



**RANKING**  
Spółdzielni  
Mleczarskich

**Ankieta**



## METRYCZKA FIRMY

Pełna nazwa firmy	
Adres	
Regon	
Telefon, faks, adres www, adres e-mail	
Osoba wypełniająca ankietę / Osoba do kontaktu	

## DANE FINANSOWE

(UWAGA! Proszę uzupełnić puste jasne pola w poniższej tabeli)

Pozycja [jednostka miary]	2017	2016	2015
Wynik (zysk/strata) netto [tys. zł]			
Przychody ze sprzedaży [tys. zł]			
Suma aktywów [tys. zł]			
Kapitał (fundusz) własny [tys. zł]			
Zobowiązania ogółem [tys. zł]			
Zobowiązania długoterminowe [tys. zł]			
Majątek obrotowy [tys. zł]			
Zapasy [tys. zł]			
Zobowiązania krótkoterminowe [tys. zł]			
Średnioroczna cena skupu mleka [zł/litr]			
Roczna wielkość skupu [tys. litrów]			
Przeciętne zatrudnienie w przeliczeniu na pełne etaty (od początku roku do końca okresu sprawozdawczego)			
Ogółem nakłady (inwestycyjne) [tys. zł]			
Amortyzacja [tys. zł]			
Majątek trwały [tys. zł]			
Przychody netto ze sprzedaży produktów (wytworów i usług) na eksport [tys. zł]			
Przychody netto ze sprzedaży towarów i materiałów na eksport [tys. zł]			

Organizator:



Sfinansowano z Funduszu Promocji Mleka



## DANE UZUPEŁNIAJĄCE

(UWAGA! W przypadku braku formy promocji zaadresowanej do dzieci proszę pozostawić puste miejsca):

Szczególna forma promocji zaadresowana do dzieci i/lub młodzieży (UWAGA: bez „Szkłanki mleka”) w 2017 r.

Lp.	Szczególna forma promocji zaadresowana do dzieci i/lub młodzieży
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

Organizator:



Sfinansowano z Funduszu Promocji Mleka



## Pozostałe kategorie ankiety rankingowej podlegające oddzielnej ocenie

### KATEGORIA DODATKOWA

#### NOWOCZESNE FORMY PROMOCJI W 2017 r.

Lp.	Przykłady zastosowanych nowoczesnych form promocji (prosimy o krótki opis zastosowanej formy promocji i efektów jej wykorzystania) np.: a) reklama w mediach społecznościowych, dedykowane profile, Fan Page itp. b) pozycjonowanie i reklama w przeglądarkach internetowych c) wykorzystanie płatnych linków d) wykorzystanie mailingu marketingowego e) banery i pop-up-y umieszczane na własnej lub innych (jakich) stronach www f) artykuły sponsorowane g) reklama zewnętrzna (billboard, citylight, banner itp.) h) reklama w tv, radio, kinie itp. inne formy nowoczesnej promocji - podać jakie
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	

Organizator:



Sfinansowano z Funduszu Promocji Mleka



## KATEGORIA SPECJALNA

### LIDER EKSPANSJI

\*Pozyskanie nowych zagranicznych rynków zbytu w 2017 r.  
(proszę wpisać kraj oraz formę dotarcia na dany rynek)

Lp.	Nowy kraj i sposób pozyskania nowego kontrahenta: a) uczestnictwo w targach i wystawach (podać nazwę) b) uczestnictwo w misjach gospodarczych (podać nazwę) c) kontakt przez organizację branżową (podać nazwę) d) kontakt przez media społecznościowe lub strony www (podać nazwę) e) złożenie oferty na publiczne zapytanie ofertowe f) sprzedaż przez internetową platformę handlową (podać nazwę) g) sprzedaż przez pośrednika - polską lub międzynarodową firmę handlową h) kontrahent zagraniczny znalazł nas (w jaki sposób?) inna forma nawiązania kontaktu i wejścia na rynek - krótko opisać
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Organizatorzy:



Partnerzy:

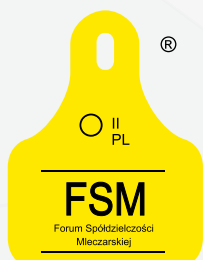


\*Wprowadzenie nowych produktów na rynek (polski lub zagraniczny) w 2017 r.  
(proszę wpisać nowe produkty/grupy produktowe)

Lp.	Nowy produkt (grupa produktowa)
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	

\*Podmioty biorące udział w kategorii specjalnej „Lider Ekspansji”, udostępniają Partnerowi XII Rankingu Spółdzielni Mleczarskich dane finansowe

Organizatorzy:



Partnerzy:





**Polska Izba Mleka**  
ul. Mickiewicza 7/23  
15-213 Białystok  
tel. +48 85 674 73 29  
fax. +48 85 874 43 88  
e-mail: [izba@izbamleka.pl](mailto:izba@izbamleka.pl)  
[www.izbamleka.pl](http://www.izbamleka.pl)