

# Uvođenje brendirane linije proizvoda od šljiva u proizvodni portfolio obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva

---

Zvonimir, Koić

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:*

**Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Agrobiotechnical Sciences Osijek /  
Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Fakultet agrobiotehničkih znanosti Osijek**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:151:066201>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-05**



Sveučilište Josipa Jurja  
Strossmayera u Osijeku

**Fakultet  
agrobiotehničkih  
znanosti Osijek**

*Repository / Repozitorij:*

[Repository of the Faculty of Agrobiotechnical  
Sciences Osijek - Repository of the Faculty of  
Agrobiotechnical Sciences Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA  
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Zvonimir Koić

Preddiplomski stručni studij

smjera Agrarno poduzetništvo

**UVOĐENJE BRENDIRANE LINIJE PROIZVODA OD ŠLJIVA  
U PROIZVODNI PORTFOLIO OBITELJSKOG  
POLJOPRIVREDNOG GOSPODARSTVA**

Završni rad

Osijek, 2018.

SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA  
POLJOPRIVREDNI FAKULTET U OSIJEKU

Zvonimir Koić

Preddiplomski stručni studij

smjera Agrarno poduzetništvo

**UVOĐENJE BRENDIRANE LINIJE PROIZVODA OD ŠLJIVA  
U PROIZVODNI PORTFOLIO OBITELJSKOG  
POLJOPRIVREDNOG GOSPODARSTVA**

Završni rad

Povjerenstvo za ocjenu i obranu završnog rada:

1. prof.dr.sc. Ivan Štefanić, mentor
2. prof. dr. sc. Krunoslav Zmaić, član
3. prof. dr. sc. Ljubica Ranogajec, član

Osijek, 2018.

## TEMELJNA DOKUMENTACIJSKA KARTICA

---

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Završni rad

Poljoprivredni fakultet u Osijeku  
Preddiplomski stručni studij, smjera Agrarno poduzetništvo

Zvonimir Koić

### **Uvođenje brendirane linije proizvoda od šljiva u proizvodni portfolio obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva**

**Sažetak:** U završnom radu pod naslovom „Uvođenje i brendiranje linije proizvoda od šljiva u proizvodni portfolio obiteljskog poljoprivrednog gospodarstva” prikazuju se osnovne karakteristike šljive, te proizvodnja proizvoda od šljive i to rakije i pakirane sušene šljive. Na već postojećem gospodarstvu uvodi se nova linija proizvoda odnosno suha pakirana šljiva, a zajedno sa već postojećim proizvodima prikazana je profitabilnost navedene proizvodnje u komercijalne svrhe. Poslovni plan se pokazao obećavajućim, iako postoje zapreke, svi prikazani elementi u radu ukazuju na isplativost proizvodnje.

Ključne riječi: proizvodnja, šljiva, profit, poslovni plan

27 stranica, 13 tablica, 6 grafikona i slika, 27 literaturnih navoda

Završni rad je pohranjen u Knjižnici Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku i u digitalnom repozitoriju završnih i diplomskih radova Poljoprivrednog fakulteta u Osijeku

## BASIC DOCUMENTATION CARD

---

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Final work

Faculty of Agriculture in Osijek  
Professional study of Agrarian entrepreneurship

Zvonimir Koić

### **Introduction of branded line of plum products into a family farm product portfolio**

**Summary:** In the final work titled “Introduction of branded line of plum products into product portfolio of a family farm” basic features of plum are presented, as well as the production of plum and brandy products and packaged dried plums. New line of product, a dry packed plum is introduced on the already existing family farm, along with the already existing products, the profitability of the above mentioned production is presented for commercial purposes. Business plan has proven to be promising, although there are obstacles, all arrayed elements in the paper indicate the profitability of production

Key words: production, plum, profit, business plan

27 pages, 13 tables, 6 figures, 27 references

Final work is archived in Library of Faculty of Agriculture in Osijek and in digital repository of Faculty of Agriculture in Osijek

## Sadržaj

1 UVOD .....	1
2 PREGLED LITERATURE .....	2
3 MATERIJAL I METODE .....	4
4 REZULTATI I RASPRAVA .....	5
4.1 Šljiva .....	5
4.1.1 Tehnologija proizvodnje šljive .....	7
4.1.2 Uzgojni oblik šljive .....	9
4.2 Osnovne karakteristike poduzetničkog pothvata .....	10
4.2.1. Poslovni model .....	10
4.2.2 SWOT analiza.....	11
4.2.3. Tehničko tehnološke karakteristike proizvodnje.....	12
4.3 Organizacija poslovnog pothvata.....	14
4.4. Marketing plan .....	15
4.4.1. Analiza tržišta.....	15
4.4.2. Analiza lokacije .....	16
4.4.3. Marketing plan.....	17
4.5. Financijski plan.....	18
4.5.1. Proračun ulaganja u poslovanje.....	18
4.5.2. Izvori financiranja.....	20
4.5.3. Obračun kreditnih obveza.....	20
4.5.4. Ukupni rashodi poslovanja .....	21
4.5.5. Ukupni prihodi poslovanja .....	23
4.5.6. Projekcija računa dobiti i gubitka .....	24
5 ZAKLJUČAK .....	25
6 POPIS LITERATURE .....	26

## 1 UVOD

Šljiva (lat. *Prunus domestica*, *Prunus instititia*) je vrsta voća koja raste na drvetu, ima okrugli ili ovalni plod, plave, crvene ili žute je boje (ovisno o vrsti). Meso ploda je slatko, žućkaste boje s košticom u sredini. Filogenetski promatrano, šljiva pripada istom rodu (*Prunus*) u koji spadaju i bjelošljiva, badem, breskva, marelica, višnja, lovor, trešnja i džanarika koji kao plodimaju košticu. Rod *Prunus* sadrži nekoliko podrodova, među kojima je i podrod *Prunus*, koji se dalje dijeli na tri sekcije: *Prunus* (šljive Starog Svijeta), *Prunocerasus* (šljive Novog Svijeta) i *Armeniaca* (marelice). Podrod *Prunus* se od ostalih podrodova razlikuje po tome što ima usamljene terminalne i lateralne pupoljke, kao i glatku košticu. Slantan sočan plod istoimene voćke, jede se svjež i sušen, a služi i za proizvodnju rakije, pekmeza, džemova i pripremi nekih jela kao što su knedle

U ovome je završnom radu na temelju izrađenog poslovnog plana koji se temelji na uzgoju šljive na vlastitoj površini od ukupno 4ha, te preradom šljive u rakiju šljivovicu i preradu konzumne šljive u sušenu šljivu. Na postojeća 2ha šljivika podigao bih još 2ha novozasađene šljive. Naime, od prodaje same šljive proizvođači ne bilježe značajnije prihode, stoga će se šljiva koristiti za proizvodnju rakije šljivovice i proizvodnju sušene šljive pakiranja 250g i 500g.

Proizvodnjom šljiva, te uvođenjem novih linija proizvoda od šljiva pružiti će se proizvodi koji odgovaraju standardima kvalitete na vlastito zadovoljstvo i zadovoljstvo potrošača, te u svrhu dopune kućnog proračuna. U svrhu povećanja kvalitete nastojat ću unaprijediti i poboljšati proizvodni proces, te očuvati okoliš. Ostvarenjem željenih poslovnih rezultata značilo bi daljnje širenje proizvodnje, te bi dohodak od ostvarene prodaje pružio sigurniji i lagodniji život u financijskom smislu. Nadalje ciljevi su mi promicanje vrijednosti i očuvanja tradicionalnih proizvoda, razvoj moderne poljoprivredne proizvodnje, ulaganje u tehnologiju i promidžbu, povećanje i okrupnjavanje vlastitih površina.

