



Együttműködő partner:



A fenntartható fejlődés eléréséhez szükséges európai kompetenciák fejlesztése  
Development of European competencies for Sustainability

## **Fenntarthatósági állapotfelmérés (FÁF)**

(offline verzió)

## Impresszum

### Szerkesztő:

Trifolium – Beratungsgesellschaft mbH  
Hanauer Str. 10  
D-61169 Friedberg, Németország

### Szerzők:

Thomas Merten, Udo Westermann, Holger Rohn, Carolin Baedeker, Axel Kölle

### Fordító:

Csongrád Megyei Kereskedelmi és Iparkamara

### Állapot:

2008. augusztus

Az Eukona Leonardo da Vinci projekt az Észak-Rajna-Westfáliai Közoktatási és Továbbképzési Minisztérium (MSW) vezetésével valósul meg. A projektet az Európai Bizottság támogatja.

### Kapcsolattartó:

Holger Rohn  
Trifolium – Beratungsgesellschaft mbH  
Hanauer Str. 10  
D-61169 Friedberg, Németország  
[www.nachhaltigkeit.de](http://www.nachhaltigkeit.de)

Dr. Tráserné Oláh Zsuzsanna  
Csongrád Megyei Kereskedelmi és Iparkamara  
6721 Szeged  
Párizsi krt. 8-12  
[www.csmkik.hu](http://www.csmkik.hu)

Phone: +49 - (0) 6031 - 68754 - 64/-63

Tel.: +36 62 486-987

Fax: +49 - (0) 6031 - 68754 – 68

Fax: +36 62 426-149

[holger.rohn@trifolium.org](mailto:holger.rohn@trifolium.org)

[traserne@csmkik.hu](mailto:traserne@csmkik.hu)

A Fenntarthatósági Állapotfelmérés on-line felmérésként elérhető vagy letölthető különböző nyelveken a [www.csr-food.com](http://www.csr-food.com) honlapról.

## FÁF – Fenntarthatósági állapotfelmérés

### Cél

A fenntarthatósági állapotfelmérés (FÁF) lehetővé teszi, hogy 20 perc alatt felmérje vállalkozásának helyzetét a fenntartható gazdaságra vonatkozóan. A FÁF olyan online önértékelési eszköz, amelyet a cégvezetés valamint a cég ügyvezetői, képviselői és alkalmazottai egyaránt sikerrel alkalmazhatnak. A Fenntarthatósági állapotfelmérés kitöltése ingyenes.

### Felhasználhatóság

A fenntarthatósági állapotfelmérés a vállalkozása jövőbeli igényeinek meghatározására szolgáló iránymutatás. Válaszait egy szakértői rendszer elemzi és értékeli. A vállalkozását hét különböző, az üzleti tevékenységgel kapcsolatos területen mérheti fel. A vállalkozása jelenlegi helyzetét hét eltérő területen megjelenítő felmérő értékelés eredményeként a cége a vállalkozás erősségeit és a változtatás lehetőségeit feltáró összegző leírást kap. Ezzel egy időben a fenntarthatósági állapotfelmérés átfogó, előre megfogalmazott válaszlehetőségei javaslatokat adnak a vállalkozása továbbfejlesztésének lehetséges kiindulópontjaira.

Így a FÁF azon túl, hogy segíti a felmérést, összegyűjti azokat a tématerületeket is, amelyek a vállalkozásának további fejlesztéséhez kiindulópontként szolgálhatnak.

### Eljárásmód, végrehajtás, eredmény, további felhasználás

A hét tématerületen belül három kérdésre kell megadnia a választ, kérdésenként négy válaszlehetőségből választva. A megjelölt válasz átültethető egy olyan pontrendszerbe (0-1-3-5), amely megadja a végső ponteredményt. Miután bejelölte a megfelelő választ, minden területen adja össze a pontszámát, és oldalanként írja be az összpontszámot az értékelő lap alján található mezőbe. Az értékelő lap végén talál egy hét tengelyt mutató ábrát. Minden tengely egy-egy tématerületet ábrázol, ahová bejelölheti a ponteredményeket, ezután a pontokat összekötve egy radardiagramot kap, amely szemléletesen illusztrálja vállalkozásának a jelenlegi állapotát a fenntartható tevékenységet illetően. Ez az elemzés és felmérés kiindulása lehet egy elmélyültebb vizsgálatnak és fejlesztő tevékenységnek.

