

家族企业定义探析

□王彦

(沈阳师范大学经济与管理学院 辽宁沈阳 110034)

摘要: 明确的家庭企业定义是研究家族企业的重要基础,但长期以来一直没有一个普遍被人们接受的家族企业的定义,而是在研究中使用各种各样的定义,这显然不利于家族企业的研究和发展。本文在对国外家族企业定义回顾的基础上,考虑了家族的介入要素和家族企业与其他组织形式的本质区别,提出了一个广义的具有概念性和操作性的家族企业定义。

关键词: 家族企业 概念性定义 可操作性定义

不可否认建立一个明确的家族企业概念是很重要的,这是一个富有挑战性的任务。因为这有助于建立逐渐扩大的知识体系。所以,许多学者对现存的定义进行评述,试图吸收这些观点的精髓,概括出一个更明确的具有概念性和操作性的家族企业的定义。本文试图在一些学者对家族企业定义研究的基础上提出自己对该问题的一点看法。

一、国外家族企业定义的回顾

通常认为家族在企业中的介入产生了家族企业的特性,但在文献中始终存在定义家族企业的困难。最初研究者是通过企业中所有权、管理权、下一代的继承等家族关系的构成来定义可操作的家族企业的定义。但研究者遇到的问题是这些构成的比例。例如,家族的所有权是需要100%的所有权、控制权、还是有效控制权?家族治理是管理的一个必要条件吗?在家族企业里继承的实际的可能性是必要的吗?或者这种情况足以发生的可能性是什么?沿着这样的思路研究者提出这些要素的各种组合。

一些研究者把家族成员的所有权和管理权的介入程度作为定义家族企业的标准。例如,Litz (1995)定义家族企业是根据所有权、管理权、及传承的目的。他把企业归纳为了九种类型,确认九种企业中有四种是家族企业或潜在的家族企业。尽管他的概念进一步发展了家族企业的定义,但这个定义没有应用实际的数据。钱德勒在其著名的《看得见的手》中把家族企业定义为“企业创始者及其最亲密的合伙人(和家族)一直掌有大部分股权;他们与经理维持着紧密的私人关系,且保留高阶层管理的主要决策权,特别是在有关财务政策、资源分配和高层人员的选拔方面”。

还有其他一些学者使用各种明确的条件定义家族企业。Fiegener, Brown, B, Prince, File (1994)承认家族企业必须是家族所有和管理,但他们增加了一个条件,即下一代领导人(与现任的领导人有一定关系)必须目前受雇于该企业。Dannheuser (1993)详细解释了家族企业必须被同一个家族中至少两个或更多的成员所拥有和管理,这个企

业是家族收入的主要来源,并且雇佣的人数不多于50人。Rueand Ibrahim (1996)把家族企业定义为家族拥有控制权的企业,而且至少有一个家族成员(包括姻亲)在企业就业。

另一些研究者认为,所有权、管理权、企业中的家族关系、在代际传承中家族关系的有效性等,改变的只是企业的规模和类型,所以他们对通过企业中家族介入要素来定义企业表示不满,他们试图通过确认家族企业的本质转移前者定义家族企业的方法。Chua, Chrisman, and Sharma (1999)提出行为应该被加进去分析中,在联合中占优势的控制是家族需要的控制程度。Habbershon et al (2003)对家族特征的另一个贡献是来自于家族关系和相互作用的特有的、不可分的和相互作用的资源和能力。

最近一个时期家族企业定义的可操作性和特殊性有所改进。Astrachan and Shanker (2003)提出了家族企业三个可操作的定义。他们的广义家族企业概念使用了保持家族对企业战略方向投票控制权作为标准。除了家族这种控制权的保持,家族企业的中间定义包括在企业日常经营中有直接的家族关系存在。把企业划分为家族企业最严格的定义是家族保持企业的投票控制权,家庭成员有几代参与企业的日常经营。

总之,所有研究者都很明确地认为由一个核心家庭所有并管理的企业是一个家族企业。然而,一旦偏离这个所有权模式的特殊组合,研究者就有不同的观点。

二、家族企业定义需考虑的几个问题

长期以来,不同的学者从不同的角度界定了家族企业的定义。我认为作为一个具有准确性、有效性和可操作性的定义,它需着重考虑以下几个方面的问题。

第一,家族企业的定义对于它所涉及到的维度应该是明确的,定义应该是明晰的。也许最重要的是,一个定义应该是一个模式,它的可操作性应该使得研究结果具有可信性和有效性。定义只要稍微不同就不仅使调查难以比较,而且难以形成统一的理论。Tanewski and Romano指出“与达到

一个合理的家族企业定义相联系的复杂性，提出了与样本问题相关的大量的方法问题，适当的团体之间的比较和建立取自于统计的适当的测量”。所以，如果区分家族企业与其他企业形式的标准是模糊的，那么，在某种程度上研究者使用不同的标准，他们实际上研究的可能是不同的组织形式。

