



# INVESTICIONI PREDLOG

PČELARSTVO  
-KRATAK OPIS POSLOVNIH  
AKTIVNOSTI-

**Sadržaj:**

1.	IZVRŠNI PREGLED.....	3
1.1.	Opis posla.....	3
1.2.	Tržište.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.	BIZNIS IDEJA .....	4
2.1.	Glavni poslovi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.	Biografija vlasnika .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.	ANALIZA TRŽIŠTA .....	6
3.1.	Geografske dimenzije tržišta .....	6
3.2.	Ciljne grupe.....	6
3.3.	Konkurencija.....	6
3.4.	Planirani prodajni asortiman.....	7
3.5.	Potencijal tržišta .....	7
3.6.	Tržišna opravdanost projekta .....	8
3.7.	Tržište nabavke .....	8
4.	MARKETING STRATEGIJA .....	9
4.1.	Marketing.....	9
4.2.	Promotivne aktivnosti .....	9
4.4.	Promocija putem društvenih mreža .....	10
4.5.	Budžet marketinga.....	10
5.	PROIZVOD I PROIZVODNI PROGRAM .....	10
6.	ZAPOSLENOST I KVALIFIKACIONA STRUKTURA.....	11
7.	LOKACIJA .....	11
8.	IZVORI FINANSIRANJA.....	11
9.	RASHODI POSLOVANJA .....	12
9.1.	Investicioni troškovi .....	12
9.1.1.	Obračun amortizacije.....	12
9.1.2.	Obračun investicionog i tekućeg održavanja .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
9.2.	Troškovi kamata .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
9.3.	Obračun premije osiguranja.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
10.	TEKUĆI TROŠKOVI.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
10.1.	Obračun materijalnih troškova .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
10.2.	Obračun bruto zarada .....	13
10.3.	OBRAČUN OSTALIH TROŠKOVA.....	13
11.	UKUPNI PRIHODI .....	14
12.	POČETNI BILANS STANJA.....	14
13.	PLANIRANI BILANS USPJEHA .....	15
14.	ANALIZA OSJETLJIVOSTI I ODRŽIVOSTI PROJEKTA.....	16
15.	ZAKLJUČAK .....	18

## UVOD

Investicioni predlog „Pčelarstvo“ pripremljen je zbog provjere ekonomske opravdanosti proširivanja pčelinjaka i nabavke dodatne opreme potrebne za proizvodnju i distribuciju meda od strane pčelara (Ime i Prezime) iz (Grad). (Ime) je pčelarstvom počeo da se bavi prije više od pola godine. Trenutno ima 5 košnica. Pčelarstvo je prepoznao kao veoma unosan i profitabilan porodični biznis, koji ovim investicionim predlogom želi da proširi i unaprijedi sa adekvatnom opremom kako bi kvalitet proizvedenog meda bio u skladu sa međunarodnim standardima.

## 1. IZVRŠNI PREGLED

### 1.1. Opis posla

Projekat razvoja pčelarstva u seoskom domaćinstvu je poslovni poduhvat (Ime i Prezime). Kroz realizaciju investicionog predloga je planirano osposobljavanje proizvodnje pčeljinjeg meda kao i drugih pčelinjih proizvoda. Za realizaciju proizvodnje je neophodna nabavka košnica i dodatne opreme potrebne za proizvodnju i distribuciju. Proizvodnja bi bila organizovana na području (Mjesto), koje se nalazi na 25km od (Grad), a novoosnovano preduzeće bi plasiralo proizvode na području Opštine (Grad). (Ime i Prezime) ima dugogodišnje iskustvo u proizvodnji meda. Na osnovu dugogodišnjeg iskustva, bez teškoća je moguće organizovati proizvodnju meda, također ima sve neophodno iskustvo za redovno administrativno poslovanje. Pčelarstvo u Crnoj Gori i poljoprivredna djelatnost su u trendu razvoja, dok postoji primijetan trend razvoja agro-turizma. “Agroturizam i boravak u ruralnim domaćinstvima je proizvod koji tek treba da zaživi, jer postaje sve popularniji na tržištu. Turisti tragaju za autentičnim doživljajem ruralnog, aktivnom participacijom i kontaktom sa seoskim stanovništvom. Otvaranje seoskih domaćinstava za turiste je u povoju, ali su u takvim domaćinstvima su često smješteni turisti kojima su aktivnosti u prirodi primaran motiv dolaska. Međutim, postoji i ponuda domaćinstava koja je namijenjena onima koji žele da uživaju u miru, domaćoj hrani i aktivnostima u okviru domaćinstva. Pozitivno je to što turističke agencije nude mogućnost smještaja i u seoskim domaćinstvima, katunima, etno selima, kao i planinskim kolibama i kućama što daje aranžmanima obilježje ruralnog turizma. Treba napomenuti i da je još uvijek mali broj lokalnih turističkih agenata koji nude aranžmane ili aktivnosti koji su u vezi sa ruralnim turizmom.

