

doi:10.3969/j.issn.1672-626x.2024.01.003

跨组织信息系统中冲突对财务绩效的影响

胡琴芳, 曹伊晗

(湖南工业大学 经济与贸易学院, 湖南 株洲 412007)

摘要:跨组织信息系统在企业中的应用与日俱增,随之而来的组织间冲突成为不可避免的问题。基于跨组织信息系统情境,深入分析组织间冲突对财务绩效的影响,并探讨IOS集成和社交媒体的调节作用。实证研究结果表明,组织间冲突会影响企业财务绩效,其中,功能性冲突对财务绩效有显著正向影响,破坏性冲突对财务绩效有显著负向影响;IOS集成强化功能性冲突对财务绩效有正向影响,弱化破坏性冲突对财务绩效有负向影响;社交媒体强化功能性冲突对财务绩效有正向影响,但其弱化破坏性冲突对财务绩效的负向影响并不显著。

关键词:组织间冲突;财务绩效;跨组织信息系统

中图分类号:F234.4

文献标志码:A

文章编号:1672-626X(2024)01-0031-10

一、引言

跨组织信息系统是指建立在信息技术之上,跨越组织边界来实现两个或多个组织之间信息流动的信息系统^[1],如EDI(电子数据交换)、ERP(企业资源计划)、SRM(供应商关系管理)、SCM(供应链管理)等。越来越多的企业利用跨组织信息系统支持组织间的信息共享、数据交换与合作交流。然而,在应用跨组织信息系统的过程中,由于不同企业在目标、期望、角色、资源分配等方面存在差异或矛盾^[2],导致信息系统使用目标不一致、业务操作流程不统一、系统与实际业务不符以及沟通交流不畅等常见冲突^[3]。若不能正确处理这些冲突将会严重影响跨组织信息系统的使用效率,不利于合作关系的维持^[4]。

梳理现有文献发现,关于跨组织信息系统的研究多数从创新扩散理论以及资源依赖理论等视角出发^[5],关注组织自身特征^[6]、信息系统基础设施^[7]、知识共享^[8]、权力^[9]以及社会资本^[10]、制度^[10]等因素对跨组织信息系统应用和吸收的影响。而对于跨组织信息系统中组织间关系问题,较少文献进行了相关研究。庄贵军等(2020)^[12]提出基于跨组织信息系统赋能的交互策略通过促进企业间共同制定计划提升了组织的合作绩效。贺明明等(2021)^[9]研究发现,组织间关系中的企业主导权力在社会资本对跨组织信息系统吸收影响中具有重要的调节作用。但是考虑到跨组织信息系统的跨组织特征,组织间关系对跨组织信息系统的成功应用十

收稿日期:2023-09-07

基金项目:湖南省自然科学基金面上项目“信息共享背景下认知距离与社会距离对供应链能力的影响研究”(2021JJ30222);湖南省教育厅青年项目“供应链企业间多重距离对合作创新绩效的影响:基于实证分析与组态视角”(21B0529)

作者简介:胡琴芳(1982-),女,湖南邵阳人,湖南工业大学经济与贸易学院,教授,管理学博士,研究方向为营销战略与渠道管理;曹伊晗(1999-),女,湖南岳阳人,湖南工业大学经济与贸易学院硕士研究生,研究方向为跨组织信息系统。

分关键,特别是组织间关系中普遍存在的冲突问题,其正确处理能够使跨组织信息系统高效地应用于企业当中。截至目前,并未有学者探讨过企业在应用跨组织信息系统过程中所产生的冲突问题。因此,本研究借鉴前人对于组织间冲突的分类,深入探究在应用跨组织信息系统的情境中,不同类型组织间冲突对财务绩效可能带来的影响差异。

另外,由于合作伙伴倾向于坚持自己的需求和利益,造成企业间目标及运营程序等不一致,导致了跨组织信息系统的使用率低^[13]。而跨组织信息系统集成(以下简称IOS集成)可以更方便且有效地获取合作伙伴的信息和知识^[14],因而可以改善企业间的协调,避免在实施跨组织信息系统过程中发生严重冲突,并且提高了内部资源利用率。此外,随着信息技术的飞速发展,除了跨组织信息系统外,QQ、微信和微博等社交媒体已经广泛应用于各大企业并成为组织内外重要的交流工具,社交媒体既有可能加强与合作伙伴的沟通^[15],又可能会在工作场合被滥用^[16]。而面对组织间冲突,企业双方人员使用社交媒体可以及时、准确地进行交流,就解决问题与分歧更快地达成一致。因此,探讨IOS集成和社交媒体对组织间冲突与财务绩效之间关系的影响具有重要意义,使企业能够有针对性地处理组织间冲突,进而为提高财务绩效提供指导。

