

The Study of Inter-Firm Opportunism in the Circumstances of Cooperative Relationship: Retrospect and Prospect

Yunxia Su^{1,2}, Minggui Sun³

¹Shanghai Publishing Media Institute, Shanghai

²Shanghai Publishing and Printing College, Shanghai

³Donghua University, Shanghai

Email: sunnysu545@126.com

Received: Nov. 20th, 2018; accepted: Dec. 4th, 2018; published: Dec. 11th, 2018

Abstract

It has made considerable achievements in academic circles both at home and abroad on the research of inter-firm opportunism in the circumstances of cooperative relationship. Inter-firm opportunism is the behavior of a trading party in a cooperative relationship, which violates the requirements of contracts or relational contracts, makes the opportunist party gain interest and encroach on the interests of the other party, and then brings many adverse effects to cooperation. In addition to the incomplete contract, the antecedents of inter-firm opportunism include many factors such as environment, cooperation task, power, principal-agent, inter-organization structure. The governance strategies of inter-firm opportunism include the binary relationship governance and the network relationship governance. The academic field studies the binary relationship governance from the perspective of independent effect, combination effect and contingency perspective of formal governance and relationship governance. Furthermore, we prospect the further research.

Keywords

Inter-Firm Opportunism, Antecedents, Formal Governance, Relationship Governance

合作关系情境中企业间机会主义研究：回顾与展望

苏云霞^{1,2}, 孙明贵³

¹上海出版传媒研究院, 上海

文章引用: 苏云霞, 孙明贵. 合作关系情境中企业间机会主义研究: 回顾与展望[J]. 现代管理, 2018, 8(6): 631-643.

DOI: 10.12677/mm.2018.86081

²上海出版印刷高等专科学校, 上海

³东华大学, 上海

Email: sunnysu545@126.com

收稿日期: 2018年11月20日; 录用日期: 2018年12月4日; 发布日期: 2018年12月11日

摘要

合作关系情境中企业间机会主义的研究, 国内外学术界已经取得了相当丰富的成果。企业间机会主义是合作关系中交易一方的行为违背了合同或者关系契约的要求, 使得机会主义行为方获取了利益, 并侵占了对方的利益, 进而给合作带来很多不利影响。究其产生的原因, 除了契约不完全会引发机会主义以外, 环境、合作任务、权力、委托-代理人、组织间结构这些因素也会引发企业间机会主义。企业间机会主义的治理策略包括二元关系治理和网络关系治理, 其中, 学术界从正式治理和关系治理的独立效应、组合效应以及权变视角进行了二元关系治理研究。此外, 本文也对未来研究进行了展望。

关键词

企业间机会主义, 原因, 正式治理, 关系治理

Copyright © 2018 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

全球商业环境使得当今企业依靠自身维持竞争优势日益困难, 促进了企业间合作的加速增长, 因而, 出现了各种类型的企业间合作关系, 如战略联盟、合资企业、分销渠道、物流外包、特许经营和供应链关系等。企业间合作关系中的机会主义风险给交易带来了难度, 作为一个重要的管理概念, 企业间机会主义吸引了国内外学者们的大量注意力。综观国内外文献, 关于合作关系情境中的企业间机会主义研究主要集中于内涵、结果、原因及治理几个方面, 本文将回顾和述评这些研究, 并对未来研究做出展望。

2. 企业间机会主义的内涵、表现和结果

1) 企业间机会主义的内涵

最初的交易成本理论文献将机会主义定义为“狡诈地寻求自利”[1], 将机会主义与传统经济学假设“寻求自利行为”进行区分的是“狡诈”这个概念, 狡诈指“说谎、偷窃、欺骗、误导、歪曲、伪装、混淆或其他混乱”[1], 它意味着清晰明确的契约被积极(active)或消极(passive)地违反。

最初的机会主义概念是“公然的”或者“强形式的”机会主义[2], 公然的机会主义除了不遵守诸如诚实等的一般准则外, 也不履行契约。随着研究的推进, 机会主义概念也延伸到了关系契约领域[3], Macneil [4]认为关系契约中的机会主义行为意味着违反了独特的关系专用性契约规范, Williamson [3]将这种不违背正式契约的机会主义行为称为“合法的机会主义”。因此, 按照违反或侵害的契约类型, Williamson 将机会主义分为“公然的机会主义”和“合法的机会主义”, 或者强形式的机会主义和弱形式的机会主义[5]。

除了根据所违反的契约类型进行分类外, 机会主义的分类研究还有其他多种视角。从行为方式视角, “狡诈”的机会主义分为积极(active)和消极(passive)两种[6], 前者指为了获取有利的交易结果, 交易一方单方面做出一些只为自己利益的事情, 如故意撒谎或有意识地从事其他不实活动; 后者指不主动承担、逃避或不完全履行责任的行为[7]。从行为发生与否视角, 分为态度机会主义和行为机会主义, 态度机会主义指行为机会主义化的态度倾向, 行为机会主义指狡诈地追逐自利的具体行动[8]。从机会主义发生的风险环境视角, 分为高风险的机会主义和低风险的机会主义[9]。从时间视角, 分为事前机会主义和事后机会主义[1]。

2) 企业间机会主义的表现

机会主义是“狡诈地寻求自利”[10], Williamson 强调, 在组织间关系中, 如艰难谈判或者相互间主张表现出强烈的不一致并不是机会主义, 独特地点或技能产生的优势也不是机会主义的结果。走捷径、违反承诺、掩饰不充分或者低劣的工作质量、为获得优势表现得不诚实等, 这些行为才属于机会主义。

将“狡诈”的机会主义行为和环境结合, Wathne 和 Heide [6]总结出了行为-环境范式, 将机会主义分为四个类型: 侵犯(violation), 即原有环境下的积极机会主义; 逃避(evasion), 即原有环境下的消极机会主义; 强迫让步(forced renegotiation), 即新环境下的积极机会主义; 拒绝适应(refused to adapt), 即新环境下的消极机会主义。与“公然的机会主义”和“合法的机会主义”的分类相契合, 王节祥等[11]认为机会主义包含显性和隐性两种表现形式, 两种行为间可以相互转化, 这一转化取决于情境变量的作用。

3) 企业间机会主义的结果

企业间机会主义对合作关系情境中的信息共享、组织绩效、合作绩效、合作创新、关系、功能冲突和成本等均产生不利影响。

上游供应商机会主义负向影响供应商与制造企业之间的信息共享, 并负向影响制造企业的运营绩效[12], Wang 和 Yang [13]认为企业间机会主义和组织绩效的负向关系间存在中介过程。企业间机会主义也会导致交易成本增加[1]。