### Online felmérés

A Fenntarthatósági állapotfelmérés on-line módon is kitölthető a [www.csr-food.com](http://www.csr-food.com) honlapon, amely egy fenntartható élelmiszeriparról szóló információs portál.

## 1. Termékek, szolgáltatások és fogyasztóorientáltság

A termékeknek és szolgáltatásoknak nemcsak a fogyasztói igényeket kellene kielégíteniük, hanem a vállalkozás számára hasznot is kellene hozniuk az értékesítésen keresztül.

A fenntartható termékek és szolgáltatások nemcsak a társadalmi hasznossághoz kapcsolódnak, hanem kielégítik számos érintett igényét is.

Az élelmiszerbiztonságra és az egészséges termékekre fordított kiemelt figyelem az élelmiszerszektorban különösen fontos ahhoz, hogy egy vállalkozás piacvezető szerepet töltsön be, mindig a jövőre tekintve.

### 1.1 Hogyan találkoznak a vevői igények és a fogyasztási trendek a termék és/vagy szolgáltatás fejlesztésében?

A vevői igények és a fogyasztási trendek alig ismertek.....	0
A vevői igényeket és a fogyasztási trendeket mostanáig nem rendszerezett módon jegyezték fel.....	1
A vevői igények és a fogyasztási trendek rendszerezett módon rögzítettek és figyelembe veszik őket (piacelemzés).....	3
A vevőket és a fogyasztókat bevonják a termék és szolgáltatás fejlesztésébe (elemzés és a felmérések eredményeinek használata).....	5

### 1.2 Milyen mértékben orientálják Önök a termékeiket és szolgáltatásaikat a társadalmi és/vagy környezeti kritériumok irányába?

A termékeink és szolgáltatásaink fejlesztése nem felel meg a társadalmi és környezeti kritériumoknak.....	0
Megpróbáljuk optimalizálni a termékcsomagolást és az energiafogyasztást a termék előállítás során. Más kritériumokat esetlegesen veszünk figyelembe.....	1
A cégfilozófia részét alkotja, hogy a társadalmi és környezeti kritériumokat a termelésbe és a termék/szolgáltatás fejlesztésébe beintegráljuk.....	3
Rendszeresen elemezzük a számunkra releváns társadalmi és környezeti kritériumokat (például: munkavállalási feltételek a származás szerinti országban, erőforrások felhasználása, stb.), és a termék valamint a szolgáltatás fejlesztése során ezeket a tényezőket folyamatosan beillesztjük.....	5

### 1.3 Az Önök vállalata illetve az Önök vevői a végfelhasználókat célzó termékeket (élelmiszereket) hogyan pozícionálják a piacon?

Megpróbálunk azáltal versenyezni más termékekkel, hogy utánozzuk azokat, illetve dömpinggel.....	0
Azon fáradozunk, hogy termékünk a piacvezető márkák közé kerüljön.....	1
A termékskálánk nagy részben megfelel a vezető minőségi márkáknak.....	3
A mi termékskálánk kizárólag vezető minőségű márkákból áll, a piaci szegmensünkön belül egyedi előnyökkel rendelkezünk (USP).....	5



## 2. Termék és szállítás

A termékek előállításának és szállításának közvetlen hatása van a fő követelményekre, beleértve a környezetvédelmet, a költségcsökkentést és a minőségbiztosítást (QA). Az energia és az erőforrások hatékonyságának fejlesztése, a károsanyag-kibocsátás kezelése és a szállítmányozás optimalizálása különös fontosságú a költségtakarékosság szempontjából. A biztonsági folyamatok a hibátlan termék előállítását célozzák meg.

