

家族企业中的长期导向研究综述与展望*

窦军生 吴赛赛

(浙江大学管理学院,浙江 杭州 310000)

内容提要:近年来,在家族企业研究领域,长期导向受到越来越多的关注,但在现有文献中学者们尚未就一些根本性的问题达成一致认识。本文首先厘清了长期导向研究的缘起,并结合家族企业研究领域中的认知现状,对其内涵维度和测量方法进行了梳理,继而对家族企业中长期导向的形成机制做了分析,在此基础上系统梳理了家族企业的长期导向对其创业活动影响的研究进展。最后提出了未来家族企业长期导向研究值得关注的五个方向:引入“主观时间”重新诠释长期导向;开发有效的长期导向量表;研究家族企业长期导向的微观基础;对家族企业的长期导向进行跨层次研究;从意愿和能力视角探究影响家族企业长期导向的情境因素。

关键词:长期导向 家族企业 家族参与

中图分类号:F270 **文献标志码:**A **文章编号:**1002—5766(2019)06—0194—15

一、引言

家族企业是世界各地国民经济的重要组成部分,打破“富不过三代”魔咒以获得长期持续发展,是家族企业实践者的美好愿望,也是社会各界对家族企业的良好期许。与这样的愿望和期许相一致,在家族企业研究文献中,与时间有关的词汇频繁出现,如扩展视野(James,1999)^[1]、永续经营(Miller和Le Breton-Miller,2005)^[2]、更长的时间视野(Zellweger,2007)^[3]、长期导向(Lumpkin和Brigham,2011)^[4]等,此类词语无不反映出学者们对家族企业长期发展的期待和祝福。家族企业管理领域的核心期刊《Family Business Review》在2014年的特刊以“Temporal Dimensions in Family Enterprise Research”为主题呼吁学者关注家族企业的时间问题,尤其是家族企业的长期生存问题(Sharma等,2014)^[5]。近年来,长期导向逐渐演变成成为家族企业研究文献中的一个核心概念,学者们都在试图找寻家族企业的长寿基因或密码,但是,他们之间的观点存在很多分歧,对此主题仍有许多理论争议。比如,有学者认为,根据Chua等(1999)^[6]对家族企业的定义,即家族企业是由家族成员构成的主导联盟^①控制的、想要实现跨代传承的企业。跨代传承意愿是家族企业的本质(Chrisman等,2003^[7];Chrisman等,2012^[8]),也是长期导向的体现(Lumpkin和Brigham,2011)^[4]。换句话说,只要符合上述定义的家族企业自然都是长期导向的。学者们普遍认为,家族企业相比非家族企业有更高水平的长期导向(Anderson和Reeb,2003^[9];Gomez-Mejia等,2007^[10];Kellermanns等,2008^[11]),长期导向会给家族企业带来更优的绩效表现(Le Breton-Miller和Miller,2006)^[12]。

收稿日期:2019-01-09

*基金项目:国家自然科学基金面上项目“家族参与对组织二元性及其价值效应的影响机制研究:基于社会情感财富视角”(71672173)。

作者简介:窦军生,男,教授,博士,研究领域是家族企业传承、代际创业、企业社会责任,电子邮箱:jsdou@zju.edu.cn;吴赛赛,女,博士研究生,研究领域是家族企业创新、家族企业战略,电子邮箱:wssjlu@163.com。通讯作者:吴赛赛。

①主导联盟指的是在组织中占主导地位、控制组织议程的团队(Chua等,1999^[6];Cyert和March,1963^[13])。

但是,并不是所有的家族企业都有这一本质特征(Chrisman等,2012)^[8],大多数研究采用的都是更加广泛的家族企业定义^①,只用家族所有权和家族管理权对家族企业进行操作化界定,并没有包含家族企业跨代持续的愿景。也就是说,现有实证文献中所采用的家族企业操作化定义并不能保证所有家族企业样本都具有长期导向(Block和Thams,2007^[14];Lumpkin等,2010^[15])。

目前,家族企业中长期导向的研究仍处于初级阶段,存在定义不清、测量繁乱、理论基础薄弱等问题,但未有学者系统梳理其研究现状,不利于未来对该主题的进一步拓展。鉴于长期导向对于家族企业的重要性,需要在理论层面明确这样三个关键问题:长期导向究竟是什么?家族企业为什么会有更高水平的长期导向?长期导向究竟会给家族企业带来怎样的影响以及这些影响是如何传导的?针对上述问题,本文通过Google Scholar搜索引擎,以“long term orientation”和“family business”或“family firm”为关键词,搜索时间范围在2000—2019年的相关外文文献,选取了其中引用次数在100次以上的文献。鉴于近几年发表的文章引用量不高,为避免遗漏并保证文章质量,本文在Web of Science数据库中搜索了2015年及以后的文章。除了外文文献,本文在中国知网数据库中以“长期导向”和“家族企业”为关键词搜索近二十年的中文文献,并进一步在中文社会科学引文索引(CSSCI)数据库中筛选,保证选取的文献有较高的质量和认可度。通过全文阅读发现,涉及家族企业长期导向的文章近百篇,但主要研究内容为该主题的并不多,删除仅提及但未对该主题做出详细介绍的文献,本文重点选取如表1中所示的高度契合家族企业长期导向主题的32篇文献作为文献梳理和整合的依据。可以看到,近二十年学者们一直关注着家族企业长期导向这个主题,基本每年都有相关文章发表,其中英文文献主要发表于《Entrepreneurship Theory and Practice》(7篇)和《Family Business Review》(5篇)等家族企业研究领域的主流期刊,也有著作、会议报告和博士论文专门对此主题进行探讨。中文文献主要发表于《经济管理》(2篇)和《管理世界》(1篇)等国内经济管理领域的核心期刊,说明家族企业长期导向的主题十分重要且关注度较高。在梳理文献的过程中,本文进一步根据这些文献追根溯源,找到有关长期导向起源及发展的关键文章及其他重点文章进行补充,使文章的结构更加完整。

表1 与家族企业长期导向相关的重要文献

文献来源	文献年份
Entrepreneurship Theory and Practice	2004, 2006, 2008, 2009, 2011, 2012, 2016
Family Business Review	2001, 2002, 2007, 2008, 2014
The Journal of Finance	2003
Strategic Organization	2006
Administrative Science Quarterly	2007
Entrepreneurship and Regional Development	2010
Strategic Entrepreneurship Journal	2011
Small Business Economics	2011
Journal of Business Venturing	2012
Journal of Family Business Strategy	2012
Journal of Management Reviews	2012
Research Policy	2014
International Small Business Journal	2016
Journal of Business Ethics	2017
Journal of Sustainable Tourism	2018

① 本文亦采用宽泛的家族企业定义,认为有家族涉入的企业即为家族企业。

续表 1

文献来源	文献年份
专著 (Boston:Harvard Business Press)	2005
会议报告 (SFB 649 discussion paper)	2007
博士论文 (Wiesbaden)	2009
管理世界	2014
经济管理	2013、2018
杭州师范大学学报:社会科学版	2012

资料来源:本文整理

通过对文献的系统梳理,本文总结出如图 1 所示的研究框架,基本涵盖所有关于家族企业长期导向的研究议题,试图为该主题的研究提供思路与启发。具体而言,本文首先对家族企业中长期导向的概念内涵进行梳理,总结出文化观、投资观和倾向观三种观点,并整理了其维度划分和测量方法,如图 1 中间部分所示;其次,本文试图对家族企业有更高水平长期导向的原因进行解释,发现家族企业两权合一及对非经济目标的追求会使家族企业更具有长期导向,如图 1 左半部分所示;接下来,本文根据负向作用、正向作用和权变作用三种观点梳理出长期导向对家族企业创业活动的影响,如图 1 中右半部分所示。最后,本文提出了针对家族企业长期导向研究的未来发展方向。

