

AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ: İNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ

The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses: The Mediating Role of Innovation Capability

ÖZET

Çalışmada, Türkiye ve dünya ekonomisinde büyük bir önem arz eden aile işletmelerinin sürdürülebilir bir işletme yaşamı benimsemelerinde etkili olan inanç ve değerler bilincinin ve ailenin işletmedeki kontrol konumundan elde ettiği ekonomik olmayan değerler olarak algılanan sosyo-duygusal zenginlik (SEW) kavramının etkin rolü incelenmiştir. Aynı zamanda önemli bir girişimcilik kaynağı olan aile işletmelerinin durumunun şekillenmesinde özellikle etkili olan sürdürülebilir başarı anahtarına sahip olmak için rekabet avantajı ve sürdürülebilir yaşam kavramları ele alınarak aile işletmelerindeki heterojenliğe odaklanılmıştır. Literatürde konuyla ilgili araştırma sonuçlarına dayanarak, bu çalışmada, İstanbul ilindeki küçük girişimlerden orta ölçekli işletmelere ve hatta büyük küresel işletmelere kadar değişen büyüklüklerde faaliyet gösteren aile işletmelerinin kavramsal olarak özellikleri, inovasyon yetenekleri, rekabet avantajları ve sürdürülebilir yaşamları incelenmiş; hedef kitle olarak İstanbul Sanayi Odası'ndan alınan veriler doğrultusunda 193 anket değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen veriler SPSS kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sonucunda SEW rekabet avantajı ve sürdürülebilir işletme yaşamını olumlu ve anlamlı yönde etkilerken, inovasyon yeteneğinin kısmi bir aracılık rolü olduğu görülmüştür. Bu çerçevede, SEW'in aile işletmesi davranışını anlamada yararlı bir yapı olduğu öne sürülmüş; SEW tarafından yansıtılan aile ile ilgili hedefler, işletme için daha önemli hale geldiğinde aile işletmelerinin sürdürülebilir bir işletme uzun yaşamı ile rekabet avantajı elde ettiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Aile İşletmeleri, Sosyo-duygusal Zenginlik, Rekabet Avantajı, Sürdürülebilir İşletme Yaşamı, İnovasyon Yeteneği

Ömer Samet KAZDAL
sametkazdal@gmail.com
ORCID: 0000-0002-3059-5952

Cemal YÜKSELEN
yukselencemal@beykent.edu.tr
ORCID: 0000-0001-5871-7280

Bu makale Beykent Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı bünyesinde yer alan İşletme Yönetimi bölümü Doktora tezinde kullanılan verilerden üretilmiştir.

ABSTRACT

In this research, the active role of the awareness regarding beliefs and values that are effective when family businesses -which carry great importance in the Turkish and glocal economy- are adopting a sustainable business approach, and the concept of socio-emotional wealth (SEW), which is perceived as the non-economical values attained by the family due to its controlling position in the business, was examined. At the same time, the research has focused on heterogeneity in family businesses, dwelling on the concepts of competitive advantage and sustainable life, which are especially effective in shaping the situation of family businesses are an important source of entrepreneurship. Based on the results of literature research regarding the subject, in this research, the conceptual characteristics, innovation capabilities, competitive advantages and sustainable lives of family businesses operating in Istanbul in varying sizes from small enterprises to medium-sized enterprises and even large global enterprises were examined; 193 questionnaires were evaluated in line with the data received from İstanbul chamber of industry as the target audience. The obtained data were analyzed using SPSS. As a result of the analysis, it has been seen that while SEW has a positive and meaningful effect on competitive advantage and sustainable business life, innovation ability has a partial mediation role. In this framework, it has been argued that SEW is a helpful construct for understanding the behavior of the family business; and as the family-related goals as reflected by SEW become more important for the business, family businesses have been shown to gain a competitive advantage with sustainable business longevity.

Keywords: Family Businesses, Socioemotional Wealth, Competitive Advantage, Sustainable Business Life, Innovation Capability

1. GİRİŐ

Tarih boyunca hakim bir örgütsel biçim olan aile işletmeleri (Schmidts, 2013: 77), gnmzde büyük bir neme sahip olup dünya ekonomilerinin büyük bir kısmında etkinlerdir ve aynı zamanda önemli bir girişimcilik kaynağıdır (Brice ve Richardson, 2009: 2). Aile işletmelerinin binlerce yıldır ekonomilerin bel kemiği olarak var olmalarına ve faaliyet göstermelerine rağmen, bu alanın yönetim araştırmacıları ve yazarlar tarafından ayrı bir akademik disiplin olarak kabul edilmesi, 1990' lara kadar olmamıŐtır (Bird vd., 2002: 338). Fakat 1990' lardan sonra yönetim araştırmacıları ve yazarlar, aile işletmelerini ayrı bir disiplin olarak ele almaya baŐlayarak bu alanın anlaşılması için ilgili literatüre katkı saĐlamıŐlardır (Dharmadasa, 2009: 31). Dolayısıyla birçok akademik çalışmada sıklıkla ele alınan aile işletmelerinin baŐta Google Akademik'te anahtar kelime olarak aranmasının temelinde, alanının zenginliği ve sürekli yeniliği içermesi yatmaktadır. Özellikle bu popülaritenin 1990' lı yılların ortalarından itibaren baŐladığından söz etmek mümkündür (Gmez-Mejía vd., 2011: 654). Bununla birlikte, aile işletmeleri üzerine yapılan araştırmalarda sosyo-duygusal zenginlik kavramı (SEW) geniş çapta analiz edilmiş (Hernández-Perlines vd., 2020: 3128), aile işletmelerini aile dışı işletmelerden ayıran temel ayırt edici özellik olarak, işletme yönetiminde ekonomik olmayan faktörlerin rolü vurgulanmıştır (Gmez-Mejía vd., 201: 654). Dünya ekonomisinde olduğu gibi, Türkiye ekonomisinde de önemli bir yere sahip olan özel işletmelerin aile işletmesi ve aile dışı işletme olarak sınıflandırıldığı düşünüldüğünde, bir işletmenin aile işletmesi olarak tanımlanmasının ayırt edici zellikliĐinin, ailenin işletme üzerindeki etkisi olduğu görülmektedir (Klein, 2000: 158); çünkü işletmenin mülkiyeti ve kontrolü, aile yeliĐi ile örtüŐmekte ve bu durum, aile işletmesinin en karmaŐık organizasyon biçimine sahip olduğunu ifade etmektedir (Birley vd., 1999: 598). Bir aile işletmesi, kurucu aile üyelerinin üst yönetimde yer almaya devam ettiği, yönetim kurulunda yer aldığı, hissedar olduğu (Chen vd., 2008: 499) ve işletmenin potansiyel olarak nesiller boyunca aileye nasıl fayda sağlayacağına dair bir vizyon ile tanımlanmaktadır (Chrisman ve Patel, 2012: 976). Aile yerleŐikliĐinin diğer bir ifadeyle aile ve iş sistemlerinin i içe geçmiŐ doğası, aile iŐletmelerine çeşitli boyutlarda yansıtıldığı gibi, bu işletmelerin kendilerine özgü karakter oluŐmasını sağlar (Gmez-Mejía vd., 2011: 654). Aile yeleri, genellikle ailenin bir uzantısı olarak gördükleri aile işletmesi ile güçlü bir Şekilde özdeŐleŐerek diğer aile üyelerine duygusal bağlılık hissederler (Kallmuenzer vd., 2018: 658). Aile yelerinin elde ettiği bu kimlik, genellikle isimlerini taŐıyan işletme ile doğrudan bağlantılı olup (Dyer ve Whetten, 2006: 788), aile yeleri tarafından kontrol edilen aile işletmelerinin aile dışı işletmelere göre işletmenin varlıkları üzerinde belirli kontrol haklarına sahip oldukları ve bu hakları işletmedeki karar alma süreçleri üzerinde bir etki yaratmak için kullandıkları ileri sürülmektedir (Carney, 2005: 251). Dolayısıyla aile işletmeleri, aile dışı işletmelere göre kendilerine özgü hareket etme özgürlüğüne sahip bir davranış sergilemektedir. Aile işletmelerinin sergilediği bu davranış, sosyo-duygusal zenginlik yaratan ekonomik olmayan aile hedeflerinden belirgin bir Şekilde etkilenmektedir (Chrisman ve Patel, 2012: 976).

İŞletmelerin ekonomik olmayan duygusal donanımını ifade eden Sosyo-duygusal Zenginlik (SEW) kavramının Gmez Mejía vd. (2007) tarafından ele alınan ilk araştırma olması, kavramın büyük ilgi görmesine neden olurken; araştırmacılar, sosyo-duygusal zenginliğin tam olarak ne anlama geldiği, aile işletmeleri üzerindeki etkileri, baŐlıca zorlukları ve sonuçlarının neler olduğu konusunda henüz bir fikir birliğine varamamıŐlardır. Dolayısıyla, araştırmacılar tarafından SEW yaklaşımının mevcut farklılıklarını derinlemesine incelemek, sağlam teorik temeller oluŐturmak için önem arz etmektedir (Martínez-Romero

ve Rojo-Ramírez, 2016: 2). Ayrıca, işletme yönetiminde birincil referans noktası olarak ailenin sosyo-duygusal zenginliğin korunmasının etkisini hafifleten bazı beklenmedik faktörlerin (yani, işletmenin karşılaştığı tehlikeler, ailenin varlığı, işletme büyüklüğü ve aile dışı hissedarların varlığı) araştırılması gereklidir (Gómez-Mejía vd., 2011: 654). Bununla birlikte aile üyelerinin işletme sahipliğine sosyo-duygusal değer atfettikleri ve SEW'in aile işletmeleri için birincil referans noktası olduğu kavramları, aile işletmeleri üzerine mevcut teori ve araştırmaların çoğunun entelektüel köklerini oluşturmaktadır. Son zamanlarda ise araştırmacılar, işletmelerin ekonomik hedeflerinin yanı sıra işletmedeki algılarını, değerlerini, tutumlarını ve niyetlerini yansıtan çeşitli ekonomik olmayan hedefleri olduğunu öne sürmüş (Zellweger vd., 2012: 852); aile işletmeleri ile aile dışı işletmeler arasındaki davranış farklılıklarını açıklamak için aile işletmelerinin bu ödünleşimi nasıl ele aldığına giderek daha fazla ilgi göstermişlerdir (Kotlar vd., 2017: 7). Hem akademik hem de uygulamacı topluluklarda, aile işletmelerinin sürdürülebilir bir işletme yaşamı ile hayatta kalmak ve etkili olmak için inovasyon yapması gerektiği ve araştırmaların aile işletmelerinde inovasyon yönetimine rehberlik edebileceği yaygın olarak algılanmıştır (Damanpour ve Schneider, 2006: 215).

Bu çalışmada, aile işletmelerinin aile dışı işletmelerden nasıl farklılaştığı incelenerek literatür gözden geçirilmiş, sosyo-duygusal zenginliğin ve alt boyutlarının rekabet avantajına ve sürdürülebilir işletme yaşamı üzerindeki etkisine odaklanılmıştır. Bu durumla bağlantılı olarak, aile işletmelerinin aile dışı işletmelere göre sahip olabileceği olası avantajlar incelenmiş, aile bağlarının ticari işletme faaliyeti üzerindeki etkisinin göz ardı edilmemesinin önemine vurgu yapılmıştır. Bu çalışma ayrıca, teorik ve metodolojik bakış açılarının hem aile işletmesi literatürüne hem de genel yönetim literatürüne katkıda bulunmak için gelecekteki araştırmalarda nasıl kullanılabilirliğine dair öneriler sunmaktadır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde aile işletmeleri, sosyo-duygusal zenginlik ve boyutları, inovasyon yeteneği, rekabet avantajı, sürdürülebilir işletme yaşamı, aile işletmelerinin sürdürülebilir uzun yaşamı ve temel belirleyicileri hakkında kavramsal bilgi verilmiştir.

2.1. Sosyo-duygusal Zenginlik

Sosyo-duygusal zenginlik (SEW), işletme analizi düzeyinde geliştirilen aile işletmeleri ile ilgili literatürdeki kavramlardan biri olup, bir ailenin işletmeden elde ettiği duygusal değerini özetleyen çatı bir kavramdır (Deephouse ve Jaskiewicz, 2013: 340). Aile için sosyo-duygusal zenginliğin değeri oldukça içseldir (Berrone vd., 2010: 87); dolayısıyla kimliği ayrılmaz bir şekilde örgüte bağlı olan aile sahipleri arasında sosyo-duygusal zenginlik hedeflerini korumak, başlı başına önemli bir hedefi temsil etmektedir (Gómez-Mejía vd., 2007: 108). Çünkü sosyo-duygusal zenginlik, bir aile işletmesini diğer organizasyon biçimlerinden ayıran özünün tek ve en önemli özelliğidir (Berrone vd., 2012: 260). Sosyo-duygusal zenginlik (SEW); kimlik, aile nüfuzunu kullanma yeteneği ve süreklilik gibi ailenin duygusal ihtiyaçlarını karşılayan işletmenin, ekonomik olmayan yönlerine atıfta bulunur (Lan, 2015: 9). Bu tanım sadece ufuk açıcı değil, aynı zamanda sosyo-duygusal zenginliğin şimdiye kadar yapılmış en önemli kavramsallaştırması olarak kabul edilir; çünkü Gómez-Mejía vd.'nin (2007) bu çalışması, sonraki çalışmalar tarafından referans olarak kullanılmıştır (Martínez-Romero ve Rojo-Ramírez, 2016: 2). Diğer bir anlatımla sosyo-duygusal zenginlik, aile değerlerinin, kişisel bağların ve aile hedeflerinin bir işletmenin vizyonu, stratejik hedefleri, organizasyon dinamikleri, kararların zaman ufku, maddi olmayan kaynaklar, yetenekler ve ilgili paydaşlar

**ÄİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ:
İNNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ**

*The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability*

üzerindeki etkisini özetler (Songini vd., 2013: 77). Yapılan tanımlarda aile işletmelerinin, sosyo-duygusal zenginliğin (SEW) yani ailenin elde ettiği bir dizi ekonomik olmayan faydanın öne çıkması nedeniyle, ailelerin itibarlarına, imajlarına, topluluklar, iş ortakları ve genel olarak paydaşları ile olan ilişkilerine değer verdikleri gözlemlenmiştir (Debicki vd., 2020: 2).

Sosyo-duygusal zenginlik, aile işletmelerinin ekonomik olmayan hedeflerini analiz etmenin bir yolunu sunarken; bu yaklaşım, davranışsal vekalet teorisine dayanmaktadır. Aile işletmeleri çalışmaları için uygun olan davranışsal vekalet teorisi, zaman zaman birbiriyle çatışan aile üyelerinin kişisel hedefleri ile işletme hedeflerini bütünlendiren bir modeldir (Hernández-Perlines vd., 2020: 3128). Teori tamamen aile işletmelerinin sosyo-duygusal zenginliğine dayandığından, teorisinin doğası ve aile işletmeleri üzerindeki etkisi hakkında daha fazla bilgi sahibi olunması ve öneminin anlaşılması açısından birçok bilim insanı bu konuda araştırma yapmıştır (Kumeto, 2020: 84). Beklenti teorisi ve vekâlet teorisinin birleşik anlayışlarından türetilen davranışsal vekalet teorisi (Chrisman ve Patel, 2012: 976), karar çerçeveleme ve kayıptan kaçınma ile risk altındaki yönetsel kararların teorik analizini içermektedir (Kotlar vd., 2017: 9). Başka bir anlatımla, davranışsal vekalet teorisinin altında yatan argüman, yöneticilerin risk alma davranışının ve dolayısıyla bir işletmenin stratejik seçimlerinin, yöneticilerin kişisel servetleriyle ilgili karar vermede referans noktası olarak kullanmaları nedeniyle, kaybetmekten kaçınan stratejik seçimlerde temsil edilmesini içermektedir (Kumeto, 2020: 80).