## 2 PREGLED LITERATURE

Literatura korištena prilikom izrade završnog rada odnosi se na podatke iz stručnih i znanstvenih izvora.

Šljiva je voćka sjeverne zemljine hemisfere, najviše se proizvodi u Europi (62%), zatim u Aziji (21%), pa u Sjevernoj Americi (12,5%). Najveći proizvođač šljive je Rusija, zatim Kina, Rumunjska, Njemačka, Mađarska, Francuska, Turska i Italija (Mišić, 2001).

Istraživanja koja se bave vegetativnim i generativnim osobinama šljiva prikazana su u radu (Duralija, 2002.). Nadalje, Mišić (2001.) u svojoj knjizi Šljive daje detaljne preglede sorti i načine uzgoja. Kemijski sastav i nutritivna vrijednost šljive prikazana je u radovima (Kristl i sur., 2011; Galović 2004.). Sirovina za uvođenje novih linija proizvodnje na vlastitom OPG-u je sorta šljive čačanka rodna. Ova sorta je stvorena je u Institutu za voćarstvo u Čačku, od roditelja stanley (majka) i požegača (otac). Sazrijeva krajem kolovoza nekoliko dana prije požegače. Osjetljiva je prema prouzročiteljima plamenjače, hrđe i šarke šljive, a relativno otporna na moniliju. Samooplodna je, rano kreće u vegetaciju i redovno i obilno rađa (Mišić, 1996).

U tehnologiji uzgoja šljive važnu ulogu ima primjena različitih agrotehničkih i pomotehničkih mjera, među kojima bitno mjesto zauzimaju razmaci sadnje, rezidba i formiranje odgovarajućeg uzgojnog oblika. Primjena savijanja mladica, njihovog pinciranja (zakidanje vrhova), zatim primjena ljetne rezidbe na mladicama, može doprinijeti smanjenju i kasnijoj kontroli bujnosti, kao i ranijem urodu stabala šljive (Mika i Piatkowski, 1989; Mičić i sur., 2005; Gonda, 2006).

Šljiva je relativno otporna voćka na bolesti štetočine i nepovoljne vremenske prilike. Autori (Mišić, 2002; Milošević, 2002) navode također u svojim istraživanjima da je šljiva relativno otporna na sušu i mraz i tolerantna na različite bolesti i štetočine. Od bolesti se može izdvojiti monilija, plamenjača i hrđa šljive.

Novе linije proizvodnje na vlastitom OPG-u odnose se na proizvodnju rakije šljivovice i sušene šljive. Plod šljive se najčešće koristi preradu i rakiju (Nenadović-Mratinić i sur., 2007).

Šljivovica je prirodno jako alkoholno piće koje se proizvodi najviše u europskim zemljama panonskog područja. Kvaliteta rakije najviše ovisi o vrsti i zrelosti šljive, načinu i vremenu berbe plodova, provođenju alkoholne fermentacije, čuvanju prefermentiranih komina do destilacije i o načinu destilacije (Grba, 2009).

Istraživanja na temu proizvodnje rakije bavili su se autori (Mrvčić, 2016; Puškaš, 2011; Banić, 2006.) gdje su opisane glavne faze tehnološkog postupka u proizvodnji voćnih rakija. Tehnologija proizvodnje suhe šljive bez koštica detaljno je opisana u knjizi Marković (2009.). Nadalje o tehnologiji i sortama koje su pogodne za sušenje pišu grupa autora (Šic Žlabur J. i sur., 2012).

Proizvodi s vlastitog OPG-a imat će prepoznatljiv brend, te kao takvi smatram i bolji tržišni plasman. Brend proizvoda je iznimno bitan što i potvrđuju rezultati istraživanja (Babić i Gregić, 2012). Bredniranje proizvoda temeljeno je na pažljivom odabiru sastojaka koji ukupnom proizvodu daju dodatnu vrijednost kroz pozitivno povezivanje s markom i svojstvima sastojaka (Štefanić, 2015.).

Poslovni plan i ekonomska analiza rađena je prema knjizi (Štefanić, 2015.) Inovativno<sup>3</sup> poduzetništvo. Pokazatelji uspješnosti poslovanja ocjenjuju poslovni plan u sklopu završnog rada tijekom svih godina trajanja, a za njihov su izračun potrebna temeljna financijska izvješća i financijske projekcije plana (Štefanić, 2015.).



### 3 MATERIJAL I METODE

Podatke sam prikupio putem razne stručne literature koja detaljno analizira tematiku voćarstva, uzgoja šljiva, te pravljenje proizvoda od šljive, ali i sa internetskih stranica koje omogućuju pregled najnovijih podataka i aktualnosti vezanih za temu rada. Najvažniji su bili oni izvori koji daju najnovije podatke i oni izvori čija je točnost podataka zajamčena. Svi izvori su namijenjeni proučavanju i istraživanju, analiziranju, te donošenju zaključaka vezanih za temu.

U radu se nalazi i dio poslovnog plana za proizvodnju šljive i proizvoda od šljive koji je rađen u aplikaciji „Budi uzor 2017.“, a statističke značajke sam prikazao kroz radne grafikone, slike i tablice kako bi se jasnije došlo do relevantnih zaključaka.

Financijski dio poslovnog plana je stvaran i prikazan kroz realnu sliku cijena na Hrvatskom tržištu. Podaci iz poslovnog plana su prikazani kroz swot analizu, projekciju računa dobiti i gubitka, proračuna prihoda i mnogih drugih financijskih podataka koji su potrebni prilikom izrade ovoga rada kako bi prikazao stvarnu sliku proizvodnje šljive i proizvoda od šljive u Hrvatskoj.

Cijene prikazane u financijskom dijelu završnoga rada odraz su stvarnog stanja na tržištu, a do tih se cijena došlo istraživanjem tržišta i izračunom cijene koštanja.

## 4 REZULTATI I RASPRAVA

### 4.1 Šljiva

Šljiva se zbog svog gospodarskog značaja uzgaja preko 2500 godina, te je Plinije već u prvom stoljeću opisao 12 različitih sorata šljiva (Janick i Moore, 1996.).

Stablo šljive raste u visinu do 10 metara i najčešće formira piramidalnu krošnju. Listopdna je vrsta koja vegetaciju započinje u proljeće, dok završava odbacivanjem lišća najčešće polovicom listopada. Formiranje cvatnog pupa počinje neposredno nakon završetka rasta mladica i očvršćivanja koštice, što se u našim krajevima najčešće događa sredinom lipnja (Čmelik, 1994.). To također ovisi i o klimi i sorti šljive, jer ranije sorte počinju diferencijaciju cvatnih pupova nešto ranije.