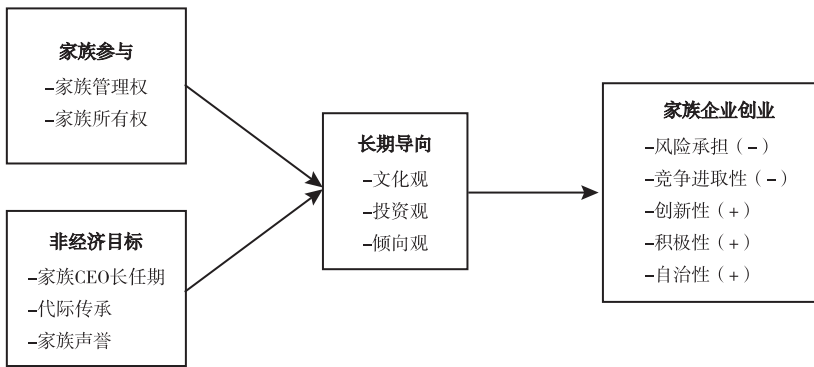


图 1 家族企业长期导向研究框架

资料来源:本文根据相关文献整理

二、长期导向的研究缘起及其在家族企业中的定义

要理解家族企业中的长期导向,首先有必要了解一下长期导向的理论基础。长期导向的概念来源于文化研究中的“儒家动力学”(Hofstede 和 Bond, 1988)^[16],是一种未来价值导向的美德,强调坚持性和节俭性(Hofstede, 1991)^[17],可以将其看作民族文化的一个维度(Hofstede, 2001)^[18]。之后该概念被应用到商业领域,代表商业交易中的渠道成员对两者之间的互动能带来的有利于自己未来回报的感知(Ganesan, 1994)^[19]。渠道成员都希望建立一种长期、信任和互惠的合作关系,使双方都能获得最大的收益。从长期导向的发展轨迹来看,不论是关注未来的文化价值观,还是对未来回报的感知,都具有十分鲜明的主观性,并且可以指导行为。

可以看出,长期导向最初认为是一种民族文化,体现在个体层面是人们看重未来的价值观,会影响人们的决策和行为。这种文化或价值观同样存在于组织层面。企业的经营追求长久收益,获得长期发展,这或许正是《基业长青——企业永续经营的准则》这本著作畅销全球的一个重要原因。这种对长期成功的追求在家族企业中体现得更加明显,比如,“老字号”“百年老店”等通常与家族企业密不可分,这都是长期导向的基本体现。正因如此,学者们将长期导向引入家族企业研

究,并从不同的视角对其进行了定义。但就目前而言,家族企业学者们对长期导向的定义还没有达成统一。本文通过梳理相关文献,总结出文化观、投资观和倾向观三种观点。

(1)文化观。这种观点最符合长期导向提出之初的原始内涵,认为长期导向是一种文化或价值观。根据分析层次不同,可以分为组织文化和个体文化(价值观)。在组织层面,学者们基于不同理论视角对文化观做出解释:从资源基础观来看,组织文化是家族企业的一种战略资源,长期导向正是组织文化的一个重要维度(Zahra等,2004)^[20]。从管家理论来看,长期导向是管家文化的决定因素之一,当家族成员表现出管家心态时,他们会更偏好长期投资,提高研发水平,促进新产品和新市场的发展,并且会有创业的取向(Eddleston等,2012)^[21]。一般来说,文化与价值观密不可分,根据组织身份理论,组织身份是一种持久的核心信念和价值观,长期导向能反映出组织身份的稳定性特征,所以长期导向可以看作是家族企业的核心价值观之一,即为了后代而持续运营企业(Zellweger等,2012)^[22]。在个体层面,长期导向被看作是家族创立者和继承者的一种价值观(García-ólvarez等,2002)^[23]。

(2)投资观。Le Breton-Miller和Miller(2006)^[12]认为,家族企业有独特的资源和能力进行长期投资,他们将长期导向看作是一种长期优先权或是长期目标,也可以看作是长期投资。长期优先权可以理解为优先进行旨在降低风险或创造资源的管家工作;长期目标可以理解为想要保持产品的持久高质量或获得创新领导力;长期投资指的是对研发项目、基础设施、声誉、与利益相关者之间的持久关系等的投资,这些投资一般会在五年或是更长的时间之后才有回报(Le Breton-Miller和Miller,2006)^[12]。其中,长期投资是他们关注的重点。除此以外,Block(2009)^[24]在其对家族企业长期导向的研究中,从投资观的视角通过举例对长期导向的定义做出了解释:若某决策的成本和收益发生在不同时期,在其他条件相同的情况下,有更高水平长期导向的企业会比其他企业用更低的贴现率评估未来的回报。这意味着有长期导向的企业相比其他企业认为未来回报的现值更大。而且,有长期导向的企业会将更多资源投入到长期项目中,不论从经济的角度看是不是最好的决策。

(3)倾向观。Le Breton-Miller和Miller(2006)^[12]重点关注长期导向中的长期投资,而Lumpkin等(2010)^[15]在研究长期导向对家族企业创业活动的影响时,根据Le Breton-Miller和Miller(2006)^[12]在长期导向定义中提到的长期优先权和长期目标,提出长期导向是一种优先考虑决策和行动的长期意义和影响的倾向,此类决策或行动往往会在很长一段时间之后才会产生结果。Hoffmann等(2016)^[25]和Memili等(2018)^[26]在他们的实证研究中也采用了该定义。根据该定义,长期导向并不是一种能影响企业定位的战略,也不是家族企业的资源,而是一种能影响家族企业战略制定和决策过程的组织思想(Lumpkin等,2010)^[15]。可以将其看作是一种高阶启发式的跨时期选择,是家族企业的主导联盟在决策和行动时的主导逻辑,会影响有长期意义的战略和管理决策(Lumpkin和Brigham,2011)^[4],此观点在Gentry等(2016)^[27]的研究中也得到了实证检验,有长期导向的家族主导联盟在做决策时会更偏好长期,以实现长期愿景(Lumpkin和Brigham,2011)^[4]。

在现有文献中,文化观包括家族企业的组织文化和家族成员的价值观两种视角。实际上,家族企业的组织文化很大程度上是家族成员价值观的体现。这种长期导向的文化是家族企业在发展过程中逐渐形成的家族企业成员共同的基本信念,是家族企业的无形资产,可以指导家族企业的经营管理,这与倾向观异曲同工。因为倾向观将长期导向看作是家族企业在做决策时的组织思想倾向,这也是家族企业文化的一种体现。同时,文化观和倾向观都属于抽象的意识范畴,而投资观则将长期导向具体化为家族企业的投资行为,是家族企业意识的外在表现。因此,这三种观点并不相互矛盾,而是和谐统一的。而且不论是文化观、投资观还是倾向观,对家族企业中长期导向的定义都有一个共同点,即考虑得比较长远,家族企业现在所做的工作是为了有一个更美好的未来。家族企业要想生存下去,获得长期发展,在做决策时需要考虑时间因素,不能只看重眼前的利益,而是要把目光放长远,关注未来利益的重要性。

三、家族企业中长期导向的维度及其测量

从家族企业学者对长期导向的定义可以看出,关心未来是长期导向的一个关键属性,但并不是唯一特征(Lumpkin 和 Brigham,2011)^[4],学者们对其内涵的理解并不一致,因此对其维度划分也没有统一见解。大部分学者在其实证研究中默认长期导向是单维构念,也有少数学者认为长期导向是一种构成性的多维度构念(Brigham 等,2014)^[28]。不同的理论见解也带来了不一样的操作化测量,在实证研究中,学者们对长期导向的测量有一手量表,也有二手数据间接测量。本部分基于家族企业文献中长期导向的不同定义,对其维度和测量方式做了系统梳理,如表 2 所示。

