

Zaļā uzņēmējdarbība

Interviju pārskats, 02.10.2019.

Kopsavilkums

Zaļā uzņēmējdarbība Latvijā ir jauns koncepts, kas tikai sāk attīstīties un iesakņoties uzņēmēju un visas sabiedrības apziņā. Lai gan šis ir ļoti plaši interpretējams koncepts, ir skaidrs, ka izpratne par zaļo uzņēmējdarbību aug un turpinās augt, jo ar vides piesārņojumu un resursu noplicināšanu saistītās problēmas ir aktuāla Latvijā un visā pasaulē.

Taču pārliecināt uzņēmuma vadību mainīt biznesa modeli, pamatojoties uz draudiem vai nākotnes iespējām, ir grūti. Tāpēc inovācijas bieži paliek nepilnīgas vai pakāpeniskas, nevis pārveidojošas, fundamentālas un sistēmiskas. Bet, tā kā globālās tendences - vides, sociālās, politiskās, tehnoloģiskās - turpina mainīt pašreizējo uzņēmējdarbības vidi, šāda pieeja kļūs arvien mazefektīvāka un neļauj uzņēmumiem, nozarēm un visai ekonomikai pielāgoties un attīstīties. Līdz ar to, steidzami ir nepieciešama principiāli atšķirīga pieeja vērtības radīšanai, kas balstītos efektīvā resursu izmantošanā, atkritumu un piesārņojuma mazināšanā un jaunu dzīvesveidu nostiprināšanā sabiedrībā.

Daudzi zaļās uzņēmējdarbības biznesa modeļi rodas nevis apzināti cenšoties risināt kādas vides problēmas, bet drīzāk kā blakusprodukts, lai pārvarētu citus izaicinājumus ar ko uzņēmumi sastopas ikdienā. Videi draudzīga rīcība no uzņēmumu puses izpaužas jomās, ko prasa normatīvie akti vai kur ir paredzēts valsts atbalsts, kā arī reaģējot uz patērētāju (pārsvarā eksporta tirgos) vai akcionāru (piemēram, mātes uzņēmuma) prasībām.

Kopumā uzņēmumiem Latvijā trūkst ekonomisko stimulu pāriet uz videi draudzīgākiem uzņēmējdarbības modeļiem. Uzņēmumiem trūkst arī zināšanas, piemēram, par uzņēmuma resursu patēriņu, radītajām vides slodzēm un to novēršanas pasākumiem. Tas varētu būt saistīts ar uzņēmēju zemo vides apziņu un vides nodokļu nelielo ietekmi uz uzņēmumu rīcību.

Neskatoties uz to Latvijā ir plašs valsts un sabiedrisko organizāciju klāsts, kas sniedz atbalstu inovācijām un uzņēmējdarbības attīstībai kopumā. Taču šis atbalsts ne vienmēr tiešā veidā ir vērst uz zaļās uzņēmējdarbības attīstību, bet uzņēmējdarbības attīstībai kopumā. Par galvenajiem zaļās uzņēmējdarbības atbalsts mehānismiem tiek uzskatīts finanšu atbalsts nodokļu un grantu veidā. Taču svarīga ir arī zināšanu pārnese, dalīšanās ar labajiem piemēriem, kas palīdz lauzt mītu par to, ka videi draudzīga uzņēmējdarbība ir nerentabla. Bez tam Latvijā ir jāveicina arī valsts pārvaldes un patērētāju vides apziņa, lai attīstītu vietējo ekoprojektu un pakalpojumu tirgu. Labs piemērs šajā gadījumā ir zaļais publiskais iepirkums, kas Latvijā sāk attīstīties un stimulē pieprasījumu pēc videi draudzīgām precēm un pakalpojumiem.

