

SOCJOEKONOMIKA STARZENIA SIĘ WSPÓŁCZESNYCH SPOŁECZEŃSTW

**Bogusława Urbaniak, Alina Gładzicka-Janowska,
Joanna Żyra, Lidia Kaliszczak, Agnieszka Piekutowska,
Ewa Rollnik-Sadowska, Ewa Sobolewska-Poniedziałek,
Anna Niewiadomska, Maria Gagacka**

Spis treści

Wstęp	9
-------------	---

Część I

Starzenie się populacji – nowe spojrzenie na stary problem

Rozdział 1

Rola oraz znaczenie osób starszych w społeczeństwie i gospodarce.....	15
1.1. Osoby starsze – różnorodność interpretacji.....	15
1.2. Charakterystyka społeczno-rynkowych ról ludzi starszych.....	18
1.3. Pozycja osób starszych w świetle dokumentów strategicznych UE i Polski.....	22
1.4. Ludzie starsi jako kapitał społeczny.....	26
Bibliografia	30

Rozdział 2

Dyskryminacja ze względu na wiek – problem osób starszych.....	33
2.1. Istota i przejawy ageizmu.....	35
2.2. Konsekwencje ageizmu	41
2.3. Zapobieganie ageizmowi.....	43
Bibliografia	49

Część II

Możliwości i ograniczenia rozwoju ekonomicznego w warunkach starzenia się społeczeństw

Rozdział 3

Czynnik ludzki jako strategiczna determinanta rozwoju ekonomicznego

starzejących się państw	53
3.1. Kapitał ludzki w nowych realiach „podwójnego” starzenia się populacji i siły roboczej	54
3.2. Starzejąca się gospodarka oparta na wiedzy a wzrost gospodarczy	61
3.3. Rozwój kapitału ludzkiego osób starszych jako istotny warunek realizacji celów strategii Europa 2020.....	65
Bibliografia	70

Rozdział 4

Przedsiębiorczość ludzi starszych jako czynnik wzrostu konkurencyjności

gospodarki	73
4.1. Konkurencyjność gospodarki i jej uwarunkowania	74
4.2. Zachowania przedsiębiorcze ludzi starszych – aspekt socjoekonomiczny.....	76
4.3. Przedsiębiorcy seniorzy w Polsce i Europie.....	80
4.4. Wspieranie przedsiębiorczości osób starszych w polityce Unii Europejskiej....	84
4.5. Innowacyjny model preinkubacji przedsiębiorczej starszego pokolenia	86
Bibliografia	88

Rozdział 5

Możliwości rozwoju rynku dóbr i usług ukierunkowanych na zaspokajanie

potrzeb osób starszych	91
5.1. Struktura potrzeb osób starszych.....	92
5.2. Zdolności nabywcze starszych konsumentów.....	97
5.3. Strategie marketingowe ukierunkowane na dojrzałego wiekowo odbiorcę.....	102
5.4. Starzenie się jako czynnik wyzwalający kreatywność biznesu i innowacyjne podejście w zakresie dostarczania dóbr i usług	104
Bibliografia	106

Część III
Warunki efektywnego wykorzystania potencjału społeczno-zawodowego
osób starszych

Rozdział 6

Makroekonomiczny wymiar starzenia się populacji	111
6.1. Polityka państwa wobec postępującego starzenia się populacji	111
6.2. System ubezpieczeń społecznych a zmiany demograficzne	116
6.3. Wpływ starzenia się populacji na wzrost gospodarczy.....	123
Bibliografia	126

Rozdział 7

Determinanty aktywności zawodowej starszych zasobów pracy	129
7.1. Zmiany wielkości i struktury wieku zasobów pracy w Polsce	130
7.2. Zmiany aktywności zawodowej osób w wieku 55-64 lata	135
7.3. Mobilność kwalifikacyjna osób starszych.....	138
7.4. Bariery aktywności zawodowej osób w starszych grupach wieku produkcyjnego.....	140
Bibliografia	145

Rozdział 8

Rola organizacji publicznych i społecznych w świetle kryzysu demograficznego....	149
8.1. Pluralizm i aktywna polityka społeczna – ramy teoretyczne polityki senioralnej	150
8.2. Polityka senioralna w modelu aktywnej polityki społecznej.....	153
8.3. „Srebrna gospodarka” i ekonomia społeczna jako ramy aktywności ekonomicznej seniorów	156
8.4. Koordynacja polityki senioralnej w modelu wielosektorowości.....	161
Bibliografia	164

Summary	167
Notka o autorach	169