表 2 家族企业中长期导向的内涵维度及测量

定义	维度	测量	学者
文化观	单维	战略控制量表	Zahra 等(2004) ^[20]
		四个题项的李克特量表	Eddleston 等(2012) ^[21] Zellweger 等(2012) ^[22]
	利润再投资、负债水平、对风险的态度	无	Vallejo(2011) ^[29]
投资观	单维	研发与销售额的比例,新工厂和装备与全部固定资产的比例,3年、5年、10年期回报的项目与所有投资组合的比例(二手数据)	Le Breton-Miller 和 Miller(2006) ^[12]
		研发花费、资本花费(二手数据)	Block 和 Thams(2007) ^[14]
	研发投入和慈善捐赠占销售收入的比例(问卷)	宋丽红(2012) ^[30]	
	品牌建设、创新、工匠、运营、交易	研发花费(二手数据)	Block(2009) ^[24]
倾向观	单维	研发投入和员工培训投入(问卷)	何轩等(2014) ^[31] Hoffmann 等(2016) ^[25]
		四个题项的李克特量表	Dou 等(2017) ^[32] Memili 等(2018) ^[26]
	未来性、连续性、坚持性	用内容分析方法获得的单词列表	Lumpkin 和 Brigham(2011) ^[4]

资料来源:本文根据相关文献整理

从文化观来看,长期导向是家族企业的一种文化价值观,或者是家族企业文化的一个维度,是单维构念。从这个视角研究的文献大多采用代理变量进行间接测量。比如,Zahra 等(2004)^[20]认为,长期导向的组织文化是一种战略资源,可以用战略控制来表征,所以使用了战略控制量表对长期导向进行了间接测量;Eddleston 等(2012)^[21]及 Zellweger 等(2012)^[22]基于 Zellweger(2007)^[3]对时间范围的增加会影响投资战略的探讨,在他们的研究中用了四个题项的五点李克特量表来测量长期导向,包括“我们的家族企业会投资于需要很长时间才能看到财务回报的项目”等题项;而 Vallejo(2011)^[29]为了观察的方便,在其研究中将长期导向分解成三个变量:利润再投资、负债水平、对风险的态度,但他们并未对长期导向进行直接测量,而且这三个变量并不是严格意义上的长期导向维度,不能完全反映长期导向的含义。

从投资观来看,Le Breton-Miller 和 Miller(2006)^[12]首次提出了投资观,并建议用长期投资对长期导向进行间接测量。他认为长期投资可以用各项投资的财务回报率进行测量,比如研发与销售额的比例、新工厂和装备与全部固定资产的比例、3年、5年、10年期回报的项目与所有投资组合的比例等;而 Block 和 Thams(2007)^[14]在其研究中用研发花费和资本花费两个指标作为投资长期项

目的代理变量。不过,Block(2009)^[24]在他的博士论文中仅用研发花费作为长期导向的代理变量,用二手数据进行测量,而且他认为长期导向是多维构念,并将 Miller 和 Le Breton-Miller(2005)^[2],2006^[33]研究中的五个战略类型看作是长期导向的维度,分别是品牌建设、创新、工匠、运营和交易。并认为对这五个部分的投资会在很长时间之后才会有成果,所以可以用此指代长期导向的五个维度。但是 Block(2012)^[34]在其后来的研究中指出,使用研发花费代理测量长期导向时需要谨慎,从数据来看只适用于单个创始人所有的家族企业,因为家族所有权与长期导向是正相关的,而与研发花费是负相关的,在使用时会有偏差。除此以外,我国学者宋丽红(2012)^[30]根据 Miller 和 Le Breton Miller(2005)^[2]对长期导向行为的分类和测量的建议,通过问卷调查的方式,用研发投入和慈善捐赠占销售收入的比例对长期导向进行测度。

从倾向观来看,同样有单维和多维两种观点。Lumpkin 和 Brigham(2011)^[4]根据前人对长期导向的研究,在家族企业的情境中开发出长期导向的三个维度,分别是未来性、连续性和坚持性,并给出了详细论述。其中,未来性反映的是一种信念,认为对当前行为的长期结果的预测、计划和评估都是有效用的,表现出对未来的关心。家族企业的传承规划正是未来性的一种体现,计划将企业传承给后代,获得持续发展(Lumpkin 和 Brigham,2011)^[4]。连续性是基于持续时间长的事情是有价值的这一信念,将过去和未来连接起来,过去的事件会影响未来。家族企业有长期使命,看重声誉,强调长期传统,想要通过传承保持家族所有权和控制权,这是连续性的一种体现(Brigham 等,2014)^[28]。而且,家族企业的创始人会持续影响企业的战略决策,影响企业的未来发展,也表现出一种连续性(Lumpkin 和 Brigham,2011)^[4]。坚持性是基于今天的努力会在未来获得回报这一信念,强调现在的决策和行动如何影响未来。节俭、持久性、努力工作和耐心都是坚持性的重要特征,愿意等待今天行为的未来结果。坚持性的长期累积效应会创造价值,对家族企业的长期生存和发展至关重要(Lumpkin 和 Brigham,2011)^[4]。在提出这三个维度之后,Brigham 等(2014)^[28]用计算机辅助文本分析的方法对股东信件进行内容分析,获得可以代表长期导向三个维度的单词列表,用来测量长期导向及其三个维度,并进行了效度分析。结果表明,这三个维度的代表性比较强,更能体现出长期导向的内涵,而且该测量方法的内容效度和外部效度都比较高,但该测量方法并没有得到广泛应用。我国学者李欣(2018)^[35]赞同 Lumpkin 和 Brigham(2011)^[4]对长期导向维度的划分,并用长期投资平滑度来测量坚持性(韧性)维度。大部分持倾向观的学者仍将长期导向看作单维构念,使用李克特量表对长期导向进行测量,比如 Hoffmann 等(2016)^[25]基于前人的研究开发出四个题项的七点李克特量表对长期导向进行测量,并进行了验证性因子分析,证实该量表达到了信度和效度要求,但是他们指出该测量方法存在局限性,建议未来学者开发更准确的长期导向测量方法。同样使用四个题项七点李克特量表对长期导向进行测量的还有 Dou 等(2017)^[32],但是该量表与 Hoffmann 等(2016)^[25]的量表并不相同。Memili 等(2018)^[26]虽然采用了 Lumpkin 和 Brigham(2011)^[4]的倾向观定义,但借鉴了持文化观的 Zellweger 等(2012)^[22]研究中的五点李克特量表对长期导向进行测量,该量表与前两者使用的量表也是不同的。此外,国内学者何轩等(2014)^[31]同样采用了 Lumpkin 和 Brigham(2011)^[4]对长期导向的倾向观定义,但是在对其进行测量时,主要参考了持投资观的 Miller 和 Le Breton-Miller(2005)^[2]和 Block(2009)^[24]的测量方式,用研发投入和员工培训投入两个指标对家族企业的长期导向进行衡量。

根据以上分析可以看出,在构成维度方面,大部分对家族企业中长期导向的研究文献并未做深入探讨,而是默认长期导向的单维属性,只有少数学者认为长期导向是多维构念。其中,不论是利润再投资、负债水平和对风险的态度三维度(Vallejo,2011)^[29],还是品牌建设、创新、工匠、运营和交易五维度(Block,2009)^[24],这些维度都是长期导向的不同表现形式,长期导向是这些维度的共同因子,说明长期导向是一种潜因子型多维构念,但这些维度并没有得到检验和证实,无法说明其可靠性。而未来

性、连续性和坚持性三个维度(Lumpkin和Brigham,2011)^[4]更像长期导向的不同组成部分,说明长期导向是一种合并型多维构念。虽然这三个维度经过对股东信件的内容分析验证了其代表性(Brigham等,2014)^[28],但是股东信件的内容带有强烈的主观色彩,无法保证该验证方法的客观性,因此,这三个维度的准确性还有待商榷。在测量方面,部分学者对长期导向的界定和测量方法并不匹配,比如采取倾向观的定义但借鉴文化观或投资观的测量方法,可见学术界并没有一个公认的相对更有效测量家族企业中长期导向的方法,采用最多的两种方法是用研发投入和李克特量表进行测量。本文认为,虽然有长期导向的家族企业在研发方面的投入会相对更多,但是研发投入更多用来表明企业的创新水平,没有长期导向的企业也可能有较高的研发投入,所以研发投入并不能用来测量家族企业的长期导向。而现有研究中使用的李克特量表,虽然都是四个题项,但是每个研究者使用的题项并不一致,没有统一标准,对后续研究造成一定困扰。鉴于此,本文建议开发更有效的测量方法。

