

# SPIS TREŚCI

<b>WSTĘP</b> .....	9
<b>Część I. MODELE PROCESU KOMERCJALIZACJI I UWARUNKOWANIA ICH WYBORU – STUDIA TEORETYCZNE</b> .....	17
<b>1. TAKSONOMIA KOMERCJALIZACJI NOWYCH TECHNOLOGII</b> .....	19
1.1. Nowe technologie .....	19
1.2. Pojęcie komercjalizacji nowych technologii .....	23
1.2.1. Wąskie i szerokie ujęcie pojęcia komercjalizacja .....	24
1.2.2. Kluczowe komponenty definicji komercjalizacji nowych technologii .....	32
1.3. Współczesne modele procesu komercjalizacji nowych technologii .....	42
1.3.1. Model <i>Stage-Gate</i> .....	46
1.3.2. Model Jolly’ego .....	50
1.3.3. Model Goldsmitha .....	55
1.3.4. Model De Geetera .....	58
1.3.5. Model CTC. Uniwersytet Południowej Kalifornii .....	61
1.4. Etapy procesu komercjalizacji nowych technologii .....	64
1.4.1. Etap koncepcji .....	66
1.4.2. Etap rozwoju .....	69
1.4.3. Etap urynkowienia .....	73
<b>2. UWARUNKOWANIA WYBORU MODELU ORAZ KLUCZOWE OBSZARY DECYZYJNE W PROCESIE KOMERCJALIZACJI</b> .....	81
2.1. Uwarunkowania wyboru modelu procesu komercjalizacji .....	81
2.2. Ocena potencjału komercyjnego nowych technologii .....	86
2.2.1. Finansowe metody wyceny nowych technologii .....	88
2.2.2. Opcje realne .....	92
2.2.3. Ocena wartości dodanej innowacji według konsultantów Doblin .....	96
2.2.4. Ocena potencjału komercyjnego technologii lub innowacji według IC <sup>2</sup> Institute Uniwersytet Teksański w Austin .....	101
2.3. Ochrona własności intelektualnej .....	106
2.3.1. Przedmiot i zakres ochrony własności intelektualnej .....	107
2.3.2. Znaczenie ochrony własności intelektualnej .....	114
2.3.3. Zarządzanie własnością intelektualną .....	118
2.3.4. Strategie ochrony własności intelektualnej .....	127
2.3.5. Organizacyjna, sektorowa i technologiczna specyfika strategii ochrony własności intelektualnej .....	136
2.4. Finansowanie procesu komercjalizacji .....	141
2.4.1. Formy finansowania procesu komercjalizacji .....	142
2.4.2. Wady i zalety potencjalnych form finansowania procesu komercjalizacji .....	146

