

PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU OBITELJSKOG POLJOPRIVREDNOG GOSPODARSTVA U PČELARSTVU

Matan, Dominik

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Karlovac
University of Applied Sciences / Veleučilište u Karlovcu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:128:629998>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-11**



VELEUČILIŠTE U KARLOVCU
Karlovac University of Applied Sciences

Repository / Repozitorij:

[Repository of Karlovac University of Applied
Sciences - Institutional Repository](#)



zir.nsk.hr



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJ

VELEUČILIŠTE U KARLOVCU

POSLOVNI ODJEL

STRUČNI STUDIJ UGOSTITELJSTVA

Dominik Matan

**PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU
OBITELJSKOG POLJOPRIVREDNOG
GOSPODARSTVA U PČELARSTVU**

ZAVRŠNI RAD

KOLEGIJ: Osnove poduzetništva

MENTOR: Andreja Primužak, dipl.oec.,viši predavač

MATIČNI BROJ STUDENTA:0621614011

Karlovac,rujan,2020.

SAŽETAK

Iskustvo i predznanje u pčelarstvu su me naveli na odluku o izradi ovog poslovnog plana. U Republici Hrvatskoj većina pčelara bavi se pčelarstvom iz hobija, a kao država posjedujemo puno veće kapacitete za razvoj te grane gospodarstva. Naše šume i pašnjaci posjeduju idealne uvjete za rad i uzgoj pčela zbog toga što je priroda nezagađena u odnosu na ostale države svijeta. Kao veliku prednost dodao bih to što imamo brdska područja na kojima rastu razne vrste bilja i drveća na kojima pčele mogu skupljati nektar, a od kojega onda rade med iznimne kvalitete. OPG Matan bavi se pčelarstvom kao primarnom djelatnošću i sada ima mogućnost povećati opseg poslovanja te podići poslovanje na novu razinu. Uz postojećih 120 košnica, u planu je kupnjadodatnih 130 košnica. Pčelinje proizvode, kao i same pčele, plasirat ćemo na tržište korištenjem raznih metoda i načina. Pčele i matice prodavat ćemo na tržištu Republike Hrvatske, a njihove proizvode na tržištu Europske Unije. Plan je kroz sedam godina otplatiti investiciju te nakon toga raditi na konstantnom povećanju proizvodnih kapaciteta sve dok ne dosegneмо zasićenje tržišta.

Ključne riječi : *pčelarstvo, košnice, pčele, med, pčelinji proizvodi.*

ABSTRACT

Beekeeping experience and knowledge led me to the decision of making this business plan. Many beekeepers in Croatia are just hobbyists but our country has bigger capacity for beekeeping business. Our woods have great conditions because they are not polluted as the woods in rest of the world. As a big opportunity, I would add up a lot of hilly areas where bees can collect nectar for making high quality honey. OPG Matan has a long run in beekeeping and the ability to increase the volume of business. Currently we have 120 beehives and our plan is to get 130 more, so the final aim is to have 250 beehives. Bee products, just as beehives, will be placed and sold on market using different methods. Bees and queen-bees will be sold on Croatian market, but their products are going to be sold on European Union market. Our plan is to repay the investment in seven years and after that to constantly grow our production capacities until we reach market saturation.

Keywords: *beekeeping, hives, bees, honey, bee products.*

SADRŽAJ

1.UVOD	1
1.1.Predmet i cilj rada	1
1.2.Izvori podataka i metode prikupljanja.....	1
1.3.Sadržaj i struktura rada.....	1
2.KAKO DEFINIRAMO PODUZETNIŠTVO I PODUZETNIKA?.....	2
2.1.Poduzetništvo	2
2.2.Poduzetnik.....	3
2.3.Povijesni razvoj poduzetništva.....	4
2.4. Poslovni plan.....	5
3. POJAM I ZNAČAJKE OBITELJSKOG POLJOPRIVREDNOG GOSPODARSTVA.....	6
3.1.Prednosti i nedostaci otvaranja obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva.....	6
4. PČELARSTVO.....	8
4.1. Poticaji u pčelarstvu.....	9
5.NASLOVNICA PROJEKTA	10
5.1.Operativni sažetak	11
5.1.1.Podaci o investitoru	11
5.1.2.Asortiman proizvoda i usluga	12
5.1.3.Tržišno-marketinški podaci.....	12
5.1.4.Potrebna ulaganja.....	13
5.1.5.Potrebni zaposlenici	13
5.1.6.Izvori kapitala.....	13

5.1.7. Aktivizacijsko razdoblje.....	13
5.1.8. Mjere zaštite okoliša i zaštite na radu	14
6. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE	15
6.1. Evolucija ideje i nositelj pothvata	15
6.2. Opis proizvoda, roba ili usluga	15
6.3. Reference autora i nositelja pothvata	16
7. TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA	17
7.1. Istraživanje tržišta	17
7.2. Projekcija ciljnih tržišta.....	17
7.3. Projekcija konkurencije.....	17
7.4. Projekcija cijena	19
7.5. Projekcija prodaje i prihoda	19
7.6. Projekcija nabavnih tržišta	21
8. TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA	22
8.1. Projekcija lokacije	22
8.2. Projekcija tehnologije.....	22
8.3. Projekcija kapaciteta	23
8.4. Projekcija stalnih sredstava	23
8.5. Projekcija materijalnih inputa	24
8.6. Zaposlenici	25
8.7. Projekcija zaštitnih mjera	26
9. MENADŽMENT PROJEKTA	28
9.1. Planiranje.....	28

9.2.Organiziranje	29
9.3.Upravljanje ljudskim resursima	29
9.4.Vođenje	29
10.MARKETING PROJEKTA.....	30
10.1.Proizvoda roba – usluga	30
10.2.Cijena	30
10.3.Distribucija	31
10.3.1. Izravni kanali prodaje.....	31
10.3.2. Neizravni kanali prodaje.....	32
10.4.Promocija	32
10.4.1. Internetska promocija.....	32
10.4.2. Direktna promocija.....	33
10.4.3. Unapređenje prodaje.....	33
11.FINANCIJSKI PODACI PROJEKTA	34
11.1.Projekcija ulaganja u stalna sredstva.....	34
11.2.Proračun amortizacije.....	38
11.3.Projekcija otplate kredita.....	40
11.4.Dinamička projekcija prihoda	40
11.5.Dinamička projekcija rashoda	41
11.6.Dinamička projekcija računa dobiti i gubitka	42
11.7.Dinamička projekcija novčanih tijekova.....	43
12.OCJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA.....	47
12.1.Razdoblje povrata.....	47

12.2. Godišnja stopa prinosa	48
12.3. Prosječna profitabilnost.....	48
12.4. Analiza likvidnosti	49
12.5. Analiza osjetljivosti.....	49
13. ZAKLJUČAK PROJEKTA	51
14. ZAKLJUČAK	52
POPIS LITERATURE.....	53
POPIS ILUSTRACIJA	54

1.UVOD

1.1.Predmet i cilj rada

Tema ovog poduzetničkog projekta je pokretanje obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva u specifičnoj grani gospodarstva – pčelarstvu. Poduzetnički projekt ima dva cilja. Prvi je dokazati da su poljoprivredne industrije i dalje isplative za pokretanje poslovanja ukoliko se uloži dovoljna količina znanja, truda i inovacija. Drugi cilj je prikazati stečena teorijska i praktična znanja tokom studija te ih implementirati u postupak planiranja, organizacije poslovanja, obrade i rješavanja problema, kroz izradu završnog rada u obliku poslovnog plana.

1.2.Izvori podataka i metode prikupljanja

Izvori podataka korišteni u svrhu izrade rada su stručna literatura, internetske stranice, te autorova praktična i teorijska znanja stečena tokom studija i dugogodišnjeg rada sa pčelama. Za metodu prikupljanja podataka odabrana je metoda za stolom, dok su pri prezentaciji prikupljenih podataka korištene znanstvene metode analize, klasifikacije, dedukcije i deskripcije.

1.3.Sadržaj i struktura rada

Rad se sastoji od četrnaest poglavlja. Prvo poglavlje objasniti će predmet i cilj rada, izvori podataka i metode prikupljanja te sadržaj i struktura rada. U drugom poglavlju definirani su pojmovi poduzetništvo, poduzetnik i poslovni plan te u kratko opisana povijest poduzetništva. Obiteljsko poljoprivredno gospodarstvo biti će objašnjeno u trećem poglavlju kao i njegove prednosti i nedostaci. Četvrta cjelina opisuje pčelarstvo u Hrvatskoj i svijetu. U petom poglavlju se nalazi operativni sažetak. Šesta cjelina opisuje poduzetničku ideju, a sedma tržišne podatke projekta. Cjelina broj osam se odnosi na tehničko-tehnološki opis projekta, deveta na menadžment projekta, a deseta marketing projekta. Financijske podatke projekta smo obradili u jedanaestoj cjelini, a ocjene učinkovitosti projekta u dvanaestoj. Trinaesta cjelina donosi zaključak projekta, a četrnaesta zaključak završnog rada. Na kraju rada nalaze se popis korištene literature i popis ilustracija.

2. KAKO DEFINIRAMO PODUZETNIŠTVO I PODUZETNIKA?

2.1. Poduzetništvo

Riječ poduzetništvo (eng. entrepreneurship) prevedena je iz francuske riječi *entreprendre*, kojom se može opisati osoba koja preuzima rizik novog.¹

Prema istim autorima, poduzetništvo je zapravo „sposobnost pokretanja određene akcije, poduzimanja aktivnosti sa svrhom postizanja željenog cilja, sve predmnijevajući spremnost na borbu protiv prepreka, spremnost na neizvjesnost ishoda i rizik“.²

Za mnoge autore poduzetništvo je jedno od najvećih i najvažnijih socijalnih i ekonomskih snaga našeg vremena.

Poduzetništvo se također može definirati kao sposobnost da se na osnovi kreativne čovjekove ekonomske djelatnosti i ograničenih proizvodnih čimbenika formira učinkovita privredna djelatnost.³

Osnovne karakteristike koje čine bit poduzetništva su: nemir, imaginacija, dinamika, latentna težnja za uspjehom, mašta, neizvjesnost, utopija, pustolovina, nestrpljivost, samopotvrđenje, prodor, naporan rad, intuicija, postojanost, realnost, procjena, vještina, sposobnost, moral, motiviranost, samouvjerenost i borbenost.⁴

U gospodarskom razvoju, poduzetništvo osim proizvoda i dohotka po glavi stanovnika uključuje i promjenu u strukturi poslovanja u društvu. Tu promjenu prati rast proizvodnje što omogućava raspodjelu bogatstva na veći broj ljudi.⁵ Nadalje, za gospodarski razvoj nekog područja važno je ulaganje za razvoj novih proizvoda na tržištu i stimuliranje ulagačkog interesa. Poduzetništvo kao djelatnost najviše utječe na povećanje zaposlenosti i rast gospodarstva.⁶

¹Buble, M., Kružić, D.: *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, RRiF, Zagreb, 2006. str. 2

²Ibid, str. 1

³Kolaković, M.: *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija, Zagreb, 2006., str. 1.

⁴Sikavica, P., Novak, M.: *Poslovna organizacija*, Informator, Zagreb, 1999., str. 666

⁵Hisrich, R. D.; Perers, M. P.; Sheperd, D. A.: *Poduzetništvo*, Mate, Zagreb, 2006., str. 16

⁶Škrtić, M.; Mikić, M.: *Poduzetništvo*, Sinergija, Zagreb 2011, str. 293).

2.2. Poduzetnik

Poduzetnik je osoba koja posluje na vlastiti rizik. Raspolaze sredstvima potrebnim za određenu gospodarsku djelatnost i samostalno donosi odluke koje se odnose na tu djelatnost, organizira i kombinira proizvodne činitelje, koordinira njihovo djelovanje, nadzire, rukovodi i upravlja cjelokupnim radom i poslovanjem.⁷

„Poduzetnik se najčešće definira kao osoba koja pokreće nove poslove te samostalno organizira i kontrolira tijek poslovanja. On stvara nove poslovne mogućnosti usprkos riziku i neizvjesnosti, u svrhu stjecanja profita i rasta, identificirajući povoljne prilike i prikupljajući neophodne resurse radi zarade na njima.“⁸

Vrste poduzetnika se dijele prema njihovom pojavnom obliku kroz faze razvoja, odnosno životni ciklus poduzeća, stoga se razlikuje poduzetnik pionir, maher, strateg i trener.

