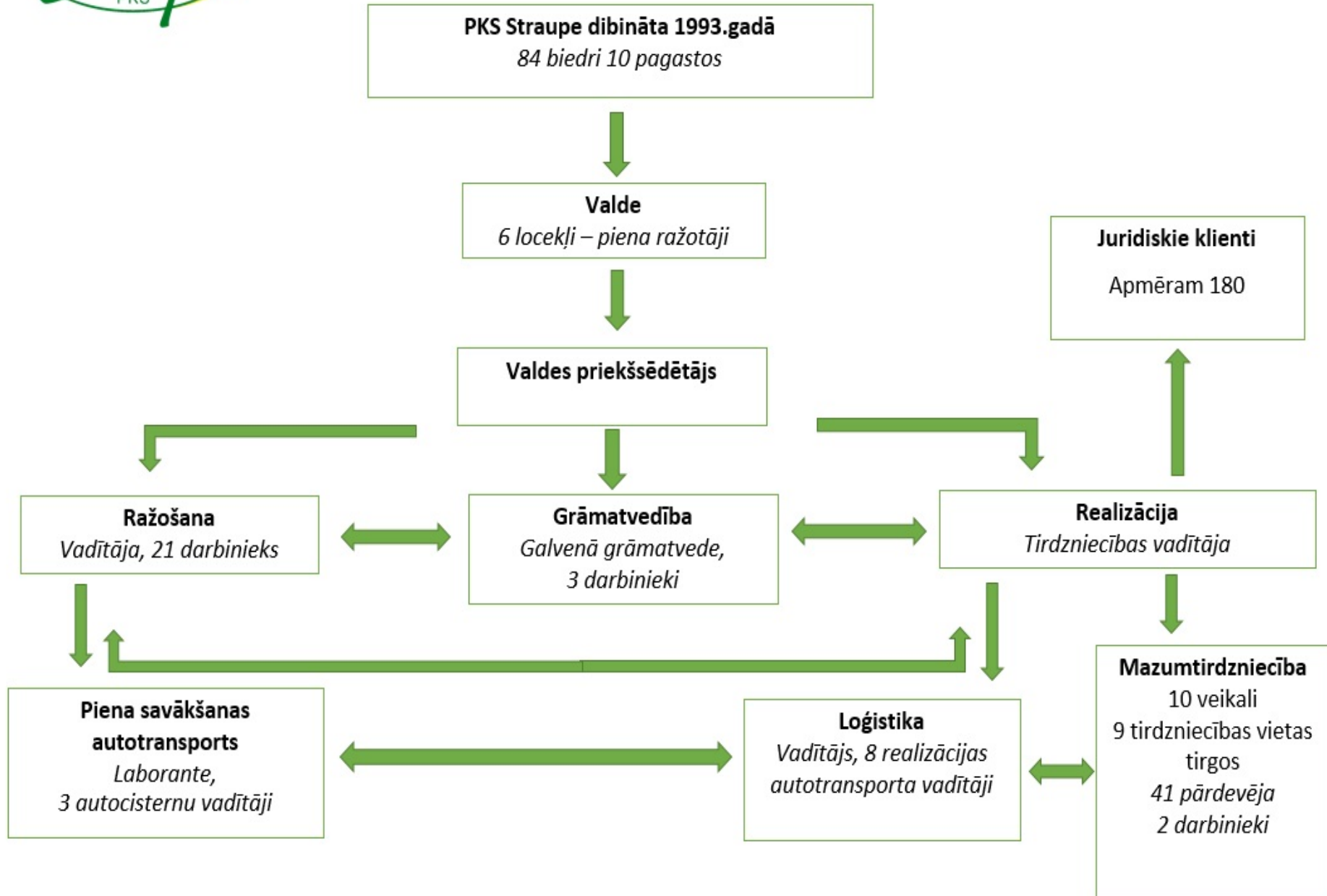




PIENA VEIKALS



PKS STRAUPE darbības shēma



Piena piegāde 2014.

