

Spis treści

Wprowadzenie	5
Rozdział 1: Współczesne megatrendy w konsumpcji.	9
1.1. Główne megatrendy w zachowaniach współczesnych konsumentów – konsumpcjonizm versus konsumpcja zrównoważona	9
1.2. Konsumpcjonizm	14
1.3. Konsumpcja zrównoważona	24
Rozdział 2: Formy zrównoważonej konsumpcji na rynku produktów żywnościowych.	39
2.1. Definicja, klasyfikacje i poziomy produktów żywnościowych.	39
2.2. Pojęcie i atrybuty produktów żywnościowych w kontekście zrównoważonej konsumpcji	47
2.3. Przejawy zrównoważonej konsumpcji żywności	58
Rozdział 3: Zapewnienie bezpieczeństwa żywności	85
3.1. Pojęcie i znaczenie bezpieczeństwa żywności	85
3.2. Tradycyjne i nowe zagrożenia bezpieczeństwa żywności	90
3.3. Kultura bezpieczeństwa żywności	108
Rozdział 4: Nowe produkty spożywcze a ich znaczenie rynkowe	113
4.1. Innowacja produktowa a nowy produkt – istota i znaczenie	113
4.2. Innowacyjność produktów na krajowym rynku żywnościowym	121
4.3. Postrzeganie nowych produktów spożywczych przez nabywców finalnych oraz znaczenie rynkowe nowych produktów dla oferentów żywności – wyniki badań	128
Podsumowanie	141
Bibliografia	145
Spis tabel	165
Spis rysunków	166