

# **Konsumpcja a rozwój społeczno-gospodarczy regionów w Polsce**

Redakcja naukowa Alicja Kusińska

Konsumpcja jest procesem zaspokajania potrzeb, ale stanowi również czynnik stymulujący społeczno-ekonomiczny rozwój kraju (świadczą o tym przykłady krajów wysoko rozwiniętych gospodarczo). Rozwój ten powinien być równomierny we wszystkich regionach, dlatego ważna jest znajomość przestrzennych różnicowań konsumpcji, aby prowadzić odpowiednią politykę społeczno-gospodarczą na szczeblach centralnym i samorządów terytorialnych. W książce autorzy omawiają: ewolucję poglądów na konsumpcję i jej miejsce w rozwoju społeczno-gospodarczym kraju, uwarunkowania ekonomiczne i demograficzne konsumpcji w wybranych regionach Polski, zmiany zachodzące w poziomie i strukturze konsumpcji gospodarstw domowych w regionach, pozaekonomiczne uwarunkowania konsumpcji (zwłaszcza systemy uznawanych wartości oraz aspiracje i poglądy na najważniejsze wyróżniki sukcesu życiowego), zachowania rynkowe konsumentów w badanych regionach oraz trendy rozwojowe konsumpcji i zachowań polskich konsumentów. Ważną podstawę źródłową stanowią przeprowadzone badania gospodarstw domowych.

Kierownik naukowy opracowania, [prof. dr hab. Alicja Kusińska](#), od lat zajmuje się problematyką konsumpcji i napisała wiele publikacji z tego zakresu; jest prekursorką prowadzonych w Polsce badań nad segmentacją rynku i typologią konsumentów. Współautorami książki są pracownicy naukowcy Zakładu Konsumpcji Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, doświadczeni badacze różnych aspektów funkcjonowania rynku, zachowań konsumentów i konsumpcji w skali makro- i mikroekonomicznej oraz jej znaczenia dla rozwoju społeczno-ekonomicznego kraju.

Książka jest przeznaczona dla studentów i pracowników naukowych kierunków ekonomicznych uczelni różnych typów, ale zainteresuje także specjalistów zajmujących się konsumpcją i marketingiem, działaczy sfery społeczno-gospodarczej i menedżerów.


## **SPIS TREŚCI**

### **Wprowadzenie**

#### **1. Konsumpcja we współczesnej gospodarce, Anna Olejniczuk-Merta (IBRKK)**

##### **1.1. Rozwój gospodarczy a konsumpcja**

- 1.2. Funkcje konsumpcji
- 1.3. Konsumpcja jako inwestycja w kapitał ludzki i rozwój gospodarczy
- 1.4. Urynkowienie gospodarki a konsumpcja

## **2. Ekonomiczne i demograficzne uwarunkowania konsumpcji w regionach, Krystyna Kuśmierczyk (IBRKK), Dorota Szepieniec-Puchalska (IBRKK)**

- 2.1. Uwagi wstępne
- 2.2. Charakterystyka demograficzna regionów
- 2.3. Społeczno-gospodarcze uwarunkowania konsumpcji
  - 2.3.1. Regionalne zróżnicowanie potencjału gospodarczego
  - 2.3.2. Uwarunkowania związane z kapitałem ludzkim i rynkiem pracy
- 2.4. Dochody gospodarstw domowych jako czynnik warunkujący konsumpcję
  - 2.4.1. Dochody do dyspozycji brutto w sektorze gospodarstw domowych
  - 2.4.2. Dochód rozporządzalny gospodarstw domowych (w skali mikroekonomicznej)
  - 2.4.3. Oszczędności i kredyty jako źródła finansowania konsumpcji
  - 2.4.4. Subiektywna ocena sytuacji finansowej przez gospodarstwa domowe

## **3. Poziom i struktura konsumpcji gospodarstw domowych w regionach, Lucyna Piskiewicz (IBRKK)**

- 3.1. Wydatki gospodarstw domowych
- 3.2. Struktura wydatków gospodarstw domowych
- 3.3. Regiony o podobnej strukturze wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych
- 3.4. Zmiany zachodzące w strukturze wydatków konsumpcyjnych gospodarstw domowych
- 3.5. Wyposażenie gospodarstw domowych w dobra trwałego użytku
  - 3.5.1. Posiadane przez gospodarstwa domowe dobra trwałego użytku
  - 3.5.2. Zmiany wyposażenia gospodarstw domowych w dobra trwałego użytku
- 3.6. Poziom zaspokojenia potrzeb konsumpcyjnych w gospodarstwach domowych

## **4. Pozaekonomiczne uwarunkowania konsumpcji w regionach, [Alicja Kusińska \(WSEiZ\)](#)**

- 4.1. Uznawane wartości i aspiracje jako czynnik rozwoju konsumpcji i gospodarki
- 4.2. Subiektywne oceny możliwości realizacji celów i aspiracji konsumentów w miejscu zamieszkania
- 4.3. Typy konsumentów a uznawane wartości i aspiracje oraz ocena zewnętrznych uwarunkowań aktywności społeczno-gospodarczej

## **5. Zachowania rynkowe konsumentów w regionach, Jadwiga Odorzyńska-Kondek (IBRKK),**

### **Anna Szymańska (IBRKK)**

- 5.1. Zróżnicowanie zachowań konsumpcyjnych badanej populacji ,
- 5.2. Zróżnicowanie zachowań konsumpcyjnych w wybranych grupach województw
- 5.3. Reakcje konsumentów na nowe produkty na rynku
  - 5.3.1. Stosunek konsumentów do nowych produktów na rynku

- 5.3.2. Zróżnicowanie reakcji konsumentów na nowe produkty na rynku w wybranych grupach województw
- 5.4. Sposoby dokonywania zakupów
  - 5.4.1. Sposoby dokonywania zakupów artykułów codziennego użytku
  - 5.4.2. Sposoby płatności za zakupione towary
- 5.5. Miejsca dokonywania zakupów
  - 5.5.1. Preferowane formy handlu detalicznego
  - 5.5.2. Zakupy przez Internet
- 5.6. Reakcje konsumentów na środki promocji sprzedaży stosowane przez sklepy

## **6. Trendy konsumpcji i zachowań polskich konsumentów, Anna Dąbrowska (IBRKK)**

- 6.1. Zmiany trendów konsumpcji i zachowań konsumentów
- 6.2. Proces serwicyzacji konsumpcji
- 6.3. Zachowania konsumentów w różnych sferach ich funkcjonowania na rynku produktów konsumpcyjnych

**Zakończenie**

**Bibliografia**