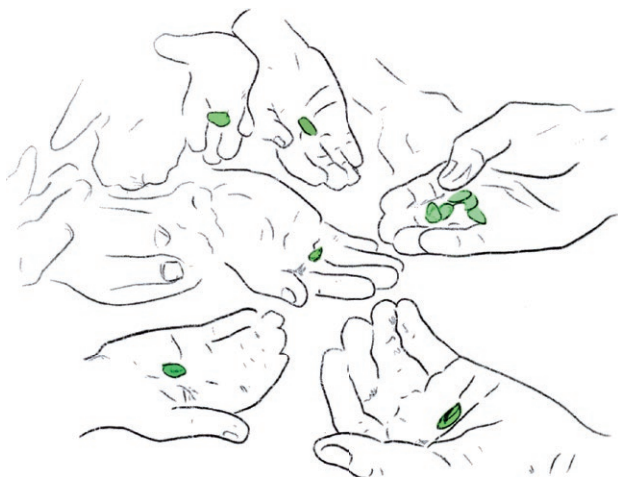
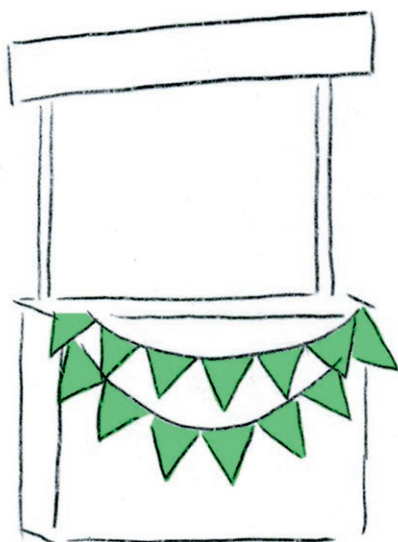


UZŅĒMĪGAIS EKOCIEMATA IEMĪTNIEKS

Kopienas attīstības nodrošināšana ar
inovatīvas zaļās uzņēmējdarbības palīdzību





UZŅĒMĪGAIS EKOCIEMATA IEMĪTNIEKS

Kopienas attīstības nodrošināšana ar inovatīvas zaļās uzņēmējdarbības palīdzību

Autors: Robert Hall

Redaktori: Steven Porter, Karl Randau and Sonia Cropper

Ilustrāciju autors: Steven Porter

Pieredzes pētījumu autori: Jesús Pacheco, Steven Porter, Katrien Van den Berge
and Karl Randau

Fotogrāfiju autori: Simo Annala, Martin

Lenzinger, Terry Vergos, La Poudrière arhīva

Tulkojums no angļu valodas. Tulkotās grāmatas nosaukums: *The Enterprising
Ecovillager. Achieving Community Development through Innovative Green
Entrepreneurship*

Grāmata ir izdota Zviedru, Somu, Angļu, Lietuviešu un Poļu valodās. Grāmata ir pieejama elektroniskā
versijā, sekojot šādai saitei: **www.balticecovillages.eu**.

ISBN 978-609-8080-68-1

Izdota Lietuvā

Satura rādītājs

4	levads
5	1. NODAĻA: KĀDĒĻ UZŅĒMĒJDARBĪBA?
7	Pārejas prasība
8	Dzīvotspējīgu ekociematu valdzinājums
9	2. NODAĻA: ZAĻĀ BIZNESĀ SAPŅU PĀRVĒRŠANA PAR REALITĀTI
10	Vietas apsvēršana
10	Permakultūras projekta izmantošana inovācijām
11	Kalpošana vietējai kopienai
11	Kopienas Livonsaaren osuuspuutarha kooperatīva piemērs
13	3. NODAĻA: ZAĻA UZŅĒMUMA ORGANIZĒŠANA
14	Demokrātiskas vadības un īpašumtiesību izveide
16	Par biznesa vadību un lēmumu pieņemšanu
17	Ietverošie lēmumu pieņemšanas procesi
18	Vienprātīga lēmumu pieņemšana
19	Sociokrātiska lēmumu pieņemšana
19	Holokrātiska lēmumu pieņemšana
20	Zaļo uzņēmumu juridiskās formas
20	Nacionālās juridiskās formas
21	ES juridiskās formas
22	Ētisks uzņēmējdarbības uzsākšanas finansējums
23	Alternatīvo banku darbība
23	Sabiedrības atbalsts zaļajam biznesam
24	Suderbyn finansējums
24	Ekociematu atbalsta struktūras zaļo biznesu uzsākšanai
25	4. NODAĻA: DZILĀKU VĒRTĪBU IESTRĀDĀŠANA ZAĻAJĀ UZŅĒMUMĀ
26	Rūpes par Zemi
26	Rūpes par cilvēkiem
27	Godīga resursu sadale
27	La Poudriere sociālā uzņēmuma piemērs
29	5. NODAĻA: ZAĻĀS DARBĪBAS PLĀNOŠANA
30	Ko, lai ražo zaļie uzņēmumi?
30	Dzīves cikla novērtējums (DCN)
31	Reģeneratīvā dizaina principa atgriezeniskās saites domāšana
32	Zaļie finansējuma avoti
33	Zaļā ražošana
34	Zaļais iepakojums
35	Zaļā loģistika
35	Zaļā tirgus analīze
36	Ekoloģiskais marķējums
38	Holistiskās Izglītības piemērs: SPITI TON KENDAVRON
40	6. NODAĻA: EKOCIEMATA DZĪVES SABALANSĒŠANA AR ZAĻO BIZNESU
41	Četrkārtējo darbības rādītāju sabalansēšana
41	Lai, nevis peļņas meklējumi
42	Secinājumi
43	Literatūras saraksts

IEVADS

Šī rokasgrāmata ir sarakstīta ES Baltijas jūras reģiona projekta „Ekociemati ilgtspējīgai lauku attīstībai” ietvaros. Projekta mērķis ir veicināt ekociematu attīstību Baltijas jūras reģionā, radot ekociematiem vērtīgus un ikdienā pielietojamus rezultātus; veidojot saiknes starp ekociematiem un sabiedrību, un gūstot ekociematu kustības politisku atzišanu. Viens īpašs projekta rezultāts ir Ekociematu ceļš, kas ir interneta platforma, kur ekociemati un mērķos līdzīgi projekti varēs piedāvāt apmeklētājiem savas preces un pakalpojumus (lai saņemtu plašāku informāciju, apmeklējiet www.ecovillageroad.eu). Mērķis ir sekmēt uzņēmējdarbību ekociematos, tādējādi nodrošināt to ekonomisko neatkarību un vienlaicīgi padarīt ekociematus sabiedrībai pieejamākus. Šī rokasgrāmata, kā Ekociematu ceļa projekta papildus produkts, ir mēģinājums palīdzēt un iedvesmot ekociematus iesaistīties zaļajā biznesā un uzņēmējdarbībā, un kļūt par Ekociematu ceļa biedriem.

Šī rokasgrāmata ir Baltijas jūras vidū esošās Gotlandes salas Suderbyn permakultūras ekociemata komandas kopīgais veikums. Tās izstrādē vislielāko ieguldījumu ir devis vadošais speciālists - Robert Hall, kas ir diplomēts ekonomists, eko tehnologs un starptautiski atzīts ekociematu aktīvists. Tekstu ir rediģējuši, uzlabojuši un paplašinājuši Erik Lindman Mata, Karl Randau, Steven Porter un Sonia Cropper. Karl Randau un Steven Porter, Katrien van den Berge un Jesús Pacheco ir izvēlējušies pētāmos piemērus, kuri ir aprakstīti šajā rokasgrāmatā, kā arī tie ir tekstu ieguvuši papildinošās fotogrāfijas. Steven Porter ir ilustrējis grāmatas zīmējumus.

Standarta mācību grāmatas par biznesu var sniegt tikai biznesa plānu sagatavošanas un rentabilitātes aprēķinu pamata metodes. Cita pieejamā literatūra ieskicē mūsdienu rietumu biznesa modeļi dominējošās problēmas un trūkumus. Šī grāmata neapskata nevienu no šiem aspektiem, bet izskaidro ceļu jaunas jeb zaļā biznesa domāšanas virzienā, kas ir ekociematiem piemērots.

Ekociemati vēlas radīt citu pasauli. Šī labākā pasaule ir jauna sabiedrība ar jaunām vērtībām. Visā pasaulē bez jebkādas saskaņošanas vai „vadības no augšas” ir izveidojušies simtiem ekociematu. Tradicionālie ciemati, kas dominē zemeslodes dienvidos, ietver sevī pāreju uz ilgtspējīgiem ekociematiem, kuri varēs konkurēt tirgū, kā arī pretoties globālai centralizēšanai un tehnoloģisko spēku koncentrēšanai. Globālais ekociematu tīkls (*Global Ecovillage Network - GEN*) sastāv no vietējām organizācijām un nacionālajiem tīkliem, kura rezultātā ir lielāka sadarbība ekociematu dalībnieku starpā no visas pasaules, atbalstot viena otra attīstību pārejā uz elastīgākiem veidojumiem, kas būtu balstīti uz labklājību. Šī kopienas kopiena ir būtiska, lai nodrošinātu ievērojamu ieguldījumu globālās sabiedrības pārveidošanā.

ES Baltijas jūras reģiona projekts „Ekociemati ilgtspējīgai lauku attīstībai” ir sniedzis savu ieguldījumu ekociematu kustības izplatīšanā Eiropas pirmajā makro rajonā. Viena no projekta iniciatīvām bija Ekociematu ceļš (www.ecovillageroad.eu). Ekociematu ceļa mērķis ir radīt savstarpējo apmaiņu starp ieinteresētiem un progresīviem cilvēkiem, kas dzīvo Eiropas vairākuma dzīvesveidu, un tiem, kas ir izvēlējušies dzīvot daudz ekoloģiskāku dzīvesveidu ekociematos. Ekociematu ceļa mājas lapa sekmē apmeklētāju izglītošanu, ienākumu radīšanu ekociematu iedzīvotājiem. Tādēļ šī rokasgrāmata ir paredzēta tam, lai stimulētu ekociematu iemītniekus radīt vairāk ilgtspējīgu produktu un pakalpojumu citu ekociematu iedzīvotājiem, kā arī ekociematu apmeklētājiem, lai veicinātu ekociematu vairošanos un plašākas sabiedrības pāreju. Šī grāmata nav paredzēta, lai aizstātu „uzņēmējdarbības uzsākšanas” rokasgrāmatas, kuras ir plaši pieejamas bibliotēkās, grāmatveikalos, valsts aģentūrās un ES programmās. Šī publikācija ir balstīta uz potenciālo ekociemata uzņēmēju, un var darboties, kā vispārpieņemto biznesa uzsākšanas grāmatu papildinājums, vai ievads.

1. NODAĻA:
KĀDĒĻ UZŅĒMĒJDARBĪBA?



1. NODAĻA:

KĀDĒĻ UZŅĒMĒJDARBĪBA?

Neskatoties uz to, ka manā bērnībā es augu ar biznesu cieši saistītā Kalifornijas ģimenē ar stereotipisku Ziemeļamerikas pagalmu izpārdošanu, cepumu, avižu, sērkočiņu kastīšu reklāmu un vīstu olu tirdzniecības realitāti, mana personīgā uzņēmējdarbības spēka un vērtības atklāsme atnāca pavisam nesen, un divainākais ir tas, ka tas notika pēc Āfrikas apmeklējuma. Korporatīvais bizness, starptautiskie uzņēmumi, Volstrīta un PTO jau sen ir pilnīgs pretstats tam, ko mēs vides kustībā redzam, kā globālo izaicinājumu risinājumu. Bet SEKEM fermā, unikālā ekociematu veidā, kas atrodas 60 km attālumā no Kairas, es biju par liecinieku tam, kā viena cilvēka labākas pasaules vīzija varēja tikt realizēta ar biznesa palīdzību.

Gandrīz pēc divdesmit gadiem Austrijā, 1975. gadā Dr. Ibrahim Abouleish apmeklēja Ēģipti, lai apskatītu grūto savas dzimtenes ekonomisko un sociālo situāciju. Sakrustojot islamu un antrofosofiju, viņš centās izveidot lauksaimniecības zemes gabalu, kas robežojās ar tuksnesi Nīlas ielejā. Projekts radīja darbavietas un tādēļ tika iesaistīti tuvumā esošie beduīni. Rezultāts bija desmit SEKEM biznesu izplatīšanās, kuri tika radīti, lai atrisinātu problēmas un pārveidotu teritorijas lauksaimniecisko un rūpniecisko ražošanu sociālāk un ekoloģiski orientētas ražošanas virzienā. Šie biznesi ietvēra organisko apģērbu ražošanu, bioloģiskās saimniecības un organisko apģērbu ražošanā ieinteresētas rūpnīcas. Lai to sasniegtu, bija nepieciešami fermeru apmācības institūti un bioloģiskā sertifikācijas sistēma. Līdzīgas biznesu un NVO ķēdes bija nepieciešamas pārtikas un garšvielu ražošanā. 2003. gadā SEKEM un Dr. Abouleish saņēma alternatīvo Nobela prēmiju jeb Right Livelihood Award par savas komerciālās veiksmes integrēšanu sabiedrības sociālās un kultūras attīstības veicināšanā. Šobrīd mazajā ekociematā SEKAM ir apmēram 30 iedzīvotāji, un tas nodrošina darbavietas un skolas vairāk nekā 1500 apkārtesošo ciematu iedzīvotājiem.

Mazāk pamanāma, taču tikpat svarīga ir uzņēmējdarbība, kuru es esmu redzējis Krievijas ekociematos. Anastasijas kustība bija risinājums, lai iedvesmotu Krievijas ekociematu galvenā balsta radīšanu smagajos Jelcīna Krievijas ekonomikas pārmaiņu gados. Ekociematu iedzīvotāji ar ļoti mazu materiālo nodrošinājumu ieradās vietās, kuras vēlāk kļuva par ekociematiem. Ikvienam, lai izdzīvotu, bija jāveido mikro bizness. Šobrīd katru Krievijas ekociematu sanākšanu pavada gadatirgus, kur tiek tirgots medus, svecas, mājās šūti apģērbi, tējas un citi rokdarbi. Bizness viņiem ir instruments, lai atbrīvotos no pilsētu iepirkumiem un rūpniecības produktiem, un atbalstītu viens otra neatkarību un radošumu. Tāpat arī ekociematos izgatavoti dabīgie produkti ir pieprasīti pēc kvalitātes alkstošo Maskaviešu vidū.

Krievijas ekociemati zina to, ka visvieglākais ceļš, kā celt vietējo ekonomiku, ir sekmēt mājrāžošanas attīstību, izbrīvējot mājās vietu ražošanai. Tomēr šādu produktu tirdzniecībai ir jāizmanto citi kanāli. „Runājošo ciedru” ekociemata Kanādas rietumu krastā eksperimentē ar kopīgām mājrāzotāju darbnīcām, kuras veicina kopīgās ražošanas vietas izveidi, kopīgu noietu, kā arī piedāvā sociālos kontaktus ar kaimiņiem. Ekociematu uzņēmējdarbību motivē ekonomiskās vajadzības, taču pastāv arī vēlme izmantot biznesu par kopienas un ekoloģiskā dzīvesveida radīšanas instrumentu. Tā kā tikai daži ekociemati iegūst pilnīgi pašpietiekamību, uzņēmējdarbības neesamība ekociematos patiesībā rada atkarību no sabiedrības. Lielākā daļa Zviedrijas ekociematu cieš no vietējās nodarbinātības iespēju trūkuma un ciematā esošas preču un pakalpojumu ražošanas neesamības, tādējādi veidojot atkarību no transporta darba vietu sasniegšanai un pirkumiem ārpus ekociemata. Tādēļ zaļā uzņēmējdarbība ir pamata instruments, lai samazinātu ekociemata atkarību no vairākuma ražošanas pamata dzīves nodrošināšanai un tam sekojošā ekoloģiskā nospieduma.

Pārejas prasība

Dažās pēdējās desmitgadēs, un it īpaši dažu pēdējo gadu laikā, ir atklātas planētas robežas. Tās nav tikai klimata izmaiņas, kuras apdraud cilvēku sabiedrības izaugsmi uz planētas. Johan Rockström un Will Steffen no Stokholmas dzīvespriekša centra un Austrālijas nacionālās universitātes, līdz ar 26 citiem zinātniekiem ir identificējuši deviņas robežas, kuras mums nevajadzētu pārkāpt. Divas no tām mēs jau esam pārkāpuši, kuras ir daudz sliktākas par klimata problēmu. Mums nav citas izvēles, kā nekavējoties veikt radikālas sabiedrības uzvedības un patēriņa veida izmaiņas. Tomēr valdošajai ekonomiskajai sistēmai ir problēmas ar pielāgošanos izaugsmes robežām. Kamēr šādai sistēmai ir iespēja pielāgoties, tai tāpat piemīt uzvedības veids, kas paredz pašiznīcību. *“Kapitālisms [...] pēc savas būtības ir ekonomisko pārmaiņu veids vai metode, un ne tikai nekad nav, bet arī nevar būt nemainīgs. [...] Fundamentālais impulss, kas uzstāda un notur kapitālistisko dzinēju kustībā, nāk no jauno patērētāju precēm, jaunām ražošanas vai pārvaldāšanas metodēm, jaunajiem tirgiem, jaunajām rūpnieciskās ražošanas formām, kuras rada kapitālistisks uzņēmums... Kapitālisms, līdzīgā veidā, kā tas iznīcināja feodālās sabiedrības organizatorisko struktūru, tāpat arī grauj savu sistēmu.”* [Schumpeter: 1942]. Kapitālistiski biznesi galu galā paši iznīcinās kapitālistisko sistēmu, ja tās rūpnieciskais devums vispirms neizraisīs neatgriezeniskas un negaidītas vides pārmaiņas. Chris Hedges to ir kodolīgi rezumējis *„Bezgalīgas kapitālisma ekspansijas, izšķērdīgā patēriņa, bezjēdzīgas ekspluatācijas un rūpnieciskās izaugsmes plānprātīgais projekts tagad uzsprāgst.”* [Hedges: 2012].

Iesākumā ekociemati bija atbildes reakcija esošajām sabiedriskajām struktūrām, kurās ar nolūku radītās kopienas atstāja vairākumu, lai radītu atsevišķus ekoloģiskā dzīvesveida eksperimentus. Tagad ekociemati ir vairāk pieņemti un mazāk fiziski un garīgi attālināti no vairākuma. Jaunākie ekociemati bieži vien vēlas iesaistīties dialogā ar vairākumu par sabiedrības attīstību, saprotot to, ka neviens ekociemats nevar izdzīvot, ja vairākums bīstami apdraud pamata ekosistēmas pakalpojumus. Tādējādi pašu ekociematu iedzīvotāju ziņā ir radīt jaunus modeļus un padarīt esošos modeļus par novecojušiem, kā to ir rezumējis Buckminster Fuller:

“Jūs nekad nevarat mainīt lietas, cīnoties ar esošo realitāti.

Lai kaut ko izmainītu, uzbūvējiet jaunu modeli, kas padarīs esošo modeli novecojušu.”

- Richard Buckminster Fuller

Kā ekociematiem mobilizēt resursus, lai radītu vēlāmās situācijas pārmaiņas? Pašreizējā ekonomiskajā situācijā, Austrijas ekonomista Joseph Schumpeter (1934) aprakstītās inovācijas un radošās destruktīvas procesi faktiski ir normāla stadija. Tādēļ ieviest jauninājumus un aizstāt vecās un mazāk piemērotās biznesa formas ar jaunām nav grūti. Nākotnē ir vieta elastīgiem mikro un nano biznesiem, kas balstās uz vietējo kopdarbību un sadarbību, kooperatīviem un kopienām piederošiem biznesiem, kas kalpo kopienai, nodrošinot sabiedrisko labumu, neiznīcinot priekšnoteikumus nākotnes paaudzēm.

Viens atšķirīgas biznesa koncepcijas piemērs ir Auroville ekociemats, kam ir vairāk nekā 150 pakalpojumu un komerciālo vienību un 2000 iedzīvotāju. Daži komerciālie sniegumi ir samērā nelieli, kamēr citiem ir liels gada apgrozījums un apjomīgs eksporta rādītājs. *„Auroville bizness ir balstīts uz īpašuma nepiederēšanu un pārvaldīšanu. Tos „visas cilvēces” labā pārvalda Auroville fonds... Sākot no fotoelektriskajām sistēmām un datoru programmatūru līdz ciemata mājamatniecības priekšmetu radīšanas, visi tiek mudināti nodot vismaz 35 procentus savas peļņas kopienas attīstībai”* [Gaiian Economics]. Kā viens no pasaules lielākajiem ekociematiem, Auroville demonstrē to, kā jauni biznesa veidi var savstarpēji mijiedarboties un sadarboties. Tas daļēji tiek panākts ar kopējiem mārketinga kanāliem, kurus tie rada.

Dzīvotspējīgu ekociematu valdzinājums

Viens no lielākajiem ekociematu paplašināšanas kavēkļiem ir darbavietu trūkums. Ja ekociematos pavērtos darbu iespējas, cilvēkus būtu viegli piesaistīt. Ja ekociemati ir labi funkcionējošas mikro sabiedrības, tad tie nodrošina to, lai ekociematā esošajā biznesā nodarbinātie cilvēki būtu vairāk apmierināti ar savu situāciju un lai tie justos stabilāk nekā lielākajā sabiedrības daļā strādājošie. Tas, ko daudzi no mums meklē apmeklējot ekociematus, ir burbuļojošas biznesa aktivitātes, kā to savā ekociemata aprakstā (šajā gadījumā savā Skotijas ekociematā, Findhorn) ir aprakstījis agrākais starptautiskās ekociematu kustības prezidents Jonathan Dawson:

"Mēs redzam maizes ceptuves, teātrus, veikalus un kafejnīcas, kas piesaista apmeklētājus no tuvām un tālām vietām. Vietējie dabīgie sieri, vīni, augļi un dārzeņi apvieno vislabāko kvalitāti ar ļoti nelielu attālumu no produktu ražošanas vietas. Amatniecības studijas veido skaistus keramikas, tekstila priekšmetus, kokgriezumus un sveces. Tipogrāfijas, iespiešanas preses, saules panelu ražotāji, notekūdeņu sistēmu dizaineri, konsultēšanas uzņēmumi. Ekonomiskās dzīvotspējas un daudzveidīguma pierādījumi ir visapkārt."

