

MARKETINŠKA PRIPREMA POSLOVNOG POTHVATA POKRETANJA PROIZVODNJE BEZGLUTEINSKE TJESTENINE

Batković, Nenad

Undergraduate thesis / Završni rad

2015

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Križevci college of agriculture / Visoko gospodarsko učilište u Križevcima**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:185:569796>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-27**



Repository / Repozitorij:

[Repository Križevci college of agriculture - Final thesis repository Križevci college of agriculture](#)



REPUBLIKA HRVATSKA
VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Nenad Batković, student

MARKETINŠKA PRIPREMA POSLOVNOG
POTHVATA POKRETANJA PROIZVODNJE
BEZGLUTENSKE TJESTENINE

ZAVRŠNI RAD

Križevci, 2015.

REPUBLIKA HRVATSKA
VISOKO GOSPODARSKO UČILIŠTE U KRIŽEVCIMA

Nenad Batković, student

MARKETINŠKA PRIPREMA POSLOVNOG
POTHVATA POKRETANJA PROIZVODNJE
BEZGLUTENSKE TJESTENINE

ZAVRŠNI RAD

Povjerenstvo za ocjenu i obranu završnog rada:

| | |
|-------------------------------------|----------------------------|
| Mr.sc. Vlado Kušec, v.pred. | - Predsjednik povjerenstva |
| Mr.sc. Silvije Jerčinović, v.pred. | - Mentor povjerenstva |
| Dr.sc. Kristina Svržnjak, prof.v.š. | - Član povjerenstva |

Križevci, 2015.

SADRŽAJ:

| | |
|--|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. PREGLED LITERATURE | 2 |
| 3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA..... | 5 |
| 3. 1. SWOT analiza | 5 |
| 3.1.1 Snaga | 5 |
| 3.1.2. Slabosti | 5 |
| 3.1.3. Prilike | 6 |
| 3.1.4. Prijetnje | 6 |
| 3. 2. Analiza konkurencije..... | 6 |
| 3. 3. Analiza proizvoda..... | 7 |
| 3.3.1. Svojstva proizvoda..... | 7 |
| 3.3.2. Pakiranje i etiketiranje | 9 |
| 3.3.3. Marka proizvoda | 9 |
| 3.3.4. Određivanje cijene koštanja proizvoda | 9 |
| 3.3.5. Troškovi repromaterijala | 10 |
| 3.3.6. Analiza ciljanog tržišta..... | 11 |
| 4. MARKETINŠKA STRATEGIJA | 11 |
| 4.1. Marketinški ciljevi..... | 11 |
| 4.2. Financijski ciljevi | 12 |
| 4.3. Pozicioniranje proizvoda | 14 |
| 4.4. Marketing miks..... | 14 |
| 4.4.1. Proces proizvodnje bezglutenske tjestenine | 14 |
| 4.4.2. Kukuruzna krupica | 15 |
| 4.4.3. Voda | 15 |
| 4.4.4. Linija za proizvodnju bezglutenske tjestenine | 15 |
| 4.4.5. Proizvod..... | 23 |
| 4.4.6. Asortiman proizvoda | 24 |
| 4.4.7. Troškovi pakiranja | 25 |
| 4.4.8. Tržište prodaje..... | 26 |
| 4.4.9. Promocija | 26 |
| 4.4.10. Distribucija..... | 26 |
| 5. KONTROLA..... | 27 |

| | |
|--------------------|----|
| 6. ZAKLJUČAK | 28 |
| 7. LITERATURA..... | 29 |
| SAŽETAK..... | 29 |

1. UVOD

Ovaj rad obuhvaća sve elemente pripreme poslovnog pothvata za pokretanje proizvodnje bezglutenske tjestenine od marketinških planova, pokretanja proizvodnje, potrebnog postrojenja do finalnog proizvoda.

Proučavanjem tržišta te kontaktiranjem osoba povezanih s poslovima vezanim na proizvodnju bezglutenske tjestenine zaključeno je da suradnjom s educiranim i specijaliziranim partnerima posjedujemo relevantna znanja i vještine koji su od velike važnosti za pokretanje proizvodnje bezglutenske tjestenine.

Predmet ovog rada je prikazati poslovne pothvate za pokretanje proizvodnje bezglutenske tjestenine, prikazati financijske planove te najbitnije profitabilnost projekta.

Budući da Hrvatskoj nema evidentiranih proizvođača bezglutenske tjestenine, odlučeno je napraviti poslovni pothvat kako bi se svi koraci od poslovne ideje do finalnog proizvoda mogli proučiti u detalje te realizirati.

Cilj rada je napraviti detaljan plan za pokretanje proizvodnje bezglutenske tjestenine što uključuje istraživanje tržišta, potrebne financijske planove za kupnju postrojenja za proizvodnju bezglutenske tjestenine te najbitnije račun dobiti i gubitka.

Činjenicom da u Republici Hrvatskoj trenutno ne postoji registrirani i evidentirani proizvođač bezglutenske tjestenine (izvor informacije: www.celijakija.hr; Hrvatsko društvo za celijakiju), smatra se da pokretanjem proizvodnje iste hrvatskom, ali i europskom tržištu otvara mogućnost dostupnosti kvalitetnog, zdravstveno neophodnog, a korisnicima cijenom prihvatljivog proizvoda provjerenog podrijetla.

Bezglutenska tjestenina je proizvod koji ima veliku prednost u odnosu na danas češće korištenu glutensku prehranu. Bezglutenska hrana predstavlja budućnost prehrane radi lakše probavljivosti u prehrani ljudi, ujedno taj razlog je vrlo bitan za realizaciju ovog projekta. Svakim danom sve više ljudi prelazi djelomično ili potpuno na zdraviji način prehrane koji uključuje bezglutensku hranu.

Zbog mnogo faktora koji opravdavaju pokretanje proizvodnje bezglutenske tjestenine, navedena proizvodnja ima visoki stupanj isplativosti što je potkrijepljeno ovim radom.

2. PREGLED LITERATURE

Kukuruz (*Zea mays*) je jednogodišnja biljka porijeklom iz Srednje Amerike. Ima muške i ženske cvijetove raste od 1,5 do 2,4 metra. Kukuruz je igrao važnu ulogu pogotovo u narodima Srednje Amerike. U Europu je donijet 1493. a po nekim izvorima 1535. Na Balkanje stigao u 17. stoljeću. Korijen mu je žiličast, a stablo visoko i člankovito s odvojenim muškim i ženskim cvijetovima. Plod mu je klip sa zrnjem koje je uglavnom žuto ili bijelo. Također je uzgojen veliki broj raznih vrsta hibrida. Za vrijeme kuhanja ili pečenja kukuruza oslobađaju se molekule koje štite organizam od štetnog utjecaja slobodnih radikala. To povećava antioksidativnu moć kukuruza, pa on štiti od raka, bolesti srca, katarakte, Alzheimerove bolesti. (Piper, 1965). Kukuruz obiluje prehranbenim vlaknima koja snižavaju povišene razine kolesterola, folnom kiselinom što čuva krvožilni sistem, vitaminom B1 važnim za dobar rad mozga te ugljikohidratima koji nam daju brzo raspoloživu energiju. (Žeželj, 1995).

