

高层管理团队中家族权威与创新能力研究： 以家族上市公司为视角

李婧¹ 贺小刚²

(1. 上海政法学院经济管理学院; 2. 上海财经大学国际工商管理学院)

摘要: 基于我国家族上市公司 2001~2005 年的面板数据,对高层管理团队中家族权威与创新能力之间的关系,以及组织环境对家族权威的调节作用进行了统计检验。结果表明,家族权威与家族企业的创新能力之间存在显著且稳健的倒 U 型关系,过于强化或弱化家族成员在高层管理团队中的权威都不利于家族企业的创新。此外,家族权威的这种作用在不同的组织环境下具有不同的表现,在动荡的经营环境下强调家族权威具有更显著的消极作用;在经营规模相对较大的情况下强调家族权威更不利于创新能力的培育。

关键词: 高层管理团队; 家族权威; 创新能力; 家族企业

中图分类号: C93 **文献标识码:** A **文章编号:** 1672-884X(2012)09-1314-09

Family Authority in TMT and Innovation: An Empirical Study in Chinese Family-Owned Firms

LI Jing¹ HE Xiaogang²

(1. Shanghai University of Political Science and Law, Shanghai, China;

2. Shanghai University of Finance and Economics, Shanghai, China)

Abstract: Focusing on TMT in family firms, this paper tries to find out the relationship between family authority and innovation capabilities. Based on panel data from Chinese listed FOFs, the result shows that: first, family authority has a reversed-U relationship with innovation capabilities, too low or too high levels of family authority in TMT hinders innovation; second, size of the firm and industrial dynamics play moderating role in the relationship between family authority and innovation capability. The smaller the firm and the more dynamic the environment is, the stronger impact the family authority has.

Key words: TMT; family authority; listed family firms; innovation capability

企业组织创新能力的影响因素一直是学界研究的热点问题。诸如市场结构、FDI 技术外溢、组织联盟方式、集群特性、非正式治理及社会关系等都成为探寻组织创新能力的源泉。我 国 民 营 企 业 的 创 新 能 力 状 况 以 及 影 响 创 新 成 果 的 因 素 分 析, 更 是 激 起 学 者 的 深 入 关 注^[1]。家 族 制 企 业 作 为 民 营 企 业 的 一 股 强 大 力 量, 在 我 国 建 设 创 新 型 社 会 的 进 程 中 起 到 不 可 忽 略 的 重 要 作 用。随 着 家 族 企 业 的 成 长, 家 族 企 业 的 管 理 者 不 再 仅 仅 由 具 有 血 亲 关 系 的 家 族 成 员 组 成, 外 来 的 职 业 经 理 人 往 往 成 为 管 理 团 队 中 不 可 忽 略 的 重 要 组 成 部 分, 企 业 内 这 2 个 具 有 不

同目标偏好的群体是如何做出战略决策和经营决策的,尚不清楚。在梳理国外有关创新能力的研究文献之后可发现,从公司内部治理机制角度探讨创新能力的培育是一个很有意义的研究视角^[2],这是因为创新反映的是公司内部权力机构中决策者的行为结果。由此,一些学者重点探讨了内部治理对企业创新行为的影响。例如,BARRY 等^[3]研究了公司所有权和董事会的构成对企业研发战略的影响;PAHUL 等^[4]从理论上解释了机构投资者对组织研发投入的影响。创新作为一种战略活动,在高层梯队理论看来,TMT 实际上是高层管理者行为的反

收稿日期: 2010-06-06

基金项目: 国家自然科学基金资助项目(71172140);教育部人文社会科学研究资助项目(12YJC630093);上海市社会科学规划资助项目(2011BGL007)

应^[5]。相关研究也证实了 TMT 对于研发的影响^[6]。在组织的政治理论看来, TMT 实际上反映了占据统治权的集团的利益和信仰,而他们是企业战略决策的制定者^[7]。由此,就理论而言,以 TMT 作为分析单元,将有助于深入了解企业组织的创新能力状况。基于此,本研究以我国家族上市公司为分析对象,探讨 TMT 中家族权威对企业创新能力的影响。

1 理论基础与研究假设

管理者的经验和心理诉求的不同会影响他们对现实的感知,并进而影响其执行行为以及战略选择^[8]。家族企业所有者往往会采用折中的治理模式,与非家族外部人共同分享控制权和所有权^[9]。近来不少调查数据显示家族对经营管理权的让渡比例要远远大于对股权的让渡比例^[10]。这样,家族企业 TMT 的成员就不再仅由家族成员组成,拥有专有性人力资本的职业经理人在家族企业的发展过程中也起到不可忽略的作用。

在创新性活动中,往往需要在决策制定中给予高层管理者较高的决策灵活性以及权力^[11]。由此,提高非家族管理者在 TMT 中的权威能够促进企业创新能力的培育。但是,非家族成员在 TMT 中的权威过高也不利于企业创新能力的培育:①非家族管理者的效用函数不同于家族管理者,他们不关注企业的长期发展,仅以满足个人当前效用最大化为主要目标。从代理角度来说,较高的决策权也同时给予了高层管理者较高的自由度去追求自身的利益^[12],往往会导致管理者“堑壕行为”,这在一定程度上不利于企业创新能力的培育。②企业创新活动面临相当大的风险,如果创新失败,公司短期经营业绩就会下滑,企业经营者就可能面临董事会的解聘或因敌意接管而失去工作^[13]。对于非家族管理者而言,风险较高的研发投入意味着一种暂时的雇佣关系^[14]。③非家族管理者之间更多地表现为一种“水平关系”,从而导致他们在信息交流、知识共享以及信任程度方面也弱于家族管理者,导致管理团队的稳定性、一致性弱于家族管理团队,在面对风险和不确定时,不利于风险的承担以及对不确定性问题的解决,从而也不利于创新能力的积累。

本研究认为, TMT 中家族权威有助于企业创新能力的提升:①家族利他主义从家族到公司内部的扩张,使得当前这一代的所有者有倾向和义务为下一代保留财富,他们在进行战略

