

社会交换理论和交易成本理论下企业间信任对合作创新影响实证研究综述

孙耀吾 东言言

(湖南大学工商管理学院, 湖南长沙, 410082)

摘要: 本文结合企业间信任与合作创新的相关文献研究, 基于社会交换理论和交易成本理论, 从企业合作动机和行为出发, 就信任在合作创新中所发挥的作用、影响机理及实证分析进行梳理和讨论, 并提出相关研究启示与展望。

关键词: 企业间信任; 合作创新; 社会交换理论; 交易成本理论

中图分类号: C93

文献标识码: A

一、引言

随着经济全球化和信息技术时代的到来, 企业所处的环境复杂多变, 尤其是高新企业, 技术发展日新月异, 企业内部创新已经无法满足企业发展的需要, 企业之间的合作创新扮演着越来越重要的角色。但创新通常会带有高水平的交易不确定性和知识的交换(Ahuja, 2000; Pisano, 1990; Powell, 1996), 且由于知识的无形性(Mo 和 Zhou, 2003)、外溢性、无地域性(Carayannis, 1998)以及合作成员的合作竞争性(Hamel, 1991; Pucik, 1988)等特征, 容易在合作联盟中产生知识产权的专有性和知识共享性的冲突, 这种冲突直接影响着成员之间的知识交流、共享和创新, 从而决定着合作联盟能否有效地运行以及运行的效率(苏世彬和黄瑞华, 2005)。因此, 如何管理创新网络中企业间的关系, 促进合作过程中的知识交流已经成为合作联盟的关键。

Granovetter (1985) 指出, 组织间的交易都是深深地嵌入在社会关系中的。因此, 对于企业间关系的治理已经成为现有网络组织治理研究的重点, 它主要通过关系规范和信任等手段控制机会主义, 促进合作(Kim, 2000; Heide 和 John, 1992; Luo, 2007)。信任作为关系治理的重要形式之一(Nooteboom, 1997), 被证明是合作创新能力的核心(Barney 和 Hansen, 1994; Chen 等, 2009; Gulati 和 Nickerson, 2008), 是影响组织间关系的主要因素(Joshi 和 Stump, 1999), 在提升合作绩效(Ring 和 Van de Ven, 1994; Kumar 等, 1995)、改善联盟绩效(Krishnan 等, 2006)和促进知识交换(Dyer 和 Chu, 2003)方面发挥重要作用。那么在创新网络中信任是如何影响企业间合作创新的? 本文结合企业间信任与合作创新关系的相关文献, 基于社会交换理论和交易成本理论, 从企业合作动机和行为出发, 就信任在合作创新中所发挥的作用、影响机理及实证分析进行梳理和讨论, 并提出相关研究展望。

二、合作创新中的信任与企业间合作

由于企业自身资源和禀赋的限制, 企业一般不可能拥有创新活动所需要的所有关键知识资源, 它必须从外部获取所需的某些关键知识(Levinthal 和 March, 1993; Heide, 1994), 研究表明, 企业越来越依赖于联盟获取企业内部无法获得的多样的互补资源和知识(Arora 和 Gambardella, 1990; Gulati, 1999; Hagedoorn, 1995), 从成员企业中获取知识和能力也被广泛证明是合作的重要动机之一(Hagedoorn, 1993; Hamel, 1991; Mowery 等, 1996), 这也使得知识共享成为企业合作研发成功的关键。而知识共享通常会受到社会资本的多方面影响, 如非正式关系、信任和心理契约等(Kostova 和 Roth, 2003)。信任是一种类似于契约和企业控制结构的因素, 一旦存在, 就会调动和塑造关系, 通常被认为是一种通过各种组织间关系来培养关系承诺和合作的有效方式(Doney 和 Cannon, 1997; Morgan 和 Hunt, 1994;