四、家族企业追求长期导向的解释机制

在主流的公司治理文献中,普遍存在的一个假设是两权分离带来的信息不对称,会因代理人追求个人的经济目标而让企业变得短视。因此,如何通过合理的激励机制设计,让代理人保持同委托人的利益诉求同步,进而让企业变得长期导向,一直是一个重要的议题。其中暗含的另外一个假设是:委托人(股东)有更高水平的长期导向。这种假设究竟在多大程度上或在多大的范围内成立?现有的公司治理文献对此涉猎甚少,但在家族企业领域,由于家族企业是没有完全实现两权分离的企业,大股东通常会直接参与企业的运营管理,因而股东的长期导向可能会传导给企业,进而在企业层面上表现得比代理人控制的非家族企业有更高水平的长期导向。因此,这一假设成为家族企业研究文献中一个普遍存在的预设性假设。具体来说,从家族成员权利和家族企业目标这两个方面可以找到该假设的支持证据。

1. 基于家族成员权利视角的解释

两权合一会促使家族企业追求长期导向,这一点可以从代理理论和管家理论中找到证据。从代理理论来看,非家族管理者会更倾向于用短期成果彰显自己的管理质量,产生管理机会主义行为,以获得个人利益最大化(Block和Thams,2007)^[14]。同时,若家族成员不参与管理,只是拥有所有权,他们可能会将企业视作一种投资,更看重短期利益,进而偏向短期导向。就算非家族管理者有长期目标,但是更加看重短期回报的股东会给予非家族管理者施加压力,限制他们的长期追求,使企业偏离长期导向的轨道。可见,家族管理权是家族企业坚持长期导向的一个重要的前提条件。但并不意味着所有权不重要,所有权对家族企业的长期导向同样至关重要。一方面,家族股东的股权比例越高,就越注重自身资产效益,对企业的业务更为了解,更严格地监督非家族管理者,从而降低了信息不对称(Block和Thams,2007)^[14],减少管理机会主义行为;另一方面,家族所有权比例越高,家族成员在企业决策中拥有更高话语权,可以将家族的愿景传导到企业中,更容易实现家族想法,有利于家族企业进行更长时间范围的投资(Le Breton-Miller和Miller,2006)^[12]。因此,家族所有权也被认为是长期导向的一个关键驱动因素。

从管家理论来看,当家族成员担任家族企业的高管时,会扮演管家角色,对企业的承诺高,能够降低代理成本,并产生组织冗余,可以利用这些冗余资源进行更多长期投资(Le Breton-Miller和Miller,2006)^[12]。在实证研究中,Block和Thams(2007)^[14]用贝叶斯方法对比了美国大型上市公司中家族企业与非家族企业的长期导向,结果发现,相比非家族企业,只有当家族涉入管理时(家族成员当CEO或者主席时),家族企业才会在长期项目上投资更多。可见,企业的管理权结构会影响长期导向。

2. 基于家族企业目标视角的解释

家族企业不同于非家族企业的一个重要特征是不仅追求经济目标,而且更看重非经济目标。

家族企业的非经济目标大多属于长期目标,需要依靠长期导向来实现。也就是说,家族企业会因为对非经济目标的追求而更愿意做出长期导向的决策。接下来,本文将从 CEO 的长任期、代际延续和家族声誉三个方面说明家族企业对这些非经济目标的追求会带来更高水平的长期导向。

(1)若家族 CEO 预期自身的任期越长,家族企业会有更高水平的长期导向(Le Breton-Miller 和 Miller,2006)^[12]。一方面,家族 CEO 会把眼光放长远,关注长期绩效,更偏向于表现出管家身份,支持投资于长期项目,比如基础设施建设和研发,即会采取有长期导向的战略;另一方面,家族 CEO 会更深入了解企业的知识,对业务更加熟悉,有利于降低未来现金流的不确定性,进行长远投资。

(2)代际传承的需要会使家族企业有更高水平的长期导向(Le Breton-Miller 和 Miller,2006)^[12]。Wennberg 等(2011)^[36]指出,所有权在家族内转移比将所有权交给非家族成员的家族企业有更强的长期导向。而且大多数家族企业的家族股东不会轻易将企业卖掉,而是将企业看作是家族的遗产或传统,是家族身份的一部分,他们对企业的心理归属感更强(Block 和 Thams,2007)^[14],想要把企业传给后代,让后代参与到企业中来(Zellweger,2007)^[3]。研究表明,有传承意愿的家族企业相比无传承意愿的家族企业会更倾向于加大长期投资(何轩等,2014)^[31]。因为传承规划会激励家族企业的所有者将企业保持比较好的状态,关注企业的长远发展,所以对长期项目和能力的投资会更强(Le Breton-Miller 和 Miller,2006)^[12]。

(3)为了保持家族声誉,家族企业也会有更高水平的长期导向。家族企业希望与企业的内外部利益相关者建立长期关系,以维持业务,降低风险(Le Breton-Miller 和 Miller,2009)^[37],所以对顾客和员工等会有长期承诺。在面临短期利益的诱惑时,家族企业会优先考虑企业的长期形象是否会受到影响。所以对家族声誉这种非经济目标的追求会使家族企业有更高水平的长期导向(Lumpkin 和 Brigham,2011)^[4]。

3. 小结

学者普遍认为,家族企业相比非家族企业有更高水平的长期导向(Anderson 和 Reeb,2003^[9]; Gomez-Mejia 等,2007^[10]; Kellermanns 等,2008^[11]),主要原因可以归结为家族因素的存在使得长期导向在家族企业中的表现更加显著。具体来看,家族作为主导联盟对非经济目标的追求,使家族企业更加愿意做出长期导向的决策;家族所有权和家族管理权越高,家族企业有更多的合法性和权力实施长期导向的决策。正如 Le Breton-Miller 和 Miller(2006)^[12]所说,家族成员的权利和对非经济目标的追求为家族企业进行长期导向提供了自由裁量权、资源和激励条件,促使家族主导联盟在做决策时优先考虑企业的长期利益。但是,关于家族参与和非经济目标对长期导向影响的研究大多只停留在理论层面,没有得到实证的检验,希望未来能获得合适的数据进行检验。

五、长期导向对家族企业创业活动的影响

从上述分析中可以看到,家族权利和非经济目标使得很多家族企业有更高水平的长期导向,那么长期导向会为家族企业带来什么?使家族企业有什么独特行为?经过对文献的梳理可以发现,现有研究关注了长期导向对家族企业的绩效和创业活动两方面的影响。其中仅有少数文章涉及长期导向对家族企业绩效的影响,比如有研究指出,有长期导向的家族企业想要保持长期发展,会相对较少地进行风险投资(Sharma 等,1997)^[38],因此可能会采取抑制组织有效性和绩效的决策和行为,不能获得风险投资的收益,对家族企业的绩效有消极影响。但也有研究表明,长期导向会使家族企业形成战略优势,投资回报率相对较高,对家族企业的财务健康有积极作用(Lumpkin 和 Brigham,2011)^[4],是家族企业竞争优势和独特性的重要来源(Miller 和 Le Breton-Miller,2005)^[2],因此长期导向的存在有利于提高家族企业的绩效水平(Hoffmann 等,2016)^[25]。也有学者只讨论了长期导向的坚持性(韧性)维度对家族企业绩效的影响,家族企业相比非家族企业有更高的坚持

