

社会情感财富与家族企业国际化： 环境动态性的调节效应研究

周立新

(重庆工商大学 长江上游经济研究中心, 重庆 400067)

摘要: 文章基于浙江和重庆制造业家族企业的问卷调查数据,采用因子分析和多元回归分析方法,对中国情境下的家族企业社会情感财富进行了直接测量,并探讨了社会情感财富对家族企业国际化的影响及国内行业环境动态性的调节效应,研究结果表明:中国家族企业社会情感财富可区分为家族控制、家族认同、社会资本、家族代际传承意愿4个不同方面;家族代际传承意愿对家族企业国际化有显著的正向影响,社会资本对家族企业国际化有显著的负向影响;随着国内行业环境动态性的增加,家族代际传承意愿对家族企业国际化的正向影响程度减弱,社会资本对家族企业国际化的负向影响程度增强。

关键词: 家族企业;社会情感财富;国际化;环境动态性

中图分类号: F276 **文献标识码:** A **文章编号:** 1000-2154(2016)04-0005-10

Socioemotional Wealth and Family Firms' Internationalization: The Moderating Role of Environment Dynamism

ZHOU Li-xin

(Research Center for the Economy of the Upper Reaches of the Yangtze

River, Chongqing Technology and Business University, Chongqing 400067, China)

Abstract: This paper is to develop direct measurement of socioemotional wealth (SEW), and to explore the effect of SEW on family firms' internationalization, also to examine the moderating role of environmental dynamism in this relationship. A sample of manufacturing family firms in Zhejiang and Chongqing is selected, and factor analysis and multiple regress analysis are performed for the purpose of this study. The results indicate that four major dimensions of SEW may be identified in Chinese family firms, that is, family control, family members' identification with the firm, conservation of social capital, and the vision of family generational succession. The results also show that the vision of family generational succession positively influences family firms' internationalization, whereas conservational of social capital negatively influence family firms' internationalization. The moderating test results show, with the increase of domestic environmental dynamism, the strength of the positive relationship between the vision of family generational succession and family firms' internationalization is decreased, and the strength of the negative relationship between conservation of social capital and family firms' internationalization is increased.

Key words: family firm; socioemotional wealth (SEW); internationalization; environmental dynamism

一、引言

家族企业是中国民营企业的主体,中国民(私)营经济研究会家族企业研究课题组(2011)^[1]的调查显

收稿日期: 2015-11-30

基金项目: 国家社会科学基金项目“‘一带一路’背景下我国家族企业国际化战略及治理行为研究”(15BGL015)

作者简介: 周立新,女,研究员,管理学博士,博士生导师,主要从事企业战略与管理,区域经济理论与政策研究。

示,若以家族所有权定义,85.4%的民营企业是家族企业;若以家族所有权与管理权定义,55.5%的民营企业是家族企业。近年来,随着国家“走出去”战略的制定和实施,特别是2013年习近平同志建设“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”战略构想的提出,为我国尤其是西部地区家族企业国际化提供了重大机遇。普华永道咨询公司2014年的调查揭示,目前中国家族企业销售额的15%来自国际业务,预计未来5年将增至20%。

学术界对家族企业国际化动因的探索始于20世纪90年代,目前已成为家族企业国际化研究领域所聚焦的主题。传统的家族企业国际化动因研究以资源与能力观理论、代理理论和管家理论视角为主,强调单一视角的分析。其中:资源与能力观理论视角强调家族企业独特性资源和能力的重要作用,有三种基本的观点:一是家族涉入导致的财务资源和管理能力约束不利于家族企业国际化^[2-3],二是耐心资本、持续性资本和治理体系等家族资源有利于家族企业承担国际化的高风险^[4],三是中小家族与非家族企业国际化资源禀赋和发展没有明显差异^[5];代理理论和管家理论视角聚焦家族企业风险倾向的影响,风险偏好利于家族企业国际化^[6],风险厌恶不利于家族企业国际化^[7]。自2007年Gómez-Mejía等^[8]¹⁰⁶学者明确引入社会情感财富概念之后,基于社会情感财富理论视角探讨家族企业国际化动因成为重要方向。家族企业的社会情感财富禀赋包括家族控制和影响、家族成员对企业的认同、紧密的社会关系、家族成员的情感依恋、家族代际传承意愿^[9]⁹⁻¹⁰等。该理论视角强调保护社会情感财富是家族企业的重要目标和战略决策的首要参照点,规避社会情感财富损失是家族企业国际化战略决策的主要驱动因素。例如,Gómez-Mejía等(2011)^[10]⁶⁶⁸⁻⁶⁶⁹指出,家族对社会情感财富目标的追求导致家族企业较少选择国际化战略;Debicki(2012)^[11]¹²⁵发现,不同维度社会情感财富对家族企业国际化程度的影响不同:家族声誉有显著的正向影响,家族义务有显著的负向影响,家族持续性无显著的影响;Liang等(2014)^[12]¹²⁶揭示,保护社会情感财富使家族所有权与家族企业国际化倾向呈U型关系,家族管理权与家族企业国际化倾向呈倒U型关系。

中国家族企业国际化战略选择是否会显著地受到家族成员保护社会情感财富的影响?虽然Liang等(2014)^[12]¹²⁹⁻¹³¹对中国家族企业的研究涉及到了社会情感财富的重要性,但该研究仅从社会情感财富保护的视角探讨家族涉入对家族企业国际化的影响,并没有揭示社会情感财富对家族企业国际化的直接效应。