第二，家族企业的定义必须识别它的特性，因为正是这个特性（或我们确信存在的特性）使其成为一个值得区分和有研究价值的领域。或者说，必须有一个基本理论命题，使得对家族企业的研究成为对该组织某个有价值的特性的研究，否则，就不需要将它从对其他类型的企业的研究中分离出来。其实，使一个家族企业具有特殊性的东西是，所有权—控制权—管理—继承之间的模式极大地影响着企业目标、战略、结构和内部规划—设计—执行的方式（Chua, et al, 1999）。换句话说，人们之所以要研究家族企业，是因为研究者相信家族的介入使其以特有的方式形成了一个企业，这种方式是决策者不在非家族公司使用、且也不能够使用的。

第三，家族企业的定义应具有概念性和操作性。一个概念性定义应该以实体、对象、或现象之间的差别、以及为什么有差别为概念基础，以使这个实体、对象或现象与其他实体区别开。另一方面，一个操作性定义应该是定义用于区分实体、对象或现象之间差异的可观察和能测量的特性（Chua, et al, 1999）。

第四，概念性定义应倾向于包容性而不是排它性。例如，当所使用的定义将大量企业（企业自己坚持认为是家族企业、或被很多研究者认为是家族企业，并被用作他们的研究案例）排除在家族企业外时，使用该定义是不可取的。因为，当研究者和实践者用较狭窄的概念定义家族企业时，就会难以确定，用特殊定义研究的结果，是否具有适用性。不同的研究获得的研究结果就很难被调和在一起。其结果是，样本不一致，在实际中，将研究结果应用在样本中不重叠部分就会出现错误。所以，一个排它性的定义不仅会造成继续争议，还会要求放弃我们所掌握的大量的知识，造成偏离主题。而在实践研究中，一个具有包容性的定义将引导我们彻底理解家族企业。使用包容性定义，要求研究人员将更多的群体包含在数据库内，并依据那些能将一个群体与其他群体区分开来的变量收集数据。

第五，家族企业是不同种类的，所以，我们必须通过他们的变化确认所有重要的维度。否则，实证研究的结果将不能确认相关的独立变量的不同变量的影响。而且所获得的企业的杂乱的数据如果不加以区分的话，严格的假设检验是不可能的。

三、家族企业概念性和可操作性定义探析

目前，学术界正在努力探索具有概念性和可操作性的家庭企业的定义，以及具有普遍意义的区别家族企业与非家族企业和家族企业不同形式之间的分类系统。

笔者提出的是一个广义的家族企业的定义，这个定义结合了以前研究者使用的主要维度，考虑了家族的介入要素和家族企业与其他组织形式的区别的本质性特征。笔者认为，

家族企业应该是被同一个或少数几个家族的成员们控制的统治联盟所掌握，对企业的战略方向进行有效的操控，以形成和追求家族使命为目的，而这一使命的形成和追求要通过延续跨越家族几代人的方式来进行的企业组织形式。这个定义包括三方面的内容：

第一，企业的核心特质是家族控制权。本定义将企业的家族所有权和家族管理，归于家族对统治联盟的控制。所有权、经营权和控制权这三方面是密切联系的，但又是不同的，家族对企业的控制权归根结底来自于所有权和经营权，但如果家族只掌握企业的部分所有权利和经营权，并不必然能控制该企业。所以一个企业是否为家族企业，不仅要看家族掌握所有权的比例，还要看家族对企业是否有影响力或控制力。如果家族仅持有股份，并不拥有企业的控制权，或者说家族成员仅为股东，对企业的战略方向没有操控能力，这种企业即使以家族冠名也不能称之为家族企业。

第二，这里的所有权、经营权和控制权应是一个连续分布的状态。从家族全部拥有两权到拥有多数控制权再到临界控制权，都应属于家族企业。并且我们可以根据所有权和管理权的不同组合把家族企业分为三类：1. 家族掌握全部所有权所有，家族管理；2. 家族掌握部分所有权，家族管理；3. 家族掌握部分所有权，家族不管理。家族企业是一个动态的发展过程，在这一过程中，它可能会向其他的企业组织形式转变。

第三，家族企业的延续要靠传承来支撑，或者必须有传承的意图。但本文的定义包括：有子女或无子女的夫妇所有的家族企业。

所有权、经营权、控制权和继承权是最便于观察和测量的工具，这使本定义不仅具有概念性，更具有可操作性。

四、结论

目前，关于家族企业定义在概念上和操作上尚无定论，但在家族企业的定义中，概念上和操作上的方法的界定已成为一种趋势。而且区分家族企业与非家族企业方法的发展，代替了主观上把企业划分为家族还是非家族企业，这毕竟是一个很大的进步，尽管它还处在需要不断完善的阶段。■

参考文献：

- [1] Astrachan, J.H. & Shanker, M.C. (2003). Family businesses contribution to the US economy: A closer look. *Family Business Review*.
- [2] Chua, J.H., Chrisman, J.J. & Sharm, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Family Business Review*.
- [3] Chrisman, J., Chua, J., & Sharm, P. (1998). Important attributes of successors in family businesses: An exploratory study. *Family Business Review*.
- [4] Chrisman, J., Jet al. 2003. Current trends and future directions in family business management studies: toward a theory of family business. Unpublished working paper.
- [5] Donnelly, R.G. (1964). The family business. *Harvard Business Review*.

【作者简介】王彦（1964—），女，辽宁沈阳人，沈阳师范大学副教授，辽宁大学经济思想史专业博士研究生。

责任编辑：寒 晨