性,会更有耐心地等待长期投资的未来回报,虽不利于短期绩效,但有助于获得长期绩效(李欣,2018)^[35]。部分文章虽然点明了长期导向对家族企业绩效的影响,但绩效并不是其主要关注点,着墨较少,本文亦不将其作为重点内容。可以看出,关于长期导向对家族企业绩效影响的研究主要从风险投资的角度进行分析,而风险投资是创业活动的一个显著特点,分析长期导向与家族企业创业活动的关系可以进一步理解其对绩效的影响,而且现有关于长期导向对家族企业创业活动影响的探讨也比较深入,因此本文主要聚焦于长期导向对家族企业创业活动的影响研究。具体来看,现有关于长期导向与家族企业创业活动之间关系的研究结论还没有达成一致,主要包括负向作用、正向作用和权变作用三种观点。

1. 负向作用及其解释

创业是高风险的活动,需要投入大量资源进行创新,有较大的不确定性。部分学者认为,有长期导向的家族企业相对比较保守(Sharma等,1997)^[38],在做决策时会考虑家族导向的非经济目标,家族成员想要保持家族传统和家族稳定性而拒绝改变(Hall等,2001)^[39],变得小心谨慎,以此保证家族系统的长期发展,因此不会进行高风险的创业活动(Gomez-Mejie等,2007)^[10]。除了非经济目标之外,家族导向的经济目标同样重要,有研究表明,有长期导向的家族企业想要保持家族财富以传给后代,以使企业有更长的寿命,会更倾向于风险规避(Gomez-Mejia等,2007)^[10],相对非家族企业有更强的资金流动性,采取保守的资源分配战略(Gentry等,2016)^[27]。因此,有长期导向的家族企业会因为家族导向的非经济目标和经济目标,采取保守的投资策略,减少创业行为。

2. 正向作用及其解释

Zellweger(2007)^[3]对负向作用观点持反对态度,他认为,不论是家族企业还是非家族企业的投资战略都挑战了传统观点中企业会追求利润最大化、风险最小化的假设,而对于有长期导向的家族企业股东来说,他们会偏爱长期投资战略,有更大的风险偏好。这是因为传统的资本资产定价模型忽视了时间的重要作用,而决策和行动的时间范围会影响家族企业的创业活动(Lumpkin等,2010)^[15]。而且,长期导向会使家族企业获得很多独特的资源,有利于创业活动的产生,比如,长期导向使家族企业注重与利益相关者建立长期关系,获得更多社会资本(Siebels和 zu Knyphausen-Aufseß,2012)^[40],家族成员的社会网络也可以为创业机会的识别提供很多资源和信息。除此以外,当企业有更高水平的长期导向时,员工可能会自愿从企业的内外部资源中寻找创新的想法,收集市场变化的信息(Zahra等,2008)^[41],进行创新活动。因此,Zellweger(2007)^[3]提出,有长期导向的家族企业相比短期导向的企业,可能会投资于不那么有吸引力的项目,比如,在风险相同的情况下,长期导向的家族企业会投资于低回报率的项目,或是在回报率相同的情况下,投资于风险高的项目。从某种程度上可以理解为,有长期导向的家族企业会有长远投资,进行风险较高的创业活动。

Zellweger(2007)^[3]的观点是基于对股本成本的分析得到的,是从经济学的角度探索长期导向与家族企业投资战略之间的关系。在管理学领域,也有学者从资源基础观及管家理论出发,对长期导向与家族企业创业之间的关系做出解释。比如,Zahra等(2004)^[20]将长期导向看作是家族企业文化的一个维度,根据资源基础观,企业文化是一种不可模仿的战略资源。企业文化的时间导向反应了对控制系统的选择,如果是短期导向的,企业可能会偏向财务控制,财务控制又会加强短期导向。具体来说,短期导向的家族所有者不愿将自己的财富和企业置于风险之中,家族成员可能会担心不能继承遗产,从而迫使管理者和员工不重视长期价值创造活动,这样会降低员工进行创新的意愿。相反,战略控制需要管理者理解手头的工作及可能存在的风险,可以反映出企业的长期导向。如果企业有一种喜欢进行长期耐心投资、愿意冒风险的文化,那么管理者更有可能支持创业活动(Hitt等,1996)^[42]。研究表明,战略控制与家族企业的创业呈正相关关系,即长期导向会促进家族企业的创业(Zahra等,2004)^[20]。再如,一般来说,创始人和其家族成员如果有长期导向,家族企业

就会有比较高的研发投入(Schmid等,2014)^[43]。Eddleston等(2012)^[21]从管家理论出发,认为长期导向是管家文化的一个关键成分,这种文化会偏向耐心投资于耗费时间的活动上。家族成员如果是管家身份,就会追求企业的长期健康发展。而且长寿家族企业的管家更倾向于提高研发水平、开发新产品、开拓新市场(Miller和Le Breton-Miller,2005)^[2]。

3. 权变作用及其解释

从上述的分析可以看出,一方面,有长期导向的家族企业出于对家族导向的非经济目标和经济目标的考虑而风险规避,不愿进行创业活动;另一方面,家族企业的长期导向为创业活动提供了肥沃的土壤环境,愿意进行长远投资。这两种矛盾的观点一直受到学者的广泛讨论,Lumpkin等(2010)^[15]认为,这个问题的关键在于长期导向是如何影响家族企业用来决策和采取行为的战略过程的,由于创业导向可以捕获创业决策和行为,所以作者将创业导向分为五个维度,提出了关于长期导向与这五个维度之间关系的五个命题。

创业导向的第一个维度是风险承担,愿意冒险于未知领域,是创业行为的一个显著特征。家族企业认为长期生存的需求比通过冒风险获得的利润增加更重要,有长期导向的家族企业不想打破家族成员对企业的控制,会通过避免变革限制风险承担行为,所以,家族企业的长期导向越强,风险承担水平越低(Lumpkin等,2010)^[15]。

创业导向的第二个维度是竞争进取性,是企业想要超越竞争对手所付出的努力。竞争进取性要求企业能对竞争威胁快速做出反应,获得临时竞争优势,但是成本比较高,可能会减少利润率。而且竞争进取性会破坏家族企业的声誉,妨碍家族企业形成战略联盟或与其它组织进行合作,这在长期是不利的。所以家族企业的长期导向越强,竞争进取性的水平越低(Lumpkin等,2010)^[15]。

创业导向的第三个维度是创新性,是企业为了开发新产品或服务机会、完善现有程序和系统所做出的努力。创新性可以分为激进式创新和渐进式创新,其中,激进式创新的成果会在较长时间的延迟之后才会呈现出来,有时候可能是十年甚至是更长的时间,有长期导向的家族企业更容易忍受这种长时间的激进式创新。渐进式创新的成果可能会在半年到两年的时间之内实现,长期导向可以缓解这种需要时刻超越竞争对手的紧迫感。综合这两个方面可以看出,家族企业的长期导向越强烈,创新性的水平会越高(Lumpkin等,2010)^[15]。

创业导向的第四个维度是积极性,是企业识别和抓住机会所做出的努力。识别需求的改变趋势需要对环境进行勘察和预测,这是一种对未来的投资。当机会出现时,企业有能力快速做出反应,在竞争对手之前抓住机会,要做到这一点是需要长期视野的。所以,家族企业的长期导向越强,积极性水平会越高(Lumpkin等,2010)^[15]。

创业导向的第五个维度是自治性,指的是在探索新机会、推进业务发展时的独立性。在长期导向的家族企业中,自治性可以发挥其优势,因为有自治性的个体会从事非常规的任务,这是创造力和创业的重要来源。而且,长期导向的家族企业会投资于关键人才,给予他们更多的权利自主决策,员工是自由开放的,有长期视野,更容易产生新想法,开发创业项目。所以,家族企业的长期导向越强,自治性水平越高(Lumpkin等,2010)^[15]。

