

企业监督对供应商集群内机会主义行为的影响研究

——基于连带责任治理模式

胡琴芳,李 想

(湖南工业大学 商学院,湖南 株洲 412007)

[摘 要]采用问卷调查法,选取82个供应商小组样本,并基于供应链合作关系情境,研究企业监督在对供应商集群实施连带责任治理中的影响。研究发现,随着企业监督的增强,供应商之间的连带责任对同伴监督的正向作用减弱,供应商之间的横向监督对其机会主义行为的负向作用减弱;同时,供应商之间的连带责任通过同伴监督对其机会主义行为产生的间接抑制作用减弱。因此,企业在对供应商集群实施连带责任治理时,应限制对自身权力或地位优势的依赖,减少对供应商的监督,以免抵消集群内同伴监督的效果。

[关键词]供应商集群;连带责任治理;企业监督;同伴监督;机会主义行为

[中图分类号]F272.35 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1674-117X(2018)01-0046-08

On the Influence of Enterprise's Monitoring on Cluster of Suppliers' Opportunistic Behaviors: Based on Joint Liability Governance Mode

HU Qinfang, LI Xiang

(College of Business, Hunan University of Technology, Zhuzhou Hunan 412007, China)

Abstract: Based on samples of 82 supplier teams and under the context of cooperative relationship in supply chain, this paper explores the influence of enterprise's monitoring on implementing joint liability governance to supplier cluster. We find out that as enterprise's monitoring increases, the positive effect of joint liability among suppliers on their peer monitoring decreases, and the negative effect of peer monitoring among suppliers on their opportunistic behaviors decreases. Meanwhile, it also weakens the indirect inhibiting effect that suppliers' joint liability exerts on opportunistic behaviors through peer monitoring. Therefore, when implementing joint liability governance, the enterprise should limit the dependence on its power or position advantage and reduce its monitoring on suppliers for fear that the effect of peer monitoring within the cluster might be counteracted.

Key words: supplier cluster; joint liability governance; enterprise's monitoring; peer monitoring; opportunistic behaviors

收稿日期: 2017-09-06

基金项目:国家自然科学基金资助项目“连带责任治理对供应商集群内机会主义行为的影响机制研究”(71702053);教育部人文社会科学基金资助项目“基于连带责任的供应商集群内机会主义行为治理研究:萨林斯的互惠理论视角”(16YJC630036);湖南省教育厅基金资助项目“社会公众视角下企业社会绩效对品牌口碑的提升路径研究:量表开发与实证检验”(17C0508)

作者简介:胡琴芳(1982-),女,湖南邵阳人,湖南工业大学讲师,博士,研究方向为营销渠道管理;

李 想(1995-),男,江苏宿迁人,湖南工业大学硕士研究生,研究方向为物流与供应链管理。

在“企业+供应商集群”的合作经营模式中,供应商集群内机会主义行为频发,对企业的产品质量构成严重隐患,^[1]例如我国的三聚氰胺事件、欧洲的毒鸡蛋事件等。对此,企业一般采取单边治理的方式,即利用自身在供应链上的权力或地位优势对集群内的供应商进行直接监督与管理。^[2]已有研究认为,企业监督是一种典型的治理机制,能够对上游供应商的机会主义行为产生一定的规范和约束作用。^[3]但在实践中,企业监督往往不是单一地进行,而是与其他治理机制混合使用,导致治理的实际效果因具体情境而迥异。^[4]例如,在与关系治理或执行等治理机制并行使用时,企业监督会强化其在抑制机会主义行为上的效果;^[3,5]而在与契约治理并用时,企业监督则会弱化其对机会主义行为的抑制作用。^[5]那么,在对供应商集群实施连带责任治理时,企业监督会对其效果产生什么样的影响?现有研究分析了单独实施连带责任治理的效果,发现它是一种能够通过同伴监督对供应商集群内的机会主义行为产生有效抑制作用的治理模式。^[6]但目前关于企业监督对连带责任治理效果的影响研究尚未见到。鉴于此,本研究在已有研究的基础上,以供应商小组为分析单位,探讨企业监督在连带责任治理抑制供应商集群内机会主义行为过程中的影响。

