



SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability

UČNA POT



Sofinancira
Evropska unija

Svet potrebuje ustvarjalce sprememb...

Učinki podnebnih sprememb, onesnaževanja in izčrpavanja virov postajajo vse bolj očitni, zato je za reševanje teh izzivov potrebno nujno ukrepanje. Tu nastopite vi – kot **SDG Navigator**, oseba, ki se zavzema za ustvarjanje pozitivnih sprememb v svetu s spodbujanjem trajnostnih praks in razvojem inovativnih rešitev za okoljske probleme. Tukaj ste, ker verjamete, da ste lahko gonilna sila za prehod v bolj trajnostno prihodnost.



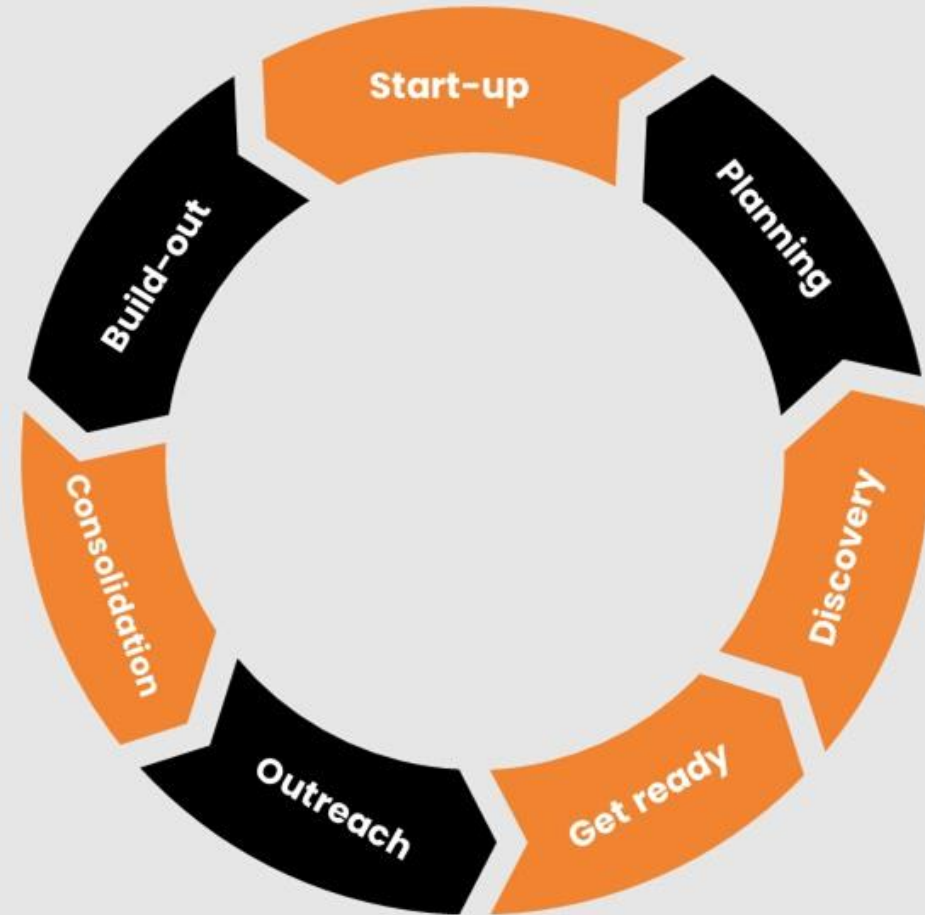
Postani ustvarjalec sprememb!

Zdaj se podajate na učno pot, ki je zasnovana tako, da vas vodi v proces spreminjanja skozi sedem podjetniških stopenj, ki temeljijo na trajnosti. Cilj je, da vas opremimo z znanjem, veščinami in stališči (motivacijo), da lahko resnično spremenite svet. Preden začnete svoje potovanje, vam razložimo, kako ta tečaj poteka!