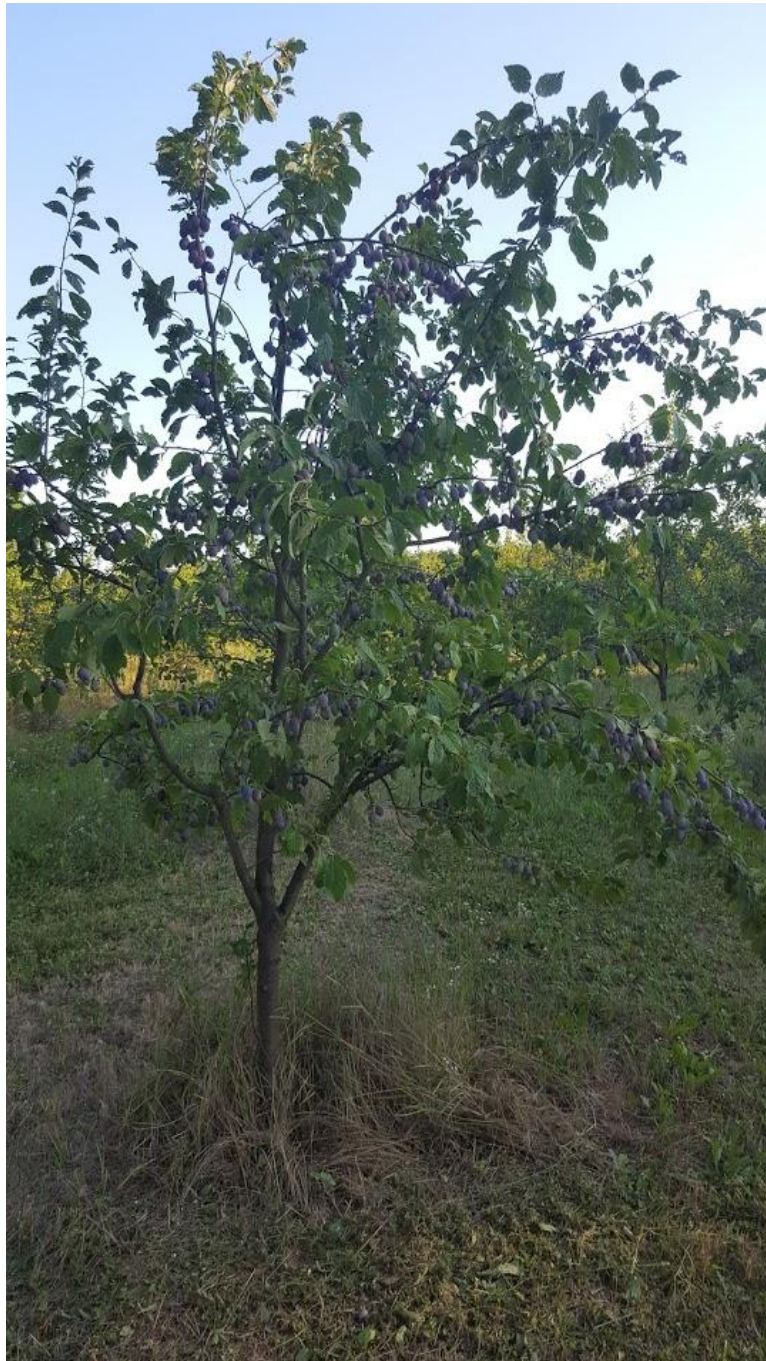
Generativni pup kod šljive je cvatni štitač u kojem se razvija 1, 2 ili 3 cvijeta, a uvijek se nalazi lateralno na kratkoj ili dugoj rodnoj šibi, te na trnovitom izbojku. Cvijet je hermafroditan i sastoji se od 5 lapova, 5 latica, 25-30 prašnika i tučka s jednim plodničkim listom (Mišić, 2001.).

Šljiva je entomofilna voćka, pri čemu je pčela najvažniji oprašivač. Plod šljive je koštunica, a sastoji se od endokarpa (koštice), mesokarpa (meso ploda) i eksokarpa (kožice) (Štampar, 1966.).



Slika 1 Plod šljive čačanka rodna na OPG Koić, Izvor: Autor

Tradicionalno jedna od najzastupljenijih sorata šljive, koja se uzgaja u Hrvatskoj, je sorta čačanka rodna. Čačanka rodna je po kvaliteti ploda i aromatskom kompleksu izvanredna sorta. Uzgaja se u cijeloj regiji, ali i šire (Njemačka).



Slika 2 Šljiva čačanka rodna na OPG Koić, Izvor: Autor

#### 4.1.1 Tehnologija proizvodnje šljive

Šljiva, jedna od isplativijih voćarskih kultura, dosta je kod nas zapostavljena u intenzivnom uzgoju te je više prisutna u ekstenzivnim voćnjacima.

U Hrvatskoj je udio plantažnih nasada šljive svega oko 7 % u odnosu na ukupnu proizvodnju voća, a oko 90 % proizvodnje šljive se odnosi na ekstenzivan način uzgoja. Mnogo obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava proizvodi šljivu više-manje za vlastite potrebe (rakija, džemovi), za prodaju na kućnom pragu ili lokalnim tržnicama i sve su to malene količine.



Slika 3 Šljivik na OPG Koić, Ivor: Autor

Suvremeni uzgoj šljiva predstavlja prijelaz između integrirane i ekološke poljoprivrede te je vrlo važno naglasiti da kod takvog uzgoja nema ostataka pesticida, što znači da su u trenutku berbe rezidui jednaki nuli. Njega karakterizira sljedeće: tolerantnost na virus šarke, da je sorta pogodna za stolnu potrošnju ili se uzgajaju sorte pogodne za sušenje i preradu, otpornost na transport, rok dozrijevanja, krupnoća, randman (kod prerade šljive), aromatski kompleks i količina suhe tvari.

Tablica 1. Sastav i energetska vrijednost 100g šljiva (Mišić i sur., 2001)

U 100 g šljiva nalazi se:							
kCal	kJ	vode	masti	kalij	kalcij	magnezij	C vitamin
47-48	197-206	84-96 g	0,2 g	221 mg	14 mg	10 mg	5 mg

Šljiva je biljna vrsta kojoj odgovara uzgoj u kontinentalnoj klimi. Najbolji prinos će se realizirati u optimalnim uvjetima, tj. u blagoj kontinentalnoj klimi, gdje se godišnja suma oborina kreće od 700 do 1000 mm, a relativna vlaga zraka je 75-85 %. Zbog bolje izloženosti suncu redove šljivika je poželjno usmjeriti u pravcu sjever – jug. Šljiva traži duboka, propusna, drenirana, lagana tla bogata humusom, fosforom i kalijem. Tla, koja sadrže više od 10 % aktivnog vapna, treba izbjegavati za uzgoj šljive.

Od agrotehničkih mjera, prije sadnje šljiva treba primijeniti:

1. podrivanje (70 - 90 cm dubine),
2. duboko oranje + meliorativna gnojidba (55-60 cm),
3. rigolanje, kad je tlo prosušeno (50-70 cm).

Potrebe šljive u intenzivnom uzgoju za osnovnim hranjivima su: dušika (N) 90 kg/ha, fosfora (P<sub>2</sub>O<sub>5</sub>) 50 kg/ha, kalija (K<sub>2</sub>O) = 140 kg/ha.

Redovna gnojidba se obavlja u tri faze, osnovnom jesenskom gnojidbom dodaje se organska tvar i kompleksna mineralna gnojiva s manjim udjelom dušika, tijekom vegetacije treba obaviti prihranu dušikom i to u dva navrata: početkom ožujka i krajem travnja te krajem svibnja i početkom lipnja. Tijekom sušnog perioda ili prilikom znakova pomanjkanja hranjiva treba obaviti folijarnu prihranu. Prihranjivanje putem lista može se obavljati s različitim pripravcima za folijarnu prihranu s makro i mikroelementima ili s ureom, ako se dodaje samo dušik. Folijarna prihrana može se kombinirati sa zaštitom pa se na taj način obave dva agrotehnička zahvata istovremeno. Svaka gnojidba treba biti prilagođena potrebama biljke i stanju hranjiva u tlu. Stoga je potrebno napraviti detaljnu analizu tla na hranjiva. Potrebe biljke za mikro i makroelementima mogu se dobiti i analizom biljnog materijala odnosno lista.