### 2.1 Milyen típusú intézkedéseket tesznek az energiafelhasználás és a szállítás hatékonyságának növelésére?

Semmilyet.....	0
Az alkalmazottak által előterjesztett ötleteket teszteljük, és ami megfelelő, azt alkalmazzuk...	1
Módszeresen elemezzük az energaintenzív területeket és a logisztikát (szállítási útvonalak, szállítási módszerek hatékonysága, stb.); az elemzés részét képezik az alkalmazotti javaslatok; az intézkedések végrehajtása még nem hatékony.....	3
Minden releváns terület rendszeres és módszeres elemzése; az intézkedések következetes végrehajtása annak érdekében, hogy növekedjék a hatékonyság (pl. energia és szállítmányozás menedzsment, kooperáció külső szervezetekkel/szakértőkkel).....	5

### 2.2. Az Ön vállalkozásában ismernek-e minden alapvető anyagot és anyagfeldolgozást, és helyesen kezelik-e azokat (alapanyagok, veszélyes anyagok, hulladékok, szennyvíz, levegőszennyezés)?

A hulladékokat, a szennyvizet, a levegőszennyezést a törvényi szabályozásnak megfelelően kezeljük; speciális környezeti hatás nem ismert.....	0
Dolgozunk a hulladékok, szennyvíz, levegőszennyezés mérséklésén, csakúgy mint az alapanyag és vízfelhasználás csökkentésén; speciális környezeti hatás csak részben ismert.....	1
Az anyagokat illetve az anyagfeldolgozást ismerjük és körültekintően kezeljük, mivel tudatában vagyunk a környezeti hatásoknak; szükség szerint optimalizáljuk a folyamatokat.....	3
Az anyagokat és az anyagfeldolgozást átfogóan kezeljük; a környezeti hatásokat többnyire figyelembe vesszük; kooperálunk külső szervezetekkel/egyénekekkel.....	5

### 2.3. Hogyan biztosítja a termelés minőségi és biztonsági feltételeit?

A fentről lefelé irányuló minőségellenőrzésen keresztül, amely kiválogatja a hibás termékeket.....	0
Minőségbiztosításon keresztül, termelésbe integrálva.....	1
Mindezekon túl minden szektor/egység és alkalmazott közötti intenzív együttműködéssel.....	3
Javarészt a beszállítókkal, a csomagolásgyártókkal és a logisztikusokkal való intenzív együttműködéssel.....	5



### 3. Humán erőforrás

Az alkalmazottak alapvető részei a vállalkozásnak. A munkafolyamatok, a termékek és a szolgáltatások minősége jórészt az alkalmazottak beilleszkedésétől, motivációjától függ és attól, hogy hogyan látják szerepüket a vállalkozáson belül. Az alkalmazottaknak megfelelően képzetteknek kell lenniük ahhoz, hogy speciálisan tudják alkalmazni képességeiket és lehetőségeiket.

#### 3.1 Milyen lehetőséget ajánl föl az alkalmazottjainak munkaidejük megtervezésére, a motivációjuk, rugalmasságuk és képzettségük növelése érdekében?

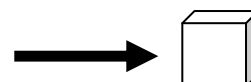
Semmilyen.....	0
Bizonyos mértékben részmunkaidős foglalkoztatás/ csapatmunka.....	1
Csapatmunka, munkaidő-beszámítás illetve rugalmas munkaidő, a munkakör kiterjesztése és a munkakör váltakozása, széles körű jogok, amelyeket az alkalmazottakkal együtt határozzunk meg a jogi szabályozáson felül.....	3
Teljes körű csapatmunka alapvető rugalmassággal, valamint az alkalmazottak és a vezetőik önálló meghatározása alapján.....	5

#### 3.2 Hogyan méri és értékeli az alkalmazottak munkájának eredményességét, és hogyan határozzák meg a potenciális munkateljesítményüket valamint az irántuk támasztott követelményeket?

Nem vállalkozunk ilyen mérésre; a fizetés a munkakörhöz kapcsolódik (fix fizetés).....	0
Mérjük az alkalmazottak munkaeredményeit, ez az ellenőrzés módja, nem vizsgáljuk a követelményeket és a potenciális munkateljesítményüket.....	1
A szakmai és társadalmi kompetenciák hatékonyságát rendszeresen és szabályozottan értékeli; a fizetés megállapodáson alapul a mérési eredmények szerint.....	3
Ezekon felül, az alkalmazottakkal rendszeres találkozókat tartunk, ahol felmérjük az alkalmazottak potenciális munkateljesítményét és meghatározzuk a követelményeket.....	5

