



SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability

ΔΙΑΔΡΟΜΗ ΜΑΘΗΣΗΣ



Co-funded by
the European Union



Ο κόσμος χρειάζεται

ανθρώπους που

αλλάζουν...

Οι επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής, της μόλυνσης και της εξάντλησης των πόρων γίνονται όλο και πιο εμφανείς και

απαιτείται επείγουσα δράση για την αντιμετώπιση αυτών των Προκλήσεων. Σε αυτό το σημείο έρχεστε εσείς - ως **SDG Navigator**, ένα άτομο που έχει δεσμευτεί να δημιουργήσει θετική αλλαγή στον κόσμο προωθώντας βιώσιμες Πρακτικές και αναπτύσσοντας καινοτόμες λύσεις σε περιβαλλοντικά προβλήματα. Βρίσκεστε εδώ επειδή πιστεύετε ότι μπορείτε να αποτελέσετε κινητήρια δύναμη για τη μετάβαση προς ένα πιο βιώσιμο μέλλον.



Co-funded by
the European Union

Πηγή: <https://unsplash.com/photos/6Xw9wMJyHus>

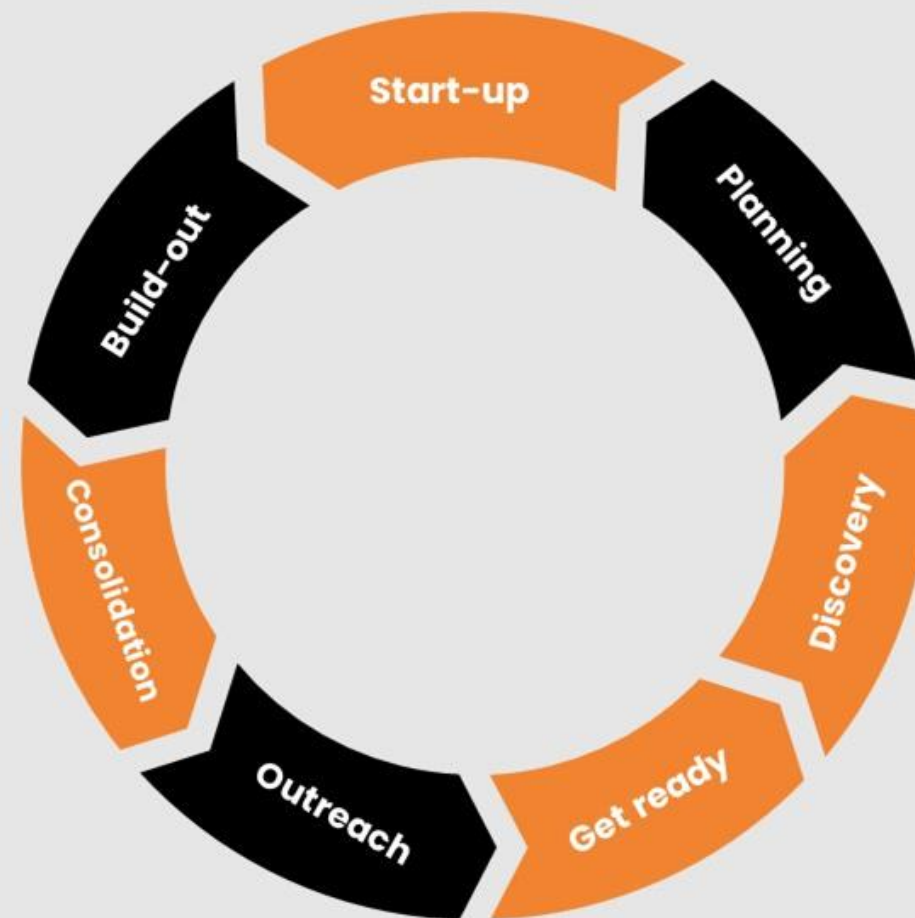
Να γίνεις **changemaker!**

Ξεκινάτε τώρα μια μαθησιακή διαδρομή που έχει σχεδιαστεί για να σας οδηγήσει στη διαδικασία αλλαγής της βιωσιμότητας, σε όλα τα επτά στάδια των επιχειρηματικών δράσεων με γνώμονα τη βιωσιμότητα. Ο στόχος εδώ είναι να σας εξοπλίσει με τις γνώσεις, τις δεξιότητες και τις στάσεις (κίνητρα), ώστε να μπορείτε να κάνετε μια πραγματική διαφορά στον κόσμο. Πριν ξεκινήσετε το ταξίδι σας, επιτρέψτε μας να σας εξηγήσουμε **πώς λειτουργεί αυτό το μάθημα!**



