

Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.jg.2020.03.001

欢迎按以下格式引用:周立新,陈京晶.家族成员心理所有权对家族企业创业导向的影响[J].重庆大学学报(社会科学版),2020(5):71-82. Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.jg.2020.03.001.



Citation Format: ZHOU Lixin, CHEN Jingjing. Influence of family members' psychological ownership on entrepreneurial orientation of family firms [J]. Journal of Chongqing University(Social Science Edition), 2020(5):71-82. Doi:10.11835/j.issn.1008-5831.jg.2020.03.001.

家族成员心理所有权对 家族企业创业导向的影响

周立新,陈京晶

(重庆工商大学 长江上游经济研究中心,重庆 400067)

摘要:家族企业是中国民营企业的重要构成。创业导向对于推动我国家族企业转型升级和持续成长具有重要作用。文章研究了家族成员心理所有权对家族企业创业导向的影响,同时考察了家族涉入(家族管理权、家族代数)、制度环境对家族成员心理所有权与家族企业创业导向关系的调节效应,利用中国东西部地区家族企业的问卷调查数据,实证检验发现:第一,家族成员心理所有权对家族企业创业导向有显著的正向影响;第二,家族管理权对家族成员心理所有权与家族企业创业导向关系起正向调节作用,即随着家族管理权的增大,家族成员心理所有权对家族企业创业导向的正向影响增大;第三,管理企业的家族代数和制度环境对家族成员心理所有权与家族企业创业导向关系起负向调节作用,即随着管理企业家族代数的增加或家族企业所处制度环境的改善,家族成员心理所有权对家族企业创业导向的正向影响减小。文章丰富了新兴经济体家族企业创业导向前因研究成果,同时也为我国家族企业创业实践提供了重要启示。

关键词:心理所有权;创业导向;家族涉入;家族管理权;家族代数;制度环境;家族企业

中图分类号:F272.2;F276.5 **文献标志码:**A **文章编号:**1008-5831(2020)05-0071-12

一、问题提出

2018年11月1日,习近平总书记在民营企业座谈会上的讲话中充分肯定了民营经济和民营企

修回日期:2020-02-19

基金项目:国家社会科学基金项目“家族企业代际传承对国际化的影响机制研究”(19BGL077)

作者简介:周立新(1966—),女,重庆工商大学长江上游经济研究中心研究员,博士研究生导师,博士,主要从事战略管理、区域经济理论与政策研究,Email:lxzhou@ctbu.edu.cn;陈京晶(1987—),女,重庆工商大学长江上游经济研究中心博士研究生,主要从事区域经济理论与政策研究。

业在中国改革开放发展中的重要地位和作用。家族企业是中国民营经济和民营企业的重要构成。中国民(私)营经济研究会家族企业研究课题组的调查揭示,当前超过80%的中国民营企业是家族企业^[1]。改革开放40多年以来,我国家族企业正面临着传统产业与企业转型升级、高质量发展变革的挑战。创业导向是企业采取的具有创新性、先动性和风险承担性的战略姿态^[2],对于推动新时代中国家族企业转型升级、持续成长及高质量发展具有重要作用^[3]。

家族企业是家族系统与企业系统的结合体,控股家族成员是家族企业的主要决策者,在家族企业创业导向战略决策过程中扮演着关键角色。当前,围绕家族特征对家族企业创业导向影响的研究成果,集中于讨论家族CEO或高管人口统计特征、家族涉入(如家族所有权、家族管理权、家族传承或涉入代数、家族承诺文化)等因素的影响^[4]。其中,有关家族所有权对家族企业创业导向影响的研究成果,则强调法律意义上的家族财产所有权的影响^[5-6]。对家族企业而言,所有权既是一种法律现象,更是一种心理状态。但是,目前鲜有文献关注家族成员心理所有权(即家族心理所有权)对家族企业创业导向的影响作用^[7-8]。心理所有权主要指个体对目标物体产生的占有欲和心理上的拥有感^[9-10]。根据管家理论的解释,在家族企业中,高水平的家族成员心理所有权能够激发个体对组织的管家意识和管家行为^[11]。Corbetta和Salvato^[12]、Eddleston等^[13]进一步指出,由心理所有权产生的管家文化会激励家族企业采取创新性和先动性等创业导向活动。Pittino等对西班牙家族企业的实证研究也支持了心理所有权对家族企业的创新性、先动性这两个创业导向维度的积极效应^[14]。

家族成员涉入企业是家族企业的重要特征。家族涉入是一个多维度的概念,包括家族所有权涉入、家族管理权涉入、家族后代涉入和家族文化等多个方面。家族涉入差异也体现了家族企业治理机制的差异性。比如,较高的家族管理权涉入,表明家族企业高管团队中家族成员的比重较大,此类家族企业中家族非正式干预较强以及关系治理更为普遍;随着管理企业的家族代数的增加,家族企业中非正式的关系治理机制的重要性有所降低^[15]。新兴经济体国家特别是中国家族企业正面临着制度不完善和制度转型等制度特征,一些研究揭示,完善的制度环境推动了家族企业治理的现代化转型^[16],导致家族企业中非正式的关系治理机制的重要性有所降低;相反,在不完善的制度环境中,非正式的关系治理机制的重要性增大。根据管家理论的观点,在家族企业中,非正式的关系治理机制能够激发个体对组织的管家态度和管家行为^[14],进而影响决策者个体的心理所有权与家族企业创业导向关系。这意味着,研究家族成员的心理所有权与家族企业创业导向关系,有必要考虑企业的家族涉入情况和所处宏观制度环境的影响。

