

Pregled poslovanja te zadanih i ostvarenih ciljeva, Lovski d.o.o.

Pripremio: Marko Lušić

Datum: 09.02.2020.

Sadržaj:

Zatečeno stanje početkom 2018.-te godine	2
Razlozi za spašavanje industrije (u povojima) prerade mesa divljači	2
Postavljeni ciljevi i izvedba za 2019.- tu godinu	3
Kombinirani financijski rezultati (Dival 1980 i Lovski)	8
Usporedba s Gastralom	9
Planovi za 2020.	10

1. Zatečeno stanje početkom 2018.-te godine

Početkom 2018.-te, krenulo se u pripremu projekcije prihoda firme Gastral Natura, koristeći pritom sve dostupne financijske pokazatelje prijašnjih godina poslovanja. Računovodstvo proizvodnje nije bilo vođeno precizno te je bilo vrlo teško razdvojiti stvarnu cijenu materijala korištenih u proizvodnji od ostalih troškova koji su bili vezani uz proizvodnju. Pri tome ni poslovni procesi unutar firme nisu bili definirani i standardizirani što je dovelo do pomanjkanja informacija koje su ključne u planiranju budućeg poslovanja firme.

Od početnih 8 radnika u proizvodnji (2014.-ta godina), u 2018.-toj je firma Gastral Natura brojala 4 zaposlenika u proizvodnji. Brend Gastral je u 3 godine poslovanja prolazio nezapaženo u trgovačkim lancima a i kupci bi generalno to ime povezivali s farmaceutskom industrijom. Također, tržište od 2015.-te počinje nagnjati na "slice" proizvode za što Gastral Natura nikada nije razvila samostalno pakiranje (osim onoga koje je kupovano od PIK-a kroz uslugu -"slajsanja i pakiranja", što je bilo izrazito skupo). Velikim odgodama plaćanja i nemogućnošću isplata dobavljačima, firma se našla u još većim problemima te je postala nepoželjan partner. Sa smanjenom proizvodnjom i manjim zalihama uskoro je došlo i do novih problema koji su se ticali nedostatka gotovih proizvoda što je rezultiralo raskinutim ugovorima sa svim kupcima (velikim trgovačkim lancima). Također valja napomenuti da su istekli svi certifikati sigurnosti poput HACCP i ISO 9001 certifikata.

Firma je u potpunosti minimizirala svoje poslovanje te je zadržala malu zalihu sirovine i gotovih proizvoda kojima se blizilo kraj roka trajanja.

2. Razlozi za spašavanje industrije (u poveljama) prerade mesa divljači

Početni poticaji za pristupanje dubinskom snimanju firme s ciljem izrade plana restrukturiranja, te ponovnog pokretanja poslovanja i proizvodnje, bili su osobne (ali i domoljubne) prirode i ticali su se:



- **Spašavanja budućnosti prijašnjih vlasnika** (moji roditelji i njihov poslovni partner) koji su uložili sve što su imali u posao s mesom divljači. Osim što su ostali bez svojih životnih ušteđevina, potpisali su i bjanko mjenice koje im već 6 godina onemogućavaju dostojanstven život na koji bi svatko trebao imati pravo,
- **Spašavanja radnih mjesta** za preostale zaposlenike koji su svi redom vrhunski stručnjaci u svom polju djelovanja,
- Uočavanja postojećih procesa čijim bi se poboljšavanjem omogućilo ponovno uspostavljanje poslovanja te širenje proizvodnje koja bi neminovno dovela do **otvaranja novih radnih mjesta te zaštite hrvatskih resursa divljači**. Prilikom navođenja zaštite hrvatskih životinjskih resursa poglavito se misli na činjenicu da veći dio proizvođača mesa divljači (lovišta diljem Hrvatske) prodaje Hrvatsku divljač



