

Niniejsza monografia opisuje zagadnienia dotyczące zarówno innowacyjnych, jak i pozainnowacyjnych uwarunkowań przedsiębiorczości regionalnej. Temat ten został zbadany również przez pryzmat regionu Pomorza Zachodniego, co ma na celu ukazanie praktycznych aspektów powyższych zagadnień. Autorki kierują niniejszą monografią do przedstawicieli nauki oraz instytucji otoczenia biznesu i przedsiębiorców. Grono adresatów jest szerokie, ponieważ badania, w tym przeprowadzone przez autorki, wskazały, że w budowie potencjału innowacyjnego oraz pozainnowacyjnego regionu niezwykle istotny jest ekosystem sprzyjający innowacyjności, złożony z wielu interesariuszy przedsiębiorczości. Tym samym autorki wyrażają nadzieję, że niniejsza monografia zainteresuje interesariuszy ekosystemu przedsiębiorczości oraz przyczyni się do pogłębienia wiedzy w tym temacie.

Ze wstępu

Spis treści

Rozdział 1. Uwarunkowania rozwoju w regionie ekonomicznym

1.1. Czynniki rozwoju kreatywności regionów

1.2. Koncepcje miasta kreatywnego

1.3. Klasa kreatywna

1.4. Od regionu tradycyjnego do kreatywnego

Rozdział 2. Innowacje i ich znaczenie w podmiotach oraz ich źródła i dyfuzja

2.1. Ekonomiczny wymiar współczesnych innowacji

2.1.1. Istota innowacji

2.1.2. Pojęcie i klasyfikacja innowacji

Rozdział 3. Przedsiębiorstwa sektora MSP, ich specyfika i uwarunkowania innowacyjne

3.1. Charakterystyka przedsiębiorstw należących do sektora MSP

3.1.1. Pojęcie oraz klasyfikacja przedsiębiorstw należących do sektora MSP

- 3.1.2. Specyfika przedsiębiorczości mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw
- 3.1.3. Czynniki rozwoju mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw
- 3.2. Innowacje w mikro-, małych i średnich przedsiębiorstwach
 - 3.2.1. Uwarunkowania tworzenia innowacji w przedsiębiorstwach sektora MSP
 - 3.2.2. Charakterystyka poziomu wdrażania innowacji w sektorze MSP

Rozdział 4. Innowacje marketingowe i ich rola oraz zastosowanie w podmiotach należących do sektora MSP

- 4.1. Zakres innowacji marketingowych
 - 4.1.1. Definicja innowacji marketingowych
 - 4.1.2. Transfer innowacji marketingowych
- 4.2. Zastosowanie innowacji marketingowych w sektorze MSP
 - 4.2.1. Potencjał zastosowania innowacji marketingowych w mikro-, małych i średnich przedsiębiorstwach
 - 4.2.2. Aplikacja innowacji marketingowych przez mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa
- 4.3. Budowa konkurencyjności mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw poprzez zastosowanie innowacji marketingowych
 - 4.3.1. Konkurencyjność przedsiębiorstw MSP na rynku
 - 4.3.2. Determinanty kształtujące konkurencyjność mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw
 - 4.3.3. Konkurencyjne strategie innowacji w mikro-, małych i średnich przedsiębiorstwach

Rozdział 5. Charakterystyka uwarunkowań makroekonomicznych Pomorza Zachodniego

- 5.1. Uwarunkowania położenia geograficznego i gospodarki Pomorza Zachodniego

5.2. Profil ekonomiczno-społeczny regionu Pomorza Zachodniego

5.2.1. Analiza zaludnienia regionu

5.2.2. Uwarunkowania makroekonomiczne

5.2.3. Potencjał edukacyjny i kulturowy w regionie

5.2.4. Infrastruktura w regionie

Rozdział 6. Analiza uwarunkowań przedsiębiorczych w regionie Pomorza

Zachodniego

6.1. Wsparcie kompetencji przedsiębiorczych oraz orientacji biznesowej młodych przedsiębiorców

6.2. Wsparcie start-upów i akceleracja

6.3. Przedsiębiorczość młodych na obszarach peryferyjnych

6.4. Wdrażanie RIS3 w kontekście potrzeb młodych przedsiębiorców

Rozdział 7. Ramy polityczne wspierające młodych przedsiębiorców i start-upy

7.1. Polityka regionalna oraz strategie wspierające przedsiębiorczość

7.2. Fundusze strukturalne dla przedsiębiorczości w regionie

7.3. Inteligentne specjalizacje regionu Pomorza Zachodniego

Rozdział 8. Charakterystyka ekosystemu przedsiębiorczości w regionie Pomorza

Zachodniego

8.1. Interesariusze i inicjatywy w regionie

8.2. Składowe ekosystemu przedsiębiorczości

8.2.1. Charakterystyka wyników na podstawie analizy SWOT oraz wskaźnika REDI

Zakończenie

Bibliografia