Dati trend je sve prisutniji, što će u budućnosti uticati na veću tražnju pčelinjih proizvoda kao i smještajnih usluga u sklopu etno-sela. Poslovanje većeg broja pčelara na području (Grad) ukazuje na veću konkurentnost ali ukazuje na značajno tržište time i priliku za razvoj i rast u ovoj grani privrede. Osnova finansiranja projekta predviđana je kroz program grantova za samozapošljavanje. Ukupno planirano ulaganje iznosi 8,000€, od čega je 7,500€ obezbijeđeno kroz grant za samozapošljavanje. Shodno da je grant bespovratne prirode, investicioni predlog ne sadrži plan otplate kredita i obračun kamate.

## 1.2. Tržište

Primarno tržište se može smatrati cjelokupno područje teritorije Opštine (Grad) kome prema popisu stanovništva iz 2011. godine živi oko 40 hiljada stanovnika. Lokacija proizvodnje je konkurentna i posjeduje sve preduslove za proizvodnju meda i drugih pčelinjih proizvoda. Za konkurentnu proizvodnju na tržištu (Grad) dovoljno je od 20 do 30 košnica. Iako je pčelarstvo sezonske prirode postoji više uslova za plasman proizvoda tokom cijele godine. Ciljne grupe ohuhvataju široku demografiju tj. pripadnike oba pola i svih starosnih doba. Štaviše med je proizvod koji je po prirodi organski i ima ljekovite osobine. Iz kredita se planira finansiranje povećanje broja košnica i nabavka opreme neophodne za kvalitetnu proizvodnju i distribuciju meda. Osnovni poslovni prihodi se oslanjaju na prodaju meda dok dodatne prihode je moguće ostvariti kroz prodaju, voska i propolisa. Detaljni pristup finansijama obavljen je u dijelu finansijskog planiranja projekta.

## 2. BIZNIS IDEJA

### 2.1. Glavni poslovi

Investicioni predlog „Pčelarstvo“ je prvi poslovni poduhvat (Ime i Prezime), zaposlen kao finansijski referent i referent opštih poslova. Međutim, usled posjedovanja svih poslovnih vještina, ne postoje prepreke za samostalnim upravljanjem poslovanja. U želji da pretoči svoje iskustvo u održiv biznis odlučio je da otvori sopstveno preduzeće. Osposobljavanje proizvodnje meda ne zahjeva intezivan rad u pčelinjaku, nije fizički zahtjevan, što omogućava dovoljno slobodnog vremena za administrativne i tehničke poslove. Pored toga, postoji potencijal da se steknu nove vještine i znanja iz oblasti pčelarstva, čime je

moгуće osigurati kontinuitet tržišne konkurentnosti. Pčelinjak od 20-30 košnica bi bio opremljen prema međunarodnim standardima.

Proces proizvodnje meda obuhvata postavljanje košnica krajem aprila ili početkom maja, priprema ramova, satnih osnova za ramove, nastavaka, zatim održavanje poput prihrane i tretmana protiv pčelinjih bolesti zatim vrcanje meda (tj. procesiranje meda) i pakovanje proizvoda.

Za realizaciju cijelokupnog poslovnog programa u prvoj godini poslovanja dovoljna je jedna osoba srednje stručne spreme, u ovom slučaju (Ime i Prezime), koja bi obavljala ulogu pčelara i izvršnog direktora kompanije . Ukoliko postoje preopterećenja radnim obavezama, na volonterskoj osnovi je u mogućnosti da se osloni na podršku članova uže porodice. Za sve druge aktivnosti moguće je angažovati eksternu podršku po povoljnim uslovima. Za realizaciju poslovnih aktivnosti, već postoji dio potrebne opreme, zemljište i propratni objekti tj logistika neophodna za obavljanje djelatnosti.

## 2.2. Biografija vlasnika

### Osnovni podaci

Ime i prezime:

Datum i mjesto rođenja:

Zanimanje:

e-mail:

Tel:

### Biografija

(Ime i Prezime) je zaposlen kao referent opših finansijskih poslova. Završio je ekonomsku školu u (Grad). Odlikuje ga višegodišnje iskustvo vođenja redovnih administrativnih i knjigovodstvenih poslova kao i iskustvo u pčelarstvu.

