

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Kulturowe uwarunkowania zachowań konsumpcyjnych kobiet na współczesnym rynku	11
Agata Małysa-Kaleta	
1.1. Płeć biologiczna i kulturowa jako determinanta zachowań konsumpcyjnych	12
1.2. System wartości i jego znaczenie w kształtowaniu zachowań nabywczych kobiet	19
1.3. Edukacja konsumencka i jej znaczenie w kształtowaniu zachowań współczesnych kobiet	28
1.4. Sytuacja kobiet współczesnych a wyzwania globalizacji	34
Rozdział 2. Sytuacja społeczno-zawodowa i ekonomiczna kobiet w Polsce	43
Urszula Grzega	
2.1. Charakterystyka demograficzna kobiet	44
2.2. Sytuacja społeczno-zawodowa kobiet	55
2.3. Charakterystyka sytuacji ekonomicznej kobiet	70
2.4. Gospodarowanie dobowym budżetem czasu przez kobiety	78
2.5. Sytuacja społeczno-ekonomiczna kobiet na Śląsku	83
Rozdział 3. Kobiety jako segment rynku i ich zachowania konsumpcyjne	89
Ewa Kieźel	
3.1. Zachowania ekonomiczne kobiet i ich determinanty	89
3.2. Wybory rynkowe kobiet i ich determinanty na podstawie wyników badań bezpośrednich	105
Rozdział 4. Zachowania kobiet na rynku usług finansowych	117
Sławomir Smyczek	
4.1. Aspiracje dochodowe kobiet	118
4.2. Gospodarowanie środkami finansowymi przez kobiety	123
4.3. Tworzenie i utrzymywanie zapasów buforowych oraz ubezpieczanie się kobiet	126

4.4. Zaciąganie zobowiązań finansowych przez kobiety	131
4.5. Wartości oczekiwane a uzyskane przez kobiety na rynku usług finansowych	135
4.6. Model zachowań kobiet na rynku usług finansowych	143
4.7. Typologia konsumentek w świetle zachowań finansowych	149

Rozdział 5. Zachowania kobiet na rynku żywności Jolanta Zrałek 155

5.1. Konsumpcja żywności w polskich gospodarstwach domowych	156
5.2. Rola kobiet w procesie podejmowania decyzji o zakupie żywności	162
5.3. Zwyczaje zakupowe kobiet na rynku żywności oraz ich determinanty	169
5.4. Zachowania konsumentek na rynku żywności ekologicznej	178

Rozdział 6. Zachowania kobiet na rynku artykułów wyposażenia wnętrza Aleksandra Burgiel 187

6.1. Wydatki na dobra trwałe polskich gospodarstw domowych	187
6.2. Zachowania nabywcze kobiet na rynku artykułów wyposażenia wnętrza	196
6.3. Rola kobiet w procesach decyzyjnych związanych z zakupem artykułów wyposażenia wnętrza	205
6.4. Czynniki kształtujące decyzje nabywcze kobiet na rynku artykułów wyposażenia wnętrza	216

Rozdział 7. Zachowania kobiet na rynku usług turystycznych Izabela Sowa 223

7.1. Wydatki na usługi turystyczne w polskich gospodarstwach domowych	224
7.2. Rola kobiet w procesie decyzyjnym dotyczącym zakupu usług turystycznych	235
7.3. Zachowania kobiet na rynku usług turystycznych	244
7.4. Determinanty zachowań konsumentek na rynku usług turystycznych	252

Rozdział 8. Zachowania kobiet na rynku dóbr luksusowych Klaudia Plażyk 261

8.1. Istota i specyfika rynku dóbr luksusowych	262
8.2. Skojarzenia związane z luksusem i znajomość marek luksusowych	264
8.3. Postawy i zachowania nabywcze kobiet na rynku dóbr luksusowych	268
8.4. Typologia konsumentek na rynku dóbr luksusowych	280

Zakończenie	287
-------------	-----

Bibliografia	291
--------------	-----

Spis rysunków i tabel	295
-----------------------	-----