



ANKIETA

XV RANKING SPÓŁDZIELNI MLECZARSKICH

SFINANSOWANE Z FUNDUSZU PROMOCJI MLEKA

Szanowni Państwo,

To już XV edycja Rankingu Spółdzielni Mleczarskich. Wzorem lat ubiegłych zwracamy się z uprzejmą prośbą o uczestnictwo w prowadzonym przez Polską Izbę Mleka rankingu mleczarni za rok 2021.

Chcielibyśmy poinformować, że indywidualne dane zawarte w ankietach nie zostaną podane do wiadomości publicznej, a jedynie posłużą do przygotowania zbiorczego zestawienia rankingowego. Część rankingu dotycząca wyłonienia „Mistrza Ekspansji” została przygotowana przez Credit Agricole Bank Polska S.A. i Eurofactor Polska S.A., partnerów Rankingu. Ze względu na duży odzew dotyczący kategorii „Przedsiębiorstwo zielonych rozwiązań”, podjęliśmy decyzję o jej kontynuacji. Postanowiliśmy wprowadzić także nową kategorię: „Innowacyjne ekologiczne opakowanie”, która mamy nadzieję spotka się z Państwa zainteresowaniem. Coraz większa grupa przedsiębiorstw związanych z rynkiem mleka intensyfikuje działalność badawczo – rozwojową. Świadomość możliwości budowania przewag poprzez innowacje w ostatnich latach znacząco wzrosła, a dla wielu firm stała się kluczem do dalszego rozwoju.

Aby Państwa zainteresować i zachęcić do uczestnictwa w rankingu prowadzonym Przez Polską Izbę Mleka chcielibyśmy również poinformować, że:

1. Mleczarnie, które wezmą udział we wszystkich kategoriach (wypełnią wszystkie pozycje ankiety) mogą otrzymać tzw. **„Raport indywidualny”**, w którym zaprezentowane zostaną jej wyniki na tle średnich wyników mleczarni biorących udział w rankingu oraz na tle wyników najlepszej mleczarni. Opracowany raport będzie miał charakter indywidualny i będzie adresowany do konkretnej mleczarni (nie będzie udostępniany innym podmiotom). Pozycje rankingowe uczestników rankingu (poza laureatami) nie będą udostępniane do publicznej wiadomości. Informacja o pozycji rankingowej danej mleczarni znajdzie się tylko w jej „Raporcie indywidualnym”.
2. Wszystkich Państwa zapraszamy do udziału w **19. Międzynarodowym Forum Spółdzielczości Mleczarskiej**, które odbędzie się w dniach **7 – 8 września 2022 r.** w Białymstoku, podczas którego zostaną ogłoszone wyniki i wręczone nagrody laureatom XV Rankingu Spółdzielni Mleczarskich. Szczegóły na stronie internetowej: **www.izbamleka.pl**
3. Celem rankingu jest wyłonienie najbardziej dynamicznie rozwijających się podmiotów sektora mleczarskiego oraz laureatów kategorii specjalnych. Zapraszamy do zapoznania się z ankietą i wzięcia udziału w XV Rankingu Spółdzielni Mleczarskich. Bardzo prosimy o odesłanie uzupełnionych ankiet do 20 lipca 2022 roku na adres: **Biuro Polskiej Izby Mleka**, ul. Mickiewicza 7/23, 15-213 Białystok.

Z góry serdecznie dziękujemy

Artur Puławski



METRYCZKA FIRMY

Pełna nazwa firmy	
Liczba oddziałów produkcyjnych na terenie Polski	
Liczba hurtowni i centrów handlowych na terenie kraju	
Liczba przedstawicielstw poza Polską	
Rok powstania firmy	
Adres	
REGON	
Telefon, faks, adres www, adres e-mail	
Telefon kontaktowy do osoby wypełniającej ankietę	

DANE UZUPEŁNIAJĄCE

(proszę wypełnić puste szare pola poniżej)

Pozycja (jednostka miary)	2021	2020	2019
Średnioroczna cena skupu mleka (zł/l)			
Roczna wielkość skupu (tys. litrów)			
Przeciętne zatrudnienie w przeliczeniu na pełne etaty (od początku do końca roku)			
Nakłady inwestycyjne ogółem (tys. zł)			
Przychody netto ze sprzedaży na eksport (tys. zł)			