[Dawson 194. lpp.: Gaian Economics]

Tomēr Dawson spilgtais attēlojums var nebūt pārāk precīzs. Lielākajā daļā ekociematu, kas ir mazāki vai atrodas dziļākos laukos, trūkst iespēju uzsākt komercdarbību. Faktiski, lai gan es piekritu tam, ka šis apraksts ir patiesss Findhorn sakarā, tomēr Eiropā šajā līgā ir tikai vēl viens cits ekociemats, kas atrodas Damanhur Itālijā. Damanhur uzņemšanas centrs – kopā ar Crea, kādreizējā Olivetti fabrikā esošo savu alternatīvo divstāvēgo tirdzniecības centru – patiesībā pārspēj to, ko Findhorn uzskata par vizuāli ekonomisku dzīvotspēju. Citiem lielajiem ekociematiem, piemēram, Tamera Portugālē, un Sieben Linden, un ZEGG Vācijā, ir ierobežoti komerciāli uzņēmumi savā atrašanās vietā. Baltijas jūras reģionā tikai daži ekociemati piedāvā Dawson ilustrēto ainavu. Hāga By ekociemats Upsalas tuvumā ir Zviedrijas vislabākais ekonomiskās dzīvotspējas piemērs apmēram ar 20 uz vietas esošajiem biznesiem, ieskaitot Tant Grön, vienu no Zviedrijas lielākajiem ekoloģisko produktu lielveikaliem.

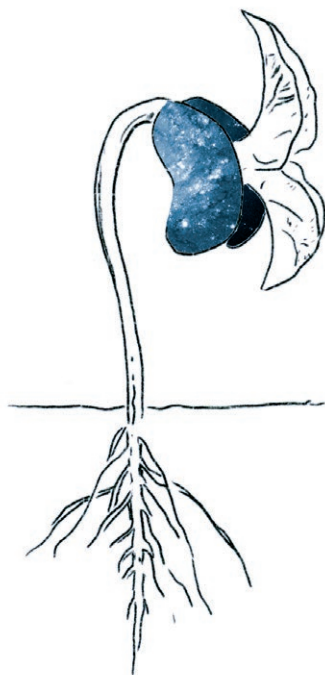
Ekociematu biznesi nav tikai vizuāls dinamiskas apmetnes pierādījums. Lai cilvēki varētu kļūt par daļu pārejai uz ilgtspējīgu dzīvesveidu, ekociematos ir nepieciešamas darbavietas. Tās ir jārada esošajiem iemītniekiem, vai arī pašiem jaunatnācējiem ir jāspēj tās izveidot pēc pārcelšanās. Diana Leafe Christian, pazīstama autore, redaktore un ekociematu autoritāte, apraksta sava Earthhaven ekociemata, kas atrodas Blue Ridge Mountains, biznesa atmosfēru, kā arī diskusijas, kuras tas var radīt.

"Lai gan lielākā daļa Earthhaven pārstāvju novērtē un atbalsta šos uzņēmējdarbības centienus, citi uzskata to, ka mazi biznesi – kuri noteikti ietver naudu un budžetus, pirkšanu un pārdošanu – neatbilst ekociematu vērtībām. Vai arī šī uz vietas esošā lauksaimniecība nozīmē to, ka kopiena riskē ar rūpnieciskās lauksaimniecības galējībām un savas augsnes un ūdens nenovēršamu piesārņošanu, nevis savu lauku saimniecību, kā ilgtspējīgu lauksaimniecības projektu, kas veido Earthhaven augsni un aizsargā tās tecējumu un gruntsūdeņus, redzējumu... Tomēr plaukstošam lauku ekociematam ir nepieciešamas dzīvotspējīgas, ekoloģiski ilgtspējīgas mājamatniecības ražošanas, lai nodrošinātu nepieciešamās darbavietas, preces, pakalpojumus un uz vieta esošu, ekoloģiski ilgtspējīgu pārtikas ražošanu."

[Diana Leafe Christian, 203. lpp.: Gaian Economics]

Cilvēki nepārcelsies uz ekociematiem, ja šajos ciematos nepastāvēs nekādas iespējas. Un, ja ciematos būs pavisam maz iespēju, tiks izveidotas tikai dažas jaunas iespējas. Dzīvotspējīga ekociematu kustības nākotnei ir nepieciešama iniciatīvu pārpilnība, lai piepildītu ekociematu un apkārtējās sabiedrības vajadzības, tajā pašā laikā saglabājoties pamatprincipu, uz kuriem šie ekociemati tika dibināti, robežas. Nākamajās nodaļās tiks sniegti šādu biznesa uzņēmumu dibināšanas ieteikumi.

2. NODAĻA:
**ZAĻĀ BIZNESA SAPŅU PĀRVĒRŠANA
PAR REALITĀTI**



2. NODAĻA:

ZAĻĀ BIZNESA SAPŅU PĀRVĒRŠANA PAR REALITĀTI

Ekociemata uzsākšana ir riskants pasākums, kam ir nepieciešamas vadīšanas spējas, risks un vēlme ieviest jauninājumus. Kad 2008. gadā tika nodibināts Suderbyn ekociemats, mēs zinājām, ka mums būs vajadzīgi daudzi gadi, lai sasniegtu dzīvotspējīgu un stabilu attīstības līmeni. Mūs motivēja kvēla vēlme ietekmēt plašākas sabiedrības pārmaiņas. Uzņēmēji, tāpat kā ekociematu iemītnieki, arī vēlas pārmaiņas. Pāreja uz ilgtspējīgāku sabiedrību radīs uzņēmējiem daudzas iespējas, lai izmantotu esošo dalībnieku kļūdas, atbildot uz jauna patērētāju tirgus un biznesu prasībām. „Zaļās uzņēmējdarbības” termins nāk no Gustav Berle grāmatas „Zaļais uzņēmējs: Biznesa iespējas, kuras var izglābt Zemi un nopelnīt jums naudu” [1991]. Tā definēja zaļo uzņēmējdarbību, kā atbildības uzņemšanos par tādas pasaules radīšanu, kādu mēs to vēlamies redzēt. Zaļais uzņēmējs, vai „eko uzņēmējs” var būt jebkura persona, kura vēlas veiksmīgi nopelnīt sev iztiku, cenšoties atrisināt apkārtējās vides problēmas.

Vietas apsvēšana

„Vieta mūs veido. Vieta mūs definē. Vieta ir tā, kas veido mūsu identitātes, mūsu attieksmes, un mūsu attiecības.” Peter Kageyama

Ekonomikas lokalizācija notiek paralēli globalizācijai, un signalizē par lūzumu starp jauno un veco ekonomiku. Lokalizējot ekonomiku, mēs izveidojam ap cilvēkiem pārmaiņas, kādas mēs redzam savās kopienās. Lai izpildītu vietējo pieprasījumu, ieguldījumam ir jābūt vietējās izcelsmes. Svarīgi kļūst jauni cilvēki, un tas, kas ir nepieciešams, lai viņus noturētu. Lai uzbūvētu ilgtspējīgas, dzīvotspējīgas kopienas izšķirošais ir iedzīvotāju ieguldījums. Taču vietas izvēles vadības pieejai ir nepieciešams cits vadības līmenis, kas ievēro iedzīvotāju viedokļus un atbilstoši reaģē. Kultivējot kopienas kultūras vērtības, var sekmēt biznesa dzīvotspēju.

Permakultūras projekta izmantošana inovācijām

Permakultūras projekti tiek izmantoti daudzos ekociematos, lai objektīvi izpētītu zemes gabalu un to apstrādātu vispiemērotākajā veidā. Tāpat arī permakultūru var izmantot, lai izanalizētu transportu, ekonomiku vai sabiedriskās struktūras. Tam ir nepieciešami labi pārdomāti plāni, un katram elementam ir jānodrošina vairāki labumi. Daudzas ekonomikas permakultūras idejas ir reklamētas E. F. Šūmahera grāmatā „Mazs ir skaists” [1973]. Projektam ir jābūt vairāk gudram nekā liels, tiecoties pēc cilvēciska mēroga un stabila stāvokļa un izvairoties no nekontrolētas kancerogēnas izaugsmes un nelaimes.

Viens biznesa piemērs, kas izmanto permakultūras principus, ir Lielbritānijas uzņēmums, kas kā permakultūras žurnāls darbojas kā Globālā ekociematu tīkla sabiedriskās komunikācijas kanāls. Permakultūras publikāciju uzņēmēja Maddy Harland stāsta, ka viņas uzņēmums vienmēr ir ievērojis šos principus. Kad tas ir iespējams, Permakultūras publikācijas iegūst enerģiju uz vietas, un savu enerģiju un ar papīriem saistītos un virtuves atkritumus pārstrādā atpakaļ par resursiem. *„Mēs ievietojam daudzus elementus ļoti nelielā telpā, kas samazina telpas izmantošanu un taupa enerģiju. Mēs esam priecīgi apgalvot to, ka mēs esam maza mēroga intensīva sistēma, un katrs cilvēciskais elements veic daudzas funkcijas! Tāpat arī mēs izmantojam pēc iespējas vairāk bioloģiskos resursus. Protams, lai to paveiktu, mums ir jāizmanto mašīnas, bet mēs samazinām atkritumus, cik vien tas ir iespējams”* [Harland: Gaian Economics]. Permakultūras projekts nozīmē gudras, bez atkritumu un par resursiem domājošas darbības, kuras parasti noved pie ekonomiski optimāla projekta. Tas, kas ir permakultūras projekta izmantošanas biznesa unikālais aspekts, ir kopdarbības izmantošana un resursu ražošana bez atkritumiem, kas parasti nenotiek tradicionālajos biznesa projektos.

Kalpošana vietējai kopienai

Kalpošana vietējai kopienai ar veselīgu enerģiju un izvairoties no pārspecializēšanās un balstīšanās uz eksportu ir veidi, kā uzņēmēji var piedāvāt savām kopienām pozitīvās pārmaiņas. Zaļajai uzņēmējdarbībai ir jāsniedz ieguldījums plašākai kopienai. Manā universitātes pilsētiņā, veiksīgajā Ciemata māju ekociematā Davis, Kalifornijā (45 hektāri, 240 mājas), 6 hektāri tika nodalīti, kā kopējā lauksaimniecībā izmantojamā zeme, un 372 kvadrātmētru liela platība tika apbūvēta komercdarbībai. Ciemata mājās ciemata iedzīvotāji ir zemes īpašnieki, un ienākumi no komerciālās nomas nonāk kopienas fondā. Ciemats izmanto ēdamo augu ainavas veidošanu (augļu kokus un krūmus), un lauksaimniecībā izmantojamā zeme ļauj ģimenēm audzēt savu pārtiku, tādējādi būvējot ļoti lokalizētu ekonomiku.

Tā vietā, lai būtu vienkārši pašpietiekami mazos norobežotos ekociematos, ekociematu biznesi var pastāvēt simbiozē ar saviem plašākajiem bioloģiskajiem rajoniem. Findhorn, 1994. gadā tika uzsākta uz Kopienu balstīta Kopējās lauksaimniecības (KLP) shēmas, saukta par EarthShare (Zemes dalīšanu). Tika izveidotas savstarpēji abpusējas attiecības, kur kopienas locekļi varēja brīvprātīgi iesaistīties, un lauksaimniecība ieguva no bezmaksas darba, tādējādi radot uzticīgus klientus, kas iemācījās pieprasīt kvalitāti. Daudzas kopienas, lai intensificētu lokalizāciju, izstrādā „Vietējās apmaiņas tirdzniecības sistēmu” (LETS). LETS infrastruktūra padara vietējo tirdzniecību vieglāku un tirdzniecības attālumu mazāk pievilcīgu. Tomēr, vietējās paralēlās tirdzniecības sistēmas radīšanai ir nepieciešama dalībnieku mobilizācija, ceļot uzticību un nodrošinot pārtikas un pakalpojumu grozu, kas var novest pie slēgtas bagātības aprites. Daudzi LETS modeļi cieš no preču un pakalpojumu piegādes trūkuma, kas atbilstoši nodrošinātu ikdienas vajadzības, novedot pie šo sistēmu izgāšanās.



Kopienas Livonsaaren osusu puutarha kooperatīva piemērs Kopienas Atbalstītā Lauksaimniecība (KAL)

KAL ir lauksaimniecības modelis, kurā patērētāju kopiena kolektīvi samaksā lauksaimniekiem agropības sezonā sākumā, tādējādi ļaujot lauksaimniekiem veikt nepieciešamos pirkumus, investēt un izaudzēt kopienas pārtiku. KAL locekļi var arī palīdzēt lauksaimniekiem ar brīvprātīgo darbu saimniecībā. Ar KAL modeli lauksaimnieks nav nepieciešams tērēt laiku un naudu, lai realizētu savu produkciju caur vairumtirgotājiem un mazumtirgotājiem. Patērētāji saņem svaigu, augstas kvalitātes produkciju ar zināšanām par tās izcelsmi, un tiem ir iespējas redzēt lauksaimnieku ikdienas darbu. Patērētāji sadala risku ar lauksaimniekiem gadījumos, ja ir slihta raža.

KAL Livonsaaren

Livonsaaren Yhteisökyllä (Livonsaaren kopienas ciemats) atrodas uz Somijas salas, uz Rietumiem no Turku. 2012. gadā ciematu nodibināja lauksaimniecības kooperatīvu. Ciemats sekoja KAL idejai. Livonsaaren kooperatīva mērķis ir veicināt pieejamību vietējai un bioloģiski ražotas pārtikai. Kooperatīva pamatdarbība ir dārzkopības un lauksaimniecības produkcijas ražošana. Turklāt, kooperatīvs nav ierobežots tikai savas produkcijas realizācijā. Tie var nodrošināt arī produkcijas iegādi un tālāku realizāciju no vietējiem un bioloģiskiem ražotājiem.



Stādu sagatavošana stādīšanai
Martin Lenzinger fotogrāfija



Pētersīļi ir viena no garšvielām
ko audzē Livonsaaren ciematā
Martin Lenzinger fotogrāfija

Livonsaari aug milzīgas dažādu augu un dārzeņu platības: puravi, selerijas, sarkanie kāposti, brokoļi, ziedkāposti, sīpoli. Viņiem ir siltumnīca, kura tiek izmantota pašlaik kā stādaudzētavu. Tīrums ir aptuveni 20 hektāru liels, un tas tiek nomāts no īpašnieka- Livonsaari Kopienas viena locekļa. Īpašnieks nodarbojās ar zemkopību un bija pieteicies uz bioloģisko sertifikāciju. No šīs platības iens hektārs tiek iznomāts atpakaļ KAL kooperatīvam.

Dārza dalīšana



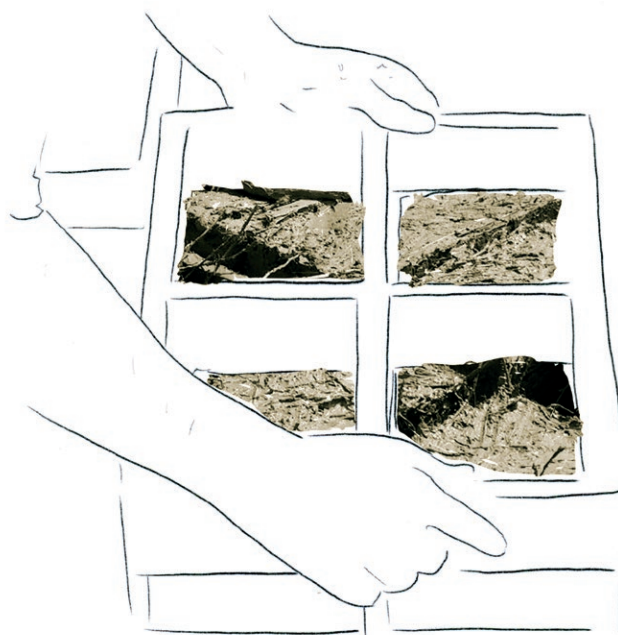
Kopiena veic lauka
apstādīšanu
Simo Annala
fotogrāfija

Kooperatīva iekasē "ražas maksu" avansā. 2013.gadā viņi sāka iekasēt samaksu jau martā, bet līdz maija beigām tikapienēmti jauni dalībnieki un savākta maksa. Pašlaik ir gandrīz 100 mājsaimniecību, kas pierakstījās 2013.gada vasarā un tas bija ar 30 saimniecībām vairāk nekā 2012.gadā. Pamatmaksa ir 175 EUR un mērķis ir sniegt vismaz 12 augu kastes no augusta līdz septembra beigām. Ja raža ir liela, tad dalībnieki iegust vairāk produktu. Ir izveidots plāns pārdot vietējiem veikaliem un/ tirgū, ja gadījumā dārzā ir saražots vairāk nekā nepieciešams. Taču prioritāte pirmām kārtām ar biedriem.

Papildus pamatamaksai, ir noteikta vienreizējā maksa 50 EUR apmērā par pievienošanas kooperatīvam. Redzot, cik darbietilpīgs process ir produktu ražošana un cik svarīga ir brīvprātīgo piesaiste, kooperatīvs ieviesa iespēju samazināt dalības maksu, ja dalībnieks spēj palīdzēt ar darbu saimniecībā. Tagad no 100 dalībniekiem, 40 ir apņēmušies veikt brīvprātīgo darbu. Pārsvārā pie ražas novākšanas un augu kastes sagatavošanas.

2013. gada budžets bija aptuveni 22 - 25 tūkst. EUR. Ar avansa maksājumu palīdzību, ir iegūta nauda vienu pilna un viena nepilna laika dārznieka nodarbināšanai. Dārznieki ir vienīgie dalībnieki, kuriem maksā par darbu. Kooperatīvā ir valde ar pieciem locekļiem, kas ir uzņēmušies atbildību par dažādu uzdevumu veikšanu. Ir sadalītas lomas: audzēšana un ražas apskats, grāmatvedība, audits, kontaktu attīstīšana ar dalībniekiem un plašsaziņas līdzekļiem. Livonsaaren kopienas uzdevums saviem biedriem ir nodrošināt dārzeņu kastes katru nedēļu ražas seznas laikā- no augusta līdz oktobrim- atkarībā no laika apstākļiem. Viņi arī audzē dārzeņus, kuriem Somijā nav izveidoti bioloģiskās lauksaimniecības standartam, piemēram mangolds, brokoļi un fenheļa.

3. NODAĻA: **ZAĻA UZŅĒMUMA ORGANIZĒŠANA**



3. NODAĻA:

ZAĻA UZŅĒMUMA ORGANIZĒŠANA

Ekociematam ir jābūt nākotnes sabiedrības, pēc kuras mēs tiecamies. Piemēram!! Es pamanīju to, ka es izvirzu sev augstākas prasības, kad es veicu pirkumus un investīcijas ekociematam, nekā es to darītu līdzīgiem privātajiem darījumiem. Tas ir tā, it kā es būtu atbildīgs par pilnīgāku koncepciju, kura nepieļauj pragmatiskus saīsinājumus. Man būtu jāspēj aizstāvēt izvēles, kuras es esmu izdarījis ekociemata vārdā, un būs daudz tādu cilvēku, kuri apšaubīs izdarītās izvēles. Loģiski, tāda pati atbildības sajūta attiecas arī uz ekociemata biznesiem.

Ja zaļi uzņēmumi ir transportlīdzekļi, kas mūs ved no pašreizējās neilgtspējīgās ekonomiskās sistēmas uz ilgtspējīgo ekonomisko sistēmu, ir nepieciešams apzināties tradicionālo biznesa organizāciju lamatas, lai no tām būtu iespējams izvairīties. Gan pašreizējā rietumu kapitālisma, gan iepriekšējo Austrumeiropas sociālistisko valstu tradicionālajiem biznesiem ir grūtības nodrošināt ilgtspējīgas darbības. Kapitālismam piemīt nepieciešamība uzkrāt un koncentrēt bagātību, lai nodrošinātu peļņu kapitāla īpašniekiem, radot konfliktu ar stabilu biznesa darbību. Kapitālismam ir nepieciešama valsts tirgus regulēšana, lai aizsargātu intelektuālās īpašuma tiesības un realizētu līgumus. Tas samazina bagātības koncentrēšanos un, kopā ar uz tirgu balstītu izpēti un attīstības resursiem par ekosistēmas pakalpojumu palielināšanos, padara dzīvi uz planētas iespējamu.

Balstoties uz Stefano Zagmani teikto, kapitālisms ir tikai viena „jaunākā” (pagājušās tūkstošgades puses) tirgus ekonomikas variācija. Tirgus ekonomika ir pastāvējusi kopš aizvēsturiskiem laikiem; tomātu, ogu vai zivju pārpalikumi vienmēr tika apmainīti pret kaut ko citu nepieciešamu. Tirgi noved pie pilsētu izveidēm. Kamēr tirgus ekonomika ir sevi pierādījusi, kā efektīvu resursu pārdalītāju, kapitālisms ir parādījis to, ka tam ir daudzas negatīvas īpašības, kuras tagad apdraud cilvēci. Tādēļ atslēga uz patiesi zaļiem uzņēmumiem ir pārvarēt kapitālistiskajiem uzņēmumiem piemētošos trūkumus. Tos ir iespējams vienkāršot, koncentrējoties uz to, kā bizness pieder un kā tas tiek vadīts. Turpmāk mēs papētīsim zaļo uzņēmumu īpašumtiesības un iztīrāsīm demokrātiskas biznesa vadības un kontroles organizēšanu.

Demokrātiskas vadības un īpašumtiesību izveide

Sabiedrības attieksme mainās sadarbības un kopienas vadītu iniciatīvu virzienā, un projām no konkurences un peļņu meklējošām personām, *homo economicus*. Atklātais pirmkods, Wikipedia, kaučsērfigs, otrreizēja izmantošana, un auto koplietošana ir visi pieaugošā fenomena piemēri, kuri demonstrē jaunu mentalitāti, kas dalās ar sociālo vidi.

