

# Spis treści

---

<b>1. WSTĘP</b> .....	<b>7</b>
<b>2. WYBRANE UWARUNKOWANIA WYBORU ŻYWNOŚCI</b> .....	<b>12</b>
2.1. Ekonomiczne uwarunkowania wyboru żywności .....	12
2.1.1. Wprowadzenie .....	12
2.1.2. PKB, dochód i cena jako determinanty makroekonomiczne .....	16
2.1.3. Teoria racjonalnego zachowania konsumenta – uwarunkowania w mikroskali .....	26
2.2. Społeczno-kulturowe uwarunkowania wyboru żywności .....	33
2.2.1. Wprowadzenie .....	33
2.2.2. Procesy społeczne a wybór żywności .....	34
2.2.3. Przynależność do grup społecznych a wybór żywności .....	41
2.2.4. Kultura a wybór żywności .....	43
2.2.5. Znaczenie kultury masowej .....	47
2.3. Psychologiczne uwarunkowania wyboru żywności .....	48
2.3.1. Wprowadzenie .....	48
2.3.2. Proces uczenia się .....	49
2.3.3. Motywy .....	52
2.3.4. Emocje .....	54
2.3.5. Osobowość .....	55
2.3.6. Postawy .....	56
2.3.7. Preferencje .....	60
2.4. Metodologia badań zachowań konsumentckich na rynku nowej żywności i ich uwarunkowań .....	63
<b>3. ŻYWNOŚĆ FUNKCJONALNA</b> <b>– ISTOTA I UWARUNKOWANIA WYBORU</b> .....	<b>66</b>
3.1. Wiadomości ogólne .....	66
3.2. Znajomość żywności funkcjonalnej .....	70
3.3. Częstość spożywania żywności funkcjonalnej .....	74
3.4. Deklarowana chęć spożywania żywności funkcjonalnej .....	76

3.5. Wybrane poglądy na temat żywności funkcjonalnej .....	78
3.5.1. Walory zdrowotne .....	78
3.5.2. Korzyści z wprowadzenia do jadłospisu żywności funkcjonalnej .....	80
3.5.3. Ryzyko związane ze spożywaniem żywności funkcjonalnej .....	82
3.6. Deklarowane postawy w stosunku do żywności funkcjonalnej .....	84
3.7. Podsumowanie .....	86
<b>4. ASPEKTY SPOŁECZNO-PSYCHOLOGICZNE ŻYWNOCI ETNICZNEJ A ZACHOWANIA KONSUMENTA .....</b>	<b>88</b>
4.1. Żywność etniczna – perspektywa społeczno-psychologiczna .....	88
4.2. Znajomość żywności etnicznej i jej spożywanie .....	92
4.3. Przyszłe zachowania na rynku żywności etnicznej .....	97
4.4. Cechy żywności etnicznej w opinii badanych .....	100
4.5. Deklarowane postawy względem żywności etnicznej .....	104
4.6. Podsumowanie .....	106
<b>5. ŻYWNOSĆ GENETYCZNIE ZMODYFIKOWANA – UWARUNKOWANIA JEJ WYBORU .....</b>	<b>110</b>
5.1. Żywność genetycznie zmodyfikowana – jej istota i metody produkcji .....	110
5.2. Produkcja i spożycie żywności genetycznie zmodyfikowanej – korzyści i zagrożenia .....	112
5.3. Postrzeganie inżynierii genetycznej i jej efektów przez konsumentów .....	113
5.4. Postawy względem żywności genetycznie zmodyfikowanej .....	114
5.5. Zagrożenia i korzyści w opinii konsumentów .....	121
5.6. Znajomość żywności genetycznie zmodyfikowanej i jej konsumpcja .....	128
5.7. Przyszłe zachowania konsumentów na rynku żywności genetycznie zmodyfikowanej .....	133
5.8. Podsumowanie .....	136

<b>6. ŻYWNOŚĆ WYGODNA</b>	
– <b>JEJ ISTOTA I DETERMINANTY WYBORU</b> .....	<b>138</b>
6.1. Definicje i charakterystyka żywności wygodnej .....	138
6.2. Znajomość żywności wygodnej .....	142
6.3. Częstość spożywania żywności wygodnej aktualnie i w przyszłości .....	144
6.4. Postawy respondentów w stosunku do żywności wygodnej .....	148
6.5. Walory zdrowotne i ryzyko związane ze spożywaniem żywności wygodnej .....	150
6.6. Podsumowanie .....	155
<b>7. RYNEK NOWEJ ŻYWNOŚCI A ZACHOWANIA KONSUMENTÓW</b> .....	<b>157</b>
7.1. Neofobia a zachowanie konsumenta na rynku nowej żywności .....	157
7.2. Innowacyjność a zachowanie konsumenta na rynku nowej żywności .....	164
7.3. Typologia konsumentów ze względu na znajomość i spożywanie nowej żywności .....	170
<b>8. ZAKOŃCZENIE</b> .....	<b>176</b>
Bibliografia .....	179