Davranışsal vekalet teorisi, aile işletmelerinin davranışlarını anlamaya yönelik literatüre önemli ölçüde katkıda bulunmuş olsa da, sosyo-duygusal zenginlik kavramı, farklı araştırmacılar tarafından ele alınmış; fakat bu kavramın evrensel olarak kabul edilen bir tanımı yapılamamıştır (Martínez-Romero ve Rojo-Ramírez, 2016: 2). Yapılan açıklamalara istinaden sosyo-duygusal zenginlik kavramının aile işletmesi alanında yaygın olarak kullanılması, farklı araştırmacılar tarafından ele alınmasını sağlarken, kavramın şimdiye kadar yapılmış ana tanımları Tablo 1’de özetlemektedir.

| Yazarlar | Tanım |
|---|---|
| Gómez Mejia vd. (2007) | İşletmenin kimlik, aile nüfuzunu kullanma yeteneği ve süreklilik gibi ailenin duygusal ihtiyaçlarını karşılayan, ekonomik olmayan yönleri |
| Astrachan ve Jaskiewicz (2008) Zellweger ve Astrachan (2008) | Mülkiyet hissesinin finansal değeri ve işletme sahiplerine tahakkuk eden kontrolün özel mali faydaları ile açıklanamayan kabul etme isteğinin bir kısmı |
| Berrone vd. (2010) | Ailenin işletmeye yatırdığı duygulanımla ilgili değer stoğu |
| Zellweger ve Dehlen (2011) | Bir işletme sahibinin öznel değer değerlendirmesi ile bir işletmenin mülkiyet hissesi için nesnel piyasa değeri arasındaki mutlak fark |
| Berrone vd. (2012) | Bir ailenin belirli bir işletmedeki kontrol konumundan elde ettiği duyguyla ilgili değer stoğu |
| Cruz vd. (2012) | Akrabalık bağlarına özünde bağlı olan bir duygusal donanım’ı temsil eder ve böylece varlığı işletmelerin performansını etkiler. |

Kaynak: Martínez-Romero, M. J., ve Rojo-Ramírez, A. A. (2016). “SEW: Looking for a definition and controversial issues”, *European Journal of Family Business*, 6(1): 1-9. <https://doi:10.1016/j.ejfb.2015.09.001>

Görüldüğü gibi yukarıda yapılan tanımlar doğrultusunda aile sahiplerinin işletmenin ekonomik olmayan yönlerinden elde ettikleri faydaları kapsayan sosyo-duygusal zenginlik kavramı (Kalm ve Gomez-Mejia, 2016: 410), kişisel gurur, kendini tanıma, tatmin (Lin ve Wang, 2019: 7), ait olma, otorite kullanma yeteneği, duygulanım ve yakınlık ihtiyaçlarının karşılanması, aile değerlerinin iş aracılığıyla sürdürülmesi, aile hanedanının korunması, aile işletmesinin sosyal sermayesinin korunması, katı yeterlilik kriterleri yerine kan bağlarına dayalı aile yükümlülüklerinin yerine getirilmesi ve aile üyelerine karşı fedakar olma fırsatı gibi faydalar sağlar (Gómez-Mejía vd., 2007: 108). Bu faydalar, diğer hissedarların pahasına elde edilmediğinden, finans literatüründe tartışılan ve belgelenen özel faydalardan farklıdır (Zellweger vd., 2012: 853). Aile sahipleri, sosyo-duygusal zenginlikleri, işletmeyle ilişkili aile adının var olması, işletmeye olan duygusal bağlılık ve işletme için çalışan aile üyelerinin memnuniyeti gibi çeşitli kaynaklardan elde etmektedir (Kalm ve Gomez-Mejia, 2016: 409). Aile işletmelerinde, sosyo-duygusal zenginliğin belirginliği, başka bir anlatımla, ailenin bir ticari girişimi kontrol etmekten elde ettiği ekonomik olmayan faydaların varlığı, aile üyelerinin ailenin itibarına, imajına, iş ortakları ve genel olarak paydaşları ile ilişkilerine değer verdiğini düşündürmektedir (Debicki vd., 2020: 2). Ayrıca, aile üyelerinin işletmenin ekonomik getirilerini maksimize etmek için değil, işletmeden elde ettikleri sosyo-duygusal yetenekleri korumak veya artırmak için çalıştıkları dile getirilmektedir (Miller ve Le Breton-Miller, 2014: 713). Aile üyeleri tarafından sosyo-duygusal zenginliğin kaybedilmesi ise, düşük statü, yakınlık kaybı ve ailenin beklentilerini karşılayamama anlamına gelmektedir (Gómez-Mejía vd., 2007: 108). Ekonomik olmayan hedeflere verilen önceliğin, aile işletmelerinin en önemli dayanaklarından biri olduğu düşünüldüğünde (Zellweger vd., 2011: 1), uyumluluk ve aile birliğinin yanı sıra aile üyelerinin işletmeyle özdeşleşmesinin, aile işletmesinin hayatta kalması üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu vurgulanmıştır (Schmidts, 2013: 77).

Aile işletmelerinin, aile dışı işletmelere kıyasla ekonomik olmayan hedeflere ulaşma olasılığının daha yüksek olduğu öne sürülürken (Zellweger vd., 2012: 851); bu durum, aile işletmelerinin benzersiz özelliklere sahip olduğunu vurgulamıştır (Berrone vd., 2010: 86). Bu benzersiz özellikler, aile işletmeleri tarafından sahip olunan sosyo-duygusal zenginlik donanımının önemini ortaya koymuştur. Doğası gereği sosyo-duygusal zenginlik kavramı çok boyutludur. Sosyo-duygusal zenginlik ile ilgili önceki araştırmaların çoğu, veri kaynaklarına dayandığından, ikincil tek değişkenli ölçümler (örneğin, mülkiyet dağılımı, yönetim kurulundaki aile üyelerinin yüzdesi ve işletme üst yöneticisinin aile durumu), genellikle sosyo-duygusal zenginliğin önemi için vekil olarak kullanılmıştır. Bu nedenle, önceki ampirik araştırmalar, sosyo-duygusal zenginlik yapısının boyutlarını ayrıntılı olarak incelememişken; aile işletmesi literatürüne ve onu destekleyen temel sosyal bilim disiplinlerine dayanarak, önceki araştırmalardan elde edilen sosyo-duygusal zenginliğin beş ana boyutu olduğu belirtilmektedir (Berrone vd., 2012: 262). Berrone vd. (2012), sosyo-duygusal zenginliği, aile işletmelerini aile dışı işletmelerden ayıran temel faktör olarak görmekte, bu da aile işletmesinin davranış özelliklerini içermektedir (Németh ve Németh, 2018: 516). Dolayısıyla disiplinler arası literatürden türetilen ve FIBER olarak adlandırılan sosyo-duygusal zenginliğin şu boyutları, konu edilmektedir (Berrone vd., 2012: 259):

- (F) Family control and influence (Ailenin kontrolü ve etkisi),
- (I) Identification of the family (Aile üyelerinin işletme ile özdeşleşmesi),
- (B) Binding social ties (Sosyal bağlar),
- (E) Emotional attachment (Aile üyelerinin duygusal bağlılığı) ve

AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ: İNNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ

*The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability*

- (R) Renewal of family bonds through dynastics succession (Halefliğin devri yoluyla işletme ile aile bağlarının yenilenmesi).

Sonuç olarak, Berron vd. (2012), sosyo-duygusal zenginliği ölçmek için yukarıda tanımlandığı gibi beş boyut önermiş ve bu beş boyut, her bir boyutun baş harflerinden oluşan FIBER kelimesi ile adlandırılmıştır. Ayrıca, bu modeldeki her bir unsuru ölçmek için kullanılacak bir dizi öge önererek FIBER modelini işler hale getirip SEW anlayışını genişletmek için 27 madde içeren bir soru listesi önermişlerdir (Kumeto, 2020: 85). Bu sosyo-duygusal zenginlik ölçüm modeli, Cennamo vd. (2012) tarafından sosyo-duygusal zenginliğin aile işletmelerinde ilgili tarafların proaktif katılımı için nasıl bir eylem benimsemelerine olanak sağladığını analiz etmek için kullanılmıştır (Hernández-Perlines vd., 2020: 3129). Bu doğrultuda, literatürde sosyo-duygusal zenginlik yaklaşımının kanıtlanmış değerine rağmen, sosyo-duygusal zenginlik alanının haritasını çıkarmayı ve onun çeşitli boyutlarını değerlemek için araçlar geliştirilmemiş; sosyo-duygusal zenginlik, doğrudan veya dolaylı olarak ölçülmeden üniter bir açıklayıcı yapı olarak kullanılmıştır (Berrone vd., 2012: 254).

2.2. İnovasyon Yeteneği

Bir işletmenin özümleme kapasitesi olarak adlandırılan (Cohen ve Levinthal, 1990: 128) inovasyon yeteneği, çalkantılı piyasa koşullarında rekabet avantajı için önemli bir faktördür. Bu süreçte inovasyon yeteneği, işletmeleri değişen pazar ortamına cevap vermek için sürekli olarak yenilikler geliştirmeye yönlendirmektedir (Rajapathirana ve Hui, 2018: 45). Hii ve Neely'nin (2000) öne sürdüğü inovasyon yeteneği, mevcut kaynaklar ve yeteneklerden yararlanarak yeni fikirler üretme, yeni pazar fırsatlarını belirleme ve pazarlanabilir yenilikleri uygulama potansiyelidir (Breznik ve Hisrich, 2014: 374). Kaynaklar, materyalist (örneğin, makineler) olabileceği gibi kişiler, ilişkiler veya organizasyonlar arası ağlar da olabilir (Olsson vd., 2010: 169). Fırsatlar ve yetenekler ise, bir işletmenin yönetim ve organizasyonunun odaklandığı yenilikçi veya teknolojik stratejilerine dayandırılmakta olup; genel olarak yetenekler mühendislik, tasarım, araştırma ve pazarlama kaynakları ve varlıklarında yatmaktadır (Hii ve Neely, 2000: 4). Bu üstün özel kaynaklar ve yetenekler, bir dış çevre ile eşleştirildiğinde işletmeler için rekabet avantajının temelini oluşturmaktadır. Dolayısıyla hızla değişen teknoloji ve son derece öngörülemeyen pazarların olduğu bir çağda, işletmelerin uzun vadeli rekabet avantajı elde etmek, pazar taleplerini ve müşteri tercihlerini karşılamak için inovasyon yeteneğini geliştirmesi gerekmektedir (Guan ve Ma, 2003: 740; Lin vd., 2010: 112).

Yukarıda belirtildiği gibi, bir işletmenin kültürü, kaynakları, yetkinliği ve ağları tarafından etkilenen inovasyon yeteneğinin; işletme stratejisinin gerekliliklerine, özel koşullarına ve rekabet ortamına uyum sağlaması açısından geniş kapsamlı ve açık bir şekilde tanımlanması gerekir (Guan ve Ma, 2003: 740). Bir işletmenin sıklıkla değişen bir çevreye yanıt olarak yenilikleri sürekli geliştirme yeteneğini ifade eden inovasyon yeteneği, işletmenin ürünlerinde, hizmetlerinde, teknolojisinde, süreçlerinde, prosedürlerinde, pazarlarında ve iş modelinde genel olarak yenilik yaratma yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Olsson vd., 2010: 169; Ahmad vd., 2020: 4). Lawson ve Samson (2001), inovasyon yeteneğini bir işletmenin inovasyon faaliyetlerinin başarısını artırmak için yapılabilecek eylemleri tanımlamayı amaçlayan teorik bir çerçeve olarak görmektedir (Saunila, 2014: 165). Bu argüman doğrultusunda inovasyon yeteneği, dinamik yetenekler üzerine kurulu olup işletmenin sahip olduğu belirli varlıklar ve süreçlerden oluşmaktadır (Parashar ve Singh, 2005: 117). Dinamik yetenekler olarak da adlandırılan inovasyon yeteneği, bir işletmenin zaman içinde yenilik fırsatlarını belirleme, gerçekleştirme ve değiştirme yeteneğini ifade eder (Fitz-Koch ve

Nordqvist, 2017: 550). Bu yetenekler, öğrenmeden doğmakla birlikte işletme rutinlerini değiştiren sistematik yöntemlerdir (Zollo ve Winter, 2002: 340). Ayrıca bu değişim, üretim, hizmet, ürün ve süreç geliştirme, araştırma, insan kaynakları ve örgütsel öğrenme dahil olmak üzere birçok işletme fonksiyonlarını kapsayan kaynak ve yönetim yeteneklerinin birleşiminden oluşur (Samson vd., 2017: 7). Barney (1991), inovasyon yeteneğinin doğru bir şekilde tekrarlanamayan veya tam olarak anlaşılamayan benzersiz yetenekler olduğunu iddia etmektedir (Cheng ve Chen, 2013: 445). Guan ve Ma (2000), çalışmalarında ise inovasyon yeteneğini;

- 1. Öğrenme Yeteneği,
- 2. Ar-Ge Yeteneği,
- 3. Üretim Yeteneği,
- 4. Pazarlama Yeteneği,
- 5. Organizasyon Yeteneği,
- 6. Kaynak kullanma Yeteneği ve
- 7. Stratejik Yetenek olarak yedi boyutta sınıflandırmışlardır (Guan ve Ma, 2003: 740).

Yukarıda ele alınan dinamik inovasyon yetenekleri, işletmelerin mevcut ve yeni kaynakları ve operasyonel yetenekleri geliştirmek, bütünleştirmek ve yeniden yapılandırmak için kullandıkları, aktarılması ve taklit edilmesi zor inovasyon yetenekleridir (Cheng ve Chen, 2013: 445). İşletmelerin, istenilen düzeyde inovasyon yeteneklerini geliştirmek için hem müşteriler hem de tedarikçiler dahil olmak üzere tüm paydaşlarıyla tedarik zinciri bazında bir çaba sarfetmeleri gerekmektedir (Lin vd., 2010: 126).

2.3. Rekabet Avantajı

İşletmelerde faaliyetler arasındaki etkileşimler ve bu etkileşimlerin rekabet avantajı yaratmaya ve sürdürmeye ne ölçüde yardımcı olduğu konusundaki araştırmalar, son yıllarda hızla artış göstermiştir (Porter ve Siggelkow, 2008: 34). 1980'ler ve 1990'larda yer alan ana akım strateji araştırmalarında, genel olarak, bir işletmenin rekabet avantajı elde etmesinin ve bunu sürdürmesinin mümkün olduğu, rakiplerine göre sürekli onlardan daha iyi performans göstermesini sağlayan benzersiz bir konum olduğu varsayılmış (Fiol, 2001: 691) ve stratejik yönetim literatüründe kapsamlı bir şekilde açıklanmış olan rekabet avantajı kavramının ortak teması değer yaratmaya dayandırılmıştır (Rumelt, 2003: 1). Buna ek olarak, rekabet avantajı ile ilgili literatürün gün geçtikçe genişlemesi, kavramın konsolide ve karakterize edilmesini oldukça zor bir hale getirmiş, pazarlama stratejisi literatüründe ve uygulamada da rekabet avantajı için ortak bir tanım yapılamamıştır. Yapılan ilk tanımlar, rekabet avantajı ile işletmelerin çevresel değişime uyum sağlama etkinliği arasında güçlü bir ilişki olduğunu öne sürmüştür (Conant vd., 1993: 256). Rekabet avantajı kavramı, geleneksel olarak, bir işletmenin aynı sektör veya ürün pazarında diğerlerinden daha iyi performans göstermesine izin veren nitelikleri ve kaynakları açısından tanımlanmıştır (Chaharbaghi ve Lynch, 1999: 45). Kay (1993), rekabet avantajı kavramını, bir işletmenin belirli bir pazarda, stratejik grupta veya sektörde bir rakibe veya rakipler grubuna göre sahip olduğu bir avantaj olarak tanımlamaktadır (Foon ve Nair, 2010: 64). Ayrıca Hunt (1990), birçok işletmenin rekabet avantajı için uğraştığına, çünkü bunun, onlara rakiplerine karşı üstünlük sağladığına inanmaktadır (Bednarz vd., 2017: 125). Belirli bir pazarda konumlanan bir işletme, aynı sektördeki başka bir işletmeye göre rekabet avantajına sahip olabilir.

**AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ:
İNNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ**

*The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability*

Bu argüman doğrultusunda A işletmesinin B işletmesine göre bir avantajı olabilir; ama B işletmesinin de C işletmesine göre avantajı olabilir (Fahy, 2000: 96). Örneğin, BMW, Nissan'a göre rekabet avantajından yararlanırken, Mercedes'e karşı rekabet açısından dezavantajlı olabilmektedir. Bu örneğin gösterdiği gibi, rekabet avantajı belirli bir pazarın bir özelliğini göstermektedir. Bu üç işletme, birkaç farklı pazarda veya belli bir pazar segmentinde rekabet eder ve her birinde göreceli rekabet avantajları ve dezavantajları farklılık gösterir. Rekabet avantajının değeri, işletmenin ayırt edici yeteneğinin gücüne, pazarın büyüklüğüne ve sektörün genel karlılığına bağlıdır (Kay, 1993: 31). Fakat rekabet avantajı yaratan bir işletme, mutlaka sektörünün en büyük işletmesi değildir, arzu edilen bir ürünü satarak hem müşterilerini hem de hissedarlarını mutlu eder (Harmon, 2007: 42).

Rekabet avantajı, bir işletmeyi veya ürünlerini, müşterilerinin veya son kullanıcıların bakış açısından rakiplerinin ürünlerinden olumlu bir şekilde ayıran herhangi bir özellik olarak tanımlanmaktadır (Foon ve Nair, 2010: 64). Başka bir ifadeyle rekabet avantajı, bir işletmenin rekabetçi sektörde faaliyet gösteren diğer işletmelere göre sahip olduğu stratejik bir avantajdır (Robinson ve Minikin, 2012: 141). Saloner vd. (2001), rekabet avantajının çoğu biçimini, bir işletmenin, müşterilerinin, rakiplerinin ürettiğinden daha fazla değer verdiği bir hizmet veya ürün üretebilmesi veya hizmet veya ürününü rakiplerinden daha düşük bir maliyetle üretebilmesi anlamına gelir şeklinde tanımlamışlardır. Ayrıca, bir işletmenin başarılı olabilmesi için yarattığı değeri yakalayabilmesininin gerekliliğini vurgularken; değer yaratmak ve elde etmek için ise işletmenin sürdürülebilir bir rekabet avantajına sahip olması gerektiğinin önemini dile getirmişlerdir (Rumelt, 2003: 2).

Bir işletmenin rekabet avantajı, temel yetkinlikler olarak adlandırılan işletmenin mevcut kaynak ve yeteneklerinden kaynaklanmaktadır (Robinson ve Minikin, 2012: 139). Kaynaklar, bir işletmenin rekabet etmek için stratejiler tanımlamasını ve uygulamasını sağlayan tüm varlıkları; yetenekler ise, organizasyonel süreçleri, nitelikleri, enformasyon ve bilgiyi içerir (Lau, 2002: 125). Barney (1991), işletmenin kaynaklarını fiziksel sermaye kaynakları, insan sermayesi kaynakları ve örgütsel sermaye kaynakları olarak üç ana kategoride sınıflandırmıştır. Fiziksel sermaye kaynakları, bir işletmede kullanılan fiziksel teknolojiyi, bir işletmenin fabrika ve ekipmanını, coğrafi konumunu ve hammaddelere erişimini içerir. İnsan sermayesi kaynakları, bir işletmedeki bireysel yönetici ve çalışanların eğitimini, deneyimini, yargısını, zekasını, ilişkilerini ve içgörüsünü içerir. Örgütsel sermaye kaynakları, bir işletmenin resmi raporlama yapısını, resmi ve gayri resmi planlama, kontrol ve koordinasyon sistemlerini ve ayrıca bir işletme içindeki gruplar arasındaki ve bir işletme ile çevresindekiler arasındaki gayri resmi ilişkileri içerir (Barney, 1991: 101). Kaynaklara ve yeteneklere bağlı olarak kaynak tabanlı görüş perspektifinde (RBV-resource-based view) rekabet avantajı değerli, nadir, taklit edilmesi ve değiştirilmesi zordur (Poernomo vd., 2013: 153). Yetkinlikler, işletmenin kontrolü dahilindedir ve performans için rekabet avantajı yaratmak amacıyla strateji dahilinde manipüle edilebilir (Reed ve DeFillippi, 1990: 90). Bu bağlamda bir işletme, rakiplerinden daha üstün kaynak ve yeteneklere sahipse, bu kaynak ve yetenekleri etkin bir şekilde kullanan bir strateji benimserse, rekabet avantajı elde etmesi mümkündür (Agha vd., 2012: 194). Buna ek olarak, bir işletmenin rekabet avantajı, işletmenin dış çevresindeki fırsatlardan ve risklerden yararlanmak için izlediği stratejiden kaynaklanır. Dolayısıyla bir işletmenin sahip olduğu rekabet avantajı ne kadar büyükse, stratejik başarı olasılığı da o kadar yüksek olur (Robinson ve Minikin, 2012: 141). Rakiplerine karşı rekabet avantajı elde etmek için bir işletmenin faaliyetlerini ya daha düşük maliyetle gerçekleştirmesi ya da farklılaşma ve daha yüksek bir fiyat sağlayacak şekilde gerçekleştirmesi gerekir (Sadalia vd., 2018: 599). Böylece işletmelerin yeniliğe açık olma, maliyetleri azaltma, ürün ve hizmet kalitesini iyileştirme gibi unsurları pazardaki değişimlere göre

şekillendirip bünyelerine yerleştirmeleri gerekir. Pazardaki değişimlere uyum sağlayan işletmeler, düşük fiyatla, daha kaliteli ve standartlara uygun ürün ve hizmetler sunarak rakipleri karşısında rekabet avantajı elde edebilmektedirler (Tanyeri ve Fırat, 2005: 268).

2.4. Sürdürülebilir Yaşam

Kurumsal sürdürülebilirlik, uzun yaşam ve kendi kendini yenileyen organizasyonlar olgusunu anlamak açısından son zamanlarda yönetim literatüründe önemli bir konu haline gelse de araştırma katkılarının çoğu, işletmelerin uzun yaşam ve kendilerini yenilemenin içsel belirleyicilerine odaklanmıştır (Kwee vd., 2007: 5). İşletmenin uzun vadeli hayatta kalması perspektifi ve işletme başarısızlığına ilişkin bakış açıları da dahil olmak üzere işletme yaşamı, işletme tarihi araştırmacıları arasında geniş çapta incelenmiştir (Riviezzo vd., 2015: 970). İşletme tarihi araştırmacıları, hayatta kalmayı işletme için bir performans ölçüsü olarak görme eğilimindeyken, yönetim araştırmacıları performans ve hayatta kalmayı birbirinden ayırmıştır (Napolitano vd., 2015: 1). Fakat genel anlamda çoğu araştırmacı, bir coğrafi bölge veya endüstride ortalama işletme yaşının ötesinde ayakta kalmayı başaran bir işletmenin uzun yaşama sahip bir işletme olarak kabul edilebileceğini öne sürmüştür (Ahmad vd., 2019: 2). Bu, uzun vadeli başarının temel faktörlerini ve uzun yaşamın işletme performansı üzerindeki etkilerini belirlemek açısından önem arz etmektedir (Napolitano vd., 2015: 1). Ayrıca, araştırmacılar, literatürdeki çalışmalarda, işletmelerin uzun vadeli hayatta kalma veya kurumsal sürdürülebilir uzun yaşama ulaşmaları için çeşitli stratejiler ve dinamik yetenekler tanımlamıştır.

İşletmenin uzun yaşamı kavramı, genel bir ifadeyle, varlıkların yıl cinsinden uzunluğu ile ilgili olup işletmelerin dayanıklılığını veya devamlılığını ifade etmektedir (Nnabuiife ve Onwuzuligbo, 2015: 217; Montuori, 2000: 66). Aynı zamanda işletme performansı genellikle işletmenin sürdürülebilir uzun yaşamı ile eşittir (Irawan vd., 2021: 1036). Girişimcilik ve organizasyon ile ilgili araştırma literatüründe işletmenin uzun yaşamı, işletmenin hayatta kalması, başarısı ve performansı kavramları içinde tartışılmaktadır. İşletme yaşamı, işletmenin hayatta kalmasıyla eşanlamli olarak kullanılabilir. Öngörülemeyen iş ortamında bir işletmenin dinamik olarak hayatta kalabilmesi için sürdürülebilir olması gerekirken, işletmelerin yönetim süreci alanında iş başarısı elde etmeye yatırım yapması, hayati önem taşımaktadır. Dolayısıyla bir işletmenin başarı ölçüsü, uzun yaşam olarak tanımlanabilmektedir (Fatoki, 2013: 134; Irawan vd., 2021: 1036). Fatoki (2013), bir işletmenin uzun yaşama sahip olmasına önemli ölçüde katkıda bulunan temel ölçütleri; vizyon ve stratejinin yanı sıra müşteri ilişkileri, kaliteli ürün ve hizmetler, insan sermayesi, banka kredisine erişim, paydaş ilişkisi, uyum, esneklik, yönetim yetkinliği, teknoloji kullanımı, iş yeri, devlet desteği ve risk alma olarak tanımlamaktadır (Ahmad vd., 2019: 3). Ayrıca bir işletmenin ulusal veya uluslararası coğrafi konum seçimi, üretim tesislerinin konumu, tedarikçilere, araçlara ve müşterilere yakınlık ölçütleri de performansı, başarıyı ve kurumsal sürdürülebilirlik uzun yaşamı etkilemektedir (Fatoki, 2013: 136). Belirlenen ölçütler, aile işletmesi olsun ya da olmasın tüm işletmeler için geçerli olsa da, uzun yaşam, aynı zamanda özellikle aile işletmeleri için yoğun bir ilgi konusu olmaktadır (Lubinski vd., 2011: 3). Bir işletmenin uzun yaşamı, coğrafi bölgelere ve sektörler göre ortalama işletme yaşamının ötesinde uzun yaşam veya hayatta kalmaya karşılık gelirken, kurumsal sürdürülebilir uzun yaşam (CSL: Corporate sustainable longevity) yani, sürekli stratejik yenileme, öncelikle bir işletmenin hayatta kalmayı sürdürme stratejisi veya temel yeteneği ile ilgilidir (Ahmad vd., 2019: 2; Kwee vd., 2007: 5). Ahmad vd. (2019), kurumsal sürdürülebilir uzun yaşamın beş boyutunu öne sürerek; bir işletmenin daha uzun süre hayatta kalma yeteneğini geliştirmesi için,

- • Finansal güç,
- • Stratejik bakış açısı,

AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ: İNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ

*The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability*

- • Müşteri odaklılık,
- • Öğrenme ve büyüme
- • Sürdürülebilir üretim perspektifi

olmak üzere beş işlevsel alanda etkili stratejiler geliştirmesi gerektiğini savunmaktadırlar (Ahmad vd., 2020: 3).

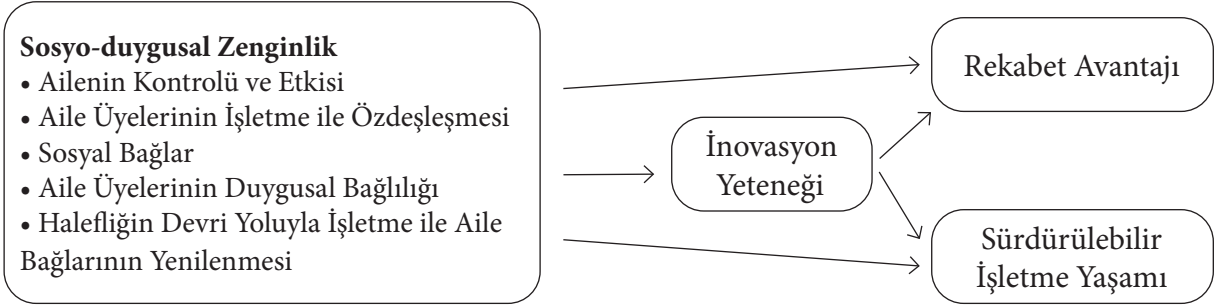
Sürdürülebilirlik, uzun yaşam kavramını da beraberinde getirdiği için, ekonomik ortamda baskın bir şekilde yer alan aile işletmelerinin de uzun yaşama sahip olması ve aldıkları kararlarla sürekli dinamik bir yapıyı ortaya koymaları açısından önem arz etmektedir (Kuşat, 2012: 228). Aile işletmelerinin uzun yaşamı ile ilişkilendirilen sürdürülebilirlik (De Falco ve Vollero, 2015: 293), döngüsel ekonomik paradigmanda hayatta kalmak ve değer yaratmak için önemli bir rekabet avantajı kaynağı olsa da, son yıllarda aile işletmeleri literatüründe de ilgili ve yerleşik bir konu olarak yerini almıştır. Dolayısıyla, gün geçtikçe gelişen aile işletmeleri literatürü, aile işletmelerinin sürdürülebilir hedef ve uygulamaları hayata geçirdiği ve bunlara ulaştığı temel ve spesifik mekanizmalara ve süreçlere ışık tutmaktadır (Ferreira vd., 2021: 1). Aile işletmelerinin uzun yaşama sahip olması, ekonomik ve ekonomik olmayan performansın yanı sıra başarılı nesiller arası halefiyet ve uyum yeteneğine derinden bağlıdır (Ahmad vd., 2020: 5). Bu tür işletmelerin çoğunda girişimci konumunda olan sahip/kurucuların temel kaygısı, halefliğin devri yoluyla nesiller arası aile kontrolünün devamını sağlamak ve miraslarını sürdürmektir. Kurucu girişimci için önemli olan tek etken, işletmenin ayakta kalabilmesi olup; sürdürülebilirlik ve uzun vadeli bakış açıları, bu nedenle çoğu aile işletmelerinde yerleşik hedeflerdir (Akume ve Iguisi, 2020: 24). Bu durum, aile işletmelerinin uzun vadeli yöneliminin bir göstergesi olarak, yenilikçi bir yapıya sahip olduğunu ifade etmektedir (Wagner, 2010: 585). Aile işletmelerinin kalıcılığını sağlamak için ihtiyaç duyulan başarılı nesiller arası aktarımı olarak tanımlanan uzun yaşam, uzun vadeli vizyonun sonucu olarak aile işletmelerinin yalnızca tanımlayıcı bir hedefi değil, aynı zamanda girişimciliğinin önemli bir temsilcisidir (Lubinski vd., 2011: 2).

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ, ANALİZLER VE BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde aile işletmelerinde görev alan üst yöneticilere yönelik gerçekleştirilen araştırmanın metodolojisine, analizlerine ve bulgulara yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmanın kavramsal modeli Şekil 1'de sunulmuş olup bağımsız değişken Sosyo-duygusal Zenginlik değişkenine ilişkin ölçek, Berrone vd.'nin (2012) yayınından yararlanılarak bileşenleriyle alınmıştır. Aracı değişken olarak kullanılan İnovasyon Yeteneği değişkeninin ölçeği, Lin'in (2007) altı maddelik tek boyutlu ölçeği olup, Ahmad vd.'nin (2020) yayınından alınmıştır. Bağımlı değişken olan rekabet avantajı değişkenine ilişkin ölçek, İsmail vd. (2010) ve Wijaya vd.'nin (2019) yayınlarından alınmış, sürdürülebilir yaşam değişkenine ilişkin ölçek ise yine Ahmad vd.'nin (2020) yayınından yararlanılarak modele alınmıştır.



Şekil 1: Araştırmanın Kavramsal Modeli

Araştırmanın anakütlesi İstanbul Sanayi Odası üyesi konumunda olan ve İstanbul il sınırları içinde faaliyet gösteren aile işletmeleri olup; veritabanı desteği İstanbul Sanayi Odası tarafından sağlanmıştır. İstanbul Sanayi Odası 2021 yılı güncel verilerine göre; il bazında birçok sektörde faaliyet göstermekte olan toplam 13.747 işletme yer almaktadır. Araştırmadaki örnek büyüklüğü anakütledeki işletme sayısının bilinmesine dayalı olarak şu şekilde hesaplanmıştır (Yükselen, 2017: 69):

$$n_{\text{düz}} = \frac{N * Z^2 * (p * q)}{N * e^2 + Z^2 * (p * q)}$$

$$p = 0,50$$

$$q = 0,50$$

$$Z = \pm 1,96 \text{ (%95 güvenlik düzeyinde)}$$

$$e = \pm 0,07 \text{ (Tolerans)}$$

$$N = 13.747$$

$$n = [13.747 * (1,96)^2 * 0,50 * 0,50] / [13.747 * (0,07)^2 + (1,96)^2 * 0,50 * 0,50]$$

$$n = 193 \text{ işletme}$$

Örneğe giren işletmelere tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılmıştır.