本文的主要贡献是:(1)首次构建并量化了中国家族企业社会情感财富结构维度及测评指标体系;(2)探讨了社会情感财富对家族企业国际化的直接效应和差异化特征,实证了保护社会情感财富是影响我国家族企业国际化战略选择的重要因素,而不同维度社会情感财富对家族企业国际化战略选择的影响不同;(3)从国内行业环境动态性角度去考察社会情感财富与家族企业国际化之间的关系,这一研究有助于更深入地揭示社会情感财富影响我国家族企业国际化的情境机制,弥补国内学术界在该领域研究成果空白的缺陷。

二、研究假设

(一) 家族企业社会情感财富的结构维度及实证测量

家族企业的社会情感财富是一个多维度的概念^[8]¹⁰⁶⁻¹⁰⁸,如行使权力的能力^[13]⁴⁷⁷、家族价值观的延续^[14]、家族王朝的保存^[15]、家族社会资本的积累^[16]、基于血缘关系的家族义务的履行^[17]、家族归属感、情感和亲情需要^[18]等。然而,实证测量则主要将家族所有权、家族管理权、家族代际传承意愿作为代理变量^[8]¹²¹^[19-20],仅以下几位学者对直接测量做过初步探索:Berrone等(2012)^[9]⁹⁻¹⁰使用家族所有者对家族非经济目标的关心程度进行测量,并区分家族控制和影响、家族成员对企业的认同、紧密的社会关系、家族成员的情感依恋、家族代际传承意愿5个维度,共26个测量题项,但量表没有经过大样本数据的检测;Debicki(2012)^[11]¹¹²使用家族企业决策者对社会情感财富的重要性看法进行测量,并区分家族声誉、家族持续性和家族义务3个维度,共24个测量题项;Vandekerckhof等(2015)^[21]¹⁰⁹⁻¹¹⁰将社会情感财富区分为家族控制和影响、家族代际传承意愿2个维度,共4个测量题项。以上研究成果中,Berrone等(2012)^[9]⁹⁻¹⁰的研究受到推

崇, 本文将以此为基础, 探讨社会情感财富对家族企业国际化的影响。

(二) 社会情感财富对家族企业国际化的影响

传统的企业国际化理论强调国际化的经济收益, 然而, 家族企业作为家族系统与企业系统相互联系和相互作用的复杂系统, 其国际化战略选择除了考虑企业经济目标之外, 也会考虑旨在使企业主及其家族成员受益的非经济目标, 这些非经济利益主要体现在对社会情感财富的追求上^{[10]668-669[11]125[12]126}。控制家族对社会情感财富目标的追求不同, 家族企业国际化资源与能力获取和风险感知等不同, 从而家族企业国际化战略选择可能存在一定的差异性。因此, 社会情感财富对家族企业国际化战略选择的影响是复杂的。

第一, 社会情感财富对家族企业国际化具有消极的影响: (1) 国际化活动增大的外部资金需求将迫使家族企业引入外部投资者, 如新股东或债权人, 外部投资者对企业高管团队的选择、家族高管绩效的评估及企业目标的改变等可能削弱家族对企业的控制、影响家族成员的利他行为、终止家族价值观在企业的延续等, 这些都是控制家族的社会情感财富损失的重要体现; (2) 国际化活动增大的复杂性、信息不对称和信息处理需求, 使家族企业需要雇用具有专门知识和技能的非家族人员^{[21]108}, 包括处理贸易壁垒和跨文化差异的专门人才, 从而削弱了家族对企业的控制。同时, 由于家族经理自身知识和能力的局限性, 他们往往缺少能力建立有效的监督系统, 以确保非家族经理在国外市场按照家族所有者的愿望行事, 从而有可能导致家族控制权的损失。因此, 具有强家族控制偏好的家族企业可能较少地选择国际化战略; (3) 家族成员对企业的情感依恋和组织认同, 提供了家族企业限制外部人影响公司治理和战略决策的凝聚力, 使家族企业更倾向于在国内市场开展经营活动^[22]; (4) 国际化活动需要增大与外国利益相关者和资源的联系^[23], 这会降低家族企业对国内利益相关者和资源等的依赖, 而渴望与本地社区、供应商和客户等利益相关者建立紧密社会关系的家族企业, 会降低对外国利益相关者的依赖, 从而不利于家族企业国际化扩张。Gómez-Mejía等(2010)^[24]的经验研究也实证了家族对社会情感财富的保护会使家族企业较少选择国际化战略。

第二, 社会情感财富对家族企业国际化具有积极的作用。比如, 渴望传承的家族企业更倾向于采取长期导向的视角对利益相关者做出战略性承诺, 发展与外部利益相关者的持久性合作关系^[25], 从而提供了家族企业国际化所需的重要信息和知识基础; 同时, 渴望传承的家族企业会更加重视后代继承人的培养, 或者将潜在继承人送入国外高校学习或送入家族企业历练, 从而使家族企业具备更多的国际化资源与能力; 此外, 渴望传承的家族企业会鼓励家族所有者追求长期成长战略, 如国际化成长战略, 并延长控制家族对国际化投资的评估期。

对中国家族企业而言, “家文化”的渗透可能会更加强化社会情感财富对家族企业国际化战略决策的重要性。对此提出如下假设:

- H1a: 家族控制对家族企业国际化有显著的负向影响;
- H1b: 家族情感依恋对家族企业国际化有显著的负向影响;
- H1c: 家族认同对家族企业国际化有显著的负向影响;
- H1d: 社会资本对家族企业国际化有显著的负向影响;
- H1e: 家族代际传承意愿对家族企业国际化有显著的正向影响。

(三) 国内行业环境动态性的调节效应

行业环境的动态性主要指难于预测、会增加环境不确定性的行业变化。越高的行业环境动态性意味着越动荡、越不稳定的行业环境。由于全球范围内的行业技术升级以及具体到中国情境下的制度影响, 在中国不同行业间的动态性水平有着很大差异^[26]。

根据社会情感财富理论的解释, 规避社会情感财富损失是家族企业国际化战略决策的重要参照点。在稳定的国内行业环境中, 家族企业的生存和发展风险相对较小, 此时家族企业可能更加关注社会情感财富等家族非经济目标, 而国际化扩张给家族企业带来的社会情感财富损失威胁和风险将超过国际化激励。相反, 在动荡的国内行业环境中, 家族企业可利用的国内机会相对缺乏, 资源获取渠道受到限制, 企业生存和发展的潜在风险增大, 在这种情况下, 家族企业如果不及时抓住机会向外寻求发展, 如通过国际化的方式

使家族企业获得开拓国外市场的机会并获取稀缺性资源,则随时都面临企业生存风险的威胁,而家族企业一旦破产则所有的社会情感财富都将损失。一些研究也揭示,以家族企业为主体的我国中小民营企业是在导致其生存和发展异常困难的国内行业环境的威胁下被迫进行的国际化^{[27]85}。因此,处于动荡的国内行业环境中的家族企业的生存风险和威胁将超过保护社会情感财富的重要性,此时家族企业可能会转换决策参照点,选择有利于家族企业生存和发展的高风险的国际化战略。对此提出以下假设:

H2:国内行业环境动态性负向调节社会情感财富与家族企业国际化关系。在动荡的国内行业环境中,家族控制、家族情感依恋、家族认同及社会资本对家族企业国际化的负向影响会增强,家族代际传承意愿对家族企业国际化的正向影响会减弱。

三、研究设计

(一) 数据来源

本文数据来源于重庆工商大学长江上游经济研究中心对浙江和重庆制造业民营企业(家)的一项问卷调查。2014年8月,在重庆选择了5位家族企业主进行深度访谈,并访谈了3位国内家族企业领域的专家学者,以修改和完善调查问卷。正式的问卷调查于2014年11-12月进行,调查区域涉及浙江12个市县和重庆14个区县,共发放调查问卷330份,回收调查问卷276份。剔除企业主及其家族成员持股比例在50%以下以及数据严重缺失的调查问卷之后,得到251份有效问卷,即家族企业问卷。

(二) 变量测量

1. 国际化程度 (INTE)。采用2013年企业出口收入占当年销售收入的比重来测量,由于家族企业数据获取的困难性,问卷设计中仅给出了2013年企业出口收入占当年销售收入比重的取值范围题项,数字1-6分别代表比重在0%、0%-10%、11%-25%、26%-50%、51%-75%、75%以上。

2. 社会情感财富 (SEW)。借鉴 Berrone 等 (2012)^{[9]9-10}、Debicki (2012)^{[11]112}、Vandekerckhof 等 (2015)^{[21]109-110}的量表,结合对家族企业家和专家学者的访谈,删减被访谈者认为衡量中国家族企业社会情感财富相对次要的测量题项,形成本文的测量量表,包括24个测量题项。量表使用李克特五点尺度衡量,其中1代表很不重要,5代表非常重要。探索性因子分析删除了在所有因子上载荷均低于0.5的4个测量题项(命名为家族情感依恋),即“保存家族成员的福利是关键、企业家族成员的情感联系很强、企业情感考虑常常与经济考虑一样重要、企业家族成员彼此之间感到温暖或幸福”,得到包括家族控制(FC)、家族认同(FI)、社会资本(SC)和家族代际传承意愿(FGS)4个因子的测量量表;验证性因子分析显示4因子模型拟合指标为: $\chi^2 = 408.553$, $df = 161$, $\chi^2/df = 2.538$, $GFI = 0.856$, $NFI = 0.845$, $IFI = 0.900$, $CFI = 0.899$, $RMSEA = 0.080$,测量模型与数据拟合可以接受;20个测量题项的标准化因子载荷值均超过了0.5且显著,因此观察变量具有较好的判别效度;4个因子的平均方差抽取量 AVE 超过或非常接近0.5,并且大于各因子相关系数的平方值(最大值为 $0.626^2 = 0.39$),说明模型具有聚合效度;总量表及4个因子的 Cronbach α 值均超过了0.8,表明量表具有良好的信度。

3. 环境动态性 (ED)。借鉴 Zahra 等 (2007)^[28]的量表,包括4个测量题项:(1)竞争对手的行为变化快;(2)客户的需求和偏好变化快;(3)所在行业领域内产品或服务更新换代快;(4)所在行业领域中技术发展变化快。量表使用李克特五点尺度衡量,其中1代表很不同意,5代表非常同意。探索性因子分析显示,该量表的 KMO 值为0.765,变量的累计解释率达73.984%;Cronbach α 系数值为0.882。这表明量表具有较好的信度和效度。

4. 控制变量。基于以往的相关研究,本文选取了以下6个控制变量:(1)地区 (LOCA),地区差异在一定程度上体现了制度环境等的差异,影响企业国际化战略选择^{[27]83},本文将浙江企业记为1,重庆企业记为0;(2)企业规模 (SIZE),它与企业的资源和能力获取存在紧密的联系,大企业通常拥有更多的财务资源和管理能力,更可能开展国际化经营活动,本文以2013年底企业资产总值(单位:万元)进行测量,并在模型中取自然对数;(3)企业年限 (AGE),老企业通常拥有更多的国际市场经验和长期导向目标,更可能选择国

