

Spis treści

WSTĘP	5
ROZDZIAŁ I. Globalizacja a konsumpcja	17
1.1. Cywilizacja zachodnia jako czynnik sprawczy globalizacji	17
1.2. Geneza globalizacji	26
1.3. Globalizacja – pojęcie i wymiary	36
1.4. Globalizacja społeczna a globalizacja konsumpcji	50
ROZDZIAŁ II. Istota i uwarunkowania rynkowych zachowań konsumentów	61
2.1. Rynkowe zachowania konsumentów – geneza i ewolucja pojęcia	61
2.2. Determinanty rynkowych zachowań konsumentów	85
2.3. Modele zachowań konsumentów na rynku	91
2.4. Rynkowe zachowania konsumentów w dobie globalizacji konsumpcji	103
ROZDZIAŁ III. Stopień globalizacji w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej, USA i Kanady	115
3.1. Miejsce Polski w rankingach globalizacji	115
3.2. Stopień globalizacji społecznej w Polsce na tle krajów Unii Europejskiej, USA i Kanady	126
3.3. Stopień globalizacji konsumpcji w Polsce	143
ROZDZIAŁ IV. Zachowania polskich konsumentów na rynku w obliczu globalizacji konsumpcji – wyniki badań empirycznych	162
4.1. Metodologia badań	163
4.2. Charakterystyka próby badawczej	167
4.3. Wyniki badań empirycznych	180
4.3.1. Struktura wydatków polskich gospodarstw domowych jako aspekt ilościowy rynkowych zachowań konsumentów w dobie globalizacji konsumpcji	180

4.3.2. Wybrane zwyczaje rynkowe polskich konsumentów jako aspekt jakościowy rynkowych zachowań konsumentów w dobie globalizacji konsumpcji	186
4.3.3. Polacy wobec zjawiska globalizacji konsumpcji – znajomość pojęcia, postawy, opinie	221

ROZDZIAŁ V. Statystyczna analiza rynkowych zachowań polskich konsumentów w dobie globalizacji konsumpcji	237
5.1. Badanie zależności między postawami Polaków wobec globalizacji konsumpcji i dochodami a wybranymi opiniami i rynkowymi zachowaniami – podstawy metodologiczne	237
5.2. Znajomość pojęcia „globalizacja konsumpcji” wśród Polaków a zachowania rynkowe i opinie polskich konsumentów	241
5.3. Dochody Polaków a wybrane opinie i zachowania rynkowe w dobie globalizacji konsumpcji	247
5.4. Postawy Polaków wobec globalizacji konsumpcji a wybrane opinie i zachowania rynkowe	254

ROZDZIAŁ VI. Indeks postaw wobec globalizacji konsumpcji i model rynkowych zachowań polskich konsumentów w dobie globalizacji konsumpcji	264
6.1. Czynniki warunkujące przyjęcie określonej postawy wobec globalizacji konsumpcji – statystyczna analiza istotności	265
6.2. Indeks postaw polskich konsumentów wobec globalizacji konsumpcji	272
6.3. Model rynkowych zachowań polskich konsumentów w dobie globalizacji konsumpcji	279

ZAKOŃCZENIE	300
ANEKS 1	313
ANEKS 2	345
ANEKS 3	397
SPIS TABEL, RYSUNKÓW, WYKRESÓW	407
BIBLIOGRAFIA	421
SUMMARY	440