Saimniecību- biedru skaits -	77
Piegādātais piens, to	- 9086
Govju skaits	- 1590
Vid . uz saimniecību, to	- 118
uz 1 govi , kg	-571

Govju skaits saimniecībās

37 (48%) 1 10

19 (25%) 11 20

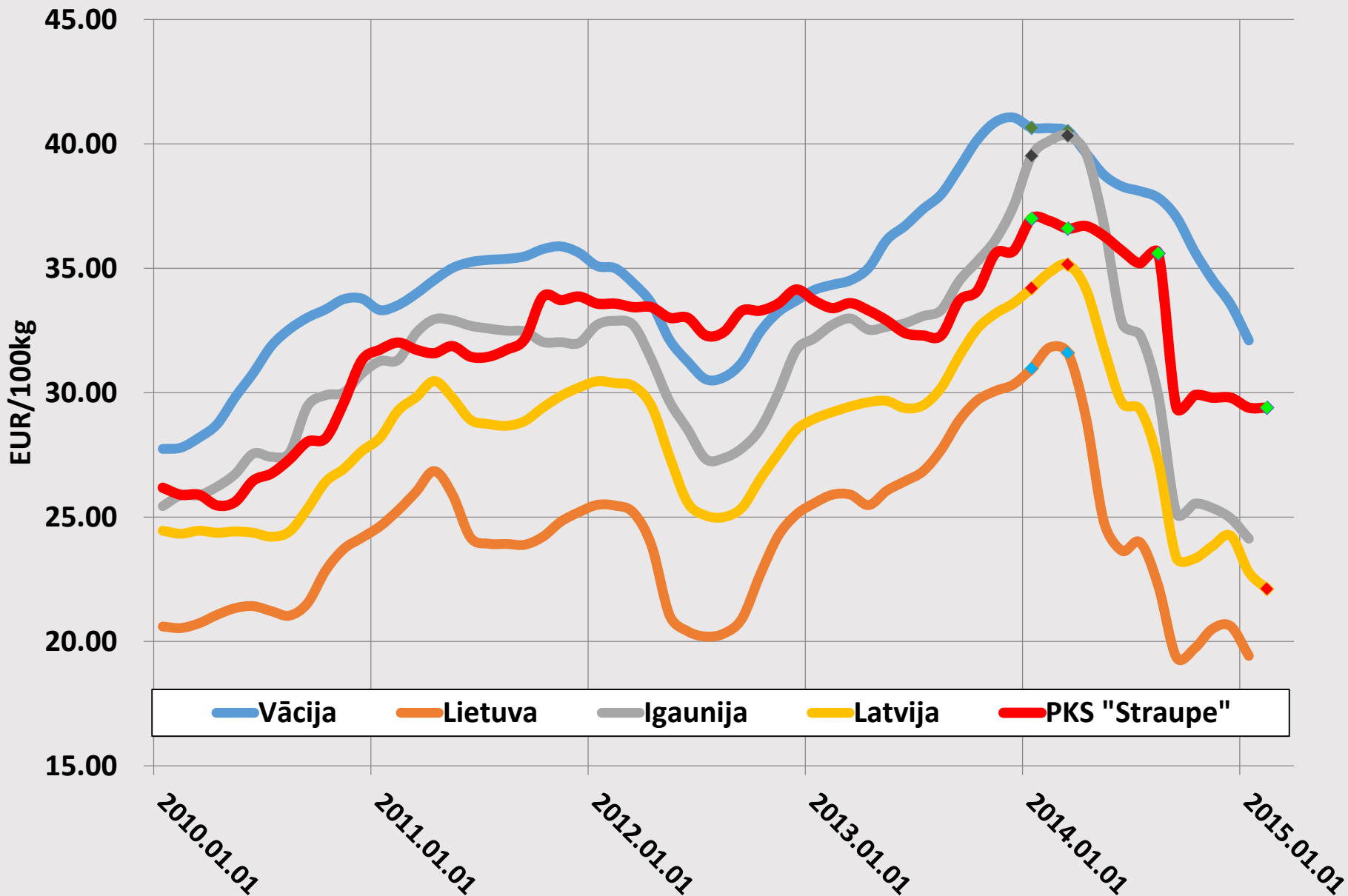
13 (17%) 21.....50

5 (6%) 51.....100