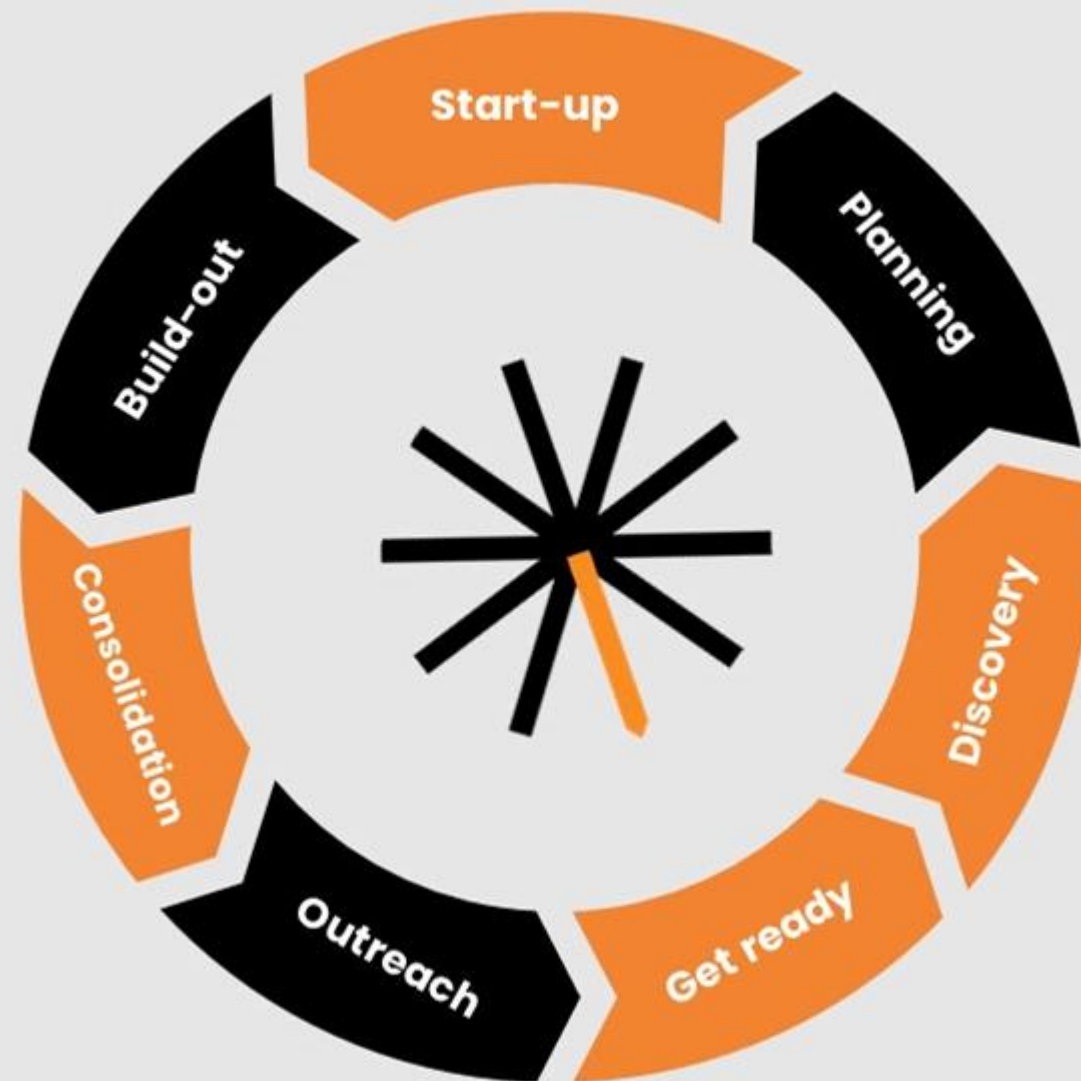
Kako poteka ta tečaj?

Učna pot SDG NAVIGATOR je sestavljena iz sedmih učnih modulov, ki ustrezajo različnim stopnjam trajnostno usmerjenih podjetniških dejanj, tj. stopnjam, ki jih morajo podjetniki opraviti, da ustvarijo in izvajajo trajnostne poslovne prakse. Te stopnje niso strogo linearne in podjetniki lahko ponavljajo in ponovno obiskujejo določene faze, ko krmarijo po zapleteni pokrajini podjetništva, ki temelji na trajnosti.



Kako poteka ta tečaj?

Za navigacijo vedno potrebujete vodstvo in če pogledate v sredino desne sheme, ki predstavlja vaš učni proces, boste našli kompas, ki vas bo vodil na tem potovanju. Oranžna puščica označuje stopnjo, v kateri ste. Tečaj je zasnovan tudi v povezavi s cilji trajnostnega razvoja (SDG), da bi vas bolje podprl pri vizualizaciji širokega nabora priložnosti, ki jih imate pri udeležanju v trajnost usmerjenih podjetniških dejanjih, in njihovim ustreznim učinkom.





