



SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability

MOKYMOŠI KELIAS



Co-funded by
the European Union



Pasauliui reikia pokyčių kūrėjų...

Klimato kaitos, taršos ir gamtos išteklių išsekimo padariniai tampa vis akivaizdesni, todėl būtina imtis skubių veiksmų šiems iššūkiams spręsti. Štai kur jūs – kaip **SDG navigatorius**, asmuo, kuris yra įsipareigojęs kurti teigiamus pokyčius pasaulyje skatindamas tvarią praktiką ir kurdamas novatoriškus aplinkosaugos problemų sprendimus. Jūs esate čia, nes tikime, kad galite būti varomoji jėga, skatinanti perėjimą prie tvaresnės ateities.



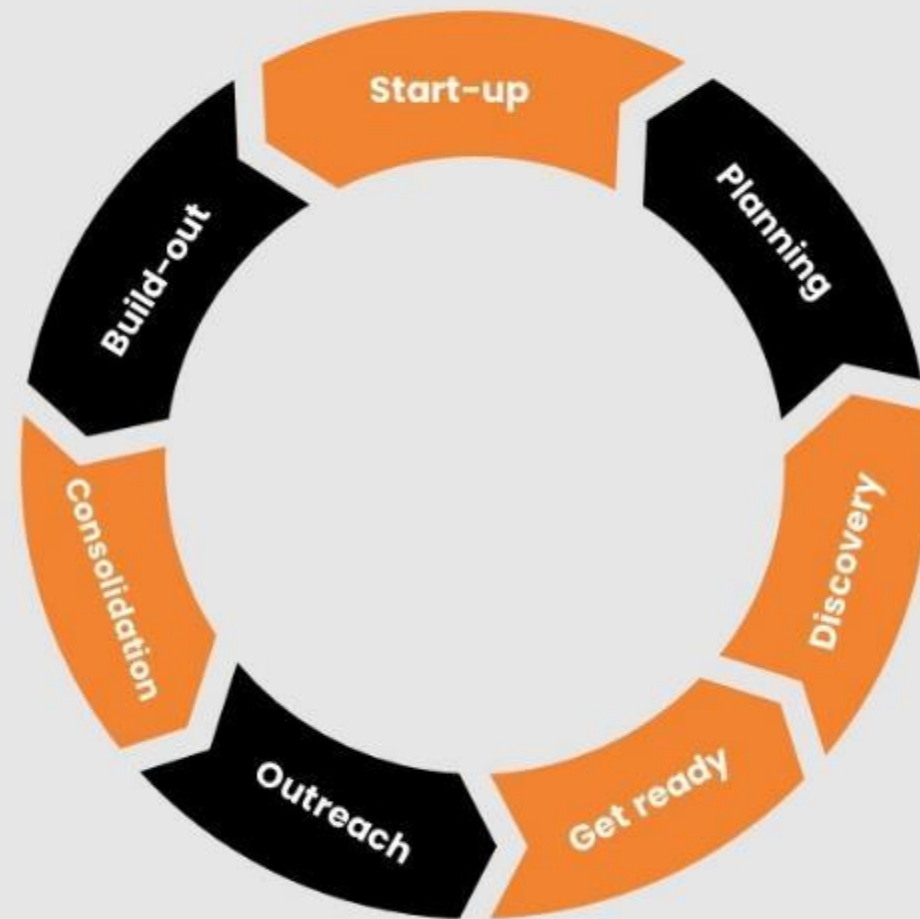
Tapk pokyčių kūrėju!

Dabar pradėsite mokymosi kelią, kurio tikslas – vesti jus į tvarumo pokyčių kūrimo procesą per septynis tvarumo skatinamų verslumo veiksmų etapus. Tikslas – suteikti jums žinių, įgūdžių ir motyvacijos, kad galėtumėte iš tikrųjų keisti pasaulį. Prieš pradėdami kelionę, paaiškinsime, kaip veikia šis kursas!