本文研究主要有以下三个方面的理论贡献:第一,丰富了新兴经济体家族企业创业导向前因研究文献。以往研究家族所有权对家族企业创业导向影响的文献,聚焦于法律意义上的家族财产所有权的影响。本文将家族心理所有权引入实证研究,率先验证了家族心理所有权对中国家族企业创业导向的积极效应。这一研究也丰富了新兴经济体家族企业创业导向前因研究文献。第二,丰富了家族治理与家族企业创业导向关系研究文献。本文引入家族管理权和家族代数这两个重要的家族治理变量,探讨这两个变量对家族心理所有权与家族企业创业导向关系的调节效应。研究结论为家族治理影响心理所有权与家族企业创业导向关系增加了新的实证证据。第三,丰富了制度环境与家族企业创业导向关系研究文献。本文引入中国转型制度环境这一重要的情境变量,研究发现宏观制度环境对家族心理所有权与家族企业创业导向关系具有负向调节作用,这主要得益于

宏观制度环境的改善推动了家族企业治理的现代化转型以及家族企业治理中关系治理机制重要性的降低,进而降低了家族企业决策者个体的心理所有权对创业导向的作用。研究结论也为制度环境影响新兴经济体家族企业创业导向增加了新的实证证据。

二、研究假设

(一) 心理所有权对家族企业创业导向的影响

心理所有权是个体对目标物体产生的占有欲和心理上的拥有感^[9-10]。心理所有权强调个体与目标物所有权之间的心理联系,使个体对目标物体产生一种“我的”或“我们的”心理体验。心理所有权是一个多维度的构念,包括自我效能感、责任感、归属感和认同感^[17]。对目标物的控制、亲密接触和持续投入是心理所有权产生的主要路径^[10]。

创业导向是组织中的个体尤其是组织决策者所采取的态度和行为的結果^[18]。控股家族成员是家族企业的主要决策者,他们的态度和行为对家族企业创业导向起着关键性作用。根据管家理论的解释,心理所有权能够激发个体对组织的承诺、管家行为、个人风险承担和牺牲^[10-11],这些态度和行为是企业创业导向的前置因素。在家族企业中,控股家族成员尤其是创始人通过对所创办企业的控制、亲密接触以及时间、精力和资金等持续投入,使其对所创办企业产生了强烈的心理所有权^[19]。本文认为,家族心理所有权对家族企业创业导向会产生积极的促进作用。第一,心理所有权会导致家族成员对家族企业具有更强烈的责任感和奉献精神^[20],在家族企业经营活动中愿意投入更多的时间、精力和资金,也更愿意为改善和突破现状而打破常规、承担额外风险和采取超前行动^[12-13],即追求创业导向战略。第二,心理所有权中的“改善所有权目标”^[17]通过家族与企业之间持续互动以及家族成员对企业的情感联系来培育管家行为,进而对家族成员的动机、自我领导能力和赋权意识产生积极影响^[21],提高家族成员评估、识别和利用创业机会的能力,促进家族企业追求创业导向战略。第三,心理所有权所激发的家族所有者的持续性管家行为,将促使家族企业追求创业导向战略。管家理论指出,在家族企业中,家族所有者的管家行为主要体现在对持续性、员工和顾客的管家行为^[22]。其中,持续性管家行为,强调企业长期生存与发展;对员工的管家行为,强调采取措施培育积极和忠诚的员工,对员工具有更深层次的培训计划;对顾客的管家行为,强调与顾客合作共赢。由心理所有权所激发的管家行为尤其是持续性管家行为,将促使家族所有者更可能把家族企业当作传递给下一代的资产而不是用于消费的财富^[23],因此,家族所有者也更愿意打破常规、承担风险和采取超前行动,以促进家族企业长期生存与发展。据此提出如下研究假设。

H1:家族心理所有权对家族企业创业导向具有显著正向影响。

(二) 家族涉入的调节效应

1. 家族管理权的调节效应

家族心理所有权对家族企业创业导向的作用受到家族管理权的影响。较高的家族管理权涉入,尤其是当家族成员担任企业 CEO 或高管时,此时家族企业引入正规化和职业化管理的可能性降低^[24],同时家族企业建立正式的程序来控制 and 评估职业经理人的需求降低^[25]。因此,较高的家族管理权涉入,尤其是当家族成员担任企业 CEO 或高管时,组织机制和规则的正规化程度一般较低^[26],这些家族企业通常会更多地使用非正式的关系协调机制来治理家族成员与非家族成员之间、家族成员与企业之间的行为。已有的研究指出,高度正式的公司治理结构会降低决策者个体的判

断力和赋权意识,非正式的关系治理机制能够激发个体的管家行为^[14]。在非正式的关系治理机制下,家族企业创业导向战略是控股家族成员管家态度的直接表现,依赖于嵌入于管家文化中的个人主动性和内在价值^[14],此时家族成员心理所有权对家族企业创业导向将产生更强烈的影响。相反,较低的家族管理权涉入,尤其是非家族成员担任企业 CEO 或高管时,表明家族企业高管团队雇用了较多的职业经理人,从而家族企业采用正规化管理和正式治理机制的可能性增大^[27],此时家族成员更可能扮演家族企业的所有者而不是管家角色,进而降低了控股家族成员个体的心理所有权对家族企业创业导向的作用。据此提出如下研究假设。

H2a: 家族管理权对家族心理所有权与家族企业创业导向关系起正向调节作用。

2. 家族代数的调节效应

改革开放 40 多年以来,我国家族企业正在步入由创始一代向家族二代传承的高峰时期^[1],家族二代参与管理的家族企业逐渐增多。家族心理所有权对家族企业创业导向的作用受到管理企业的家族代数的影响。与后代管理的家族企业相比,第一代管理的家族企业的创业导向活动在很大程度上受创始人驱动^[28],因此创始人心理所有权对家族企业创业导向的影响较大。随着家族企业由第一代管理向后代管理演化,创始人作用将逐渐减小,从而创始人心理所有权对家族企业创业导向的影响也逐渐减小;同时,在第一代管理的家族企业中,以信任和关系契约形式存在的非正式的关系治理机制非常普遍^[15]。随着家族企业由第一代管理向后代管理演化,家族企业面临的组织复杂性和环境压力增大^[29]。为应对增大的组织复杂性和环境压力,家族企业倾向于采用更加正式的组织结构和治理机制^[30],此时非正式的关系治理机制的重要性降低^[15]。在正式的治理机制下,组织规则、标准以及非人格化的机制降低了家族成员个体态度如心理所有权对家族企业创业导向的影响。据此提出如下研究假设。

