

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Rozdział I	
KONSUMPCJA I KONSUMENT NA WSPÓŁCZESNYM RYNKU.....	11
1.1. Pojęcie, znaczenie i formy konsumpcji	11
1.2. Potrzeby i środki ich zaspokajania.	18
1.2.1. Źródła i cechy potrzeb konsumenckich	18
1.2.2. Rodzaje potrzeb, środki i sposoby ich zaspokojenia.....	19
1.3. Przesłanki współczesnych trendów w konsumpcji.....	24
1.4. Uwarunkowania pozaekonomiczne kształtujące konsumpcję	29
1.4.1. Kryteria podziału determinant konsumpcji.....	29
1.4.2. Czynniki demograficzne	31
1.4.3. Czynniki społeczno-kulturowe	34
1.4.4. Uwarunkowania psychologiczne.....	40
Rozdział II	
WYBRANE UWARUNKOWANIA MAKROEKONOMICZNE KONSUMPCJI	45
2.1. Cena jako czynnik kształtujący konsumpcję	45
2.1.1. Rola ceny w procesie zakupowym	45
2.1.2. Innowacyjne rozwiązania cenowe	55
2.2. Poziom płac i poziom cen	66
2.3. Świadczenie w ramach programu „Rodzina 500+” jako przykład transferu socialnego kształtującego konsumpcję gospodarstw domowych	72
Rozdział III	
POZACENOWE UWARUNKOWANIA MIKROEKONOMICZNE KONSUMPCJI	79
3.1. Dochód rozporządzalny gospodarstw domowych.....	79
3.2. Zobowiązania wobec innych podmiotów oraz oszczędności	83
3.3. Poziom, struktura i dynamika konsumpcji gospodarstw domowych.....	94
Rozdział IV	
KONSUMPCJA WSPÓŁDZIELONA I JEJ UWARUNKOWANIA	103
4.1. Ekonomia współdzielenia	103
4.2. Źródła atrakcyjności konsumpcji współdzielonej.....	109
4.3. Przejawy konsumpcji kolaboratywnej	116
4.4. Znaczenie konsumpcji współdzielonej dla polskiego konsumenta	125

Rozdział V	
WIRTUALIZACJA KONSUMPCJI.....	133
5.1 Ewolucja e-konsumpcji.....	133
5.2. Wpływ rozwoju cyfrowych technologii na zachowania konsumpcyjne konsumentów.....	137
5.3. Zachowania nabywcze e-konsumentów w świetle dotychczasowych badań.....	145
5.4. Szanse i zagrożenia wirtualizacji konsumpcji.....	154
5.4.1. Branża muzyczna.....	154
5.4.2. Treści wideo.....	155
5.4.3. Piractwo internetowe.....	159
Rozdział VI	
INNE TRENDY W KONSUMPCJI.....	163
6.1. Konsumpcjonizm i hedonizm konsumpcyjny.....	163
6.2. Społecznie odpowiedzialna i zrównoważona konsumpcja.....	165
6.3. Serwicyzacja konsumpcji.....	168
6.4. Pozostałe trendy w konsumpcji.....	175
Zakończenie.....	181
Bibliografia.....	183
Spis rysunków i tabel.....	197