

Abstrakt

Tato práce se zabývá relativně novým tématem pro ekonomy. Spojení ekonomického aparátu a lidské potřeby po smyslu, je vskutku novátorské. Nicméně práce se nezabývá kalkulacemi s potřebou po smyslu v ekonomickém smyslu. Hlavním tématem práce je ukázat, že lidská potřeba po smyslu je hlavním motorem tvorby preferencí a lidského jednání. Prostředkem analýzy je syntetický přístup vícero vědních oborů. V práci jsou tak spojeny poznatky z oborů biologie, sociologie, psychologie, ekologie a ekonomie a jejich příbuzných oborů.

Na těchto základech je vystavěna nová syntetická teorie tvorby preferencí spotřebitele. Model má velký předpovědní a popisný potenciál.

Z výsledků analýzy vyplývá, že lidská potřeba po smyslu by mohla být opravdu tou klíčovou proměnnou mající vliv na lidské rozhodování.