一种关系需要从整体利益和财富分配的双重视角来分析[14], 任何形式的企业间机会主义行为都有可能限制价值创造、引起重新分配。尽管机会主义行为最初以牺牲交易另一方收入为代价而增加机会主义行为一方的收入, 它也阻碍了价值创造, 最终降低关系双方的收益[6]。机会主义负向影响战略联盟的财务绩效和合作创新[15], 正向影响中小企业合作创新风险感知程度, 负向影响中小企业长期合作创新意愿[16]。Jap 等[17]发现, 尽管交易企业努力建立治理结构来减少机会主义, 但只要有交易存在, 总会存在一些机会主义, 这些事后机会主义会负向影响共同利益绩效和双方关系连续性预期, 国外母公司和国际合资企业的合作关系中也存在这种影响[18]。西方出口商的机会主义对中国香港进口商的长期导向有不利影响, 西方出口商的机会主义减少了信任、产生了冲突[19]。

Chung [20]发现, 供应商机会主义减少小型零售商的信任以及长期导向, 这种影响还受权力-依赖性结构和环境波动性的影响, 小型零售商的依赖性越低, 供应商机会主义对小型零售商长期导向的负面影响越强烈, 环境波动性越低, 供应商机会主义对小型零售商的信任以及长期导向的负向影响越强烈。

机会主义概念包括了范围广泛、具有潜在差异的很多行为, 因此, 差异化的机会主义行为导致的结果也会不同。Seggie 等[21]考察企业对组织间关系中的积极机会主义和消极机会主义如何差异化反应, 以及这些形式的机会主义如何腐蚀掉关系绩效的满意度, 发现, 相对于积极机会主义而言, 企业更能容忍消极机会主义, 交易成本中介了机会主义和关系绩效的满意度之间的负向关系, 此外, 随着时间的流逝, 相对于积极机会主义, 消极机会主义对关系绩效的满意度腐蚀性影响更大。这些发现强调了区分不同形式机会主义的重要性, 需要区别对待和管理不同形式的机会主义。

3. 企业间机会主义的原因

国内外研究表明, 企业间交易中的机会主义给企业间合作带来破坏性和负面影响, 需要有效地治理企业间机会主义。治理机会主义需要洞悉企业间机会主义的原因, 引发机会主义的原因是多方面的, 除了契约不完全会引发机会主义[1]以外, 环境、合作任务、权力、委托-代理人、组织间结构这些因素也会引发机会主义。

1) 环境因素

由于有限理性限制了事先计划突发事件的能力, 导致在不可预见的情况下发生适应性问题, 交易成本理论认为环境不确定性与治理结构决策有关[1], 而机会主义是不确定性的函数, 不确定性受环境易变性的影响。学者们从环境因素中的市场、技术、制度、文化和社会关系等方面考察了二者的关系, 总体上, 环境不确定性增加, 企业间机会主义可能性增加。

Joshi 和 Stump [22]发现技术不可预测性正向影响企业间机会主义, 这个影响分别被依赖性和长期导向中介。

根据制度理论, 制度力量是影响决策制定者感知和决策的社会和法律环境[23], 环境中的制度因素也影响企业间机会主义。Wang 等[24]研究发现, 法律不作为直接提高供应商的机会主义, 但通过买方使用非强制性权力而间接减少机会主义。Chang 等[18]考察制度因素(即, 法治、政府干涉、不正常竞争)对国际合资企业其国外母公司机会主义的影响, 发现, 法治和不正常竞争抑制机会主义, 而政府干涉驱动机会主义, 此外, 国际合资企业的营销能力可以调节这些关系。曾翠娥等[25]考察不同情境中的制度距离与机会主义间的关系, 他们将制度距离定义为不同地区在正式制度环境和非正式制度环境上的差异, 发现正式制度距离负向影响渠道中的机会主义行为, 非正式制度距离正向影响渠道中的机会主义行为。由此可见, 法治环境有助于抑制机会主义行为的发生。

嵌入性告诉我们, 经济行为在很大程度上受到社会关系或共享信念、规范和风俗的限制[26], 机会主义行为也嵌入在具体的文化群体或市场中。Grant [27]考察了一些市场集团的独特属性, 这个属性解释为何在英国一些行业供应链中的合作伙伴更容易受机会主义影响, 而在其他行业则不会的现象。他认为企业间机会主义的出现不应只基于二元关系特征, 独立于它的直接市场和文化背景, 供应链交易嵌入的文化环境也会引起机会主义风险, 研究结果说明, 不同的市场文化和子市场文化, 定义了不同的机会主义容忍水平。Dong 等[28]发现, 重点分销商在分销商网络中的网络中心性促进了其对主导性供应商的机会主义行为, 其关系嵌入性则削弱了这种机会主义行为。

2) 任务因素

交易成本理论强调环境不确定性、交易专用性投资、交易频率是导致治理结构变化的因素[1], 虽然交易专用性投资和交易频率聚焦于交易任务本身, 但交易成本理论低估了合作任务本身的性质、合作任务中所使用资产的其他性质产生的影响。

合作任务的性质赋予协作开发情境独特特征, 产品复杂性或技术新颖性引起的不确定性可能给技术需求方带来困境。Sridharan 和 Phang [29]发现, 感知到易受客户的影响时可以通过事前控制有效去除, 但每个客户的定制化订单产生的任务不确定性、专业化和团队工作, 成为定制供应商机会主义威胁的新来源。

为更好地管理任务不确定性, 需要获得技术供应方的协作, 但依靠供应方完成不确定性的任务, 会产生信息不对称性并为机会主义留下空间。在知识密集型交易中, 由于保护成本更高, 关系专用性投资会无意识地伤害协作效果[30]。将双方锁定在一个关系中, 这样的投资会产生不必要的责任并限制信息流, 因而阻止企业间知识获取、创造集体盲点, 最终增加机会挖掘的风险[31]。Yan 和 Kull [30]将机会主义研

究从传统产品交易环境延伸到更为隐性、不确定的知识交易环境, 将注意力从选择具有某些属性的技术供应商转向聚焦于设计协作情境, 研究结果揭示, 技术供应商机会主义在某些新产品开发项目情境中是固有的。

尽管很多研究认为交易一方专用性投资可能带来锁定效应, 但周俊和袁建新[32]发现领域知识专用性投资显著抑制了客户(专用性投资的接收方)的机会主义行为, 部分原因是领域知识专用性投资在增加投资方转换成本的同时, 也在很大程度上增加了接收方的转换成本。