Sikavica naglašava da svaka od tih faza zahtijeva i neke specifične sposobnosti na temelju kojih se pojavljuju specifične vrste poduzetnika.⁹

- Pioniri su osnivači malog poduzeća i pojavljuju se u fazi izgradnje poduzeća. Puni su ideja, energije i odlučnosti. Takvi poduzetnici su osobe jakog karaktera, veliki individualisti i egocentrici koji se posvećuju samo svojem poduzeću te su zaokupljeni provođenjem svoje ideje koju nastoje ostvariti pod svaku cijenu.
- Maheri su snažni, ambiciozni i autoritativni poduzetnici koji se pojavljuju u fazi rasta poduzeća. Oni su vrlo dobro organizirani i uspješno vode svoje poduzeće. Osim toga, njihova slabost se očituje u nedostatku vizije, ideje i inovacije uzrokovane prevelikom zaokupljenošću tekućim poslom.
- Stratezi su mislioci, vrlo angažirani poduzetnici, željni uspjeha u fazi diferencijacije proizvoda. Takvi poduzetnici se usredotočuju na strateško odlučivanje, a voditelji poslovnih jedinica donose poslovne odluke.
- Treneri su poduzetnici sa istaknutim liderskim sposobnostima koji oko sebe šire pozitivnu emocionalnu klimu. Oni komuniciraju sa svojim zaposlenicima, motiviraju ih, poslušaju njihove savjete i primjedbe te na osnovu toga nastoje koordinirati poduzeće.

⁷ Tošić A.: *Poduzetnik i poduzetništvo te upravljanje rizicima na primjeru poduzeća Podravka d.d.*, Sveučilište Sjever, Sveučilišni centar Varaždin, Varaždin, 2016., str. 2

⁸ Kolaković, M.: *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija, Zagreb, 2006., str. 19

⁹ Ibid. str. 22

Slika 1 – Poduzetnici kroz faze razvoja poduzeća

1. FAZA	2. FAZA	3. FAZA	4. FAZA	5. FAZA
Izgradnje	Rasta	Diferencijacije	Konsolidiranja	Likvidacije
PIONIR	MAHER	STRATEG	TRENER	

Izvor: Tošić, A.: *Poduzetnik i poduzetništvo te upravljanje rizicima na primjeru poduzeća Podravka d.d.*,

Sveučilište Sjever, Sveučilišni centar Varaždin, Varaždin, 2016., str. 9

2.3. Povijesni razvoj poduzetništva

Poduzetništvo kao pojam ima svoje korijene u ekonomskoj teoriji, i prvi put se javlja u literaturi pred gotovo 250 godina. Bilo je autora koji su se i znatno ranije doticali pojma poduzetništva, ali ga nisu izravno spominjali; kao što je slučaj s Dubrovčaninom Benediktom Kotruljevićem u 15. stoljeću koji, opisujući savršenog trgovca, navodi osnovne poduzetničke funkcije. Pojam poduzetništva se prvi put obrađuje u „*Općoj raspravi o prirodi trgovine*“ Richarda Cantillona objavljenoj 1755. Godine, a u vezi s kapitalom, neizvjesnošću i rizikom. Iako je R. Cantillon bio prvi koji spominje taj izraz, ipak se Jean-Baptista Say može smatrati najzaslužnijim za razvoj teorije poduzetništva. Njegov najveći doprinos toj teoriji ogleda se u razlikovanju poduzetničkog profita, kao nečeg drugog u odnosu na profit od kapitala. On poduzetničku funkciju definira kao kombinaciju različitih proizvodnih čimbenika.¹⁰

Prvi zapisi ukazuju na razne oblike poduzetništva u rano doba, u egipatskoj, arapskoj i kineskoj kulturi i civilizaciji. U antičko doba poznati su različiti tipovi poduzetništva u staroj Grčkoj i Rimskom carstvu gdje kao različite poduzetničke aktivnosti jačaju trgovina i novčarsko poslovanje. Poduzetništvo pod ovim pojmom nastaje u srednjem vijeku između 12.

¹⁰ Sikavica, P., Novak, M.: *Poslovna organizacija*, Informator, Zagreb, 1999., str. 667

i 15. stoljeća.¹¹Začeci trgovačkih poduzeća javljaju se u Italiji u 12. stoljeću kao privremena društva, a najčešće su to bila obiteljska poduzeća.¹²

2.4. Poslovni plan

Dokument koji sadrži cjelovito i potanko razrađeno obrazloženje o ulaganjima u posao s ocjenom očekivanih učinaka i varijantnih rješenja za rizične situacije, što ih donosi buduće vrijeme, smatra se poslovnim planom.

Poslovni se plan izrađuje zbog potrebe utvrđivanja konkretnih ciljeva. Temelj za provjeru i naknadnu promjenu planiranih veličina. On nije sredstvo za iskazivanje znanja o pothvatu.

Plan se rabi za brzu i jednostavnu komunikaciju s okruženjem, partnerima, financijerima i onima koji su uključeni u njegovu izvedbu u realnom gospodarskom životu. Nitko neće investirati u vaš pothvat ako nemate razrađen poslovni plan. On je temeljna informacija, vaša realna „pregovaračka sposobnost“. Temelj je provjere vaših poduzetničkih ideja. Plan nije deklaracija, već provedivi plan aktivnosti i provjereno predviđanje očekivane učinkovitosti poslovnog pothvata, tj. dobiti od uloženi sredstava i vremena.¹³

¹¹ Ronstadt, R.C. : *Entrepreneurship*, Lord Publishing Co., Ekonomski fakultet u Spiltu, Split, 1984., str. 4

¹² Ibid str. 6

¹³ Republika Hrvatska, Ministarstvo gospodarstva: *Poslovni plan poduzetnika*, Masmedia, Zagreb, 2016., Str. 16

3. POJAM I ZNAČAJKE OBITELJSKOG POLJOPRIVREDNOG GOSPODARSTVA

OPG je organizacijski oblik gospodarskog subjekta poljoprivrednika fizičke osobe koji radi stvaranja dohotka samostalno i trajno obavlja djelatnost poljoprivrede i s njom povezane dopunske djelatnosti, a temelji se na korištenju vlastitih i/ili unajmljenih proizvodnih resursa te na radu, znanju i vještinama članova obitelji.¹⁴

Djelatnost poljoprivrede u organizacijskom obliku *OPG*-a može obavljati fizička osoba koja ima prebivalište na teritoriju Republike Hrvatske sukladno odredbama *Zakona o OPG-u*.¹⁵

3.1. Prednosti i nedostaci otvaranja obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva

Prednosti¹⁶:

- Jednostavno otvaranje i lakoća zatvaranja
- Brzo donošenje odluka
- Jednostavno vođenje poslovnih knjiga
- Ne mora biti obeznik poreza na dohodak
- Poticaji
- Lakoća prenošenja *opg*-a nositelja na nositelja
- Brz obrtaj kapitala
- Prilagođavanje novim tehnologijama i tehnikama
- Mogućnost proširenja proizvodnje
- EU fondovi
- Veće tržište ulaskom u EU
- Stjecanje stalnih potrošača
- Potencijalno širenje tržišta

¹⁴*Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu*, članak 5., stavak 1 A) (NN 29/18, 32/19)

¹⁵<https://poljoprivreda.gov.hr/istaknute-teme/poljoprivreda-173/poljoprivredna-politika/obiteljska-poljoprivredna-gospodarstva/pitanja-i-odgovori/1322>

¹⁶ Hrvatska poljoprivredno-šumarska savjetodavna služba: *KORACI DO USPJEŠNOG PČELARENJA*; SAVJETODAVNA HR, Zagreb, 2018.

Nedostaci¹⁷:

- Ograničeni izvori financiranja i predodžbe o nestabilnosti
- Ograničenost vještina
- Manja konkurentnost i teži proboj na tržište
- Manje kvalificirani radnici
- Krediti
- Nedovoljno istraženo tržište
- Slaba informiranost o proizvodu i prepoznatljivost istog na domaćem tržištu
- Dobna struktura stanovništva
- Konkurencija uvozom
- Zakonska i porezna regulativa
- Prirodni utjecaji i vremenske nepogode
- Štetnici, korovi i bolesti

¹⁷ Hrvatska poljoprivredno-šumarska savjetodavna služba: *KORACI DO USPJEŠNOG PČELARENJA*; SAVJETODAVNA.HR, Zagreb, 2018.

4. PČELARSTVO

U svijetu se zadnjih godina javljaju problemi u pčelarenju, stoga pčele izumiru, a smatra se da je tome pridonio i ljudski nemar prema prirodi. Kako bi se zaustavio ovaj negativni trend mnoge države su počele pčelarima nuditi opciju bavljenja ekološkim pčelarstvom što podrazumijeva prestanak unosa otrovnih kemikalija unutar pčelinjih zajednica te pašu pčela na čistim i nezagađenim staništima. Taj je trend prepoznat i u Republici Hrvatskoj gdje se pčelarstvom bavi preko 11.000 pčelara.¹⁸

Suvremena poljoprivredna proizvodnja postavljena je na četiri temelja. Primjena umjetnih gnojiva, navodnjavanje, uporaba pesticida te korištenje kukaca u oprašivanju čine skup nužnih mjera u razvoju industrijskokomercijalnog poljoprivrednog gospodarstva. Pčelarstvo daje vrijedan doprinos u proizvodnji poljoprivrednih kultura uz pomoć oprašivanja. Procjenjuje se da je ekonomska vrijednost oprašivanja pčelama nekoliko desetaka puta veća od vrijednosti pčelinjih proizvoda. Valja istaknuti da se čovječanstvo hrani sa stotinjak različitih usjeva, a da pčele oprašuju njih više od 70%. Stoga bi nestanak pčela na određenom području uzrokovao ubrzani nestanak više od 20.000 biljnih vrsta, što bi negativno utjecalo na cjelokupnu ekološku ravnotežu. Zato je nerazborito promatrati pčele samo kao ekonomski iskoristive životinje, već ih moramo smatrati vrlo važnim čimbenikom prirodnih biocenoza.¹⁹

4.1. Poticaji u pčelarstvu

Donedavno je uvjet bio da pčelar mora biti upisan u Upisnik poljoprivrednih gospodarstava i u Evidenciju pčelara ako želi ostvariti pravo na poticaje temeljem Nacionalnog pčelarskog programa (NPP) za trogodišnje razdoblje. No, od 2016., uvjet za ostvarivanje prava na poticaje iz NPP-a je samo upis u Evidenciju pčelara.²⁰

¹⁸ Seki, K.: *Studija izvodljivosti za pčelarski poduzetnički projekt u istočnoj Hrvatskoj usklađen s uvjetima zajedničke poljoprivredne politike EU*, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, 2014., str. 3

¹⁹ Hrvatska poljoprivredno-šumarska savjetodavna služba: *KORACI DO USPJEŠNOG PČELARENJA*; SAVJETODAVNA HR, Zagreb, 2018.

²⁰ Ibid

Trenutno se potiču pčelari i pčelarstvo u osam mjera:²¹

- Tehnička pomoć pčelarima i organizacijama pčelara
- Suzbijanje štetnika i bolesti pčela, naročito varooze
- Racionalizacija troškova selećeg pčelarenja
- Mjere za potporu laboratorija za analizu pčelinjih proizvoda s ciljem potpore pčelarima da svoje proizvode plasiraju na tržište i povećaju njihovu vrijednost
- Obnavljanje pčelinjeg fonda
- Suradnja sa specijaliziranim tijelima za provedbu programa primijenjenih istraživanja u području pčelarstva i pčelinjih proizvoda
- Praćenje tržišta (korisnik mjere HPS)
- Poboljšanje kvalitete proizvoda s ciljem iskorištavanja potencijala na tržištu (korisnik mjere je HPS)

²¹Ibid

5.NASLOVNICA PROJEKTA

OPG Matan

Dragutina Domjanića 4, 47 000 Karlovac

Republika Hrvatska



PODUZETNIČKI PROJEKT NA PRIMJERU PROIZVODNJE MEDA I PČELINJIH PROIZVODA

Član OPG-a: Dominik Matan

Autor projekta: Dominik Matan

Osoba za vezu: Dominik Matan

Primatelj: Erste & Steiermärkische Bank dd

Tel: 092/352-8116

Karlovac, rujan, 2020.

5.1. Operativni sažetak

5.1.1. Podaci o investitoru

Poduzetnički projekt je ideja studenta Dominka Matana, a riječ je o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu koje se bavi proizvodnjom i preradom pčelinjih proizvoda, stvaranjem novih pčelinjih društva, selekcioniranom proizvodnjom matica, razvojem pčelarstva kao gospodarske grane, dizajniranjem i uvođenjem novih tehnologija u pčelarstvo, edukacijom novih pčelara, te u dugoročnom roku razvoj logistike i špedicije.