#### 4.1.2 Uzgojni oblik šljive

Šljiva brzo oblikuje krošnju, zbog brzog početnog vegetativnog rasta. U praksi je najlakše šljivu održavati u obliku piramidalne krošnje, gdje je moguće ostvariti sklop od 300-400 stabala/ha. Taj uzgojni oblik se sastoji od provodnice na kojoj su spiralno razvedene skeletne grane. Da bi se osigurala visoka rodnost i kvalitetan prinos, odmah nakon sadnje treba oblikovati deblo i skeletne grane na način da se povezivanjem ili postavljanjem utega grane otklanjaju od debla. Na taj način unutrašnjost krošnje će dobiti više svjetla i bolju prozračnost, a samim povijanjem grana povećava se i rodna površina. Prve skeletne grane treba otkloniti na kut od cca 45°, a svake sljedeće za 5° više.

Vaza je također dosta zahvalan oblik za uzgoj šljive. Taj uzgojni oblik ima tri osnovne kosturne postrane grane, raspoređene tako da međusobno zatvaraju kut od 120° i nema provodnice. Veliki nedostatak tog uzgojnog oblika je lomljenje kosturnih grana zbog težine ploda posebno zimi kad naglo napada vlažan snijeg.

Vretenaste forme te Zahn-ovo vreteno se primjenjuju u intenzivnim voćnjacima sa sklopom od 800 do 1800 stabala /ha. Kod takvih uzgojnih oblika razmak sadnje je 4 x 1 do 1,5 m. To su nasadi prilagođeni za uporabu mehanizacije, kako u rezidbi tako i prilikom berbe.

Rezidba se može obaviti 3 puta godišnje, zimi se obavlja glavna rezidba, ljeti prorjeđivanje mladica i šiba vodopija ili u jesen prorjeđivanje krošnje i uklanjanje vodopija. Rezidbu debljih grana treba izbjegavati, kako se ne bi napravile veće rane. Na početku vegetacije kod sorata koje imaju uži kut grananja poželjno je poviti mladice. Sorte, koje imaju veći kut grananja i slabo obrasli donji dio krošnje, potrebno je jače skratiti da bi se poboljšalo grananje. Vodopije se mogu zalamanjem pretvoriti u rodne izboje.



Slika 4 Uzgojni oblik šljive na OPG Koić, Izvor: Autor

Iako se zimska rezidba šljive može obaviti tijekom cijelog zimskog perioda, treba napomenuti da ranijom rezidbom na proljeće šljiva i ranije kreće u vegetaciju. Na terenima sklonijim proljetnim mrazovima ipak treba odgoditi rezidbu što kasnije, kako bi se izbjegla ova opasnost.

## 4.2 Osnovne karakteristike poduzetničkog pothvata

### 4.2.1. Poslovni model

Poslovni model, odnosno Gospodarstvo obuhvaća površinu od ukupno 4ha na 2ha površine nalazi se šljivik koji je u punom rodu. Na navedenoj površini od 2ha zasađeno je otprilike 900 stabala šljive. Poslovni plan obuhvaća i ulaganja u novo zasađeni šljivik (2ha) biti će posađeno oko 1000 sadnica šljive sorte čačanka rodna, prvi urod očekuje se u 4. godini do pune rodnosti u 7. godini. Šljivik će služiti za proizvodnju svježe konzumne šljive i domaće rakije šljivovice 40% vol. alkohola, te pakirane suhe šljive u odgovarajućoj ambalaži po 250g i 500g. Proizvode svježu šljivu i rakiju šljivovicu ću plasirati na lokalnom tržištu i trgovačkim lancima u blizini radi minimiziranja troška distribucije.

Svježa šljiva, flaširana rakija i pakirana sušena šljiva biti će cjenovno prihvatljiva kupcima na lokalnom tržištu s obzirom na trenutno kupovnu moć. Konzumna svježa šljiva biti će

prodavana po cijeni od 2kn/kg šljive, cijena rakije iznositi će 50 kn za litru rakije, a pakiranje sušene šljive po 250g i 500g biti će prodavano po 20 kn za manje pakiranje, te 35 kn za pakiranje od 500g. Kada se rakija proizvede flašira se u boce s pripadajućim prepoznatljivim logom, također isto vrijedi i za sušene šljive koje će biti pakirane u ambalaže s prepoznatljivim logom proizvoda. Obratit ću pozornost na promociju svog proizvoda, jer na tržištu već postoje proizvođači navedenih proizvoda, te smatram da će vizualna privlačnost proizvoda utjecati na njegovu prodaju. S kupcima ćemo uspostaviti osobne kontakte, te kontakte putem vlastite Internetske stranice gdje će kupci također moći i kupiti proizvod. Proizvod ću pokušat promovirati u trgovačkim lancima u kojima će se prodavati naš proizvod gdje će kupci moći degustirati naš proizvod. Također kupcima će biti otvorene prostorije na gospodarstvu kako bi na mjestu mogli degustirati proizvode

#### 4.2.2 SWOT analiza

SWOT analiza predstavlja važnu kariku analitičkog procesa svakog projekta jer pruža informacije o organizaciji poslovanja. Ova analitička metoda često se primjenjuje zbog svoje jednostavnosti koja omogućuje kvalitetno strateško planiranje razvoja projekata i samih organizacija. Važan je alat kriznog managementa te pomaže da se rad organizacije sagleda iz različitih perspektiva. Upravo su u SWOT analizi karakteristične dvije perspektive: organizacijska, uvjetovana sadašnjim i prošlim vremenom, te perspektiva okoline koncentrirana na budućnost. Slijedom toga, svaka organizacija analizira i prikazuje svoje snage i slabosti te vodi računa o mogućnostima i prijetnjama iz okoline. U nazivu SWOT analize kriju se navedene četiri kategorije informacija koje želimo proanalizirati:

1. S - strenghts (snage)
2. W - weaknesess (slabosti)
3. O - opportunities (prilike)
4. T - threats (prijetnje)

Prema Štefaniću (2015.), SWOT analiza primarni je alat za provjeravanje prihvatljivosti i izvodljivosti projekta ispitivanjem unutarnjih snaga i slabosti te vanjskih prilika i prijetnji, u cilju realizacije projekta. Tablica 2 prikazuje SWAT analizu.