际化战略,本文采用企业已创建年限进行测量,并在模型中取自然对数;(4)企业绩效(PERM),企业绩效与国际化战略选择存在紧密关系^[29],故将其作为控制变量纳入模型。对企业绩效的测量包括4个题项,即与同行主要竞争对手相比,企业过去3年的销售额增长情况、利润增长情况、市场份额增长情况和员工人数增长情况,量表使用李克特五点尺度衡量,其中1代表很差,5代表很好。探索性因子分析显示,量表的KMO值为0.876,变量的累计解释量达69.239%;Cronbach α 系数值为0.889,表明量表具有较好的信度和效度;(5)企业主受教育水平(EDU),它通过影响个体的信息获取和能力影响国际化战略选择,本文将受教育水平在小学及以下记为1,初中记为2,高中(中专)记为3,专科记为4,本科记为5,研究生记为6;(6)企业主行业工作经验(EXP),丰富的行业经验可以增强对国际业务机会的把握,更准确地评估国际化风险和收益,本文将行业工作经验在1-3年记为1,4-8年记为2,9-14年记为3,15年以上记为4。

表1 测量模型的验证性因子分析和信度分析结果

潜变量	指 标	因子载荷	Cronbach α
家族控制	企业的大多数股份由家族成员所有	0.74	0.884
	企业的战略决策权由家族成员掌控	0.74	
	企业的关键管理岗位由家族成员担任	0.77	
	企业的非家族经理和董事会人员由家族成员任命	0.77	
	保持企业的家族控制和独立性	0.82	
家族认同	家族成员对企业有强烈的归属感	0.62	0.836
	家族成员将企业的成功看作是自己的成功	0.74	
	家族企业对家族成员有重要的个人意义	0.72	
	作为家族企业的成员有助于更好地认识自我	0.71	
	家族成员以告诉别人自己是家族企业的一部分而自豪	0.71	
社会资本	企业积极参与改善社区的社会活动	0.82	0.831
	企业的非家族员工被当作是家族员工对待	0.78	
	企业的合约关系主要基于信任和互惠性规范	0.74	
	由于企业成就所有者家族被当地社区承认	0.55	
	朋友和当地社区对所有者家族的社会支持	0.55	
家族代际传承意愿	保持企业的家族传统和家族特征	0.71	0.822
	创造和保存家族成员的工作机会	0.65	
	家族所有者不可能基于短期标准评估他们的投资	0.68	
	家族成员不会考虑出售家族企业	0.72	
	将成功企业传递给下一代家族成员	0.70	

四、实证分析结果

(一) 变量的描述性统计与相关性分析

表2报告了主要变量的统计特征和相关系数,结果显示:家族企业国际化程度的均值为2.134,表明家族企业国际化水平较低。比较各维度社会情感财富的均值可以看出,对家族控制的偏好最低(均值为3.362),对与非家族员工、本地社区、供应商和客户等利益相关者建立紧密社会关系的偏好最高(均值为3.643),这在一定程度上表明中国家族企业的“强关系”特征。同时,4个维度的社会情感财富的取值范围都在1-5之间(限于篇幅限制,具体结果略),这说明尽管保护社会情感财富是家族企业区别于非家族企业的重要特征,但保护社会情感财富并不是所有家族企业的重要目标。相关分析显示,家族控制、家族代际传承意愿、环境动态性与家族企业国际化之间存在显著的正相关关系($p < 0.10$),社会资本与家族企业国际化之间存在显著的负相关关系($p < 0.05$),表明社会情感财富、环境动态性与家族企业国际化之间确实存在紧密的关系。

表2 描述性统计分析与相关系数

变量	均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. INTE	2.134	1.359	1											
2. FC	3.362	0.920	0.110 ⁺	1										
3. FI	3.447	0.794	0.008	0.522***	1									
4. SC	3.643	0.775	-0.127 ⁺	0.213**	0.490***	1								
5. FGS	3.430	0.746	0.136 ⁺	0.585***	0.626***	0.398***	1							
6. ED	3.282	0.805	0.108 ⁺	-0.002	0.181**	0.292***	0.105 ⁺	1						
7. LOCA	0.418	0.494	0.311***	0.087	0.067	-0.269***	0.027	-0.120 ⁺	1					
8. SIZE	7.288	1.801	-0.059	-0.126 ⁺	0.036	0.159 ⁺	0.029	0.044	-0.178**	1				
9. AGE	2.207	0.754	0.065	0.061	0.027	0.114 ⁺	0.107 ⁺	-0.178**	0.082	0.235***	1			
10. PERM	3.309	0.589	0.131 ⁺	0.118 ⁺	0.234***	0.265***	0.296***	0.058	-0.084	0.217**	0.013	1		
11. EDU	3.639	1.194	0.051	-0.068	0.059	0.183***	0.090	0.011	-0.280***	0.293***	0.154 ⁺	0.162 ⁺	1	
12. EXP	3.096	0.891	-0.028	0.010	0.078	0.244***	0.052	-0.018	-0.147 ⁺	0.273***	0.418***	-0.010	0.005	1