Kamēr tas ir diezgan mūsdienīgs ieskats, ka sabiedrība redz kapitālistiska biznesa uzvedības vides zaudējumus, sociāli negatīvie aspekti bija skaidri jau pirms 200 gadiem. Tie bija agrīnās industriālās revolūcijas ieskatī, kuri aizsāka biznesa organizācijas idejas, kuras neizpostītu un neiznīcinātu iesaistītos cilvēkus. Fenvikas, Skotijas audēji bija pirmie, kuri 1769. gadā izveidoja pirmo kooperatīvo sabiedrību [Ellwood: 2012]. Atšķirībā no plānotajām un mūsdienās veidotām kopienām, pirmajiem kooperatīviem bija augsts neveiksmes procents. Zagmani to saista ar strādnieku atteikšanos no tiešā darba atalgojuma un no preču apmaiņas par tirgus cenām. Robert Owen jeb kooperatīvā uzņēmuma tēvs sagatavoja Lielbritānijas parlamentam ziņojumu, piedāvājot „Sadarbības ciematus”, kuru tā laika būtībā nebija tālu no dažiem mūsdienu ekociematiem- ar ražošanu, kura kolektīvi piederētu kopienai, un ar intelektuālās un garīgās izglītības nodrošināšanu visiem kopienas dalībniekiem. Proudhon, Fourier, Owen, Markss un Engelss, visi aizstāvēja labāku sistēmu, kur cilvēki ir svarīgāki par peļņu, un sadarbība ir nozīmīgāka par konkurenci [Ellwood: 2012]. Kembridžas ekonomists Alfred Marshall [“Sadarbība”: 1889] redzēja kooperatīvos uzņēmumus kā veidu, lai radītu „lieliskus cilvēkus”, kas strādātu savam labumam, tādējādi atjaunojot, augstas kvalitātes darbu, kuru citādāk apspiestu kapitālisms.

Kooperatīvi ir pastāvējuši pēdējo divu gadsimtu laikā, pat tad, kad to pastāvēšana tika uztverta par marginālu. Faktiski tie ir liela modernas sabiedrības daļa. Starptautiskā kooperatīvu asociācija (SKA) ir aprēķinājusi to, ka vairāk nekā miljards cilvēku ir saistīti ar kooperatīviem – gan kā biedri, gan klienti, gan to darbinieki. Kooperatīvi nodarbina vairāk nekā 100 miljonus cilvēku visā pasaulē, par 20% vairāk nekā to dara daudz nacionālās korporācijas [Ellwood: 2012].

“Itāļu kooperatīvi ir vieni no visveiksmīgākajiem Eiropas biznesiem. The Desjardin Group, Kvebekas finanšu kooperatīvs, ir šī reģiona vadošais darbadevējs. Šveicē kooperatīvi ir vislielākie privātie darbadevēji. Lielbritānijā kooperatīvā sektora apgrozījums ir £33,2 miljardi, un 12,8 miljoniem biedru. Kooperatīvas organizācijas modelim jau ir milzīga ietekme uz nodarbinātību un ekonomisko veiksmi ne tikai ziemeļos, bet arī dienvidos. Āfrikā, katrs no trīspadsmit cilvēkiem ir iesaistīts kooperatīva uzņēmumā, nodrošinot dzīvotspējīgu atbalstu.” [Noreen Hertz: 2011].

“20. gadsimta sākumā ebreju un itāļu imigrantu viļņi atveda [uz Argentīnu] kooperatīvu redzējumu. Līdz finansiālās un politiskās uzkaršanas 2001. Gadā, kooperatīvi bija labi izveidoti, it īpaši lauksaimniecībā. Saskaņā ar Starptautisko kooperatīvu asociāciju (SKA), gandrīz ceturtdaļa no Dienvidamerikas valstu 40 miljoniem iedzīvotāju ir tieši vai netieši saistīti ar kooperatīviem un kopīgajām sabiedrībām” [Ellwood: 2012].

Pateicoties savai atšķirīgajai uzvedībai, kooperatīvi ir ilgtspējīgāki, nekā īslaicīgi „peļņas” uzņēmumi. Hertz [2011] citē Kanādas valdības pētījumu, kas konstatēja to, ka kooperatīvajiem biznesiem ir divas reizes lielāka ilgmūžība nekā tradicionālajiem uzņēmumiem. Tas atspoguļojas arī patērētāju uzticībā, kura ir būtiska tirgus stabilitātes nodrošināšanai. *“79% Lielbritānijas pircēju tic, ka kooperatīvie uzņēmumi darbojas godīgāk, salīdzinājumā ar tikai 18%, biznesa uzņēmumu”* [Hertz: 2011].

Pastāv daudzi kooperatīvu veidu, kuri var būt piemēroti, lai pārveidotu sabiedrību dzīvesprieka un ilgtspējīguma virzienā. Galvenās kategorijas ir finanšu, ražošanas, mazumtirdzniecības un patērētāju kooperatīvi. To vīzija ir sniegt ieguldījumu plašākas sabiedrības labā, un izvairīties no tā, lai peļņa nonāktu tikai pie viena fiziska īpašnieka. Tā vietā peļņu ir iespējams investēt atkārtoti, sadalīt biedru starpā vai izmantot, lai atbalstītu vietējo kopienu. Visu kooperatīvu pamatprincips ir „viens biedrs, viena balss”. Šī vadības apziņa ir tā, kura veido sabiedrības kapitālu un padara kooperatīvu par kopienas identitātes galveno veidotāju. Kooperatīvi dod iespēju cilvēkiem būvēt kopienu un stiprināt vietējo ekonomiku.

Viens kooperatīvā ekociemata piemērs ir Kommune Niederkaufungen, Kassel tuvumā, Vācijā. Visiem tās iedzīvotājiem ir jāiegulda savs darbs (ieskaitot dažus, kuri strādā ārpus kopienas). Ja kādiem iedzīvotājiem rodas doma, izveidot biznesu, kopiena sniedz finansiālu un fizisku atbalstu, un apmaksā jebkuru nepieciešamo apmācību. Visa peļņa no 11 darba grupām – galdniecības, semināru centra, būvniecības, virtuves, organizācijas dārzniecības/ lauksaimniecības veikala, piena fermas, ādas izstrādājumu/ bērnu zābaciņu, arhitektūras pakalpojumiem, bērnudārza, metāla darbnīcas un celtniecības – nonāk kopējā kopienas rēķinā. Kopienas biznesi nopelna pietiekami, lai segtu ikmēneša komunālās izmaksas apmēram €50,000 apmērā [Gaian ekonomika: 193. lpp]. Pastāv kolektīvā kritiskā analīze, ja darba grupa nesaražo plānoto atlikumu. Tomēr kopienas iemītnieki priecājas par visu savu personīgo vajadzību bezmaksas nodrošinājumu, piemēram, kolektīvam piederošo un pārvaldīto transportu, iekārtām, finanšu un pārtikas resursiem. Twin Oaks ekociemats Virdžīnijā, ASV, līdzīgā veidā atbalsta visus savus biedrus, izmantojot ienākumus no kopienai piederošā šupļītklu, mēbeļu un pufo izgatavošanas biznesa [Gaian ekonomika: 194. lpp.].

Daudzi ekociemati izmanto kooperatīvos īpašumtiesību modeļus dažādām savām organizatorisko struktūru sfērām, taču visbiežāk attiecībā uz zemes un īpašumu kopējām īpašumtiesībām. Tādējādi daudziem ekociematiem jau ir zināšanas, kuras ļaus izmantot kooperatīvo modeli, kā ekociemata biznesa juridisko formu. Kooperatīvam ir nepieciešami statūti, kurus bieži vien nosaka vietējā likumdošana par kooperatīviem. Tomēr ir pieļautas dažas izmaiņas, piemēram, izvēli starp peļņas vai

bezpēļņas uzņēmumu, vienādu vai atšķirīgu daļu piederību, un kooperatīva vadības ievēlēšanas kārtību. Katrā valstī pastāv atšķirīga kooperatīvu reģistrēšanas kārtība, tāpat arī ir nepieciešama skaidrība par dalības kapitālu. Tomēr, tā kā visticamāk biznesa darbības uzsākšanai nepietiks dalības kapitāla, būs nepieciešams iesaistīt citas finanšu institūcijas, kuras varētu aizdot biznesa uzsākšanai nepieciešamo naudu. Savukārt finanšu institūcijas pieprasīs, lai kooperatīvs varētu uzrādīt biznesa plānu, saskaņā ar ko, uzņēmumam ir jāspēj būt finansiāli dzīvotspējīgam saprātīgu laika periodu, bieži vien 1-2 gadus.

Mans ekociemats Suderbyn, Gotlandes salā, Zviedrijā ir iesaistīts vairākos kooperatīvos, un es paredzu, ka to skaits turpinās pieaugt. Zeme, ēkas un autoparks pieder Suderbyn kooperatīvajai sabiedrībai, un zemes iegāde bija iespējama, pateicoties Zviedrijas divām pirmajām biedru bankām JAK un Ekobanken. Zviedrijas biedru banka ir samēra jauna specializētā kooperatīvās bankas juridiskā forma, kuras biedre ir Suderbyn, un Ekobanken gadījumā mēs esam tajā ieguldījuši savu kapitālu. Ekociemata elektrība tiek pilnībā iegūta no vēja enerģijas kooperatīva O2. Suderbyn pieder daļa no vienas O2 vēja turbīnas Grötlingbo, arī Gotlandē. Ekociemata bērni apmeklē vietējā kooperatīva Valdorfa un Montessori skolas Gotlandē. Ekociemati bez tradicionālajiem biznesiem var konstatēt to, ka viņiem jau ir ievērojama pieredze darbojoties kooperatīvos, kuru ir iespējams izmantot, lai uzsāktu komerciālāk orientētus biznesus. Ekociemata uzņēmuma vadīšanai nevajadzētu būt īpaši atšķirīgai no esošā ekociemata zemes kooperatīva vai kopējās mājokļu asociācijas vadīšanas.

Par biznesa vadību un lēmumu pieņemšanu

Kādēļ tas ir vispārpieņemts, ka valsts ir jāvada demokrātiski, bet mūsu dzīves nodrošināšanas bagātību veidojošās sistēmas ir jāpārvalda nedemokrātiski? Loģiski cilvēkiem ir vairāk jāuztraucas par to, kas ietekmē viņu tiešo tuvumu, nevis par abstraktām debatēm galvaspilsētas parlamentā. Tomēr mēs pieņemam to, ka pārtikas veikali, restorāni, autobusu pārvadājumu uzņēmumi, elektrības ražošanas uzņēmumi, utt., kuri veido mūsu dzīves kvalitāti, piedāvā mums iespēju balsot tikai ar mūsu naudu katru reizi, kad mēs iegādājamies to preces un pakalpojumus. Atšķirībā no iepriekšējās nodaļas, kura koncentrējās uz to, kā īpašumtiesību formas ietekmē bagātības sadalījumu, tagad mēs apskatīsim to, kāda ir biznesu ietekme, atkarībā no to vadīšanas stila.

Viskonsinas universitātes sociologs Erik Olin Wright uzskata to, ka kooperatīvi var ietvert būtisku lomu demokrātiskas vides radīšanā mūsu modernajā sabiedrībā. Kooperatīvi var pārveidot mūsu dzīvību publisko sfēru, kura ir iekļuvusi lamatās starp ekspansīvo tirgu un ekspansīvo stāvokli. Wright ir norādījis uz pieaugošo „simbiotisko” pāreju, kurā kooperatīvi veido plašu demokrātisku atdzimšanu, kura stiprinās pilsonisku sabiedrību, un palīdzēs īstenot paradigmas maiņu [Ellwood: 2012].

Kamēr kooperatīvi ir demokrātiska uzņēmuma nepārprotama forma, demokrātiskos principus ir iespējams stiprināt jebkurā biznesa formā, ja vien ir tāda vēlēšanās. Traci L Fenton [2002] izpētīja esošos biznesus, kuri lielākos uzņēmumos centās ieviest praktisku demokrātiju. Viņas redzējums bija, ka šie uzņēmumi to darīja, vēloties strādāt demokrātiskā vidē, kā arī ticot tam, ka demokrātiska vadība veicinās efektivitāti. Fenton konstatēja lielu biznesa demokrātijas priekšrocību skaitu, ieskaitot palielinātu produktivitāti, ienesīgumu, pārdošanas apjomus un efektivitāti, pateicoties personāla labākai aizrautībai, lojalitātei un atbildības sajūtai. Tas izskaidro demokrātisku biznesu lielāku spēju piesaistīt un noturēt patiesus talantus un samazināt kadru mainību. Paaugstinātā uzticamības un saskarsmes pakāpe, kura tika konstatēta demokrātiski vadītajos uzņēmumos izraisa klientu apkalpošanas uzlabošanu un lielāku elastīgumu un spēju pielāgoties ārējām un iekšējām izmaiņām. Attiecībā uz ārējām attiecībām, demokrātiskiem uzņēmumiem ir šķietami lielāka uzņēmumam apkārt esošās kopienas izpratne, un tie spēj atrast arī sabiedrības iesaistīšanas iespējas. Attieksmes piemērs par ekociemata uzņēmuma demokrātisku praksi varētu nākt no Twin Oaks ekociemata Virdžīnijā, kas deklarē to, ka „*mēs izmantojam uz uzticību balstītu darba sistēmu, kurā visi darbi tiek novērtēti vienādi. Tās mērķis ir organizēt darbu un sadalīt to līdzīgi, dodot katram biedram pēc iespējas vairāk*

elastīguma un iespēju. Darbs netiek skatīts, kā ienākumu avots; mēs cenšamies to padarīt par baudāmu mūsu dzīves daļu”[Gaian ekonomika: 192. lpp.].

Izpētot vairāku demokrātisku biznesu pieredzi, Traci Fenton [2002] konstatēja līdzības, kuras šie uzņēmumi ir apzināti izvēlējušies, lai attīstītu savu demokrātisko atmosfēru. Turpmāk tiek sniegtas 10 Fenton biznesu demokratizēšanas stundas, kuras es esmu skaidrības labad pārfrazējis.

1. stunda: Nepārvaldiet cilvēkus

Pārvaldiet resursus, cilvēku mikro pārvaldīšanas vietā. Nodrošiniet cilvēkiem pietiekamu rīcības brīvību, lai realizētu visu savu potenciālu, kalpojot uzņēmuma vajadzībām. Koncentrējaties uz vadību un cilvēku vadīšanu, lai atklātu viņu potenciālu.

2. stunda: Izvēlieties augt lēnām

Izvēlieties lēnākus, vērojošākus lēmumus, nodrošinot to, lai ikviens organizācijas darbinieks būtu iesaistīts.

3. stunda: Apejieties ar cilvēkiem, kā ar pieaugušajiem

Apejieties ar cilvēkiem, kā ar spējīgiem, uzticības cienīgiem, intelligentiem cilvēkiem.

4. stunda: Dodiet cilvēkiem iemeslu rūpēties

Dodiet finanšu vai garīgos stimulus, piemēram, jēgpilnu darbu, kas iesaista viņu prātus, talantus un sirdis.

5. stunda: Kopēja vīzija un mērķis, kā organizācijas līme

Nodrošiniet to, lai visai organizācijai būtu kopēja vīzija, kura tiek plaši, skaidri un nepārtraukti pausta, lai apvienotu visas atšķirīgās organizācijas daļas un tā darbotos saskaņoti.

6. stunda: Viss darbs ir komandas darbs

Uzsveriet komandas darbu, neatkarīgi no tā, vai darbinieks faktiski strādā oficiālā komandā, vai arī strādā atsevišķi. Visiem ir jāsaprot tas, cik daudz, kādēļ un kādā mērā viņu darbs sniedz ieguldījumu visai komandai.

7. stunda: Atvērtība atver ceļu

Esiet atvērti pret darbiniekiem ar visu informāciju, it īpaši finanšu informāciju. Jo vairāk viņiem būs informācijas, jo intelligentākus un pārdomātākus lēmumus viņi varēs pieņemt.

8. stunda: Turpiniet mācīties

Sekmējiet mācības un ikviena apmācību. Vadības komandai ir jāsastāv no nepārtrauktiem studentiem, kas lasa visu, ko vien ir iespējams iegūt no dažādiem priekšmetiem.

9. stunda: Mazs ir skaists

Apzinieties to, ka mazums, kas ir izteikts ģimenes atmosfērā, mazākās daļās, un nepiespiestības sajūta, ir dzīvotspējīgs līdzsvars, nevēlama „lieluma” augšanas attieksmes vietā.

10. stunda: Bailes ir visu laiku slīktākais tirāns

Cīnieties pret bailu tirāniju, egoisma tirāniju, dezinformācijas tirāniju, darba nenoteiktības tirāniju, un piepildījumu nesniedzoša darba tirāniju. Nodrošiniet to, lai cilvēki katru dienu nebaidītos nākt un atstāt darbu.

Ietverošie lēmumu pieņemšanas procesi

Iespējams, ka dalība lēmumu pieņemšanā ir gan ekociematu raksturīgā pazīme, gan nebeidzamu kopienas diskusiju karikatūras attēls. Diemžēl mana pieredze liecina par to, ka ekociemati bieži vien cīnās ar efektīvu un visu ietverošu lēmumu pieņemšanu. Manā Suderbyn ekociematā es saprotu to, ka ikviens vēlas būt iesaistīts, vai vismaz nebūt izstumts. Iespējams, ka tā ir zīme, ka mēs joprojām neesam sasnieguši pietiekamu savstarpējo uzticamības līmeni. Lai saņemtu sabiedrības piekrišanu ir nepieciešams nodrošināt to, lai visi lēmumi būtu „demokrātiski”. Es esmu konstatējis, ka tas noved pie lēniem un ne vienmēr labi līdzsvarotiem

lēmumiem. Biznesa lēmumu pieņemšanas standarts tradicionāli nav demokrātiskais modelis, par kuru mēs citādi būtu gatavi doties cīņā. Ekociemati un zaļie biznesi bieži vien mērķē augstāk, lai iesaistītu visus attiecīgos akcionārus, viņus skarošo lēmumu pieņemšanā, vai, lai viņi spētu ietekmēt lēmumu pieņemšanas procesu, sniedzot svarīgu informāciju. Ekociemati jau ilgu laiku ir saistīti ar garu grupu lēmumu pieņemšanu, kura sekoja vienprātības modelim. Tām organizācijām, kurām ir izdevies gūt panākumus vai attīstīties, bieži vien ir bijis nepieciešams noregulēt un definēt to, kā ir iespējams izmantot vienprātīgu lēmumu pieņemšanu biznesa lēmumu intensīvajā vidē. Tagad ekociematu kustībā no tradicionālajiem biznesiem ir ienākuši citi modeļi, kuri meklē lēmumu pieņemšanas modeļus, kas būtu efektīvāki par tradicionālajiem strukturālajiem un hierarhiskajiem modeļiem. Tie bieži vien tiek attiecināti uz vienprātības lēmumu pieņemšanas modeļiem.

Vienprātīga lēmumu pieņemšana

Vienprātīga lēmumu pieņemšana ir grupas process, kas cenšas panākt visu dalībnieku piekrišanu. Vienprātību ir iespējams definēt kā pieņemamu atrisinājumu vai kompromisu, tādu, kuru var atbalstīt, pat tad, ja tas nav katras personas „mīļākais” lēmums. Tā tiek izmantota gan, lai aprakstītu gala lēmumu, gan lēmuma pieņemšanas procesu. Vienprātīga lēmuma pieņemšana tādējādi ir saistīta ar vienbalsīga lēmuma apspriešanu un noformēšanu, un šī procesa izmantošanas sabiedriskajām un politiskajām ietekmēm. Ekociematu iniciatīvas bieži vien tiek izstrādātas, izmantojot vienprātības principu, jo tas nodrošina to, ka tiek ņemtas vērā ikvienas personas intereses.

Gadījumā, ja kāds dalībnieks neatbalsta piedāvājumu, opozīcijā esošajam delegātam ir viena no trim iespējām:

Paziņot savus iebildumus: Grupas biedri, kas vēlas ļaut priekšlikumu pieņemt, bet vēlas reģistrēt savas bažas grupas ietvaros, var izvēlēties „paziņot savus iebildumus”. Gadījumā, ja pastāv būtiski iebildumi pret priekšlikumu, lēmuma pieņemšanas institūcija var izvēlēties pārveidot vai pārfrazēt priekšlikumu.

Atturēties: Grupas biedrs, kam ir „nopietni personīgi iebildumi” var reģistrēt „atturēšanos” no priekšlikuma, tomēr pieļaujot priekšlikuma pieņemšanu. Lai gan atturēšanās neaptur priekšlikumu, tā tiek bieži uzskatīta par spēcīgu „balsojumu pret”, un uz grupas biedru, kuri izvēlas atturēties, bažām parasti reaģē, veicot priekšlikuma labojumus. Atturēšanos var reģistrēt arī tie lietotāji, kas nespēj adekvāti saprast vai piedalīties priekšlikumā.

Iesaldēt: Jebkurš grupas biedrs var „iesaldēt” priekšlikumu. Lielākajā daļā modeļu, ar vienu iesaldēšanu pietiek, lai apturētu priekšlikumu, lai gan dažos vienprātības pasākumos ir nepieciešama vairāk nekā viena iesaldēšana. Iesaldēšana parasti tiek uzskatīta par galēju pasākumu, kas tiek izmantots tikai tad, kad biedrs jūt, ka priekšlikums „rada draudus organizācijai vai tās dalībniekiem, vai pārkāpj organizācijas misiju” (t.i., principiāls noraidījums). Vienprātības modeļos, grupas biedram, kas ir uzstājies pret priekšlikumu, ir jāstrādā ar saviem proponentiem, lai atrastu risinājumu un apmierinātu visas puses.