Araştırmamızda veri toplama yöntemi olarak sosyal bilimlerde oldukça yaygın olan anket yöntemi kullanılmıştır. İstanbul ilinde sanayi sektöründe faaliyet göstermekte olan aile işletmeleri ile yüz yüze görüşme metodu kullanılarak anket toplanmıştır. Anket içerisinde yer alan soru maddeleri, 5'li Likert tipi ölçekle hazırlanmıştır. Araştırmada test edilmesi hedeflenen hipotezler, literatür ışığında şu şekilde belirlenmiştir:

H₁: Sosyo-duygusal Zenginlik, Rekabet Avantajını olumlu yönde etkilemektedir.

H₂: Sosyo-duygusal Zenginlik bileşenleri Rekabet Avantajına olumlu yönde etki etmektedir.

H₃: Sosyo-duygusal Zenginlik, Sürdürülebilir İşletme Yaşamını olumlu yönde etkilemektedir.

H₄: Sosyo-duygusal Zenginlik bileşenleri, Sürdürülebilir İşletme Yaşamını olumlu yönde etkilemektedir.

H₅: Sosyo-duygusal Zenginlik, İnovasyon Yeteneğini olumlu yönde etkilemektedir.

H₆: Sosyo-duygusal Zenginlik bileşenleri, İnovasyon Yeteneğini olumlu yönde etkilemektedir.

H₇: İnovasyon Yeteneği, Rekabet Avantajını olumlu yönde etkilemektedir.

**AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ:
İNNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ**

*The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability*

H₈: İnovasyon Yeteneği, Sürdürülebilir İşletme Yaşamını Olumlu yönde etkilemektedir.

H₉: Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinde İnovasyon Yeteneğinin kısmi aracılık rolü vardır.

H₁₀: Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinde İnovasyon Yeteneği ve Rekabet Avantajının birlikte aracılık rolleri vardır.

H₁₁: Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına etkisi, İşletmelerin Faaliyet Pazarlarına göre farklıdır.

H₁₂: Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisi, İşletmelerin Faaliyet Pazarlarına göre farklıdır.

H₁₃: Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına etkisi, İşletmelerin Faaliyet Sürelerine göre farklıdır.

H₁₄: Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisi, İşletmelerin Faaliyet Sürelerine göre farklıdır.

H₁₅: Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına etkisi, İşletmelerin Çalışan Sayısına göre farklıdır.

H₁₆: Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisi, İşletmelerin Çalışan Sayısına göre farklıdır.

H₁₇: Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına etkisi, Üst Yöneticinin Ait Olduğu Nesile göre farklıdır.

H₁₈: Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisi, Üst Yöneticinin Ait Olduğu Nesile göre farklıdır.

3.2. Verilerin Analizi

3.2.1. Araştırmaya Katılan Üst Yöneticilerin Çalıştıkları İşletmelere Ait Tanımlayıcı Bilgiler

Araştırma kapsamında üst yönetici konumundaki cevaplayıcılara sosyo-duygusal zenginlik, inovasyon yeteneği, rekabet avantajı ve sürdürülebilir işletme yaşamı ile ilgili soruların yanı sıra işletmelerin faaliyet pazarları, faaliyet gösterdiği sektör, faaliyet süreleri, işletme çalışan sayısı, işletme üst yöneticisi, üst yönetici deneyim süresi ve cinsiyeti gibi sorular da sorulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre dağılım Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4, Tablo 5, Tablo 6 ve Tablo 7'de sırasıyla gösterilmiştir. Tablo 2'de görüleceği üzere, faaliyet pazarları itibarıyla araştırma kapsamına giren aile işletmelerinin yarısından fazlası uluslararası alanda faaliyet gösteren işletme statüsündedir. Katılımcıların üst yönetici olarak görev aldığı işletmelerin %64,8'inin uluslararası düzeyde faaliyet gösterdiği saptanmıştır.

Tablo 2. İşletmelerin Faaliyet Pazarları

| Faaliyet Pazarları | n | Oran (%) |
|--------------------|------------|--------------|
| Bölgesel | 19 | 9,8 |
| Ulusal | 49 | 25,4 |
| Uluslararası | 125 | 64,8 |
| Toplam | 193 | 100,0 |

Tablo 3'te yer alan aile işletmelerinin faaliyet gösterdikleri sektöre yönelik sonuçlar incelendiğinde en fazla %22,8 oranı ile Giyim, Tekstil, Deri sektöründe faaliyet gösteren 44 aile işletmesinin çalışmaya katılım sağladığı görülmektedir. Ayrıca araştırmaya katılan aile işletmelerinin 31'i yani %16,1'i Diğer,

24'ü yani %12,4'ü ise Mak.teçh.-Metal Eşya sektöründe çoğunluk olarak faaliyet göstermektedir.

Tablo 3. İşletmelerin Faaliyet Gösterdiği Sektörler

| Faaliyet Gösterdiği Sektör | n | Oran (%) |
|----------------------------|------------|--------------|
| Giyim, Tekstil, Deri | 44 | 22,8 |
| Diğer | 31 | 16,1 |
| Mak.teçh.-Metal Eşya | 24 | 12,4 |
| Kimya, Petrol, Lastik | 21 | 10,9 |
| Ana Metal | 20 | 10,4 |
| Mobilya | 14 | 7,3 |
| Gıda, İçecek, Tütün | 13 | 6,7 |
| Ağaç, Kağıt Basım | 11 | 5,7 |
| İlaç, Tıbbi Cihaz | 5 | 2,6 |
| Otomotiv | 5 | 2,6 |
| Bilişim | 4 | 2,1 |
| Telekomünikasyon | 1 | 0,5 |
| Toplam | 193 | 100,0 |

Tablo 4'te yer alan aile işletmelerinin faaliyet süresine yönelik sonuçlar incelendiğinde en fazla 0 ile 25 yıl arası faaliyet süresi olan % 43 oran ile 83 aile işletmesinin çalışmaya katılım sağladığı görülmektedir.

Tablo 4. İşletmelerin Faaliyet Süreleri

| Faaliyet Süreleri | n | Oran (%) |
|-------------------|------------|--------------|
| 0-25 yıl | 83 | 43 |
| 26-50 yıl | 78 | 40,4 |
| 51- + yıl | 32 | 16,6 |
| Toplam | 193 | 100,0 |

Tablo 5'te yer alan aile işletmelerinin çalışan sayısına yönelik sonuçlar incelendiğinde en fazla 50-249 çalışanı olan orta ölçekteki aile işletmelerinin çalışmaya katılım sağladığı görülmektedir. Çalışan sayısı için KOBİ tanımında kullanılan işçi sayısı aralığı dikkate alınmış olup, mali kriterler dikkate alınmamıştır.

Tablo 5. İşletmelerin Çalışan Sayısı

| Çalışan Sayısı | n | Oran (%) |
|----------------|------------|--------------|
| 4-49 | 62 | 32,1 |
| 50-249 | 77 | 39,9 |
| 250- + | 54 | 28 |
| Toplam | 193 | 100,0 |

Tablo 6'da aile işletmelerinin üst yöneticisi ve deneyim sürelerine yönelik sonuçlar gösterilmiştir. Tablo 6 incelendiğinde araştırmaya katılan 99 kişi kurucu, 53 kişi 1. nesil üst yönetici, 29 kişi 2. nesil üst yönetici, 12 kişi 3. nesil üst yönetici statüsündedir. Üst yönetici deneyim süreleri incelendiğinde, kurucu statüsünde olan 52 işletme sahibinin 21 ile 40 yıl arasında bir iş deneyiminin olduğu görülmektedir.

**AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ:
İNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ**
*The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability*

Tablo 6. İşletme Üst Yöneticisi ve Deneyim Süresi

| | | Üst Yönetici Deneyim Süresi | | | Toplam |
|---------------|---------|-----------------------------|-------------|------------|--------|
| | | 3 - 20 yıl | 21 - 40 yıl | 41 - + yıl | |
| Üst yönetici | Kurucu | 35 | 52 | 12 | 99 |
| | 1.Nesil | 31 | 21 | 1 | 53 |
| | 2.Nesil | 21 | 7 | 1 | 29 |
| | 3.Nesil | 6 | 6 | 0 | 12 |
| Toplam | | 93 | 86 | 14 | 193 |

Tablo 7’de yer alan aile işletmelerinin üst yöneticisi ve cinsiyetlerine yönelik sonuçlar incelendiğinde, araştırmaya katılan kurucu ve üst yöneticilerin (1.nesil, 2.nesil, 3.nesil) 31’i kadın ve 162’si erkektir. Bu sonuçlara göre araştırmaya katılan üst yöneticilerin çoğunluğunun erkek olduğu; buna karşın kadın üst yönetici oranının erkek üst yönetici oranına göre düşük olduğu söylenebilir. Aynı zamanda tabloda görüldüğü gibi en fazla 87 kişi ile kurucu statüsünde olan işletme sahipleri erkektir.

Tablo 7. İşletme Üst Yöneticisi ve Cinsiyeti

| | | Cinsiyet | | Toplam |
|---------------|---------|----------|-------|--------|
| | | Erkek | Kadın | |
| Üst Yönetici | Kurucu | 87 | 12 | 99 |
| | 1.Nesil | 44 | 9 | 53 |
| | 2.Nesil | 20 | 9 | 29 |
| | 3.Nesil | 11 | 1 | 12 |
| Toplam | | 162 | 31 | 193 |

3.2.2. Kavramsal Modelde Yer Alan Değişkenlere İlişkin Faktör Analizi

Kavramsal modelde yer alan değişkenlerin bileşen yapılarının özgün ölçeğe uygunluğunu test etmek üzere Açıklayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. Analizde örnek büyüklüğünün yeterliliğini ve verilerin çok değişkenli normal dağılıma uygunluğunu ortaya koyan Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett’s Test of Sphericity kullanılmıştır.

3.2.2.1. Sosyo-duygusal Zenginlik Değişkenine İlişkin Faktör Analizi

Araştırmanın en önemli bağımsız değişkeni olan Sosyo-duygusal Zenginlik değişkeni ölçeği, Açıklayıcı Faktör Analizine tabi tutulmuş olup Asal Bileşenler Yöntemi ve Varimax Rotasyonu ile bileşenleri incelenmiştir. Analizin sonuçlarına göre söz konusu değişkeni oluşturan ölçek maddeleri çok değişkenli normal dağılıma uygun ve örneklem büyüklüğü yeterlidir (KMO= 0,807; Bartlett’s Test of Sphericity $\chi^2=2333,71$, $p<0,01$). Orijinalinde beş alt bileşeni olan bu ölçeğin araştırma içerisinde altı alt bileşene ayrıldığı görülmüştür. Altı bileşenden oluşan yapının toplam açıklanan varyans değeri %60,944 olup faktör yapısı Tablo 8’de gösterilmiştir. Soru maddelerinden SDZSB2 ve SDZSB5’e ait faktör yükleri 0,50’nin altında kaldığı için yapıdan çıkarılmıştır. Bu yapıya göre bileşenler şu şekildedir:

- **Faktör 1:** Aile üyelerinin duygusal bağlılığı
- **Faktör 2:** İşletmenin aile için taşıdığı anlam

- **Faktör 3:** Haleflığın devri yoluyla işletme ile aile bağlarının yenilenmesi
- **Faktör 4:** Ailenin kontrolü ve etkisi
- **Faktör 5:** Aile üyelerinin işletme ile özdeşleşmesi
- **Faktör 6:** Aile üyelerinin işletmeden dolayı elde ettiği bireysel ve sosyal güç

Tablo 8. Sosyo-duygusal Zenginlik Değişkenine İlişkin Faktör Analizi

| | Faktörler | | | | | |
|----------|-----------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| SDZAKE1 | | ,651 | | | | |
| SDZAKE2 | | | | ,726 | | |
| SDZAKE3 | | | | ,624 | | |
| SDZAKE4 | | | | ,536 | | |
| SDZAKE5 | | ,703 | | | | |
| SDZAKE6 | | ,644 | | | | |
| SDZAUIO1 | | ,638 | | | | |
| SDZAUIO2 | | | | | | ,555 |
| SDZAUIO3 | | ,581 | | | | |
| SDZAUIO4 | | | | | ,836 | |
| SDZAUIO5 | | | | | ,532 | |
| SDZAUIO6 | | | | | ,539 | |
| SDZSB3 | | | ,721 | | | |
| SDZSB4 | | | ,601 | | | |
| SDZAUDB1 | | | | ,632 | | |
| SDZAUDB2 | | | | | | ,586 |
| SDZAUDB3 | ,758 | | | | | |
| SDZAUDB4 | ,654 | | | | | |
| SDZAUDB5 | ,807 | | | | | |
| SDZAUDB6 | ,717 | | | | | |
| SDZHD1 | | | ,588 | | | |
| SDZHD2 | | | | | | ,722 |
| SDZHD3 | | | ,692 | | | |
| SDZHD4 | | | ,719 | | | |

3.2.2.2. Rekabet Avantajı Değişkenine İlişkin Faktör Analizi

Rekabet Avantajı değişkeni ölçeği, Açımlayıcı Faktör Analizine tabi tutulmuş olup Asal Bileşenler Yöntemi ve Varimax Rotasyonu ile bileşenleri incelenmiştir. Analizin sonuçlarına göre söz konusu değişkeni oluşturan ölçek maddeleri çok değişkenli normal dağılıma uygun ve örneklem büyüklüğü yeterlidir (KMO= 0,867; Bartlett's Test of Sphericity $\chi^2=1873,95$, $p<0,01$). Üç bileşenden oluşan yapının toplam açıklanan varyans değeri %68,932 olup faktör yapısı Tablo 9'da gösterilmiştir. Bu yapıya göre bileşenler şu şekildedir:

- **Faktör 1:** Hizmet mükemmeliği
- **Faktör 2:** Mamul temelli avantaj
- **Faktör 3:** Maliyet avantajı

AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ:
İNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ
The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability

Tablo 9. Rekabet Avantajı Değişkenine İlişkin Faktör Analizi

| | Faktörler | | |
|-------------|-----------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 |
| RADMAL | | | ,911 |
| RADFIYAT | | | ,901 |
| RAMAMULFARK | | ,798 | |
| RAMBLJ | | ,790 | |
| RATSRM | | ,884 | |
| RASTIL | | ,837 | |
| RAMAMULK | ,716 | | |
| RAKOLULAS | ,638 | | |
| RAGENMAMUL | | ,735 | |
| RAGUVEN | ,822 | | |
| RAESNK | ,593 | | |
| RAYENI | ,734 | | |
| RATESLHIZ | ,785 | | |
| RATEKNIKDES | ,705 | | |
| RAMUDE | ,859 | | |

3.2.2.3. Sürdürülebilir İşletme Yaşamı Değişkenine İlişkin Faktör Analizi

Sürdürülebilir işletme yaşamı değişken ölçeği, Açıklayıcı Faktör Analizine tabi tutulmuş olup Asal Bileşenler Yöntemi ve Varimax Rotasyonu ile bileşenleri incelenmiştir. Analizin sonuçlarına göre söz konusu değişkeni oluşturan ölçek maddeleri çok değişkenli normal dağılıma uygun ve örneklem büyüklüğü yeterlidir (KMO= 0,903; Bartlett's Test of Sphericity $\chi^2=3345,30$, $p<0,01$). Beş bileşenden oluşan yapının toplam açıklanan varyans değeri %69,115 olup faktör yapısı Tablo 10'da gösterilmiştir. Soru maddelerinden SURYASMO2, faktör yükünün 0,50'nin altında olması nedeniyle yapıdan çıkarılmıştır. Bu yapıya göre bileşenler şu şekildedir:

- **Faktör 1:** Finansal güç
- **Faktör 2:** Müşteri odaklılık
- **Faktör 3:** Stratejik bakış açısı
- **Faktör 4:** Öğrenme ve büyüme
- **Faktör 5:** İçsel yetenekler

Tablo 10. Sürdürülebilir İşletme Yaşamı Değişkenine İlişkin Faktör Analizi

| | Faktörler | | | | |
|-------------|-----------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| SURYASSBA1 | | | ,884 | | |
| SURYASSBA2 | | | ,854 | | |
| SURYASSBA3 | | | ,660 | | |
| SURYASSBA4 | | ,587 | | | |
| SURYASSBA5 | | | ,567 | | |
| SURYASMO3 | | ,799 | | | |
| SURYASMO4 | | ,593 | | | |
| SURYASMO5 | | ,782 | | | |
| SURYASFGUC1 | ,588 | | | | |
| SURYASFGUC2 | ,862 | | | | |
| SURYASFGUC3 | ,885 | | | | |
| SURYASFGUC4 | ,812 | | | | |
| SURYASFGUC5 | ,697 | | | | |
| SURYASFGUC6 | ,644 | | | | |
| SURYASFGUC7 | ,803 | | | | |
| SURYASOB1 | | | | ,545 | |
| SURYASOB2 | | | | ,821 | |
| SURYASOB3 | | | | ,575 | |
| SURYASICY2 | | | | | ,550 |
| SURYASICY3 | | | | | ,587 |
| SURYASICY4 | | | | | ,559 |
| SURYASICY5 | | ,541 | | | |
| SURYASICY6 | | | | | ,796 |

3.2.3. Kavramsal Modelde Yer Alan Değişkenlere İlişkin Güvenilirlik Analizi

Araştırmanın kavramsal modelinde yer alan değişkenlere ilişkin ölçeklerin güvenilirlik analizi, Açıklayıcı Faktör Analizi sonrası Cronbach's Alpha ile ölçülmüş olup sonuçlar Tablo 11'de gösterilmiştir. Analizde güvenilirlik katsayısını yükseltmek üzere Sosyo-duygusal Zenginlik ölçeğinden SDZSB1, Sürdürülebilir Yaşam ölçeğinden SURYASMO1, SURYASMO6, SURYASOB4 ve SURYASICY1 ve İnovasyon Yeteneği ölçeğinden INOVRISK soruları çıkarılmıştır. Tablo 11'de görüleceği üzere, bileşenleriyle birer yapı oluşturan sosyo-duygusal zenginlik, rekabet avantajı, inovasyon yeteneği ve sürdürülebilir işletme yaşamı değişkenlerine ilişkin ölçeklerde güvenilirlik katsayısı yüksek çıkmış olup, bu ölçeklerin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir.

**AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ:
İNNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ**
*The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability*

Tablo 11. Kavramsal Modelde Yeralan Değişkenlere İlişkin Güvenilirlik Analizi

| Değişkenler | Soru Sayısı | Cronbach's Alpha |
|---|-------------|------------------|
| Sosyo-duygusal Zenginlik | 24 | 0,875 |
| **Aile üyelerinin duygusal bağlılığı | 4 | 0,846 |
| **İşletmenin aile için taşıdığı anlam | 5 | 0,792 |
| **Haleflüğün devri yoluyla işletme ile aile bağlarının yenilenmesi | 5 | 0,769 |
| **Ailenin kontrol ve etkisi | 4 | 0,761 |
| **Aile üyelerinin işletme ile özdeşleşmesi | 3 | 0,659 |
| **Aile üyelerinin işletmeden dolayı elde ettikleri bireysel ve sosyal güç | 3 | 0,595 |
| İnovasyon Yeteneği | 5 | 0,73 |
| Rekabet Avantajı | 15 | 0,878 |
| **Hizmet mükemmelliği | 8 | 0,887 |
| **Mamul temelli avantaj | 5 | 0,9 |
| **Maliyet Avantajı | 2 | 0,834 |
| Sürdürülebilir İşletme Yaşamı | 23 | 0,941 |
| **Finansal güç | 7 | 0,927 |
| **Müşteri odaklılık | 3 | 0,762 |
| **Stratejik bakış açısı | 5 | 0,844 |
| **Öğrenme ve büyüme | 3 | 0,805 |
| **İçsel yetenekler | 5 | 0,799 |

3.2.4. Kavramsal Modelde Yer Alan Değişkenlere İlişkin Regresyon Analizi

Regresyon analizi ile kavramsal modelde yer alan değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olup olmadığı, bağımlı değişkenin bağımsız değişkenden ne derece etkilendiğini tespit etmek hedeflenmiştir. Söz konusu değişkenlere yönelik regresyon analizi sonuçları aşağıdaki bölümlerde yer almaktadır.

3.2.4.1. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Sosyo-duygusal Zenginliğin, Rekabet Avantajına etkisi Basit Regresyon Analizi ile test edilmiş; elde edilen sonuçlar Tablo 12'de gösterilmiştir. Sosyo-duygusal Zenginliğin, Rekabet Avantajı ile ilişkisini gösteren korelasyon katsayısı 0,287, determinasyon katsayısı ise 0,082'dir. Analiz sonuçları doğrultusunda iki değişken arasındaki ilişkinin $R=0,287$ ile zayıf olduğu anlaşılmaktadır. Tablo 12'deki ANOVA sonuçlarına göre etkinin %1 önem derecesinde anlamlı olduğu saptanmış olup Sosyo-duygusal Zenginlik, Rekabet Avantajını olumlu yönde etkilemektedir. Dolayısıyla H_1 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 12. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Tahminin Standart Hatası | | |
|------------------|-------------------|----------------|----------------------------|--------------------------|--------|------|
| I | .287 | .082 | .077 | .41588 | | |
| Model | Karelerin Toplamı | df | Karelerin Ortalaması | F | p | |
| Regresyon | 2.954 | 1 | 2.954 | 17.080 | .000 | |
| Artık | 33.034 | 191 | .173 | | | |
| Toplam | 35.989 | 192 | | | | |
| Model B | Katsayılar | | Standardize Katsayılar | | t | p |
| | Standart Hata | Beta | | | | |
| Sabit | 3.155 | .251 | | | 12.565 | .000 |
| SDZ | .258 | .062 | .287 | | 4.133 | .000 |

SDZ: Sosyo duygusal Zenginlik

Sosyo-duygusal Zenginlik bileşenlerinin, Rekabet Avantajına etkisi Çoklu Regresyon Analizi ile test edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 13'te gösterilmiştir. Elde edilen p değerinin 0.05'ten küçük olması istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığının göstergesi olarak kabul edilir. Bu sonuca göre, regresyon katsayısı β değeri %5 önem derecesinde anlamlı çıkan iki bileşen Halefliğin devri yoluyla işletme ile aile bağlarının yenilenmesi (SDHD) ve Aile üyelerinin işletmeden dolayı elde ettikleri bireysel ve sosyal güç (SDGU) olduğundan H_2 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 13. Sosyo-duygusal Zenginlik Bileşenlerinin Rekabet Avantajına Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Tahminin Standart Hatası | | | Eşkökenlik İstatistikleri |
|------------------|-------------------|----------------|----------------------------|--------------------------|--------|------------|---------------------------|
| I | .335 | .112 | .084 | .41446 | | | |
| Model | Karelerin Toplamı | df | Karelerin Ortalaması | F | p | | |
| Regresyon | 4.039 | 6 | .673 | 3.919 | .001 | | |
| Artık | 31.950 | 186 | .172 | | | | |
| Toplam | 35.989 | 192 | | | | | |
| Model B | Katsayılar | | Standardize Katsayılar | | t | p Tolerans | VIF |
| | Standart Hata | Beta | | | | | |
| Sabit | 3.016 | .323 | | | 9.334 | .000 | |
| SDDB | .010 | .062 | .015 | | .169 | .866 | .590 |
| SDAN | -.089 | .080 | -.110 | | -1.111 | .268 | .489 |
| SDHD | .175 | .072 | .200 | | 2.418 | .017 | .697 |
| SDKE | .054 | .048 | .111 | | 1.141 | .255 | .509 |
| SDOZ | .040 | .041 | .080 | | .973 | .332 | .706 |
| SDGU | .102 | .052 | .168 | | 1.985 | .049 | .664 |

SDDB: Aile üyelerinin duygusal bağlılığı, SDAN: İşletmenin aile için taşıdığı anlam, SDHD: Halefliğin devri yoluyla işletme ile aile bağlarının yenilenmesi, SDKE: Ailenin kontrol ve etkisi, SDOZ: Aile üyelerinin işletme ile özdeşleşmesi, SDGU: Aile üyelerinin işletmeden dolayı elde ettikleri bireysel ve sosyal güç

AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ:
İNNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ
The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability

3.2.4.2.Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Sosyo-duygusal Zenginliğin, Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisi Basit Regresyon Analizi ile test edilmiş; elde edilen sonuçlar Tablo 14'te gösterilmiştir. Sosyo-duygusal Zenginliğin, Sürdürülebilir İşletme Yaşamı ile ilişkisini gösteren korelasyon katsayısı 0,211, determinasyon katsayısı ise 0,044'dür. Analiz sonuçları doğrultusunda iki değişken arasındaki ilişkinin R=0,211 ile zayıf olduğu anlaşılmaktadır. Tablo 14'deki ANOVA sonuçlarına göre etkinin %1 önem derecesinde anlamlı olduğu görüldüğünden bu sonuca göre Sosyo-duygusal Zenginlik, Sürdürülebilir İşletme Yaşamını olumlu yönde etkilemektedir. Dolayısıyla H₃ hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 14. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Tahminin Standart Hatası | | |
|-----------|---------------|-------------------|----------------------------|--------------------------|--------|------|
| 1 | .211 | .044 | .039 | .39837 | | |
| Model | | Karelerin Toplamı | df | Karelerin Ortalaması | F | p |
| Regresyon | | 1.410 | 1 | 1.410 | 8.888 | .003 |
| Artık | | 30.311 | 191 | .159 | | |
| Toplam | | 31.722 | 192 | | | |
| Model B | Katsayılar | | Standardize Katsayılar | t | p | |
| | Standart Hata | Beta | | | | |
| Sabit | | 3.721 | .240 | | 15.474 | .000 |
| SDZ | | .178 | .060 | .211 | 2.981 | .003 |

SDZ: Sosyo-duygusal Zenginlik

Sosyo-duygusal Zenginlik bileşenlerinin, Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisi Çoklu Regresyon Analizi ile test edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 15'te gösterilmiştir. Bileşenlere ilişkin regresyon katsayılarının anlamlılık düzeyi dikkate alındığında, Aile üyelerinin duygusal bağlılığı (SDDDB), İşletmenin aile için taşıdığı anlam (SDAN), Haleflüğün devri yoluyla işletme ile aile bağlarının yenilenmesi (SDHD) ve Ailenin kontrol ve etkisi (SDKE) bileşenlerine ilişkin katsayıların anlamlı olduğu saptanmış olup H₄ hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 15. Sosyo-duygusal Zenginlik Bileşenlerinin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Tahminin Standart Hatası | | |
|-----------|------|-------------------|----------------------------|--------------------------|--------|------|
| 1 | .577 | .333 | .312 | .33724 | | |
| Model | | Karelerin Toplamı | df | Karelerin Ortalaması | F | p |
| Regresyon | | 10.568 | 6 | 1.761 | 15.487 | .000 |
| Artık | | 21.154 | 186 | .114 | | |
| Toplam | | 31.722 | 192 | | | |

| Model B | Katsayılar | | Standardize Katsayılar | t | p Tolerans | Eşkökenlik İstatistikleri | |
|---------|---------------|------|------------------------|--------|------------|---------------------------|-------|
| | Standart Hata | Beta | | | | VIF | |
| Sabit | 2.573 | .263 | | 9.784 | .000 | | |
| SDDB | .154 | .050 | .238 | 3.050 | .003 | .590 | 1.695 |
| SDAN | .188 | .065 | .249 | 2.905 | .004 | .489 | 2.043 |
| SDHD | .253 | .059 | .308 | 4.295 | .000 | .697 | 1.434 |
| SDKE | -.197 | .039 | -.427 | -5.088 | .000 | .509 | 1.965 |
| SDOZ | .031 | .034 | .066 | .923 | .357 | .706 | 1.416 |
| SDGU | -.027 | .042 | -.048 | -.652 | .515 | .664 | 1.507 |

SDDB: Aile üyelerinin duygusal bağlılığı, SDAN: İşletmenin aile için taşıdığı anlam, SDHD: Haleflüğün devri yoluyla işletme ile aile bağlarının yenilenmesi, SDKE: Ailenin kontrol ve etkisi, SDOZ: Aile üyelerinin işletme ile özdeşleşmesi, SDGU: Aile üyelerinin işletmeden dolayı elde ettikleri bireysel ve sosyal güç

3.2.4.3. Sosyo-duygusal Zenginliğin İnovasyon Yeteneğine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

Sosyo-duygusal Zenginliğin, İnovasyon Yeteneğine etkisi Basit Regresyon Analizi ile test edilmiş; elde edilen sonuçlar Tablo 16'da gösterilmiştir. Sosyo-duygusal Zenginliğin, İnovasyon Yeteneği ile ilişkisini gösteren korelasyon katsayısı 0,160, determinasyon katsayısı ise 0,026'dır. Analiz sonuçları doğrultusunda iki değişken arasındaki ilişkinin R=0,160 ile zayıf olduğu anlaşılmaktadır. Tablo 16'daki ANOVA sonuçlarına göre %1 önem derecesinde Sosyo-duygusal Zenginlik, İnovasyon Yeteneğini olumlu yönde etkilemektedir. Dolayısıyla bu sonuca göre H₅ hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 16. Sosyo-duygusal Zenginliğin İnovasyon Yeteneğine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Tahminin Standart Hatası | | |
|-----------|-------------------|----------------|----------------------------|--------------------------|------|--|
| 1 | .160 | .026 | .021 | .54825 | | |
| Model | Karelerin Toplamı | df | Karelerin Ortalaması | F | p | |
| Regresyon | 1.511 | 1 | 1.511 | 5.028 | .026 | |
| Artık | 57.411 | 191 | .301 | | | |
| Toplam | 58.922 | 192 | | | | |
| Model B | Katsayılar | | Standardize Katsayılar | t | p | |
| | Standart Hata | Beta | | | | |
| Sabit | 3.411 | .331 | | 10.307 | .000 | |
| SDZ | .185 | .082 | .160 | 2.242 | .026 | |

SDZ: Sosyo-duygusal Zenginlik

Sosyo-duygusal Zenginlik bileşenlerinin, İnovasyon Yeteneğine etkisi Çoklu Regresyon Analizi ile test edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 17'de gösterilmiştir. Regresyon katsayıları %5 önem derecesinde anlamlı çıkan Aile üyelerinin duygusal bağlılığı (SDDB), Haleflüğün devri yoluyla işletme ile aile bağlarının yenilenmesi (SDHD) ve Ailenin kontrol ve etkisi (SDKE) bileşenlerinin etkisinin olduğu saptanmış olup; H₆ hipotezi desteklenmiştir.

**AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ:
İNNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ**
*The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability*

Tablo 17. Sosyo-duygusal Zenginlik Bileşenlerinin İnnovasyon Yeteneğine Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Tahminin Standart Hatası | | | |
|------------------|---------------|-------------------|----------------------------|--------------------------|------------|---------------------------|-------|
| 1 | .422 | .178 | .152 | .51017 | | | |
| Model | | Karelerin Toplamı | df | Karelerin Ortalaması | F | p | |
| Regresyon | | 10.510 | 6 | 1.752 | 6.730 | .000 | |
| Artık | | 48.412 | 186 | .260 | | | |
| Toplam | | 58.922 | 192 | | | | |
| Model B | Katsayılar | | Standardize Katsayılar | t | p Tolerans | Eşkökenlik İstatistikleri | |
| | Standart Hata | Beta | | | | VIF | |
| Sabit | 2.648 | .398 | | 6.656 | .000 | | |
| SDDB | .245 | .076 | .278 | 3.211 | .002 | .590 | 1.695 |
| SDAN | -.031 | .098 | -.030 | -.318 | .750 | .489 | 2.043 |
| SDHD | .229 | .089 | .205 | 2.579 | .011 | .697 | 1.434 |
| SDKE | -.152 | .059 | -.242 | -2.596 | .010 | .509 | 1.965 |
| SDOZ | .081 | .051 | .126 | 1.588 | .114 | .706 | 1.416 |
| SDGU | -.033 | .064 | -.042 | -.512 | .610 | .664 | 1.507 |

SDDB: Aile üyelerinin duygusal bağlılığı, SDAN: İşletmenin aile için taşıdığı anlam, SDHD: Haleflüğün devri yoluyla işletme ile aile bağlarının yenilenmesi, SDKE: Ailenin kontrol ve etkisi, SDOZ: Aile üyelerinin işletme ile özdeşleşmesi, SDGU: Aile üyelerinin işletmeden dolayı elde ettikleri bireysel ve sosyal güç

3.2.4.4. İnnovasyon Yeteneğinin Rekabet Avantajına Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

İnnovasyon Yeteneğinin, Rekabet Avantajına etkisi Basit Regresyon Analizi ile test edilmiş; elde edilen sonuçlar Tablo 18'de gösterilmiştir. İnnovasyon Yeteneğinin, Rekabet Avantajı ile ilişkisini gösteren korelasyon katsayısı 0,424, determinasyon katsayısı ise 0,179'dur. Analiz sonuçları doğrultusunda iki değişken arasındaki ilişkinin R=0,424 ile zayıf düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Tablo 18'deki ANOVA sonuçlarına göre etki %1 önem derecesinde anlamlı olup İnnovasyon Yeteneği, Rekabet Avantajını olumlu ve anlamlı yönde etkilemektedir. Bu sonuca göre H₇ hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 18. İnnovasyon Yeteneğinin Rekabet Avantajına Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Tahminin Standart Hatası | | |
|------------------|------|-------------------|----------------------------|--------------------------|--------|------|
| 1 | .424 | .179 | .175 | .39320 | | |
| Model | | Karelerin Toplamı | df | Karelerin Ortalaması | F | p |
| Regresyon | | 6.458 | 1 | 6.458 | 41.771 | .000 |
| Artık | | 29.530 | 191 | .155 | | |
| Toplam | | 35.989 | 192 | | | |

| Model B | Katsayılar | | Standardize Katsayılar | t | p |
|------------|---------------|------|------------------------|--------|------|
| | Standart Hata | Beta | | | |
| Sabit | 2.811 | .214 | | 13.115 | .000 |
| IY | .331 | .051 | .424 | 6.463 | .000 |

IY: İnovasyon Yeteneği

3.2.4.5. İnovasyon Yeteneğinin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisine İlişkin Regresyon Analizi

İnovasyon Yeteneğinin, Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisi Basit Regresyon Analizi ile test edilmiş; elde edilen sonuçlar Tablo 19'da gösterilmiştir. İnovasyon Yeteneğinin, Sürdürülebilir İşletme Yaşamı ile ilişkisini gösteren korelasyon katsayısı 0,623, determinasyon katsayısı ise 0,388'dir. Analiz sonuçları doğrultusunda iki değişken arasındaki ilişkinin $R=0,623$ ile orta düzeyde olduğu anlaşılmaktadır. Tablo 19'daki ANOVA sonuçlarına göre etki, %1 önem derecesinde anlamlı olduğundan İnovasyon Yeteneği, Sürdürülebilir İşletme Yaşamını olumlu ve anlamlı yönde etkilemektedir. Bu sonuca göre H_8 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 19. İnovasyon Yeteneğinin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Model | R | R ² | Düzeltilmiş R ² | Tahminin Standart Hatası | | |
|------------|-------------------|----------------|----------------------------|--------------------------|------|--|
| 1 | .623 | .388 | .384 | .31891 | | |
| Model | Karelerin Toplamı | df | Karelerin Ortalaması | F | p | |
| Regresyon | 12.296 | 1 | 12.296 | 120.901 | .000 | |
| Artık | 19.426 | 191 | .102 | | | |
| Toplam | 31.722 | 192 | | | | |
| Model B | Katsayılar | | Standardize Katsayılar | t | p | |
| | Standart Hata | Beta | | | | |
| Sabit | 2.538 | .174 | | 14.598 | .000 | |
| IY | .457 | .042 | .623 | 10.995 | .000 | |

IY: İnovasyon Yeteneği

3.2.4.6. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinde İnovasyon Yeteneğinin Aracılık Rolüne İlişkin Regresyon Analizi

Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinde İnovasyon Yeteneğinin Aracılık Rolü Baron ve Kenny Modeline göre test edilmiş olup elde edilen sonuçlar Tablo 20'de gösterilmiştir. Tablo 20'de görüldüğü üzere Baron ve Kenny Modeline göre gerekli koşulların sağlandığı saptanmıştır. Analiz sonuçlarına göre etkinin %5 önem derecesinde anlamlı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına etkisinde regresyon katsayısı $B= 0,258$, İnovasyon Yeteneği modele alındığında 0,202'ye düşmektedir. Dolayısıyla Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinde İnovasyon Yeteneğinin kısmi aracılık rolü olduğu H_9 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 20. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinde İnovasyon Yeteneğinin Aracılık Rolüne İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Regresyon Modelleri | F | p | Sosyo-duygusal Zenginlik Regresyon Katsayısı | |
|---|--------|-------|--|-------|
| | | | B | p |
| Sosyo-duygusal Zenginlik --> Rekabet Avantajı | 17,080 | 0,000 | 0,258 | 0,000 |
| Sosyo-duygusal Zenginlik --> İnovasyon Yeteneği | 5,028 | 0,026 | | |
| İnovasyon Yeteneği--> Rekabet Avantajı | 41,771 | 0,000 | | |
| Sosyo-duygusal Zenginlik + İnovasyon Yeteneği--> Rekabet Avantajı | 28,140 | 0,000 | 0,202 | 0,001 |

3.2.4.7. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinde İnovasyon Yeteneğinin Aracılık Rolüne İlişkin Regresyon Analizi

Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinde İnovasyon Yeteneğinin Aracılık Rolü Çoklu Regresyon Analizi ile test edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 21’de gösterilmiştir. Tablo 21’de görüldüğü üzere Baron ve Kenny Modeline göre gerekli koşulların sağlandığı saptanmıştır. Analiz sonuçlarına göre etkinin %5 önem derecesinde anlamlı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinde regresyon katsayısı B= 0,178, İnovasyon Yeteneği modele alındığında 0,096’ya düşmektedir. Dolayısıyla Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinde İnovasyon Yeteneğinin kısmi aracılık rolü olduğu H_{10} hipotezi ile desteklenmiştir.

Tablo 21. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinde İnovasyon Yeteneğinin Aracılık Rolüne İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Regresyon Modelleri | F | p | Sosyo-duygusal Zenginlik Regresyon Katsayısı | |
|--|---------|-------|--|-------|
| | | | B | p |
| Sosyo-duygusal Zenginlik --> Sürdürülebilir İşletme Yaşamı | 8,888 | 0,003 | 0,178 | 0,003 |
| Sosyo-duygusal Zenginlik --> İnovasyon Yeteneği | 5,028 | 0,026 | | |
| İnovasyon Yeteneği--> Sürdürülebilir İşletme Yaşamı | 120,901 | 0,000 | | |
| Sosyo-duygusal Zenginlik + İnovasyon Yeteneği--> Sürdülebilir İşletme Yaşamı | 63,414 | 0,000 | 0,096 | 0,000 |

3.2.4.8. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinde İnovasyon Yeteneği ve Rekabet Avantajının Aracılık Rollerine İlişkin Regresyon Analizi

Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinde İnovasyon Yeteneği ve Rekabet Avantajının aracı rolü Baron ve Kenny Modeli kullanılarak test edilmiştir. Rekabet Avantajının, modelde aracılık rolüne sahip olabileceği varsayımından hareket edilmiştir. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinde İnovasyon Yeteneğinin aracılık etkisi, Tablo 22’de gösterilen analiz sonuçlarına göre doğrulanmıştır. Rekabet Avantajının aracılık etkisine ilişkin analiz sonuçları Tablo 22’de yer almaktadır. Aracılık etkisi için gerekli koşulların sağlandığı saptanmış olup Rekabet Avantajı

modele alındığında Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisini gösteren regresyon katsayısı, B=0,178'den 0,111'e düşmüş ve %5 önem derecesinde anlamlı olmadığı görülmüştür. Başka bir ifadeyle rekabet avantajının söz konusu etkide tam aracılık rolü olduğu saptanmıştır.

Tablo 22. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinde Rekabet Avantajının Aracılık Rolüne İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Regresyon Modelleri | F | p | Sosyo-duygusal Zenginlik Regresyon Katsayısı | |
|--|--------|-------|--|-------|
| | | | B | p |
| Sosyo-duygusal Zenginlik --> Sürdürülebilir İşletme Yaşamı | 8,888 | 0,003 | 0,178 | 0,003 |
| Sosyo-duygusal Zenginlik --> Rekabet Avantajı | 17,080 | 0,000 | | |
| Rekabet Avantajı--> Sürdürülebilir İşletme Yaşamı | 21,101 | 0,000 | | |
| Sosyo-duygusal Zenginlik + Rekabet Avantajı--> Sürdürülebilir İşletme Yaşamı | 12,381 | 0,000 | 0,111 | 0,067 |

Bu çerçevede İnovasyon Yeteneği ve Rekabet Avantajının ardışık aracılık rollerini test etmek üzere yapılan analizlerin sonuçları Tablo 23'te gösterilmiştir. Modele İnovasyon Yeteneği eklendiğinde Sosyo-duygusal Zenginlik regresyon katsayısı 0,178'den 0,096'ya düşerken katsayı anlamlı olduğundan İnovasyon Yeteneğinin kısmi aracılık etkisi söz konusu iken, modele rekabet Avantajı da eklendiğinde Sosyo-duygusal Zenginlik regresyon katsayısı 0,090'a düşmekte ve %5 önem derecesinde anlamsız olduğu görülmektedir. Buna göre Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinde İnovasyon Yeteneği ve Rekabet Avantajının aracılık rolleri tam olarak desteklenmiştir.

Tablo 23. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinde İnovasyon Yeteneği ve Rekabet Avantajının Aracılık Rolerine İlişkin Regresyon Analizi Sonuçları

| Regresyon Modelleri | F | p | Sosyo-duygusal Zenginlik Regresyon Katsayısı | |
|--|--------|-------|--|-------|
| | | | B | p |
| Sosyo-duygusal Zenginlik --> Sürdürülebilir İşletme Yaşamı | 8,888 | 0,003 | 0,178 | 0,003 |
| Sosyo-duygusal Zenginlik + İnovasyon Yeteneği --> Sürdürülebilir İşletme Yaşamı | 63,414 | 0,000 | 0,096 | 0,000 |
| Sosyo-duygusal Zenginlik + İnovasyon Yeteneği + Rekabet Avantajı --> Sürdürülebilir İşletme Yaşamı | 42,216 | 0,000 | 0,090 | 0,072 |

3.2.5. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajı ve Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinin Kontrol Değişkenlerine Göre Farklarının Testi

Kavramsal modelin bağımsız değişkeni olan Sosyo-duygusal Zenginliğin bağımlı değişkenler Rekabet Avantajı ve Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinin Faaliyet Pazarlarına, Faaliyet Sürelerine, Çalışan Sayısına ve Üst Yöneticinin Ait Olduğu Nesile Göre Farklılık Testleri ele alınmıştır.

**AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ:
İNNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ**

*The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability*

3.2.5.1. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinin İşletmelerin Faaliyet Pazarlarına Göre Farklılık Testi

Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına etkisinin işletmelerin faaliyet pazarlarına göre farklılıkları regresyon analizi ile test edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 24'te gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre söz konusu etki, %5 önem derecesinde bölgesel ve uluslararası alanda faaliyet gösteren işletmelerde anlamlı iken, ulusal düzeyde çalışan işletmelerde anlamlı çıkmamıştır. Diğer bir ifadeyle, Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisi, faaliyet pazarlarına göre farklılık göstermektedir. Bu sonuca göre H11 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 24. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinin İşletmelerin Faaliyet Pazarlarına Göre Farklılık Testi Sonuçları

| Faaliyet Pazarları | F | p | SDZ | |
|--------------------|--------|------|------|------|
| | | | B | p |
| Bölgesel | 4.779 | .043 | .516 | .043 |
| Ulusal | 3.509 | .067 | .265 | .067 |
| Uluslararası | 13.117 | .000 | .252 | .000 |

3.2.5.2. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinin İşletmelerin Faaliyet Pazarlarına Göre Farklılık Testi

Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinin işletmelerin faaliyet pazarlarına göre farklılıkları regresyon analizi ile test edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 25'te gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre söz konusu etki sadece bölgesel faaliyet gösteren işletmelerde %5 önem derecesinde anlamlı çıkmıştır. Diğer bir ifadeyle Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisi işletmelerin Faaliyet Pazarlarına göre farklılık göstermektedir. Bu sonuca göre H₁₂ hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 25. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinin İşletmelerin Faaliyet Pazarlarına Göre Farklılık Testi Sonuçları

| Faaliyet Pazarları | F | p | SDZ | |
|--------------------|--------|------|------|------|
| | | | B | p |
| Bölgesel | 21.955 | .000 | .754 | .000 |
| Ulusal | 2.672 | .109 | .206 | .109 |
| Uluslararası | 2.422 | .122 | .111 | .122 |

3.2.5.3. Sosyo-Duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinin İşletmelerin Faaliyet Sürelerine Göre Farklılık Testi

Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına etkisinin işletmelerin faaliyet sürelerine göre farklılıkları regresyon analizi ile test edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 26'da gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, 0-25 yıl ve 26-50 yıl arasındaki faaliyet sürelerine sahip aile işletmelerinde bu etkinin, %5 önem derecesinde anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir ifadeyle Sosyo-duygusal Zenginliğin

Rekabet Avantajına etkisi işletmelerin faaliyet sürelerine göre farklılık göstermektedir. Bu sonuca göre H_{13} hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 26. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinin İşletmelerin Faaliyet Sürelerine Göre Farklılık Testi

| Faaliyet Süreleri | F | p | SDZ | |
|-------------------|-------|------|------|------|
| | | | B | p |
| 0-25 Yıl | 8.050 | .006 | .297 | .006 |
| 26-50 Yıl | 8.773 | .004 | .272 | .004 |
| 51 -+ Yıl | .720 | .403 | .121 | .403 |

3.2.5.4. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinin İşletmelerin Faaliyet Sürelerine Göre Farklılık Testi

Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinin işletmelerin faaliyet sürelerine göre farklılıkları regresyon analizi ile test edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 27’de gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, üç farklı faaliyet süresine sahip aile işletmelerinde söz konusu etki %5 önem derecesinde anlamlı çıkmıştır. Bu sonuca göre H_{14} hipotezi desteklenmiştir. Regresyon katsayıları incelendiğinde, 0-25 yıllık faaliyet sürelerine sahip işletmelerde katsayı diğerlerine göre yüksek iken, 51 yıl ve daha üzeri faaliyet gösteren aile işletmelerinde Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisi gösteren regresyon katsayısının negatif olduğu saptanmıştır. Başka bir anlatımla, aile işletmelerinin yaşam süreleri uzadıkça, Sosyo-duygusal Zenginliğin ters yönde bir etkisi olduğu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 27. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinin İşletmelerin Faaliyet Sürelerine Göre Farklılık Testi

| Faaliyet Süreleri | F | p | SDZ | |
|-------------------|--------|------|-------|------|
| | | | B | p |
| 0-25 Yıl | 11.165 | .001 | .305 | .001 |
| 26-50 Yıl | 8.577 | .004 | .260 | .004 |
| 51 -+ Yıl | 6.359 | .017 | -.297 | .017 |

3.2.5.5. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinin İşletmelerin Çalışan Sayısına Göre Farklılık Testi

Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına etkisinin işletmelerin çalışan sayısına göre farklılıkları regresyon analizi ile test edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 28’de gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, her üç grupta %5 önem derecesinde söz konusu etkiyi gösteren regresyon katsayıları anlamlı çıkmış olup 4-49 çalışanı olan ve 50-249 çalışanı olan aile işletmelerinde farklı değerler olmamakla birlikte 250 ve üzeri çalışanı olan işletmelerde etki, diğerlerine göre daha yüksektir. Bu sonuca göre H_{15} hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 28. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinin İşletmelerin Çalışan Sayısına Göre Farklılık Testi

| Çalışan Sayısı | F | p | SDZ | |
|----------------|-------|------|------|------|
| | | | B | p |
| 4 - 49 | 5.099 | .028 | .243 | .028 |
| 50 - 249 | 4.919 | .030 | .224 | .030 |
| 250 -+ | 9.057 | .004 | .415 | .004 |