SDG
NAVIGATOR



OKREPITEV



Sofinancira
Evropska unija



**SDG
NAVIGATOR**



Tema in cilji

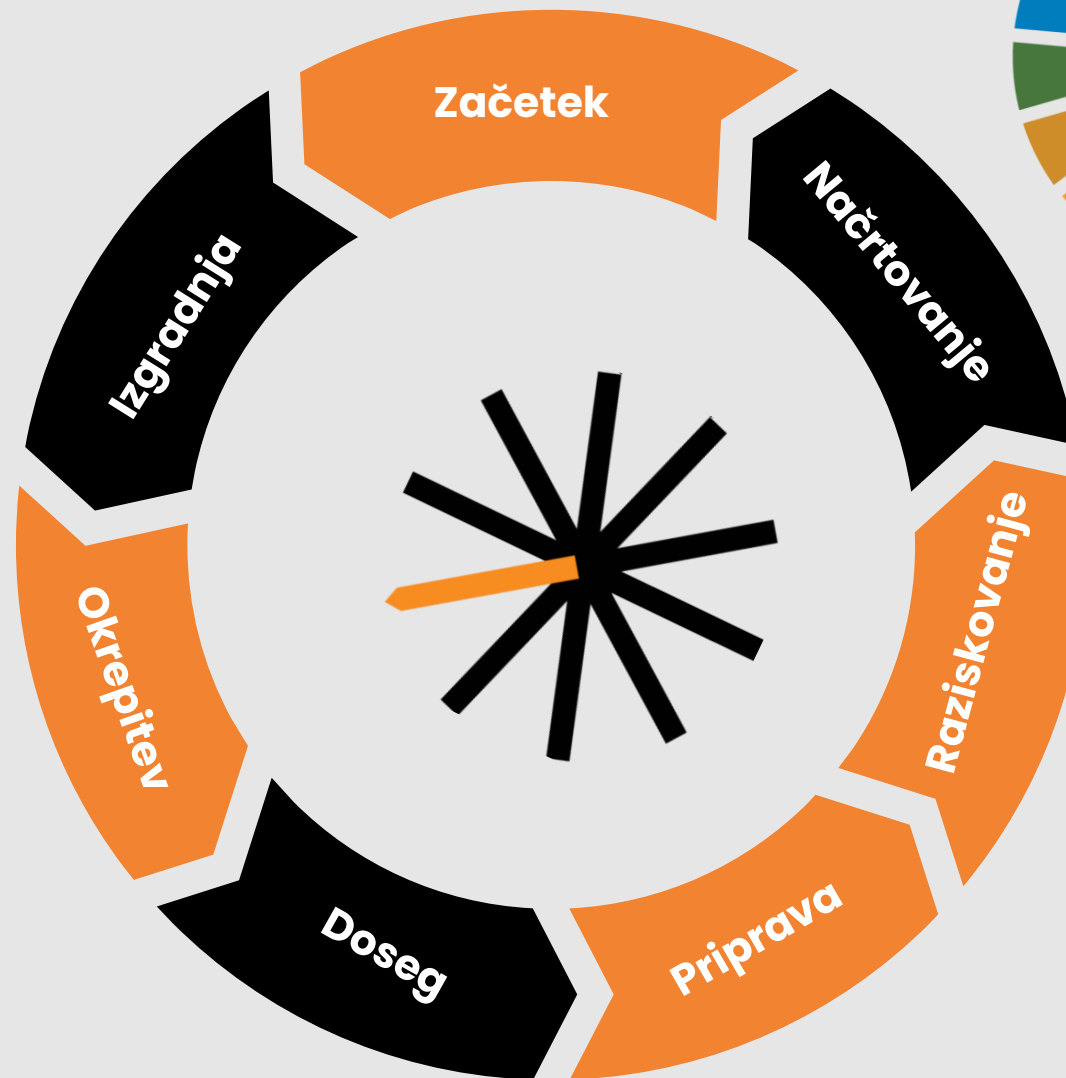


Sofinancira
Evropska unija

SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability



Sofinancira
Evropska unija

Vir: www.un.org/sustainabledevelopment/news/communications-material

Kompetence

- Sposobnost refleksije
- Strateško razmišljanje
- Medosebni odnosi

Na tej stopnji spremljanja se boste kot snovalec trajnostnih sprememb podali na pot pregledovanja, merjenja in iskanja partnerjev za optimizacijo poslovnega modela za dolgoročno trajnost. Spoznali boste pomen postavljanja indikatorjev trajnosti, vključevanja različnih deležnikov in ustvarjanja dobrega ugleda, razvijali svoje kompetence na področju sposobnosti refleksije, strateškega razmišljanja in medosebnih odnosov.





**SDG
NAVIGATOR**



Vsebina, pripravljena na prihodnost



Sofinancira
Evropska unija

Vrednotenje in optimizacija poslovnega modela za dolgoročno vzdržnost

Kazalniki povezani s trajnostjo

Merjenje in sledenje ključnih kazalnikov uspešnosti (KPI), povezanih s trajnostjo, zagotavlja bistvene podatke za prepoznavanje področij za izboljšave in oceno učinkovitosti prizadevanj za trajnost.

Ojačevalni učinek

Vključevanje zainteresiranih strani in spodbujanje partnerstev za povečanje učinka omogoča širši pogled na trajnostne izzive in rešitve, kar povečuje sposobnost podjetja za prilagajanje in uspeh v spreminjajočem se svetu.

Močna blagovna znamka in ugled

Gradnja močne blagovne znamke in ugleda na področju trajnosti ne pritegne samo ozaveščenih potrošnikov, temveč tudi poveča odpornost in konkurenčnost podjetja na trgu, osredotočenem na trajnost.



Kazalniki povezani s trajnostjo

Trajnostni ključni kazalniki uspešnosti podjetjem omogočajo merjenje in ovrednotenje trajnostnega vpliva in dosežkov, s čimer zagotavljajo, da ustvarjajo pozitivne spremembe in prispevajo k bolj trajnostni prihodnosti.