一 研究背景

(一) 连带责任治理

自20世纪80年代末以来,关于连带责任治理的研究一直集中在小额贷款领域,基本上是围绕连带责任治理的实施效果及其影响因素等展开。许多研究结果显示,连带责任治理对违约行为具有显著的抑制作用。例如,D. S. Karlan^[7]研究表明,受连带责任治理约束的借款小组会充分利用信息共享优势,使组内成员的机会主义行为得到有效控制;V. Pasupuleti^[8]通过实证研究发现,连带责任治理能够有效诱发借款人产生强烈的横向监督动机,进而使内部成员的违约倾向受到抑制。但也有少量研究发现,连带责任治理对借款人违约行为的抑制作用并不显著,甚至还会引发共谋行为。例如,X. Giné等^[9]对分别实施独立责任治理与连带责任治理的借款区域进行比较研究,结果显示两类区域在履约方面的表现并未有显著差异。他们认为,连带责任治理的实施会引致“劣币驱逐良币”的结果,使信用好的借款人因担心受其他成员不良表现的

牵连而拒绝加入或主动退出。

近年来,连带责任治理研究取得了新的进展。在供应链合作关系治理领域,有少数国内外研究者开始关注核心企业针对供应商集群引入的连带责任治理,将其提升到供应链合作关系治理模式的理论高度来进行更深入的探讨,并已取得了初步性的研究成果。张广玲等^[10]对供应链合作关系情境下的连带责任治理进行了研究,提出了供应链合作关系情境中连带责任治理模式的定义。胡琴芳等^[6]以网络治理理论为基础,提出了连带责任治理是一种适用于供应链合作关系情境的网络治理模式的观点,提升了连带责任治理研究的理论高度。此外,Hu Qinfang等^[11]尝试通过实证研究打开连带责任治理影响机会主义行为的“暗箱”,进一步证实横向监督连带责任治理能够抑制供应商集群内的机会主义行为,深化了对供应链合作关系情境中连带责任治理的探究。

(二) 企业监督

企业间合作关系中关于企业监督的研究非常充分,尤其在企业监督的效果这一问题上积累了较丰富的文献。根据理论视角的不同,关于企业监督的效果研究出现了两类不一致的观点。大部分研究者基于交易成本及相关理论提出,企业监督是一种重要的治理机制,因而能够有效地抑制合作伙伴的机会主义行为。^[12]例如,M. G. Jacobides等^[13]提出,企业应利用信息技术强化对合作伙伴的监督,以提高其顺从程度。J. B. Heide等^[14]认为监督与协调是一对相近的概念,因而企业监督有利于合作关系的持续发展。在吸收这一观点的基础上,V. Kashyap等^[15]进一步通过实证研究发现,企业监督本身具有很强的信息性,企业通过监督能够及时获取合作领域的相关信息,尤其能掌握突发性事件的动态,因而能够在第一时间采取有针对性的应对措施。从这一点来讲,企业监督实质上为合作关系的持续发展创造了良好的协调情境,因而能够增强合作伙伴的合作意愿。

但是,有部分研究者认为企业监督是一把双刃剑,在某些情况下会产生不利于企业自身的结果。例如,J. B. Heide等^[3]、V. Kashyap等^[5]分别探讨了企业的结果监督和行为监督对交易伙伴机会主义行为的影响,研究发现,结果监督能够有效抑制交易伙伴的机会主义行为,但行为监督由于涉及对交易伙伴一举一动的严格监视,导致对方产生“被侵犯”的

心理感知,因而会诱发其产生抵抗性态度和行为。

通过文献梳理可知,关于连带责任治理和企业监督的效果研究都很丰富,但是,目前尚未有文献将二者结合起来进行探讨。不少研究者发现,在企业实践中,任何一种治理机制都不是单独实施的,而是与其他治理机制混合使用,并产生不同于单独实施的效果。^[15]据此推断,企业若是对供应商集群同时实施连带责任治理和企业监督,也会产生不同于单独实施连带责任治理的效果,但现有研究尚未涉及这一问题。因此,本文拟基于供应链合作关系情境,深入探讨企业监督在对供应商集群实施连带责任治理中的影响。

二 研究模型与假设

根据张广玲等^[10]的观点,所谓连带责任治理,是指企业利用集群内供应商之间地理毗邻的先天条件,将它们分成若干小组,规定每个小组内部若某一成员采取机会主义行为,其他所有成员对其机会主义行为共同承担责任的一种治理模式。如上所述,大量研究发现连带责任治理对机会主义行为具有显著的抑制作用;但也有研究认为二者之间的关系并不稳定,在有些情境下,连带责任治理对机会主义行为无显著抑制作用,甚至还会引发更严重的机会主义行为。这说明连带责任治理的作用受到某些关键情境因素的影响,如供应商集群外部的企业监督。根据单边治理理论^[16],企业与供应商集群之间是一种典型的单边依赖关系,前者作为占据更多市场资源的供应链成员,具有明显的权力或地位优势,可以对后者采取单向的监管与控制行动,如监测产品生产过程、检查产品质量等,以抑制其机会主义行为。