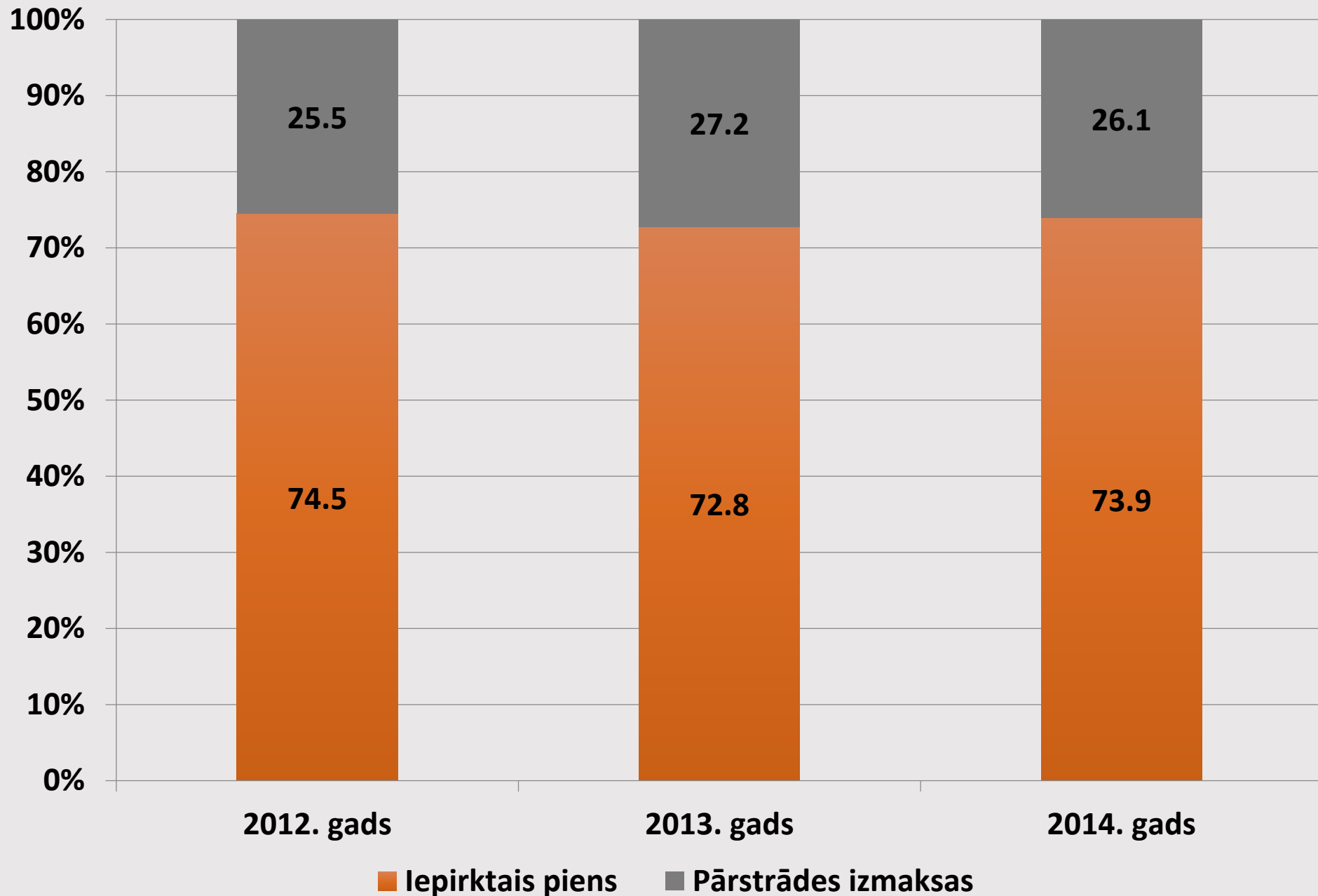
3 (4%) virs 100

} 57% no kopējā piena

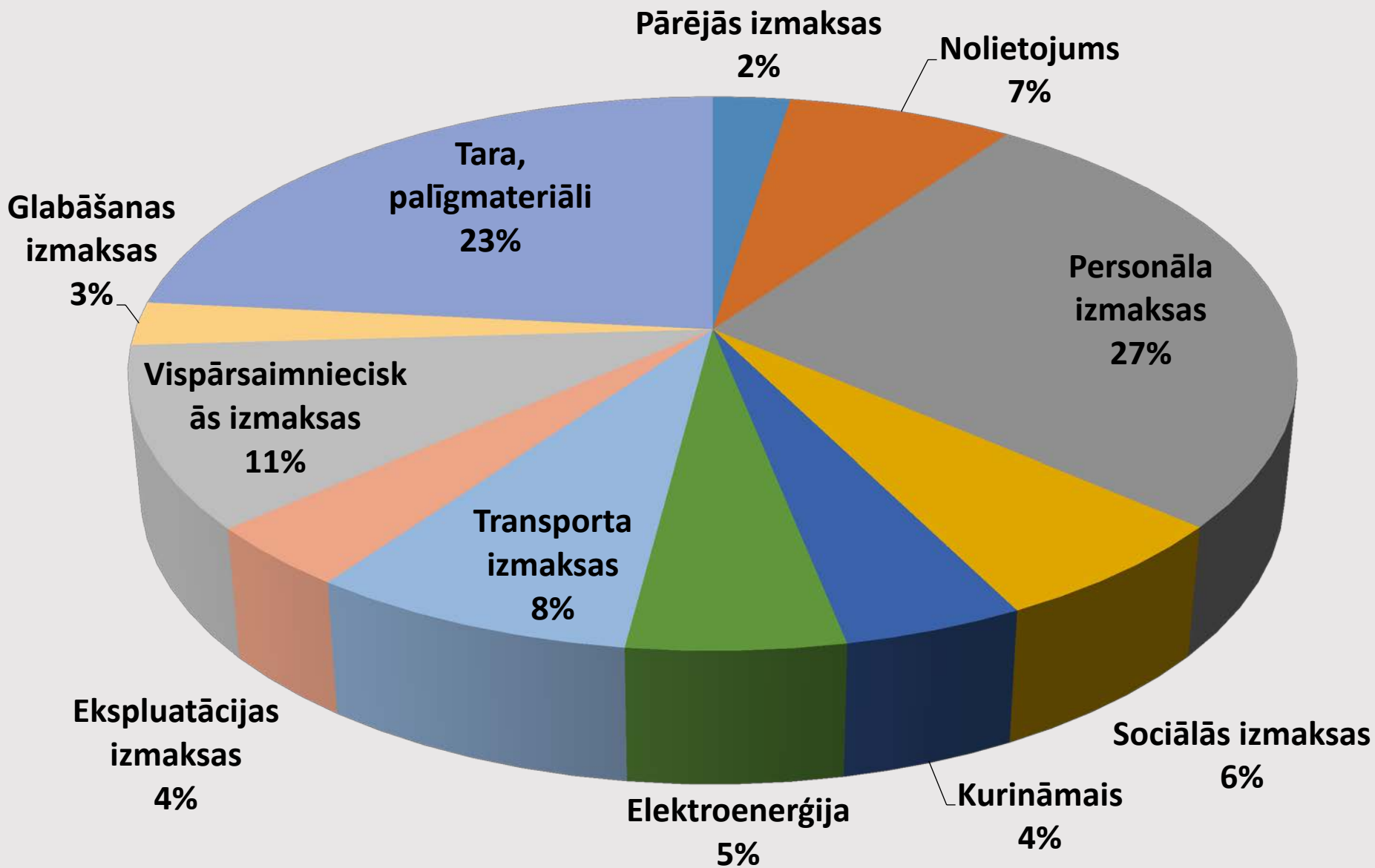
Piena cenu salīdzinājums