Interviju izklāsts

1. Cik labi Latvijā uzņēmumi saprot zaļās uzņēmējdarbības konceptu un kā Jūs to definētu?

Lai arī respondenti kopumā uzskata, ka zaļās uzņēmējdarbības konceptu saprot viduvēji, tie diezgan labi spēj identificēt būtiskākos zaļās uzņēmējdarbības elementus un definēt to, kā preču un pakalpojumu radīšanu, kas veicina ilgtspējīgu ekonomiku un inovācijas un saudzē dabu. Zaļā uzņēmējdarbības biznes mērķi nav tikai veidot finanšu peļņu, bet arī nodrošināt ilgtspējīgu attīstību, mazināt vides riskus un pievērst pastiprinātu uzmanību ekoloģiskām tēmām. Tika minētas arī citas definīcijas, piemēram:

- zaļā uzņēmējdarbība ir uzņēmējdarbība, kas rada pievienoto vērtību vienlaikus neapdraudot dabas kvalitāti un ekosistēmu pakalpojumu kvalitāti un apjomu.
- zaļā uzņēmējdarbība nozīmē to, ka konkrētais uzņēmējs visās produkta vai pakalpojuma attīstības, ražošanas un realizācijas stadijās domā par to, kā minimāli kaitēt apkārtējai videi, iespēju robežās maksimāli izmantot atjaunojamus resursus un aiz sevis atstāt minimālu atkritumu daudzumu un kaitējumu videi.

Respondenti arī atzīst, ka zaļās uzņēmējdarbības koncepts ir gana plašs un diezgan nenoteikts, bet ar vides piesārņojumu un resursu noplicināšanu saistītā problēma ir aktuāla. Taču tiek uzskatīts, ka uzņēmumiem kopumā Latvijā ir diezgan dažāds izpratnes līmenis par to, ko nozīmē zaļā uzņēmējdarbība.

Respondenti uzskata, ka izpratne par zaļo uzņēmējdarbību Latvijā vēl tikai veidojas, bet arī atzīst, ka domāt zaļi nereti ir dārgāk nekā iet ierasto ceļu. Savukārt citos gadījumos, videi draudzīga rīcība ir finansiāli motivēta un var nebūt saistīta ar vēlmi mazināt slodzes vidē. Investīcijas šajā virzienā ir nelielas. Videi draudzīga rīcība no uzņēmumu puses izpaužas jomās, ko prasa normatīvie akti vai kur ir paredzēts valsts atbalsts, piemēram, notekūdeņu attīrīšana, energoefektivitāte, atjaunojamā enerģētika. Arī uz eksportu orientēti uzņēmumi bieži vien vairāk piedomā par vides jautājumiem, ja pasūtītājs/patērētājs to prasa. Vēl viena zaļi domājošu uzņēmumu grupa ir tie, kuriem mātes uzņēmums ir izstrādājis vides un ilgtspējas politiku, ko jāievēro arī Latvijas filiālē. Citās jomās trūkst ekonomiskā pamatojuma un/vai patērētāju pieprasījuma. Taču vienlaikus tiek atzīts, ka videi draudzīgas preces un pakalpojumi paver plašākas tirgus iespējas, bet uzņēmumi nezina, vai tā ir un kā to pamatot. Tas attiecas arī uz atbalsta un pārvaldības institūcijām, kur katrs izceļ savus aspektus, bez vienotas kopbildes un mērīšanas sistēmas.

ALTUM aptaujas dati rāda, ka vairākums uzņēmēju faktiski neorientējas uzņēmuma energoresursu patēriņā un ietaupījuma potenciālā. Tas varētu būt saistīts ar uzņēmēju zemo vides apziņu un vides nodokļu nelielo ietekmi uz uzņēmumu rīcību attiecībā uz energoresursu izmantošanu.

2. Kādi ir jūsu prāt labākie piemēri zaļajai uzņēmējdarbībai Latvijā vai ārzemēs?

Respondenti min virkni zaļās uzņēmējdarbības piemēru:

- **Alternatīvas izejvielas**
 - Sulas dzeramie **salmiņi** no bambusa.
 - **Trauki** no kukurūzas cietes.
 - **Iesaiņojums** no bišu vaska, banānu lapām;
- **Atjaunojamās enerģijas** ražošana
- **Pāreja no produkta uz pakalpojumu:** MUD Jeans un Bundles – džinsu un veļas mašīnu **noma**;
- **Ilgmūžīgi produkti** - Dr. Martens **apavi**
- **Industriālā simbioze** – viena ražošanas procesa atkritumi (materiāli, enerģija) tiek izmantoti citā procesā (vai uzņēmumā), kā noderīgi resursi. Kā viens no piemēriem minēts Getliņi Eko.
- **Resursefektīva ražošana** - nulles atkritumu cikls, automatizācija, kas ļauj daudz precīzāk izmantot resursus;
- **Otrreizējā pārstrāde** un atkritumu pārstrādes uzņēmumi - ikdienas patēriņa preču ražošana, izmantojot otrreiz pārstrādātu papīru, plastmasu un tml. Piemēram, Baltic 3D, uzņēmums, kurš izmanto otrreiz pārstrādātus materiālus 3D tehnoloģijās drukājot arī medicīnas iekārtas – protēzes, ortozes;
- Ilgtspējīga **dabas resursu izmantošana:**
 - Bioloģiskā lauksaimniecības
 - Dabas tūrisms
 - Ilgtspējīga mežsaimniecība
- **Videi draudzīgu materiālu izmantošana**, piemēram, SIA EKJU dārza mēbeļu ražotājs, kas izmanto ekoloģisku, videi draudzīgu materiālu apstrādi;

- **Ilgspējīgs transports** – alternatīvās degvielas un efektīvi loģistikas risinājumi, kas meklē un pielieto risinājumus, kas samazina vai pavisam novērš izmešu daudzumu

3. Kas jūsuprāt ir svarīgākie spēlētāji zaļās uzņēmējdarbības atbalsta jomā? Lūdzu nosaukt piemērus no valsts, pašvaldību vai privātajām struktūrām t.sk. izglītības iestādēm?

Par būtiskākajiem spēlētājiem atzīst:

- Valsts iestādes – VARAM, VIF, LIAA, ALTUM, LAD, Ekonomikas ministrija u.c.;
- Pašvaldību vides departamenti un Plānošanas reģioni;
- Starptautiskās institūcijas – vēstniecības, Ziemeļvalstu Ministru padome;
- NVO, arī Klasteri, asociācijas, biedrības, kuras resursus atbalstam piesaista no ES fondiem vai citiem publiskā finansējuma avotiem;
- Izglītības iestādes (RTU Climate Kick, LU, Liepājas Universitātes ekotehnoloģiju fakultāte, vispārīzglītojošās skolas), kuras saņem resursus no valsts budžeta un/vai ES fondiem un pētniecības programmas;
- RTU Zaļo tehnoloģiju inkubators, pārējie inkubatori un piesaistītie fondi, riska kapitāla ieguldītāji;
- Kompetenču centra programma.

4. Kāds jūsuprāt ir zināšanu līmenis par aprites ekonomiku Latvijā? Vai varat nosaukt kādas konkrētas mērķa grupas kurām ir vairāk/mazāk zināšanu par šo tēmu?

Respondenti vienbalsīgi atzīst, ka zināšanu līmenis par zaļo uzņēmējdarbību Latvijā ir viduvējs, virspusējas. Zināšanas ir *zero waste* kustības piekritējiem, zaļi domājošiem, taču citiem, kas tiešā veidā nav iesaistīti nozarē, tās ir vājas un virspusējas.

Kā piemēri tika minēti pārtikas sektors un iepakojums, kur netiek ņemts vērā kurš iepakojuma vieds ir pārstrādājams, kurš ne. Pagaidām nevar uzskatīt, ka aprites ekonomika Latvijas uzņēmējiem būtu svarīga.

Taču tiek atzīts, ka zināšanu līmenis pamazām pieaug un tas ir atkarīgs no sabiedrības vispārīgās izglītības līmeņa. Par to runā izglītības sistēmā un ir iniciatīvas jaunu biznesu atbalstam šajā sektorā. Notiek arī regulāri semināri, informācijas apmaiņa, ko organizē gan Ziemeļvalstu Ministru padome, gan VARAM, gan LIAA par ārējiem tirgiem, zaļo ekonomiku u.tml. Bet viss ir iesākuma stadijā. Šobrīd noteikti vairāk zināšanu ir jaunajai paaudzei, šī brīža skolniekiem un studentiem, mazāk – vidējai un vecākai paaudzei. Kaut skolotāju kompetences līmenis variē, jaunajā paaudzē lielā mērā veidojas pieprasījums pēc zaļās uzņēmējdarbības produktiem.