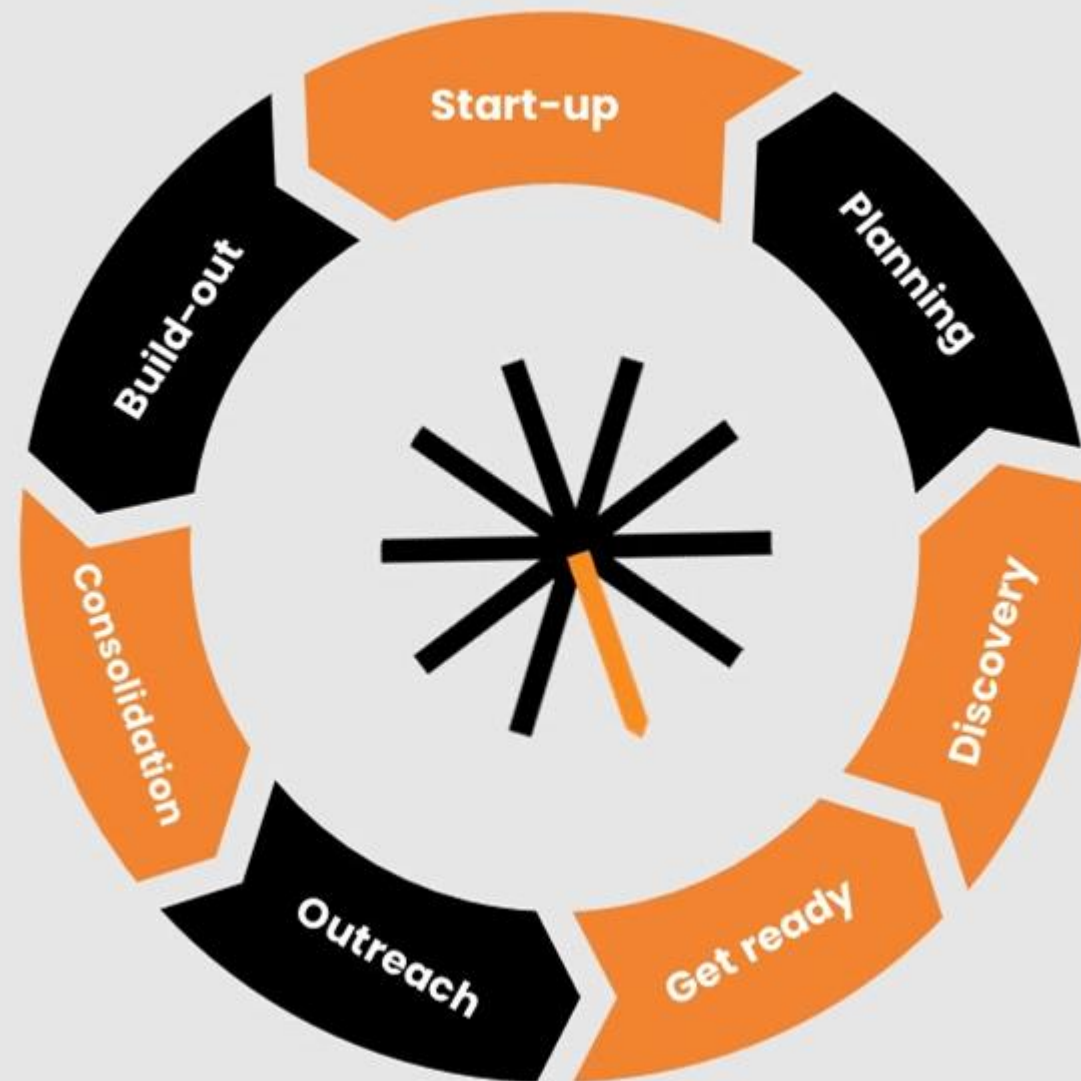
Kaip veikia šis kursas?

SDG NAVIGATOR mokymosi kelią sudaro septyni mokymosi moduliai, atitinkantys skirtingus į tvarumą orientuoto verslo veiksmų etapus, t. y. etapus, kuriuos verslininkai turi įveikti, kad sukurtų ir įgyvendintų tvaraus verslo praktiką. Šie etapai nėra griežtai linijiniai, todėl verslininkai gali kartoti ir grįžti į tam tikrus etapus, kai jie keliauja sudėtingu tvarumu grindžiamo verslumo keliu.



Kaip veikia šis kursas?

Norint orientuotis, visada reikia gairių, ir jei pažvelgsite į schemos centrą, vaizduojantį jūsų mokymosi procesą, rasite kompasą, kuris padės jums šioje kelionėje. Oranžinė rodyklė nurodis, kuriame etape esate. Šis kursas taip pat parengtas atsižvelgiant į Darnaus vystymosi tikslus (DVT), kad galėtumėte geriau įsivaizduoti plačias galimybes, kurias turite vykdydami į darnų vystymąsi orientuoto verslumo veiksmus ir atitinkamą jų poveikį.





