

Caffe bar SUPERSTAR

# BIZNIS PLAN

Niš, juni 2015.

Ovaj primer biznis plana preuzet je sa portala MojBiznisPlan.com.

Dozvoljena je neograničena upotreba ovog plana u edukativne svrhe ili kao osnove za izradu drugih poslovnih planova. Nije dozvoljena neovlašćena reprodukcija, prodaja, objavljivanje ili bilo kakva druga komercijalna upotreba ovog dokumenta, bez prethodne saglasnosti. Za sve dodatne informacije, kontaktirajte nas na: [info@mojbiznisplan.com](mailto:info@mojbiznisplan.com).

Sve informacije sadržane u ovom biznis planu su fiktivnog karaktera i ne odnose se na bilo koje konkretno preduzeće ili pojedinca. U skladu s tim, bilo kakva sličnost sa stvarnim preduzećima, ličnostima, lokacijama ili poslovnim aktivnostima, u potpunosti je slučajna i nenamerna.

Ovaj primer biznis plana ima isključivo edukativnu namenu, tako da MojBiznisPlan ne snosi odgovornost za bilo kakvu štetu nastalu korišćenjem podataka iz ovog biznis plana ili na bilo koji drugi način.

Copyright © MojBiznisPlan.com. Sva prava zadržana.

# Sadržaj

<b>1. Sažetak.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Uvod .....</b>	<b>2</b>
2.1. O preduzeću .....	2
2.2. O projektu .....	2
<b>3. Tržište prodaje .....</b>	<b>3</b>
3.1. Geografska dimenzija tržišta .....	3
3.2. Ciljne grupe .....	3
3.3. Potencijal tržišta .....	3
3.4. Konkurencija .....	5
3.5. Planirani prodajni asortiman .....	6
3.6. Plan marketinga .....	6
<b>4. Tržište nabavke .....</b>	<b>8</b>
4.1. Identifikacija potrebnog repromaterijala .....	8
4.2. Identifikacija potrebnih vrsta i količina robe.....	8
4.3. Procena nabavnih cena robe.....	9
4.4. Struktura tržišta nabavke .....	9
<b>5. Tehnološki aspekti projekta .....</b>	<b>10</b>
5.1. Građevinski objekti .....	10
5.2. Oprema .....	10
5.3. Potrebni energenti i voda.....	11
5.4. Potrebna radna snaga .....	11
5.5. Projekcija cene radne snage.....	12
<b>6. Finansijski aspekti proekta .....</b>	<b>13</b>
6.1. Ulaganja u osnovna sredstva .....	13
6.2. Ulaganja u trajna obrtna sredstva.....	13
6.3. Rekapitulacija ukupne vrednosti projekta .....	13
6.4. Izvori finansiranja .....	13
6.5. Obaveze prema izvorima finansiranja .....	14
6.6. Troškovi .....	14
6.6.1. Materijalni troškovi .....	15
6.6.2. Troškovi robe.....	15
6.6.3. Nematerijalni troškovi.....	15
6.6.4. Troškovi amortizacije .....	16
6.6.5. Troškovi plata .....	16

6.7.	Ukupan prihod .....	16
6.8.	Početni bilans stanja .....	17
6.9.	Bilans uspeha .....	17
6.10.	Gotovinski tok .....	18

# 1. Sažetak

Caffe bar „SUPERSTAR“ (u daljem tekstu: SUPERSTAR) zamišljen je kao moderan ugostiteljski objekat, koji će nuditi široku paletu toplih i hladnih napitaka, u prijatnom ambijentu koji kombinuje urban i moderan dizajn enterijera i eksterijera, sa prirodnim zelenilom i hladom drvoreda.

Lociran u frekventnoj zoni centra **Niša**, koja se naslanja na stambena naselja, SUPERSTAR će nuditi kvalitetnu kafu, osvežavajuće hladne napitke, razne vrste piva i žestokih pića, ali i dobru muziku i raznovrsne zabavne sadržaje, svim stanovnicima koji žive u radijusu od tri kilometra udaljenosti od lokala, ali i brojnim turistima koji posećuju grad.

U cilju utvrđivanja potencijala tržišta, provedeno je **istraživanje tržišta**, koje je pokazalo da postoji značajna tražnja, a utvrđena je i prosečna godišnja struktura tražnje po vrstama pića. Pored toga, istraživanje je pokazalo da su posetioči uglavnom nezadovoljni kvalitetom usluge u postojećim lokalima, pri čemu se najveći dio primedbi odnosi na sporost i neljubaznost osoblja (konobari i barmeni), u čemu SUPERSTAR vidi svoju šansu. U tom smislu, poseban akcenat staviće se na brzinu, uslužnost, ljubaznost i susretljivost osoblja, čime će SUPERSTAR nastojati da se izdvoji od konkurencije.

SUPERSTAR će biti smešten u zakupljenom objektu površine 100 m<sup>2</sup> koji je namenski prilagođen potrebama ugostiteljske delatnosti. Potrebno investiciono ulaganje podrazumevalo bi **unutrašnje uređenje** objekta, nabavku **opreme**, kao i obezbeđenje potrebnih **obrtnih sredstava**.

Ukupna vrednost ulaganja iznosi **1,9 miliona din**. Od tog iznosa, iz **vlastitih izvora** biće obezbeđeno **720.000 din**, dok će se ostatak od **1,180.000 din** obezbediti putem **kredita**.

Projekcije su rađene za period od četiri godine. Projektovani **godišnji prihod** u prvoj godini iznosi **10,6 miliona din**, dok u četvrtoj godini dostiže nivo od **13,3 miliona din**.

Projekat je održiv i rentabilan tokom celog posmatranog perioda eksploatacije, pri čemu se u prvoj godini ostvaruje neto dobit od **488.000 din**, koja uz konstantan rast, u četvrtoj godini dostiže iznos od **1,8 miliona din**.