5. Vai jūsuprāt Latvijā ir pietiekami attīstīts tiesiskais regulējums lai:

a. Veicinātu zaļo uzņēmējdarbību?

b. Novērstu vides kaitīgo uzņēmējdarbības veidu attīstību?

Liela daļa respondentu tiesiskā regulējuma sniegtās priekšrocības zaļajai uzņēmējdarbībai novērtēt nespēja. Taču atzina, ka visdrīzāk normatīvie akti īpašas priekšrocības zaļajai uzņēmējdarbībai Latvijā nesniedz.

Taču respondenti atzina, ka vides aizsardzības tiesiskais regulējums gan valstī ir pietiekami strikts un tiek visu laiku uzlabots un pielāgots vispārējiem ES standartiem. Tās attiecīgi tad jāievēro visiem uzņēmumiem un vides prasību ievērošanu uzrauga gan LIAA, gan Vides valsts dienests, gan VID, vadoties pēc savas kompetences. Taču tika atzīts, ka vides regulējums Latvijā nezin kāpēc strādā brīžos, kad nav kritiskas vajadzība, taču nestrādā, kad ir klaji pārkāpumi kādām personu grupām. Arī vides nodokļi motivē uzņēmumus pārskatīt enerģijas un resursu patēriņu un veicina pāreju uz resursefektīvāku uzņēmējdarbību.

6. Kādas tiesiskā regulējuma izmaiņas būtu nepieciešamas, lai nākotnē vairāk veicinātu zaļo uzņēmējdarbību.

Daļa aptaujāto nespēja sniegt kompetentu atbildi uz šo jautājumu, taču lielākā daļa atzīst, ka valstij vajadzētu izvirzīt prioritātes, lai saprastu, kādus tieši zaļās uzņēmējdarbības veidus atbalstīt. Taču tika arī uzsvērts, ka papildus juridiskās priekšrocības zaļajiem uzņēmējiem varētu kropļot kopējo uzņēmējdarbības attīstības vidi, bet papildus slogs uzņēmumiem nozīmētu samazinātu eksporta tirgus konkurētspēju.

Par efektīvākajiem instrumentiem aptaujātie atzina finansiālu atbalstu vai nu grantu vai nodokļu atlaīžu formā. Atbalstāma būtu arī plašāka nodokļu reforma, kas pārvirza nodokļu slogu no darbaspēka uz resursu patēriņu un piesārņojumu, kā arī adekvāti sodi par kaitējumu videi. Papildus stimulš būtu arī aktīvāka zaļā publiskā iepirkuma ieviešana valstī, paredzot striktākus nosacījumus, piemēram par tekstila ražošanu (saudzējot ūdens resursus) un citām jomām.

7. Kādas zaļās uzņēmējdarbības jomas jūs varētu nosaukt par perspektīvām Latvijā?

Kā perspektīvākās zaļās uzņēmējdarbības nozares Latvijā respondenti atzina Energoefektīvu būvniecību un Bioloģisko lauksaimniecību un mežkopību, tām seko Atkritumu pārstrāde, Industriālā energoefektivitāte un Dažādu materiālu atkārtota izmantošana, bet mazāks atbalsts bija Atjaunojamajai enerģijai, kas visdrīzāk saistīts ar šīs nozares tēlu sabiedrībā (OIK skandāls). Kā papildus nozares tika piedāvātas arī atpūtas industrija un pārtikas ražošana. Kopumā respondenti atzīst plašās zaļās uzņēmējdarbības iespējas Latvijā.

