

Ilgspējīga uzņēmējdarbība ar Eiropas Ekomarkējumu

Atbildīgas uzņēmējdarbības nozīme



Iveta Jēgere

Vides pārraudzības valsts birojs

Sākotnējā izvērtējuma daļas vadītāja

Telefons: 67770818

E-pasts: iveta.jegere@vpvb.gov.lv



www.europa.eu.int/ecolabel

Kāpēc atkal un atkal par to runāt?



**Kas ir atbildīga
uzņēmējdarbība?
Kas ir atbildīga ražošana?
Vai tiešām par to VĒL vajadzētu
runāt?**

... ..







Patērētājs – Tirgotājs – Ražotājs

- Patērētājs šobrīd skatās galvenokārt uz cenu
- Arī, ja viņu interesē produkta saturs un ietekme, patērētājs pēc savas būtības ir slinks, tamdēļ savā rīcībā arī bezgala naivs
- Ir aitas – ir cirpēji
- Turklāt tirgus informācija ir pārsātināta ar daudzveidīgajiem marķējumiem
- Patērētājam ir grūti identificēt to atšķirības un nozīmi
- Līdz ar to tirgus informācija ir pārsātināta arī ar maldinošu pozicionēšanu
- Apjukums, neapmierinātība un “eko” koncepta degradācija novērojama gan starp patērētājiem, gan ražotājiem un tirgotājiem

Bet...

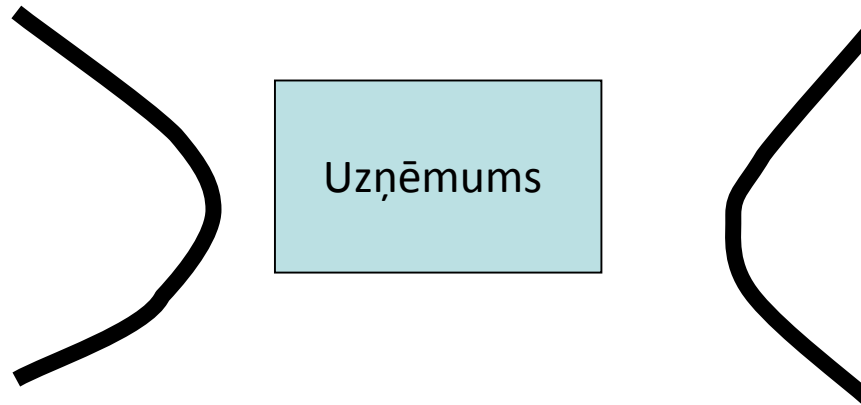


Patērētājs – Tirgotājs – Ražotājs (2)

Likumdevēja vara
un politiskās
nostādnes...

Izpildvara un kontrole...

Tiesu vara un
likumpaklausība...



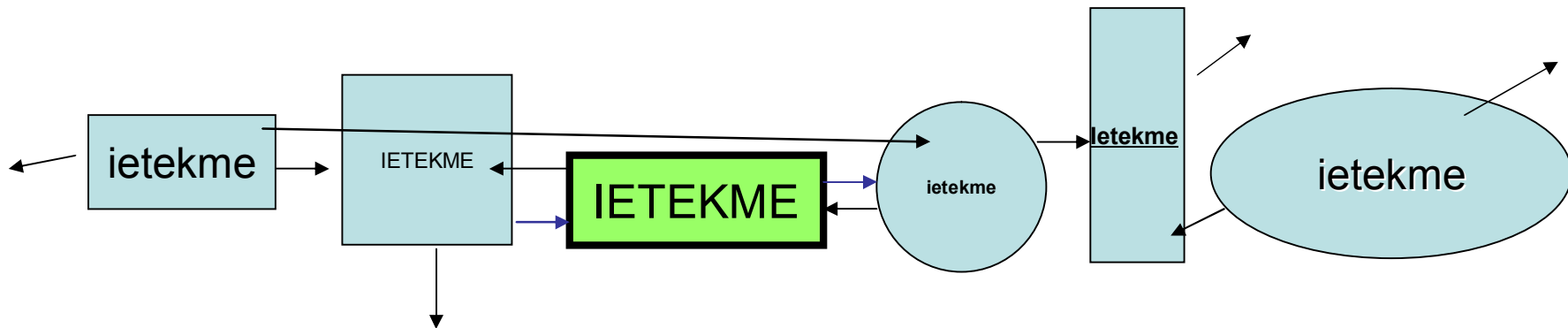
Tirgus:

- iekšzemes/ārējais
- partneri,
- konkurenti
- un patērētāji...

Arvien vairāk tieši **tirgus** situācija un **konkurence** pieprasa uzņēmējam darīt vairāk nekā to prasa vispārējie normatīvie akti, kā arī domāt par uzticamiem veidiem kā demonstrēt un komunicēt atbildīgas ražošanas politiku. Tas tamdēļ, ka mūsdienu pircējs maz pamazām, bet likumsakarīgi ir piekūsis, šo to sapratis, pavērtējis un izmainījis.....



Patērētājs – Tirgotājs – Ražotājs (3)



Ekomarķējums Latvijā...?