H2b: 管理企业的家族代数对家族心理所有权与家族企业创业导向关系起负向调节作用。

(三) 制度环境的调节效应

宏观制度环境是影响家族企业战略决策的重要因素。在中国经济转轨过程中,各地区制度环境存在显著的差异,差异化的制度环境影响家族成员心理所有权对创业导向发挥作用。比如,在制度环境完善的情况下,政府对家族企业的干预较少,对私有产权和专利的保护更加有效,法律制度、要素市场和中介服务组织发育更加完善,市场机制能够更加充分地发挥作用。已有的研究指出,家族企业追求创业导向需要大量的经济资源,而家族企业通常缺少这类资源^[31],因此家族企业往往需要从外部环境中获取经济资源以支持创业导向活动。在完善的制度环境中,家族企业更容易通过市场交易方式获取创业导向活动所需的经济资源,并且资源获取的交易成本较低;同时,家族企业追求创业导向所感知的制度风险也较小。因此,完善的制度环境将直接促进家族企业追求创业导向战略,从而降低了家族企业决策者个体的心理所有权对创业导向的正面影响;此外,完善的制度环境推动了家族企业治理的现代化转型^[16],市场交易更加注重正式契约与规则,非正式的关系治理机制逐渐被正式制度所替代,也降低了家族企业决策者个体的心理所有权对创业导向的影响。相反,在制度环境不完善的情况下,家族企业通过市场交易方式获取资源的难度较大,家族企业追求创业导向的风险和交易成本较高,此时家族企业中非正式的关系治理机制更加普遍和重要。家族企业将更多地依靠非正式的关系治理机制来弥补外部制度缺失产生的代理问题,从而增大了家族企业决策者个体的心理所有权对创业导向的作用。据此提出如下研究假设。

H3:制度环境对家族心理所有权与家族企业创业导向关系起负向调节作用。

综上所述,本文的理论模型如图1所示。

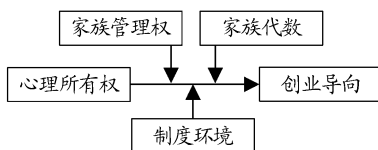


图1 理论模型

三、研究设计

(一) 样本选择与数据来源

本文使用数据来自课题组主持进行的中国私营企业问卷调查。此项问卷调查时间为2016年;调查区域主要分布在浙江和重庆等8个东西部省或直辖市。调查共发放问卷350份,回收问卷342份。本文采用现有研究中最普遍的家族企业界定标准,即控股家族持股比例不低于50%^[1],最后进入分析的家族企业样本有274家,有效率达80.12%。其中:重庆100家、青海22家、陕西13家、云南8家、浙江106家、上海15家、福建6家和广东4家,分别占样本企业总量的36.5%、8.0%、4.7%、2.9%、38.7%、5.5%、2.2%和1.5%。

(二) 变量测量

1. 被解释变量

创业导向(EO),主要参考Covin和Slevin^[2]的量表,包括创新性、先动性和风险承担性3个维度,共8个测量题项,示例测量题项如:近3年企业上马了一些新产品或服务线;企业经常采取先于竞争对手的行动;面对不确定性企业倾向于采取积极行动。对各变量使用李克特5点尺度度量(1为完全不同意,5为完全同意)。量表的Cronbach α 为0.884。这表明量表具有良好的信度。

2. 解释变量

家族心理所有权(PO),主要参考Avey等^[17]的量表,并针对中国家族企业的具体情况进行了适当修改,共4个测量题项,示例测量题项如:家族企业对家族成员个人意义重大;家族成员将家族企业的成功视为自己的成功。各变量使用李克特5点尺度度量(1为完全不同意,5为完全同意)。量表的Cronbach α 为0.794。这表明量表具有良好的信度。

3. 调节变量

(1)家族管理权(FM),将总理由企业主或家人担任的家族企业定义为1,否则为0。(2)家族代数(FG),将后代管理的家族企业定义为1,否为0。(3)制度环境(IE),采用王小鲁等^[32]撰写的《中国分省份市场化指数报告(2016)》中的市场化指数来测量。目前,中国各省市制度环境存在较大的差异,许多学者都倾向于使用市场化指数作为制度环境的替代变量^[33]。

4. 控制变量

为了更准确地分析家族心理所有权对家族企业创业导向的影响,综合现有的研究成果,本文选择了以下5个控制变量:(1)企业规模(SIZE),采用企业员工人数测量,进行自然对数处理;(2)企业年限(FAGE),采用企业成立年限测量,进行自然对数处理;(3)产业(INDU),制造业定义为1,其他行业定义为0;(4)企业经营状态,设置3个虚拟变量——经营困境(前期绩效低于行业平均水平,PERF1)、经营顺境(前期绩效高于行业平均水平,PERF2)以及前期绩效与行业平均水平持平,将前