鉴于此,本文基于前人研究,在企业采用跨组织信息系统的情境下,探讨组织间冲突对企业财务绩效的影响,并讨论IOS集成和社交媒体对上述影响的调节作用。研究对于从理论层面对组织间冲突如何影响财务绩效构建分析框架,并从实践层面为实施跨组织信息系统的企业如何正确处理组织间冲突以提升其财务绩效具有一定的指导意义。

二、文献回顾与研究假设

(一)组织间冲突

在任何交换关系中,冲突都是不可避免的因素^[17]。组织间冲突是指相互依赖的各方对阻碍一方或多方实现其目标的潜在或实际阻碍作出反应的行为^[18]。在研究组织间冲突时,以往大多数学者将冲突视为消极的行为,表示不健康的组织间关系。例如,冲突与信任^[19]、绩效^[20]以及满意度^[21]呈负相关关系。然而,研究已证实冲突本身并非完全是消极的^[22]。当冲突以任务为导向并专注于实现共同目标的判断差异时,冲突是有效的、积极的,这种类型的冲突有助于企业提高决策质量以及提高价值共同创造^[23]。因此,依据组织间冲突产生的后果不同,可以将冲突划分为功能性冲突和破坏性冲突^[24]。功能性冲突通常与任务有关,冲突过程中双方关注于如何判断分歧,以便有效地实现共同目标;破坏性冲突通常与个人情感有关,冲突双方更关注个体间的不兼容或纠纷^[25]。

(二)功能性冲突与财务绩效

功能性冲突是指给组织成员带来长期利益的冲突。当功能性冲突发生时,双方会为实现共同利益就冲突事件进行充分地沟通、交流与探讨^[26]。一方面,功能性冲突可以促进各方自由表达意见^[27],在冲突过程中以友善的方式解决出现的各种问题^[28],双方聚焦于共同目标,从而促进财务绩效。另一方面,功能性冲突使各方通过有效地沟通来共享相关信息,为企业低成本地搜索信息提供了可能性,达到降低企业信息成本的目的^[29],还可以通过知识共享来提高企业的营销能力^[30],最终实现财务绩效的提升。此外,功能性冲突可以带来生产效率的提升,其和谐解决能够改善相互创造的价值^[31]。因此,提出如下假设:

H1:功能性冲突对财务绩效具有正向影响。

(三)破坏性冲突与财务绩效

破坏性冲突是指合作伙伴之间的不健康行为,与情感和个人关注的不兼容相联系^[32],如扭曲和隐瞒信息以伤害其他决策者、互动过程中的敌意和不信任行为以及制造决策过程中的障碍^[33]。这种冲突可能使纯粹

认知性的分歧演变成情感冲突,因而产生怀疑并引发个人负面情绪,对企业财务绩效可能产生负面影响。首先,因为破坏性冲突涉及个体行为的评判,通常会形成强烈的分歧,这种分歧会造成互动停滞,甚至某一方还可能会因实现私有利益最大化而采取机会主义行为,因此无法使各方付出努力来整合技能和资源^[34],导致双方合作效率低下;其次,破坏性冲突导致的关系紧张及相互对抗会分散对任务的注意力,限制了新信息的处理,进一步增加对彼此行为的敌意并扰乱有效沟通与合作,使得双方难以达成共识,所以破坏性冲突很有可能会致使财务绩效恶化。因此,提出如下假设:

H2:破坏性冲突对财务绩效具有负向影响。

(四)IOS集成的调节作用

信息和计算机技术是管理B2B关系的关键工具,而IOS集成已成为组织间管理的支柱,因为它促进了信息共享,增强了组织的灵活性及响应性,同时还能够将风险和成本最小化^[35]。IOS集成是指企业的信息系统与其合作伙伴的信息系统作为一个整体紧密联系的程度,可以促进双向信息访问和共享^[36]。动态能力理论(DCT)解释了组织如何在不断变化的环境中整合、构建和重新配置其内外部资源^[37]。因此,本文提出IOS集成作为一种动态能力,可以调节组织间冲突对财务绩效的影响,各组织可以利用其创造竞争优势。组织间冲突中的功能性冲突是以任务为导向的,双方聚焦于如何处理分歧来实现共同目标及提高决策质量^[38]。而IOS集成的作用主要体现在既能提供信息平台进行及时地沟通,又能交换合作双方现有的资源,可以更好地形成相互依赖与协作的关系并提高企业的运营能力^[39]。在采用跨组织信息系统的背景下,IOS集成能够帮助企业与其合作伙伴共享信息以解决分歧,利于提高双方关系质量及实现价值共同创造,提升企业的财务绩效。因此,提出如下假设:

H3a:IOS集成强化功能性冲突对财务绩效的正向影响。

由于破坏性冲突聚焦于个人情感^[32],情感冲突使双方不愿意提供对方所需的信息,对彼此有所隐瞒且限制了信息的处理。而IOS集成能够实现无缝的信息和知识共享^[40],可以更方便、更广泛地获取双方的信息^[41],有助于提升企业运营能力。所以,IOS集成能够增强双方对分歧本身的关注度而非集中在个人情感上,使组织保持信息的完整性,并缓解了由个人的情感冲突产生的不利影响,从而可能减缓财务绩效的恶化。因此,提出如下假设:

H3b:IOS集成弱化破坏性冲突对财务绩效的负向影响。

(五)社交媒体调节作用

社交媒体,指建立在Web 2.0概念和技术的基础上,允许用户创建和交换内容的互联网应用程序^[41]。企业在实施跨组织信息系统时难以与合作伙伴的工作人员建立情感联系,这是由于双方所获得的是数字化且无感情的信息,而社交媒体正是人际沟通的平台,提供的是个性化的、有感情的信息。社交媒体通过社会互动促使双方企业人员进行沟通,从而解决分歧并利用分歧创造价值^[42]。因此,提出社交媒体可能会影响组织间冲突与财务绩效之间的关系。社交媒体在各个行业中的接受度越来越高,采用社交媒体进行沟通可以跨越时间和空间的限制,双方企业人员能够随时随地进行沟通并交换信息,为处理功能性冲突提供渠道,进而解决合作过程中出现的分歧^[43]。此外,在使用社交媒体的过程中双方交换信息的频率增大,更大程度地集中在分歧或冲突上,有助于企业获取更多便于运营的信息并形成信息透明的工作环境,支持企业更好地发展并最终将冲突视为提高其能力的机会^[44]。社交媒体可以促进企业与合作伙伴间的交流、资源交换以及相互协调,财务绩效也将会随之提升。因此,提出如下假设:

H4a:社交媒体强化功能性冲突对财务绩效的正向影响。

破坏性冲突限制了信息获取的渠道,且企业成员个人的负面情绪会分散对相关问题的注意力^[45]。而社交媒体的使用可以消除破坏性冲突的负面影响^[46]。在实施跨组织信息系统过程中,主要体现的是人机沟通

且对个体关注度较低,而社交媒体体现的是人与人之间的沟通,此时的个体关注度相较而言更高,通过让企业双方成员采用社交媒体进行沟通交流可以确保业务活动的顺利开展并从中获取所需的信息,能够弥补破坏性冲突导致的信息缺乏。此外,企业人员能够利用社交媒体来增强与其合作伙伴的互动关系,缓解由破坏性冲突产生的负面情绪,继而能够帮助企业提高绩效水平^[47]。因此,提出如下假设:

H4b:社交媒体弱化破坏性冲突对财务绩效的负向影响。

本文的概念模型如图1所示。

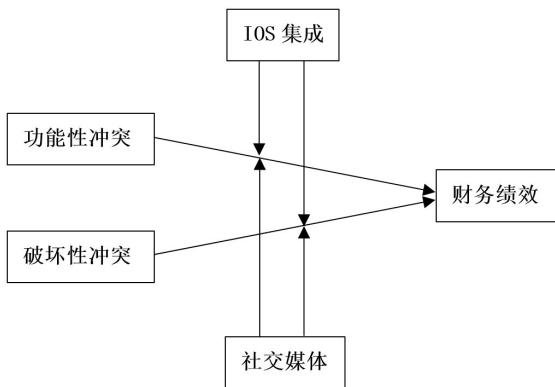


图1 概念模型

三、研究方法

(一)研究样本与数据收集

为了验证本研究提出的假设,依据现有国内外相关成熟量表,并咨询了相关经验丰富的学者以及企业管理者,对问卷进行优化和调整,确保问卷的信度与效度。问卷调研工作起止于2022年11月至2023年1月。本文选取采用跨组织信息系统的企业作为调研对象,采取实地调研、电话访谈、微信沟通等方式,要求企业中制定跨组织信息系统战略的高层管理人员或信息部门的负责人进行问卷填写。问卷共分为两个部分,第一部分是有关企业自身基本情况的信息(包含了控制变量),第二部分是有关组织间冲突的信息(包含了自变量、因变量、调节变量与部分控制变量),调研要求企业从跨组织信息系统中,任意挑选一家主要的合作企业进行作答。本次调研总共发放360份问卷,回收并剔除无效问卷之后,得到283份有效问卷,问卷回复率是78.6%。对收回的问卷进行初步分析,被调查企业的基本特征如表1所示。

表1 被调查企业的基本特征

类别		样本数	百分比(%)
企业年龄	5年以内	4	1.4
	6~10年	34	12.0
	11~15年	120	42.4
	16~20年	70	24.7
	20年以上	55	19.5
跨组织信息系统实施年限	0~5年	81	28.6
	6~10年	146	51.6
	11~15年	33	11.7
	15年以上	23	8.1

表1 被调查企业的基本特征(续)

类别		样本数	百分比(%)
企业规模	小于100人	24	8.5
	100~499人	158	55.8
	500~999人	60	21.2
	1000~2000人	19	6.7
	2000人以上	22	7.8
所有制性质	国有及国有控股企业	29	10.3
	民营企业	202	71.4
	外商独资企业	23	8.1
	合资企业	29	10.2
关系长度	0~5年	68	24.0
	6~10年	169	59.7
	11~15年	25	8.8
	15年以上	21	7.5

(二)变量测量

问卷调查中相关变量主要采用国内外权威文献中经过检验的成熟量表,主要变量有功能性冲突、破坏性冲突、财务绩效、IOS集成、社交媒体、企业规模、企业年龄、跨组织信息系统实施年限、所有制性质、关系长度、依赖性水平以及环境不确定,被调查企业从其跨组织信息系统中任意挑选一家主要的合作企业,根据双方的实际情况进行问卷填写工作。其中,除了企业规模、企业年龄、跨组织信息系统年限以及行业之外,其他的变量均采用李克特5级量表计分:1表示“非常不同意”,5表示“非常同意”。

1. 功能性冲突(FC)和破坏性冲突(DC)。功能性冲突采用Tang等(2017)^[50]开发的测量量表,其中测量条目包括“企业与其合作企业的分歧是以友好的方式解决的”“企业与合作企业的分歧解决后双方合作会更加有效率”“双方的分歧会促使企业找到解决问题的有效办法”;破坏性冲突则采用Song等(2006)^[48]开发的测量量表,其中测量条目包括“企业与合作企业之间存在摩擦”“企业与合作企业的交易经常出现情绪不愉快的现象”“企业与合作企业之间存在个人冲突”“企业与合作企业的关系用紧张来描述最为贴切”。

2. 财务绩效(FP)。该变量采用的是赵刚等(2017)^[49]开发的测量量表,主要从企业的投资回报率、销售利润率、销售额、利润、市场占有率五个方面进行测量。

3. IOS集成(IOSI)。采用Rajaguru等(2013)^[50]开发的测量量表,其中测量条目包括“企业信息系统具有与合作企业进行预测和规划的功能”“企业信息系统可以与合作企业进行协同规划与预测”“企业信息系统能够与合作企业规划未来的需求”“企业信息系统可以与合作企业在需求预测和规划方面进行协作”。

4. 社交媒体(SM)。采用庄贵军等(2020)^[12]开发的社交媒体交互策略测量量表,其中测量条目包括企业与合作企业的员工使用网络工具来“讨论订货问题”“发送与合作有关的通知”“互约面谈的时间和地点等”“解决交易中的问题”。

5. 控制变量。现有研究发现企业年龄、企业规模、跨组织信息系统实施年限、所有制性质、关系长度、依赖性水平(DEP)、环境不确定性(EU)会对绩效产生影响。因此,采用这些变量作为控制变量。其中,依赖性水平采用Lusch等(1996)^[51]的测量量表;环境不确定性采用卢亭宇等(2020)^[43]的测量量表;企业规模用员工人数衡量^[50];关系长度表示双方企业维持合作关系的时间长短。

