**Wstęp 11**

1. **Przedsiębiorczość akademicka – mechanizm komercjalizacji wiedzy naukowej 25**
   1. Przedsiębiorczość, przedsiębiorca i zachowania przedsiębiorcze 25
      1. Orientacja przedsiębiorcza 29
   2. Zachowania przedsiębiorcze – ich kontekst oraz proces przedsiębiorczy 32
      1. Tworzenie i prowadzenie małej i średniej firmy 33
      2. Przedsiębiorczość organizacyjna 37
      3. Przedsiębiorczy sposób zarządzania 39
      4. Proces przedsiębiorczy – perspektywy jego postrzegania 42
   3. Komercjalizacja wiedzy jako podstawa procesów przedsiębiorczych w ramach uczelni wyższej 44
      1. Przedsiębiorczy uniwersytet 44
      2. Istota komercjalizacji wiedzy 46
      3. Komercjalizacja wiedzy jako zadanie uczelni wyższych 50
      4. Formy komercjalizacji wiedzy na uczelni wyższej 52
      5. Ograniczenia i bariery w odniesieniu do działań komercjalizacji wiedzy pochodzącej z uczelni wyższej 54
      6. Uwarunkowania wsparcia komercjalizacji wiedzy na uczelniach wyższych 56
   4. Przedsiębiorczość akademicka jako mechanizm transferu wiedzy naukowej do gospodarki 67
      1. Istota i formy przedsiębiorczości akademickiej 67
      2. Wsparcie przedsiębiorczości akademickiej 72
      3. Przedsiębiorczość technologiczna 74
2. **Akademicki spin off w nowoczesnej gospodarce 77**
   1. Firma spin off jako zjawisko gospodarcze 77
      1. Spin off – pojęcie i jego składowe 82
      2. Spin off w sektorze przedsiębiorstw 85
   2. Akademicki spin off – pojęcie i klasyfikacje 93
      1. Akademicki spin off – typologia 97
      2. Spin off a spin out – dyskusja 101
      3. Akademicki spin off – próby uchwycenia skali zjawiska 103
   3. Sektor B+R jako środowisko tworzenia się akademickiego spin offu 105
      1. Kontekst formalny – spółki spin off i spółki celowe 108
      2. Powstanie akademickiego spin offu – środowisko uczelni i instytucji badawczych oraz ich pracowników 112
   4. Firmy spin off w gospodarce polskiej – szacowanie skali zjawiska 115
3. **Zasoby i czynniki powiązane jako determinanty powstawania** **i rozwoju przedsięwzięcia opartego na wiedzy 121**
   1. Zasoby jako determinanty powstania i rozwoju akademickiego spin offu 121
      1. Zasoby jako czynnik zachowań strategicznych przedsiębiorstwa 121
      2. Podejście bazujące na zasobach jako jedna z płaszczyzn analizy akademickich spin offów w literaturze 128
      3. Zapotrzebowanie na zasoby materialne i niematerialne w tworzeniu firmy 132
   2. Wiedza i jej rodzaje jako szczególny rodzaj zasobu wykorzystywany w akademickim spin offie 138
      1. Cechy wiedzy jako zasobu 140
      2. Wiedza jawna oraz wiedza ukryta w odniesieniu do firm spin off 144
      3. Wiedza naukowa oraz wiedza biznesowa jako baza akademickiego spin offu 146
   3. Wiedza jako czynnik modyfikujący postrzeganie i wykorzystanie okazji rynkowych i zasobów – nowość i ryzyko 154
      1. Czynnik nowości jako kontekst powstawania firm spin off 154
      2. Ryzyko związane z zasobami jako element decyzji strategicznych 159
      3. Proces przedsiębiorczy i kształtowanie zasobów jako czynniki decyzji strategicznych 162
4. **Wiedza jako czynnik powstania i rozwoju akademickiego spin offu 165**