行为选择时往往会以家族财富的增值及延续为目标,以最大化惠及子孙福利为导向。由此,通过内部继任生存的家族企业倾向于采取一种长期视角,不会由于股票市场对其绩效的短期评价而生存或者死亡^[15]。②家族成员拥有较少的可选职业和退出渠道,往往面临较高的退出成本,因此,高度依赖家族企业^[16],这就会促使他们关注长期投资,注重组织能力的提升。所有权会一直属于本家族的假设同样使得家族管理者更有激励去进行创新投资^[17]。由此,家族成员更倾向于选择创新型战略。③TMT 中的家族权威较高有利于对非家族管理者进行有效的监督,防止经营者偏离家族最大化利益的行为产生,有利于确保创新战略的制定和执行。④家族亲缘关系使得家族管理团队内部存在一种“垂直关系”,促进了家族成员忠诚感的产生以及对公司领导的隶属。鉴于此,面对研发投入活动中不可逆的风险, TMT 的家族主义会比没有家族关系的团队产生一种更强的一致性,更能够一起承担不确定性带来的风险,并解决在执行中出现的问题^[18]。⑤在我国不成熟的金融市场及职业经理人市场中,许多家族企业是通过从家族成员以及个人关系网络中获得资本和人力投资的^[19]。

本研究认为,家族权威过高也会阻碍企业创新能力的提升,这是因为高度集中的权威赋予家族成员更大的责任,也赋予他们更大的义务。为了给后代留有一份持久的遗产,所有权和经营权的高度重叠使得家族企业在进行融资或风险投资时持非常谨慎的态度^[20]。创新投入的持久性以及回报的不确定性自然使得家族成员在创新决策中有所保留。另外, TMT 中家族权威的增加也就意味着非家族成员的影响力下降,职业经理人的权威过度地被削弱,也是不利于企业创新能力提升的。这是因为:①创新是建立在知识积累的基础上的,对参与者的人力资本要求很高^[21]。由于家族内部知识资源的局限性,在 TMT 中引入较多的非家族成员有利于各种相关知识的引进、整合与利用,避免了“群体思考”,从而产生高质量的、原创的以及新颖的决策^[22]。非家族权威较低则会限制非家族管理者对决策制定过程的参与,导致决策思路越来越窄,决策质量不高,从而阻碍组织创新能力的提升。②权威是企业的一种主要的稀缺性资源,当职业经理人所拥有的权威过低时,他们的积极性明显受到影响,不仅不利于激发他们的创造性和确保创新决策的正确性,而且也不

利于他们主动地对其专有性人力资本进行投资。^③当亲缘关系变得过于重要,经营能力不再是持有管理权权威和所有权权威的必要条件时,会让非家族管理者感觉不被信任,被企业视为“外部人”,难以形成归属感,导致家族企业难以吸引和留住专业化人才,从而也不利于企业创新能力的培育。

基于以上分析,本研究认为,家族企业 TMT 中的家族权威对企业创新能力的提升具有促进作用,但不是简单的直线型关系,过度强化家族权威会阻碍组织创新能力的提升。由此,提出以下假设:

假设 1 家族企业 TMT 中家族权威与企业的创新能力之间存在倒 U 型关系。

值得注意的是,本研究认为 TMT 中家族权威的作用将受制于家族企业所处的经营环境的制约。稳定的环境,可由一系列成熟的、相对来说不会变化的因素进行预测^[23];动荡的环境意味着环境的难以预测性^[24]。TMT 就像一个组织的信息处理中心,用来处理环境与组织之间的关系^[25]。在动态环境中,快节奏的变化提高了决策的不明确性^[26]。作为对动态环境的反应,TMT 必须处理大量信息才能对复杂问题有较好的理解^[27]。环境的动态性越强,管理工作的性质越繁杂,越破碎^[28],对 TMT 信息处理能力的要求就越高。对于家族企业而言,面对环境的变化,为了做出更有效的、更科学的创新决策,就更需要依靠非家族职业经理人专业化的管理技能。鉴于此,本研究认为在其他情况一定的条件下,动荡的经营环境使 TMT 中的家族权威对创新能力的培育作用出现下降的趋势。由此,提出以下假设:

假设 2 在动荡的经营环境下,强化 TMT 中的家族权威将更不利于创新能力的提高。

TMT 中家族权威的作用还受家族企业经营规模的影响。在企业规模较大的背景下,由于管理幅度的增加以及管理工作复杂性的提高,家族成员会更加依赖非家族职业化管理者的专有技能,以实现对有限资源的有效管理和运营,而这些能力也往往促进了企业创新结果的形成。基于此,如果在经营规模较大的情况下,赋予非家族成员较高的权威将有助于创新能力的提升,而强化家族权威则将阻碍创新能力的提升。由此,提出以下假设:

假设 3 在经营规模较大的环境下,强化 TMT 中的家族权威对于创新能力的改进更加不利。

2 研究设计

2.1 样本选择与数据搜集

本研究以我国家族上市公司为研究对象,样本的确定标准如下:最终控制者能追踪到自然人或家族、最终控制者直接或间接持有的公司必须是被投资上市公司第一大股东^[29]。考虑到我国上市公司自 2001 年才开始被要求在年报中披露控股股东和最终实际控制人详细情况,此前的相关数据难以收集,故决定将 2001 年作为研究样本的起始年份。样本数据来自 CCER 经济金融研究数据库。基于对家族上市公司的界定,排除了外资类、集体类、社会团体类和职工持股会控制类等非家族控制的企业,并删除了数据缺失过多的样本,最后得到 112 家公司 2001~2005 年的面板数据。这些公司依据全球行业分类标准,涉及工业(22%)、信息技术(19%)、消费者相机选购品(22%)、医疗保健(14%)、原材料(13%)、日常消费品(6%)以及金融(房地产管理与开发)(4%)7 个行业。

