



in co-operation with



Eurooppalainen Tietotaito Kestävässä
Kehityksessä

Alkukartoitus (ISC)
(offline-versio)

Paino

Toimitus:

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

Tekijät:

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

Sovellus:

Trifolium – Beratungsgesellschaft mbH

Suomenkielinen käännös ja sovellus:

Koulutuskeskus Salpaus/ Paul Carroll, Anu Harlin

Painos:

Elokuu 2008

Leonardo da Vinci-hanke eukona / eurosustain on toteutettu North Rhine-Westphalian opetusministeriön johdolla. Hanke on rahoitettu Euroopan komission tuella.

Yhteystiedot:

Holger Rohn
Trifolium – Beratungsgesellschaft mbH
Hanauer Str. 10
D-61169 Friedberg
www.nachhaltigkeit.de

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

Faksi: +49 - (0) 6031 - 68754 – 68

holger.rohn@trifolium.org

Tämä alkukartoitus on saatavissa sähköisessä muodossa ja ladattavissa eri kieliversiona netti-portaallista:

www.csr-food.com

ISC – Alkukartoitus

Tarkoitus

Initial Sustainability Check (*Alustava kestävyys -tarkastus* kirjaimellisesti) -ISC kertoo organisaatioiden yhteiskuntavastuusta ja taloudellisen kestävä kehityksen tilanteesta. ISC toimii itsearviointityökaluna, joka on tarkoitettu sekä johdon että eri asemissa olevien työntekijöiden käyttöön. Kartoitus kestää n. 20 min. ja on yritykselle maksuton.

Käytettävyys

ISC on suuntaa antava kartoitus, jonka kautta voidaan pohtia organisaatioiden tulevaisuuden kehittämistarpeita. Vastaukset analysoidaan ja arvioidaan asiantuntijan toimesta. Tarkoituksena on arvioida organisaation nykytilannetta seitsemän eri toimintateeman kautta. Arvioinnin tuloksena saadaan profiili, josta ilmenee sekä vahvuudet että kehittämismahdollisuudet. Tuloksia voidaan käyttää organisaation kehittämisen pohjana. ISC on siis arviointityökalu, mutta se on myös tietopankki, joka voi toimia yritysten kehittämisen lähtökohtana.

Menetelmä, suoritus, tulos, lisäarvo

Jokaisesta pääteemasta kysytään kolme kysymystä ja jokainen kysymys on varustettu neljällä eri vastausvaihtoehdolla. Näille vastauksille on sovellettu pistejärjestelmä (0-1-3-5), josta lopputulos muodostuu. Tarkoitus on valita osuvin vastaus, kirjoittaa pisteet per kategoria ja laskea tulokset siihen tarkoitukseen annettuun arviointitilaan, joka löytyy jokaisen sivun alareunasta. Arviointilomakkeen lopusta löytyy kuvio, jossa on 7 akselia. Jokainen akseli kuvaa yhtä pääteemaa. Kuvioon syötetään pisteet ja yhdistetään pilkut. Tuloksesta syntyy ”tutkakuvio”, joka on havainnollinen esitys organisaation nykyisestä tilanteesta kestävä kehityksen suhteen. Tämä itsearviointiprosessi toimii lähtölaukauksena syvempiin analyyseihin ja mahdollisiin kehittämistoimenpiteisiin.

Sähköinen versio

ISC:n voi myös suorittaa netissä osoitteella www.csr-food.com, kestävä elintarviketeollisuus tietokanta.

1. Tuotteita, palveluja ja asiakaslähtöisyyttä

Tuotteiden ja palvelujen tulee olla asiakkaiden tarpeiden mukaisia. Niiden tulee myös tuoda voittoa yritykselle myynnin kautta.

Kestävän kehityksen mukaiset tuotteet ja palvelut eivät ole pelkästään yhteiskuntavastuullisia, vaan myös eri sidosryhmien tarpeiden mukaisia.

Otsikot "elintarviketurvallisuus" ja "terveys" ovat erittäin tärkeitä elintarviketeollisuudessa silloin, kun pyritään saamaan johtava asema markkinoilla tulevaisuudessa.

1.1 Miten huomioitte asiakkaiden vaatimukset ja kulutustavat uusien tuotteiden ja /tai palvelujen kehittämisen yhteydessä?