Projekt:

Naziv tvrtke: OPGMatan

Adresa tvrtke: Dragutina Domjanića 4, 47 000 Karlovac

Vlasnik: Dominik Matan (100%)

Temeljni kapital: -

Poslovna banka: Erste & Steiermärkische Bank dd

Djelatnost prema NKD: 47.81. Trgovina pčelinjim proizvodima na obiteljskom gospodarstvu na adresi Ulica Dragutina Domjanića 4.

Misija - pružiti svakom potrošaču najbolje pčelinje proizvode kroz inovativnost i kvalitetu koja će im omogućiti uživanje u raznim okusima prirode i brizi za vlastito zdravlje, razvoj novih tehnologija i opreme za pčelarstvo, te edukaciju o pčelarenju i važnosti pčela u svijetu.

Vizija – biti najveći proizvođač pčelinjih proizvoda, opreme za pčelarstvo, novih pčelinjih zajednica i matica u Republici Hrvatskoj kroz sedam godina, a kroz period od 10 godina plasirati proizvode na inozemno tržište.

Ciljevi:

- biti prvi izbor kupca zbog svojih konkurentskih prednosti, a ponajviše zbog kvalitete vlastitih proizvoda i usluga,
- osigurati rast prihoda od prodaje pčelinjih proizvoda, opreme, pčelinjih društva i matica, uz pomoć ekonomije opsega proizvodnje,
- trajno udovoljavati ukusima i željama klijenata,

- stvoriti prepoznatljiv brend na Hrvatskom tržištu, a kroz duži period i na inozemnom tržištu,
- razvijati svijest građana o zdravlju i pogodnostima pčelinjih proizvoda te važnosti pčela u svijetu.

5.1.2. Asortiman proizvoda i usluga

Asortiman proizvoda OPG Matan bit će med (cvijetni med, med od agacije, lipov med, kestenov med, mediljkovac, med od lavande), propolis (propolis kocke, propolis kapi, propolis u spreju), pčelinji otrov, matična mliječ, pčelinja društva, selekcionirane matice, oprema za košnice. Med će se nalaziti u staklenim teglama težine 450 i 900 g. Propolis će se prodavati u obliku otopine u ambalaži od 10, 20, 50 i 100 ml, te kao propolis kocke (kocke šećera natopljene otopinom propolisa). Pčelinja društva će se prodavati kao nukleusi (pčelinje zajednice na 5-8 okvira, jednoetažne košnice koje se u proljeće prebacuju u dvoetažnu košnicu, te počinju pčelaru stvarati dobit u pogledu meda i propolisa). Matice će se prodavati u kavezima (matice sive pčele i apis linguistice). Uz kupnju nukleusa i matica pčelari će imati mogućnost kupiti edukaciju o pčelarenju u kojoj će pčelari moći posjetiti naše pčelinjake i kroz praktični rad na pčelinjacima naučiti kako raditi s pčelama, održati ih na životu i ostvariti profit. Kada je riječ o pčelarskoj opremi, proizvodit ćemo AŽ i LR razmake i vratašca, držače matičnih rešetki.

Dugoročni plan je povećanje i proširenje asortimana izradom novih košnica oplemenjenih tehnologijom koje će pčelaru olakšati rad na pčelinjaku, te pouspjehiti rad pčela, osnivanje kozmetičke linije na bazi pčelinjih proizvoda, razvitak agroturizma otvaranjem API komora, pčelarskih apartmana i kušaonica pčelarskih proizvoda.

5.1.3. Tržišno-marketinški podaci

OPG Matan je preko 25 godina na tržištu Karlovačke županije te na tom području postoji mreža potrošača koja je nastala na temelju usmene predaje informacija o kvaliteti između kupaca. Unatoč ravijenoj mreži potrošača, a s obzirom na to da nam je cilj plasirati proizvode na cijelokupno Hrvatsko i inozemno tržište, potrebno je uložiti povećana sredstva i napore u marketing poduzeća. U marketing poslovanja planira se utrošiti puno vremena kako bi kupci prepoznali kvalitetu proizvoda, iako je istraživanjem tržišta ustanovljeno kako nema mnogo

konkurenata na tržištu u proizvodnji visokokvalitetnih pčelinjih proizvoda i cjelokupnog asortimana proizvoda.

U početku, prodaja će se vršiti putem vlastite internetske stranice i društvenih mreža, na sajmovima, te plasiranjem proizvoda u supermarkete. Prve tri godine med i pčelinji otrov će biti jedini proizvodi koji će se prodavati na veliko, a nakon tri godine plan je uvrstiti što više proizvoda u veleprodaju nakon što se osvoji povjerenje međunarodnih dilera.

5.1.4. Potrebna ulaganja

Najviše se novaca planira uložiti u nove tehnologije, modernizaciju proizvodnih pogona, povećanje proizvodnje i turističke djelatnosti.

5.1.5. Potrebni zaposlenici

Obiteljsko gospodarstvo će tokom prve dvije godine imati dva stalno zaposlena radnika (vlasnik i zaposlenik), te jednog sezonskog radnika. U trećoj godini plan je zaposliti još jednog stalnog zaposlenik zbog povećanog opsega posla.

5.1.6. Izvori kapitala

Za realizaciju ovog poduzetničkog projekta potrebno je uložiti ukupno 879.000,00 HRK od čega 8.000,00 HRK u stalna sredstva, 33.000,00 HRK u trajna obrtna sredstva. Od ukupno potrebnih 879.000,00 HRK ulaganja, 234.000,00 HRK su vlastita sredstva, a ostatak od 645.000,00 HRK čini bankarski zajam.

5.1.7. Aktivizacijsko razdoblje

Polazeći od aktivnosti koje treba obaviti u razdoblju od donošenja odluke o realizaciji projekta do početka redovitog obavljanja djelatnosti, projekcija izvedbenog terminskog plana pokazuje da će aktivacijsko razdoblje trajati četiri mjeseci.

5.1.8.Mjere zaštite okoliša i zaštite na radu

Čak i kod zaposlenika koji su kvalificirani za obavljanje zadanog posla, postoji mogućnost da zbog nepažnje ili slučajnosti dođe do ozljeda. Zbog takvih je situacija važno imati kutiju prve pomoći koja u svakom trenutku mora sadržavati propisanu medicinsku opremu. Sve poduzete mjere zaštite u skladu su sa zakonima o zaštiti okoliša, zaštiti od požara, zaštiti na radu, te u skladu sa standardima djelatnosti. Sukladno zakonskim odredbama o zaštiti okoliša, projekt ne zahtijeva posebne mjere zaštite osim zbrinjavanja smeća. Za tu svrhu potrebno je nabaviti kontejner za prikupljanje i odvoz smeća.

6. OPIS PODUZETNIČKE IDEJE

6.1. Evolucija ideje i nositelj pothvata

S obzirom da nositelj projekta Dominik Matan posjeduje 120 AŽ košnica i 40 AŽ nukleusa, opremu za rad s pčelama i vrcanje te da ima 11 godina praktičnog iskustva u pčelarstvu, ovaj poduzetnički projekt čini se kao perspektivan pothvat. Također, nositelj projekta je član OPG-a, te ovim projektom nastoji proširiti svoje gospodarstvo, povećati proizvodne kapacitete i plasirati se na nova tržišta.

Projekt je sastavljen na temelju iskustva i poduzetničkih ideja studenta Dominika Matana, čije će aktivnosti biti usmjerene na proizvodnju meda, pčelinjeg otrova, nukleusa i matica koji su planirani standardni proizvodi. Proizvodnja propolisa, matične mliječi i pčelarske opreme, te razvoj tehnologije i agroturizma su djelatnosti koje će u početku biti u fazi razvoja, te se u dugoročnom razdoblju planiraju uvesti pod standardne proizvode. Poduzeće će biti registrirano kao društvo s ograničenom odgovornošću. Do odluke o realizaciji projekta došlo je iz razloga što nositelj ima dovoljnu količinu znanja i iskustva u pčelarstvu, te na tržištu postoji potražnja za navedenim proizvodima.

6.2. Opis proizvoda, roba ili usluga

Asortiman proizvoda OPG Matan biti će visokokvalitetan 100% med, propolis kapi, sprej i kocke, matična mliječ, pčelinji otrov, nukleusi, matice, oprema za košnice, edukacija za pčelare, API komore, kušaonice i linija kozmetičkih proizvoda. Med će se nalaziti u staklenim teglama u pakiranjima od 450 i 900 g. Propolis će se prodavati u ambalažama od 10, 20, 50 i 100 ml. Propolis kocke će biti pakirane u staklene tegle gdje će se nalaziti 100 g propolis kocki, odnosno 32 propolis kocke. Nukleusi će se prodavati na 5 do 8 okvira, ovisno o želji kupca. Prodaja matica će se vršiti u kavezima za matice. Edukacija će se provoditi kroz praktičan rad i prodaju knjiga o pčelama i pčelarstvu. API komore će funkcionirati na način da su na košnicu ugrađeni inhalatori koje ljudi stavljaju na lice i udišu zrak iz košnica.

Etikete na proizvodima, kao i sam logotip, bit će dizajnirane u minimalističkom stilu te ćemo pomoću naše jednostavnosti koja se traži u današnje doba nastojati privući sve generacije.

6.3.Reference autora i nositelja pothvata

Dominik Matan rođen je 15. srpnja 1994. godine u gradu Karlovcu. Završio je Mješovitu industrijsko-obrtničku srednju školu, te time stekao zvanje građevinskog tehničara. Nakon završetka srednje škole upisao je smjer ugostiteljstva na odjelu poslovnog upravljanja Veleučilišta u Karlovcu zbog velikog interesa za ekonomiju, poduzetništvo i turizam, što je počeo proučavati tijekom srednjoškolskog obrazovanja. Za vrijeme studija na Veleučilištu završio je jednogodišnji tečaj pčelarstva na „Pučkom otvorenom učilištu Karlovac“ i time stekao zvanje Pčelara.

Posjeduje vozačku dozvolu B kategorije, tečno se služi engleskim jezikom u govoru i pismu, ima dobro poznavanje njemačkog jezika u govoru i pismu. Uz 11 godina praktičnog iskustva u pčelarstvu, godinu dana iskustva u direktnoj prodaji i 6 mjeseci u digitalnom marketingu, autor je odradio i studentsko stažiranje od 3 mjeseca u *start-up* poduzeću. Nositelj pothvata svojim poduzetničkim referencijama smatra: predanost cilju, komunikacijske vještine, želju za uspjehom, racionalan i objektivan način razmišljanja te želju za konstantnim rastom, unapređenjem i stjecanjem novih znanja i vještina.

7. TRŽIŠNI PODACI PROJEKTA

7.1. Istraživanje tržišta

U svrhu prikupljanja dostatnog broja kvalitetnih tržišnih podataka korišteni su sekundarni izvori tržišnih informacija, podaci dobiveni snimanjem ciljnoga tržišta. Od sekundarnih podataka korišteni su podaci obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva Matan te literatura o pčelarstvu sa internet stranica Agronomskog fakulteta u Zagrebu. Određeni podaci prikupljeni su u internetskoj bazi podataka, iz osobne baze podataka o prodaji pčelinjih proizvoda, te kroz nekoliko razgovora s osobama iz branše.

7.2. Projekcija ciljnih tržišta

Potencijalni konzumenti ovih proizvoda su žene, muškarci i djeca svih životnih dobi s naglaskom da proizvode od pravog domaćeg meda kupuju ponajviše osobe srednjeg i višeg imovinskog stanja, dok osobe nižeg imovinskog stanja pretežito kupuju proizvode koji su jeftiniji. Stoga ćemo svoju ponudu nastojati učiniti cjenovno pristupačnu svim staležima stanovništva. Ciljano inozemno tržište, u ovom slučaju su Njemačka, Austrija, Slovenija i Italija jer imaju viši životni standard pa samim time otvara mogućnost prodaje proizvoda po višim cijenama. Iz tog razloga cilj poduzeća je u što kraćem roku izaći na inozemno tržište i povećati profit.

Nukleuse i matice ćemo u početku prodavati na Hrvatskom tržištu, na kojemu se svake godine pojavljuje nedostatak pčela. Ostale proizvode (propolis, oprema za košnice) bit će teže plasirati s obzirom na to da je konkurencija veća, a potražnja manja. Nastojat ćemo osvijestiti ljude o važnosti pčelinjih proizvoda u ljudskoj upotrebi i time otvoriti novi sloj tržišta uz pomoć kvalitetnih i inovativnih proizvoda te kvalitetnog marketinga.

7.3. Projekcija konkurencije

Na području Europske Unije je 600 tisuća pčelara koji godišnje proizvedu oko 250 tisuća tona meda. Unatoč velikoj proizvodnji meda, Europska Unija uvozi 200 tisuća tona meda iz Kine, Argentine, Meksika i Ukrajine, a izvozi svega 20 tisuća tona meda. Razlika između uvoza i

izvoza meda na tržištu Europske Unije nam govori da u EU nedostaje meda te ga neće biti problem plasirati.