slovenskim i mađarskim firmama. Nakon što strane firme obrade sirovinu uvezenu iz Hrvatske, istu vraćaju (u obliku gotovih svježih i zamrznutih proizvoda) na police hrvatskih trgovačkih lanaca i to nerijetko i s maržom većom od 65% pri čemu najviše gubi naš potrošač kao i država (u obliku odljeva prirodnih bogatstava). Ponovnim uspostavljanjem proizvodnje i poslovnih aktivnosti prerade mesa divljači, uvelo bi se konkurentsko okruženje na tržištu nabave mesa divljači te bi se proizvođači mogli izboriti za više cijene što bi povećalo kvalitetu sirovine a samim time i gotovog proizvoda te bi se unaprijedila i profesionalizirala cijela industrija. To bi dovelo do otvaranja novih radnih mjesta i **sprječavanja nastavka odljeva stanovništva u inozemstvo** u potrazi za zaposlenjem.

3. Postavljeni ciljevi i izvedba za 2019.- tu godinu

Nakon dva mjeseca dubinskog snimanja firme - računovodstvenih zapisa, planova, postojeće tržišne penetracije brenda, procesa unutar tvornice, stanja ljudstva, sirovina, poluproizvoda i gotovih proizvoda, mogućnosti nabave sirovine te mogućnostima otvaranja novih proizvodno - distributivnih kanala postavljeni su ciljevi za 2019.-tu godinu. Postavljenim ciljevima pridružena je i izvedba:

Ciljevi	Izvedba
Osiguravanje financiranja - obrtna sredstva za nabavku sirovine te dodatna sredstva za tekuću likvidnost.	Firma Dival 1980 osigurala je dostatna sredstva za tekuću likvidnost kao i obrtna sredstva za kupovinu sirovine.
Dogovor s postojećim zaposlenicima.	Svi su iskazali volju i želju za nastavkom poslovanja pa makar to značilo i promjenu uvjeta rada (radno vrijeme, financije).
Popravljanje poslovnih odnosa s prijašnjim dobavljačima.	Sa svim dobavljačima je ponovno uspostavljen kontakt te su dogovoreni novi uvjeti suradnje (koji su nerijetko uključivali i plaćanje unaprijed). Na današnji dan, više od godinu dana od ponovnog početka suradnje, svi dobavljači su zadovoljni s poslovnom suradnjom a svi dugovi se redovite podmiruju. U drukčijim uvjetima, da je posao pokrenut od nule, plaćanje unaprijed bi imalo za benefit i bolju cijenu. No, zbog prošlosti, plaćanje unaprijed je nužnost (za nastavak suradnje) koja će tek u naredno vrijeme, kada se uspostavi novo povjerenje među

	partnerima, dovesti do benefita smanjenja nabavnih cijena sirovina.
Izrada novog brenda.	<p>Osmišljen je brend Grof Lovski.</p> 
Izrada novih pakiranja za postojeće proizvode.	<p>Osmišljena su 4 nova pakiranja za postojeće proizvode:</p> <p>Slice program:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salama od jelena 0,080 kg, • Salama od divlje svinje 0,080 kg. <p>Mini program:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Salama od jelena 0,250 kg, • Salama od divlje svinje 0,250 kg. 
Izrada novih pakiranja za prodaju postojećih proizvoda ali u novim formatima (prikladnim za trgovačke lance kg->kom).	<p>Osmišljena su 3 nova pakiranja za nove formate postojećih proizvoda:</p> <p>Slice program:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bresaola od jelena • Bresaola od divlje svinje <p>Mini program:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lovački salamin

