

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. MOTYWACJE I CELE ZAŁOŻYCIELI PRZEDSIĘBIORSTW.....	13
1.1. Formułowanie celów przedsiębiorstwa	13
1.2. Cele organizacji a cele ludzi.....	16
1.3. Przedsiębiorca i jego rola	18
1.4. Źródła motywacji przedsiębiorczej a działanie	21
1.4.1. Motywacja wewnętrzna i zewnętrzna.....	28
1.4.2. Motywy a cele	28
1.4.3. Zmiany motywów i celów w czasie	30
1.4.4. Znaczenie celów dla przedsiębiorców	30
1.4.5. Motywacja a założenie przedsiębiorstwa	31
Rozdział 2. INICJACJA I PRZEBIEG PROCESU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI....	35
2.1. Okazje jako czynnik inicjujący	35
2.2. Uwarunkowania rozpoznawania okazji.....	39
2.2.1. Okazje w procesie przedsiębiorczości.....	43
2.2.2. Okazje a organizowanie zasobów.....	46
2.2.3. Okazje a zespół przedsiębiorczy	46
2.2.4. Czas przygotowania i eksploatacji okazji.....	47
2.2.5. Wzrost przedsiębiorstwa a proces przedsiębiorczości.....	47
2.3. Modele procesu przedsiębiorczości.....	49
2.3.1. Model konsorcjum Global Entrepreneurship Monitor	50
2.3.2. Model Gartnera [1985]	58
2.3.3. Model Bruyata i Julięna [2001].....	60
2.3.4. Model Shane'a [2003]	63
2.3.5. Pozostałe modele procesu przedsiębiorczości.....	66
2.4. Perspektywa decyzyjna procesu przedsiębiorczości – logika realizacji (efektuacji) a logika przyczynowości (predykcyjna)	69
2.4.1. Postępowanie wg myślenia predykcyjnego.....	69
2.4.2. Postępowanie wg myślenia efektualnego	71
2.5. Koncepcja brikolażu a proces przedsiębiorczości.....	74
Rozdział 3. PSYCHOLOGICZNE UWARUNKOWANIA PRZEBIEGU PROCESU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI.....	77
3.1. Rola afektu w procesie przedsiębiorczości	77
3.1.1. Afekt a okazja przedsiębiorcza.....	79

3.1.2. Afekt a kreatywność w procesie przedsiębiorczości	80
3.1.3. Afekt a relacje z innymi w procesie przedsiębiorczości.....	80
3.1.4. Afekt a podejmowanie decyzji w procesie przedsiębiorczości	81
3.1.5. Afekt a pamięć.....	83
3.1.6. Afekt a stres.....	84
3.2. Heurystyka przedsiębiorców	86
3.2.1. Znaczenie warunków niepewności.....	87
3.2.2. Heurystyka a decyzja o rozpoczęciu nowej firmy	88
3.2.3. Tendencyjność w szacowaniu prawdopodobieństwa	91
3.2.4. Tendencyjność w postrzeganiu siebie.....	93
Rozdział 4. METODYKA BADAŃ WŁASNYCH.....	97
4.1. Zastosowanie badań jakościowych	97
4.2. Założenia	100
4.3. Wybór metody badawczej	102
4.4. Instrument badawczy – wywiad pogłębiony	102
4.5. Dane empiryczne.....	104
4.5.1. Próba badawcza	104
4.5.2. Kryteria oceny badań.....	105
4.5.3. Możliwość uogólnień	106
4.6. Sposób analizowania danych jakościowych.....	107
Rozdział 5. MOTYWY TWORZENIA NOWYCH PRZEDSIĘBIORSTW W ŚWIETLE BADAŃ WŁASNYCH.....	111
5.1. Wpływ warunków zatrudnienia.....	112
5.1.1. Niechęć do przełożonego	112
5.1.2. Niedocenienie w pracy najemnej.....	113
5.1.3. Niezadowolenie ze sposobu organizacji pracy	113
5.1.4. Chęć lepszego zorganizowania podobnej działalności.....	114
5.1.5. Brak możliwości działania w poprzednim miejscu pracy	115
5.1.6. Chęć wykorzystania swojej wiedzy.....	116
5.1.7. Zmęczenie rutyną w dotychczasowym miejscu pracy	118
5.1.8. Niepewność zatrudnienia.....	120
5.1.9. Okazja niewykorzystana przez pracodawcę	121
5.2. Czynniki osobiste	122
5.2.1. Wcześniejsze doświadczenie samozatrudnienia.....	122
5.2.2. Oczekiwanie wyższego poziomu życia	123
5.2.3. Chęć uzyskania niezależności	124
5.2.4. Pragnienie twórczego działania.....	126
5.2.5. Praca z pasją	128
5.2.6. Poszukiwanie prestiżu	128
5.2.7. Chęć wykorzystania posiadanego doświadczenia zawodowego	129
5.2.8. Chęć pracy z określonymi osobami.....	129
5.3. Pozostałe czynniki.....	130