SDG
NAVIGATOR



KONSOLIDACIJA



**SDG
NAVIGATOR**

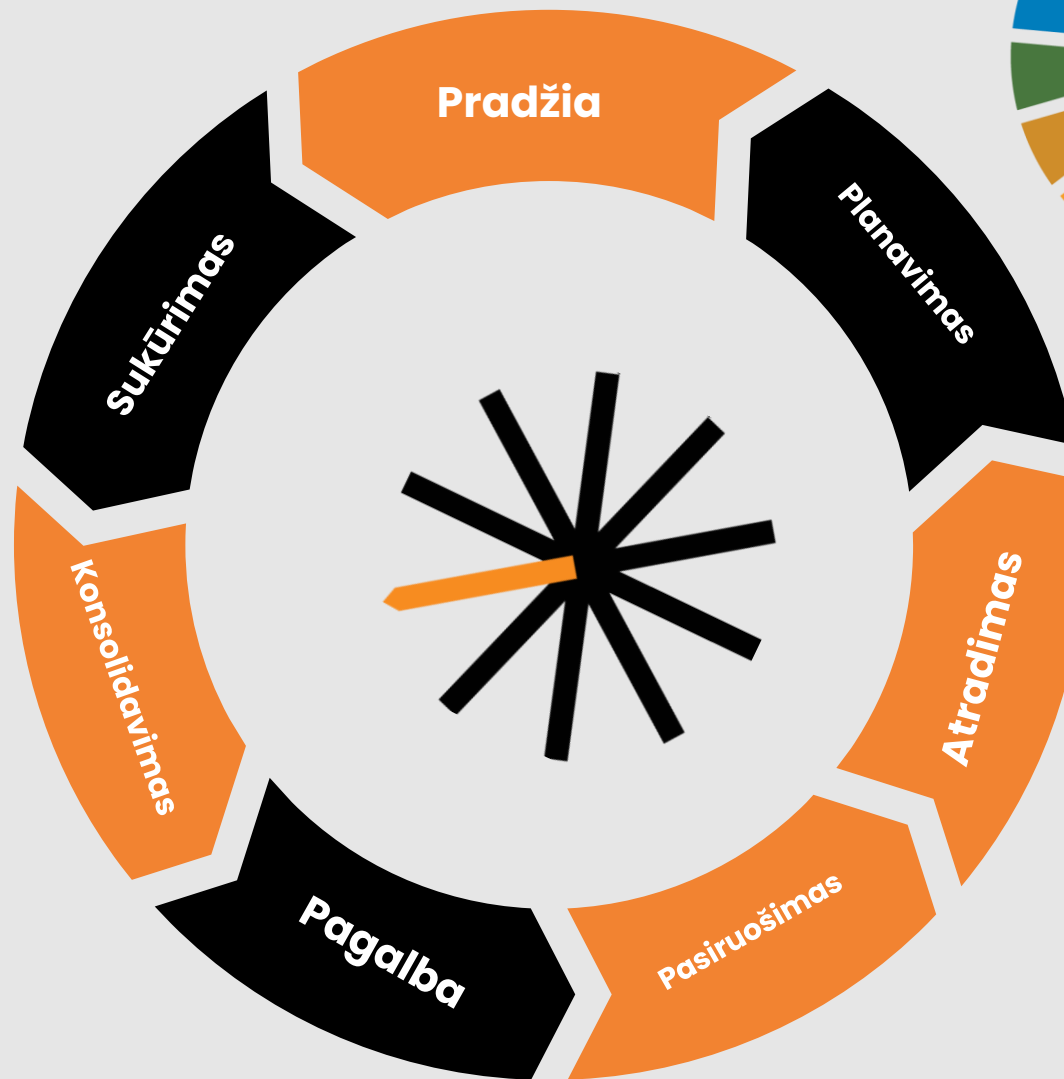


Tema ir tikslai

SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability



Kompetencijos

- Normatyvinė agentūra
- Strateginis mąstymas
- Tarpasmeniniai veiksmai

Šiame stebėsenos etape jūs pradėsite tvarumo pokyčių kūrejo kelionę, kurios metu peržiūrėsite, išmatuosite ir surasite partnerius, kad optimizotumėte verslo modelį ilgalaikiam tvarumui užtikrinti. Sužinosite, kaip svarbu nustatyti tvarumo rodiklius, įtraukti įvairias suinteresuotąsias šalis ir kurti gerą reputaciją, ugdysite normatyvinio atstovavimo, strateginio mąstymo ir tarpasmeninių veiksmų kompetencijas.



**SDG
NAVIGATOR**



Ateičiai paruoštas turinys

Verslo modelio vertinimas ir optimizavimas siekiant ilgalaikio tvarumo

Su tvarumu susiję rodikliai

Su tvarumu susijusių pagrindinių veiklos rodiklių matavimas ir stebėjimas suteikia svarbių duomenų, leidžiančių nustatyti tobulintinas sritis ir įvertinti tvarumo pastangų veiksmingumą.

Poveikio didinimas

Suinteresuotųjų šalių įtraukimas ir partnerystės skatinimas siekiant sustiprinti poveikį leidžia plačiau pažvelgti į tvarumo iššūkius ir sprendimus, taip padidinant verslo gebėjimą prisitaikyti ir sėkmingai veikti besikeičiančiame pasaulyje.

Stiprus prekės ženklas ir reputacija

Stipraus prekės ženklo ir reputacijos tvarumo srityje kūrimas ne tik pritraukia sąmoningus vartotojus, bet ir didina įmonės atsparumą bei konkurencingumą į tvarumą orientuotoje rinkoje.

Su tvarumu susiję rodikliai

Tvarumo pagrindiniai rodikliai leidžia įmonėms išmatuoti ir įvertinti savo poveikį tvarumui ir pasiekimus, užtikrinant, kad jos daro teigiamą pokytį ir prisideda prie tvaresnės ateities kūrimo.

Įtraukdami šią praktiką ir strategiją, savo verslo planus ir veiksmus, skatinate normatyvinę agentūrą, nes ji ieško sąmoningų procesų ir sprendimų principų, kai pagarba tvarumui visose jo srityse yra vienas iš ramsčių, kuriais turi būti grindžiama verslo veikla.

Šie rodikliai gali būti grindžiami įvairiais aspektais, pavyzdžiui, anglies pėdsaku, išmetamų teršalų kiekiu, atliekų mažinimu (aplinkosauga), įvairove, lygybės politika, parama derinant darbą ir gyvenimą (socialinė sritis) arba apyvartiniu kapitalu, skolomis (valdymas).

Su tvarumu susiję rodikliai

Pagrindinė jų naudojimo priėžastis – nustatyti, ar organizacija pasiekia savo tikslus. Nukrypimo atveju galima taikyti korekcines priemones. Taigi, tvarumo rodikliais vertinami įmonės veiklos rezultatai, taip pat tai, kaip ji vykdo savo planus ir kokioje stadijoje yra jų įgyvendinimo procesas.