1. Pozyskiwanie nowych zagranicznych rynków zbytu w 2021 roku (proszę wpisać najistotniejsze państwa)

Lp.	Nazwa kraju
1	
2	
3	
4	
5	



2. Szczególne formy promocji zaadresowane do dzieci i/lub młodzieży w roku 2021

Lp.	Rodzaj formy promocji
1	
2	
3	
4	
5	

3. Wprowadzenie nowych produktów na rynek (polski lub zagraniczny) w 2021 roku (proszę wpisać nowe produkty/grupy asortymentowe)

Lp.	Nowy rodzaj produktu lub grupy asortymentowej
1	
2	
3	
4	
5	

4. Nowoczesne formy promocji i sprzedaży zastosowane w 2021 roku

Lp.	Przykłady zastosowanych nowoczesnych form promocji i sprzedaży
1	
2	
3	
4	
5	

5. Inwestycje mające wpływ na środowisko (proszę wpisać rodzaj inwestycji) w roku 2021

Lp.	Rodzaj inwestycji
1	
2	
3	
4	
5	



KATEGORIA SPECJALNA – LIDER EKSPANSJI

1. Dane ilościowe

Pozycja	2021	2020	2019
Przychody ze sprzedaży ogółem (tys. zł)			
Wynik (zysk/strata) netto (tys. zł)			
Suma aktywów (tys. zł)			
Ogółem nakłady inwestycyjne (tys. zł)			
Przychody netto ze sprzedaży na eksport (tys. zł)			
Przeciętne zatrudnienie w przeliczeniu na pełne etaty (od początku roku do końca okresu sprawozdawczego)			

2. Pozyskanie nowych zagranicznych rynków zbytu w 2021 r.

Proszę wpisać kraj oraz sposób dotarcia na dany rynek. Ze sposobów dotarcia na rynek proszę wybrać:

- a) uczestnictwo w targach i wystawach (podać nazwę)
- b) uczestnictwo w misjach gospodarczych (podać nazwę)
- c) kontakt przez organizację branżową (podać nazwę)
- d) kontakt przez media społecznościowe lub strony www (podać nazwę)
- e) złożenie oferty na publiczne zapytanie ofertowe
- f) sprzedaż przez internetową platformę handlową (podać nazwę)
- g) sprzedaż przez pośrednika - polską lub międzynarodową firmę handlową
- h) kontrahent zagraniczny znalazł nas (w jaki sposób?)
- i) inna forma nawiązania kontaktu i wejścia na rynek - krótko opisać

Lp.	Kraj	Sposób dotarcia na dany rynek
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

3. Wprowadzenie nowych produktów na rynek (polski lub zagraniczny) w 2021 r.

Proszę wpisać nowe produkty/grupy asortymentowe.

Lp	Nowy produkt (grupa produktowa)
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

KATEGORIA SPECJALNA - INNOWACYJNE EKOLOGICZNE OPAKOWANIE

DEDYKOWANE DLA BRANŻY MLECZNEJ, Z OBNIŻONYM ŚLADEM WĘGLOWYM, WDRÓŻONE NA RYNKU POLSKIM

Jak nazywa się proponowane rozwiązanie opakowaniowe?	
W jaki sposób został obniżony ślad węglowy?	
Jakie badania potwierdzają obniżenie śladu węglowego?	
Czy w opakowaniu zostało zmniejszone wykorzystanie surowców nieodnawialnych? Jakich i o ile procent, z jakiego poziomu?	
Jaki jest, w samym opakowaniu bez zakrętki, udział surowców odnawialnych?	
Czy opakowanie jest recyklowalne?	
Czy podobne rozwiązanie zostało wcześniej wdrożone na rynku polskim? Kiedy?	
Czy opakowanie jest dedykowane dla branży mlecznej?	