4. 小结

从上述分析中可以看出,负向作用观点更多强调的是创业导向的风险承担和竞争进取性这两个维度,而正向作用观点更多关注的是创业导向的创新性、积极性和自治性这三个维度,但长期导向与创业导向五个维度之间的关系并不一致,需要权变地考虑。有长期导向的家族企业是否会进行创业,要看五个维度的相对重要程度,看综合效果是促进创业还是抑制创业。本文认为,权变作用观点不仅要考虑家族企业长期导向对创业导向五个维度的影响不一致,也应该考虑情境因素,长期导向与家族企业创业活动之间的关系可能会受其他因素影响。比如,在存在矛盾的情况下,个体和家

族企业不同的矛盾管理机制可能会影响长期导向和创业之间的关系。除此以外,所有权的类型和大小在一定程度上会影响家族企业成员对企业未来的感知(Lumpkin等,2010)^[14],对家族企业的创业产生影响。所以,长期导向与家族企业创业之间的关系十分复杂,其情境因素应该得到重视。

六、总结与未来研究方向

时间问题对于想要跨代传承的家族企业来说十分重要。长期导向作为一种时间导向,受到家族企业研究领域学者们的关注(李新春和宋丽红,2013)^[44]。通过文献梳理发现,学者们对它的理解还存在很多争议。首先,现有对家族企业中长期导向的研究在其定义、维度和测量等方面并没有达成一致,这对理解长期导向在家族企业中的作用是一个巨大的障碍(Lumpkin和Brigham,2011)^[4]。在定义方面,有学者延续了最初的思想,将其看作是一种文化或价值观,也有学者认为长期导向是一种优先考虑决策和行动的长期意义和影响的倾向,还有学者认为长期导向是长期投资。这三种观点存在统一性,即关注未来。在维度方面,大部分学者默认长期导向是单维构念,也有学者认为长期导向是多维构念。在测量方面,主要有二手数据和问卷调查两种方式,但大都使用了代理变量,不能完全体现长期导向的内涵,而且测量的效度也有待检验。其次,学者们普遍认为家族企业比非家族企业有更高水平的长期导向,主要有两方面的原因,一是对长任期、代际传承和家族声誉等非经济目标的追求,使家族成员看重未来,更愿意做出长期导向的决策;二是家族管理权使家族成员有权力将家族的目标加于企业之上,家族所有权为家族企业实施长期导向的决策提供了合法性。但是现有研究仅分别关注这两方面对家族企业长期导向的影响,并没有考虑家族企业是否有能力实施长期导向的决策。再次,现有文献表明长期导向会给家族企业带来一定的竞争优势,使家族企业谨慎选择企业的创业活动。然而,现有研究还不足以解释长期导向对家族企业创业活动影响方向和程度不一致的问题,对其作用机制及情境因素的研究仍有待进一步提高。基于长期导向对家族企业永续经营的重要意义和现有研究中的局限,本文呼吁要推动家族企业中长期导向的研究,需要重点关注以下五个方面。

第一,引入“主观时间”重新诠释长期导向。从长期导向内涵的分析可以看出,长期导向被提出时被看作是一种文化,后来学者们根据自己研究的需要将其应用到不同领域并赋予新的含义,给出新的解读,比如有学者认为长期导向是一种感知、价值观、倾向等。到目前为止,对长期导向的认识并没有达成统一,长期导向究竟是什么?长期到底是多长?并没有一个比较客观而且更加合理的解释。但可以看出,这些不同的定义有一个共同点,即依赖判断者的主观感知。本文认为,在长期导向的研究中应该引入“主观时间”框架。组织时间有“客观时间”和“主观时间”(Das,1990)^[45]之分,“客观时间”即物理上的钟表时间观念,有绝对性、同质性等特征,“主观时间”是个体、团体和组织共享的时间观念,不同的人对时间的理解是不同的(张钢和岑杰,2012)^[46]。影响人们决策的不是物理时间本身,而是人们对时间的主观感知。本文认为,家族企业中的长期导向是家族企业特有的、家族和企业成员普遍接受的主观时间概念,不同的组织看待长期的范围是不一样的。因此,在家族企业的长期导向研究中,无需给出具体的时间长度,只要家族企业更加注重明天或者未来,就可以看作是有长期导向的。换句话说,长期导向是一种心理倾向,倾向于未来,而不是当下。这样就规避了“长期到底是多长”的难题,有利于得出更加令人信服的定义。

第二,遵循量表开发步骤,开发有效的长期导向量表。现有研究对长期导向有多种测量方式,但并不成熟,大多只关注了长期导向的几个方面,很少针对其概念本身进行评估。本文认为,在基于“主观时间”视角明确了长期导向的定义之后,需要开发更加有效的长期导向量表。遵循量表开发的步骤,第一步对现有家族企业文献中有关长期导向界定的语句进行文本分析,并对家族企业实践者进行访谈,询问他们对长期导向的理解或者是他们在听到长期导向时的第一反应,研究者基于文献和访谈的结果,找出与长期导向相关的高频词,并进行编码,尽可能多地列出可以反映长期导

向的指标;第二步由多个研究者对备选的条目进行初步筛选,删除与测量长期导向明显不符的条目,减少条目数量;第三步将收集到的长期导向条目变成家族企业实践者能够回答的具体问题,并确定量表的形式,一般使用李克特量表;第四步请家族企业研究专家和家族企业实践者评审备选题目在多大程度上可以反映或代表长期导向,保证长期导向量表的内容效度,并且检测是否有模糊和晦涩的语句,进行调整;第五步进行两次预调查,第一次预调查做因子分析,检验长期导向构念的结构效度,第二次预调查检验长期导向量表的校标效度、区分效度、聚合效度以及信度等,如果达不到要求,需要进行修订并重复检验,得到可用的长期导向量表(罗胜强和姜嫵,2014)^[47]。

第三,研究家族企业长期导向的微观基础。家族企业的长期导向是家族企业的主观心理倾向,属于组织层面的构念。组织层面的现象并不是理应如此,而是组织内的个体相互作用,相互影响带来的综合结果(Felin等,2012^[48];Barney和Felin,2013^[49])。因此要充分理解组织层面的现象,需要考虑组织内部的实体,即探究其微观基础。有研究指出,并不是所有的家族企业都有长期导向(Block和Thams,2007^[14];Lumpkin等,2010^[15]),所以这种主观心理倾向并不是理所当然客观存在的,而是在某些家族企业发展过程中逐渐形成的。要充分理解家族企业的长期导向是如何产生和演化的,首先要做的并不是试图从其他领域寻找理论解释,而是要将家族企业进行拆解,理清家族企业中个体的特征、家族企业的结构和程序、家族企业的内部情境因素等以及这些部分之间的相互作用,即探究家族企业长期导向的微观基础。家族企业中的个体是家族企业的基本元素,尤其是关键的家族成员,比如创始人、接班人、所有者和管理者等,他们的价值观和对企业未来发展的看法以及他们之间的相互作用,会随时间慢慢聚合,逐渐在家族企业中涌现出长期导向。而且,家族企业中的个体、结构和程序、情景因素等与非家族企业存在很大差异,家族企业内部也千差万别,对家族企业长期导向微观基础的研究不仅可以帮助研究者理解家族企业中长期导向是如何产生和演化的,也有助于研究者找到家族企业相比非家族企业有更高水平长期导向的深层次原因,以及不同家族企业长期导向的水平存在差异的原因。因此,从微观个体出发,探究家族企业中个体的特质、个体之间、个体与其他因素之间的相互作用(Felin和Foss,2005)^[50],是理解家族企业长期导向非常重要的研究内容。