SDG stebėsenos įrankis

"SDG Monitor" – tai nemokama priemonė, padedanti įmonėms ir organizacijoms vertinti, valdyti ir pranešti apie savo tvarumo rezultatus bei parodyti jų poveikį.

Ši priemonė suteikia skaidrumo subjekto tvarumui, suteikia galimybę susieti veiksmus su Jungtinių Tautų darnaus vystymosi tikslais (DVT) ir vertinimui naudoti DVT rodiklius.

Su tvarumu susiję KPI

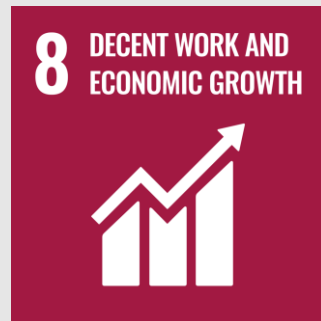
Tvarumo rodikliai glaudžiai susiję su įvairiais standartais. Tai savanoriški standartai, apimantys daugybę dalykų, iš kurių dažniausiai atsižvelgiama į aplinkosauginę, socialinę ar etinę saugą.

Juos priimdami parodysite savo įsipareigojimą ir veiklos rezultatus konkrečiose srityse, stiprindami ir skleisdami normatyvinės agentūros kompetenciją.

SDG Monitor įrankis

Įrankyje "SDG Monitor" naudotojai gali sukurti begalę tvarumo planų, veiksmų, rodiklių ir komandų.

Įmonė gali iš tiesų įgyvendinti savo tvarumo strategiją, jei suvokia savo poveikį aplinkai, visuomenei ir valdymui, apibrėžia savo tvarumo iniciatyvas ir pradeda stebėti rezultatus. Duomenys patys savaime yra pagalbini priemonė, naudinga visoms susijusioms šalims, įskaitant savininkus, darbuotojus, klientus, tiekėjus ir investuotojus.



www.sdgmonitor.co/product

Poveikio didinimas

Vertės kūrimas visiems projekto dalyviams yra labai svarbus siekiant bendro tikslo ir sprendžiant sudėtingas mūsų planetos ir visuomenės problemas. Įmonės, projektai ir jų vadovai turėtų vis geriau suvokti aplinkosaugos, socialinių ir ekonominių problemų tarpusavio sąsajas ir žinoti, kad jie negali veikti pavieniui ieškodami sprendimų.

Suinteresuotųjų šalių dalyvavimas yra esminė priemonė, padedanti kurti vertę ir didinti verslo operacijų bei aplinkinių bendruomenių gyvybingumą. Tai galima padaryti nustatant suinteresuotųjų šalių prioritetus pagal jų įtaką ir suinteresuotumą projektu, suprantant jų poreikius, rūpesčius ir įtraukiant šią grįžtamąją informaciją į sprendimų priėmimo procesus ir idėjas, kuriant pasitikėjimą, skaidrumą ir atviru bendravimu pagrįstus santykius, kuriant tvarią praktiką, atspindinčią visų interesus, ir vykdant tvarumo rezultatų stebėseną, siekiant parodyti atskaitomybę ir skaidrumą.

Poveikio didinimas

Norint užtikrinti ilgalaikę projekto sėkmę, reikia nustatyti, suprasti ir įtraukti visas suinteresuotąsias šalis.

Įmonės, kurios gerai įtraukia suinteresuotąsias šalis, turi didesnę tikimybę užtikrinti tvarų vystymąsi ir pelningumą, kartu gerindamos vietos bendruomenių ir aplinkos būklę.

"The Body Shop" – suinteresuotosios šalys ir tikslai

"The Body Shop" yra kosmetikos įmonė, kuri deda daug pastangų, kad sumažintų savo poveikį aplinkai ir skatintų socialinę atsakomybę, pavyzdžiui, naudoja ekologiškas pakuotes, gaminius įsigyja iš sąžiningos prekybos ir tvarių šaltinių ir padeda bendruomenės vystymosi programoms. Įmonės įkūrėja Anita Roddick buvo stipri suinteresuotųjų šalių įtraukimo šalininkė ir laikėsi požiūrio, kad įmonės privalo atsižvelgti į visų rūšių jų nustatytų suinteresuotųjų šalių interesus.

Poveikio didinimas

Suprasdami šių ryšių svarbą, sustiprinsite savo tarpasmeninių veiksmų kompetenciją, prisidėsite prie veiksmingos ir prasmingos socialinės sąveikos, skatinančios tvarią praktiką ir vertybes, sukursite vertingą partnerystę, kad pasiektumėte tvarių rezultatų, didinančių jūsų verslo ir aplinkinių poveikį.