Smith 等, 1995)。从关系观点来看, 信任是一种解决企业间冲突的可能方案, 且很大程度上形成不可预测的网络效应 (Minnaar 等, 2016)。

此外, 现有研究已经证实了企业间信任对联盟绩效具有正向显著的影响 (Mohr 和 Spekman, 1994; Zaheer 等人, 1998; Gulati 和 Nickerson, 2008)。Panayides 和 Lun (2009) 对制造商与供应商的关系研究发现, 制造商对供应商的信任正向影响创新性, 且正向影响供应链绩效。贾生华等 (2007) 通过对北京市 156 家企业的实证研究表明, 企业间信任对联盟绩效有显著影响。国内学者张旭梅和陈伟 (2011) 结合 256 家供应链上下游企业的调查数据, 研究发现, 供应链企业间信任对合作绩效有显著的正向影响。

因此, 企业间的充分信任是有效合作的前提, 信任是支撑企业间合作关系存续的重要力量, 决定企业间关系的走向。企业间信任的存在, 能够帮助合作双方彼此之间形成一种默契, 使任一方建立对方不会损害自身利益的信念, 降低企业对于知识泄露和租金占用的担忧, 从而更大程度地愿意进行信息和资源共享, 同时会更积极帮助和响应合作企业的需求, 谋求共同发展, 促进良好的合作发展。下面本文将分别从社会交换理论和交易成本理论视角, 结合已有相关实证研究, 对信任在企业间合作创新治理中所发挥的作用机理做具体探讨。

1. 基于社会交换理论的解释

社会交换理论 (Social exchange theory) 在组织行为学中被认为是最具影响力的概念范式之一, 它最早出现在社会学、社会心理学和人类学中, 从上个世纪 50 年代开始引起学者的广泛关注和探讨。Homans (1958) 较早从交换的角度解释社会行为, 他认为社会行为会受到分配公平的影响, 当一个人的行为使他达到收入与成本的均衡时, 他会改变他的行为, 避免获得最少利润, 当他的行为不再变化时, 就达到了均衡。Blau (1964) 指出, 均衡处的社会结构可能是不同程度上交换行为的奖励和收取成本的过程的结果, 在这种情况下, 奖励和成本的增加是随着行为的频率 (相互作用的频率) 而不同; 并将交换的界限条件定义为, 社会交换受到决定从他人那里获得的奖励回馈行动的限制。虽然学者们对于社会交换的理解各不相同, 但他们普遍认为, 社会交换涉及一系列产生义务的相互作用 (Emerson, 1976), 即在社会交换理论中, 企业间的互动通常被认为是相互依赖的, 取决于另一方的行动 (Blau, 1964)。Kingshott (2006) 指出, 在社会交换下, 信任是关键的租客 (central tenant), 它会导致高水平的相互依赖。Möller 和 Svahn (2004) 也提出, 通过和所有战略合作伙伴建立关系信任, 可以使组织更加愿意分享资源, 最终能够获得合作优势。这表明, 信任是社会交换顺利开展的基础, 信任能够通过不断增加合作的灵活性, 促进信息交换的顺利进行, 使企业能够更好地应对环境的变化, 被信任的企业也会以一种值得信任的方式合作和彼此行动 (Carson 等, 2003)。

在合作创新过程中, 合作双方彼此互动, 建立信任关系, 并通过这种关系进一步促进彼此的认知和行为互动, 如知识、资源的交换或共享, 从而促进合作创新的顺利开展。已有研究也指出, 信任是知识基础型合作的基石, 培养组织边界外的知识获取和共享的目的 (Panteli 和 Sockalingam, 2005), 是一种促进战略商业相互作用和独立企业间的知识共享的催化剂 (Cheng, 2011; Hoejmose 等, 2012; Morgan 和 Hunt, 1994), 信任的水平越高, 知识提供方进行知识转移的意愿就越强 (高祥宇等, 2005)。Cai 等 (2013) 研究表明, 在缺乏信任的情况下, 一方会采取防御性措施阻止知识共享, 而信任的存在可以增加分享知识的意愿和能被交换的信息的数量。李卫东和刘洪 (2014) 研究发现, 同事信任对知识共享意愿存在显著的直接和间接正向影响。Dhanaraj 等 (2004) 实证研究表明, 信任对合作伙伴间的隐性和显性知识转移均有积极的影响。Ibrahim 等 (2009) 在对集群企业进行研究时指出, 集群企业基于信任获取外部资源, 使互动与合作行为更加稳定和频繁, 企业共享知识的意愿更强, 知识获取、扩散和传播的效率更高。Wu 等 (2014) 基于社会交换理论, 将信任作为信息共享与合作的前因变量之一, 研究其对供应链绩效的影响, 实证结果表明, 信任正向影响信息共享和合作, 且信息共享和合作在信任对供应链绩效的影响中起部分中介作用。

