

Spis treści

Wstęp	7
1. Teoretyczne podstawy innowacji usługowych	9
1.1. Innowacja i jej atrybuty	9
1.2. Innowacje w usługach	14
1.3. Rodzaje innowacji	18
2. Turystyka – złożoność zjawiska oraz różnorodność zaangażowanych w nią podmiotów	29
2.1. Turystyka – podstawowe pojęcia, tendencje	29
2.2. Podmioty zaangażowane w kreowanie innowacyjności w turystyce	34
2.3. Rola sektora publicznego w rozwoju turystyki	40
2.4. Zaangażowanie społeczności lokalnej w rozwój turystyki	49
3. Usługi turystyczne i ich cechy mające wpływ na innowacyjność	53
3.1. Usługi jako przedmiot zarządzania	53
3.2. Usługi turystyczne – klasyfikacja	55
3.3. Cechy charakterystyczne usług turystycznych	62
4. Istota innowacji w turystyce	66
4.1. Rodzaje innowacji w turystyce	66
4.2. Źródła innowacji w turystyce	76
4.3. Innowacyjność przedsiębiorstw turystycznych	84
4.4. Bariery innowacyjności przedsiębiorstw turystycznych	91
4.5. Efekty innowacji w turystyce	98
4.6. Foresight w kreowaniu innowacji w turystyce	103
5. Możliwości finansowania działalności innowacyjnej	110
5.1. Źródła finansowania przedsiębiorstwa innowacyjnego	110
5.2. Pozyskiwanie środków finansowych unijnych na innowacje w turystyce	116
5.3. Turystyka w programach operacyjnych	121
Zakończenie	125
Aneks	126
Bibliografia	127
Spis tabel i rysunków	139