"The Body Shop" – suinteresuotosios šalys ir tikslai

Vykdydami šį įsipareigojimą, jie įgyvendina tokias iniciatyvas kaip Bendrijos sąžiningos prekybos programa, kurią nepriklausomai patikrina ECOCERT (sąžiningos prekybos vertinimo agentūra) ir pagal kurią reguliariai atlieka tiekėjų ir savo verslo operacijų auditą. Tiek bendrovė, tiek jos tiekėjai ir klientai pabrėžia tvarias tiekimo grandines, suvienydami jėgas didesniam poveikiui ir bendriems tikslams pasiekti.



www.thebodyshop.com/en-us/about-us/our-story/
www.thebodyshop.com/en-gb/about-us/brand-values/

Stiprus prekės ženklas ir reputacija

Siekiant įvertinti ir optimizuoti verslo modelį ilgalaikiam tvarumui, labai svarbu stiprinti suinteresuotųjų šalių pasitikėjimą, stiprinti ir puoselėti projekto reputaciją, kad būtų kuriama vertė, ir užtikrinamas socialinis poveikis. Šiame kelionės etape svarbu ne tik įgyvendinti aplinkosauginiu ir socialiniu požiūriu atsakingą praktiką, bet ir tinkamai informuoti apie šiuos veiksmus, kad projektas taptų teigiamų pokyčių.

Kaip tai padaryti? Būkite skaidrūs ir nuoseklūs (atsiribokite nuo žaliojo smegenų plovimo veiksmų), neapsiribokite vien aplinkosauginiais aspektais, nesutelkite dėmesio tik į vieną suinteresuotąją šalį ar grandinės etapą, įtraukite ir išklauskite suinteresuotąsias šalis.

Stiprus prekės ženklas ir reputacija

Jūsų strateginio mąstymo įgūdžiai bus naudojami ir stiprinami numatant sudėtingus klausimus, kad apsaugotumėte savo prekės ženklą.

Labai svarbu neatsilikti nuo nuolat besikeičiančių rinkų ir besikeičiančių suinteresuotųjų šalių lūkesčių ir atitinkamai autentiškai bei aktualiai iškomunikuoti savo prekės ženklo žinutes.

“Patagonija” ir aktyvizmas

"Patagonia" buvo viena iš aplinkosaugos propagavimo pradininkų, įkurta praėjusio amžiaus aštuntajame dešimtmetyje. Savo interneto svetainėje įmonė išsamiai aprašo savo tvarumo strategiją, įskaitant skyrių, skirtą klientams informuoti apie jos tikslus ir vertybes. Savo socialinės žiniasklaidos kanaluose "Patagonia" taip pat dalijasi aktualiomis naujienomis ir įvykiais, susijusiais su aplinkosauginiu sąmoningumu ir klimato kaita.

Jau nekalbant apie nemažą bendrovės dovaną prieš kelerius metus! 100 % "Patagonia" juodojo penktadienio pardavimų buvo skirta aplinkosaugos organizacijoms.

Stiprus prekės ženklas ir reputacija

Reputacija tobulinama
kiekvieną dieną.

Projektuose nebesiekama
pelningumo už bet kokią
kainą, bet siekiama tvaraus
pelningumo per tam tikrą
laiką. Šiandien būtina
suprasti, kad mūsų
sinteresuotosios šalys (ne
tik klientai) geros
reputacijos.

“Patagonija” ir aktyvizmas

Svarbiausia, kad ši bendrovė yra įsipareigojusi aktyviai
dalyvauti tvarumo judėjime.

“Patagonia” verslo modelis yra kitoks: ji atsisako greitos mados,
kuria aukštos kokybės, ilgamžius gaminius ir siūlo jų taisymo
bei pakartotinio naudojimo programą. Be to, “Patagonia” kartu
su pramonės institucijomis atliko mikroplastiko poveikio
tyrimus. Ji taip pat stengiasi į šį gyvenimo būdą įtraukti ir savo
klientus.



<https://eu.patagonia.com/es/en/activism/>
<https://goodonyou.eco/how-ethical-is-patagonia/>