委托代理理论认为,信息不对称是机会主义行为产生的关键条件。^[17]因此,连带责任治理之所以能够有效抑制集群内供应商的机会主义行为,主要在于供应商之间地理毗邻,信息透明度非常高,从而遏制了信息不对称对其机会主义行为的诱发作用。由于企业监督也是通过减少信息不对称来实现对供应商行为的控制,如提防其在产品质量方面的偷懒或违约行为,^[3]所以,企业在监督活动上的加强必然会削弱供应商之间的连带责任通过降低信息不对称而对其机会主义行为产生的抑制作用。此外,J. B. Heide 等^[3]认为,监督涉及对被监督者的行为及其具体行为方式的严格控制,会使对方产生

被侵犯的感觉;尤其在经济独立的交易合作伙伴之间,更易激发被监督者的抵触性态度,并通过机会主义行为表现出来。因此,企业若直接对与之合作的集群内供应商采取监督行动,不仅容易引发其反感与厌恶,而且,由于具有连带责任关系的供应商成员之间在经济利益上相连,加之社会联系紧密,因而甚至可能会导致集体性违约现象的出现。^[5]由此,提出 H1 假设。

H1:随着企业监督的增强,供应商之间的连带责任对其机会主义行为的负向作用减弱。

所谓同伴监督,是指集群内的供应商相互之间主动提防彼此的不良行为并积极作出反应,具体表现为观察、议论、纠正、举报等。^[18]由于供应商作为独立的经济主体,在本质上是追求一己私利的“理性人”,所做的任何决策都是对未来的收益与成本进行权衡之后的结果。^[19]因此,具有连带责任关系的供应商成员之间会主动地相互监督,制止违约行为的发生,以避免自己的利益因其他成员而受损。但是,若企业增强对集群内供应商的监督,则会使其相互监督的积极性受到抑制。根据社会认同理论,对具有强关系特征的群体进行监督,会强化群体内成员积极的群内认同和消极的群外偏见。^[20]在供应商集群内,供应商成员聚居在一个相对封闭和狭小的地理空间内,相互之间的关系嵌入程度高,社会关系密切,除了共为企业的上游供应商之外,还存在亲缘、友缘或其他领域的合作关系。在此基础上,连带责任关系将其经济利益直接捆绑在一起,由此构成了典型的利益共同体。在这种情况下,企业若是一味地对供应商成员进行监督,一方面会强化他们的集群内认同感,另一方面会刺激其对集群外对象的消极偏见,因而不仅会导致同伴监督的积极性降低,还会引发不利于企业的行为,比如集体隐瞒内部成员的不良表现。^[20]由此,提出 H2 假设。

H2:随着企业监督的增强,供应商之间的连带责任对同伴监督的正向作用减弱。

有关委托代理理论的文献认为,委托人监督与代理人同伴监督二者之间的作用存在相互替代的关系。^[21]这是因为,委托人通过对代理人的严密监督可以获取更多的有效信息,并限制代理人的隐藏行为,从而降低了代理人的同伴监督在抑制其机会主义行为上的作用。^[18]由此推断,当企业(委托人)的监督程度很高时,供应商(代理人)之间的同伴监督对其机会主义行为的抑制作用也会下降。如前

文所述,集群内的供应商相互之间地理毗邻、关系嵌入程度高,具有很强的信息内部共享特性,这是其同伴监督之所以能够抑制机会主义行为的优势所在。一旦企业能够通过自身的监督努力获取关于供应商决策与行为的信息,就会使供应商的同伴监督所能提供信息的价值大大降低。此外,根据渠道权力理论,具有权力或地位优势的企业拥有集群内供应商所需要的资源,以及由此派生出来的报复性惩罚能力,^[22]因此,企业监督能对供应商起到一定的威慑作用,使其不敢贸然采取违约行动,从而降低了集群内部的同伴监督在抑制机会主义行为上的有效性。^[18]由此,提出 H3 假设。

