

Spis treści

Wstęp	5
Rozdział 1. Komparatywna analiza zachowań e-konsumentów	
– podstawy teoretyczno-metodologiczne	9
E-konsument jako podmiot badań	10
Zachowania nabywcze e-konsumentów	17
Metodologia międzynarodowych badań zachowań e-konsumentów	26
Rozdział 2. Uwarunkowania zachowań nabywczych e-konsumentów w Europie	41
Demograficzne uwarunkowania zachowań e-konsumentów	42
Kulturowe uwarunkowania zachowań e-konsumentów	45
Uwarunkowania ekonomiczne i prawne zachowań e-konsumentów	54
Technologiczne uwarunkowania zachowań e-konsumentów	67
Rozdział 3. Profil e-konsumentów w wybranych krajach Europy	85
Charakterystyka demograficzno-społeczna badanych e-konsumentów	86
Portret psychograficzny e-konsumentów z wybranych krajów Europy	95
Postawy e-konsumentów wobec zakupów	103
Rozdział 4. Zachowania nabywcze e-konsumentów z wybranych krajów Europy	115
Częstotliwość zakupów i wydatki na zakupy online	117
Sposoby dokonywania zakupów online	128
Determinanty zakupów online	138
Miejsca i warunki zakupów online	147
Podsumowanie	159
Bibliografia	165