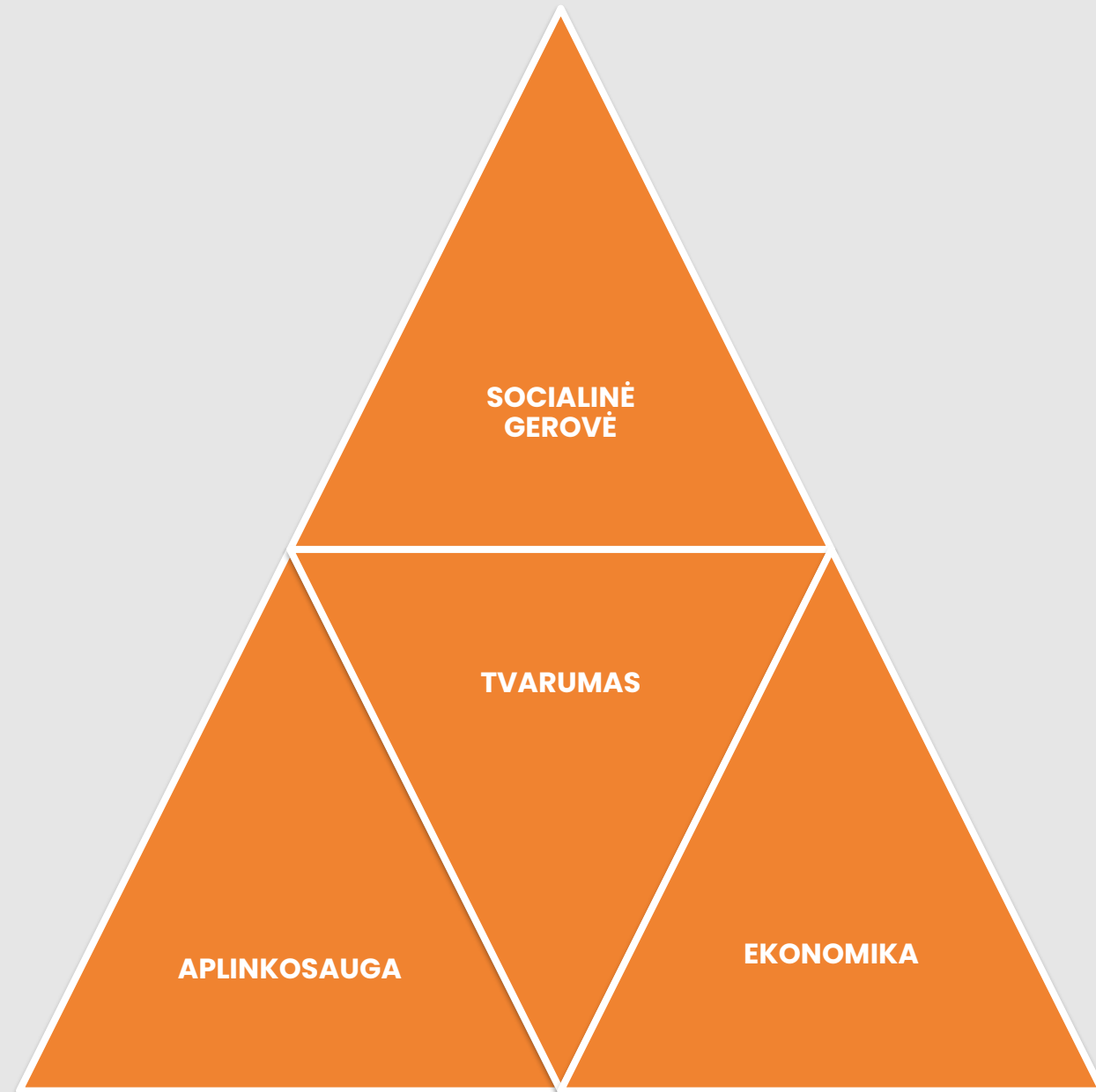
**SDG
NAVIGATOR**



Mokymosi ištekliai

Konsolidavimas

Norint tapti bet kokią tvarią įmonę, reikia sukurti tvirtą prekės ženklą ir reputaciją. Tačiau nepakanka būti pripažintam dėl to, ką darote. Turėsite gerai išmanyti savo verslą, t. y. **stebėti ir vertinti** savo veiklos **poveikį** aplinkosauginiams, socialiniams ir ekonominiams aspektams. Tai taip pat gali reikšti, kad reikia bendradarbiauti su atitinkamomis suinteresuotosiomis šalimis ir puoselėti partnerystę, kad poveikis būtų didesnis.



Konsolidavimas

Šiame etape matuojami pagrindiniai veiklos rodikliai (KPI), kad būtų galima įvertinti pažangą siekiant tvarumo tikslų ir koreguoti veiklos rezultatus.

Dabar jūsų bus paprašyta pritaikyti į tvarumą orientuotas kompetencijas sprendžiant problemą!



Problema





Šaltinis: [Paveikslas pagal pvproductions on Freepik](#)

https://www.freepik.com/free-photo/eco-friendly-disposable-recyclable-tableware-colored-background_9046423.htm#query=catering%20sostenible&position=41&from_view=search&track=ais&uuid=903df073-39de-4442-884c-21367f1bc808

Išmaniųjų renginių link

Tvarumo sąvoka turėtų būti taikoma visose mūsų gyvenimo srityse, ne išimtis ir renginiai.

Organizuojant tokius renginius, kuriuose vyksta susitikimai, maistas ir įvairios medžiagos gali susidaryti labai daug atliekų ir šiukšlių, o tai daro žalingą poveikį aplinkai.



Esate jaunas verslininkas, norintis prisidėti prie vietovės, kurioje gyvenate, tvarumo gerinimo socialiniu, aplinkosauginiu ir ekonominiu požiūriu.



Bendradarbiaujate savo rajono kultūros asociacijoje, kurioje kaimynams organizuojami įvairūs renginiai, ir pastebėjote, kad šių renginių organizavimą ir maitinimą galima pagerinti.



Ar galite, pasitelkę normatyvinio agentavimo ir bendradarbiavimo strateginio mąstymo įgūdžius, įsivaizduoti naują būdą, kaip tvariai valdyti šiuos renginius ilguoju laikotarpiu ir pirmą kartą įvertinti jų poveikį?