H3:随着企业监督的增强,供应商之间的同伴监督对其机会主义行为的负向作用减弱。

已有研究发现,供应商之间的连带责任之所以能够有效抑制其机会主义行为,在于连带责任治理在实施过程中催生出来的同伴影响因素的作用。其中,D. S. Karlan^[7]提出,同伴监督是最关键的影响因素。根据前文所述,集群内供应商之间的连带责任、企业的监督努力与信息不对称之间关系密切,进而对供应商的机会主义行为产生影响,本研究认为在这一过程中起关键作用的是供应商之间的同伴监督活动。具体地说,H1 假设提出企业监督会弱化供应商之间的连带责任对其机会主义的负向作用,主要原因在于企业监督会降低连带责任在降低信息不对称方面的作用,甚至引发供应商集体性的抵触态度和违约行为。同时,H2 假设基于社会认同理论提出,企业监督使具有连带责任关系的供应商进行同伴监督的积极性显著下降。综合以上分析,本研究认为供应商之间的连带责任通过同伴监督对其机会主义行为产生的间接作用受到企业监督的负向影响。由此,提出 H4 假设。

H4:随着企业监督的增强,供应商之间的连带责任通过同伴监督对其机会主义行为产生的负向作用减弱。

本文采用的研究模型如图 1 所示。

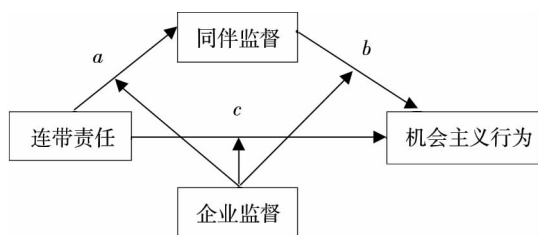


图 1 研究模型

三 研究方法

(一) 样本选取与数据收集

本研究以福建安溪某茶叶企业(以下简称茶企)的毛茶供应商集群为调研对象。与该茶企合作的毛茶供应商集群聚集在安溪县的 4 个不同乡镇,因集群内使用禁用农药这一投机行为屡禁不止,茶企自 2006 年起尝试实施连带责任治理模式,具体的做法是:在自愿的基础上,将毛茶供应商划分为不同小组,规定每组成员 6~12 个,如果在无人举报的情况下企业发现某毛茶供应商使用禁用农药,就会拒收该组所有成员当季的毛茶,更严重者则会解除与该组的合作关系。

根据研究需要,本课题组将问卷发放给与该茶企合作的 122 个供应商连带责任小组,选择每组组长和两名组员填写问卷,取其均值作为统计分析的最终值。共发放问卷 366(即 122×3)份,回收有效问卷 246(即 82×3)份,有效问卷回收率为 67.2%,最终得到 82 个有效研究样本(即 82 个供应商连带责任小组的有效数据)。

(二) 变量测量

本研究需测量的变量共 9 个,即:连带责任、同伴监督、企业监督、机会主义行为、互惠、合理权威、群体压力、共同规范和成员同质性。为了与研究情境相吻合,本研究在借鉴已有文献的基础上,对这些变量的测量题项进行了适当调整。其中,除连带责任、机会主义行为和成员同质性 3 个变量外,其他 6 个变量都使用李克特 5 点量表进行计分。

连带责任。采用张广玲等^[10]、胡琴芳等^[6]使用的代理策略对连带责任进行测量,共 1 个题项,为“本组内毛茶产出大于组均毛茶产出的成员数量所占比例”,即先确定每组内毛茶产出大于组均毛茶产出的供应商数量,再计算这一供应商数量与该组所有成员数量的比值,比值越大,说明该组所承担的连带责任相对越大。

同伴监督。根据 M. L. Loughry 等^[18]开发的量表对同伴监督进行测量,共 5 个测量题项,反映出 4 个方面的同伴监督活动,包括:观察组内成员的具体行为;当场纠正组内成员的不良行为;向组内其他成员或企业相关人员举报某成员的不良行为;聚众议论组内每个成员的具体表现。Cronbach 的 alpha 值为 0.96。

企业监督。根据 M. L. Loughry 等^[18]的量表对

企业监督进行测量,共2个测量题项,即对每个小组的种植与加工过程进行监督、对其种植与加工质量进行检查,反映出企业对每个供应商连带责任小组进行生产过程监督和产品质量检查的频率。Cronbach的alpha值为0.90。

机会主义行为。借鉴N. Hermes等^[23]的方法,共1个题项,即“本组成员年均使用禁用农药的次数”,以反映每组发生机会主义行为的实际情况。

控制变量。已有研究发现,互惠、合理权威、群体压力、共同规范、成员同质性等因素会对组内成员的行为表现产生影响,故本研究将这5个因素作为控制变量。互惠的测量量表基于M. Rabin^[24]的研究编制而成,共2个测量题项,即若组员做了有利于其他成员的事情,其他组员采取行动回报他,反之则对他以牙还牙,分别反映互惠的积极方面和消极方面。合理权威的测量借鉴Zhang Z.等^[25]的方法,共1个题项,即“本组内每个成员对组长的依赖程度很高”,要求组内成员(不包括组长)对组长的合理权威进行计分。群体压力采用B. Wydick^[26]的量表,共4个测量题项,包括互相督促遵守合同规定、违背合同规定受到惩罚、认为遵守合同规定是一种道德义务、若不遵守则会影响其他成员与其关系,反映小组成员在互相督促遵守合同规定、执行惩罚、道德约束、关系影响等方面的情况。共同规范的测量采用J. B. Heide等^[27]的量表,共4个测量题项,包括信息共享、信息交换、共同解决问题、共同承担责任,反映小组成员在信息交换、灵活性