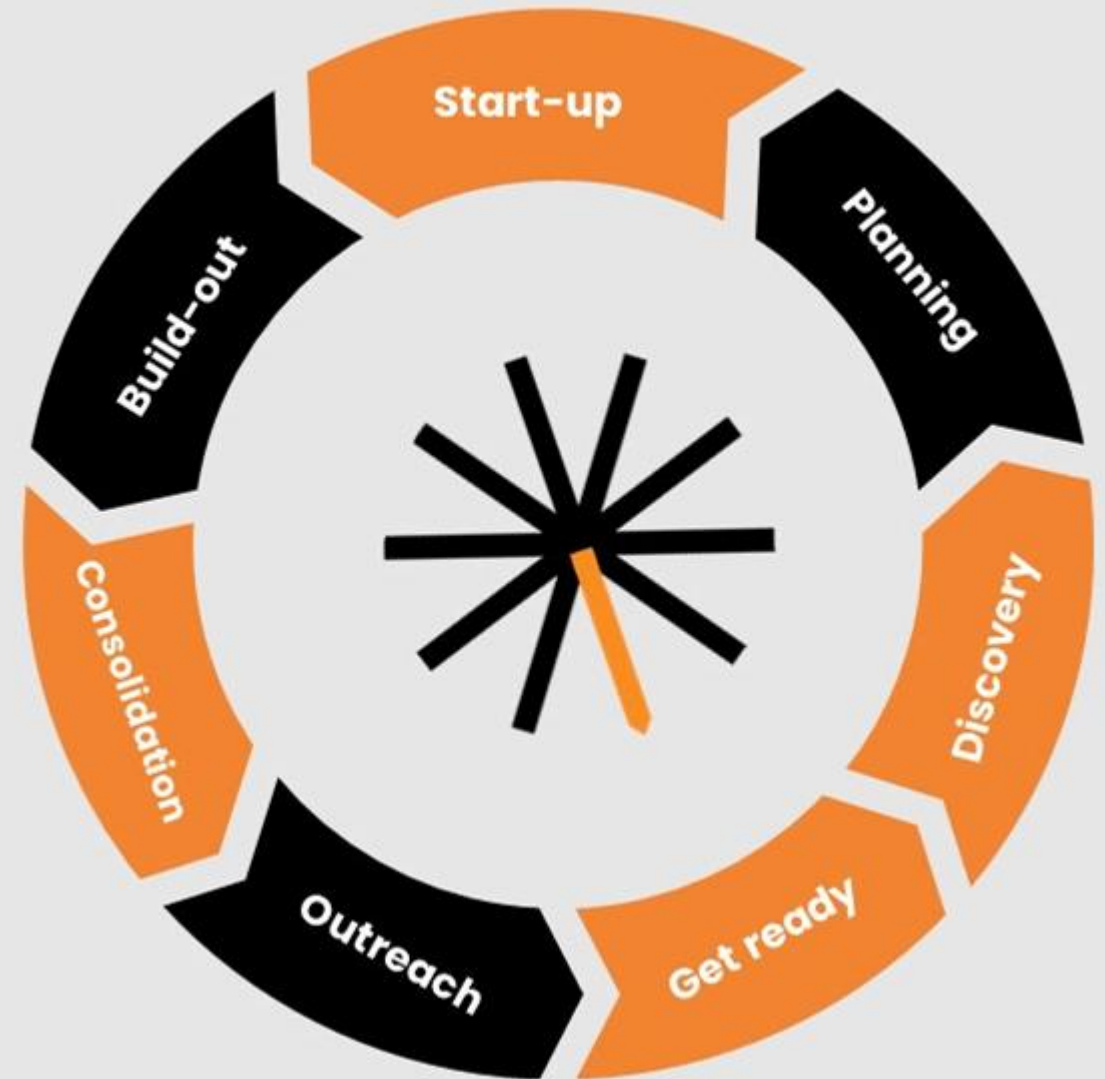
Πώς λειτουργεί αυτό το μάθημα;

Το μαθησιακό μονοπάτι SDG NAVIGATOR αποτελείται από επτά μαθησιακές ενότητες που αντιστοιχούν στα διάφορα στάδια των επιχειρηματικών δράσεων με γνώμονα τη βιωσιμότητα, δηλαδή στα στάδια που πρέπει να ολοκληρώσουν οι επιχειρηματίες προκειμένου να δημιουργήσουν και να εφαρμόσουν βιώσιμες επιχειρηματικές πρακτικές. Τα στάδια αυτά δεν είναι αυστηρά γραμμικά και οι επιχειρηματίες μπορούν να επαναλαμβάνουν και να επανεξετάζουν ορισμένα στάδια καθώς περιηγούνται στο σύνθετο τοπίο της επιχειρηματικότητας με γνώμονα τη βιωσιμότητα.



Πώς λειτουργεί αυτό το μάθημα;

Για να πλοηγηθεί κανείς, χρειάζεται πάντα καθοδήγηση, και αν κοιτάξετε στο κέντρο του σχήματος, που αντιπροσωπεύει τη μαθησιακή σας διαδικασία, θα βρείτε την πυξίδα που θα σας καθοδηγήσει σε αυτό το ταξίδι. Το πορτοκαλί βέλος δείχνει το στάδιο στο οποίο βρίσκεστε. Το μάθημα αυτό έχει επίσης σχεδιαστεί σε συνδυασμό με τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (ΣΒΑ), ώστε να σας υποστηρίξει καλύτερα στην οπτικοποίηση του ευρέος φάσματος ευκαιριών που έχετε στις επιχειρηματικές σας δράσεις με προσανατολισμό στη βιωσιμότητα και τον αντίστοιχο αντίκτυπό τους.