本研究以家族上市公司中 TMT 为研究对象,搜集的原始数据主要包括:①所有高层管理人员的持股量以及任职信息。有关数据主要通过公司年度报告获得,然后根据 CCER 经济金融研究数据库及有关财经网站对企业年报中缺失的相关信息予以弥补。②家族成员关系状况。有关数据主要来自公司年度报告、招股说明书和上市公告。由于部分公司未揭示公司董事、监事和高层管理成员间的亲缘关系,本研究先以实际控制人为基准,对出现在年度报告中的高层管理人员均借助百度等搜索引擎及公司网站等渠道以确定其与实际控制人的关系。

2.2 研究变量说明

关于权威,本研究依据文献^[29]的研究从所有权权威和管理权权威 2 个方面进行测量。前者主要体现为股权的持有量,后者主要体现为企业中担任管理职位的高低。

(1) TMT 中家族管理权权威 该变量借鉴一些学者的结构性权威测量方法,即以任职职位的高低为指标进行管理权权威的测量^[30]。采用文献^[31]的方法,首先,根据每位家族成员在家族上市公司的任职情况确定其相应的职位等级系数 $p^{\text{①}}$;然后,分别计算出 TMT 中家族成

① 本研究借鉴了文献^[31]的方法,首先确定我国家族上市公司中的职位类型,然后分别对其赋值,限于篇幅,不一一列出,有兴趣的读者可与笔者联系。

员拥有的管理权总和 m_i ($m_i = \sum_{i=1}^n p_i$, n 为 TMT 中家族成员的总数), 以及整个 TMT 的管理权总和 m ($m = \sum_{j=1}^m p_j$, m 为 TMT 的总人数); 最后, 得出家族成员所拥有的管理权在整个 TMT 所拥有的管理权中所占的比重 M (即家族管理权权威):

$$M = m_i/m = \sum_{i=1}^n p_i / \sum_{j=1}^m p_j$$

M 值越高, 说明家族成员在 TMT 中所拥有的管理权权威越大。

②) TMT 中家族成员的所有权权威 该变量以高层管理人员个人所持有的公司股份的数量 s 作为个人所有权大小的衡量指标。首先, 分别计算出 TMT 中家族成员的总持股量

s_i ($s_i = \sum_{i=1}^n s_i$, n 为 TMT 中家族成员的人数) 与

整个 TMT 的总的持股量 s ($s = \sum_{j=1}^m s_j$, m 为 TMT 的总人数); 然后, 计算出 TMT 中家族成员所持股份占整个 TMT 所持总股份的比重 S :

$$S = s_i/s = \sum_{i=1}^n s_i / \sum_{j=1}^m s_j$$

S 值越大, 说明家族成员在 TMT 中所拥有的所有权权威越高。

③) 创新能力 该变量采用专利数量 (P) 以及技术人员比例 (T_{ter}) 进行衡量。其中, 专利数据来源于中华人民共和国知识产权局网站; 技术人员比例来源于公司的年度报告。在处理过程中, 采用主成分分析法将专利和技术人员比例聚合成一个创新因子; 同时, 考虑到决策的滞后性、创新成果的产生所需要的时间, 以及专利申报审批所需要的时间, 本研究对创新因子分别进行滞后 1 年和滞后 2 年的处理, 并基于此求得创新能力连续 3 年的均值, 以均值作为进入模型检验的创新能力值。

④) 控制变量 为了更准确地分析家族企业 TMT 中家族权威对企业创新能力的影响, 在检验模型中将以下变量作为控制变量: ① 企业所处行业 (I)。企业所属行业不同会对企业创新能力产生影响。在检验中, 将行业设为虚拟变量。由于所选样本属于 7 个行业, 因此, 在模型检验中最终进入 6 个虚拟变量, 分别为 $I_1, I_2, I_3, I_4, I_5, I_6$ 。② 企业寿命 (L)。企业的生存时间可能会由于自我选择性的偏差而影响到价值^[22], 自我选择性的不同意味着战略决策的不同, 所以将其作为控制变量。③ TMT 的平均年龄 (A)。它会对企业的创新绩效产生影响^[2],

因此, 将其作为控制变量。④ TMT 规模 (T_{mt}), 即 TMT 的总人数, 它会影响到 TMT 职能背景的差异性, 从而影响企业的创新能力^[31]。⑤ 盈利能力 (P_m)。盈利能力的增强可以提高企业的要素积累能力, 而要素积累能力是研发效率的一个保障, 因此, 选择盈利能力作为控制变量。对于盈利能力的衡量, 本研究综合考虑了文献^[32]所采用的分析指标以及金融界关于盈利能力的分析指标, 最终采用经营净利率、经营毛利率、资产利润率、资产净利率、净利润率、净资产收益率、税前利润增长率、净资产收益率增长率 8 个指标加以测量, 并采用主成分分析法将 8 个指标聚合成一个盈利能力因子, 主成分分析过程同上所述。因子分析结果显示, Cronbach's α 均达到 0.7 以上, KMO 值在 0.7 以上, 各因子解释度也均达到 76% 以上, 信度和效度都可以接受。⑥ 财务杠杆 (F_l)。公司财务杠杆比率的增加将导致公司股东追求更大风险的战略, 文献^[33]的研究也实证证实了财务杠杆与创新存在相关关系, 因此, 本研究也将财务杠杆作为控制变量, 并采用总负债 $\times 100 \div$ 总资产加以测量。

另外, 以下变量同时作为控制变量和家族权威的调节变量: ① 企业规模 (S_a), 它与企业的资源获取和积累等方面存在紧密的关系, 这可能会影响到创新和最终的企业价值^[34], 本研究以企业的资产进行测量 (单位为亿元), 且在检验模型中对资产总额取对数处理。② 企业经营环境的动态性 (E)。本研究依据文献^[35]的方法以资产收益率以及销售收入为原始数据, 分别计算其行业平均变异系数, 该系数越大则意味着环境的动荡性越大、越不稳定。

2.3 描述性统计与相关分析

各变量的描述性统计结果见表 1。由表 1 可知, 2001~2005 年期间我国家族上市公司 TMT 中, 家族成员所有权权威长期来看呈现下降趋势, 2001 年均值为 0.253, 而 2005 年降低到 0.164, 这也就意味着非家族成员所拥有的所有权权威越来越多; 同时, 家族成员所拥有的管理权权威也呈现下降趋势, 2001 年均值为 0.113, 2005 年降低到 0.072, 说明非家族成员所担任的职务等级越来越高。