第四,对家族企业的长期导向进行跨层次研究。对微观基础的研究重点在于从微观层次找到家族企业长期导向的涌现机制,但只关注微观层次并不能获得对长期导向的全面理解。家族企业作为一种组织,是多层次复杂的系统,宏观组织中的微观结构不仅会相互作用,也会与组织这个整体相互影响,探究组织如何影响个体以及个体如何影响组织才能精确全面地理解组织的现象,即进行跨层次研究(廖卉和庄瑗嘉,2012)^[51]。因此,要充分了解家族企业的长期导向,真正找到家族企业长期导向异质性的解释机制,探寻长期导向会对家族企业有什么影响以及这些影响是如何传导的,还需要进行跨层次研究,从多个层次全面考虑。比如家族企业中个体的特质、态度、行为以及家族主导联盟的思想主张是否以及如何自下而上影响家族企业的长期导向,家族企业的长期导向是否以及如何自上而下影响家族企业个体和团队的行为,这些都是未来值得关注的问题。

第五,从意愿和能力视角探究影响家族企业长期导向的情境因素。De Massis等(2014)^[52]提出,只有在意愿和能力同时存在时家族企业才会表现出特殊行为,二者缺一不可。现有研究只关注了家族参与和对非经济目标的追求对长期导向的影响,其中,对非经济目标的追求使家族企业有意愿做出长期导向的决策,较高的家族管理权和家族所有权可以保证家族成员运用自己的权力和合法性实施长期导向的决策,但是没有考虑到家族企业是否有能力实施长期导向的决策。本文认为若家族企业缺少追求长期导向的能力,即使有家族管理权和家族所有权,即使对非经济目标的追求强烈,都不一定会有长期导向。而现有对能力和意愿同时进行考察的研究并不多,妨碍了人们对家族企业独特行为的进一步了解,不利于对家族企业研究理论的完善与发展(吴炳德,2016)^[53]。希望未来对家族企业长期导向的研究可以考虑家族企业的意愿和能力问题,探究有哪些情境因素会影响家族企业的长期导向。

参考文献

- [1] James, H. S. Owner as Manager, Extended Horizons and the Family Firm[J]. *International Journal of the Economics of Business*, 1999, 6, (1) :41 – 55.
- [2] Miller, D. ,and I. Le Breton-Miller. *Managing for the Long Run: Lessons in Competitive Advantage from Great Family Businesses* [M]. Boston:Harvard Business Press,2005.
- [3] Zellweger, T. Time Horizon, Costs of Equity Capital, and Generic Investment Strategies of Firms[J]. *Family Business Review*, 2007, 20, (1) :1 – 15.
- [4] Lumpkin, G. T. , and K. H. Brigham. Long-Term Orientation and Intertemporal Choice in Family Firms[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2011, 35, (6) :1149 – 1169.
- [5] Sharma P. , C. Salvato, and T. Reay. Temporal Dimensions of Family Enterprise Research[J]. *Family Business Review*, 2014, 27, (1) :10 – 19
- [6] Chua, J. H. , J. J. Chrisman, and P. Sharma. Defining the Family Business by Behavior[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1999, 23, (4) :19 – 39.
- [7] Chrisman, J. J. , J. H. Chua, and R. Litz. A Unified Systems Perspective of Family Firm Performance: An Extension and Integration [J]. *Journal of Business Venturing*, 2003, 18, (4) :467 – 472.
- [8] Chrisman, J. J. , J. H. Chua, and A. W. Pearson, et al. Family Involvement, Family Influence, and Family-Centered Non-Economic Goals in Small Firms[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, 36, (2) :267 – 293.
- [9] Anderson, R. C. , and D. M. Reeb. Founding-Family Ownership and Firm Performance: Evidence from the S & P 500 [J]. *The Journal of Finance*, 2003, 58, (3) :1301 – 1328.
- [10] Gómez-Mejía, L. R. , K. T. Haynes, and M. Núñez-Nickel, 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.
- [11] Kellermans, F. W. , K. A. Eddleston, and T. Barnett, et al. An Exploratory Study of Family Member Characteristics and Involvement: Effects on Entrepreneurial Behavior in the Family Firm[J]. *Family Business Review*, 2008, 21, (1) :1 – 14.
- [12] Le Breton-Miller, I. , and D. Miller. Why Do Some Family Businesses Out-Compete? Governance, Long-Term Orientations, and Sustainable Capability[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2006, 30, (6) :731 – 746.
- [13] Cyert, R. M. , and J. G. March. *A Behavioral Theory of the Firm* [M]. Englewood Cliffs, NJ, 1963.
- [14] Block, J. H. , and A. Thams. Long-term Orientation in Family and Non-Family Firms: A Bayesian Analysis [R]. SFB 649 Discussion Paper, 2007.
- [15] Lumpkin, G. T. , K. H. Brigham, and T. W. Moss. Long-Term Orientation: Implications for the Entrepreneurial Orientation and Performance of Family Businesses[J]. *Entrepreneurship and Regional Development*, 2010, 22, (3 – 4) :241 – 264.
- [16] Hofstede, G. , and M. H. Bond. The Confucius Connection; From Cultural Roots to Economic Growth[J]. *Organizational Dynamics*, 1988, 16, (4) :5 – 21.
- [17] Hofstede, G. *Organizations and Cultures: Software of the Mind* [M]. New York: McGrawHill, 1991.
- [18] Hofstede, G. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations* [M]. New York: Sage publications, 2001.
- [19] Ganesan, S. Determinants of Long-Term Orientation in Buyer-Seller Relationships [J]. *Journal of Marketing*, 1994, 58, (2) :1 – 19.
- [20] Zahra, S. A. , J. C. Hayton, and C. Salvato. Entrepreneurship in Family vs. Non-Family Firms: A Resource-Based Analysis of the Effect of Organizational Culture[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2004, 28, (4) :363 – 381.
- [21] Eddleston, K. A. , F. W. Kellermans, and T. M. Zellweger. Exploring the Entrepreneurial Behavior of Family Firms: Does the Stewardship Perspective Explain Differences? [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2012, 36, (2) :347 – 367.
- [22] Zellweger, T. M. , F. W. Kellermans, and K. A. Eddleston, et al. Building a Family Firm Image: How Family Firms Capitalize on Their Family Ties[J]. *Journal of Family Business Strategy*, 2012, 3, (4) :239 – 250.
- [23] García-álvarez, E, J. López-Sintas, and P. Saldaña Gonzalvo. Socialization Patterns of Successors in First-To Second-Generation Family Businesses[J]. *Family Business Review*, 2002, 15, (3) :189 – 203.
- [24] Block, J. Long-Term Orientation of Firms[D]. Wiesbaden, 2009.
- [25] Hoffmann C. , T. Wulf, and S. Stubner. Understanding the Performance Consequences of Family Involvement in the Top Management Team: The Role of Long-Term Orientation[J]. *International Small Business Journal*, 2016, 34, (3) :345 – 368.
- [26] Memili E. , H. C. Fang, and B. Koç, et al. Sustainability Practices of Family Firms: The Interplay Between Family Ownership and

Long-Term Orientation[J]. *Journal of Sustainable Tourism*, 2018, 26, (1): 9 - 28.

[27] Gentry R., C. Dibrell, and J. Kim. Long-Term Orientation in Publicly Traded Family Businesses; Evidence of a Dominant Logic [J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2016, 40, (4): 733 - 757.

[28] Brigham, K. H., G. T. Lumpkin, and G. T. Payne, et al. Researching Long-Term Orientation: A Validation Study and Recommendations for Future Research[J]. *Family Business Review*, 2014, 27, (1): 72 - 88.

[29] Vallejo, M. C. A Model to Study the Organizational Culture of the Family Firm [J]. *Small Business Economics*, 2011, 36, (1): 47 - 64.

[30] 宋丽红. 家族企业更具有长期导向吗? ——基于家族控制与传承意愿的实证检验[J]. *杭州师范大学学报(社会科学版)*, 2012, (2): 88 - 94.

[31] 何轩, 宋丽红, 朱沆, 李新春. 家族为何意欲放手? ——制度环境感知, 政治地位与中国家族企业家的传承意愿[J]. *北京: 管理世界*, 2014, (2): 90 - 101.