Nozares	Punkti
a. Atjaunojamā enerģija	3
b. Energoefektīvā būvniecība	7
c. Industriālā energoefektivitāte	4
d. Atkritumu pārstrāde	5
e. Dažādu materiālu atkārtota izmantošanai	4
f. Bioloģiskās lauksaimniecības un mežkopības	7
g. Citi: lūdzu nosauciet	+ atpūtas industrija, pārtika

8. Vai, jūsu prāt, Latvijas uzņēmējiem it īpaši mazajiem un vidējiem tiek nodrošināts pietiekams informatīvais atbalsts zaļās uzņēmējdarbības veicināšanā?

Šajā jautājumā aptaujāto domas daļās. Daļa uzskata, ka informācijas ir pietiekoši – tie kas par šiem jautājumiem interesējas, to var brīvi atrast. Savukārt citi uzskata, ka šāda veida zināšanu un informācijas nekad nav par daudz, jo par zaļo uzņēmējdarbību zina tikai tie, kas par to aktīvi interesējas. Līdz ar to viens no galvenajiem uzdevumiem būt uzrunāt tos uzņēmumus, kas līdz šim par zaļās uzņēmējdarbības jautājumiem nav interesējušies.

LIAA katru gadu tiek apkopots un aktualizēts saņemamais atbalsts. Par pašiem atbalsta instrumentiem informatīvais atbalsts uzskatāms par pietiekamu. Par nepietiekamu varētu uzskatīt motivējošo informāciju – konkrētu pieredzi un uzskatāmus aprēķinus par uzņēmumu ieguvumiem, izvēloties zaļākus risinājumus.

Uzņēmējiem trūkst arī specifisku zināšanu par to darbības ietekmēm vidē un slodžu mazināšanas pasākumiem.

9. Kādā veidā būtu lietderīgāk pasniegt aktuālo informāciju?

Respondenti atzīst, ka būtu nepieciešams rīks, ar kura palīdzību uzņēmums var novērtēt, cik zaļš tas patiesībā ir. Tam būtu jāietver visus būtiskos zaļās uzņēmējdarbības aspektus un arī līmeņatzīmes, kas ļauj novērtēt uzņēmuma attālumu līdz mērķim. Bez tam nepieciešami arī praktiski pieredzes stāstu pasākumi ar skaidru zaļās uzņēmējdarbības ekonomisko pamatotību.

Kā galvenie informācijas avoti tiek minēti:

- Sociālie mediji: FB, LinkedIn, Twiter, Instagram.
- Radio, prese.
- Forums.

- Semināri ar starptautisku ekspertu piedalīšanos
- Publikācijas un reklāmas kampaņas, kā piemēram CSDD.

Kā labie piemēri tiek minēti inovāciju festivāli, TechChill, LAMPA u.c.

Par brošūras saturu un formātu: LIAA apkopo informāciju par pieejamo atbalstu. Atkārtot to nebūtu lietderīgi. Optimālais risinājums būtu:

1. Sākumā izvērst, ko nozīmē zaļā uzņēmējdarbība.
2. Pēc tam ietvert labās prakses piemērus, izceļot ieguvumu potenciālu uzņēmējiem.
Ja pa jomām, tad padziļināta informācija par ieguvumiem, piemēram, ja veic energoefektivitātes pasākumus.
3. Beigās kopbilde par atbalsta pasākumiem, neiedziļinoties pārāk tehniskās detaļās, bet ievietojot saites uz avotiem.

10. Kādu atbalstu Jūs šobrīd piedāvājat uzņēmējiem, kas vēlas attīstīt sekojošas uzņēmējdarbības jomas:

- a. Energoefektīvā būvniecībā;
- b. Materiālu atkārtotā izmantošanā;
- c. Atkritumu pārstrādes jomā;
- d. Ilgtspējīgāka zemes un ūdens izmantošana t.sk. bioloģiskā lauksaimniecībā;
- e. Jaunu produktu un tehnoloģiju attīstīšanā kokrūpniecībā
- f. Cits, lūdzu norādiet

Galvenie minētie atbalsta veidi:

- Eksporta atbalsts;
- Atbalsts jaunu produktu izstrādei;
- Ražošanas efektivizēšanas pakalpojumi – semināri, apmācības, pieredzes apmaiņa;
- Atbalsts ris3 un ekoinovāciju uzņēmumiem;
- Vispārējs atbalstu uzņēmējdarbības uzsākšanai un attīstībai, tai skaitā (un ne tikai) iepriekš minētajās uzņēmējdarbības jomās;
- Citu valstu labās prakses piemēri.

