

SPIS TREŚCI

Wstęp	9
--------------------	----------

01

Zrównoważony rozwój jako współczesny paradygmat rozwoju cywilizacyjnego	13
--	-----------

Małgorzata Twardzik, Daniel Puciato

Wprowadzenie	13
1.1. Geneza paradygmatu zrównoważonego rozwoju	13
1.2. Główne założenia koncepcji zrównoważonego rozwoju	17
1.3. Implementacja koncepcji zrównoważonego rozwoju w decyzjach konsumentów i działalności przedsiębiorstw	26
Zakończenie	31

02

Zrównoważony rozwój w strategiach Unii Europejskiej	33
--	-----------

Marek Gnusowski

Wprowadzenie	33
2.1. Strategia na rzecz zrównoważonego rozwoju realizowana w latach 2002–2009	34
2.2. Miejsce zrównoważonego rozwoju w strategii Europa 2020 oraz w Europejskim Zielonym Ładzie	35
2.3. Zrównoważony rozwój w przyjętej przez Unię Europejską Agendzie 2030	39
2.4. Realizacja Celów Zrównoważonego Rozwoju	44
Zakończenie	48

03

Rola i znaczenie zrównoważonej konsumpcji i produkcji w operacjonalizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju 49

Anna Dąbrowska, Liudmyła Shulhina

Wprowadzenie	49
3.1. Pojęcie i istota zrównoważonej konsumpcji i produkcji	50
3.2. Działania na rzecz wdrażania zrównoważonych wzorców konsumpcji i produkcji	59
Zakończenie	67

04

Trendy ekologiczne w zachowaniach współczesnych konsumentów 69

Bogdan Mróz

Wprowadzenie	69
4.1. Ekonomiczny i społeczny kontekst ekologizacji zachowań konsumenckich w dobie zrównoważonej konsumpcji i produkcji	70
4.2. Charakterystyka wybranych trendów proekologicznych w zachowaniach konsumentów	73
4.3. Od <i>fast fashion</i> do <i>slow fashion</i> – proekologiczne zachowania konsumentów na rynku mody	87
4.4. Internetowe platformy wymiany odzieży używanej	94
Zakończenie	100

05

Dekonsumpcja wyzwaniem dla konsumentów i producentów w dobie zrównoważonej konsumpcji 103

Anita Szuszkiewicz

Wprowadzenie	103
5.1. Konceptualizacja i aspekty definicyjne zjawiska dekonsumpcji	104
5.2. Przejawy dekonsumpcji w procesie konsumpcyjnym i produkcyjnym	108
5.3. Współwystępowanie dekonsumpcji ze współczesnymi trendami związanymi ze zrównoważonym rozwojem	111
5.4. Wyzwania dekonsumpcji dla konsumentów i przedsiębiorstw. Perspektywy rozwojowe trendu i jego determinanty	115
Zakończenie	120

06

Technologie perswazyjne w kształtowaniu wzorców zrównoważonej konsumpcji 123

Małgorzata Budzanowska-Drzewiecka, Adrian Lubowiecki-Vikuk

Wprowadzenie	123
6.1. Potencjał technologii perswazyjnych w kształtowaniu wzorców zrównoważonej konsumpcji	126
6.2. Wykorzystanie technologii perswazyjnych w kształtowaniu wzorców zrównoważonych postaw konsumentów w sferze zachowań prośrodowiskowych i prospołecznych	131
6.3. Wykorzystanie technologii perswazyjnych w kształtowaniu zrównoważonych zachowań w sferze poprawy jakości życia konsumentów	134
6.4. Wyzwania i dylematy stosowania technologii perswazyjnych w kształtowaniu wzorców zrównoważonej konsumpcji	138
Zakończenie	140

07

Miejsce sztucznej inteligencji w zrównoważonej konsumpcji – wybrane aspekty 141

Jolanta Blicharz, Krzysztof Błoński, Katarzyna Szalonka

Wprowadzenie	141
7.1. Potencjalne korzyści i zagrożenia dla człowieka wynikające ze stosowania sztucznej inteligencji w dobie wdrażania zrównoważonej konsumpcji na podstawie przeglądu literatury	142
7.2. Status człowieka jako konsumenta i pracownika w dobie zrównoważonego rozwoju i rozwoju sztucznej inteligencji	163
7.3. Unijne kierunki regulacji prawnych w sytuacji korzystania ze sztucznej inteligencji	166
Zakończenie	173

08

Prawa i świadomość konsumenta a zrównoważony rozwój 175

Anna Dąbrowska, Anita Szuszkiewicz

Wprowadzenie	175
8.1. Prawa konsumenta w Unii Europejskiej i w Polsce	176
8.2. Dyrektywy: cyfrowa, towarowa i Omnibus	183
8.3. Świadomość konsumencka a zrównoważony rozwój	191
Zakończenie	196

Bibliografia 199