交易成本理论强调了合作任务中所使用资产的资产专用性性质的作用, 忽视了资产的其他性质如互补性、专有性等所产生的影响。任务不确定性引起的协作和信息加工需要增加了适应、交流和整合机制需要[33], 徐二明和徐凯[15]认为资源互补和机会主义之间的关系呈倒 U 型关系, 因为, 资源互补性高时, 联盟实现资源整合, 更易实现合作与协调, 联盟企业实施机会主义行为的可能性降低, 但资源互补性过高、相似性过低时, 企业间在组织文化、管理方法、战略导向和技术体系上的差异增加, 监督和控制的困难会导致机会主义。盛亚和张文静[34]认为, 单边专用性投资方的资产专有性负向影响合作伙伴的机会主义行为。

3) 权力因素

渠道权力理论认为渠道权力是解释渠道成员间行为的一个关键因素。因为一个组织能以有利于自身需要的方式影响其他组织的决策[35], 从事机会主义行为会与权力有关。资源依赖理论认为, 组织自身不可能具备生存所需的所有资源, 会对拥有或控制其所需资源的外界环境产生依赖, 从而在一定程度上受外部控制。依赖和权力是资源依赖理论的两个核心概念[36]。资产性质、如使用影响战略和控制这样的权力使用, 对权力的感知甚至追逐权力的过程等都会引起企业间权力-依赖问题, 进而产生机会主义行为。

交易成本理论认为, 专用性资产容易被锁定(Lock-in)在交易关系中, 面临被另一方敲竹杠(Hold-up)的风险, 即资产专用性与机会主义行为正相关。但关系交换理论认为专用性资产投入有助于合作关系情境中信任的建立, 进而抑制机会主义行为的发生。王节祥等[11]从资源依赖理论视角整合这些观点, 认为以往解释出现矛盾的原因在于没有区分单边和双边资产专用性, 并探讨了相应的作用机制。单边资产专用性引发机会主义行为的作用机制是竞争性依赖产生的权力不对称, 双边资产依赖性抑制机会主义行为的作用机制是增进共生性依赖产生的计算性信任。钱丽萍和任星耀[37]发现, 双方投资不对等会带来机会主义行为, 做出较多专项投资的一方会更容易遭受另一方的机会主义行为。在区分了交易伙伴的强形式和弱形式机会主义行为后, 刘婷和刘益[38]发现, 随着伙伴交易专项投资水平的增加, 企业交易专项投资会从引发伙伴两类机会主义行为转变为抑制伙伴机会主义行为, 特别是企业交易专项投资对伙伴强形式机会主义行为的作用变化较为显著。除了交易双方的资产专用性投资水平差异会影响机会主义行为外, 交易一方所处竞争网络中的竞争对手也进行专项投资时, 企业间权力-依赖关系发生变化, 会改变二元关系中专用性资产投资和机会主义行为之间的关系, 薛佳奇等[39]发现, 投入专项资产的制造商会采取吸收分销商专项投资的方式抑制其机会主义行为的发生, 但当制造商的竞争者也对分销商进行专项投资时, 制造商与竞争者专项投资的不对等性明显改变了制造商专项投资对分销商机会主义行为的作用效果。

除了资产专用性投资会引起企业间权力-依赖性问题, 资产专有性也会引起企业间权力-依赖性问题。专有性资产具有资源基础观所认为的价值性、稀缺性、不可模仿性和不可替代性特点, 盛亚和张文静[34]研究了资产专有性性质对机会主义行为的影响, 认为, 在特定交易关系中, 权力优势方的资产专有性正向影响双方权力的不对称程度, 权力优势方的资产专用性负向影响双方权力的不对称程度。

Provan 和 Steven [40]聚焦于两个重要的权力特征——依赖性和控制决策, 来解释在与主要供应商的业务关系中经销商机会主义行为的出现, 经销商机会主义与经销商对主要供应商的依赖性之间负相关, 与供应商对经销商决策的控制之间正相关。控制和机会主义之间关系的解释与逆反心理理论一致, 逆反

心理理论认为, 个体自由被限制时, 他们可能会抵制, 采取行动来提高他们的条件。张钰等[41]发现, 使用强制性影响战略对伙伴机会主义呈现出先减弱后增加的 U 形非线性作用, 这种 U 形作用随着交易伙伴的情感性承诺水平、算计性承诺水平的提高而变得更加陡峭。Wang 等[24]发现, 买方使用强制性权力会增加供应商的机会主义, 买方使用非强制性权力会减少供应商的机会主义。Dong 等[28]发现, 分销商对网络主导性供应商的依赖性与分销商对其网络主导性供应商的机会主义行为之间负相关, 分销商在分销商网络中的关系嵌入性强化了这种关系, 其网络中心性则弱化了这种关系。

交易成本理论认为, 个体从事机会主义行为只是因为可行并有利, John [35]发现, 哪怕条件允许, 个体也并不是总是从事机会主义行为。交易一方将其行为归因于受专家、合法性和参考权力影响时, 态度导向更为积极, 也会显著地抑制自我报告的机会主义。相反, 将影响归因于奖励和强制性权力时, 会引起更多的机会主义行为。强制性归因对态度导向也有不良影响, 进而导致更多的机会主义。

有学者发现, 追逐权力的过程也会引发机会主义。投资于外部选择是交易方寻求增加交易关系中权力的最普遍的方式之一, Malhotra 和 Gino [42]探讨投资于外部选择这样一个旨在增加自己权力的普通战略决策如何能导致交易关系中的机会主义行为, 发现, 追逐权力而不是权力自身也会引致机会主义, 即使在控制外部选择提供的影响力之后, 个体投资于创建外部选择, 也会导致更高的权力感, 依次, 权力感导致人们对当前关系所得的期望更高, 而这些期望会引发机会主义。

4) 委托 - 代理人因素

在与受许商签约前, 特许商会利用其信息优势追求私利, 而不惜损害受许商的利益, 这实质是合作伙伴选择不当而产生的逆向选择机会主义行为[43]。代理理论认识到, 除了合作伙伴选择不当会产生逆向选择这样的机会主义行为外, 难以评估交易伙伴绩效或难以遵守合同时会引起行为不确定性[44], 如信息不对称[45]、激励不相容和环境不确定性[46]会引起行为不确定性, 行为不确定性则会引起合作伙伴的机会主义[13]。

与行为不确定性有关的信息不对称提高了代理人逃避责任的可能性[45]。Wang 等[24]发现, 信息分享质量的提升, 降低了信息不对称引起的行为不确定性, 进而可以减少供应商的机会主义行为。