Bezglutenska tjestenina ubraja se u funkcionalnu hranu s obrazloženjem da uz osnovnu nutritivnu vrijednost ima i pozitivan utjecaj na opće zdravlje ljudi ili sudjeluju u smanjenju rizika razvoja pojedinih bolesti, u ovom slučaju bolesti celijakije. Celijakija je nepodnošljivost organizma na gluten - bjelančevinu koju sadrže u žitarice pšenica, raži, ječmu. Posljedica je tipična glutenska enteropatija zbog koje se umanjuje resorpcija hrane (<https://hr.wikipedia.org/wiki/Celijakija>). Celijakija je kronična bolest tankog crijeva od koje boluje do tri posto stanovništva, a najčešća je u odrasloj dobi. Posljedica je trajne nepodnošljivosti organizma na gluten, protein pšenice koji se nalazi i u ječmu, raži i zobi. Celijakiju nazivaju kameleonskom bolešću s tisuću lica, često je neprepoznata, a posljedice neliječenja mogu biti jako opasne. Osobe oboljele od celijakije trebaju se strogo pridržavati bezglutenske dijeta. Osobi oboljeloj od celijakije čak i mala količina glutena u hrani narušava zdravlje. Dok 10 mg glutena na dan oboljeli mogu podnijeti, 50 mg dnevno djeluje štetno. Gluten je sveprisutan i nalazi se u 70 posto industrijski proizvedenih prehranbenih proizvoda. Čak i namirnice koje prirodno ne sadrže gluten mogu biti njime zagađene. Krajnji potrošači bezglutenskih proizvoda od ponuđenog asortimana očekuju kvalitetan proizvod provjerenog bezglutenskog sastava po prihvatljivoj cijeni te provjerene kvalitete. Ujedno stvarajući lepezu proizvoda prvenstveno nam je u cilju stvoriti prepoznatljivu ambalažu visokokvalitetnog brendiranog izgleda. Sama promocija proizvoda planira se korištenjem nekoliko različitih izvora od kojih svakako prvi bude

promoviranje putem službenih stranica poduzeća, internet trgovine te službenih blog servisa poduzeća na kojima će postojeći i potencijalni klijenti moći razmjeniti mišljenja o proizvodu. Slijedeći pothvat bit će promoviranje putem društvenih mreža kojima se informacije šire velikom brzinom uz niske troškove promocije. Također će se informacija o dostupnim prodajnim lokacijama proizvoda redovito osvježavati na internet stranici poduzeća, internet stranici Hrvatskog društva za celijakiju www.celijakija.hr te ostalim raspoloživim medijima (tisak, TV i sl.). Posebnu pažnju u kreiranju poslovnih modela i planova vezanih za plasman inovativnih proizvoda ili usluga treba posvetiti istraživanju kupaca.

U Republici Hrvatskoj ne postoje proizvođači bezglutenske tjestenine (izvor informacije: www.celijakija.hr; Hrvatsko društvo za celijakiju), smatra se da pokretanjem proizvodnje hrane bezglutenskog sastava na hrvatskom, ali i europskom tržištu otvara mogućnost dostupnosti kvalitetnog, zdravstveno neophodnog proizvoda provjerenog sastava. Imati konkurentsku prednost znači ostvariti povoljniji industrijski položaj od svojih industrijskih suparnika i drugih tržišnih sudionika (Tipurić, 2012). Stoga je istraživanje ključan segment u stvaranju pozicije na tržištu. Bez dobre pripreme i informacija dobivenih istraživanjem tržišta ne bi trebalo izlaziti na tržište s novim proizvodima ili uslugama. U ovom završnom radu fokus je stavljen na objašnjenje metoda potrebnih za istraživanje tržišta s ciljem ulaska na nova tržišta s novim inovativnim proizvodima.

Poslovni plan je dokument koji sadrži cjelovito i potanko razrađeno obrazloženje o ulaganjima u posao s ocjenom očekivanih učinaka i varijantnih rješenja za različite situacije, što ih donosi buduće vrijeme” (“Poslovni plan poduzetnika”). Investicijski projekt ili poslovni plan, nije samo puka formalnost, već je temeljna okosnica svakog poduzetničkog pothvata, jer tek detaljnim i pažljivim planiranjem i analiziranjem svih detalja budućeg pothvata, može se uvidjeti da li je opravdano i realno pristupiti realizaciji ideje. (Perry, 2011) Dakle, poslovni plan se izrađuje kako bi se predvidjela buduća događanja i način prilagodbe poslovanja uvjetima u okruženju te da se smanji stupanj rizika, vremena i sredstava. Praksa je pokazala da je nemoguće sve unaprijed predvidjeti. No, to nije razlog da sve treba prepustiti slušaju. Što smo bolje predvidjeli buduće događaje i predvidjeli rješenja budućih problema, to su nam šanse za postizanje zacrtanih ciljeva veće. Iako se planovi najčešće izrađuju za potrebe banaka pri izdavanju poduzetničkih kredita, poslovni plan je najbitniji za samog poduzetnika, pošto se ispravnim

korištenjem metodologije izrada plana pomaže poduzetniku da razradi svoju ideju a ujedno se provjerava izvedivost i isplativost zamisli. Poslovni plan mora biti temeljen na nekoliko načela, mora biti lako čitljiv i razumljiv, da je orijentiran prema tržištu, a ne prema tehnologiji rada ili kapacitetu poduzetnika, da sadrži procjenu utjecaja konkurencije i da ima uvjerljivu i realnu razvojnu viziju. Najbitnije kod poslovnog plana je da mora dati odgovore na najbitnija pitanja tipa postoji li tržište za navedeni proizvod, da li su financijski podaci realni, kolika je sigurnost za povratom kredita. Ujedno poslovni plan mora sadržavati temeljne podatke o poduzetniku; čime se bavi, vlasnička struktura, podaci iz zadnjih financijskih izvješća. Prikaz proizvod i usluga, s čime je poduzetnik zastupljen na tržištu (novi proizvodi ili modifikacije), patenti , franšize i sl. Analiza prodajnog tržišta i konkurencija je približan opseg cjelokupnog tržišta u djelatnosti kojom se poduzetnik bavi, udio u tržištu, opis najvažnijih konkurenata - treba istaknuti prednosti i nedostatke u odnosu na konkurenciju. Ovdje je poželjno istaći razvojne trendove u gospodarskoj djelatnosti jer je za bankare jako bitna procjena što će biti s dotičnom gospodarskom granom u budućnosti; marketing strategija - na koji tržišni segment poduzetnik cilja, način oglašavanja, troškovi oglašavanja i politika cijena. Proizvodnja i distribucija su tehnički potencijali i sposobnosti poduzetnika, udovoljavanje propisanim standardima, način distribucije, servis i briga o kupcima. Financije obuhvaćaju ulaganja i izvore sredstava (financijska konstrukcija), očekivani poslovni rezultati. Podaci o menadžerskom timu – kvalitetni menadžeri su jamstvo uspjeha. Smisao svakog poslovanja je zadovoljavanje nečijih potreba. U tom smislu treba planirati sve sastavnice poduzetničkog pothvata. Važno je razumjeti tržište, što tržište traži, kakve su navike i potrebe kupaca, kupovna moć, spremnost na kupnju, tehnološke mogućnosti, znanje i iskustvo poduzetnika, materijalne mogućnosti za osiguranje suvremene opreme, ljudski potencijali, vještine i znanja ljudi uključenih u proces. Organizacija poslovanja mora biti u funkciji optimalnog poslovanja, odnosno ostvarivanja definiranih ciljeva (Sutton, 2012).

Gledajući istraživačke metode, ovaj rad je baziran primarno na kvalitativnoj istraživačkoj metodi koja je po svojoj logici i prirodi otvorena i svrha joj je dublji uvid i razumijevanje istraživanih problema, u ovom slučaju problema nedostatka proizvođača bezglutenske tjestenine. U ovom radu proučavati će se proces analize marketinške okoline poduzeća u svrhu determiniranja smjernica za kvalitetno planiranje kroz detaljno istraživanje tržišta odnosno marketinške okoline, a u smislu postizanja konkurentne prednosti.

3. REZULTATI ISTRAŽIVANJA

U ovom radu objašnjena je proizvodnja tjestenine na industrijskoj razini.

Obzirom da je gluten bjelančevina koja se nalazi u sjemenkama, odnosno žitaricama koje su neizostavan dio svakodnevne konzumacije tržišna potražnja za proizvodima bez glutena opravdava investiciju u pokretanje proizvodnje bezglutenske tjestenine.

Namirnice koje se koriste u proizvodnji bezglutenske tjestenine su ograničene od kojih je izdvojeno kukuruz, riža, heljda, amarant, proso i soja. Ove kulture ne smiju doći u kontakt s glutenom radi mogućnosti za kontaminiranjem. Ostale vrlo važne sirovine u bezglutenskoj prehrani su grahorice, guar guma te krumpirov škrob.

3. 1. SWOT analiza

3.1.1 Snaga

Prilikom pokretanja proizvodnje bezglutenske tjestenine dobro je spomenuti da je ova proizvodnja inovacija na području Republike Hrvatske s obzirom da trenutno ne postoji evidentirani proizvođač u Hrvatskoj.

Trenutni proizvodi koji se nalaze u prodaji na području Republike Hrvatske su proizvodi stranih proizvođača koji imaju visoku prodajnu cijenu te time potrošači rijede kupuju bezglutensku vrstu hrane.

Kao najveću snagu valja navesti velike proizvodne kapacitete koji mogu u vrlo kratkom roku proizvesti dovoljne količine proizvoda bezglutenskog sastava te opskrbiti tržište visokokvalitetnim proizvodima.

Zadnjih nekoliko godina bezglutenska prehrana je tabu tema što također ovaj proizvod podiže na višu razinu prodajne liste prehrambenih artikala.

3.1.2. Slabosti

Kad se govori o slabostima prilikom pokretanja proizvodnje mora se naglasiti nedotatak kvalitetnih glavnih sastojaka za proizvodnju bezglutenske tjestenine.

U Hrvatskoj ponuda sastojaka za proizvodnju bezglutenske tjestenine je smanjena; od svih vrsta bezglutenskih žitarica za proizvodnju dobavljiva je samo kukuruzna krupica dok se ostale moraju uvoziti iz susjednih zemalja.

3.1.3. Prilike

Sagledavajući pokretanja proizvodnje bezglutenske tjestenine na području Republike Hrvatske, navedena proizvodnja prvenstveno je inovacija s obzirom da nema evidentiranih proizvođača bezglutenske tjestenine na ovim područjima.

Kao drugu priliku mora se naglasiti prilično visoke cijene uvoznih konkurentskih proizvoda te s tog aspekta gledano postoji velika prilika za većim profitom od očekivanog. Također treba naglasiti da još uvijek većina trgovačkih centara nema u svojoj ponudi dovoljno velik ili uopće nema asortiman proizvoda bez glutena.

Kukuruzna tjestenina se lakše se probavlja nego pšenična te je time u prednosti nad proizvodima glutenskog sastava.

Hrvatska ima velike poljoprivredne površine te je u mogućnosti proizvesti dovoljne količine kvalitetnog zrna kukuruza ekološkog tipa proizvodnje.

3.1.4. Prijetnje

Jedna od prijetnji je tržišni udio proizvoda bezglutenskog sastava uvoznog proizvođača koje trenutno popunjava police nekih trgovačkih centara.

Također kao prijetnju može se smatrati trenutno loše ekonomsko stanje u Hrvatskoj i svijetu.

U koliko će biti potrebe za nabavkom sirovina iz stranih zemalja to može stvarati dodatne prijetnje koje se mogu manifestirati kao povećanje troškova gotovog proizvoda te ujedno i slabijom mogućnošću za konkuriranjem cijenom te kontroliranjem kvalitete glavne namirnice potrebne za proizvodnju tjestenine.

3. 2. Analiza konkurencije

Proučavajući konkurentska poduzeća koja svoje proizvode distribuiraju i prodaju na području Republike Hrvatske dolazi se do zaključaka da su cijene njihovih proizvoda prilično visoke za standarde građana Hrvatske. Također je za napomenuti da je asortiman konkurentskih poduzeća prilično mali i trenutno slabo zastupljen u većini trgovačkih centara i malih trgovina.

Konkurencijski proizvodi pakirani su u PVC vrećice koje svojim izgledom ne djeluju prvoklasno. Na samom proizvodu točnije fusillima vidljivo je da su proizvedeni na

strojevima starijeg datuma proizvodnje, time i starijom tehnologijom koja se uočava na kvaliteti proizvoda te samom izgledu fusilla.

3. 3. Analiza proizvoda

3.3.1. Svojstva proizvoda

Proizvodi koji sadrže manje od 20mg glutena po 1 kilogramu, mogu nositi oznaku "bez glutena", dok proizvodi koji sadrže od 20 do 100mg glutena na 1 kg, označavaju se kao proizvodi s "vrlo malim sadržajem glutena". Pravilnik propisuje da se sastojci moraju proizvoditi na način da ne mogu doći u dodir, tj. da se ne mogu kontaminirati s pšenicom, raži, ječmom, zobi ili njihovim hibridnim vrstama.

Europska regulativa propisuje jednaki omjer glutena po kilogramu dokumentom koji se naziva Codex Alimentarius.

