




Straupe nākotni redz jaunos produktos



Piensaimnieku kooperatīvās sabiedrības *Straupe* valdes loceklis, svaigpiena ražotājas z/s *Lielandžas* īpašnieks Jānis Šulcs: "2025. gads piensaimnieku kooperatīvajā sabiedrībā *Straupe* ir bijis ar nepatīkamiem pārsteigumiem, taču piena produktu ražošana turpinās un notiek darbi, lai varētu palielināt patērētāju pieprasīto produktu ražošanas apjomus, kā arī uzsākt jaunu produktu ražošanu."

Lielākas piena produktu ražošanas jaudas, jauni proteīna un šķiedrvielu produkti uz piena bāzes, kas komplektā ar jaunām, efektīvām ražošanas iekārtām perspektīvā ļaus dubultot neto apgrozījumu

Teksts **Māris Ķirsons**
Ilustrācija **Kristaps Kalns, *Dienas mediji***

Šādus nākotnes attīstības plānus intervijā *Dienas Biznesam* atklāj piensaimnieku kooperatīvās sabiedrības *Straupe* pašreizējais vadītājs, valdes loceklis Jānis Šulcs, kurš vienlaikus ir arī *z/s Lielandžas* īpašnieks. Viņš norāda, ka jau ir uzsākti sagatavošanās darbi iecerētā nākotnes attīstības plāna īstenošanai.

Kāda ir situācija piensaimnieku kooperatīvajā sabiedrībā *Straupe*, kura pērn piedzīvoja tās izveidotāja un ilggadējā vadītāja Imanta Baloža došanos mūžībā, kā arī e. coli baktēriju skandālu?

2025. gads piensaimnieku kooperatīvajā sabiedrībā *Straupe* ir bijis ar nepatīkamiem pārsteigumiem, taču piena produktu ražošana attīstās, turklāt pašlaik ir uzsākta vairāku priekšdarbu izpilde, lai varētu palielināt patērētāju pieprasīto produktu ražošanas apjomus, kā arī uzsākt jaunu produktu ražošanu.

Mana zemnieku saimniecība *Lielandžas* ir piensaimnieku kooperatīvās sabiedrības *Straupe* biedrs, un es esmu tās valdē jau vairāk nekā 10 gadus, tostarp kā valdes priekšsēdētāja vietnieks jau piecus gadus. Nevienam no abiem epidēmiju izraisošajiem e. coli serotipiem uzņēmuma ražotajā produktā un to ražošanas iekārtās neatklāja, tas ļāva atjaunot patērētāju uzticību kooperatīva produkcijai.

Straupe ik gadu pārdod savu produkciju par desmit miljoniem eiro un aptuveni pusmiljonu eiro novirza kooperatīva attīstībai. Diemžēl pērn novembrī Imants Balodis devās mūžībā. Viņa ieguldījumu *Straupes* esamībā šodien var novērtēt, tikai paraugoties uz dažiem skaitļiem. Proti, 1991. gadā Latvijā bija apmēram 1500 dažādi kooperatīvi, taču jau 1998. gadā bija atlikuši apmēram 350. Savukārt Cēsu rajonā/novadā 1993. gadā bija septiņas piena pārstrādes kooperatīvās sabiedrības, kuras vēlāk tika privatizētas, sadalītas aktīvos.

Jau pēc desmit gadiem šajā teritorijā ir tikai viena – *Straupe*. Pašlaik, 2026. gadā, *Straupe* ir viena no trijām Latvijā, taču vislielākā, kura joprojām nodarbojas ar piena produktu ražošanu. Vairāk nekā 30 gadu laikā ir mainījusies tirgus situācija, ir būtiski pieaugusi konkurence piena produktu realizācijā tieši no ār-