Broj pčelinjih zajednica u RH je oko 550 tisuća s prosječnom gustoćom smještaja oko deset košnica na 1 km², a godišnja proizvodnja meda iznosi od 8 do 12 tisuća tona. Obrazovna struktura hrvatskog pčelara je raznolika, ali dominira srednja stručna sprema. Muškarci su u pčelarstvu znatno više zastupljeni od žena, ali u proizvodnji često sudjeluju svi članovi obitelji. Zbog navedenog pčelarstvo se mora promatrati kao obiteljsko pčelarsko gospodarstvo. Također, uočava se nedostatak kvalificirane pčelarske radne snage.

Prosječna dob hrvatskog pčelara iznosi oko 55 godina i većinom je riječ o mlađim umirovljenicima. Gotovo polovica pčelara posjeduje do 30 pčelinjih zajednica. Broj pčelara koji imaju od 51 do 100 pčelinjih zajednica iznosi oko 20% ukupne pčelarske populacije i pčelarstvo im predstavlja dodatnu djelatnost i dobar dodatni prihod. Profesionalni pčelari (od 250 pčelinjih zajednica i/ili više) čine samo 1,2% pčelarske populacije, što je slično kao i u drugim zemljama u regiji i svijetu.

Najveći konkurenti su :

1. PIP d.o.o.
2. Medin san d.o.o.
3. Pčelarstvo Daruvar

Direktnu konkurenciju predstavljaju mali pčelari i veliki trgovački centri poput *Interspara*, *Konzuma* i drugih. Indirektnu konkurenciju predstavljaju krivotvorci meda.

Krivotvorcispadaju u nelojalnu konkurenciju jer med proizvode od šećera i plasiraju ga na naše tržište kao domaći med po vrlo niskim cijenama. Na ovaj način se čini šteta i potrošačima i pčelarima.

Pčelari su najveća konkurencija na području Karlovačke županije. S obzirom na to da pčelarska grana izrazito brzo raste zadnjih godina, sve je više malih pčelara na tržištu.

Prednosti su inovativnost, posvećenost malim kupcima, postojeće postrojenje i potražnja na tržištu Europske Unije.

7.4. Projekcija cijena

Pri formiranju cijena u obzir će se uzimati cijene konkurencije te trenutni odnos ponude i potražnje na domaćem tržištu. Formiranje cijene vrši se na temelju cijene radne snage, ukupnih troškova potrebnih za pružanje usluga, te cijene energenata.

Tablica broj 1 – Projekcija cijena proizvoda

MED (450 ML)	30,00 HRK
MED (900 ML)	50,00 HRK
PROPOLIS (10 ML)	25,00-30,00 HRK
PROPOLIS (20 ML)	40,00-50,00 HRK
PROPOLIS (30 ML)	60,00 HRK
PROPOLIS (50 ML)	100,00 HRK
PROPOLIS (100 ML)	190,00 HRK
PROPOLIS KOCKE (100G)	130,00 HRK
PČELINJI OTROV (1 G)	150,00-250,00 HRK
NUKLEUSI	550,00-700,00 HRK
MATICE	70,00–100,00 HRK
RAZMACI ZA OKVIRE	2,00–2,50 HRK
VRATAŠCA ZA LETO	5,00-6,00 HRK

Izvor: Autorova izrada

Prodajne cijene meda na veliko formirati će se ovisno o tržištu EU, a očekivane cijene prema cijenama od prijašnjih godina su u rasponu između 28,00 i 40,00 kuna po kilogramu. Prodaja pčelinjeg otrova će se također vršiti u veleprodaji čija je trenutna tržišna cijena između 150,00 i 250,00 kuna po gramu.

7.5. Projekcija prodaje i prihoda

Godišnje postoji osam pčelinjih paša od kojih mi planiramo hvatati šest. Prihodi meda po paši mogu varirati od nula kilograma po košnici do 25 kilograma po košnici, što znači da po jednoj košnici možemo ostvariti 0-125 kg meda godišnje. U najboljem slučaju, na naših 250 košnica možemo dobiti 31 tonu meda. Iz praktičnog iskustva znamo da ćemo dobiti oko 10 tona meda zbog pesticida koji uništavaju prirodu i uzrokuju lošije paše, a nešto meda moramo ostaviti

pčelama da bi preživjele zimu. Planirana proizvodnja nukleusa je 100 godišnje koji će biti spremni za prodaju nakon što prezime.

Matici je potrebno 16 dana od jajašca do trenutka da se izlegne, te do 10 dana da se oplodi. Kada se matica oplodi, spremna je za prodaju. Potrebno nam je od 20 do 26 dana da proizvedemo maticu. Matice se proizvode u oplodnjacima. Ako uzmemo u obzir da sezona proizvodnje matica traje 100 dana, u jednom oplodnjaku godišnje možemo proizvesti 4 matice. U prvoj godini počeli bi sa 100 oplodnjaka od kojih bi proizveli 400 matica. Ukoliko bi se proizvodnja matica pokazala kao profitabilan posao u idućim godinama bi nastojali povećati proizvodnju na tisuću matica.

Proizvodnja razmaka i vratašca će se vršiti u radioni. Planirana proizvodnja je 8 tisuća razmaka i tisuću vratašca. Proizvode se od lima dimenzija: širina 30 mm, debljine 0,7 – 1 mm i dužine po narudžbi. Ovi proizvodi imaju nizak trošak u proizvodnji i osiguravaju dobru zaradu. Dobit od ovih proizvoda ćemo koristiti za unaređenje poslovanja.

Tablica 2 – Projekcija očekivane proizvodnje u prvoj godini

	PROIZVOD	CIJENA PO JEDINICI	KOLIČINA	PRIHODI
	MED- 900ML	50,00 HRK	1000	50.000,00 HRK
	MED NA VELIKO kg	37,00 HRK	4000	148.000,00 HRK
	PROPOLIS 10ML	30,00 HRK	600	18.000,00 HRK
	PROPOLIS KOCKE 100G	130,00 HRK	140	18.200,00 HRK
	PČELINJI OTROV 1G	150,00 HRK	500	75.000,00 HRK
	NUKLEUS	600,00 HRK	90	54.000,00 HRK
	MATICA	80,00 HRK	400	32.000,00 HRK
	RAZMACI	2,20 HRK	8000	17.600,00 HRK
	VRATAŠCA	5,50 HRK	2000	11.000,00 HRK
	UKUPNO			423.800,00 HRK

Izvor: Autorova izrada

Nakon što su analizirani i proučeni rezultati tržišnog istraživanja, može se zaključiti kako na ciljanom tržištu postoji dostatno tržišno zanimanje.

7.6. Projekcija nabavnih tržišta

Kako su košnice najbitnija stavka za poslovanje, uz njihovo održavanje, košnice će se nabavljati s domaćeg tržišta iz Krapinsko-zagorske županije. Nabavit ćemo 130 AŽ standard košnica po cijeni od 500 kuna, 60 AŽ nukleus košnica po cijeni od 300 kuna, 100 oplodnjaka po cijeni od 70 kuna i 20 tisuća okvira po cijeni od 2,50 kune po komadu, a od kojih nam je 2 600 okvira potrebno za popuniti 130 novih košnica. Moramo kupiti 100 rojeva pčela koje ćemo nabaviti po cijeni od 600 kuna po komadu. Kupujemo i 30 selekcioniranih matica koje ćemo koristiti za proizvodnju novih matica, a cijena te matice je 100 kuna po komadu.

8.TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI OPIS PROJEKTA

8.1.Projekcija lokacije

Makrolokacija za ovaj projekt je Republika Hrvatska (Karlovačka županija, Koprivničko-križevačka županija i Istarska županija). Lokacija u kojoj će biti operativni centar i skladište će se nalaziti u gradu Karlovcu kako bi kupci imali što lakši pristup. Pčelinjaci će se nalaziti na 6 različitih mjesta u krugu od 20 kilometara oko Karlovca. Naknadno, uz šest postojećih lokacija, koristit ćemo nekolicinu lokacija u Koprivničko-križevačkoj i Istarskoj županiji u situacijama kada pčelinje paše podbace na području Karlovačke županije. Iz iskustva pokretača projekta znamo gdje se nalaze kvalitetne paše za pčele i upravo tamo ćemo ih držati. Svaki pčelinjak će se seliti 2-3 puta godišnje radi hvatanja ostalih paša.

8.2.Projekcija tehnologije

Od opreme potrebne za pčelarenje tu su košnice, oplodnjaci i okviri. Također, potrebna su nam dva vozila. Kupiti ćemo polovni kamion MAN le 8 180 po cijeni od 50.000,00 kuna koji će nam služiti za prijevoz košnica s jedne paše na drugu. Drugo vozilo koje nam je potrebno za obilaženje pčelinjaka je polovni Fiat Scudo po cijeni od 35.000,00 kn.

Potrebno je uložiti 50.000,00 kn u prostor za vrcanje i skladištenje proizvoda.

U sklopu poslovanja vršit će se uzgoj sivih pčela (*Apis mellifera carnica*).

Od pčelarske opreme koristit će se dimilice, pčelarsko dijetlo, pčelarska kliješta, pčelarska četka (metlica), vilica za otklanjanje saća, ometač za pčele, korito za otklapanje, vrcaljka, grijač za med, topionik za vosak, sakupljači pčelinjeg otrova, osobna zaštitna oprema, a svu navedenu opremu već posjedujemo.

8.3. Projekcija kapaciteta

Kapacitet je sposobnost proizvodnog, trgovačkog ili uslužnog sustava da u nekom vremenu proizvede neku količinu proizvoda, proda neku količinu robe ili usluži neku količinu određenih usluga.

Tablica 3 – Projekcija godišnjih kapaciteta u 1. godini proizvodnje

REDNI BROJ	NAZIV PROIZVODA, ROBE ILI USLUGE	OČEKIVANI GODIŠNJI KAPACITET	MAKSIMALNI MOGUĆI KAPACITET	MINIMALNI MOGUĆI KAPACITET
I.PROIZVODI	Med	10.000,00 kg	30.000,00 kg	4.000,00 kg
1.	Propolis	50,00 kg	100,00 kg	20,00 kg
2.	Nukleusi	100 komada	150 komada	60 komada
3.	Matice	400 komada	600 komada	200 komada
4.	Pčelinji otrov	500,00 g	2000,00 g	500,00 g
5.	Razmaci	8 000 komada	20 000 komada	4 000 komada
6.	Vratašca	2 000 komada	8 000 komada	1 000 komada

Izvor: Autorova izrada

U idućih pet godina planiramo povećanje proizvodnje matice na 1 000 komada i razvoj novih proizvoda.

8.4. Projekcija stalnih sredstava

Stalna ili osnovna sredstava obuhvaćaju svu materijalnu i nematerijalnu imovinu poduzeća s vijekom trajanja duljim od jedne godine.

Tablica 4 – Projekcija ulaganja u stalna sredstva

RED. BR.	PROJEKCIJA STALNIH SREDSTAVA, MATERIJALA I RADOVA	KOLIČINA (u jed. mjere)	JEDINIČNA CIJENA	UKUPNA VRIJEDNOST (HRK)
1.	Zemljište (priprema)	1000m ²		70.000,00
2.	Građevinski objekti		-	70.000,00
3.	Proizvodna postrojenja			50.000,00
4.	Proizvodna oprema			10.000,00

5.	Pomoćna oprema			6.000,00
6.	Uredska oprema			6.000,00
7.	Ostala oprema			6.000,00
9.	Pribor i alati			2.000,00
10.	Prijevozna sredstva			85.000,00
11.	Košnice			150.000,00
12.	Osnovno stado/jato			200.000,00
13.	Nematerijalna imovina			4.000,00
13.1.	Osnivački izdaci i osiguranje			4.000,00
14.	Klimatizacijski sustav			1.800,00
UKUPNA VRIJEDN OST				664.800,00

Izvor: Autorova izrada

8.5.Projekcija materijalnih inputa

Od materijalnih inputa potrebni su repromaterijal, energenti, sitan inventar te ostali materijalni inputi.

