

Spis treści

Wstęp	9
Rozdział 1	
Koncepcja zrównoważonego rozwoju oraz jej miejsce w teorii ekonomii	19
1.1. Geneza i ewolucja koncepcji zrównoważenia oraz jej założenia definicyjne.....	20
1.2. Zrównoważony rozwój wobec wyzwań współczesnej gospodarki.....	27
1.3. Krytyka zrównoważonego rozwoju i koncepcje konkurencyjne.....	30
1.4. Zrównoważony rozwój w teorii ekonomii.....	32
1.4.1. Postrzeganie środowiska naturalnego przez ekonomistów.....	35
1.4.2. Neoklasyczna koncepcja człowieka i jej krytyka w świetle postulatów zrównoważonego rozwoju gospodarczego.....	40
1.4.3. Nowa koncepcja człowieka w zrównoważonym społeczeństwie – przeгляд propozycji.....	44
Rozdział 2	
Konsumpcja i konsumenci w zrównoważonym procesie gospodarowania	55
2.1. Zrównoważona konsumpcja – geneza i istota koncepcji.....	55
2.2. Zrównoważone zachowania konsumentów jako element zrównoważonej konsumpcji – ujęcie modelowe.....	62
2.3. Potrzeby konsumentów z perspektywy zrównoważenia.....	66
2.4. Determinanty zrównoważonych zachowań konsumentów.....	75
2.5. Od zielonego do zrównoważonego konsumenta – badania zrównoważonych zachowań w ujęciu historycznym.....	81
Rozdział 3	
Zakres zrównoważonych zachowań konsumentów	90
3.1. Zachowania etyczne oraz idea Sprawiedliwego Handlu.....	90
3.2. Zachowania dekonsumpcyjne.....	94
3.3. Dobrowolna prostota.....	100
3.4. Aktywizm konsumencki i kolektywne formy zrównoważonych zachowań.....	106
3.5. Niezgodność postaw i zachowań konsumentów.....	114
Rozdział 4	
Metodyka badań zrównoważonych zachowań konsumentów	118
4.1. Specyfika badań zrównoważonych zachowań konsumentów – założenia wstępne..	118
4.2. Źródła informacji i metody badawcze wykorzystane w badaniach zrównoważonych zachowań.....	124
4.3. Metodyka zrealizowanych badań pierwotnych.....	133
4.3.1. Postrzegana efektywność konsumencka (PCE) i postrzegana trudność (PD) zrównoważonych zachowań – konceptualizacja i operacjonalizacja pojęć...	136
4.3.2. Operacjonalizacja teoretycznego modelu zrównoważonych zachowań konsumentów.....	139
4.3.3. Przebieg badań i instrumenty pomiarowe.....	141
4.4. Ocena reprezentatywności prób badawczych i ich charakterystyka.....	144

Rozdział 5	
Charakterystyka zrównoważonych zachowań konsumentów	151
5.1. Konsumenty wobec idei zrównoważonej konsumpcji – postrzeganie, postawy	151
5.2. Przesłanki oraz częstość występowania zrównoważonych zachowań konsumentów	159
5.3. Determinanty zrównoważonych zachowań.....	166
5.3.1. Determinanty o charakterze psychicznym.....	171
5.3.2. Pozostałe czynniki kształtujące zrównoważone zachowania konsumentów .	181
Rozdział 6	
Zrównoważone zachowania konsumentów – ujęcie modelowe	190
6.1. Typy zrównoważonych zachowań konsumentów – empiryczna weryfikacja modelu teoretycznego.....	190
6.2. Mapa percepcji zrównoważonych zachowań konsumentów.....	198
6.3. Model wpływu postrzeganej trudności i efektywności zrównoważonych zachowań na ich występowanie	205
6.4. Praktyczne implikacje wiedzy o zrównoważonych zachowaniach konsumentów.....	209
Zakończenie	213
Aneks	
Część A: Scenariusz wywiadu	223
Część B: Kwestionariusz ankiety	226
Część C: Szczegółowe wyniki przeprowadzonych analiz	234
Bibliografia	251
Spis rysunków	293
Spis tabel	295