

# Spis treści

<b>Wstęp</b> .....	9
<b>Część pierwsza. Współczesna gospodarka a innowacje</b>	
<b>Rozdział 1. Rola Państwa i rządu w kształtowaniu innowacyjnej gospodarki</b> <i>(Marian Strużycki, Barbara Bojewska)</i> .....	15
1.1. Konkurencyjność gospodarki .....	15
1.2. Znaczenie innowacyjności przedsiębiorstw .....	18
1.3. Bariery innowacyjności przedsiębiorstw .....	22
1.4. Polityka innowacyjna – szanse dla innowacyjności przedsiębiorstw .....	26
1.5. Instrumenty polityki innowacyjnej .....	31
<b>Rozdział 2. Istota współczesnych innowacji – specyfika, kierunki, trendy</b> <i>(Piotr Niedzielski, Katarzyna Łobacz)</i> .....	38
2.1. Napędzająca rola innowacji .....	38
2.2. Szerokie i wąskie definicje innowacji .....	39
2.3. Procesy innowacyjnego uczenia się przedsiębiorstw .....	46
2.4. Modele zamknięte i otwarte procesów innowacyjnych w przedsiębiorstwie .....	55
2.5. Ewolucja paradygmatu innowacji technicznej .....	58
<b>Rozdział 3. Innowacje w przepisach prawnych</b> <i>(Krzysztof Gulda)</i> .....	64
3.1. Innowacje w dokumentach rządowych .....	64
3.2. Ustawa o działach administracji rządowej – przypisanie innowacyjności do Ministerstwa Gospodarki .....	67
3.3. Ustawa o zasadach prowadzenia polityki rozwoju – miejsce polityki innowacyjnej w polityce rozwoju .....	68
3.4. Ustawa o niektórych formach wspierania działalności innowacyjnej – fundament realizacji polskiej polityki innowacyjnej .....	70
3.5. Instrumenty finansowe i organizacyjne kreowania innowacji .....	72
3.6. Ustawa o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości – wdrażającej polską politykę innowacyjną .....	75
3.7. Ustawa o Krajowym Funduszu Kapitałowym – kapitał dla innowacyjnych firm .....	77
3.8. Ustawa Prawo o szkolnictwie wyższym – komercjalizacja dorobku naukowego .....	77
3.9. Ustawa o zasadach finansowania nauki i inne ustawy dotyczące organizacji badań naukowych w Polsce – podażowa strona innowacji .....	78
<b>Rozdział 4. Finansowanie innowacji</b> <i>(Przemysław Pluskota)</i> .....	81
4.1. Formy i rodzaje finansowania innowacji .....	81
4.2. Fundusze kapitału zaangażowanego .....	90
4.3. Fundusze pożyczkowe i poręczeniowe .....	98
4.4. Kapitał wysokiego ryzyka – anioły biznesu, fundusze <i>venture capital</i> .....	101
4.5. Fundusze <i>venture capital</i> .....	102

4.6. <i>Mezzanine</i> .....	108
4.7. Pozostałe źródła finansowania innowacji .....	109
<b>Rozdział 5. Problemy w finansowaniu nauki i innowacji w Polsce (Józef Perenc)...</b>	112
5.1. „Osiągnięcia” nauki w Polsce .....	112
5.2. Kierunki zmian w ustawie o finansowaniu nauki .....	115
<b>Część druga. Innowacje w obszarze marketingu, logistyki i obsługi klienta w procesie budowania przewagi konkurencyjnej</b>	
<b>Rozdział 6. Przewaga konkurencyjna gospodarki jutra (Bogdan Nogalski).....</b>	121
6.1. Czynniki determinujące przewagę konkurencyjną przedsiębiorstw .....	121
6.2. Zrównoważony rozwój – zrównoważone przedsiębiorstwo .....	126
6.3. Odpowiedzialny biznes – partnerstwo przedsiębiorstwa, właścicieli i interesariuszy .....	127
6.4. Elastyczne i zmienne postawy oraz rozwiązania organizacyjne.....	128
6.5. Kapitał intelektualny i wiedza.....	128
6.6. Przedsiębiorczość.....	130
6.7. Edukacja i kształcenie .....	132
6.8. Wyzwania w kontekście społeczeństwa przyszłości.....	135
<b>Rozdział 7. Kreatywność usług (Aniela Stys).....</b>	137
7.1. Sektor usług w gospodarce .....	137
7.2. Kreatywność w gospodarce przyszłości .....	142
<b>Rozdział 8. Marketing innowacji i innowacje w marketingu (Joanna Hołub-Iwan, Leszek Gracz).....</b>	149
8.1. Obszary marketingu w zarządzaniu procesem innowacyjnym .....	149
8.2. Marketing popytu i podaży – wybór modelu innowacji .....	150
8.3. Badania marketingowe w procesie poszukiwania innowacyjnych pomysłów..	154
8.4. Proces dyfuzji innowacji na rynku .....	158
8.5. Proces rozwoju nowego produktu .....	163
8.6. Działania marketingowe w Internecie.....	168
8.7. Innowacyjne działania marketingowe poza Internetem.....	179
<b>Rozdział 9. Jakość produktu jako element przewagi konkurencyjnej w marketingu (Maciej Urbaniak) .....</b>	183
9.1. Cechy jakościowe produktów .....	183
9.2. Jakość z punktu widzenia konsumenta i dostawcy.....	185
9.3. Rola międzynarodowych standardów zarządzania w zapewnieniu jakości produktów i procesów z nimi związanych .....	189
9.4. Ocena cyklu życia według standardów ISO serii 14040 .....	193
9.5. Wpływ kraju wytwarzania produktu na postrzeganie jego jakości .....	194
<b>Rozdział 10. Innowacje w obsłudze logistycznej klienta (Jacek Szoftysek) .....</b>	197
10.1. Klient: suweren, wasal czy współdecycent .....	197
10.2. Klient w koncepcji logistyki .....	198
10.3. Obsługa logistyczna .....	201
10.4. Koncepcje zorientowane na klienta .....	206
<b>Rozdział 11. Wdrażanie innowacji nietechnologicznych w sektorze MSP w Polsce (Monika Wojtkiewicz) .....</b>	220
11.1. Specyfika innowacyjności sektora małych i średnich przedsiębiorstw .....	220
11.2. Innowacje nietechnologiczne i ich udział w praktyce MSP w Polsce .....	221
11.3. Zastosowanie innowacji nietechnologicznych w sektorze MSP w Polsce.....	222