Tablica 5 – Projekcija ulaganja u materijalne inpute

RED. BR.	POPIS MATERIJALNIH INPUTA PROJEKTA	KOLIČINA (u jed. mjere)	JEDINIČNA CIJENA (HRK)	UKUPNA VRIJEDNOST (HRK)
I.	PROIZVODNO DIO – UKUPNO			
1.	Sirovine – ukupno			
2.	Repromaterijal - ukupno			
2.1.	Košnice			78.000,00
	Okviri			20.000,00
2.3.	Prihrana			20.000,00
2.4.	Krovne ploče			6.000,00
2.7.	Kontejner za smeće			727,00
3.	Energenti - ukupno			
3.1.	Električna energija			7.000,00
3.2.	Voda			1.000,00

3.3.	Gorivo			5.000,00
4.	Sitan inventar - ukupno			
4.1.	Uredski			1.500,00
4.2.	Skladišni - amabalaža			10.000,00
5.	Ostali materijalni inputi - ukupno			
5.1.	Režije			
5.2.	Radna odjeća			2.000,00
UKUPNA VRIJEDNOST				

Izvor: Autorovaizrada

8.6.Zaposlenici

Na temelju planiranih proizvodnih kapaciteta, u prve dvije godine potrebna su dva stalno zaposlena radnika (vlasnik i radnik), jedan sezonski radnik (od početka svibnja do kraja srpnja), te knjigovođa kao vanjski zaposlenik. Od treće godine poslovanja očekujemo potrebu za još jednim stalno zaposlenim radnikom zbog povećanja obima posla.

Projekcija rashoda ukupnih plaća zaposlenih u prve dvije godine iznosi 144.000,00 kn, a od treće godine pa nadalje taj iznos raste na 194.000,00 kn.

Tablica 6 – Projekcija potrebitih radnika i troškova rada u prvoj godini

RED. BR.	NAZIV RADNOG MJESTA	STRUČNA SPREMA	JEDNA SMJENA	UKUPNO	GODIŠNJE BRUTO KOMPENZACIJE (kune)
I.	PROIZVODNI RADNICI – UKUPNO		2	2	
1.	Pčelar 1	VSS	1	1	–
2.	Pčelar 2	SSS	1	1	65.000,00
3.	Pomoćni radnik	SS	1	1	19.000,00
II.	MENADŽERI –	VSS	1	1	

	UKUPNO				
1.	Menadžeri – vlasnici		1	1	60.000,00
III.	ADMINISTRACIJA	VSS	1	1	
UKUPNO			3	3	144.000,00

Izvor: Autorova izrada

8.7.Projekcija zaštitnih mjera

Sigurnosno-ekološki problemi (zaštita naradu i zaštita okoliša) temeljni su problemi suvremenog čovjeka, problemi koji najizravnije ugrožavaju njegovu egzistenciju i zdravlje. Suvremena je znanost pronašla i primjerene načine obrane od negativnih učinaka pa se pitanje zaštite pri radu i zaštite okoliša svodi na pitanje stupnja primjene zaštitnih mjera i sredstava.

Zaštita pri radu pretpostavlja sustav obveznih i normativno sankcioniranih mjera i postupaka u cilju zaštite ljudi tijekom rada, a s ciljem da se rad učini sigurnim i bezopasnim za život i zdravlje zaposlenika. Razlikuju se opće mjere zaštite pri radu (sigurnost građevinskih objekata, opreme, strojeva i uređaja, kretanje radnika, buka, vibracije, zdravstvene i higijenske uvjete, osobna zaštitna sredstva i slično) te posebne mjere zaštite pri radu (sigurnost zaposlenika u posebnim radnim uvjetima - rad pod zemljom, rad na velikim visinama, rad na otvorenomu, rad s otrovnim i zapaljivim sredstvima i slično).

Tablica 7 – Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu okoliša

RED. BR.	NAZIV AKTIVNOSTI (MJERE ZAŠTITE OKOLIŠA)	VRIJEDNOST OPREME (HRK)	VRIJEDNOST RADA (HRK)	UKUPNA ULAGANJA (HRK)
1.	Zbrinjavanje smeća (kontejner)	5000,00		5000,00
UKUPNO		5000,00		5000,00

Izvor: Autorova izrada

Zaštita okoliša je sustav obvezatnih i normativno sankcioniranih mjera i postupaka u cilju zaštite ljudskoga okoliša (flore i faune) od različitih oblika zagađivanja ili devastacije.

Tablica 8 – Popis mjera i visna ulaganja u zaštitu na radu

RED. BR.	NAZIV AKTIVNOSTI (MJERE ZAŠTITE NA RADU)	VRIJEDNOST OPREME (HRK)	VRIJEDNOST RADA (HRK)	UKUPNA ULAGANJA (HRK)
1.	Edukacija radnika o zaštiti na radu		150,00	1500,00
2.	Prikladna radna odjeća	1500,00		1500,00
3.	Oprema za rukovanje	200,00		200,00
4.	Paket prve pomoći	150,00		150,00
5.	Tečaj rukovanja opremom i strojevima		2000,00	2000,00
UKUPNO		1850,00	3500,00	5350,00

Izvor: Autorova izrada

Proizvodnja meda i proizvoda od meda podliježe ekološkoj proizvodnji i pritom ne ugrožava izravno okoliš te iz tog razloga nije potrebno poduzimati neke posebne mjere zaštite okoliša, osim zbrinjavanja smeća.

9.MENADŽMENT PROJEKTA

Poduzeće se organizira kao OPG. Vlasnik poduzeća je Dominik Matan. Broj radnika se bazira na jednom članu OPG-a, radniku, jednom stalnom radniku i jednom sezonskom radniku od svibnja do kolovoza.

Pri rukovođenju koristiti će se funkcionalna struktura. Biti će ujedinjeni slični i uzajamno povezani, istovrsni ili neposredno ovisni poslovi u posebne organizacijske jedinice.

Tip vodstva će biti demokratski.

9.1.Planiranje

Operativni planovi - rade se za period od jednog do mjesec dana. To su planovi vezano uz pripremu zemljišta, nabavu sirovina, pripremu košnica i nabavu pčela te u skladu s time raspodjela ovlaštenja i obaveza po zaposlenicima.

Prvi operativni plan je kupnja košnica, oplodnjaka i uređenje potrebnog prostora u trajanju od mjesec dana. Ostali planovi će se osmišljati tokom poslovanja u skladu s ostalim, dugoročnijim planovima.

Kratkoročni planovi - pokrivaju razdoblje od jedne poslovne godine i obuhvaćaju skladištenja, te transporta i distribucije proizvoda, odnosno planiranje svih elemenata koje obuhvaća jedan proizvodni ciklus.

Kratkoročni plan poduzeća je postići očekivane rezultate proizvodnje i prodaje.

Srednjoročni planovi - su planovi koji pokrivaju razdoblje od jedne do pet godina, i u tom slučaju se vrši planiranje sastavnica kao što su potencijalno širenje asortimana proizvodnje, pronalazak novih tržišta i slično. Za ovaj dio planiranja ključne su vizije menadžera o tome gdje vide svoju organizaciju kroz period do pet godina, pri čemu vrlo važnu ulogu imaju upravo individualna znanja, iskustva i sposobnosti menadžera.

Srednjoročni plan je širenje na tržište EU, novi inovativni proizvodi, linija beauty proizvoda, linija dječijih proizvoda, Api komore i apartmani.

Dugoročni planovi - su strategijski planovi koji se vrše za plansko razoblje dulje od pet godina, u ovom slučaju to se odnosi na dugoročno pozicioniranje poduzeća i robne marke na tržištu.

Dugoročni plan poduzeća je konstantno ulaganje u razvoj, proširenje, napredovanje tehnologije, marketing i primjena ekonomije obujma na proizvodnju matica i nukleusa.

9.2.Organiziranje

Organizacija poduzeća temelji se na funkcionalnoj organizacijskoj strukturi. Poduzeće je podijeljeno u sektore, a to su: sektor za nuđenje i realizaciju, tehnički sektor, sektor za marketing, sektor ljudskih potencijala i zajedničkih poslova, te sektor financija. Prvih tri godine vlasnik će biti zadužen za sve sektore, do trenutka kada se poduzeće razvije i bude sposobno zaposliti više radnika.

9.3.Upravljanje ljudskim resursima

Za planiranje kadrova u poduzeću bit će zadužen Dominik Matan. Na temelju istraživanja utvrdili smo da je potrebno zaposliti jednog stalnog radnika i jednog sezonskog radnika. Pribavljanje kadrova će se vršiti na klasičan način, raspisivanjem natječaja, te će prijavljeni kandidati biti podvrgnuti testiranju kako bi odabrali najboljeg kandidata. Pribavljanje kadra u budućnosti vršiti će se na isti način.

9.4.Vođenje

Vodstvo poduzeća bit će u demokratskom stilu. U prve tri godine poduzeća vlasnik će imati potpuni autoritet i odgovornost. Nakon tri godine autoritet će se raspodijeliti na nekoliko voditelja timova. Odluke donosi vlasnik uz međusobnu komunikaciju i savjetovanje s ostatkom poduzeća. Zaposlenici će se motivirati nagradama i ugodnim radnim okruženjem.

10.MARKETING PROJEKTA

Osnovne funkcije marketinga su marketing proizvoda, roba ili usluga, cijena, distribucija i promocija. Marketing je sustavan popis i opis svih aktivnosti usmjerenih na učinkovitost prezentacije i prodaju određenog proizvoda, robe ili usluge na ciljnom tržištu i stvaranje što povoljnijeg imidža poduzeća u javnosti tijekom određenog planskog razdoblja. Marketing se bavi potrebama ljudi i pronalazi načine zadovoljenja istih.

10.1.Proizvod, robe i usluge

Tokom prve godine naše proizvodi će biti: cvijetni med, med od agacije, med od kestena, med od lipe, med od lavande, med od suncokreta i med od repice, zatim propolis u kapima, propolis u kockama, pčelinji otrov, nukleusi, matice, razmaci i vratašca za košnice. Glavni proizvod je med.

Med je i danas osnova prirodnog liječenja u narodnoj medicini. Preporučuju ga i brojni medicinski službenici jer ubrzava učinkovitost brojnih sintetskih lijekova. Vrlo brzo vraća tijelu izgublenu energiju zbog svoje lake probavljivosti te pojačava djelovanja lijekovitih tvari iz drugog bilja. Pomaže kod bolesti crijeva i želudca, povišene tjelesne temperature i kod bržeg zacjeljivanja rana.

10.2.Cijena

Tablica 9 – Projekcija cijena

MED (450 ML)	30,00 HRK
MED (900 ML)	50,00 HRK
PROPOLIS (10 ML)	25,00-30,00 HRK
PROPOLIS (20 ML)	40,00-50,00 HRK
PROPOLIS (50 ML)	100,00 HRK
PROPOLIS (100 ML)	190,00 HRK
PROPOLIS KOCKE (100G)	130,00 HRK
PČELINJI OTROV (1 G)	150,00-250,00 HRK
NUKLEUSI	550,00-700,00 HRK

MATICE	70,00–100,00 HRK
RAZMACI ZA OKVIRE	2,00–2,50 HRK
VRATAŠCA ZA LETO	5,00-6,00 HRK
MED NA VELIKO	28,00-40,00 HRK

Izvor: Autorova izrada

Cijene proizvoda će se prvenstveno formirati prema ponudi i potražnji na tržištu, te kvaliteti proizvoda. Ostali faktori koji će utjecati na cijenu:

- konkurencija,
- troškovi proizvodnje,
- troškovi ambalaže,
- troškovi poslovanja.

Potražnja za medom, propolisom i pčelama je u konstantnom porastu na području EU. Sa gledišta ponude; meda, propolisa i pčela je sve manje i manje. S obzirom na prikazane faktore, očekuje se porast cijena od 15% u idućih pet godina. Ovim cijenama ćemo ostvariti solidan priljev sredstava pomoću kojih ćemo ekspanzirati proizvodnju i prodaju.

10.3.Distribucija

Prodaja proizvoda će se vršiti izravnim i neizravnim kanalima. Prodaja izravnim kanalom zahtjeva ulaganje veće količine vremena za bavljenje kupcima i traženje načina za distribuciju, ali to ulaganje rezultira većom zaradom od prodaje. Neizravni kanal prodaje zahtjeva puno manje vremena jer drugi rade prodaju za nas i njegov rezultat je manja zarada. Koristiti ćemo oba kanala kako bi mogli uštedeno vrijeme od neizravnog kanala iskoristiti u sektoru marketinga i za inovacije.

10.3.1. Izravni kanali prodaje

Koristiti ćemo iduće izravne kanale:

- Prodaja na domaćim i inozemnim sajmovima – sajmovi su mjesta u kojima je visoka koncentracija ponude i potražnje određene grane gospodarstva, stoga je to odlično mjesto za stvaranje poslovnih kontakata i stvaranje nove potražnje za proizvodima.

- Prodaja na vlastitom OPG-u – kupci mogu bilo kada doći na OPG i kupiti proizvode, razgledati naše proizvode te naučiti više o proizvodima i načinu proizvodnje. Na taj način stvaramo povjerenje kod kupaca jer se oni mogu uvjeriti u kvalitetu naših proizvoda.
- Tečajevi pčelarstva – sudjelovanje na gostujućim predavanjima i držanje vlastitih tečajeva za pčelare početnike putem kojih će se stvarati segment potražnje za nukleuse, matice i opremu.
- Internet (društvene mreže, vlastita web stranica, stranice za oglašavanje) – u današnje doba ljudi sve više kupuju preko interneta jer je jednostavnije i brže od klasične kupovine dobara u trgovinama. Putem interneta imamo doseg publike koja je fizički udaljena i time si olakšavamo plasman na strano tržište.

10.3.2. Neizravni kanali prodaje

Putem ovoga kanala planira se steći preko 60% profita. Koristiti ćemo posrednike, partnere i preprodavače kao sredstvo distribucije proizvoda od poduzeća do krajnjih korisnika. Nećemo plasirati proizvode u trgovačke samoposluge jer one diktiraju otkupne cijene koje su u pravilu veoma niske i ne odgovaraju našem modelu poslovanja.

10.4.Promocija

U ovaj dio marketinškog miksa uložiti će se velika količina vremena, intelektualnog rada i finansijskih sredstava radi stvaranja što bolje slike poduzeća na tržištu, preuzimanja potrošača od konkurencije i stvaranja novog segmenta potražnje. Promocijske aktivnosti će sadržavati internet promociju, direktnu promociju i unaprijeđenje prodaje.

10.4.1. Internet promocija

- Vlastita internetska stranica – na internetskoj stranici nalaziti će se informacije o proizvodima, proizvodnji, o OPG-u općenito i internetska trgovina. Također će se putem nje voditi kampanja o očuvanju pčela i humanitarne akcije za očuvanje prirode.

- Društvene mreže - na društvenim mrežama su najveće cirkulacije ljudi. Na nekima od njih (*Facebook, Instagram*) će se objavljivati reklame, te novosti o proizvodima, akcijama, nagradnim igrama i inovacijama. Putem platforme *Youtube* će se dijeliti informativni sadržaj i edukacija za pčelare početnike.
- Influenceri – ljudi koji posjeduju profile na društvenim mrežama s velikim brojem pratitelja, a nazivaju se još i ambasadori branda. Putem tih profila rade promotivne reklame. Ciljani ambasadori su nam mikro-influenceri s publikom do 20 tisuća pratitelja iz razloga što oni imaju više pratitelja koji su im vjerniji nego makro-influenceri.

10.4.2. Direktna promocija

Promocija koja se vrši licem u lice i koja zahtjeva osoblje koje je obrazovano na području proizvoda, proizvodnje i važnosti pčela. Direktna promocija rezultira većim povjerenjem potrošača. Vršiti će se u isto vrijeme kada i prodaja na sajmovima te na tečajevima za mlade pčelare. Degustacija će također biti segment direktne promocije u kušaonicama OPG-a i na štandovima za degustacije na javnim mjestima i događajima s visokom koncentracijom ljudi koji su voljni kupovati.

10.4.3. Unapređenje prodaje

Unapređenje prodaje vršiti će se na iduće načine:

1. Podjela promo materijala – letci i brošure.
2. Nagradne igre – nagradne igre za vrijeme blagdana, rođendana poduzeća, svijetski dan pčela, zimske nagradne igre.
3. Program vjernosti – izrada kartice za stalne kupce uz pomoć koje će dobivati popuste.

11.FINANCIJSKI PODACI PROJEKTA

11.1.Projekcija ulaganja u stalna sredstva

Za realizaciju ovog poduzetničkog projekta potrebno je uložiti ukupno **879.000,00 HRK** od čega **653.000,00 HRK**(84,60%) ili u stalna sredstva, **226.000,00 HRK** (15,40%) u trajna obrtna sredstva.

Tablica 10 – Projekcija potrebitih ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstva

RED. BR.	STAVKE STALNIH I TRAJNIH OBRJNIH SREDSTAVA	IZNOS (HRK)	STRUKTURA (%)	STRUKTURA (%)
I.	STALNA SREDSTVA – UKUPNO	653.000,00		74,30%
I.A.	Nematerijalna imovina – ukupno	8.000,00	100%	
1.	Osnivački izdaci + osiguranje	4.000,00	50,00%	
2.	Koncesije, zakup i sl.			
3.	Patenti, licence i sl.			
4.	Copyright, trademark i sl.			
5.	Ostala nematerijalna imovina	4.000,00	50,00%	
I.B.	Materijalna imovina - ukupno	645.000,00	100%	
1.	Zemljište (priprema)	70.000,00	10,84%	
2.	Građevinski objekti	70.000,00	10,84%	
3.	Postrojenja i oprema	50.000,00	7,75%	
4.	Pribor, alati i sl.	2.000,00	0,31%	
5.	Inventar, pokućstvo i sl.	18.000,00	2,79%	
6.	Prijevozna sredstva	85.000,00	13,17%	
7.	Košnice, rojevi	345.000,00	53,48%	
8.	Ostala materijalna imovina	3.000,00	0,46%	
II.	OBRJNA SREDSTVA – UKUPNO	226.000,00	100%	25,70%

1.	Sirovine	33.000,00	14,6%	
2.	Materijal	32.000,00	14,5%	
3.	Prvi unos robe			
4.	Ukupne plaće	144.000,00	63,71%	
5.	Vanjske usluge	15.000,00	6,63%	
6.	Porez na dodatnu vrijednost			
7.	Ostala trajna obrtna sredstva	2.000,00	0,88%	
I.+II.	UKUPNA SREDSTVA	879.000,00		100%

Izvor: Autorova izrada

Od ukupno potrebitih ulaganja u stalna sredstva, za materijalnu imovinu izdvojeno je 645.000,00 HRK, a za nematerijalnu imovinu 8.000,00 HRK

Tablica 11 – Projekcija ulaganja prema stavkama i mjesecima aktivizacije

REDNI BROJ	STAVKE ULAGANJA	MJESECI		RAZDOBLJA	UKUPNO (HRK)
		1.mj.	2.mj.		
I.	STALNA SREDSTVA – UKUPNO	81.000,00	135.500,00	267.500,00	637.000,00
I.A.	Nematerijalna imovina - ukupno	5.000,00	1.500,00	1.500,00	8.000,00
1.	Osnivački izdaci	4.000,00			4.000,00
2.	Ostala nematerijalna imovina	1.000,00	1.500,00	1500,00	4.000,00
I.B.	Materijalna imovina – ukupno	245.000,00	134.000,00	266.000,00	645.000,00
1.	Zemljište	70.000,00			70.000,00
2.	Građevinski objekti		70.000,00		70.000,00
3.	Postrojenja i oprema		50.000,00		50.000,00
4.	Pribor, alati i sl.		2.000,00	2.000,00	4.000,00

5.	Inventar, pokućstvo i sl.	6.000,00	12.000,00		18.000,00
6.	Košnice, rojevi	169.000,00		176.000,00	345.000,00
7.	Prijevozna sredstva			85.000,00	85.000,00
8.	Ostala materijalna imovina			3.000,00	3.000,00
II.	OBRTNA SREDSTVA – UKUPNO		65.000,00	161.000,00	226.000,00
1.	Sirovine		33.000,00		33.000,00
2.	Materijal		32.000,00		32.000,00
3.	Vanjske usluge			15.000,00	15.000,00
4.	Ukupne plaće			144.000,00	144.000,00
5.	Porez na dodatnu vrijednost				
6.	Ostatak trajnih obrtnih sredstava			2.000,00	2.000,00
I.+II.	UKUPNA SREDSTVA	250.000,00	200.500,00	428.500,00	879.000,00

Izvor: Autorova izrada

Tablica 12 – Projekcija ulaganja prema izvorima i mjesecima aktivizacije

REDNI BROJ	STAVKE ULAGANJA	MJESECI 1.mj.	AKTIVIZACIJSKOG 2.mj.	RAZDOBLJA 3.mj.	UKUPNO (HRK)
I.	VLASTITA SREDSTVA	199.000,00			199.000,00
1.	Novac – gotovina				
2.	Zemljište				
3.	Poslovni prostori				
4.	Strojevi, pribor i sl.	10.000,00			10.000,00
5.	Inventar i pokućstvo				
6.	Košnice, rojevi	169.000,00			169.000,00
7.	Prijevozna sredstva				
8.	Ostala vlastita sredstva	20.000,00			20.000,00
II.	VANJSKI IZVORI	680.000,00			680.000,00
9.	Prodaja dionica				
10.	Bankarski zajmovi	680.000,00			680.000,00
11.	Zajmovi osnivača				
12.	Krediti dobavljača				
13.	Krediti kupaca				
14.	Ostali izvori kapitala				
I.+II.	UKUPNA SREDSTVA	879.000,00			879.000,00

Izvor: Autorova izrada

Tablica 13 – Projekcija uskladbe ulaganja izvora po mjesecima aktivizacije

REDNI BROJ	STAVKE ULAGANJA	ULAGANJA I 1.mj.	IZVORI PO 2.mj.	MJ.AKTIVIZ. 3.mj.	UKUPNO (HRK)
A.	Stalna sredstva	250.000,00	135.500,00	267.500,00	484.000,00
B.	Obrtna sredstva			226.000,00	226.000,00
I.	UKUPNO ULAGANJE	250.000,00	200.500,00	428.500,00	879.000,00
A.	Vlastita sredstva – ukupno	199.000,00			199.000,00
B.	Vanjski izvori	680.000,00			670.000,00
II.	UKUPNO IZVORI	879.000,00	0	0	879.000,00
III.	POKRIĆE ULAGANJA	629.000,00	-200.500,00	-428.500,00	0,00

Izvor: Autorova izrada

Iz predloženih tablica 10, 11, 12 i 13 vidljivo je kako ukupan iznos potrebitog novca za stalna i trajna obrtna sredstva nije potrebno imati na samom početku aktivizacijskog razdoblja. Poduzetnički se pothvat može početi realizirati sa relativno skromnijim novčanim sredstvima, no treba se voditi računa o strogo terminski određenom dotoku novca.

11.2. Proračun amortizacije

U procesu proizvodnje stalna se sredstva troše i postupno gube svoju vrijednost te se prenose na proizvode, robu ili usluge, a taj se proces zove amortizacija stalnih sredstava. Amortizacija stalnih sredstava može biti:

- vremenska (sredstva se otpisuju tijekom određena vremenska razdoblja),
- funkcionalna (sredstva se otpisuju prema količini produciranih proizvoda ili usluga),
- moralna (sredstva se otpisuju prema stupnju njihove tehnološke zastarjelosti),
- kombinirana (sredstva se otpisuju prema više amortizacijskih kriterija).

Tablica 14 – Projekcija godišnje amortizacije tijekom nulte i promatranih godina eksploatacije projekta

R.B.	STAVKE SREDSTAVA	NABAVNA (KUNE)	Am. (%)	NAKON 1. GODINE	NAKON 2. GODINE	NAKON 3. GODINE
I.	STAL.SRED.					
A.	Nemat.imov.	8.000,00				
1.	Osn.izdaci	4.000,00	20%	3.000,00	2.400,00	1.800,00
2.	Najam i sl.			-		
3.	Licenca i sl.			-		
4.	Tradem.i sl.			-		
5.	Ost.nemat.sr.	4.000,00	20%	3.000,00		
B.	Mat.imov.	645.000,00				
1.	Zemljište	70.000,00		-		
2.	Grad.obj.	70.000,00	5%	66.500,00	63.175,00	60.016,25
3.	Oprema	50.000,00	10%			
4.	Pribor i sl.	2.000,00	25%	1.500,00	1.125,00	843,75
5.	Vozila	85.000,00	20%	68.000,00	54.400,00	43.520,00
6.	Inventar	18.000,00				
7.	Košnice	345.000,00	14,2%	296.010,00	253.968,00	217.904,53
n.	Ost.mat.im.	3.000,00				
II.	OBRT.SRED.	226.000,00				
A.	Ulag.u tr.obr.	33.000,00				
III.	TR. AM		-	70.190,00	59.345,00	50.383,47

Izvor: Autorova izrada

11.3. Projekcija otplate kredita

Namjera je dobiti kredit od Erste banke Zagreb d.d. u visini od 670.000,00 HRK.