#### 3.3 Hogyan történik az alkalmazottak képzési és fejlesztési tervének meghatározása a vállalkozásában?

Figyelmünk a tényleges helyzetre koncentrál, amennyiben hiány van valamely képesítésben, akkor arra reagálunk.....	0
Megfelelő tervünk van a konkrét képesítési követelmények figyelembevételére, de ezt csak részben alkalmazzuk.....	1
A terveink a képesítési szükségletek elemzésén alapulnak, ebbe a folyamatba aktívan bevonjuk az alkalmazottakat és vezetőiket; ezeket a terveket módszeresen megvalósítjuk....	3
A terveinket úgy fejlesztjük és valósítjuk meg, hogy az alkalmazottak a vállalkozás jövőbeli szükségleteit képesek legyenek kielégíteni.....	5



#### 4. A vállalkozás felépítése

A vállalkozás struktúrája szabályozza a munkafolyamatokat és a felelősségi rendszert. A meghatározott tevékenységek és eljárások lehetővé teszik a hatékony munkafolyamatokat. A vállalkozás vezetői egyaránt felelősek az optimális és stabil folyamatokért, a bevont személyek vezetéséért és integrálásáért. Az érintett szereplők közötti kommunikációnak kiemelkedő szerepe van.

##### 4.1 Vállalkozásában mennyire világosan szervezett és strukturált a munkafolyamatok irányítása (workflow management)?

Nincsenek vagy csak kevés az előírás az eljárások irányelveire és utasítására vonatkozóan; a munkafolyamat irányításának nincsenek további dokumentumai.....	0
A fontosabb munkafolyamatoknak írásbeli előírásai vannak az eljárások irányelveire és utasítására, amelyeket azonban rendszeresen nem frissítenek.....	1
A munkafolyamatoknak vannak előírásai az eljárások irányelveire és utasítására; ezek érvényessége és megfelelősége rendszeresen tesztelt; az alkalmazottak és vezetők teljesen integráltak.....	3
Az üzleti folyamatok, amelyeket az alkalmazottak és a vezetők bevonásával fejlesztettek ki világosan definiáltak; ezek érvényessége és megfelelősége rendszeresen auditált; a munkafolyamatok jól dokumentáltak és mindenki számára elérhetőek.....	5

##### 4.2 Hogyan szervezik a kommunikációs folyamatokat a vállalkozásában?

A kommunikáció az igazgatóság, az ügyvezetők és az alkalmazottak között főntről lefelé és nem rendszerezett módon történik.....	0
Az alkalmazottak rendszeresen kapnak információt a fontos kérdésekről; további információk plakátokon/hirdetményeken és a képviselőiken keresztül jutnak el hozzájuk.....	1
A belső kommunikációs folyamatok világosan meghatározottak, és azokat az alkalmazottak és képviselőik a gyakorlatban jól alkalmazzák.....	3
A belső kommunikációt szabályozottan és átfogóan, oda-vissza irányba folytatják; az információátadás folyamata aktív folyamat; a kommunikációs eszköz értékelése az alkalmazottak és képviselőik részvételével történik.....	5

##### 4.3. Milyen módon irányítják a feladatokat a vezetők az Ön vállalkozásában?

A vezetők nem elérhetőek az alkalmazottaknak; a vezetés az eljárási utasítások követésével történik.....	0
A kijelölt időpontokban és a találkozókban a vezetés elérhető; az új alkalmazottak a próbaidő alatt utasításokat kapnak.....	1
A vezetők minden alkalmazott számára rövid időn belül elérhetőek; az alkalmazottak részt vesznek az éves összejöveteleken.....	3
Ezen felül a vezetők visszajelzést kapnak az alkalmazottaktól, és rendszeresen részt vesznek a megfelelő tréningeken.....	5



## 5. Együttműködés és innováció

A párbeszéd, a tapasztalatcsere, a cégek közötti illetve a hatóságokkal és intézményekkel való jó kapcsolattartás meghatározó előfeltétele a hatékony gazdasági teljesítménynek. Éppen ezért az együttműködés döntő fontosságú helyi és versenyelőnyöket eredményezhet a manapság meglehetősen összetett rendszerekben.