SDG
NAVIGATOR



ΕΝΟΠΟΙΗΣΗ



Co-funded by
the European Union



**SDG
NAVIGATOR**



Θέμα και στόχοι



Co-funded by
the European Union

SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability

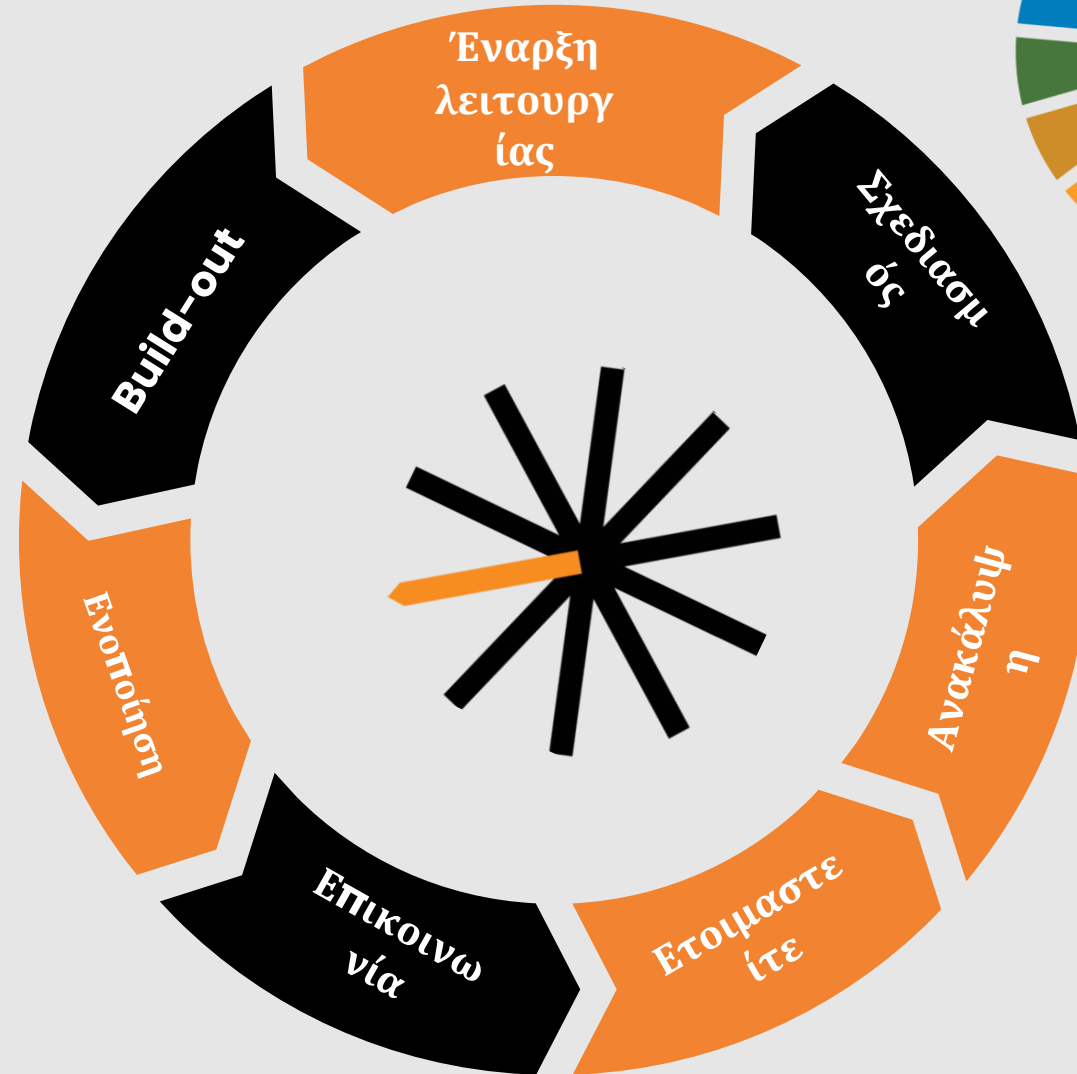


4 QUALITY EDUCATION

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES

17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS



Co-funded by
the European Union

Ικανότητες

- Κανονικός Οργανισμός
- Στρατηγική σκέψη
- Διαπροσωπική δράση

Στο στάδιο της Παρακολούθησης, θα ξεκινήσετε ως υπεύθυνος για την αλλαγή της βιωσιμότητας, σε ένα ταξίδι επανεξέτασης, μέτρησης και εύρεσης συνεργατών για τη βελτιστοποίηση του επιχειρηματικού μοντέλου για μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα. Θα μάθετε για τη σημασία του καθορισμού δεικτών βιωσιμότητας, της εμπλοκής διαφόρων ενδιαφερόμενων μερών και της οικοδόμησης καλής φήμης, αναπτύσσοντας τις ικανότητές σας σχετικά με την κανονιστική δράση, τη στρατηγική σκέψη και τη διαπροσωπική δράση.





**SDG
NAVIGATOR**



Περιεχόμενο έτοιμο για το μέλλον



Co-funded by
the European Union

Αξιολόγηση και βελτιστοποίηση του επιχειρηματικού μοντέλου για μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα

Δείκτες KPI που σχετίζονται με την **αειφορία**

Η μέτρηση και η παρακολούθηση των βασικών δεικτών απόδοσης (ΚΔΑ) που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα παρέχει βασικά δεδομένα για τον εντοπισμό τομέων προς βελτίωση και την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των προσπαθειών βιωσιμότητας.

Ενίσχυση του αντίκτυπου

Η εμπλοκή των ενδιαφερομένων μερών και η προώθηση συμπράξεων για την ενίσχυση του αντίκτυπου επιτρέπει μια ευρύτερη προοπτική όσον αφορά τις προκλήσεις και τις λύσεις για τη βιωσιμότητα, ενισχύοντας την ικανότητα της επιχείρησης να προσαρμόζεται και να πετυχαίνει σε έναν

Ισχυρό εμπορικό σήμα και φήμη

Η οικοδόμηση ενός ισχυρού εμπορικού σήματος και φήμης στον τομέα της βιωσιμότητας δεν προσελκύει μόνο συνειδητοποιημένους καταναλωτές, αλλά ενισχύει επίσης την ανθεκτικότητα και την ανταγωνιστικότητα της εταιρείας σε μια αγορά με επίκεντρο τη βιωσιμότητα.



Δείκτες ΚΡΙ που σχετίζονται με την αειφορία

Οι ΚΔΤ βιωσιμότητας επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να μετρούν και να αξιολογούν τον αντίκτυπο της βιωσιμότητάς τους και να επιτυγχάνουν, διασφαλίζοντας ότι κάνουν θετική διαφορά και συμβάλλουν σε ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

Ενισχύετε την κανονιστική δράση, συμπεριλαμβάνοντας αυτή την πρακτική και στρατηγική στα επιχειρηματικά σας σχέδια και δράσεις, επειδή αναζητά τις αρχές των συνειδητών διαδικασιών και αποφάσεων, όπου ο σεβασμός της βιωσιμότητας σε όλους τους τομείς της είναι ένας από τους πυλώνες στους οποίους πρέπει να βασίζεται η επιχειρηματική δραστηριότητα.

Οι δείκτες αυτοί μπορεί να βασίζονται σε διαφορετικές διαστάσεις, όπως το αποτύπωμα άνθρακα, οι εκπομπές, η μείωση των αποβλήτων (περιβαλλοντικά), ο χειρισμός της πολυμορφίας, οι πολιτικές ισότητας, η υποστήριξη της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και προσωπικής ζωής (κοινωνικά) ή το κεφάλαιο κίνησης, το χρέος και ο κύκλος εργασιών (διακυβέρνηση).



Δείκτες ΚΡΙ που σχετίζονται με την αειφορία

Ο κύριος λόγος για τη χρήση τους είναι ακριβώς ο Προσδιορισμός του κατά πόσον ο οργανισμός επιτυγχάνει τους στόχους του. Σε περίπτωση απόκλισης, μπορούν να εισαχθούν διορθωτικά μέτρα. Έτσι, οι δείκτες βιωσιμότητας μετρούν τις επιδόσεις της εταιρείας, καθώς και το πώς υλοποιεί τα σχέδιά της και πού βρίσκεται στη διαδικασία επίτευξής τους.

Εργαλείο SDG Monitor

Το SDG Monitor είναι ένα δωρεάν εργαλείο που βοηθά τις εταιρείες και τους οργανισμούς να μετρούν, να διαχειρίζονται και να επικοινωνούν τις επιδόσεις τους στον τομέα της αειφορίας και να παρουσιάζουν τον αντίκτυπό τους.

Το εργαλείο αυτό φέρνει διαφάνεια στη βιωσιμότητα μιας οντότητας, δίνοντας την ευκαιρία να συνδυαστούν οι δράσεις με τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης των Ηνωμένων Εθνών (ΣΒΑ) και να χρησιμοποιηθούν οι δείκτες των ΣΒΑ για τη μέτρηση.