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

(二) 假设检验

采用层级回归分析方法对假设进行检验,并使用社会情感财富与环境动态性的交互项测量项以检验环境动态性在社会情感财富与家族企业国际化之间的调节效应。为了确保不存在多重共线性问题,对交互项测量项进行了中心化处理,并对解释变量和控制变量进行了方差膨胀因子(VIF)诊断,结果显示所有变量的VIF最高值为2.207,由此可排除多重共线性问题。假设检验结果参见表3。其中:模型1检验社会情感财富对家族企业国际化影响的主效应,模型2至模型6检验环境动态性在社会情感财富与家族企业国际化关系之间的调节效应。

1. 社会情感财富对家族企业国际化的影响。由表3模型1可知,家族代际传承意愿对家族企业国际化有显著的正向影响($\beta = 0.327, p < 0.05$),这种正向影响关系在后续的模型2至模型6加入环境动态性的调节作用后仍然非常显著。表明随着家族代际传承意愿的增强,家族企业选择国际化的可能性增大。假设 H1e 得到验证;社会资本对家族企业国际化有显著的负向影响($\beta = -0.426, p < 0.01$),这种负向影响关系后续的模型2至模型6加入环境动态性的调节作用仍然非常显著。表明越渴望与本地社区、客户和供应商等建立紧密社会关系的家族企业选择国际化的可能性越小。假设 H1d 得到验证;家族认同对家族企业国际化有显著的负向影响($\beta = -0.249, p < 0.10$),但这种负向影响关系后续的模型4模型6不显著,表明家族认同对国际化的负向影响不具有稳健性。假设 H1c 没有得到验证。可能的解释是,家族认同偏好意味着家族成员之间、家族与企业之间的利益冲突和矛盾的降低,有助于增强家族企业国际化经营活动的战略灵活性,导致家族认同对家族企业国际化的负向作用减小或不明显;家族控制对家族企业国际化的影响不具有显著性($\beta = 0.108, p > 0.10$)。假设 H1a 没有得到验证。原因可能是:家族控制偏好通常意味着企业高管团队的长任期,长任期会促使家族企业做出有利于企业长期利益而不是短期经济损失的决策,如国际化扩张,导致家族控制对家族企业国际化的负向影响变小甚至产生正向影响;此外,由于中国家族企业社会情感财富的结构维度不存在家族情感依恋维度,因此假设 H1b 无法得到验证。

2. 国内行业环境动态性的调节效应。由表3模型1可知,国内行业环境动态性对家族企业国际化有显著的正向影响($\beta = 0.407, p < 0.001$),这种正向影响关系在后续模型2至模型6仍然非常显著,这意味着国内行业环境动态性越高,家族企业越倾向于选择国际化。由表3模型2至模型6可知,当社会情感财富与国内行业环境动态性的交互项进入模型时,家族代际传承意愿与环境动态性的交互项(FGS × ED)对家族企业国际化产生了显著的负向影响($\beta = -0.282, p < 0.05$; $\beta = -0.358, p < 0.10$),社会资本与环境动态性的交互项(SC × ED)对家族企业国际化产生了显著的负向影响($\beta = -0.344, p < 0.05$; $\beta = -0.313, p < 0.05$),家族控制与环境动态性的交互项(FC × ED)、家族认同与环境动态性的交互项(FI × ED)对家族企业国际化的影响不具有显著性($\beta = -0.072, p > 0.10$; $\beta = 0.041, p > 0.10$; $\beta = -0.125, p > 0.10$; $\beta = 0.179, p > 0.10$)。产生这种现象的原因可能是:家族控制偏好意味着家族决策的集中性和权威性,有助于家族企业快速决策以降低国内行业环境动态性的冲击;家族认同偏好有助于增强家族企业应对外部环境变化的战

略灵活性,降低国内行业环境动态性的冲击。从而导致国内行业环境动态性在家族控制、家族认同与家族企业国际化关系中的负向调节作用变小或不明显。

表3 社会情感财富对家族企业国际化的影响

变量	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6
-CONS	-0.770(0.802)	-0.759(0.803)	-0.788(0.801)	-0.968(0.796)	-0.870(0.797)	-1.058(0.798)
LOCA	0.918*** (0.185)	0.932*** (0.186)	0.932*** (0.185)	0.915*** (0.183)	0.945*** (0.184)	0.921*** (0.184)
SIZE	-0.072(0.050)	-0.078(0.051)	-0.079(0.051)	-0.080(0.050)	-0.080(0.050)	-0.075(0.050)
AGE	0.013(0.130)	0.006(0.130)	0.013(0.130)	0.019(0.128)	0.028(0.129)	0.041(0.130)
PERM	0.399** (0.151)	0.393* (0.152)	0.393* (0.151)	0.482** (0.153)	0.407** (0.150)	0.497** (0.155)
EDU	0.199** (0.076)	0.202** (0.076)	0.201** (0.076)	0.180* (0.075)	0.191* (0.075)	0.167* (0.076)
EXP	0.189+ (0.109)	0.190+ (0.109)	0.189+ (0.108)	0.189+ (0.107)	0.185+ (0.108)	0.182+ (0.107)
ED	0.407*** (0.110)	0.417*** (0.111)	0.420*** (0.110)	0.395** (0.109)	0.405*** (0.109)	0.369** (0.111)
FC	0.108(0.116)	0.104(0.116)	0.107(0.116)	0.086(0.115)	0.093(0.115)	0.074(0.116)
FI	-0.249+ (0.146)	-0.259+ (0.147)	-0.268+ (0.147)	-0.204(0.145)	-0.299* (0.147)	-0.238(0.149)
SC	-0.426** (0.139)	-0.414** (0.141)	-0.394** (0.142)	-0.439** (0.138)	-0.365* (0.141)	-0.413** (0.143)
FGS	0.327* (0.156)	0.331* (0.156)	0.325* (0.156)	0.354* (0.155)	0.368* (0.156)	0.404* (0.158)
FC × ED		-0.072(0.103)				0.041(0.150)
FI × ED			-0.125(0.110)			0.179(0.189)
SC × ED				-0.344* (0.136)		-0.313* (0.156)
FGS × ED					-0.282* (0.131)	-0.358* (0.204)
R ²	0.225	0.227	0.230	0.247	0.241	0.258
Adj. R ²	0.187	0.186	0.189	0.207	0.200	0.207
ΔR ²		0.002	0.005	0.022	0.016	0.033
F	5.929***	5.462***	5.551***	6.104***	5.907***	5.094***