### 5.1 Vállalkozása együttműködik-e a beszállítókkal és a fogyasztókkal?

Érdekeltek vagyunk a jó üzleti kapcsolatokban.....	0
Azon fáradozunk, hogy fejlesszük az együttműködést a partnereinkkel a hozzáadott érték láncban.....	1
Tagjai illetve alapítói vagyunk olyan innovációs partnerkapcsolatoknak, amelyek a jövőben innovatív termékeket tudnak majd kifejleszteni és a piacra bevezetni (termék és piac know-how stb.).....	3
Ezen felül az együttműködéseinket úgy valósítjuk meg, hogy azok a gazdasági, társadalmi és környezeti követelmények továbbfejlesztését szolgálják (pl. a szállítmányozás hatékonyságának optimalizálása, erőforrások felhasználásnak hatékonyabbá tétele, egyesített képzési rendszer, stb.).....	5

### 5.2 Milyen szerepet játszik a kutatás, a fejlesztés és az innováció az Ön vállalkozásában?

Semmiyet. Az innovációs fejlesztés véletlenszerű; nincs együttműködés.....	0
Nem fontos terület, csak a vezetésen múlik; ez idáig csak néha működtünk együtt kutató intézményekkel.....	1
Saját alkalmazottaink vannak a kutatás, a fejlesztés és az innováció területén meghatározott költségvetéssel; azon vagyunk, hogy bevezessünk megfelelő K+F együttműködéseket.....	3
A K+F és az innováció témakörével a teljes vállalkozás foglalkozik; rendszeresen és intenzíven együttműködünk megfelelő szervezetekkel/intézményekkel (részvétel szakértői csoportok munkájában, projektekben az innováció meghatározására és fejlesztésére, stb.)....	5

### 5.3 Ismeri-e a vállalkozása szempontjából fontos aktuális támogatási programokat nyújtó (helyi, nemzeti, EU) szervezeteket és kulcsszemélyeket?

Ezen e területen információhiányban szenvedünk.....	0
Általános, nem részletes áttekintésünk van erről a területről.....	1
Jól informáltak vagyunk, tudjuk, hogy kihez fordulhatunk, ha szükséges.....	3
Részletes és rendszeresen frissített információink vannak a releváns támogatási programokról; kapcsolatot építettünk ki a szervezetekkel és kontaktszemélyekkel.....	5





## 6. Marketing és PR

A cégeknek szükségük van stratégiákra és támogatási eszközökre annak érdekében, hogy elhelyezzék termékeiket és szolgáltatásaikat a piacon, de azért is, hogy teljes körűen informálják a vásárlókat és a társadalmat. A gyakornokok és az alkalmazottak által támasztott kihívásoknak köszönhetően, különösen az élelmiszer ágazat kényszerül imázsának javítására. Ebben az összefüggésben az átfogó és célorientált PR elkerülhetetlen.

### 6.1 Milyen a helye a marketingnek az Ön vállalkozásában?

A marketing tevékenység nem rendszerezett és nem szabályozott.....	0
Az új termékek és szolgáltatások bevezetéséhez intenzív marketing tevékenység kapcsolódik; a középpontban főleg az árpolitika áll.....	1
Teljes körű marketingtevékenységet végzünk; a termék és szolgáltatás marketing információt szolgáltat a környezeti, az egészségügyi aspektusokról is.....	3
A marketing a vállalkozás stratégiájába integrált; kihangsúlyozzuk a termék alapanyagainak minőségét, a vásárlói szükségleteket és a speciális érintettek követelményeit.....	5

### 6.2 Mennyire fontosak a minősítések az Ön vállalkozásában (minőségi és környezeti címke, minőségjelölés, stb.)

Nem fontosak a minősítések.....	0
Használjuk a minősítéseket főleg a vállalkozás hírnevének növelésére valamint a termékeink és a szolgáltatásaink eladásának ösztönzésére.....	1
Saját címkét alkalmazunk a termelési folyamataink, a termékeink valamint a szolgáltatásaink megbízhatóságának és minőségének garantálására.....	3
Hivatalos, független címkéken keresztül garantáljuk a termékeink és szolgáltatásaink eredetét, minőségét és az élelmiszerbiztonságot.....	5

### 6.3 Hogyan folytatja a PR tevékenységét, hogyan járul hozzá az imázsépítéshez az alábbi területeken: a vállalkozás imázsa, a munkahelyek, a képzések és a szakképzés valamint az élelmiszer szektor?

