

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
1. SPECYFIKA ŚRODOWISKA SMART WORLD	11
1.1. Koncepcja Smart World	11
1.2. Wymagania techniczne i środowiskowe	18
1.3. Wyzwania społeczne i organizacyjne	30
2. ORGANIZACJE W SMART WORLD	44
2.1. Organizacja w erze przełomów, zmian i zrównoważonego rozwoju	44
2.2. Inteligencja organizacji – obszary, kierunki i dynamika rozwoju	58
2.3. Organizacje przyszłości w teorii i praktyce ery Smart World	68
3. BUDOWA PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ PRZEDSIĘBIORSTW W SMART WORLD	79
3.1. Proces budowy konkurencyjności w środowisku Smart World i jego elementy ...	79
3.2. Problemy i bariery procesu kształtowania konkurencyjności współczesnych przedsiębiorstw – przegląd doświadczeń międzynarodowych	89
3.3. Źródła i strategie budowy przewagi konkurencyjnej w dobie Przemysłu 4.0 i środowiska Smart World	99
4. PERSONALIZACJA W ZRÓWNOWAŻONEJ PRODUKCJI I KONSUMPCJI W ŚRODOWISKU SMART WORLD	113
4.1. Koncepcja zrównoważonej produkcji i konsumpcji	113
4.2. Personalizacja jako efekt oczekiwań współczesnego klienta	120
4.3. Serwicyzacja produkcji przemysłowej jako nowa strategia funkcjonowania przedsiębiorstw	128
5. WYZWANIA DLA MODELI BIZNESU W DOBIE PRZEMYSŁU 4.0	135
5.1. Wiedza i kompetencje inżynierów i menedżerów – diagnoza wymagań	135
5.2. Współpraca sieciowa małych i średnich przedsiębiorstw – korzyści i obawy ...	142
5.3. Rozwój nowych modeli biznesu – analiza trendów	148

6. PROJEKT MODELU BIZNESU	158
6.1. Megatrendy	158
6.2. Filary technologiczne	164
6.3. Architektura modelu biznesu	168
6.4. Architektura techniczna	172
6.5. Architektura społeczna	173
6.6. Procesy	175
7. PLANOWANIE CYBER-FIZYCZNYCH SIECI PRODUKCYJNYCH DLA MODELII BIZNESU ..	177
7.1. Implementacja idei Przemysłu 4.0 dla networkingu przedsiębiorstw	177
7.2. Model platformy integracji klienta i producenta	183
7.3. Koncepcja metodyki prototypowania sieci przedsiębiorstw	190
8. INNOWACYJNOŚĆ MODELII BIZNESU	195
8.1. Orientacja na proces kreowania innowacji	195
8.2. Transformacja biznesu – nowa era innowacji	198
8.3. Innowacyjne elementy modelu biznesu na bazie Canvas	201
8.4. Zarządzanie talentami jako element architektury społecznej	205
9. WARTOŚĆ I KONKURENCYJNOŚĆ MODELII BIZNESU	210
9.1. Kreowanie wartości poprzez model biznesu	210
9.2. Źródła przewagi konkurencyjnej modelu biznesu	216
9.3. Strategiczna karta wyników	222
9.4. Kluczowe wskaźniki efektywności	231
9.5. Weryfikacja modelu – studium przypadku	236
10. PRAKTYCZNE ASPEKTY MODELII BIZNESU W ŚRODOWISKU SMART WORLD	241
10.1. Środowisko Smart World	241
10.2. Fabryki przyszłości	252
10.3. Cyber-fizyczne sieci przedsiębiorstw	257
KIERUNKI ROZWOJU MODELII BIZNESU W ŚRODOWISKU SMART WORLD	263
BIBLIOGRAFIA	267
SŁOWNIK WAŻNIEJSZYCH POJĘĆ	291
INDEKS	299