POSLOVNI PLAN: DJEČJI VRTIĆ „PIKACHU“ BAŠKA VODA

Ribarović, Marko

Undergraduate thesis / Završni rad

2016

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:688594

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

REFST - Repository of Economics faculty in Split







SVEUČILIŠTE U SPLITU

EKONOMSKI FAKULTET SPLIT

ZAVRŠNI RAD

POSLOVNI PLAN: DJEČJI VRTIĆ „PIKACHU“ BAŠKA VODA

Mentor: doc.dr.sc. Marina Lovrinčević

Student: Marko Ribarović

Broj indeksa:1132296

Split, 2016.

SADRŽAJ

1. UVOD 1

1.1. Definiranje problema istraživanja 2

1.2. Ciljevi rada 2

1.3. Metode istraživanja 2

1.4. Struktura rada 3

2. ULOGA I VAŽNOST PLANIRANJA U PODUZETNIŠTVU 4

2.1. Pojam i definicija poduzetništva 4

2.2 Tko je poduzetnik? 4

2.2.1. Vrste poduzetnika 5

2.2.2. Osobine poduzetnika 6

2.3. Uloga planiranja u poduzeću 7

2.3.1. Važnost planiranja 8

3. TRŽIŠNI ASPEKTI REALIZACIJE PODUZETNIČKOG PODUHVATA 11

3.1. Podaci o investitoru 11

3.2. Poduzetnička ideja 11

3.2.1. Poduzetničke referencije 12

3.3. Tržišni podaci 13

3.3.1. Ciljna tržišta i potencijalni potrošači 13

3.3.2. Konkurencija 13

3.4. Financijski podaci 15

3.4.1. Stalna sredstva 15

3.4.2. Obrtna sredstva 16

3.4.3. Troškovi poslovanja 17

3.4.4. Projekcija potrebnih ulaganja 17

3.4.5. Projekcija prihoda 20

3.4.6 Projekcija rashoda 21

3.4.7. Projekcija računa dobiti i gubitaka 22

3.5. Marketing 23
3.5.1. Asortiman usluga 24
3.5.2. Cijena 25
4. TEHNIČKO -TEHNOLOŠKI PODATCI I EKONOMSKI ASPEKTI REALIZACIJE 28
4.1. Lokacija 28
4.2. Projekcija zaposlenika 28
4.3. Stalna sredstva 31
4.4. Razdoblje izvedbe 32
5. ZAKLJUČAK 33
6. LITERATURA 34
POPIS SLIKA 35
POPIS TABLICA 35
POPIS GRAFIKONA 35

1. UVOD

Kada se velika ideja pojavi na horizontu, poduzetnik joj neće dopustiti da umakne. **- J. Grount**[1]

Poduzetništvo je pojam s kojim se danas svi i svakodnevno susrećemo. I u pravilu, kada se kaže poduzetništvo, prvo na što se pomisli, u većini slučajeva je pokretanje novog posla ili osnivanje novog poduzeća.

Poduzetništvo je spremnost pojedinca ili više partnera da uz određeno ulaganje kapitala i preuzimanje rizika uz neizvjesnosti uđe u poslovni pothvat s ciljem stvaranja profita. To je način gospodarskog djelovanja u kojem poduzetnik odlučuje što, kako i za koga stvoriti i na tržištu realizirati ulazeći u poduzetnički pothvat na svoj trošak i rizik s ciljem stjecanja dobiti. Bit poduzetništva je u nemiru, stalnom traženju novih ideja, maštovitosti u pronalaženju novih mogućnosti u poslovanju, pouzdanoj intuiciji i procjeni te vještini i borbenosti.[2]

Planiranje je osnova svakog dugoročnog razmišljanja menadžera i temelj za uspješno poslovanje poduzeća. Svako perspektivno poduzeće treba imati plan.

Planiranje je najbitniji zadatak menadžera u oblikovanju okruženja, tj. organizacije, kako bi djelovanje pojedinaca koji rade zajednički u skupinama bilo učinkovito. Planiranjem se premošćuje jaz između onoga gdje smo sada i onoga gdje želimo ići. Planiranje je intelektualno zahtjevan proces koji traži svjesno određivanje smjerova djelovanja i temeljenje odluka na svrsi, znanju i ispravnim procjenama.

Poslovno planiranje je poslovna disciplina kojoj je glavna svrha određivanje ciljeva poslovanja te određivanje aktivnosti čije bi posljedice bile upravo ostvarenja postavljenih ciljeva, a koristi se za potrebe upravljanja i koordiniranja aktivnosti te komunikacije s internim i eksternim dionicama.

Poslovno planiranje najčešće obuhvaća aktivnosti na najvišoj razini o organizacijama, ali niže ustrojbene jedinice mogu imati i vlastite aktivnosti poslovnog planiranja koje mogu, ali i ne moraju biti dio cjelovitog sustava.

[1] **Grount J. –** poznat po brojnim mudrim poduzetničkim izrekama

[2] **Kružić, D. (**2008):Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana, Ekonomski fakultet u Splitu, Split.

Donošenje odluka, odnosno poslovno odlučivanje je proces odabira između više mogućnosti, a također se odnosi i na misaoni proces prepoznavanja i biranja mogućih rješenja koja vode do željenog stanja. Sukladno poduzetničkom planiranju, važno je staviti naglasak na biznis plan.

Naime, biznis plan predstavlja pisani dokument pomoću kojega poduzetnik opisuje sve relevantne eksterne i interne elemente svog biznisa. Također, biznis plan je obično sastavljen od niza drugih operativnih planova, a u njemu se navode i kratkoročne, odnosno dugoročne odluke. Biznis plan se još naziva i „taktikom“ poduzetnika zbog toga što daje odgovore na pojedina pitanja.