Nincs aktív PR tevékenységünk és imázsépítésünk.....	0
Elszórta, publikálunk információkat a vállalkozásunkról és termékeinkről; rendszeresen információt adunk a munka és képzési lehetőségeinkről.....	1
Szoros kapcsolatban állunk a (szektor-specifikus) médiával; bemutatjuk a munka és képzési lehetőségeinket iskolai eseményeken és tréningeken.....	3
Aktív és rendszeres PR tevékenységünk van, aktívan együtt dolgozunk az ágazati szervezetekkel, az iskolákkal és az érdekelt felekkel stb.; részt veszünk a képzési szervezetekben.....	5



## 7. Pénzügyek és stratégiák

A vállalkozásoknak szükségük van jövőképre ahhoz, hogy informálják az alkalmazottaikat, az ügyvezetőket, a fogyasztókat és a társadalmat a teljes üzleti tevékenységükről. A jövőkép elvezet a hosszú távú stratégiákhoz. A stratégiák alapvetőek ahhoz, hogy a rövid távú tevékenységek a magas szintű célokhoz kapcsolódjanak. A célok meghatározzák, hogy mi az, ami elérhető. Az élelmiszeripari cégeknek szükségük van hatékony kockázat- és válságmenedzsmentre azért, hogy megvédjék és fenntartsák a vállalkozást hosszú távon.

### 7.1 Vállalkozásának van-e jövőképe, ebből következő stratégiája és világos szervezeti céljai?

Nincs, említésre méltó nincs.....	0
A jövőkép, a stratégia és a célok hozzáférhetőek; az alkalmazottak nem megfelelően tudják a tartalmát.....	1
A jövőkép, a stratégia és a célok írásos formában elérhetőek és rendszeresen frissítettek; az alkalmazottakat bevonjuk a folyamatba.....	3
Ezen felül az érintettek igényeit rendszeresen és teljes körűen elemezzük és figyelembe vesszük a jövőkép, a stratégia és a célok megfogalmazásakor; a nemek közti esélyegyenlőséget figyelembe vesszük.....	5

### 7.2 Vállalkozása hogyan foglalkozik a “élelmiszerbiztonság” kérdésével?

Megvizsgáljuk a jogi szabályozást; kockázat- és válságmenedzsment nem létezik.....	0
Intenzív kapcsolatban vagyunk a szervezetekkel annak érdekében, hogy meghatározzuk a lehetséges kockázati tényezőket a korai fázisban; kockázat- és válságmenedzsment nem létezik.....	1
Rendszeresen alávetjük magunkat a kockázatelemzésnek és az aktuális kockázatértékelésnek; léteznek eljárási utasítások a kockázatos és válság helyzetekre.....	3
Ezen felül a beszállítóink figyelembe veszik a biztonsági követelményeinket, az alkalmazottakat aktívan bevonjuk a rendszerbe.....	5

### 7.3 Mit tesz a vállalkozása, hogy elérje a fenntartható gazdasági teljesítményt rövid illetve hosszú távon?

Az eladás és a profit növelése az alapvető rövid távú cél.....	0
A rövid távú jövőkép kiegészül hosszú távúval, ezt nem követik kielégítően a napi üzletmenetben.....	1
A befektetési döntéseknek támogatniuk kell a fenntartható gazdasági teljesítményt; ezért talán még a rövid távú profitról is lemondunk az alkalmazottak, a társadalom és a vevők érdekében.....	3
A hosszú távú profit van előtérben; mellette a gazdasági aspektusok, környezeti és társadalmi szempontok is fő szerepet játszanak.....	5



## Ponteredmény

Kérem töltsse ki a 7 téma területen megszerzett pontokat a vonatkozó tengelyeken. A pontokat összekötve egy radardiagramot kap, amely szemléletesen illusztrálja vállalkozásának a jelenlegi állapotát a fenntartható tevékenységet illetően.

Tématerület	Elért pontszám	Maximálisan elérhető pontszám
1. Termék és fogyasztóorientáltság		15
2. Termelés és szállítás		15
3. Humán erőforrás		15
4. A vállalkozás felépítése		15
5. Kooperáció és innováció		15
6. Marketing és PR		15
7. Pénzügyek és stratégiák		15
<b>Összesen</b>		<b>105</b>