Praktiski vienprātības lēmumu pieņemšanas procesi parasti mudina sākotnējo pretējo viedokļu atklāšanu, lai palielinātu visu viedokļu apmierināšanas iespēju. To ir iespējams paveikt ar sākotnējās „temperatūras mērīšanas” raundu ar ikšķi uz augšu, uz leju vai pa vidu. Lai sašaurinātu alternatīvas un palīdzētu grupai koncentrēties, ir iespējams izmantot jautājumus, piemēram, „Vai mēs esam gatavi pieņemt lēmumu?” un „Vai mēs piekrītam tam, ka pastāv X, Y un Z iespējas?” Tā kā vienprātību sasniegt var būt grūti, it īpaši jau lielās grupās, vai arī vienprātība var būt līdzcīvēku spiediena, bailu, vai neatbilstoša pārliecināšanas spēka vai daiļrunības, nespējas pieņemt alternatīvas, vai vienkāršas nepatīkības ar debašu procesu rezultāts, vienprātīgu lēmumu pieņemšanas institūcijas var izmantot alternatīvu vienprātības standartu. Lai nodrošinātu tuvu vienprātību un neparealizētu lēmumu pieņemšanu, ir pielāgota virkne dažādu metožu. Tās ir vienprātība minus viena, divas vai trīs balsis, vai aptuvenā vienprātība. Ir grāmatas, kurās ir sniegts šo vienprātības metožu skaidrojums, un detalizētais vienprātīgais lēmumu pieņemšanas procesa traktējums ir daudz plašāks nekā tas, ko ir iespējams ietvert šajā grāmatā.

Vienprātības ieguldījums kopienā izveidē ir milzīgs. Taču tās trūkumi arī ir kavējuši konstruktīvu attīstību. Vienprātība nodrošina atšķirīgu viedokļu paušanas iespēju, iesaldēšanas veidā, tādējādi radot tā saukto mazākuma tirāniju. Vienprātīgam ir jābūt pēc iespējas visu ietverošam, un lai to nodrošinātu ir nepieciešams neuzspiest vienprātības vērtības vai gaidas, un neinterpretēt saskaņu, kā piekrišanu. Tas ir sarežģīts līdzsvars. Tas ir viens no iemesliem, kādēļ pastāv interese par „piekrišanas” došanas lēmumu pieņemšanu.

Sociokrātiska lēmumu pieņemšana

Sociokrātija ir lēmumu pieņemšanas metode, kura radās Nīderlandē pēc 2. pasaules kara. Holandiešu izcelsmes pacifists, pedagogs, un cīnītājs par mieru Kees Boeke modernizēja un lielā mērā paplašināja ASV sociologa Lester Frank Ward idejas, īstenojot pirmo sociokrātisko struktūru skolā Bilthoven, Nīderlandē, kura mūsdienās joprojām pastāv. 1960. gadu beigās un 1970. gadu sākumā Gerard Endenburg, elektroinženieris un kādreizējais Boeke students, tālāk attīstīja un piemēroja Boeke principus savā elektrotehnikas uzņēmumā. Pēc vairākiem eksperimentēšanas un pielāgošanas gadiem, Endenburg izstrādāja oficiālu organizācijas metodi, sociokrātisko pulciņu organizēšanas metodi. „Pulciņš” attiecas uz to, kas tad tika saukts par „ķēdes gadījuma rakstura atgriezeniskās saites procesu”, kas mūsdienās tiek saukts par pulciņu procesu un atgriezeniskā saites ķēdēm.

Sociokrātija attīstījās no kibernetikas, sistēmiskās domāšanas, un Kvēkeru organizācijām, kurām bija milzīga ietekme uz Amerikas biznesa praksēm. Starptautiskā nevardarbīgo komunikāciju (NK) organizācija bija viena no pirmajām organizācijām, kura sāka izmantot sociokrātisko lēmumu pieņemšanu un bija viena no sākotnējām metodes proponētājām. Sociokrātija nodrošināja vadības struktūru, kura ir ļoti saskaņota ar NK vērtībām un savu personīgo vajadzību definēšanas metodēm, un to, kā persona var tās realizēt. „Vajadzību” valoda ir vairāk NK, nekā sociokrātijas. Sociokrātijas atslēga ir tas, ka tā ļauj cilvēkiem dot piekrišanu, par kuru citi var izlemt specializētos pulciņos. Tā kā visi pulciņi ir dubulti savienoti ar personu, kura ziņo uz augšu, un citu personu, kura ziņo uz leju, vienmēr pastāv atgriezeniskās saites ķēdes, un tādējādi arī laba komunikācija visas organizācijas ietvaros.

Politiku sapulcēs nosaka pulciņu dalībnieki, kurās ikviena persona piedalās uz vienlīdzības principiem. Viņiem ir pilnībā iespējams izlemt par to, ka darbība tiks veikta citādāk – piemēram, veicot vadītāju rotāciju. Parasti darbības lēmumus autokrātiski pieņem operatīvais vadītājs „pulciņa noteiktās politikas ietvaros”. Personāla sapulces tiek noturētas tikai tad, kad tās ir nepieciešamas, un tās vada operatīvais vadītājs.

Holokrātiska lēmumu pieņemšana

Holokrātija (pazīstama arī kā Holakrātija) izriet no sociokrātijas metodes, saglabājot dubultās saiknes koncepciju un ievēlēšanas procesu no sociokrātijas. Holokrātija aizstāv organizācijas „mērķi”, lai ikviens varētu pacelties virs savām personīgajām vajadzībām un veltīt sevi augstākam mērķim. „Mērķis” ir samērā līdzīgs sociokrātijas „vīzijai, misijai, nolūkam”. Holokrātijai ir dalītās pārvaldes sistēma, kura dod iespēju organizācijām izvairīties no paļaušanās uz patriarhālo vadību. Ikviens ir līderis un sekotājs, ar īstu ietekmi un īstu atbildību. Tā cenšas līdzsvarot pašreizējo realitāti ar organizācijas mērķi. Saspīlējums tiek uztverts, kā svarīga savstarpējās mijiedarbības daļa, kura ir lietderīgi jāizmanto, lai pārvērstu to par jēgpilnām pārmaiņām. Holokrātija nodrošina vairākus precīzi formulētus kanālus, lai apstrādātu saspīlējumus, bet skaidrības nodrošināšanai, vienlaicīgi strādājot tikai ar vienu saspīlējumu. Holokrātija katrā līmenī, ar atšķirīgu sapulču ar atšķirīgu fokusu palīdzību, nodala „vadības” un „darbības” procesus.

Vadības sapulces katram nodrošina balsi, nedodot iespēju atsevišķām personām turēt organizāciju minoritātes tirānijas varā, meklējot vienprātību. Sapulcēs skaidri likumi nodrošina egoisma vai politikas dominēšanas novēršanu. Nepārtraukti rekonstruētā organizācija pielāgojas jauniem sasprindzinājumiem. Vadības skaidrība ļauj paveikt lielāko daļu darbu ar skaidrām lomām, izmantojot skaidru autoritāti, izvairoties no nepieciešamības nodrošināt grupas vienprātību. Taktiskajās sapulcēs katrs dienas kārtības jautājums katru reizi tiek apstrādāts katrā sapulcē. Radikāls šo sapulču caurspīdīgums parāda visu progresu, vai tā trūkumu, nenoslēpjot vai neaizstāvot neveiksmes.

Zaļo uzņēmumu juridiskās formas

Es esmu pārsteigts par to, ka mūsu modernajā informācijas sabiedrībā ir tik nepilnīga informācijas plūsma par biznesu juridiskajām formām. Es atceros to, ka kā manu bērnu pirmsskolas izglītības iestāde bija vecāku vadīta NVO, un vecāki un personāls vēlējās mainīt juridisko formu un nodot īpašumtiesības personālam. Skolotāji vērsās pie dažādiem avotiem, lai saņemtu palīdzību, bet dažu resursu personas bija pazīstamas tikai ar SIA jeb sabiedrībām ar ierobežotu atbildību, kamēr citas zināja tikai par kooperatīviem. Nevienš nevarēja palīdzēt, sniedzot salīdzinājumus par to, kāda juridiskā forma būtu vislabāk piemērota pirmsskolas iestādei.

Informācija par alternatīvām izvēlēties savu zaļā uzņēmuma juridisko statusu ir šķietami viegli pieejama, tomēr dažas formas ir plašāk reklamētas nekā citas. Tās, kuras ir vairāk piemērotas zaļajiem biznesiem, varasiestādes un biznesa asociācijas tik daudz nerekamē. Būtibā pastāv trīs juridisko formu veidi: individuālais vai partneriem piederošais (individuālais uzņēmums/ individuālais komersants vai vispārējā/ tirdzniecības partnerība un partnerība ar ierobežotu atbildību); grupai piederošs (kooperatīvs/ asociācija); un akcionāriem piederoši (privātie/ publiskie uzņēmumi un korporācijas ar ierobežotu atbildību). Ja mēs vienkāršojam, lielākā daļa mikrouzņēmumi mēdz piederēt privāti, bet lielie biznesi mēdz būt SIA vai akcionāru korporācijas. SIA koncepcija nav saistīta ar zaļo biznesu, jo partnerības, kooperatīvi, uzņēmumi un korporācijas ar ierobežotu atbildību ir pasargātas no neierobežotās atbildības par dabai un sabiedrībai radītajiem zaudējumiem. Atbildības ierobežojums ļauj uzņemties lielākus riskus, piesardzīguma vietā, tādējādi tas ir viens no negatīvas biznesa uzvedības atbalsta mehānismiem, no kuriem zaļie uzņēmēji cenšas izvairīties.

Nacionālās juridiskās formas

Zaļais uzņēmums bieži vien tiek dibināts, kā individuālais uzņēmums vai individuālais komersants. Iespējams, ka tas ir pats vienkāršākais uzsākšanas veids, un tas kļūst par dabisku ekociematu cilvēku izvēli, kuri vēlas iesaistīties biznesā ar minimālu investīciju apjomu un bez īpašām grūtībām. Parasti individuālais uzņēmums pieder un to vada viena persona, un juridiska atšķirība starp īpašnieku un biznesu nepastāv. Īpašnieks saņem visu peļņu (pēc nodokļu nomaksas), bet tam ir arī neierobežota atbildība par visiem zaudējumiem un parādiem. Individuālais komersants drīkst izmantot biznesa nosaukumu, taču bieži vien izmanto īpašnieka vārdu un uzvārdu. Lai gan individuālo uzņēmumu ir viegli nodibināt, daudz grūtāk ir tam atrast uzsākšanas un izaugsmes kapitālu. Personiskās ekonomiskās atbildības risks par biznesa izgāšanos var arī radīt stresu mazajam zaļajam uzņēmējam.

Iespējams, ka partnerības ir vispiemērotākais risinājums daudziem ekociematiem, kuri apsver biznesa uzsākšanu, bet nav gatavi uzaicināt ikvienu ekociemata iedzīvotāju iestāties kooperatīvā. Tā vietā partnerība ļauj izvēlēties dažus vai vidēja lieluma cilvēku grupu, lai uzsāktu kopīgu biznesu. Ja tie ir tikai daži cilvēki un mazas sākotnējās investīcijas, **vispārēja partnerība** ar neierobežotu atbildību par saviem parādiem var būt vienkāršs un ātrs risinājums. Ja investīciju līmenis atšķiras, un ne visi cilvēki ir vienlīdzīgi iesaistīti visās darbībās, partnerība ar ierobežotu atbildību var šķist daudz piemērotāka. Šādā gadījumā partnerība sniedz atšķirīgu ieguldījumu, daži ar savu laiku, citi ar kapitālu, un nevienam nav jāuzņemas personīga ekonomiskā atbildība par parādiem biznesa neveiksmes gadījumā. Šī iemesla dēļ partnerībai ar ierobežotu atbildību ir nepieciešama daudz lielāka ārēja vadība un caurspīdīgums, nekā vienkāršākajai un neformālajai vispārējai partnerībai.

Kā jau tas iepriekš tika norādīts, kooperatīva juridiskā forma, kura ir atrodamā lielākajā daļā valstu, nodrošina ļoti labu zaļā biznesa statusu, jo tā sekmē dalības vadību un demokrātisku pārvaldi. Tāpat arī kooperatīvu bieži vien ir iespējams nodibināt, kā kopienas labuma un bezpeļņas kooperatīvu, kas ir paredzēts tirgus darījumiem. Pastāv daudzi šādu kooperatīvu veidi: strādnieku kooperatīvi; patērētāju kooperatīvi; mārketinga kooperatīvi; pirkumu kooperatīvi; mājokļu kooperatīvi, un transporta kooperatīvi. Kooperatīvi var piederēt tikai vienai fiziskajai personai vai juridiskajām personām, un tie var izvēlēties vienādas kapitāla daļas vai atšķirīgas. Bet atšķirībā no uzņēmuma, viena īpašnieka koncepcija – viena balss ir kooperatīva pamatā. Tāpat arī kooperatīvs var būt peļņas uzņēmums, un sadalīt šo peļņu savu īpašnieku starpā. Tomēr kooperatīvs pārsvarā tiek uzskatīts par demokrātiskāku un bezpeļņas juridisko personu.

Uzņēmumi ir galvenā biznesa juridiskā forma, un loģiski, ka tiem ir jābūt arī par visizplatītāko zaļo biznesa juridisko formu. Uzņēmumi var būt *sabiedrības ar ierobežotu atbildību*, kurus izvēlas lielākā daļa mazo un vidēja lieluma uzņēmumu, vai biržā reģistrēti uzņēmumi, juridiskā forma, kura ir rezervēta lielākiem uzņēmumiem, kuri ir labā ekonomiskajā un administratīvajā stāvoklī. Sabiedrība ar ierobežotu atbildību, kā juridiskā forma, ir visbiežāk reklamēta un visvienkāršāk nodibināma, tomēr tai ir nepieciešamas investīcijas un ir daudz stingrāki noteikumi, nekā individuālajiem uzņēmumiem un vispārējām partnerībām. Caurspīdīguma prasības pret publiskajiem uzņēmumiem ir vēl augstākas, jo tiem ir publiski jāatklāj visi savā gada pārskati, lai investori varētu brīvi iegādāties un pārdot akcijas, un tā varētu saglabāties valsts biržas sarakstos. Tikai dažiem ekociematu biznesiem būs apgrozījuma apjoms, kas pieļaus akciju publisku kotēšanu. Tomēr tas ir veids, kā piekļūt paplašināšanās kapitālam. Sabiedrībām ar ierobežotu atbildību var būt daudz intensīvākas attiecības ar saviem īpašniekiem, kuras *publiskajiem uzņēmumiem* nepastāv. Parasti akcionāriem ir jāsadarbojas, lai ietekmētu gada sapulču lēmumus. Ne visiem akcionāriem ir balsošanas tiesības. Citiem vārdiem runājot, publiskais uzņēmums atdala darbību no īpašumtiesībām, un pat īpašumtiesības no vadības. Tādēļ vispārējais ieteikums ir tāds, ka publiskais uzņēmums nav piemērota zaļā biznesa juridiskā forma.

Pelņas vai *bezpeļņas* koncepciju ir iespējams attiecināt gan uz uzņēmumiem, gan kooperatīviem. Kopienas interešu uzņēmums (KIU) Lielbritānijā vai Utvecklingsbolag Zviedrijā ir pamata juridisko formu īpašu variāciju piemēri, kuri ir piemēroti uz kopienu orientētiem sociālajiem un zaļajiem uzņēmumiem. Asociācijas un fondi ir juridiskās formas, kuras parasti ir bezpeļņas rakstura. Kopēja vispārārtizta Eiropas fondu (arī sauktu par labdarības fondiem) definīcija nepastāv, un parasti tā ir juridiskā forma, kura nav piemērota organizācijām, kuras pilnībā balstītos uz tirgu orientētu zaļo uzņēmumu. Tomēr, *labdarības statuss*, neatkarīgi no juridiskās formas varētu attiekties arī uz organizācijām, kuras ir daļēji iesaistītas zaļajā biznesā. Labdarības statuss tagad tiek saskaņots visā Eiropā tā, lai nodokļu atlaides par ziedojumiem varētu tikt piemērotas arī pāri robežām.

ES juridiskās formas

Papildus nacionālajām zaļo biznesa juridiskajām formām, tagad pastāv dažas ES juridiskās formas, kuras atvieglo pārrobežu darbību. Diemžēl darbs pie visas Eiropas fondu, savstarpējo biedrību un asociāciju juridiskajām formām ir cietis neveiksmi, un nav kļuvis par Eiropas Direktīvām, kuras saskaņotu likumdošanas bāzi un darbības apstākļus visā ES. Eiropas uzņēmuma statūti, kuri neattiecas uz bezpeļņas uzņēmumiem, tika apstiprināti 2000. gadā, un 2004. gadā tie stājās spēkā.

Eiropas kooperatīvā sabiedrība (EKS) ir jauna uzņēmumu juridiskā forma, kura tika izveidota 2006. gadā, un ir saistīta ar Eiropas uzņēmumu. Eiropas kooperatīvās sabiedrības ir iespējams nodibināt un darboties jebkurā ES vai EEZ dalībvalstī. EKS atbrīvo kooperatīvus no nepieciešamības veidot juridiskās personas katrā dalībvalstī, kurā tie vēlas darboties. Turklāt, tas ļauj kooperatīvam pārvietot savu galveno biroju no vienas dalībvalsts uz citu, bez pārreģistrēšanas veikšanas. Visas EKS vadās pēc visas EEZ noteikumiem un principiem, apvienojumā ar vietējiem likumiem par kooperatīviem katrā dalībvalstī.

Daudzi zaļie biznesi, it īpaši jau sociāli orientēti zaļie biznesi var sākt savu darbību kā NVO. Diemžēl kopējas Eiropas asociāciju direktīvas īstenošana Eiropā ir tālu atpalikusi. Tikai 2000. gada Nīcas līgumā ir ES plānā parādījusies pilsoņu sabiedrība, un tās galvenais dzinējspēks, NVO. Dalībvalstu atbalsts kopienas saskaņošanai šajā jomā ir ļoti vājš.

Tāpat arī Eiropā ir nepieciešama Eiropas fondu juridiskā forma. Integrējoties ES, ir audzis fondu un dibinātāju skaits, kuri vēlas plašāku sadarbību un pārrobežu darbību. *Eiropas fondu nolikums* piedāvātu viņiem atbilstošu juridisko instrumentu, lai veiktu un palielinātu savu darbu un darbību visā Eiropā. Kamēr fondi iespējams, ka nav pati ideālākā uz zaļo biznesu orientēta uzņēmuma juridiskā forma, daudzi ideālistiskie projekti varētu vēlēties apvienot zaļo biznesu ar nekomerciālu ideju virzišanu. Ja to ir plānots veikt Eiropas līmenī, tad Eiropas fondi varētu būt pievilcīga juridiskā forma zaļajiem uzņēmējiem. Eiropas Komisija piedāvāja priekšlikumu par Eiropas fondu nolikumu 2012. gadā, taču tas vēl ir jāapstiprina.

Pastāv publiska ES uzņēmuma (Societas Europaea, vai SE) nolikums, lai gan joprojām nav skaidrības par to, vai šī būtu ieteicama zaļā uzņēmuma juridiskā forma. SE var reģistrēt jebkurā ES dalībvalstī un pārvietot tā darbību no vienas ES valsts uz citu. Līdzīgi valstī reģistrētiem publiskajiem uzņēmumiem, nav garantijas, ka pastāvētu būtiska saikne starp stingrām īpašumtiesībām un stingru vadību. Visas ES SE reģistrs nepastāv (SE tiek reģistrēts dalībvalsts vietējā Uzņēmumu reģistrā, kurā atrodas tā galvenais birojs), bet katra reģistrācija ir jāpublicē Eiropas Savienības oficiālajā žurnālā. Daudz piemērotāka juridiskā forma zaļajam biznesam, kas darbojas Eiropas līmenī, būtu Eiropas privātais uzņēmums, kas ir labāk piemērots mazākai darbībai. Societas Privata Europaea vai SPE joprojām ir visas ES sabiedrībām ar ierobežotu atbildību paredzētas juridiskās formas priekšlikums, kas vēl ir jāievieš ES un EEZ. Mērķis ir atbrīvoties no pašreizējās vajadzības mazajiem un vidēja lieluma biznesiem reģistrēties visās ES dalībvalstīs.

Ētisks uzņēmējdarbības uzsākšanas finansējums

Viens no galvenajiem ekociemata izaicinājumiem ir iegūt kapitālu zaļā biznesa uzsākšanai. Visvienkāršākais variants ir tad, ja jums ir nauda, vai vērsšanās pie drauga vai radnieka. Taču tas ne vienmēr ir iespējams un pastāv tendence vērsties pie tuvumā esošajām vispārātītajām finanšu institūcijām. Tradicionālās finanšu investīcijas pieprasīs biznesa plānu. Ja biznesa plāns būs pieņemams, un uzņēmējam nebūs slihta kredītvēsture, pastāvēs iespēja saņemt biznesa uzsākšanas aizdevumu. Tāpat arī lielākajā daļā valstu pastāv uzņēmumu uzsākšanas atbalsts funkcijas, un parasti tās tiek finansētas valstu vai ES programmu ietvaros. Tās var piedāvāt aizdevumus vai grantus ar atvieglotiem nosacījumiem. Bet daudzi ekociematu iedzīvotāji var just, ka pastāv pretruna starp vērsšanos pie komerciālajām finanšu institūcijām, cenšoties radīt jaunu sabiedrību, kas izvairītos no videi vai sociāli kaitīgajām tradicionālās sabiedrības finanšu institūcijām.

Ja vien tas ir iespējams, vislabākais veids ir atrast kopienas finansējumu. Daži ekociemata iemītņieki lauksaimnieku kopienā Tenesijā izveidoja kopienas finansējuma sistēmu, kuru nosauca par Otro fondu. Ekociematā dzīvojošie dalībnieki apvienoja ienākumus, lai nodrošinātu kopienas biznesiem zemu procentu aizdevumus. Savukārt procenti, kuri tiek atmaksāti par šiem aizdevumiem, finansē ekociemata uzņēmēju pamata pakalpojumus, piemēram, grāmatvedību un juridiskos padomus, medicīniskās un pensiju shēmas. Tas darbojas līdzīgā veidā, kā daudzi pārdošanas kooperatīvi Dienvidēiropā, kuros, piemēram, 50 ģimenes katru mēnesi veic iemaksas un tikai viena ģimene katru mēnesi Winnē loterijā. Tiklīdz jūs Winnējat, jums ir pienākums turpināt veikt iemaksas katru mēnesi, pat tad, ja vēlreiz Winnējat jums vairs nav iespējams. Tomēr Lauksaimnieku Otrā fonda gadījumā, biedri veic vienreizēju līdzekļu iemaksu, un aizdevumi tiek atmaksāti, tādējādi līdzekļi nekad nebeidzas. Kapitāls tiek izmantots, kā apgrozības līdzekļi ekociemata iedzīvotāju iniciatīvu zemu procentu aizdevumiem.