Isijausti

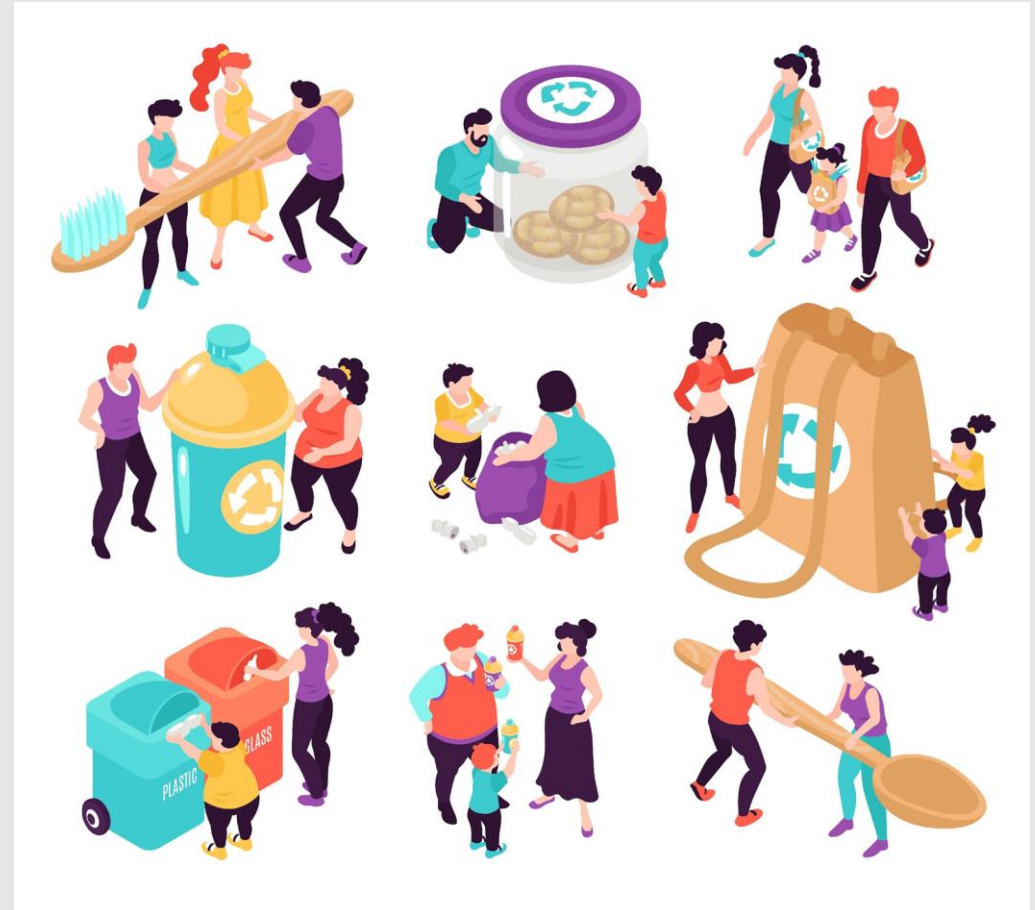


Suprasti neapibrėžtumą

1 žingsnis: sužinokite, kokį poveikį atliekų susidarymui daro renginių organizavimas ir maitinimas.

2 žingsnis: apklauskite šiuose susitikimuose dalyvaujančius asociacijos narius.

3 veiksmas: sukurkite visų in situ asociacijoje pastebėtų verčių, kurias būtų galima pagerinti per susitikimus, įrašą.



Šaltinis: [Macrovector nuotrauka Feeepik](#)



Co-funded by
the European Union



Apibrēžti

Apibrėžkite svarbias vertybes

1 žingsnis: Remdamiesi gauta informacija, nustatykite vertes, kurias subjektui svarbu sumažinti.

2 žingsnis: Pasirinkite rodiklius, kuriuos reikia matuoti, kad pagerintumėte šias vertes.

3 žingsnis: Nustatykite galimus rodiklių intervalus, kad galėtumėte suprasti, ar veiksmai gerina ar blogina situaciją.

1. Bendro susidarančių atliekų kiekio sumažėjimas procentais
2. Maisto atliekų kiekis per renginį arba vienam klientui
3. Perdirbant ir kompostuojant į sąvartynus pašalintų atliekų procentinė dalis

Atliekų mažinimo KPI:



1. Iš atsinaujinančių šaltinių gaunamos energijos procentinė dalis
2. Efektyvus energijos vartojimo įrangos ir praktikos diegimas

Energijos vartojimo efektyvumo pagrindiniai rodikliai:



1. Vietos kilmės ingredientų procentinė dalis
2. Vietinių ūkininkų arba tiekėjų skaičius
3. Anglies dioksido pėdsako mažinimas naudojant vietinius išteklius

Vietos tiekimo ir tiekimo grandinės KPI:



1. Biologiškai skaidomų arba perdirbamų pakavimo medžiagų procentinė dalis
2. Vienkartinių plastikinių gaminių kiekio mažinimas
3. Pakuočių atliekų mažinimo iniciatyvų įgyvendinimas

Tvaraus pakavimo KPI:



1. Dalyvavimas bendruomenės informavimo programose
2. Darbuotojų, dalyvaujančių savanoriškoje veikloje arba dirbančių bendruomenei, procentinė dalis
3. Parama vietos labdaros organizacijoms ir socialinėms iniciatyvoms

atsakomybės ir poveikio bendruomenei pagrindiniai rodikliai:



1. Klientų švietimo apie tvarią praktiką programų įgyvendinimas
2. Klientų, žinančių apie įmonės tvarumo iniciatyvas, procentinė dalis
3. Klientų pasitenkinimas tvarumo pastangomis

Klientų švietimo ir informavimo KPI:



Šaltinis: Nuosavas dizainas





Sukurti

Nustatykite veiksmų planą

1 žingsnis: Nustatykite įpročius, kuriuos reikia keisti organizuojant renginius ir maitinimą.