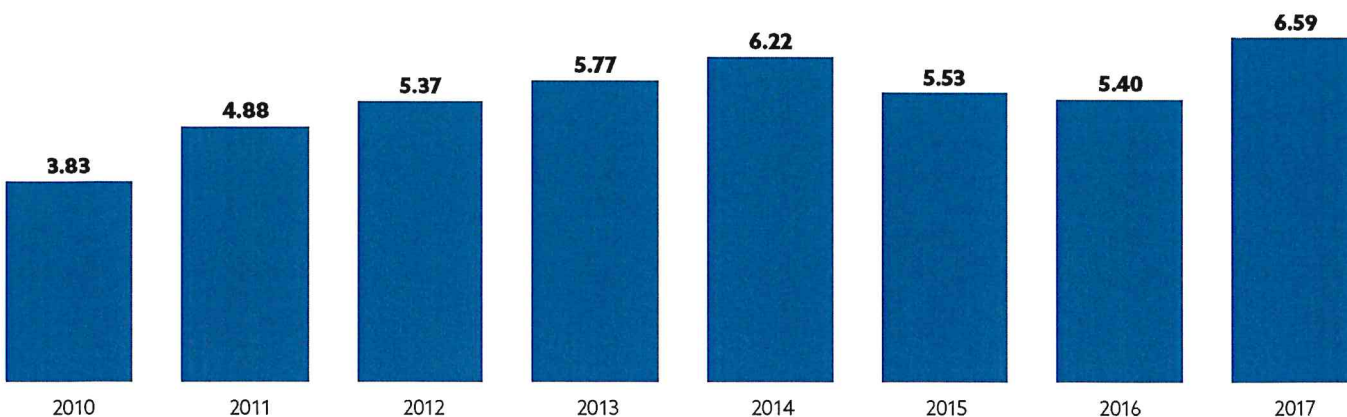
valstu lielražotājiem, kuru konkurences stūrakmeņi ir maksimāli zemāka cena komplektā ar ļoti garu produkta realizācijas termiņu. Vienlaikus Latvijā ir pieaudzis pieprasījums pēc kvalitatīviem piena produktiem, kas savukārt ir *Straupes* mērķauditorija. Vēl vairāk – Eiropas Savienības parlaments savulaik izvirzīja stratēģiju *No lauka līdz galdam*, kas ir ļoti atbilstošs *Straupes* darbības principiem – dabīgi produkti, kuriem ir salīdzinoši īss produktu realizācijas termiņš, kas ir apliecinājums to dabīgumam. Būtībā jau *Straupe* neražo produktu, lai tas maksimāli ilgi varētu atrasties veikalu plauktos, bet gan lai tas būtu, cik vien iespējams, dabīgāks, ar minimālu konservantu apjomu. Protams, tādējādi *Straupes* produkts ir dabīgāks, bet ar īsāku realizācijas termiņu, un arī dārgāks, jo cenā nevaram konkurēt ar lielražotāju iespējam ražošanas pašizmaksu pazemināšanā. *Straupes* darbība ir atbilstoša arī klimata pārmaiņu mazināšanas ES Zaļajam kursam, kura būtība ir iespējami mazāka CO₂ pēda, un, tā kā apkaimes zemnieki, kuri nodarbojas ar piena lopkopību, savu saražoto nodod uz pārstrādi kooperatīvam, tad piena pārvaldāšanas attālums ir ļoti neliels, kaut arī Latvijā ir piemēri, kur piens uz pārstrādi tiek vests ne tikai 100, bet pat vairākus simtus kilometru. *Straupes* gatavā produkcija pircējus lielākoties atrod tuvākajā 30–100 km apkaimē. Jā, no viena skatu punkta *Straupe* ir neliels ražotājs, 80 darba vietas ir uzņēmumā, no tām ārpus novada darbinieki ir vien 15. Tas faktiski nozīmē, ka katra piektā mājsaimniecība Cēsu novada Pārgaujas apvienībā ir saistīta ar kooperatīvu. *Straupe* ir apkaimes lielākais darba devējs. Vienlaikus šim devumam nodarbinātībā tieši laukos ir jāpieskaita vēl arī kooperatīva biedru darbinieki un to kopējais samaksāto nodokļu apjoms.

Kas šobrīd ir uzmanības degpunktā?