	
<p>Osmišljavanje novih proizvoda koji se mogu brzo proizvesti i isporučiti bez nepotrebnog zadržavanja na skladištu - osiguravanje konstantnog proizvodnog obrtaja.</p>	<p>Osmišljena su dva nova polutrajna proizvoda koja se mogu brzo proizvesti (na samu narudžbu klijenta) i isporučiti bez nepotrebnog zadržavanja na skladištu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kobasice od divljači, • Kobasice od divljači sa sirom. 
<p>Postavljanje i standardizacija svih poslovnih procesa te uspostavljanje kontrolinga.</p>	<p>Razrađeni su procesi naručivanja, zaprimanja i ophođenja prema sirovini, polugotovim i gotovim proizvodima. Razrađeni su principi kreacije novog ili modifikacije starog proizvoda kao i njihove validacije. Uveden je novi online računovodstveni sistem koji omogućava da se proizvodnja vodi u realnom vremenu i da se za sve primke može jednostavno vezati jedan glavni i/ili više zavisnih troškova što dovodi do ispravne situacije na skladištu u stvarnosti kao i u onom u sistemu. Napravljeni su treninzi za zaposlenike kako bi znali koristiti nove sisteme i procese.</p>
<p>Ponovno uspostavljanje prijašnjih ugovora s trgovačkim lancima.</p>	<p>Nakon mnogih sastanaka i nebrojnih uvjeravanja dva trgovačka lanca (s kojima se surađivalo prije) da će ovaj puta biti drukčije</p>

	<p>i da će sve narudžbe biti ispoštovane na vrijeme, ugovori su napokon do svibnja 2019. - te godine bili potpisani.</p> <p>Dano je obećanje da se firma više neće mijenjati i da će biti osiguran kontinuitet proizvodnje i isporuka. Predstavnici lanaca su se usmeno obvezali da će količine u narudžbama rasti ako suradnja u prvoj godini bude funkcionirala po dogovoru.</p>
Poveznica Dival 1980 d.o.o. i Lovski d.o.o.	<p>Obje su firme od istog vlasnika s jednom razlikom - Dival je postojeća firma koja već dugi niz godina radi te ima stabilne prihode i dobar bonitet a Lovski je nova firma na koju se u financijskim krugovima promatra kao na Start-up. Odlučeno je da će firma Dival ući u najam tvornice i investirati u proizvodnju, dok će firma Lovski na tržištu nastupiti kao firma trgovac koja će kupovati gotove proizvode od Divala i prodavati ih dalje kupcima. Takav način suradnje je otpočetka planiran kao prijelazni način suradnje budući da je generalna ideja upravo okrupnjivanje posla na jednoj, specijaliziranoj firmi koja bi se bavila isključivo mesnom industrijom. Prebacivanjem najma tvornice na Lovski u 2020. - toj godini, zaokružila bi se priča, te bi se cjelokupni posao vezan za meso odvijao "pod jednim krovom" što bi definitivno olakšalo brendu (firma Lovski, brend Grof Lovski), kao i transparentnosti poslovanja koja je potrebna za brze reakcije prilikom screeninga od potencijalnih ulagača.</p>
Pronalazak novih kupaca.	<p>Dogovorena je suradnja s još jednim trgovačkim lancem koja je pokrenuta u srpnju 2019. - te godine. Listi kupaca dodano je još i preko 40 novih B2B kupaca.</p>
Nove mašine za proizvodnju.	<p>Kupljen je šoker koji je standard u industriji i predstavlja najbolji način za brzo zamrzavanje mesa čuvajući pritom kvalitetu</p>

	istog. Kupljena je i atmos komora u kojoj se mogu peći kobasice. Na dnevnoj bazi (u jednoj smjeni) moguće je ispeći i do 400 kg kobasica.
Završiti 2019. - tu godinu u plusu ili sa što manjim minusom.	Obje firme su 2019. - tu godinu završile s pozitivnim RDG-om. No, kombiniranim promatranjem firmi, gdje se izdvojio samo posao mesne industrije, 2019. - ta godina je završila u blagom minusu što je izvanredan rezultat s obzirom na količinu problema koju je trebalo riješiti prilikom ponovnog uspostavljanja proizvodnje i poslovanja.