Δείκτες ΚΡΙ που σχετίζονται με την αειφορία

Οι δείκτες βιωσιμότητας συνδέονται στενά με διάφορα πρότυπα. Πρόκειται για εθελοντικά πρότυπα που περιλαμβάνουν μια μεγάλη ποικιλία θεμάτων, όπου η περιβαλλοντική, κοινωνική ή ηθική ασφάλεια είναι τα πιο συνηθισμένα που πρέπει να ληφθούν υπόψη.

Με την υιοθέτησή τους, θα δείξετε τη δέσμευσή σας και τις επιδόσεις που πραγματοποιείτε σε συγκεκριμένους τομείς, ενισχύοντας και διαδίδοντας την αρμοδιότητα του κανονιστικού οργανισμού.

Εργαλείο SDG Monitor

Στο εργαλείο "SDG Monitor" οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν άπειρο αριθμό σχεδίων, δράσεων, δεικτών και ομάδων βιωσιμότητας.

Μια οντότητα μπορεί πραγματικά να είναι στην κορυφή της στρατηγικής της για τη βιωσιμότητα, εάν αποκτήσει συνείδηση των επιπτώσεών της στο περιβάλλον, την κοινωνία και τη διακυβέρνηση, εάν καθορίσει τις πρωτοβουλίες της για τη βιωσιμότητα και εάν αρχίσει να παρακολουθεί τις επιδόσεις της. Τα δεδομένα αποτελούν από μόνα τους έναν παράγοντα στα εμπλεκόμενα μέρη, των εργαζομένων, των επενδυτών.



Ενίσχυση του αντίκτυπου

Η δημιουργία αξίας για όλους όσοι εμπλέκονται στη λειτουργία ενός έργου είναι θεμελιώδης για τη δημιουργία ενός κοινού σκοπού και την αντιμετώπιση των πολύπλοκων προβλημάτων της κοινωνίας μας. Οι επιχειρήσεις, τα έργα και οι διαχειριστές τους θα πρέπει να συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο τις διασυνδέσεις μεταξύ των περιβαλλοντικών, κοινωνικών και οικονομικών προβλημάτων και να γνωρίζουν ότι δεν μπορούν να ενεργούν μεμονωμένα για την εξεύρεση λύσεων.

Η δέσμευση των ενδιαφερόμενων μερών αποσκοπεί στη δημιουργία αξίας και στην προσθήκη βιωσιμότητας στις επιχειρηματικές δραστηριότητες και στις κοινότητες γύρω από αυτές. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την ιεράρχηση των ενδιαφερομένων μερών με βάση την επιρροή και το ενδιαφέρον τους για το έργο, την κατανόηση των αναγκών και των ανησυχιών τους και την ενσωμάτωση αυτής της ανατροφοδότησης στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων και στις ιδέες, την οικοδόμηση σχέσεων που βασίζονται στην εμπιστοσύνη, τη διαφάνεια και την ανοικτή επικοινωνία, την ανάπτυξη βιώσιμων πρακτικών που αντικατοπτρίζουν τα συμφέροντα όλων και την παρακολούθηση των επιδόσεων βιωσιμότητας για την επίδειξη λογοδοσίας και διαφάνειας.



Ενίσχυση του αντίκτυπου

Για να εξασφαλιστεί η μακροπρόθεσμη επιτυχία ενός έργου, πρέπει να εντοπιστούν, να κατανοηθούν και να εμπλακούν όλοι οι ενδιαφερόμενοι φορείς.

Οι επιχειρήσεις που διαχειρίζονται σωστά τα ενδιαφερόμενα μέρη τους έχουν περισσότερες πιθανότητες να βιώσουν βιώσιμη ανάπτυξη και κερδοφορία, βελτιώνοντας παράλληλα τις τοπικές κοινότητες και το περιβάλλον.

The Body Shop – Ενδιαφερόμενοι και στόχοι

Η The Body Shop είναι μια εταιρεία καλλυντικών που έχει καταβάλει πολλές προσπάθειες για να μειώσει την επιρροή της στο περιβάλλον και να προωθήσει την κοινωνική ευθύνη, όπως η χρήση συσκευασιών φιλικών προς το περιβάλλον, η προμήθεια προϊόντων από δίκαιες εμπορικές και βιώσιμες πηγές και η παροχή βοήθειας σε προγράμματα κοινοτικής ανάπτυξης. Η Anita Roddick, η δημιουργός της εταιρείας, ήταν ένθερμη υποστηρίκτρια της διαχείρισης των ενδιαφερομένων μερών και είχε την άποψη ότι οι εταιρείες έχουν καθήκον να λαμβάνουν υπόψη τα συμφέροντα όλων των τύπων των αναγνωρισμένων ενδιαφερομένων μερών τους.



Ενίσχυση του αντίκτυπου

Με την κατανόηση της σημασίας αυτών των συνδέσεων, η διαπροσωπική σας ικανότητα δράσης θα ενισχυθεί, συμβάλλοντας σε αποτελεσματικές και ουσιαστικές κοινωνικές αλληλεπιδράσεις που προωθούν βιώσιμες Πρακτικές και αξίες, δημιουργώντας πολύτιμες συνεργασίες για βιώσιμα αποτελέσματα που ενισχύουν τον αντίκτυπο της επιχείρησής σας και των γύρω της.

The Body Shop – Ενδιαφερόμενοι και στόχοι

Στο πλαίσιο αυτής της δέσμευσης, διαθέτουν πρωτοβουλίες όπως το κοινοτικό πρόγραμμα δίκαιου εμπορίου, το οποίο ελέγχεται ανεξάρτητα από την ECOCERT (οργανισμός αξιολόγησης δίκαιου εμπορίου) και στο πλαίσιο του οποίου διενεργούν τακτικούς ελέγχους στους Προμηθευτές και στις δικές τους επιχειρηματικές δραστηριότητες. Τόσο η εταιρεία όσο και οι Προμηθευτές και οι Πελάτες της αναδεικνύουν τις βιώσιμες αλυσίδες εφοδιασμού, ενώνοντας τις δυνάμεις τους για μεγαλύτερο αντίκτυπο και κοινούς στόχους.



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



Co-funded by
the European Union

Ισχυρό εμπορικό σήμα και φήμη

Στην πορεία προς την αξιολόγηση και τη βελτιστοποίηση του επιχειρηματικού μοντέλου για μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα, η οικοδόμηση εμπιστοσύνης μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών, η ενίσχυση και η καλλιέργεια της φήμης του έργου για τη δημιουργία αξίας και η εξασφάλιση του κοινωνικού αντίκτυπου είναι ένα ουσιαστικό βήμα. Σε αυτό το σημείο της διαδρομής, δεν πρόκειται μόνο για την εφαρμογή περιβαλλοντικά και κοινωνικά υπεύθυνων πρακτικών, αλλά και για τη σωστή επικοινωνία αυτών των δράσεων, ώστε το έργο να αποτελεί παράγοντα θετικής αλλαγής.

