

Wstęp	7
Rozdział I	13
Zachowania konsumentów na rynku	13
1.1. Konsument i jego zachowania rynkowe.....	13
1.2. Decyzje i procesy decyzyjne konsumenta na rynku.....	22
1.3. Zachowania rynkowe konsumentów a normy etyczne.....	37
Rozdział II	43
Zachowania rynkowe konsumentów a patologie	43
2.1. Patologie w zachowaniach konsumentów – ujęcie normatywne.....	43
2.2. Rodzaje patologii w zachowaniach konsumentów i ich charakterystyka.....	55
2.3. Uwarunkowania i czynniki kształtujące rozwój patologii w zachowaniach rynkowych konsumentów.....	66
Rozdział III	85
Metodyczne aspekty badania patologii w zachowaniach konsumentów na rynku	85
3.1. Źródła informacji o patologiach w zachowaniach konsumentów na rynku.....	85
3.2. Metody badań jakościowych patologii w zachowaniach konsumentów ..	92
3.3. Metody badań ilościowych patologii w zachowaniach konsumentów	98
3.4. Organizacja i metodyka badań zachowań patologicznych konsumentów na polskim rynku.....	104
Rozdział IV	113
Zachowania patologiczne konsumentów na polskim rynku	113
4.1. Zachowania patologiczne konsumentów – ujęcie powszechne i rynkowe.....	113
4.2. Charakterystyka zachowań patologicznych konsumentów na polskim rynku.....	128
4.3. Skala występowania patologii w zachowaniach konsumentów na polskim rynku.....	138
4.4. Czynniki warunkujące i różnicujące zachowania patologiczne wśród polskich konsumentów.....	141
4.5. Profil konsumentów zachowujących się patologicznie na rynku	149

Rozdział V.....	156
Postawy a zachowania patologiczne konsumentów na polskim rynku.....	156
5.1. Postawy konsumentów wobec zachowań patologicznych na rynku	156
5.2. Oddziaływanie wartości na postawy konsumentów wobec patologii w zachowaniach konsumentów na rynku	162
5.3. Oddziaływanie atrybucji na reakcje i postawy wobec zachowań patologicznych konsumentów.....	176
Rozdział VI	193
Ocena zachowań patologicznych konsumentów na polskim rynku.....	193
6.1. Typologia konsumentów w świetle postaw wobec zachowań patologicznych konsumentów na rynku	193
6.2. Trójczynnikiowy model zachowań patologicznych konsumentów na rynku	206
Rozdział VII.....	224
Wpływ zachowań patologicznych konsumentów na funkcjonowanie rynku i jego podmiotów	224
7.1. Zachowania patologiczne konsumentów a reakcje społeczeństwa.....	224
7.2. Polityka przedsiębiorstw względem patologii w zachowaniach konsumentów.....	230
7.3. Sposoby radzenia sobie przedsiębiorstw z patologiami w zachowaniach rynkowych konsumentów.....	233
7.4. Konsekwencje zachowań patologicznych konsumentów dla podmiotów gry rynkowej.....	237
7.5. Mechanizmy eliminacji patologii w zachowaniach konsumentów	240
Zakończenie.....	247
Bibliografia.....	255
Spis rysunków	263
Spis tabel.....	266