It kā rutīna, bet, ja precīzāk, tad pašlaik par kādām ļoti straujām pārmaiņām nav runas. Kooperatīvajā sabiedrībā lēmumi tiek pieņemti biedru pilnsapulcē, kas ir pavisam cits līmenis nekā, piemēram, man savā zemnieku saimniecībā. Protams, kooperatīva biedri, kur katram biedram ir viena balss, nav kā SIA vai AS, kur lomu spēlē investors vai kapitāla īpašnieks, kas nosaka dienas kārtību. Biedri palielina piena ražošanas apjomus,

Piensaimnieku kooperatīvās sabiedrības *Straupe* neto apgrozījums

milj. eiro



*- neauditētā gada pārskata dati

un tas nozīmē, ka *Straupeī* jāpalielina pārstrādes apjomi, to var īstenot, gan ražojot vairāk jau esošo piena produktu, gan arī sākot pavisam jaunu piena produktu ražošanu. Lai šo īstenotu, ir nepieciešamas ne tikai idejas un vēlmes, bet arī jaunu ražošanas līniju iegāde, esošo ražošanas telpu paplašināšana, kas savukārt nozīmē būvniecību, bet tam vispirms ir nepieciešams attiecīgs projekts, un līdztekus minētajam ir jāsaprot, kāda ir esošo attīrīšanas iekārtu jauda, vai jaunu ražošanas līniju ekspluatācija neprāsīs to jaudu palielināšanu. Piemēram, pašlaik ir pasūtīta vēl viena pudeļu pildīšanas līnija, jo pēdējais, iestājoties siltākam laikam, nespējām apmierināt pieprasījumu pēc kefīra.

Vienlaikus straujākai kooperatīva attīstībai ir izaicinājumi, jo blakus minētajam vēl jāņem vērā piena pārstrādes vietas lokācija – aizsargjoslas, valsts autoceļi un tas, kā šie faktori var ietekmēt potenciālo attīstības scenāriju. Šobrīd arī tiek uzsākta ikviena *Straupes* ražotā produkta ekonomiskās atdeves mērīšana. Ko tas nozīmē? Tikai to, ka ikvienam produktam tiks izvērtēts, cik daudz tā ražošanai tiek tērēts un cik liela ir tā atdeve. Situācijā, kad izmaksas pieaug, resursi ir ierobežoti, ir būtiski, lai netiktu ražoti produkti tikai pēc inerces, bet gan tāpēc, lai tie ģenerētu peļņu kooperatīva biedriem, kuriem ir nepieciešami līdzekļi savai attīstībai. Savā ziņā lielākais izaicinājums ir balanss starp ražošanas izmaksām un cenu, ko patērētājs ir gatavs maksāt, vēl jo vairāk, ja piena pārstrādē peļņas līmenis nav liels, tāpēc par būtiskāko faktoru kļūst darba efektivitāte, taupīga resursu izmantošana un gudra produktu attīstība. Mērķis ir attīstīt kooperatīvu tā, lai tā biedri varētu nopelnīt ar pienu, savukārt patērētāji varētu iegādāties kvalitatīvus, dabīgus vietējās izcelsmes produktus. Pašlaik notiek izpētes darbs pie jauna *Straupes* produktu iepakojuma, tā dizaina, kā arī pārtikas jaunākās modes tendences – proteīna piena produktu ražošanas. Nedaudz divaini, bet *Straupeī* pašlaik pēc būtības ir produkti aktīvā dzīvesveida piekritēju segmentam, taču tie nav attiecīgi virzīti tirgū, arī marķēti, un potenciālie patērētāji par tiem vairumā gadījumu nezina, tāpēc plānots šo situāciju mainīt. Arvien lielāks pieprasījums ir pēc šķiedrvielu produkcijas, un arī piena produktiem šajā nišā ir sava vieta. Vēlme ir radīt patērētājiem interesantu, pievilcīgu, dabīgu produktu, nevis tādu radīt maksimāli ātri un