4. Kombinirani financijski rezultati (Dival 1980 i Lovski)

RDG koji je dolje prikazan (do EBITDA-e) je napravljen s kombiniranim podacima od firme Dival 1980 i Lovski. Razlog tome je proizvodnja koja se odvijala na Divalu (i samim time svi troškovi vezani uz proizvodnju - nabavka materijala, plaće ljudima, najam i režije pogona) te prodaja koja je išla preko Lovskog. Zato su konta Lovskog 7000 i 7500 do studenog 2019., kada je Lovski počeo proizvoditi svoje kobasice i svježe meso) prazna. Konta 7100 i 7600 koja se tiču trgovine robom (Lovski prodaje Divalovu robu) su zato puna.

RDG	Jan-19	Feb-19	Mar-19	Apr-19	May-19	Jun-19	Jul-19	Aug-19	Sep-19	Oct-19	Nov-19	Dec-19
7500 - GP	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	13.119 HRK	144.702 HRK
7000 - trajni pr.	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK
750010-kobase	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	32.227 HRK	32.227 HRK
750020-svježe	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	1.219 HRK	8.610 HRK
750030-pak. pak.	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	11.900 HRK	96.747 HRK
751 - ophuga	0 HRK	2.037 HRK	0 HRK	0 HRK	1.393 HRK	0 HRK	3.832 HRK	0 HRK	5.932 HRK	10.951 HRK	2.015 HRK	10.852 HRK
7600 - R	34.374 HRK	40.482 HRK	11.063 HRK	22.843 HRK	141.509 HRK	49.425 HRK	163.228 HRK	43.425 HRK	127.457 HRK	17.156 HRK	98.876 HRK	68.717 HRK
70000-trajni pr.	14.931 HRK	32.534 HRK	11.063 HRK	9.278 HRK	66.549 HRK	12.489 HRK	195.294 HRK	7.374 HRK	52.403 HRK	18.654 HRK	78.788 HRK	21.337 HRK
700000-svježe	7.701 HRK	16.200 HRK	10.477 HRK	5.414 HRK	31.841 HRK	6.188 HRK	97.900 HRK	4.460 HRK	32.246 HRK	0 HRK	50.370 HRK	13.244 HRK
700010-kobase	7.230 HRK	16.334 HRK	686 HRK	3.894 HRK	34.709 HRK	6.280 HRK	7.394 HRK	2.005 HRK	20.253 HRK	4.258 HRK	28.397 HRK	7.492 HRK
700020-svježe	811 HRK	0 HRK	0 HRK	12.078 HRK	75.029 HRK	36.957 HRK	47.535 HRK	36.052 HRK	74.858 HRK	6.582 HRK	88.698 HRK	47.380 HRK
700030-pak. pak.	18.853 HRK	7.548 HRK	0 HRK	1.587 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	7.582 HRK	0 HRK
7000 - GP	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	379 HRK	17.807 HRK
70000-trajni pr.	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK
700010-kobase	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	15.588 HRK	15.588 HRK
700020-svježe	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	379 HRK	2.305 HRK
7100 - R	11.840 HRK	17.010 HRK	5.724 HRK	11.088 HRK	78.959 HRK	28.238 HRK	75.108 HRK	24.511 HRK	66.884 HRK	9.759 HRK	98.876 HRK	68.717 HRK
710000-trajni pr.	6.259 HRK	14.827 HRK	5.724 HRK	4.896 HRK	32.738 HRK	8.888 HRK	47.173 HRK	3.306 HRK	23.411 HRK	5.497 HRK	37.453 HRK	41.241 HRK
7100010-kobase	3.092 HRK	6.563 HRK	5.443 HRK	3.163 HRK	17.367 HRK	3.188 HRK	44.593 HRK	2.307 HRK	14.503 HRK	3.241 HRK	28.424 HRK	28.568 HRK
7100020-svježe	3.167 HRK	7.864 HRK	281 HRK	1.733 HRK	15.371 HRK	3.500 HRK	2.580 HRK	699 HRK	8.507 HRK	2.156 HRK	11.029 HRK	12.473 HRK
710010-kobase	389 HRK	0 HRK	0 HRK	5.743 HRK	46.020 HRK	21.959 HRK	27.438 HRK	21.285 HRK	43.335 HRK	4.350 HRK	58.993 HRK	23.523 HRK
710020-svježe	5.201 HRK	2.383 HRK	0 HRK	499 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	0 HRK	118 HRK	0 HRK	2.050 HRK	4.601 HRK
7500+7600	34.374 HRK	40.482 HRK	11.063 HRK	22.843 HRK	141.509 HRK	49.425 HRK	163.228 HRK	43.425 HRK	127.457 HRK	17.156 HRK	128.747 HRK	208.301 HRK
7000+7100	11.840 HRK	17.010 HRK	5.724 HRK	11.088 HRK	78.959 HRK	28.238 HRK	75.108 HRK	24.511 HRK	66.884 HRK	9.759 HRK	98.876 HRK	68.717 HRK
751 - usl. usluga	0 HRK	2.037 HRK	0 HRK	0 HRK	1.323 HRK	0 HRK	3.832 HRK	0 HRK	5.932 HRK	10.951 HRK	2.015 HRK	10.852 HRK
Razlika	22.534 HRK	23.059 HRK	5.339 HRK	11.855 HRK	62.550 HRK	21.187 HRK	81.953 HRK	18.914 HRK	56.695 HRK	18.348 HRK	101.867 HRK	123.589 HRK
Plaće	33000	33000	33000	33000	33000	33000	33000	33000	33000	33000	33000	33000
Najam + režije	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000	22000
EBITDA	-32.466 HRK	-29.491 HRK	-49.661 HRK	-43.145 HRK	8.934 HRK	-33.813 HRK	26.953 HRK	-36.088 HRK	11.505 HRK	-36.652 HRK	46.887 HRK	68.889 HRK