1.1. Definiranje problema istraživanja

Problem istraživanja završnog rada je izrada poslovnog plana za pokretanje dječjeg vrtića u Baškoj Vodi pod nazivom „Pikachu“ na privatnom zemljištu koje će biti maksimalno iskorišteno.
Baška Voda ima veliki problem, a to su prekobrojna djeca, a samo jedan nedostatan dječji vrtić. Zbog toga je nastala ideja o pokretanju našeg dječjeg vrtića u obostranu korist, s ciljem bolje pripremljenosti djece za školu, jer isto tako u komunikaciji i igri djeca napreduju na tjelesnom, jezičnom, glazbenom i likovnom putu.

1.2. Ciljevi rada

Glavni cilj ovog istraživanja odnosi se na analiziranje isplativosti i opravdanosti otvaranja dječjeg Vrtića na području Baške Vode. Napravit ću analizu financijskog dijela i prikazati marketinški plan kojim ćemo privući klijente i riješiti gorući problem Baške Vode. Ovaj rad dat će uvid čitatelju u projekt koji autor želi pokrenuti.

Korištenjem određenih metoda istraživanja također će se istražiti pojedini poduzetnički pojmovi koji su relevantni za ovaj rad. Također, detaljnom analizom poslovnog plana doći će se do zaključka o isplativosti projekta.

1.3. Metode istraživanja

Prilikom izrade ovoga rada, bit će korištene različite metode prikupljanja podataka:

- metoda analize – postupak znanstvenog istraživanja raščlanjivanjem složenih pojmova, sudova i zaključaka na njihove jednostavnije sastavne dijelove i elemente.
- metoda sinteze – postupak znanstvenog istraživanja i objašnjavanja stvarnosti putem sinteze jednostavnih sudova u složenije sudove.
- metoda indukcije – sustavna primjena induktivnog načina zaključivanja kojim se na temelju analize pojedinačnih činjenica dolazi do zaključaka o općem sudu, od zapažanja konkretnih pojedinačnih slučajeva dolazi do općih zaključaka
- metoda dedukcije – sustavna primjena deduktivnog načina zaključivanja u kojemu se iz općih sudova izvode posebni i pojedinačni zaključci
- metoda komparacije – metoda uspoređivanja sličnosti i razlika određenih pojava, činjenica ili odnosa

Sva prikupljena saznanja i rezultati istraživanja dobiveni korištenjem navedenih metoda bit će korišteni u svrhu izražavanja ključnih stavova završnoga rada, poslovnog plana našeg vrtića.

1.4. Struktura rada

Rad sadrži šest poglavlja, od uvoda preko uloge planiranja u poduzetništvu, tržišnih aspekata realizacije, tehničko – tehnoloških i ekonomskih aspekata do zaključka i popisa literature.

U prvom dijelu rada, *Uvodu,* je prikazan problem istraživanja, izneseni su ciljevi istraživanja i definirane metode koje su korištene, te je prikazana i struktura rada. Drugi dio rada je *Uloga i važnost planiranja u poduzetništvu*. Ovaj dio je teorijski dio i iznosi teorijsku podlogu koja će poslužiti za pisanje poslovnog plana našeg vrtića u nastavku rada. Treći dio rada su tržišni aspekti realizacije *Dječjeg vrtića „Pikachu“ Baška Voda* te donosi pregled osnovnih podataka o investitoru te o vrtiću. U četvrtom dijelu rada govorimo o tehničko-tehnološkim i ekonomskim aspektima realizacije. Peti dio rada je *Zaključak* u kojem se iznose stavovi autora temeljeni na pisanom radu i saznanjima stečenim prilikom korištenja literature. Na kraju rada se nalazi popis korištene literature, te popis slika i tablica korištenih u radu za bolje razumijevanje teksta.

2. ULOGA I VAŽNOST PLANIRANJA U PODUZETNIŠTVU

2.1. Pojam i definicija poduzetništva

Značaj poduzetništva proizlazi iz specifičnih funkcija poduzetnika koji je sposoban na drukčiji način iskoristiti raspoložive resurse kako bi stvorio novi proizvod ili uslugu. Poduzetnik sagledava mogućnosti tamo gdje ih drugi poslovni ljudi ne vide ili ih te mogućnosti ne interesiraju. Tako je poduzetnik osnivač novog poslovnog poduhvata ali i nove organizacije (poduzeća) za taj poduhvat.

Poduzetništvo tako možemo opisati kao promjenjiv fenomen koji se pojavljuje kad treba uvesti promjene i potom nestaje da bi se ponovo pojavio kad se započnu nove promjene. Promjene su, dakle, u centru same strukture poduzetničke aktivnosti, iako sam poduzetnik ne mora biti ni pronalazač ni inovator. Nove ideje su njegova preokupacija, on je u stalnoj potrazi za promjenama, reagira na njih i razmišlja kako ih eksploatirati kao mogućnost.

2.2 Tko je poduzetnik?

Poduzetnik opaža prilike koje većina previdi. - **C. Wright**[3]

Poduzetnik je osoba koja posluje na vlastiti rizik. Raspolaže sredstvima potrebnim za određenu gospodarsku djelatnost i samostalno donosi odluke koje se odnose na tu djelatnost, organizira i kombinira proizvodne činitelje, koordinira njihovo djelovanje, nadzire, rukovodi i upravlja cjelokupnim radom i poslovanjem. Zarada poduzetnika je poduzetnička dobit, koja ostaje nakon što se iz ukupnog prihoda oduzmu svi troškovi.

Sam termin poduzetnik (*engl*. entrepreneur, *njem*. Unternehmer) prvi je u ekonomsku znanost uveo Cantillon u svojoj Raspravi o naravi trgovine (1725) u kojoj je kao poduzetnika prikazao zakupnike zemljišta, trgovce, manufakturiste, graditelje itd., ali i slikare, liječnike, odvjetnike, naglašavajući već spomenutu neizvjesnost i rizik u njihovom poslovanju i dijeleći ih na poduzetnike s kapitalom i poduzetnike s vlastitim radom.[4]

3 **Charles Wright Mills** (1916.-1962.) bio je američki sociolog i profesor sociologije na Sveučilištu Columbia

4 . **Kružić, D.** Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana. Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2008.,3.-4. str.