Ja runa ir par biznesa inkubatoru, tad atbalsta apjoms nemainās no tā vai uzņēmums ir zaļi domājošs vai nav. Netiešā veidā atbalsts ir idejas dzīvotspējas novērtējumā, ko sniedz biznesa inkubatori (kopumā 15), kas atbalstīta inovāciju izstrādi un *satrup* uzņēmumus, tehnoloģiju pārnesi, veicina uzņēmumu sadarbību ar akadēmisko personālu un pētījumus. Zaļajai uzņēmējdarbībai tirgus potenciāls var būt lielāks, kas uzņēmējam dod priekšrocības atbalsta saņemšanā.

Tiešā veidā papildus atbalsts zaļajai uzņēmējdarbībai ir siltināšanas programma, energoefektivitātes programma un LAD atbalsts bioloģiskajiem lauksaimniekiem. Energoefektivitātes programmā var saņemt finansējumu bez papildus nodrošinājuma, kā arī atbalsts aizdevumiem, garantijām. Akseleratorā – atbalsts ELENA grantu saņemšanai, tehniskās dokumentācijas izstrādei energoefektivitātes projektiem.

11. Kāda veida atbalsts jūsu prātā būtu nepieciešams uzņēmējiem, kas vēlas attīstīt sekojošas uzņēmējdarbības jomas: (saskaņā ar izvēlēto jomu sarakstu)

- a. Energoefektīvā būvniecībā, lūdzu norādīt;
- b. Materiālu atkārtotā izmantošanā, lūdzu norādīt;
- c. Atkritumu pārstrādes jomā, lūdzu norādīt;
- d. Ilgtspējīgāka zemes un ūdens izmantošana t.sk. bioloģiskā lauksaimniecībā, lūdzu norādīt;
- e. Jaunu produktu un tehnoloģiju attīstīšanā kokrūpniecībā, lūdzu norādīt;

f. Cits, lūdzu norādiet jomu un atbalsta veidu

Kā būtiskākais atbalsts tiek minēts nodokļu stimuli, piem., nodokļu atlaides uzņēmējdarbības uzsākšanas fāzē. LIAA programmu ietvaros jau eksistē jaunuzņēmumu atbalsta shēma, kā arī inovāciju vaučeru programma jaunu tehnoloģiju izstrādei un ieviešanai ražošanā. Noderīgas būtu arī valsts garantijas aizņēmumiem bankās, kas paredzēti investīcijām zaļajā uzņēmējdarbībā.

Taču atbalsts nepieciešams arī šādās jomās:

- ražošanas efektivitātes uzlabošanai (iekārtas, automatizācija, datu vākšana/analīze u.tml);
- pilotprojektu realizēšanai;
- iekārtu iegādē;
- pieredzes apmaiņai ārvalstīs.

12. Kādu papildus atbalstu mazajiem un vidējiem uzņēmumiem kopumā būtu lietderīgi sniegt zaļās uzņēmējdarbības jomā novērtēt skalā no 1-5 (atzīmēt ar krustiņu)

Domas par atbalsta mehānismiem daļās, taču vienprātība ir attiecībā uz finansiālu valsts atbalstu – visi aptaujātie to atzīst par ļoti būtisku, jo tas tiešā veidā ietekmē uzņēmuma ekonomisko sniegumu (skat. tabulu). Daļa respondentu uzskata, ka izglītojošie un informatīvie pasākumi uzņēmumiem nav lietderīgi, savukārt citi aptaujātie tos atzīst par ietekmīgiem vai ļoti ietekmīgiem. Lielāka vienprātība ir attiecībā uz nefinansiālo valsts atbalstu, kuru aptaujātie uzskata ietekmīgu vai vismaz daļēji ietekmīgu zaļās uzņēmējdarbības atbalsta mehānismu.