Kao što je vidljivo iz RDG-a, prva četiri mjeseca trajala je optimizacija poslovanja i ponovno uspostavljanje proizvodnje te uvođenje novih poslovnih procesa. Prvi ozbiljniji prihodi nastali su u svibnju (7500+7600) kada su krenule isporuke za dva trgovačka lanca. Sljedeći veći pomak u naručenim količinama nastao je u srpnju kada se i treći trgovački lanac pridružio narudžbama. Budući da smo u slučaju prva dva trgovačka lanca, na osnovu usmenih dogovora, ulistani samo u najvećim dućanima, bilo je za očekivati da će mjesec nakon mjeseca u kojem su naručene početne, veće količine proizvoda biti slabiji. No, taj trend će se promijeniti u 2020. godini kada će proizvoditi biti ulistani u puno više trgovina a i kada tržište bude malo bolje upoznato s proizvodima. U rujnu su dva trgovačka lanca nadopunjavala svoju zalihu da bi u studenom i prosincu sva tri trgovačka lanca naručila veće količine artikala. Uz njihove narudžbe, naše kobasice prodavale su se na 9 različitih kućica na zagrebačkom adventu a firme su kupovale naše poklon pakete. Također valja napomenuti da je početkom 2019. jedan zaposlenik promijenio posao tako da je cijeli ovaj posao direktan rezultat rada 3 osobe u tvornici + 1 osobe u prodaji (mene).

Dolje navedena tablica prikazuje sažetak prodaje za 2019. godinu po artiklima iz kojeg je vidljivo da je prosječna marža svih prodanih proizvoda iznad 50%.

Artikli	Prodane količine	Prihod	Trošak materijala
Salame	3.103 Kg	364.156 HRK	159.552 HRK
Pršuti	772 Kg	161.238 HRK	69.470 HRK
Kobasice	8.547 Kg	468.820 HRK	268.846 HRK
Svježe meso	306 Kg	45.957 HRK	17.691 HRK
Uslužno sušenje	/	36.942 HRK	/
Ukupno:	12.728 Kg	1.077.113 HRK	515.559 HRK

5. Usporedba s Gastralom

Usporede li se gore navedeni poslovni rezultati s prijašnjim rezultatima firme Gastral doći će se do vrlo zanimljivih informacija.