KATEGORIA – PRZEDSIĘBIORSTWO ZIELONYCH ROZWIĄZAŃ

1. Czy firma posiada certyfikaty potwierdzające jej działania na rzecz ochrony środowiska lub jest w trakcie ich pozyskiwania (podać jakie)?

tak nie

Lp.	Nazwa certyfikatu
1	
2	
3	
4	
5	

2. Czy firma wspiera wśród dostawców produkcję ekologiczną i/lub organiczną (podać w jaki sposób)?

tak nie

Lp.	Rodzaj działań
1	
2	
3	
4	
5	

3. Czy firma prowadzi inwestycje redukujące jej wpływ na zmiany klimatyczne?

tak nie

Lp.	Rodzaj przeprowadzonych inwestycji
1	
2	
3	
4	
5	



4. Czy firma angażuje pracowników w akcje i działania na rzecz ochrony środowiska?

tak nie

Lp.	Rodzaj działań
1	
2	
3	
4	
5	

5. Czy firma prowadzi działania redukujące powstawanie poprodukcyjnych odpadów wysypiskowych oraz emisję gazów cieplarnianych?

tak nie

Lp.	Rodzaj działań
1	
2	
3	
4	
5	

6. Czy firma jest zaangażowana w prace badawczo – rozwojowe mające na celu zmniejszenie jej oddziaływania na środowisko?

tak nie

Lp.	Rodzaj działań badawczo - rozwojowych
1	
2	
3	
4	
5	



7. Czy firma prowadzi kampanie informacyjne wśród pracowników i producentów mleka podnoszące świadomość związaną z ochroną środowiska?

tak nie

Lp.	Rodzaj działań
1	
2	
3	
4	
5	

8. Czy firma posiada zorganizowany system monitorowania wpływu jej działalności na środowisko i/lub emisję gazów cieplarnianych (wpisać monitorowane obszary i działania)?

tak nie

Lp.	Monitorowane obszary
1	
2	
3	
4	
5	



SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU – CSR

A. Znajomość koncepcji CSR – społecznej odpowiedzialności w biznesie

1. Co rozumieją Państwo pod pojęciem biznesu odpowiedzialnego społecznie (CSR)? (można wybrać kilka odpowiedzi)

- prowadzenie działalności zgodnie z normami etycznymi
- prowadzenie firmy zgodnie z zasadami równoważnego rozwoju, tzn. uwzględnianie potrzeb interesariuszy oraz najbliższego otoczenia
- działania na rzecz ochrony środowiska
- działania charytatywne
- sponsoring
- działania na rzecz pracowników
- przestrzeganie funkcjonujących norm prawnych
- budowanie pozytywnego wizerunku
- inne, jakie ?

2. Czy w przedsiębiorstwie realizowane są wskazane obszary CSR? (1 - w niewielkim stopniu, 5 - w bardzo dużym stopniu)

Obszary CSR	1	2	3	4	5
Ład organizacyjny (organizacja pracy w przedsiębiorstwie)					
Relacje z pracownikami					
Relacje z konsumentami					
Uczciwe praktyki rynkowe					
Zaangażowanie społeczne (działanie na rzecz społeczności lokalnych)					
Środowisko naturalne					
Inne, jakie ? <input type="text"/>					



**3. Czy w przedsiębiorstwie zidentyfikowano cele/potrzeby interesariuszy – w jakim zakresie?
(1 - w niewielkim stopniu, 5 - w bardzo dużym stopniu)**

Grupy interesariuszy	1	2	3	4	5
Kadra zarządzająca					
Rolnicy – dostawcy mleka					
Pracownicy					
Społeczność lokalna					
Klienci/konsumenci					
Inne, jakie ?					

**4. Jakie obszary uwzględniane są w podejściu do zrównoważonego rozwoju ?
(1 - w niewielkim stopniu, 5 - w bardzo dużym stopniu)**

Obszar uznany za ważny w podejściu do zrównoważonego rozwoju	1	2	3	4	5
Naturalne składniki w produktach					
Standardy bezpieczeństwa i jakości produktu					
Wysoka jakość produktów nawet dla mniej zamożnych konsumentów					
Etyka w marketingu i reklamie					
Korzystanie z lokalnych dostawców					
Edukacja dostawców mleka					
Transport i logistyka					
Stawianie wysokich wymogów względem jakości mleka od dostawców					
Równe szanse w miejscu pracy – zarządzanie różnorodnością					
Dbanie o środowisko naturalne					
Rozwijanie rolnictwa zrównoważonego					
Inne, jakie ?					