四、数据分析

(一) 信度与效度检验

本文利用软件 spss26.0 和 amos24.0 对收回的问卷数据进行信度和效度检验。首先,在问卷的信度分析中,主要变量功能性冲突、破坏性冲突、财务绩效、IOS 集成、社交媒体、依赖性水平、环境不确定性的 Cronbach's Alpha 值均大于 0.8,这说明具有较好的信度,测量量表是合理的。其次,对其进行验证性因子分析,结果显示: $X^2/df=1.268$, $p<0.05$;GFI=0.904;CFI=0.980;IFI=0.981;RMSEA=0.031,模型各变量的因子载荷值在 0.684~0.931 之间,且变量的 CR 值超过 0.7,AVE 值超过 0.5,表明具有良好的聚合效度。最后,根据表 2 给出的相关系数得到各变量 AVE 值的平方根,均大于其他变量的相关系数,表明量表具有良好的判别效度。

表 2 判别效度检验结果

变量	FC	DC	SM	FP	IOSI	DEP	EU
FC	0.852						
DC	-0.262	0.812					
SM	0.337	-0.094	0.901				
FP	0.503	-0.498	0.203	0.780			
IOSI	0.129	0.101	0.121	0.025	0.833		
DEP	0.043	-0.058	0.112	0.113	-0.127	0.736	
EU	0.107	-0.085	-0.022	0.126	-0.035	0.265	0.785

注:对角线黑体为 AVE 的平方根。

(二) 共同方法偏差

为了避免共同方法偏差问题对分析结果产生影响,采取以下措施:其一,在收集问卷的过程中,对其进行严格把控,力求被调查者保证提供信息的客观性和科学性;其二,对收回的问卷数据采用 Harman 单因子检验法,结果表明第一个因子的方差贡献率为 20.64%(小于 40%),故不存在严重的共同方法偏差。

(三) 假设检验

本文利用回归分析对假设进行检验,结果如表 3 所示。

表 3 回归结果分析

变量	财务绩效					
	模型 1	模型 2	模型 3	模型 4	模型 5	模型 6
企业年龄	-0.020	-0.015	-0.018	-0.019	0.002	-0.013
跨组织信息系统实施年限	-0.124	-0.172	-0.128	-0.128	-0.146	-0.181
企业规模	0.057	0.107	0.043	0.050	0.076	0.095
所有制性质	0.065	-0.007	0.064	0.067	-0.006	-0.004
关系长度	0.110	0.097	0.109	0.120	0.083	0.104
依赖性水平	0.073	0.062	0.062	0.055	0.079	0.044
环境不确定性	0.045	0.059	0.059	0.053	0.041	0.066
功能性冲突	0.430***					
破坏性冲突		-0.436***				
功能性冲突×IOS 集成			0.171***			
功能性冲突×社交媒体				0.078**		

表3 回归结果分析(续)

变量	财务绩效					
	模型1	模型2	模型3	模型4	模型5	模型6
破坏性冲突×IOS集成					-0.140***	
破坏性冲突×社交媒体						0.012
R ²	0.222	0.233	0.507	0.487	0.517	0.508
调整后的R ²	0.199	0.210	0.257	0.237	0.267	0.258

注:***表示 $p<0.001$; **表示 $p<0.01$; *表示 $p<0.05$ 。

首先,功能性冲突($\beta=0.430, p<0.001$)对财务绩效有显著正向影响(模型1),即H1得到支持;破坏性冲突($\beta=-0.436, p<0.001$)对财务绩效有显著负向影响(模型2),即H2得到支持。

其次,模型3和模型5表明IOS集成强化了($\beta=0.171, p<0.001$)功能性冲突对财务绩效的正向影响,并弱化了($\beta=-0.140, p<0.001$)破坏性冲突对财务绩效的负向影响,即H3a及H4a得到支持。最后,社交媒体强化了($\beta=0.078, p<0.05$)功能性冲突对财务绩效的正向影响,即H3b得到支持;但是社交媒体并未弱化($\beta=0.012, p>0.05$)破坏性冲突对财务绩效的负相影响,即H4b未得到支持。

五、结论与讨论

(一)研究结论

通过梳理文献、理论假设以及实证分析,得到以下结论:首先,组织间的功能性冲突会提升财务绩效,而破坏性冲突则会导致财务绩效的降低;其次,组织间IOS集成有助于强化功能性冲突对财务绩效的正向作用,且有助于弱化破坏性冲突对财务绩效的负向作用;最后,组织间采用社交媒体进行沟通交流有助于强化功能性冲突对财务绩效的正向作用,但是不能弱化破坏性冲突对财务绩效的负向作用,可能的原因在于双方在使用社交媒体进行沟通时,并未带有个人情绪且没有任何偏向性,因此不会对双方的矛盾起到缓解或升级的效果。

