

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1	
Innowacja i proces innowacyjny	17
1.1. Pojęcie innowacji – dyskusja krytyczna	18
1.2. Rozwój badań nad innowacyjnością w gospodarce	26
Rozdział 2	
Modele kreowania innowacji i organizacji procesu innowacyjnego w przedsiębiorstwach turystycznych	36
2.1. Modele innowacyjności przedsiębiorstw usługowych	36
2.2. Model organizacji procesu innowacyjnego w przedsiębiorstwie turystycznym	41
2.3. Klasyfikacja innowacji	54
Rozdział 3	
Przedsiębiorstwa turystyczne jako obszar badań nad innowacyjnością	62
3.1. Uwarunkowania rozwoju rynku usług turystycznych	64
3.2. Podejście systemowe w turystyce	67
3.2.1. Determinanty oddziałujące na procesy innowacyjne w przedsiębiorstwach	69
3.2.2. Przedsiębiorstwa turystyczne i ich charakterystyka	79
3.2.3. Podejście systemowe do uwarunkowań innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych	81
3.3. Metodologia badań	84
3.4. Innowacje w przedsiębiorstwach turystycznych	92
3.4.1. Charakterystyka próby badawczej	92
3.4.2. Rodzaje innowacji w przedsiębiorstwach turystycznych w świetle badań	95
3.5. Ocena innowacyjności badanych przedsiębiorstw na tle konkurencji	111

Rozdział 4

Wewnętrzne uwarunkowania innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych .	114
4.1. Innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych a aktywność w zakresie B + R	119
4.2. Wewnętrzne uwarunkowania innowacyjności obiektów hotelarskich	125
4.3. Wewnętrzne uwarunkowania innowacyjności biur podróży	128
4.4. Wewnętrzne uwarunkowania innowacyjności przedsiębiorstw przewozu pasażerskiego	132

Rozdział 5

Zewnętrzne uwarunkowania innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych ..	135
5.1. Globalne uwarunkowania działalności innowacyjnej przedsiębiorstw	135
5.1.1. Współpraca międzynarodowa i przynależność do sieci jako przejawy procesu globalizacji i ich wpływ na innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych	140
5.2. Wpływ polityki Unii Europejskiej i polityki państwa na innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych	143
5.2.1. Innowacyjność gospodarki Polski na tle gospodarki światowej – raporty z badań	151
5.2.2. Polityka turystyczna a innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych	163
5.2.3. Ocena działań rządu w zakresie wspierania innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych w Polsce	176
5.3. Instytucje otoczenia biznesu i ich wpływ na innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych	178
5.3.1. Zewnętrzne źródła transferu wiedzy i ich wpływ na innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych	185
5.3.2. Internacjonalizacja i wykorzystanie zewnętrznych źródeł transferu wiedzy a innowacyjność obiektów hotelarskich ...	188
5.3.3. Internacjonalizacja i wykorzystanie zewnętrznych źródeł transferu wiedzy a innowacyjność biur podróży	190
5.3.4. Internacjonalizacja i wykorzystanie zewnętrznych źródeł transferu wiedzy a innowacyjność przedsiębiorstw przewozu pasażerskiego	192

Rozdział 6	
Bariery innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych	194
6.1. Struktura barier innowacyjności przedsiębiorstw	194
6.2. Bariery innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych w świetle badań	206
6.3. Kapitał jako główna bariera rozwoju innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych	209
6.4. Kapitał ludzki jako jedna z głównych barier innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych	219
Rozdział 7	
Perspektywy rozwoju innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych i propozycje działań strategicznych i taktycznych dla administracji rządowej, szkolnictwa wyższego oraz przedsiębiorców	226
7.1. Perspektywy rozwoju innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych	228
7.2. Metodologia badań Delphi w odniesieniu do innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych	233
7.3. Propozycje działań zmierzających do podniesienia innowacyjności obiektów hotelarskich w Polsce	236
7.4. Propozycje działań zmierzających do podniesienia innowacyjności biur podróży w Polsce	239
7.5. Propozycje działań zmierzających do podniesienia innowacyjności przedsiębiorstw przewozu pasażerskiego w Polsce	241
Wnioski	245
Literatura	252
Summary	277
Краткое содержание	280
Spis tablic	284
Spis rysunków	286
Załącznik – Kwestionariusz ankiety Delphi runda I	289