3.2.5.6. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinin Üst Yöneticinin Ait Olduğu Nesile Göre Farklılık Testi

Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinin işletmelerin çalışan sayısına göre farklılıkları regresyon analizi ile test edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 29'da gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, 4-49 çalışanı olan işletmelerde bu etki, diğerlerine göre daha yüksek iken, 250 ve daha üzeri çalışanı olan aile işletmelerinde söz konusu etki %5 önem derecesinde anlamlı çıkmamıştır. Bu sonuca göre H16 hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 29. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinin İşletmelerin Çalışan Sayısına Göre Farklılık Testi

| Çalışan Sayısı | F | p | SDZ | |
|----------------|-------|------|------|------|
| | | | B | p |
| 4 - 49 | 8.990 | .004 | .310 | .004 |
| 50 - 249 | 7.864 | .006 | .217 | .006 |
| 250 -+ | 2.957 | .091 | .230 | .091 |

3.2.5.7. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinin Üst Yöneticinin Ait Olduğu Nesile Göre Farklılık Testi

Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına etkisinin üst yöneticinin ait olduğu nesile göre farklılıkları regresyon analizi ile test edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 30'da gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, kurucu ve birinci neslin üst yönetici olduğu aile işletmelerinde bu etki anlamlı iken, ikinci ve üçüncü nesil aile üyesinin üst yönetici olduğu işletmelerde söz konusu etki %5 önem derecesinde anlamlı çıkmamıştır. Bu sonuca göre H₁₇ hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 30. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisinin Üst Yöneticinin Ait Olduğu Nesile Göre Farklılık Testi

| Üst Yöneticinin Ait Olduğu Nesil | F | p | SDZ | |
|----------------------------------|-------|------|------|------|
| | | | B | p |
| Kurucu | 7.997 | .006 | .242 | .006 |
| 1. Nesil | 6.515 | .014 | .273 | .014 |
| 2. Nesil | 1.594 | .218 | .219 | .218 |
| 3. Nesil | 1.986 | .189 | .630 | .189 |

3.2.5.8. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinin Üst Yöneticinin Ait Olduğu Nesile Göre Farklılık Testi

Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinin üst yöneticinin ait olduğu nesile göre farklılıkları regresyon analizi ile test edilmiş ve elde edilen sonuçlar Tablo 31'de gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, söz konusu etki sadece kurucunun üst yönetici olduğu aile işletmelerinde %5 önem derecesinde anlamlı çıkmıştır. Bu sonuca göre H_{18} hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 31. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisinin Üst Yöneticinin Ait Olduğu Nesile Göre Farklılık Testi

| Üst Yöneticinin Ait Olduğu Nesil | F | p | SDZ | |
|----------------------------------|-------|------|-------|------|
| | | | B | p |
| Kurucu | 8.447 | .005 | .231 | .005 |
| 1. Nesil | .654 | .422 | .084 | .422 |
| 2. Nesil | .498 | .486 | .136 | .486 |
| 3. Nesil | 1.327 | .276 | -.317 | .276 |

3.2.6. Araştırma Bulguları

Analizler sonucunda elde edilen bulgular ışığında hipotez testlerinin sonuçları Tablo 32'de gösterilmiştir.

Tablo 32. Hipotezlerin Test Sonuçları

| No | Hipotezler | Durumu |
|---------|--|--------------------|
| H_1 : | Aile İşletmelerinde Sosyo-duygusal Zenginlik Rekabet Avantajını olumlu ve anlamlı yönde etkiler. | Desteklendi |
| H_2 : | Aile İşletmelerinde Sosyo-duygusal Zenginlik bileşenleri ile birlikte Rekabet Avantajını olumlu ve anlamlı yönde etkiler. | Desteklendi |
| H_3 : | Aile İşletmelerinde Sosyo-duygusal Zenginlik Sürdürülebilir İşletme Yaşamını olumlu ve anlamlı yönde etkiler. | Desteklendi |
| H_4 : | Aile İşletmelerinde Sosyo-duygusal Zenginlik bileşenleri ile birlikte Sürdürülebilir İşletme Yaşamını olumlu ve anlamlı yönde etkiler. | Desteklendi |
| H_5 : | Aile İşletmelerinde Sosyo-duygusal Zenginlik İnovasyon Yeteneğini olumlu ve anlamlı yönde etkiler. | Desteklendi |
| H_6 : | Aile İşletmelerinde Sosyo-duygusal Zenginlik bileşenleri ile birlikte İnovasyon Yeteneğini olumlu ve anlamlı yönde etkiler. | Desteklendi |
| H_7 : | Aile İşletmelerinde İnovasyon Yeteneği Rekabet Avantajını olumlu ve anlamlı yönde etkiler. | Desteklendi |
| H_8 : | Aile İşletmelerinde İnovasyon Yeteneği Sürdürülebilir İşletme Yaşamını olumlu ve anlamlı yönde etkiler. | Desteklendi |

**AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ:
İNNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ**
*The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability*

| No | Hipotezler | Durumu |
|-------------------|--|-------------|
| H ₉ : | Aile İşletmelerinde Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına etkisinde İnovasyon Yeteneğinin aracılık rolü vardır. | Desteklendi |
| H ₁₀ : | Aile İşletmelerinde Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinde İnovasyon Yeteneğinin aracılık rolü vardır. | Desteklendi |
| H ₁₁ : | Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisi İşletmelerin Faaliyet Pazarlarına göre farklılık göstermektedir. | Desteklendi |
| H ₁₂ : | Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisi İşletmelerin Faaliyet Pazarlarına göre farklılık göstermektedir. | Desteklendi |
| H ₁₃ : | Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisi İşletmelerin Faaliyet Sürelerine göre farklılık göstermektedir. | Desteklendi |
| H ₁₄ : | Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisi İşletmelerin Faaliyet Sürelerine göre farklılık göstermektedir. | Desteklendi |
| H ₁₅ : | Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisi İşletmelerin Çalışan Sayısına göre farklılık göstermektedir. | Desteklendi |
| H ₁₆ : | Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisi İşletmelerin Çalışan Sayısına göre farklılık göstermektedir. | Desteklendi |
| H ₁₇ : | Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına Etkisi Üst Yöneticinin Ait Olduğu Nesile göre farklılık göstermektedir. | Desteklendi |
| H ₁₈ : | Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına Etkisi üst yöneticinin Ait Olduğu Nesile göre farklılık göstermektedir. | Desteklendi |

4. SONUÇ

Aile işletmesi literatürü genellikle aile işletmelerinin aile dışı işletmelerden farklı olduğunu, rekabet avantajı ve sürdürülebilir uzun yaşamın ise önemli bir hedef olduğunu öne sürerken, çoğu çalışma bu farklılıklardan kaynaklanan gözlemlenebilir davranışlara odaklanmıştır. Bu çalışma ile Sosyo-duygusal Zenginliğin stratejik bir kaynak olarak önemini vurgulayan ampirik sonuçlar ortaya konulmuştur. Araştırmanın bulguları incelendiğinde, sanayi sektöründe faaliyet gösteren aile işletmelerinin Sosyo-duygusal Zenginlik yapısı ve tüm alt bileşenleri Sürdürülebilir İşletme Yaşamını, Rekabet Avantajını ve İnovasyon Yeteneğini olumlu ve anlamlı yönde etkilemiştir. Bunun yanı sıra, İnovasyon Yeteneği Rekabet Avantajını ve Sürdürülebilir İşletme Yaşamını olumlu ve anlamlı yönde etkilerken; Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajına ve Sürdürülebilir Yaşamına etkisinde İnovasyon Yeteneğinin kısmi aracılık rolü olduğu tespit edilmiştir. Tüm bu sonuçlar doğrultusunda Sosyo-duygusal Zenginlik tarafından yansıtılan aile ile ilgili hedefler, işletme için daha önemli hale geldiğinde Sosyo-duygusal Zenginliklerine önem veren aile işletmelerinin Sürdürülebilir bir İşletme Yaşamı ile Rekabet Avantajı elde ettiği görülmüştür. Sosyo-duygusal Zenginliğin aile işletmesi davranışını anlamada, Sürdürülebilir bir Yaşam benimsemesinde ve Rekabet Avantajı elde edilmesinde etkisinin varlığı kanıtlanmıştır.

Araştırmanın bulguları incelendiğinde, sanayi sektöründe faaliyet gösteren aile işletmelerinin Sosyo-duygusal Zenginlik yapısı ve tüm alt bileşenleri Rekabet Avantajını olumlu ve anlamlı yönde etkilemektedir. Araştırmanın bulguları literatürde yer alan diğer araştırmaların bulguları ile paralellik göstermektedir. Bratnicka-Myśliwiec vd.'nin (2019) çalışmaları Sosyo-duygusal Zenginlik kavramının

Rekabet Avantajı üzerindeki etkisini ortaya koymuştur. Sosyo-duygusal Zenginliğin aile işletmelerinin nihai olarak rekabet avantajını şekillendiren stratejik girişimleri tetikleyebileceği savunulurken, işletme performansının önemli bir stratejik öncülü olarak kabul edilebileceği ileri sürülmüştür. Bu çalışmada Sosyo-duygusal Zenginlik ve iki bileşenin (Halefliğin devri yoluyla işletme ve aile bağlarının yenilenmesi ve Aile üyelerinin işletmeden dolayı elde ettiği bireysel ve sosyal güç) Rekabet Avantajına etkisinin olumlu yönde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına bakıldığında çalışmada ele alınan Sosyo-duygusal Zenginlik ile ilgili bilimsel değerlemenin, literatürdeki öncül çalışmalara benzerlik gösterdiği görülmektedir. Sosyo-duygusal Zenginliğin Rekabet Avantajı'na etkisinin 51 yıl ve üstü süredir faal olan işletmelerde anlamlı çıkmaması, yukarıdaki saptamayı güçlendirmektedir.

Araştırmada aynı zamanda Sosyo-duygusal Zenginlik bileşenlerinin (Aile üyelerinin duygusal bağlılığı, İşletmenin aile için taşıdığı anlam, Halefliğin devri yoluyla işletme ve aile bağlarının yenilenmesi ve Ailenin kontrol ve etkisi) Sürdürülebilir İşletme Yaşamını olumlu ve anlamlı yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu argüman doğrultusunda araştırma sonuçlarının, literatürde yer alan çalışmalarla paralellik gösterdiği görülmektedir. Le Breton-Miller ve Miller'ın (2014) ele aldığı çalışmada, aile işletmelerinin yaşam döngüsünün tanımlanmasında, Sosyo-duygusal Zenginliklere verilen önceliklerin işletmenin hayatta kalmasını sağlayan itici güçleri etkileyebileceğini açıkça ortaya koyan tespitlerini belirtmiştir. Ayrıca, Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinin işletmelerin faaliyet pazarlarına göre farklı olup olmadıkları incelendiğinde Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisi sadece bölgesel olarak faaliyet gösteren işletmelerde anlamlı çıkmıştır. Bu bulgu, işletmelerin faaliyet alanı büyüdükçe Sosyo-duygusal Zenginliğin etkisini kaybederek, profesyonelleşmenin ve beraberinde kurumsallaşmanın etkisini ön plana çıkarmıştır. Aynı şekilde Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinde 51 yıl ve üstü faaliyet süresi olan işletmelerde Sosyo-duygusal Zenginliğin negatif etkisinin olması, izleyen nesillere devroldukça, profesyonel ve kurumsal yapılar oluştuğunda Sosyo-duygusal Zenginliğin etkisini yitirdiğini göstermiştir. Sosyo-duygusal Zenginliğin Sürdürülebilir İşletme Yaşamına etkisinde 250 ve daha fazla çalışanı olan işletmelerde ve üst yöneticinin ait olduğu 1. ve 2. nesilde anlamlı çıkmaması da Sosyo-duygusal Zenginliğin etkisini yitirdiğini gösteren sonuçları desteklemiştir. **Çalışmada son olarak aile işletmelerinde Sosyo-duygusal Zenginliğin** Rekabet Avantajına ve **Sürdürülebilir** Yaşama etkisinde **İnovasyon Yeteneğinin kısmen** aracılık rolü olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede inovasyon yeteneğinin aile işletmelerinin Rekabet Avantajı ve **Sürdürülebilir** Yaşam elde etmesinde aracılık rolü de literatürde yer alan araştırmalarla doğrulanmıştır.

Bu araştırma, son yıllarda daha büyük örneklem boyutları ve istatistiksel araçların daha yoğun kullanımı ile giderek daha ampirik hale gelen aile işletmesi araştırmalarını desteklemektedir. Sonuçlar, aile işletmelerinin aile dışı işletmelere göre ekonomik yönlerin yanı sıra ölçülemeyen ve ekonomik olmayan duygusal yönleri de önem verdiğini göstermiştir. Gelecekteki araştırmaların aile işletmeleri ile aile dışı işletmeler arasındaki ayrımları daha iyi tanımlayacak şekilde ve bu tür araştırmaların daha fazla genellenebilirliğe sahip olacağı konusu üzerinde durmaları önem arz etmektedir.

ÂİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ:
İNNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ

*The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability*

KAYNAKÇA

- AGHA, S., ALRUBAIEE, L., ve JAMHOUR, M. (2012). "Effect of Core Competence on Competitive Advantage and Organizational Performance", *International Journal of Business and Management*, 7(1): 192-204. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n1p192>
- AHMAD, S., OMAR, R., ve QUOQUAB, F. (2019). "Corporate Sustainable Longevity: Scale Development and Validation", *SAGE Open*, 9(1): 1-19. <https://doi.org/10.1177/2158244018822379>
- AHMAD, S., OMAR, R., ve QUOQUAB, F. (2020). "Family firms' sustainable longevity: the role of family involvement in business and innovation capability", *Journal of Family Business Management*, 11(1): 86–106. <https://doi.org/10.1108/jfbm-12-2019-0081>
- AKUME, B. ve IGUISI, O. (2020). "Developing capabilities for sustainability in family owned SMEs: An emerging market scenario", *Research in Business & Social Science*, 9(6): 24-36. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v9i6.840>
- BARNEY, J. (1991). "Firm Resources and Sustained Competitive Advantage", *Journal of Management*, 17(1): 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- BEDNARZ, J., BIELINSKO, T., NIKODEMSKA-WOŁOWIK, A. M., ve OTUKOYA, A. (2017). "Sources of the Competitive Advantage of Family Enterprises: An International Approach Focusing on China, Nigeria and Poland", *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(2): 124-142. <https://doi.org/10.15678/EBER.2017.050207>
- BERRONE, P., CRUZ, C., GOMEZ-MEJIA, L. R., ve LARRAZA-KINTANA, M. (2010). "Socioemotional Wealth and Corporate Responses to Institutional Pressures: Do Family-Controlled Firms Pollute Less?", *Administrative Science Quarterly*, 55(1): 82–113. <https://doi.org/10.2189/asqu.2010.55.1.82>
- BERRONE, P., CRUZ, C., ve GOMEZ-MEJIA, L. R. (2012). "Socioemotional Wealth in Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches, and Agenda for Future Research", *Family Business Review*, 25(3): 258–279. <https://doi.org/10.1177/0894486511435355>
- BIRD, B., WELSCH, H., ASTRACHAN, J., H., ve PISTRUI, D. (2002). "Family Business Research: The Evolution of an Academic Field", *Family Business Review*, 15(4): 337-50. <https://doi.org/10.1111%2Fj.1741-6248.2002.00337.x>
- BIRLEY, S., NG, D., ve GODFREY, A. (1999). "The family and the business", *Long Range Planning*, 32(6): 598–608. [https://doi.org/10.1016/s0024-6301\(99\)00076-x](https://doi.org/10.1016/s0024-6301(99)00076-x)
- BREZNIK L. ve D. HISRICH, R. D. (2014). "Dynamic capabilities vs. innovation capability: are they related?", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21(3): 368 – 384. <https://doi.org/10.1108/JSBED-02-2014-0018>
- BRATNICKA-MYŚLIWIEC, K., WRONKA-POŚPIECH, M., ve INGRAM, T. (2019). "Does socioemotional wealth matter for competitive advantage? A case of polish family businesses", *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI)*, 15(1): 123-146. <https://doi.org/10.7341/20191515>
- BRICE, W. D., ve RICHARDSON, J. (2009). "Culture in family business: a two-country empirical investigation", *European Business Review*, 21(3): 246–262. <https://doi.org/10.1108/09555340910956630>
- CARNEY, M. (2005). "Corporate Governance and Competitive Advantage in Family-Controlled Firms", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(3): 249–265. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2005.00081.x>
- CHAHARBAGHI, K., ve LYNCH, R. (1999). "Sustainable competitive advantage: towards a dynamic resource-based strategy", *Management Decision*, 37(1): 45–50. <https://doi.org/10.1108/00251749910252012>
- CHEN, S., CHEN, X., ve CHENG, Q. (2008). "Do Family Firms Provide More or Less Voluntary Disclosure?", *Journal of Accounting Research*, 46(3): 499–536. <https://doi.org/10.1111/j.1475-679x.2008.00288.x>
- CHENG, C. C. J., ve CHEN, J. (2013). "Breakthrough innovation: the roles of dynamic innovation capabilities and open innovation activities", *Journal of Business & Industrial Marketing*, 28(5): 444–454. <https://doi.org/10.1108/08858621311330281>
- CHRISMAN, J. J., ve PATEL, P. C. (2012). "Variations in R&D Investments of Family and Nonfamily Firms: Behavioral Agency and Myopic Loss Aversion Perspectives", *Academy of Management Journal*, 55(4): 976–997. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0211>
- COHEN, W. M., ve LEVINTHAL, D. A. (1990). "Absorptive capacity: A New Perspective on Learning and Innovation", *Administrative Science Quarterly*, 35(1): 128-152. <https://doi.org/10.2307/2393553>
- CONANT, J. S., SMART, D. T., ve SOLANO-MENDEZ, R. (1993). "Generic retailing types, distinctive marketing competencies, and competitive advantage", *Journal of Retailing*, 69(3): 254–279. [https://doi.org/10.1016/0022-4359\(93\)90008-7](https://doi.org/10.1016/0022-4359(93)90008-7)