Poduzetnik je osoba nadarena poslovnim duhom i rukovodnim sposobnostima. To je osoba bogata znanjem o poslovima i ljudima, odlučna i spremna da preuzme rizik upravljanja poduzećem na temelju inovacija i stalnog razvoja. Za modernog poduzetnika nije presudno je li on ujedno i vlasnik ili suvlasnik poduzeća ili je profesionalni menadžer ovlašten da vodi i upravlja poduzećem. Za razliku od prvotnog poduzetnika, koji je istovremeno bio i vlasnik poduzeća, a nerijetko i sam neposredni proizvođač, današnji je poduzetnik najčešće menadžer profesionalac s mandatom vlasnika poduzeća da ga organizira i vodi, da unapređuje njegovo poslovanje i osigura mu trajan i siguran prosperitet. Bitna je razlika jedino u tome da poduzetnik vlasnik radi za profit, a poduzetnik menadžer za visoku plaću.

2.2.1. Vrste poduzetnika

Podjela poduzetnika je prema njihovom pojavnom obliku kroz faze razvoja poduzeća. Svaka od tih faza zahtjeva i neke specifične sposobnosti na temelju kojih se javljaju sposobnosti na temelju kojih se javljaju specifične vrste poduzetnika kao što su:

- Pioniri – osnivači malog poduzeća. Javljaju se u fazi izgradnje poduzeća. Oni su puni energije, ideja i odlučnosti. U pravilu su osobe jakog karaktera.
- Maheri – snažne, autoritativne i ambiciozne osobe koje se javljaju u fazi rasta poduzeća. Oni su vrlo dobro organizirani i uspješno vode svoje poduzeće ka uspjehu.
- Stratezi – mislioci, vrlo su angažirani i željni uspjeha u fazi diferencijacije proizvoda. Svjesni su složenosti posla kojeg obavljaju pa se usredotočuju na strateško odlučivanje.
- Treneri – osobe sa liderskim karakteristikama koje oko sebe šire pozitivnu klimu. Oni komuniciraju sa svojim zaposlenima, nastoje ih motivirati, osluškuju njihove savjete i primjedbe[5].

[5] **Kružić, D.** Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana. Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2008

Slika 1: Poduzetnici kroz faze razvoja



Izvor: http://web.efzg.hr/

2.2.2. Osobine poduzetnika

- Želja za odgovornošću - Poduzetnik osjeća duboku odgovornost za poduhvat koji je započeo. Želi kontrolirati resurse i koristiti te resurse za postizanje određenih ciljeva.
- Spremnost na umjereni rizik – Nisu žarko željni upuštati se u rizik, ali su spremni na umjereni, proračunati rizik.
- Povjerenje u svoju sposobnost za uspjeh – Tipično posjeduju veliko samopouzdanje. Nastoje biti optimistični oko svojih prilika za uspjeh.
- Želja za brzu reakciju – Poduzetnici uživaju u vođenju svog posla i žele znati da mogu brzo i samostalno donositi poslovne odluke.
- Visoka razina energije – Mnogo su energičniji od običnih ljudi. Ta energija može biti kritičan faktor za pokretanje vlastitih poduzeća.

- Orijentacija ka budućnosti – Poduzetnici imaju dobro definiran osjećaj za pronalaženje prilika. Oni gledaju ka naprijed i manje su opterećeni onime što su radili jučer, a više onima što će raditi sutra.

- Vještina u organiziranju - Poduzetnici znaju kako povezati odgovarajuće ljude radi izvršenja određenog zadatka. Efektivno kombiniranje ljudi i poslova omogućava poduzetnicima transformiranje njihovih vizija u stvarnost.

- Želja za uspjehom je iznad novca – Kriva je procjena da su poduzetnici vođeni samo željom za stjecanjem novca. Naprotiv, želja za uspjehom kod poduzetnika je na prvom mjestu, a novac je samo način za mjerenje postignuća.[6]

2.3. Uloga planiranja u poduzeću

Ne planirati znači planirati neuspjeh. - **B. Franklin**[7]

Svaki proces menadžmenta počinje planiranjem kojeg možemo definirati kao proces postavljanja budućih ciljeva, pretpostavki o okolini u kojoj se trebaju realizirati izbor pravaca akcije, sredstava i načina ostvarivanja cilja.[8] Planiranje kao takvo je važno jer poduzeće zna zašto postoji i koja su temeljna područja djelovanja. U planiranju treba uzeti sve prednosti i nedostatke poduzeća u odnosu na već postojeće tržište. Najbolji uvid daje SWOT analiza poduzeća. Bitno je uzeti u obzir poslovno okruženje poduzeća kako bi se odredio smjer djelovanja, te definirali kratkoročni i dugoročni ciljevi poslovanja poduzeća. Bez planova menadžment bi se našao u ulozi kapetana broda bez kormila, što bi ga onemogućilo da vodi akcije u željenom smjeru.

Planiranje mora biti realno, vjerodostojno i privlačno za buduće investitore, jer predstavlja most između sadašnjeg i željenog budućeg položaja poduzeća. Bez planiranja poslovanje je prepušteno djelovanju i promjenama okoline. Planiranje je intelektualno zahtjevan proces jer traži svjesno određivanje smjerova djelovanja, te se temelji na znanju i preciznim procjenama.

6 **Kružić, D.** Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana. Ekonomski fakultet u Splitu, Split, 2008.,9.str.

7 **Franklin Benjamin –** jedan od utemeljitelja SAD-a.Jedan od vodećih autora, pisača, političkih teoretičara, znanstvenik, izumitelj...

8 **Čičin-Šain, D.** (2005): Menadžersko planiranje, Veleučilište u Šibeniku, str. 42.

