

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	7
1 PANDEMIA COVID-19 JAKO WYZWANIE DLA KONSUMENTÓW I WSPÓŁCZESNYCH SYSTEMÓW GOSPODARCZYCH	9
1.1. Pandemia w świetle danych statystycznych	9
1.2. Społeczne i gospodarcze skutki pandemii	11
1.2.1. Społeczne skutki pandemii	11
1.2.2. Konsekwencje pandemii dla wybranych branż	14
1.2.2.1. Skutki pandemii w opinii polskich przedsiębiorców	14
1.2.2.2. Wpływ pandemii na branżę gastronomiczną	15
1.2.2.3. Skutki pandemii dla branży rozrywkowej i eventowej	19
1.2.2.4. Pandemia a branża turystyczna	22
1.2.2.5. <i>Sharing economy</i> w dobie pandemii	23
2 ROZWÓJ E-COMMERCE JAKO KONSEKWENCJA PANDEMII COVID-19	29
3 WPŁYW PANDEMII COVID-19 NA ZACHOWANIA KONSUMENTÓW W ŚWIETLE WYNIKÓW BADAŃ EMPIRYCZNYCH	43
4 ZACHOWANIA KONSUMENTÓW W CZASIE PANDEMII COVID-19 W ŚWIETLE WYNIKÓW WŁASNEGO BADANIA EMPIRYCZNEGO	69
4.1. Metodyka badania własnego i charakterystyka respondentów	69
4.2. Zmiany w zachowaniach konsumentów spowodowane pandemią w ujęciu porównawczym (Polska vs Czechy, Niemcy, Włochy) – wyniki badania własnego	70
5 KONSUMENT POSTPANDEMICZNY – SCENARIUSZE ROZWOJU KONSUMPCJI PO USTANIU PANDEMII COVID-19	83
Bibliografia	97
Spis rysunków	101
Spis tabel	103