期绩效与行业平均水平持平作为比较组;(5)企业家年龄(EAGE),具体定义如下:1=35岁以下、2=36~46岁、3=46~55岁、4=56岁以上。

四、实证结果

(一) 描述性统计与相关性分析

表1揭示了本文主要变量的均值、标准差和各变量之间的相关系数。总体上看,家族企业创业导向均值为3.63,这说明我国家族企业倾向于保持一定的创业导向特征;家族心理所有权均值为3.71,这说明控股家族成员对家族企业具有一定的占有欲和心理上的拥有感;从变量之间的相关系数看,家族企业创业导向与家族心理所有权之间显著正相关($p < 0.001$),家族企业创业导向与家族代数、企业规模和经营顺境之间显著正相关($p < 0.10$),家族企业创业导向与经营困境之间显著负相关($p < 0.001$)。

表1 描述性统计与相关系数

变量	均值	标准差	EO	PO	FM	FG	IE	SIZE	FAGE	INDU	PERF1	PERF2	EAGE
EO	3.626	0.670	1.000										
PO	3.713	0.804	0.300***	1.000									
FM	0.756	0.431	-0.077	0.122*	1.000								
FG	0.125	0.331	0.106+	-0.094	-0.326***	1.000							
IE	8.120	2.061	-0.039	0.108+	0.134*	-0.044	1.000						
SIZE	4.163	1.575	0.167**	0.084	-0.218***	0.102+	-0.259***	1.000					
FAGE	2.259	0.694	0.073	0.069	-0.029	0.051	-0.045	0.376***	1.000				
INDU	0.774	0.419	0.082	0.062	-0.064	0.0072	0.187**	0.239***	0.070	1.000			
PERF1	0.117	0.322	-0.219***	-0.119*	-0.060	0.276***	-0.130*	-0.110+	-0.038	-0.078	1.000		
PERF2	0.337	0.474	0.261***	0.057	-0.014	-0.056	0.011	0.245***	0.028	0.122*	-0.260***	1.000	
EAGE	2.398	1.012	-0.016	0.055	0.132*	-0.082	-0.189**	0.258***	0.221***	0.040	0.012	0.053	1.000

注: $N=274$, + $p < 0.10$, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$, 双侧检验。

(二) 回归分析

1. 心理所有权对家族企业创业导向的影响

表2模型2检验了家族心理所有权对家族企业创业导向的影响。回归结果显示,家族心理所有权对家族企业创业导向具有显著的正向影响($\beta = 0.241$, $p < 0.001$),这种正向影响关系在考虑家族涉入(家族管理权、家族代数)和制度环境的调节作用的后续模型3、模型4、模型5和模型6中仍然稳健。这说明家族心理所有权会促进家族企业创业导向活动。H1得到验证。

2. 家族涉入的调节效应

为了检验家族涉入对家族心理所有权与家族企业创业导向关系的调节效应,本文在主效应检验的基础上加入家族心理所有权与家族涉入(家族管理权、家族代数)的交互项。

表2模型3和模型6显示,家族心理所有权与家族管理权的交互项($PO \times FM$)对家族企业创业导向具有显著的正向影响($\beta = 0.303$, $p < 0.01$; $\beta = 0.207$, $p < 0.10$),即家族管理权对家族心理所有权与家族企业创业导向关系起正向调节作用;同时,按照总经理是否由企业主及家族成员担任进行分组,分组回归结果显示(参见表3),在企业主或家族成员担任总经理的家族企业中,家族心理所有权对家族企业创业导向的正向影响更大($\beta = 0.337$, $p < 0.001$; $\beta = 0.055$, $p > 0.10$)。从而进一步支持了家族管理权对家族心理所有权与家族企业创业导向关系具有正向调节作用。这表明随着家族管理权的增大,家族心理所有权对家族企业创业导向的正向影响增大。H2a得到验证。

表 2 家族心理所有权对家族企业创业导向影响的检验结果

变量	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6
-CONS	3.604*** (0.258)	2.907*** (0.281)	2.861*** (0.278)	2.800*** (0.275)	3.079*** (0.287)	2.979*** (0.281)
SIZE	0.020(0.031)	0.007(0.029)	0.012(0.029)	0.017(0.029)	0.001(0.029)	0.011(0.028)
FAGE	0.037(0.061)	0.029(0.058)	0.036(0.057)	0.035(0.057)	0.020(0.058)	0.029(0.056)
INDU	0.033(0.099)	0.029(0.094)	0.053(0.093)	0.034(0.092)	0.041(0.094)	0.062(0.092)
PERF1	-0.432** (0.131)	-0.390** (0.125)	-0.372** (0.123)	-0.368** (0.122)	-0.358** (0.125)	-0.329** (0.121)
PERF2	0.279** (0.087)	0.278** (0.083)	0.274** (0.082)	0.276** (0.081)	0.254** (0.083)	0.249** (0.080)
EAGE	-0.032(0.041)	-0.036(0.039)	-0.047(0.039)	-0.032(0.038)	-0.036(0.039)	-0.041(0.038)
FM	-0.029(0.099)	-0.074(0.095)	-0.036(0.095)	-0.052(0.093)	-0.041(0.095)	0.003(0.094)
FG	0.307*(0.129)	0.336** (0.123)	0.303*(0.122)	0.244*(0.122)	0.334** (0.122)	0.245*(0.121)
IE	-0.019(0.021)	-0.030(0.020)	-0.039*(0.020)	-0.029(0.019)	-0.035+(0.020)	-0.042*(0.020)
PO		0.241*** (0.047)	0.257*** (0.047)	0.244*** (0.046)	0.213*** (0.048)	0.225*** (0.047)
PO×FM			0.303** (0.103)			0.207+(0.116)
PO×FG				-0.523*** (0.132)		-0.371*(0.150)
PO×IE					-0.053*(0.022)	-0.055*(0.022)
R ²	0.129	0.209	0.234	0.254	0.227	0.277
Adjusted R ²	0.099	0.178	0.202	0.222	0.194	0.240
F	4.306***	6.887***	7.240***	8.036***	6.925***	7.595***
N	272	272	272	272	272	272

