

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| UVOD | 5 |
| I. ZAŠTO NAM JE POTREBAN BIZNIS PLAN ? | 6 |
| 1.1.Rezime biznisa i svrha ulaganja | 7 |
| 1.2.Rizik | 8 |
| II. REZIME BIZNIS PLANA | 8 |
| 2.1.Vizija | 9 |
| 2.2.Misija | 9 |
| III. PODATCI O NOSIOCU INVESTICIJE | 9 |
| 3.1.Naziv preduzeća | 9 |
| 3.2.Pravni status | 9 |
| 3.3.Kratak pregled aktivnost preduzeća | 10 |
| 3.4.Vrsta investicije | 10 |
| IV. PODACI O PROGRAMU | 10 |
| V. MENADŽMENT | 11 |
| 5.1.Tabela menadžmenta | 11 |
| VI. ANALIZA RAZVOJNIH MOGUĆNOSTI | 11 |
| 6.1.Tabela organogram preduzeća | 11 |
| 6.2.Tabela sistematizacija radnih mjesta | 12 |
| 6.3 Tabela analiza prijavljenih radnih mjesta | 13 |
| 6.4.Tabela analiza kreditnih zaduženja | 14 |
| 6.5.Tabela analiza troškova marketinga | 14 |
| 6.6.Tabela analiza uspješnosti poslovanja | 14 |
| 6.7.Tabela grafikon poslovanja | 14 |
| VII. PROŠIRENJE PROIZVODNJA I TEHNIČKO-TEHNOLOŠKI ASPEKTI PROJEKTA | 15 |
| 7.1.Opis tehničko tehnološkog rješenja | 15 |
| 7.2.Priprema prostorije za proizvodnju šampinjona | 15 |
| 7.3.Sastav i terminologija izgleda i oblika šampinjona | 17 |
| 7.3.1. Slika 1. Terminologija, izgled i oblik gljiva | 17 |
| 7.4.Broj zaposlenih | 18 |
| 7.4.1.Tabela broja zaposlenih | 18 |
| 7.5.Proizvodi | 18 |
| 7.5.1.Slika 2. Šampinjoni spremni za berbu | 18 |
| 7.5.2.Slika 3.Šampinjoni konzervirani u staklene galone | 18 |
| 7.6.Materijalni inputi | 19 |
| 7.7.Kapacitet | 19 |
| 7.8.Potreban prostor – objekti | 19 |
| 7.9.Potrebna oprema | 20 |

| | |
|--|----|
| VIII. ANALIZA TRŽIŠTA | 21 |
| 8.1.Procjena ponude i konkurencija | 21 |
| 8.2.Tržište prodaje | 21 |
| 8.3.Tržište nabave | 22 |
| 8.4.Tabela procjene očekivanog obima i vrijednosti prodaje (proizvodnje) | 23 |
| IX. PLAN PRODAJE | 24 |
| 9.1.Tabela plana prodaje za svježi šampinjon | 24 |
| 9.2.Tabela plana prodaje za konzervirani šampinjon | 24 |
| 9.3.Osnove marketing strategije | 25 |
| 9.4.Dijelovi marketing plana | 25 |
| 9.4.1.Kupci | 25 |
| 9.4.2.Koristi od proizvoda | 26 |
| 9.4.3.Prodaja i distribucija | 26 |
| 9.4.4.Konkurencija | 26 |
| 9.4.5.Pozicioniranje , publicitet i promocije | 26 |
| 9.4.6.Određivanje prodajne cijene | 26 |
| 9.4.7.Tabela proračuna troškova marketinga | 26 |
| X. LOKACIJA | 27 |
| XI. EKOLOŠKI ASPEKTI | 28 |
| 11.1.Tabela dozvoljenih metala u tlu | 28 |
| 11.2.Tabela najviših vrijednosti zaštitnih sredstava | 29 |
| 11.3.Tabela maksimalno dopuštenog sadržaja teških metala | 29 |
| XII. DINAMIKA REALIZACIJE INVESTICIONOG PROCESA | 30 |
| 12. 1.Tabela dijagrama aktivnosti | 30 |
| 12.2.Mrežni dijagram | 31 |
| XIII. EKONOMSKO - FINANCIJSKI DIO | 32 |
| 13.1.Tabela ulaganja | |
| 13.2.Planirani troškovi proizvodnje | 33 |
| 13.3.Planirani troškovi uprave i osoblja | 33 |
| 13.4.Kategorija troškova | 33 |
| 13.5.Kalkulacija troškova proizvodnje | 34 |
| 13.6.Kalkuacija troška proizvoda | 34 |
| 13.7.Plan proizvodnje proizvoda | 35 |
| 13.8.Plan otplate kredita | 36 |
| 13.8.1. Plan otplate kredita | 37 |
| 13.9.Plan prodaje | 38 |
| 13.10.Plan prihoda od prodaje | 39 |
| 13.10.1. Plan prihoda od prodaje svježih šampinjona | 39 |
| 13.10.2. Plan prihoda od prodaje konzerviranih šampinjona | 39 |
| 13.11.Pregled ukupnih prihoda | 40 |
| 13.12.Plan novčanih tokova | 41 |

| | |
|---|----|
| XIV. SWOT ANALIZA | 42 |
| 14.1.Šema swot analize | 43 |
| 14.2.Prednosti / slabosti | 43 |
| 14.2.1.Prednosti | 43 |
| 14.2.2.Slabosti | 44 |
| 14.3.Mogućnosti / opasnosti | 44 |
| 14.3.1.Mogućnosti | 44 |
| 14.3.2.Opasnosti | 44 |
| XV. ANALIZA EFIKASNOSTI PROJEKTA | 45 |
| 15.1.Proračun rentabilnosti ulaganja | 45 |
| 15.1.1.Rentabilnost | 45 |
| 15.1.2.Ekonomičnost | 45 |
| XVI. ZAKLJUČAK | 46 |
| XVII. DODATAK | 48 |
| 17.1.Da li je uzgoj šampinjona profitabilan ? | 48 |
| XVIII. LITERATURA | 50 |