

Spis treści

Wprowadzenie	11
Podziękowania	14
1. Zielona gospodarka	15
1.1. Geneza koncepcji zielonej gospodarki	15
1.2. Cele oraz zasady zielonej gospodarki	27
1.2.1. Cele zielonej gospodarki	27
1.2.2. Zasady budowania zielonej gospodarki	29
1.3. Wskaźniki zielonej gospodarki	33
1.4. Zielony wzrost gospodarczy	43
1.5. Zielone miejsca pracy	54
1.6. Zielone zamówienia publiczne	60
1.6.1. Geneza, definicje oraz cele zamówień publicznych	60
1.6.2. Zielone zamówienia publiczne	65
2. Teoretyczne ujęcie ekoinnowacji	73
2.1. Miejsce innowacji w literaturze	73
2.2. Pojęcie i definicje ekoinnowacji	87
2.3. Klasyfikacja ekoinnowacji	92
2.4. Czynniki i bariery rozwoju ekoinnowacji, korzyści z ich wdrożenia	98
2.4.1. Czynniki determinujące rozwój ekoinnowacji	98
2.4.2. Bariery ekoinnowacji	103
2.4.3. Korzyści wynikające z wdrożenia ekoinnowacji	106
2.5. Ekologiczna ocena cyklu życia	109
2.5.1. Historyczne ujęcie koncepcji <i>life cycle assessment</i> (LCA)	109
2.5.2. Definicja metodyki LCA	112
2.5.3. Struktura LCA	118
2.5.4. Zalety, wady oraz korzyści wynikające ze stosowania LCA	120
2.6. LCA jako narzędzie ewaluacji ekoinnowacji	121
3. Koncepcja czystszej produkcji	127
3.1. Podstawy koncepcji czystszej produkcji	127

3.2. Zakres działania, cele, zasady i praktyki czystszej produkcji	134
3.2.1. Zakres działania i cele czystszej produkcji	134
3.2.2. Zasady czystszej produkcji	135
3.2.3. Praktyki programu czystszej produkcji	136
3.3. Bariery, czynniki wspierające i korzyści wynikające z wdrażania czystszej produkcji	140
3.3.1. Bariery ograniczające wdrażanie koncepcji czystszej produkcji w organizacji	140
3.3.2. Czynniki wspierające przyjęcie programu czystszej produkcji przez przedsiębiorstwo	143
3.3.3. Korzyści płynące z wdrożenia czystszej produkcji	146
3.4. Ekoprojektowanie	151
3.4.1. Idea ekoprojektowania	151
3.4.2. Zasady, etapy i poziomy projektowania ekologicznego	155
3.4.3. Bariery i czynniki stymulujące oraz korzyści wynikające z procesu ekoinnowacji	156
3.5. Zielone technologie	160
3.5.1. Pojęcie, cele oraz kategorie zielonych technologii	160
3.5.2. Bariery, czynniki indukujące oraz korzyści wynikające z zielonych technologii	165
3.5.3. Taksonomia oraz modyfikacja materiałów i procesów	171
3.6. Ekomateriały	173
4. Cele badania oraz charakterystyka próby badawczej	179
4.1. Wprowadzenie do badań – cel i zakres	179
4.2. Budowa ankiety badawczej	180
4.3. Metody i techniki badawcze	183
4.4. Charakterystyka próby badawczej	183
5. Wdrożenie strategii czystszej produkcji w organizacjach	195
5.1. Podstawowe założenia Zarządzania Czyszą Produkcją	195
5.1.1. Wizja Zarządzania Czyszą Produkcją	195
5.1.2. Wsparcie procesu wdrażania ZCP przez kierownictwo	199
5.1.3. Rozumienie i akceptacja koncepcji czystszej produkcji przez załogę	202
5.1.4. Świadomość pracowników z procesu realizacji Zarządzania Czyszą Produkcją	205
5.1.5. Podsumowanie badań w obszarze <i>Podstawowe założenia Zarządzania Czyszą Produkcją</i>	209
5.2. Cele związane z wdrożeniem Zarządzania Czyszą Produkcją w organizacji	211
5.2.1. Funkcjonowanie systemu pomiaru efektywności związanej z Czyszą Produkcją	211
5.2.2. Wsparcie strategii organizacji przez rozwiązania czystszej produkcji	215
5.2.3. Elastyczność wdrożenia czystszej produkcji dzięki dostępnym rozwiązaniom techniczno-organizacyjnym	218

5.2.4. Pełna implementacja ZCP wynikająca z kompetencji pracowników i dostępnej infrastruktury	221
5.2.5. Podsumowanie badań w obszarze <i>Cele związane z wdrożeniem Zarządzania Czystszą Produkcją w organizacji</i>	224
5.3. Klienci organizacji	225
5.3.1. Wpływ wdrożenia ZCP na postrzeganie organizacji przez jej klientów	225
5.3.2. Wpływ wdrożenia ZCP na uatrakcyjnienie oferty rynkowej podmiotu	229
5.3.3. Wykorzystanie ZCP na potrzeby przededefiniowania docelowego rynku	231
5.3.4. Wspomaganie procesu Zarządzania Czystszą Produkcją na potrzeby przebudowy oferty organizacji	234
5.3.5. Podsumowanie badań w obszarze <i>Klienci organizacji</i>	238
5.4. Obszar konkurencji	239
5.4.1. Posiadanie systemu czystszej produkcji przez konkurentów organizacji	239
5.4.2. Posiadanie Zarządzania Czystszą Produkcją i jego wpływ na pozyskanie klientów konkurencji	242
5.4.3. Wdrożenie zasad czystszej produkcji a powiększenie granic sektora biznesowego	245
5.4.4. Wpływ czystszej produkcji na ewolucję branży	248
5.4.5. Podsumowanie badań w obszarze <i>Obszar konkurencji</i>	251
5.5. Wymiar finansowy związany z wdrożeniem systemu <i>Zarządzania Czystszą Produkcją</i>	252
5.5.1. Wiedza pracowników związana z kosztami funkcjonowania systemu	252
5.5.2. Świadomość pracowników dotycząca źródeł zwiększonych przychodów	257
5.5.3. Posiadanie środków finansowych do rozwoju ZCP	260
5.5.4. Uwzględnienie dodatkowych przychodów z systemu czystszej produkcji w projekcjach finansowych	263
5.5.5. Podsumowanie badań w obszarze Wymiar finansowy związany z wdrożeniem systemu <i>Zarządzania Czystszą Produkcją</i>	266
6. Podsumowanie badań	269
6.1. Wdrożenie strategii czystszej produkcji w badanych organizacjach	269
6.2. Zestawienie ocen badanych elementów Zarządzania Czystszą Produkcją	271
6.3. Porównanie badanych obszarów wdrożenia czystszej produkcji	274
6.4. Oceny wdrożenia czystszej produkcji w organizacjach w ujęciu grupowym	277
6.5. Różnice w ocenach badanych elementów czystszej produkcji występujące w podziale próby badawczej na grupy	279
Zakończenie	283
Bibliografia	287
Spis rysunków	323
Spis tabel	327
Aneks	333