Pārstrādes produkcijas ražošanas izmaksas, %



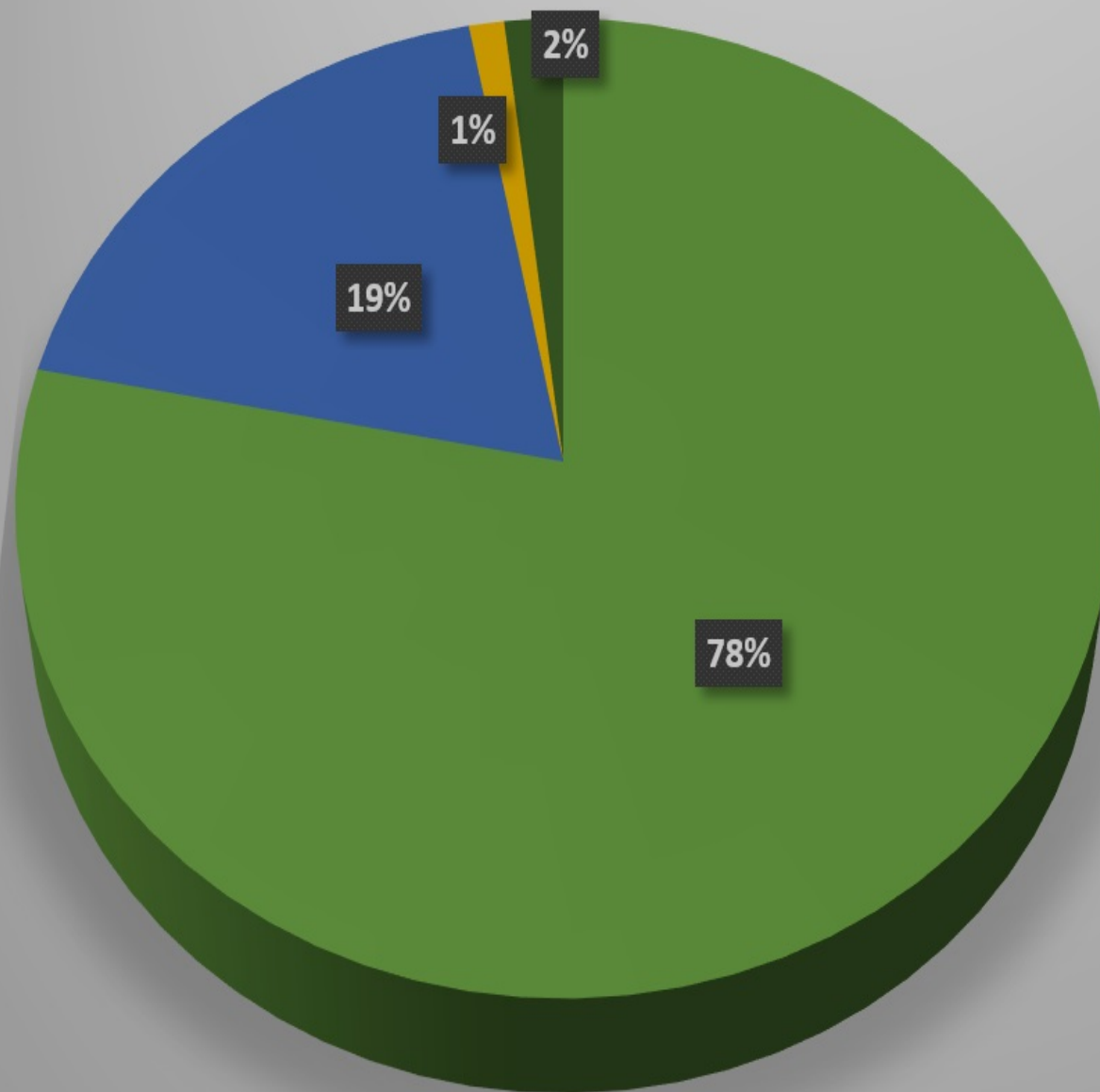
Pārstrādes izmaksu sadalījums 2014. gadā, %