Za razliku od tradicionalnih centralizacijskih načina planiranja, suvremena poduzeća teže decentralizaciji planiranja i uključivanju svih zaposlenika poduzeća u proces planiranja.

2.3.1. Važnost planiranja

Plan bi trebao biti realan pogled na očekivanja. Planiranje nije jamac uspjeha, ali nedostatak plana gotovo će uvijek rezultirati neuspjehom. Planiranje se može sažeti u tri koraka. Prvi je određivanje cilja plana, potom slijedi identifikacija i vrednovanje alternativnih putova do ostvarenja cilja plana, dok treći korak uključuje izbor puta do cilja (akcija).
Kako bi se uspješno razvijao, poduzetnički subjekt mora planirati svoj razvoj, odnosno uvažavati planiranje kao kreativni proces kojim se unaprijed utvrđuje smjer akcija.

Planiranje je važno jer se saznaju sljedeći podaci o poduzeću:[9]

- Gdje se poduzeće nalazi sada?
- Gdje se poduzeće želi nalaziti u budućnosti?
- Kako tamo stići?

Planiranjem se utvrđuje sadašnji položaj poduzeća u odnosu na konkurente, te se kroz misiju, viziju i strategije prikazuje željeni cilj, odnosno položaj poduzeća na konkurentskom tržištu. Svi planovi trebaju doprinijeti ostvarenju svrhe i ciljeva poduzeća. To proizlazi iz prirode organiziranog poduzeća koje postoji zbog ispunjenja zajedničke svrhe vlasnika, menadžera i zaposlenika smišljenom suradnjom. Planiranje prethodi izvođenju svih menadžerskih funkcija, jer menadžer mora planirati kako bi imao uvid u organizacijske odnose, te smjer kojim se moraju voditi svi zaposleni.

Važnost i nužnost planiranja dolazi iz dva konceptualna razloga:[10]

- ograničenost resursa uvjetuje plansku potrošnju da ne bi došlo do iznenadnog iscrpljenja resursa i svih popratnih negativnih posljedica vezanih uz isto.
- neizvjesnost okoline čini planiranje neizbježnim, jer ono služi kao jedan od instrumenata kojim se može ovladati tom okolinom.

9 **Čičin-Šain, D.** (2005): Menadžersko planiranje, Veleučilište u Šibeniku, str. 43.

10 **Čičin-Šain, D.** (2005): Menadžersko planiranje, Veleučilište u Šibeniku, str. 43.

Menadžeri u osnovi slijede iste korake, bilo da se radi o kupnji poslovnog prostora, razvoju proizvoda ili pak strateškom razvojnom planu države. U svakoj fazi moraju proučiti ostvarivost akcija što znači da se plan mora temeljiti na realnim pretpostavkama.

Praktični koraci u planiranju bili bi: prvi korak u procesu planiranja je osvještavanje problema (prilike), pri čemu je ključno da menadžeri razumiju koje probleme žele riješiti, što žele postići i zašto.

Potom slijedi proces postavljanja ciljeva u kojemu treba odgovoriti na pitanja o očekivanim rezultatima, o onom što se želi postići i vremenskom roku u kojemu to mora biti učinjeno.

Procesom razmatranja pretpostavki planiranja, na temelju postojećih izvora pripremaju se prognoze, informiraju se svi koji sudjeluju u planiranju u cilju postizanja konsenzusa. Važno je da se svi menadžeri slažu s pretpostavkama planiranja.

Kod određivanja alternativnih pravaca akcije definiraju se alternative, to jest putovi koji su nam na raspolaganju do cilja. Ne postoji plan za koji ne postoji alternativa.

Nakon što su se odredile alternative procesom vrednovanja alternativnih pravaca akcije ocjenjuju se, analiziraju i razmatraju pojedine alternative. Konačno, na red dolazi proces izbora pravca akcije u kojemu menadžment, na osnovi prethodnih procesa, izabire najbolju alternativu koja samim time postaje pravac akcije.

Postoji mnoštvo razloga koji upućuju na značaj planiranja procesa poslovanja. Neki od najznačajnijih su sljedeći:

- planiranje usmjerava pravac djelovanja menadžera i ostalih u poduzeću – u situaciji kada je zaposlenima u poduzeću jasno poznat sadržaj doprinosa kako bi se postigli ciljevi, oni mogu koordinirati aktivnosti, surađuju jedni sa drugima, i čine ono što je potrebno da bi iste postigli
- planiranje smanjuje nesigurnost - planiranje primorava menadžere da gledaju unaprijed, predvide promjene i rezultate tih promjena, kao i odgovarajuće reakcije
- planiranje smanjuje višak aktivnosti i sporedne aktivnosti - kada su radne aktivnosti koordinirane oko utvrđenih planova, višak aktivnosti se smanjuje na najmanju mjeru, te se samim tim i procesi poslovanja u izvjesnom smislu optimiziraju
- planiranje utvrđuje ciljeve i standarde koji se koriste pri kontroli - putem kontrole uspoređuje se stvarno poslovanje s ciljevima, identificira se svaka bitna devijacija, te

poduzimaju svi neophodni koraci kako bi se izvršila korekcija; planiranje predstavlja temelj kontrole.[11]

Bez plana menadžeri ne mogu efikasno organizirati ljude i resurse. Može se dogoditi da nemaju ni jasnu predodžbu što je to što treba organizirati, te će u skladu sa tim i izostati uzročno - posljedične korektivne akcije.

[11] **Čičin-Šain, D.** (2005): Menadžersko planiranje, Veleučilište u Šibeniku, str. 44.