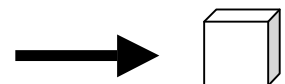
Yrityksessämme on vähäistä tietoa asiakkaiden vaatimuksista ja kulutustavoista.....	0
Asiakkaiden vaatimukset ja kulutustavat on tähän asti epäjärjestelmällisesti otettu huomioon..	1
Asiakkaiden vaatimukset ja kulutustavat otetaan säännöllisesti huomioon (markkina-analyysi)	3
Asiakkaat ja kuluttajat ovat mukana tuotteiden ja palvelujen suunnittelussa.	5

1.2 Missä määrin tuotteenne ja palvelunne on tuotettu yhteiskunta ja /tai ympäristökriteerien mukaisesti?

Tuotteidemme suunnittelussa ei oteta yhteiskunta- tai ympäristökriteerejä huomioon.....	0
Yritämme säästää tuotteittemme pakkausmateriaaleissa ja energiankulutuksessa. Muita seikkoja ei oteta huomioon.....	1
Yhteiskunta- ja ympäristökriteerien integrointi toimintaamme on osa meidän yrityskuvaa.....	3
Analysoimme säännöllisesti yhteiskunta- ja ympäristötekijöitä, jotka liittyvät meidän päätuotteisiimme (esim. valmistusmaan työolosuhteet, raaka-aineiden kulutus ym.) ja huomioimme nämä tekijät tuotteiden- ja palvelujen kehittämisessä.....	5

1.3 Miten yrityksenne (ja asiakkaasi) sijoitatte kulutustuotteita (elintarvikkeita) markkinoille?

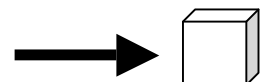
Yritämme olla kilpailukykyisiä markkinoilla muiden tuotteiden kanssa tekemällä jäljennöksiä ja tuotteiden dumpausta?.....	0
Pyrkimyksemme on sijoittaa tuotteemme markkinoita johtavien tavaramerkkien joukkoon.....	1
Meidän tuotevalikoima on huipputavaramerkkien mukaisia	3
Meidän tuotevalikoima koostuu vain huippumerkeistä ja meillä on avainasema markkinoilla (ns. unique selling point USP).....	5



2. Tuotanto ja kuljetus

Tuotteiden tuotanto ja kuljetus vaikuttavat suoraan merkittäviin seikkoihin kuten ympäristösuojeluun, kustannusminimisointiin ja laatuvalvontaan (QA). Energia- ja luonnonresurssitehokkuus, jätehuolto, päästöt ja kuljetuksen logistiikka ovat tekijöitä, jotka vaikuttavat kustannussäästömahdollisuuksiin. Prosessiturvallisuuden päämääränä on varmistaa tuotteiden virheettömyys ja laatu.

2.1 Millaisia toimenpiteitä käytätte energia- ja kuljetustehokkuuden parantamiseksi?	
Emme mitään	0
Työntekijöiden esitykset huomioidaan, testataan ja sopivat toimenpiteet toteutetaan.....	1
Energian suurkulutusalueet tutkitaan perusteellisesti esim. logistiikka (kuljetusreitit, kuljetusmuodon tehokkuus jne.) ja työntekijöiden ehdotukset huomioidaan, mutta siitä huolimatta toimenpiteiden täytäntöönpano koetaan tarpeettomaksi.....	3
Toimintamme sisältää säännöllistä ja systemaattista analyysiä ja energiatehokkuustoimenpiteitä. Energiatehokkuustoimenpiteet toteutetaan johdonmukaisesti (esim. energiansäästötoimet ja logistiikan parantaminen kustannustehokkaaksi sidosryhmien kanssa).....	5
2.2. Organisaatiossa kaikki materiaalit ja materiaalivirrat ovat tiedossa ja asianmukaisesti käsiteltyjä (raaka-aineet, vaaralliset aineet, jäte, jätevesi ja päästöt)?	
Jäte, jätevesi ja päästöt käsitellään lainsäädännön mukaisesti, mutta ympäristövaikutuksia ei ole selvitetty	0
Jätettä, jätevesimäärää ja päästöjä pyritään vähentämään. Tavoitteena on vähentää myös raaka-aineiden ja veden määrä. Yrityksessämme on jonkin verran tietoa ympäristövaikutuksista.	1
Olemme tietoisia materiaalivirroista ja ympäristövaikutuksista- Toteutamme tärkeitä kokemamme parannukset	3
Yrityksessämme on laaja materiaalinhallinta-käytäntö ja kattava tieto materiaalivirroista. Ympäristövaikutukset ovat keskeisessä asemassa ja teemme yhteistyötä ulkopuolisten tahojen kanssa.....	5
2.3. Miten varmistatte tuotantoprosessien laadun ja turvallisuuden?	
Tuotantoprosessin loppupuolella on laadunvalvonta, missä vialliset tuotteet poistetaan.	0
Laadunvarmistusmenetelmällä, joka on integroitu prosessiimme.....	1
Edellisten lisäksi yrityksessämme on perusteellinen yhteistyö eri osastojen / tulosyksiköiden välillä.....	3
Pääasiallisesti lähiyhteistyössä toimittajien, pakkausyritysten ja logistiikkaketjujen tahojen välillä.....	5