Otra metode ir piedāvāt ārpus ciemata esošajiem ekociemata atbalstītājiem iespēju būt par kaut kā daudzsoļoša daļu. Ekociematu kustības augsti novērtētā John Croft pūķa sapņošanas metode (www.dragondreaming.org) veicina dalīšanos savos sapņos ar citiem, ar „sapņošanas pulciņa” starpniecību. Sapnis kļūst par projekta komandas kolektīvo sapni, un ļauj citiem sniegt laika un pūļu, enerģijas, izdomas, un iespējams, pat naudas investīciju ieguldījumu. Pūķa sapņošana tiek skaidrota kā četru vienādu stadiju process: sapņošana, plānošana, darīšana, un svinēšana. Pūķa sapņošanas ritenī, katra komplementārā stadija ir sadalīta trīs soļos. Redzot projekta realizēšanas procesa struktūru, cilvēki var labāk uztvert, citādi abstrakto sākotnējo viziju. Tādējādi pūķa sapņošana iesaista finansējuma risinājumā lielāku grupu, un labvēlīgs risinājums ir uzaicināt draugus kļūt par kaut kā pozitīva daļu. Ar pūķa sapņošanas metodi ir saistīts tautas finansējums. Tautas finansējums (kas tāpat ir pazīstama, kā tautas finansēšana vai līdzekļu vākšana no tautas) ir metode, kuru izmantojot personas izveido tīklu ar līdzīgi domājošajiem, lai saņemtu viņu naudu, parasti ar interneta palīdzību, lai atbalstītu iniciatīvas vai organizācijas, kurām viņi vēlas palīdzēt. Polijas ziemeļaustrumu Baskājaino akadēmija ir izmantojusi tautas finansējuma vākšanu, lai atbalstītu alternatīvā apmācības centra izveidi ekociematā. Atrodoties Barkowa ekociematā Goldap tuvumā Masuria rajonā, Baskājaino akadēmija ir alternatīva,

eksperimentāla un neatkarīga institūcija, kura ir orientēta uz praktisku zināšanu sniegšanu, radošumu un prasmēm, kuras varētu būt noderīgas personīgai attīstībai un vietējai pašpietiekamībai. Ar atbalstītāju reklāmas video palīdzību, skatītāji tiek aicināti iesaistīties un atbalstīt projektu. Visbeidzot pastāv iespēja ļaut nākotnes klientiem priekšlaicīgi samaksāt par precī vai pakalpojumu, kuru viņi vēlas saņemt. Tas bieži vien tiek darīts, lai veicinātu organisko dārzu ražošanu, ar Kopienas atbalstītas lauksaimniecības vai KBL līgumu, kuri ir labi pazīstami daudziem ekociematiem, palīdzību.

Alternatīvo banku darbība

Alternatīvā banku darbība kļūst par aizvien atraktīvāku iespēju zaļajiem biznesiem, kuri meklē citas finanšu institūcijas ārpus tradicionālo komercbanku nozares. **Bez procentu banku darbība** un **ētiskā vai sociālā banku darbība** ir divas alternatīvās banku darbības plūsmas, kuras pēdējo dažu desmitgāju laikā Eiropā ir strauji augušas.

Tāpat kā zaļajai uzņēmējdarbībai ir raksturīga tradicionālo biznesu kritizēšana, bez procentu banku darbības kustība kritizē kapitālisma investīciju finansēšanu. Kooperatīvs Jord Arbejde Kapital (kas dāņu valodā nozīmē Zeme, darbs, kapitāls – nosaukums ir atvasināts no trim klasiskās ekonomikas stūrakmeņiem), saīsinājumā JAK, tika nodibināts Dānijā 1931. gadā Lielās Depresijas laikā. Zviedrijas JAK kustību 1965. gadā, balstoties uz Dānijas JAK, aizsāka Zviedrijas universitātes studentu grupu, kura bija saistīta ar Zaļo partiju, un meklēja ilgtspējīgu kredītu aizņemšanās izmantošanas finanšu formulu, lai sasniegtu „ekonomisko emancipāciju”. JAK dibinātāji uzskatīja, ka procenti izraisa ekonomikas nestabilitāti, kura savukārt izraisa bezdarbu, inflāciju, un apkārtējās vides iznīcināšanu. Privātie aizdevumi, kā arī pensiju un investīciju līdzekļi, padarīja individuus un sabiedrību kopumā atkarīgu no sistēmas, kura balstās uz procentu pārskaitījumiem kapitāla īpašniekiem, no sistēmas, kuru cilvēki un tautas praktiski nekontrolēja. JAK filozofijas pamatā ir „Godīgums un cilvēku un vides cienīšana”. JAK Biedru bankas misija ir sekmēt ekonomisko noteikumu sabiedrību, kura nerada šķelšanos starp cilvēkiem un reģioniem. Iegūstot savas bankas darbības licenci, tā vēlas pierādīt un parādīt to, ka banku darbības biznesu ir iespējams veidot, nebalstot to uz procentu likmēm. Apkalpojot savus klientus ar 700 vietējiem pārstāvjiem un 26 vietējām grupām visā Zviedrijā, 2010. gadā JAK sasniedza 36300 biedrus, ar kopējo izaugsmi 12% gadā. Tā paša gada laikā, biedru uzkrājumi veidoja 111 miljonu EUR, no kuriem 99 miljoni EUR tika izsniegti, kā aizdevumi. Šobrīd JAK Zviedrijā ir viena no visatzītākajām Eiropas bezprocentu bankām, bet citas tiek vēl attīstītas. Mūsdienās JAK banka vai līdzīgas bezprocentu banku darbības organizācijas pastāv Dānijā, Somijā, Itālijā, Vācijā, Nīderlandē un Spānijā.

Ētiskās vai sociālās banku darbības sistēma ir vairāk attīstīta nekā bezprocentu sistēma. Atšķirībā no bezprocentu sistēmas, tai ir labāk izveidota starptautiskā sadarbība un atbalsta platforma. Starptautiskā sociālās ekonomikas investoru asociācija (INAISE) ir 1989. gadā izveidotais sociāli un uz vidi orientētu finanšu institūciju globālais tīkls. INAISE ir strauji izaugusi, līdz ar sociālās un ētiskās banku darbības pieprasījuma pieaugumu. Ar INAISE (www.inaise.org) starpniecību, sociālie un ētiskie investori no visas pasaules apmainās ar pieredzi, dalās ar informāciju, un rāda to, ka ētisks finansējums var sasniegt pozitīvas sociālās un vides izmaiņas. INAISE biedri veicina sociālās un ētiskās investīcijas īpašās nozarēs, it īpaši tādās, kuras var saukt par zaļo uzņēmējdarbību. Šīs nozares ir: vides un ilgtspējīga attīstība; sociālā ekonomika; veselības aprūpe; sabiedrības attīstība; izglītība un apmācība; ziemeļu un dienvidu sadarbība; un visbeidzot, kultūra un māksla. INAISE biedri cenšas būt pēc iespējas caurspīdīgāki, tā, lai cilvēki saprastu, kas patiesībā notiek ar viņu naudu. Daži INAISE Eiropas biedri ir: Triodos banka Lielbritānijā, Beļģijā, Spānijā, Vācijā un Nīderlandē; Merkur Dānijā; Ekobanken Zviedrijā; Cultura Norvēģijā; MFC (Mikrofinansējuma centrs) Polijā; un pirmā un vecākā ētiskā banka - GLS Gemeinschaftsbank Vācijā.

Sabiedrības atbalsts zaļajam biznesam

Līdztekus finanšu institūcijām pastāv arī publiskie granti un zemu procentu aizdevumi biznesu uzsākšanai. Tas it īpaši attiecas uz ES lauku rajoniem. ES lauku attīstības programma un LEADER

programma koncentrējas uz lauku uzņēmējiem, kamēr valstu un ES konkurētspējas un inovāciju programmas piedāvā atbalstu biznesu uzsākšanai. Tā kā lielākā daļa reģioni ir priecīgi tikt novērtēti, kā biznesam labvēlīgi klimati, šie pakalpojumi lieliski iet kopā ar cita veida atbalstu „vienas pieturas aģentūrās”, pie kuriem ir samērā viegli piekļūt. Tomēr kooperatīvu atbalsts var būt nodalīts no tradicionālajiem biznesa attīstības centriem. Lielākā daļa informācijas par biznesu publiskā sektora atbalstu ir pieejama internetā. Īpašs zaļā biznesa atbalsts nav plaši izplatīts, lai gan zaļās tēmas bieži vien ir tradicionālo programmu prioritāte. Eko Inovācijas un Intelīgētā enerģija Eiropa ir divas pašreizējās programmas, kuras ir labi piemērotas zaļajam uzņēmumam.

Suderbyn finansējums

Es iesaku aplūkot sarežģīto finansējuma realitāti ekociemata uzsākšanai, lai saprastu ekociemata biznesa potenciālos finansējuma ceļus. Sākotnējā Suderbyn zemes iegāde tika finansēta ar 120 000 EUR aizņēmumiem no bezprocentu bankas JAK un ētiskās bankas Ekobanken, plus 60 000 EUR biedru kapitāla. Tomēr ar to nepietika, lai attīstītu ekociemata īpašumu. Tādēļ tas bija privāto biedru aizdevumu (apmēram 100 000 EUR) apvienojums ar ES projektu finansējumu, kas ļāva kooperatīvam uzbūvēt jaunas ēkas, izveidot meža dārza ainavu, uzbūvēt ūdens aiztures ainavu, un iegādāties iekārtas, kuras bija nepieciešamas augošās kopienas uzturēšanai. Suderbyn pirmo 5 gadu laikā, ekociemata attīstības labumam tika īstenoti ES Jaunatne darbībā, Interreg, LĪDERA, Lauku attīstības, Gruntvig programmu, Anna Lindh fonda, Ziemeļu ministru padomes un Zviedrijas enerģijas aģentūras, Zviedrijas institūta un Zviedrijas ekonomikas un reģionālās izaugsmes aģentūras finansētie projekti.

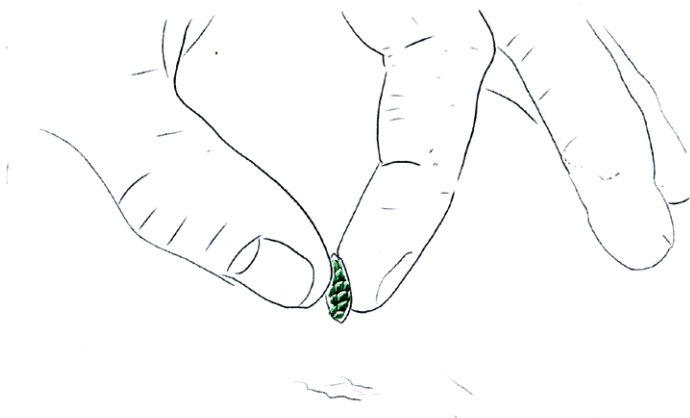
Ekociematu atbalsta struktūras zaļo biznesu uzsākšanai

Ieteicamais veids, lai stimulētu zaļo uzņēmējdarbību ekociematos ir uzsākt inkubatora projektu vai izveidot centru, lai atbalstītu jaunas iniciatīvas ar informāciju un padomiem. Divi labi plānotās attīstības piemēri ir eko uzņēmumu centri Cloughjordan ekociematā Īrijā un Earthworks ekociematā Ontārio, Kanādā.

Cloughjordan, Radošā darbnīca ir līdzdarbošanās vieta ekociemata centrā. Tā nodrošina vieta un resursus, kuri ir nepieciešami mazajiem biznesiem, neatkarīgajiem strādniekiem, dizaineriem, attīstītājiem, pedagogiem un uzņēmējiem, lai strādātu pie saviem projektiem. Radošajā darbnīcā tiek veidots Pārtikas centrs, kas nodrošinās audzētājus, gatavotājus un pārtikas ražotājus ar vietu, kur pārstrādāt, izplatīt un reklamēt savas vietējās vai reģionālās ražotās pārtikas preces. Radošajā darbnīcā būs arī Ražošanas darbnīca, digitālās ražošanas darbnīca, kas būs inovatīvs veids, lai nogādātu prototipu iespējas līdz kopienām.

Ilgtermiņa uzņēmuma attīstība ir viens no Earthworks ekociemata mērķiem. Ekociematā esošais eko uzņēmumu centrs tiks izstrādāts, lai kultivētu jaunus zaļos biznesus, kuri varētu nodarbināt biedrus, nodrošinot viņiem ienākumus nesošas darbības, kuras būtu kopienas ilgtspējīguma principi un misijai atbilstošas. Centrā atradīsies kopīgas telpas un resursi, lai atbalstītu kopienas biznesa vajadzības. Centrs nodrošinās zināšanas un palīdzību jomās, sākot no biznesa plānošanas, finansējuma avotu meklēšanas, ražošanas, komunikācijām, administrēšanas un mārketinga līdz biznesa padomu sniegšanai un apmācības programmām. Earthworks būs iesaistīts vairāku biznesa darbību kultivēšanā, piemēram, zaļo ēku projektēšanā un celtniecības pakalpojumos; eko ainavu veidošanā; permakultūras projektos; organiskās pārtikas ražošanā; sēklu kultūrās un dēstu audzēšanā; organiskajā biškopībā; pasīvajās ar saules enerģiju apsildāmo siltumnīcu biznesos; pasīvajās saules enerģijas apkures un dzesēšanas sistēmās; veselīgu māju projektēšanā un apdarē; eko produktos; dabīgajos veselības produktos un pakalpojumos; kopienas atbalstītā lauksaimniecībā (KBL); un eko tūrismā. Eko uzņēmumu centrs peļņa tiek investēta kopienas attīstībā.

4. NODAĻA:
**DZIĻĀKU VĒRTĪBU IESTRĀDĀŠANA
ZAĻAJĀ UZŅĒMUMĀ**



4. NODAĻA:

DZIĻĀKU VĒRTĪBU IESTRĀDĀŠANA ZAĻAJĀ UZŅĒMUMĀ

Man, kā jau daudziem ekociematu iedzīvotājiem, iesākumā bija šaubas par biznesu nodomiem. Galu galā vai visu biznesu mērķis nav maksimālas peļņas gūšana? Mana pieredze, strādājot ar reģionu attīstību, atgādina man par attīstības birokrātu neapmierinātību ar daudziem mazajiem lauku biznesiem, kuri nebija ieinteresēti savu biznesu izaugsmē. Daudziem „mammās & tēta” ģimenes biznesiem, vērtības, kuras vada darbību ir samērā atšķirīgas no tām, kuras mēs varam lasīt mikroekonomikas mācību grāmatās. Biznesi tiek vadīti ar dažādām vērtību sistēmām, atkarībā no cilvēkiem, kuri tos vada. Ekociematu biznesus var, un ir jāvada, pamatojoties uz ekociematu vērtībām.

Kā jau tas iepriekš tika norādīts, zaļais uzņēmums var būt veids, kas mums palīdzēs radīt jaunu un vēlamu sabiedrību. Satish Kumar rakstā „Garīgais imperatīvs”, kas tika publicēts Lielbritānijas žurnālā *Atdzimšana*, autors rakstīja „*Bizness bez gara, tirdzniecība bez līdzjūtības, rūpniecība bez ekoloģijas, finanses bez godīguma, ekonomika bez vienlīdzības var tikai novest sabiedrību līdz sabrukumam un dabīgo pasauli līdz iznīcībai. Tikai tad, kad gars un bizness darbojas kopīgi, cilvēce var atrast saskaņotu mērķi*”. Tomēr, zaļā uzņēmuma uzsākšana var prasīt tik daudz uzmanības, lai detalizētu, ka projekts var beigties ar to, ka tas vairs nebūs virzītājs uz labāku rītdienu, bet laikietilpīgs, enerģiju tērējošs hobijs, kas tā īsti nemaz neatspoguļojas sākotnējos centienus. Tā kā tradicionālais bizness netiek plānots, kā pārveidojošs virzītājs, daudzi viegli pieejami risinājumi nav gudras izvēles. Vislabākā garantija pret novirzīšanos ir iestrādāt zaļo domāšanu uzņēmuma biznesa plānā. Lai gan ir virkne potenciālo vadlīniju, lai nodrošinātu to, ka biznesa pasākumus saglabā savu zaļumu, tālāk ir sniegts trīs permakultūras principu pētījums, kuru ir iespējams izmantot, lai nepārtraukti pārbaudītu to, vai bizness sniedz ieguldījumu pozitīvā sabiedrības pārveidošanā.

Rūpes par Zemi

Neviens uzņēmums, kas atstāj pasauli sliktākā stāvoklī nākamajām paaudzēm, nekā pasaule, kuru mēs esam saņēmuši, nevar tikt uzskatīts par „zaļu” uzņēmumu, bet tā vietā ir atrodams „zaļās kamuflāžas” kategorijā. Zaļās uzņēmējdarbības mērķim ir jābūt biznesa idejām, kuras atstāj Zemi labākā stāvoklī, ar elastīgu eko sistēmu pakalpojumiem. Vai jūsu bizness stiprina Zemes nestspēju, vai ir vismaz ekoloģiskāks aizstājējs tam, kas šobrīd ir tirgū pieejams? Vai produktam vai pakalpojumam ir negatīvas sekas un Zemes dzīvescikla izmaksas? Kādu uzvedību tas veicina piegādātāju, jūsu partneru un klientu vidū?

Vislabākie zaļie uzņēmumi spēj stiprināt eko sistēmas pakalpojumus, papildinot augsnes auglīgo kārtu un veicinot ūdens attīrīšanu un stabilizējot vietējo klimatu. Citi var cerēt samazināt neilgtspējīgo produktu skaitu tirgū ar zaļajām alternatīvām, kuras netieši stiprina Zemes spēju izturēt cilvēku darbību. Zaļajam uzņēmumam ir vismaz jābūt saudzīgam pret vidi, sekmējot Zemes spēju turpināt nodrošināt eko sistēmas pakalpojumus.

Rūpes par cilvēkiem

Zaļajiem biznesiem ir jābūt sociālajiem biznesiem, kuri nodrošina darbavietas, jēgu un sociālo kontekstu. Noreena Hertz norāda to, ka kooperatīvu uzņēmumam ir raksturīga cilvēcisko attiecību kvalitātes novērtēšana, cilvēku tīklu kvalitāte, un koleģiālas sadarbības vērtība un labāka kopienas vērtība par tradicionālajiem biznesiem. Zaļie uzņēmēji redz darbavietu, kā sociālo ietvaru, nevis ražošanas vienību. Darba biedri ir cilvēki, ar ko jūs pavadāt daudz no savas dzīves. Tāpat arī mūsu personīgās attiecības ar klientiem ir arī zaļā biznesa atlīdzības daļa, zinot to, ka jūs nodrošināt preces un pakalpojumus, kuri rūpējas par jūsu klientu labklājību.

Diana Leafe Christian, Earthaven ekociemata iedzīvotāja, „Kopienas atrašana: Kā pievienoties ekociematom vai plānotajai kopienai” [2007] autore, un bezmaksas tiešsaistes informatīvā ekociematu izdevuma (www.EcovillageNewsletter.org) redaktore rakstīja „*sociālais uzņēmums ir peļņu nesošs business vai ienākumus ģenerējošs bezpeļņas veidojums, lai nodrošinātu grupas sociālās un vides vajadzības, ieskaitot nepieciešamību nopelnīt iztiku uz vietas*”. Ienākumu ģenerēšana joprojām ir cilvēku ekonomiskā vajadzība. Tāpat arī kopienas biedriem ir nepieciešamas nozīmīgas lomas sabiedrībā, un ekociemata iemītniekiem nozīmīguma definīcija bieži vien ir daudz prasīgāka nekā tradicionālajā vairākuma sabiedrībā.

Rūpes par cilvēkiem ietver arī cilvēku daudzveidības svinēšana. Individu cilvēktiesību uz izskata, izvēles un ideju daudzveidību cienīšana ir nozīmīga zaļā biznesa daļa. Vispārējās perspektīvas un vīriešu un sieviešu, meiteņu un zēnu lomas saskatīšana savā firmā vai, kā klientam, nav tikai ētiska prasība, bet arī laba biznesa prakse. Vai biznesa sekmē katras personas personīgo attīstību, lai sasniegtu personīgo laimi un potenciālu, radot atbalsta grupas līdzsvaru ar personīgās izaugsmes vietu?

Godīga resursu sadale

Godīgas resursu sadales pamatprincips ir būt ar biznesa vietas pasaules redzējumu cilvēku attīstības plašākā perspektīvā. Pasaule ir globalizēta un savstarpēji saistīta – resursi un cilvēki nepārtraukti pārvietojas pa pasauli dažādos izmantošanas veidos, kuri nenodrošina labumu lielākajai cilvēku daļai, un it īpaši nākotnes paaudzēm. Mūsu ekoloģiskais nospiedums stāsta mums to, ka lielākā daļa no mūs dzīvojošo pasaules ziemeļos patērējam daudz vairāk resursu, nekā izmaksas, kuras ir nepieciešamas, lai nodrošināt pamatvajadzības pasaules dienvidos. To zinot, mums ir jānovērtē tas, kā mūsu biznesi veicina plašāku dalīšanos ar pieejamajiem resursiem. Zaļie biznesi bagātina savu vietējo vidi, un piedāvā preces un pakalpojumus no vietējā reģiona, kuri tiek nodrošināti veidos, kas stiprina dzīvesprieku. Ja zaļais uzņēmējs ir iesaistīts globālajā preču tirdzniecībā, tās tiek ražotas un transportētas ētiskā, ilgtspējīgā un godīgas tirdzniecības veidā.