Račun dobiti i gubitka	2014	2015	2016	2017
Poslovni prihod	1.109.545	1.795.406	1.633.518	959.218
Prihod od prodaje (operativni)	1.010.286	1.141.264	1.255.785	959.218
Prihod od prodaje proizvoda na dom. tržištu	994.483	1.114.438	1.239.910	948.693
Salame				
Pršuti				
Svježe				
Prihod od prodaje proizvoda na ino. tržištu	15.803	26.827	15.874	10.525
Salame				
Pršuti				
Ostali prihod	99.260	654.141	377.734	0
Prihod od pružanja usluge sušenja	99.260	654.141	377.734	0
Prihod od trgovine/posredovanja	0	0	0	0
Trošak prodanih proizvoda	(1.339.706)	(2.532.798)	(1.627.047)	(972.935)
Promj. vrijed. zal. proiz. u tijeku i got. proizv	599.008	(849.787)	(658.751)	0
Trošak proizvodnje	(1.938.714)	(1.683.011)	(968.296)	(972.935)
Trošak direktnih materijala	(821.751)	(564.958)	(17.687)	(87.279)
Trošak direktnog rada	(885.950)	(887.443)	(767.800)	(492.349)
Ostali trošak u proizvodnji	(231.013)	(230.610)	(182.809)	(393.307)
Bruto prihod od prodaje	(230.161)	(737.392)	6.471	(13.717)
<i>Bruto profitna marža</i>	-20,7%	-41,1%	0,4%	-1,4%
Administrativni troškovi (opex)	(317.111)	(272.802)	(139.040)	(565.386)
Trošak osoblja				
Ostali administrativni poslovi	(317.111)	(272.802)	(139.040)	(565.386)
EBITDA	(547.272)	(1.010.194)	(132.569)	(579.103)

Navedeni troškovi proizvodnje su realni i stvarni samo što su *trošak direktnih materijala, promjene vrijednosti zaliha u proizvodnji u tijeku i gotovim proizvodima i ostali troškovi u proizvodnji* u uskoj korelaciji pa nije moguće točno odrediti stvarne troškove proizvodnje prodanih proizvoda. Do takve diskrepancije je došlo zbog naknadnog računovodstvenog vođenja proizvodnje i to iz Zagreba (umjesto iz same tvornice). Iz tog razloga će se promatrani rezultati zanemariti.

Umjesto toga, pozornost se usmjerava na *prihod od prodaje* firme Gastral koji je u 2014. i 2017. godini manji nego kod prve godine poslovanja firme Lovski. Nastavno na te podatke, pogleda li se *trošak direktnog rada* (2014 - 885.950 kn; 2017 - 492.349 kn), dolazi se do jednostavnog zaključka - optimizacija poslovanja je napravila svoje. Tako sada umjesto 8 zaposlenika u proizvodnji i 1 zaposlenika u prodaji koji su koštali u 2014 - 885.950 kn, tj umjesto 5 zaposlenih u proizvodnji i 1 zaposlenog u prodaji koji su koštali u 2017 - 492.349 kn, imamo 3 zaposlena u proizvodnji i 1 u prodaji koji su ukupno koštali manje od 400.000 kn a napravili su veće prihode nego što je napravio Gastral u *prihodima od prodaje* iz 2014. i 2017. To je izvanredan rezultat. Po pitanju *ostalih prihoda*, valja napomenuti da je od 2014. do 2016. Gastral imao dodatan vjetar u leđa budući da je sušio pancetu za PIK. Lovski nema takve prilike nego se mora sam izboriti za svoj segment tržišta.