3. Henkilökunta

Työntekijät ovat avainasemassa joka yrityksessä. Työprosessin laatu, tuotteet ja palvelut riippuvat huomattavasti työntekijöiden osallistumisesta, motivaatiosta ja siitä, mikä heidän rooli organisaatiossa on. Työntekijöiden on oltava ammatillisesti koulutettuja, jotta he pystyvät käyttämään taitojaan ja osaamispotentiaaliaan organisaation hyväksi.

3.1 Missä määrin teidän organisaationne tarjoaa työntekijöille mahdollisuuksia suunnitella omia työ-aikatauluja, jotta heidän motivaatio, joustavuus ja osaamistaso kasvaisi?

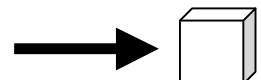
Emme yhtään.....	0
Jonkin verran esim. osa-aikatyö, tiimi-työ.....	1
Tiimityönä, liukuvana työaikana, työtehtävärotaationa ja lainsäädännöllisiä velvoitteita laajemmalla työntekijöiden itsemääräytymisenä	3
Laajana tiimityötä, jossa on paljon joustavuutta. Työntekijöillä ja heidän edustajillaan on mahdollisuuksia vaikuttaa omiin asioihin.....	5

3.2 Miten mitataan ja evaluoidaan työntekijöiden työtulokset ja miten otetaan selville heidän kyvyistä ja tarpeista?

Emme mittaa sellaisia asioita. Palkka liittyy tehtävän määritelmään (vakiopalkka).....	0
Mittaamme työntekijöiden työtuloksia ja se on meille hallintomenetelmä. Emme suorita erikseen työnvaativuudenarviointia.	1
Teknisten tai sosiaalitaitojen tehokkuuden arviointia tapahtuu systemaattisesti ja säännöllisesti yrityksessämme. Palkka on kytketty sopimuksiin, jotka tehdään yhdessä työnantajien ja heidän edustajien välillä aina arvioinnin tulosten perusteella.....	3
Edellä mainittujen lisäksi, pidämme säännöllisesti kehittämiskeskusteluja henkilökunnan kanssa, mistä selviää sekä työntekijöiden vahvuuksia että heidän tarpeita.	5

3.3 Mikä on henkilökunnan koulutuksen ja kehittämissuunnitelmien nykytilanne organisaatiossanne?

Olemme kiinnostuneet tositalanteista. Reagoimme vasta sitten, kun puutteellinen tieto - tai taito ilmenee	0
Meillä on suunnitelmia, jotka ottavat osaamis- tai pätevyystarpeita huomioon, mutta ne eivät ole kokonaisvaltaisesti käytössä.....	1
Suunnitelmat perustuvat osaamis- / koulutustason analyysiin, missä työnantajat ja heidän edustajat ovat aktiivisesti mukana.. Suunnitelmat toteutetaan systemaattisesti.....	3
Kehitämme ja toteutamme suunnitelmiamme niin, että työntekijät pystyvät vastaamaan organisaation tarpeita tulevaisuudessa.	5



4. Organisaation rakenne

Organisaation johto hallitsee työprosessit ja vastualueet. Toimenpiteet ja prosessit takaavat tehokasta toimintaa. Organisaation edustajat ovat vastuullisia prosessien optimisoinnista ja sujuvuudesta. He katsovat, että oikeat työntekijät toimivat oikealla paikalla. Sisäinen viestintä ja kommunikaatio on keskeisessä roolissa.