孙鳌[43]指出, 受许商的搭便车行为根源于特许系统中的品牌外部性, 实质是特许商和受许商之间激励不相容的结果。根据态度与行为的关系, 学者们认为态度取向影响机会主义行为, 王立磊等[47]发现, 供应商情感性帮忙关系取向负向影响分销商的机会主义行为, 而工具性帮忙关系取向和寻租关系取向正向影响机会主义行为。因为, 情感性帮忙关系以情感交换为基础, 工具性关系和寻租关系都是把关系当成获取利益的手段或工具, 而买卖双方的交易目标通常是相互矛盾的[17], 通过在合作伙伴间发展目标一致性, 机会主义动机被削弱(尽管不会消失) [17]。Jap 和 Robertson [17]发现, 在高度融洽关系中, 容易发生低风险的机会主义, 因为在关系融洽且风险低时, 人们通过使用道德上可延展的推理来为自己的机会主义行为辩护, 这实际是激励不相容的一种表现[46]。Das [48]发现, 即使在长期视野联盟中, 具有短期导向的核心企业也会感知到合作伙伴高倾向的机会主义, 而在短期视野联盟中, 具有长期导向的核心企业会感知到合作伙伴低倾向的机会主义。Evanschitzky 等[49]发现, 具有企业家特征的受许方更擅长为他们自己挖掘市场机会, 如果给予机会, 也会对特许方表现得更为机会主义。然而, 如果他们感知到契约框架太狭隘, 他们会更快地退出系统, 以开始他们自己的事业。

姜翰和金占明[50]发现, 认知环境不稳定性与合资企业机会主义倾向存在关系路径, 在一定程度反映了企业相关认知与客观状况之间的差异会导致不同结论; 认知非对称性因素也存在影响, 合作双方认知差异也与合资企业机会主义倾向存在关系路径。

5) 组织间结构因素

行为研究学考察产生满意结果、安全投资和最小化机会主义的控制结构[51]。渠道研究中的控制结构

侧重于集中化、正式化、协作和控制。集中化指决策制定权力的集中, 正式化指使用明确程序治理一种关系[52], 协作指在交易方之间有目的地组织活动、资源和信息流[53], 控制即监督交易伙伴的行为, 可以减少交易方之间信息不对称性[6]。然而, 通过限制自我控制和自治, 集中化、正式化和控制可能加剧而不是削弱机会主义。

John (1984)考察组织间官僚结构的效应对机会主义态度和行为的影响, 结果显示, 机会主义受组织间结构因素的影响。组织间官僚结构其协作系统由三个维度测量: 操作程序正式化、权力集中化和控制, 它是组织间关系的关键结构属性。官僚结构程度增加, 意味着接收方逐渐被剥夺了自我控制和自主权。此外, 交易一方感知到正式化、集权化和控制(监视和执行规则)增加时, 会导致积极态度的消逝, 结果是更多的机会主义。Crosno 和 Dahlstrom [54]经过元分析后发现, 正式化与伙伴基础的机会主义负相关, 协作与伙伴基础的机会主义、自我报告的机会主义都是负相关, 集中化、控制与机会主义的关系和行为研究学理论恰好相反, 集中化和控制与两种形式的机会主义都正相关。

4. 企业间机会主义的治理研究

综观现有企业间机会主义的治理研究, 从被治理者的数量来看, 分为二元关系治理和网络关系治理[55]。

1) 二元关系治理

二元关系治理以核心企业与合作伙伴间的双边关系为治理对象, 治理基础是治理者的权力/地位优势及治理者与被治理者之间的关系准则[55]。Wathne 和 Heide [6]认为, 二元关系治理主要采用选择、监督、激励和社会化四种治理策略。Dyer 和 Singh [56]则认为使用两类治理, 一是依赖第三方强制执行协议(如法律合同), 一是依赖自我强化协议, 无需第三方介入来决定是否发生违约行为。交易成本经济学观点归于第一个观点, 属于正式治理; 自我强化协议进一步分为“正式”保护措施如财务或投资抵押和“非正式”保护措施如声誉、信任或嵌入性, 属于关系治理。

原则上, 管理机会主义最直接的方式是预先选择无机会主义倾向或者对某独特任务有内在合作倾向的交易伙伴[6], 选择的主要好处在于减少交易关系中的信息不对称性和激励不相容性。交易成本理论没有强调选择和管理机会主义中的角色, 而是依赖第三方强制执行协议(如法律合同)即正式治理(包含了监督策略), 而自我强化协议的“正式”保护措施与激励相对应, 自我强化协议的“非正式”保护措施与社会化相对应。

现有企业间机会主义的二元关系治理研究主要以交易成本理论、社会交换理论和权变理论为理论基础, 从正式治理和关系治理的独立效应、组合效应以及权变视角进行了研究。

(1) 独立效应

法律合同是防范机会主义的古老方法, 但学者们对法律合同治理机会主义的有效性存在争议。Achrol 和 Gundlach [57]发现, 合同条款在抑制机会主义行为方面是无效的。任星耀等[7]将合同分成包容性和约束力两个维度, 前者更多体现了合同双方在事前约定的广度, 后者更多体现的是合同的约束力度, 发现, 合同的包容性同时增加渠道成员的积极机会主义和消极机会主义, 合同的约束力减少渠道成员的积极机会主义。周俊和袁建新[32]考察兼备合同包容性和约束性的合同完备性的效用, 发现, 合同完备性抑制客户的机会主义行为。杨建华等[58]发现, 根据合同进行的合作过程控制和结果控制都可以有效遏制机会主义行为的发生。从这些研究可以看出, 合同对机会主义的治理作用需要一分为二地看待, 一方面, 合同的起草不是专门针对机会主义威胁的, 另一方面, 合同的包容性束缚了合作, 并引发了交易伙伴的不信任感, 使得合作伙伴倾向于用较负面的动机、态度去解读对方, 容易产生机会主义行为。但按照合同办事, 合同的约束力会发挥治理效用。

回顾专用性投资如何影响机会主义行为的现有研究, 发现一些机会主义行为抑制机制的本质在于调整交易关系中的权力-依赖关系。一般地, 资产专用性投资会抑制资产投资方的机会主义行为, 却易产生锁定效应, 并易引起合作伙伴的机会主义行为, 但合作伙伴增加关系专用性投资后, 合作伙伴的机会主义行为减少甚至消失。盛亚和张文静[34]发现, 单边专用性投资方的资产专有性负向影响合作伙伴的机会主义行为; 在双边专用性关系中, 资产专用性与专有性总量负向影响合作双方的机会主义行为; 在特定交易关系中, 权力优势方的资产专用性和权力劣势方的资产专有性均负向影响双方权力的不对称程度。周俊和袁建新[32]发现领域知识专用性投资显著抑制了客户(专用性投资的接收方)的机会主义行为, 部分原因是领域知识专用性投资在增加投资方转换成本的同时, 也在很大程度上增加了接收方的转换成本。所以, 除了让交易对方进行专项投资以调整权力-依赖关系外, 还可以通过改变资产的性质、增加专用性投资的知识含量特别是隐性知识的含量来调整权力-依赖关系, 进而抑制机会主义行为。