因此,从社会交换理论来看,信任是促使企业间进行社会交换的重要影响因素,信任的存在可以保障资源和信息交换的顺利进行。而知识转移能提供成员互相学习与合作的机会,并刺激知识的创造及增强组织的创新能力(Tsai, 2001)。因此,信任能够通过促进知识共享,提高组织间的绩效结果(Panteli 和 Sockalingam, 2005)。谢永平等(2011)以西安高新技术产业区的124家企业为对象,研究结果表明,组织间信任会通过知识共享来影响创新绩效。简兆权等(2010)以珠三角地区的116家高科技企业为对象,实证结果显示,知识共享在信任对技术创新绩效的影响路径、网络关系对技术创新绩效的影响路径中均起中介作用。因此,信任是企业间合作成功的关键,社会交换视角下,技术创新网络合作中企业间彼此信任度越高,则合作中各方对彼此行为的预见性更强,对合作风险的预期较低,更愿意与其他成员共享自有资源(谢永平等, 2014),从而促进企业间的知识共享,提高企业间知识转移的效果和质量,最终促进企业间合作创新的成功。

2. 基于交易成本理论的解释

交易成本理论最早由Coase(1937)提出,被用于解释企业为什么存在以及如何确定企业范围,包括对企业纵向整合和多元化方面的解释,已经成为企业分析重大战略问题和组织决策的重要工具。该理论的核心是实现交易成本最小化,根据Coase(1937)的观点,企业之所以存在,是因为企业用层级治理代替市场治理,将交易成本内化并降低。Williamson(1975, 1979, 1985)在此基础上,对交易成本理论作了进一步丰富和发展,他认为交易成本理论建立在交易的三个主要属性之上,即资产专用性、交易频率和不确定性,由于不同的交易存在特征上的差异,其治理结构也不同,将不同交易与治理结构进行合理匹配,能够实现交易成本的最小化。但随着时间的流逝,治理的不可分割性使企业易受到现有治理安排的约束,限制治理的范围和战略灵活性(Argyres, 1999)。这一情况下,双方合作的监督策略也可能失去最初的效力,或者说无法适应变化的要求,其方案的调整也会增加彼此的监督成本。

Granovetter(1985)认为,在Williamson的观点情境下,即机会主义是可能存在的,且使用等级制度是控制机会主义的必要条件,而社交网络和交易双方之间的人际关系可以帮助削弱这种机会主义,即虽然无法确认机会主义行为的发生,但我们可以通过采取积极的措施去预防或降低这种机会主义风险。在合作创新中,交易成本包括契约制定的成本,合作中的监督成本、沟通协调成本等,彼此之间良好隐性承诺的建立以及友好关系的建立能够使企业间达到共识,建立企业间的良好默契,减少不必要的监督和协调成本,提高合作效率,即当交易的参与者彼此合作和信任时,复合准租金将会达到最大化。因此,随着时间的流逝,市场的无形之手会更青睐于合作者。Hill(1990)建议,在环境不确定性较低和非有限理性的情境下,以合作和信任为基础建立长期关系将会使彼此的交易达到最佳。已有的研究也指出,信任在合作创新中激励组织抵抗可能的机会主义行为中起着关键作用(Morgan 和 Hunt, 1994),它能够跨越组织间的敌对,最小化为减少机会主义行为而进行的频繁监督和制裁的需要(Rycroft 和 Kash, 2004),并使企业保持长期收益,Hogan等(1994)也研究提出,组织信任能够有效地降低监督成本,促进成员之间的协作行为,支持成员的创新,为组织带来不可模仿的竞争优势,进而使组织受益。