3. TRŽIŠNI ASPEKTI REALIZACIJE PODUZETNIČKOG PODUHVATA

3.1. Podaci o investitoru

Tablica 1. Podaci o investitoru

PODACI O PODUZETNIKU (INVESTITORU)	
Ime i prezime	Marko Ribarović
Datum rođenja	06.10.1994.
Prebivalište	Baška Voda, Hrvatska
Studij	Ekonomski fakultet u Splitu

Izvor: Izrada autora

3.2. Poduzetnička ideja

Poduzetnička ideja se javila iz jasnih saznanja kako Baška Voda nema dovoljan broj vrtića za svu djecu čiji roditelji su zaposleni, ili se namjeravaju zaposliti, a nemaju kome ostaviti djecu na čuvanje. Izgradnja dječjeg vrtića stvorit će preduvjet za kvalitetan razvoj djeteta, te zadovoljavanje općih i posebnih potreba uz maksimalno uvažavanje dječjih prava. Poticajnim okruženjem i ponudom bogatog izbora raznih aktivnosti pruža se djetetu mogućnost bavljenja onim što ga najviše zanima. Vrtić je mjesto radosnog življenja i učenja gdje dijete upoznaje prostor, predmete, igračke, slobodno se kreće i bira svoje vršnjake, susreće odrasle osobe, prije svega odgajatelje, s kojima ostvaruje dodir, govornu komunikaciju i igru. Dakle, stvara se poticajna sredina i dobro okruženje u kojem dijete razvija emocije, motoriku, spoznaju i govor. Igra je osnovni prirodni način na koji djeca uče, te sama po sebi već pobuđuje osjećaj ugode i mami osmijeh na lice. Nema djeteta koje se ne voli igrati, zbog čega odgajatelji u igraonici isključivo koriste igru kao prirodno sredstvo koja potiče dijete da upotrijebi sve svoje potencijale.

3.2.1. Poduzetničke referencije

Poduzetničke kompetencije ovog poduzeća trebaju biti raznolike za proboj i uspjeh na tržištu. Nužno je posjedovati sve potrebne elemente za pokretanje vlastitog biznisa, ali i djelovanje u području kojim se poduzetnik bavi. Ključne poduzetničke referencije koje obilježavaju pokretača ovog posla su:

- želja za napretkom
- poduzetnički duh i inovativnost
- preuzimanje rizika i posjedovanje vizije
- konstantno učenje i obnavljanje znanja
- inovativnost
- samopouzdanje i liderstvo
- orijentiranost prilikama i ciljevima
- predanost, upornost i ustrajnost

Misija poduzeća glasi: *Mi smo poduzeće čiji zaposlenici ne posjeduju iskustvo u projektiranju i izgradnji. Mi smo ovdje kako vaše dijete ne bi bilo samo broj. Cilj nam je pružiti, pretežito djeci, pa roditeljima kvalitetnu uslugu kroz individualizirani pristup svakom djetetu u prostoru koji je dizajniran i prilagođen djeci. Programi vrtića nude razne oblike aktivnosti koji su osmišljeni kako bi djeca razvila socijalne, kognitivne i govorne sposobnosti. Također, misija nam je promovirati kulturu igraonice njegovanjem podržavajućih uvjeta za razvoj potencijala svakog djeteta.*

Vizija je: *kreirati materijalno i socijalno okruženje za igru i učenje djece različitih razvojnih kompetencija, stilova učenja i stvaralačkih osobina. Ponudom različitih programa zadovoljiti specifične potrebe i interese djece i roditelja. Želimo, u budućnosti, biti poželjna dječja igraonica u kojemu će djeca, odlukom roditelja, htjeti provesti nekoliko godina svoga života i graditi uspomene za cijeli život. S obzirom na entuzijazam, znanje i iskustvo, vizija je postati cijenjen i poželjan dječji vrtić u regiji poznat po izvrsnosti i standardu brige o djeci.*

Da bi uspješno bila ostvarena misija i vizija, definirani su osnovni ciljevi kojih se potrebno predano pridržavati:

- povjerenje i zadovoljstvo djelatnika, suradnika i prvenstveno, korisnika usluga (roditelja i djece)

- potpuno poštivanje obveza prema korisnicima
- ostvarivanje očekivane dobiti te financijske ravnoteže (prihoda i rashoda)

3.3. Tržišni podaci

Istraživanje tržišta predstavlja aktivnost prikupljanja svih relevantnih informacija koje pomažu poduzetniku prilikom donošenja odluka u tržišnom poslovanju, planiranja određenih smjerova djelovanja u budućnosti te u slučaju nailaska na određene poteškoće u poslovanju. Naime, istraživanjem tržišta poduzetnik stječe veći stupanj kontrole poslovanja, ali i poslovne okoline koja ga okružuje, jer istraživanjem tržišta dolazi do informacija koje mu pomažu da predvidi određene događaje koje mu u poslovanju mogu biti prijetnje koje želi izbjeći, ali i prilike koje će iskoristit.

Nadalje, istraživanje tržišta ključno je provoditi permanentno, tako da poduzetnik nikad ne izgubi iz vida sve one čimbenike koji mogu bitno utjecati na njegovo poslovanje, a oni su primjerice konkurencija, tržište, cijene, država i sl.

3.3.1. Ciljna tržišta i potencijalni potrošači

Proces donošenja odluka o upisu djeteta u vrtić nije jednostavan te se većina roditelja dobro informira prilikom upisa. Donošenjem odluke o upisivanje djeteta u dječji vrtić “Pikachu” roditelji dobivaju za svoju djecu programe dječjeg vrtića koji nude razne oblike aktivnosti te su osmišljeni kako bi ona razvila socijalne, kognitivne i govorne sposobnosti. Također, misija je promovirati kulturu dječjeg vrtića njegovanjem podržavajućih uvjeta za razvoj potencijala svakog djeteta. Kao potencijalni kupci usluga smatraju se roditelji nezadovoljni kvalitetom usluge u postojećim vrtićima, roditelji djece koja imaju poteškoće u razvoju. Prve godine je potrebno posvetiti povećanju vidljivosti vrtića tj. potrebno je upoznati tržište s postojanjem igraonice “Pikachu”, te će se projekcija prihoda i troškova raditi na bazi 50 djece u prvoj i 70 djece u drugoj godini rada.