Πώς μπορεί να γίνει αυτό; Με διαφάνεια και συνοχή (αποστασιοποιηθείτε από ενέργειες "πράσινου ξεπλύματος"), μην περιορίζεστε αποκλειστικά σε περιβαλλοντικές πτυχές, χωρίς να αναφέρεστε σε κοινωνικές πτυχές ή πτυχές διακυβέρνησης, ή μην επικεντρώνεστε αποκλειστικά σε έναν ενδιαφερόμενο ή σε ένα στάδιο της αλυσίδας, εμπλακείτε, ακούστε τους ενδιαφερόμενους.



Ισχυρό εμπορικό σήμα και φήμη

Οι δεξιότητές σας στη στρατηγική σκέψη θα χρησιμοποιηθούν και θα ενισχυθούν με την πρόβλεψη δύσκολων ερωτήσεων για την προστασία του εμπορικού σας σήματος.

Είναι ζωτικής σημασίας να παρακολουθείτε τις διαρκώς μεταβαλλόμενες αγορές και τις μεταβαλλόμενες προσδοκίες των ενδιαφερομένων μερών και να συνδέετε τα μηνύματα της επωνυμίας σας με αυθεντικό και σχετικό τρόπο.

Παταγονία και ακτιβισμός

Η Patagonia, ένας από τους πρωτοπόρους της Περιβαλλοντικής υπεράσπισης, ιδρύθηκε τη δεκαετία του 1970. Στον ιστότοπό της, η επιχείρηση περιγράφει λεπτομερώς τη στρατηγική της για τη βιωσιμότητα, συμπεριλαμβανομένης μιας ενότητας αφιερωμένης στην ενημέρωση των πελατών για τους στόχους και τις αξίες της. Στα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης, η Patagonia μοιράζεται επίσης σχετικές ειδήσεις και εκδηλώσεις που σχετίζονται με την περιβαλλοντική συνείδηση και την κλιματική αλλαγή.

Για να μην αναφέρουμε το σημαντικό δώρο της εταιρείας πριν από μερικά χρόνια! Το 100% των πωλήσεων της Black Friday της Patagonia δόθηκε σε Περιβαλλοντικές οργανώσεις.



Ισχυρό εμπορικό σήμα και φήμη

Η φήμη δουλεύεται καθημερινά. Τα αξιόπιστα και αξιόπιστα έργα έχουν μια ταυτότητα και μια ανθρώπινη διάρκεια. Μόνο η επικοινωνία μετατρέπει αυτά τα ιδανικά χαρακτηριστικά σε πραγματικότητα.

Τα έργα δεν αναζητούν πλέον κερδοφορία σε οποιαδήποτε τιμή, αλλά βιώσιμη κερδοφορία σε βάθος χρόνου. Σήμερα είναι απαραίτητο να κατανοήσουμε ότι τα ενδιαφερόμενα μέρη μας (όχι μόνο οι Πελάτες) απαιτούν να έχουμε καλή φήμη.

Παταγονία και ακτιβισμός

Το πιο σημαντικό είναι ότι η εταιρεία αυτή είναι αφοσιωμένη στην ενεργό συμμετοχή της στο κίνημα της αειφορίας.

Το επιχειρηματικό μοντέλο της Patagonia είναι διαφορετικό: απορρίπτει τη γρήγορη μόδα δημιουργώντας προϊόντα υψηλής ποιότητας και μεγάλης διάρκειας και προσφέρει ένα Πρόγραμμα επισκευής και επαναχρησιμοποίησης. Η Patagonia έχει επίσης διεξάγει έρευνα με βιομηχανικούς φορείς σχετικά με τις επιπτώσεις των μικροπλαστικών. Εκτός όμως από αυτό, προσπαθεί να εμπλέξει και τους Πελάτες της σε αυτόν τον τρόπο