根据Williamson(1985)的观点,通过在当期对未来特定行动的承诺和义务作出约定(Macneil, 1980),可以最小化交易成本(Larson, 1991; Joskow, 1988)。由于创新环境的不确定性,以及企业间合作契约的不完善性,企业出于对租金占用和知识泄露的担忧以及相关利益的权衡,往往需要不断变更契约,甚至需要重新寻找新的合作伙伴,这大大增加了交易成本。而信任作为关系治理的重要形式,一方面,可以弥补契约治理的不足,使一方相信对方不会损害自己的利益,降低企业对于知识泄露和租金占用的担忧。另一方面,信任建立起来的合作关系比较稳固,如果一方企业背叛另一方的机会成本很大,在一般情况下,合作企业往往不会因为环境变化和外界诱惑而选择合作变更,会偏向选择持续合作,这有助于

减少交易的风险和不确定性。因而,从交易成本视角来看,企业间信任大大增加了合作成员企业进行机会主义行为和租金占用的成本,减少了交易的风险和不确定性;同时弥补了契约治理的不足,降低了那些能够建立长久持续合作关系的企业的交易成本,使合作关系更稳固。

三、讨论与展望

本文分别从社会交换理论和交易成本理论角度出发,结合已有企业间信任和合作创新关系的相关文献研究,对信任在合作创新中所发挥的作用及影响机理做了详细的梳理和探讨,为企业合作创新管理提供一定启示。

从企业管理实践来看,一方面,信任是关系架构的关键元素,可以为企业打造独特的关系资源,而这一独特的关系资源可以使企业无论是在外部的合作网络中,还是在企业内部的运营网络中,都能够拥有独一无二的竞争优势,如寻找带有独特互补能力的供应商,可以通过和他们建立独特的合作关系,产生高价值的过程和产品创新。另一方面,信任是一种独特的监管机制,它不仅可以最小化交易成本,而且和信息共享有一个共同的因果关系,通过促进信息共享在交换关系中创造价值。Dyer 和 Chu (2003) 通过对美国、日本和韩国 344 对供应商-汽车制造商交换关系的样本分析,实证研究显示,所感知的可信赖性降低了交易成本,并且促进供应商-买方关系中的信息共享。相比依据管理决策的线性控制,信任与以复杂的、经常难以预测的方式的控制更紧密相关 (Minnaar 等, 2016)。因此,企业应该充分重视信任在合作创新中所发挥的重要作用,有意引导由企业间信任内容到关系的建立。

就目前的相关研究来说,目前关于信任与合作联盟的关系研究主要将其独立作为关系治理的重要形式来展开,包括对其前因变量、影响因素以及合作关系的研究,相关的实证研究证据也比较充分。但本文认为,在探究信任在合作创新中所发挥的作用时,或许从信任的本源出发,即从组织心理学和组织行为学层面着手,将最先应用于企业内部雇佣关系管理研究的某些概念或研究成果引申到企业外部的合作创新关系中,充分挖掘企业间信任在合作创新管理中所扮演的角色。从信任的形成机制和内涵来看,信任是基于企业的某些行为暗示或长久的相互作用所形成的,它与企业对于合作关系的认知密切相关,包括企业对于未来另一方可能的合作行为的预期,这既是一种默契,也是一种单方的意识,企业间信任的建立不仅仅会受到企业信誉、合作经验等客观事实的影响,同时也可能会受到企业间的心理认知和期望的影响,而这些心理认知和期望在企业内雇佣关系的研究中比较常见,如心理契约,组织认同、公民行为等,将其引用到合作创新中,用于解释企业间信任对合作关系的影响机理,或许有助于开拓企业间合作治理视角,为合作创新治理实践提供一种可行的思路。

参考文献

- [1] Ahuja G. Collaboration Networks, Structural Holes, and Innovation: A Longitudinal Study[J]. Administrative Science Quarterly, 2000, 45(3):425-455.
- [2] Pisano G P. The R&D Boundaries of the Firm: An Empirical Analysis[J]. Administrative Science Quarterly, 1990, 35(1):153-176.
- [3] Powell W W. Interorganizational Collaboration and the Locus of Innovation: Networks of Learning in Biotechnology[J]. Administrative Science Quarterly, 1996, 41(1):116-145.
- [4] Mo J P T, Zhou M. Tools and methods for managing intangible assets of virtual enterprise[J]. Computers in Industry, 2003, 51(2):197-210.
- [5] Carayannis E G. The strategic management of technological learning in project/program management: the role of extranets, intranets and intelligent agents in knowledge generation, diffusion, and leveraging[J]. Technovation, 1998, 18(11):697-703.
- [6] Hamel G. Competition for competence and interpartner learning within international strategic alliances[J].