Sposobnost refleksije spodbujate tako, da to prakso in strategijo vključite v svoje poslovne načrte in akcije, saj išče načela zavestnih procesov in odločitev, kjer je spoštovanje trajnosti na vseh njenih področjih eden od stebrov, na katerih mora temeljiti poslovna dejavnost.

Ti kazalniki lahko temeljijo na različnih razsežnostih, kot so ogljični odtis, emisije, zmanjšanje odpadkov (okolje), ravnanje z raznolikostjo, politike enakosti, podpora ravnotežju med poklicnim in zasebnim življenjem (družbeno) ali obratni kapital, dolg in promet (upravljanje).



Kazalniki povezani s trajnostjo

Glavni razlog za njihovo uporabo je ravno ugotavljanje, ali organizacija dosega svoje cilje. V primeru odstopanja se lahko uvedejo korektivni ukrepi. Trajnostni kazalniki torej merijo uspešnost podjetja, pa tudi, kako uresničuje svoje načrte in kje je v procesu njihovega doseganja.

Orodje SDG Monitor

SDG Monitor je brezplačno orodje, ki podjetjem in organizacijam pomaga meriti, upravljati in sporočati trajnostno uspešnost ter prikazati njen vpliv.

To orodje prinaša preglednost glede trajnosti subjektov, kar prinaša priložnost za združevanje ukrepov s cilji trajnostnega razvoja Združenih narodov (SDG) in uporabo kazalnikov SDG za merjenje.



Kazalniki povezani s trajnostjo

Indikatorji trajnosti so tesno povezani z različnimi standardi. To so prostovoljni standardi, ki zajemajo široko paleto tem, pri čemer je okoljsko, socialno ali etično varnost najpogosteje treba upoštevati.

Z njihovim prevzemom boste pokazali svojo zavzetost in uspešnost, ki jo dosegate na posameznih področjih, krepite in širite sposobnost refleksije.

Orodje SDG Monitor

V orodju »SDG Monitor« lahko uporabniki ustvarijo neskončno število trajnostnih načrtov, akcij, indikatorjev in ekip.

Subjekt je lahko resnično na vrhu svoje trajnostne strategije, če se zave svojih učinkov na okolje, družbo in upravljanje, opredeli svoje trajnostne pobude in začne slediti uspešnosti. Podatki so sami po sebi dejavnik, ki koristi vsem vpletenim stranem, vključno z lastniki, delavci, strankami, dobavitelji in vlagatelji.



www.sdgmonitor.co/product



Ojačevalni učinek

Ustvarjanje vrednosti za vse, ki sodelujejo pri delovanju projekta, je temeljnega pomena za ustvarjanje skupnega namena in reševanje kompleksnih problemov naše družbe. Podjetja, projekti in njihovi vodje bi se morali vse bolj zavedati medsebojnih povezav med okoljskimi, družbenimi in gospodarskimi problemi ter vedeti, da ne morejo ukrepati posamično, da bi našli rešitve.

Vključevanje deležnikov je ustvariti vrednost in dodati sposobnost preživetja poslovnim operacijam in skupnostim okoli njih. To je mogoče doseči z dajanjem prednosti deležnikom na podlagi njihovega vpliva in zanimanja za projekt, razumevanjem njihovih potreb, skrbi in vključevanjem teh povratnih informacij v procese odločanja in zamisli, gradnjo odnosov, ki temeljijo na zaupanju, preglednosti in odprti komunikaciji, razvijanje trajnostnih praks ki odražajo interese vseh in spremljanje uspešnosti trajnostnega razvoja za prikaz odgovornosti in preglednosti.



Ojačevalni učinek

Za zagotovitev dolgoročnega uspeha projekta je treba identificirati, razumeti in vključiti vse zainteresirane strani.

Podjetja, ki dobro sodelujejo s svojimi deležniki, bodo bolj verjetno doživela trajnostni razvoj in dobičkonosnost, hkrati pa bodo izboljšala svoje lokalne skupnosti in okolje.

The Body Shop – zainteresirane strani in cilji

The Body Shop je kozmetično podjetje, ki si je večkrat prizadevalo zmanjšati svoj vpliv na okolje in spodbujati družbeno odgovornost, kot je uporaba okolju prijazne embalaže in izdelkov iz pravične trgovine ter pridobivanje trajnostnih virov ter pomoč pri programih razvoja skupnosti. Anita Roddick, ustanoviteljica podjetja, je bila močna zagovornica upravljanja deležnikov in je zagovarjala stališče, da so podjetja dolžna upoštevati interese vseh vrst identificiranih deležnikov.



Ojačevalni učinek

Z razumevanjem pomena teh povezav se bodo okrepili vaši medosebni odnosi za boljše ukrepanje, kar bo prispevalo k učinkovitim in smiselnim družbenim interakcijam, ki spodbujajo trajnostne prakse in vrednote ter ustvarjajo dragocena partnerstva za trajnostne rezultate, ki povečujejo vpliv vašega podjetja in vseh okoli njega.

The Body Shop – zainteresirane strani in cilji

Kot del te zaveze imajo pobude, kot je njihov program Skupnosti za pravično trgovino, ki ga neodvisno preverja ECOCERT (Agencija za ocenjevanje pravične trgovine), kjer izvajajo redne revizije dobaviteljev in lastnega poslovanja. Tako podjetje kot njegovi dobavitelji in kupci izpostavljajo trajnostne dobavne verige, združujejo moči za večji učinek in skupne cilje.



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



Močna blagovna znamka in ugled

Na poti do ocenjevanja in optimizacije poslovnega modela za dolgoročno vzdržnost je bistven korak vzpostavitev zaupanja med deležniki, krepitev in negovanje ugleda projekta za ustvarjanje vrednosti in zagotavljanje družbenega učinka. Na tej točki potovanja, ne gre le za izvajanje okoljsko in družbeno odgovornih praks, temveč tudi za ustrezno komuniciranje teh dejanj tako da je projekt povzročitelj pozitivnih sprememb.

Kako je to mogoče storiti? Bodite transparentni in koherentni (distancirajte se od dejanj zelenega zavajanja), ne omejujte se izključno na okoljske vidike, brez namigovanja na družbene ali upravljalvske vidike, ali da se osredotočite izključno na enega deležnika ali korak v verigi, sodelujte in prisluhnite deležnikom.



Močna blagovna znamka in ugled

Vaše sposobnosti strateškega razmišljanja bodo uporabljene in okrepljene s predvidevanjem težkih vprašanj za zaščito vaše blagovne znamke.

Ključnega pomena je, da ste na tekočem z nenehno spreminjajočimi se trgi in spreminjajočimi se pričakovanji deležnikov ter da v skladu s tem povežete sporočila svoje blagovne znamke na pristen in ustrezen način.

Patagonija in aktivizem

Patagonia, eden od pionirjev okoljskega zagovorništva, je bila ustanovljena v 70. letih prejšnjega stoletja. Na svoji spletni strani podjetje podrobno opisuje svojo trajnostno strategijo, vključno z razdelkom, namenjenim obveščanju strank o svojih ciljih in vrednotah. Patagonia na svojih kanalih družbenih medijev deli tudi pomembne novice in dogodke, povezane z okoljsko zavestjo in podnebnimi spremembami.

Da ne omenjam precejšnjega darila podjetja izpred nekaj let! 100 % izkupiček ob črnem petku v Patagoniji je bilo namenjenih okoljskim organizacijam.



Močna blagovna znamka in ugled

Na ugledu se dela dnevno. Zanesljivi in kredibilni projekti imajo identiteto in humano obstojnost. Samo komunikacija spremeni te idealne lastnosti v resničnost.

Projekti ne iščejo več donosnosti za vsako ceno, temveč trajnostno donosnost skozi čas. Danes je treba razumeti, da naši deležniki (ne le kupci) zahtevajo, da imamo dober ugled.

Patagonija in aktivizem

Najpomembneje pa je, da je to podjetje predano dejavnemu sodelovanju v gibanju za trajnostni razvoj.

Poslovni model Patagonije je drugačen: zavrača hitro modo z ustvarjanjem visokokakovostnih in dolgotrajnih izdelkov ter ponuja program popravil in ponovne uporabe. Patagonija je z industrijskimi organi izvedla tudi raziskavo o vplivu mikroplastike. Poleg tega poskuša svoje stranke vključiti tudi v ta življenjski slog.



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





**SDG
NAVIGATOR**



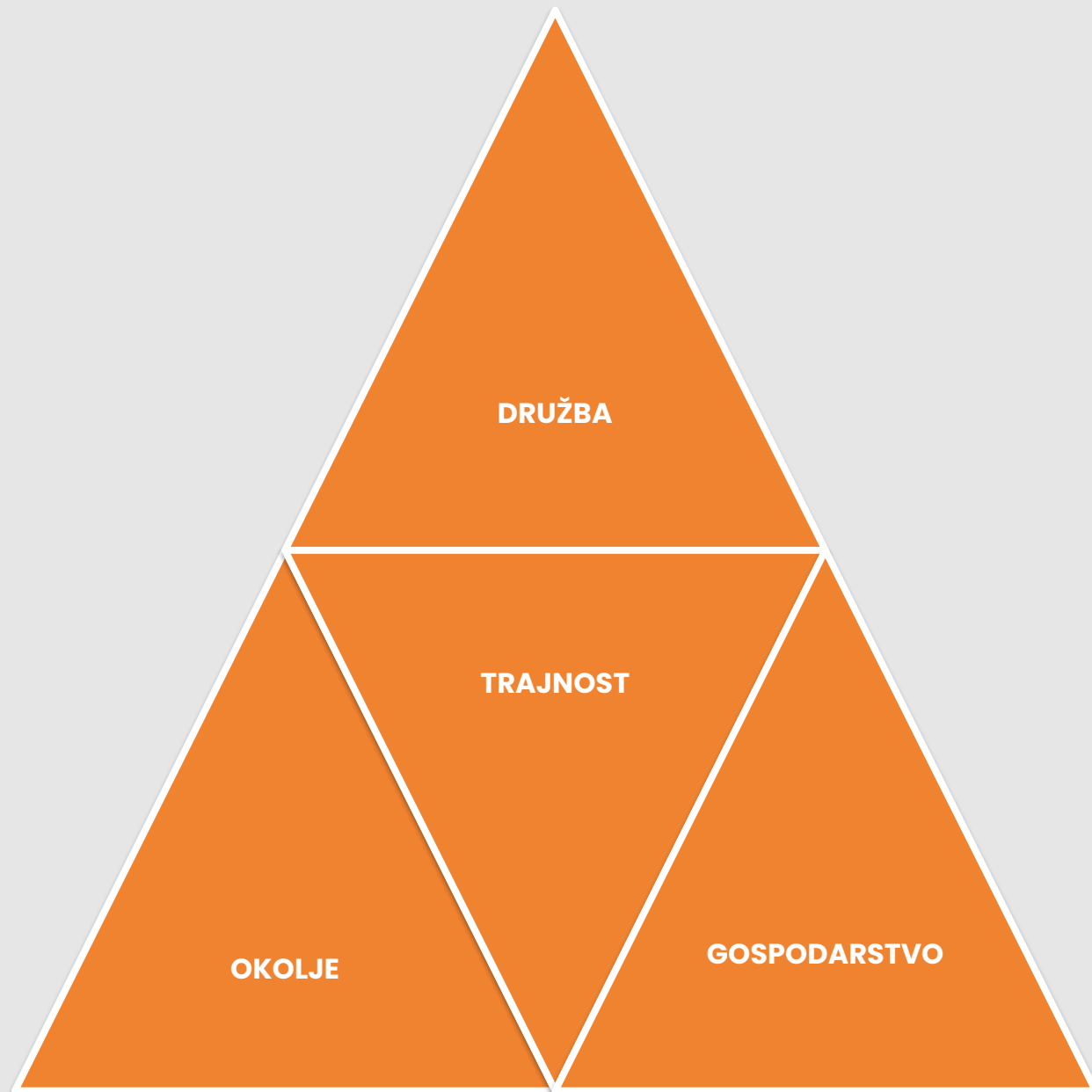
Učni viri



Sofinancira
Evropska unija

Okrepitev

Za utrditev katerega koli trajnostnega podjetja je treba zgraditi močno blagovno znamko in ugled. Toda priznanje za to, kar počnete, ni dovolj. Morali boste dobro poznati svoje podjetje, kar pomeni, da boste spremljali in ocenjevali vpliv svojega poslovanja na okoljske, družbene in gospodarske razsežnosti. To lahko pomeni tudi sodelovanje z ustreznimi deležniki in spodbujanje partnerstev za povečanje učinka.



Okrepitev

Ta stopnja vključuje merjenje ključnih kazalnikov uspešnosti (KPI), da se oceni napredek pri doseganju trajnostnih ciljev in se ukrepa za izboljšanje uspešnosti.

Zdaj boste pozvani, da uporabite svoje v trajnost usmerjene kompetence za rešitev izziva!



Izziv



Sofinancira
Evropska unija





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

Pametnim dogodkom naproti

Trajnostni koncept bi moral biti prisoten na vseh področjih našega življenja in dogodki niso izjema.

Organizacija teh dogodkov, kjer se združujejo srečanja, hrana in različni materiali, lahko povzroči ogromno količino odpadkov in smeti, kar ima uničujoč učinek na okolje.





Ste mladi podjetnik, ki želi prispevati k izboljšanju trajnosti območja, kjer živite, tako socialno, okoljsko kot ekonomsko.



Sodelujete v kulturnem društvu v vaši soseščini, kjer so organizirane številne dejavnosti za sosede. Opazili ste, da je upravljanje teh dogodkov in gostinsko ponudbo mogoče izboljšati.



Ali si lahko z uporabo svojih veščin, sposobnosti refleksije in strateškega razmišljanja, zamislite nov način dolgoročnega trajnostnega upravljanja teh dogodkov in prvič izmerite njihov vpliv?



Empatija



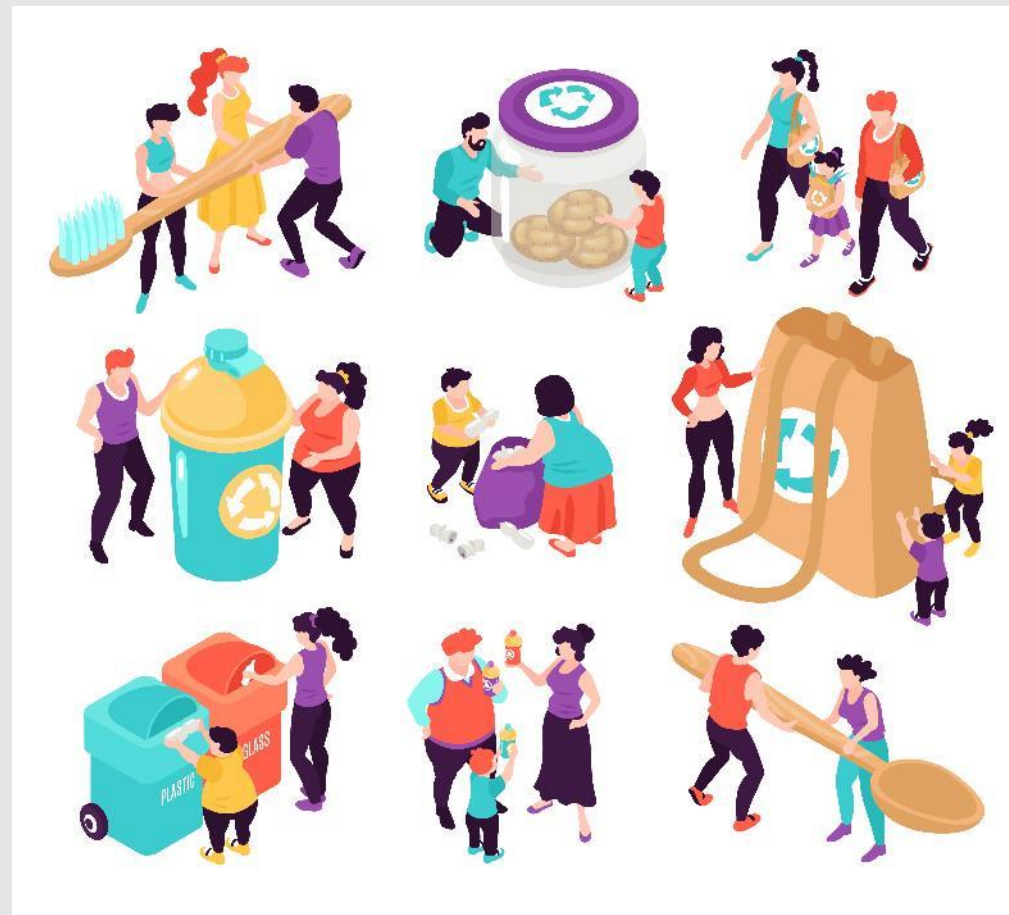
Sofinancira
Evropska unija

Razumeti negotovost

Korak 1: Spoznajte vplive organizacije dogodkov in pogostitve na nastajanje odpadkov.

Korak 2: Intervjuvajte člane društva, ki se udeležujejo teh srečanj.

Korak 3: Ustvarite zapis vseh ugotovitev, opaženih na kraju samem v združenju, ki bi jih lahko izboljšali na sestankih.



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



Opredelitev



Sofinancira
Evropska unija

Določite pomembne vrednote

Korak 1: Na podlagi pridobljenih informacij določite vrednosti, ki jih je treba izboljšati.

Korak 2: Izberite kazalnike (KPI-je), ki jih želite meriti, da boste dosegli izboljšanje njihovih vrednosti.

Korak 3: Določite možne razpore znotraj teh KPI-jev, da boste lahko preučili, ali in kako se odločitve in dejanja izboljšujejo ali ne.

1. Odstotek zmanjšanja skupnih nastalih odpadkov
2. Količina zavržene hrane na dogodek ali na udeleženca
3. Odstotek odpadkov, preusmerjenih z odlagališč z recikliranjem in kompostiranjem

Zmanjšanje odpadkov KPI-ji



1. Odstotek energije, pridobljene iz obnovljivih virov
2. Uvedba energetske učinkovite opreme in praks

Energijska učinkovitost KPI-ji



1. Odstotek sestavin, pridobljenih lokalno
2. Število vključenih lokalnih kmetov ali dobaviteljev
3. Zmanjšanje ogljičnega odtisa z lokalnimi viri

Lokalno pridobivanje in dobavna veriga KPI-ji



1. Odstotek embalažnih materialov, ki so biološko razgradljivi ali reciklirani
2. Zmanjšanje plastike za enkratno uporabo
3. Izvajanje pobud za zmanjševanje odpadne embalaže

Trajnostna embalaža KPI-ji



1. Sodelovanje v programih ozaveščanja skupnosti
2. Odstotek osebja, vključenega v prostovoljstvo ali delo v skupnosti
3. Podpora lokalnim dobrodelnim ustanovam in socialnim pobudam

Družbena odgovornost in vpliv na skupnost KPI-ji



1. Izvajanje programov izobraževanja strank o trajnostnih praksah
2. Odstotek strank, ki se zavedajo trajnostnih pobud podjetja
3. Zadovoljstvo strank s prizadevanji za trajnost

Izobraževanje in ozaveščanje strank KPI-ji



Vir: Lastno oblikovanje



Izvedba



Sofinancira
Evropska unija

Prepoznajte načrt poti

Korak 1: Prepoznajte navade, ki jih je treba spremeniti znotraj dogodkov pri organizaciji in gostinstvu.