## 3. ANALIZA TRŽIŠTA

### 3.1. Geografske dimenzije tržišta

Tržištem se može smatrati administrativno područje Opštine (Grad) kojem, prema popisu stanovništva iz 2011. godine, živi oko 72 hiljada stanovnika. S obzirom na lokaciju nije teško organizovati proizvodnju i njihov plasman. U kasnijim fazama, ukoliko bude postojala ekonomska opravdanost, razmotriće se i proširenja proizvodnje ili stvaranje kapaciteta za uslužnu djelatnost tj. smještajnih kapaciteta na lokaciji (Mjesto).

### 3.2. Ciljne grupe

Ciljnim grupama korisnika smatraju se osobe oba pola, starosti od 3 do 100 godina. Shodno marketing strategiji, moguće je napraviti jasnu segmentaciju korisnika i pripremiti adekvatne proizvode prema potrebama i interesovanja tih ciljnih grupa. Umajući u vidu veoma kvalitetne i zdrave karakteristike meda, to je namjernica koja je namjenjena svim osobama bez obzira na pol i životnu dob. Shodno da je riječ o prehrambenom proizvodu, koji se veoma često još od davnina koristi u medicinske svrhe, sigurni smo da će potražnja ispuniti očekivanja.

### 3.3. Konkurencija

Konkurentima se uopšteno mogu smatrati svi proizvođači meda na području (Grad). Najveći dio konkurencije raspolaže manjim proizvodnim kapacitetima od 20 do 30 košnica, postoji par izuzetaka proizvođača koji posjeduju i preko 200 košnica, međutim takvo poslovanje bi zahtijevalo znatno veću inicijalnu investiciju i povećanje fiksnih troškova. Time, pčelarstvo jeste skalabilno prema količini proizvodnje, ali korelacija smanjenja troškova kroz povećanje obima proizvodnje nije izraženo i proširenje poslovnih kapaciteta bi predstavljalo značajan finansijski rizik.

Trenutno na teritoriji (Grad) ne postoji jaka konkurencija, međutim pčelarstvo kao poljoprivredna djelatnost je u fazi razvoja i unapređenja. Pažljivim odnosom prema kupcima i promotivnim aktivnostima

kao što su reklamni leci, pokloni klijentima, te prigodnim brošurama zanimljivog sadržaja o medu i njegovim ljekovitim svojstvima, raznim receptima za pripremu kolača od meda, kozmetičkih maski za lice i slično, kao i popustima za stalne klijente što će uticati na konkurentnost na tržištu. Cijena proizvoda će biti jednaka prosječnim cijenama proizvoda koji se nalaze na našem tržištu.

### **3.4. Planirani prodajni asortiman**

Imajući u vidu sve pčelinje proizvode moguće je na lokalnom tržištu plasirati sledeći asortiman proizvoda:

- 1) Med
- 2) Matični mleč
- 3) Propolis
- 4) Vosak

Prodaja meda predstavlja osnovni vid prihoda, dok prodaja ostalih pčelinjih proizvoda predstavlja dodatni izvor prihoda.

### **3.5. Potencijal tržišta**

Kao što je već pomenuto, na širem području Opštine (Grad) živi oko 40.000 stanovnika, dok populacija u gradskoj zoni broji oko 25.000 stanovnika. Za razvoj novih proizvoda postoji mogućnost ne samo povećanja količine proizvedenog meda, već i osposobljavanje novih smještajnih kapaciteta i stvaranje usluga za turiste, karakteristične za etno-sela.

S obzirom da ne postoje zvanični statistički podaci niti dostupna istraživanja vezana za tržište meda i pčelinjih proizvoda u Crnoj Gori, teško je pouzdano procijeniti potencijal izabranog ciljnog tržišta. Međutim, polazeći od nekih evropskih i regionalnih prosjeka, moguće je dati barem orijentacionu procjenu. Prema demografskim podacima Opština (Grad) broji oko 40000 stanovnika, što predstavlja izuzetno veliko tržište jer med spada u vrlo specifične i vrlo bitne namirnice koju ljudi koriste u svojoj

ishrani i koja je takođe svrstana u spisak potrošačke korpe kao jedna od važnih životnih namirnica, a to znači da veliki broj stanovnika Opštine (Grad) predstavlja potencijalne korisnike proizvoda.

## 2.8. Tržišna opravdanost projekta

Na lokalnom nivou uočava se sve veća popularnost ne samo meda, već i zdravog i aktivnog načina života, koji podrazumijeva pravilnu ishranu. Čime očekujemo povećanje upotrebe meda, koji je zdrava alternativa, tj. polisaharid koji je suplementaran sportskoj ishrani. U prilog ovoj tvrdnji idu i aktivnosti i napori vlada u zemljama Evrope, koje ulažu značajna sredstva kako bi promijenili životne navike stanovništva po pitanju načina ishrane, sa ciljem smanjenja gojaznosti stanovništva, prevencije kardiovaskularnih i drugih bolesti, što ima direktne efekte i na visinu budžetskih izdvajanja za troškove zdravstvenog sektora. Takođe, razvoj ruralnih sredina je u fokusu Vlade Crne Gore, i postoje brojni programi stimulisanja poljoprivredne djelatnosti koja obuhvata i pčelarstvo. Dok je razvoj agro-turizma uključen u veći broj nacionalnih strategija kao što su Nacionalna strategija za razvoj turizma, strategija pametne specijalizacije. Već je moguće primjetiti unapređenje uslova na domaćem tržištu, od razvoja poljoprivrednih laboratorija, poljoprivrednih i turističkih klastera kao i razvoj kapaciteta pčelarskih udruženja. Međutim, postoji izražen nedostatak uključenosti mladih ljudi u poljoprivredi i nedostatak kvalifikovanih stručnih kadrova u sektoru koji sve više zahtjeva poznavanje savremenih metoda proizvodnje i plasmana usluga na tržištu. Bez obzira na izražen broj lokalnih proizvođača, uz unapređenje kvalifikacija i osamreventavanje procesa proizvodnje, ima dovoljno prostora za novog učesnika koji bi, ponudio visok kvalitet usluge, uz prihvatljive cijene. Zbog svega navedenog može se reći da ovaj projekat ima svoje tržišno pravdanje.

## 2.9. Tržište nabavke

Nabavka potrebne robe vršice se u početku od specijalizovanih domaćih dobavljača, a ukoliko ne bude postojala mogućnost nabavke na domaćem tržištu ići će se ka uvozu opreme iz zemalja okruženja, ali iz ostalih zemalja. Nastojace se da se sa dobavljačima razvije dugoročna saradnja, kako bi se obezbijedile niže cijene i stabilnost snadbijevanja. Pri tome će se voditi računa o potrebama korisnika, cijenama i komercijalnim uslovima nabavke. Nabavka opreme prije svega košnica i pčelinjih društava moguće je nabaviti kod lokalnih proizvođača i pčelara koji se bave proizvodnjom košnica i pčelarskih društava, dok je dodatnu opremu moguće nabaviti na teritoriji Crne Gore a u slučaju nedostatka moguće je uvesti iz



inostranstva. Generelno se može reći da veće smetnje na tržištu nabavke ne postoje. Zbog svoje specifičnosti roba će se dobavljati preko dobavljača ili kod proizvođača direktno.

## 4. Marketing strategija

### 4.1. Marketing

Dobar marketing i promocija su od ključne važnosti za svako novoosnovano preduzeće. Promocija centra je krucijalna u ranoj fazi poslovanja. Što iz razloga da se stvori osnovica stalnih konzumenata usluga koje se pružaju, a jednako tako iz razloga da se stvori finansijska stabilnost za održivost kompanije. Činjenica da je riječ o pronalaženju pozicije na već postojećem tržištu, neophodno je učiniti brending i cijenu proizvoda primamljivim. Iz tog razloga, a da bi se privukli novi korisnici i oni koji već koriste usluge u drugim potreban je dobar plan marketinga, koji će osigurati dovoljan broj novih kupaca kako bi se pokrili inicijalni plasman proizvoda na tržište. Prije svega jedna od dokazanih praksi u prodaji, je snižavanje cijene za redovne mušterije i za 10-20%. Kako bi se privukli novi korisnici potrebno je osmisliti kvalitetnije načine promocije i omogućiti lakši pristup proizvodima. Shodno da postoji dinamičan rast upotrebe društvenih mreža, moguće je osposobiti online e-shop putem kojeg bi mušterije imale mogućnost da kupe različite proizvode, a promotivne aktivnosti su znatno povoljnije u odnosu na konvencionalne medije. Detaljnijim planiranjem biće uspostavljeno kontinuirano prisustvo na društvenim mrežama na prostoru Opštine (Grad). Nastojaćemo da kreiramo visoke standarde koji će podići naš brend i osigurati lako branjivu poziciju na tržištu. Ovo će nam omogućiti veću profitnu stopu od konkurencije.

### 4.2. Promotivne aktivnosti

(Grad) je postao prepoznatljiv po manifestacijama koje okupljaju proizvođače pčelinjih proizvoda sa teritorije Crne Gore , kako bi svoje proizvode na najbolji mogući način predstavili lokalnom stanovništvu. U toku godine održava se nekoliko manifestacija ovoga tipa kao što sajam pčelinjih proizvoda koji se održava (Mjesto i Grad).

Od instrumenata promocije koristiće se lična prodaja, oglašavanje i unapređenje prodaje, što podrazumijeva: štampanje i distribuciju promotivnih letaka, organizovanje periodičnih prodajnih akcija sa

cjenovnim i količinskim popustima i sl. Pored toga, koristiće se i oglašavanje putem interneta i društvenih mreža.

### 4.3. Promocija putem društvenih mreža

Promocija putem društvenih mreža podrazumijeva pravljenje zvanične web stranice, na kojoj će biti dostupne sve informacije o cijenama, ponudama, i popustima za korisnike.

Facebook je najpogodniji način za širenje informacija i uticaja tako da tokom godine promocija će se nastaviti samo preko društvenih mreža.

### 4.4. Budžet marketinga

Za promocija putem društvenih mreža opredijeljen je budžet od 350€.

## 5. Proizvod i proizvodni program

Preduzeće planira da ostvaruje prihode od prodaje meda i pčelinjih proizvoda. Prihode će ostvarivati od prodaje meda i drugih pčelinjih proizvoda navedenih u biznis planu.

Tabela1: Proizvodni program

Naziv	Cijena po jedinici	Jedinica
Med	10€	1kg
Matični mleč	10€	10gr
Vosak	10€	1kg
Propolis	10€	20ml

## 6. Zaposlenost i kvalifikaciona struktura

Na pčelinjaku će biti zaposlena jedna osoba, uz dodatno volontersko angažovanje članova porodice.

Tabela 2; Struktura zaposlenih

RB	NAZIV RADNOG MJESTA	BROJ IZVRŠIOCA	ŠKOLSKA SPREMA
1.	Izvršni direktor	1	SSS
	UKUPNO	1	

## 7. Lokacija

Sjedište kompanije nalazilo bi se u (Grad), dok bi se djelatnost obavljala na porodičnom imanju , u selu(Mjesto). Na porodičnom imanju već više od šest mjeseci (Ime i Prezime) ima 5 košnica koje sa puno ljubavi i pažnje obilazi, gdje na pomenutom imanju postoje adekvatni uslovi za kvalitetnu proizvodnju pčelinjih proizvoda. Geografsko područje je vrlo povoljno i ekološki zdravo za ovu vrstu djelatnosti. Takođe u blizini pčelinjaka , nalazi se kuća koja posjeduje adekvatne uslove i odgovarajuće prostorije za pakovanje , skladištenje i ostale pčelarske aktivnosti. Udaljenost pčelinjaka od pomenute kuće je 13m.

## 8. Izvori finansiranja

Kompanija planira da investiciju realizuje bespovratnim sredstvima Zavoda za zapošljavanje Crne Gore.

U nastavku slijedi plan pregleda ulaganja:

Tabela 3: Izvori finansiranja

R.BR	IZVORI	IZNOS
1.	Sopstveno učešće	720,00€
2.	Kreditori	7.500,00€

## 9. Rashodi poslovanja

### 9.1. Investicioni troškovi

Redni broj	Ulaganja	Iznos(€)
1.	Košnice (kol. 20)	2,600.00
2.	Mašina za pakovanje meda u ambalažu zapremine 15 g - 1 kg	1,300.00
3.	Presa za izradu satnih osnova	460,00
4.	Trošak registracije	75,00
5.	Trošak nabavke sirovina	28,00
6.	Trošak promocije I brendiranja	350,00
7.	Troškovi računovođe	100,00
8.	Ambalaža za pakovanje meda	200,00
9.	Porezi i doprinosi	1,437.72
10.	Troškovi osiguranja pčelinjaka	200,00
11.	Putni troškovi	100,00
	<b>Ukupno</b>	<b>7100.72</b>

#### 9.1.1. Obračun amortizacije

Tabela 5: Obračun troška amortizacije

R.BR	STRUKTURA	VRIJEDNOST	STOPA AMORTIZACIJE	AMORTIZACIJA
1.	GRAĐEVINSKI OBJEKTI			
2.	OPREMA			
A	Postojeća oprema	3.000,00	20%	600,00
B	Nova oprema			
	Tehnološka oprema	10.000,00	15%	1.500,00
	UKUPNO			2.100,00

Investitor već posjeduje određen broj košnica , kao i dio neophodne opreme za obavljanje osnovnog posla. Nabavna vrijednost novih košnica i pčelarskih društava , kao i opreme za pakovanje i ambalažu meda je uključen u amortizaciju, pa je za taj iznos obračunata stopa amortizacije od 20% budući da se radi o tehnološkoj opremi koja ima manji vijek trajanja od standardne opreme.

## 9.2. Obračun premije osiguranja

Kompanija će shodno pravilima osigurati opremu potrebnu za neometano funkcionisanje posla, pa je očekivani trošak osiguranja opreme 250,00€ na godišnjem nivou.

## 10. Tekući troškovi

### 10.1. Obračun materijalnih troškova

Kompanija neće imati značajnijih materijalnih troškova budući da se radi o uslugama teretane osim sitnih materijalnih troškova za šta je planirano oko 50€ mjesečno, odnosno 600€ godišnje.

### 10.2. Obračun bruto zarada

U kompaniji će biti zaposleno jedno lice koje će ujedno obavljati dužnosti izvršnog direktora. Neto plata izvršnog direktora će iznositi 243,26 € mjesečno što na godišnjem nivou iznosi 3600€ odnosno bruto plata 363,07€ mjesečno što na godišnjem nivou iznosi 4.356.84€.

### 10.3. Obračun ostalih troškova

Obračun ostalih troškova koje očekuju poslovanje kompanije Teretane prikazan je u tabeli u nastavku:

Tabela 6: Obračun ostalih troškova

R.BR	VRSTA TROŠKA	MJESEČNI IZNOS TROŠKA	GODIŠNJI IZNOS TROŠKA
1.	Putni troškovi	40,00	480,00
3,	Ostali troškovi	20,00	240,00
	UKUPNO		720,00

## 11. Ukupni prihodi

Jedan od segmenata su prihodi od prodaje meda: 90 stalnih klijenata mjesečno po 15 € po osobi što na mjesečnom nivou iznosi 1350€ odnosno na godišnjem nivou 16200€.

## 12. Početni bilans stanja

U tabeli koja slijedi prikazan je početni bilans stanja koji obuhvata imovinu kompanije, koja iznosi sa iznosom koju kompanija planira da nabavi ovim projektom (u aktivi bilansa stanja) i obaveza po osnovu dugoročnog kredita IRF-a (u pasivi bilansa stanja).

Tabela 7: Početni bilans stanja

POČETNI BILANS STANJA U €				
AKTIVA			PASIVA	
A	OSNOVNA SREDSTVA		A	KAPITAL
1	Građevinski objekat		1	SOPSTVENI KAPITAL
2	Oprema		B	DUGOROČNI KREDITI
	Postojeća oprema		1	- Postojeći krediti
	Nova oprema		2	- <b>Novi kredit</b>
B	OBRTNA SREDSTVA			
1	Potraživanja			
2	Gotovina i got. Ekvivalenti			
<b>3</b>	<b>Porez na dodatnu vrijednost i AVR</b>			
<b>4</b>	<b>Ostala ulaganja</b>			
	UKUPNO			UKUPNO

## 13. Planirani bilans uspjeha

U nastavku slijedi planirani bilans uspjeha za period do kraja otplate kredita po osnovu prihoda i rashoda koji se odnose na pružanje usluga koje su detaljnije opisane u dijelu proizvod i proizvodni program:

BILANS USPJEHA ZA PERIOD OD 9 GODINA										
R. BR.	STRUKTURA	I GOD	II GOD	III GOD	IV GOD	V GOD	VI GOD	VII GOD	VIII GOD	IX GOD
A	UKUPNI PRIH	27,000.00	28,350.00	29,767.50	31,255.88	32,818.67	34,459.60	36,182.58	37,991.71	39,891.30
B	UKUPNI RASH	23,407.24	24,460.10	25,565.61	26,726.39	27,945.11	29,224.97	30,568.72	31,979.65	33,461.13
1	Poslovni rash	23,407.24	24,460.10	25,565.61	26,726.39	27,945.21	29,224.97	30,568.72	31,979.65	33,461.13
1.1.	Materijalni i	8,770.00	9,196.00	9,643.30	10,112.97	10,606.11	11,123.92	11,667.61	12,238.50	12,837.92
1.1.1.	Invest. I teku	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	765.77	804.06	844.26	886.47
1.1.2.	Materijalni t	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	765.77	804.06	844.26	886.47
1.1.3.	Premija osigi	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
1.1.4.	Obračun osta	7,320.00	7,686.00	8,070.30	8,473.82	8,897.51	9,342.38	9,809.50	10,299.98	10,814.97
1.2.	Troškovi amc	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00
1.3.	Troškovi brut	12,537.24	13,164.10	13,822.31	14,513.42	15,239.09	16,001.05	16,801.10	17,641.16	18,523.21
2	Rashodi finan	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
C	BRUTO DOBIT	3,592.76	3,889.90	4,201.89	4,529.49	4,873.56	5,234.63	5,613.86	6,012.06	6,430.17
D	POREZ NA DO	323.35	350.09	378.17	407.65	438.62	471.12	505.25	541.09	578.72
E	NETO DOBIT	3,269.41	3,539.81	3,823.72	4,121.83	4,434.94	4,763.52	5,108.61	5,470.98	5,851.45

U navedenom projektovanom bilansu su uneseni podaci na osnovu precizno i pažljivo projektovanih prihoda i troškova u prethodnom dijelu biznis plana. Kako je naš plan postepen razvoj, mi smo prihode u drugoj, trećoj i svakoj narednoj godini projektovani sa godišnjim rastom od svega 5%. Shodno tome, pretpostavili smo da će i svi troškovi (osim amortizacije) rasti po istoj stopi od 5%. Napomenućemo da smo se svugdje tokom izrade biznis plana vodili načelom opreznosti, pa tako i prilikom projekcije prihoda i rashoda (prihode smo projektovani na niže, a troškove na više). Iako u stvarnosti, neki troškovi (fiksni i relativno fiksni) rastu po stopi manjoj od rasta prihoda, mi smo se i ovdje vodili načelom opreznosti, te smo pretpostavili da će svi troškovi rasti u istom procentu kao i prihodi tokom druge, treće i svake naredne godine.

## 14. Analiza osjetljivosti i održivosti projekta

Biznis plan je rađen u skladu sa načelom opreznosti, te se vodilo računa da se prihodi procjenjuju na manje, a rashodi na više u odnosu na one koji su realno za očekivati. Ipak, u nastavku ćemo pokazati da ukoliko se planirani nivo prihoda ne ostvari (što je nerealno jer praktično nemamo konkurenciju u pravom smislu) kompanija će za cijeli period trajanja projekta poslovati pozitivno. Napominjemo, da imamo iskustvo u pomenutom poslu, te da smo prihode veoma pažljivo i precizno izložili, ali u situaciji da oni padnu još, projekat je isplativ.

U odnosu na bilans uspjeha koji je naveden u stavci 10 ovog biznis plana smanjili smo prihode od prodaje za 5%. Sve troškove smo ostavili nepromjenjene, pa i u toj situaciji imamo veoma dobar poslovni rezultat. Planirani bilans uspjeha, pri prihodu manjem za 5% od planiranog je u nastavku:

Tabela 12: Situacija 1- Pad prodaje ili cijena za 5%, pri nepromijenjenim troškovima

BILANS USPJEHA ZA PERIOD OD 9 GODINA										
R. BR.	STRUKTURA	I GOD	II GOD	III GOD	IV GOD	V GOD	VI GOD	VII GOD	VIII GOD	IX GOD
A	UKUPNI PRIH	25,650.00	26,932.50	28,279.13	29,693.08	31,177.74	32,736.62	34,373.45	36,092.13	37,896.73
B	UKUPNI RASH	23,407.24	24,460.10	25,565.61	26,726.39	27,945.11	29,224.97	30,568.72	31,979.65	33,461.13
1	Poslovni rash	23,407.24	24,460.10	25,565.61	26,726.39	27,945.21	29,224.97	30,568.72	31,979.65	33,461.13
1.1.	Materijalni i	8,770.00	9,196.00	9,643.30	10,112.97	10,606.11	11,123.92	11,667.61	12,238.50	12,837.92
1.1.1.	Invest. I teku	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	765.77	804.06	844.26	886.47
1.1.2.	Materijalni t	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30	765.77	804.06	844.26	886.47
1.1.3.	Premija osig	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
1.1.4.	Obračun osta	7,320.00	7,686.00	8,070.30	8,473.82	8,897.51	9,342.38	9,809.50	10,299.98	10,814.97
1.2.	Troškovi amc	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00
1.3.	Troškovi brut	12,537.24	13,164.10	13,822.31	14,513.42	15,239.09	16,001.05	16,801.10	17,641.16	18,523.21
2	Rashodi finan	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
C	BRUTO DOBIT	2,242.76	2,472.40	2,713.52	2,966.69	3,232.63	3,511.65	3,804.73	4,112.48	4,435.60
D	POREZ NA DO	201.85	222.52	244.22	267.00	290.94	316.05	342.43	370.12	399.20
E	NETO DOBIT	2,040.91	2,249.88	2,469.30	2,699.69	2,941.69	3,195.60	3,462.31	3,742.35	4,036.40

Ukoliko bi naš se planirani obim pružanja usluga smanjio za dodatnih 5%, I taj pad iznosio ukupno 10% u odnosu na planirani obim prihoda, te da troškovi ostanu na prvobitno projektovanom nivou, i u tom slučaju imamo veoma dobar finansijski rezultat. U nastavku je planirani bilans koji to i potvrđuje.

Tabela 13: Situacija 2- Pad prodaje ili cijena za 10% pri nepromijenjenim troškovima



**BILANS USPJEHA ZA PERIOD OD 9 GODINA**

R. BR.	STRUKTURA	I GOD	II GOD	III GOD	IV GOD	V GOD	VI GOD	VII GOD	VIII GOD	IX GOD
A	<b>UKUPNI PRIHODI</b>	<b>24,367.50</b>	<b>25,585.88</b>	<b>28,279.08</b>	<b>28,208.43</b>	<b>29,618.85</b>	<b>31,099.79</b>	<b>32,654.78</b>	<b>34,287.52</b>	<b>36,001.90</b>
B	<b>UKUPNI RASHODI</b>	<b>23,407.24</b>	<b>24,460.10</b>	<b>25,565.61</b>	<b>26,726.39</b>	<b>27,945.11</b>	<b>29,224.97</b>	<b>30,568.72</b>	<b>31,979.65</b>	<b>33,461.13</b>
1	<b>Poslovni rashodi</b>	<b>23,407.24</b>	<b>24,460.10</b>	<b>25,565.61</b>	<b>26,726.39</b>	<b>27,945.21</b>	<b>29,224.97</b>	<b>30,568.72</b>	<b>31,979.65</b>	<b>33,461.13</b>
1.1.	Materijalni i nematerijalni	8,770.00	<b>9,196.00</b>	9,643.30	10,112.97	10,606.11	11,123.92	11,667.61	12,238.50	12,837.92
1.1.1.	Invest. I tekućih	600.00	<b>630.00</b>	<b>661.50</b>	<b>694.58</b>	<b>729.30</b>	<b>765.77</b>	<b>804.06</b>	<b>844.26</b>	<b>886.47</b>
1.1.2.	Materijalni troškovi	600.00	<b>630.00</b>	<b>661.50</b>	<b>694.58</b>	<b>729.30</b>	<b>765.77</b>	<b>804.06</b>	<b>844.26</b>	<b>886.47</b>
1.1.3.	Premija osiguranja	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00	250.00
1.1.4.	Obračun ostalih	7,320.00	7,686.00	8,070.30	8,473.82	8,897.51	9,342.38	9,809.50	10,299.98	10,814.97
1.2.	Troškovi amortizacije	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00	2,100.00
1.3.	Troškovi brutne	12,537.24	13,164.10	13,822.31	14,513.42	15,239.09	16,001.05	16,801.10	17,641.16	18,523.21
2	<b>Rashodi financijski</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>	<b>0.00</b>
C	<b>BRUTO DOBIT</b>	<b>960.26</b>	<b>1,125.78</b>	<b>2,713.47</b>	<b>1,482.04</b>	<b>1,673.74</b>	<b>1,874.82</b>	<b>2,086.06</b>	<b>2,307.87</b>	<b>2,540.77</b>
D	<b>POREZ NA DOBIT</b>	<b>86.42</b>	<b>101.32</b>	<b>244.21</b>	<b>133.38</b>	<b>150.64</b>	<b>168.73</b>	<b>187.75</b>	<b>207.71</b>	<b>228.67</b>
E	<b>NETO DOBIT</b>	<b>873.84</b>	<b>1,024.46</b>	<b>2,469.25</b>	<b>1,348.65</b>	<b>1,523.10</b>	<b>1,706.09</b>	<b>1,898.32</b>	<b>2,100.16</b>	<b>2,312.10</b>

## 15. Zaključak

Investiciono ulaganje u opremu za pčelarenje , odnosno košnice i dodatnu opremu potrebnu za kvalitetnu proizvodnju i distribuciju pčelinjih proizvoda preduzeće planira da nabavi od sredstava Zavoda za zapošljavanje Crne Gore, što se pokazalo kao apsolutno opravdano na osnovu projektovanog bilansa uspjeha za period od narednih devet godina (2 godine grace period + 7 godina otplate kredita), koliko je planirani period povrata sredstava.

Analiza je pokazala da postoje svi neophodni uslovi za realizaciju investicije, te da je investicija isplativa.

Što se tiče nabavke opreme kompanija je već stupila u kontakt sa dobavljačima i planiramo da dobar dio opreme nabavimo iz inostranstva, budući da nam je jeftinije i da u potpunosti odgovara našim zahtjevima, a da ostatak nabavimo od dobavljača iz Crne Gore. Što se tiče inputa potrebnih za tekuće poslovanje, ni u tom pogledu nema prepreka za realizaciju investicije, odnosno neometan proces obavljanja djelatnosti budući da kompanija ima plan na koji način će definisati odnose sa dobavljačima i iz ovog segmenta.