- Strategic Management Journal, 1991, 12(S1):83-103.
- [7] Pucik V. Strategic alliances, organizational learning, and competitive advantage: The HRM agenda. In: Human Resource Management 27(1), S. 77-93[J]. Human Resource Management, 1988, 27.
- [8] 苏世彬, 黄瑞华. 合作联盟知识产权专有性与知识共享性的冲突研究[J]. 研究与发展管理, 2005, 17(5):69-74.
- [9] Mark Granovetter. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness[J]. American Journal of Sociology, 1985, 91(3):481-510.
- [10] Kim K. On interfirm power, channel climate, and solidarity in industrial distributor-supplier dyads[J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 2000, 28(3):388.
- [11] Heide J B, John G. Do Norms Matter in Marketing Relationships?[J]. Journal of Marketing, 1992, 56(2):32-44.
- [12] Luo Y. An Integrated Anti-Opportunism System in International Exchange[J]. Journal of International Business Studies, 2007, 38(6):855-877.
- [13] Nooteboom B, Berger H, Noorderhaven N G. Effects of Trust and Governance on Relational Risk[J]. Academy of Management Journal, 1997, 40(2):308-338.
- [14] Barney J B, Hansen M H. Trustworthiness as a Source of Competitive Advantage[J]. Strategic Management Journal, 2010, 15(S1):175-190.
- [15] Chen H, Daugherty P J, Landry T D. SUPPLY CHAIN PROCESS INTEGRATION: A THEORETICAL FRAMEWORK[J]. Journal of Business Logistics, 2011, 30(2):27-46.
- [16] Gulati R, Nickerson J A. Interorganizational Trust, Governance Choice, and Exchange Performance[J]. Organization Science, 2008, 19(5):688-708.
- [17] Ashwin W, Joshi, Rodney L. Stump. The contingent effect of specific asset investments on joint action in manufacturer-supplier relationships: An empirical test of the moderating role of reciprocal asset investments, uncertainty, and trust[J]. Journal of the Academy of Marketing Science, 1999, 27(3):291-305.
- [18] Ring P S, Ven A H V D. Developmental Processes of Cooperative Interorganizational Relationships[J]. Academy of Management Review, 1994, 19(1):90-118.
- [19] Kumar N, Scheer L K, Steenkamp J B E M. The effects of perceived interdependence on dealer attitudes.[J]. Journal of Marketing Research, 1995, 32(3):348-356.
- [20] Krishnan R, Martin X, Noorderhaven N G. When does trust matter to alliance performance?[J]. Academy of Management Journal, 2006, 49(5):894-917.
- [21] Dyer J H, Chu W. The Role of Trustworthiness in Reducing Transaction Costs and Improving Performance: Empirical Evidence from the United States, Japan, and Korea[J]. Organization Science, 2003, 14(1):57-68.
- [22] Levinthal D A, March J G. The myopia of learning[J]. Strategic Management Journal, 1993, 14(S2):95-112.
- [23] Heide J B. Interorganizational Governance in Marketing Channels[J]. Journal of Marketing, 1994, 58(1):71-85.
- [24] Arora A, Gambardella A. Complementarity and External Linkages: The Strategies of the Large Firms in Biotechnology[J]. Journal of Industrial Economics, 1990, 38(4):361-379.
- [25] Gulati R. Network Location and Learning: The Influence of Network Resources and Firm Capabilities on Alliance Formation[J]. Strategic Management Journal, 1999, 20(5):397-420.
- [26] Hagedoorn J. Strategic technology partnering during the 1980s: Trends, networks and corporate patterns in non-core technologies ☆[J]. Research Policy, 1995, 24(2):207-231.
- [27] Mowery D C, Oxley J E, Silverman B S. Strategic alliances and interfirm knowledge transfer[J]. Strategic Management Journal, 1996, 17(S2):77-91.