4.1 Kuinka selkeästi on työn hallinta ja suunnitteluprosessi hoidettu organisaatiossanne?

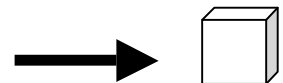
Ei yhtään tai on todella vähäisiä ohjeita liittyen työdirektiiveihin tai sääntöihin. Yrityksessämme ei ole yhtään keinoja käytössä työn hallinnan arvioimiseksi.....	0
Tärkeät työprosessit on kirjattu ylös, mutta niitä ei ole päivitetty säännöllisesti.....	1
Prosessit ovat määritellyt direktiiveissä yms. ohjeistuksissa, niiden toimivuus testataan säännöllisesti, työntekijät ja heidän edustajat ovat täydellisesti mukana tässä.....	3
Yrityksessä on selvästi määritellyt työprosessi, joka kehitetty yhteistyössä työntekijöiden ja heidän edustajien kanssa. Prosessi ja sen toimivuus auditoidaan. Työn hallinta on hyvin dokumentoitu ja kaikille avoin.....	5

4.2 Miten kommunikaatio hoidetaan teidän organisaatiossa?

Kommunikaatio johtokunnan, päälliköiden ja työntekijöiden välillä tapahtuu top-down – tavalla ja ei systemaattisesti.....	0
Työntekijöille kerrotaan säännöllisesti tärkeistä teemoista; lisätietoa annetaan ilmoitustauluilla / tiedotteissa ja edustajien kautta.....	1
Sisäinen viestintä on selkeästi / avoimesti hoidettu ja toteutetaan yhteistyössä työntekijöiden ja heidän edustajien kanssa.....	3
Sisäinen kommunikaatio yrityksessä on säännöllistä ja perusteellista. Viestintäprosessi on aktiivinen ja sen tehokkuuden arviointi toteutetaan yhteistyössä työntekijöiden ja heidän edustajien kanssa.....	5

4.3. Millä tavalla organisaation päälliköt hoitavat työtään?

Johto/ päälliköt eivät tee yhteistyötä työntekijöiden kanssa. Johtaminen tapahtuu antamalla käskyjä tai toimeksiantoja.	0
Päälliköt on tavattavissa tiettyihin aikoihin ja kokouksissa. Uudet työntekijät saavat ohjeita koeaikana.	1
Päälliköt on tavattavissa kaikille työntekijöille lyhyellä varauksella. Työntekijöille jaetaan tehtäviä / vastuu-alueita kerran vuodessa pidetyissä kehityskeskusteluissa.....	3
Edellä mainittujen seikkojen lisäksi, johto saa säännöllistä palautetta työntekijöiltä ja työntekijät osallistuvat säännöllisesti valittuihin palavereihin.....	5



5. Yhteistyö ja innovaatiot

Vuorovaikutus ja hyvät suhteet yritysten, julkishallinnon ja eri organisaatioiden välillä ovat tärkeitä lähtökohtia hyvän taloudellisen tuloksen takaamiseksi. Täten voi syntyä yhteistyösuhteita, jotka antavat nykyaikaisella ja vaativalla työyhteisöllä markkinointi- ja kilpailuetuja.

5.1 Onko yrityksellänne yhteistyötä toimijoiden ja asiakkaiden välillä?

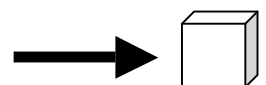
Hyvät kauppasuhteet kiinnostavat aina.....	0
Aiomme parantaa yhteistyöverkostoamme partnereidemme kanssa..	1
Kuulumme innovaatio-partneriryhmiin (tai olemme perustaneet sellaisia), joiden tarkoitus on kehittää innovaatioita ja integroida ne tuotteisiin tulevaisuudessa (on tuote- ja markkinointi tieto-taito jne.).....	3
Edellä mainittujen seikkojen lisäksi meidän yhteistyömme tapahtuu sellaisessa ympäristössä, missä sekä taloudellisia, sosiaalisia ja ekologisia vaatimuksia noudatetaan ja kehitellään pitemmälle. (esim. kuljetusprosessin optimisointi, raaka-aineiden tehokkuus, yhteiset koulutukset jne.).....	5