Projektovani gotovinski tok je **pozitivan** u svim godinama, što ukazuje na izraženu stabilnost i likvidnost projekta.

## 2. Uvod

### 2.1. O preduzeću

Naziv preduzeća:	Caffe bar SUPERSTAR, s.p. Dragan Stojanović i Ljubiša Kovačević	
Lokacija:	Grad Niš	
Pravni status	Samostalna ugostiteljska radnja	
Vlasnička struktura:	<u>Vlasnik</u>	<u>% vlasništva</u>
	Dragan Stojanović	50%
	Ljubiša Kovačević	50%
Osnovna delatnost (šifra)	56.30. Delatnost pripreme i posluživanja pića	

### 2.2. O projektu

Caffe bar „SUPERSTAR“ (u daljem tekstu: SUPERSTAR) zamišljen je kao moderan ugostiteljski objekat, lociran u centru Niša. SUPERSTAR će nuditi široku paletu toplih i hladnih napitaka, u prijatnom ambijentu koji kombinuje urban i moderan dizajn enterijera i eksterijera, sa prirodnim zelenilom i hladom drvoreda, gde bi posetioци mogli da uživaju u druženju i prijatnom ambijentu.

Lociran u frekventnom delu gradskog centra, koji se naslanja na stambena naselja, SUPERSTAR će nuditi kvalitetnu kafu, osvežavajuće hladne napitke, razne vrste piva i žestokih pića, ali i dobru muziku i raznovrsne zabavne sadržaje, svim stanovnicima koji žive u radijusu od tri kilometra udaljenosti od lokala. Vremenom, SUPERSTAR će nastojati da se nametne kao prepoznatljiva i poželjna lokacija za predah, osveženje i zabavu, kako za stanovnike udaljenijih naselja, koji periodično dolaze do centra, tako i za brojne turiste koji posećuju grad.

Partneri u projektu, g. Dragan Stojanović i g. Ljubiša Kovačević, imaju dugogodišnje iskustvo rada u ugostiteljstvu, kako na domaćem tržištu, tako i u inostranstvu. Upravo navedeno iskustvo omogućilo im je uvid u sve pozitivne i negativne aspekte ugostiteljstva, što će u značajnoj meri smanjiti rizik od greške na tržištu, ali i doprineti da kvalitet usluge u SUPERSTAR-u bude na izuzetno visokom nivou.

U svrhu realizacije projekta, partneri planiraju da jedan dio ulaganja pokriju iz vlastite ušteđevine, dok će ostatak potrebnih sredstava biti obezbeđen putem kredita u poslovnoj banci.

### 3. Tržište prodaje

#### 3.1. Geografska dimenzija tržišta

Geografski posmatrano, tržište obuhvata područje **Grada Niša**, u kojem, prema rezultatima popisa iz 2011. godine, živi ukupno **260.237 stanovnika**. Pri tome, **primarno tržište** predstavlja uža gradska zona Niša, u kojoj živi 187.544 stanovnika, dok se **sekundarnim tržištem** smatraju sva ostala naselja, sa ukupno 72.693 stanovnika.<sup>1</sup>

#### 3.2. Ciljne grupe

Ponuda SUPERSTAR-a biće primarno usmerena na sledeće ciljne grupe:

- zaposleni (18 do 35 godina),
- turisti,
- studenti,
- punoletni srednjoškolci.

Prve dve grupe predstavljaju segmente koji raspolažu znatno većom kupovnom moći, u odnosu na studente i srednjoškolce, tako da će se fokus ponude u najvećoj meri usmeriti ka njima. Takođe, treba imati na umu da se na lokalne goste može računati tokom cele godine, dok su turisti prisutni samo u toku trajanja turističke sezone.

#### 3.3. Potencijal tržišta

Polazeći od dostupnih podataka, u sledećoj tabeli prikazana je veličina svakog od ciljnih segmenata:

R.b.	Ciljna grupa	Populacija
1	Zaposleni (18-35)	65.640
2	Turisti	93.772
3	Studenti	20.791
4	Srednjoškolci (18+)	2.914

U cilju utvrđivanja potencijala tržišta, provedeno je **istraživanje tržišta**, tokom kojeg su anketirane navedene ciljne grupe. Istraživanje je rađeno na reprezentativnom uzorku ispitanika, pri čemu je ravnomerno pokriveno celo područje grada.

<sup>1</sup> Izvor: Republički zavod za statistiku Srbije

Analizom dobijenih odgovora, za svaku od navedenih ciljnih grupa utvrđena je prosečna **učestalost poseta** ugostiteljskim objektima, kao i prosečan **broj naručenih pića** po jednoj poseti, što je prikazano u sledećoj tabeli.

R.b.	Ciljna grupa	Prosečan godišnji broj poseta kafićima	Prosečan broj naručenih pića po jednoj poseti
1	Zaposleni (18-35)	49	2,1
2	Turisti	3	2,6
3	Studenti	110	1,4
4	Srednjoškolci (18+)	85	1,1

Treba napomenuti da se pod posetom podrazumevaju kako dnevne posete, tokom kojih se pretežno konzumiraju kafe i osvežavajući napici, tako i večernji izlasci, tokom kojih se pretežno konzumiraju alkoholna pića. Takođe, prilikom anketiranja turista, uzeto je u obzir da ogromna većina njih dolazi samo jednom godišnje, pa je kao godišnji prosek korišćen podatak o proseku poseta lokalnim kafićima tokom jednog boravka.

Kada se svi pomenuti podaci uzmu u obzir, može se izračunati okvirna **procena ukupnog potencijala tržišta**, što je prikazano u narednoj tabeli.