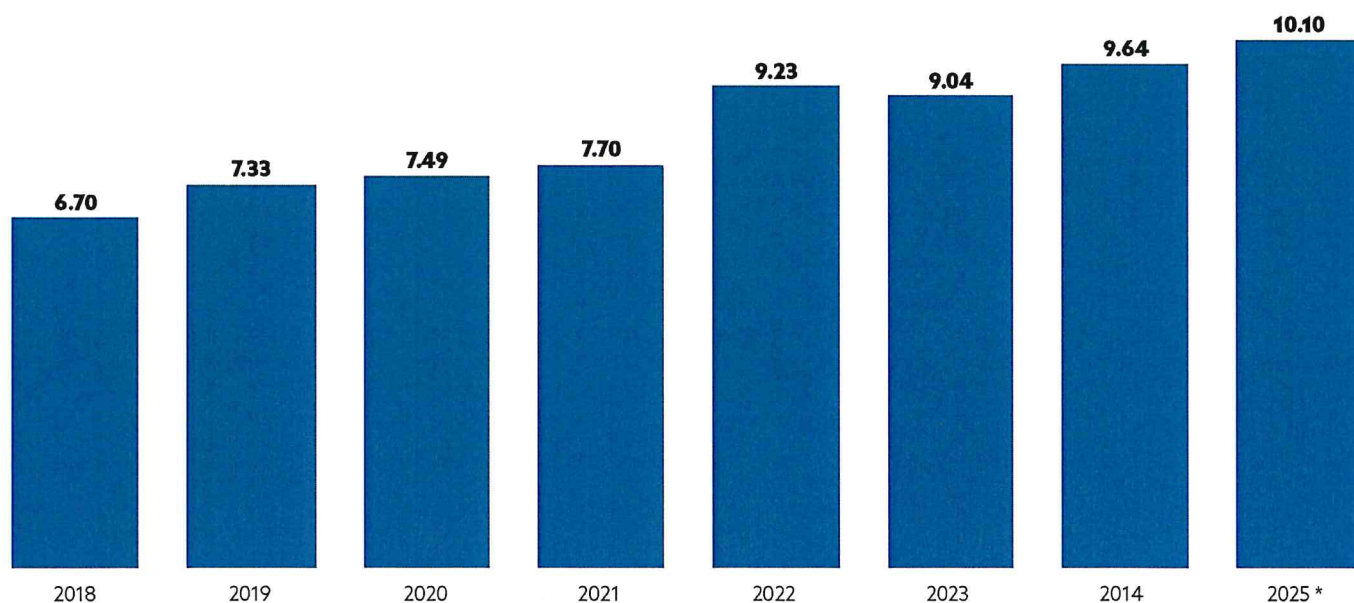
ielikt to lielveikala plauktā par pašu zemāko cenu. Sākotnēji šie jaunie produkti tiks testēti, izmantojot *Straupes* 10 veikalus, un tikai pēc tam tie varētu nonākt lielveikalu plauktos. Protams, bija laiki, kad kooperatīvs lielāko daļu produkcijas realizēja caur saviem veikaliem, taču šodien tā vairs nav, jo potenciālais pircējs vēlas iegādāties visu nepieciešamo vienā reizē un vienā vietā – lielveikalā. Šobrīd gan vairāk dienaskārtībā ir jautājums par piena pārstrādes jaudu, tās slēptajām rezervēm.

Vai tas nozīmē, ka kooperatīva biedri piegādā vairāk svaigpiena, nekā jaudas ļauj pārstrādāt?

Situācijas, kad svaigpiena daudzums pārsniedz ražošanas jaudas vai konkrēto piena produktu pieprasījumu tirgū, ir bijušas, taču jāņem vērā, ka ir arī pieredzēta otrāda situācija, kad kooperatīvs varētu saražot vairāk produkcijas un pat ir pieprasījums pēc tās, taču biedri nav tik daudz piegādājuši. Risinājums ir sadarbība ar Latvijas lielāko piensaimnieku kooperatīvo sabiedrību *Piena loģistika*, kura piegādā kādā brīdī trūkstošā svaigpiena apjomu vai arī, kad piena ir pārāk daudz, to realizē saviem klientiem – piena produktu ražotājiem. Tā ir sadarbība starp kooperatīviem un ne tikai vienas nozares ietvaros, bet arī starp nozarēm.

Cik liela šobrīd ir pārstrādājamā piena kapacitātes rezerve?

