

Spis treści

Wprowadzenie <i>Anna Dąbrowska</i>	7
1. Konsument na rynku usług bankowych <i>Anna Dąbrowska</i>	11
1.1. Charakterystyka rynku usług bankowych	11
1.1.1. Produkty bankowe i ich znajomość przez Polaków	11
1.2. Prawa konsumenta i ich znajomość na rynku usług bankowych	22
1.2.1. Prawa konsumenta na rynku usług bankowych	22
1.2.2. Znajomość praw konsumenckich na rynku usług bankowych w świetle badań UOKiK.	30
1.3. Instytucjonalno-prawne aspekty ochrony konsumenta na rynku usług bankowych w kontekście praw konsumenta	40
1.3.1. Nowa dyrektywa w sprawie umów o kredyt konsumencki i jej implementacja	40
1.3.2. Znaczenie edukacji konsumentów w zakresie wiedzy finansowej	55
2. Konsument na rynku usług telekomunikacyjnych <i>Mirosława Janoś-Kresło</i>	61
2.1. Charakterystyka polskiego rynku usług telekomunikacyjnych	61
2.1.1. Usługa telekomunikacyjna i jej specyfika	61
2.1.2. Stan polskiego rynku usług telekomunikacyjnych	68
Telefonia stacjonarna	68
Telefonia ruchoma	73
Dostęp do Internetu	77
2.1.3. Konsumencka ocena rynku usług telekomunikacyjnych	82
2.2. Prawa konsumenta i ich znajomość na rynku usług telekomunikacyjnych ...	85
2.2.1. Prawa konsumentów na rynku usług telekomunikacyjnych	85
2.2.2. Znajomość praw konsumenckich na rynku usług telekomunikacyjnych w świetle badań UOKiK.	90
2.3. Instytucjonalno-prawne aspekty ochrony konsumenta na rynku usług telekomunikacyjnych	101

2.3.1. Europejskie i polskie regulacje rynków telekomunikacyjnych	101
2.3.2. Działalność informacyjno-edukacyjna na rynku usług telekomunikacyjnych	106
3. Świadomość konsumentów na rynku usług bankowych i telekomunikacyjnych w świetle własnych badań jakościowych Anna Dąbrowska, Mirosława Janoś-Kresło	111
3.1. Cele badania	111
3.2. Wyniki badania	113
3.2.1. Korzystanie z Internetu	113
3.2.2. Respondenci o usługach bankowych i telekomunikacyjnych	115
3.2.3. Reklamacje usług bankowych i telekomunikacyjnych	119
3.2.4. Reklamacje związane z awaryjnością sprzętu i urządzeń	123
3.2.5. Poziom kultury kontaktów usługodawca-konsument	125
3.2.6. Ocena poziomu świadomości konsumentów w zakresie znajomości ich praw	127
3.2.7. Ocena świadomości badanych w zakresie praw konsumenta	130
3.2.8. Usługa idealna – próba spojrzenia od strony konsumenta i z perspektywy usługobiorcy	131
Zakończenie Mirosława Janoś-Kresło	133
Bibliografia	135