R.b.	Ciljna grupa	Populacija	Prosečan godišnji broj poseta kafićima	Prosečan broj naručenih pića po poseti	Ukupan broj naručenih pića u toku godine
1	Zaposleni (18-35)	65.640	49	2,1	6.754.397
2	Turisti	93.772	3	2,6	731.422
3	Studenti	20.791	110	1,4	3.201.814
4	Srednjoškolci (18+)	2.914	85	1,1	272.459
UKUPNO					10.960.092

Kao što se vidi, **ukupan potencijal tržišta iznosi oko 10,9 miliona prodatih pića godišnje**.

Imajući u vidu da je pomenutim istraživanjem tržišta utvrđena i prosečna **godišnja struktura tražnje** po vrstama pića, ukupan potencijal može se dalje razložiti po elementima, što je prikazano u sledećoj tabeli.

R.b.	Vrsta proizvoda	Prosečno učešće u strukturi tražnje	Ukupna godišnja tražnja po jedinici mere
1	Kafa	18%	1.972.817
2	Čaj	4%	438.404
3	Voda (gazirana i negazirana)	12%	1.315.211
4	Negazirana osvežavajuća pića	9%	986.408
5	Voćni sokovi	10%	1.096.009



6	Gazirani sokovi	10%	1.096.009
7	Ceđeno voće (limun, pomorandža, grejp)	6%	657.606
8	Pivo	15%	1.644.014
9	Prirodne rakije	4%	438.404
10	Ostala žestoka pića	4%	438.404
11	Likeri	4%	438.404
12	Energetski napici	3%	328.803
UKUPNO		100%	10.960.092

Uz pretpostavku ostvarenja tržišnog učešća od 1%, može se očekivati **godišnja prodaja** od oko **110.000 pića**, što u proseku iznosi oko **9.000 pića mesečno**, odnosno oko **300 pića dnevno**.

### 3.4. Konkurencija

Konkurentima se uopšteno mogu smatrati svi postojeći caffe barovi u gradu, posebno oni koji su locirani u centru. U tom smislu, **najznačajniji konkurenti** su:

- Caffe bar „Tango“
- Caffe bar „International“
- Caffe bar „London“
- Caffe bar „Carpe Diem“
- Caffe bar „Intermezzo“
- Caffe bar „Good Life“
- Pivnica „Centar“
- Caffe bar „Total“
- Caffe Caffe „Que pasa“

Osim navedenih, na tržištu postoji i značajan broj manjih lokalnih kafića, koji su pretežno usmereni na populaciju u naseljima ili delovima naselja u kojima su locirani.

Najveći dio konkurencije ima prilično sličnu koncepciju poslovanja, odnosno veoma mali broj lokala izdvaja se iz mnoštva po pitanju uređenja, asortimana pića ili ponude zabavnih sadržaja.

Pored toga, pomenuto **istraživanje tržišta** pokazalo je da su posetioci uglavnom nezadovoljni kvalitetom usluge u postojećim lokalima, pri čemu se najveći dio primedbi odnosi na sporost i neljubaznost osoblja (konobari i barmeni). Takođe, zanimljiva je i percepcija ispitanika da kvalitet usluge ima tendenciju opadanja tokom vremena, odnosno da je relativno visok samo u kratkom periodu nakon otvaranja lokala, a da nakon toga veoma brzo pada. To ukazuje da

većina konkurenata ne vodi dovoljno računa o edukaciji i motivaciji osoblja, kako bi zadržali visok kvalitet usluge.

Što se tiče tržišnog nastupa, većina konkurenata oglašava se u elektronskim medijima (u prvom redu lokalne radio stanice), uz povremenu podelu letaka ili organizovanje različitih događaja (promocije određenih brendova pića, muzika uživo, nagradne igre i sl.). U poslednje vreme, sve je prisutnije i korišćenje društvenih mreža, kao kanala za promociju i komunikaciju sa ciljnim grupama.

### 3.5. Planirani prodajni asortiman

Polazeći od procene godišnjeg obima prodaje, a imajući u vidu strukturu tražnje na tržištu, SUPERSTAR planira da ponudi sledeće vrste i količine pića:

R.b.	Prihodovna stavka	Jedinica mere	Maksimalan godišnji kapacitet	Prosečno učešće u strukturi ponude
1	Kafa	kom.	19.800	18%
2	Čaj	kom.	4.400	4%
3	Voda (gazirana i negazirana)	kom.	13.200	12%
4	Negazirana osvežavajuća pića	kom.	9.900	9%
5	Voćni sokovi	kom.	11.000	10%
6	Gazirani sokovi	kom.	11.000	10%
7	Ceđeno voće (limun, pomorandža)	kom.	6.600	6%
8	Pivo	kom.	16.500	15%
9	Prirodne rakije	kom.	4.400	4%
10	Ostala žestoka pića	kom.	4.400	4%
11	Likeri	kom.	4.400	4%
12	Energetski napici	kom.	3.300	3%
	UKUPNO	-	110.000	100%

### 3.6. Plan marketinga

SUPERSTAR planira da izgradi prepoznatljiv imidž na tržištu, sa ciljem da postane popularna lokacija, kako za dnevne, tako i za noćne izlaske. Širok asortiman hladnih i toplih napitaka, ugodan ambijent, atraktivna letnja bašta i raznovrsnost muzičkih i drugih događaja, predstavljaju ključne elemente na kojima će se graditi reputacija i prepoznatljivost lokala. Osim toga, poseban akcenat staviće se na brzinu, uslužnost, ljubaznost i susretljivost osoblja, čime će SUPERSTAR nastojati da se izdvoji od konkurencije. Na taj način, nastojeće se izgraditi lojalnost kod klijenata, kako bi se oni uvek rado vraćali, ali i kako bi širili pozitivne utiske i preporuke osobama iz svog okruženja.

Po pitanju cena, SUPERSTAR će nastojati da vodi politiku relativno prihvatljivih cena, balansirajući između niskih cena koje nude mali lokalni kafići, i visokih cena karakterističnih

za najjače konkurente. Na taj način, kod gostiju će se nastojati stvoriti percepcija veće dobijene vrednosti za uloženi novac.