Pēc pašreizējām aplēsēm, pat neko nemainot, kooperatīvā varam pārstrādāt vismaz par 10% vairāk piena nekā pašlaik. Tomēr tas ir īstermiņa risinājums, jo ražošanas izmaksu pieaugums būtībā rada spiedienu uz izmaksu samazināšanu par vienu saražotās produkcijas vienību, kuru piena lopkopībā var īstenot tikai ar lielāku ražošanas apjomu. Un tieši šajā virzienā attīstās kooperatīva biedri, vienlaikus jāsaprot, ka viens solis ir 55–60 slaucamās govīs, jo tāds ir viena slaukšanas robota darba apjoms. Vēsturiski 1993. gadā kooperatīva biedru skaits bija 254, pēc desmit gadiem – tikai 187, 2012. gadā – 93 un 2026. gadā – tikai 26, taču kopējais saražotā piena apjoms ir pieaudzis. Pašlaik lielākais vienā saimniecībā esošais slaucamo govju ganāmpulks ir nedaudz virs 200, bet 10 saimniecībās ir 50 līdz 100 govju. Ir arī tādi kooperatīva biedri, kuriem pašlaik slaucamo govju skaits ir mazāks par pieci.



AVOTS: Piensaimnieku kooperatīvā sabiedrība Straupe



Eiropas Savienības parlaments savulaik izvirzīja stratēģiju No lauka līdz galdam, kas ir ļoti atbilstoša Straupes darbības principiem – dabīgi produkti, kuriem ir salīdzinoši īss realizācijas termiņš, kas ir apliecinājums to dabīgumam.

Kāpēc tā? To saimniecību īpašnieki, kuri piena ražošanu uzskata par ienākumu gūšanas avotu, investē attīstībā – palielina ganāmpulkā esošo slaucamo govju skaitu, iegādājas robotus, savā darbībā izmanto precīzās mēslošanas un smidzināšanas iekārtas, arī dronus u.tml. Savukārt ir arī tādi piena lopkopji, kuri kļūst vecāki un paši vairs nevar tik daudz nodarboties ar lauksaimniecību, bet paaudžu nomaīņa nenotiek, un rezultātā ganāmpulks kļūst retāks. Diemžēl šāda tendence tiek novērota visā Latvijā un arī tuvākajā laikā, šķiet, nerimsies, tāpēc arī tuvāko gadu laikā *Straupes* biedru skaits, visticamāk, kļūs vēl mazāks, bet to saražotā un kooperatīva pārstrādātā piena daudzums būs lielāks. Tas nozīmē, ka jaunu produktu ražošana ir kooperatīva rītdienas izaugsmes – attīstības scenārijs.

Kad šis izaugsmes scenārijs materializēsies?

Pakāpeniski – soli pa solim, vispirms ir jāveic vairāki priekšdarbi. Piemēram, pašlaik notiek darbs pie kooperatīvam piederošās teritorijas attīstības plāna, tas varētu būt gatavs jau šovasar. Tad arī varēs secināt, kurā vietā un ko kooperatīvs var darīt, attiecīgi šie dati būtu pamats iecerētās attīstības plānam. Viena no problēmām ir fakts, ka autoceļš iet cauri uzņēmuma pagalmam, kas prasa risinājumu.

Kāds ir kooperatīva iecerētais mērķis?

Palielinot piena pārstrādes apjomus, sākot ražot jaunus produktus, ieviešot jaunu produktu dizainu, pašreizējais neto apgrozījums būtu jādubulto. Cik gadu laikā to varētu īstenot – pašreizējā situācijā, kad ir vairāki nezināmie faktori, ir pārāgrī teikt. Vienlaikus jaudīgās iekārtas, augstais automatizācijas – robotizācijas līmenis ļaus palielināt darba ražīgumu, kas nozīmē aptuveni to pašu nodarbināto skaitu, kāds pašlaik ir kooperatīvā. Ir arī tra-

dicionāli izaicinājumi, kas raksturīgi gan mums, gan arī Eiropā, – darbaspēka izmaksas Latvijā pieaug, un arī paaudžu nomaīņa īsti nenotiek, jaunu cilvēku, kuri vēlas strādāt šajā sfērā, *Straupes* apkaimē nebūt nav ļoti daudz.