Tablica 2 SWOT analiza poduzetničkog poduhvata

SNAGE	SLABOSTI
Povoljna klimatska obilježja Prepoznatljiv proizvod lokalno i šire Mogućnost skladištenja Vlastita radna snaga Motivirano osoblje Vlastita znanja u tehnologiji proizvodnje i destiliranju rakije Domaći proizvod Pogodna lokacija - blizina ekonomskog dvorišta Kvaliteta proizvoda Posjedovanje prostorija za obavljanje proizvodnje te prostorija za skladištenje i zemljišta na kojima možemo zasaditi nove nasade	Relativno mala poljoprivredna površine Malo posađenih površina Potreba kupnje opreme Upis u registar kao proizvođač alkoholnih pića Visoke carinske i paušalne trošarine za alkoholna pića Nemogućnost ispunjavanja velikih ugovora
PRILIKE	PRIJETNJE
EU otvara nova tržišta Stavljanje površina u upotrebu Unapređenje proizvodnje Mogućnost skraćanja lanca distribucije Državni poticaji Mogućnost daljnjeg razvoja proizvoda i asortimana e-trgovina	Velika konkurencija Vremenske nepogode "Temperaturni šokovi" Bolesti i štetnici Ekonomska kriza u Hrvatskoj i u svijetu - pad kupovne moći Nelojalna konkurencija Uvoz po nižim cijenama Vandalizam Nestabilne cijene koje znaju varirati

#### 4.2.3. Tehničko tehnološke karakteristike proizvodnje

Šljiva podnosi lošija tla i oštriju klimu, no najbolje rezultate će dati u optimalnim uvjetima, pa bi kod komercijalnog (intenzivnog) uzgoja to trebali osigurati. Troškovi pripreme tla za sadnju šljive su veliki jer je to agrotehnička mjera koja je najskuplja, a obuhvaća: podrivanje na dubinu 70-90 cm, duboko oranje na 55-60 cm uz zaoravanje meliorativne gnojidbe, rigolanje na 50-70 cm kad je tlo maksimalno prosušeno, a parcele s nagibom većim od 8° treba terasirati. Za intenzivan uzgoj preporučuje se sadnja 400 do 500 stabala/ha. U mladom zasadu šljive zemljište se održava u vidu jalovog ugara. Poželjno je i zastiranje različitim materijalom u prostoru oko reda, širine do 1 metra. U ovom periodu primjenu herbicida treba eliminirati. U zasadima sa većim rastojanjima mogu sa se koriste korisne uzrodice. U

redovnoj proizvodnji u suvremenim zasadima obrada i održavanje zemljišta se sprovodi u vidu ugara. Prostor u redu može da sa obrađuje mehanički odgovarajućim rotofrezama, da se zastire ili tretira herbicidima. Održavanje zemljišta u vidu ledine u našim uvjetima se isključuje. Deficit padalina uvjetuje redovnu obradu kako bi se tokom zime akumulirale raspoložive padavine. Racionalnim mjerama obrade u vegetaciji zemljišnu vlagu treba čuvati na najbolji način, ne dozvoliti nepotrebna gubljenja i racionalnu potrošnju od strane voćaka u vreme kada se pojave sušni periodi i kad im najviše treba. Početni rod ovakvog voćnjaka očekuje se u četvrtoj godini nakon sadnje, a puna rodnost nakon sedme godine. U godini pune rodnosti očekivani prirod je 23 tona/ha, a pravilnim održavanjem rasta i rodnosti nasad može trajati 15 do 20 godina. Za uzgoj šljive mogu poslužiti generativne i vegetativne podloge. U Hrvatskoj jedna od najzastupljenijih sorta je čačanka rodna. Jedan dio proizvoda će se plasirati kao svježe voće dok drugi dio vršiti prerada odnosno rakija šljivovica i pakirati kao sušena šljiva po 250g i 500g . Vrenje traje 2-4 tjedna, a nakon toga plodovi su spremni za pečenje rakije. Kom koji je nastao vrenjem stavlja se u kotao za pečenje i destilira čime dobivamo destilat alkohola i vode, koji dodatno miješamo s destiliranom vodom kako bismo dobili rakiju s 40% vol. alkohola. Sljedeće, rakija se stavlja u inox bačvu od 640 l na 6 mjeseci kako bi se rakija razbistrila. Inox bačve u kojima se čuva rakija moraju biti na mračnom i hladnom mjestu jer rakija ne podnosi svjetlost i toplinu. Nakon 6 mjeseci kada se razbistrila rakija je spremna za flaširanje.

Tehnologija prerade sušene šljive podrazumijeva slijedeće korake. Inspekcija, odnosno uklanjanje trulih, pljesnivih, zelenih plodova i dospjelih stranih primjesa. Ova operacija se najčešće obavlja ručno. Pranje, Plodovi se peru u hladnoj vodi. Poslje pranja obavlja se ponovo inspekcija, odnosno kontrola sada već čistih plodova koji idu na daljnju obradu. Klasiranje, probrani plodovi se upućuju na uređaj za klasiranje po krupnoći. Šljiva se klasira u tri klase. Prva i druga klasa se suše, a treća, sitni plodovi se koristi za druge proizvode (džem, pekmez, alkoholna pića). Sušenje, šljive se suše u sušari na početnoj temperaturi od 75 do 78°C a krajnja od 50 do 60°C, pri čemu sušenje traje od 16 do 18 sati. Osušena šljiva treba imati 22 do 26% vlage. Hlađenje. Prije unošenja u skladište šljiva se treba potpuno ohladiti. Za skladištenje osušene šljive koriste se čiste, prozirne prostorije. Ove prostorije moraju biti specijalno pripremljene, dezinficirane, okrečene, sa propisno obrađenim podom, kako bi se onemogućio razvoj bilo kakvih štetočina i insekata. Kondicioniranje, skladištenje u cilju izjenačavanja vlage naziva se kondicioniranje. Najmanji period kondicioniranja je desetak dana. Klasiranje, Po obavljenom kondicioniranju šljiva se ponovo klasira u procesu završne

obrade, u pet do šest klasa kako bi proizvod bio što ujednačenije kvalitete. Zatim slijedije sterilizacija, pri kojoj plodovi gube izvjestan dio vode, o čemu se mora voditi računa pri sušenju. Dodavanje konzervansa, konzervans se dodaje neposredno pred punjenje u ambalažu atomizerom. Na kraju ide pakiranje. Za pakiranje ovako pripremljene suhe šljive koriste se plastične vrećice od 250 do 500 g. U mnogim zemljama u posljednje vrijeme kvalitetnijom suhom šljivom smatra se ona šljiva koja pored ostalih odlika ima i nešto veći sadržaj vode (oko 30%).

#### 4.3 Organizacija poslovnog pothvata

Rakije ćemo flaširati u boce od 1 l koje će biti s prigodnom naljepnicom i logoom, cijena litre rakije šljivovice iznositi će 50 kn, dok će svježa šljiva biti plasirana lokalnim distributivnim kanalima. Pakirana suha šljiva od 250g biti će prodavan 20kn po pakiranju, a 500g pakiranje po cijeni od 35kn. Osim poznatih otkuplivača u cilju mi je informirati i ostatak tržišta ulaganjem u promidžbu. Gospodarstvu bi po potrebi uzimalo sezonsku radnu snagu, a ostali članovi obitelji pomagali u nekim poslovima kao što su rezidba, špricanje, košnja, freziranje, berba, itd.

## 4.4. Marketing plan

### 4.4.1. Analiza tržišta

Nabavno tržište predstavljaju potencijalni dobavljači od kojih bi kupio kazan za rakiju su Destilatori d.o.o., te Strojarsvo Branilović d.o.o., kazan bi bio s mješavom te bi njegov volumen bio 120 l, čije cijene se kreću od 10000,00 - 20000,00 kn. Također su mi potrebne 6 inox bačve koje bi uzeo od dobavljača YALE & CO d.o.o. Od ambalaže su nam također potrebne i staklene boce, pluteni čepovi te zatvarači za boce. Cijena prozirne staklene boce je 3,00 kn, pluteni čepova 0,40 kn. Hladnjaču planiram iznajmiti po cijeni od 2500 kn za razdoblje od mjesec dana. Repromaterija i ostalo potrošnu robu nabaviti ću od poznatih dobavljača. Stroj za pakiranje suhih šljiva i atomizer nabavit ću od već prethodno spomenutih dobavljača.