Vienlaicīgi zaļajam uzņēmējam ir jāapzinās sava loma lietošanas modeļu maiņā un jāparāda solidaritāte tiem, kuri saskaras ar situācijām, kuras rada globālā ļaunprātīgā uzticības izmantošana. Vai zaļā uzņēmuma darbības atzīst formas vietu globālajā perspektīvā, samazinot atkarību no negodīgas tirdzniecības, rīkojoties, lai dotu iespēju tiem, kurus marginalizē globālā ražošana, atbalstot nesabalansēto spēka struktūru negatīvo ietekmju sadziedēšanu un bagātību nodošanu māsām? Iespējams, ka ekociemata uzņēmējam, kas ir iesaistīts vietējā mikro biznesā, šādas abstraktus jēdzienus pamanīt nav viegli. Bet rūpīgi pārbaudot finansējuma avotus, sniegto preču un pakalpojumu tirgu un savu produktu turpmāko dzīvi, mēs parasti varam pamanīt to, ka mēs esam ļoti savstarpēji saistīti ar visu apkārtnējo pasauli, ietekmējot citus pozitīvā vai negatīvā veidā. To darot, mēs arī spējam atbildēt uz jautājumu, kā biznes var atbalstīt godīgāku globālo resursu sadali.



La Poudrière sociālā uzņēmuma piemērs

Sociālais uzņēmums ir business, kura galvenais mērķis ir sociālājo un / vai vides jautājumu risināšana un nevis peļņas ieguve. Pat ja viņi pelna, un gūs peļņu kā jebkurš cits business, peļņa nav gala mērķis. Ja peļņa tiek iegūta no ar sociāliem un vides projektiem, peļņa tiek uzskatīta, lai par līdzekli nākošo projektu īstenošanai. Ir daudzi piemēri šādiem sociālajiem uzņēmumiem, ka tas var kalpot par idvesmu avotu uzņēmīgiem Ekociematiem

La Poudrière

La Poudrière ir bezpeļņas organizācija, kas strādā un dzīvo kā kopiena un Briseles apkaimē, Beļģijā. Tā ir daļa no Emmaus kustības, labdarības organizācija, kas nodrošina cilvēkus ar mājām un darbu. Darbs saistās ar ziedoto mēbeļu un sadzīves preču savākšanu, šķirošanu un tālākpārdošanu ar mērķi nodrošināt savu iztiku caur lietotu preču veikaliem. Organizācija aptver visus: jaunus, vecus, ģimēns, vientuļniekus, bēgļus, imigrantus akadēmiķus, personas ar invaliditāti, priesterus un bezpajumtniekus.



Dažādu otreiz lietotu lietu
šķirošana

Fotogrāfija no La
Poudrière arhīva

Darbība

Organizācija ir vairāk nekā 60 locekļi, kas dzīvo 5 kopienās: trīs Briselē, viena saimniecība no 70km attālumā no Briseles, veca betona rūpnīca, kas kalpo kā otrreizējā pārstrāde un novietne netālu no robežas ar Franciju. Visi dalībnieki strādā organizācijā, tādejādi atbalstot sevi finansiāli. Viņiem nav ārējo finansējumu, kas like katram loceklim apvienot savus ienākumus, tostarp pensijas utm. Nevienam nav personīgo uzkrājumu, tāpēc izdevumi tiek samazināti līdz minimumam jeb dalties. Kopienas lauku saimniecība nodrošina materiālās vajadzības, ražojot kopienai cauru kadu augļus, dārzeņus, olas un gaļu. Jebkurš pārpalikums tiek pārdots vietējā mērogā tirgū, tādejādi veidojot nelielu ienākumu avotu.



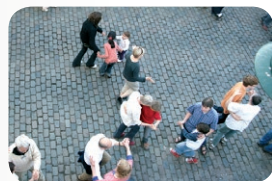
Kopienas pulcēšanās
Fotogrāfija no La
Poudrière arhīva

La Poudrière saņem apģērbus, mēbeles, traukus, rotājumus uc, kurus ziedo cilvēki vai uzņēmumiem. Kopiena saņemto atjauno/laboj, lai vēlāk pārdotu preces lietotu preču veikalos. Veikali sniedz pakalpojumus sabiedrībai. Ļauj preces pārstrādāt vai lietot atkārtoti, kas nozīmē, ka ta sir videi draudzīgs pasākums.

Uzņēmējdarbība un kopiena

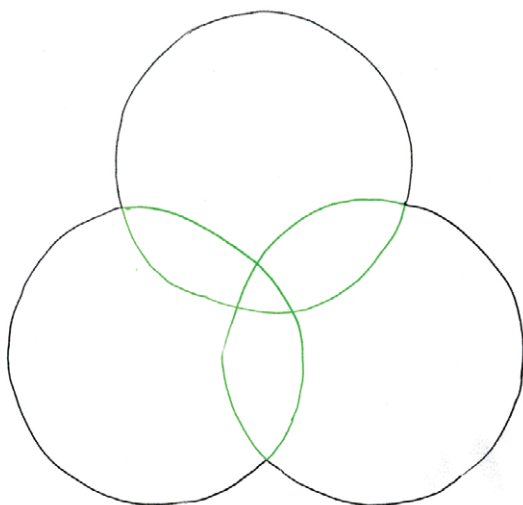
La Poudrière dzīvo kopā līdzīgi kā ģimene, kurā nav stingru noteikumu, tomēr pastāv labas manieres, veselais saprāts un cieņu vienam pret otru. Tas ir katra sabiedrības locekļa personisks darbs, lai tiktu veidota patīkama dzīve visiem. Normas un noteikumi netiek uzskaitītas, bet tie ir jāpilda ar savu dzīvesveidu, izpratni un piesardzību no dalībniekiem.

Kopienas organizācija darbojas kā sociālais uzņēmums cenšas panākt labvēlīgu sociālo un vides rezultātu. Ikviens tiek aicināts atrast savu vietu un darba pienākumi ir sadalīti un, kad vien iespējams, atkarībā no cilvēku spējām un dāvanas. Privilēģiju nav un ikviens ir saistīts ar darbu un dažādos līmeņos. Izņemot sociālos pabalstus, locekļi tiek apmierinātas materiālās vajadzības, tostarp pārtika un izmitināšana, kā visiem vienāds arī 25 EUR pabalsts nedēļā.



La Poudrière 50 gadu
svinības
Fotogrāfija no La
Poudrière arhīva

5. NODAĻA:
ZAĻĀS DARBĪBAS PLĀNOŠANA



5. NODAĻA: ZAĻĀS DARBĪBAS PLĀNOŠANA

Suderbyn ekociemats turpina identificēt, kuri uzņēmumi ir mūsu ekociematam piemēroti. Mēs apsveram to, kas mums ir nepieciešams, ko mēs varam ražot, un ko mūsu iemītnieki vēlētos ražot. Kamēr tiek apsvērti tādi pievienotās vērtības lauksaimniecības produkti, kā pārtika un dzērieni, tāpat tiek domāts par pakalpojumu, kuri būtu balstīti uz mūsu zināšanām un prasmēm, piedāvāšanu, un ar kuriem mēs vēlētos dalīties ar citiem. ANO Pasaules vides un attīstības komisijas (1987) konferencē, ilgtspējīga attīstība tika definēta, kā „*attīstība, kura nodrošina šīs paaudzes vajadzības, neradot šķēršļus nākotnes paaudžu iespējām nodrošināt savas vajadzības*”. Līdzīgā veidā zaļajam uzņēmumam ir jānodrošina savas vajadzības un vēlmes, nebojājot dabas spēju turpināt nodrošināt eko sistēmas pakalpojumus.

Ko, lai ražo zaļie uzņēmumi?

- Pakalpojums, fizisku preču vietā: Mums ir nepieciešams palēnināt materiālu izlietošanu, iegādājoties mazāk preces. Daloties ar saražotajām precēm, mēs paaugstinām izmantošanas efektivitāti. Ilgtspējīgā pasaulē kopējās vajadzības ir iespējams atrisināt ar dalīšanās grupu palīdzību, kuras izmanto un pārvalda kopīgas lietas.
- Nosakiet prioritātes ilglietojamām precēm, kuras var izmantot vairākas paaudzes, izvairoties no vienreizējas izmantošanas vai īsas ekspluatācijas produktiem.
- Radiet produkta dzīvi, kura būtu pielāgota pašreizējām vajadzībām, piemēram, daudzas zāles ir iedarbīgas arī pēc tam, kad tās mums ir nepieciešamas, un var radīt kaitējumu citiem cilvēkiem un citām dzīvām būtnēm, kuras tās uzņem.
- Sekmējiet vairāku īpašnieku/ lietotāju preču izmantošanu, nevis personīgās preces: nodrošiniet kopīgu kopienas preču īpašumus, piemēram, kopīgie autoparki ir biznesa iespējas, kuras ļauj daudziem cilvēkiem piekļūt videi draudzīgam transportam.

Šie iepriekš ieskicētie pamatprincipi var palīdzēt identificēt pareizos preču vai pakalpojumu veidus, kuri atbilstu jūsu biznesa interesēm. Tomēr, lai iestrādātu ekoloģiskās vērtības biznesa plānos ir nepieciešama daudz sarežģītāka domāšana par reģeneratīvo plānu. Pirmais solis ir izprast dzīves cikla novērtējumu. Tā kā visiem produktiem ir dzīves cikls, ir svarīgi apskatīt šo ciklu un zināt to, vai jūsu bizness resursus patērē vai atjauno. Patērējot jūs pārstrādājat resursus mazāk izmantojamā stāvoklī, kamēr atjaunojot, jūs padarāt produktus, tīrākus un atkārtoti izmantojamākus. Gandrīz jebkura apstrāde dekoncentrē un samaisa resursus tā, ka šis process rada atkritumus un produktus. Šī dzīves cikla beigas ir atkritumi ir jebkurā gadījumā. Savukārt atjaunošana rīkojas pretēji. Piemēram, lai ražotu augsni, organisko atkritumu izdalīšana no pildzīgāztuves komposta veidošanai ir uzskatāma par atjaunošanu. Tāpat arī elektrības ražošana no kūtsmēsliem ar biogāzi veicinošu līdzekli arī tiek uzskatīta par atjaunošanu.

Dzīves cikla novērtējums (DCN)

Dzīves cikla novērtējums (DCN, vai produkcijas dzīves cikla analīze) ir analīzes instruments, kas tiek izmantots, lai novērtētu vides ietekmes visās produkta dzīves stadijās, sākot no izejmateriālu ieguves līdz materiālu apstrādei, ražošanai, izplatīšanai, izmantošanai, remontam un uzturēšanai, un utilizācijai vai pārstrādei.

- DCN ir noderīgs, lai saprastu produkta galvenās ietekmes uz apkārtni vidi;
- Apkopojot enerģijas un materiālu ieguldījuma, kā arī izmešu uzskaiti;
- Novērtējot ieguldījumu un izmešu ietekmes ;
- Interpretējot rezultātus informēta lēmuma pieņemšanai.

DCN metodes izskaidro tikai dažus ekosistēmas pakalpojumus. Uz ekoloģiju balstīta dzīves cikla novērtējums (Eko-DCN), izmantojot līdzīgas pieejas un stratēģijas standarta DCN, aplūko arī tiešās un netiešās ietekmes uz ekoloģiskajiem resursiem un apkārtējām eko sistēmām. Ohaio valsts universitātes centra izstrādātā elastīguma izpēte, Eko DCN ir metodika, kas skaitliski ņem vērā regulējošos un atbalsta pakalpojumus produktu dzīves cikla laikā. Eko-DCN pakalpojumi ir kategorizēti četrās galvenajās grupās: atbalsta; regulējošie, nodrošinošie, un kultūras pakalpojumi.

Ekociemata biznesa produktu ir iespējams izanalizēt ar Eko-DCN, lai pilnībā identificētu produkta potenciālo negatīvo ietekmi. Lai arī pats produkts var šķist sabiedrībai noderīgs, Eko-DCN var atklāt to, ka produkta mārketinga, preces remonts, vai preces apdrošināšana var radīt vides izmaksas, kuras nepārādās galvenā produkta DCN. Piemēram, daudzi ekociematu biznesi pārdod tālāk vairumā importētas preces, kuras tiek uzskatītas par ekoloģiskām. Tomēr, izmantojot plašāku perspektīvu, gaismā nonāk daudzas negatīvās ietekmes, kuras padara produktu par mazāk draudzīgu videi.

Reģeneratīvā dizaina principa atgriezeniskās saites domāšana

Reģeneratīvā dizaina principa atgriezeniskās saites domāšana ir īpašs dzīves cikla novērtējums, kur produkta gala utilizācijas solis ir pārstrādes process, kas nodrošina izejmateriālus jaunam dzīves ciklam. Ar ilgtspējīgas ražošanas, darbības un utilizācijas prakses izmantošanu, un sociālās atbildības iestrādāšanu produkta attīstīšanā, tiek radītas mazāk kaitīgas ražošanas sistēmas. Arhitekts William McDonough un ķīmiķis Michael Braungart savā grāmatā „Reģeneratīvā dizaina princips: Veids, kādā mēs izgatavojam lietas, pārveidošana” [2002] propagandē jaunu permakultūrai līdzīgu ražošanas veidu, kas atdarina dabu, kā ražošanas modeli. McDonough un Braungart apgalvo to, ka rūpniecībai un videi nav jābūt konfliktā vienai ar otru. Viņi redz „labu” zaļu izaugsmi, kā vienīgo veidu, lai piedāvātu visiem ērtu patērētāju dzīves stilu, neiznīcinot planētu. Trīs principi ap kuriem ir uzbūvēta reģeneratīvā dizaina principa domāšana ir atkritumi = pārtika; izmanto pašreizējos saules ieņēmumi; un sviniet daudzveidību. Viņu uz inovācijām orientētais „biznesa modelis” galvenokārt koncentrējas uz bioloģiskajiem un tehniskajiem cikliem, kuri ir atrodami starp resursu iegūvi, rūpnīcas procesiem un produktu dzīvi pie patērētājiem. Viņu pieci vadošie principi ir:

- Veicināt uzticēšanos jaunām paradīgmām;
- Laba izaugsme ekonomiskās izaugsmes vietā;
- Nepārtrauktas inovācijas un pilnveidošana;
- Sagatavošanās mācībām izpratne;
- Starp paaudžu atbildības īstenošana.

Reģeneratīvā dizaina princips ir plānošanas metodika un produkta sertificēšana. Produktus sertificēja MBDC (McDonough Braungart Design Chemistry), 1995. gadā dibinātais konsultāciju uzņēmums, kas no 2005. gada atbilst reģeneratīvā dizaina principa standartam, kad viņi ieviesa savu reģeneratīvā dizaina principa sertifikācijas programmu. No visiem MBDC sertificētajiem produktiem, reti kurš, vai kāds sasniedza „atkritumi ir vienādi ar pārtiku” mērķi; tādējādi vissertificējamie produkti nav reģeneratīvā dizaina principa produkti. Konkrētākā līmenī, to bezpeļņas NVO Reģeneratīvā dizaina principa inovāciju institūtam (C2CII), kas tika nodibināts 2010. gadā, bija pieci sertifikācijas kritēriji, kuri virzīja ražotnes uz caurspīdīgumu un izvairīšanos no mazāk vēlamiem materiāliem. Ražotāju sertifikācijas process ir jāveicina un jāveic starptautiskiem sertifikācijas institūtiem visā pasaulē. Sertifikācija ļauj vadības institūcijām publisku iepirkumu laikā norādīt iepirkuma precēm reģeneratīvā dizaina principa standartus. Tas rada reālu šo sertificēto produktu tirgu. Tāpat arī produktu sertifikācija var darboties, kā uzņēmumu mārketinga instruments, un Braungart un McDonough ienākumu avots. Pieci reģeneratīvā dizaina principa sertificētā produktu standarta kritēriji ir:

1. Materiāla veselība

Caurspīdīga produktā esošo materiālu ķīmiskā sastāva identifikācija. Kaitīgie materiāli, piemēram, smagie metāli, pigmenti, halogēnie savienojumi ir jānorāda jebkurā koncentrācijā. Citi nekaitīgie materiāli ir jānorāda tad, ja tie pārsniedz 100 mkg/g. Visiem kokmateriāliem ir jānorāda meža izcelsme. Visi materiāli tiek kategorizēti pēc to kaitīguma, piemēram, zema riska „zaļie” materiāli, vidēja riska „dzeltenie” materiāli, augsta riska „sarkanie” materiāli vai nepietiekamu datu „pelēkie” materiāli. „Sarkanie” materiāli nav reģeneratīvā dizaina principa materiāli, un tie ir pakāpeniski jāsamazina.

2. Materiālu atkārtota izmantošana

Produkta dzīves beigās materiāli ir jāatgūst un jāpārstrādā, un tiem ir jāklūst par jauniem ieguldījumiem citos materiālos. Kamēr dažus materiālus ir iespējams dabīgi kompostēt par citiem tīriem materiāliem, kuri var būt „tehniskas barības vielas”, bezgalīgi pārstrādājams materiāls. Bet daudzas barības vielas ir toksiskas un var radīt lielu apdraudējumu, ja tās netiek izmantotas pareizi. Reģeneratīvā dizaina principa produktiem ir jābūt nosūtāmiem atpakaļ biosfērā vai atgriežamiem tehnoloģiskajā ciklā. Reģeneratīvais dizaina princips ir balstīts uz bezgalīgu materiālu pārstrādi, kura ir teorētiski neiespējama; visi materiāli laika gaitā izkliedējas un sadalās, tādēļ ciklam ir nepieciešams jaunu materiālu ieguldījums. Cita reģeneratīvā dizaina principa produktu kritika ir tas, ka to materiālu plūsma ir jātur slēgtā ciklā, kamēr patērētāji var vienkārši izmest savus atkritumus sadedzināšanai. Reģeneratīvā dizaina princips neapskata nepieciešamo paradigmas maiņu patērētāja pusē.

3. Atjaunojamā enerģija un oglekļa pārvaldīšana

Ražošanai nepieciešamais enerģijas daudzums ir jābūt paziņotam. Sertifikācijas augstākajam līmenim ir nepieciešams atjaunojamās enerģijas ražošanas pārpalikums visām detaļām un montāžai, ieskaitot sākotnējos darbs, kuri ir saistīti ar transporta aspektiem. Neskatoties uz to, reģeneratīvā dizaina princips ir saņēmis kritiku par to, ka tas nepiedāvā nekādu enerģijas problēmas risinājumu. Modelis balstās uz materiālu. Saskaņā ar definīciju globāli izkaisītu ražošanas sistēmu materiālu plūsmas vadībai ir nepieciešams ievērojams transports, kas mūsdienās nav ilgtspējīgs.

4. Ūdens pārvaldība

Ir jānorāda ražošanas procesa laikā attīrītais ūdens, it īpaši attiecībā uz tā izmantošanu un izlaides kvalitāti. Pamata līmenī ir jābūt notekūdeņu izlaides atļaujam. Visaugstākajā līmenī izlaistajam ūdenim ir jābūt dzeramā ūdens kvalitātē. Vietējām bažām un hidroloģiskajai situācijai ir jāinformē par šo kritēriju.

5. Sociālais taisnīgums

Tāpat arī ir jānorāda sociālā ietekme uz darbiniekiem, klientiem, kopienas locekļiem un vidi. Pamatā tiek vērtēta un ziņots par ar ražošanu saistītu taisnīga darba praksi. Viszemākajā līmenī runa iet par pašnovērtējuma sociālajiem auditiem, un visaugstākajā līmenī, ārējiem sociālajiem auditiem. Tomēr reģeneratīvā dizaina princips tiek kritizēts par to, ka tas nebalstās uz sociālo ilgtspējīgumu attīstības valstīs, no kurām ziemeļi iegādājas savus izejmateriālus. Pilnīgs skatījums ir svarīga ilgtspējīguma daļa.

Piecas kategorijas tiek vērtētas 5 punktu sistēmā no pamata līdz platīna līmenim.

Zaļie finansējuma avoti

Zaļi ekociemata uzņēmuma finansējuma avoti ir šķietami acīmredzams pirmais solis, bet bieži vien saskaroties ar biznesa uzsākšanas sarežģītību un dzīvotspējas nodrošināšanai, avota novērtējums tiek izlaists. Pat tajos gadījumos, kad galvenais ieguldījums nāk no atbilstoša avota, citi mazāki ieguldījumi ir no videi mazāk draudzīgiem avotiem. Ja maiznīcas burkānu kūkai ir 15 sastāvdaļas, iespējams, ka tikai galvenās sastāvdaļas, ūdens, olas, milti, medus, sviests un burkāni ir vietējie un dabīgi. Garšvielas,

cepamais pulveris, pūdercukurs, vaniļa, un sāls var būt parastais un iegūts ārzemēs neskaitītos ražošanas apstākļos. Jaļā finansējuma avoti neaprobeļojas tikai ar ražošanu; tie ir jāievēro arī pakalpojumu biznesiem, kuriem ir nepieciešami pakalpojumu ražošanas ieguldījumi. Apsveriet veselības atgūšanas vietu. Kamēr bizness piedāvā ārstniecības un relaksācijas pakalpojumus, šiem pakalpojumiem var būt nepieciešami krēmi un losjoni, ziepes un atspirdzinājumi, kā arī ūdens.

Kamēr par jaļā finansējuma avotiem vislabāk ir domāt jau pirms biznesa uzsākšanas, daudzu iemeslu dēļ tas ir jādara pēc uzsākšanas, iespējams esošās ražošanas pārņemšanas dēļ. Ir svarīgi saglabāt holistisku skatījumu uz jebkuru jaļā finansējuma avotu projektu, apsverot informācijas sareļģitību un laiku, kas būs nepieciešams, lai pārstrādātu un izveidotu jaunus finansējuma avotus. Visa projekta laikā paturiet prātā šos četrus jaļā finansējuma pamatus.

1. Jaļais finansējums prasa mūdienu tradicionālā finansējuma avotu meklēšanas procesa izmaiņas.
2. Ilgtspējīgums ir jāvērtē kopā ar visiem iekšējiem partneriem, piemēram, projektētājiem, ražošanas komandu, mārketingu un pārdošanas darbiniekiem.
3. Izstrādājot un parādot jaunas jaļā finansējuma sistēmas ieguvumus, tas bieži vien ietver sareļģītākus un ilgākus atmaksas periodus, nekā reorganizējot tradicionālos finansējuma avotus.
4. Jaļā finansējuma meklējumos ir nepieciešama katra potenciālā ieguldītāja ražošanā vides ietekmes, enerģijas izmantošanas, transporta izmaksu, atkritumu ražošanas un sociālās ietekmes/darba apstākļu analīze.