3.3.2. Konkurencija

Poslovanje uvelike ovisi o poznavanju konkurencije, a ne postoji poduzeće koje posluje bez nje. Cilj ove analize je praćenje tržišnih trendova, držanje ukorak s njima te izbjegavanje njihovih pogrešaka. Tijekom analize je ustanovljeno kako je razina konkurencije na području djelovanja ove vrste usluge veoma visoka. Najvažniji konkurent je dječji vrtić „Ježić“, a

indirektni i mogući konkurent je dječji vrtić „Smjehuljica“ koji se ne nalazi na području Baške Vode, već je udaljen par kilometara dalje.

Strateška slabost vrtića „Pikachu“ je ponajviše konkurencija: državni vrtići koji su subvencionirani (od strane države, Grada, poslodavca, crkve ili koje druge uslužne ustanove), sve veći broj privatnih vrtića koji konkuriraju s vrlo povoljnim cijenama. Vrtić „Pikachu“ ima mnogo prednosti nad njima, a to su poboljšani program, najnovija oprema, kvalitetno obrazovanje, stručno osoblje. Budući da se izgrađuje vrtić, nema brige o nedostatku prostora. Iako se preporuča $12m^2$ unutarnjeg prostora i $25m^2$ vanjskog prostora po djetetu, većina vrtića ne zadovoljava te standarde. Većina igraonica uopće niti nema vanjsko igralište. Ovdje se postavlja pitanje i samih igračaka, odnosno postoji li velik izbor igračaka, jesu li su igračke sigurne i odgovaraju li dobnoj skupini djece, da li su dobro očuvane, ima li dosta područja za igru koja potiču maštovitost, kako je uređen prostor i slično. Oprema vrtića „Pikachu“ je vrhunske kvalitete te odgovara svim standardima.

Razdoblje aktivizacije vrijeme je tijekom kojega obavljamo ulaganje, investiranje ili angažiranje vlastitog novca i kapitala u cilju njihovog profitnog efektuiranja tijekom procesa redovitog poslovanja. Odnosno, to je razdoblje koje prethodi eksploatacijskom razdoblju i tijekom kojega se obavljaju sve potrebne predradnje kako bi se „pripremio teren“ za razdoblje redovitog poslovanja tj. eksploatacije. Tijekom samog razdoblja aktivizacije samo poslovanje ne donosi rezultate tj. investicije nemaju puni učinak na poslovanje već se ono s vremenom razvija i širi.

Cilj svakog poduzetnika, investitora, je da aktivizacijsko razdoblje bude što kraće jer se tim smanjuju troškovi i povećava efikasnost poduzeća. Što prije poduzeće počne gospodarski djelovati i privređivati prije će se vratiti uložena sredstva koja su uložena u razdoblju aktivizacije.

3.4. Financijski podaci

3.4.1. Stalna sredstva

Pod stalna sredstva spada materijalna i nematerijalna imovina koja se koristi duži vremenski period, a najmanje godinu dana kao posrednica između rada i predmeta rada u procesu reprodukcije. Stalna sredstva se mogu svrstati u neke karakteristične računovodstvene kategorije kao što su zemljište, objekti, oprema, osnivački izdaci i ostalo. Ona se ne troše u punom iznosu u jednom procesu reprodukcije; njeno trošenje odvija se postepeno kroz više sukcesivnih procesa reprodukcije.[12]

Tablica 2. Prikaz stalnih sredstava

Naziv	**Ulaganje (kn/kom)**	**Struktura (%)**
Izgradnja vrtića	700 000,00	88,19%
Hladnjak 250 l	3 500,00	0,44%
Uredske stolice i stolovi	22 000,00	2,77%
Police sa otvorima	1 700, 00	0,21%
Kreveti s kompletima posteljine	6 000,00	0,76%
Ormarići za garderobu	5 500,00	0,69%
Računala i oprema	25 000,00	3,15%
Telefon	500,00	0,06%
Klima uređaji	4 500,00	0,57%
Igračke	25 000,00	3,15%
Ukupno	**793 700, 00**	**100,00%**

Izvor: Izrada autora

[12] **Goić, S.** Biznis plan. Ekonomski fakultet Split, Split, 2006.,22.str.

3.4.2. Obrtna sredstva

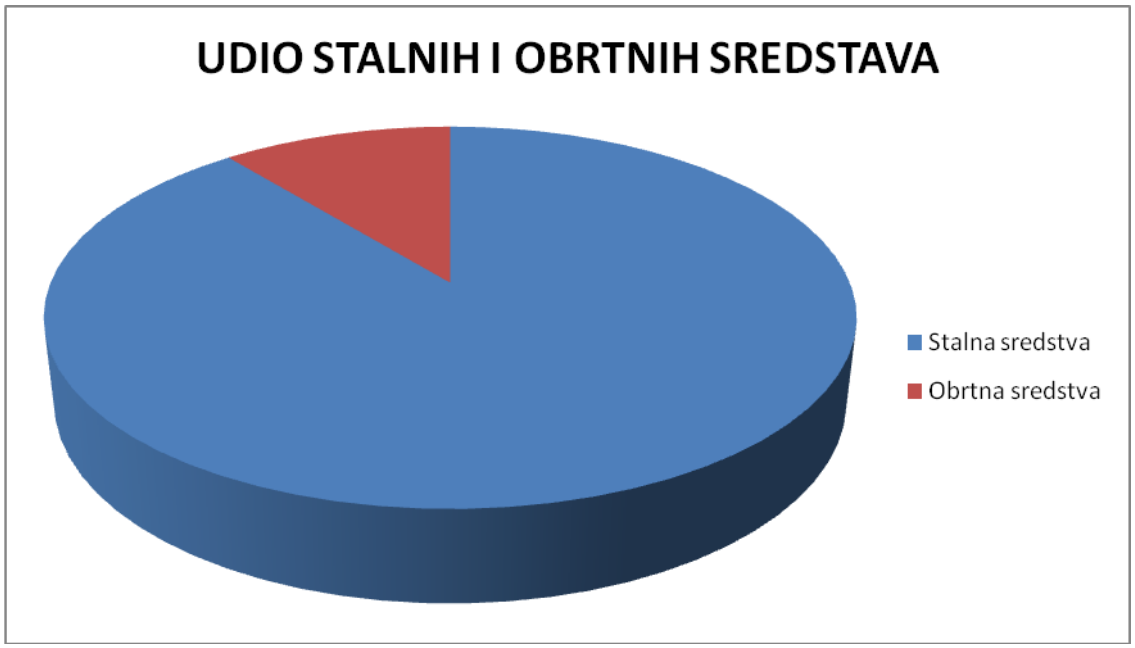
Obrtna sredstva su sredstva koja poduzeće nabavlja s ciljem da ih odmah utroši u procesu reprodukcije. Stalna sredstva ne bi mogla funkcionirati ukoliko poduzeće nema obrtnih sredstava. Osnovna karakteristika obrtnih sredstava je njihovo jednokratno trošenje. Obrtna sredstva cijelu svoju vrijednost prenose na gotove proizvode ili usluge odjednom što je razlika u odnosu na stalna sredstva.