2.4.2.1.	Kredyty i pożyczki bankowe .....	146
2.4.2.2.	Środki publiczne .....	146
2.4.2.3.	Anioł biznesu .....	148
2.4.2.4.	<i>Venture capital</i> .....	153
2.4.2.5.	Emisja akcji .....	157
2.4.2.6.	Inwestor branżowy .....	159
2.5.	Wybór strategii komercjalizacji .....	160
2.5.1.	Komercjalizacja na bazie własnych zasobów .....	174
2.5.2.	Sprzedż patentu lub sprzedaż licencji .....	175
2.5.3.	Współdziałanie .....	180
2.6.	Ogólny model procesu komercjalizacji .....	187
 <b>CZĘŚĆ II. MODELE PROCESU KOMERCJALIZACJI PRZEDSIĘBIORSTW ZAGRANICZNYCH I POLSKICH DZIAŁAJĄCYCH W SEKTORACH TECHNOLOGII INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNYCH I OCHRONY ZDROWIA – STUDIA EMPIRYCZNE</b> .....		193
 <b>3. METODYKA PROWADZONYCH BADAŃ EMPIRYCZNYCH, CHARAKTERYSTYKA SEKTORÓW I PRÓB BADAWCZYCH</b> .....		195
3.1.	Ogólne założenia badawcze .....	195
3.1.1.	Określenie zbiorowości i zasady doboru jednostek do próby .....	195
3.1.2.	Narzędzie badawcze i techniki analizy danych .....	204
3.2.	Charakterystyka badanych sektorów i ich tendencje rozwojowe .....	206
3.2.1.	Sektor technologii informacyjno-komunikacyjnych .....	206
3.2.2.	Sektora ochrony zdrowia .....	210
3.2.3.	Porównanie badanych sektorów .....	214
3.3.	Charakterystyka badanych przedsiębiorstw .....	218
3.3.1.	Przedsiębiorstwa zagraniczne .....	218
3.3.2.	Przedsiębiorstwa polskie .....	223
3.3.3.	Porównanie badanych grup przedsiębiorstw .....	231
 <b>4. MODELE PROCESU KOMERCJALIZACJI PRZEDSIĘBIORSTW ZAGRANICZNYCH DZIAŁAJĄCYCH W SEKTORACH TECHNOLOGII INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNYCH I OCHRONY ZDROWIA – WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH</b> .....		233
4.1.	Praktyki przedsiębiorstw zagranicznych w zakresie pozyskiwania wyników badań naukowych/technologii .....	233
4.1.1.	Sposoby pozyskiwania wyników B+R/technologii .....	233
4.1.2.	Partnerzy, charakter podejmowanej współpracy i czynniki ją warunkujące .....	236
4.1.3.	Finansowanie pozyskiwania wyników badań naukowych/technologii .....	239
4.2.	Ochrona własności intelektualnej w przedsiębiorstwach zagranicznych .....	241
4.3.	Praktyki przedsiębiorstw zagranicznych w zakresie wprowadzania nowych technologii na rynek .....	244
4.3.1.	Przygotowanie do wprowadzenia nowej technologii na rynek .....	245
4.3.2.	Strategie komercjalizacji .....	248
4.3.3.	Uwarunkowania wyboru strategii komercjalizacji .....	251
4.3.4.	Źródła finansowania etapu urynkowienia nowych technologii .....	255
4.4.	Porównanie modeli procesu komercjalizacji przedsiębiorstw zagranicznych działających w sektorach ochrony zdrowia i technologii informacyjno-komunikacyjnych .....	257

---

5. MODELE PROCESU KOMERCJALIZACJI PRZEDSIĘBIORSTW POLSKICH DZIAŁAJĄCYCH W SEKTORACH TECHNOLOGII INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNYCH I OCHRONY ZDROWIA – WYNIKI BADAŃ ANKIETOWYCH .....	269
5.1. Praktyki przedsiębiorstw polskich w zakresie pozyskiwania wyników badań naukowych/technologii .....	269
5.1.1. Sposoby pozyskiwania wyników B+R/technologii .....	269
5.1.2. Partnerzy, charakter podejmowanej współpracy i czynniki ją warunkujące .....	273
5.1.3. Finansowanie pozyskiwania wyników B+R/technologii .....	280
5.2. Ochrona własności intelektualnej w przedsiębiorstwach polskich .....	283
5.3. Praktyki przedsiębiorstw polskich w zakresie wprowadzania nowych technologii na rynek .....	286
5.3.1. Przygotowanie do wprowadzenia nowej technologii na rynek .....	286
5.3.2. Strategie komercjalizacji .....	289
5.3.3. Wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania wyboru strategii komercjalizacji .....	292
5.3.4. Finansowanie etapu urynkowienia nowej technologii .....	297
5.3.5. Złe praktyki polskich przedsiębiorstw .....	298
5.4. Porównanie modeli procesu komercjalizacji przedsiębiorstw polskich działających w sektorach ochrony zdrowia i technologii informacyjno-komunikacyjnych .....	302
6. PRZEDSIĘBIORSTWA POLSKIE I ZAGRANICZNE W PROCESACH KOMERCJALIZACJI NOWYCH TECHNOLOGII – PORÓWNANIE, WNIOSKI I REKOMENDACJE ...	313
6.1. Uwarunkowania wyboru modeli procesu komercjalizacji i kluczowe obszary decyzyjne – porównanie przedsiębiorstw .....	313
6.2. Modele procesu komercjalizacji nowych technologii w przedsiębiorstwach polskich – wnioski i propozycje rozwiązania problemów .....	323
6.3. Propozycje dla polskich przedsiębiorstw .....	328
<b>PODSUMOWANIE .....</b>	<b>331</b>
Literatura .....	337
Spis tabel .....	353
Spis rysunków .....	355
Załącznik nr 1 – Symbole PKD dla sektorów ochrony zdrowia i technologii informacyjno-komunikacyjnych .....	357
Załącznik nr 2 – Kwestionariusz ankiety .....	361
<b>OD REDAKCJI .....</b>	<b>371</b>