Galvenais attiecīgo ieguldītāju izvēles princips ir brīva plūsmas resursu izmantošana, pārvaldīto resursu izmantošanas saglabāšana un izvairīšanās no resursu uzglabāšanas. Tas attiecas uz materiāliem un enerģiju. Plūsmas materiālu piemēri ir ūdens un augsne, un plūsmas enerģijas piemēri būtu atjaunojamie enerģijas avoti. Attiecībā uz pārvaldāmajiem resursiem, kuri ir piemēroti izmantošanai, kā ieguldījumi, ja to izmantošana tiek saglabāta ilgtspējīgos līmeņos, koka produkti ir materiālu piemēri, un biodeļģvijas ir enerģijas avotu piemēri. Daļi uzglabāto materiālu piemēri, no kuriem būtu jāizvairās, ir minerāli, un uzglabājamā enerģija, no kuras būtu jāizvairās ir naftas produkti.

Darbs ir jāuzskata par jaļā uzņēmuma ieguldījumu. Radot jēgilnu pastāvēšanu, kopienai, identitātei, sociālajai vienotībai un laimei ir jābūt jaļā biznesa uzsākšanas galvenajam mērķim. Tomēr iniciatīvas grupai ir jāskatās, kādas prasmes, darbaspēka vajadzības un intereses ir pieejamas.

Kapitāls arī ir ražošanas ieguldījums, un tas ir jāmeklē uz vietas, ieteicams, lai tas būtu tieši saistīts ar iesaistītajiem ražotājiem vai patērētājiem. Lai izvairītos no bagātības nodošanai destruktīvai izmantošanai, ir jāmeklē bezprocentu vai ētisks kapitāls.

Daudzi ieguldījumi nav pieejami uz vietas, un to avoti ir jāmeklē tik lielā tēlumā, ka uzņēmējam nav nekādu iespēju pārbaudīt to, kā ieguldījums tiek saraļģots. No šādas situācijas ir jāizvairās, un priekšroka vienmēr ir jādod vietējiem finansējuma avotiem. Tomēr dažus ieguldījumus, piemēram, tropiskās garšvijas ir grūti aizstāt un patērētāju izvēle padara to izmantošanu pieprasītu. Tādēļ ir ļoti svarīgi, lai tikai jaļajā ražošanā tiktu izmantoti tikai godīgas tirdzniecības sertificēti ieguldījumi.

Jaļā raļģošana

“Piesārļģojums nav nekas cits, kā resursi, kurus mēs nenovācam. Mēs ļaujām tiem izkliedēties, jo mēs neesam novērtējuši to vērtību” R. Buckminster Fuller.

Jaļā raļģošana nav tikai piesārļģojuma kontrole vai pārstrāde, bet tā meklē veidus, kā samazināt raļģošanas ietekmi uz vidi visās tās stadijās. Jaļā raļģošana ir stratēģija, kura balstās uz vidi draudzīgiem darbības

procesiem, kuri ir ieteicami dabiskās vides labumam un biznesa fundamentālās stratēģiskās bāzes stiprināšanai. Stuart Hart, Mičiganas universitātes Korporatīvās vides pārvaldes programmas (CEMP) direktors un P. Shrivastava definēja zaļo ražošanu „zaļajās organizācijās”, kā balstītu uz trim pamatmērķiem:

1. Emisiju, iztekas un avāriju samazināšanu;
2. Pirmreizējas izmantošanas materiālu un neatjaunojamo enerģijas veidu samazināšanu;
3. Produktu vai pakalpojumu dzīves cikla (pilna cikla) izmaksu samazināšanu.

Šīs vairākuma definīcijas ambīcijas līmenis var tikt paaugstināts līdz līmenim, kas vairāk atbilst zaļās uzņēmējdarbības ideju analogam, pēc kura tiecas ekociematu kustība:

1. Dabīga un brīva no ķīmijas ražošana;
2. Bez izmešu ražošana;
3. Bez atkritumu ražošana;
4. Ražošanas ilgmūžīgums, vai attiecīgi, produkta pēc izmantošana, ātra sadalīšanās.

Tas, kā tieši šie tehniskie jautājumi tiek risināti, attiecas uz konkrētiem procesiem, un to šajā grāmatā iztirzāt nav iespējams.

Zaļais iepakojums

Iepakojums bieži vien ir produkta galvenais elements, kas ir svarīgs aizsardzības nodrošināšanai transportēšanas laikā, un pircēja piesaistīšanai, un produkta informācijas sniegšanai. Līdz ar to, iepakojums ir kļuvis ir milzīgu ilgtspējīguma draudu. Visekoloģiskākais iepakojums ir tāds, kas nepastāv. Globālā ekociematu tīkla māsu tīkls, Darīsim to! (Let's Do it!) kustība (www.letsdoitworld.org), kā bez atkritumu nodrošināšanas alternatīvu, reklamē iepakojuma neesamību. Tagad parādās bez iepakojumu pārtikas veikali, kur patērētājiem ir jāierodas veikalā ar atkārtotas izmantošanas iepakojumiem, kur produktu informācija ir pieejama uz plauktiem. Šie veikali piesaista klientus ar iepakojuma neesamību, balstīšanos uz vienkāršotu produktu piedāvājumu, veikala īpašnieka selektīvu uzglabāšanu, un daudz harmoniskākas pirkšanas vides radīšanu.

Viens pakāpiens pa ambīciju kāpnēm būtu bioloģiski noārdāms vai atkārtoti izmantojams iepakojums. Es atceros savu tējas iegādes pieredzi Kalkutas vilcienā. Tirgotāji gar sliedēm gatavoja zemas enerģijas tējas krūzītes no saulē kaltētiem māliem un pirmo reizi piepildīja krūzīti pēc tējas iegādes. Krūzītes dzīves cikls bija apmēram 15 minūtes, pirms tēja bija samitrinājusi mālu tik ļoti, ka krūzīte sāka sadalīties. Tad krūzīte tika izmesta pa logu, un materiāls atgriezās uz Zemes, potenciāli nodrošinot mālus nākamajai krūzītei. Kamēr banānu lapas un veci laikraksti veidoja lielu Indijas iepakojumu daļu, mūsdienās Eiropas tirgus redz ļoti maz no tā visa. Tomēr atkārtoti izmantojamās stikla pudeles ir samērā izplatītas pienam, alum un citiem atspirdzinošajiem dzērieniem. Mūsdienās vienreizēja izmantošana aizstāj atkārtotas izmantošanas iepakojumus, kuri bija balstīti uz depoziem. Ja jums ir ierobežots ģeogrāfiskais pārkļūjums un lojāli klienti, atkārtoti izmantojamais iepakojums var būt risinājums.

Daudz vairāk uz leju būtu pārstrādājama iepakojums. Lai gan ES ir centusies standartizēt iepakojumu un iepakojuma atkritumu apsaimniekošanu, situācija katrā valstī ir atšķirīga, cik daudz patiesībā tiek pārstrādāts, un cik daudz no tā tiek sadedzināts, vai tas nonāk pildizgāztuvēs. Lielākā daļa ES valstu ir centusies kontrolēt iepakojumus, lai samazinātu iepakojumu atkritumu negatīvo ietekmi. Pieaugusi iekšējā ES tirdzniecība ir nodarījusi pāri esošajām uzglabāšanas sistēmām, saskaņotu izmēru neesamības dēļ. Direktīva Nr.94/62/EK par iepakojumu un iepakojuma atkritumiem cenšas saskaņot valstu pasākumus, lai novērstu vai samazinātu iepakojumu un iepakojumu atkritumu ietekmi uz apkārtējo vidi un nodrošinātu iekšējā tirgus funkcionalitāti. Tā ir saistoša visiem uzņēmumiem, ja to produkti izmanto iepakojumu, un liek ražotājiem atgūt savus iepakojumus. Direktīva ir vairākas reizes labota, cenšoties palielināt tās efektivitāti. Tiek uzskatīts, ka dažas valstis apzināti piever acis uz Eiropas direktīvu.

PRO EUROPE organizē visas viena virziena iepakojuma nacionālās atgūšanas sistēmas, kā biznesu lobiju grupa. Viens no Eiropas iepakojumu dominējošajiem spēkiem ir Zaļais punkts vai vācu valodā *Der Grüne Punkt*, kas ir patērētāju preču iepakojuma materiālu pārstrādes rūpnieciski apmaksātu sistēmu Eiropas tīkla licences simbols. Vācijas “Grüner Punkt” tiek uzskatīts par Eiropas shēmas priekštecī. Kopš 1991. gada Zaļā Punkta sistēma ir ieviesta 23 Eiropas valstīs, un to izmanto vairāk nekā 130 000 uzņēmumu, galvenokārt no ES, ietverot 460 miljardus iepakojumu. Dažas valstis ir šīs sistēmas daļa, bet Zaļā punkta vietā izmanto citus nacionālos pārstrādes simbolus.

Zaļā loģistika

Koncentrēšanās tikai uz ražošanu var būt alošanās. Stokholmas tuvumā tirgus vajadzībām izaudzētie dārza dārzeni ir nodemonstrējuši daudz lielāku ekoloģisko nospiedumu nekā tradicionālie dārzeni, no tālākiem laukiem, jo neliela transportēšana mazos transportlīdzekļos nevar konkurēt ar liela izmēra daudzu moduļu transporta sistēmām. Pastāv vesela virkne pasākumu, lai aizsargātu vidi un samazinātu resursu izmantošanu dažādos loģistikas līmeņos – termiņš, rādiuss, vēriens, kapitāla izdevumi un resursu prasības. Zaļās loģistikas holistiskajā pieejā, ir pieci sākuma punkti, lai īstenotu zaļās loģistikas pasākumus:

- Klients, tirgus un produkts (1. līmenis);
- Struktūras un plānošana (2. līmenis) ;
- Procesis, kontrole un mērījums (3. līmenis);
- Tehnoloģijas un resursi (4. līmenis);
- Darbinieki, piegādātāji un pakalpojumu sniedzēji (5. līmenis).

Ekociematu uzņēmumu jomu piemēri, kur loģistiku būtu iespējams padarīt zaļāku:

- Viegļāki, mazāki iepakojumi;
- Maršrutu optimizācija vai tirgus ierobežošana ;
- Kravas optimizēšana un transportlīdzekļa vai režīma izvēle;
- Sadarbības tīklu savienošana ar loģistikas pakalpojumu;
- Loģistikas optimizēšana ar IT atbalstu.

Pirmie četri līmeņi ir savstarpēji saistīti un ietekmē augstākos līmeņus. Lēmumu augstākos līmeņos samazina risinājumu loku zemākajos līmeņos. Produkta iepakojuma masa 1. līmenī, piemēram, nosaka produkta tilpumu un svaru, un nosaka preču maksimālo skaitu transportlīdzeklī. Ietekme uz ilgtspējīgumu – piemēram, siltumnīcas efekta gāzu emisijas vienai pārvadātajai vienībai – daļēji tiek noteikta 1. līmenī. Lēmumi, kuri tiek pieņemti nākamajos līmeņos, arī ietekmēs CO2 izmešus

Zaļā tirgus analīze

Lai noorganizētu biznesu ir nepieciešams biznesa plāns, un biznesa plāna centrā ir tirgus izpēte, lai noskaidrotu to, kas varētu vēlēties jūsu iepianoto produktu vai pakalpojumu. Kā zaļais uzņēmums jūs varat vēlēties apsvērt to, kādos apstākļos jūs vēlaties tirgot savu preci vai pakalpojumu, cik daudz un kam. Tiklīdz jums būs skaidrs, kam jūs vēlaties pārdot, ir jākonsultējas ar potenciālajiem patērētājiem, lai noskaidrotu to, vai jūsu produkcija ir pieprasīta. Dažādu paaudžu patērētājiem ir atšķirīga uzvedība, prasības un tie seko atšķirīgiem medijiem. Tādējādi tirgus nav tikai cilvēku kopums tuvākajā pilsētā. Zinot savas patērētāju grupas vecumu, jūs varēsiet pateikt to, kā jūs varēsiet viņus sasniegt ar informāciju par savu produktu, un to, kur tas ir pieejams.

Zaļam uzņēmējam var būt sociāli apsvērumi, piemēram, piedāvājot vietēju aizstājēju par līdzvērtīgu cenu, lai gūtu importētā konkurējošā produkta tirgus daļu. Tomēr lielākajā daļā citu gadījumu zaļais

uzņēmējs vēlēties identificēt to, kuri patērētāji vēlas maksāt vairāk par videi draudzīgiem produktiem, lai bizness varētu koncentrēties uz ilgtspējīgumu un kvalitāti, nevis uz zemu cenu un kvantitāti. Bieži vien tas nozīmē jaunu produkta veidu. Kam ir jāpārlicina patērētājs par to, ka tas ir jaunums, kas ir jāpamēģina. Everett Rogers „Inovāciju izplatīšanā” uzskaita sekojošus piecus faktorus, kuri palīdz noteikt to, vai jauna ideja vai produkts tiks vai netiks pieņemts:

1. Saistītās priekšrocības: kādā mērā jaunā uzvedība dos labvēlīgāku iznākumu, nekā ierastā prakse.
2. Pamanāmība: cik viegli ir novērot jaunās uzvedības rezultātus.
3. Izmēģinājumu spēja: vieglums, ar kādu persona var pārbaudīt jauno uzvedību bez pilnīgas iesaistīšanās.
4. Savietojamība: mērā, kādā jaunā uzvedība būs savienojama ar ierasto praksi.
5. Sarežģītība: cik grūti ir realizēt jauno uzvedību.

Papildus apsvēršanai, cik grūta būs produkta ieviešana, tāpat ir svarīgi ņemt vērā dažādus patērētāju tipus. LOHAS vai „Veselības un ilgtspējīguma dzīvesveidi” apraksta patērētāju kategorijas, saskaņā ar to, cik daudz viņu pirkšanas lēmumus ietekmē vides un sociālā atbildība. Dabīgā mārketinga institūts ir definējis piecus LOHAS segmentus, kuri ietver:

- LOHAS: Aktīvi vides pārvaldnieki, kas rūpējas par cilvēku un planētas veselību. Šie ir visaktīvākie zaļo un sociāli atbildīgo produktu pircēji, un agrīnie adapteri, kas lielā mērā ietekmē arī citu izvēli.
- Dabiskā cienītāji: Viņus pamatā motivē personīgā veselība. Viņi mēdz ilgstošu produktu vietā vairāk iegādāties LOHAS patēriņa preces.
- Sekotāji: Lai arī viņu nodomi ir labi, sekotāji vēlas sekot līdzi tendencēm, kad tas ir viegli un viņi var to atļauties. Šobrīd viņi ir diezgan iesaistīti zaļo pirkumu uzvedībā.
- Tradicionālisti: pragmatiski, kas izmanto LOHAS uzvedību, kad jūt, ka viņi var radīt atšķirību, bet pamatā balstās uz ļoti rūpīgu savu resursu izmantošanu un rīkošanos pareizi, jo tas viņiem palīdz ietaupīt.
- Bezrūpīgie: Vai ne nezinošie vai bezrūpīgie par vidi, un sabiedrības problēmām galvenokārt tādēļ, ka viņiem nav laika vai līdzekļu – šie patērētāji lielā mērā koncentrējas uz izdzīvošanu.

Ekoloģiskais marķējums

Ekoloģiskā marķējuma sistēmas pastāv gan pārtikai, gan patēriņa produktiem. Abas sistēmas aizsāka zaļās NVO, bet Eiropas Savienība standartizēja ekoloģiskā marķējuma noteikumus. ES tagad ir savs eko marķējums, viens pārtikai, un cits patēriņa produktiem. Pastāv daudzas konkurējošas marķējuma sistēmas. Daži marķējumi pastāv, kā organizāciju produktu, kuriem ir ieguvuši patērētāju uzticību, apstiprinājums, piemēram, MBCD un WWF. Lielākām organizācijām, galvenokārt publiskas iestādes, iegādājoties datubāzes, piemēram, Eco-Buy vadīšana, liela mēroga slimnīcu, skolu un cietumu iepirkumi. Pastāv arī saistītie sociālie un ētiskie marķējumi, piemēram, Godīgas tirdzniecības sertifikāts.

Starptautisko standartu sadarbība ir radījusi virkni ekoloģiskā marķējuma sistēmu. ISO I krāj ekoloģiskos marķējumus, piemēram, Ziemeļu gulbis, ES eko marķējums un Zilais eņģelis (Vācija). ISO II interesējas par konkrētiem materiāliem, piemēram, bez freona vai pārstrādāts saturs. ISO III marķējums sniedz patērētāju informāciju, lai pieņemtu labākus lēmumus. Tie ietver Barošanas vielu sastāvu un ekoloģisku produkta deklarāciju.

Bioloģiskie standarti ir definējuši bioloģiskās lauksaimniecības izpratni par to, kas ir „bioloģisks”. Bioloģiskie lauksaimnieki sāka attīstīt savus bioloģiskos standartus jau 1940. gadu sākumā. Šobrīd pasaulē pastāv simtiem privātu bioloģisko standartu, un šie standarti ir iekļauti vairāk nekā 60 valdību tehniskajos noteikumos. IFOAM ir galvenā starptautiskā bioloģiskās lauksaimniecības standartu institūcija. Baltijas jūras reģionā, Lietuva un Baltkrievija ir vienīgās valstis, kuras nav IFOAM dalībvalstis.

ES eko marķējums ir atzīts visā Eiropā. Tirgū šobrīd ir jau vairāk nekā 17 000 ES eko marķējuma produktu. ES eko marķējumu 1992. gadā nodibināja Eiropas Komisija, lai acinātu biznesus reklamēt produktus un pakalpojumus, kuri atbilda visaugstākajiem vides snieguma un kvalitātes standartiem. ES eko marķējums tiek piešķirts saskaņā ar vides kritērijiem, kuri ir saskaņoti ar ekspertiem, nozari, patērētāju organizācijām un vides NVO Eiropas līmenī. ES eko marķējuma kritēriji apsver visu produkta dzīves ciklu, sākot no izejmateriālu ieguves līdz produkta ražošanai, iepakojšanai, izplatīšanai, izmantošanai un utilizācijai.

ES eko marķējums palīdz patērētājiem un publiskajiem pircējiem viegli identificēt videi draudzīgos produktus. Tā ir brīvprātīgā shēma un tā simbolizē vienīgo visas ES 1. tipa oficiālo eko marķējumu, nodrošinot ES eko marķējuma licences turētājiem ērtu instrumentu, lai virzītu savu mārketingu ar vienotu marķējuma, kuru simbolizē puķe, palīdzību. Ir izstrādāti kritēriji, lai nodrošinātu to, ka 10-20% no videi draudzīgajiem produktiem, kas šobrīd ir pieejami tirgū, būtu tiem atbilstoši.

Ziemeļu gulbis ir oficiālais Ziemeļvalstu eko marķējums. Tas izmanto standartu sistēmu, licenču pielietojumu, un neatkarīgu pārbaudi. Tas ir oficiāli ilgtspējīgs Ziemeļvalstu eko marķējums, kuru ievieša Ziemeļvalstu Ministru padome. To nodrošina brīvprātīga licencēšanas sistēma, kur pretendents piekrist ievērot konkrētus kritērijus, kurus ir uzstādījusi Ziemeļu eko marķējums, sadarbībā ar saviem partneriem. Šie kritēriji ietver vides, kvalitātes un veselības argumentus. Kritēriju līmeņi reklamē produktus un pakalpojumus, kuri pieder pie drošas vides, un ievēro vairākus faktorus, piemēram, brīvo tirdzniecību un proporcionalitāti (izmaksas pretstatā ieguvumiem). Ziemeļu eko marķējums tagad ietver 67 dažādas produktu grupas, no roku ziepēm līdz mēbelēm un viesnīcām. Produktu atbilstība ir jāpārbauda, izmantojot metodes, piemēram, ar paraugiem neatkarīgās laboratorijās, sertifikātiem un kontroles apmeklējumiem. Marķējums parasti ir derīgs 3 gadus, pēc kura kritēriji tiek pārskatīti un uzņēmums var vēlreiz pieteikties uz licenci.

Eko marķējumi norāda to, ka kokmateriāli ar koku saistītajos produktos, nāk no mežiem, kuri tiek ilgtspējīgi pārvaldīti saskaņā ar starptautiski atzītiem standartiem ietver (globālajā līmenī) Eiropas mežu sertifikācijas programmas marķējumus, un (reģionālajā un nacionālajā līmenī) ilgtspējīgas mežsaimniecības iniciatīvas marķējumus. Kokmateriāli tiek izsekoti pa piegādes ķēdi līdz gala produktam, lai patērētāji varētu izvēlēties iegādāties ilgtspējīgi iegūtus mežus, kuri ir pasaules mežu izciršanas alternatīvas.

Daži marķējumi tiek piemēroti tiešajiem enerģijas pirkumiem vai elektrostacijām, kuras ražo elektrību. EKO enerģija, NVO eko marķējums, kura izcelsmes valsts ir Somija, ir kļuvis par Eiropas enerģijas eko marķējumu. ES direktīva Nr.92/75/EK nodibināja enerģijas patēriņa marķēšanas shēmu. Direktīvu īstenoja vairākas citas direktīvas, tādējādi lielākajai daļai balto produktu, gaismas spuldziņu iepakojumam un automašīnām ir jābūt ar skaidri norādītu ES enerģijas apzīmējumu, kas tie tiek piedāvāti pārdošanā vai izīrēšanā. Ierīces energoefektivitāte tiek klasificēta, atkarībā no enerģijas efektivitātes klases A līdz G, kura tiek norādīta uz apzīmējuma; A ir visenergoefektīvākā, G ir visenergoeneefektīvākā klase. Apzīmējumi sniedz arī citu klientam noderīgu informāciju, lai nodrošinātu izvēli starp dažādiem modeļiem. Informācija var būt norādīta katalogos, un interneta mazumtirgotāji var iekļaut šo informāciju savās mājas lapās. Mēģinājumā ievērot energoefektivitātes progresu, vēlāk dažiem produktiem tika ieviestas A+, A++ un A+++ kategorijas. Kopš 2010. gada pastāv jauns apzīmējuma veids, kas vārdu vietā izmanto piktogrammas, ļaujot ražotājiem izmantot vienotu marķējumu visiem dažādās valstīs tirgotajiem produktiem.

