

Spis treści

Wprowadzenie	9
--------------------	---

Rozdział 1

Konsumpcja we współczesnej gospodarce	13
---	----

1.1. Rozwój gospodarczy a konsumpcja	13
1.2. Funkcje konsumpcji	17
1.3. Konsumpcja jako inwestycja w kapitał ludzki i rozwój gospodarczy	21
1.4. Urynkowienie gospodarki a konsumpcja	23

Rozdział 2

Ekonomiczne i demograficzne uwarunkowania konsumpcji w regionach	31
--	----

2.1. Uwagi wstępne	31
2.2. Charakterystyka demograficzna regionów	32
2.3. Społeczno-gospodarcze uwarunkowania konsumpcji	40
2.3.1. Regionalne zróżnicowanie potencjału gospodarczego	41
2.3.2. Uwarunkowania związane z kapitałem ludzkim i rynkiem pracy	54
2.4. Dochody gospodarstw domowych jako czynnik warunkujący konsumpcję	59
2.4.1. Dochody do dyspozycji brutto w sektorze gospodarstw domowych	60
2.4.2. Dochód rozporządzalny gospodarstw domowych (w skali mikroekonomicznej)	63
2.4.3. Oszczędności i kredyty jako źródła finansowania konsumpcji	73
2.4.4. Subiektywna ocena sytuacji finansowej przez gospodarstwa domowe	79

Rozdział 3

Poziom i struktura konsumpcji gospodarstw domowych w regionach	83
3.1. Wydatki gospodarstw domowych	83
3.2. Struktura wydatków gospodarstw domowych	91
3.3. Regiony o podobnej strukturze wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych	94
3.4. Zmiany zachodzące w strukturze wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych	97
3.5. Wyposażenie gospodarstw domowych w dobra trwałego użytku	101
3.5.1. Posiadane przez gospodarstwa domowe dobra trwałego użytku	101
3.5.2. Zmiany wyposażenia gospodarstw domowych w dobra trwałego użytku	106
3.6. Poziom zaspokojenia potrzeb konsumpcyjnych w gospodarstwach domowych	113

Rozdział 4

Pozaekonomiczne uwarunkowania konsumpcji w regionach	121
4.1. Uznawane wartości i aspiracje jako czynnik rozwoju konsumpcji i gospodarki	121
4.2. Subiektywne oceny możliwości realizacji celów i aspiracji konsumentów w miejscu zamieszkania	128
4.3. Typy konsumentów a uznawane wartości i aspiracje oraz ocena zewnętrznych uwarunkowań aktywności społeczno-gospodarczej	138

Rozdział 5

Zachowania rynkowe konsumentów w regionach	150
5.1. Zróżnicowanie zachowań konsumpcyjnych badanej populacji	150
5.2. Zróżnicowanie zachowań konsumpcyjnych w wybranych grupach województw	151
5.3. Reakcje konsumentów na nowe produkty na rynku	155
5.3.1. Stosunek konsumentów do nowych produktów na rynku	155
5.3.2. Zróżnicowanie reakcji konsumentów na nowe produkty na rynku w wybranych grupach województw	156
5.4. Sposoby dokonywania zakupów	160
5.4.1. Sposoby dokonywania zakupów artykułów codziennego użytku	160
5.4.2. Sposoby płatności za zakupione towary	161
5.5. Miejsca dokonywania zakupów	163
5.5.1. Preferowane formy handlu detalicznego	163
5.5.2. Zakupy przez Internet	167
5.6. Reakcje konsumentów na środki promocji sprzedaży stosowane przez sklepy	170

Rozdział 6

Trendy konsumpcji i zachowań polskich konsumentów 173

- 6.1. Zmiany trendów konsumpcji i zachowań konsumentów 173
- 6.2. Proces serwicyzacji konsumpcji 186
- 6.3. Zachowania konsumentów w różnych sferach ich funkcjonowania na rynku produktów konsumpcyjnych 189

Zakończenie 200

Bibliografia 205