

Spis treści

Wstęp	7
 Rozdział 1	
Socjologia gospodarki, jako perspektywa badawcza zjawiska przedsiębiorczości	15
1.1. Czym jest socjologia gospodarki?	15
1.2. Zarys historii socjologii gospodarki	20
1.2.1. Rozwój kategorii <i>homo oeconomicus</i>	20
1.2.2. Idea Wolnego Rynku według Adama Smitha jako perspektywa badań gospodarującego społeczeństwa	26
1.2.3. Czynniki rozwoju społeczno-gospodarczego według Józefa Supińskiego	31
1.2.4. Społeczne czynniki rozwoju kapitalizmu i przedsiębiorczości według Maxa Webera	34
1.2.5. Keynesizm – propozycja makroekonomicznego podłoża dla rozwoju przedsiębiorczości	38
1.2.6. System społeczno-gospodarczy w ujęciu Talcotta Parsonsa	44
1.2.7. Zachowania ekonomiczne w teorii Garego Beckera	45
1.2.8. Teoria racjonalnych oczekiwań jako możliwa perspektywa socjologii gospodarki	47
1.2.9. Socjologia gospodarki a teoria cyklu życia	49
1.3. Rozwój socjologii gospodarki jako interdyscyplinarnej refleksji na temat zachowań ekonomicznych w tym przedsiębiorczości – próba syntezy	52
 Rozdział 2	
Definicje przedsiębiorczości i jej uwarunkowania ekonomiczne	57
2.1. Przedsiębiorczość w ujęciu definicyjnym	57
2.2. Przedsiębiorczość w teorii ekonomii oraz uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorczości	60
2.3. Typy zachowań przedsiębiorczych	70
2.4. Przedsiębiorstwo, jako atrybut przedsiębiorczości	71
2.5. Relacje przedsiębiorczości z rozwojem gospodarczym	81

Rozdział 3

Instytucjonalne i prawne uwarunkowania przedsiębiorczości	89
3.1. Otoczenie instytucjonalne przedsiębiorczości	89
3.2. Specjalne Strefy Ekonomiczne.....	98
3.3. Klastry	99
3.4. Otoczenie instytucjonalne przedsiębiorczości – przykład Dolnego Śląska	100
3.5. Uwarunkowania formalnoprawne przedsiębiorczości	111

Rozdział 4

Uwarunkowania psychologiczne przedsiębiorczości	125
4.1. Cechy charakterologiczno-osobowościowe przedsiębiorcy.....	125
4.2. Psychologiczne dylematy możliwości uczenia się przedsiębiorczości.....	128
4.3. Teoria uwarunkowań przedsiębiorczości według D. McClelanda.....	129

Rozdział 5

Uwarunkowania socjologiczne przedsiębiorczości	135
5.1. Wpływ kultury na przedsiębiorczość	137
5.2. Typy kultury a warunki rozwoju przedsiębiorczości	141
5.3. Odziaływanie struktury społecznej na przedsiębiorczość	157
5.4. Postawy wobec przedsiębiorczości, jako czynnik socjologiczny działalności gospodarczej na własny rachunek	166

Rozdział 6

Spółeczna odpowiedzialność biznesu, jako czynnik kształtujący klimat społeczno-kulturowy wobec przedsiębiorczości.....	183
6.1. Ogólna idea społecznej odpowiedzialności biznesu	184
6.2. Główne obszary społecznej odpowiedzialności biznesu.....	185
6.2.1. Obszar ekonomiczny	185
6.2.2. Obszar socjologiczny	186
6.2.3. Obszar odpowiedzialności ekologicznej	187
6.2.4. Obszar etyczny społecznej odpowiedzialności biznesu	192

Rozdział 7

Przedsiębiorczość w Polsce – analiza statystyczna i uwarunkowania makroekonomiczne	195
7.1. Charakterystyka ilościowa przedsiębiorczości w Polsce	195
7.2. Sytuacja ekonomiczno-finansowa przedsiębiorstw	199
7.3. Uwarunkowania makroekonomiczne rozwoju przedsiębiorczości w Polsce..	200
7.4. Przedsiębiorczość a rynek pracy	203
7.5. Przedsiębiorczość a rynek pieniężny.....	206
7.6. Innowacyjność polskich przedsiębiorstw.....	209
7.7. Rola Unii Europejskiej w rozwoju polskiej przedsiębiorczości	217

Rozdział 8**Przedsiębiorczość we Wrocławiu, charakterystyka bazy ekonomicznej Wrocławia, jako obszaru rozwoju działań gospodarczych**

na własny rachunek.....	231
8.1. Charakterystyka ilościowa przedsiębiorczości we Wrocławiu	233
8.2. Rynek pracy i wynagrodzenia we Wrocławiu	237
8.3. Dochody miasta	241
8.4. Nakłady inwestycyjne we Wrocławiu.....	243
8.5. Postawy wrocławian wobec przedsiębiorców i przedsiębiorczości	244

Rozdział 9**Socjologiczna charakterystyka przedsiębiorczości, w świetle badań empirycznych zrealizowanych na zbiorowości wrocławskich**

przedsiębiorców.....	249
9.1. Motywy rozpoczęcia działalności przedsiębiorczej	251
9.2. Dziedziczenie wzorców zachowań przedsiębiorczych	255
9.3. Styl życia przedsiębiorców, sposoby spędzania czasu wolnego	260
9.4. Wyposażenie gospodarstwa domowego przedsiębiorcy	269
9.5. Preferencje systemu społecznego przedsiębiorców, grupy odniesienia, aspiracje.....	271
9.6. Subiektywny obraz roli i miejsca przedsiębiorców w społeczeństwie	274
9.7. System wartości i etyka przedsiębiorców	276
9.8. Religijność przedsiębiorców.....	280
9.9. Postawy przedsiębiorców wobec otoczenia instytucjonalnego przedsiębiorczości	283

Zakończenie	287
--------------------------	------------

Bibliografia.....	291
--------------------------	------------

Aneks. Kwestionariusz ankiety, wzór tradycyjny, który został przekształcony w wersję skryptu elektronicznego.....	297
--	------------

Spis tabel	315
Spis wykresów i rysunków	319