6. Planovi za 2020.


Potencijal ove tvornice, nakon što su se posložili poslovni procesi i nakon što se uveo dovoljno dobar način kontrole i vođenja poslovanja, leži upravo u njenim kapacitetima koji su sljedeći:

- Trajni proizvodi - do 100.000 kg različitih trajnih proizvoda na godišnjoj bazi. U 2019. godini Dival/Lovski je proizveo 4.000 kg trajnih proizvoda za sebe i još 4.000 trajnih proizvoda uslužno za druge. Dakle, u prvoj godini poslovanja iskorišteno je 8% proizvodnih kapaciteta tvornice po pitanju trajnih proizvoda.
- Polutrajni proizvodi - kupnjom atmos komore, omogućena je proizvodnja do 90.000 kg kobasica na godišnjoj razini. Budući da je komora kupljena i instalirana sredinom godine (45.000 kn kapacitet), a prodano je 9.000 kg kobasica, može se utvrditi iskorištenje mašine u iznosu od 20%.

Planovi i ciljevi u 2020.

Trenutni status

Robne marke s trgovačkim lancima	Budući da trenutno iskorištavamo 8% raspoloživih kapaciteta proizvodnog pogona za trajne proizvode, prijeko je potrebno pronaći način za povećanje proizvodnje. To se može ostvariti upravo kroz proizvodnju robnih marki za trgovačke lance. Robne marke imaju svoje pozitivne i negativne strane. Pozitivna strana za proizvođača je mogućnost fokusiranja na ono u čemu je proizvođač najbolji a to je - proizvodnja. Naime, briga oko marketinga i prodaje je u tom slučaju isključivo na vlasniku brenda. Negativna strana robne marke ponajviše se
----------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>tiče ugovorenih cijena koje su redom niže nego kod vlastitog, brendiranog proizvoda. Odlična stvar kod proizvodnje proizvoda od mesa divljači je upravo nedostatak istih na tržištu. Zato je u našem slučaju čak moguće dogovoriti bolje prodajne uvjete s trgovačkim lancima.</p>
Daljnji razvoj vlastitih proizvoda	<p>Trenutno radimo testove koji bi poboljšali recepturu, programe sušenja/pečenja i nabavku jeftinije sirovine uz visoki standard kvalitete.</p>
Novi brzo-obrtajni proizvodi.	<p>Osmislili smo roštiljku od divljači koja bi u proljeće trebala na tržište. Plan je da roštiljka čini 25% ukupne proizvodnje koja će koristiti atmos komoru (uz kobasice).</p> 
Povećanje iskoristivosti kapaciteta atmos komore.	<p>Od siječnja do početka veljače 2020 prodano je 800 kg kobasica (što je jako dobar rezultat budući da je siječanj poznat kao mjesec stagnacije).</p>
Povećanje iskoristivosti kapaciteta komora za sušenje trajnih proizvoda.	<p>Do sada smo potpisali ugovor za proizvodnju 2 proizvoda pod robnom markom. Početne količine bile bi 300 kg mjesečno po artiklu. Mogućnosti rasta su izrazito velike (pa i preko granica RH). Sada je potez na nama budući da u proizvodnju robnih marki možemo krenuti tek kada dobijemo IFS certifikat.</p>
IFS, HACCP, ISO 9001 certifikati do svibnja	<p>Trenutno smo u procesu izrade sva tri</p>

2020.	certifikata. Koji će nam otvoriti širom vrata tržištu robnih marki.
Nabaviti slajsericu s vakuumirkom.	Trenutno možemo 35 kg narezaka proizvesti dnevno. Uz nabavku navedene mašine mogli bi proizvoditi i do 250 kg narezaka dnevno. Na taj način bismo bili u potpunosti opremljeni za proizvodnju budući da bi se ujednačile količine koje možemo godišnje osušiti s količinama koje možemo godišnje narezati i vakuumirati.
Cilj/želja: imati svom mali dućan u Zagrebu gdje bi se samo prodavali proizvodi extra kvalitete koji bi ostali pod brendom Grof Lovski.	To je za sada samo želja koja bi se mogla ostvariti ako se otvori mogućnost za najmom (cjenovno prihvatljivog) prostora u blizini centra Zagreba.