5.3.1. Wsparcie instytucjonalne.....	130
5.3.2. Przekształcenie formy prawnej przedsiębiorstwa.....	132
5.3.3. Skuteczniejsze konkurowanie	133
5.3.4. Norma branżowa	134
5.3.5. Udane przedsięwzięcie próbne	135
5.4. Przyczyny niechęci do poszukiwania zatrudnienia w innym miejscu	135
5.5. Postawa wobec propozycji pracy najemnej.....	141
5.6. Znaczenie dochodów dla młodych przedsiębiorców.....	144
5.7. Motywy podejmowania działalności zespołowej.....	148
5.7.1. Niedostatek kreatywności.....	148
5.7.2. Uniknięcie pomyłki	149
5.7.3. Lepszy wizerunek rynkowy.....	150
5.7.4. Utrzymanie dyscypliny.....	152
5.7.5. Złożoność działań przedsiębiorstwa.....	153
5.7.6. Brak zasobów	154
5.7.7. Komplementarność kompetencji	155
5.7.8. Efekt synergii.....	155
5.7.9. Redukowanie ryzyka porażki	156
5.7.10. Rola oczekiwanego współnika	156

Rozdział 6. PRZEBIEG PROCESU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI W ŚWIETLE BADAŃ WŁASNYCH.....

6.1. Źródła pomysłu na własną działalność gospodarczą.....	158
6.1.1. Doświadczenie przedsiębiorcy	159
6.1.2. Identyfikowalne wzory do naśladowania	161
6.1.3. Praca zgodna z własnymi zainteresowaniami	163
6.2. Rola klientów w kształtowaniu pomysłu na działalność.....	164
6.3. Cele i aspiracje młodych przedsiębiorców w procesie eksploatacji okazji..	169
6.3.1. Cele osobiste przedsiębiorców	169
6.3.2. Cele wewnętrzne przedsiębiorstwa	173
6.3.3. Cele zewnętrzne przedsiębiorstwa	176

Rozdział 7. PRZEDSIĘBIORCY WOBEC PROWADZENIA I ROZWIJANIA WŁASNEGO PRZEDSIĘBIORSTWA W ŚWIETLE BADAŃ WŁASNYCH.....

7.1. Przedsiębiorca a trudności w prowadzeniu firmy.....	182
7.1.1. Współpraca z klientami	182
7.1.2. Nieregularność przychodów	186
7.1.3. Organizowanie pracy	187
7.1.4. Brak czasu na życie osobiste	187
7.1.5. Zatrudnianie pracowników	189
7.1.6. Realizacja innowacyjnych pomysłów	190
7.1.7. Formalności	191
7.1.8. Konkurencja	192

7.1.9. Awarie.....	192
7.2. Motywy kontynuowania działalności.....	193
7.3. Przyczyny niechęci do dalszego rozwijania własnego przedsiębiorstwa.....	195
7.3.1. Brak kapitału	195
7.3.2. Brak znaczenia rozwoju dla wyników przedsiębiorstwa.....	196
7.3.3. Brak potrzeby ze względu na outsourcing.....	196
7.3.4. Brak doświadczenia.....	197
7.3.5. Brak wpływu	198
7.3.6. Kompetentny zespół jako środek.....	198
7.4. Postawa wobec innowacyjności oferty własnego przedsiębiorstwa	199
7.4.1. Brak akceptacji ze strony klientów.....	199
7.4.2. Brak wiedzy potencjalnych klientów	201
7.5. Przedsiębiorca a potencjalny inwestor	202
7.5.1. Zmniejszenie zobowiązań	202
7.5.2. Wspieranie rozwoju firmy	202
7.5.3. Brak zainteresowania inwestorem.....	203
7.5.4. Zainteresowanie warunkowe	204
7.5.5. Inwestor jako niezbędny element	205
7.5.6. Brak pomysłu na wykorzystanie kapitału.....	206
7.5.7. Inwestor udziałowy jako zagrożenie	206
7.5.8. Pomoc przy rozwinięciu swojego pomysłu.....	208
7.5.9. Obawa przed utratą przedsiębiorstwa.....	209
Rozdział 8. WNIOSKI I TEORETYCZNE IMPLIKACJE.....	210
8.1. Wnioski	210
8.2. Nowy teoretyczny model procesu przedsiębiorczości	227
8.2.1. Przebieg procesu przedsiębiorczości	233
8.2.2. Motywy i cele przedsiębiorców.....	236
8.2.3. Przedsiębiorczość wymuszona a przedsiębiorczość z chęci wykorzystania okazji	236
8.2.4. Ogólna motywacja przedsiębiorcza.....	237
8.2.5. Specyficzna motywacja przedsiębiorcza	238
8.2.6. Postawa wobec kontynuowania działalności i rozwijania przedsiębiorstwa	239
8.3. Dalsze implikacje badań.....	241
Zakończenie	243
Bibliografia	246