5.2 Mikä on Tutkimus ja Kehityksen (T&K) ja innovaation rooli yrityksessänne?

Ei sitä ole. Innovatiivista kehitystä tapahtuu sattumalta; ei ole yhteistyötä.....	0
Ei merkittävää roolia. Asia on johdon vastuulla. Tähän asti olemme vain satunnaisesti olleet yhteistyössä tutkimuslaitosten kanssa.....	1
Meillä on oma T&K henkilökunta ja toiminta on budjetoitu. Olemme pyrkimässä luomaan hyvää T&K yhteistyötä.....	3
T&K ja innovaatiot ovat koko organisaation asia. Olemme säännöllisesti lähiyhteistyössä vastaavien tahojen kanssa (TEKES, Suomen Akademia ja yliopistot) osallistumme asiantuntijatyöryhmiin ja kehittämishankkeisiin, missä tavoitellaan teknisiä - ja tuote-innovaatioita.	5

5.3 Oletteko tietoisia alanne kehitysohjelmista (Pohjoismaiden tai EU -tasolla) ja/tai vastaavista kansallisista tuki- ja yhteysorganisaatioista?

Yrityksessämme on tiedon puute tässä asiassa.....	0
Tiedämme suurin piirtein, mutta meillä ei ole tarkkaa tietoa asiasta ja tahoista.....	1
Olemme hyvin perillä ja tiedämme, mistä saamme tukea ko. -asioissa tarpeen vaatiessa.....	3
Yrityksessämme on laajaa ja päivitettyä tietoa keskeisistä rahoitusohjelmista ja tukimahdollisuuksista. Meillä on hyviä suhteita tärkeisiin kehittämistyön tukitahoihin.....	5



6. Markkinointi ja PR-asiat

Organisaatiot tarvitsevat strategioita ja tukitoimia saadakseen tuotteet ja palvelut markkinoille ja siihen tarkoitukseen, että asiakkaat ja kansalaiset saisivat tietoa toiminnastaan. Elintarvikealan erityisten haasteiden takia on olennaista ylläpitää opiskelijoille ja työntekijöille toimialasta mahd. hyvää imagoa. Tässä yhteydessä hyvä ja kattava PR –toiminta on ehdottoman tärkeää.

6.2 Mikä on markkinoinnin asema yrityksessäsi?

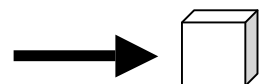
Markkinointi suoritetaan epäjärjestelmällisesti ja epäsäännöllisesti.....	0
Markkinointi suoritetaan intensiivisesti uusien tuotteiden sisäänajon aikana; pääpainopiste on hintapolitiikassa	1
Markkinointia suoritetaan kokonaisvaltaisesti. Tuotteiden ja palvelujen tehokas markkinointi antaa myös tietoa ympäristönäkökulmista, terveystieteistä yms.	3
Markkinointi on integroitu organisaation strategiaan. Korostamme tuotteittemme raaka-aineiden laatua, asiakkaiden ja sidosryhmien tarpeita.....	5

6.2 Kuinka tärkeitä eri merkit ja standardit ovat teidän organisaatiolle (laatumerkki, ympäristömerkki jne.)?

Emme kiinnitä merkkeihin huomioita lainkaan.....	0
Käytämme merkkejä ainoastaan yrityksemme mainonnassa ja joidenkin myyntitempausten yhteydessä.....	1
Käytämme omia merkkejä ja ne toimivat luotettavuuden ja meidän prosessien ja tuotteiden korkean laadun takuina.....	3
Virallisten, puolueettomien merkkien avulla takaamme tuotteiden ja palvelujen alkuperän, laadun ja elintarvikkeiden turvallisuuden	5