各变量相关性检验结果见表 2。由表 2 可知: ① 所有权权威与管理权威同专利均存在显著的正相关关系, 其中, 家族成员所有权权威对企业创新能力的贡献大于管理权权威对企业创新能力的贡献; ② 所有权权威与管理权权威之

表 1 变量的描述性统计

| 变量 | 参数 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2001~2005 |
|------------------|-----|--------|--------|--------|--------|--------|-----------|
| S_a | 均值 | 12.095 | 13.975 | 16.569 | 18.355 | 19.013 | 18.227 |
| | 标准差 | 11.493 | 13.201 | 15.153 | 19.000 | 19.810 | 22.795 |
| L | 均值 | 8.396 | 9.143 | 9.968 | 10.863 | 11.582 | 9.820 |
| | 标准差 | 3.019 | 3.600 | 3.461 | 3.373 | 3.292 | 3.621 |
| A | 均值 | 42.423 | 43.136 | 43.233 | 43.242 | 43.470 | 42.013 |
| | 标准差 | 4.153 | 4.595 | 4.940 | 4.530 | 4.005 | 4.580 |
| T_{tmt} | 均值 | 4.652 | 4.884 | 5.087 | 5.065 | 5.714 | 4.550 |
| | 标准差 | 1.703 | 1.954 | 2.074 | 1.855 | 2.131 | 2.011 |
| E | 均值 | -0.024 | -0.017 | 0.026 | 0.010 | 0.021 | 0.012 |
| | 标准差 | 0.562 | 0.653 | 0.512 | 1.044 | 0.646 | 0.693 |
| P_m | 均值 | 0.004 | -0.000 | 0.012 | 0.016 | -0.005 | 0.006 |
| | 标准差 | 0.327 | 0.854 | 0.275 | 0.629 | 0.403 | 0.539 |
| F_l | 均值 | 1.180 | 1.190 | 1.462 | 1.478 | 1.539 | 1.483 |
| | 标准差 | 1.244 | 1.199 | 1.291 | 1.967 | 3.605 | 2.985 |
| S | 均值 | 0.253 | 0.226 | 0.190 | 0.215 | 0.164 | 0.203 |
| | 标准差 | 0.391 | 0.382 | 0.368 | 0.381 | 0.342 | 0.368 |
| M | 均值 | 0.113 | 0.109 | 0.105 | 0.100 | 0.072 | 0.097 |
| | 标准差 | 0.149 | 0.193 | 0.188 | 0.154 | 0.133 | 0.174 |
| P | 均值 | 0.695 | 3.698 | 4.217 | 3.935 | 3.551 | 2.514 |
| | 标准差 | 2.632 | 16.700 | 17.950 | 21.206 | 9.088 | 10.010 |
| T_{ter} | 均值 | 0.179 | 0.171 | 0.182 | 0.163 | 0.167 | 0.176 |
| | 标准差 | 0.124 | 0.141 | 0.157 | 0.146 | 0.143 | 0.151 |
| 样本量 | | 112 | 112 | 112 | 112 | 112 | 560 |

间存在很强的相关性,相关系数达到 0.73 以上,并且都非常显著,这也在一定程度上说明了本研究对于权威的测量是可信的,也是后续对家族权威进行因子分析的依据。③ 专利数量和技术人员比例之间也存在显著的正相关性,因此,在后续的实证检验过程中本研究将这 2 个指标组合成为创新能力因子。

3 检验模型与结果

本研究的检验模型如下:

模型 I $y_{it} = c_i + \beta_1 x_{it} + \beta_2 x_{it}^2 + \gamma_1 Z_{it} + \mu_{it}$

模型 II $y_{it} = c_i + \beta_3 F_{pit} + \beta_4 F_{pit}^2 + \gamma_2 Z_{it} + \mu_{it}$

模型 III $y_{it} = c_i + \beta_5 S_{ait} \times F_{pit} + \beta_6 E_{it} \times F_{pit} + \gamma_3 Z_{it} + \mu_{it}$

模型 IV $y_{it} = c_i + \beta_7 S_{ait} \times F_{pit} + \beta_8 S_{ait} \times F_{pit}^2 + \beta_9 E_{it} \times F_{pit} + \beta_{10} E_{it} \times F_{pit}^2 + \gamma_4 Z_{it} + \mu_{it}$

式中, y_{it} 代指衡量企业技术创新能力的指标, x_{it} 代指与高管团队中家族权威相关的两个测量指标,即家族成员所有权权威以及家族成员管理权权威; F_{pit} 指由家族成员所有权权威与家族成员管理权权威组合而成的家族权威因子;

表 2 变量间的相关分析(N = 560)

| 变量 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
|----------------------------|----------|----------|----------|---------|----------|--------|--------|----------|----------|---------|----|
| 1 企业规模 S_a | 1 | | | | | | | | | | |
| 2 环境动态性 E | -0.001 | 1 | | | | | | | | | |
| 3 企业寿命 L | -0.128** | -0.055 | 1 | | | | | | | | |
| 4 TMT 平均年龄 A | 0.237** | -0.021* | -0.026 | 1 | | | | | | | |
| 5 TMT 规模 T_{tmt} | 0.215** | -0.044* | -0.084* | 0.130** | 1 | | | | | | |
| 6 盈利能力 P_m | 0.198** | -0.019 | -0.097* | 0.160** | 0.034 | 1 | | | | | |
| 7 财务杠杆 F_l | 0.008 | 0.043 | 0.078 | 0.138** | -0.055 | -0.014 | 1 | | | | |
| 8 家族所有权权威 S | 0.169** | 0.034** | -0.227** | 0.127* | -0.048** | 0.026 | -0.116 | 1 | | | |
| 9 家族管理权权威 M | 0.192** | 0.050** | -0.132** | 0.058* | -0.086** | 0.092* | -0.061 | 0.749** | 1 | | |
| 10 专权数量 P | 0.215** | -0.067* | 0.005* | 0.060* | 0.019*** | 0.025 | -0.010 | 0.156*** | 0.044** | 1 | |
| 11 技术人员比例 T_{ter} | 0.000* | -0.206** | 0.044** | -0.057* | 0.005*** | 0.098* | -0.003 | 0.038*** | -0.117** | 0.115** | 1 |

