

Impact van SEW op collectief psychologisch eigenaarschap



Melisa Cinucen - Master Handelswetenschappen - AFF (2024-2025) - Promotor: Prof. dr. Ellen Janssen

PROBLEEMSTELLING

Het onderzoeken van **psychologisch eigenaarschap (PE)** in familiebedrijven vanuit de **socio-emotional wealth (SEW)** benadering is noodzakelijk om de **heterogeniteit binnen familiebedrijven** beter te begrijpen. Binnen de literatuur bestaat hier nog een duidelijke leemte. Familieleden zullen eerder een **gedeeld gevoel van eigenaarschap** ontwikkelen ten aanzien van het familiebedrijf. Deze kan bijdragen tot zowel verschillende **positieve** organisatorische **effecten** als **negatieve** disfunctionele gedragingen.

HYPOTHESEONTWIKKELING

SEW: niet-financiële waarde die het familiebedrijf creëert
5 dimensies

- **F: familiecontrole- en invloed**
- **I: identificatie**
- **B: sociaal kapitaal**
- **E: emotionele verbondenheid**
- **R: langetermijnvisie**

IPE: Individueel PE

3 antecedenten

- **Controle**
- **Zelf-investering**
- **Kennis**

3 behoeften:

- Effectiviteit
- Zelf-identiteit
- Plaats hebben



overgang in 3 fases

CPE: Collectief PE

voorwaarden:

- SIT (Tajfel & Turner, 1979)
- 3 behoeften (effectiviteit, zelf-identiteit & plaats hebben)



METHODOLOGIE

Enquête



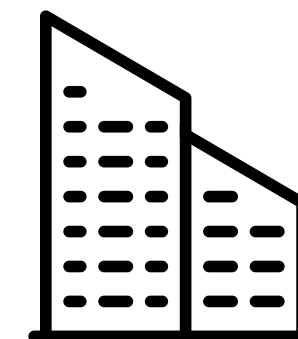
7-punt-Likert-schaal



N = 289



Belgische familiebedrijven



RESULTATEN

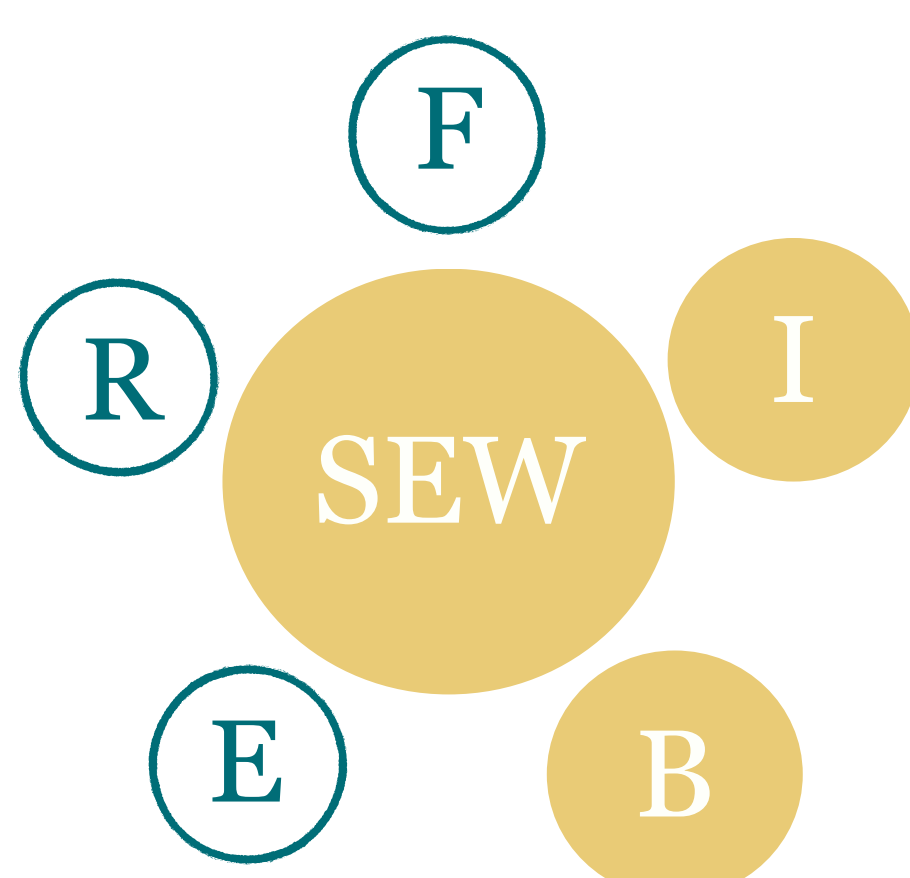
- I-dimensie & B-dimensie hebben een positieve significante relatie met CPE.
- SEW, als geheel construct, heeft een positieve significante relatie met CPE.
- Geen significante relatie tussen FIBER-dimensies en IPE (robustheidstest).
- IPE & CPE zijn verwante concepten, maar garanderen niet elkaars aanwezigheid.
- FIBER-dimensies hebben onderling sterke correlaties: ze versterken elkaar.
- Er is een negatieve significante relatie tussen IPE & het aantal familietakken die aandelen heeft in het familiebedrijf.

CONCLUSIE

Een **gedeeld gevoel van eigenaarschap** binnen familiebedrijven ontstaat vooral wanneer familieleden zich sterk **identificeren** met het bedrijf en **duurzame onderlinge relaties** onderhouden. De andere dimensies dragen mogelijks bij via de I- & B-dimensie, waarover aanvullend onderzoek aangeraden is.

Familiebedrijven die streven naar een sterk gevoel van collectief eigenaarschap bij hun familieleden, moeten **investeren in gedeelde waarden, onderlinge betrokkenheid en familiecohesie**, eerder dan in controlemechanismen of emotionele gehechtheid alleen.

SOCIO-EMOTIONELE WAARDE (SEW)



significant



COLLECTIEF PSYCHOLOGISCH EIGENAARSCHAP (CPE)