S obzirom da se radi o novom lokalu, u početku će se koristiti nešto agresivnija promocija, kako bi se tržište upoznalo sa postojanjem i ponudom SUPERSTAR-a. U kasnijem periodu, nastojaće se graditi personalan i blizak odnos sa gostima, sa ciljem njihovog zadržavanja, odnosno stvaranja lojalnosti.

Promotivne aktivnosti će u samom početku biti usmerene na standardne kanale promocije, koje koriste i konkurenti (štampanje i podela letaka, emitovanje promotivnih poruka na lokalnim radio stanicama, organizovanje periodičnih muzičkih događaja i promocija i sl.), iz razloga što se radi o uobičajenim kanalima komunikacije sa tržištem, preko kojih su kupci navikli da dobijaju informacije o ovakvom tipu ponude. Pri tome, nastojaće se pažljivo birati lokacije i termini, kako bi se poruke ciljano prenele do željenih segmenata, kao što su turisti (npr. flajeri na recepcijama svih hotela, u blizini turističkih atrakcija, za brisačima vozila sa inostranim tablicama i sl.) ili studenti (plakati na oglasnim tablama svih fakulteta, oglašavanje u univerzitetskim novinama i sl.).

U kasnijim fazama, kada se već postigne elementarna upoznatost tržišta, fokus će se postepeno prebacivati na izgradnju ličnijeg i prisnijeg odnosa sa klijentima, prvenstveno kroz aktivno prisustvo i komunikaciju na društvenim mrežama.

## 4. Tržište nabavke

### 4.1. Identifikacija potrebnog repromaterijala

Za potrebe pripreme toplih napitaka (kafa i čaj), kao i napitaka od ceđenog voća, potrebno je obezbediti sledeće vrste i količine inputa:

R.b.	Vrsta robe	Jedinica mere	Godišnja količina	Nabavna cena (din)	Vrednost (din)
1	Mlevena kafa	kg	165	1.419	234.184
2	Čaj u filter vrećici	kom	4.400	6	26.020
3	Mleko za kafu	kom	19.800	6	117.092
4	Šlag	kom	83	296	24.394
5	Ugostiteljski šećer	kom	24.200	3	71.556
6	Ugostiteljski med	kom	4.400	6	26.020
7	Limun	kg	748	177	132.704
8	Pomorandža	kg	660	177	117.092
UKUPNO					749.064

### 4.2. Identifikacija potrebnih vrsta i količina robe

Pored pomenute pripreme napitaka, u lokalu će se prodavati (točiti) razne vrste alkoholnih i bezalkoholnih pića, koji dolaze u odgovarajućoj ambalaži, prilagođenoj ugostiteljskim potrebama.

R.b.	Vrsta robe	Jedinica mere	Godišnja količina
1	Voda (gazirana i negazirana)	0,25 l	13.200
2	Negazirana osvežavajuća pića	0,25 l	9.900
3	Voćni sokovi	0,25 l	11.000
4	Gazirani sokovi	0,25 l	11.000
5	Pivo	0,33 l	16.500
6	Prirodne rakije	0,05 l	4.400
7	Ostala žestoka pića	0,05 l	4.400
8	Likeri	0,05 l	4.400
9	Energetski napici	0,25 l	3.300

### 4.3. Procena nabavnih cena robe

R.b.	Vrsta robe	Jedinica mere	Nabavna cena (din)
1	Voda (gazirana i negazirana)	0,25 l	26,61
2	Negazirana osvežavajuća pića	0,25 l	47,31
3	Voćni sokovi	0,25 l	41,40
4	Gazirani sokovi	0,25 l	47,31
5	Pivo	0,33 l	59,14
6	Prirodne rakije	0,05 l	41,40
7	Ostala žestoka pića	0,05 l	65,05
8	Likeri	0,05 l	47,31
9	Energetski napici	0,25 l	130,10

### 4.4. Struktura tržišta nabavke

Nabavka potrebnih repromaterijala i robe vršiće se od specijalizovanih domaćih dobavljača (diskonti pića, proizvođači alkoholnih i bezalkoholnih pića, ostali dobavljači). Sa dobavljačima će se nastojati razvijati dugoročna saradnja, kako bi se obezbedile niže cene i stabilnost i kontinuitet snabdevanja. Pri tome, vodiće se računa o potrebama poslovnog procesa, cenama i komercijalnim uslovima nabavke.

Generalno, može se reći da nema većih smetnji na tržištu nabavke, pa će se, zbog specifičnosti ugostiteljske delatnosti, potrebni inputi obezbeđivati delom od dobavljača iz veleprodaje, kao i direktno od proizvođača.

## 5. Tehnološki aspekti projekta

### 5.1. Građevinski objekti

Poslovanje SUPERSTAR-a obavljaće se u zakupljenom objektu površine 100 m<sup>2</sup> koji je namenski prilagođen potrebama ugostiteljske delatnosti. Objekat poseduje sve neophodne infrastrukturne preduslove (opremljenost vodovodnim, kanizacionim i strujnim instalacijama, grejanje, klimatizacija itd.).

U skladu sa standardima, u objektu se nalazi jedna prostorija od 80 m<sup>2</sup> za caffe bar, dva toaleta ukupne površine od 8 m<sup>2</sup>, te skladište sa garderoberom površine 12 m<sup>2</sup>. U objektu je potrebno izvršiti renoviranje enterijera, koje bi obuhvatilo zamenu električnih i vodovodnih instalacija, postavljanje nove rasvete i uređenje zidova (rigips, krečenje, gletovanje i sl.). Ukupna vrednost radova iznosi **600.000 din**.

Vanjsko uređenje izvedeno je tako da omogućava neometan pristup objektu za invalidna lica, a u neposrednoj blizini se nalazi javni parking.