B. Polityka CSR

5. Czy w Państwa firmie istnieje, dająca się zweryfikować strategia społecznej odpowiedzialności?

tak podejmujemy działania na rzecz szeroko rozumianego otoczenia firmy
nie ma opracowanej strategii, ale podejmowane są kroki o charakterze CSR i prospołecznym
nie, nie istnieje w żadnej postaci

6. Czy w firmie jest osoba zajmująca się CSR i jakie stanowisko zajmuje w strukturze organizacyjnej?

jest samodzielne stanowisko ds. CSR
jest, ale osoba ta ma również inne obowiązki
nie, ale kwestiami tymi zajmują się doraźnie inne osoby
nie, nie ma takiej osoby

7. Czy w firmie funkcjonuje kodeks etyki lub równoważny dokument ?

tak
w firmie istnieje program wspierania działań etycznych, jak szkolenia czy warsztaty dotyczące kwestii etycznych
nie

8. Czy firma, określając swoje oczekiwania i wymagania wobec dostawców lub nabywanych surowców, materiałów i usług zwraca uwagę na kwestie odpowiedzialności społecznej ?

firma uczyniła elementy społeczne (przestrzeganie praw człowieka) i środowiskowe (ekologiczne surowce) jednym z kryteriów wyboru dostawcy/oferty
firma umieszcza odpowiednie klauzule etyczne lub środowiskowe w podpisywanych umowach z kontrahentami
nie

9. Czy firma wdrożyła certyfikowany system zarządzania ?

tak, ISO 9001 lub inne związane z jakością zarządzania
tak, ISO 14001 lub inne związane z ochroną środowiska
tak, ISO 18001 lub inne związane z bezpieczeństwem i higieną pracy
inne certyfikaty, jakie ?

nie



C. Społeczeństwo

10. Czy firma podejmowała w ostatnich latach działania na rzecz społeczności lokalnej ?

tak, działania sponsoringowe, jakie ?

tak, działania charytatywne, jakie ?

inne działania na rzecz społeczności lokalnej, jakie ?

nie

D. Środowisko

11. Czy firma zidentyfikowała i udokumentowała istotne obszary wpływu na środowisko naturalne ?

tak, analizujemy wpływ na środowisko w szerokim ujęciu: wpływ dostawców, kontrahentów, recykling zużytych produktów itd.

tak, ale ograniczamy analizę na nasz bezpośredni wpływ na otoczenie

nie

12. Czy firma w trakcie ostatnich lat podjęła działania mające na celu ograniczenie materiałów, paliw i wody ?

tak, monitorujemy i dokumentujemy poziom ich zużycia oraz mierzymy efekty działania

tak, ale w ograniczonym zakresie, np. edukujemy pracowników, zachęcamy do oszczędzania

nie

13. Czy firma opracowała i stosuje politykę środowiskową w kierunku zarządzania środowiskiem naturalnym ?

tak, ale odnosi się do wrażliwości pro środowiskowej, np. uwrażliwienie społeczności lokalnej czy prawników na ochronę środowiska

tak, ale towarzyszą jej udokumentowane i mierzalne cele, które są regularnie monitorowane

nie



E. Pracownicy

14. Czy firma opracowała i stosuje politykę personalną (udokumentowaną), tj. zasady, którymi kieruje się wobec pracowników ?

tak, towarzyszą jej udokumentowane i mierzalne cele, które są monitorowane

tak, ale nie towarzyszą jej udokumentowane cele, które są monitorowane,

nie

15. Co firma oferuje swoim pracownikom ?

dodatkową opiekę medyczną dla wszystkich pracowników

dodatkową opiekę medyczną, ale wyłącznie dla kadry menedżerskiej

pracowniczy program emerytalny

elastyczne formy zatrudnienia (praca w domu, przez Internet, ruchome godziny)

częściową lub pełną refundację kosztów nauki na studiach wyższych, podyplomowych, kursach doskonalących umiejętności zawodowe itp.

częściową lub pełną refundację kosztów nauki języków obcych

inne, jakie ?