Tablica 15 – Otplata amortizacije kredita uz kamatu od 5%

GODINE OTPLATE	IZNOS OTPLAÆENOG KREDITA	OTPLATNE KVOTE (Rt)	IZNOS KAMATE (Ik)	UKUPNI ANUITET (a)	OSTATAK DUGA (Ck) = 670.000,00
Prva godina	82.289,28	82.289,28	33.500,00	115.789,28	670.000,00
Druga godina	168.693,02	86.403,74	29.385,54	115.789,28	587.710,72
Treća godina	259.416,95	90.723,93	25.065,35	115.789,28	501.306,98
Četvrta godina	354.677,08	95.260,13	20.529,15	115.789,28	410.583,05
Peta godina	454.700,21	100.023,13	15.766,15	115.789,28	315.322,92
Šesta godina	559.724,50	105.024,29	10.764,99	115.789,28	215.299,79
Sedma godina	670.000,00	110.275,50	5.513,78	115.789,28	110.275,50
UKUPNO			140.524,95	810.524,95	0,00

Izvor: Autorova izrada

Otplata kredita je jednakim anuitetima 7 godina uz godišnju dekurzivnu kamatnu stopu (5%) .

11.4. Dinamička projekcija prihoda

Tablica 16 – Projekcija prihoda tijekom svih promatranih godina eksploatacije projekta

R.B.	PROIZVOD	PRIHODI 1.god.	PRIHODI 2.god.	PRIHODI 3.god.	PRIHOD. 4.god.
1.	MED- 900ML	50.000,00 KN	53.000,00 KN	60.000,00 KN	63.000,00 KN
2.	MED NA VELIKO kg	185.000,00 KN	230.000,00 KN	230.000,00 KN	230.000,00 KN
3.	PROPOLIS 30ML	20.000,00 KN	22.000,00 KN	23.000,00 KN	23.000,00 KN
4.	PROPOLIS	18.200,00 KN	20.200,00 KN	22.900,00 KN	22.900,00 KN

	KOCKE 100G				
5.	PČELINJI OTROV	75.000,00 KN	110.000,00 KN	130.000,00 KN	130.000,00 KN
5.	NUKLEUS	54.000,00 KN	72.000,00 KN	80.000,00 KN	80.000,00 KN
6.	MATICA	32.000,00 KN	60.000,00 KN	88.000,00 KN	102.000,00 KN
7.	RAZMACI	17.600,00 KN	17.600,00 KN	19.800,00 KN	19.800,00 KN
8.	VRATAŠCA	11.000,00 KN	11.000,00 KN	16.500,00 KN	16.500,00 KN
	UKUPNO	472.800,00 KN	595.800,00 KN	669.300,00 KN	687.200,00 KN

Izvor: Autorova izrada

11.5. Dinamička projekcija rashoda

Tablica 17 prikazuje dinamičku projekciju rashoda promatranih godina eksploatacije projekta, a rashodi su uvećani za 5% godišnje zbog realnog očekivanog rasta troškova.

Tablica 17 – Dinamička projekcija rashoda promatranih godina eksploatacije projekta

STAVKE RASHODA	RASHODI 1.god.	TIJEKOM 2.god.	PROMATRA NIH 3.god.	GOD.EKSP. 4.god.	PROJEKTA 5.god.
Mater.troškovi	65.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Troš.usluga	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
Troš.amort.	70.190,00	59.345,00	50.383,47	70.190,00	70.190,00
Ost.troš.posl.	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00
Troš.osoblja	144.000,00	144.000,00	194.000,00	194.000,00	194.000,00
Fin.troškovi	115.789,28	115.789,28	115.789,28	115.789,28	115.789,28
Nab.vr.robe					
Izvanred.troš					
Ostali rashodi	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
Ukupno rashodi	423.979,28	408.979,28	458.979,28	458.979,28	458.979,28

Izvor: Autorova izrada

Obrazloženje rashoda:

- Materijalni troškovi - godišnji iznos za nabavu svih potrebnih materijalnih inputa.
- Troškovi amortizacije - godišnji iznos amortizacije stalnih sredstava.
- Ostali troškovi poslovanja - godišnji iznos troškova energenata, troškovi transporta.
- Troškovi osoblja - iznos godišnjih plaća.
- Financijski troškovi - godišnji iznos kamata bankarskog zajma.
- Ostali rashodi (troškovi) - godišnji iznos nematerijalnih troškova.

11.6. Dinamička projekcija računa dobiti i gubitka

Iz tablice 18 vidljivo je da će se poslovati s pozitivnim predznakom i ostvariti godišnju dobit u prvoj godini eksploatacije projekta u iznosu 48.820,72 HRK.

Tablica 18 – Račun dobiti i gubitka

R.B.	PRIHODA I RASHODA	1.god.	2.god.	3.god.	4.god.	5.god.
I.	UKUPNI PRIHODI	472.800,00	595.800,00	669.300,00	687.200,00	687.200,00
1.	Prihodi od plasmana	472.800,00	595.800,00	669.300,00	687.200,00	687.200,00
4.	Ostali prihodi					
II.	UKUPNI RASHODI	423.979,28	408.979,28	458.979,28	458.979,28	458.979,28
1.	Mater.troškovi	65.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
2.	Troš.usluga	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00	15.000,00
3.	Troš.amort.	70.190,00	70.190,00	70.190,00	70.190,00	70.190,00
4.	Ost.troš.posl.	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00	13.000,00
5.	Troš.osoblja	144.000,00	144.000,00	194.000,00	194.000,00	194.000,00
6.	Fin.troškovi	115.789,28	115.789,28	115.789,28	115.789,28	115.789,28
7.	Ostali rashodi	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
II.	UKUPNA DOBIT –	48.820,72	186.820,72	210.320,72	228.220,72	228.220,72

GUBITAK						
-	Porez na dobit (20%)	9.764,14	37.364,14	42.064,14	45.614,14	45.614,14
IV.	Čista dobit	39.056,58	149.456,57	168.256,57	182.576,58	182.576,58
-	Zakonske pričuve	5.000,00	7.500,00	8.500,00	9.500,00	9.500,00
-	Statutarne pričuve	5.000,00	7.500,00	8.500,00	9.500,00	9.500,00
-	Ostale pričuve					
	Isplaćena dobit	20.000,00	85.000,00	110.000,00	123.000,00	123.000,00
V.	Zadržana dobit	9.764,14	49.456,57	41.256,57	40.576,58	40.576,58
	Zadržana dobit prijašnjih godina	0,00	9.764,14	59.220,71	100.477,28	141.053,86

Izvor: Autorova izrada

11.7. Dinamička projekcija novčanih tijekova

Projekcija novčanih tijekova stožerni je pokazatelj likvidnosti projekta tijekom promatranih godina eksploatacije projekta. Projekcija novčanih tijekova zapravo pokazuje hoće li se (i koliko) iz buduće aktivnosti tvrtke moći udovoljavati svim obvezama i što poduzetniku, eventualno, ostaje kao čisti primitak tijekom pojedinih godina promatrana razdoblja eksploatacije poduzetničkog pothvata

Tablica 19–Projekcija ekonomskih tijekova

RED. BR.	STAVKE PRIMITAKA I IZDATAKA	NULTA I 0.god.	PROMATRANE 1.god.	GOD. 2.god.	EKSPLO 3.god.	PROJEKT A 4.god.	5.god.
I.	UKUPNI PRIMITCI		472.800,00	595.800,00	669.300,00	687.200,00	535.800,00
1.	Ukupni prihodi	879.000,00	472.800,00	595.800,00	669.300,00	687.200,00	535.800,00
2.	Ost.vr.stalnih						
3.	Ost.vr.obrtnih						

II.	UKUPNI IZDACI	879.000,00	423.979,28	408.979,28	458.979,28	458.979,28	458.979,28
1.	Ulaganja u stalna sredstva	653.000,00					
2.	Ulaganja u obrtna sredstva	226.000,00					
3.	Rashodi (bez amort.)		353.789,28	338.789,28	388.789,28	388.789,28	388.789,28
4.	Porez na ukupnu dobit		9.764,14	37.364,14	42.064,14	45.614,14	45.614,14
III.	ČISTI PRIMITCI (I.-II.)	-	39.056,58	149.456,57	168.256,57	182.576,58	182.576,58
IV.	KUMULAT IV ČISTI PRIMITAK A	-	39.056,58	188.513,15	356.769,72	539.346,3	721.922,88

Izvor: Autorova izrada

Projekcija ekonomskih tijekova, također govori o povoljnosti projekta, a kroz kumulativ čistih primitaka se vidi kako se pozitivni predznak javlja u petoj godini eksploatacije projekta.

Tablica 20 prikazuje projekciju financijskih tijekova.

Tablica 20 – Projekcija financijskih tijekova

STAVKE PRIMITAK A I IZDATAKA	0.god.	1.god.	2.god.	3.god.	4.god.	5.god.
UKUPNI PRIMITCI	879.000,00	472.800,00	610.800,00	686.300,00	706.200,00	554.800,00
Ukupni prih.		462.800,00	595.800,00	669.300,00	687.200,00	535.800,00
Vlast.izv.fina n.	199.000,00					
Dionički kap.						
Bank.zajmov i	679.000,00					
Robni krediti						
Ost.vr.st.sred						
Ost.vr.obr.sr ed.						
Obvezne pričuve		5.000,00	7.500,00	8.500,00	9.500,00	9.500,00
Neobvezne pričuve		5.000,00	7.500,00	8.500,00	9.500,00	9.500,00
UKUPNI IZDACI	879.000,00	423.979,28	408.979,28	458.979,28	458.979,28	458.979,28
Ulaganja u st.sred.	653.000,00					
Ulaganja u obrt.sred.	226.000,00					
Rashodi (bez amort. i kam.)		353.789,28	338.789,28	388.789,28	388.789,28	388.789,28
Porez na dobit (20%)		9.764,14	37.364,14	42.064,14	45.614,14	45.614,14
Obvezne pričuve		5.000,00	12.500,00	21.000,00	30.500,00	40.000,00

Neobvezne pričuve		5.000,00	12.500,00	21.000,00	30.500,00	40.000,00
Anuiteti bank. zajmova		115.789,28	115.789,28	115.789,28	115.789,28	115.789,28
Anuiteti robnih kredita						
Dividende						
ČISTI PRIMITCI (I.-II.)	0	39.056,58	149.456,57	168.256,57	182.576,58	182.576,58
KUMULAT IV ČISTI PRIMITAK A	0	39.056,58	188.513,15	356.769,72	539.346,3	721.922,88

Izvor: Autorova izrada

12. OCJENE UČINKOVITOSTI PROJEKTA

Korištene metode ocjene učinkovitosti poduzetničkog projekta su :

- Razdoblje povrata,
- Stopa prinosa,
- Točka pokrića,
- Prosječna profitabilnost,
- Analiza likvidnosti,
- Analiza osjetljivosti.

12.1. Razdoblje povrata

Što je razdoblje kraće to je projekt prihvatljiviji i obrnuto. Prema ovome pokazatelju kriterij ocjene poduzetničkog pothvata je duljina razdoblja povrata. Razdoblje povrata uloženog kapitala označava vrijeme tijekom kojeg se iz čistih primitaka ekonomskog tijeka povrati uloženi novac u realizaciju poduzetničkog pothvata.

Tablica 21 – Razdoblje povrata uloženih sredstava

GOD.PROJEKTA	GODIŠNJI PRINOS	GODIŠNJI IZNOS DOBITI	KUMULATIV	NEPOKRIVENE INVESTICIJE (kune)
0.	879.000,00	0	0	-879.000,00
1.		39.056,58	39.056,58	-839.943,42
2.		134.456,57	188.513,15	-651.430,27
3.		151.256,57	356.769,72	-500.173,7
4.		163.576,58	539.346,3	-336.597,12
5.		163.576,58	721.922,88	-173.020,54
6.		191.762,14	913.685,02	18.741,6

Izvor: Autorova izrada

Rok povrata je sedam godina. U tablici 21 je vidljivo kako se u šestoj godini pojavljuje pozitivan predznak u koloni nepokrivenih investicija. S aspekta ocjene razdoblja povrata uloženih sredstava može se ustvrditi da je projekt prihvatljiv.