注: + $p < 0.10$, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。

为了更清楚地理解本文的检验结果,我们将环境动态性大于中位数的企业归类为动荡环境下的企业,将环境动态性等于和小于中位数的企业归类为稳定环境下的企业,分样本检验结果显示(见表4):在动荡的国内行业环境中,社会资本对家族企业国际化负向影响的临界值大于稳定环境中的临界值($\beta = -0.630, p < 0.05$; $\beta = -0.170, p > 0.10$),而家族代际传承意愿对家族企业国际化正向影响的临界值小于稳定环境中的临界值($\beta = 0.286, p > 0.10$; $\beta = 0.401, p < 0.10$)。以上结果表明,随着国内行业环境动态性的增加,家族代际传承意愿对家族企业国际化的正向影响程度减弱,社会资本对家族企业国际化的负向影响程度增强。这意味着随着国内行业环境动态性的增加,越渴望在世代间传承或渴望保存社会资本的家庭企业选择国际化的可能性越小。假设H2得到部分验证。

表4 社会情感财富对家族企业国际化影响的分样本分析结果

变量	动荡环境	稳定环境
-CONS	1.357(1.083)	-0.512(1.147)
LOCA	0.330(0.308)	1.270(0.256)
SIZE	-0.124(0.083)	-0.049(0.065)
AGE	-0.008(0.181)	0.044(0.205)
PERM	0.810** (0.240)	0.087(0.222)
EDU	0.076(0.117)	0.257(0.105)
EXP	0.206(0.161)	0.126(0.154)
FC	0.032(0.188)	0.132(0.157)
FI	-0.199(0.258)	-0.157(0.186)
SC	-0.630* (0.249)	-0.170(0.182)
FGS	0.286(0.234)	0.401* (0.230)
R ²	0.202	0.281
Adj. R ²	0.127	0.215
F	2.691**	4.225***
N	117	119

注: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。

(三) 稳健性检验

为了进一步检验模型的稳健性,本文采用是否实施国际化战略替代国际化程度。具体而言,将选择国际化的企业赋值为1,否则赋值为0,然后进行Logistic回归,检验结果见表5。表5模型1显示,家族代际传承意愿对家族企业国际化有显著的正向影响($\beta = 0.484, p < 0.10$),这种正向影响关系在后续的模型2至模型6中仍然显著。社会资本对家族企业国际化有显著的负向影响($\beta = -0.777, p < 0.01$),这种负向影响关系在后续的模型2至模型6中仍然非常显著。表5模型4显示,社会资本与环境动态性的交互项测量项($SC \times ED$)对家族企业国际化具有显著的负向影响($\beta = -0.622, p < 0.05$)。表5模型5和模型6显示,家族代际传承意愿与环境动态性的交互项测量项($FGS \times ED$)对家族企业国际化具有显著的负向影响($\beta = -0.633, p < 0.05, \beta = -0.702, p < 0.10$)。以上结果进一步支持了本文的研究结论。

表5 社会情感财富对家族企业国际化的影响

变量	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6
LOCA	1.721*** (0.357)	1.750*** (0.360)	1.782*** (0.363)	1.733*** (0.366)	1.822*** (0.368)	1.819*** (0.375)
SIZE	0.012 (0.095)	0.001 (0.096)	-0.002 (0.096)	0.012 (0.098)	-0.003 (0.097)	0.011 (0.099)
AGE	0.270 (0.238)	0.256 (0.240)	0.277 (0.242)	0.309 (0.246)	0.310 (0.244)	0.351 (0.251)
PERM	0.585* (0.283)	0.578* (0.284)	0.591* (0.288)	0.758* (0.299)	0.645* (0.296)	0.772* (0.308)
EDU	0.295* (0.141)	0.301* (0.142)	0.304* (0.142)	0.264* (0.143)	0.290* (0.143)	0.259* (0.145)
EXP	0.335 (0.204)	0.332 (0.205)	0.320 (0.207)	0.331 (0.208)	0.311 (0.207)	0.325 (0.209)
ED	0.587** (0.203)	0.605** (0.207)	0.630** (0.211)	0.600** (0.209)	0.597** (0.211)	0.590** (0.221)
FC	-0.062 (0.214)	-0.071 (0.215)	-0.061 (0.216)	-0.104 (0.218)	-0.083 (0.217)	-0.111 (0.221)
FI	-0.421 (0.269)	-0.442 (0.272)	-0.480+ (0.275)	-0.356 (0.273)	-0.520+ (0.277)	-0.455 (0.281)
SC	-0.777** (0.274)	-0.752** (0.276)	-0.686* (0.290)	-0.822** (0.281)	-0.652* (0.280)	-0.719* (0.288)
FGS	0.484+ (0.293)	0.499+ (0.295)	0.489+ (0.295)	0.561+ (0.301)	0.568+ (0.301)	0.614* (0.310)
FC × ED		-0.140 (0.200)				0.160 (0.293)
FI × ED			-0.354 (0.237)			0.127 (0.354)
SC × ED				-0.622* (0.280)		-0.480 (0.307)
FGS × ED					-0.633* (0.286)	-0.702+ (0.416)
- CONS	4.183** (1.514)	-4.170** (1.528)	-4.382** (1.575)	-4.855** (1.618)	-4.635** (1.605)	-5.133** (1.660)
Cox & Snell R^2	0.203	0.205	0.211	0.221	0.222	0.232
Nagelkerke R^2	0.273	0.275	0.284	0.297	0.298	0.312
Chi2	53.521	54.033	56.047	58.931	59.179	62.409
P	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