Prodajno tržište odnosi se na otkupljivače i krajnje korisnike odnosno potencijalne kupce starije od 18 godina, prodajna mjesta poput sajмова prigodnih manifestacija, lokalnih prodavaonica i prodavaonica zdrave hrane, te prodaje na kućnom pragu. Posebno obraćamo pozornost na kupce u srednjoj životnoj dobi koji vole popiti čašicu dobrog pića i shvaćaju prednosti domaće proizvedenog kvalitetnog pića. Posebnu pozornost pridavat ću krajnjim kupcima, za koje se nadamo da će ostati naši stalni klijenti. Također proizvod pogodan je kao poklon u raznim prigodama. Želim postići zadovoljstvo naših kupaca kako bi nas oni promovirali dalje. Proizvod će se prvih godina plasirati na lokalnom i domaćem tržištu, a porastom proizvodnje postoji mogućnost i inozemnog plasmana, odnosno izvoza.

#### 4.4.2. Analiza lokacije

Proizvodna površina (šljivik) je moje privatno vlasništvo. Voćnjak i prostor za proizvodnju smješteni su u blizini Osijeka. Ovo je izuzetno dobra lokacija kvalitetom zemljišta za uzgoj šljiva, što je potvrdila analiza zavoda za tlo. Prostorija za skladištenje i sušenje šljive je priključena na električnu mrežu, te postoji cestovna infrastruktura što smanjuje troškove dopreme potrebnih sirovina te otpremanje gotovih proizvoda samim kupcima.



Slika 5. Arkod izvod OPG Koić, Izvor: <http://preglednik.arkod.hr/ARKOD-Web/>

Površina obuhvaća prostoriju za skladištenje i sušenje šljiva od dana berbe do dana kada se počinje s pečenjem rakije i sušenjem šljiva, dio prostorije predviđen je za kazan za pečenje rakije, a tu je još i podrum u koji se skladišti rakija kako bi bila na mračnom i hladnom mjestu

te kako bi odstojala potrebno vrijeme. Lokacija je također pogodna jer zemljište nije puno udaljeno od većih mjesta, te su manji troškovi, a i veća je sigurnost dostave od voćnjaka do objekta. Ova lokacija nalazi se između tri veća grada u kojima bismo mogli promovirati svoje proizvode i upoznavati kupce s njima te potencijalnim kupcima neće biti problem doći, uvjeriti se u njegovu kvalitetu i kupiti ga. Lokacija mi pridonosi tomu da proizvod možemo dostavljati na željeno odredište s manjim troškovima.

#### 4.4.3. Marketing plan

Planiram svoje proizvode nuditi kao gotove proizvode. Proizvodi će se ponuditi:

- fizičkim osobama
- prodaja na tržnicama
- trgovinama sa zdravom prehranom
- velikim trgovačkim lancima
- malim trgovačkim lancima

U planu je izraditi logo koji će biti zaštićen na Zavodu za intelektualnom vlasništvo. Imajući u vidu kupovnu moć na lokalnom tržištu, plan je približavanje na način da će biti dostupan po normalnim cijenama prilagođenim lokalnom tržištu. Danas ljudi najviše prate reklame, popuste i sl. Plan je dijeliti letke s nekakvim početnim akcijama te, izlasci na sajmove koji su većinom eko sadržaja, i gdje bude veliki broj ljudi (Osijek,Zagreb,..). Naravno biti će degustacija proizvoda na štandovima i proizvodi će se moći degustirati na gospodarstvu. Konkurencija na lokalnom području je dosta jaka, no planiram svoje proizvode učiniti prepoznatljivima prvenstveno kvalitetom, te gratis 20% količinom pakirane suhe šljive. Većina proizvođača trešnje svoje proizvode prodaje u svježem stanju ili isključivo prave rakiju a, ne kao sušeno voće.



Slika 6 Brendiranje proizvoda, Izvor: Autor

## 4.5. Financijski plan

### 4.5.1. Proračun ulaganja u poslovanje

Ukupna vrijednost ulaganja u poslovanje iznosi 175.500,00 kn, od kojih 90.500,00 kn otpada na osnovna sredstva, a 85.000,00 kn na obrtna sredstva. Struktura ulaganja prikazana je u tablici 4.

Tablica 3 Struktura ulaganja u projekt

r. b.	Struktura ulaganja u projekt	Ukupna ulaganja	%
<b>1</b>	<b>Osnovna sredstva</b>	90.500,00	51,57
1.1.	Osnivačka ulaganja	10.000,00	5,70
1.2.	Zemljište i građevinski objekti	0,00	0
1.3.	Oprema	65.000,00	37,04
1.4.	Istraživanje i razvoj	15.500,00	8,83
<b>2.</b>	<b>Obrtna sredstva</b>	85.000,00	48,43
<b>Ukupna ulaganja u projekt</b>		175.500,00	100

U osnovna sredstva spadaju osnivačka ulaganja, zemljište i građevinski objekti na/u kojima se planira odvijati proizvodnja, ulaganja u istraživanja i razvoj te ulaganja u opremu, koja su

prikazana na tablici 5. U obrtna sredstva spadaju sva sredstva koja su potrebna da bi se dobili planirani proizvodi.

Tablica 4 Oprema potrebna za poslovanje

<b>r. b.</b>	<b>Struktura ulaganja u projekt</b>	<b>Iznos</b>
1	Bačva za čuvanje rakije 640 litara x 6	20.000,00
2	Kazan za pečenje rakije 120 l x 2	30.000,00
3	Atomizer	15.000,00
	<b>Ukupno</b>	<b>65.000,00</b>

U strukturi osnovnih sredstava, oprema iziskuje najveća ulaganja iz razloga što je cijela proizvodnja povezana.



#### 4.5.2. Izvori financiranja

Kako bi se pokrenulo poslovanje i omogućilo daljnje proširenje i unaprjeđenje, potreban je značajan kapital, koji dolazi iz različitih izvora. Vlastiti izvori sredstava iznose 125.000,00 kuna, a to obuvača vrijednost dijela opreme za proizvodnju šljiva, novac potreban za proširenje poslovanja, te dio potrebnih sredstava za nabavu obrtnih sredstava za proizvodnju. Očito je da vlastita sredstva zatvaraju jedan dio financijske konstrukcije, no ona nisu dovoljna. Slijede drugi izvori financiranja, koji se odnose na novčana sredstva dobivena iz obiteljskih izvora. Oni bi bili izvor za 5.500,00 kuna, koji bi bili potrebni za podmirenje tekućih obveza. Do zatvaranja financijske konstrukcije nedostaje još 45.000,00 kuna, koji će biti pribavljeni kreditom od komercijalne banke. Izvori su financiranja prikazani u tablici 6.

Tablica 5 Izvori financiranja poslovanja

r. b.	Struktura ulaganja u projekt	Ukupna ulaganja	%
1.	Tudi dugoročni kapital	45.000,00	25,64
2.	<i>Kreditna sredstva</i>	45.000,00	-
3.	Drugi izvori financiranja	5.500,00	3,13
4.	Vlastiti izvori financiranja	125.000,00	71,23
<b>Ukupna ulaganja u proizvodnju</b>		<b>175.500,00</b>	<b>100%</b>

Planirana kreditna će se sredstva podmiriti u roku od tri godina

#### 4.5.3. Obračun kreditnih obveza

Rok otplate kredita određen je na tri godine, dok kamatna stopa iznosi 8,5%. Primjenjuje se kvartalni obračun kamate. Obračun kreditnih obveza prikazan je u tablici 7 i 8. Kredit služi za zatvaranje financijske konstrukcije planirane proizvodnje.