注: *, **, *** 分别表示 $p < 0.1$ 、 $p < 0.05$ 、 $p < 0.01$ (双尾检验),下同。

E_{it} 指企业所处的经营环境; S_{ait} 代指企业资产规模; Z_{it} 代表一组控制变量; $\beta_i (i = 1 \sim 10)$ 和 $\gamma_i (i = 1 \sim 4)$ 指回归模型变量系数,个体时间变量 μ_{it} 代表了随截面与时序同时变化的因素影响; i 表示横截面数据, t 表示时间序列。本研究的截面数据有 112 家企业,时间序列为 2001 ~ 2005 年。

在进行统计检验之前,考虑到所有权权威与管理权权威之间的高度相关性,本研究采用主成分分析方法将 TMT 中的两者组合成为“家族权威因子(F_p)”。研究结果表明,2001 ~ 2005 年权威因子的累计已解方差均在 84.948% 以上,最高达 90.182%,样本充分性的

KMO 值在 0.653 以上,最低的因子负载值为 0.849,且反映信度的 Cronbach's α 值均在 0.717 以上,组合后变量的信度与效度都是可以接受的。之后,本研究采取 3 个步骤检验家族企业 TMT 中家族权威与企业创新能力之间的关系,以及调节变量对这一关系的影响。

(1) 分别对管理权权威以及所有权权威进行了检验(见表 3)。

从家族成员的管理权权威和所有权权威与企业创新能力的关系检验结果来看,我国上市家族企业 TMT 中家族成员所拥有的管理权权威与企业创新能力之间存在显著的倒 U 型关系,即企业的创新能力随着 TMT 中家族成员

表 3 家族成员所有权比、管理权比与企业创新能力的关系检验(N=560)

| 变量 | 模型 1 | 模型 2 | 模型 3 | 模型 4 |
|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| CONSTANT | 0.383***(-4.138) | 0.423***(-3.062) | 0.456*(-1.889) | 0.551**(-2.198) |
| I ₁ | 0.037(0.430) | 0.050(0.581) | 0.047(1.001) | 0.056(1.201) |
| I ₂ | 0.151** (2.275) | 0.148** (2.255) | 0.099** (2.223) | 0.084** (1.981) |
| I ₃ | 0.321*** (4.881) | 0.331*** (5.104) | 0.252*** (8.776) | 0.255*** (8.922) |
| I ₄ | 0.330*** (3.784) | 0.360*** (4.166) | 0.288*** (7.578) | 0.298*** (8.260) |
| I ₅ | 0.215*** (3.409) | 0.202*** (3.243) | 0.116*** (3.963) | 0.118*** (4.156) |
| I ₆ | -0.100(-1.430) | -0.061(-0.886) | -0.266***(-8.029) | -0.231***(-8.978) |
| S _a | 0.198*** (3.690) | 0.160*** (2.936) | 0.034(1.286) | 0.038(1.395) |
| E | -0.096***(-3.012) | -0.088***(-2.797) | -0.012(-0.890) | -0.014(-1.044) |
| T _{mt} | 0.002(0.196) | 0.003(0.287) | 0.002(0.472) | 0.002(0.380) |
| L | 0.100*(1.674) | 0.005*(1.856) | 0.000*(1.850) | 0.001** (2.254) |
| P _m | 0.006(1.092) | 0.007(0.194) | 0.003(0.115) | 0.005(0.171) |
| F ₁ | -0.010(-1.092) | -0.009(-1.037) | 0.006(0.832) | 0.008(1.211) |
| A | -0.001(-0.171) | -0.003**(-2.570) | 0.002*** (3.853) | 0.003*** (4.442) |
| M | | 1.017*** (3.816) | | 0.505*** (4.357) |
| M ² | | -1.494***(-3.283) | | -0.879***(-4.463) |
| S | | | 0.836*** (3.206) | 0.743*** (2.963) |
| S ² | | | -0.859***(-3.190) | -0.800***(-3.097) |
| R ² | 0.253 | 0.315 | 0.327 | 0.401 |
| Adj-R ² | 0.250 | 0.309 | 0.321 | 0.394 |
| Prob>F | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |

注：括号中的数据为 t 值。

管理权权威的上升而提高,但是到了一定程度(模型给出的临界值为 34.04%)之后,TMT 中家族成员所拥有的管理权权威会阻碍组织创新能力的提高,并且这种先升后降的非直线关系在后续的模型 4 中同时考虑 2 种权威时依旧非常显著。TMT 中家族成员所拥有的所有权权威与企业创新能力之间也存在非常显著的倒 U 型关系,且在模型 4 中也非常显著。同时,由分析结果可知,当 TMT 中家族成员所持有的所有权权威在 48.95%时企业创新能力达到最大值。在同时考虑管理权权威和所有权权威的情况下,大致可以推算出家族管理权权威在 28.73%即可达创新能力最大值,而家族所有权权威在 46.44%可以达到创新能力的最大值。本研究以模型 4 为基础,拟合了家族权威在有效取值(0~1)区间的图形(见图 1)。由图 1 可知,在创新达到最大化值时的管理权权威值(0.2873)处于均值与正负 2 个标准差之间(-0.2517~0.4447),并且该值与均值的差异为 0.1908(0.2873~0.0965),这一方面可以

