



ANKIETA

XVI RANKING SPÓŁDZIELNI MLECZARSKICH

SFINANSOWANE Z FUNDUSZU PROMOCJI MLEKA

Szanowni Państwo,

To już XVI edycja **Rankingu Spółdzielni Mleczarskich**. Wzorem lat ubiegłych zachęcamy do uczestnictwa w prowadzonym przez Polską Izbę Mleka Rankingu za rok 2022.

W tym roku nagrodzimy najlepszych w kategoriach: Małe, Średnie i Duże Spółdzielnie, Społeczna Odpowiedzialność Biznesu (CSR), Działalność Badawczo-Rozwojowa. Ta ostatnia kategoria nabrała w ostatnim czasie dużego znaczenia ze względu na trwający w branży kryzys. Nakłady przedsiębiorstw mleczarskich na prace badawcze i rozwojowe wzrosły ponad nasze oczekiwania. Przyznamy także nagrodę dla czołowego Przedsiębiorstwa Zielonych Rozwiązań. Kategorię rozszerzyliśmy o aspekt zrównoważonej produkcji i przetwórstwa mleka. Ponadto wyłonimy Lidera Ekspansji – to specjalna kategoria stworzona dla spółdzielni mleczarskich, które w ostatnim roku powiększyły swoje obszary działania w zakresie produkcji, sprzedaży czy przetwórstwa.

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

1. Każda mleczarnia uczestnicząca w Rankingu ma możliwość otrzymania tzw. „Raportu indywidualnego”, 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”. Indywidualne dane zawarte w ankietach nie zostaną podane do wiadomości publicznej, a jedynie posłużą do sporządzenia zbiorczego zestawienia rankingowego.
2. Ogłosimy wyniki i wręczymy nagrody Laureatom podczas uroczystej Gali w dn. 21 września 2023 roku w Operze i Filharmonii Podlaskiej w Białymstoku przy okazji 20. jubileuszowego Międzynarodowego Forum Spółdzielczości Mleczarskiej, które odbędzie się w dniach 20–21 września 2023 roku w Białymstoku.
3. Celem Rankingu jest wyłonienie najbardziej dynamicznie rozwijających się podmiotów sektora mleczarskiego. Zapraszamy do zapoznania się z ankietą i wzięcia udziału w XVI Rankingu Spółdzielni Mleczarskich. Bardzo prosimy o odesłanie uzupełnionych ankiet **do 20 lipca 2023 roku** na adres: izba@izbamleka.pl

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)	2022	2021	2020
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 2022 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 2022

Lp.	Rodzaj formy promocji
1	
2	
3	
4	
5	

3. Wprowadzenie nowych produktów na rynek (polski lub zagraniczny) w 2022 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 2022 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 2022

Lp.	Rodzaj inwestycji
1	
2	
3	
4	
5	



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	

9. Czy przedsiębiorstwo posiada w swojej strukturze dział zajmujący się monitorowaniem i wdrażaniem praktyk związanych ze zrównoważonym rozwojem (wpisać główne z monitorowanych wskaźników)?

tak nie

Lp.	Monitorowane obszary
1	
2	
3	
4	
5	

10. Czy przedsiębiorstwo wspiera swoich dostawców we wprowadzaniu praktyk związanych ze zrównoważoną produkcją mleka oraz stosuje systemy zachęt do ich stosowania (wpisać jakie)?

tak nie

Lp.	Rodzaj działań
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



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	



KATEGORIA SPECJALNA – LIDER EKSPANSJI

1. Pozyskanie nowych zagranicznych rynków zbytu w 2022 r.

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

- uczestnictwo w targach i wystawach (podać nazwę)
- uczestnictwo w misjach gospodarczych (podać nazwę)
- kontakt przez organizację branżową (podać nazwę)
- kontakt przez media społecznościowe lub strony www (podać nazwę)
- złożenie oferty na publiczne zapytanie ofertowe
- sprzedaż przez internetową platformę handlową (podać nazwę)
- sprzedaż przez pośrednika - polską lub międzynarodową firmę handlową
- kontrahent zagraniczny znalazł nas (w jaki sposób?)
- 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		

2. Wprowadzenie nowych produktów na rynek (polski lub zagraniczny) w 2022 r.

Proszę wpisać nowe produkty/grupy asortymentowe.

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

Firmy biorące udział w kategorii specjalnej „**Lider Ekspansji**” udostępniają Partnerowi Rankingu Spółdzielni Mleczarskich dane wymagane w „**Metryczce firmy**” (wszystkie punkty ankiety).



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



XVI Ranking Spółdzielni Mleczarskich 2023

Sfinansowane z Funduszu Promocji Mleka