Korak 2: Ugotovite, katere nove materiale je mogoče uporabiti ali nekatere zamenjati.

Korak 3: Ugotovite, kateri bližnji partnerji lahko pomagajo izboljšati organizacijo ali ravnanje z odpadki.



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



Prototip



Sofinancira
Evropska unija

Organizirajte dan odprtih vrat

Korak 1: Sodelujte z društvom pri organizaciji dneva odprtih vrat, kjer boste prikazali gostinsko ponudbo, pripravljeno na trajnostni način.

Korak 2: Uporabljajte materiale, ki jih je mogoče kompostirati in reciklirati, Uporabljajte lokalne izdelke, odpadke sortirajte in reciklirajte.

Korak 3: Povabite partnerje, ki lahko ponudijo lokalne izdelke, organizacije, ki lahko zagotovijo informacije o recikliranju itd., in tako ustvarite sodelovanje med različnimi akterji, ki jih združuje tovrstna dejavnost.



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



Testiranje



Sofinancira
Evropska unija

Ocenite vpliv

Korak 1: Intervjuvajte udeležence dogodka, da dobite njihove povratne informacije o pogostitvi.

Korak 2: Preverite vplive na izbrane KPI-je in ugotovite, ali ste dogodek izvedli na trajnosten način.

Korak 3: Načrtujte postopek odločanja na podlagi zbranih informacij, rezultatov meritev in opredelite, kako jih je mogoče izboljšati.

Pregled in analiza rezultatov KPI-jev trajnosti:

Pridobite celovito razumevanje vpliva na poslovno okolje in družbo.

Prioritizirajte področja za izboljšave:

Osredotočite se na obravnavo ključnih vprašanj, ki so v skladu s splošno vizijo podjetja in poslanstvom za trajnostne prakse.

Pridobite povratne informacije:

Razumeti njihove poglede na uspešnost trajnostnega razvoja in zbrati vpogled, ki lahko prispevajo k odločanju.

Razvijte in izvajajte učinkovite strategije:

Na podlagi analize in vnosa zainteresiranih strani razvijte izvedljive strategije za izboljšanje trajnostne uspešnosti.

Spremljajte napredek in prilagajajte strategije:

Redno ocenjevati napredek, izvajati potrebne prilagoditve in zagotavljati stalne izboljšave v skladu s cilji trajnosti podjetja.

Vir: Lastno oblikovanje





**SDG
NAVIGATOR**



Sprožilci akcije



Sofinancira
Evropska unija

Katere ključne kazalnike uspešnosti lahko vzpostavim, da ocenim in izboljšam organizacijo dogodkov in poslovni model cateringa, da bosta dolgoročno trajnostna?



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



Sofinancira
Evropska unija

Kako lahko pritegnem partnerje in izboljšam sodelovanje v lokalnem okolju, da povečam učinek organizacije dogodkov in poslovnega modela cateringa?



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



Sofinancira
Evropska unija

Kako lahko, poleg uporabe bolj trajnostnih praks organizacije dogodkov in poslovnega modela cateringa, izboljšam komunikacijo?



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



Sofinancira
Evropska unija



**SDG
NAVIGATOR**



Kviz



Sofinancira
Evropska unija

1. Vprašanje

Kateri kazalnik se pogosto uporablja za kvantificiranje pozitivnega vpliva na lokalne skupnosti in deležnike pri ocenjevanju družbenega vpliva podjetniških pobud, osredotočenih na trajnost?

- a) Uvedba na trg.
- b) Družbena donosnost naložbe (Social Return on Investment - SROI).
- c) Stopnja fluktuacije zaposlenih.



2. Vprašanje

Kaj je na področju podjetništva, osredotočenega na trajnost, ključna strategija za vključevanje deležnikov in povečanje učinka?

- a) Povečanje kratkoročnih dobičkov.
- b) Ignoriranje zunanjih povratnih informacij.
- c) Transparentna komunikacija in sodelovanje.



3. Vprašanje

Na kakšen način lahko podjetniki, ki delujejo kot nosilci sprememb, povečajo svoj vpliv na trajnost z vključevanjem zainteresiranih strani?

- a) Zmanjšanje sodelovanja za ohranitev nadzora.
- b) Vključujoče odločanje in partnerstva.
- c) Osredotočanje izključno na donosnost.



4. Vprašanje

Kaj je ključni element, ki prispeva k dolgoročnemu uspehu pri gradnji blagovne znamke z močnim slovesom trajnosti?

- a) Dosledne okoljske prakse.
- b) Zeleno zavajanje in zavajajoče trženje.
- c) Izogibanje transparentnosti z deležniki.





**SDG
NAVIGATOR**



Pridobljene točke in rešitve kviza



Sofinancira
Evropska unija

Pripravila



Rešitve kviza:

1- B

2- C

3- B

4- A



SDG NAVIGATOR

Empowering
changemakers

towards
sustainability



Sofinancira
Evropska unija

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