委托代理理论中, 选择的主要目的是识别出和委托人目标一致的代理人, 而使用社会化过程即关系治理, 可以让代理人内化委托人的目标, 解决委托-代理之间的激励不相容问题。Joshi 和 Stump [22]发现, 关系规范抑制机会主义行为, 依赖性和长期导向是这个抑制关系的中介变量。任星耀等[7]发现, 关系规范可以降低渠道成员的积极机会主义和消极机会主义。江旭[59]发现, 在战略联盟背景下, 善意信任与机会主义之间呈现先降低后增加的 U 型关系, 能力信任对机会主义没有抑制作用。曾伏娥和陈莹[60]发现, 分销商横向网络的合作强度会抑制分销商对供应商的机会主义行为, 分销商在横向网络中的网络中心性会强化这种负向效应。李瑶等[61]发现, 经理人的商业关系和政府关系都可以抑制机会主义行为。王立磊等[47]发现, 当感知到供应商的关系取向为情感性帮忙关系时, 较之合同治理, 关系治理更能抑制分销商的机会主义行为。张钰等[63]发现, 供应商使用协商、支持和协助为主要手段的非强制性影响战略能有效抑制分销商机会主义, 这种作用随着分销商情感性承诺的提高而增强。从这些研究可以看出, 学术界从建立关系的对象、关系性质、关系认知、关系行动、关系规范等角度考察了关系治理和机会主义行为间的关系, 普遍认为关系治理能抑制机会主义。

(2) 组合效应

企业间机会主义行为的治理机制一般不单独使用, 合作企业往往会同时使用几种治理机制。Achrol 和 Gundlach [57]发现, 交易由关系治理治理时, 交易一方不对称承诺增加(即专用性资产投资不对称)不会导致另一方的机会主义, 但合同治理的调节效应不显著。王节祥等(2015)发现, 关系型信任在单边资产专用性与机会主义行为关系中扮演正、负调节作用, 一般来说, 关系型信任负向调节权力不对称对机会主义行为的影响, 但在强关系信任情境中, 调节效应相反。钱丽萍和任星耀[37]发现, 专项投资不对等会带来机会主义行为, 正式化和参与能减弱这个关系, 而私人关系中的感情、人情对上述关系没有显著的调节作用, 面子则强化这个关系。周海军和杨忠[62]探讨未来收益、声誉市场、资产专用性投资等抵押物对当事人机会主义的影响, 发现交往型私人交情对抵押物的治理作用没有影响。周俊和袁建新[32]发现, 合同完备性和关系型规范不仅显著正向调节领域知识专用性投资和客户机会主义之间的负相关关系, 而且合同完备性和关系型规范呈现某种程度的互补性, 与关系型规范相比, 合同完备性的机会主义治理作用更为突出。Wang 等[13]考察机会主义的驱动(关系专用性投资和行为不确定性)和抑制(企业间社会资本)之间的互动如何影响买卖关系中合作伙伴的机会主义, 关于一家企业如何杠杆利用社会资本来减弱机会主义的不利效果这个问题, 驱动和抑制之间互动作用的重要性提供了新思路。刘婷和刘益[38]发现, 随着交易关系的延续, 企业交易专项投资会从引发转变为抑制伙伴的弱形式机会主义行为。从这些研究可以看出, 合作关系中专用性资产投资不对称引起的伙伴机会主义, 可以使用组织层面的关系治理来抑制, 但私人层面的关系和交情不会影响组织行为决策, 有时反而适得其反; 合同治理效果的研究来看, 是合

同执行的正式化程度而不是合同条款的明确与详细程度发挥了治理作用。

关于正式治理和关系治理共同治理企业间机会主义的组合效应, 学术界有三种观点: 互补、替代、互补与替代共存或者两种关系均不存在。Achrol 和 Gundlach [57]发现, 交易一方不对称承诺增加(即专用性资产投资不对称)导致另一方的机会主义, 但关系治理和合同治理二者组合使用时不能抑制机会主义。任星耀等[7]发现, 关系规范可强化合同的约束力在降低积极机会主义、弱化合同的包含性在增加消极机会主义方面的作用。杨建华等[58]发现, 过程控制弱化了信任、承诺在降低机会主义行为方面的作用, 结果控制强化了信任、承诺、联合行动在降低机会主义行为方面的作用。从这些研究可以看出, 正式治理和关系治理共同治理企业间机会主义的组合效应是互补、替代、互补与替代共存或者两种关系均不存在, 需要结合合同的不同维度、合作的不同阶段以及机会主义的不同类型加以区别思考。

(3) 权变视角

正式治理和关系治理能抑制机会主义已得到学术界的承认, 但它们的使用条件存在约束, 需要引入权变视角。

张钰等[63]发现, 随着关系持续时间的增加, 契约对渠道伙伴机会主义的抑制作用会减弱; 随着环境不确定性程度的增加, 契约对渠道伙伴机会主义的抑制作用会减弱。Carson 等[64]发现, 模糊性环境下, 正式契约是稳健的, 即, 正式契约对机会主义的抑制作用不受影响。

张钰等[63]发现, 随着关系持续时间的增加, 关系治理对渠道伙伴机会主义的抑制作用会减弱。李瑶等[61]发现, 随着行业环境不确定性水平的提升, 经理人的商业关系和政府关系对机会主义行为的抑制作用会加强; 随着法律政策不确定性水平的提升, 经理人的商业关系对机会主义行为的抑制作用会加强, 而政府关系对机会主义行为的抑制作用会减弱。Carson 等[64]发现, 波动性环境下, 关系契约是稳健的, 即, 关系契约对机会主义的抑制作用不受影响。Lai 等[65]发现, 特别是在高度不确定环境, 信任和规范有效地防范了物流服务供应商的机会主义行为。Jap 等[9]发现, 低风险、关系融洽时, 机会主义水平高, 因此, 风险低时, 可以通过寻求新的合作伙伴、使用人际间疏远的交流方式来限制机会主义。Evanschitzky 等[49]发现, 如果特许方采用关系治理, 能更好地利用市场机会的、具有企业家思维的受许方会表现得更为机会主义。