U samom objektu predviđeno je 11 stolova, kapaciteta 44 stolice te dodatnih 6 barskih stolica smeštenih uz šank.

U letnjim mesecima, koristila bi se i letnja bašta površine 20 m<sup>2</sup>, koja ne zahteva dodatne građevinske aktivnosti jer je uređena i prostire se ispred ulaza u objekat. Kapacitet bašte iznosi 5 stolova, odnosno 20 stolica. Letnja bašta bila bi u funkciji 6 meseci godišnje.

Mesečna zakupnina je 1.200 din/m<sup>2</sup>, tako da troškovi zakupa iznose **120.000 din** mesečno, odnosno **1.440.000 din** godišnje.

### 5.2. Oprema

Za odvijanje procesa proizvodnje neophodno je obezbediti sledeću opremu:

R.b.	Vrsta opreme	Jedinica mere	Količina	Nabavna cena (din)	Vrednost (din)
I	INVENTAR				
1	Stolovi unutrašnji	kom	11	6.000	66.000
2	Stolovi za letnju baštu	kom	5	5.300	26.500
3	Stolice unutrašnje	kom	44	4.700	206.800
4	Stolice za letnju baštu	kom	20	4.000	80.000
5	Šank - rostfrei	kom	4	70.000	280.000
6	Retro pult drveni	kom	4	30.000	120.000
7	Rashladne vitrine 150 l. *	kom	3	0	0
8	Ledomat 25kg/24h	kom	1	30.000	30.000

9	Kafe aparat sa mlinom za kafu	kom	1	177.000	177.000
10	Mašina za posuđe	kom	1	30.000	30.000
11	Računar	kom	1	24.000	24.000
12	Pojačalo	kom	1	9.000	9.000
13	Fiskalna kasa	kom	1	30.000	30.000
14	TV 40"	kom	1	50.000	50.000
15	Video nadzor	kom	1	25.000	25.000
16	Šolje za kafu (6/1) set	set	10	1.100	11.000
17	Čaše za sok 0,2 l	kom	100	60	6.000
18	Čaše za pivo 0,3 l	kom	30	190	5.700
19	Čaše za žestoka pića	kom	50	60	3.000
20	Krigle za pivo *	kom	30	0	0
21	Suncobrani *	kom	3	0	0
22	Boca za šlag	kom	1	6.000	6.000
UKUPNO					1.186.000

Napomena: stavke označene zvezdicom (\*) dobijaju se gratis od dobavljača.

### 5.3. Potrebni energenti i voda

R.b.	Stavka	Jedinica mere	Godišnja količina	Jedinična cena (din)	Ukupni troškovi (din)
1	Električna energija	kWh	12.000	6	72.000
2	Voda	m <sup>3</sup>	720	70	50.400
UKUPNO					122.400

### 5.4. Potrebna radna snaga

Pored vlasnika, koji bi bili formalno zaposleni kao šefovi smene, planirano je zapošljavanje još dva konobara.

R.b.	Radno mesto	Broj potrebnih izvršilaca
1	Šef smene	2
2	Konobar	2
UKUPNO		4

## 5.5. Projekcija cene radne snage

Mesečni troškovi radne snage po svakom radnom mestu, prikazani su u sledećoj tabeli:

R.b.	Radno mesto	Isplaćena plata (din)	Porezi i doprinosi (din)	Trošak plate (din)
1	Šef smene	60.000	38.400	98.400
2	Konobar	45.000	28.800	73.800



## 6. Finansijski aspekti projekta

### 6.1. Ulaganja u osnovna sredstva

R.b.	Vrste sredstava	Postojeća sredstva (din)	Nova ulaganja (din)	UKUPNO (din)
1	Zemljište	0	0	0
2	Infrastruktura	0	0	0
3	Građevinski objekti	0	600.000	600.000
4	Oprema	0	1.186.000	1.186.000
	UKUPNO	0	1.786.000	1.786.000

### 6.2. Ulaganja u trajna obrtna sredstva

Trajna obrtna sredstva predstavljaju iznos kapitala koji je potreban tokom cele poslovne godine kako bi se poslovanje nesmetano odvijalo.

S obzirom na izrazito kratke periode vezivanja obrtnog kapitala (sedmična nabavka robe i brza naplata potraživanja), potrebe za trajnim obrtnim sredstvima su veoma niske. Međutim, zbog sigurnosti poslovanja i mogućnosti reagovanja u slučaju nepredviđenih situacija, biće obezbeđen iznos od **120.000 din** za ove namene.

### 6.3. Rekapitulacija ukupne vrednosti projekta

R.b.	Vrsta sredstava	Iznos (din)	%
1	Osnovna sredstva	1.786.000	93,7%
2	Trajna obrtna sredstva	120.000	6,3%
	UKUPNO	1.906.000	100,0%

### 6.4. Izvori finansiranja

Projekat će biti finansiran kombinacijom sopstvenih sredstava i kreditnog zaduženja.

Vlasnici planiraju da, u jednakom omjeru, ulože sopstvenu ušteđevinu, ukupne vrednosti **720.000 din**, koja će se iskoristiti za uređenje objekta i finansiranje trajnih obrtnih sredstava. Sredstva bankarskog kredita, u vrednosti od **1.186.000 din**, iskoristiće se za nabavku opreme.

R.b.	Izvor	Iznos (din)	%
1	Sopstvena sredstva	720.000	37,8%
2	Kredit	1.186.000	62,2%
	UKUPNO	1.906.000	100,0%

## 6.5. Obaveze prema izvorima finansiranja

Kredit za nabavku opreme, u iznosu od **1.186.000 din**, uzima se na period od 3 godine, uz godišnju kamatnu stopu od 6% i grejs period od 6 meseci.

