

Spis treści

WSTĘP	7	
ROZDZIAŁ 1		
RELACJE MIĘDZY KONKURENTAMI – ISTOTA I OGÓLNA		
CHARAKTERYSTYKA ZJAWISKA	11	
1.1. Istota ogólnych relacji zachodzących między firmami	11	
1.2. Rodzaje relacji mających miejsce między konkurentami	15	
1.2.1. Konkurencja	15	
1.2.2. Koegzystencja	25	
1.2.3. Kooperacja	28	
ROZDZIAŁ 2		
KOOPETYCJA JAKO SZCZEGÓLNY RODZAJ RELACJI MIĘDZY KONKURENTAMI		37
2.1. Definicja koopetycji	37	
2.2. Atrybuty koopetycji i motyw jej podejmowania	45	
2.3. Typy koopetycji	52	
2.4. Czynniki sukcesu powiązań koopetycyjnych	64	
ROZDZIAŁ 3		69
PODSTAWY TEORETYCZNE KOOPETYCJI		69
3.1. Teoria gier	69	
3.2. Teoria kosztów transakcyjnych	78	
3.3. Teoria zasobowa	91	
ROZDZIAŁ 4		
KAPITAŁ SPOŁECZNY JAKO CZYNNIK KSZTAŁTUJĄCY RELACJE KOOPETYCYJNE PRZEDSIĘBIORSTW		103
4.1. Definicja kapitału społecznego	103	
4.2. Wymiary kapitału społecznego	109	
4.2.1. Wymiar strukturalny	110	
4.2.2. Wymiar kognitywny	118	
4.2.3. Wymiar relacyjny	122	
4.2.3.1. Zaufanie	122	
4.2.3.2. Normy	137	
4.2.3.3. Wzajemne zobowiązania i oczekiwania oraz wiarygodność struktur	139	
4.2.3.4. Identyfikacja	142	
ROZDZIAŁ 5		
POWIĄZANIA KOOPETYCYJNE PRZEDSIĘBIORSTW W ŚWIEŁLE BADAŃ EMPIRYCZNYCH		145
5.1. Założenia metodyczne	145	
5.2. Proces badawczy	148	
5.3. Studia przypadków	150	

5.3.1. Przypadek firmy Drewlux s.c.	150
5.3.1.1. Specyfika branży drzewnej w Polsce	150
5.3.1.2. Struktura układu kooperacyjnego firmy Drewlux s.c. i jej konkurentów	152
5.3.2. Przypadek firmy Meliorex Sp. z o.o.	156
5.3.2.1. Charakterystyka sektora wodno-kanalizacyjnego w Polsce	156
5.3.2.2. Powiązania kooperacyjne firmy Meliorex Sp. z o.o. i jej konkurentów	158
5.3.3. Przypadek przedsiębiorstwa Jurex Sp. z o.o.	164
5.3.3.1. Charakterystyka rynku rur i wyrobów z tworzyw sztucznych	164
5.3.3.2. Powiązania kooperacyjne firmy Jurex Sp. z o.o. i jej konkurentów	166
5.4. Motywy i korzyści nawiązywania relacji kooperacyjnych przez badane przedsiębiorstwa	168
5.5. Powody wychodzenia przedsiębiorstw z układu kooperacyjnego	171
 ROZDZIAŁ 6	
KAPITAŁ SPOŁECZNY SPRZYJAJĄCY INTERAKCJOM KOOPERACYJNYM PRZEDSIĘBIORSTW W ŚWIETLE STUDIÓW PRZYPADKU	175
6.1. Elementy kapitału społecznego szczególnie istotne w rozwoju relacji kooperacyjnych między przedsiębiorstwami	175
6.2. Model kooperacji	180
6.3. Sposoby przeciwdziałania zachowaniom oportunistycznym	185
6.4. Propozycja kierunków doskonalenia społecznych elementów relacji kooperacyjnych przedsiębiorstw	188
 ZAKOŃCZENIE	191
LITERATURA	195
SPIS TABEL	209
SPIS RYSUNKÓW	211