注: + $p < 0.10$, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$ 。

五、结论与讨论

家族企业作为家族系统与企业系统相互联系与作用所形成的复杂系统,其国际化战略选择既要考虑企业经济目标,也要考虑家族非经济目标即社会情感财富的保护和发展。本文利用浙江和重庆制造业家族企业的问卷调查数据,对中国情境下的家族企业社会情感财富进行了直接测量,并探讨了社会情感财富对家族企业国际化的影响以及国内行业环境动态性的调节效应。研究表明:(1)中国家族企业社会情感财富可区分为家族控制、家族认同、社会资本、家族代际传承意愿4个不同方面;(2)家族对社会情感财富目标的追求不同,家族企业国际化战略选择也不同,如家族代际传承意愿对家族企业国际化有显著的正向影响,社会资本对家族企业国际化有显著的负向影响,家族认同对家族企业国际化的负向影响不具有稳健性,家族控制对家族企业国际化的正向影响不具有显著性;(3)国内行业环境动态性负向调节家族代际传

承意愿、社会资本与家族企业国际化关系,即随着国内行业环境动态性的增加,家族代际传承意愿对家族企业国际化的正向影响程度减弱,社会资本对家族企业国际化的负向影响程度增强。这意味着随着国内行业环境动态性的增加,越渴望在世代间传承或保存社会资本的家族企业选择国际化的可能性越小。

本文的理论价值是:(1)首次构建并量化中国家族企业社会情感财富结构维度及测评指标体系,这与前期国内文献使用家族所有权、家族管理权、家族代际传承意愿作为社会情感财富的替代变量不同,从而为后续研究奠定了坚实基础,也进一步丰富了家族企业社会情感财富理论体系;(2)拓展了社会情感财富与家族企业国际化关系问题的研究。以往研究倾向于从社会情感财富保护视角探讨家族涉入对家族企业国际化的影响,并将社会情感财富作为一个整体概念来进行分析,本文将社会情感财富细分为四个维度,并探讨了不同维度社会情感财富对家族企业国际化的直接效应及差异化特征,这一研究拓展了社会情感财富与家族企业国际化关系问题的研究,对社会情感财富影响家族企业国际化的内在机制有了更深入的理解,也实证了家族企业社会情感财富的积极面和阴暗面的存在^[30];(3)拓展了家族企业国际化动因问题的研究。以往研究以资源与能力观理论、代理理论和管家理论视角为主,强调单一视角分析,本文整合当前流行的社会情感财富理论,结合产业基础观理论,探讨社会情感财富与国内行业环境动态性的交互作用对家族企业国际化的影响,丰富和发展了新兴经济体家族企业国际化理论体系;(4)深化了行业环境影响家族企业国际化战略选择的理论认识与把握。事实上,我国家族企业国际化战略选择也源于对国内特定行业环境动态性的反应。

本文对我国家族企业国际化战略选择具有一定的启示:(1)在中国制造业转型升级的背景下,引导家族企业开展国际化经营活动应该考虑家族成员对社会情感财富目标的追求,意图在世代间传承的家族企业可以提高其国际化程度,强调与本地社区、供应商和客户等利益相关者建立紧密社会关系的家族企业不应盲目提高国际化程度;(2)家族企业领导人需要根据所处国内行业环境的动态性程度适时调整家族代际传承意愿和社会资本积累,并采取有效措施提高家族企业应对国内行业环境动态性的战略灵活性;(3)政府应积极改善家族企业的生存环境,降低其在国内市场所面临的残酷竞争。

本文也存在一定的局限性:如仅探讨了社会情感财富对家族企业国际化的直接影响关系,Pukall 和 Calabrò(2014)^[31]指出,社会情感财富可能通过影响家族企业国际化过程关键变量(如国际化学习与知识获取、融资、信任建立)产生间接影响;对家族企业国际化的测量仅仅考虑了国际化程度,没有考虑国际化范围和国际化速度等。这些问题都有待于进一步研究和完善。