注: $N=272$, $+p<0.10$, $*p<0.05$, $**p<0.01$, $***p<0.00$, 括号内为标准误。

表 2 模型 4 和模型 6 显示,家族心理所有权与家族代数的交互项 (PO×FG) 对家族企业创业导向具有显著的负向影响 ($\beta=-0.523$, $p<0.001$; $\beta=-0.371$, $p<0.05$), 即管理企业的家族代数对家族心理所有权与家族企业创业导向关系起负向调节作用;同时,按照家族企业是否由第一代管理进行分组,分组回归结果显示(参见表 3),第一代管理的家族企业中,家族心理所有权对家族企业创业导向的影响更大 ($\beta=0.311$, $p<0.001$; $\beta=-0.167$, $p>0.10$)。从而进一步支持了管理企业的家族代数对家族心理所有权与家族企业创业导向关系具有负向调节作用。这表明随着管理企业家族代数的增加,家族心理所有权对家族企业创业导向的正向影响减小。H2b 得到验证。

3. 制度环境的调节效应

为了检验制度环境对家族心理所有权与家族企业创业导向关系的调节效应,本文在主效应检验的基础上加入家族心理所有权与制度环境的交互项。表 2 模型 5 和模型 6 显示,家族心理所有权与制度环境的交互项 (PO×IE) 对家族企业创业导向具有显著的负向影响 ($\beta=-0.053$, $p<0.05$; $\beta=-0.055$, $p<0.05$), 即制度环境对家族心理所有权与家族企业创业导向关系起负向调节作用;同时,基于制度环境中位数的分组回归结果显示(参见表 3),在差的制度环境中,家族心理所有权对家族企业创业导向的正向影响更大 ($\beta=0.223$, $p<0.001$; $\beta=0.205$, $p<0.05$)。从而进一步支持了制度环境对家族心理所有权与家族企业创业导向关系具有负向调节作用。这表明随着家族企业所处制度环境的完善,家族心理所有权对家族企业创业导向的正向影响减小。H3 得到验证。

表3 家族心理所有权对家族企业创业导向影响的分样本检验结果

变量	家族管理权		家族代数		制度环境	
	家族经理	非家族经理	一代管理	后代管理	好	差
-CONS	2.482*** (0.297)	3.668*** (0.662)	2.452*** (0.287)	3.936*** (0.911)	2.580*** (0.365)	3.006*** (0.314)
SIZE	-0.003(0.032)	0.030(0.068)	0.024(0.029)	-0.032(0.123)	-0.001(0.046)	0.016(0.041)
FAGE	0.105(0.064)	-0.037(0.139)	0.093(0.061)	-0.186(0.157)	0.085(0.087)	-0.023(0.079)
INDU	0.073(0.096)	-0.090(0.310)	0.036(0.094)	-0.404(0.468)	0.190(0.128)	-0.186(0.130)
PERF1	-0.227(0.138)	-0.695*(0.289)	-0.243*(0.141)	-0.687*(0.309)	0.067(0.204)	-0.616*** (0.156)
PERF2	0.277** (0.088)	0.253(0.200)	0.289*** (0.082)	0.131(0.325)	0.103(0.121)	0.409*** (0.113)
EAGE	-0.064(0.040)	-0.015(0.122)	-0.060(0.039)	0.293(0.177)	-0.099(0.072)	-0.018(0.047)
FM			0.052(0.099)	-0.434(0.271)	0.034(0.153)	-0.106(0.122)
FG	-0.057(0.169)	0.625** (0.204)			0.216(0.225)	0.309*(0.149)
IE	-0.041+(0.021)	-0.035(0.053)	-0.040*(0.020)	0.143+(0.081)		
PO	0.337*** (0.052)	0.055(0.108)	0.311*** (0.047)	-0.167(0.160)	0.205*(0.080)	0.223*** (0.059)
R ²	0.264	0.246	0.264	0.481	0.109	0.350
Adjusted R ²	0.230	0.125	0.234	0.300	0.041	0.306
F	7.793***	2.028+	9.065***	2.574*	1.610	7.947***
N	206	66	238	34	129	143

注: N=272, +p<0.10, *p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001, 括号内为标准误。

(三) 稳健性检验

为了提高研究结果的可靠性,本文进行了以下稳健性检验。

1. 更换解释变量的衡量方法

本文将解释变量即家族心理所有权(PO)以虚拟变量衡量。具体而言,当家族心理所有权指数大于均值时,视为家族心理所有权较高,将家族心理所有权取值为1,否则取值为0。回归结果见表4所示。模型2显示,家族心理所有权对家族企业创业导向具有显著的正向影响($\beta=0.300$, $p<0.001$);模型3显示,家族心理所有权与家族管理权的交互项(PO×FM)对家族企业创业导向具有显著的正向影响($\beta=0.271$, $p<0.10$);模型4显示,家族心理所有权与家族代数的交互项(PO×FG)对家族企业创业导向具有显著的负向影响($\beta=-0.668$, $p<0.01$);模型5显示,家族心理所有权与制度环境的交互项(PO×IE)对家族企业创业导向具有显著的负向影响($\beta=-0.099$, $p<0.01$)。以上结果表明,更改解释变量的衡量方法后,本文的主要结论依然成立。

2. 重新筛选家族企业样本

本文按照中国民营经济研究会家族企业研究课题组狭义的家族企业界定标准^[1],即将家族持股比例在50%以上并且高管团队中至少有一名家族成员的企业界定为家族企业,得到251个家族企业样本。基于这一样本的回归结果如表5所示。模型2显示,家族心理所有权对家族企业创业导向具有显著的正向影响($\beta=0.280$, $p<0.001$);模型3显示,家族心理所有权与家族管理权的交互项(PO×FM)对家族企业创业导向具有显著的正向影响($\beta=0.209$, $p<0.10$);模型4显示,家族心理所有权与家族代数的交互项(PO×FG)对家族企业创业导向具有显著的负向影响($\beta=-0.395$, $p<0.05$);模型5显示,家族心理所有权与制度环境的交互项(PO×IE)对家族企业创业导向具有显著的负向影响($\beta=-0.059$, $p<0.05$)。以上结果表明,重新筛选家族企业样本后,本文的主要结论依然成立。