Tablica 6 Kreditna sredstva

Kredit	Iznos
Traženi iznos kredita	45.000,00
Kamatna stopa	8,50
Broj godina oplate kredita	3

U tablici 8 detaljnije je prikazana otplata i iznosi kreditnih obveza.

Tablica 7 Obračun kreditnih obveza

Godina otplate	Kvartal	Iznos duga	Iznos kte.	Otplata	Anuitet	Godišnja kamata	Godišnji anuitet
1	I	45.000,00	956,25	3.331,67	4.287,92	3.394,16	17.151,66
	II	41.668,33	885,45	3.402,46	4.287,92		
	III	38.265,87	813,15	3.474,77	4.287,92		
	IV	34.791,11	739,31	3.548,60	4.287,92		
2	I	31.242,50	663,90	3.624,01	4.287,92	2.186,97	17.151,66
	II	27.618,49	586,89	3.701,02	4.287,92		
	III	23.917,47	508,25	3.779,67	4.287,92		
	IV	20.137,80	427,93	3.859,99	4.287,92		
3	I	16.277,81	345,90	3.942,01	4.287,92	873,85	17.151,66
	II	12.335,80	262,14	4.025,78	4.287,92		
	III	8.310,02	176,59	4.111,33	4.287,92		
	IV	4.198,69	89,22	4.198,69	4.287,92		
Ukupno			6.454,98	45.000,00	51.454,98	6.454,98	51.454,98

#### 4.5.4. Ukupni rashodi poslovanja

Ukupni rashodi poslovanja obuhvaćaju materijalne troškove, koji u početku ne predstavljaju najveći dio rashoda, te ostale troškove poslovanja. Porastom opsega proizvodnje rastu i troškovi, što je vidljivo u tablici 9, gdje su prikazani ukupni rashodi poslovanja.

Tablica 8 Ukupni rashodi poslovanja

<b>Materijalni troškovi</b>					
Naziv	Iznos1	Iznos2	Iznos3	Iznos4	Iznos5
Sadnice	10.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Podsadiivanje	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Mineralna gnojiva	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
Sredstva za zaštitu	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00	10.000,00
Sanduci i kašete	3.000,00	3.000,00	3.000,00	6.000,00	6.000,00
Vezivo	1.000,00	1.000,00	1.000,00	0,00	0,00
Staklene boce	7.000,00	7.000,00	7.000,00	12.000,00	12.000,00
Alkoholne markice	650,00	650,00	650,00	1.100,00	1.300,00
Trošak goriva i energenata	4.500,00	4.500,00	5.000,00	6.000,00	7.250,00
Čepovi	400,00	400,00	400,00	700,00	850,00
<b>Troškovi usluga</b>					
Naziv	Iznos1	Iznos2	Iznos3	Iznos4	Iznos5
Sadnja	4000,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Rezidba	5250,00	5250,00	5250,00	8500,00	9500,00
<b>Ostali troškovi poslovanja</b>					
Naziv	Iznos1	Iznos2	Iznos3	Iznos4	Iznos5
Sitni vrtni alat	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00

Tablica 10 prikazuje strukturu zaposlenih na gospodarstvu planira se zapošljavanje sezonske radne snage u periodima povećanog opsega posla na gospodarstvu (rezidba, sadnja, branje).

Tablica 9 Struktura zaposlenika

Godina poslovanja	Broj radnika	Stručna sprema	Naknada po radniku	Broj radnih mjeseci u godini
1	1	NK	1.500,00	1,00
2	1	NK	1.500,00	1,00
3	1	NK	1.500,00	1,00
4	1	NK	1.500,00	1,00
5	1	NK	1.500,00	1,00

#### 4.5.5. Ukupni prihodi poslovanja

Ukupni prihodi poslovanja prikazani u tablici 11. U tablici se može uočiti da ukupni prihodi poslovanja rastu za čitav petogodišnji period. Prihodi u petoj godini poslovanja iznose otprilike 155.000,00 kn što ovisi i do samog opsega proizvodnje i količinom asortimana. Povećanjem opsega rasli bi i prihodi poslovanja.

Tablica 10 Ukupni prihodi poslovanja

Planirani proizvodi						
Naziv	Usluga	I	II	III	IV	V
Šljiva	Ne	2,00	2,00	2,00	2,20	2,30
Rakija šljivovica	Ne	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Suha šljiva 250g	Ne	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
Suha šljiva 500g	Ne	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
Planirane količine						
Naziv		I	II	III	IV	V
Šljiva		4.000	4.000	4.000	7.000	9.000
Rakija šljivovica		800	800	800	1.100	1.200
Suha šljiva 250g		1.000	1.000	1.000	1.500	2.000
Suha šljiva 500g		500	500	500	750	1.000
Projekcija prihoda						
		I	II	III	IV	V
Šljiva		8.000,00	8.000,00	8.000,00	15.400,00	20.700,00
Rakija šljivovica		40.000,00	40.000,00	40.000,00	55.000,00	60.000,00
Suha šljiva 250g		20.000,00	20.000,00	20.000,00	30.000,00	40.000,00
Suha šljiva 500g		17.500,00	17.500,00	17.500,00	26.250,00	35.000,00
Ukupni prihodi od proizvoda		85.500,00	85.500,00	85.500,00	126.650,00	155.700,00
Ukupni prihodi od usluga		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Sveukupni prihodi		85.500,00	85.500,00	85.500,00	126.650,00	155.700,00

#### 4.5.6. Projekcija računa dobiti i gubitka

Račun dobiti i gubitka jedan je od temeljnih financijskih izvještaja koji daje prikaz svih prihoda, svih rashoda te financijski rezultat na kraju obračunske godine.

U tablici 12 prikazana je njegova projekcija za svih pet godina poslovanja.

Tablica 11 Projekcija računa dobiti i gubitka

Stavke	Iznosi po godinama poslovanja				
	I	II	III	IV	V
<b>1. Ukupni prihodi</b>	85.500,00	85.500,00	85.500,00	126.650,00	155.700,00
Prihodi od proizvoda	85.500,00	85.500,00	85.500,00	126.650,00	155.700,00
Prihodi od usluga	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>2. Ukupni rashodi</b>	51.300,00	37.300,00	37.800,00	49.800,00	52.400,00
Materijalni troškovi	40.050,00	30.050,00	30.550,00	39.300,00	40.900,00
Troškovi usluga	9.250,00	5.250,00	5.250,00	8.500,00	9.500,00
Ostali troškovi poslovanja	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Trošak stalnih radnika	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Trošak sezonskih radnika	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
<b>3. Operativni dobitak prije amortizacije (EBITDA)</b>	34.200,00	48.200,00	47.700,00	76.850,00	103.300,00
<b>4. Amortizacija</b>	4.666,67	4.666,67	4.666,67	4.666,67	4.666,67
<b>5. Operativni dobitak (EBIT)</b>	29.533,33	43.533,33	43.033,33	72.183,33	98.633,33
<b>6. Financijski rashodi - kamate</b>	3.394,16	2.186,97	873,85	- 1,00	- 1,00
<b>7. Dobitak (+) / gubitak (-) prije oporezivanja</b>	26.139,00	41.346,00	42.159,00	72.184,00	98.634,00
<b>8. Porez na dobit (20%)</b>	5.227,80	8.269,20	8.431,80	14.436,80	19.726,80
<b>9. Dobitak (+) / gubitak (-) nakon oporezivanja</b>	20.911,34	33.077,09	33.727,58	57.747,46	78.907,46

Ukupni prihodi, ukupni rashodi i dobit kreću se uzlazno, dok je najveći skok dobiti nakon oporezivanja u petoj godini poslovanja, te iznosi otprilike 79.000,00 kn.