Prema otplatnom planu banke, u periodu trajanja grejs perioda (prvih šest meseci otplate kredita) plaćaće se samo iznos dospele kamate, dok će se u ostatku prve godine, pored kamate, otplaćivati i pripadajući dio glavnice. Iz tog razloga, ukupni troškovi anuiteta u prvoj godini biće manji nego u ostalim godinama i iznosiće **278.637 din**.

U preostalim godinama korišćenja kredita, tokom svih meseci plaćaće se puni iznosi anuiteta, tako da će godišnji troškovi po tom osnovu iznositi **515.897 din**.

## 6.6. Troškovi

Sumarni pregled po vrstama troškova, u godini punog korišćenja kapaciteta, prikazan je u sledećoj tabeli:

R.b.	Troškovi	Godišnji iznos (din)
I	Materijalni troškovi	977.911
II	Troškovi robe	3.877.048
III	Nematerijalni troškovi	1.879.982
IV	Amortizacija	237.200
V	Plate	4.132.800
	UKUPNO	11.104.941

### 6.6.1. Materijalni troškovi

S obzirom da se radi o ugostiteljskoj delatnosti, materijalni troškovi obuhvataju trošak repromaterijala, troškove energenata i vode, troškove materijala za investiciono održavane i ostale sitne materijalne troškove.

R.b.	Stavka	Godišnji iznos (din)
1	Repromaterijal	749.064
2	Energenti i voda	122.400
3	Materijal za investiciono održavane	70.965
4	Ostali materijalni troškovi	35.482
UKUPNO		977.911

### 6.6.2. Troškovi robe

Na bazi procene vrsta, količina i nabavnih cena potrebne robe, u narednoj tabeli prikazani su projektovani troškovi robe u godini punog korišćenja kapaciteta.

R.b.	Energent	Jedinica mere	Godišnja količina	Cena po jed. mere	Godišnji iznos (din)
1	Voda (gazirana i negazirana)	kom	13.200	26,61	351.276
2	Negazirana osvežavajuća pića	kom	9.900	47,31	468.368
3	Voćni sokovi	kom	11.000	41,40	455.358
4	Gazirani sokovi	kom	11.000	47,31	520.409
5	Pivo	kom	16.500	59,14	975.767
6	Prirodne rakije	kom	4.400	41,40	182.143
7	Ostala žestoka pića	kom	4.400	65,05	286.225
8	Likeri	kom	4.400	47,31	208.164
9	Energetski napici	kom	3.300	130,10	429.338
UKUPNO		-	-	-	3.877.048

### 6.6.3. Nematerijalni troškovi

Nematerijalni troškovi nastaju izvan procesa proizvodnje ali su nužni za odvijanje svih poslovnih aktivnosti u preduzeću. U pregledu koji sledi date su vrednosti koje su najvećim delom planskog karaktera (njihova vrednost procenjena je na bazi iskustvenih informacija).

R.b.	Troškovi	Godišnji iznos (din)
1	Troškovi zakupa	1.440.000
2	Troškovi usluga održavanja	99.351
3	Troškovi marketinga	70.965
4	Troškovi ostalih usluga	42.579
5	Troškovi neproizvodnih usluga	106.447
6	Troškovi premija osiguranja	17.741
7	Troškovi platnog prometa	14.193
8	Troškovi poreza i naknada	29.569
9	Ostali nematerijalni troškovi	59.137
	UKUPNO	1.879.982

#### 6.6.4. Troškovi amortizacije

Pri proračunu amortizacije korišćena je godišnja stopa amortizacije opreme od 20%. Polazeći od definisane vrednosti opreme, godišnji iznos amortizacije iznosi **237.200 din**.

#### 6.6.5. Troškovi plata

Na osnovu tehnoloških i organizacionih zahteva, u narednoj tabeli prikazan je obračun troškova plata, iskazan u godišnjem bruto iznosu.

R.b.	Radno mesto	Broj izvršilaca	Vrednost isplaćenih plata (din)	Porezi i doprinosi (din)	Troškovi plata (din)
1	Šef smene	2	1.440.000	921.600	2.361.600
2	Konobar	2	1.080.000	691.200	1.771.200
	UKUPNO	4	2.520.000	1.612.800	4.132.800

### 6.7. Ukupan prihod

Projekcija ukupnog prihoda u godini punog korišćenja kapaciteta data je na osnovu podataka o planiranim količinama usluga i robe koje se nameravaju prodati, te planiranih prodajnih cena.

R.b.	Prihod	Jedinica mere	Godišnja količina	Jedinična cena (din)	Godišnji prihodi (din)
1	Kafa	kom	19.800	89	1.756.381
2	Čaj	kom	4.400	71	312.245

3	Ceđeno voće	kom	6.600	148	975.767
4	Voda (gazirana i negazirana)	kom	13.200	77	1.014.798
5	Negazirana osvežavajuća pića	kom	9.900	148	1.463.651
6	Voćni sokovi	kom	11.000	130	1.431.125
7	Gazirani sokovi	kom	11.000	130	1.431.125
8	Pivo	kom	16.500	118	1.951.534
9	Prirodne rakije	kom	4.400	148	650.511
10	Ostala žestoka pića	kom	4.400	177	780.614
11	Likeri	kom	4.400	118	520.409
12	Energetski napici	kom	3.300	296	975.767
UKUPNO (I+II)					13.263.927

## 6.8. Početni bilans stanja

Na osnovu relevantnih ekonomskih parametara (iznosi stalnih i obrtnih sredstava, te kapitala i obaveza), iskazane su vrednosti aktive i pasive u početnom bilansu stanja.

AKTIVA		PASIVA	
Stavka	Iznos (din)	Stavka	Iznos (din)
Stalna sredstva	1.186.000	Sopstveni kapital	689.870
Obrtna sredstva	720.000	Obaveze	1.216.130
UKUPNO AKTIVA	1.906.000	UKUPNO PASIVA	1.906.000

## 6.9. Bilans uspeha

U bilansu uspeha iskazani su po stavkama prihodi, rashodi i dobit. Imajući u vidu da otplata kredita traje tri godine, projekcijama je obuhvaćen period od 4 godine, kako bi se pokazao puni potencijal projekta, nakon otplate kredita.