16. Czy pracownicy podlegają regularnym ocenom pracy ?

tak, wyniki oceny to element planowania dalszego rozwoju osobistego czy udziału w szkoleniach

tak, ale oceny nie są powiązane z planowaniem rozwoju osobistego

nie

17. Czy firma prowadzi badania satysfakcji pracowników ?

tak, są to badania cykliczne

tak, ale nie są to badania cykliczne

nie

18. Czy w firmie funkcjonują związki zawodowe ?

tak

nie



F. Rynek

19. Czy firma prowadzi politykę, procedury lub system zarządzania w zakresie rozpatrywania reklamacji, skarg i wniosków ?

tak

nie

20. Czy procesowi projektowania nowego produktu lub usługi towarzyszy udokumentowana ocena mająca zapewnić szeroko pojęte bezpieczeństwo użytkownika i/lub środowiska naturalnego ?

tak

nie

21. Czy dostrzega Pan/i zależność pomiędzy wynikami finansowymi firmy a wdrożonymi zasadami CSR, np. oszczędność energii a mniejsze wydatki lub poprawa wizerunku oraz zaufania klientów a większa sprzedaż ?

tak, jakie ?

nie

nie mam zdania

22. Czy dostrzega Pan/i zależność pomiędzy wizerunkiem firmy a wdrożonymi zasadami CSR, np. oszczędność energii a mniejsze wydatki lub poprawa wizerunku oraz zaufania klientów a większa sprzedaż ?

tak, szacunek i zaufanie u interesariuszy

tak, informacje o swoich działaniach CSR obserwuję w mediach

tak, otrzymuje wyróżnienia i nagrody dla firmy

tak, posiadanie certyfikatów, co wpływa na poprawę wizerunku na rynku

inne, jakie ?

nie



KATEGORIA – DZIAŁALNOŚĆ BADAWCZO-ROZWOJOWA

1. Czy przedsiębiorstwo prowadzi działalność badawczo - rozwojową (podać jakiego rodzaju)?

tak nie

Lp.	Rodzaj działań
1	
2	
3	
4	
5	

2. Czy firma odnosi wymierne korzyści finansowe w wyniku prowadzonej działalności badawczo rozwojowej (podać jakie)?

tak nie

Lp.	Korzyści
1	
2	
3	
4	
5	

3. Czy firma prowadzi inwestycje wynikające z prowadzonej działalności badawczo - rozwojowej?

tak nie

Lp.	Obszar objęty działalnością inwestycyjną
1	
2	
3	
4	
5	

4. Czy w strukturze przedsiębiorstwa występuje wyodrębniona jednostka / dział, której zadaniem jest działalność badawczo - rozwojowa?

tak, dział badań i rozwoju stanowi odrębną jednostkę w strukturze organizacyjnej przedsiębiorstwa

tak, są osoby wyznaczone do prowadzenia działalności badawczo – rozwojowej, ale osoby te mają również inne obowiązki

nie, ale kwestiami tymi zajmują się doraźnie inne osoby

nie, nie ma takiej osoby

5. Czy przedsiębiorstwo uzyskiwało granty / dotacje na prowadzenie działalności badawczo - rozwojowej (podać jakie)?

tak

nie

Lp.	Źródło i rodzaj finansowania
1	
2	
3	
4	
5	

6. Czy firma jest zaangażowana w długoterminowe projekty w obszarze działalności badawczo – rozwojowej? (proszę podać jak długo trwają prowadzone projekty)

do roku

od roku do trzech lat

od trzech do pięciu lat

powyżej pięciu lat

7. Czy firma angażuje w działalność badawczo – rozwojową zewnętrzne jednostki naukowe, jak Uniwersytety, Instytuty (podać jakie)?

tak nie

Lp.	Nazwa jednostki naukowej
1	
2	
3	
4	
5	

8. Czy firma dokonała wdrożenia produktów będących efektem prac badawczo rozwojowych (wpisać rodzaj działań i opisać produkt)?

tak nie

Lp.	Działanie oraz opis produktu
1	
2	
3	
4	
5	



Polska Izba Mleka
ul. Mickiewicza 7/23
15 - 213 Białystok
Tel.: (85) 674 73 29
e-mail: izba@izbamleka.pl
www.izbamleka.pl

XV Ranking Spółdzielni Mleczarskich 2022

Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka