

AGROBIZNIS AKADEMIJA

PRIMJER DOBRE PRAKSE

# Primjer poslovnog plana za malu poljoprivrednu proizvodnju

Model: intenzivna proizvodnja povrća u plasteniku „Zeleni korak“

**MOJ BIZNIS NA SELU**

Praktični resurs za mlade, početnike i mala poljoprivredna gazdinstva

Izdanje 2026

Bosna i Hercegovina

## Kako koristiti ovaj dokument

Ovaj primjer pokazuje kako se ideja o plasteničkoj proizvodnji može pretvoriti u povezan poslovni plan. Svi podaci su ilustrativni i služe za učenje; cijene, prinosi i troškovi moraju se provjeriti za konkretnu lokaciju i sezonu.

### Nakon rada sa dokumentom moći ćete:

- povezati tržište, kapacitet, plan proizvodnje i finansije
- uočiti koje pretpostavke treba provjeriti prije ulaganja
- prilagoditi strukturu plana vlastitom gazdinstvu

#### Važna napomena

Ovaj dokument je edukativni alat. Finansijski iznosi, prinosi i poslovne pretpostavke u primjerima služe za učenje i moraju se prilagoditi konkretnom gazdinstvu, lokaciji i tržištu. Propisi, registracijski zahtjevi, standardi i podsticaji mogu se mijenjati; prije ulaganja provjerite aktuelne uslove kod nadležnih institucija i stručnih službi.

## 1. Sažetak

„Zeleni korak“ je plan mladog preduzetnika za proizvodnju paradajza, paprike i lisnatog povrća u plasteniku ukupne površine 500 m<sup>2</sup>. Ciljni kupci su domaćinstva u obližnjem gradu, dva restorana i jedna prodavnica zdrave hrane. Prodaja se planira kroz sedmične pakete, direktnu isporuku i ugovorene količine za poslovne kupce.

Ključni pokazatelj	Plan
Ukupna investicija	31.800 KM
Vlastita sredstva	11.800 KM
Potrebno vanjsko finansiranje	20.000 KM
Planirani prihod u punoj godini	54.600 KM
Planirani operativni troškovi	37.200 KM
Planirani rezultat prije poreza i amortizacije	17.400 KM
Planirana tačka pokrića	oko 67% planirane prodaje

## 2. Preduzetnik i motivacija

Nosilac ideje ima 24 godine, završenu srednju poljoprivrednu školu i tri sezone iskustva na porodičnom gazdinstvu. Raspolaze zemljištem, bunarom i manjim skladištem. Nedostaju mu iskustvo u direktnoj prodaji i formalno finansijsko praćenje, pa plan uključuje mentorsku podršku, knjigovodstvenu uslugu i obuku za digitalni marketing.

Snaga	Kako se koristi
Vlastito zemljište i voda	Smanjuje trošak zakupa i rizik dostupnosti vode
Praktično iskustvo	Brže uvođenje proizvodnje i kontrola kvaliteta
Blizina grada	Kratka dostava i svjež proizvod
Podrška porodice	Fleksibilan sezonski rad
Slabost: ograničena prodajna mreža	Prije investicije testirati pakete i ugovoriti poslovne kupce

### 3. Proizvodni program

Proizvod	Površina	Planirana količina	Prosječna cijena	Planirani prihod
Paradajz	220 m <sup>2</sup>	4.400 kg	4,50 KM/kg	19.800 KM
Paprika	160 m <sup>2</sup>	2.400 kg	5,00 KM/kg	12.000 KM
Salata i blitva	120 m <sup>2</sup> , više turnusa	5.700 kom / vezica	2,00 KM	11.400 KM
Sedmični miješani paketi	Kombinacija proizvoda	600 paketa	19,00 KM	11.400 KM
UKUPNO	500 m <sup>2</sup>			54.600 KM

#### Napomena o dvostrukom računanju

Kod stvarnog plana sedmični paketi moraju se obračunati iz količina proizvoda koje sadrže. Ovdje su prikazani kao poseban prodajni kanal radi učenja; u finalnom modelu količine treba razdvojiti tako da se prihod ne računa dva puta.

### 4. Tržište i dokaz potražnje

Tokom pripreme plana obavljeno je 28 razgovora sa domaćinstvima, četiri restorana i dvije specijalizovane prodavnice. Petnaest domaćinstava izrazilo je spremnost za sedmičnu narudžbu tokom sezone. Dva restorana traže probnu isporuku, a jedna prodavnica je zainteresovana za komisionu prodaju.

Segment	Broj kontakata	Interes	Uslov kupovine	Sljedeći korak
Domaćinstva	28	15 redovnih + 7 povremenih	Isporuka četvrtkom, cijena paketa do 20 KM	Pilot sa 20 paketa
Restorani	4	2 zainteresovana	Ujednačena količina i račun	Probna isporuka 4 sedmice
Prodavnice	2	1 zainteresovana	Ambalaža, deklaracija, marža	Dogovor o asortimanu

## 5. Konkurencija i prednost

Kriterij	Zeleni korak	Pijaca	Supermarket
Svježina	Berba isti dan	Varira	Često duži lanac
Porijeklo	Poznata parcela i proizvođač	Djelimično poznato	Označeno, ali udaljeno
Dostava	Sedmična kućna dostava	Kupac dolazi	Kupac dolazi
Cijena	Srednja do viša	Promjenjiva	Promotivna / standardna
Asortiman	Sezonski i ograničen	Širi lokalni izbor	Širok cijele godine

Pozicioniranje: lokalno, svježe i pouzdano povrće sa jednostavnom sedmičnom narudžbom. Preduzetnik neće pokušavati biti najjeftiniji; naglasak je na kontinuitetu, transparentnom porijeklu i usluzi.

## 6. Marketing i prodaja

Aktivnost	Cilj	Period	Budžet (KM)	Pokazatelj
Pilot sedmični paket	Testirati proizvod i cijenu	April-maj	300	20 kupaca, 60% ponovne kupovine
Instagram/Facebook sadržaj	Povjerenje i narudžbe	2 objave sedmično	600	Upiti i narudžbe
Degustacija u prodavnici	Upoznati nove kupce	Juni i septembar	250	50 kontakata po događaju
Program preporuka	Povećati ponovne kupovine	Cijela sezona	300	40 novih kupaca
Direktna prodaja restoranima	Stabilne količine	Prije sezone	200	2 probna ugovora

## 7. Operativni plan

Mjesec	Ključne aktivnosti	Prodaja / isporuka
Januar-februar	Plan sjetve, ponude, servis opreme, ugovaranje kupaca	Prednarudžbe i komunikacija
Mart-april	Rasad, priprema plastenika, sadnja	Pilot lisnatog povrća
Maj-juni	Njega, prva berba, kontrola kvaliteta	Početak redovne dostave

Mjesec	Ključne aktivnosti	Prodaja / isporuka
Juli-avgust	Intenzivna berba, sortiranje, pakovanje	Vrhunac prodaje
Septembar-oktobar	Kasniji turnusi, analiza sezone	Produžena prodaja
Novembar-decembar	Održavanje, plan naredne godine	Anketa kupaca i rezervacije

Kontrolna tačka	Standard	Evidencija
Rasad	Zdrav i ujednačen	Dobavljač / serija / datum
Navodnjavanje	Plan prema fazi rasta	Dnevnik zalijevanja
Zaštita bilja	Prema stručnoj preporuci i propisima	Evidencija tretmana
Berba	Odgovarajuća zrelost i higijena	Datum i količina
Pakovanje	Čisto, neoštećeno, tačna masa	Kontrolna lista
Isporuka	Dogovoreni termin i količina	Narudžba i potvrda

## 8. Investicioni plan

Stavka	Iznos (KM)	Izvor procjene
Plastenik 500 m <sup>2</sup> sa montažom	18.500	Uporedive ponude
Sistem navodnjavanja i rezervoar	3.900	Ponuda dobavljača
Oprema za pripremu i pakovanje	2.200	Ponuda / maloprodaja
Sanduci, vaga i stolovi	1.350	Ponuda
Početni materijal i inputi	2.600	Plan sjetve i cijene
Marketing i ambalaža pri pokretanju	1.250	Procjena
Rezerva	2.000	6-7% investicije
UKUPNO	31.800	

## 9. Godišnji operativni troškovi

Trošak	Godišnje (KM)	Napomena
Sjeme i sadni materijal	4.400	Više turnusa

Trošak	Godišnje (KM)	Napomena
Đubrivo, zaštita i supstrat	3.900	Prema proizvodnom planu
Ambalaža	3.600	Paketi i poslovni kupci
Energija i voda	2.100	Pumpa, rasvjeta, voda
Sezonski rad	8.400	Berba, pakovanje i dostava
Dostava i gorivo	3.600	Sedmične rute
Marketing i prodaja	1.650	Sadržaj, degustacije, materijali
Održavanje i servis	1.550	Oprema i plastenik
Knjigovodstvo, osiguranje i ostalo	2.400	Provjeriti prema statusu
Naknada za rad vlasnika	5.600	Minimalno uključena u plan
UKUPNO	37.200	

## 10. Projekcija rezultata

Stavka	Godina 1	Godina 2	Godina 3
Prihod	43.700	54.600	60.100
Operativni troškovi	34.900	37.200	40.200
Rezultat prije amortizacije i poreza	8.800	17.400	19.900
Planirana otplata / reinvestiranje	5.000	7.000	8.000
Raspoloživo za rezervu i razvoj	3.800	10.400	11.900

### Zašto je prva godina slabija?

Planira se 80% punog obima prodaje zbog postepenog osvajanja kupaca i učenja procesa. Konzervativniji početak smanjuje rizik precjenjivanja prihoda.

## 11. Mjesečni novčani tok - sažetak

Period	Prilivi	Odlivi	Neto tok	Potreba za rezervom
Januar-mart	2.000	14.500	-12.500	Visoka

Period	Prilivi	Odlivi	Neto tok	Potreba za rezervom
April-juni	12.500	10.600	1.900	Srednja
Juli-septembar	25.700	11.400	14.300	Niska
Oktobar-decembar	3.500	6.400	-2.900	Srednja
GODINA 1	43.700	42.900*	800	Potrebna početna likvidnost

\* Odlivi uključuju dio investicije i operativnih troškova. Detaljan mjesečni plan mora razlikovati investicijske i operativne tokove.

## 12. Rizici i mjere

Rizik	Procjena	Mjera
Ekstremne temperature	Visok uticaj	Ventilacija, zasjenjivanje, osiguranje i plan rada
Bolesti i štetočine	Srednja vjerovatnoća	Monitoring, stručna podrška i evidencija
Slabija prodaja paketa	Srednja	Restorani, pijaca i fleksibilan asortiman
Kašnjenje naplate poslovnih kupaca	Srednja	Kratki rokovi, limit i dio avansa
Nedostatak sezonske radne snage	Srednja	Rani dogovor, pojednostavljene pakovanja
Rast cijena inputa	Srednja	Ranija nabavka i rezervni dobavljači

## 13. Ključni pokazatelji

Pokazatelj	Cilj	Učestalost praćenja
Prinos po m <sup>2</sup>	Prema kulturi i sezoni	Po turnusu
Udio prve klase	Najmanje 85%	Sedmično
Gubitak / otpis	Manje od 7%	Sedmično
Prosječna vrijednost narudžbe	Najmanje 18 KM	Mjesečno
Ponovna kupovina	Najmanje 60%	Mjesečno
Naplata u roku	Najmanje 90%	Mjesečno
Bruto marža po proizvodu	Prema planu	Mjesečno

## 14. Zaključak i odluka

Poslovna ideja je potencijalno održiva ako se prije ulaganja potvrde najmanje dva stabilna prodajna kanala, prikupi dovoljno obrtnog kapitala za prva četiri mjeseca i osigura tehnička podrška za proizvodnju. Najvažniji uslov nije maksimalan prinos nego sposobnost da se kvalitetna roba proda i naplati po planiranoj cijeni.

### **Preporučeni sljedeći korak**

Pokrenuti probni ciklus sa manjom površinom ili ugovoriti pilot prodaju prije konačne investicije u puni kapacitet.