

Wstęp

Rozdział 1

Socjologia gospodarki, jako perspektywa badawcza zjawiska przedsiębiorczości

- 1.1. Czym jest socjologia gospodarki?
- 1.2. Zarys historii socjologii gospodarki
 - 1.2.1. Rozwój kategorii homo oeconomicus
 - 1.2.2. Idea Wolnego Rynku według Adama Smitha jako perspektywa badań gospodarującego społeczeństwa
 - 1.2.3. Czynniki rozwoju społeczno-gospodarczego według Józefa Supińskiego
 - 1.2.4. Społeczne czynniki rozwoju kapitalizmu i przedsiębiorczości według Maxa Webera
 - 1.2.5. Keynesizm - propozycja makroekonomicznego podłoża dla rozwoju przedsiębiorczości
 - 1.2.6. System społeczno-gospodarczy w ujęciu Talcotta Parsonsa
 - 1.2.7. Zachowania ekonomiczne w teorii Garego Beckera
 - 1.2.8. Teoria racjonalnych oczekiwań jako możliwa perspektywa socjologii gospodarki
 - 1.2.9. Socjologia gospodarki a teoria cyklu życia
- 1.3. Rozwój socjologii gospodarki jako interdyscyplinarnej refleksji na temat zachowań ekonomicznych w tym przedsiębiorczości - próba syntezy

Rozdział 2

Definicje przedsiębiorczości i jej uwarunkowania ekonomiczne

- 2.1. Przedsiębiorczość w ujęciu definicyjnym
- 2.2. Przedsiębiorczość w teorii ekonomii oraz uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorczości
- 2.3. Typy zachowań przedsiębiorczych
- 2.4. Przedsiębiorstwo, jako atrybut przedsiębiorczości
- 2.5. Relacje przedsiębiorczości z rozwojem gospodarczym

Rozdział 3

Instytucjonalne i prawne uwarunkowania przedsiębiorczości

- 3.1. Otoczenie instytucjonalne przedsiębiorczości
- 3.2. Specjalne Strefy Ekonomiczne
- 3.3. Klastry
- 3.4. Otoczenie instytucjonalne przedsiębiorczości - przykład Dolnego Śląska
- 3.5. Uwarunkowania formalnoprawne przedsiębiorczości

Rozdział 4

Uwarunkowania psychologiczne przedsiębiorczości

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

Rozdział 5

Uwarunkowania socjologiczne przedsiębiorczości

- 5.1. Wpływ kultury na przedsiębiorczość
- 5.2. Typy kultury a warunki rozwoju przedsiębiorczości
- 5.3. Oddziaływanie struktury społecznej na przedsiębiorczość
- 5.4. Postawy wobec przedsiębiorczości, jako czynnik socjologiczny działalności gospodarczej na własny rachunek

Rozdział 6

Społeczna odpowiedzialność biznesu, jako czynnik kształtujący klimat społeczno-kulturowy wobec przedsiębiorczości

- 6.1. Ogólna idea społecznej odpowiedzialności biznesu
- 6.2. Główne obszary społecznej odpowiedzialności biznesu
 - 6.2.1. Obszar ekonomiczny
 - 6.2.2. Obszar socjologiczny

- 6.2.3. Obszar odpowiedzialności ekologicznej
- 6.2.4. Obszar etyczny społecznej odpowiedzialności biznesu

Rozdział 7

Przedsiębiorczość w Polsce - analiza statystyczna i uwarunkowania makroekonomiczne

- 7.1. Charakterystyka ilościowa przedsiębiorczości w Polsce
- 7.2. Sytuacja ekonomiczno-finansowa przedsiębiorstw
- 7.3. Uwarunkowania makroekonomiczne rozwoju przedsiębiorczości w Polsce
- 7.4. Przedsiębiorczość a rynek pracy
- 7.5. Przedsiębiorczość a rynek pieniężny
- 7.6. Innowacyjność polskich przedsiębiorstw
- 7.7. Rola Unii Europejskiej w rozwoju polskiej przedsiębiorczości

Rozdział 8

Przedsiębiorczość we Wrocławiu, charakterystyka bazy ekonomicznej Wrocławia, jako obszaru rozwoju działań gospodarczych na własny rachunek

- 8.1. Charakterystyka ilościowa przedsiębiorczości we Wrocławiu
- 8.2. Rynek pracy i wynagrodzenia we Wrocławiu
- 8.3. Dochody miasta
- 8.4. Nakłady inwestycyjne we Wrocławiu
- 8.5. Postawy wrocławian wobec przedsiębiorców i przedsiębiorczości

Rozdział 9

Socjologiczna charakterystyka przedsiębiorczości, w świetle badań empirycznych zrealizowanych na zbiorowości wrocławskich przedsiębiorców

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

Zakończenie

Bibliografia

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

Spis tabel

Spis wykresów i rysunków