Perspektīvā iecerēts paplašināt kooperatīva darbību, proti, iegādājoties spectehniku (šķidrmēslu iestrādes, kaļķošanas, akmeņu lasīšanas u.tml.) – pēc tādas vajadzība katrai atsevišķai piena lopkopībā strādājošajai zemnieku saimniecībai ir divas trīs reizes gadā, un, izveidojot tādu parku, varētu sniegt attiecīgus pakalpojumus, kas palielinātu kooperatīva biedru darbības rentabilitāti.

Vai no citu piena ražotāju puses nav vēlmes kļūt par *Straupes* kooperatīva biedriem, vēl jo vairāk pašreizējos apstākļos, kad Igaunijā piena pārstrādātājs *E-piim*, kuram tika piegādāts piens no Latvijas, ir bankrotējis?

Piedāvājumi no citiem zemniekiem iestāties *Straupē* ir gan pašlaik, gan arī bijuši pagātnē. Ir pat vairāki piena ražotāji, kuri vairākkārt ir vēlējušies kļūt par *Straupes* biedriem, bet ikviena jauna dalībnieka uzņemšana vai tieši pretēji – atteikums – ir esošo biedru kompetences lēmums. Kooperatīvā šajā ziņā ir absolūta biedru iesaiste, demokrātija. Vienlaikus jāsaprot, ka jauni biedri potenciāli nozīmē lielāku svaigpiena daudzumu, un rodas jautājums, vai to var pārstrādāt produktos ar esošajām *Straupes* ražošanas jaudām.

Vai saražotos piena produktus *Straupe* arī eksportē?

Eksports ir, taču tā apjoms ir ļoti niecīgs, jo ir piegādes uz Vāciju, Čehiju, Dienvidigauņiju, reizēm arī kāds kuģis iegādājas *Straupes* produkciju. Ņemot vērā *Straupes* piena produktu dabīgumu, tā salīdzinoši īso realizācijas termiņu, piegādes uz ārzemēm ir sava veida papildu bonuss – novērtējums kooperatīva

darbam, taču tam nav būtiskas ietekmes uz pārdošanas apjomu un arī ienākumiem. *Straupes* potenciālais tirgus ir Vidzeme un Latvijas tautsaimniecības motora – Rīgas – areāls.

Vai izjūtat naftas produktu, jo īpaši dīzeļdegvielas, cenu sadārdzinājumu?

Izjūtam, jo svaigpiena ražošana ir nepārtraukts process un ik dienu piens tiek vests uz pārstrādi, un arī gatavie produkti ik dienu tiek transportēti uz tirdzniecības vietām. Nenoliedzami, ka dīzeļdegvielas cenas pieaugums par vairāk nekā 35% ir palielinājis transportēšanas izmaksas, taču sadārdzinājums arī skar plastmasas iepakojumu, kura pirmreizējā izejviela ir nafta. Vienīgais risinājums ir naftas sadārdzinājumu ietvert gala produkta realizācijas cenās, kas savukārt nozīmē tā sadārdzinājumu. Jāņem vērā, ka savu produktu pārdot nebūt nav vienkārši, to rāda arī 2026. gada janvāris un februāris, kas cikliski bija ar zemāko realizācijas apjomu, kur viens no iemesliem varētu būt vairāku gadu garumā Latvijā nepieredzētais aukstums – vairāk nekā septiņas nedēļas, kā arī pēcsvētku (Ziemassvētku un Jaungada) summārais efekts – labs svētku galds + lieli siltumapgādes rēķini. Tas samazina iedzīvotāju pārtikai vēltoto patēriņa grozu eiro izteiksmē. Pašlaik degvielas cenu nemitīgs pieaugums jau ir fakts vairāk nekā mēneša garumā, un, kad tas apstāsies, nav zināms.

Vai piena produktiem saruks cenas pēc 1. jūlija, kad Latvijā tiks samazināta pievienotās vērtības nodokļa likme līdz 12% pašreizējās 21% likmes vietā?