和团结等方面的情况。成员同质性则用每个连带责任小组内属于亲属关系的供应商成员所占比例来表示。^[28]

四 数据分析及结果

(一)描述性统计分析

表1为各研究变量的均值、标准差以及变量之间的相关系数。其中,连带责任、企业监督与同伴监督之间分别呈现显著正相关、负相关关系($r = 0.512, p < 0.01$; $r = -0.462, p < 0.01$),同伴监督与机会主义行为之间呈显著负相关($r = -0.535, p < 0.01$),而连带责任与机会主义行为之间呈负相关关系,但不显著($r = -0.208, p > 0.05$)。该结果为分析企业监督的调节作用和同伴监督的中介作用提供了必要前提。

(二)共同方法偏差

针对共同方法偏差问题,其一,本研究在数据收集时进行程序控制,即由每组组长提供自变量和因变量的数据,其他主要变量的计分则由组内所有被调查者提供,在一定程度上减少了共同方法偏差的影响。其二,在数据收集完成后使用标记变量(mark variable, MV)法进行统计检验。由于年龄与研究模型中的所有变量没有理论上的关联,课题组选择将它作为标记变量进行偏相关分析。由表1分析可知,主要变量之间的相关性并没有发生显著变化,说明本研究的结果不会受到共同方法偏差问题的影响。

表1 研究变量的均值、标准差和相关系数

变 量	连带责任	同伴监督	企业监督	机会主义行为	互惠	合理权威	群体压力	共同规范	成员同质性
连带责任	NA	0.506 **	-0.413 **	-0.190	-0.051	0.263 *	0.002	-0.004	-0.208
同伴监督	0.512 **	0.960	-0.501 **	-0.507 **	-0.252 *	0.762 **	0.278 *	-0.281 *	-0.503 **
企业监督	-0.398 **	-0.462 **	0.900	-0.094	0.194	-0.465 **	0.161	0.132	0.297 **
机会主义行为	-0.208	-0.535 **	-0.128	NA	0.016	-0.294 **	-0.251 *	0.048	0.230 *
互惠	-0.041	-0.225 *	0.204	-0.018	0.910	-0.192	-0.015	0.922 **	0.478 **
合理权威	0.267 *	0.758 **	-0.452 **	-0.299 **	-0.184	NA	0.033	-0.192	-0.357 **
群体压力	0.034	0.327 **	0.194	-0.338 **	0.022	0.054	0.940	-0.082	-0.247 *
共同规范	0.001	-0.262 *	0.139	0.026	0.921 **	-0.188	-0.054	0.980	0.534 **
成员同质性	-0.196	-0.467 **	0.306 **	0.181	0.484 **	-0.347 **	-0.189	0.537 **	NA
年龄(MV)	0.089	0.202	0.123	-0.321 **	0.102	0.065	0.362 **	0.061	0.112
均值	0.486	3.364	3.321	1.764	3.535	3.744	3.289	3.509	2.926
标准差	0.143	0.957	0.803	0.630	0.866	1.145	0.860	0.855	1.314

注: ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$, 双尾检验; 粗体数字是各变量在本研究中的内部一致性系数, NA表示不适用; 以对角线为界, 表格左下方区域内是零阶相关系数, 表格右上方区域内是控制年龄后的相关系数; $N = 82$ 个供应商连带责任小组, 下同。

(三)假设检验

本研究按照 K. J. Preacher 等^[29]和 A. F. Hayes^[30]提出的多元回归和 Bootstrap 程序对研究假设进行检验。首先进行三步多元回归分析,检验企业监督是否调节连带责任与同伴监督之间的关系(图 1 中的路径 a)以及同伴监督与机会主义行为之间的关系(图 1 中的路径 b)。