Tablica 1. Europska regulativa o količinskom udjelu glutena u proizvodima

| <i>Područje uporabe</i> | <i>Sastav</i> | <i>Oznaka na proizvodu</i> |
|---|----------------------|---|
| <i>Dijetetski proizvodi namjenjeni osobama intolerantnim na gluten</i> | 20 mg glutena/kg | "bez glutena" - gluten – free |
| | 20-100 mg glutena/kg | "vrlo mali sadržaj glutena" - "very low gluten" |
| <i>Ostali proizvodi:</i> - hrana za opću konzumaciju; - hrana za posebne prehrambene potrebe koja nije posebno proizvedena za prehranu oboljelih s intolerancijom na gluten | < 20 mg glutena/kg | "bez glutena" - gluten –free |

Izvor: Internet stranica <http://www.pretti.hr/index.php?opt=content&id=17&lang=hr>

Tjestenina bezglutenskog sastava najčešće je napravljena od kukuruza, ali moguće je i proizvesti od rižinog brašna.

Obzirom da je nužno osigurati čistoću sirovine i finalnog proizvoda, tvornice koje proizvode bezglutenske proizvode isključivo se koncentriraju na proizvodnju bezglutenskog prehrambenog asortimana. Takva postrojenja ujedno sadrže i laboratorije za ispitivanje kontrole kvalitete poput:

- ELISA - analiza glutena u sirovini i gotovom proizvodu
- PCR - analiza alergena
- Mikrobiološka analiza proizvoda
- Mikrobiološka analiza okoline

Takve analize osiguravaju da je sirovina potpuno čista te da finalni proizvod jamči sigurnost za konzumaciju od osoba oboljelih od celijakije ili glutenske osjetljivosti. Povrh toga, kvalitetu jamče i ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, HACCAP i BRC globalni standard sustavi upravljanja sigurnošću hrane, kvalitete proizvodnje/proizvoda i zaštite okoliša.

Međunarodna oznaka bezglutenskih proizvoda je prekriveni klas žita.

Ova oznaka jamči sigurnost i vjerodostojnost proizvoda koji sadrži manje od 20mg glutena na 1 kilogram.



Slika 1. Međunarodna oznaka bezglutenskih proizvoda

Izvor: Internet stranica <http://www.pretti.hr/index.php?opt=content&id=17&lang=hr>

3.3.2. Pakiranje i etiketiranje

Ambalaža namijenjena za pakiranje tjestenina bila bi jednoslojna PP folija debljine 40 mikrona koja bi se umetala u kvadratne dugoljaste kartonske kutije sa prozirnim PVC prozorom kroz koji bi se vidio proizvod. Sa prednje strane iznad prozorčića bio bi naziv proizvoda uočljivim podebljanim fontom, dok bi ispod prozorčića pisalo "bezglutenska tjestenina" te na dnu ambalaže QR kod za lakše saznavanje informacija o proizvodu i proizvođaču putem smartphona. Sa stražnje strane kutije bio bi naziv proizvođača te ostali potrebni detalji poduzeća, ispod čega bi bilo u višejezičnoj tablici izražena energetska vrijednost za 100 g proizvoda.

Ambalaža bi bila svjetlo zelene boje sa prijelazima sa svjetlije nijanse na bijelu, dok bi nazivi proizvoda te ostali tekstovi bili crne te sive boje.

3.3.3. Marka proizvoda

S obzirom na prilično široki spektar proizvoda, ambalaža bi bila prilagođena svakoj vrsti proizvoda na unikatan i prepoznatljiv način doličan pojedinom proizvodu.

Proizvod tjestenine "svrdla" imao bih na kutiji ispod prozorčića sa prednje strane u tehnici suhog tiska utisnut oblik tjestenine svrdla, svaki oblik tjestenine bi na ambalaži uz odgovarajući natpis naziva tjestenine imao i suhi žig oblika tjestenine pored kojeg bi istom tehnikom bio utisnut naziv vrste tjestenine te naziv "bezglutenska tjestenina" Brailleovim pismom kako bi slijepe osobe mogle prepoznati naš proizvod.

3.3.4. Određivanje cijene koštanja proizvoda

Projekcija indikativnog iznosa prihoda procjenjuje se na osnovu kapaciteta proizvodnje. Procjena mjesečnog i godišnjeg kapaciteta proizvodnje temeljena je na kapacitetu proizvodnje proizvodnog pogona. Cijena je formirana na osnovu nastalog troška u proizvodnji te iznosa marže. Izražena cijena je veleprodajna.

Shodno navedenom planira se mjesečna proizvodnja mase 140 tona tjestenine propisanih karakteristika (13% vlage), odnosno godišnja mase 1.680 tona.

Tablica 5. Prikaz predviđenog prihoda od prodaje gotovog proizvoda

| <i>Period</i> | <i>Kapacitet proizvodnje izražen u tonama</i> | <i>Kapacitet proizvodnje izražen u kilogramima</i> | <i>HRK/kg</i> | <i>Ukupno/HRK</i> |
|-----------------|---|--|---------------|----------------------|
| <i>Mjesečno</i> | 140,00 | 140.000,00 | 30,00 | 4.200.000,00 |
| <i>Godišnje</i> | 1.680,00 | 1.680.000,00 | 30,00 | 50.400.000,00 |

Izvor: Vlastiti izračun

Sukladno predviđenom kapacitetu proizvodnje (mjesečno 140 tona, te godišnje 1.680 tona) određuje se mjesečni prihod od prodaje u iznosu od 4.200.000,00 kn, te godišnji prihod od prodaje u iznosu od 50.400.000,00 kn. Navedeni prihod predviđen je po prodajnoj cijeni kilograma gotovog proizvoda u iznosu od 30,00 kn što je kupcima ovog proizvoda izuzetno prihvatljiva i pristupačna cijena.

Procjena ostvarenja prihoda rezultira pozitivnom ocjenom visoke profitabilnosti ovog prehrambenog proizvoda.

3.3.5. Troškovi repromaterijala

Nabava se po ovom projektu odnosi na nabavku inputa u procesu proizvodnje. Troškovi koji nastaju nabavljanjem istoga te zavisni troškovi navedeni su u tablici 6.

Tablica 6. Troškovi nabave

| <i>Stavka troška</i> | <i>Mjerna jedinica</i> | <i>Jedinična cijena/HRK</i> | <i>Mjesečne potrebe/t</i> | <i>Mjesečni trošak/HRK</i> | <i>Godišnji trošak/HRK</i> |
|----------------------------|------------------------|-----------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <i>Brašno</i> | kg | 4,00 | 140.000,00 | 560.000,00 | 6.720.000,00 |
| <i>Voda</i> | paušal | 5.000,00 | 1 | 5.000,00 | 60.000,00 |
| <i>Električna energija</i> | paušal | 20.000,00 | 1 | 20.000,00 | 240.000,00 |
| UKUPNO | | | | 585.000,00 | 7.020.000,00 |

Izvor: vlastiti izračun

Obzirom da sastav proizvoda bezglutenske tjestenine čine samo dva sastojka (bezglutensko brašno-kukuruzna krupica i voda) u kalkulaciju troškova nabave povezanih s proizvodnjom uračunati se može trošak električne energije u paušalnom iznosu.