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



Co-funded by
the European Union



SDG
NAVIGATOR



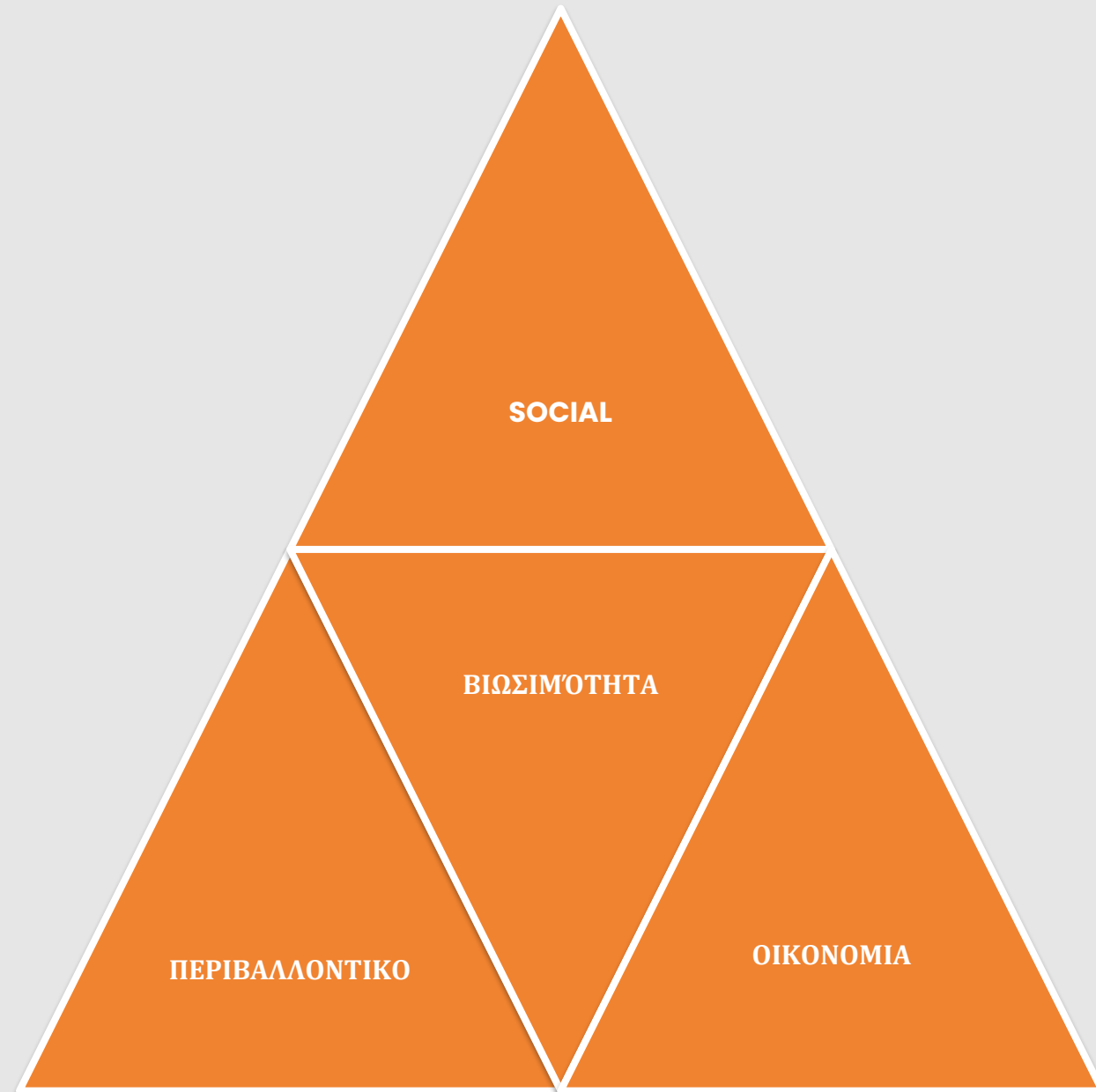
Μαθησιακοί Πόροι



Co-funded by
the European Union

Ενοποίηση

Για την εδραίωση οποιασδήποτε βιώσιμης επιχείρησης, πρέπει να οικοδομήσει κανείς ένα ισχυρό εμπορικό σήμα και μια καλή φήμη. Αλλά δεν αρκεί να αναγνωρίζεσαι για αυτό που κάνεις. Θα πρέπει να έχετε βαθιά γνώση της επιχείρησής σας, πράγμα που σημαίνει ότι θα παρακολουθείτε και θα αξιολογείτε τον αντίκτυπο των επιχειρηματικών σας δραστηριοτήτων στις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές διαστάσεις. Αυτό μπορεί επίσης να συνεπάγεται τη συνεργασία με τους σχετικούς ενδιαφερόμενους φορείς και την προώθηση συνεργασιών για την ενίσχυση του αντίκτυπου.



Ενοποίηση

Το στάδιο αυτό περιλαμβάνει τη μέτρηση των βασικών δεικτών επιδόσεων (KPIs) για την αξιολόγηση της προόδου προς την επίτευξη των στόχων βιωσιμότητας και την προσαρμογή για τη βελτίωση των επιδόσεων.

Τώρα, θα σας ζητηθεί να εφαρμόσετε τις ικανότητές σας με γνώμονα τη βιωσιμότητα για την επίλυση ενός προβλήματος!





Πρόβλημα



Co-funded by
the European Union



Πηγή: www.freepik.com/free-photo/eco-friendly-disposable-recyclable-tableware-colored-background_9046423.htm

Προς έξυπνες εκδηλώσεις

Η έννοια της βιωσιμότητας πρέπει να είναι παρούσα σε όλους τους τομείς της ζωής μας, και οι εκδηλώσεις δεν αποτελούν εξαίρεση.

Η διοργάνωση αυτών των εκδηλώσεων, όπου συγκεντρώνονται συναντήσεις, φαγητό και διάφορα είδη υλικών, μπορεί να δημιουργήσει τεράστιο όγκο αποβλήτων και απορριμμάτων, προκαλώντας καταστροφικές επιπτώσεις στο περιβάλλον.



Co-funded by
the European Union



Είστε ένας νέος επιχειρηματίας που θέλει να συμβάλει στη βελτίωση της βιωσιμότητας της περιοχής στην οποία ζείτε, τόσο σε κοινωνικό, περιβαλλοντικό όσο και σε οικονομικό επίπεδο.



Συνεργάζεστε στον πολιτιστικό σύλλογο της γειτονιάς σας, όπου διοργανώνονται πολλαπλές δραστηριότητες για τους γείτονες και έχετε παρατηρήσει ότι η διαχείριση αυτών των εκδηλώσεων και η τροφοδοσία που χρησιμοποιείται μπορεί να βελτιωθεί.



Εφαρμόζοντας τις δεξιότητές σας στην κανονιστική οργάνωση και τη συνεργατική στρατηγική σκέψη, μπορείτε να φανταστείτε έναν νέο τρόπο διαχείρισης αυτών των εκδηλώσεων με βιώσιμο τρόπο μακροπρόθεσμα, μετρώντας για πρώτη φορά τον αντίκτυπό τους;





