

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Terminologiczne i typologiczne problemy sfery konsumpcji	11
1.1. Pojęcie konsumpcji oraz sfery konsumpcji	11
1.2. Potrzeby konsumpcyjne – istota i rodzaje	17
1.3. Klasyfikacja konsumpcji	22
1.4. Problem ekonomicznej efektywności konsumpcji	32
1.5. Dylematy racjonalizacji konsumpcji	36
1.6. Inne kategorie sfery konsumpcji	38
Rozdział 2. Gospodarstwo domowe jako główny podmiot sfery konsumpcji	43
2.1. Istota i funkcje gospodarstw domowych	43
2.2. Zasady i organizacja funkcjonowania gospodarstwa domowego	52
2.3. Gospodarstwo domowe w systemie gospodarki narodowej	55
Rozdział 3. Przesłanki i uwarunkowania konsumpcji	60
3.1. Konsumpcja w procesie reprodukcji społecznej	60
3.2. Ujęcie mikro – uwarunkowania konsumpcji gospodarstwa domowego	61
3.3. Ujęcie makro – uwarunkowania konsumpcji społeczeństwa	91
Rozdział 4. Funkcje konsumpcji oraz prawidłowości jej rozwoju	108
4.1. Funkcje konsumpcji	108
4.2. Prawidłowości rozwoju konsumpcji	115
Rozdział 5. Konsumpcja w teorii ekonomii – ujęcie historyczne	137
5.1. Geneza i przesłanki zainteresowań ekonomii problematyką konsumpcji	137
5.2. Konsumpcja w ekonomii klasycznej	138
5.3. Marksowskie ujęcie konsumpcji	153
5.4. Konsumpcja w świetle teorii użyteczności i analizy marginalnej	155
5.5. Kooperatyzm i ekonomia społeczna Ch. Gide’a	165
5.6. Ekonomia dobrobytu	168
5.7. Początki empirycznych badań konsumpcji	174
5.8. Konsumpcja w teorii J.M. Keynesa	176

5.9. Konsumpcja w ekonomii powojennej	179
5.10. Od prymatu produkcji do prymatu konsumpcji – narodziny masowej konsumpcji	189
Rozdział 6. Konsumpcja w XXI wieku – nowe zjawiska i wyzwania	194
6.1. Nowa konsumpcja – geneza i istota	194
6.2. Ekologizacja oraz etyczne aspekty konsumpcji	195
6.3. Serwicyzacja i dematerializacja konsumpcji	198
6.4. Prywatyzacja i domocentryzacja konsumpcji	202
6.5. Homogenizacja i globalizacja konsumpcji	206
6.6. Heterogenizacja i globalizacja konsumpcji	210
6.7. Konsumpcjonizm a dekonsumpcja	213
6.8. Prosumpcja i konswestycja	220
6.9. Mediatyzacja i wirtualizacja konsumpcji	223
6.10. Polityzacja i nacjonalizacja konsumpcji	226
6.11. Gadżetyzacja oraz marketyzacja konsumpcji	232
Rozdział 7. Konsumpcja społeczeństwa polskiego na tle przemian gospodarczych i społecznych po 1989 roku	239
7.1. Gospodarka polska po 1989 roku	239
7.2. Konsumpcja a oszczędzanie	241
7.3. Industrializacja oraz serwicyzacja konsumpcji	250
7.4. Konsumpcja prywatna a konsumpcja publiczna	252
7.5. Przestrzenne zróżnicowanie warunków bytu ludności	256
7.6. Ekonomiczno-społeczny rozkład dochodów i konsumpcji	262
7.7. Tendencje rozwojowe konsumpcji	272
Podsumowanie	285
Bibliografia	287
Indeks	291