

W zarządzaniu strategicznym badacze skupiają się na wyjaśnianiu przyczyn przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw. Wciąż szukamy odpowiedzi na pytanie co wpływa na sukces firm, na ich długookresową sprawność, nie tylko tę finansową. Niniejszy projekt lokuje się w obszarze kooperacji, czyli jednej z najdynamiczniej rozwijających się koncepcji zarządzania strategicznego szukających odpowiedzi na pytania o sukces firm we współpracy konkurentów.

Kooperacja to zjawisko jednoczesnej kooperacji i konkurencji. Kooperatory to organizacje, które w tym samym czasie, w pewnych obszarach ze sobą współpracują (np. pracują nad nową technologią), a w innych konkurują (np. „walczą” o klienta). Kooperacja jest zjawiskiem złożonym (konkurencja i kooperacja nachodzą na siebie), nieprzewidywalnym (pełnym paradoksów i ciągłych napięć między kooperatorami), dynamicznym (zmiennym w czasie gdyż zmieniają się zachowania kooperatorów), ale przede wszystkim zjawiskiem bardzo skutecznie prowadzącym do przyspieszenia procesów innowacji, intensyfikacji rozwoju organizacji, a tym samym do tworzenia nowej lub skokowego zwiększania dotychczasowej przewagi konkurencyjnej.

Wielowymiarowe, finansowo i czasowo wymierne korzyści kooperacji powodują, że jest ona coraz częściej wybierana jako **wiodąca strategia rozwoju organizacji**. Jej upowszechnianie wynika także z uwarunkowań zewnętrznych, związanych z rosnącymi kosztami prac badawczo-rozwojowych, przyspieszeniem technologicznym, rosnącą koncentracją na radykalnych i przełomowych innowacjach, postępującą złożonością i interdyscyplinarnością produktów, rosnącymi i coraz bardziej zindywidualizowanymi potrzebami klientów. W zasadzie hiperdynamika, złożoność, zmienność dzisiejszego świata gospodarczego tłumaczą coraz większą chęć, a nawet potrzebę współczesnych organizacji do angażowania się w rozmaite typy współdziałania. Coraz częściej bardzo wysoki poziom dynamiki, czy złożoności powoduje, że najlepszym (a może jedynym?) **partnerem do współpracy jest konkurent**. Konkurent borykający się z takimi samymi trudnościami strategicznymi, rozwijający się w tym samym kierunku technologicznym, równoległe szukający tego samego typu innowacji, starający się spełnić te same aktualne i przyszłe potrzeby tego samego klienta.

Celem projektu jest rozpoznanie cech relacji współpracy z konkurentami, a także rozpoznanie faz w jakich się rozwijają. Przedmiotem badań uczyniono także wpływ cech relacji kooperacji na – finansową i niefinansową – sprawność współpracujących konkurentów. Badania będą prowadzone na 1200 przedsiębiorstwach przemysłowych w podziale na firmy high-tech, medium high-tech, medium low-tech oraz low-tech. Proponowane badania mają charakter mieszany – łączą w sobie elementy eksploracji i wyjaśniania zjawisk oraz zakładają wykorzystanie komplementarnych metod i technik badań jakościowych oraz ilościowych.

Nowatorstwo, oryginalność oraz potrzeba podjęcia ujętych w projekcie badań zasadza się na czterech filarach. Po pierwsze, **brak wiedzy**. Po drugie, **deficyt badań ilościowych**, a tym bardziej badań mieszanych. Po trzecie, ogólny **niedostatek badań wyjaśniających opartych o zaawansowane metody modelowania**. Po czwarte, **ważność i aktualność tematyki badań dla praktyki gospodarczej**.

Kooperacja jest przedmiotem dociekań od połowy lat 90 ub. wieku, aczkolwiek dotychczasowa uwaga poznawcza skupiała się głównie na przyczynach (motywach) kooperacji oraz jej efektach, przy czym efektach głównie w sferze innowacji i zyskowności. W literaturze brakuje wiedzy dotyczącej kooperacji per se, w tym także wiedzy o cechach tego typu relacji, czy przebiegu ich cyklu życia, a także wpływu na różnorodne efekty. Projekt zapełni tę lukę poznawczą.

Badania nad kooperacją prowadzone są bardzo intensywnie, aczkolwiek ich charakter jest mocno ograniczony. W dorobku badawczym dominują badania jakościowe. Jednocześnie pozostające w opozycji badania ilościowe są zawężane do pojedynczych branż bądź do określonego typu przedsiębiorstw (głównie dużych i high-tech). W dorobku badawczym brakuje wyników badań umożliwiających wyciągnięcie uogólnionych wniosków, a zatem choćby fragmentaryczną ich generalizację. Projekt zapełni tę lukę empiryczną.

W deficytowych ilościowych badaniach kooperacji widoczny jest niedostatek badań wykorzystujących zaawansowane (dających bardziej rzetelne i wiarygodne wyniki) metody analityczne. W dorobku empirycznym trudno doszukać się prac opartych o wielorakie, moderowane regresje, a tym bardziej modeli powstałych w wyniku modelowania strukturalnego. Projekt zapełni tę lukę metodyczną.

Kooperacja popularyzuje się również wśród praktyków zarządzania. Dotychczasowe badania wskazują menadżerom, że utrzymywanie oraz korzystna eksploatacja relacji kooperacyjnych wymaga ciągłego zwalczania napięć i odpowiedniego zarządzania tak wyjątkowymi relacjami. Niestety literatura nie dostarcza rekomendacji odnośnie do sposobu kształtowania tych relacji, ani w ujęciu celowego kształtowania ich cech, ani ich naturalnej (a może celowej?) zmienności na przestrzeni cyklu ich życia, jak również znaczenia rzeczonych cech dla wielowymiarowych efektów kooperacji. Projekt zapełni tę lukę zarządczą.