(二)理论贡献

本研究通过使用软件spss26.0和amos24.0对283份企业样本数据进行处理和分析,检验了所提出的相关研究假设和概念模型,对组织间冲突等领域均具有一定的理论贡献,具体体现在以下两个方面:一方面,跨组织信息系统能够支持企业间信息共享、数据交换和合作,正日益广泛地被各大企业所采用。然而,现有文献主要集中于探究跨组织信息系统的定义、特征以及影响等,鲜有文献对跨组织信息系统中存在的冲突问题进行深入讨论。因此,在企业实施跨组织信息系统的情境下,将其与组织间冲突结合起来,阐明功能性冲突和破坏性冲突与企业财务绩效的关系,丰富了该领域的研究视角。另一方面,现有研究并未考虑IOS集成和社交媒介对功能性冲突和破坏性冲突与财务绩效之间的关系具有何种作用,而本文在企业采用跨组织信息系统的情境中,深入探讨IOS集成和社交媒介的调节作用,这对丰富跨组织信息系统以及组织间冲突领域的研究具有一定的启发和促进作用。

(三)实践启示

本文的研究结论对实施跨组织信息系统的企业具有一定的指导意义。第一,企业双方成员在使用跨组织信息系统的过程中难免会产生冲突问题,组织成员需要充分认识并识别组织间冲突的双重性:对于功能性冲突而言,双方聚焦于共同目标,可以通过充分沟通与交流,以友善的方式解决出现的各种问题,此外,有

效的沟通还可以促进信息共享,这为企业低成本搜索信息提供了可能性;同时也要加强对破坏性冲突的关注,预防由个人负面情绪导致的双方关系紧张,倘若造成双方互动停滞,将会使双方难以达成共识进而阻碍财务绩效的提升。第二,IOS集成既能让企业双方进行及时地沟通,又能交换合作双方现有的资源,这意味着加强IOS集成能够更好地解决组织间冲突并增强企业的竞争力。第三,企业双方成员能够利用社交媒体随时随地进行沟通并交换信息,为处理功能性冲突提供了渠道,因此使用社交媒体可以促进企业与合作伙伴的交流、交换资源以及相互协调。

(四)研究局限

本文仍具有一定的局限性,有待进一步完善和优化。首先,基于问卷调查的研究方法收集到的样本较少,且存在被调查者的认知差异,不一定能准确地代表所有企业的情况,今后的研究需要挖掘更多的样本数据并可以尝试使用客观的数据进行调查。其次,单单就合作企业一方进行调查,所获得的数据只体现了一方对组织间冲突的认知,未必代表其合作伙伴的认知,因此未来的研究可以同时获取合作双方的数据,以便更加清楚地了解其真实状况。最后,本研究只考虑了组织间冲突影响财务绩效的边界条件,未考虑组织间冲突与财务绩效之间的中介作用机制,今后的研究还将进一步探讨其中的中介效应。

参考文献:

- [1] KUMAR K, VAN DISSEL H G. Sustainable Collaboration: Managing Conflict and Cooperation in Interorganizational Systems [J]. MIS Quarterly, 1996, 20(2): 279-300.
- [2] 赵星宇,庄贵军,丰超.社交媒体交互调节作用下渠道权力使用对渠道冲突的影响研究[J].管理学报,2018,15(7):1025-1032.
- [3] 贺明明,王铁男,肖璇.社会资本对跨组织信息系统吸收影响机理研究[J].管理科学学报,2014,17(5):66-83.
- [4] 谢庆红,王嘉馨,江柱忠.渠道冲突后第三方介入对关系修复的影响[J].科研管理,2018,39(12):162-170.
- [5] 张欣,李全喜,王姣.组织间信息系统扩散研究主题演化[J].情报科学,2022,40(2):177-182.
- [6] SUOMI R. On the Concept of Inter-organizational Information Systems [J]. The Journal of Strategic Information Systems, 1992, 1(2): 93-100.
- [7] RAYMOND L. Organizational Context and Information Systems Success: a Contingency Approach [J]. Journal of Management Information Systems, 1990, 6(4): 5-20.
- [8] LIU Y, ESANGBEDO M O, BAI S. Adaptability of Inter-organizational Information Systems Based on Organizational Identity: Some Factors of Partnership for the Goals [J]. Sustainability, 2019, 11(5): 1436.
- [9] 贺明明,杜润昊,王铁男.企业主导权力对社会资本与IOS吸收的调节机理研究[J].南京审计大学学报,2021,18(1):59-69.
- [10] HE M, WANG T, XIA H, et al. Empirical Research on How Social Capital Influence Inter-organizational Information Systems Value Co-Creation in China [J]. Asia Pacific Business Review, 2022, 28(4): 493-517.
- [11] AGBENYO L, ASAMOAH D, AGYEI-OWUSU B. Drivers and Effects of Inter-Organizational Systems (IOS) Use in a Sub-Saharan African Country [C]// 24th Americas Conference on Information Systems, 2018.
- [12] 庄贵军,董滨.IOS还是SM?网络交互策略对企业间协作的影响[J].管理评论,2020,32(9):153-167.
- [13] DONG M C, FANG Y, STRAUB D W. The Impact of Institutional Distance on the Joint Performance of Collaborating Firms: The Role of Adaptive Interorganizational Systems [J]. Information Systems Research, 2017, 28(2): 309-331.
- [14] CUI T, TONG Y, TEO H H, et al. Managing Knowledge Distance: IT-enabled Inter-firm Knowledge Capabilities in Collaborative Innovation [J]. Journal of Management Information Systems, 2020, 37(1): 217-250.
- [15] JUSSILA J J, KÄRKKÄINEN H, ARAMO-IMMONEN H. Social Media Utilization in Business-to-business Relationships of Technology Industry Firms [J]. Computers in Human Behavior, 2014(30): 606-613.
- [16] 张新,马良,张戈.社交媒体使用与员工绩效的关系研究[J].管理科学,2018,31(2):71-82.
- [17] FRAZIER G L. Organizing and Managing Channels of Distribution [J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 1999, 27(2): 226-240.