- [28] Kostova T, Roth K. Social Capital in Multinational Corporations and a Micro-Macro Model of Its Formation[J]. *Academy of Management Review*, 2003, 28(2):297-317.
- [29] Patricia M. Doney, Joseph P. Cannon. An Examination of the Nature of Trust in Buyer-Seller Relationships[J]. *Journal of Marketing*, 1997, 61(2):35-51.
- [30] Robert M. Morgan, Shelby D. Hunt. The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing[J]. *Journal of Marketing*, 1994, 58(3):20-38.
- [31] Smith K G, Carroll S J, Ashford S J. Intra- and interorganizational cooperation: Toward a research agenda.[J]. *Academy of Management Journal*, 1995, 38(1):7-23.
- [32] Reinald A. Minnaar, Ed Vosselman, Paula M.G. van Veen-Dirks, et al. A relational perspective on the contract-control-trust nexus in an interfirm relationship[J]. *Management Accounting Research*, 2016, 34.
- [33] Mohr J, Spekman R. Characteristics of Partnership Success: Partnership Attributes, Communication Behavior, and Conflict Resolution Techniques[J]. *Strategic Management Journal*, 1994, 15(2):135-152.
- [34] Zaheer A, Mcevely B, Perrone V. Does Trust Matter? Exploring the Effects of Interorganizational and Interpersonal Trust on Performance[M]. *INFORMS*, 1998.
- [35] Gulati, R, Nickerson JA . Interorganizational trust: the choice of make, buy, or ally and the performance of interorganizational relationships in the U.S. auto industry. *Organization Science*, 2008, 19(5):688-708.
- [36] Panayides P M, Lun Y H V. The impact of trust on innovativeness and supply chain performance[J]. *International Journal of Production Economics*, 2009, 122(1):35-46.
- [37] 贾生华, 吴波, 王承哲. 资源依赖、关系质量对联盟绩效影响的实证研究[J]. *科学学研究*, 2007, 25(2):334-339.
- [38] 张旭梅, 陈伟. 供应链企业间信任、关系承诺与合作绩效——基于知识交易视角的实证研究[J]. *科学学研究*, 2011, 29(12):1865-1874.
- [39] Homans G C. Social Behavior as Exchange[J]. *American Journal of Sociology*, 1958, 63(6): 597-606.
- [40] Blau P M. Exchange and Power in Social Life[M]. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers, 1964.
- [41] Emerson R M. Social Exchange Theory[J]. *Annual Review of Sociology*, 1976, 2(1): 335-362.
- [42] Kingshott R P J. The impact of psychological contracts upon trust and commitment within supplier-buyer relationships: A social exchange view[J]. *Industrial Marketing Management*, 2006, 35(6):724-739.
- [43] Möller K, Svahn S. Crossing East-West boundaries: Knowledge sharing in intercultural business networks[J]. *Industrial Marketing Management*, 2004, 33(3):219-228.
- [44] Carson S J, Madhok A, Varman R, et al. Information Processing Moderators of the Effectiveness of Trust-Based Governance in Interfirm R&D Collaboration[J]. *Organization Science*, 2003, 14(1):45-56.
- [45] Panteli N, Sockalingam S. Trust and conflict within virtual inter-organizational alliances: A framework for facilitating knowledge sharing.[J]. *Decision Support Systems*, 2005, 39(4):599-617.
- [46] Cheng J H. Inter-organizational relationships and information sharing in supply chains[J]. *International Journal of Information Management*, 2011, 31(4):374-384.
- [47] Hoejmose S, Brammer S, Millington A. “Green” supply chain management: The role of trust and top management in B2B and B2C markets[J]. *Industrial Marketing Management*, 2012, 41(4):609-620.
- [48] 高祥宇, 卫民堂, 李伟. 人际信任对知识转移促进作用的研究[J]. *科研管理*, 2005, 26(6):106-114.
- [49] Shun Cai, Mark Goh, Robert de Souza, et al. Knowledge sharing in collaborative supply chains: twin effects of trust and power[J]. *International Journal of Production Research*, 2013, 51(7): 2060-2076.
- [50] 李卫东, 刘洪. 研发团队成员信任与知识共享意愿的关系研究——知识权力丧失与互惠互利的中介作用[J]. *管理评论*, 2014, 26(3).

