

Spis treści

Wstęp.....	9
<i>Ewa Kieźel, Sławomir Smyczek</i>	
1. Unowocześnianie konsumpcji gospodarstw domowych.....	15
<i>Urszula Grzega</i>	
1.1. Wprowadzenie	15
1.2. Konsumpcja nowoczesna w ujęciu teoretycznym	16
1.2.1. Motywy, oblicza oraz skutki modernizacji spożycia	16
1.2.2. Determinanty procesu unowocześniania konsumpcji	19
1.3. Sytuacja dochodowa oraz skłonność do oszczędzania polskich gospodarstw domowych.....	25
1.4. Egzemplifikacja procesu unowocześniania spożycia polskich gospodarstw domowych	28
1.4.1. Zmiana proporcji wydatków konsumpcyjnych.....	29
1.4.2. Spożycie żywności w gospodarstwach domowych	33
1.4.3. Wyposażenie w przedmioty trwałego użytku	38
1.5. Podsumowanie	43
2. Międzynarodowe porównania konsumpcji a nowoczesność jej struktury	47
<i>Agata Małysa-Kaleta</i>	
2.1. Wprowadzenie	47
2.2. Struktura konsumpcji jako podstawa oceny stopnia nowoczesności konsumpcji	48
2.3. Międzynarodowe porównania struktury konsumpcji w krajach Unii Europejskiej a jej nowoczesność.....	54
2.4. Podsumowanie	76
3. Konsumpcjonizm i dekonsumpcja w zachowaniach polskich konsumentów.....	78
<i>Ewa Kieźel</i>	
3.1. Wprowadzenie	78
3.2. Konsumpcjonizm i dekonsumpcja jako nowe zjawiska w zachowaniach konsumentów – pojęcia i charakterystyka zjawisk.....	78
3.3. Przejawy konsumpcjonizmu w zachowaniach polskich konsumentów	83

3.4. Dekonsumpcja w zachowaniach polskich konsumentów – zakres zjawiska, identyfikacja przejawów	90
3.5. Podsumowanie	95
4. Przejawy unowocześniania konsumpcji na rynkach finansowych	97
<i>Ślawomir Smyczek</i>	
4.1. Wprowadzenie	97
4.2. Współczesna konsumpcja na rynkach finansowych	98
4.3. Globalizacja konsumpcji na rynkach finansowych	100
4.4. Wirtualizacja konsumpcji na rynkach finansowych	102
4.5. Domocentryzm konsumencki na rynkach finansowych	106
4.6. Zjawisko prosumpcji na rynkach finansowych	112
4.7. Podsumowanie	115
5. Nowe trendy w zachowaniach młodych konsumentów	119
<i>Izabela Sowa</i>	
5.1. Wprowadzenie	119
5.2. Charakterystyka nowych trendów na rynku młodych konsumentów	120
5.3. Determinanty unowocześniania konsumpcji przez młodzież	125
5.4. Przejawy nowych trendów w zachowaniach młodych konsumentów	127
5.4.1. Zmiany w zachowaniach młodzieży	128
5.4.2. Wykorzystywanie Internetu przez młodzież	130
5.4.3. Konsumpcja kolaboratywna w zachowaniach młodych Polaków	133
5.4.4. Wykorzystywanie zbiorowej inteligencji	136
5.4.5. Postawy prosumenckie wśród młodych nabywców	137
5.4.6. <i>Showrooming</i> wśród młodzieży	140
5.5. Typologia młodych konsumentów	141
5.6. Podsumowanie	149
6. Wspólna konsumpcja jako alternatywny model spożycia i jej przejawy w zachowaniach konsumentów	153
<i>Aleksandra Burgiel</i>	
6.1. Wprowadzenie	153
6.2. Konsumpcja wspólna – geneza, istota i determinanty rozwoju we współczesnym społeczeństwie	154
6.3. Przejawy konsumpcji wspólnej w Polsce (w świetle danych wtórnych)	162
6.4. Charakterystyka wspólnej konsumpcji – wyniki badań pierwotnych	166
6.4.1. Przejawy konsumpcji wspólnej w zachowaniach badanych konsumentów	166
6.4.2. Postawy konsumentów wobec przejawów wspólnej konsumpcji a gotowość do angażowania się w nią	177
6.4.3. Motywy udziału w konsumpcji wspólnej a częstość korzystania z proponowanych przez nią rozwiązań	179
6.4.4. Determinanty adaptacji modelu wspólnej konsumpcji w opinii badanych	183
6.5. Perspektywy i uwarunkowania rozwoju idei konsumpcji wspólnej w Polsce ...	185
6.6. Podsumowanie	188

7. Proekologiczna dekonsumpcja w procesie unowocześniania konsumpcji – zachowania i postawy konsumentów	193
<i>Jolanta Zrałek</i>	
7.1. Wprowadzenie	193
7.2. Ekologiczny wymiar dekonsumpcji i związane z nim zachowania konsumentów	194
7.3. Przejawy proekologicznej dekonsumpcji w zachowaniach konsumentów na tle zjawiska dekonsumpcji.....	198
7.4. Postawy wobec proekologicznej dekonsumpcji i ich wpływ na proekologiczne zachowania badanych konsumentów.....	207
7.5. Podsumowanie	225
Zakończenie	229
Indeks	233