表 2 为有调节的中介回归分析结果。由表 2 分析可知,在模型 1 中进行机会主义行为对连带责任和企业监督的回归分析,结果显示,连带责任与机会主义行为呈负相关($\beta = -5.453, p < 0.01$),并且企业监督负向调节二者之间的关系($\beta = 1.352, p < 0.05$),表明随着企业监督的增强,连带责任与机会主义行为之间的负相关关系变弱, H1 得到支持。在模型 2 中进行同伴监督对连带责任和企业监督的回归分析,结果显示连带责任与同伴监督呈正相关($\beta = 5.343, p < 0.01$),且企业监督负向调节二者之间的关系($\beta = -1.025, p < 0.05$),表明随着企业监督的增强,连带责任与同伴监督之间的正相关关系变弱, H2 得到支持。在模型 3 中进行机会主义行为对同伴监督和企业监督的回归分析,结果显示同伴监督与机会主义行为呈负相关($\beta = -1.079, p < 0.01$),且企业监督负向调节二者之间的关系($\beta = 0.176, p < 0.05$),表明随着企业监督的增强,同伴监督与机会主义行为之间的负相关关系变弱, H3 得到支持。

为了进一步分析条件性间接效应,本研究参照

K. J. Preacher 等^[29]和 A. F. Hayes^[30]提出的有调节的中介分析模型进行 Bootstrap 中介变量检验。选择 5 000 个样本量以及 95% 置信区间,检验结果如表 3 所示。其中,间接效应等于连带责任到同伴监督这一路径(图 1 中的路径 a)的系数与同伴监督到机会主义行为这一路径(图 1 中的路径 b)的系数的乘积,其值为 0.591 5;且 95% 置信区间内不包含零($LLCI = 0.151\ 1, ULCI = 1.381\ 1$),说明间接效应显著。^[29]这一结果充分表明同伴监督中和了企业监督与连带责任的交互项对机会主义行为的间接影响,具体地说,随着企业监督的增强,供应商之间的连带责任通过同伴监督对其机会主义行为产生的间接抑制作用减弱。因此, H4 得到支持。

表 2 有调节的中介回归分析结果

相关变量	模型 1	模型 2	模型 3
连带责任	-5.453 **	5.343 **	-1.318
企业监督	-0.908 **	0.333	-1.110 **
同伴监督			-1.079 **
连带责任×企业监督	1.352 *	-1.025 *	0.402
同伴监督×企业监督			0.176 *
合理权威	-0.221 **	0.493 ***	-0.016
成员同质性	0.103	-0.093	0.075
群体压力	-0.139	0.293 ***	0.053
共同规范	0.014	-0.268	-0.133
互惠	-0.114	0.223	-0.043
R ²	0.354	0.803	0.532
F - statistic	5.008 **	37.158 ***	8.084 ***

注:*** $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$, 双尾检验。

表 3 有调节的中介 Bootstrap 检验结果

系数	连带责任→同伴监督 (路径 a)	同伴监督→机会主义行为 (路径 b)	间接效应 (路径 a×路径 b)	直接效应 (路径 c)	总效应 (路径 c')
β	-1.025 0 *	-0.577 1	0.591 5	0.760 6	1.352 1 *
CI			(0.151 1, 1.381 1)		

注:CI 为间接效应的 95% 置信区间,如果 CI 不包含零,表示间接效应具有统计上的显著性(粗体表示);* $p < 0.05$ 。

五 结论与讨论

(一)研究结论

本研究以福建某茶企的毛茶供应商集群为研究样本,基于连带责任治理的相关文献,探讨了企业监督在供应商之间的连带责任影响其机会主义行为这一过程中的调节效应。通过实证分析,得到如下结论:

第一,企业监督会弱化供应商之间的连带责任

对其机会主义行为的抑制作用。其原因在于,企业对供应商的直接监督可能会引发其反感与厌恶,甚至会导致集体性违约现象的出现;同时,企业在监督活动上的加强会减少信息不对称,因而会削弱供应商之间的连带责任通过降低信息不对称而对其机会主义行为产生的抑制作用。

第二,企业监督会弱化供应商之间的连带责任对同伴监督的正向作用。研究结果表明,企业若是一味地对集群内供应商进行监督,既会强化其集群

内认同感,又会刺激他们对集群外对象的消极偏见,因而不仅会导致同伴监督的积极性降低,还会引发不利于企业的行为,如集体隐瞒、集体包庇。

第三,企业监督会弱化供应商之间的同伴监督对其机会主义行为的抑制作用。研究发现,企业监督的作用与同伴监督的作用之间在一定程度上相互替代,一是由于企业监督使供应商的同伴监督所能提供信息的价值大大降低;二是由于企业监督能对供应商起到一定的威慑作用,使其不敢贸然采取违约行动,因而降低了同伴监督在抑制机会主义行为上的有效性。