Tablica 3. Udio obrtnih sredstava u ukupnim sredstvima

Naziv	**Iznos (kn)**	**Struktura (%)**
Stalna sredstva	793 700,00	89,08%
Obrtna sredstva	97300,00	10,92%
Ukupno	**891 000,00**	**100,00%**

Izvor: Izrada autora

Grafikon 1. Udio stalnih i obrtnih sredstava



Izvor: Izrada autora

3.4.3. Troškovi poslovanja

Pod troškove poslovanja spadaju novčani izdaci koji su potrebni da bi se poslovni procesi mogli odvijati bez problema. U tablici 1. ispod teksta prikazana je procjena troškova poslovanja u prvoj godini poslovanja.

Tablica 4. Troškovi poslovanja

Naziv troška	**Ukupno**	**Struktura (%)**
Režije	2 200,00	2,70%
Hrana	35 000,00	43,10%
Promidžbene aktivnosti	4 000,00	4,93%
Održavanje igraonice	6 000,00	7,39%
Bruto plaće	30 000, 00	36,95%
Potrošni materijal	4 000,00	4,93%
UKUPNO	**81 200,00**	**100,00%**

Izvor: izrada autora

3.4.4. Projekcija potrebnih ulaganja

U financijskom planiranju ključnu stavku ima način financiranja. Projekcija potrebnih ulaganja se može podijeliti na 2 kategorije: ulaganja u stalna sredstva i ulaganja u obrtna sredstva.

Način financiranja je dijelom iz vlastitih sredstava, a dijelom iz kreditnih sredstava. Ulaganje u otvaranje dječjeg vrtića iznosi ukupno 891000 kn. Poduzetnici raspolažu vlastitim sredstvima u iznosu 600000 kn, a razlika će biti financirana kreditnim izvorima, osigurat će se kroz kredit za male i srednje poduzetnike u HBOR-u[13] u iznosu od 291000 kn. Plaćanje će se obaviti u roku od 5 godina, polugodišnjim uplatama bez počeka a kamatna stopa će biti 2%.

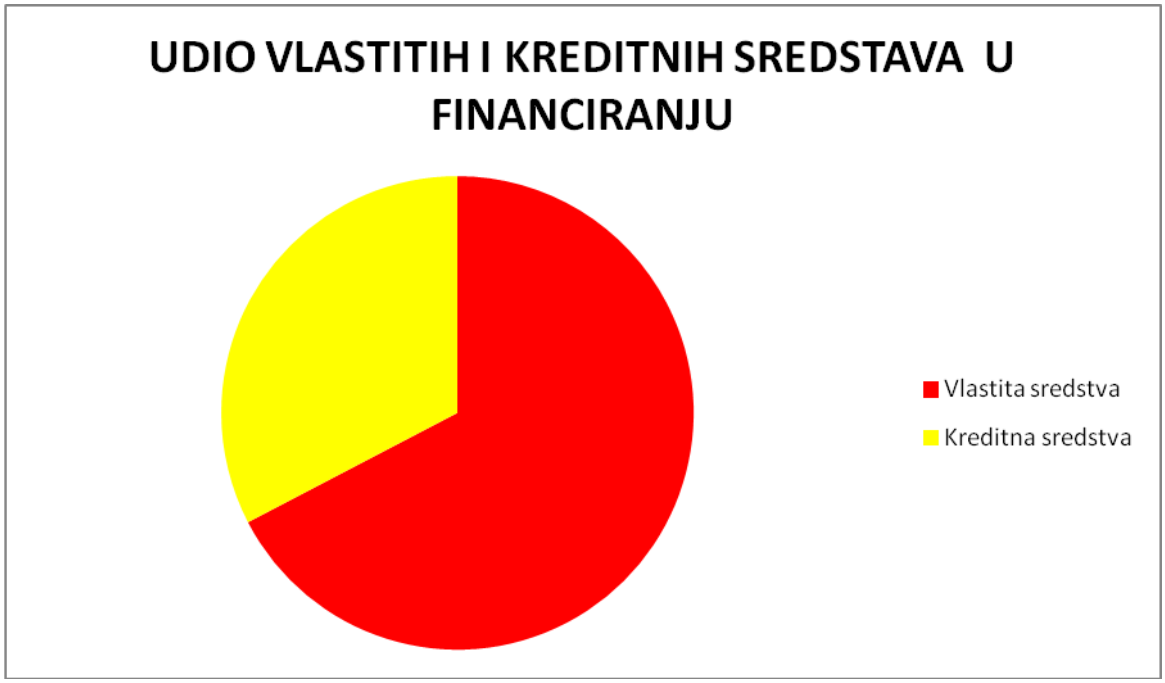
[13] **HBOR** (Hrvatska banka za obnovu i razvitak)

