

SPIS TREŚCI

Zdeněk Mikoláš, Vendula Fialová The dilemmas of the power of market economy.....	9
Sławomir Smyczek Wiedza finansowa konsumentów w krajach Europy Środkowo-Wschodniej.....	24
Aleksandra Burgiel Społecznie zdeterminowana konsumpcja jako przedmiot badań w ekonomii	36
Urszula Grzega Istota i determinanty innowacji społecznych w konsumpcji.....	52
Jolanta Zralek Ekonomia ekologiczna: rewizja teorii ekonomii w świetle koncepcji zrównoważonego rozwoju gospodarczego.....	68
Jadwiga Barbeka Wirtualna i rozszerzona rzeczywistość a zachowania konsumentów	84
Agata Niemczyk Seniorzy wobec nowych technologii	102
Agnieszka Chęć The middle eastern market of cosmetics and toiletries: characteristics underlying demand and potential for growth.....	114
Izabela Sowa Wykorzystanie koncepcji stylu życia w typologii młodych konsumentów	134
Agnieszka Hat Typologia postaw etnocentrycznych na rynku usług ubezpieczeniowych – implikacje dla strategii marketingowej.....	152
Krzysztof Barbeka Działania polskich operatorów wodno-kanalizacyjnych wobec zmian zachowań gospodarstw domowych w zakresie zużycia wody.....	168
Dariusz Tkaczewski „Narastanie miasta” na przykładzie Pragi. Fenomen i dynamizm czeskiej stolicy w XIX i pierwszej połowie XX w.	183

Mariusz Malinowski

Możliwości finansowe samorządu terytorialnego a poziom życia
mieszkańców Polski Wschodniej – wykorzystanie analizy kanonicznej 203

SUMMARIES

Zdeněk Mikoláš, Vendula Fialová

The dilemmas of the power of market economy 9

Sławomir Smyczek

Financial literacy of consumers in the Central and Eastern Europe
countries 35

Aleksandra Burgiel

Socially determined consumption as a research subject in economics 51

Urszula Grzega

Importance and determinants of social innovations in consumption 67

Jolanta Zralek

Ecological economics: a revision of economic theory in light
of sustainable development 83

Jadwiga Berbeka

Virtual and augmented reality and consumer behaviour 101

Agata Niemczyk

Seniors towards new technologies 113

Agnieszka Chęś

The middle eastern market of cosmetics and toiletries: characteristics
underlying demand and potential for growth 114

Izabela Sowa

Use of the lifestyle concept in the typology of young consumers 150

Agnieszka Hat

Typology of ethnocentric attitudes in Polish insurance market
– implications for marketing strategy 167

Krzysztof Berbeka

Water providers facing with changes of consumption patterns in Poland 182

Dariusz Tkaczewski

„Accretion of the city” on the basis of Prague. The phenomenon
and dynamism of the Czech capital city in the 19th
and the first half of the 20th century 201

Mariusz Malinowski

The financial possibilities of local governments and living standards
of people in Eastern Poland – with the use of canonical analysis..... 219