第四,企业监督会弱化供应商之间的连带责任通过同伴监督对其机会主义行为产生的间接抑制作用。供应商之间的连带责任通过同伴监督能最终对机会主义行为起到有效的间接抑制作用。研究表明,企业监督使具有连带责任关系的供应商降低了同伴监督的积极性,进而通过降低同伴监督提供信息之价值弱化了同伴监督对机会主义行为的抑制作用,因而导致供应商之间的连带责任通过同伴监督对其机会主义行为产生的间接作用受到企业监督的负向影响。

(二)理论贡献与实践意义

本研究的理论贡献表现在两个方面:其一,基于供应链合作关系情境,分析了企业监督在供应商之间的连带责任影响其机会主义行为这一过程中的消极作用,揭示了企业监督对连带责任治理的蚕食效应,是对供应链合作关系治理机制研究的一次推进。其二,通过与已有研究进行对比,本研究获得的结论与 V. Chowdhury 等^[31] 的正好相反,后者基于小团体贷款情境研究发现,委托人监督会刺激具有连带责任关系的代理人之间进行同伴监督的力度,从而使后者的机会主义行为得到更有效的控制。这说明连带责任治理的效果因实施情境的不同而迥异,暗示着供应商集群内部关系更加复杂以及对其进行进一步研究的必要性,更加突显了基于供应链合作关系情境对连带责任治理进行研究的理论价值。

在实践上,本研究得出的结论能够给与供应商集群合作的企业提供以下指导:首先,企业可对供应商集群采取连带责任治理,让地理毗邻的供应商相互之间对机会主义行为承担责任,充分刺激他们的理性人意识,使其产生强烈的相互监督动机并积极付诸行动,从而有效抑制机会主义行为,从供应

链源头消除对企业产品质量控制不利的因素。其次,在对供应商集群具体实施连带责任治理的过程中,企业不能过度依赖传统的治理思路,一味地利用权力或地位优势加强自身对集群内供应商的监督,这样不仅会使治理成本居高不下,而且会极大地削弱连带责任治理的效果,使企业得不偿失。

(三)研究局限及展望

本研究还存在一定的局限性,需要在后续研究中进一步完善。第一,本研究选取的调研对象所处行业单一,且样本量不大,可能限制了上述研究结论的普适性。后续研究应将调研范围拓展到不同行业领域,以检验研究结论的有效性。第二,对连带责任、机会主义行为的测量都是采用客观数据,不能有效捕捉隐藏在客观结果后面的主观信息。后续研究应开发多维度的测量量表,更精准地捕捉集群情境下供应商的动机与态度因素。第三,本研究使用的是处于同一时点上的横截面数据,无法反映研究模型中各变量之间关系的动态性。对此,后续研究可尝试采取纵序研究设计。

参考文献:

- [1] SEGGIE S H, GRIFFITH D A, JAP S D. Passive and Active Opportunism in Interorganizational Exchange[J]. Journal of Marketing, 2013, 77(6): 73-90.
- [2] JAWORSKI B J. Toward a Theory of Marketing Control: Environmental Context, Control Types, and Consequences[J]. Journal of Marketing, 1988, 52(3): 23-39.
- [3] HEIDE J B, WATHNE K H, ROKKAN A I. Interfirm Monitoring, Social Contracts, and Relationship Outcomes[J]. Journal of Marketing Research, 2007, 44(3): 425-433.
- [4] SEWELL G, BARKER J R. Coersion Versus Care-Using Irony to Make Sense of Organizational Surveillance[J]. The Academy of Management Review, 2006, 31(4): 934-961.
- [5] KASHYAP V, ANTIA K D, FRAZIER G L. Contracts, Extracontractual Incentives, and Ex Post Behavior in Franchise Channel Relationships[J]. Journal of Marketing Research, 2012, 49(2): 260-276.
- [6] 胡琴芳, 张广玲, 江诗松, 等. 基于连带责任的供应商集群内机会主义行为治理研究: 一种网络治理模式[J]. 南开管理评论, 2016(1): 97-107.
- [7] KARLAN D S. Social Connections and Group Banking[J]. The Economic Journal, 2007, 117(517): 52-84.
- [8] PASUPULETI V. A Study of Joint Liability Versus Individual Liability in Micro Finance Institute with Respect to Default