Ενσυναίσθηση



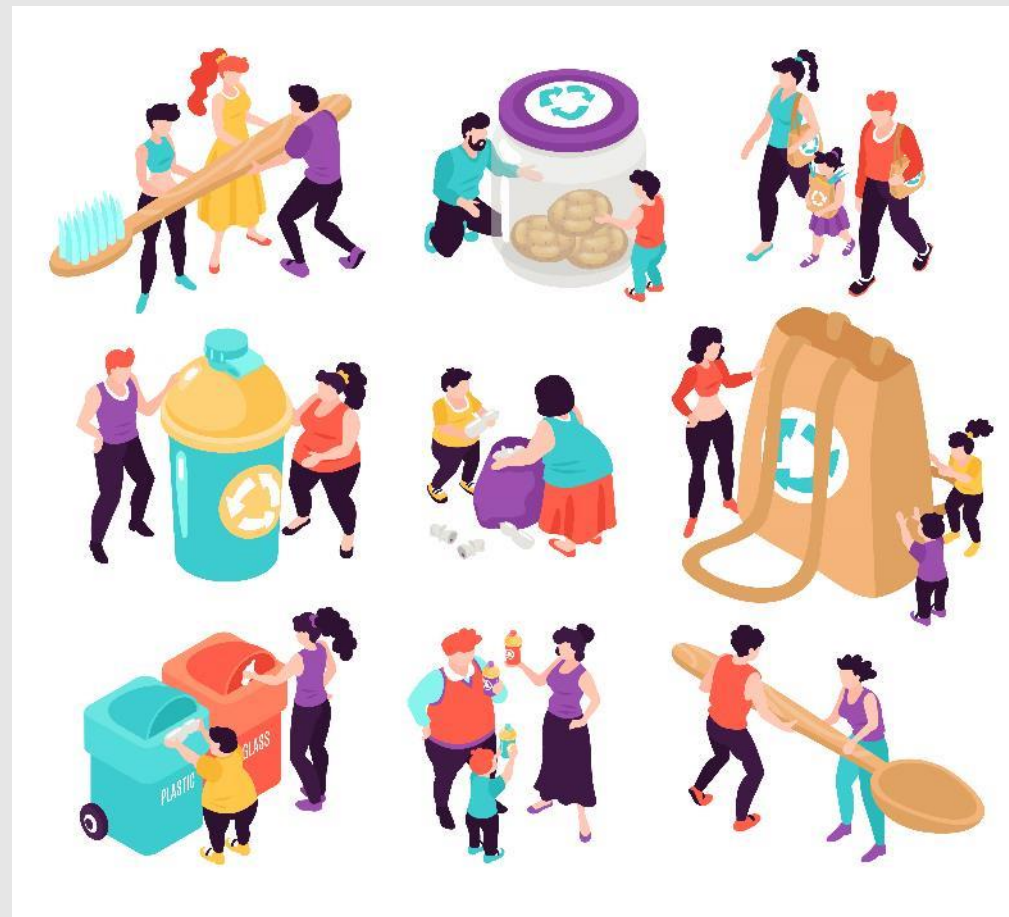
Co-funded by
the European Union

Κατανόηση της αβεβαιότητας

Βήμα1: Ενημερωθείτε για τις επιπτώσεις της διοργάνωσης εκδηλώσεων και της τροφοδοσίας στην Παραγωγή αποβλήτων.

Βήμα2: Πάρτε συνέντευξη από τα μέλη της ένωσης που συμμετέχουν σε αυτές τις συνεδριάσεις.

Βήμα3: Δημιουργήστε ένα αρχείο με όλες τις τιμές που παρατηρήθηκαν επί τόπου στην ένωση και θα μπορούσαν να βελτιωθούν στις συναντήσεις.



Πηγή: https://www.freepik.com/free-vector/zero-waste-colorful-isometric-icons-set-with-people-sorting-garbage-isolated-white-background-3d-illustration_6868251.htm





Ορισμός



Co-funded by
the European Union

Καθορισμός σημαντικών αξιών

Βήμα1: Με βάση τις πληροφορίες που λαμβάνονται, προσδιορίστε τις τιμές που πρέπει να βελτιωθούν.

Βήμα2: Επιλέξτε τους δείκτες KPI που θα μετρηθούν για να βελτιώσετε αυτές τις τιμές.

Βήμα3: Καθορίστε πιθανά εύρη εντός αυτών των KPI, ώστε να μπορείτε να μελετήσετε πώς οι αποφάσεις και οι ενέργειες βελτιώνουν ή όχι.

1. Ποσοστιαία μείωση των συνολικά παραγόμενων αποβλήτων
2. Ποσότητα αποβλήτων τροφίμων ανά εκδήλωση ή ανά πελάτη
3. Ποσοστό αποβλήτων που εκτρέπονται από τους χώρους υγειονομικής ταφής μέσω ανακύκλωσης και κομποστοποίησης

KPIs μείωσης αποβλήτων:



1. Ποσοστό ενέργειας που προέρχεται από ανανεώσιμες πηγές
2. Εφαρμογή ενεργειακά αποδοτικού εξοπλισμού και πρακτικών

Δείκτες ενεργειακής απόδοσης:



1. Ποσοστό συστατικών που προέρχονται από την τοπική αγορά
2. Αριθμός τοπικών γεωργών ή προμηθευτών που συμμετέχουν
3. Μείωση του ανθρακικού αποτυπώματος μέσω τοπικών προμηθειών

Τοπική προμήθεια και KPIs της αλυσίδας εφοδιασμού:



1. Ποσοστό υλικών συσκευασίας που είναι βιοδιασπώμενα ή ανακυκλώσιμα
2. Μείωση των πλαστικών μιας χρήσης
3. Εφαρμογή πρωτοβουλιών για τη μείωση των αποβλήτων συσκευασίας

KPIs βιώσιμης συσκευασίας:



1. Συμμετοχή σε προγράμματα προσέγγισης της κοινότητας
2. Ποσοστό του προσωπικού που συμμετέχει σε εθελοντισμό ή κοινωνική υπηρεσία
3. Υποστήριξη τοπικών φιλανθρωπικών οργανώσεων και κοινωνικών πρωτοβουλιών

Δείκτες κοινωνικής ευθύνης και κοινωνικού αντικτύπου:



1. Εφαρμογή προγραμμάτων εκπαίδευσης πελατών για βιώσιμες πρακτικές
2. Ποσοστό πελατών που γνωρίζουν τις πρωτοβουλίες της επιχείρησης για τη βιωσιμότητα
3. Ικανοποίηση των πελατών από τις προσπάθειες βιωσιμότητας

KPIs εκπαίδευσης και ευαισθητοποίησης πελατών:





Δημιουργία



Co-funded by
the European Union

Προσδιορισμός του χάρτη Πορείας

Βήμα1: Προσδιορίστε τις συνήθειες που πρέπει να αλλάξουν στο πλαίσιο των εκδηλώσεων του οργανισμού και της τροφοδοσίας.

Βήμα2: Προσδιορίστε ποια νέα υλικά μπορούν να χρησιμοποιηθούν ή να αντικαταστήσουν άλλα.

Βήμα3: Προσδιορίστε ποιοι εταίροι εγγύτητας μπορούν να βοηθήσουν στη βελτίωση αυτού του οργανισμού ή στη βελτίωση της διαχείρισης των αποβλήτων.



Πηγή: https://www.freepik.com/free-vector/recycling-waste-reduction-icons-set-with-materials-sorting-flat_2868694.htm





Πρωτότυπο



Co-funded by
the European Union

Διοργανώστε μια ανοιχτή ημέρα

Βήμα1: Συνεργαστείτε με τον σύλλογο για τη διοργάνωση μιας ημέρας ανοιχτής εκδήλωσης, όπου θα παρουσιάσετε ένα γεύμα που θα έχει παρασκευαστεί με βιώσιμο τρόπο.

Βήμα2: Χρησιμοποιήστε υλικά που μπορούν να κομποστοποιηθούν και να ανακυκλωθούν, τοπικά προϊόντα, διαλογή και ανακύκλωση απορριμμάτων.

