

# SPIS TREŚCI

<b>WPROWADZENIE</b>	7
---------------------	---

## **ROZDZIAŁ I**

### **RYNKOWE ZACHOWANIA KONSUMENTÓW – ISTOTA, ZAKRES, DETERMINANTY**

1. Zachowania konsumpcyjne jako przedmiot badań w naukach ekonomiczno-społecznych	11
2. Potrzeby i motywy zachowań nabywczych	18
3. Proces decyzyjny i jego elementy	29
4. Ekonomiczne determinanty aktywności nabywczej konsumentów	37
5. Społeczno-demograficzne wyznaczniki decyzji zakupowych	47
6. Psychologiczne uwarunkowania zachowań konsumpcyjnych	54

## **ROZDZIAŁ II**

### **METODYKA BADAŃ ZACHOWAŃ KONSUMENTÓW**

1. Konsument w wieku starszym jako podmiot badań	65
2. Podstawowe problemy metodologiczne badania zachowań konsumpcyjnych ludzi starszych	73
3. Wybrane metody i techniki zbierania danych o zachowaniach konsumpcyjnych	83
4. Organizacja badań własnych i charakterystyka próby badawczej	92

### **ROZDZIAŁ III**

#### **CHARAKTERYSTYKA DETERMINANT**

#### **I DECYZJI NABYWczyCH STARSZYCH KONSUMENTÓW**

1. Czynniki ekonomiczne i ich wpływ na zachowania starszych konsumentów	104
2. Determinanty społeczne i ocena jakości życia badanych seniorów	117
3. Wpływ komunikacji marketingowej na decyzje rynkowe starszych konsumentów	127
4. Proces podejmowania decyzji zakupu przez starszych konsumentów	135

### **ROZDZIAŁ IV**

#### **WYBRANE ASPEKTY ZACHOWAŃ KONSUMPCYJNYCH**

#### **LUDZI W WIEKU STARSZYM**

1. Zwyczaje i preferencje zakupowe starszych konsumentów	148
2. Świadomość praw konsumenckich i umiejętność ich egzekwowania przez ludzi starszych	161
3. Psychologiczny profil konsumentów w wieku starszym	169

<b>PODSUMOWANIE</b>	181
---------------------	-----

<b>ZAŁĄCZNIK</b>	187
------------------	-----

<b>BIBLIOGRAFIA</b>	189
---------------------	-----

<b>SPIS RYSUNKÓW</b>	197
----------------------	-----

<b>SPIS TABEL</b>	200
-------------------	-----