S obzirom da se radi o start-up projektu, potrebno je određeno vreme dok se ne ostvari željena pozicija na tržištu, odnosno postigne puna efikasnost poslovanja. Iz tog razloga, pretpostavljeno je da se u prvoj godini radi sa 80%, a u drugoj sa 90% uposlenosti kapaciteta, pa su i odgovarajuće vrednosti prihoda i rashoda korigovane naniže. U trećoj godini postiže se puna efikasnost, pa su i sve vrednosti iskazane u punom iznosu.

R.b.	Stavka	Period eksploatacije projekta			
		1. godina	2. godina	3. godina	4. godina
I	UKUPAN PRIHOD	10.611.142	11.937.535	13.263.927	13.263.927
1	Prihod od prodaje	10.611.142	11.937.535	13.263.927	13.263.927
II	UKUPNI RASHODI	10.036.590	10.947.344	11.620.838	11.104.941
2	Materijalni troškovi	782.329	880.120	977.911	977.911
3	Troškovi robe	3.101.638	3.489.343	3.877.048	3.877.048
4	Nematerijalni troškovi	1.503.986	1.691.984	1.879.982	1.879.982
5	Amortizacija	237.200	237.200	237.200	237.200
6	Plate	4.132.800	4.132.800	4.132.800	4.132.800
7	Anuiteti	278.637	515.897	515.897	0
III	DOBIT (I-II)	574.552	990.191	1.643.090	2.158.986
8	Porez na dobit	86.183	148.529	246.463	323.848
IV	NETO DOBIT	488.369	841.662	1.396.626	1.835.138

Kao što se vidi, projekat je održiv i profitabilan tokom celog perioda eksploatacije.

## 6.10. Gotovinski tok

Rb	Stavka	Priprema	Period eksploatacije projekta			
			1. godina	2. godina	3. godina	4. godina
I	POČETNO STANJE GOTOVINE	0	120.000	845.569	1.924.431	3.558.257
II	GOTOVINSKI ULAZI	1.906.000	10.611.142	11.937.535	13.263.927	13.263.927
1	Prihod od prodaje	0	10.611.142	11.937.535	13.263.927	13.263.927
2	Sopstvena sredstva	720.000	0	0	0	0
3	Kredit	1.186.000	0	0	0	0
III	GOTOVINSKI IZLAZI	1.786.000	9.885.573	10.858.672	11.630.101	11.191.589
4	Osnovna sredstva	1.186.000	0	0	0	0
5	Materijalni troškovi	0	782.329	880.120	977.911	977.911
6	Troškovi robe	0	3.101.638	3.489.343	3.877.048	3.877.048
7	Nematerijalni troškovi	600.000	1.503.986	1.691.984	1.879.982	1.879.982
8	Plate	0	4.132.800	4.132.800	4.132.800	4.132.800
9	Anuiteti	0	278.637	515.897	515.897	0
10	Porez na dobit	0	86.183	148.529	246.463	323.848
IV	GOTOVINSKI SUFICIT (II-III)	120.000	725.569	1.078.862	1.633.826	2.072.338

Tokom celog perioda eksploatacije projekat je likvidan, odnosno konstantno se ostvaruje suficit novčanog toka.

Ovaj primer biznis plana preuzet je sa portala MojBiznisPlan.com.

Dozvoljena je neograničena upotreba ovog plana u edukativne svrhe ili kao osnove za izradu drugih poslovnih planova. Nije dozvoljena neovlašćena reprodukcija, prodaja, objavljivanje ili bilo kakva druga komercijalna upotreba ovog dokumenta, bez prethodne saglasnosti. Za sve dodatne informacije, kontaktirajte nas na: [info@mojbiznisplan.com](mailto:info@mojbiznisplan.com).

Sve informacije sadržane u ovom biznis planu su fiktivnog karaktera i ne odnose se na bilo koje konkretno preduzeće ili pojedinca. U skladu s tim, bilo kakva sličnost sa stvarnim preduzećima, ličnostima, lokacijama ili poslovnim aktivnostima, u potpunosti je slučajna i nenamerna.

Ovaj primer biznis plana ima isključivo edukativnu namenu, tako da MojBiznisPlan ne snosi odgovornost za bilo kakvu štetu nastalu korišćenjem podataka iz ovog biznis plana ili na bilo koji drugi način.

Copyright © MojBiznisPlan.com. Sva prava zadržana.



## ZLATNA

Vrhunski kvalitet Zlatnih rakija, prepoznat širom svijeta, rezultat je kombinovanja brižljivog procesa proizvodnje, u kojem je svaki korak bitan, i najkvalitetnijeg voća. Destilovane na tradicionalan način, naše rekije odišu prirodom, a krasi ih nježan i prijatan ukus zrelih plodova. Zlatne rakije su piće sigurnih samouvjerenih i onih koji znaju šta hoće.



## Meduška

JA SAM MEDUŠKA, A TI?

Puni ukus najkvalitetnijeg meda, stvorenog u ekološki čistom regionu, dopunjen vrhunskom voćnom rakijom i ljekovitim biljem otvara vrata magičnog svijeta Meduške, u kome se miješaju prošlost i sadašnjost. Duh prošlosti oličen je u tradiciji pravljenja likera od meda, koji je čak i starim Slovenima u davnim vremenima davao bodrost i snagu. Napravljena po vlastitoj recepturi, Meduška će svojim blagim mednim ukusom oduševiti sva vaša čula, i povesti vas na vremensko putovanje koje se ne propušta.