- [51] Dhanaraj C, Lyles M A, Steensma H K, et al. Managing tacit and explicit knowledge transfer in IJVs: the role of relational embeddedness and the impact on performance[J]. *Journal of International Business Studies*, 2004, 35(5):428-442.
- [52] Ibrahim S E, Fallah M H, Reilly R R. Localized sources of knowledge and the effect of knowledge spillovers: an empirical study of inventors in the telecommunications industry[J]. *Social Science Electronic Publishing*, 2009, 9(3).
- [53] Wu I L, Chuang C H, Hsu C H. Information sharing and collaborative behaviors in enabling supply chain performance: A social exchange perspective[J]. *International Journal of Production Economics*, 2014, 148(1):122-132.
- [54] Tsai W. Knowledge Transfer in Intraorganizational Networks: Effects of Network Position and Absorptive Capacity on Business Unit Innovation and Performance[J]. *Academy of Management Journal*, 2001, 44(5):996-1004.
- [55] 谢永平, 毛雁征, 张浩淼. 组织间信任、网络结构和知识存量对网络创新绩效的影响分析——以知识共享为中介[J]. *科技进步与对策*, 2011, 28(24):172-176.
- [56] 简兆权, 刘荣, 招丽珠. 网络关系、信任与知识共享对技术创新绩效的影响研究[J]. *研究与发展管理*, 2010, 22(2):64-71.
- [57] 谢永平, 孙永磊, 张浩淼. 资源依赖、关系治理与技术创新网络企业核心影响力形成[J]. *管理评论*, 2014, 26(8).
- [58] R. H. Coase. The Nature of the Firm[J]. *Economica*, 1937, 4(16): 386-405.
- [59] Williamson, O. E. The economic institutions of capitalism[M]. New York: Free Press, 1985.
- [60] Williamson, O. E. Markets and hierarchies: Analysis and antitrust implications[M]. New York: Free Press, 1975.
- [61] Williamson, O. E. Transaction cost economics: The governance of contractual relations[J]. *Journal of Law and Economics*, 1979, 22(2): 233-261.
- [62] Argyres N S, Liebeskind J P. Contractual commitments, bargaining power, and governance inseparability: Incorporating history into transaction cost theory[J]. *Academy of management review*, 1999, 24(1): 49-63.
- [63] Hill C W L. Cooperation, Opportunism, and the Invisible Hand: Implications for Transaction Cost Theory[J]. *The Academy of Management Review*, 1990, 15(3): 500.
- [64] Rycroft R W, Kash D E. Self-organizing innovation networks: implications for globalization[J]. *Technovation*, 2004, 24(3):187-197.
- [65] Hogan R, Curphy G J, Hogan J. What we know about leadership. Effectiveness and personality[J]. *American Psychologist*, 1994, 49(6):493.
- [66] Macneil I R. Power, Contract, and the Economic Model[J]. *Journal of Economic Issues*, 1980, 14(4):909-923.
- [67] Larson A. Partner networks: Leveraging external ties to improve entrepreneurial performance [J]. *Journal of Business Venturing*, 1991, 6(3):173-188.
- [68] JOSKOW, PAUL L. Asset Specificity and the Structure of Vertical Relationships: Empirical Evidence[J]. *Journal of Law Economics & Organization*, 1988, 4(1):95-117.

A Summary of Empirical Research on the Impact of Interfirm Trust on Cooperative Innovation under Social Exchange Theory and Transaction Cost Theory

Sun Yaowu Dong Yanyan

(School of Business and Administration, Hunan university, Changsha/Hunan, 410082)

Abstract: Combining the relevant literature research of inter-firm trust and cooperative innovation, and based on the social exchange theory and transaction cost theory, this paper made a specific review and discussion of the role, influence mechanism and empirical analysis of trust on cooperative innovation from the perspective of corporate cooperation motivation and behavior, and put forward relevant inspiration and research prospects.

Keywords: Inter-firm trust; Cooperative innovation; Social exchange theory; Transaction cost theory

作者简介（第一作者）：孙耀吾（1963—），女，湖南湘乡人，湖南大学工商管理学院，教授，博士生导师，研究方向：技术创新管理、企业战略管理。