

Spis treści

WPROWADZENIE	7
ROZDZIAŁ 1. KONSUMENT A WSPÓŁCZESNE WYZWANIA CYWILIZACYJNE	15
1.1. Globalna konsumpcja jako megatrend współczesnej konsumpcji	15
1.2. Wirtualizacja konsumpcji	27
1.3. Ekologizacja jako przejaw dbałości o środowisko naturalne	39
ROZDZIAŁ 2. KOMPETENCJE I ICH ZNACZENIE DLA KSZTAŁTOWANIA ZACHOWAŃ I POSTAW KONSUMENTÓW	53
2.1. Kompetencje konsumentów	53
2.2. Kompetencje a zachowania konsumentów	63
2.3. Znaczenie kompetencji w kształtowaniu postaw konsumentów	73
ROZDZIAŁ 3. ZRÓWNOWAŻONA KONSUMPCJA A KOMPETENCJE KONSUMENTÓW	81
3.1. Zrównoważona konsumpcja jako przedmiot badań	81
3.2. Problemy rozwoju idei zrównoważonej konsumpcji	96
3.3. Postawy konsumentów wobec zrównoważonej konsumpcji	102
ROZDZIAŁ 4. INNOWACYJNE ZACHOWANIA W KONTEKŚCIE KOMPETENCJI KONSUMENTÓW	115
4.1. Innowacyjne zachowania jako obszar badań współczesnej konsumpcji	115
4.2. Cechy innowacyjnych konsumentów	124
4.3. Wybór nowych produktów przez konsumentów	126

4.4. Wzory konsumpcji związane z nabywaniem i użytkowaniem nowych produktów	133
4.5. Innowacje na rynku żywności i związane z tym wybrane aspekty zachowań konsumentów	136
4.6. Bankowość mobilna jako forma innowacyjnego zachowania konsumentów	146
ROZDZIAŁ 5. WIEDZA KONSUMENTÓW A OCHRONA ICH PRAW	148
5.1. Prawo do informacji a kompetencje konsumentów	148
5.2. Prawo do reklamacji a wiedza konsumentów	155
5.3. Instytucje i organizacje konsumenckie a świadomość konsumentów	162
ROZDZIAŁ 6. SEGMENTACJA KONSUMENTÓW WEDŁUG KOMPETENCJI	174
ZAKOŃCZENIE	185
BIBLIOGRAFIA	191