从这些研究可以看出, 权变因素既包括关系本身的特征, 也包括如环境变量这样的外生因素。环境不确定性的不同维度对正式治理和关系治理的机会主义抑制作用存在不同的调节效应。

张钰等[41]发现, 关系持续时间较短时, 契约和关系治理在抑制渠道伙伴机会主义时互相替代, 关系持续时间较长时, 契约和关系治理在抑制渠道伙伴机会主义时互相补充; 环境不确定性较低时, 契约和关系治理在抑制渠道伙伴机会主义时互相替代, 环境不确定性较高时, 契约和关系治理在抑制渠道伙伴机会主义时互相补充。因此, 正式治理和关系治理共同治理企业间机会主义的组合效应是互补、替代、互补与替代共存或者两种关系均不存在, 除了需要结合合同的不同维度、合作的不同阶段以及机会主义的不同类型加以区别思考外, 还要考虑其使用条件, 引入权变视角。

2) 网络关系治理

网络关系治理中, 被治理者之间存在网络关系, 治理基础是被治理者网络内部的集体性规范[55]。胡琴芳等[55]研究核心企业采取网络治理模式是否能有效控制供应商集群内的机会主义行为, 发现, 供应商之间的连带责任对其机会主义行为具有显著的抑制作用, 供应商之间的横向监督在供应商之间的连带责任对其机会主义行为的影响起完全中介作用。“网络联保”信贷模式也是一种网络治理模式, 吴义爽[66]发现, “网络联保”信贷模式借助无限连带责任和网络信息披露机制, 将不同域内的博弈关联起来, 可以有效治理非对称信息下中小企业融资中的机会主义行为, 使得信贷市场实现分离平衡。

5. 研究结论与展望

合作关系情境中企业间机会主义的研究, 国内外学术界已经取得了相当丰富的成果。企业间机会主义是合作关系中交易一方的行为违背了合同或者关系契约的要求, 使得机会主义行为方获取了利益, 侵占了对方的利益, 进而给合作带来很多不利影响。究其产生的原因, 除了契约不完全会引发机会主义以外, 环境、合作任务、权力、委托-代理人、组织间结构这些因素也会引发企业间机会主义。企业间机会主义的治理包括二元关系治理和网络关系治理, 其中, 学术界从正式治理和关系治理的独立效应、组合效应以及权变视角进行了二元关系治理研究。本文认为, 未来应在以下几个方面有待突破:

1) 现有研究很少研究合作任务特征影响企业间机会主义行为的约束条件, 未来有待突破。如, 绩效模糊性和关系因素如何影响交易方的机会主义行为, 绩效模糊性往往会使得交易合作方普遍需要花费很多精力来证实它们所做的努力, 关系高度融洽会减少高水平监督的需要, 但在关系高度融洽和绩效高度模糊的环境中会发生什么呢? 其他关系因素如权力和依赖性或者关系阶段与绩效模糊性环境互动, 如何塑造企业间机会主义行为, 也代表了一个有前途的未来研究方向。

2) 企业间机会主义行为的认知原因探讨。根据态度与行为的关系, 学者们认为态度取向影响机会主义行为, 委托-代理人的认知节约如解释性不确定性和认知偏见是否以及如何引起企业间机会主义, 如何治理, 也有待未来研究。如特许经营关系中, 需要平衡标准化和适应以及自主权和依赖性之间的关系, 与受许方在特许经营系统需要履行的职能或者责任有关的受许方角色模糊性问题, 在合作中是否会产生角色冲突, 进而是否以及如何引起机会主义行为, 如何治理, 是一个很有趣的研究问题。

3) 探讨交易专用性投资的其他维度对交易对方不同形式机会主义的影响。作为交易成本理论的核心概念之一, 交易专用性投资吸引了国内外学者的广泛关注, 然而现有研究仍然过于宽泛, 有必要区分交易专用性投资的不同维度, 并探讨交易专用性投资的其他维度对交易对方不同形式机会主义的影响以及其他治理策略的组合效应。

4) 关于合同治理研究, 未来可对合同的其他维度, 如具体性维度和适应性维度对不同形式机会主义的效果、各维度之间的交互作用、约束条件以及和其他治理策略的组合效应进行探讨。

5) 未来研究应评价内部和外部治理机制在抑制机会主义方面的相对影响。现有研究基于交易成本理论和社会交换理论考察了各种外部治理机制的效用, 如纵向整合、双边投资、合同治理、关系契约等, Jap 等[9]考察了内部治理机制如道德和计算担忧的效用, 未来可以探讨内部和外部治理机制在抑制机会主义方面的相对影响、组合效应以及约束条件。

6) 未来应探讨正式治理和关系治理共同治理企业间机会主义的不同组合效应的情境问题。正式治理和关系治理共同治理企业间机会主义的组合效应是互补、替代、互补与替代共存或者两种关系均不存在, 需要视具体情境而定。目前的情境研究还相当缺乏, 还没有形成可以指导企业实践的理论体系。

7) 合作关系情境中企业间机会主义治理的不可分离性的存在性问题和影响探讨。Argyres 和 Liebeskind [67]认为, 以前的治理决策限制了一个企业改变其治理结构的能力, Argyres 和 Liebeskind 称之为治理的不可分离性。因此, 一个企业以前的企业间机会主义治理结构也许会妨碍经理人追逐与这种结构不一致的独特交易, 结果是, 在长期内企业会避免这些交易, 因为不能解决交易引起的成本。未来应采用纵向研究探讨这种可能性的存在性以及产生的影响, 并思考对策。

8) 我国国内企业间机会主义的研究应当适当调整研究策略。这个领域的国内研究普遍采用问卷调查法和访谈法获得相关数据, 以后可以考虑增加实验研究方法的使用。实验法虽然现实性不够但测量和控制方面的精确度很高, 国内企业管理领域使用这个研究方法进行的研究还相当缺乏, 未来可以适当调整研究策略。