   1. Powstanie akademickiego spin offu 165
      1. Proces powstania i rozwoju akademickiego spin offu – modele etapowe 165
      2. Powstająca firma – podejście bazujące na powiązaniu procesu przedsiębiorczego z konfiguracją zasobów i formułowaniem oferty rynkowej 171
      3. Wiedza jako czynnik powstania i rozwoju nowej firmy 176
   2. Wykorzystanie wiedzy naukowej oraz wiedzy biznesowej w odniesieniu do konfiguracji zasobów powstającego akademickiego spin offu 180
      1. Uwarunkowania zasobów finansowych w powstającym akademickim spin offie 181
      2. Zastosowanie wiedzy biznesowej i naukowej a zasoby finansowe 187
      3. Uwarunkowania zasobów fizycznych w powstającym akademickim spin offie 190
      4. Zastosowanie wiedzy biznesowej i naukowej a zasoby fizyczne 192
      5. Uwarunkowania zasobów ludzkich w powstającym akademickim spin offie 193
      6. Zastosowanie wiedzy biznesowej i naukowej a zasoby ludzkie 196
      7. Uwarunkowania zasobów organizacyjnych w powstającym akademickim spin offie 197
      8. Zastosowanie wiedzy biznesowej i naukowej a zasoby organizacyjne 198
   3. Wykorzystanie wiedzy naukowej i biznesowej a budowa i rozwój oferty rynkowej akademickiego spin offu 200
      1. Proces komercjalizacji wiedzy naukowej a oferta rynkowa akademickiego spin offu 200
      2. Oferta rynkowa powstającego spin offu – znaczenie wiedzy w jej tworzeniu 204
   4. Założenia dotyczące analizy typologii akademickich spin offów – intensywność wykorzystania wiedzy naukowej i wiedzy biznesowej 206
5. **Typologia akademickich spin offów – wyniki badań empirycznych 209**
   1. Proces badawczy, założenia oraz opis metodologiczny 209
      1. Zastosowane metody badawcze 211
      2. Charakterystyka populacji i dobór próby badawczej 212
      3. Uwarunkowania metodologiczne – analiza zastosowanych rodzajów wiedzy 215
   2. Typ 1 – mikroprzedsięwzięcia intensywnie wykorzystujące wiedzę z sektora nauki 218
      1. Ścieżki rozwojowe 224
      2. Ścieżka rozwojowa typu 1A – „uzupełnianie dochodów właściciela” 224
      3. Ścieżka rozwojowa typu 1B – „usprawnienia organizacyjne i odciążanie właściciela” 225
   3. Typ 2 – mikroprzedsięwzięcia o niewielkim wykorzystaniu wiedzy pochodzącej z sektora nauki oraz niewielkim wykorzystaniu wiedzy biznesowej 226
      1. Ścieżka rozwojowa typu 2 – stagnacja i drenowanie biznesu 231
   4. Typ 3 – przedsięwzięcia o umiarkowanym komponencie wiedzy pochodzącej z sektora nauki oraz o znaczącym wykorzystaniu wiedzy biznesowej 232
      1. Ścieżki rozwojowe 237
      2. Ścieżka rozwojowa typu 3A – „walka o przetrwanie” 238
      3. Ścieżka rozwoju typu 3B – „budowa stabilizacji finansowej oraz zmagania z wykorzystaniem wiedzy naukowej” 241
   5. Typ 4 – przedsięwzięcia o wysokim poziomie zastosowania wiedzy pochodzącej z sektora nauki oraz o wysokim poziomie wykorzystania wiedzy biznesowej 243
      1. Ścieżki rozwojowe 253
      2. Ścieżka rozwojowa typu 4A – „start-up z gotową ofertą rynkową” 253
      3. Ścieżka rozwojowa typu 4B – „stopniowy rozwój oferty rynkowej” 255

**Podsumowanie 257**

**Bibliografia 273**

**Załącznik 1. Scenariusz wywiadu 293**

**Abstract 299**

**Spis rysunków 303**

**Spis tabel 305**

**Od Redakcji 307**