

Postawy polskich i niemieckich konsumentów wobec żywności ekologicznej

Wstęp..... 3

Rozdział I

Postawy konsumentów jako obiekt badań

1. Pojęcie i istota postaw konsumentów5
2. Czynniki determinujące postawy konsumentów10
3. Zależność między postawami a zachowaniami konsumentów.....
14
4. Metody i techniki badania postaw konsumentów19

Rozdział II

Rynek żywności ekologicznej w Polsce i w Niemczech

1. Charakterystyka rynku żywności ekologicznej25
2. Podaż i popyt na żywność ekologiczną w Polsce..... 35
3. Podaż i popyt na żywność ekologiczną w Niemczech44

Rozdział III

Postawy polskich i niemieckich konsumentów wobec żywności ekologicznej – wyniki badań

1. Przebieg badań i charakterystyka próby51
2. Zakupy żywności ekologicznej przez polskich i niemieckich respondentów..... 57
3. Stosunek respondentów do żywności ekologicznej..... 70

Zakończenie..... 78

Spis tablic	81
Spis rysunków	82
Bibliografia	84
Aneks.....	88

Opis zawartości pracy:

Celem pracy jest przedstawienie funkcjonowania rynku żywności ekologicznej w Polsce i w Niemczech oraz zbadanie postaw konsumentów wobec ekologicznych produktów żywnościowych na powyższych rynkach.

W rozdziale pierwszym przedstawiono postawy konsumentów jako obiekt badań. Wyjaśniono pojęcie oraz istotę postaw konsumentów opierając się na poszczególnych elementach postawy. Przybliżono również czynniki determinujące postawy konsumentów, które mają możliwość wpływać na postawy w mniejszym bądź większym stopniu. Następnie przedstawiono zależność między postawami a zachowaniami konsumentów bazując na różnych koncepcjach oraz modelach znanych ekonomistów. W ostatnim podrozdziale przeprowadzono charakterystykę metod i technik badań postaw konsumentów oraz dokonano ich porównań.

W rozdziale drugim przedstawiono szeroko pojęty rynek żywności ekologicznej, a następnie omówiono w szczególności cechy rynku żywności ekologicznej w Polsce oraz w Niemczech. W pierwszej kolejności scharakteryzowany został rynek żywności ekologicznej w skali globalnej opisując największe rynki żywności ekologicznej, porównano również konsumpcję na powyższych rynkach oraz kwestie dotyczące dystrybucji. W drugim podrozdziale przybliżono w szczegółowy sposób podaż i popyt na żywność ekologiczną w Polsce opisując zarówno charakterystyczne cechy rynku żywności ekologicznej w Polsce jak i rangę Polski w tym sektorze w skali światowej. W trzecim podrozdziale przedstawiono podaż i popyt na żywność ekologiczną w Niemczech, opisano i scharakteryzowano w szczególności cechy gospodarki wysoce rozwiniętej w sektorze żywności ekologicznej jaką jest rynek niemiecki.

Rozdział trzeci dedykowany został wynikom badań dotyczących postaw polskich oraz niemieckich konsumentów wobec żywności ekologicznej. W pierwszym podrozdziale opisano przebieg badań, charakterystykę próby wraz z podziałem na płeć, wiek oraz kraj ankietowanego ze szczególnym uwzględnieniem informacji dotyczących poziomu wykształcenia, oceny trybu życia czy miejsca zamieszkania. Drugi podrozdział przedstawia wyniki badań dotyczące zakupów żywności ekologicznej przez polskich i niemieckich respondentów ankiety wraz z charakterystyką barier w dokonywaniu zakupów żywności ekologicznej. W trzecim podrozdziale przedstawiono stosunek respondentów do żywności ekologicznej na podstawie wyników przeprowadzonej ankiety. Uwzględniono w tym podpunkcie wymagania dotyczące żywności ekologicznej, zależność między konsumpcją żywności ekologicznej a oceną własnego trybu życia oraz wskazaniem chęci poszerzenia wiedzy w tym temacie.

Pracę kończy aneks, w którym zamieszczono kwestionariusz.