12.2. Godišnja stopa prinosa

Za izračun stope prinosa najčešće se uzima reprezentativna godina eksploatacijskog vijeka projekta, budući da će se u toj godini ukupni prihodi i rashodi stabilizirati na željenoj razini. Nakon što se odabere reprezentativna godinu eksploatacijskoga vijeka te sačini projekcija računa dobiti i gubitka, odnosno izračuna čista (neto) dobit, ostaje izračun stope prinosa.

$$Sp = \frac{ND}{I_0} \times 100$$

Rezultat gornjeg izračuna predstavlja stopu prinosa. Može se izračunavati stopu prinosa samo za reprezentativnu godinu, ali i za svaku godinu projektnog razdoblja zasebno. Uvrštavanjem neto dobiti reprezentativne godine eksploatacije projekta te ukupne visine investicija, odnosno ulaganja, dolazimo do izračuna da je stopa prinosa 15,3%

12.3. Prosječna profitabilnost

Prosječna profitabilnost pokazuje prosječan prinos uloženog kapitala kroz promatrane godine eksploatacije projekta u čistim primicima ekonomskog tijeka istog. Prosječna profitabilnost računata je na načina da se prosječna vrijednost kumulativa čistih primitaka ekonomskog tijeka iz promatranih godina eksploatacije projekta podijeli s početnim investicijskim ulaganjima i to prema sljedećem obrascu:

$$PP = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{Rt}{n}}{I_0}$$

Pri čemu je :

- PP – prosječna profitabilnost,
- Rt - čisti primici iz godine t,
- I₀ - početno ulaganje,
- n - promatrane godine vijeka projekta.

$$PP = (39.056,58+134.456,57+151.256,57+163.576,58+163.576,58/ 6) : 879.000,00 = 0,14$$

Za postojeći projekt prosječna profitabilnost iznosi 14%, što znači da bi ukupna ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstva, tijekom svake od promatranih godina eksploatacije, donosila po 14% čistih primitaka ekonomskog tijeka.

12.4. Analiza likvidnosti

Analiza likvidnosti se temelji na tablici projekcije financijskih tijekova u *nultoj* i promatranim godinama. Tablica projekcije financijskih tijekova odražava *financijsko zdravlje* projekta (likvidnost) tijekom pet promatranih godina eksploatacije projekta. Iz projekcije financijskih tijekova vidljivo je da je projekt sposoban pravodobno izvršavati sve dospjele obveze iz bankarskih kredita jer su na strani izdataka uključeni ukupni rashodi projekta.

Podaci pokazuju da će projekt tijekom svih pet godina eksploatacije projekta moći uredno vraćati bankarski kredit, podmiriti sve obveze prema zaposlenicima, redovito uplaćivati porez na dobit i ostvariti čisti financijski primitak čiji kumulativ u šestoj godini eksploatacije projekta iznosi 721.922,88 HRK.

12.5. Analiza osjetljivosti

Analiza osjetljivosti se sastoji od postupaka opterećivanja projekta različitim negativnim situacijama koje se mogu pojaviti tijekom životnog vijeka projekta. Polazeći od ove definicije, a i mogućih različitih činitelja s kojima bi se poduzetnički pothvat eventualno mogao suočiti tijekom njegova eksploatacijskog razdoblja, u analizi osjetljivosti, projekt je za svih pet godina penaliziran s tri rizične pretpostavke:

1. 1. pretpostavka: smanjeni su ukupni prihodi za 5%,
2. 2. pretpostavka: povećane su ukupne plaće za 5%,
3. 3. pretpostavka: povećani su materijalni troškovi za 5%

Kao što se iz tablice 22 vidi, uz tri navedene pretpostavke poduzeće će i dalje ostvarivati dobit u iznosu 690.039,60 HRK, što znači da analiza osjetljivosti potvrđuje da je projekt prihvatljiv. Projekt pokazuje visok stupanj otpornosti spram eventualne pojave negativnih utjecaja većeg broja kritičnih parametara.

Tablica 22 – Opterećenje računa dobiti i gubitka

RED . BR.	STAVKE PRIHODA I RASHODA (DOBIT/GUBIT AK PROJEKTA)	1.god.	2.god.	3.god.	4.god.	5.god.	Σ
I.A	Ukupni prihod A	472.800,00	595.800,00	669.300,0 0	687.200,00	687.200,00	
-	(minus) Prva pretpostavka	23.640,00	29.790,00	33.465,00	34.360,00	34.360,00	
I.B	Ukupni prihod B	449.160,00	566.010,00	635.835,0 0	652.840,00	652.840,00	
II.A	Ukupni rashodi A	423.979,28	408.979,28	458.979,2 8	458.979,28	458.979,28	
+	(plus) Druga pretpostavka	7.200,00	7.200,00	9.700,00	9.700,00	9.700,00	
+	(plus) Treća pretpostavka	3.250,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	
II.B	Ukupni rashodi B	434.429,28	418.679,28	471.179,2 8	471.179,28	471.179,28	
III.A	UKUPNA DOBIT A (I.A – II.A)	48.820,72	186.820,72	210.320,7 2	228.220,72	228.220,72	
III.B	UKUPNA DOBIT B (I.B – II.B)	14.730,72	147330,72	164.655,7 2	181.660,72	181.660,72	
-P1	(minus) 20% por.na dobit A	9.764,14	37.364,14	42.064,14	45.614,14	45.614,14	
-P2	(minus) 20% por.na dobit B	2.946,14	29.466,14	32.931,14	36.332,14	36.332,14	
IV.A	ČISTA DOBIT A (III.A – P1)	39.056,58	149.456,57	168.256,5 7	182.576,58	182.576,58	721.922, 88
IV.B	ČISTA DOBIT B (III.B – P2)	11.784,58	117.864,58	131.724,5 8	145.328,58	145.328,58	552.030, 9

Izvor: Autorova izrada

13.ZAKLJUČAK PROJEKTA

Prilikom izrade ovog projekta vezano za proizvodnju meda i proizvoda od meda korišten je niz standardnih postupaka za ocjenu isplativosti poduzetničkog pothvata, a najvažniji su:

1. Obrada tržišnih podataka projekta,
2. Izrada tehničko-tehnoloških studija,
3. Izračun financijskih podataka,
4. Menadžerska struktura projekta,
5. Marketing projekta,
6. Ocjene učinkovitosti projekta.

Može se zaključiti kako je:

1. Ovaj poduzetnički projekt tržišno orijentiran i budući da se struktura i obim plasmana utvrđuju kao optimalni, smatra se da je ovaj projekt tržišno prihvatljiv.
2. Za realizaciju projekta potrebno je uložiti 879.000,00 HRK. Odobrenjem kredita u iznosu od 645.000,00 HRK i vlastitih sredstava u iznosu od 234.000,00 HRK, zatvorila bi se financijska konstrukcija kao najveća potpora razvitku projekta.
3. Dinamičkom projekcijom prihoda i rashoda te računa dobiti i gubitka, prosječni prihod ostvarivan tijekom pet promatranih godina iznosio bi 622.460,00 HRK, a zadržana dobit prosječno bi iznosila 36.326,09 HRK.
4. Analiza osjetljivosti pokazala je da ovaj projekt u okviru svog petogodišnjeg poslovanja ostvaruje prosječnu profitabilnost ulaganja od 14%, a budući je prosječna cijena kapitala s kojim se financiraju ukupna ulaganja niža time je s gledišta profitabilnosti projekt prihvatljiv za izvedbu.
5. Mjereno kumulativom neto primitaka iz ekonomskog tijeka, ovim se poduzetničkim projektom ukupna ulaganja vraćaju u sedmoj godini eksploatacije projekta.
6. Poduzetnički projekt je u svim godinama svog vijeka likvidan. Visina i značaj svih navedenih kriterija ukazuju na profitabilnost poduzetničkog projekta, što opravdava njegovu realizaciju i praktično ulaganje u ovaj projekt u budućnosti.

14.ZAKLJUČAK

Poduzetništvo je jedno od najjačih socioloških i ekonomskih snaga našeg vremena. Premda njegova pojava datira još iz vremena antičkog doba, svoj pravi rast i razvoj postiže nastankom kapitalizma. Ulazak u poduzetništvo nam donosi mnoge prednosti, ali samim time i mnogo rizika, stoga je važno napraviti objektivan i realan poduzetnički projekt koji je temelj poduzeća. Osim što služi kao pokretač pothvata, jedna od njegovih važnih funkcija je da služi kao sredstvo komunikacije s investitorima i poslovnim partnerima.

Ovaj završni rad pruža informacije o svrsi i isplativosti konkretnog primjera poduzetničkog projekta proizvodnje pčelinjih proizvoda. Važnost pčela i njihovih proizvoda kao što su med, propolis, matična mliječ i pčelinji otrov, prepoznata je još u prošlosti. U danjašnje doba na tržištu pčelinjih proizvoda sve je više krivotvoraca koji nemaju obzira prema ljudskom zdravlju i ne cijene profesiju. Oni postavljanjem niskih cijena i lošom kvalitetom uništavaju tržište za pčelare i poduzeća koji proizvode kvalitetnu i 100% prirodnu robu. Plasiranjem naših proizvoda po pristupačnim cijenama na tržište nastojat ćemo preuzeti većinski tržišni udio od krivotvoritelja, a uvelike će nam u tome pomoć sve veća osviještenost ljudi prema zdravoj prehrani. Također, nastojat ćemo dijeliti svoje znanje o prirodnim proizvodima te time dodatno povećati svijest stanovništva.

Poduzetnički projekt je u svim ocjenama učinkovitosti pokazao profitabilnost i zbog toga postoji velika mogućnost realizacije naše poduzetničke ideje i ovog projekta u budućnosti.

POPIS LITERATURE

1. Buble, M.: *Management malog poduzeća I dio*, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2003.
2. Buble, M., Kružić, D.: *Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti*, RRiF, Zagreb, 2006.
3. Hisrich, R. D.; Perers, M. P.; Sheperd, D. A.: *Poduzetništvo*, Mate, Zagreb, 2006.,
4. Hrvatska poljoprivredno-šumarska savjetodavna služba: *KORACI DO USPJEŠNOG PČELARENJA*; SAVJETODAVNA HR, Zagreb, 2018.
5. Kolaković, M.: *Poduzetništvo u ekonomiji znanja*, Sinergija, Zagreb, 2006.
6. Republika Hrvatska, Ministarstvo gospodarstva: *Poslovni plan poduzetnika*, Masmedia, Zagreb, 2016
7. Ronstadt, R.C.: *Entrepreneurship*, Lord Publishing Co., Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 1984.
8. Seki, K.: *Studija izvodljivosti za pčelarski poduzetnički projekt u istočnoj Hrvatskoj usklađen s uvjetima zajedničke poljoprivredne politike EU*, Poljoprivredni fakultet u Osijeku, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Osijek, 2014.
9. Sikavica, P., Novak, M.: *Poslovna organizacija*, Informator, Zagreb
10. Škrtić M., Mikić M.: *Poduzetništvo*, Sinergija-nakladništvo d.o.o., Zagreb, 2011.
11. Tošić, A.: *Poduzetnik i poduzetništvo te upravljanje rizicima na primjeru poduzeća Podravka d.d.*, Sveučilište Sjever, Sveučilišni centar Varaždin, Varaždin, 2016.
12. *Zakon o obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu*, članak 5., stavak 1 A) (NN 29/18, 32/19)

Internet

1. URL <https://poljoprivreda.gov.hr/istaknute-teme/poljoprivreda-173/poljoprivredna-politika/obiteljska-poljoprivredna-gospodarstva/pitanja-i-odgovori/1322> (15.08.2020.)

POPIS ILUSTRACIJA

POPIS TABLICA

Tablica 1. Projekcija (ocjena) konkurentskih prednosti i slabosti	19
Tablica 2. Projekcija godišnje prodaje i prihoda od prodaje u 1. godini.....	20
Tablica 3. Projekcija godišnjih kapaciteta u 1. godini proizvodnje	23
Tablica 4. Projekcija ulaganja u stalna sredstva.....	23
Tablica 5. Projekcija ulaganja u materijalne inpute	24
Tablica 6. Projekcija potrebitih radnika i troškova rada	25
Tablica 7. Popis mjera i visina ulaganja u zaštitu okoliša.....	26
Tablica 8. Popis mjera i visna ulaganja u zaštitu na radu	27
Tablica 9. Popis i trajanje aktivnosti izvedbe.....	30
Tablica 10. Projekcija potrebitih ulaganja u stalna i trajna obrtna sredstva.....	34
Tablica 11. Projekcija ulaganja prema stavkama i mjesecima aktivizacije	35
Tablica 12. Projekcija ulaganja prema izvorima i mjesecima aktivizacije	37
Tablica 13. Projekcija uskladbe ulaganja izvora po mjesecima aktivizacije	38
Tablica 14. Projekcija godišnje amortizacije tijekom nulte i promatranih godina eksploatacije projekta.....	39
Tablica 15. Otplata amortizacije kredita uz kamatu od 5%	40
Tablica 16. Projekcija prihoda tijekom svih promatranih godina eksploatacije projekta	40
Tablica 17. Dinamička projekcija rashoda promatranih godina eksploatacije projekta.....	41
Tablica 18. Račun dobiti i gubitka	42
Tablica 19. Projekcija ekonomskih tijekova	43
Tablica 20. Projekcija financijskih tijekova	45

Tablica 21. Razdoblje povrata uloženi sredstava	47
Tablica 22. Opterećenje računa dobiti i gubitka.....	50

POPIS SLIKA

Slika 1. Poduzetnici kroz faze razvoja poduzeća	5
---	---