3.3.6. Analiza ciljanog tržišta

Prvo valja napomenuti da ova vrsta proizvoda ima svoju tržišnu nišu što olakšava posao oko traženja jednog dijela kupaca te predstavljanje na tržištu. Prvotni profil kupaca kojima bi proizvod bio predstavljen kako inovacija bio bi krug oboljelih od celijakije koji bi se prvi kontaktirali samim početkom proizvodnje tjestenine.

Kao ciljno tržište određeno je da se prve godine pridobiti kupce sa područja Hrvatske dok bi slijedeće godine promociju te tržište širili na susjedne zemlje.

Određena cijena proizvoda bit će prihvatljivija u odnosu na konkurentske proizvode te se time dobiva dio tržišta koji koriste tu vrstu proizvoda.

4. MARKETINŠKA STRATEGIJA

Dio udjela na tržištu s obzirom na trenutne proizvode sličnog sadržaja koji je trenutno na raspolaganju kupcima je vrlo mali udio što nam kao jedinom poduzeću u Hrvatskoj daje veliku prednost te odskočnu dasku za ulazak na tržište punim proizvodnim kapacitetom.

Pretpostavlja se da ulaskom na tržište Hrvatske postoji velika prilika zavladati vodstvom nad konkurentskim proizvodima u periodu manjem od godine dana.

4.1. Marketinški ciljevi

Ka ostvarenju marketinških ciljeva kretalo bi se slijedećim pristupnim načinom, točnije potpisivanjem ugovora o suradnji sa većim trgovačkim centrima nastojalo bi se nižim cijenama od konkurentskih pristupiti tržištu. Nakon tog koraka radilo bi se na provjerenoj visokoj kvaliteta proizvoda te da ne pada porastom proizvodnje već da konstantno bude visoka te bolja od konkurentske.

Daljnijim marketingom nastojalo bi se isprezentirati proizvod na najkvalitetniji mogući način te tako pristupiti većini željenih kupaca.

Nakon osvajanja hrvatskih krugova potrošača iste postupke osvajanja tržišta usmjerili bi na susjedne zemlje, prvotno članice EU radi lakše distribucije.

4.2. Financijski ciljevi

Projekcija računa dobiti i gubitka u prvoj godini poslovanja predviđa se tablicom 2.

Tablica 2. Projekcija računa dobiti i gubitka

| BR. | OPIS | 2015./HRK |
|------------|-----------------------------|----------------------|
| A | UKUPNI PRIHOD | 50.496.000,00 |
| <i>1</i> | Materijalni troškovi | 9.372.000,00 |
| <i>2</i> | Vanjske usluge | 240.000,00 |
| <i>3</i> | Troškovi osoblja | 539.136,00 |
| <i>4</i> | Amortizacija | 282.877,20 |
| <i>5</i> | Ostali troškovi | 60.000,00 |
| <i>6</i> | Kamate na kred. (4%) | 11.704,72 |
| B | UK. RASHODI | 10.505.717,92 |
| C | NEOPOREZ.DOB. | 39.990.282,08 |
| D | POREZ(20%) | 7.998.056,42 |
| E | DOBIT | 31.992.225,66 |

Izvor: Vlastiti izračun

Projekcija računa dobiti i gubitka za poduzeće u prvoj godini poslovanja predviđa ukupne prihode u iznosu od 50.496.000,00 kn, te ukupne rashode u iznosu od 10.505.717,92 kn. Iznos neoporezive dobiti predviđa se u iznosu od 39.990.282,08 kn od čega propisana stopa poreza na dobit iznosi 7.998.056,42 kn, a krajnji poslovni rezultat prve financijske godine poslovanja iznosi 31.992.225,66 kn.

Pokazatelji profitabilnosti projekta kreirani na osnovu predviđene projekcije računa dobiti i gubitka predočeni su tablicom 3.

Tablica 3. Pokazatelji profitabilnosti

| OPIS | POKAZATELJ |
|------------------------------|---|
| Profitabilnost | |
| <i>Profitna marža (neto)</i> | Dobit poslije poreza / Ukupni prihodi $31.992.225,66/50.496.000,00 = 0,6335$ |
| <i>Povrat na imovinu</i> | Dobit poslije poreza / Ukupna imovina $31.992.225,66/4.611.272/60 = 6,9378$ |
| <i>Povrat na kapital</i> | Dobit poslije poreza / Kapital $31.992.225,66/20.000,00 = 1599,6112$ |

Izvor: Vlastiti izračun

Sukladno predviđenoj projekciji računa dobiti i gubitka u prvoj godini poslovanja predviđa se visoka stopa povrata na imovinu (6,9378) te povrat na (trenutni) kapital poduzeća (1599,6112) što ovaj projekat ocjenjuje visokom stopom profitabilnosti.

Pokazatelji efikasnosti i uspješnosti predviđaju se sukladno izračunu predstavljenom u tablici 4.

Tablica 4. Pokazatelji efikasnosti i uspješnosti

| OPIS | POKAZATELJ |
|--|--|
| <i>Rentabilnost ukupno uložениh sredstava</i> | neto dobit / visina investicije $= 31.992.225,66 / 5.482.200,60 = 5,8356$ |
| <i>Obrtaj ukupno uložениh sredstava</i> | ukupni prihod / visina investicije $= 50.496.000,00 / 5.482.200,60 = 9,2108$ |
| <i>Reprodukcijсka sposobnost</i> | (neto dobit + amortiz.) / visina investicije $= 31.992.225,66+282.877,20 / 5.482.200,60 = 5,8872$ |
| <i>Rentabilnost prometa</i> | neto dobit / ukupan prihod $= 31.992.225,66/ 50.496.000,00 = 0,6335$ |
| <i>Investicijsko opterećenje po zaposlenom</i> | visina investicije / broj zaposlenih $= 5.482.200,60 / 9 = 609.133,4$ |

Izvor: Vlastiti izračun

Analiza pokazatelja efikasnosti i uspješnosti pokazuje, da je poslije investicijskog ulaganja u ovaj projekt, vrijednost svih pokazatelja pozitivna.

Temeljem gornjih statističkih pokazatelja ovo ulaganje ocjenjuje se opravdanim.

4.3. Pozicioniranje proizvoda

Bezglutenska tjestenina nije samo proizvod namijenjen oboljelima od celijakije, već bezglutenska tjestenina je fina i laka za pripremu. Proizvod bezglutenskog sastava je proizvod široke primjene kvalitetnijeg hranjivijeg sastava, boljih prehrambenih odlika te zdraviji od hrane koja sadrži gluten.

4.4. Marketing miks

Marketing miks uključuje aspekte i strategije marketinga koje management koristi za sticanje konkurentske prednosti. Najčešće se izražava u obliku konceptualnog obrasca koji obuhvaća određeni broj elemenata marketinga kao što su: proizvod, cijena, promocija i distribucija. Ovi elementi predstavljaju varijabile marketinga koje poduzeće može kontrolirati.

4.4.1. Proces proizvodnje bezglutenske tjestenine

Bezglutenska tjestenina proizvedena je od kukuruzne krupice koja pomiješana s vodom daje smjesu od koje specijalne sprave oblikuju tjesteninu u željene oblike nakon čega slijedi sušenje.