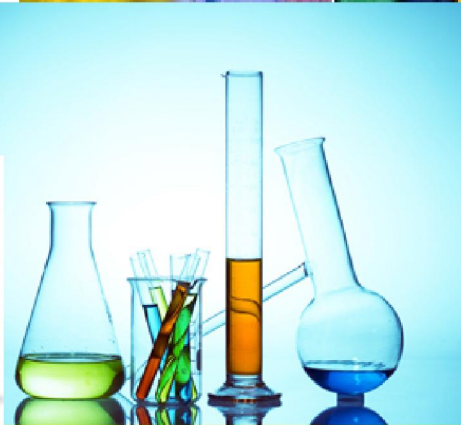
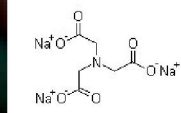
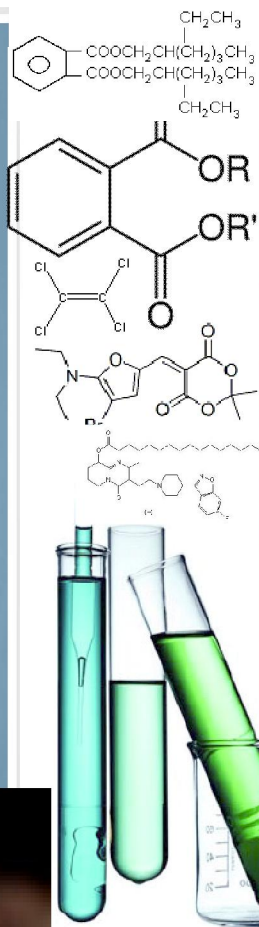
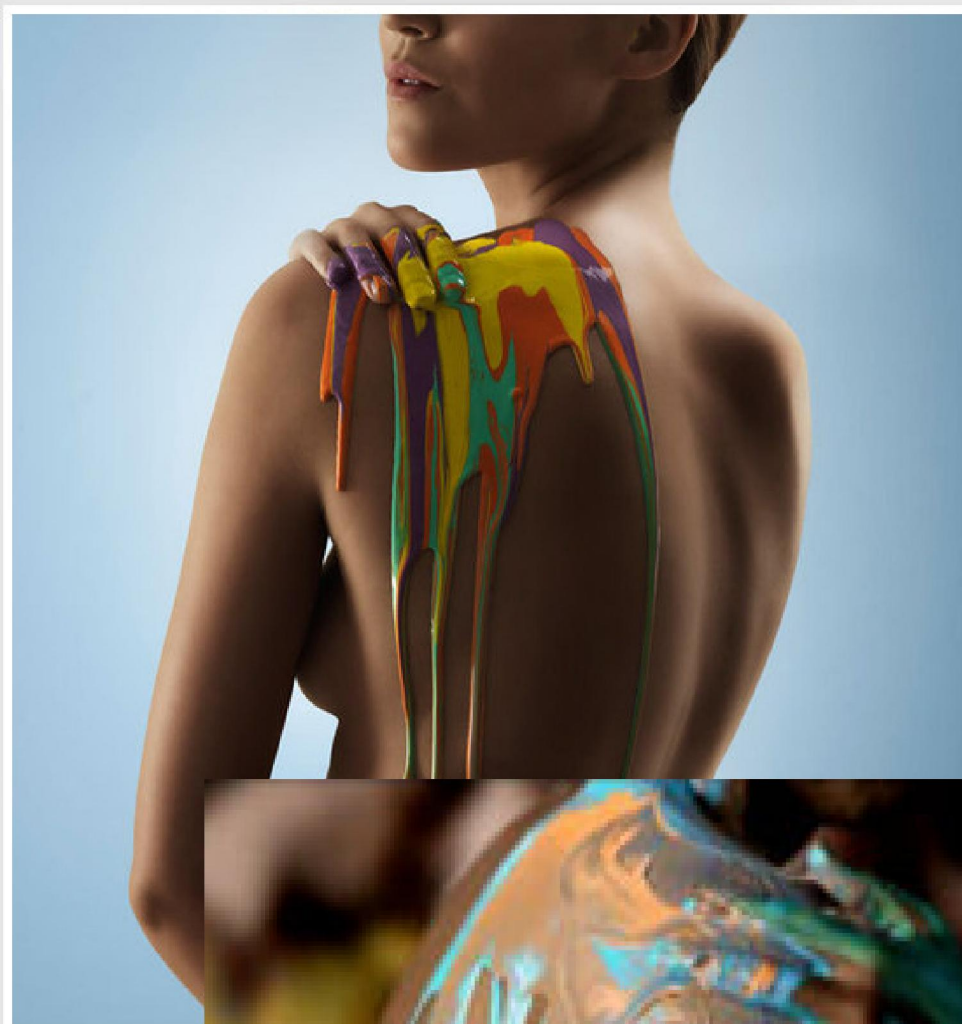
Plusi – Mīnusi....

- Jebko var izdarīt absolūti sarežģīti un arī daudz maz vienkārši, jautājums ir vai tiešām vajag pilnīgi visu vienmēr darīt sarežģīti?
- Vides aizsardzība nedrīkst padarīt uzņēmējdarbību neelastīgu, konkurēt nespējīgu un smagnēju. Ja tā notiek, tad kaut kas tiek darīts nepareizi! Jautājums ir tikai tajā, vai tā tas tiek darīts apzināti?
- Uzsākot darbu, nevajag domāt par pašām sistēmām, bet censties “izlobīt”, ko sistēmas un marķējumi par tirgu mums saka priekšā! Vadoties no tā var spriest, kā Jūsu produkts vai pakalpojums var kādam kļūt vajadzīgs!
- Proti: kas Jūsu patērētājam ir svarīgs, kad tas veic vērtību orientētu izvēli.

Nacionālās shēmas – Centralizētās shēmas....

Vai mēs varam to atļauties?





Paldies!
Un – lai veicas!