Pārstrādes izmaksu sadalījums 2014. gadā

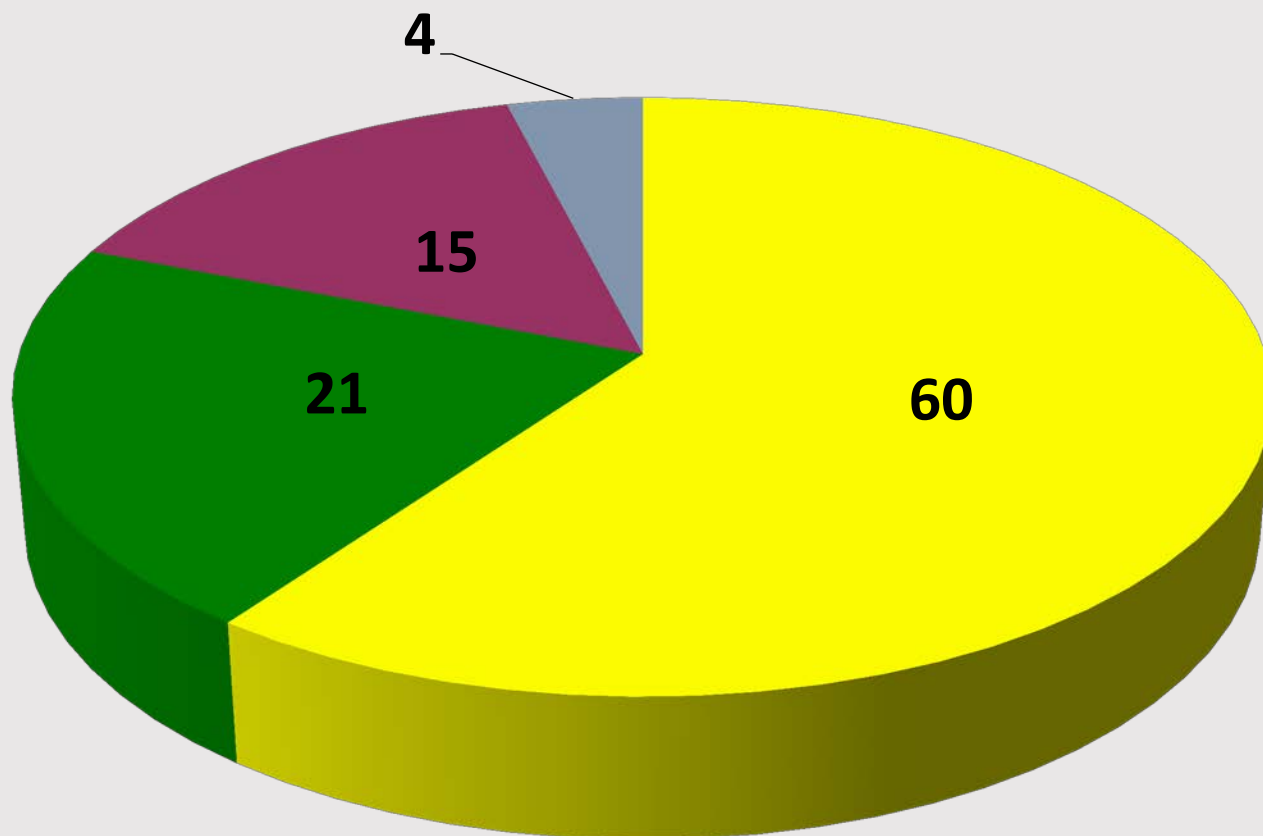
	PRODUKCIJAS RAŽOŠANAS IZMAKSAS, EUR	PIENA PĀRSTRĀDES IZMAKSAS, EUR/T
KOPĒJĀS RAŽOŠANAS IZMAKSAS	4177943	459,8
TAI SKAITĀ:		
IEPIRKTAIS PIENS	3089331	340,0
PERSONĀLA IZMAKSAS	288183	31,7
TARA, PALĪGMATERIĀLI	253320	27,9
VISPĀRSAIMNIECISKĀS IZMAKSAS	114360	12,6
TRANSPORTA IZMAKSAS	84489	9,3
NOLIETOJUMS	78854	8,7
SOCIĀLĀS IZMAKSAS	66712	7,3
ELEKTROENERĢIJA	56277	6,2
KURINĀMAIS	46788	5,1
EKSPLUATĀCIJAS IZMAKSAS	39817	4,4
GLABĀŠANAS IZMAKSAS	27412	3,0
PĀRĒJĀS IZMAKSAS	27000	3,0
IEPIRKTĀS PIENA TONNAS (T)	9086	

Realizācijas ieņēmumi 2014



- Pašražotās produkcijas realizācija
- Iepirktās produkcijas realizācija
- Pārstrādes pakalpojumi
- Pakalpojumi biedriem

Mazumtirdzniecībā realizētās produkcijas izmaksas 2014. gadā (uz tonnu pārstrādātā piena), %



■ Izejviela (piens) ■ Pārstrādes izmaksas ■ Tirdzniecības izmaksas ■ Loģistika

Straupe
PKS

*Prieks
piedāvāt!*

LABA PRECE - LABIEM ĻAUDĪM!

Tirgus plusi un mīnusi

1. Ilggadīga (22 gadi) darbība vietējā tirgū ar vienmēr stabilu un pozitīvu virzību:

- produkcijas kvalitātē
- komunikācijā ar sadarbības firmām, pircējiem, sabiedrību kopumā.

2. Mazumtirdzniecības tīkla izveide (5 Rīgas tirgos, 10 veikali Vidzemē, Rīgā):

- 49 % pašražotās produkcijas realizācija – bez starpniekiem
- neatkarība piedāvājumā, cenu noteikšanā, piegādēs
- maksimāli īss realizācijas periods – naudas aprite
- atgriezeniskā saite ar gala lietotāju – abpusēja uzticība
- beztaras tirdzniecība – ieguvums maciņam un dabai

1. Sadarbība ar lielveikaliem, vairumtirgotājiem – tikai kā pēdējā iespēja
2. Dempinga cenas – vāja valsts kontrole par importa izcelsmi un kvalitāti
3. Konkurences cīņa - mārketinga triki ar svariem, informāciju , akcijām
4. Nepietiekoša sabiedrības informācija par veselīgu pārtiku