6.3 Miten suhtaudutte palautteeseen ja miten rakennatte hyvää imagoa organisaatiolle?

Meillä ei ole yhtään aktiivista PR- tai imagon kohentamistoimintaa.....	0
Satunnaisesti julkaisemme jotain tietoa yrityksestä ja tuotteista. Annamme säännöllisesti tietoa meillä avoimena olevista työpaikoista ja koulutusmahdollisuuksista.....	1
Työskentelemme lähiyhteistyössä median (ja alan julkaisujen-) kanssa; kerromme avoimena olevista työpaikoista ja koulutusmahdollisuuksista eri koulutusmessuilla yms.	3
Meillä on aktiivinen ja systemaattinen PR – politiikka ja teemme yhteistyötä alan yhdistyksien, koulujen ja muiden sidosryhmien kanssa; osallistumme tarjolla oleviin koulutusmahdollisuuksiin ja ohjelmiin.....	5



7. Talous ja strategiat

Yritykset ja muut organisaatiot tarvitsevat punaista lankaa siinä, mitä ilmoitetaan työntekijöille, johdolle ja kaikille sidosryhmille omasta liikeideasta ja missioista. Tämä antaa pitkäaikaiset suuntaviivat. Strategia on olennaista silloin, kun lyhyt-aikaisia tavoitteita yhdistetään pitkäaikaisiksi suuntaviivoiksi. Tavoitteet kertovat mitä on saavuttavissa. Elintarvikealan yritykset tarvitsevat tehokasta riskiarviointia ja kriisinhallintaa silloin, kun haluavat olla tehokkaita myös tulevaisuudessa.

7.1 Onko yrityksellänne missio ja strategia sen suorittamiseen sekä selkeät tavoitteet?

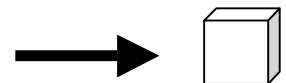
Ei erityisesti.	0
On missio, strategia ja tavoitteita olemassa, vaikka työntekijät eivät välttämättä tiedä niistä.....	1
On missio, strategia ja tavoitteita olemassa kirjallisessa muodossa ja ne päivitetään säännöllisesti, työntekijät ovat mukana prosessissa.....	3
Oheisen lisäksi sidosryhmien tarpeet ovat systemaattisesti ja perusteellisesti analysoitu ja osana missiossa, strategiassa ja tavoitteissa; sukupuolten tasa-arvo on integroitu.....	5

7.2 Miten elintarvikkeiden turvallisuus hoidetaan yrityksessänne /organisaatiossanne?

Noudatamme lainsäädäntöä; riski- tai kriisinhallintaa ei ole olemassa.....	0
Teemme yhteistyötä eri toimijoiden kanssa, jotta voimme ennaltaehkäistä riskejä; riski- tai kriisinhallintaa ei ole olemassa.....	1
Suoritamme säännöllistä riski-arviointia / tilanne- analyysia; riskin ja kriisitilanteiden varalle on olemassa ohjeistukset	3
Oheisen lisäksi alihankkijamme noudattavat turvallisuusvaatimuksiamme ja työntekijät ovat aktiivisesti mukana ja integroitu järjestelmään.....	5

7.3 Missä asemassa yrityksenne /organisaationne on kestävän taloudellisen tuloksen saavuttamisen kannalta sekä lyhyellä että pitkällä aikavälillä?

Prioriteetti annetaan lyhyen aikavälin myynnin ja voiton lisääntymiseen.....	0
Lyhyellä aikavälillä on pitkäaikainen näkökulma tiedossa, mutta sitä ei päivittäisessä toiminnassa ole riittävästi otettu huomioon.....	1
Investointipäätökset on sidottu kestäväan taloustulokseen, tarpeen vaatiessa voitot lyhyellä aikavälillä korvataan työntekijöiden, yhteiskunnan ja asiakkaiden hyväksi.....	3
Pitkän aikavälin tuloksen maksimointi on ensisijalla, sen ohella taloudelliset, ympäristö ja sosiaaliset tekijät ovat tarkeässä roolissa.....	5



Tulos

Täyttäkää saadut tulokset seitsemästä kategoriasta oheiseen kehikkoon. Yhdistämällä pisteet syntyy ”tutkataulukko” – joka on perusteellinen tilannekuvaus organisaation taloudellisen kestävän kehityksen tilanteesta.

Toiminta – alue	Oma tulos	Korkein mahdollinen tulos
1. Tuotteet, palvelut ja asiakaslähtöisyys		15
2. Tuotanto ja kuljetus		15
3. Henkilökunta		15
4. Organisaation rakenne		15
5. Yhteistyö ja innovaatiot		15
6. Markkinointi ja PR-asiat		15
7. Talous ja strategiat		15
yhteensä		105