## Część trzecia. Wspomaganie rozwoju innowacyjności przedsiębiorstw

<b>Rozdział 12. Organizacyjne uwarunkowania innowacji w przedsiębiorstwie</b>	
(Anna Strychalska-Rudzewicz).....	231
12.1. Wewnętrzne determinanty procesów innowacyjnych.....	231
12.2. Struktury organizacyjne w przedsiębiorstwie biorące udział w tworzeniu innowacji.....	236
12.3. Opcje struktury organizacyjnej w procesie rozwoju produktu.....	241
12.4. Priorytety w działaniu organizacji macierzowych.....	242
<b>Rozdział 13. Instytucje wsparcia biznesu i innowacji w Polsce (Jerzy Ruszała).....</b>	245
13.1. Instytucje wsparcia biznesu i innowacji w Polsce.....	245
13.2. „Mapa pomocy” instytucji otoczenia innowacji.....	248
<b>Rozdział 14. Parki technologiczne (Grzegorz Krzos).....</b>	256
14.1. Definicje parku technologicznego.....	256
14.2. Zasoby i potencjał parków technologicznych.....	257
14.3. Parki technologiczne głównym beneficjentem „Dyfuzji innowacji” w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (PO IG) – przykład dobrej praktyki.....	261
<b>Rozdział 15. Partnerstwo publiczno-prywatne (Krystyna Brzozowska).....</b>	263
15.1. Definicje i istota partnerstwa publiczno-prywatnego.....	263
15.2. Formy partnerstwa publiczno-prywatnego.....	266
15.3. Wady i zalety partnerstwa publiczno-prywatnego.....	268
15.4. Warunki dobrej implementacji PPP.....	270
<b>Rozdział 16. Klastry jako forma integracji przedsiębiorstw</b>	
(Magdalena Małachowska).....	275
16.1. Klastry i inicjatywy klastrowe – spory definicyjne.....	275
16.2. Klastry jako miernik rozwoju gospodarczego.....	280
16.3. Czynniki sukcesu inicjatyw klastrowych.....	286
16.4. Problemy i bariery rozwoju klastrów w Polsce.....	288
<b>Aneks. Innowacje w praktyce – studia przypadków</b>	
<b>Rozdział 17. Utrzymanie klienta dzięki zastosowaniu interaktywności na przykładzie rozgłośni radiowej (Adam Rudawski).....</b>	295
17.1. Marketing interaktywny rozgłośni radiowej.....	295
17.2. Model hipermedialnej komunikacji ze słuchaczem.....	300
<b>Rozdział 18. E-biznes – główne obszary innowacji (Artur Olczak).....</b>	304
18.1. E-biznes – zakres działalności i znaczenie dla rozwoju gospodarczego.....	304
18.2. Etapy rozwoju e-biznesu.....	307
18.3. Innowacje na elektronicznym rynku B2B.....	310
18.4. Innowacje na elektronicznym rynku detalicznym.....	312
18.5. Główne zagrożenia i bariery ograniczające rozwój e-biznesu.....	316
<b>Rozdział 19. Innowacyjne działania marketingowe w tworzeniu przewagi konkurencyjnej przez promocję marek miast i regionów (Agnieszka Wala).....</b>	318
19.1. Marketing terytorialny.....	318
19.2. Marka miejsca jako centrum uwagi.....	321
19.3. Branding – pojęcie i znaczenie w nadawaniu marek i promocji miejsc.....	324
19.4. Obszary i źródła innowacji w działaniach promocyjnych miast i regionów w aspekcie tworzenia i promocji wizerunków marek w budowaniu przewagi konkurencyjnej.....	328

<b>Rozdział 20. Założenia tworzenia prywatnych zakładów klinicznych oraz innowacje w obsłudze pacjentów (doświadczenia niemieckie) (Michał Wasylko).</b>	331
20.1. Problemy systemu opieki zdrowotnej w Niemczech w kontekście oczekiwań obsługi pacjenta.....	331
20.2. Prywatne ubezpieczenia .....	333
20.3. Fazy i proces obsługi pacjenta .....	334
20.4. Przykłady innowacyjnych rozwiązań w obsłudze pacjenta (doświadczenia niemieckie) .....	335
<b>Rozdział 21. Ramowy program finansowania innowacji transportowych w województwie zachodniopomorskim do 2015 r. (Józef Perenc).....</b>	343
21.1. Strategia rozwoju transportu w województwie zachodniopomorskim .....	343
21.2. Infrastruktura portowa bazy kontenerowej na Ostrowie Grabowskim jako innowacja w porcie Szczecin–Świnoujście.....	346
<b>Zakończenie .....</b>	355
<b>Bibliografia.....</b>	357
<b>Indeks.....</b>	372