

# Spis treści

Wstęp .....	9
-------------	---

## Rozdział I

### Przełomy instytucjonalne w Polsce po 1988 roku

1.1. Instytucje nieformalne i formalne. Ujęcie teoretyczne .....	25
1.2. Zmiany instytucjonalne 1989 i 2004 roku .....	33
1.3. Konkluzje .....	43

## Rozdział II

### Przedsiębiorcy. Definicja formalna i nieformalna

2.1. Pojęcie przedsiębiorcy w teorii ekonomii. Wybrane elementy dyskusji .....	52
2.2. Pojęcie przedsiębiorca. Regulacje formalne .....	59
2.3. Pojęcie przedsiębiorca. Ujęcie nieformalne .....	65
2.4. Wdrukowanie zachowań przedsiębiorczych czy kapitał kulturowy .....	78
2.5. Konkluzje .....	89

## Rozdział III

### Przedsiębiorcy jako podmiot inicjujący zmianę własnościową w Polsce po 1988 roku

3.1. Przedsiębiorcy-prywaciarze w Polsce Ludowej .....	91
3.2. Bariery i źródła sukcesu ekspansji przedsiębiorczości w Polsce po 1988 roku .....	104
3.3. Przedsiębiorcy, byli „prywaciarze” w nowym porządku instytucjonalnym po 1988 roku .....	114
3.4. Przedsiębiorcy pierwszych lat transformacji .....	117
3.5. Deficyt wiedzy przedsiębiorców. Pokonanie niekompetencji cywilizacyjnej .....	126
3.6. Źródła kapitału inwestycyjnego .....	130
3.7. Zmiana własnościowa w Polsce na tle byłych krajów socjalistycznych .....	137
3.8. Konkluzje .....	139

## Rozdział IV

## Przedsiębiorcy w Polsce. Obraz statystyczny

4.1. Trzydzieści lat gospodarki rynkowej w Polsce 1989-2019.	
Periodyzacja dziejów .....	141
4.2. Podaż przedsiębiorczości .....	150
4.3. Struktura wielkości firm w Polsce i ich rozmieszczenie	
w latach 1989-2019 .....	157
4.4. Przeżywalność firm w Polsce .....	167
4.5. Przedsiębiorczynie .....	170
4.6. Wizerunek przedsiębiorcy w Polsce .....	176
4.7. Konkluzje .....	185

## Rozdział V

## Firmy rodzinne

5.1. Pojęcie firma rodzinna .....	190
5.2. Firmy rodzinne w polityce instytucji Unii Europejskiej .....	201
5.3. Polskie firmy rodzinne na tle Europy. Przegląd statystyczny .....	204
5.4. Dziedzictwo przeszłości w działalności firm rodzinnych .....	210
5.5. Sukcesja w firmie rodzinnej .....	232
5.6. Firma rodzinna po sukcesji .....	259
5.7. Konkluzje .....	262

## Rozdział VI

## Zaufanie przedsiębiorców do instytucji

6.1. Zaufanie w działalności gospodarczej. Uwagi teoretyczne .....	265
6.2. Zaufanie przedsiębiorców do instytucji międzynarodowych	
i krajowych .....	269
6.3. Zaufanie przedsiębiorców do instytucji prawa .....	276
6.4. Zaufanie przedsiębiorców do instytucji wymiaru sprawiedliwości ...	291
6.5. Zaufanie przedsiębiorców do instytucji skarbowych .....	297
6.6. Instytucje lokalne a przedsiębiorcy .....	304
6.7. Zaufanie w relacjach międzyludzkich .....	310
6.8. Dialog społeczny jako instytucja mająca budować zaufanie .....	316
6.9. Konkluzje .....	322

## Rozdział VII

## Marka jako wartość niematerialna

7.1. Marka. Uwagi teoretyczne .....	327
7.2. Miejsce i rola marki w gospodarce nakazowo-rozdzielczej.	
Refleksje retrospektywne .....	328

7.3. Kreowanie i pozycjonowanie rodzimych marek po 1988 roku .....	337
7.4. Employer branding .....	361
7.5. Konkluzje .....	366

## Rozdział VIII

### Pokolenia przedsiębiorców

8.1. Kohorty. Pokolenia w biznesie do 2004 roku .....	367
8.2. Pokolenia w latach 1989-2003 .....	369
8.3. Pokolenia przełom 2004 roku .....	376
8.4. Pokolenia biznesowe w 2019 roku .....	379
8.5. Konkluzje .....	383
Zakończenie .....	385
Bibliografia .....	389
Spis tabel, wykresów i schematów .....	409
Aneks .....	413
Recenzje .....	415