- Rate (Loan Repayment) [Z]. Working Paper, 2010. SSRN 1745442.
- [9] GINÉ X, KARLAN D S. Group Versus Individual Liability: Short and Long Term Evidence from Philippine Microcredit Lending Groups [J]. Journal of Development Economics, 2014 ,107 (1):65 - 83.
- [10] 张广玲,胡琴芳. 连带责任治理在供应商集群中的有效性研究 [J]. 管理科学, 2014, 27 (4): 23 - 32.
- [11] HU Qinfang, CHAN S F, ZHANG Guangling, et al. The Joint-Liability Mechanism: Controlling Opportunism Through Peer Monitoring Among Chinese Supplier Groups [J]. Journal of Business & Industrial Marketing, 2016, 31 (5): 640 - 653.
- [12] WILLIAMSON O E. The Theory of the Firm as Governance Structure: From Choice to Contract [J]. Journal of Economic Perspectives, 2002, 16 (3): 171 - 195.
- [13] JACOBIDES M G, CROSON D C. Information Policy: Shaping the Value of Agency Relationships [J]. Academy of Management Review, 2001, 26 (2): 202 - 223.
- [14] HEIDE J B, KUMAR A, WATHNE K H. Concurrent Sourcing, Governance Mechanisms, and Performance Outcomes in Industrial Value Chains [J]. Strategic Management Journal, 2014, 35 (8): 1164 - 1185.
- [15] KASHYAP V, MURTHA B R. The Joint Effects of Ex Ante Contractual Completeness and Ex Post Governance on Compliance in Franchised Marketing Channels [J]. Journal of Marketing, 2017, 81 (3): 130 - 153.
- [16] HEIDE J B. Interorganizational Governance in Marketing Channels [J]. Journal of Marketing, 1994, 58 (1): 71 - 85.
- [17] 陈支武,黄雅艳. 公司治理结构与公司社会责任履行 [J]. 湖南工业大学学报 (社会科学版), 2016, 21 (2): 41 - 47.
- [18] LOUGHRY M L, TOSI H L. Performance Implications of Peer Monitoring [J]. Organization Science, 2008, 19 (6): 876 - 890.
- [19] KUMAR A, HEIDE J B, WATHNE K H. Performance Implications of Mismatched Governance Regimes Across External and Internal Relationships [J]. Journal of Marketing, 2011, 75 (2): 1 - 17.
- [20] WIESEKE J, KRAUS F, AHEARNE M, et al. Multiple Identification Foci and Their Countervailing Effects on Salespeople's Negative Headquarters Stereotypes [J]. Journal of Marketing, 2012, 76 (3): 1 - 20.
- [21] ARNOTT R, STIGLITZ J E. Moral Hazard and Nonmarket Institutions: Dysfunctional Crowding Out of Peer Monitoring? [J]. American Economic Review, 1991, 81 (1): 179 - 190.
- [22] 庄贵军,周筱莲. 权力、冲突与合作: 中国工商企业之间渠道行为的实证研究 [J]. 管理世界, 2002, 102 (3): 117 - 124.
- [23] HERMES N, LENSINK R, MEHRTEAB H T. Peer Monitoring, Social Ties and Moral Hazard in Group Lending Programs: Evidence from Eritrea [J]. World Development, 2005, 33 (1): 149 - 169.
- [24] RABIN M. Incorporating Fairness into Game Theory and Economics [J]. American Economic Review, 1993, 83 (5): 1281 - 1302.
- [25] ZHANG Z, WALDMAN D A, WANG Z. A Multilevel Investigation of Leader-Member Exchange, Informal Leader Emergence, and Individual and Team Performance [J]. Personnel Psychology, 2012, 65 (1): 49 - 78.
- [26] WYDICK B. Can Social Cohesion Be Harnessed to Repair Market Failures? Evidence from Group Lending in Guatemala [J]. Economic Journal, 1999, 109 (457): 463 - 475.
- [27] HEIDE J B, JOHN G. Do Norms Matter in Marketing Relationships? [J]. Journal of Marketing, 1992, 56 (2): 32 - 44.
- [28] CASSAR A, CROWLEY L, WYDICK B. The Effect of Social Capital on Group Loan Repayment: Evidence from Field Experiments [J]. Economic Journal, 2007, 117 (517): 85 - 106.
- [29] PREACHER K J, RUCKER D D, HAYES A F. Addressing Moderated Mediation Hypotheses: Theory, Methods, and Prescriptions [J]. Multivariate Behavioral Research, 2007, 42 (1): 185 - 227.
- [30] HAYES A F. Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach [M]. New York: The Guilford Press, 2013: 448.
- [31] CHOUDHURY V, SABHERWAL R. Portfolios of Control in Outsourced Software Development Projects [J]. Information Systems Research, 2003, 14 (3): 291 - 314.

责任编辑:徐海燕