Straupes veikalos noteikti. Bet pašreizējo neprognozējamo ģeopolitisko risku kontekstā šodien uz šo jautājumu ir grūti sniegt korektu atbildi, jo neviens nevar pateikt, kādas būs energoresursu cenas pēc nedēļas, kur nu vēl pēc mēneša vai trijiem. Varu teikt, ka *Straupes* veikalos 1. jūlijā cenas būs zemākas nekā 30. jūnijā. Iespējams, daudz lielāka nozīme perspektīvā par pievienotās vērtības nodokļa likmes samazināšanu uz vienu gadu būs topošajai piena stratēģijai. Paredzēts, ka līdz 2026. gada 1. jūlijam tiks izstrādāta Latvijas piena stratēģija, taču jāreķinās, ka nonākt līdz konsensussam nebūs viegli, jo pie viena galda sēž lielie, mazie, konvencionālie un bioloģiskie svaigpiena ražotāji, kā arī dažāda lieluma piena pārstrādātāji – industriālie (apjoma), kā *Rīgas piena kombināts* ar vairākiem zīmoliem, importētā produkcija arī ar vairākiem zīmoliem, nišas produktu ražotāji un arī kooperatīvi, kur katram ir savas intereses.

Zemniekiem pieder tikai dažas piena pārstrādes rūpnīcas – *Straupe*, *Baltu piens*, *Viļāni*, *Ievas siers* un dažas citas, bet lielākoties ir investori, kas tikai apgūst tirgu, uzpērkot pienu no ražotāja – zemnieka. Pašlaik Latvijā tiek saražots vairāk svaigpiena, nekā tiek pārstrādāts, tāpēc joprojām nozīmīga daļa tiek eksportēta uz pārstrādi Lietuvā, Polijā un arī Igaunijā. Latvijas valstij gan no darba vietu, gan samaksāto nodokļu skatupunkta būtu izdevīgāk, ja svaigpienu eksportētu nevis kā izejvelu, bet kaut vai industriālas izejvielas veidolā, kas pat ļautu samazināt CO₂ pēdu, ko rada izejvielu transportēšana uz Lietuvu un gatavo produktu vešana atpakaļ Latvijas patērētājiem.

Vai *Straupe* ražo produkciju citiem privāto preču zīmolu turētājiem?

Privātās preču zīmes jeb *private label* produkcija ir zemo cenu politika – to izmantojam reti. Mums tā ir apzināta manevrēšana starp svaigpiena ražošanas apjomu, produktu klāstu, pārstrādes jaudu un naudas plūsmu. Tomēr *Straupes* kooperatīvam tie nav nozīmīgi apjomi. ☺

Viedoklis

Straupes piemēram vajadzīgi sekotāji



Rolands Feldmanis,

Latvijas Lauksaimniecības kooperatīvu asociācijas valdes priekšsēdētājs

ai arī pasaulē un Eiropā ir ne mazums piemēru, kur sākotnēji nelieli ražotāji ir apvienojušies kooperatīvos un attīstījuši savu produktu pārstrādi augstas pievienotās vērtības produktos, kas vienlaikus ir darba vietas un nodokļu maksājumi valstij, tomēr Latvijā gadu gaitā ir noticis pretējais, jo *Straupe* pašlaik vairs ir tikai viens no trijiem (vēl ir *Viļāni* un *Baltu piens*) kooperatīviem, kuros notiek piena pārstrāde. Lai arī Eiropas Savienībā ir divas stratēģijas – *No lauka līdz galdam* un *Zaļais kurss* –, kuru būtība ir maksimāli mazāks CO₂ izmešu daudzums, lai varētu tieši veicināt uz vietas saražotā pārstrādi un arī patēriņu, kas ir tieši mazāko ražotāju lielākā iespēja, tomēr realitātē *premium* kategorijas piena produktiem nākas konkurēt par patērētāju ar industriālo ražotāju cik vien iespējams lētākajiem produktiem ar neticami gariem to realizācijas termiņiem. *Straupē* ir sākušies pārmaiņu laiki, kuru rezultātā kooperatīvam jāšķūst lielākam ar jaunu produktu ražošanu, un vienlaikus tas ir labs piemērs, kam ir nepieciešami sekotāji citviet Latvijā, ko valsts var veicināt ar dažādām programmām.