基金项目

本研究受上海市教委“2016年上海高校青年教师培养资助计划”、教育部人文社科基金一般项目(17YJA630087)资助。

参考文献

- [1] Williamson, O.E. (1975) *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. The Free Press, New York.
- [2] Masten, S.E. (1988) Equity, Opportunism, and the Design of Contractual Relations. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, **144**, 180-195.
- [3] Williamson, O.E. (1991) Economic Institutions: Spontaneous and Intentional Governance. *Journal of Law, Economics, and Organization*, **1**, 159-187.
- [4] Macneil, I.R. (1981) Economic Analysis of Contractual Relations: Its Shortfalls and the Need for a Rich Classificatory Apparatus. *Northwestern University Law Review*, **75**, 1018-1163.
- [5] Luo, Y.D. (2006) Opportunism in Inter-Firm Exchanges in Emerging Markets. *Management and Organization*, **2**, 121-147. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2006.00032.x>
- [6] Wathne, K.H. and Heide, J.B. (2000) Opportunism in Interfirm Relationships: Forms, Outcomes, and Solutions. *Journal of Marketing*, **10**, 36-51.
- [7] 任星耀, 朱建宇, 钱丽萍, 王鹏. 渠道中不同机会主义的管理: 合同的双维度与关系规范的作用研究[J]. 科学学研究, 2012, 15(3): 12-21.
- [8] Ghoshal, S. and Moran, P. (1996) Bad for Practice: A Critique of the Transaction Cost Theory. *Academy of Management Review*, **21**, 13-47. <https://doi.org/10.5465/amr.1996.9602161563>
- [9] Jap, S.D., Robertson, D.C., Rindfleisch, A. and Hamilton, R. (2013) Low-Stakes Opportunism. *Journal of Marketing Research*, **4**, 216-227.
- [10] Williamson, O.E. (1985) *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, and Relational Contracting*. Free Press, New York.
- [11] 王节祥, 盛亚, 蔡宁. 合作创新中资产专用性与机会主义行为的关系[J]. 科学学研究, 2015(8): 1251-1260.
- [12] 叶飞, 张婕, 吕晖. 供应商机会主义行为对信息共享与运营绩效的影响[J]. 管理科学, 2012, 25(2): 51-60.
- [13] Wang, X.H. and Yang, Z.L. (2013) Inter-Firm Opportunism: A Meta-Analytic Review and Assessment of Its Antecedents and Effect on Performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, **28**, 137-146. <https://doi.org/10.1108/08858621311295272>
- [14] Ghosh, M. and George, J. (1999) Governance Value Analysis and Marketing Strategy. *Journal of Marketing*, **63**, 131-145. <https://doi.org/10.2307/1252107>
- [15] 徐二明, 徐凯. 资源互补对机会主义和战略联盟绩效的影响研究[J]. 管理世界, 2011(1): 93-103, 187-188.
- [16] 刘群慧, 李丽. 关系嵌入性、机会主义行为与合作创新意愿——对广东省中小企业样本的实证研究[J]. 科学学与科学技术管理, 2013(7): 83-94.
- [17] Jap, S.D. and Anderson, E. (2003) Safeguarding Interorganizational Performance and Continuity under ex Post Opportunism. *Management Science*, **49**, 1684-1701. <https://doi.org/10.1287/mnsc.49.12.1684.25112>
- [18] Chang, J., Bai, X. and Li, J.J. (2015) The Influence of Institutional Forces on International Joint Ventures' Foreign Parents' Opportunism and Relationship Extendedness. *Journal of International Marketing*, **23**, 73-93. <https://doi.org/10.1509/jim.14.0088>
- [19] Barnes, B.R., Leonidou, L.C., Siu, N.Y.M. and Leonidou, C.N. (2010) Opportunism as the Inhibiting Trigger for Developing Long-Term-Oriented Western Exporter-Hong Kong Importer Relationship. *Journal of International Marketing*, **18**, 35-63. <https://doi.org/10.1509/jimk.18.2.35>
- [20] Chung, J.-E. (2012) When and How Does Supplier Opportunism Matter for Small Retailers' Channel Relationships with the Suppliers? *Journal of Small Business Management*, **50**, 389-407.
- [21] Seggie, S.H., Griffith, D.A. and Jap, S.D. (2013) Passive and Active Opportunism in Interorganizational Exchange. *Journal of Marketing*, **11**, 73-90.
- [22] Joshi, A.W. and Stump, R.L. (1999) Opportunism: Integrating and Extending Insights from Transaction Cost Analysis and Relational Exchange Theory. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, **16**, 334-352.
- [23] Scott, W.R. (2001) *Institutions and Organizations*. Sage Publications, Thousand Oaks.