- DAMANPOUR, F., ve SCHNEIDER, M. (2006). "Phases of the Adoption of Innovation in Organizations: Effects of Environment, Organization and Top Managers", *British Journal of Management*, 17(3): 215–236. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2006.00498.x>
- DEBICKI, B. J., RAMIREZ-SOLIS, E. R., BAÑOS-MONROY, V. I., ve GUTIÉRREZ-PATRÓN, L. M. (2020). "The impact of strategic focus on relational capital: A comparative study of family and non-family firms", *Journal of Business Research*, 119: 585-598. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.016>
- DEEPHOUSE, D. L., ve JASKIEWICZ, P. (2013). "Do Family Firms Have Better Reputations Than Non-Family Firms? An Integration of Socioemotional Wealth and Social Identity Theories", *Journal of Management Studies*, 50(3): 337–360. <https://doi:10.1111/joms.12015>
- DE FALCO, S. E., ve VOLLERO, A. (2015). "Sustainability, longevity and transgenerational value in family firms. The case of Amarelli", *Sinergie Italian Journal of Management*, 33(97): 291-309.
- DHARMADASA, P. (2009). *Organisational learning, innovation and performance in family-controlled manufacturing small and medium-sized enterprises (SMEs) in Australia*, Doctoral Dissertation, Bond University.
- DYER, W. G., ve WHETTEN, D. A. (2006). "Family Firms and Social Responsibility: Preliminary Evidence from the S&P 500", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(6): 785–802. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00151.x>
- FAHY, J. (2000). "The resource-based view of the firm: some stumbling-blocks on the road to understanding sustainable competitive advantage", *Journal of European Industrial Training*, 24(2/3/4): 94–104. <https://doi.org/10.1108/03090590010321061>
- FATOKI, O. (2013). "The Determinants of Longevity of Micro Enterprises in South Africa", *Journal of Economics*, 4(2): 133-143. <https://doi.org/10.1080/09765239.2013.11884973>
- FERREIRA, J. J., FERNANDES, C. I., SCHIAVONE, F., ve MAHTO, R. V. (2021). "Sustainability in family business – A bibliometric study and a research agenda", *Technological Forecasting and Social Change*, 173: 2-10. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121077>
- FIOL, C. M. (2001). "Revisiting an identity-based view of sustainable competitive advantage", *Journal of Management*, 27(6): 691–699. <https://doi.org/10.1177/014920630102700606>
- FITZ-KOCH, S., ve NORDQVIST, M. (2017). "The Reciprocal Relationship of Innovation Capabilities and Socioemotional Wealth in a Family Firm", *Journal of Small Business Management*, 55(4): 547–570.
- FOON, L. S., ve NAIR, P. B. (2010). "Revisiting the Concept of Sustainable Competitive Advantage: Perceptions of Managers in Malaysian MNCs", *International Journal of Business & Accountancy*, 1(1): 63-78.
- GÓMEZ-MEJÍA, L. R., HAYNES, K. T., NÚÑEZ-NÍCKEL, M., JACOBSON, K. J. L., ve MOYANO-FUENTES, J. (2007). "Socioemotional Wealth and Business Risks in Family-controlled Firms: Evidence from Spanish Olive Oil Mills", *Administrative Science Quarterly*, 52(1): 106–137. <https://doi.org/10.2189/asqu.52.1.106>
- GÓMEZ-MEJÍA, L. R., CRUZ, C., BERRONE, P., ve DE CASTRO, J. (2011). "The bind that ties: Socioemotional wealth preservation in family firms", *The Academy of Management Annals*, 5(1): 653–707. <https://doi.org/10.1080/19416520.2011.593320>
- GUAN, J., ve MA, N. (2003). "Innovative capability and export performance of Chinese firms", *Technovation*, 23(9): 737–747. [https://doi.org/10.1016/s0166-4972\(02\)00013-5](https://doi.org/10.1016/s0166-4972(02)00013-5)
- HARMON, P. (2007). *Business Process Change: A Guide for BusinessManagers and BPM and Six Sigma Professionals*. Second Edition: Morgan Kaufmann.
- HERNÁNDEZ-PERLINES, F., ARÍZA-MONTES, A., ve ARAYA-CASTILLO, L. (2020). "Socioemotional wealth, entrepreneurial orientation and international performance of family firms", *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1): 3125-3145. <https://doi.org/10.1080/1331677x.2019.1685398>
- HII, J. ve NEELY, A. (2000). "Innovative Capacity of Firms: On why some firms are more innovative than others [Conference present abstract]. 7th International Annual EurOMA Conference, Ghent, Belgium, https://dspace.lib.cranfield.ac.uk/bitstream/handle/1826/3788/Innovative_capacity_of_firms-2000.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- IRAWAN, D., PRABOWO, H., KUNCORO, E. A., ve THOHA, N. (2021). "Operational Resilience And Human Capital Toward Corporate Sustainable Longevity In Indonesian", *The Journal Of Asian Finance, Economics And Business*, 8(3): 1035-1044. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no3.1035>
- KALLMUENZER, A., HORA, W., ve PETERS, M. (2018). "Strategic decision-making in family firms: an explorative study", *European Journal of International Management*, 12(5-6): 655-675. <https://doi.org/10.1504/EJIM.2018.10014765>

**AİLE İŞLETMELERİNDE SOSYO-DUYGUSAL ZENGİNLİĞİN REKABET AVANTAJINA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA ETKİSİ:
İNNOVASYON YETENEĞİNİN ARACILIK ROLÜ**

*The Effect of Socio-Emotional Wealth on The Competitive Advantage and Sustainable Life in Family Businesses:
The Mediating Role of Innovation Capability*

- KALM, M., ve GOMEZ-MEJÍA, L. R. (2016). "Socioemotional wealth preservation in family firms", *Revista de Administração*, 51(4): 409–411. <https://doi.org/10.1016/j.rausp.2016.08.002>
- KAY, J. (1993). "The structure of strategy", *Business strategy review*, 4(2): 17-37. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8616.1993.tb00049.x>
- KLEIN, S. B. (2000). "Family businesses in Germany: Significance and structure", *Family Business Review*, 13(3): 157-182. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2000.00157.x>
- KOTLAR, J., SIGNORI, A., DE MASSIS, A., ve VISMARA, S. (2017). "Financial Wealth, Socioemotional Wealth, and IPO Underpricing in Family Firms: A Two-stage Gamble Model", *Academy of Management Journal*, 61(3): 1073–1099. <https://doi.org/10.5465/amj.2016.0256>
- KUMETO, G. (2020). "Behavioural agency theory and the family business, Theoretical Perspectives on Family Businesses", Edward Elgar Publishing, 78–98. <https://doi.org/10.4337/9781783479665.00012>
- KUŞAT, N. (2012). "Sürdürülebilir İşletmeler İçin Sürdürülebilirlik ve İçsel Unsurları", *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2): 227-242.
- KWEE, Z., VAN DEN BOSCH, F. A. J., ve VOLBERDA, H. W. (2007). "Coevolutionary competence in the realm of corporate longevity: How long-lived firms strategically renew themselves", *On Fundamental Issues in Competence Theory Development A Focused Issue*, 4, Emerald Group Publishing Limited, 281–313. [https://doi.org/10.1016/s1744-2117\(08\)04008-5](https://doi.org/10.1016/s1744-2117(08)04008-5)
- LAN, Q. (2015). *Understanding Socioemotional Wealth – Examining SEW and Its Effect on Internationalization*, Master Thesis, Jönköping University, Sweden.
- LAU, R.S.M. (2002). "Competitive factors and their relative importance in the US electronics and computer industries" *International Journal of Operations & Production Management*, 22(1): 125–135. <https://doi.org/10.1108/01443570210412105>
- LE BRETON-MILLER, I., VE MILLER, D. (2013). "Socioemotional Wealth Across the Family Firm Life Cycle: A Commentary on Family Business Survival and the Role of Boards", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(6), 1391–1397. <https://doi.org/10.1111/etap.12072>
- LIN, R., CHEN, R., ve KUAN-SHUNCHIU, K. (2010). "Customer relationship management and innovation capability: an empirical study", *Industrial Management & Data Systems*, 110(1): 111–133. <https://doi.org/10.1108/02635571011008434>
- LIN, W.-T., ve WANG, L. C. (2019). "Family firms, R&D, and internationalization: the stewardship and socio-emotional wealth perspectives", *Asia Pacific Journal of Management*. <https://doi.org/10.1007/s10490-018-9636-2>
- LUBINSKI, C, FERNANDEZ, P, ve MOYA M. F. (2011). *Standing the Test of Time. Factors Influencing Family Firms' Longevity in Germany and Spain During the Twentieth Century*. In *15th Annual Conference EBHA, Athens (24-26)*, https://ebha.org/ebha2011/files/Papers/StandingTestTime_M%20Fernandez_P%20Fernandez_C%20Lubinsky.pdf, (Erişim Tarihi: 20.01.2022).
- MARTÍNEZ-ROMERO, M. J., ve ROJO-RAMÍREZ, A. A. (2016). "SEW: Looking for a definition and controversial issues", *European Journal of Family Business*, 6(1): 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.ejfb.2015.09.001>
- MILLER, D., ve LE BRETON-MILLER, I. (2014). "Deconstructing Socioemotional Wealth", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(4): 713–720. <https://doi.org/10.1111/etap.12111>
- MONTUORI, L. A. (2000). "Organizational longevity - Integrating systems thinking, learning and conceptual complexity", *Journal of Organizational Change Management*, 13(1): 61–73. <https://doi.org/10.1108/09534810010310249>
- NAPOLITANO, M. R., MARINO, V., ve OJALA, J. (2015). "In search of an integrated framework of business longevity", *Business History*, 57(7): 955-969. <https://doi.org/10.1080/00076791.2014.993613>
- NÉMETH K. ve NÉMETH S. (2018). "The Relationship Between The Socioemotional Wealth And The Family Business, Sustainability", *Integrated Economy and Society: Diversity, Creativity, and Technology*, 515-523.
- NNABUIFE, E. K., ve ONWUZULIGBO, L. T. (2015). "Sustainability and corporate longevity of firms in Nigeria: A study of selected firms", *Journal of Economics and Sustainable Development*, 6(18): 213-223.
- OLSSON, A., WADELL, C., ODENRICK, P., ve BERGENDAHL, M. N. (2010). "An action learning method for increased innovation capability in organisations", *Action Learning: Research and Practice*, 7(2): 167–179. <https://doi.org/10.1080/14767333.2010.488328>
- PARASHAR, M., ve SINGH, S. K. (2005). "Innovation capability", *IIMB Management Review*, 17(4): 115-123.

- POERNOMO, D., NIMRAN, U., HAMİD, D., ve ALMUSADIEQ, M. (2013). "The effect of the resources and capabilities to competitive advantage and company's performance of Batik Micro", *European Journal of Business and Management*, 5(23): 152-159.
- PORTER, M., ve SIGGELKOW, N. (2008). "Contextuality Within Activity Systems and Sustainability of Competitive Advantage", *Academy of Management Perspectives*, 22(2): 34-56. <https://doi.org/10.5465/amp.2008.32739758>
- RAJAPATHIRANA, R. J., ve HUI, Y. (2018). "Relationship between innovation capability, innovation type, and firm performance", *Journal of Innovation & Knowledge*, 3(1): 44-55. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2017.06.002>
- REED, R., ve DEFILLİPPI, R. J. (1990). "Causal Ambiguity, Barriers to Imitation, and Sustainable Competitive Advantage", *Academy of Management Review*, 15(1): 88-102. <https://doi.org/10.5465/amr.1990.4308277>
- RIVIEZZO, A., SKIPPARI, M., ve GAROFANO, A. (2015). "Who wants to live forever: exploring 30 years of research on business longevity", *Business History*, 57(7): 970-987. <https://doi.org/10.1080/00076791.2014.993617>
- ROBINSON, L., ve MİNİKİN, B. (2012). "Understanding the competitive advantage of National Olympic Committees", *Managing Leisure*, 17(2-3): 139-154. <https://doi.org/10.1080/13606719.2012.674391>
- RUMELT, R. P. (2003). "What in the world is competitive advantage", *Policy working paper*, 105(3): 1-5.
- SADALIA, I., IRAWATI, N. ve KOPERTIS, I. S. (2018). The Influence of Intellectual Capital on Competitive Advantage on Universities in Medan City, *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)*, 46(1), 1st Economics and Business International Conference 2017 (EBIC 2017), 599-602.
- SAMSON, D., GLOET, M., ve SINGH, P. (2017). "Systematic Innovation Capability: Evidence From Case Studies And A Large Survey", *International Journal Of Innovation Management*, 21(07), 1750058. <https://doi.org/10.1142/S136391961750058X>
- SAUNILA, M. (2014). "Innovation capability for SME success: perspectives of financial and operational performance", *Journal of Advances in Management Research*, 11(2): 163 - 175.
- SCHMIDTS, T. (2013). "Social identity theory and the family business: A contribution to understanding family business dynamics", *Small Enterprise Research*, 20(2): 76-86. <https://doi.org/10.5172/ser.2013.20.2.76>
- SONGINI, L., GNAN, L., ve MALMI, T. (2013). "The role and impact of accounting in family business", *Journal of Family Business Strategy*, 4(2): 71-83. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2013.04.002>
- TANYERİ, M., ve FIRAT, A. (2005). "Rekabet değişkeni olarak dış kaynak kullanımı (Outsourcing)", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(3): 268-279.
- WAGNER, M. (2010). "Corporate Social Performance and Innovation with High Social Benefits: A Quantitative Analysis", *Journal of Business Ethics*, 94(4): 581-594. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0339-y>
- YÜKSELEN, C. (2017). *Pazarlama Araştırmaları*, 7. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- ZELLWEGER, T. M., NASON, R. S., NORDQVIST, M., VE BRUSH, C. G. (2011). "Why do family firms strive for nonfinancial goals? An organizational identity perspective", *Entrepreneurship Theory and practice*, 37(2): 1-20.
- ZELLWEGER, T. M., KELLERMANN, F. W., CHRISMAN, J. J., ve CHUA, J. H. (2012). "Family Control and Family Firm Valuation by Family CEOs: The Importance of Intentions for Transgenerational Control", *Organization Science*, 23(3): 851-868. <https://doi.org/10.1287/orsc.1110.0665>
- ZOLLO, M., ve WINTER, S. G. (2002). "Deliberate Learning and the Evolution of Dynamic Capabilities", *Organization Science*, 13(3): 339-351. <https://doi.org/10.1287/orsc.13.3.339.2780>