## 5 ZAKLJUČAK

Šljivik na površini 4 ha ukupno od koja su dva u rodu a ostala 2 procjenjuje se da će davati prvi urod u 4. godini a, znatno veće urode u 7. godini poslovanja kada se i očekuju bolji financijski rezultat. Planira se prodaja svježe šljive bistrice i rakije šljivovice, te prodaja sušene šljive pakiranja 250g i 500g.

Proizvod će odlikovati vrhunska kvaliteta, garancija, tradicija i prepoznatljivost. Cijenu će oblikovati prema mogućnostima potrošača, a orijentir za formiranje cijena također će mi biti i ponuda konkurenata i troškovi proizvodnje. Promocija će se provoditi putem letaka, pomoću izlaganja i sudjelovanja na raznim sajmovima, te putem Internet stranice. Naše proizvodi kupcima će biti dostupni za prvenstveno na lokalnom tržištu, Osim toga, proizvode planiram jednog dana izvoziti na strana tržišta.

Cijeli proces tehnologija pečenja rakije sušenja šljiva prati postojeće važeće standarde. Cijena konzumne šljive koju prodajem kao svježe voće iznosi 2 kn/kg, dok jedinična cijena za rakiju šljivovicu iznosi 50 kn, cijena sušene šljive pakiranja 250g iznosit će 20kn, dok 500g 35kn. Ukupni ostvareni prihodi od prodaje proizvoda u prve 3. godine iznose 85.500,00 kn. Ukupni troškovi ostvareni u proizvodnji, promociji i distribuciji proizvoda u 1. godini iznose 51.300,00 kn. Ukupna ostvarena dobit nakon oporezivanja u 1. godini iznosi 20.911,34. U 2. godini iznosi nešto više 33.077,09 kn. U 3. godini dobit je identična 2. godini, odnosno iznosi 33.727,09 kn iz razloga što nemamo dodatne količine proizvoda jer novi nasad ne daje još urod. U 4. godini novi nasad počinje davati plodove te se dobit povećava na 57.747,46 kn. Najveća dobit nakon oporezivanja ostvarena je u 5. godini kada drugi nasad daje još veću rodost, te iznosi 78.907,46kn.

Svi izračunati pokazatelji ukazuju na ekonomski uspjeh gospodarstva. Uloženim naporima u proizvodnji, distribuciji i izrazito u promociji svojih proizvoda, gospodarstvo je sposobno privući klijente te ih svojim trudom i zalaganjem, što je najvažnije od svega, i zadržati.

## 6 POPIS LITERATURE

1. Arkod preglednik 29.05.2017. <http://preglednik.arkod.hr/ARKOD-Web/>
2. Babić L., Gregić I. (2012) Tržište proizvoda ruralnog turizma istočne Hrvatske. 3. međunarodni kongres o ruralnom turizmu. Osijek, Hrvatska, 23. - 26. svibnja 2012.
3. Banić, M. (2006) Rakije, whisky i likeri, *Gospodarski list*, Zagreb, str. 70-78.
4. Čmelik, Z., (1994): Dinamika i distribucija dušika, fosfora, kalija, kalcija i magnezija u izbojima šljive (*Prunus domestica L.*). Doktorska disertacija, Zagreb.
5. Duralija, B. (2002): Vegetativne i generativne osobine stolnih šljiva, *Polmologia Croatica*, Vol. 8 – 2002. br. 1-4., str. 51 -64.
6. Galović, S. (2004) Šljivarstvo i prirodna šljivovača, ŽELJA-PRINT, Osijek.
7. Gonda I. (2006). The role of pruning in the intensification of plum production. *International Journal of Horticultural Science*, 12(3): 83-86.
8. Grba, S. (2009) Kvasci u biotehnološkoj proizvodnji, Plejada d.o.o., Zagreb.
9. Hrvatska šljivovica 01.06.2017. <http://www.mps.hr/UserDocsImages/VINO/ZOI/2016-isppravci/2016-11-Hrvatska%20stara%20sljivovica-kona%C4%8Dno.doc>
10. Janick, J., Moore, J. N. (1996): Fruit breeding. John Wiley & Sons, Inc. New York
11. Kristl, J., Slekoves, M., Tojnko, S., Unuk, T. (2011) Extractable antioxidants and non extractable phenolics in the total antioxidant activity of selected plum cultivars (*Prunus domestica L.*): Evolution during on-tree ripening. *Food Chemistry* 125, 29-32.
12. Marković, V. (2009) Tehnologija proizvodnje suve šljive bez koštica. Loznica: Štampa–grafika
13. Mičić, N., Đurić Gordana, Cvetković, M. (2005). Sistemi gajenja i rezidba šljive. Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede Republike Srbije, Beograd, 1-60.
14. Mika, A., Piatkowski, M. (1989). Controlling tree size in dense plantings by winter and summer pruning. *Acta Horticulturae*, 243: 95-102.
15. Milošević T. (2002). Šljiva – tehnologija gajenja. Univerzitet u Kragujevcu, Agronomski fakultet, Čačak.
16. Mišić P.D. (2002). Specijalno oplemenjivanje voćaka. Institut za istraživanja u poljoprivredi SRBIJA i Partenon, Beograd
17. Mrvčić, J. (2016) Voćne, žitne i šećerne rakije. [www.pbf.hr](http://www.pbf.hr). 6. travnja 2016.

18. Nenadović-Mratinić E., Nikićević N., Milatović D., Đurović D. (2007). Pogodnost autohtonih sorti šljive (*Prunus instititia* L.) za proizvodnju rakije. *Voćarstvo* 41 (160), 159–164.
19. P. Kotler, J. T. Bowen, J. C. Makens (2010): *Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu*, Mate. Zagreb.
20. Puškaš, V. S. (2011) Influence of fermentation conditions on production of plum (*Prunus domestica* L.) wine: A response surface methodology approach. *Hem. Ind.* 68, 199-206.
21. Šic Žlabur J., Voća S., Dobrićević N., Pliestić S., Galić A., Martinec J. (2012). Odabir sortimenta šljive za sušenje. 47. hrvatski i 7. međunarodni simpozij agronoma, Zagreb Sveučilište u Zagrebu, Agronomski fakultet Zagreb, 826-829.
22. Šljiva 27.05.2017. <https://www.agroklub.com/sortna-lista/voce/sljiva-31/>
23. Šljiva uzgoj i rezidba 02.06.2017. <http://www.agroportal.hr/vocarstvo/12222>
24. Šljive – Mišić, P. (2001): Šljive, Partenon, Beograd
25. Štampar, K. (1966): *Opće voćarstvo*, Zagreb
26. Štefanić, I. (2015): *Inovativno<sup>3</sup> poduzetništvo*, Tera tehnopolis d.o.o., Osijek
27. Tehnologija sušenja šljive 29.05. 2017.  
<http://www.tehnologijahrane.com/enciklopedija/tehnologija-susenja-sljive>