

SPIS TREŚCI

WSTĘP	7
Rozdział 1. CZAS WOLNY - ISTOTA, POWIĄZANIA Z KONSUMPCJĄ I ASPEKTY RYNKOWE	19
1.1. Pojęcie czasu.....	19
1.2. Czas wolny w strukturze budżetu czasu człowieka.....	25
1.3. Istota czasu wolnego.....	33
1.4. Funkcje i znaczenie czasu wolnego.....	37
1.5. Związki czasu wolnego z konsumpcją.....	44
1.6. Rynkowe ujęcie czasu wolnego.....	56
Rozdział 2. ISTOTA I UWARUNKOWANIA ZACHOWAŃ KONSUMENTÓW W CZASIE WOLNYM	65
2.1. Pojęcie zachowań konsumenta.....	65
2.2. Uwarunkowania zachowań konsumentów w czasie wolnym.....	69
2.2.1. Uwarunkowania wewnętrzne.....	75
2.2.2. Uwarunkowania demograficzne i społeczno-kulturowe.....	85
2.2.3. Uwarunkowania ekonomiczne.....	92
2.3. Proces podejmowania decyzji przez konsumenta.....	99
Rozdział 3. PODSTAWY ŹRÓDŁOWE I METODOLOGICZNE BADAŃ ZACHOWAŃ KONSUMENTÓW W CZASIE WOLNYM	107
3.1. Cel i zakres badań zachowań konsumentów w czasie wolnym.....	107
3.2. Proces badań i źródła informacji o zachowaniach konsumentów w czasie wolnym.....	111
3.3. Możliwości wykorzystania w badaniach zachowań konsumentów w czasie wolnym miar czasu, mierników konsumpcji i skal do pomiaru postaw konsumentów.....	126
Rozdział 4. PRZEMIANY SPOŁECZNO-EKONOMICZNE W POLSCE Z PUNKTU WIDZENIA ICH WPŁYWU NA ZACHOWANIA POLAKÓW W CZASIE WOLNYM	135
4.1. Rynkowa infrastruktura czasu wolnego.....	135

4.2. Wydatki budżetu państwa i jednostek samorządu terytorialnego na czas wolny jako element polityki czasu wolnego.....	141
4.3. Wydatki gospodarstw domowych na czas wolny oraz wyposażenie w czasochłonne i czasoszczędne dobra trwałego użytku.....	149
4.4. Przemiany w sferze pracy a czas wolny.....	169
4.5. Przemiany demograficzne i społeczno-kulturowe.....	177
4.6. Czas wolny Polaków w świetle badań GUS i sondaży.....	188
4.6.1. Zasoby czasu wolnego Polaków.....	188
4.6.2. Sposoby spędzania czasu wolnego.....	195
Rozdział 5. WZORCE WYKORZYSTANIA CZASU WOLNEGO, ICH ZRÓŻNICOWANIE I UWARUNKOWANIA NA PRZYKŁADZIE KONSUMENTÓW KLASY ŚREDNIEJ REGIONU ZACHODNIOPOMORSKIEGO.....	209
5.1. Charakterystyka badanej zbiorowości i metodologii badań.....	209
5.2. Czas wolny a inne zajęcia w budżecie czasu konsumentów klasy średniej.....	217
5.3. Sposoby wykorzystania czasu wolnego przez konsumentów klasy średniej i ich uwarunkowania.....	223
5.4. Częstotliwość korzystania z wybranych usług oraz wyposażenie gospodarstw domowych konsumentów klasy średniej w czasoszczędne i czasochłonne dobra trwałego użytku.....	236
5.5. Ocena stopnia zaspokojenia i ważności potrzeb związanych z czasem wolnym.....	240
5.6. Czas wolny a styl życia konsumentów.....	253
PODSUMOWANIE.....	263
Załącznik 1. WZÓR FORMULARZA ANKIETY WYKORZYSTANEJ W BADANIACH.....	275
Załącznik 2. ANEKS STATYSTYCZNY.....	287
BIBLIOGRAFIA.....	305
Summary.....	321
SPIS TABEL, RYSUNKÓW I WYKRESÓW.....	323