[32] Dou, J., E. Su, and S. Wang. When Does Family Ownership Promote Proactive Environmental Strategy? The Role of the Firm's Long-Term Orientation[J]. *Journal of Business Ethics*, 2017, (8): 1 - 15.

[33] Miller, D., and I. Le Breton-Miller. Priorities, Practices and Strategies in Successful and Failing Family Businesses: An Elaboration and Test of the Configuration Perspective[J]. *Strategic Organization*, 2006, 4, (4): 379 - 407.

[34] Block, J. H. R&D Investments in Family and Founder Firms: An Agency Perspective[J]. *Journal of Business Venturing*, 2012, 27, (2): 248 - 265.

[35] 李欣. 家族企业的绩效优势从何而来? ——基于长期导向韧性的探索[J]. *北京: 经济管理*, 2018, (5): 54 - 72.

[36] Wennberg, K., J. Wiklund, and K. Hellerstedt, et al. Implications of Intra-Family and External Ownership Transfer of Family Firms; Short-Term and Long-Term Performance Differences[J]. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2011, 5, (4): 352 - 372.

[37] Le Breton-Miller, I., and D. Miller. Agency Vs. Stewardship in Public Family Firms: A Social Embeddedness Reconciliation[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2009, 33, (6): 1169 - 1191.

[38] Sharma, P., J. J. Chrisman, and J. H. Chua. Strategic Management of the Family Business: Past Research and Future Challenges [J]. *Family Business Review*, 1997, 10, (1): 1 - 35.

[39] Hall, A., L. Melin, and M. Nordqvist. Entrepreneurship as Radical Change in the Family Business: Exploring the Role of Cultural Patterns[J]. *Family Business Review*, 2001, 14, (3): 193 - 208.

[40] Siebels, J. F., and D. zu Knyphausen-Aufseß. A Review of Theory in Family Business Research: The Implications for Corporate Governance[J]. *International Journal of Management Reviews*, 2012, 14, (3): 280 - 304.

[41] Zahra, S. A., J. C. Hayton, and D. O. Neubaum, et al. Culture of Family Commitment and Strategic Flexibility: The Moderating Effect of Stewardship[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2008, 32, (6): 1035 - 1054.

[42] Hitt, M. A., R. E. Hoskisson, and R. A. Johnson, et al. The Market for Corporate Control and Firm Innovation[J]. *Academy of Management Journal*, 1996, 39, (5): 1084 - 1119.

[43] Schmid, T., A. K. Achleitner, and M. Ampenberger, et al. Family Firms and R&D Behavior-New Evidence from A Large-Scale Survey[J]. *Research Policy*, 2014, 43, (1): 233 - 244.

[44] 李新春, 宋丽红. 基于二元性视角的家族企业重要研究议题梳理与评述[J]. *北京: 经济管理*, 2013, (8): 53 - 62.

[45] Das. *The Time Dimension: An Interdisciplinary Guide*[M]. ABC-CLIO, 1990.

[46] 张钢, 岑杰. 组织适应理论扩展——组织时间适应研究探析[J]. *上海: 外国经济与管理*, 2012, (8): 43 - 49.

[47] 罗胜强, 姜嫄. *管理学问卷调查研究方法*[M]. 重庆大学出版社, 2014.

[48] Felin, T., N. J. Foss, and K. H. Heimeriks, et al. Microfoundations of Routines and Capabilities: Individuals, Processes, and Structure[J]. *Journal of Management Studies*, 2012, 49, (8): 1351 - 1374.

[49] Barney, J. A. Y., and T. Felin. What Are Microfoundations? [J]. *Academy of Management Perspectives*, 2013, 27, (2): 138 - 155.

[50] Felin, T., and N. J. Foss. Strategic Organization: A Field in Search of Micro-Foundations[J]. *Strategic Organization*, 2005, 3, (4): 441 - 455.

[51] 廖卉, 庄瑾嘉. 多层次理论模型的建立及研究方法[A]. *组织与管理研究的实证方法(第二版)*[C]. 北京大学出版社, 2012.

[52] De Massis, A., J. Kotlar, and J. H. Chua, et al. Ability and Willingness as Sufficiency Conditions for Family-Oriented Particularistic Behavior: Implications for Theory and Empirical Studies[J]. *Journal of Small Business Management*, 2014, 52, (2): 344 - 364.

[53] 吴炳德. 意愿与能力: 家族控制对研发投资的影响[J]. *上海: 研究与发展管理*, 2016, (2): 63 - 71.

A Literature Review of Long-Term Orientation in Family Business and Prospects

DOU Jun-sheng, WU Sai-sai

(School of Management, Zhejiang University, Hangzhou, Zhejiang, 310000, China)

Abstract: Time is critical for family business who wants to achieve long-term development. In recent years, long-term orientation has received more and more attention in the field of family business research. However, scholars have not reached an agreement on some fundamental problems in existing literatures such as unclear definition, erratic measurement, and weak theoretical foundation. Given the importance of long-term orientation to family business, it is necessary to clarify three key questions at the theoretical level. First, what is long-term orientation? Second, why do family businesses have a higher level of long-term orientation than non-family businesses? Third, how does long-term orientation affect the behavior of family businesses? In response to the above questions, this paper systematically reviews 32 articles published in mainstream academic journals such as *Entrepreneurship Theory and Practice*, and *Family Business Review*, and summarizes a research framework which basically covers all relevant topics of long-term orientation in family business research, attempting to provide new ideas and inspiration for future research of this topic.

This paper firstly clarifies the origin of long-term orientation research and reviews its definition, dimension and measurement in the field of family business. In terms of definition, long-term orientation was initially considered as a kind of national culture, reflected in the individual level is a value that people think highly of future and it will affect people's decisions and behaviors. This culture or value also exists at the organizational level that firms pursue long-term benefits and development. Scholars introduce long-term orientation into family business research and define it from different perspectives. This paper summarizes three perspectives through reviewing relevant literatures, culture perspective, investment perspective and tendency perspective, respectively. These three perspectives are not contradictory, but harmonious and unified. In terms of dimensions, most scholars default that long-term orientation is a one-dimensional construct, and some scholars believe that long-term orientation is a multi-dimensional construct. In terms of measurement, there are mainly two methods, second-hand data and questionnaire survey respectively, but most of them use proxy variables, which cannot fully reflect the connotation of long-term orientation, and the validity of these measurements has yet to be tested.

Secondly, scholars generally believe that family businesses have a higher level of long-term orientation than non-family businesses, mainly for two reasons. One is the pursuit of non-economic goals such as long-term tenure, intergenerational inheritance and family reputation, promoting family members to value future and be willing to make long-term decisions. The other is the rights of family. Specifically, family management gives family members the power to pursue family goals. Family ownership provides legitimacy for family to implement long-term decision-making. However, the existing research only pays attention to the impact of these two aspects on the long-term orientation of the family business, and does not consider whether the family business has the ability to implement long-term decision-making.

Thirdly, this paper systematically reviews the impact of long-term orientation on the behavior of family business, especially entrepreneurial activities. According to the existing literatures, there are three impacts, negative impacts, positive impacts and contingent impacts, respectively. However, the existing research is not enough to explain the inconsistency of the direction and degree. The mechanism and situational factors still need further exploration.

Based on the significance of long-term orientation to the sustainability of family businesses and the limitations of existing studies, this paper calls for the promotion of the research on the long-term orientation of family business, focusing on the following five aspects. (1) introducing "subjective time" to reinterpret long-term orientation, (2) developing effective scale of long-term orientation, (3) doing research on the microfoundations of long-term orientation of family business, (4) doing multilevel analysis on long-term orientation, (5) exploring the situational factors that influence the long-term orientation of family business from the perspective of willingness and ability.

Key Words: long-term orientation; family business; family involvement

JEL Classification: M10, L20

DOI: 10.19616/j.cnki.bmj.2019.06.012

(责任编辑:文 川)