

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział I. Starzenie się społeczeństwa – aspekt teoretyczny	13
1.1. Starość a proces starzenia się	13
1.1.1. Niejednorodność pojmowania starości	15
1.1.2. Starość w ujęciu jednostkowym	17
1.1.3. Skala zbiorowa starości	18
1.1.4. Starzenie się – pojęcie i istota procesu	20
1.2. Klasyfikacja osób w starszym wieku	23
1.3. Biologiczny wymiar procesu starzenia się i starości	27
1.4. Psychologiczne aspekty starzenia się	33
1.5. Społeczne aspekty starzenia się	37
1.6. Demograficzne aspekty starzenia się	41
1.7. Globalny proces starzenia się społeczeństwa	47
1.8. Zmiany demograficzne zachodzące w polskim społeczeństwie	56
Rozdział II. Jakość życia a aktywność osób w starszym wieku i pomyślne starzenie się	66
2.1. Jakość życia – ustalenia definicyjne i interdyscyplinarne sposoby jej ujmowania	67
2.2. Kluczowe determinanty jakości życia	73
2.3. Koncepcja salutogenezy i poczucie koherencji	82
2.4. Ageizm a proces starzenia się społeczeństwa	85
2.5. Pomyślne starzenie się	89
2.6. Aktywność jako element jakości życia osób w starszym wieku	93
2.7. Społeczeństwo informacyjne a obszary działania osób w wieku 65+ w sieci	99

2.8.	Uniwersytet Trzeciego Wieku jako przykład aktywności osób w starszym wieku	104
2.9.	Wspólnoty parafialne a aktywność osób w starszym wieku	110
Rozdział III. Dochody i wydatki konsumentów w wieku 65+		113
3.1.	Implikacje starzenia się społeczeństwa dla gospodarki	113
3.2.	Starzejące się społeczeństwa i srebrna gospodarka	114
3.3.	Rozporządzalne dochody jako główny czynnik determinujący potrzeby i zachowania konsumentów	120
3.4.	Materialny wymiar życia osób w starszym wieku w Polsce	121
3.4.1.	Sytuacja dochodowa gospodarstw domowych emerytów	124
3.4.2.	Poziom wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych emerytów	127
3.4.3.	Oszczędności osób w starszym wieku w Polsce	130
3.4.4.	Zadłużenie osób w wieku 65+ w Polsce	134
3.5.	Ocena sytuacji materialnej gospodarstw domowych osób w starszym wieku	138
3.6.	Struktura rzeczowa wydatków konsumpcyjnych osób w starszym wieku	141
3.7.	Tendencje rozwojowe konsumpcji osób w wieku 65+	146
3.7.1.	Zmiany w spożyciu żywności	146
3.7.2.	Zmiany wyposażenia osób w starszym wieku w dobra trwałego użytku	149
Rozdział IV. Metodyczne aspekty badania konsumpcji i zachowań konsumentów w wieku 65+		156
4.1.	Stan badań nad konsumpcją i zachowaniami konsumentów w wieku 65+	156
4.2.	Metodyczne podstawy uchwycenia konsumpcji i zachowań konsumentów w starszym wieku	159
4.3.	Cel badań i kluczowe hipotezy badawcze	161
4.4.	Metodyka przeprowadzonych badań bezpośrednich	163
4.5.	Dobór próby badawczej i jej charakterystyka	166
Rozdział V. Jakość życia, dochody i struktura wydatków osób w wieku 65+ w świetle wyników badań własnych		169
5.1.	Jakość życia osób w wieku starszym – wymiar subiektywny	169

5.1.1.	Ocena dotychczasowego życia w opinii osób w wieku 65+ ...	169
5.1.2.	Zadowolenie seniorów z poszczególnych dziedzin i aspektów życia	173
5.1.3.	Poczucie koherencji wśród osób w starszym wieku	175
5.2.	Poziom dochodów badanych seniorów	177
5.3.	Subiektywna ocena sytuacji materialnej badanych osób w starszym wieku	179
5.4.	Zachowania oszczędnościowe badanych seniorów	181
5.5.	Zadłużanie się badanych osób w wieku 65+	187
5.6.	Sposoby gospodarowania środkami pieniężnymi	190
5.7.	Struktura wydatków gospodarstw domowych seniorów	192
5.8.	Poziom zaspokojenia potrzeb konsumpcyjnych osób w wieku 65+ ..	195
5.9.	Warunki mieszkaniowe i wyposażenie gospodarstw domowych seniorów w dobra trwałego użytku	199
5.9.1.	Sytuacja mieszkaniowa gospodarstw domowych osób w wieku 65+ – wprowadzenie	200
5.9.2.	Warunki mieszkaniowe seniorów	201
5.9.3.	Zadowolenie z miejsca zamieszkania i warunków mieszkaniowych	205
5.10.	Wyposażenie gospodarstw domowych seniorów w wybrane dobra trwałego użytku	208
5.10.1.	Zmechanizowany sprzęt gospodarczy	210
5.10.2.	Sprzęt informacyjno-rozrywkowy i mobilny	212
5.10.3.	Poziom zaspokojenia potrzeb osób w wieku 65+ w dobra trwałego użytku	216
5.11.	Spożycie wybranych produktów żywnościowych	217
Rozdział VI. Zachowania konsumenckie osób w wieku 65+ w świetle wyników badań własnych		221
6.1.	Zachowania konsumenckie – aspekt teoretyczny	221
6.2.	Zachowania konsumenckie osób w wieku 65+ w kontekście wyników badań	222
6.3.	Wybrane alternatywne trendy konsumenckie a zachowania konsumenckie osób w wieku 65 lat i więcej	229
6.3.1.	Pojęcie trendu i alternatywnych trendów konsumenckich	229

6.3.2.	Wirtualizacja konsumpcji jako wyznacznik zachowań konsumenckich osób w wieku 65+	230
6.3.3.	Domocentryzm a zachowania konsumenckie badanych seniorów	238
6.3.4.	Sprytne zakupy a zachowania konsumenckie osób w starszym wieku	242
6.3.5.	Świadoma konsumpcja a zachowania konsumenckie badanych seniorów	246
6.3.6.	Konsumpcja współpracująca a zachowania nabywcze osób w wieku 65+	249
6.3.7.	Etnocentryzm konsumencki a zachowania konsumenckie osób w starszym wieku	254
6.4.	Miejsce robienia zakupów przez osoby w starszym wieku a strategie marketingowe handlowców	257
6.5.	Istota i kryteria typologii konsumentów	262
6.6.	Segmentacja osób w starszym wieku w świetle wyników badań własnych	268
Zakończenie		273
Bibliografia		281
Spis tablic		305