- [18] STERN L W, STERNTHAL B, CRAIG C S. Managing Conflict in Distribution Channels: A Laboratory Study[J]. *Journal of Marketing Research*, 1973, 10(2): 169-179.
- [19] ANDERSON J C, NARUS J A. A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships[J]. *Journal of Marketing*, 1990, 54(1): 42-58.
- [20] BROWN J R, LUSCH R F, SMITH L P. Conflict and Satisfaction in an Industrial Channel of Distribution[J]. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 1991, 21(6): 15-25.
- [21] SKINNER S J, GASSENHEIMER J B, KELLEY S W. Cooperation in Supplier-dealer Relations[J]. *Journal of Retailing*, 1992, 68(2): 174-193.
- [22] PONDY L R. Reflections on Organizational Conflict[J]. *Journal of Organizational Behavior*, 1992, 13(2): 257-261.
- [23] 张闯,张涛,庄贵军.渠道关系强度对渠道权力应用的影响——关系嵌入的视角[J].*管理科学*, 2012, 25(3): 56-68.
- [24] JEHN K A. A Qualitative Analysis of Conflict Types and Dimensions in Organizational Groups[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1997, 42(1): 530-557.
- [25] 付晓蓉,曾常发,谢庆红.长期关系中渠道冲突对企业创新能力的影响研究[J].*科研管理*, 2016, 37(3): 59-67.
- [26] SKARMEAS D. The Role of Functional Conflict in International Buyer-seller Relationships: Implications for Industrial Exporters[J]. *Industrial Marketing Management*, 2006, 35(5): 567-575.
- [27] MASSEY G R, DAWES P L. The Antecedents and Consequence of Functional and Dysfunctional Conflict Between Marketing Managers and Sales Managers[J].*Industrial Marketing Management*, 2007, 36(8): 1118-1129.
- [28] 蔡双立,杜立科,张晓丹.冲突与和谐:建设性冲突视角下的组织活力激发与和谐文化建设[J].*现代财经(天津财经大学学报)*, 2022, 42(5): 3-14.
- [29] DE DREU C K W. When Too Little or Too Much Hurts: Evidence for a Curvilinear Relationship Between Task Conflict and Innovation in Teams[J]. *Journal of Management*, 2006, 32(1): 83-107.
- [30] TANG T P, FU X, XIE Q. Influence of Functional Conflicts on Marketing Capability in Channel Relationships[J]. *Journal of Business Research*, 2017(78): 252-260.
- [31] MELE C. Conflicts and Value Co-creation in Project Networks[J]. *Industrial Marketing Management*, 2011, 40(8): 1377-1385.
- [32] AMASON A C. Distinguishing the Effects of Functional and Dysfunctional Conflict on Strategic Decision Making: Resolving a Paradox for Top Management Teams[J].*Academy of Management Journal*, 1996, 39(1): 123-148.
- [33] MENON A, BHARADWAJ S G, HOWELL R. The Quality and Effectiveness of Marketing Strategy: Effects of Functional and Dysfunctional Conflict in Intraorganizational Relationships[J]. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 1996, 24(4): 299-313.
- [34] 江旭,侯春青,王楚凡.建设性冲突与破坏性冲突对联盟治理机制选择倾向性的非对称影响研究[J/OL].*南开管理评论* [2022-11-21] <http://kns.cnki.net/kcms/detail/12.1288.F.20220629.0854.002.html>.
- [35] HARTONO E, LI X, NA K S, et al. The Role of the Quality of Shared Information in Interorganizational Systems Use[J]. *International Journal of Information Management*, 2010, 30(5): 399-407.
- [36] GROVER V, SAEED K A. The Impact of Product, Market, and Relationship Characteristics on Interorganizational System Integration in Manufacturer-supplier Dyads[J].*Journal of Management Information Systems*, 2007, 23(4): 185-216.
- [37] TEECE D J, PISANO G, SHUEN A. Dynamic Capabilities and Strategic Management[J]. *Strategic Management Journal*, 1997, 18(7): 509-533.
- [38] LOUGHRY M L, AMASON A C. Why Won't Task Conflict Cooperate? Deciphering Stubborn Results[J]. *International Journal of Conflict Management*, 2014, 25(4): 333-358.
- [39] BRAOJOS J, BENITEZ J, LLORENS J, et al. Impact of IT Integration on the Firm's Knowledge Absorption and Desorption[J]. *Information & Management*, 2020, 57(7): 103-156.
- [40] LEE N C A, WANG E T G, GROVER V. IOS Drivers of Manufacturer-supplier Flexibility and Manufacturer Agility[J]. *The Journal of Strategic Information Systems*, 2020, 29(1): 101-119.
- [41] KAPLAN A M, HAENLEIN M. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media[J]. *Business Horizons*, 2010, 53(1): 59-68.
- [42] POOLE M S, GARNER J T. Perspectives on Workgroup Conflict and Communication[J]. *The Sage Handbook of Conflict Com-*

- munication, 2006, 27(2): 267-292.
- [43] 卢亭宇, 庄贵军, 丰超, 李汝琦. 网络交互策略如何提高企业的跨组织治理效力? ——TTF匹配效应检验[J]. 管理世界, 2020, 36(9): 202-217.
- [44] QI C, CHAU P Y K. An Empirical Study of the Effect of Enterprise Social Media Usage on Organizational Learning[J]. Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce, 2016, 28(1): 1-57.
- [45] SIMONS T L, PETERSON R S. Task Conflict and Relationship Conflict in Top Management Teams: the Pivotal Role of Intra-group Trust[J]. Journal of Applied Psychology, 2000, 85(1): 102-111.
- [46] CAI, ZHAO, et al. Improving the Agility of Employees through Enterprise Social Media: The Mediating Role of Psychological Conditions. International Journal of Information Management, 2018, 38(1): 52-63.
- [47] WANG W Y C, PAULEEN D J, ZHANG T. How Social Media Applications Affect B2B Communication and Improve Business Performance in SMEs[J]. Industrial Marketing Management, 2016(54): 4-14.
- [48] SONG M, DYER B, THIEME R J. Conflict Management and Innovation Performance: An Integrated Contingency Perspective [J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 2006, 34(3): 341-356.
- [49] 赵刚, 许德惠. 企业资源对供应商整合及财务绩效的影响[J]. 科研管理, 2017, 38(2): 135-143.
- [50] RAJAGURU R, MATANDA M J. Effects of Inter-organizational Compatibility on Supply Chain Capabilities: Exploring the Mediating Role of Inter-organizational Information Systems (IOIS) Integration[J]. Industrial Marketing Management, 2013, 42(4): 620-632.
- [51] LUSCH R F, BROWN J R. Interdependency, Contracting, and Relational Behavior in Marketing Channels[J]. Journal of Marketing, 1996, 60(4): 19-38.

(责任编辑: 卢 君)