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[M]. 北京:中信出版社,2011:43.
- [2] FERNANDEZ Z, NIETO M J. Internationalization Strategy of Small and Medium-Sized Family Business: Some Influential Factors[J]. *Family Business Review*, 2005, 18(1): 77-89.
- [3] GRAVES C, THOMAS J. Determinants of the Internationalization Pathways of Family Firms: An Examination of Family Influence[J]. *Family Business Review*, 2008, 21(2): 151-167.
- [4] CARR C, BATERMAN S. International Strategy Configurations of the World's Top Family Firms[J]. *Management International Review*, 2009, 49(6): 733-758.
- [5] CRICK D, BRADSHAW R, CHAUDHRY S. "Successful" Internationalising UK Family and Non-Family-Owned Firms: A Comparative Study[J]. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2006, 13(4): 498-512.
- [6] ZAHRA S A. Entrepreneurial Risk Taking in Family Firms[J]. *Family Business Review*, 2005, 18(1): 23-40.
- [7] CLAVER E, RIENDA L, QUER D. Family Firms Risk Perception: Empirical Evidence on the Internationalization Process[J]. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 2008, 15(3): 457-471.
- [8] GOMEZ-MEJIA L R, HAYNES K T, NUNE-NICKEL M, et al. Socioemotional Wealth and Business Risks in Family-Controlled Firms: Evidence from Spanish Olive Oil Mills[J]. *Administrative Science Quarterly*, 2007, 52(1): 106-137.
- [9] BERRONE P, CRUZ C, GOMEZ-MEJIA L R. Socioemotional Wealth in Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches and Agenda for Future Research[J]. *Family Business Review*, 2012, 25(3): 298-317.

- [10] 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.
- [11] DEBICKI B J. Socioemotional Wealth and Family Firm Internationalization: The Moderating Effect of Environmental Munificence[D]. Mississippi: Mississippi State University, 2012.
- [12] LIANG X Y, WANG L H, CUI Z Y. Chinese Private Firms and Internationalization: Family Involvement in Management and Family Ownership[J]. *Family Business Review*, 2014, 27(2): 126-141.
- [13] SCHLILZE W S, LUBATKIN M H, DINO R N. Toward a Theory of Agency and Altruism in Family Firms[J]. *Journal of Business Venturing*, 2003, 18(4): 473-490.
- [14] HANDLER W C. Succession in Family Firms: A Mutual Role Adjustment between Entrepreneur and Next Generation Family Members[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1990, 15(1): 37-51.
- [15] CASSON M. The Economics of Family Firms[J]. *Scandinavian Economic History Review*, 1999, 47(1): 10-23.
- [16] ARREGLE J L, HITT M A, SIMON D G, et al. The Development of Organizational Social Capital: Attributes of Family Firms[J]. *Journal of Management Studies*, 2007, 44(1): 73-95.
- [17] ATHANASSIOU N, CRITTENDEN W F, KELLY L M, et al. Founder Centrality Effects on the Mexican Family Firm's Top Management Group: Firm Culture, Strategic Vision and Goals, and Firm Performance[J]. *Journal of World Business*, 2002, 37(2): 139-150.
- [18] KEPNER E. The Family and the Firm: A Co-Evolutionary Perspective[J]. *Organizational Dynamics*, 1983, 12(1): 57-70.
- [19] BERRONE P, CRUZ C, GOMEZ-MEJIA L R, et al. Socioemotional Wealth and Corporate Responses to Institutional Pressures: Do Family-Controlled Firms Pollute Less? [J]. *Administrative Science Quarterly*, 2010, 55(1): 82-113.
- [20] 陈凌, 陈华丽. 家族涉入、社会情感财富与企业慈善捐赠行为——基于全国私营企业调查的实证研究[J]. *管理世界*, 2014(8): 90-101.
- [21] VANDEKERKHOF P, STEIJVERS T, HENDRIKS W, et al. The Effect of Organizational Characteristics on the Appointment of Nonfamily Managers in Private Family Firms: The Moderating Role of Socioemotional Wealth[J]. *Family Business Review*, 2015, 28(2): 104-121.
- [22] SEGARO E L, LARIMO J, JONES M V. Internationalisation of Family Small and Medium Sized Enterprises: The Role of Stewardship Orientation, Family Commitment Culture and Top Management Team[J]. *International Business Review*, 2014, 23(2): 381-395.
- [23] HITT M A, HOSKISSON R E, KIM H. International Diversification: Effects on Innovation and Firm Performance in Product Diversified Firms[J]. *Academy of Management Journal*, 1997, 40(4): 767-798.
- [24] GOMEZ-MEJIA L R, MAKRI M, LARRAZA-KINTANA M. Diversification Decisions of Executive Compensation in Family-Controlled Firms[J]. *Journal of Management Studies*, 2010, 47(2): 223-252.
- [25] LE BRETON-MILLER I, MILLER D. Why do Some Family Businesses Out-Compete? Governance, Long-Term Orientations, and Sustainable Capability[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2006, 30(6): 731-746
- [26] LUO Y, TUNG R L. International Expansion of Emerging Market Enterprises: A Springboard Perspective [J]. *Journal of International Business Studies*, 2007, 38(4): 481-498.
- [27] 张瑾华, 李新春, 何轩. 中国中小民营企业的被迫国际化——以制度环境和创新能力影响下的共生依赖性为视角[J]. *财经研究*, 2014(1): 83-92.
- [28] ZAHRA S A, NEUBAUM D O, LARRANETA B. Knowledge Sharing and Technological Capabilities: The Moderating Role of Family Involvement[J]. *Journal of Business Research*, 2007, 60(10): 1070-1079.
- [29] ZAHRA S A. International Expansion of US Manufacturing Family Business: The Effect of Ownership and Involvement[J]. *Journal of Business Venturing*, 2003, 18(4): 495-512.
- [30] KELLEKMANN S W F, EDDLESTON K A, ZELLWEGER T M. Extending the Socioemotional Wealth Perspective: A Look at the Dark[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, 36(6): 1175-1182.
- [31] PUKALL T J, CALABRO A. The Internationalization of Family Firms: A Critical Review and Integrative Model[J]. *Family Business Review*, 2014, 27(2): 103-125.

(责任编辑 郑英龙)