

Spis treści

Wstęp	7
1. Konceptyjne ramy cyrkularności	11
1.1. Geneza, założenia i ewolucja koncepcji gospodarki o obiegu zamkniętym	11
1.2. Modele biznesowe jako oczekiwany efekt transformacji sektora biznesu w kierunku cyrkularności	18
1.3. Oczekiwane efekty transformacji w kierunku cyrkularności	31
2. Proces ekoprojektowania opakowań i jego znaczenie w dążeniu do cyrkularności	37
2.1. Miejsce i rola opakowań w realizacji założeń cyrkularności	37
2.2. Istota i założenia procesu projektowania opakowań uwzględniającego aspekty środowiskowe	42
2.3. Rozszerzona odpowiedzialność producenta i jej rola w podejściu do procesu ekoprojektowania opakowań	46
2.4. Stan badań w zakresie projektowania wyrobów, w tym opakowań, uwzględniającego aspekty środowiskowe, społeczne i ekonomiczne	66
3. Proces ekoprojektowania opakowań i realizacji założeń cyrkularności w opinii przedsiębiorców	77
3.1. Cel i zakres badań oraz metody badawcze	77
3.2. Charakterystyka badanych podmiotów	79
3.3. Ocena wiedzy i świadomości przedsiębiorców wprowadzających produkty w opakowaniach na temat cyrkularności i ekoprojektowania opakowań	83
3.4. Identyfikacja istniejących barier w zakresie procesu ekoprojektowania opakowań	123

4. Kierunki doskonalenia oraz rekomendacje dla procesu ekoprojektowania opakowań uwzględniającego założenia cyrkularności	131
4.1. Identyfikacja i analiza korzyści wynikających z procesu ekoprojektowania opakowań	131
4.2. Synteza uwarunkowań i barier rynkowych dla procesu ekoprojektowania opakowań	135
4.3. Rekomendacje w zakresie procesu ekoprojektowania opakowań uwzględniającego założenia cyrkularności	141
Podsumowanie	157
Bibliografia	159
Spis tabel	182
Spis rysunków	185