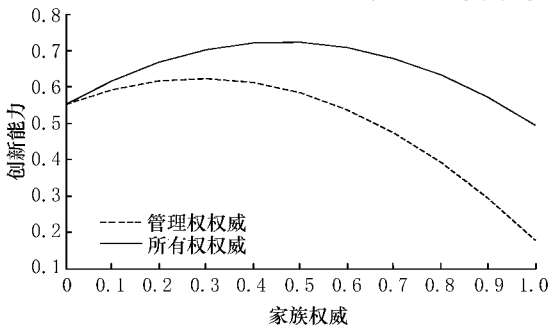


图 1 家族权威与组织创新能力

排除异常值的存在,另一方面也可以认为该模型的模拟效果要优于对权威取对数以及一次项或三次项等拟合模型的效果。对于家族所有权权威,同样得到在创新达到最大化值时的权威值(0.4895)处于均值与正负 2 个标准差之间(-0.53162~0.93842),并且该值与均值的差异为 0.2861(0.4895~0.2034),这同样可以排除异常值的存在以及其他更优模型的存在。由分析结果可知,家族的所有权权威和管理权权威在保证企业创新战略选择上确实起到一定的促进作用,但是过高的所有权权威意味着要承担过高的财务风险,过高的管理权权威意味着要承担过高的决策风险。尤其是在家族企业中,所有权和管理权高度相关,双高风险下会导致家族成员回避高风险,哪怕是可能会带来高收益的创新战略。由此,家族企业对 TMT 进行权威配置时,不能够将管理权权威或者所有权权威绝对地集中于家族成员或非家族成员手中,这对于企业组织创新能力的提升都是不利的,要掌握适度分配的原则。

(2)对家族权威因子与企业创新能力之间的关系进行检验,并继而加入权威因子与企业规模和所处经营环境的交互项,检验调节变量的调节作用,有关结果见表 4。

由表 4 中模型 5 可知,家族权威与组织创新能力之间存在显著的倒 U 型关系($p < 0.01$)。由此,假设 1 得到验证。即家族企业的创新能力起初是随着 TMT 中家族权威的上升而增强的,但是,当 TMT 中家族成员所拥有的

表 4 TMT 中家族权威及组织环境的调节作用检验

| 变量 | 模型 5 | 模型 6 | 模型 7 |
|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| CONSTANT | 0.293* (1.872) | 0.339(1.277) | 0.393(1.351) |
| I_1 | 0.014(0.286) | 0.041(0.826) | 0.107** (2.096) |
| I_2 | 0.027(0.585) | 0.025(0.547) | 0.057(1.160) |
| I_3 | 0.243*** (9.127) | 0.261*** (10.180) | 0.263*** (9.720) |
| I_4 | 0.268*** (8.090) | 0.269*** (8.312) | 0.332*** (9.639) |
| I_5 | 0.087*** (3.789) | 0.107*** (4.533) | 0.120*** (4.537) |
| I_6 | -0.255*** (-8.848) | -0.257*** (-8.602) | -0.251*** (-7.435) |
| S_a | 0.045* (1.809) | 0.014(0.464) | 0.039(1.131) |
| E | -0.013** (-2.267) | -0.017(-1.393) | -0.036** (-2.591) |
| T_{tmt} | 0.001(1.285) | 0.004(0.797) | 0.003(0.557) |
| L | 0.003** (1.994) | 0.003* (1.921) | 0.001(1.254) |
| P_m | 0.007(0.219) | 0.019(0.622) | 0.014(0.470) |
| F_1 | -0.015** (-2.220) | -0.015** (-2.334) | -0.018*** (-2.636) |
| A | 0.004** (2.118) | 0.005*** (3.201) | 0.001* (1.833) |
| F_p | 0.133*** (6.954) | 0.100*** (5.366) | 0.152*** (5.347) |
| F_p^2 | -0.160*** (-5.734) | -0.141*** (-3.474) | -0.195*** (-4.265) |
| $S_a \times F_p$ | | -0.043(-1.146) | -0.127* (-1.850) |
| $E \times F_p$ | | -0.018(-1.117) | -0.064** (-2.378) |
| $S_a \times F_p^2$ | | | 0.084** (2.090) |
| $E \times F_p^2$ | | | 0.052*** (2.833) |
| R^2 | 0.373 | 0.427 | 0.433 |
| Adj- R^2 | 0.365 | 0.423 | 0.429 |
| Prob>F | 0.000 | 0.000 | 0.000 |

注: N=560。

权威到达一定程度之后,这种权威的继续膨胀则会阻碍组织创新能力的提高。这一方面说明在家族企业中维持家族权威的重要性,另一方面也揭示了过高的权威集中于家族成员会给予家族成员过大的压力,迫使他们避免选择高风险、高收益的创新战略;同时,也反映了家族权威的高度集中会抹杀非家族成员的积极性、主动性和创造性,切断有价值的资源来源。

由表 4 中模型 6 和模型 7 可知,当对企业

表 5 TMT 中家族权威与创新能力的分样本分析结果

| 变量 | 经营环境 | | 经营规模 | |
|------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| | 动荡环境 | 稳定环境 | 大规模 | 小规模 |
| CONSTANT | 0.253** (2.402) | 0.390*** (3.219) | 0.290*** (3.747) | 0.308* (1.901) |
| I_1 | 0.071(0.492) | 0.174(1.179) | 0.068(1.132) | 0.057(0.412) |
| I_2 | 0.098* (1.843) | 0.164(1.454) | 0.039(0.429) | 0.063* (1.770) |
| I_3 | 0.227** (2.164) | 0.244** (2.366) | 0.084** (2.368) | 0.226** (2.164) |
| I_4 | 0.246*** (2.862) | 0.333** (2.560) | 0.069*** (2.869) | 0.233* (1.842) |
| I_5 | 0.107(1.058) | 0.083* (1.857) | 0.004(1.078) | 0.100(1.101) |
| I_6 | -0.231* (-1.864) | -0.302** (-2.300) | -0.293*** (-5.549) | -0.231* (-1.867) |
| S_a | 0.240*** (7.534) | 0.139*** (6.856) | — | — |
| E | — | — | -0.008(-0.330) | -0.064** (-2.459) |
| L | 0.015*** (3.701) | 0.019*** (3.644) | 0.009(1.390) | 0.006* (1.862) |
| A | 0.005* (1.710) | 0.004(0.887) | 0.007** (2.336) | -0.004(-0.353) |
| T_{tmt} | 0.008(0.217) | 0.002** (2.237) | 0.014** (2.053) | 0.003(0.353) |
| P_m | 0.094(0.864) | 0.042(1.296) | 0.071(0.769) | 0.051* (1.848) |
| F_1 | -0.008*** (-2.598) | -0.004*** (-6.373) | -0.040** (-2.610) | -0.006* (-1.706) |
| F_p | 0.026(1.110) | 0.205*** (4.451) | 0.070** (2.257) | 0.127*** (4.587) |
| F_p^2 | -0.042*** (-2.882) | -0.220*** (-5.078) | -0.108*** (-2.982) | -0.139*** (-3.875) |
| R^2 | 0.375 | 0.381 | 0.362 | 0.371 |
| Adj- R^2 | 0.368 | 0.374 | 0.359 | 0.366 |
| Prob>F | 0.000 | 0.000 | 0.000 | 0.000 |
| n | 298 | 262 | 239 | 321 |

