

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1. Procesy innowacyjne w przedsiębiorstwie	21
1.1. Innowacja jako proces	21
1.1.1. Definicja innowacji	21
1.1.2. Proces innowacji	24
1.1.3. Rodzaje innowacji	30
1.1.4. Źródła innowacji	36
1.2. Innowacje jako źródło konkurencyjności przedsiębiorstwa	40
1.2.1. O roli konkurencyjności	41
1.2.2. Wpływ innowacji na konkurencyjność przedsiębiorstw	43
1.3. Innowacje a model biznesowy	48
1.3.1. Czym jest model biznesowy?	49
1.3.2. Innowacje modeli biznesowych	52
1.4. Ewolucja modeli procesów innowacyjnych	57
1.4.1. Modele liniowe	58
1.4.2. Modele nieliniowe	60
1.4.3. W stronę modelu szóstej generacji – ku otwartości procesów innowacyjnych	64
Rozdział 2. Uwarunkowania innowacyjności organizacji początku XXI w.	67
2.1. Hiperkonkurencja i jej wpływ na zarządzanie organizacją	67
2.1.1. O erozji długotrwałych przewag konkurencyjnych	68
2.1.2. Chaos jako nowy porządek	72
2.1.3. Odpowiedzią na chaos musi być chaos	75
2.2. Piąta fala rewolucji komputerowej i jej społeczne konsekwencje	81
2.2.1. Na fali rewolucji komputerowej	81
2.2.2. Nowa Sieć	84
2.2.3. Rewolucja w komunikacji	88
2.3. Społeczeństwo sieci	91
2.3.1. Cechy społeczeństwa sieci	91
2.3.2. Era hiperarchii	94
2.3.3. Cyfrowi socjaliści przejmują władzę?	99
2.3.4. Netgeneracja	103
2.3.5. Konsument i pracownik w sieciowej gospodarce	107

Rozdział 3. Otwarte innowacje – nowa generacja modeli procesów innowacyjnych	113
3.1. Otwarte innowacje – charakterystyka modelu	113
3.1.1. Zamknięty a otwarty model innowacji	116
3.1.2. Procesy otwartej innowacji	121
3.1.3. Stare wino w nowej butelce?	125
3.1.4. Między zamkniętym a otwartym modelem innowacji	131
3.2. Adresowane pozyskiwanie innowacji	137
3.2.1. Pozyskiwanie na rynku technologii	138
3.2.2. Korporacyjny <i>venture capital</i>	146
3.2.3. Spółki typu <i>spin-out</i>	149
3.3. Rozproszone pozyskiwanie innowacji	154
3.3.1. Fora pomysłów	157
3.3.2. Masowa kastomizacja	161
3.3.3. Model zadaniowy	164
3.4. Zamknięte partnerstwa innowacyjne	169
3.4.1. Klastry innowacyjne	170
3.4.2. Partnerstwa innowacyjne z uniwersytetami	175
3.4.3. Innowacje w aliansach strategicznych	176
3.5. Otwarte partnerstwa innowacyjne	179
3.5.1. Platformy uczestnictwa	180
3.5.2. <i>Open source</i>	183
 Rozdział 4. W poszukiwaniu równowagi między modelami innowacji otwartym a zamkniętym	 193
4.1. Otwarte innowacje w sektorach wysokich technologii	194
4.1.1. Amazon: innowacje w platformie uczestnictwa	194
4.1.2. Apple: otwarte innowacje w zamkniętym ogrodzie	199
4.1.3. Google: wrodzona otwartość	205
4.1.4. Microsoft: z miłości do <i>open source</i> ?	213
4.1.5. Rolls-Royce: partnerstwa R&D	222
4.2. Otwarte innowacje w sektorach tradycyjnych	226
4.2.1. BASF: sieć <i>know-how</i>	226
4.2.2. BMW: w poszukiwaniu dostępu do technologii i klientów	231
4.2.3. Chevron: adresowane pozyskiwanie	237
4.2.4. LEGO: moc społeczności	241
4.2.5. NIKE: otwarte innowacje na rzecz zrównoważonego rozwoju	247
4.3. Szanse i zagrożenia związane z otwartymi procesami innowacyjnymi	253
Zakończenie	267
Bibliografia	271
Spis rysunków i tabel	289
Załącznik 1. Metoda badawcza	291