Atbalsta veids:	Neietekmē	Ietekmē daļēji	Ietekmē	Ļoti ietekmē	Grūti pateikt
Izglītības pasākumi	xx		xxx	xx	
Informatīvie pasākumi	xx		xxxx	x	
Labās prakses piemēri		x	x	xxxx	x
Finansiāls valsts atbalsts (piemēram, nodokļu atlaides)				xxxxxxx	
Nefinansiāls valsts atbalsts		xx	xxxx		x
Cits: lūgums minēt					

13. Kādi vēl pasākumi jūsuprāt varētu veicināt zaļo uzņēmējdarbību Latvijā?

Bez jau minētajiem pasākumiem respondenti min arī citus specifiskākus atbalsta mehānismus:

- Nodokļu atlaides uzņēmumiem, kas investē zaļajās tehnoloģijās.
- Biznesa uzsācēju atbalsta programmas tieši aprītes ekonomikas jomā un vēl kādā, kur Latvija nav vai ir maz uzņēmumu.
- Zaļais publiskais iepirkums, kas priekšroku dod videi draudzīgiem produktiem un pakalpojumiem.

Bez tam tiek minēti arī plašāki atbalsta principi:

- Integrēts atbalsts zaļajai uzņēmējdarbībai. Šobrīd atbalsts ir fragmentēts un fokuss atšķiras dažādās iestādēs. Kā arī netiek nodrošinātā visa uzņēmējdarbības attīstības cikla nepārtraukta atbalstīšana vienotā instrumentu komplektā.

- Būtiski jāuzlabo vienota valsts stratēģija atbalstam – kas izvirza prioritātes. Šobrīd atbalsts vairāk balstās uz “fondu apguves” pieeju, nevis uz mērķtiecīgu fokusētu rezultātu.
- Šobrīd lielā mērā uzlabojumu atbalsts vērsts uz jaunajiem mazajiem uzņēmumiem. Bet praksē kumulatīvais efekts būtu lielāks no uzlabojumiem lielajos esošajos uzņēmumos.

Ilgtermiņā nepieciešami arī konsultācijas un izglītošana, bet ne tikai uzņēmējiem, bet arī attiecībā uz patērētājiem, kas rada zaļo pieprasījumu un stimulu tirgotājam.

14. Kādi zaļās uzņēmējdarbības šķēršļi būtu jānovērš?

Kā būtiskākos novēršamos šķēršļus aptaujātie minēja:

- Subsīdijas neilgtspējīgai uzņēmējdarbībai;
- Uzņēmēju vājā izpratne par ieguvumiem;
- Mītu kļiedēšana par to, ka zaļā uzņēmējdarbība ir strādāt ar zaudējumiem.

Valdība jau pašlaik strādā pie vairākiem mehānismiem, kas nākotnē varētu veicināt zaļo uzņēmējdarbību:

- LIAA strādā pie EEZ instrumentiem, kur liela daļa paredzēta zaļajai uzņēmējdarbībai.
- EM šobrīd aktīvi strādā pie enerģētikas un klimata plāna uzlabošanas, kas ietvers atbalstu arī uzņēmējiem.
- VARAM gatavojas jaunām iniciatīvām, kas būtu vērstas uz emisiju samazināšanu un resursu efektīvāku izmantošanu.

Taču respondenti arī atzina, ka jānovērš nevis šķēršļi, bet jārada uzņēmēju motivāciju un sabiedrības kopējā informētības un zināšanu vides jautājumos.

1. pielikums: Intervējamo personu saraksts

Signe Millere, Siguldas BI

Ilze Linkuma, Ogre BI

Rihards Zariņš, Jūrmalas BI

Evija Pudāne (Cleantech Klāsteris)

Laura Očagova (LIAA)

Salvis Roga (ZTI)

Jānis Brizga (Zaļā Brīvība)

Jēkabs Krieviņš (Altum)

J.Ločmelis

Materiālu sagatavoja "Oxford Research" 2019.g.oktobrī projekta GreenGovern ietvaros