Proces proizvodnje bezglutenske tjestenine ima nekoliko faza proizvodnje. Prava faza je stvaranje homogene smjese kukuruzne krupice i vode, koja se nakon što se dobro promiješa u miješalici prebacuje u stroj za izradu tjestenine. Razni oblici kalupa za proizvodnju različitih vrsta tjestenine smješteni su ispod preše koja istiskuje smjesu kukuruzne krupice i vode prema otvorima iz kojih izlazi tjestenina koju režu kružne oštrice na određenu duljinu.

Sve kratke vrste tjestenine režu se i spuštaju na pokretne trake koje vode kroz predsušaru, stroj koji sprječava da se tjestenina poljepi, u predsušarama se tjestenina ne zadržava već se pokretnim trakama vodi u kašete u kojima se sakuplja određena količina tjestenine koje se zatim stavljaju u sušaru čime se završava proces proizvodnje bezglutenske tjestenine.

4.4.2. Kukuruzna krupica

Prirodno bezglutenska brašna poput kukuruznog i rižinog ne sadrže aditive niti sredstva protiv zgrušavanja, niti su dodatno industrijski rafinirana. Kao dodatak za dobivanje elasticiteta te boljoj strukturi tjesta, u kukuruznu krupicu se može dodavati škrob tapioke i xanthan guma. (*dr Milorad Piper i sur. 1965.*)

Kukuruzna krupica namijenjena proizvodnji bezglutenske tjestenine kao jamstvo sigurnosti proizvoda ima znak prekriženog klasa kao i zeleni pečat koje dodjeljuje talijansko ministarstvo zdravlja svim bezglutenskim proizvodima koji su sigurni i testirani na gluten te kao takva se može koristiti u proizvodnji.

4.4.3. Voda

Voda koja se koristi u proizvodnji tjestenina mora odgovarati standardima vode za piće. Priprema vode se sastoji u njenom temperiranju da bi se dobila željena temperatura tjesta pri zamjesu. Voda za zamjes može biti različitih temperatura (30, 60 ili 80°C). (*V. Korać, 1978.*)

4.4.4. Linija za proizvodnju bezglutenske tjestenine

Linija za proizvodnju bezglutenske tjestenine sastoji se od više strojeva različite namjene koji su spojeni u liniju kako bi krug proizvodnje bio zatvoren.

Početni dio stroja je automatski spiralni dozator za brašno čija je namjena podizanje brašna iz spremnika putem fleksibilnog transportera do centrifugalne miješalice.



Slika 2. Automatski spiralni dozator-elevator ALC 450 za brašno / krupicu

Izvor: Internet stranica <http://www.italpast.it/>

Slijedeći dio linije za proizvodnju bezglutenske tjestenine je ekstruder miješalica čija je uloga proizvodnja smjese krupice i vode.



Slika 3. Italpast extruder mod. MAC 220 VRO/V VACUUM

Izvor: Internet stranica <http://www.italpast.it/>

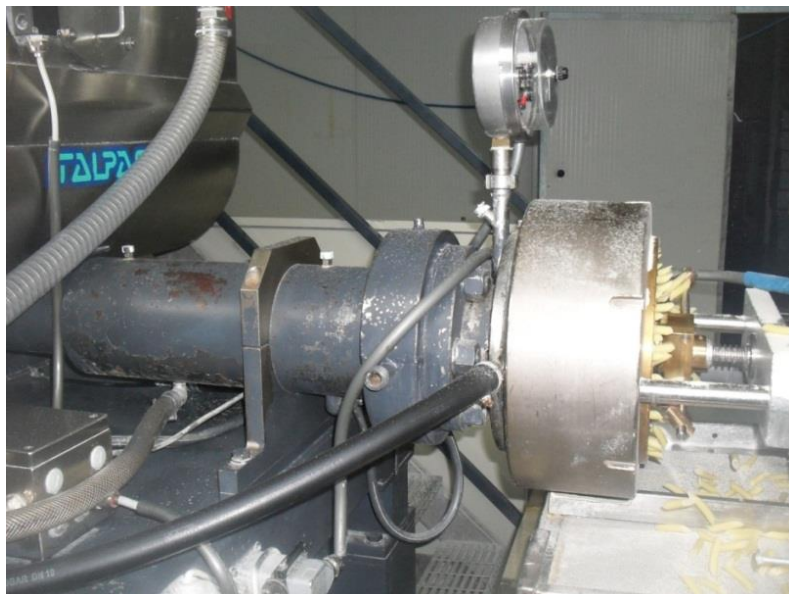
Dio miješalice je sklop koji ima funkciju izvlačenja zraka iz zamijesa tijesta u fazi njegovog miješanja u spremniku miješalice.



Slika 4. Oprema za vakuumiranje tjestenine uz ekstruder MAC 220

Izvor: Internet stranica <http://www.italpast.it/>

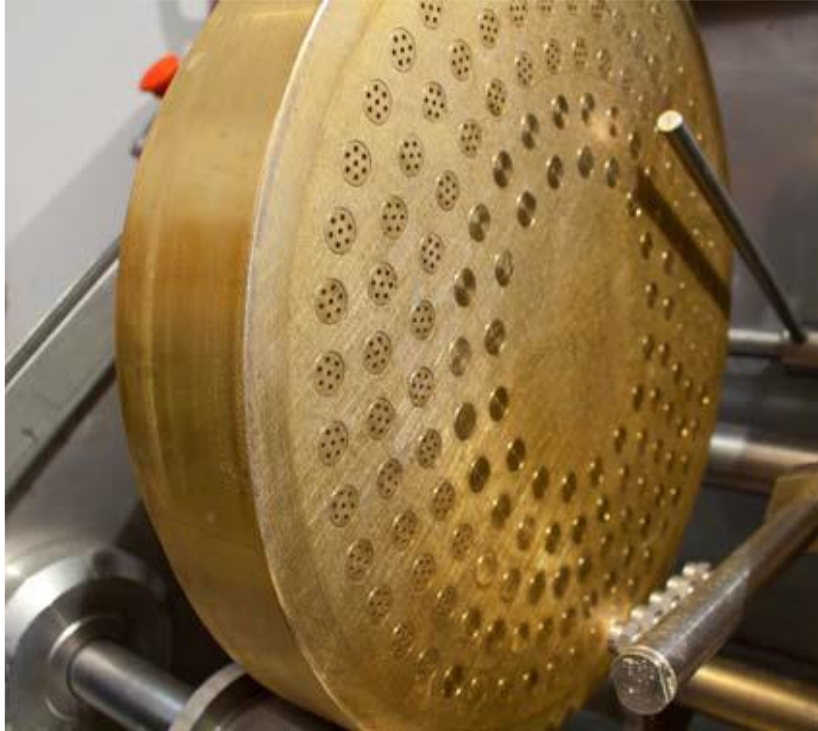
Dio ekstrudera je oprema namijenjena za izuzimanje topline sa cilindra koja se tijekom proizvodnje razvija.