规模和企业所处经营环境的动态性与家族权威的一次方项进行交互检验时,结果显示企业规模和经营环境动态性对于家族权威与企业创新能力之间的关系均具有负向调节作用,但不显著;当在检验模型中加入企业规模和经营环境动态性与家族权威的二次方交互项进行检验时,企业规模与经营环境动态性对家族权威一次项与企业创新能力之间的关系表现出同样的负向调节作用,对家族权威二次项与企业创新能力的关系表现出正向调节作用,且均非常显著($p < 0.01$)。

(3)为了更加清晰了解企业规模和企业所处经营环境动态性对家族权威和企业创新能力关系的调节作用,本研究对总样本分类后进行了组间差异性检验。首先,基于样本规模的均值将企业分为大规模企业与小规模企业 2 种类别,分类步骤如下:①分年份对所有样本的规模求均值。②用规模的原始值减去该年的均值得到规模的标准化值。③按照规模的标准化值将企业分为 2 类,标准化值大于 0 的企业表示其规模大于该年样本均值,为大规模企业;标准化值小于 0 的企业表示其规模小于该年样本均值,为小规模企业。采取同样的方法,将所有样本按照经营环境动态性的不同分为动荡环境下的企业和稳定环境下的企业。其次,对分样本组分别进行回归检验。最后,通过 Chow Test 对组间差异进行分析。分样本回归分析结果见表 5。

由表 5 可知,首先,在动荡环境中,TMT 中家族权威与创新能力存在显著的倒 U 型关系;在较稳定的行业环境中,家族权威与创新能力之间也存在显著的倒 U 型关系。同时,由回归系数可以看出,企业所处经营环境不同,等值的家族权威对创新能力的影响也是不同的,动荡环境中家族权威的临界值小于稳定环境中的临界值,这也就说明行业经营环境对家族权威与创新能力之间的关系具有负向调节作用。由此,假设 2 得到验证。同时,通过对分样本进行 Chow Test 检验,发现经营环境动荡的企业与经营环境稳定的企业在结构上存在显著差异 ($p < 0.01$),家族权威一次方以及二次方回归系数的组间差异也非常显著 ($p < 0.01$),说明经营环境对家族权威与创新能力的调节作用非常显著。其次,大规模企业中家族权威与创新能力之间存在显著的倒 U 型关系,小规模企业中家族权威与创新能力也存在显著的倒 U 型关系,而且等值的家族权威对创新能力的影响也是随着企业规模的改变而变化的,小规模企业中家族权威的临界值大于大规模企业中家族权威的临界值,即企业规模对家族权威与创新能力之间的关系存在负向调节作用。由此,假设 3 得到验证。同样地,通过对分样本进行 Chow Test 检验,发现大规模企业与小规模企业在结构上也存在显著差异 ($p < 0.01$),家族权威一次方以及二次方回归系数的组间差异也非常显著 ($p < 0.01$),说明企业规模对家族权威与企业创新能力之间的调节作用非常显著。

为了确保以上研究结论的稳定性。本研究采取以下方法进行稳健性检验:首先,分别计算出 TMT 中所有家族成员的管理权总和以及所有非家族成员的管理权总和,并检验其与创新之间的关系。结果显示,家族成员所拥有的管理权总和同企业创新能力之间存在显著的倒 U 型关系,说明原结论具有稳健性。同时,非家族管理者所拥有的管理权总和与企业创新能力之间也存在显著的倒 U 型关系。其次,分别计算 TMT 中家族成员持有的股本之和、非家族成员持有的股本之和占公司总股本的百分比,检验所有权的相对大小与企业创新能力之间的关系。结果显示,家族成员所有权比、非家族成员所有权比与创新能力之间均存在显著的倒 U 型关系,同样说明原结论具有稳健性。最后,利用上述数据检验了经营环境和企业规模对权威与创新之间关系的影响。结果显示,经营环境和规模对家族权威与创新之间的关系存在显著

的负向调节作用,对非家族权威与创新之间的关系表现为正向调节作用,但不显著。这也在一定程度上证明了本研究所得结论的稳健性。

4 结语

本研究主要得出以下几点结论:①揭示了家族权威对企业创新能力的影响,丰富了对家族企业创新机制的研究,同时也深化了从公司治理角度对创新的研究。②过于强化或弱化家族成员在 TMT 中的权威都不利于企业创新能力的培育。权威在 TMT 中的家族成员和非家族成员间应适度配置。③在经营规模相对较大的情况下强调家族权威具有更为显著的消极作用;在环境处于动荡的情况下强调家族权威更不利于创新能力的培育。

最后,应该指出的是,本研究只是将家族企业 TMT 中的管理者简单分为家族管理者与非家族管理者,分析 2 个利益集团的权威的相对大小对创新能力的影响。然而,将 2 个利益集团的博弈扩展到公司所有的权力机构,分析不同权力机构之间家族权威的交互作用对创新能力的影响也是值得考虑的;同时,由于家族内部血缘关系亲密程度的不同,探讨权威在家族内部人之间如何进行分配才能最大化企业创新能力也应深入研究。