2 žingsnis: Nustatykite, kokias naujas medžiagas galima naudoti arba pakeisti kitomis.

3 veiksmas: Nurodykite, kurie partneriai gali padėti tobulinti šią organizaciją arba gerinti atliekų tvarkymą.



Šaltinis: [Macrovector nuotrauka Feepik](#)





Prototipas

Organizuokite atvirų durų dieną

1 žingsnis: bendradarbiaukite su asociacija organizuodami atvirų durų dieną, kurios metu parodysite tvariai paruoštą maitinimą.

2 žingsnis: Naudokite kompostuojamas ir perdirbamas medžiagas, vietinius produktus, atliekų rūšiavimą ir perdirbimą.

3 žingsnis: pakvieskite partnerius, galinčius pasiūlyti šių vietinių produktų, organizacijas, galinčias suteikti informacijos apie perdirbimą, ir t. t., taip sukurdami įvairių veikėjų, kuriuos suvienija ši veikla, bendradarbiavimą.



Šaltinis: [Storyset nuotrauka Feepik](#)





Testavimas

Įvertinti poveikį

1 veiksmas: apklauskite renginio dalyvius, kad sužinotumėte jų atsiliepimus apie maitinimą.

2 veiksmas: atsižvelgiant į nustatytus rodiklius patikrinkite, ar ši veikla vykdoma tvariai.

3 žingsnis: planuokite sprendimų priėmimą, remdamiesi surinkta informacija, rodiklių rezultatais ir jų tobulinimo galimybėmis.

Peržiūrėti ir analizuoti tvarumo KPI rezultatus:

Išsamiai suprasite verslo poveikį aplinkai ir socialinę sritį.

Nustatykite pagrindines tobulintinas sritis:

Sutelkite dėmesį į pagrindinius klausimus, kurie atitinka bendrą įmonės viziją ir misiją dėl tvarios praktikos, sprendimą.

Įtraukite suinteresuotąsias šalis, kad gautumėte grįžtamąjį ryšį:

Suprasti jų požiūrį į tvarumo rezultatus ir surinkti įžvalgas, kurios gali padėti priimti sprendimus.

Parengti ir įgyvendinti strategijas:

Remdamiesi analize ir suinteresuotųjų šalių indėliu, sukurkite įgyvendinamas strategijas, skirtas tvarumo rodikliams gerinti.

Stebėkite pažangą ir koreguokite strategijas:

Reguliariai vertinkite pažangą, atlikite reikiamus pakeitimus ir užtikrinkite nuolatinį tobulėjimą, suderintą su verslo tvarumo tikslais.

Šaltinis: Nuosavas dizainas





**SDG
NAVIGATOR**



Į veiksmą orientuoti trigeriai

Kokius KPI galiu nustatyti pagal šią idėją, kad galėčiau įvertinti ir patobulinti renginių organizavimo ir maitinimo verslo modelį, kad jis būtų tvarus ilguoju laikotarpiu?



Kaip galėčiau įtraukti partnerius ir sustiprinti glaudų bendradarbiavimą, kad sustiprinčiau šios idėjos poveikį?



***Kaip galėčiau ne tik taikyti
tvaresnę praktiką
įgyvendinant šią idėją, bet ir
pagerinti jos komunikaciją?***





**SDG
NAVIGATOR**



Viktorina

1 klausimas.

Kuris pagrindinis veiklos rodiklis dažnai naudojamas vertinant į tvarumą orientuotų verslumo iniciatyvų socialinį poveikį, siekiant kiekybiškai įvertinti teigiamą poveikį vietos bendruomenėms ir suinteresuotosioms šalims?

- a) Patekimo į rinką laikas.
- b) Socialinė investicijų grąža.
- c) Darbuotojų kaitos lygis.

2 klausimas.

Kokia yra pagrindinė į tvarumą orientuoto verslumo strategija siekiant įtraukti suinteresuotąsias šalis ir padidinti poveikį?

- a) Trumpalaikio pelno didinimas.
- b) Išorinių atsiliepimų ignoravimas.
- c) Skaidrus bendravimas ir bendradarbiavimas.

3 klausimas.

Kaip verslininkai, veikiantys kaip pokyčių iniciatoriai, gali padidinti savo poveikį tvarumui, įtraukdami suinteresuotąsias šalis?

- a) Bendradarbiavimo mažinimas siekiant išlaikyti kontrolę.
- b) Įtraukus sprendimų priėmimas ir partnerystė.
- c) Dėmesys tik pelningumui.

4 klausimas.

Koks yra pagrindinis elementas, lemiantis ilgalaikę sėkmę, kuriant prekės ženklą, kurio reputacija pasižymi tvarumu?

- a) Nuosekli aplinkosaugos praktika.
- b) Klaidinanti rinkodara.
- c) Vengimas užtikrinti skaidrumą suinteresuotosioms šalims.



**SDG
NAVIGATOR**



Viktorinos sprendimai

Kūrējas



Viktorinos sprendimai:

1- B

2- C

3- B

4- A

SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability



Co-funded by
the European Union

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the National Agency and Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. Project No. 2022-1-LT01-KA220-VET-000087491