

Spis treści

Wstęp	7
--------------------	---

1

Specyfika prosumpcji i jej rynkowa rola	13
--	----

1.1. Geneza i istota prosumpcji.	13
1.2. Cele i funkcje prosumpcji	30
1.3. Determinanty prosumpcji	38
1.4. Typy prosumpcji	43

2

Prosumpcja jako zachowanie rynkowe	54
---	----

2.1. Zachowania rynkowe i ich specyfika	54
2.2. Modele zachowań rynkowych a prosumpcja	61
2.3. Etapy procesu zachowań rynkowych a prosumpcja	64
2.4. Prosument jako aktywny nabywca	71

3

Wymiary zachowań prosumpcyjnych w ujęciu teoretycznym	88
--	----

3.1. Wymiar innowacyjny	88
3.2. Wymiar relacyjny	95
3.3. Wymiar wizerunkowy	105
3.4. Wymiar etnocentryczny	111
3.5. Model koncepcyjny zachowań prosumpcyjnych	118

4

Zakres i specyfika aktywności prosumpcyjnej respondentów

	122
4.1. Metodyka badań pierwotnych	122
4.2. Poziom wiedzy respondentów na temat prosumpcji	128
4.3. Potencjał prosumpcyjny respondentów	135
4.4. Zakres zachowań prosumpcyjnych respondentów	149
4.5. Determinanty zachowań prosumpcyjnych respondentów	169

5

Wymiary zachowań prosumpcyjnych respondentów

5.1. Innowacyjny wymiar zachowań prosumpcyjnych respondentów	188
5.2. Relacyjny wymiar zachowań prosumpcyjnych respondentów	194
5.3. Wizerunkowy wymiar zachowań prosumpcyjnych respondentów	213
5.4. Etnocentryczny wymiar zachowań prosumpcyjnych respondentów	219
5.5. Model empiryczny zachowań prosumpcyjnych	236

Zakończenie	241
--------------------	-----

Bibliografia	248
---------------------	-----

Spis tabel	266
-------------------	-----

Spis rysunków	271
----------------------	-----