## Baba Višnja

Baba Višnja je liker od višnje Maraske, proizveden po originalnoj recepturi. U našim krajevima postoji tradicija pravljenja višnjevače, pa se vrlo često može vidjeti da domaćice u teglama drže višnje potopljene u voćnu rakiju. Svaka od njih ima po neku svoju tajnu. Baba Višnju odlikuje prelijepa boja, kakvu može stvoriti samo višnja Maraska, kao i bogat voćni ukus. Namjenjena je svima koji vole voćne ukuse, a najviše onima koji teže da budu svoji i da ostave originalan trag u svojim životima.



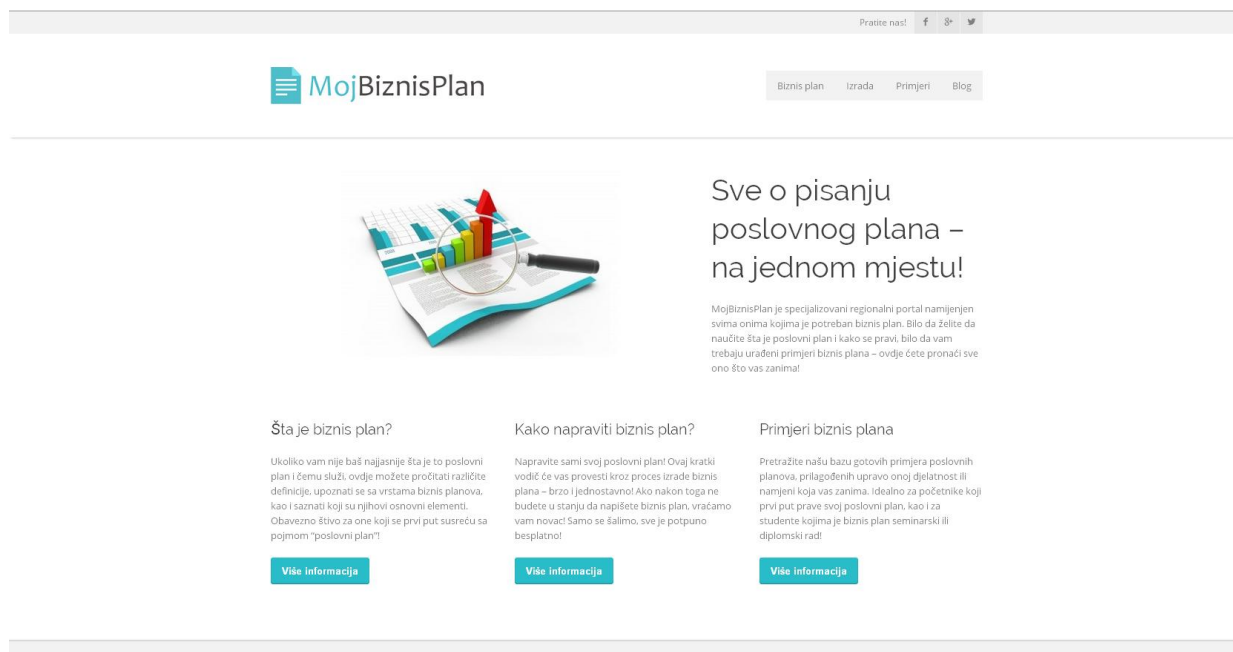
## ZLATNI PELIN

Zlatni Pelin je prepoznatljiv po izraženom gorkom ukusu biljke pelin, iz koje se višemjesečnim odležavanjem u alkoholu oslobađaju najvrjednija svojstva. Osim toga, za puniji ukus i veće zadovoljstvo naših potrošača, u svaku bocu Zlatnog pelina stavlja se grančica hercegovačkog pelina, koji po svom kvalitetu spada među najbolje u Evropi. Osim ove čudesne biljke, dodatak različitih ljekovitih biljaka obogaćuje ovaj liker specifičnom aromom i prijatnim osvježavajućim mirisom.





# Sve što treba da znate o pisanju biznis plana - na jednom mestu!



MojBiznisPlan je specijalizovani portal namenjen svima onima kojima je potreban poslovni plan. Posetite nas i saznajte:

## Šta je biznis plan?

Ukoliko vam nije baš najjasnije šta je to poslovni plan i čemu služi, možete pročitati različite definicije, upoznati se sa vrstama biznis planova, kao i saznati koji su njihovi osnovni elementi. Obavezno štivo za one koji se prvi put susreću sa pojmom „poslovni plan“!

## Kako se pravi biznis plan?

Ovaj praktični vodič će vas kroz nekoliko koraka provesti kroz proces izrade biznis plana – brzo i jednostavno! Ako nakon korišćenja ovog vodiča ne budete u stanju da napišete biznis plan, vraćamo vam novac! Samo se šalimo, sve je potpuno besplatno!

## Primeri biznis plana











Pregledajte našu arhivu i preuzmite urađene primere poslovnih planova, prilagođene upravo onoj delatnosti ili nameni koja vas zanima. Idealno za početnike koji prvi put prave poslovni plan, kao i za studente kojima je biznis plan seminarski ili diplomski rad!

... i još mnogo toga! Posetite nas na [www.mojbiznisplan.com](http://www.mojbiznisplan.com)

## Stručna pomoć za izradu biznis plana

Ukoliko vam je potrebna pomoć prilikom izrade ili jednostavno želite da čujete objektivno mišljenje o vašem poslovnom planu, stojimo vam na raspolaganju.

Za vas smo pripremili nekoliko paketa stručnih usluga:

	BASIC	STANDARD	PREMIUM
		Najpopularnija usluga	
Saveti i preporuke za poboljšanje biznis plana			
Pisanje radne verzije biznis plana			
Finansijski proračuni i projekcije			
Finalizacija (dorada) biznis plana			
Prelom teksta i priprema dokumenta za štampu			
	50 €	150 €	250 €

Kontaktirajte nas za više informacija: [info@mojbiznisplan.com](mailto:info@mojbiznisplan.com)