Slika 5. Zatvoreni sustav automatskog hlađenja cilindra ekstrudera mod. KRA 19

Izvor: Internet stranica <http://www.italpast.it/>

Kalupi su glavni dio stroja namjenjen za profiliranje kratke tjestenine, a sačinjeni su od specijalno otpornih materijala na visoke pritiske tzv. BRAL, a površina preko koje sjekači režu tjesteninu je dodatno kromirana.



Slika 6. Kalupi za mod. ekstrudera MAC 220 - izvedba sa teflonom – mm 200

Izvor: Internet stranica <http://www.italpast.it/>

Stroj koji se nadovezuje na glavni dio stroja koji proizvodi tjesteninu je stroj namijenjen za skupljanje i slaganje tjestenine na ramice/okvire. Tjestenina koja kontinuirano izlazi iz pred-sušare ovaj stroj automatski skuplja i slaže na ramice.



Slika 7. Automatski stroj za punjenje ramica mod. MT
Izvor: Internet stranica <http://www.italpast.it/>

Pred-sušara je vrlo bitan stroj u procesu proizvodnje a namijenjen je za termičko tretiranje svježe-kratke tjestenine, punjene tjestenine i tjestenine za juhe.



Slika 8. Pred-sušara mod. TP 200/5 E-P
Izvor: Internet stranica <http://www.italpast.it/>



*Slika 9. Pred-sušara mod. TP 200/5 E-P
Izvor: Internet stranica <http://www.italpast.it/>*

Komorna sušara je zadnji dio linije za proizvodnju tjestenine u kojemu se odvija sušenje tjestenine do finalne faze nakon koje se tjestenina pakira.



Slika 10. Komorna sušara za tjesteninu model EAC 180 – E C - elektro zagrijavanje

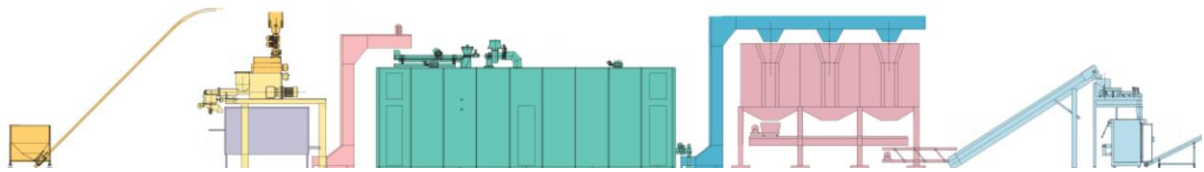
Izvor: Internet stranica <http://www.italpast.it/>

Pakiranje lako sipkih proizvoda poput kratke tjestenine pakira se u vrećice formirane iz folije u roli, a odvija se na pakirki koja je ujedno i zadnja faza proizvodnje.



Slika 11. Automatski stroj za pakiranje

Izvor: Internet stranica <http://www.italpast.it/>



Slika 12. Izgled kompletiranog pogona

Izvor: Internet stranica <http://www.italpast.it/>

4.4.5. Proizvod

Tjestenina je izraz koji se koristi za hranu napravljenu od čvrstog beskvasnog tijesta izraženog u različitim oblicima te najčešće prgotovljenog u kipućoj vodi. Bezglutenska tjestenina se pretežno izrađuje od kukuruznog brašna, no poznate su i različite varijacije s brašnom drugih namirnica poput riže, heljde, amaranta, prosa i soje.

Tjestenina se često upotrebljava zato što je priprema vrlo jednostavna i brza, jer se brzo kuha i ne zahtjeva puno pripreme, što je u današnje vrijeme kad je sve oko nas užurbano vrlo bitno. Osim toga, vrlo je zdrava i osigurava nužne hranjive sastojke, vlakna i što je možda i najbitnija njezina odlika, ugljikohidrate za energiju.

Danas je tjestenina privilegija bogatih i siromašnih koju zbog lake probavljivosti (u organizmu) konzumiraju i bolesni i zdravi. Prihvaćaju je na isti način i makrobiotičari i vegetarijanci, gurmani i sladokusci.

U ovom radu objasniti će se proizvodnja tjestenine na industrijskoj razini te prikazati kinetika sušenja tjestenine.

Tjestenina je proizvod dobiven miješanjem i oblikovanjem usitnjenog kukuruznog zrnja s vodom. Sušena tjestenina spada u onu skupinu namirnica koja je neizmjerljivo raznolika, prirodna i nadasve praktična te ju je kao takvu vrlo lako i jednostavno uskladiti sa gotovo svim mogućim sastojcima. Možemo je dakle upotrijebiti u juhama, za spravljanje predjela, kao priloge raznim vrstama glavnih jela, salata, zakuski pa i slastica. Najpoznatije vrste sušene tjestenine su: sitna tjestenina (krpice, kašica, pastina, orzo), pločasta tjestenina (lazanje i cannelloni), farfalle (leptirići ili mašnice), chonchiglioni (školjkice), penne rigate (pera), glatke penne, eliche ili fusilli – spiralice, tagliatelle (široki rezanci koji su namotani u klupko ili rastreseni), cappelletti (u prijevodu bi bili ‘punjeni šeširići’), rotelle (tjestenina u obliku kotačića), tanki rezanci za juhu (toliko su tanki da ih se može upotrebljavati isključivo u juhama, mogu biti pločaste, plosnate ili pak okruglaste strukture).

4.4.6. Asortiman proizvoda

Asortiman tjestenine koje se planiraju proizvoditi su isključivo kratke tjestenine u raznim oblicima od kojih izdvajamo kratka svrdla, pužiće, male pužiće, surlice te nekoliko opcija dječje tjestenine.



Slika 13. Svrdla

Izvor: Internet stranica <http://www.italyada.net/makarna-sekilleri-4011/>



Slika 14. Pužići

Izvor: Internet stranica <http://www.marodi.com/proizvod/srednji-puzici/>



Slika 15. Mali pužići

Izvor: Internet stranica <http://www.marodi.com/proizvod/mali-puzici/>



Slika 16. Šurlice

Izvor: Internet stranica <http://www.marodi.com/proizvod/surlice-sa-svjezim-jajima/>



Slika 17. Dječja tjestenina

Izvor: Internet stranica <http://www.food-info.net/hr/products/pasta/shapes.htm>



Slika 18. Dječja tjestenina

Izvor: Internet stranica <http://www.food-info.net/hr/products/pasta/shapes.htm>

4.4.7. Troškovi pakiranja

Pakiranje gotovog proizvoda sušene bezglutenske tjestenine odrađivat će se u nastavku proizvodnog pogona, odnosno isti bi se nastavljao na njega čime se postiže visoka razina kontroliranih uvjeta proizvodnje i pakiranja prehrambenog proizvoda. Predviđeni troškovi pakiranja definiraju se po jedinici proizvoda, odnosno po paketu mase 250 grama, čime se jedan kilogram proizvedene sušene bezglutenske tjestenine pakira u četiri paketića gotovog proizvoda spremnog za daljnju distribuciju i plasman na tržište.

