

Innowacyjność małych i średniej wielkości przedsiębiorstw na przykładzie przedsiębiorstwa branży alkoholowej.

Wstęp..... 4

Rozdział 1.

Innowacyjność – ramy teoretyczne

1.1. Pojęcie innowacji7

1.2. Cele działalności innowacyjnej..... 12

1.3. Rodzaje innowacji..... 13

1.4. Źródła innowacji17

1.5. Modele innowacji21

1.6. Etapy procesu innowacji23

1.7. Sposoby pomiaru innowacji oraz innowacyjności w przedsiębiorstwie..... 25

Rozdział 2.

Charakterystyka małych i średnich przedsiębiorstw

2.1. Pojęcie przedsiębiorstwa27

2.2. Pojęcie i klasyfikacja sektora małych i średnich przedsiębiorstw30

2.2.1. Kryteria jakościowe30

2.2.2. Kryteria ilościowe33

2.3. Rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce34

2.3.1. Wstępna faza rozwoju przedsiębiorczości

(1980-1988).....	36
2.3.2. Okres eksplozji przedsiębiorczosci (1989-1991).....	37
2.3.3. Faza samoregulacji rynkowej (1992-1995).....	38
2.3.4. Faza przedakcesyjna (1996-2004).....	40
2.3.5. Faza wzrostu innowacyjnosci.....	41
2.4. Bariery rozwoju małych i srednich przedsiębiorstw.....	42
2.5. Innowacyjnosc w działalności małych i srednich przedsiębiorstw w Polsce.....	45
2.6. Znaczenie małych i srednich przedsiębiorstw dla gospodarki.....	49

Rozdział 3.

Innowacyjnosc przedsiębiorstwa X w świetle badan

3.1. Charakterystyka przedsiębiorstwa X Sp. z o.o.....	52
3.2. Zakres działalności przedsiębiorstwa.....	58
3.3. Struktura organizacyjna w przedsiębiorstwie	61
3.4. Innowacje w przedsiębiorstwie	65
3.5. Cel wprowadzanych w innowacji w przedsiębiorstwie.....	70
3.6. Metodyka zrealizowanych badan empirycznych	71
3.7. Ocena innowacyjnosci przedsiębiorstwa w opinii klientów.....	72
3.8. Ocena innowacyjnosci przedsiębiorstwa w opinii pracowników	80

Zakończenie..... 83

Załączniki85

Bibliografia90

Wykaz rysunków, schematów