

Spis treści

Wprowadzenie	9
Rozdział 1. Racjonalność konsumpcji i zachowań konsumentów w świetle teorii	13
1.1. Zachowania konsumentów i ich racjonalność	13
1.1.1. Zachowania konsumentów — istota, zakres, determinanty	13
1.1.2. Racjonalność zachowań konsumentów — istota i cechy racjonalnego działania	19
1.1.3. Kryteria i mierniki racjonalności zachowań konsumentów	23
1.2. Racjonalność konsumpcji gospodarstw domowych — istota, kryteria i mierniki	28
1.2.1. Konsumpcja racjonalna — pojęcie, istota	29
1.2.2. Kryteria racjonalności konsumpcji	31
1.2.3. Mierniki spożycia	33
1.3. Proces integracji Polski z Unią Europejską a racjonalność konsumpcji i zachowań polskich konsumentów	35
1.4. Gospodarowanie dochodami w gospodarstwach domowych w aspekcie racjonalności zachowań konsumentów	41
1.5. Zachowania dzieci i młodzieży jako konsumentów — istota, determinanty, racjonalność	46
1.5.1. Determinanty zachowań dzieci i młodzieży jako konsumentów	46
1.5.2. Racjonalność decyzji dzieci i rodziny	51
1.6. Oddziaływania interpersonalne jako determinanta zachowań konsumentów i czynnik kształtujący ich racjonalność	52
1.6.1. Typy oddziaływań interpersonalnych determinujące zachowania konsumentów	53
1.6.2. Źródła oddziaływań interpersonalnych	54
1.6.3. Oddziaływania interpersonalne o zróżnicowanym charakterze a kształtowanie się racjonalności decyzji konsumentów	55
1.7. Wizerunek przedsiębiorstwa i jego znaczenie w wyborach rynkowych konsumentów w aspekcie racjonalności	59

Rozdział 2. Uwarunkowania konsumpcji polskich gospodarstw domowych w latach 1990–2002	66
2.1. Makrouwarunkowania i czynniki konsumpcji gospodarstw domowych	66
2.1.1. Tempo rozwoju gospodarczego kraju mierzone wielkością i dynamiką PKB	67
2.1.2. Zmiany na rynku pracy w okresie transformacji	68
2.1.3. Inflacja w latach 1989–2002	69
2.1.4. Zmiany podaży i ich wpływ na poziom spożycia	69
2.1.5. Dochód jako czynnik wpływający na poziom konsumpcji gospodarstw domowych	70
2.2. Zmiany konsumpcji gospodarstw domowych w latach 1990–2002	73
2.2.1. Poziom i struktura wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych w latach 1990–2002	74
2.2.2. Zmiany spożycia żywności w gospodarstwach domowych w latach 1990–2002	78
2.2.3. Wyposażenie gospodarstw domowych w dobra trwałego użytku w latach 1990–2002	82
2.2.4. Zmiany konsumpcji usług w okresie transformacji	84
Rozdział 3. Problemy koncepcyjno-metodyczne badania racjonalności konsumpcji i zachowań konsumentów	87
3.1. Metodyka badania zachowań konsumentów i konsumpcji gospodarstw domowych	87
3.1.1. Źródła wiedzy o zachowaniach konsumentów i ich racjonalności; metody analizy zachowań konsumentów	87
3.1.2. Źródła wiedzy o konsumpcji gospodarstw domowych	91
3.2. Organizacja badań bezpośrednich racjonalności konsumpcji i zachowań konsumentów; charakterystyka badanej populacji	93
3.3. Indywidualne badania bezpośrednie (ilościowe i jakościowe) oraz badania pośrednie racjonalności konsumpcji i zachowań konsumentów	98
3.3.1. Badania racjonalności zachowań konsumentów	98
3.3.2. Organizacja badań racjonalności konsumpcji gospodarstw domowych	99
3.3.3. Metodyka i organizacja badań wpływu procesu integracji Polski z Unią Europejską na racjonalność konsumpcji i zachowań polskich konsumentów	100
3.3.4. Metodyka i organizacja badań racjonalności gospodarowania dochodami pieniężnymi przez gospodarstwa domowe	102
3.3.5. Metodyka badań racjonalności zachowań dzieci i młodzieży jako konsumentów	104
3.3.6. Metodyka badań oddziaływań interpersonalnych na racjonalność zachowań konsumentów	107
3.3.7. Znaczenie wizerunku/reputacji przedsiębiorstwa w rynkowych wyborach konsumentów (charakterystyka próby i narzędzia badawczego)	110

Rozdział 4. Ocena racjonalności konsumpcji i zachowań konsumentów — wyniki badań bezpośrednich	114
4.1. Racjonalność zachowań konsumentów	114
4.1.1. Zachowania konsumentów na rynku (z uwzględnieniem faz procesu podejmowania decyzji)	114
4.1.2. Czynniki różnicujące racjonalność zachowań konsumentów; próba typologii zachowań	120
4.1.3. Ocena racjonalności zachowań konsumentów	123
4.2. Racjonalność wydatków i konsumpcji gospodarstw domowych	125
4.2.1. Ocena racjonalności konsumpcji gospodarstw domowych na podstawie kryterium ekonomicznego	126
4.2.2. Ocena racjonalności konsumpcji gospodarstw domowych na podstawie kryterium biologicznego	129
4.2.3. Ocena racjonalności konsumpcji gospodarstw domowych na podstawie kryterium społecznego	132
4.3. Proces integracji Polski z Unią Europejską a racjonalność konsumpcji i zachowań polskich konsumentów	136
4.4. Racjonalność gospodarowania dochodami pieniężnymi przez gospodarstwa domowe	151
4.5. Ocena racjonalności zachowań gospodarstw domowych z dziećmi	161
4.6. Racjonalność zachowań dzieci i młodzieży jako konsumentów	168
4.7. Racjonalność zachowań konsumentów jako rezultat oddziaływań interpersonalnych	175
4.7.1. Uwagi wstępne	175
4.7.2. Wpływ oddziaływania normatywnego i zjawiska naśladownictwa na racjonalność zachowań konsumentów	178
4.7.3. Wpływ oddziaływania informacyjnego na racjonalność zachowań konsumentów	184
4.8. Wizerunek/reputacja przedsiębiorstwa jako determinanta racjonalności zachowań konsumentów	189
Zakończenie	201
Bibliografia	207
Załącznik	213