Trošak pakiranja predviđa se u sljedećim iznosima tablicom 7.

Tablica 7. Troškovi pakiranja

| <i>Stavka troška</i> | <i>Mjesečna proizvodnja/t</i> | <i>Faktor umnoška</i> | <i>Jedinična cijena/HRK</i> | <i>Mjesečni trošak/HRK</i> | <i>Godišnji trošak/HRK</i> |
|----------------------|-------------------------------|-----------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| <i>Pakiranje</i> | 140.000,00 | 4 | 0,35 | 196.000,00 | 2.352.000,00 |
| UKUPNO | | | | 196.000,00 | 2.352.000,00 |

Izvor: vlastiti izračun

Predviđanje troškova pakiranja gotovog proizvoda temelji se na količini mjesečne, odnosno godišnje proizvodnje, dok se cijena odnosi na jedinični paketić mase 250 grama u iznosu od 0,35 kn.

4.4.8. Tržište prodaje

Prodaja proizvoda usmjerit će se prvenstveno preko velikih trgovačkih lanaca kako bi proizvod bio dostupniji širokoj lepezi kupaca. Također će se informacija o dostupnim prodajnim lokacijama proizvoda redovito osvježavati na internet stranici poduzeća, internet stranici Hrvatskog društva za celijakiju (www.celijakija.hr) te svim ostalim raspoloživim medijima (tisak, TV, slč.).

4.4.9. Promocija

Govoreći o promociji prvenstveno nam je u cilju stvoriti prepoznatljivu ambalažu visokokvalitetnog brendiranog izgleda. Sama promocija proizvoda planira se korištenjem nekoliko različitih izvora od kojih svakako prvi bude promoviranje putem službenih stranica poduzeća, internet trgovine te službenih blog servisa poduzeća na kojima će postojeći i potencijalni klijenti moći razmjeniti mišljenja o proizvodu.

Slijedeći pothvat bit će promoviranje putem društvenih mreža kojima se informacije šire velikom brzinom uz niske troškove promocije. Također će se informacija o dostupnim prodajnim lokacijama proizvoda redovito osvježavati na internet stranici poduzeća, internet stranici Hrvatskog društva za celijakiju www.celijakija.hr te ostalim raspoloživim medijima (tisak, TV i sl.).

4.4.10. Distribucija

Prodaja proizvoda usmjerit će se prvenstveno indirektno putem velikih trgovačkih lanaca te njihovih veleprodajnih logističkih centara kako bi proizvod bio dostupniji širokoj lepezi kupaca.

Jedan od mogućnosti kupovine proizvoda biti će direktna kupovina putem internet trgovine poduzeća, a dostava kurirskim službama na kućnu adresu kupca te kao takav ovaj način kupovine smatramo vrlo efikasnim.

5. KONTROLA

Sama proizvodnja kontrolirat će se svakodnevno, kvaliteta proizvoda je na prvom mjestu te je iz tog razloga u ovom radu za proračune je uzimana srednja količina kapaciteta proizvodnje stroja, što znači da postoji mogućnost proizvodnje i veće količine visokokvalitetnih proizvoda.

Mjesečne kontrole statistički će se voditi kontrola proizvodnje za svaki radni dan. Kontrole kvalitete te kapaciteta proizvodnje vodit će zaposleni tehnolog koji će svojim znanjem u svakom trenutku znati prepoznati pad kvalitete proizvoda zbog loših namirnica ili sličnih razloga.

6. ZAKLJUČAK

Iz ovog rada vidljivo je što je potrebno kako bi se napravio kvalitetni poslovni plan, koji su koraci kojih se treba držati kako bi poslovni plan bio uspješan.

Također u poslovnom planu se opisuju i moguće pogreške koje mogu nastati u procesu pisanja istog. Svaki marketinški pothvat poslovnog plana u sebi sadrži SWOT analizu po kojoj se svaki poslovni plan može isčitati na prvu kao isplativa ili neisplativa investicija.

Ovaj projekt je vrlo isplativ i profitabilan, mnogo je faktora prednosti koji nam daju zeleno svjetlo za pokretanje proizvodnje bezglutenske tjestenine.

Bezglutenska hrana je budućnost prehrane te kao takva uvijek će imati svoje mjesto na tržištu. Zadnjih nekoliko godina sve više se govori o bezglutenskoj hrani koje uvelike manjka na policama Hrvatskih trgovina prehrambenih artikala.

7. LITERATURA

Knjige i časopisi:

1. Benko N. i sur., (1999), Benchmarking u strategiji marketinga, Mate, Zagreb
2. Piper, m. i sur., (1965): Kukuruz, Zadružna knjiga, Beograd
3. Žeželj, M., (1995), Tehnologija žita i brašna – knjiga I, Tehnološki fakultet i Zavod za tehnologiju žita, Novi Sad
4. Perry, V. (2011), Pisanje poslovnog plana, seminar-radionica, International Rescue Committee, Sarajevo
5. Sutton, G. (2012), Pisanje uspješnih poslovnih planova, Katarina Zrinski d.o.o., Varaždin
6. Stutely, R. (2003), Uspješan poslovni plan, Legat consultor d.o.o., Zagreb
7. Korać, V.,(1978), Tehnologija vode za potrebe industrije, Udruženje za tehnologiju vode, Beograd,
8. Žanić, V. (1999) Poslovni plan poduzetnika, MASMEDIA, Zagreb

Internet:

9. <http://www.celijakija.hr>
10. <http://www.food-info.net/hr/products/pasta/shapes.htm>
11. <http://www.italpast.it/>
12. <http://www.italyada.net/makarna-sekilleri-4011/>
13. <http://www.marodi.com/proizvod/srednji-puzici/>
14. <http://www.manager.hr/adminmax/images/upload/AKCIJE/metodologija.pdf>
15. <http://www.poslovni-plan.hr>

SAŽETAK

U ovom radu obuhvaćeni su svi elementi pripreme poslovnih pothvata za pokretanje proizvodnje bezglutenske tjestenine od marketinških planova, pokretanja proizvodnje, potrebnog postrojenja do finalnog proizvoda.

Budući da Hrvatskoj nema evidentiranih proizvođača bezglutenske tjestenine, opravdano je napraviti poslovni pothvat kako bi se svi koraci od poslovne ideje do finalnog proizvoda mogli proučiti u detalje te realizirati.

Bezglutenska tjestenina je proizvod koji ima veliku prednost u odnosu na danas češće korištenu glutensku prehranu. Bezglutenska hrana predstavlja budućnost prehrane radi lakše probavljivosti u prehrani ljudi, ujedno taj razlog je vrlo bitan za realizaciju ovog projekta. Svakim danom sve više ljudi prelazi djelomično ili potpuno na zdraviji način prehrane koji uključuje bezglutensku hranu.

Zbog mnogo faktora koji opravdavaju pokretanje proizvodnje bezglutenske tjestenine, navedena proizvodnja ima visoki stupanj isplativosti što je obrađeno u ovom radu.

Ključne riječi: Marketing, bezglutenska tjestenina, zdrava hrana