- [24] Wang, Z., Huo, B., Tian, Y. and Hua, Z. (2015) Effects of External Uncertainties and Power on Opportunism in Supply Chains: Evidence from China. *International Journal of Production Research*, **53**, 6294-6307. <https://doi.org/10.1080/00207543.2015.1053578>
- [25] 曾伏娥, 刘红翠, 王长征. 制度距离, 组织认同与企业机会主义行为研究[J]. 管理学报, 2016, 13(2): 203-211.
- [26] Granovetter, M. (1985) Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, **91**, 481-510. <https://doi.org/10.1086/228311>
- [27] Grant, S.B. (2007) Vulnerability to Post Contractual Opportunism in Supply Chain Co-Operative Exchange. *Marketing Management Journal*, **17**, 169-189.
- [28] Dong, M.C., Liu, Z., Yu, Y. and Zheng, J.-H. (2015) Opportunism in Distribution Networks: The Role of Network Embeddedness and Dependence. *Production and Operations Management*, **24**, 1657-1670. <https://doi.org/10.1111/poms.12247>
- [29] Sridharan, V.G. and Phang, M.M.S. (2014) Dependent on One But Vulnerable to Another: Opportunism Threats and Control Solutions for Customization Providers. *Accounting and Finance*, **54**, 591-624. <https://doi.org/10.1111/j.1467-629X.2012.00510.x>
- [30] Yan, T. and Kull, T.J. (2015) Supplier Opportunism in Buyer-Supplier New Product Development: A China-U.S. Study of Antecedents, Consequences, and Cultural/Institutional Contexts. *Decision Sciences*, **46**, 403-445. <https://doi.org/10.1111/deci.12130>
- [31] Villena, V.H., Revilla, E. and Choi, T. (2011) The Dark Side of Buyer-Supplier Collaboration: A Social Capital Perspective. *Journal of Operations Management*, **29**, 561-576. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2010.09.001>
- [32] 周俊, 袁建新. 领域知识专用性投资对接收方机会主义行为的影响与治理[J]. 管理评论, 2015(11): 170-180.
- [33] 苏云霞, 孙明贵. 基于嵌入性的企业外部互补性资产合作研究[J]. 管理案例研究与评论, 2017(1): 20-33.
- [34] 盛亚, 张文静. 资产性质, 权力-依赖关系对机会主义行为的影响[J]. 科技进步与对策, 2014, 31(23): 22-27.
- [35] George, J. (1984) An Empirical Investigation of Some Antecedents of Opportunism in a Marketing Channel. *Journal of Marketing Research*, **21**, 278-289. <https://doi.org/10.2307/3151604>
- [36] Pfeffer, J. and Salancik, G. (1978) *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Harper and Row, New York.
- [37] 钱丽萍, 任星耀. 渠道关系中专项投资不对等与机会主义行为间关系研究-正式化、参与与私人关系的调节作用[J]. 管理评论, 2012(10): 73-84.
- [38] 刘婷, 刘益. 交易专项投资对伙伴机会主义行为影响的实证研究[J]. 管理科学, 2012, 25(1): 66-75.
- [39] 薛佳奇, 刘益, 张磊楠. 竞争关系下制造商专项投资对分销商机会主义行为的影响[J]. 管理评论, 2011, 23(9): 76-85.
- [40] Provan, K.G. and Skinner, S.J. (1989) Interorganizational Dependence and Control as Predictors of Opportunism in Dealer-Supplier Relations. *Academy of Management Journal*, **32**, 202-212.
- [41] 张钰, 刘益, 杨伟. 供应商影响战略与分销商机会主义-分销商关系承诺的调节作用研究[J]. 管理科学, 2013, 26(5): 50-62.
- [42] Malhotra, D. and Gino, F. (2011) The Pursuit of Power Corrupts: How Investing in Outside Options Motivates Opportunism in Relationships. *Administrative Science Quarterly*, **56**, 559-592. <https://doi.org/10.1177/0001839212441350>
- [43] 孙鳌. 特许经营中的搭便车和机会主义[J]. 现代经济探讨, 2012(10): 14-18.
- [44] Rindfleisch, A. and Heide, J.B. (1997) Transaction Cost Analysis: Past, Present, and Future Applications. *Journal of Marketing*, **61**, 30-54. <https://doi.org/10.1177/002224299706100403>
- [45] Bergen, M., Dutta, S. and Walker, O.C. (1992) Agency Relationships in Marketing: A Review of the Implications and Applications of Agency and Related Theories. *Journal of Marketing*, **56**, 1-24. <https://doi.org/10.1177/002224299205600301>
- [46] 郑石桥, 周天根, 王玮. 组织治理模式, 机会主义类型和审计主题-基于行为审计和信息审计视角[J]. 中南财经政法大学学报, 2015(2): 80-85.
- [47] 王立磊, 张剑渝, 胥兴安. 感知供应商“关系取向”对分销商机会主义行为的影响-治理策略的调节作用[J]. 商业经济与管理, 2015(6): 25-37.
- [48] Das, T.K. (2006) Strategic Alliance Temporalities and Partner Opportunism. *British Journal of Management*, **17**, 1-21. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2006.00482.x>
- [49] Evanschitzky, H., Caemmerer, B. and Backhaus, C. (2016) The Franchise Dilemma: Entrepreneurial Characteristics, Relational Contracting, and Opportunism in Hybrid Governance. *Journal of Small Business Management*, **54**, 279-298.

- [50] 姜翰, 金占明. 认知环境不稳定性对合资企业成员机会主义认知影响的实证研究[J]. 管理学报, 2009, 6(1): 102-111.
- [51] Stern, L.W. (1969) *Distribution Channels: Behavioral Dimensions*. Houghton-Mifflin, New York.
- [52] John, G. and Reve, T. (1982) The Reliability and Validity of Key Informant Data from Dyadic Relationships in Marketing Channels. *Journal of Marketing Research*, **19**, 517-524. <https://doi.org/10.2307/3151724>
- [53] Reve, T. and Stern, L.W. (1986) The Relationship between Interorganizational Form, Transaction Climate, and Economic Performance in Vertical Interfirm Dyads. Heath, Lexington.
- [54] Crosno, J.L. and Dahlstrom, R. (2008) A Meta-Analytic Review of Opportunism in Exchange Relationships. *Journal of the Academy of Marketing Science*, **36**, 191-201. <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0081-x>
- [55] 胡琴芳, 张广玲, 江诗松, 周南. 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, 19(1): 97-107.
- [56] Dyer, J.H. and Singh, H. (1998) The Relational View: Cooperative Strategy and Sources of Interorganizational Competitive Advantage. *Academy of Management Review*, **23**, 660-679. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.1255632>
- [57] Achrol, R.S. and Gundlach, G.T. (1999) Legal and Social Safeguards against Opportunism in Exchange. *Journal of Retailing*, **75**, 107-124. [https://doi.org/10.1016/S0022-4359\(99\)80006-2](https://doi.org/10.1016/S0022-4359(99)80006-2)
- [58] 杨建华, 高卉杰, 殷焕武. 物流服务提供商联盟的关系治理和机会主义——基于正式控制视角[J]. 软科学, 2017(1): 124-129.
- [59] 江旭. 联盟信任与伙伴机会主义的关系研究——来自我国医院间联盟的证据[J]. 管理评论, 2012(8): 51-57, 87.
- [60] 曾伏娥, 陈莹. 分销商网络环境及其对机会主义行为的影响[J]. 南开管理评论, 2015, 18(1): 77-88.
- [61] 李瑶, 张磊楠, 陶蕾. 如何利用社会关系来有效控制机会主义行为——基于外部环境不确定性的调节作用研究[J]. 商业经济与管理, 2015(6): 5-14.
- [62] 周海军, 杨忠. 供应链企业间机会主义行为及关系契约治理研究——基于抵押物模型的实证分析[J]. 南京社会科学, 2014(1): 43-51.
- [63] 张钰, 刘益, 李瑶. 营销渠道中控制机制的使用与机会主义行为[J]. 管理科学学报, 2015, 18(12): 79-92.
- [64] Carson, S.J., Madhok, A. and Wu, T. (2006) Uncertainty, Opportunism, and Governance: The Effects of Volatility and Ambiguity on Formal and Relational Contracting. *Academy of Management Journal*, **49**, 1058-1077. <https://doi.org/10.5465/amj.2006.22798187>
- [65] Lai, F., Tian, Y. and Huo, B. (2012) Relational Governance and Opportunism in Logistics Outsourcing Relationships: Empirical Evidence from China. *International Journal of Production Research*, **50**, 2501-2514. <https://doi.org/10.1080/00207543.2011.581011>
- [66] 吴义爽. 关联博弈, 机会主义治理与中小企业融资的制度创新——基于“网络联保”信贷模式的案例研究[J]. 经济学家, 2009(5): 82-86.
- [67] Argyres, N. and Liebeskind, J.P. (1999) Contractual Commitments, Bargaining Power, and Governance Inseparability: Incorporating History into Transaction Cost Theory. *Academy of Management Review*, **24**, 49-63. <https://doi.org/10.5465/amr.1999.1580440>

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2160-7311, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: mm@hanspub.org