参 考 文 献

- [1] 韵江,刘立. 创新变迁与能力演化:企业自主创新战略——以中国路明集团为案例[J]. 管理世界,2006(12):115~130.
- [2] ZAHRA S A, COVIN J G. Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship Performance Relationship: A Longitudinal Analysis[J]. Journal of Business Venturing,2000,10(1):43~58.
- [3] BARRY D B, RITA D K, THOMAS A. Effects of Board and Ownership Structure on Corporate R&D Strategy[J]. Academy of Management Journal,1991,34(1):205~214.
- [4] PAHUL K, PARTHIBAN D. Institutional Investors and Firm Innovation: A Test of Competing Hypotheses[J]. Strategic Management Journal, 1996,17(1):73~84.
- [5] HAMBRICK D C. Upper Echelons: The Organization as a Reflection of Its Top Managers[J]. Academy of Management Review,1984,9(2):193~206.
- [6] POLZER J T, MANNIX E A, NEALE M A. Interest Alignment and Coalitions in Multiparty Negotiation [J]. Academy of Management Journal,1998,41(1):42~54.

- [7] CYERT R M, MARCH J G. A Behavioral Theory of the Firm[M]. Prentice-Hall; Englewood Cliffs, 1963.
- [8] FINKELSTEIN S J, HAMBRICK D C. Strategic Leadership: Top Executives and Their Effects on Organizations[M]. MN: West S. t. Paul, 1996.
- [9] 李新春. 经理人市场失灵与家族企业治理[J]. 管理世界, 2003(4): 87~95.
- [10] 储小平. 家族企业的成长与社会资本的融合[M]. 北京: 经济科学出版社, 2004.
- [11] LUIS R G, MARTIN L K, MARIANNA M. The Determinants of Executive Compensation in Family-Controlled Public Corporations [J]. Academy of Management Journal, 2003, 23(4): 226~237.
- [12] JENSEN M C, MECKLING W C. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure[J]. Journal of Financial Analysis, 1976, 3(4): 305~360.
- [13] 徐金发, 刘翌. 企业治理结构与技术创新[J]. 科研管理, 2002, 16(3): 59~63.
- [14] ANSFIELD E. Industrial Rresearch and Technological Innovation[M]. New York: Norton, 1968.
- [15] BRUTON G, AHLSTROM D, WAN J. Turn-around in East Asian Firms: Evidence from Ethnic Overseas Chinese Communities[J]. Strategic Management Journal, 2003, 24(6): 519~540.
- [16] SCHULZE W, LUBATKIN M, DINO R B, et al. Agency Relationships in Family Firms: Theory and Evidence[J]. Organization Science, 1995, 12(2): 99~116.
- [17] KANG D. Ownership Structure and Corporate Dividend Policy: How Large Block Family Owners Increase Dividend Payout and Achieve Superior Firm Performance[R]. Boston: Harvard Business School, 1999.
- [18] PENROSE E T. The Theory of the Growth of the Firm[M]. New York: Wiley, 1959.
- [19] JOSEPH T M. The Management of Resources and the Resource of Management [J]. Journal of Business Research, 1995, 33(2): 91~101.
- [20] 李垣, 王龙伟, 杨建君. 企业战略控制与自主创新关系研究[J]. 管理工程学报, 2007, 21(2): 100~102.
- [21] KAREN A B, SUSAN E J. Top Management and Innovation in Banking: Does the Composition of the Top Team Make a Difference? [J]. Strategic Management Journal, 1989, 10(s1): 484~503.
- [22] SCHULZE W S, LUBATKIN M H, DINO R N. Exploring the Agency Consequences of Ownership Dispersion among the Directors of Private Family Firms[J]. Academy of Management Journal, 1999, 46(2): 179~194.
- [23] ALDRICH H E. Organization and Environment [M]. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1979.
- [24] DESS G G, BEARD D W. Dimensions of Organizational Task Environments[J]. Administrative Science Quarterly, 1984, 29(1): 52~73.
- [25] THOMPSON J. Organizations in Action[M]. New York: McGraw-Hill, 1967.
- [26] RICHARD L D, ROBERT H L. Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design[J]. Management Science, 1986, 32(5): 554~571.
- [27] GEORGE P H, MICHAEL J O'C, LARRY L C. Perceived Environmental Uncertainty: Effects of Information and Structure [J]. Academy of Management Journal, 1975, 18(4): 725~740.
- [28] MINTZBERG H. The Nature of Managerial Work [M]. New York: Harper & Row, 1973.
- [29] 贺小刚, 连燕岭. 家族权威与企业价值: 基于家族上市公司的实证研究[J]. 经济研究, 2009(4): 90~102.
- [30] FINKELSTEIN S. Power in Top Management Teams: Dimension, Measurement, and Validation [J]. Academy of Management Journal, 1992, 35(3): 505~538.
- [31] ANDERSON N R, WEST M A. The Team Climate Inventory: The Development of the TCI and its Applications in Teambuilding for Innovativeness [J]. European Journal of Work and Organizational Psychology, 1996, 5(1): 53~66.
- [32] 李善民, 曾昭灶. 控制权转移的制度背景与控制权转移公司的特征[J]. 经济研究, 2003(11): 54~65.
- [33] MINGFANG L, SIMERLY Y L. Environmental Dynamism, Capital Structure and Innovation: An Empirical Test[J]. International Journal of Organizational Analysis, 2002, 10(2): 156~171.
- [34] SHAKER A Z. Entrepreneurial Risk Taking in Family Firms[J]. Family Business Review, 2005, 18(1): 23~40.
- [35] HAMBRICK D C, FINKELSTEIN S. Managerial Discretion: A Bridge between Polar Views of Organizational Outcomes[J]. Research in Organizational Behavior, 1987, 9(1): 369~406.

(编辑 郭恺)

通讯作者: 李婧(1984~), 女, 山东梁山人。上海政法学院(上海市 201701)经济管理学院讲师, 博士。研究方向为组织结构与战略。E-mail: lijing_abc@yahoo. com. cn