Zilais eņģelis (*Der Blaue Engel*) ir Vācijas produktu un pakalpojumu eko marķējuma sistēma. Zilais eņģelis ir visvecākais pasaules eko marķējums, un tas aptver 10 000 produktus 80 produktu kategorijās. 1978. gadā, pēc šī pirmā pasaules vides marķējuma ieviešanas, citas Eiropas un ārpus Eiropas esošās valstis sekoja Zilā eņģeļa piemēram un ieviesa savus vides apzīmējumus.

Šo apzīmējumu mērķis ir informēt patērētājus par videi draudzīgiem produktiem, tādējādi atbalstot ar produktiem saistītu ilgtspējīgu attīstību. 1994. gadā dažas valstis sadarbojās, lai izveidotu Globālo ekoloģiskā markējuma tīklu (GET) – bezpeļņas interešu grupu, kura sastāv no visas pasaules ekoloģiskā markējuma organizācijām.



Holistiskās Izglītības piemērs: Spiti Ton Kendavron

Holistiskās izglītības centru idejas daudzējādā ziņā sasaucas ar Ecovillage dzīves. Starpdisciplīnu izglītības programmas ilgtspējīgam dzīvesveidam ir izstrādātas, piemēram, balstoties uz Gaia izglītības un Permakultūra pionieru atziņām un ir kļuvušas par sava veida bāzes Ekociematu ideoloģijai un praksi. Vienots izglītības centrs ir saistīts ar neformālo līdzdalību mācīšanos par visiem aspektiem, piemēram, cik liela cilvēku grupa var dzīvot, uzturēt un uzplaukt pateicoties fiziskiem ierobežojumiem. Apvienojot brīvprātīgo darbu, ekotūrisma un izglītošanu ar pārtikas ražošanu vienotā izglītības centrā, ir izredzes kļūt par ienesīgu uzņēmējdarbību saskaņā ar daudzu ekociematu attīstības vīziju.

Kentauru māja, Grieķija

“Spiti Ton Kendavron” (Kentauru māja) ir izglītības bezpeļņas organizācija ir dibināta 2010.gadā, koncentrējoties uz holistisko izglītību par ilgtspējīgu dzīvesveidu. Tas atrodas netālu Anilio ciemā uz Pelion kalna austrumu nogāzēs un tā vīzija ir pārvērsties Ekociematom. Lai uzturētu sevi, centrs rīko seminārus un darbseminārus no maija līdz oktobrim, eksperimentējot ar dažādiem aspektiem ilgtspējīgas kopienas dzīvē. Projekts jau ir atradusi stabilu pamatu ienākumiem un turpina paplašināt savu darbību nepārtraukti, cenšoties būt elastīgiem pret ilgtspējīgas dzīves apstākļiem. Papildus tam, veidot sadarbību un atstāt ietekmi uz vietējo apkārtni un sabiedrību.



Viens no piedāvātajiem kursiem Spiti ton Kentavron ciematā ir masāžas apmācība
Terry Vergos fotogrāfija

Pašreizējais uzņēmējdarbības prakse

Centra ienākumu iegūšana veta atrodas galvenajā ēkā, kas ir restaurēta un sniedz patverumu darbnīcu grupām. Tajā atrodas 19 gultas ar sešām guļamistabām, kopīgas tualetes un dušas. Kā arī tiek piedāvātas telšu vietas naktsmītnēm Mājā ir ar pietiekamu infrastruktūru, lai nodrošinātu darba organizēšanu ienākumu ieguvei un tiek veidota platforma, lai projekts var tikt paplašināts. Šobrīd centra darbība ir atkarīga vienīgi no brīvprātīgo darba, darbojoties cilvēkiem no visas pasaules. Darbiniekiem maksā 60-75 EUR nedēļā, atkarībā no laika un pieredzes, vismaz divas nedēļas darba maiņas. Tiek nodrošināta bioloģiskā pārtika, vienkārša izmitināšana vai telts, transports līdz pludmalei un interesantu pieredžu kopums. Darbs ir apmēram 5 stundas dienā, ar vienu brīvu dienu nedēļā. Viņu pienākumos ietilpst: koordinēt darbības, virtuves darba organizācija, transpora organizēšana uz un no pludmales, dārzkopība un iepirkšanās.



Telšu un šūpuļtīklu zona
Terry Vergos fotogrāfija

Organizācija piedāvā holistiskas brīvdienas starptautiskās grupās, lai apkopotu un dalītos zināšanās un prasmēs ar atvieglojumiem, neformālo izglītību un savstarpēju pieredzes apmaiņu. Darba nometnes dod iespēju uzzināt dabas metodes, bioloģisko dārzkopību un piedalīties autentiskā kopienas veidošanā, kas ietver dzīves vides saites starp cilvēkiem, komunikāciju, uzticību un atzinību. Brīvā laika aktivitātes, piemēram, smaiļošana, zirgu izjādes un braucieni uz pludmali, ir arī daļa no apmeklētāja pieredzi.

Nomājot zemi no zemes īpašnieka, organizācija spēj nodrošināt savu darbību. Zemes īpašnieks ir līdzietīgs pret projekta mērķiem un ir arī organizācijas dalībnieks. Viņam ir būtiska loma lēmumu pieņemšanā ar konsensa modeli. Iesaistot zemes īpašnieku uzņēmumā, organizācija ir piekritusi nomāt zemi par salīdzinoši zemām izmaksām, tādējādi paaugstinot savu ekoloģisko un finansiālo vērtību.

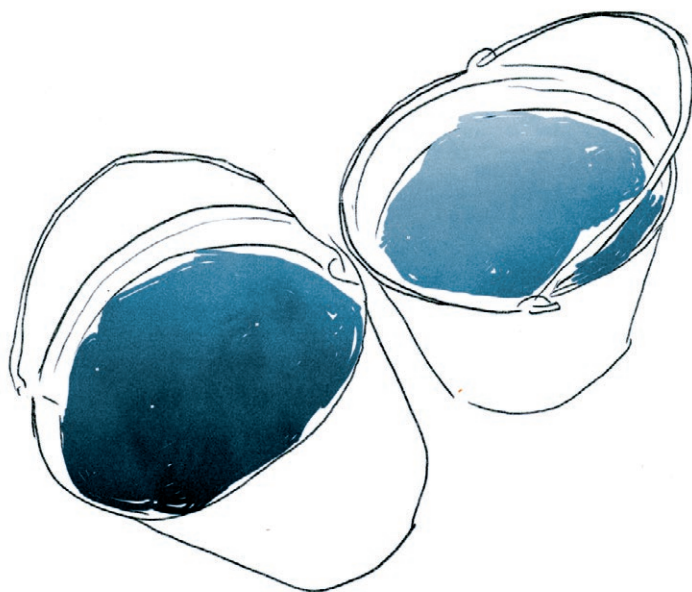
Vīzija un ambīcijas



Prezentācija par notekūdeņu
apsaimniekošanu
Terry Vergos fotogrāfija

Šodien saimnieciskās darbības ienākumi aptuveni nosedz izdevumus. Centrs dalībnieki nolēma pāriet uz nākamo posmu, mēģinot veidot sociālo uzņēmumu ar daudzveidīgiem pasākumiem un tādējādi palielināt ienākumus, elastīgumu un sinerģiju starp dažādiem pasākumiem. Piemēram, lai gan visas darbība, galvenokārt, koncentrējas uz formālo un neformālo mācību procesu, pārtika, augi un rokdarbi varētu tikt ieviesti pirkti vietējā tirgū. Arī ieguldot lielāko daļu no peļņas projekts var augt un paplašināt savu jaudu, pieņemt vairāk cilvēku un piedāvāt vairāk iespējas. Sadarbojoties ar vietējo pašvaldību, uzņēmumiem, kā arī ar vietējo sabiedrību, organizācija cenšas rast abpusēji labvēlīgi līgumus, kas attīsta organizāciju un tās apkārtni. Tādējādi labas attiecības un līdzdalība lēmumu pieņemšanā tiek uzskatīta par galvenajiem elementiem veiksmīgam uzņēmumam. Iegūstot ES finansējumu ilgtspējīga sociālā uzņēmuma attīstībai, tiek palielināta jauda, paplašināta infrastruktūra un pasākumu klāsts.

6. NODAĻA:
**EKOCIEMATA DZĪVES SABALANSĒŠANA
AR ZAĻO BIZNESU**



6. NODAĻA: EKOCIEMATA DZĪVES SABALANSĒŠANA AR ZAĻO BIZNESU

Šī grāmata aizsākās ar domu, ka zaļā uzņēmējdarbība ir jaunas sabiedrības, kādu vēlas visi ekociematu iedzīvotāji, radīšanas instruments. Tomēr, pārmaiņas daļēji ir pieturēšanās pie jaunas, mazāk materialistiskas pastāvēšanas vērtībām, un sociāli pilnvērtīgāka dzīve kopienā. Bieži vien liels izaicinājums ir līdzsvara meklējumi starp darbu un ar to saistīto produktivitāti, kā arī vienkārša dzīves dzīvošana un tās novērtēšana. Personīgi es vienmēr cīnos par to, lai atrastu līdzsvaru starp pienākumiem, kurus es radu vai pieņemu, lai būtu „produktīvs” un centieniem vienkārši dzīvot un priecāties par katru dienu. Suderbyn pastāv diskusijas par to, vai ārpusē esošais darbs, ekociemata uzņēmums vai ārēji finansētie projekti var vislabāk nodrošināt mūs, kā kopienu un individuus, ar laiku un naudu, kura mums ir nepieciešama, lai iegūtu maksimālo laiku vienkārši būt mums pašiem un dzīvot ekociemata dzīvi, par kuru mēs esam sapņojuši. Tas, ko mēs esam konstatējuši, ir tas, ka atbilde ir diezgan individuāla. Dažādi cilvēki dažādi uztver uztraukumus un spiedienus, kurus piedāvā šie iztika avoti, atšķirīgi.

Četrkārtējo darbības rādītāju sabalansēšana

Ilgtermiņīgas uzņēmējdarbības definēšana ir līdzsvara atrašana starp balstīšanos uz sabiedrības, vides un ekonomiskajām problēmām. Šie trīs posteņi veido korporatīvos pārskatu standartus pagājušā gadsimta beigās, sauktus par „trīsvienības principu”. Trīsvienības principa koncepcija jau ir realitāte. 45% pasaules lielāko uzņēmumu publicē trīsvienības principa pārskatus [Elkington: 1998]. Acīmredzot ar to nepietiek. Tādēļ četrkārtējie darbības rādītāji ir kļuvuši par daudz ambiciozāku instrumentu, lai palīdzētu zaļajam uzņēmuma pielāgoties jaunajām praksēm, lai veicinātu ne tikai peļņu, bet arī vides, sociālo un personīgo ilgtspējīgumu un ilgtermiņa sniegumu. Četrkārtējos darbības rādītājos četri posteņi apzīmē planētu (resursus), personālu (individuus/ aizraušanos), cilvēkus (sabiedrisko) un peļņu (komerciālo) pusi. Īsumā cilvēka personīgā veselība un motivācija kļūst par šī vienādojuma daļu. Zaļajam uzņēmumam ir jāatstāj vieta iesaistīto personu personīgajai laimei.

Laimes, nevis peļņas meklējumi

GET aktiviste Agnieszka Komoch reiz rakstīja par Lebensgarten ekociemata procesu, attiecībā uz to, kā rūpīgi savā starpā līdzsvaru meklē vērtības, izaugsme un nauda, un tas viss tiek nepārtraukti pārskatīts un pārdomāts. Tas viss veido ekociemata bruto produktu, kas ir cieši saistīts ar mācīšanos un mācīšanu, vai transformāciju un ietekmi. Starp šiem diviem darba un naudas spiediena punktiem, ekociemati lēnām pārdefinē un atgriežas pie sākotnējās terminu nozīmes: lai piepildītu pamatvajadzības sasniegt laimi, darbu, kā ķermeņa, prāts un gara izpausmi un ar naudas maksājumu, kā atzišanu.

Laime ir dzīves kvalitātes, subjektīvās labklājības iekšējais mērs, kas nav saistīts ar materiālu standartiem, kuros mēs esam nonākuši. Postmodernisma ekonomikās, svarīgāki kļūst citi jautājumi, nevis materiālais stāvoklis, un to starpā ir nemateriālā garīgā laime. Bet tur, kur var būt smalka pāreja uz garīgumu, vai tās varētu būt laime, kas būtu ceturtais rādītājs? Jauna mērījuma apgrūtinājumi nebūtu jāizmanto, lai palielinātu personīgo apmierinātību. Kamēr mērījums var mums atgādināt par līdzsvaru, lai kļūtu par zaļo uzņēmēju ir nepieciešama daudz dziļāka vērtību maiņa.

Illinoisas psiholoģijas emeritus profesora Ed Diener vadītie pētnieki izmantoja datus no Gallup World Polls 123 valstīs, kuri tika iegūti no 2005. līdz 2010. gadam veiktajās aptaujās, kuru mērķis bija noskaidrot laimes avotus. Augstāku vajadzību apmierināšana – sociālajam atbalstam, cieņai, autonomijai vai meistarībai – bija cieši saistīta ar dzīves baudīšanu. Tas savukārt ir saistīts ar identitāti, pašizteikšanos, pašrealizāciju, ko visu ir iespējams veicināt ar aktīvu uzņēmējdarbību, kā arī stresa nomākts biznesmenis var pazust vai uzstādīt nepareizas prioritātes.

Secinājumi

Ja ekociematu iemītņieku galvenā vēlme bija sniegt ieguldījumu sabiedrības globālajā transformācijā, tad vienkārša dzīvošana ekociematā nebūs pietiekams ieguldījums šī mērķa labā. Ekociematu iemītņiekiem ir jāietekmē vairākuma politiskās, sociālās un ekonomiskās līnijas. Ekonomiskā iedarbība nenožīmē atkarību no publiskā finansējuma vai palīdzības, bet gan iedarbošanās no autonomijas pozīcijas, radot iekšējas saiknes. Zaļais uzņēmums piedāvā ekociematu iedzīvotājiem iespēju mijiedarboties citā veidā, darboties ideoloģiski, bet saglabāt savu finansējumu. Lai iegūtu iepriekš minēto ietekmi, ir nepieciešams saglabāt zaļā uzņēmuma tīros nodomus darba vidē, kura veicina pieturēšanos pie noteiktiem ideoloģiskajiem principiem.

Tādēļ ir ļoti svarīgi ekociematu iedzīvotājiem ne tikai iesaistīties komerciālajos pasākumos, lai sevi un savu kopienu ekonomiski atbalstītu, bet arī to darīt tādā veidā, lai tas reklamētu jaunas vērtības, kuras būtu saistītas ar vēlamo sabiedrības transformāciju. Biznesa plāniem ir jābūt ne tikai dzīvotspējīgiem un darboties spējīgiem, bet tiem ir visos veidos jā saglabā savs zaļums. Zaļajiem biznesiem ir jāstiprina zemeslodes dzīvotspēja, jāpadziļina kopiena, demokrātija un jāciens cilvēku savstarpējās attiecības, kā arī jāražo preces un pakalpojumi, kas padarītu pasauli par labāku vietu. Tas ir grūts uzdevums, taču šīs ir tās pašas idejas, uz kurām tika balstīta ekociematu dibināšana. Tādējādi ekociemata iedzīvotājs ir vislabāk piemērots šim izaicinājumam, un var sasniegt visaugstākos standartus.

Lai iepazītu Baltijas jūras reģiona ekociematus apmeklējiet ekociematu ceļu: www.ecovillageroad.eu

Literatūras saraksts

- Braungart, M., McDonough, W. 2002. *Cradle-to-Cradle: Remaking the Way We Make Things*. North Point Press.
- Christian, D. L. 2010. Will Earthaven Become a "Magical Appalachian Machu Picchu"? *Pieejams: Gaian Economics: Living Well Within Planetary Limits*. Gaia Education.
- Dawson J., 2006. *Ecovillages: New Frontiers for Sustainability*. Schumacher Briefings issue 12, Chelsea Green Publishing.
- Dawson, J. 2006. How Ecovillages Can Grow Sustainable Local Economies. *Pieejams: Communities Magazine*, Vol. 133.
- Dawson, J. 2010. *Economics of Solidarity: Good Practice from Within the Ecovillage Family*. *Pieejams: Gaian Economics*.
- Dawson, J., Jackson, R., Norberg-Hodge, H. 2010. *Gaian Economics: Living Well Within Planetary Limits*. The Sustainability Centre, Hampshire, UK.
- Deiner, E. et al. 2011. Needs and Subjective Well-Being Around the World. *Pieejams: Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 101.
- Elkington, J. 1998. *Cannibals with Forks: Triple Bottom Line of 21st Century Business*. New Society Publishers, Stony Creek.
- Ellwood, W. 2012. Can Co-operatives Crowd Out Capitalism? *Pieejams: The New Internationalist*, Vol. 454.
- Fenton, T. L. 2002. *The Democratic Company: Four Organizations Transforming our Workplace and our World*. World Dynamics, Inc.
- Gilmartin, D. et al. 2011. *The Economics of Place: The Value of Building Communities Around People*. Michigan Municipal League, Ann Arbor.
- Harland, M. 2010. *Creating and Managing an Ethical Business: Permanent Publications*. *Pieejams: Gaian Economics: Living Well Within Planetary Limits*. Gaia Education.
- Hedges, C. 2012. The Implosion of Capitalism. *Pieejams: Truthdig*. *Pieejams: <<http://truth-out.org>>*. [Atsauce 4 April 2013].
- Hertz, N. 2011. Co-op Capitalism: A New Economic Model from the Carnage of the Old. *Pieejams: Think Piece* 6, Co-operatives UK.
- Komoch, A. 2002. *Ecovillage Enterprise*. *Pieejams: Permaculture Magazine*, Vol. 32.
- Kumar, S. 2005. *The Spiritual Imperative*. *Pieejams: Resurgence Magazine*, Vol. 229.
- Ottman, J. A. 2011. *The New Rules of Green Marketing: Strategies, Tools, and Inspiration for Sustainable Branding*. Greenleaf Publishing.
- A Practical Guide to Green Sourcing. *Pieejams: <http://www.deloitte.com/assets/Dcom-UnitedStates/Local%20Assets/Documents/us_es_APracticalGuidetoGreenSourcing.pdf>*. [Atsauce 10 April 2013].
- Schaper, M. 2010. *Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship*. Gower Publishing Ltd.
- Mueller, M. 2010. *The Economy of Auroville*. *Pieejams: Gaian Economics: Living Well Within Planetary Limits*. Gaia Education.
- Rockström, J. et al. 2009. A Safe Operating Space for Humanity. *Pieejams: Nature*, Vol. 461.
- Schumpeter, J. A. 1934. *The Theory of Economic Development*. Harvard University Press, Cambridge.
- Schumpeter J. A. 1942. *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper, New York.
- Schumpeter J. A. 1939. *Business Cycles*. McGraw-Hill, New York.
- Sohail Inayatullah, *Spirituality as the Fourth Bottom Line*. *Pieejams: <http://www.metafuture.org/Articles/spirituality_bottom_line.htm>*. [Atsauce 17 April 2013].
- Study on Recent Public and Self-Regulatory Initiatives Improving Transparency and Accountability of Non-Profit, Organisations in the European Union. 2009. European Center for Not-for-Profit Law, Budapest.
- Zamagni, S. 2008. *Comparing Capitalistic and Cooperative Firms on the Ground of Humanistic Management*. University of Bologna.

Uzņēmīgais ekociemata iemītnieks. Kopienas attīstības nodrošināšana ar inovatīvas zaļās uzņēmējdarbības palīdzību. Autors: Robert Hall. Viļņa: BMK leidykla, 2013. – 44 lapas.

ISBN 978-609-8080-68-1

Šodien liela sabiedrības daļa sāk domāt par tāda dzīves stila veidošanu, kas nodrošinātu harmoniju ar Zemi un citiem cilvēkiem. Ekociematu attīstības jomas nodrošina atbilstīgu sniegšanu uz daudziem jautājumiem, kas saistīti ar šāda dzīves stila veidošanu. Jaunā gadsimta ekociemati tiecas dzīvot ilgtspējīgu dzīvesveidu, ņemot vērā ekoloģiskos, ekonomiskos un sociālos aspektus.

Viens no ekociematu lielākajiem izaicinājumiem ir darba vietu un ilgtspējīgu ienākumu avotu radīšana ekociematos. Šī grāmata sniedz praktisku informāciju par uzņēmējdarbības iespējām, kas balstīta uz zaļās domāšanas principiem ekociematos. Grāmata sniedz pārskatu par dažādiem aspektiem, kas būtu jāņem vērā uzsākot uzņēmējdarbību ekociematā, kā arī sniedz informāciju par veiksmīgas uzņēmējdarbības reāliem piemēriem dažādos ekociematos visā Eiropā. Šī grāmata arī cenšas mudināt ekociematus uzsākt uzņēmējdarbību. Turklāt grāmatā tiek parādīti arī veidi, kādā ekociemats ir ideāli piemērots uzņēmējdarbības uzsākšanai, kas balstīta uz zaļās domāšanas principiem.



Projekta vadošais partneris

Lietuvos Valsts Agrārās Ekonomikas institūts, www.laei.lt

Projekta partneri



MTT Somijas lauksaimniecības un pārtikas izpētes centrs, www.mtt.fi



Latvijas Valsts Agrārās Ekonomikas institūts, www.lvaei.lv



Kooperatīvā sabiedrība Suderbyn, www.suderbyn.se



Rietumu Pomerānijas biznesa skola, www.zpsb.szczecin.pl

Asociētie projekta partneri



www.zegg.de



www.gen-europe.org



www.ecohome-ngo.by



www.ekobytar.se



www.cisr.ru



www.ftacademy.ru



www.slu.se



www.permaculture.se



www.cbss.org



BEN (Baltic Ecovillage Network)

GEN-Finland
(www.rihmasto.fi/skey)

www.balticecovillages.eu

www.ecovillageroad.eu



Part-financed by
the European
Union (ERDF)



Baltic Sea Region
Programme 2007–2013