表 4 家族心理所有权对家族企业创业导向影响:稳健性检验结果(1)

变量	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6
-CONS	3.604*** (0.258)	3.521*** (0.252)	3.502*** (0.252)	3.415*** (0.251)	3.571*** (0.250)	3.465*** (0.249)
SIZE	0.020(0.031)	0.020(0.030)	0.024(0.030)	0.035(0.030)	0.016(0.030)	0.032(0.030)
FAGE	0.037(0.061)	0.037(0.059)	0.040(0.059)	0.039(0.058)	0.027(0.059)	0.030(0.058)
INDU	0.033(0.099)	0.032(0.096)	0.041(0.096)	0.036(0.095)	0.058(0.096)	0.070(0.095)
PERF1	-0.432** (0.131)	-0.416** (0.127)	-0.410** (0.127)	-0.414** (0.125)	-0.378** (0.127)	-0.369** (0.125)
PERF2	0.279** (0.087)	0.264** (0.085)	0.258** (0.085)	0.268** (0.084)	0.236** (0.084)	0.234** (0.083)
EAGE	-0.032(0.041)	-0.034(0.040)	-0.040(0.040)	-0.031(0.039)	-0.031(0.040)	-0.033(0.039)
FM	-0.029(0.099)	-0.076(0.097)	-0.048(0.099)	-0.051(0.096)	-0.061(0.096)	-0.017(0.097)
FG	0.307* (0.129)	0.309* (0.126)	0.297* (0.126)	0.265* (0.125)	0.299** (0.124)	0.250* (0.120)
IE	-0.019(0.021)	-0.024(0.020)	-0.027(0.020)	-0.023(0.020)	-0.028(0.020)	-0.029(0.020)
PO		0.300*** (0.077)	0.301*** (0.076)	0.299*** (0.075)	0.296*** (0.076)	0.295*** (0.075)
PO×FM			0.271 ⁺ (0.180)			0.193(0.187)
PO×FG				-0.668** (0.230)		-0.603* (0.239)
PO×IE					-0.099** (0.037)	-0.106** (0.037)
R ²	0.129	0.177	0.184	0.203	0.199	0.229
Adjusted R ²	0.099	0.146	0.150	0.169	0.165	0.190
F	4.306***	5.621***	5.340***	6.026***	5.860***	5.888***
N	272	272	272	272	272	272

注:N=272,+p<0.10,*p<0.05,**p<0.01,***p<0.001,括号内为标准误。

表 5 家族心理所有权对家族企业创业导向影响:稳健性检验结果(2)

变量	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6
-CONS	3.489*** (0.274)	2.701*** (0.291)	2.675*** (0.290)	2.668*** (0.289)	2.922*** (0.302)	2.882*** (0.299)
SIZE	0.019(0.031)	0.008(0.029)	0.009(0.029)	0.015(0.029)	0.003(0.029)	0.009(0.029)
FAGE	0.059(0.063)	0.053(0.059)	0.056(0.059)	0.046(0.059)	0.036(0.059)	0.033(0.058)
INDU	0.030(0.101)	0.034(0.095)	0.046(0.095)	0.039(0.094)	0.056(0.094)	0.067(0.094)
PERF1	-0.420** (0.137)	-0.366** (0.129)	-0.355** (0.128)	-0.371** (0.127)	-0.340** (0.128)	-0.336** (0.127)
PERF2	0.263** (0.090)	0.273** (0.085)	0.267** (0.084)	0.267** (0.084)	0.252** (0.084)	0.242** (0.084)
EAGE	-0.023(0.043)	-0.037(0.040)	-0.041(0.040)	-0.031(0.040)	-0.042(0.040)	-0.040(0.040)
FM	-0.021(0.110)	-0.060(0.104)	-0.035(0.104)	-0.057(0.102)	-0.023(0.103)	-0.005(0.103)
FG	0.242 ⁺ (0.145)	0.230 ⁺ (0.136)	0.226 ⁺ (0.135)	0.204(0.135)	0.227 ⁺ (0.134)	0.205(0.134)
IE	-0.014(0.022)	-0.031(0.021)	-0.036 ⁺ (0.010)	-0.029(0.020)	-0.042* (0.021)	-0.043* (0.021)
PO		0.280*** (0.048)	0.287*** (0.049)	0.276*** (0.048)	0.255*** (0.049)	0.257*** (0.049)
PO×FM			0.209 ⁺ (0.117)			0.134(0.127)
PO×FG				-0.395* (0.162)		-0.306 ⁺ (0.176)
PO×IE					-0.059* (0.024)	-0.059* (0.023)
R ²	0.114	0.222	0.232	0.241	0.241	0.262
Adjusted R ²	0.081	0.189	0.197	0.206	0.206	0.222
F	3.433**	6.839***	6.565***	6.890***	6.913**	6.501***
N	251	251	251	251	251	272