Βήμα3: Προσκαλέστε εταίρους που μπορούν να προσφέρουν αυτά τα τοπικά προϊόντα, οργανισμούς που μπορούν να παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την ανακύκλωση κ.λπ., δημιουργώντας έτσι μια συνεργασία μεταξύ διαφορετικών φορέων, οι οποίοι έρχονται σε επαφή μέσω αυτής της δραστηριότητας.



Πηγή: https://www.freepik.com/free-vector/compost-cycle-concept-illustration_23847204.htm



Δοκιμή



Co-funded by
the European Union



Εκτίμηση του αντίκτυπου

Βήμα1: Πάρτε συνέντευξη από τους συμμετέχοντες στην εκδήλωση για να λάβετε τα σχόλιά τους σχετικά με την τροφοδοσία.

Βήμα2: Ελέγξτε τις επιπτώσεις στους αποφασισμένους δείκτες απόδοσης με την αειφόρο εκτέλεση της δραστηριότητας.

Βήμα3: Σχεδιάστε μια διαδικασία λήψης αποφάσεων με βάση τις πληροφορίες που συλλέγονται, τα αποτελέσματα των μετρήσεων και τον τρόπο με τον οποίο μπορούν να βελτιωθούν.

Επανεξέταση και ανάλυση των αποτελεσμάτων των ΚΡΙ βιωσιμότητας:

Αποκτήστε μια ολοκληρωμένη κατανόηση του περιβαλλοντικού και κοινωνικού αντίκτυπου των επιχειρήσεων.

Ιεράρχηση των βασικών τομέων βελτίωσης:

Επικεντρωθείτε στην αντιμετώπιση βασικών ζητημάτων που ευθυγραμμίζονται με το γενικό όραμα και την αποστολή της

Ενεργοποίηση των ενδιαφερομένων μερών για ανατροφοδότηση:

Κατανοήστε τις προοπτικές τους σχετικά με τις επιδόσεις βιωσιμότητας και συγκεντρώστε πληροφορίες που μπορούν να

Ανάπτυξη και εφαρμογή εφαρμόσιμων στρατηγικών:

Με βάση την ανάλυση και τη συμβολή των ενδιαφερομένων, αναπτύξτε εφαρμόσιμες στρατηγικές για τη βελτίωση των

Παρακολούθηση της προόδου και προσαρμογή των στρατηγικών:

Αξιολογείτε τακτικά την πρόοδο, προβαίνετε στις απαραίτητες προσαρμογές και διασφαλίζετε τη συνεχή βελτίωση σε ευθυγράμμιση με τους στόχους βιωσιμότητας της επιχείρησης.

Πηγή: Πηγή: Ίδιος σχεδιασμός





**SDG
NAVIGATOR**



Εκκандάλες Προσανατολισμένεσ στη δράση



Co-funded by
the European Union

Ποιους δείκτες απόδοσης μπορώ να καθορίσω για να αξιολογήσω και να βελτιώσω το επιχειρηματικό μοντέλο διοργάνωσης εκδηλώσεων και τροφοδοσίας ώστε να είναι βιώσιμο μακροπρόθεσμα;



Πηγή: <https://unsplash.com/es/fotos/un-jarron-sentado-en-un-mostrador-HEXirPkf1hl>



Co-funded by
the European Union

*Πώς μπορώ να εμπλέξω
συνεργάτες και να ενισχύσω τη
συνεργασία εγγύτητας για να
ενισχύσω τον αντίκτυπο του
επιχειρηματικού μοντέλου
διοργάνωσης εκδηλώσεων και
τροφοδοσίας;*



Πηγή: <https://unsplash.com/es/fotos/un-hombre-y-una-mujer-parados-frente-a-un-puesto-de-frutas--KD615N4WZU>



Co-funded by
the European Union

Εκτός από την εφαρμογή πιο βιώσιμων Πρακτικών στο επιχειρηματικό μοντέλο διοργάνωσης εκδηλώσεων και τροφοδοσίας, πώς μπορώ να βελτιώσω την επικοινωνία του;



Πηγή: https://unsplash.com/es/fotos/mujer-sosteniendo-microfono-wls5H_3Zn48



Co-funded by
the European Union



**SDG
NAVIGATOR**



Κουίζ



Co-funded by
the European Union

Ερώτηση 1.

Όταν αξιολογείται ο κοινωνικός αντίκτυπος των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών που επικεντρώνονται στη βιωσιμότητα, ποιος KPI χρησιμοποιείται συχνά για την ποσοτικοποίηση της θετικής επιρροής στις τοπικές κοινότητες και τα ενδιαφερόμενα μέρη;

- a) Χρόνος έως την αγορά.
- b) Κοινωνική απόδοση της επένδυσης (SROI).
- c) Ποσοστό κύκλου εργασιών των εργαζομένων.



Ερώτηση 2.

Στο πεδίο της επιχειρηματικότητας με επίκεντρο τη βιωσιμότητα, ποια είναι η βασική στρατηγική για τη συμμετοχή των ενδιαφερομένων μερών και την ενίσχυση του αντίκτυπου;

- a) Μεγιστοποίηση των βραχυπρόθεσμων κερδών.
- b) Αγνοώντας την εξωτερική ανατροφοδότηση.
- c) Διαφανής επικοινωνία και συνεργασία.



Ερώτηση 3.

Πώς μπορούν οι επιχειρηματίες που ενεργούν ως φορείς αλλαγής να ενισχύσουν τον αντίκτυπό τους στη βιωσιμότητα, εμπλέκοντας τα ενδιαφερόμενα μέρη;

- a) Ελαχιστοποίηση της συνεργασίας για τη διατήρηση του ελέγχου.
- b) Λήψη αποφάσεων χωρίς αποκλεισμούς και συμπτώξεις.
- c) Εστίαση αποκλειστικά στην κερδοφορία.



Ερώτηση 4.

Κατά την οικοδόμηση μιας μάρκας με ισχυρή φήμη βιωσιμότητας, Ποιο είναι το βασικό στοιχείο που συμβάλλει στη μακροπρόθεσμη επιτυχία;

- a) Συνεπείς Περιβαλλοντικές Πρακτικές.
- b) Πράσινο Πλύσιμο και Παραπλανητικό μάρκετινγκ.
- c) Αποφυγή της διαφάνειας με τα ενδιαφερόμενα μέρη.





**SDG
NAVIGATOR**



Μονάδες και λύσεις κουίζ



Co-funded by
the European Union

Προγραμματιστή ς



Λύσεις κουίζ:

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