注:N=251,+p<0.10,*p<0.05,**p<0.01,***p<0.001,括号内为标准误。

五、结论与启示

(一) 研究结论

在“大众创业、万众创新”背景下,如何引导与支持以中小企业为主体的我国家族企业创新创业实践,是中国民营经济和民营企业转型升级、持续成长与高质量发展的重要话题。本文以家族企业的创业导向为切入点,基于管家理论、心理所有权理论等理论视角,使用中国东西部地区8个省或直辖市样本家族企业的问卷调查数据,研究家族心理所有权对家族企业创业导向的影响,以及家族涉入(家族管理权、家族代数)和制度环境对二者关系的调节效应。实证结果发现:第一,家族心理所有权对家族企业创业导向具有显著正向影响,即较强的家族成员心理所有权有助于提升家族企业创业导向。第二,家族涉入对家族心理所有权与家族企业创业导向关系具有显著影响,但家族涉入的不同方式对家族心理所有权与家族企业创业导向关系的影响存在差异性。具体而言,家族管理权对家族心理所有权与家族企业创业导向关系起正向调节作用,即随着家族管理权的增大,家族心理所有权对家族企业创业导向的正向影响增大;管理企业的家族代数对家族心理所有权与家族企业创业导向关系起负向调节作用,即在第一代管理的家族企业中,家族心理所有权对家族企业创业导向的正向影响更大。第三,制度环境对家族心理所有权与家族企业创业导向关系起负向调节作用,即随着家族企业所处外部制度环境的改善,家族心理所有权对家族企业创业导向的正向影响减小。

(二) 管理启示

本文研究结论对我国家族企业创业实践具有启示意义:第一,本文的实证研究发现,家族心理所有权对家族企业创业导向具有积极作用。这一结论意味着,家族企业追求创业导向活动中,家族成员的心理所有权价值应该得到重视。家族企业要将企业的价值观、使命和理念等传递给家族成员,促进家族成员对企业的认同感、归属感和责任意识;同时,鼓励家族成员参与企业决策,增强家族成员对企业的了解,从而提升家族成员的心理所有权。通过增强家族成员的心理所有权来提升家族企业创业导向。第二,家族治理特征是影响家族企业创业导向的重要因素。家族企业在追求创业导向时,应关注家族涉入的方式和家族涉入的程度,比如,家族成员是以管理权方式涉入,还是家族后代担任企业CEO?这些问题需要家族企业主进行权衡和决策。第三,在我国转型经济背景下,宏观制度环境对家族企业创业导向的影响不容忽视。目前,需要进一步完善家族企业创业的宏观制度环境,包括继续完善私有产权保护制度,积极营造公平竞争的营商环境,降低家族企业主感知的制度环境不确定性风险等,努力实现宏观制度环境、家族心理所有权与家族企业创业导向战略相匹配。

本文研究存在一定的局限性,而这也是未来研究进一步深入的方向:第一,相关变量的测量存在一定的局限性。例如,关于创业导向的测量,Covin和Slevin指出可以从创新性、先动性和风险承担性三个方面展开^[2]。本文将创业导向当作一个整体概念来看待,没有从创新性、先动性和风险承担性三个维度对创业导向进行区分。心理所有权对家族企业创业导向的影响是复杂的,比如,由于心理所有权涉及保护组织的管家动机^[11,17],这一动机可能导致家族企业风险规避的姿态,这意味着,家族心理所有权对家族企业创业导向可能具有消极影响。第二,研究模型存在一定的局限性。本文没有探讨家族心理所有权通过知识共享等中介变量作用对家族企业创业导向所产生的间接影响^[14]。因此,后续研究可以深入分析家族心理所有权对家族企业创新性、先动性和风险承担性等创业导向三个不同维度的影响;同时,揭示家族心理所有权转化为家族企业创业导向的具体路径,打开家族心理所有权影响家族

企业创业导向的“黑箱”。第三,样本数据存在一定的局限性。本文采用横截面数据,没有反映随时间变化的家族成员感知到的心理所有权变化情况及其对家族企业创业导向的影响。

参考文献:

- [1] 中国民(私)营经济研究会家族企业研究课题组. 中国家族企业发展报告-2011[M]. 北京:中信出版社,2011.
- [2] COVIN J G, SLEVIN D P. Strategic management of small firms in hostile and benign environments[J]. *Strategic Management Journal*, 1989, 10(1): 75-87.
- [3] 周立新. 家族企业创业导向与企业成长:社会情感财富与制度环境的调节作用[J]. *科技进步与对策*, 2018, 35(2): 90-95.
- [4] HERNÁNDEZ-LINARES R, LÓPEZ-FERNÁNDEZ M C. Entrepreneurial orientation and the family firm: mapping the field and tracing a path for future research[J]. *Family Business Review*, 2018, 31(3): 318-351.
- [5] ZAHRA S A. Entrepreneurial risk taking in family firms[J]. *Family Business Review*, 2005, 18(1): 23-40.
- [6] GARCÉS-GALDEANO L, LARRAZA-KINTANA M, GARCÍA-OLAVERRI C, et al. Entrepreneurial orientation in family firms: the moderating role of technological intensity and performance[J]. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 2016, 12(1): 27-45.
- [7] CHIRICO F, SALVATO C. Knowledge internalization and product development in family firms: when relational and affective factors matter[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2016, 40(1): 201-229.
- [8] KELLERMANN F W, DIBRELL C, CRUZ C. The role and impact of emotions in family business strategy: New approaches and paradigms[J]. *Journal of Family Business Strategy*, 2014, 5(3): 277-279.
- [9] FURBY L. Understanding the psychology of possession and ownership: a personal memoir and an appraisal of our progress[J]. *Journal of Social Behavior & Personality*, 1991, 6(6): 457-463.
- [10] PIERCE J L, KOSTOVA T, DIRKS K T. Toward a theory of psychological ownership in organizations[J]. *Academy of Management Review*, 2001, 26(2): 298-310.
- [11] HERNANDEZ M. Toward an understanding of the psychology of stewardship[J]. *Academy of Management Review*, 2012, 37(2): 172-193.
- [12] CORBETTA G, SALVATO C. Self-serving or self-actualizing? Models of man and agency costs in different types of family firms: a commentary on “comparing the agency costs of family and non-family firms: conceptual issues and exploratory evidence”[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2004, 28(4): 355-362.
- [13] EDDLESTON K A, KELLERMANN F W, ZELLWEGER T M. Exploring the entrepreneurial behavior of family firms: does the stewardship perspective explain differences?[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, 36(2): 347-367.
- [14] PITTINO D, BARROSO MARTÍNEZ A, CHIRICO F, et al. Psychological ownership, knowledge sharing and entrepreneurial orientation in family firms: The moderating role of governance heterogeneity[J]. *Journal of Business Research*, 2018, 84: 312-326.
- [15] MUSTAKALLIO M, AUTIO E, ZAHRA S A. Relational and contractual governance in family firms: effects on strategic decision making[J]. *Family Business Review*, 2002, 15(3): 205-222.
- [16] 李新春, 马骏, 何轩, 等. 家族治理的现代转型: 家族涉入与治理制度的共生演进[J]. *南开管理评论*, 2018, 21(2): 160-171.
- [17] AVEY J B, AVOLIO B J, CROSSLEY C D, et al. Psychological ownership: theoretical extensions, measurement and relation to work outcomes[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 2009, 30(2): 173-191.
- [18] MILLER D, LE BRETON-MILLER I. Governance, social identity, and entrepreneurial orientation in closely held public companies[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2011, 35(5): 1051-1076.
- [19] LEE K, MAKRI M, SCANDURA T. The effect of psychological ownership on corporate entrepreneurship: comparisons between family and nonfamily top management team members[J]. *Family Business Review*, 2019, 32(1): 10-30.
- [20] HENSSEN B, VOORDECKERS W, LAMBRECHTS F, et al. The CEO autonomy-stewardship behavior relationship in family firms: The mediating role of psychological ownership[J]. *Journal of Family Business Strategy*, 2014, 5(3): 312-322.
- [21] DAVIS J H, SCHOORMAN F D, DONALDSON L. Toward a stewardship theory of management[J]. *Academy of Management Review*, 1997, 22(1): 20-47.
- [22] MILLER D, LE BRETON-MILLER I, SCHOLNICK B. Stewardship vs. stagnation: an empirical comparison of small family and non-family businesses[J]. *Journal of Management Studies*, 2008, 45(1): 51-78.
- [23] CASSON M. The economics of the family firm[J]. *Scandinavian Economic History Review*, 1999, 47(1): 10-23.

- [24] STEWART A, HITT M A. Why can't a family business be more like a nonfamily business? Modes of professionalization in family firms[J]. *Family Business Review*, 2012, 25(1): 58-86.
- [25] SONGINI L, GNAN L. Family involvement and agency cost control mechanisms in family small and medium-sized enterprises [J]. *Journal of Small Business Management*, 2015, 53(3): 748-779.
- [26] MINICHILLI A, CORBETTA G, MACMILLAN I C. Top management teams in family-controlled companies: 'familiness', 'faultlines', and their impact on financial performance[J]. *Journal of Management Studies*, 2010, 47(2): 205-222.
- [27] CASILLAS J C, MORENO A M, BARBERO J L. A configurational approach of the relationship between entrepreneurial orientation and growth of family firms[J]. *Family Business Review*, 2010, 23(1): 27-44.
- [28] SCHEIN E H. The role of the founder in creating organizational culture[J]. *Organizational Dynamics*, 1983, 12(1): 13-28.
- [29] CRUZ C, NORDQVIST M. Entrepreneurial orientation in family firms; a generational perspective [J]. *Small Business Economics*, 2012, 38(1): 33-49.
- [30] BECK L, JANSSENS W, DEBRUYNE M, et al. A study of the relationships between generation, market orientation, and innovation in family firms[J]. *Family Business Review*, 2011, 24(3): 252-272.
- [31] GOMEZ-MEJIA L R, CRUZ C, BERRONE P, et al. The bind that ties: socioemotional wealth preservation in family firms [J]. *Academy of Management Annals*, 2011, 5(1): 653-707.
- [32] 王小鲁, 樊纲, 余静文. 中国分省份市场化指数报告(2016)[M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2017.
- [33] DU X Q, LUO J H. Political connections, home formal institutions, and internationalization: evidence from China [J]. *Management and Organization Review*, 2016, 12(1): 103-133.

Influence of family members' psychological ownership on entrepreneurial orientation of family firms

ZHOU Lixin, CHEN Jingjing

(*Research Center for the Economy of the Upper Reaches of the Yangtze River, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, R. P. China*)

Abstract: Family firms are the predominant form of business organization in China. Entrepreneurship orientation (EO) plays an important role in promoting the transformation and upgrading of family firms and their sustainable growth in China. This paper aims to explore the effect of family members' psychological ownership on entrepreneurial orientation of family firms, and to examine the moderating effects of family involvement (i. e., family management, family generation) and institutional environment in this relationship using the data of family firms in Eastern and Western China. The result reveals that family members' psychological ownership positively impacts entrepreneurial orientation of family firms. The result also shows that family management positively moderates the relationship between family members' psychological ownership and entrepreneurial orientation of family firms. That is, as family management increases, the positive effect of family members' psychological ownership on EO of family firms increase. In addition, family generation in management and institutional environment negatively moderate the relationship between family members' psychological ownership and entrepreneurial orientation of family firms. That is, as family generation in management increases, or institutional environment improves, the positive effects of family members' psychological ownership on EO of family firms decrease. This paper not only enriches the existing researches on antecedents of family firm entrepreneurial orientation in emerging economies, but also provides enlightenment for family firms' entrepreneurship in China.

Key words: psychological ownership; entrepreneurial orientation; family involvement; family management; family generation; institutional environment; family firm

(责任编辑 傅旭东)