Tablica 5. Izvori financiranja

Izvori sredstava	Iznos	Udio u %
Vlastita sredstava	600 000,00	67,34%
Kreditna sredstva	291 000,00	32,66%
UKUPNO	**891 000,00**	**100,00%**

Izvor: izrada autora

Grafikon 2. Izvor ulaganja



Izvor: Izrada autora

Tablica 6. Plan otplate kredita

Plan otplate				
Br. rate	**Glavnica**	**Kamata**	**Iznos**	**Preostali iznos glavnice**
1 godina otplate				
1	24.250,00	2.910,00	27.160,00	266.750,00
2	24.250,00	2.667,50	26.917,50	242.500,00
2 godina otplate				
3	24.250,00	2.425,00	26.675,00	218.250,00
4	24.250,00	2.182,50	26.432,50	194.000,00
3 godina otplate				
5	24.250,00	1.940,00	26.190,00	169.750,00
6	24.250,00	1.697,50	25.947,50	145.500,00
4 godina otplate				
7	24.250,00	1.455,00	25.705,00	121.250,00
8	24.250,00	1.212,50	25.462,50	97.000,00
5 godina otplate				
9	24.250,00	970,00	25.220,00	72.750,00
10	24.250,00	727,50	24.977,50	48.500,00
6 godina otplate				
11	24.250,00	485,00	24.735,00	24.250,00
12	24.250,00	242,50	24.492,50	0,00

Izvor: Izrada autora prema http://www.hbor.hr/kreditnikalkulator

3.4.5. Projekcija prihoda

U ovom dijelu se prikazuje proračun prihoda i rashoda prema odabranim segmentima.

Tablica 7. Plan prihoda

	Broj djece	**Ukupni prihodi od roditelja**
1. godina poslovanja	50	112.000,00
UKUPNO(1.god)		**1.344.000,00**
2. godina poslovanja	70	142.000,00
UKUPNO(2.god)		**1.344.000,00**
3. godina poslovanja	70	142.000,00
UKUPNO(3.god)		**1.344.000,00**
4. godina poslovanja	90	201.600,00
UKUPNO(4.god)		**1.932.509,00**
5. godina poslovanja	110	225.200,00
UKUPNO (5.god)		**2.689.200,00**
UKUPNO (I-V)		**8 653 709,00**

Izvor: izrada autora

3.4.6 Projekcija rashoda

Tablica 8. Projekcije rashoda

Stavke	**Vremensko razdoblje poslovanja**					**Ukupno**
	1. godina	**2. godina**	**3. godina**	**4. godina**	**5. godina**	
Režije	26 400,00	26 400,00	26 400,00	26 400,00	26 400,00	**132 000,00**
Hrana	420 000,00	425 000,00	430 000,00	430 000,00	432 000,00	**2 137 000,00**
Promotivni materijal	48 000,00	50 000,00	45 000,00	40 000,00	30 000,00	**213 000,00**
Održavanje igraonice	72 000,00	75 000,00	75 000,00	75 000,00	70 000,00	**367 000,00**
Bruto plaće	360 000,00	365 000,00	370 000,00	375 000,00	380 000,00	**1 850 000,00**
Potrošni materijal	48 000,00	45 000,00	45 000,00	41 000,00	40 000,00	**219 000,00**
Ukupno	**974 400,00**	**986 400,00**	**991 400,00**	**987 400,00**	**978 400,00**	**4 918 000,00**

Izvor: Izrada autora

3.4.7. Projekcija računa dobiti i gubitaka

Tablica 9. Projekcija računa dobiti i gubitka

Stavke	**Vremensko razdoblje poslovanja**					**Ukupno**
	1. godina	**2. godina**	**3. godina**	**4. godina**	**5. godina**	
UKUPNI PRIHODI	**1 344 000,00**	**1 344 000,00**	**1 344 000,00**	**1 932 509,00**	**2 689 200,00**	**8 653 709,00**
UKUPNI RASHODI	**974 400,00**	**986 400,00**	**991 400,00**	**987 400,00**	**978 400,00**	**4 918 000,00**
UKUPNA DOBIT/GUBITAK	369 600,00	357 600,00	352 600,00	945 109,00	1 710 800,00	3 735 709,00
POREZ NA DOBIT(20%)	73 920,00	71 520,00	70 520,00	189 021,80	342 160,00	747 141,807
ČISTA DOBIT/GUBITAK	295 680,00	286 080,00	282 080,00	756 087,20	1 368 640,00	2 988 567,20

Izvor: Izrada autora

3.5. Marketing

Dječji vrtić "Pikachu" je potreban projekt u Baškoj Vodi što potvrđuje stalan rast korisnika kojima je potreban vrtić. Kroz oglašavanje, najviše internetom, cilj je zainteresirati korisnike i navesti ih da se priključe, tj. pokazati im mogućnosti koje pruža „Pikachu". Koristit će se razni načini oglašavanja, te prezentiranja vrtića i usluga koje se pružaju. Načini oglašavanja i reklamiranja:

- stvaranje Web stranica
- reklamiranje putem televizije
- dijeljenje letaka na određenim lokacijama
- organiziranje raznih promotivnih aktivnosti putem naše web stranice
- banner oglasi (dinamičke ili statične slike na web stranicama koje prikazuju oglašavajuću poruku naše igraonice, klik na slike vodi do naše web stranice)
- postavljanje reklamnih postera velikih dimenzija sa promotivnim sadržajem

Najvažniji oblik oglašavanja bila bi web stranica, putem nje bi potencijalni korisnici dobili sve potrebne informacije o prostoru, kvaliteti usluge, cijenama te kapacitetu vrtića.

Web stranica bi sadržavala:

- opis lokacije vrtića
- kartu za jednostavni pronalazak
- cjenik usluga
- ponudu usluga
- fotografije interijera i eksterijera
- mogućnost kontakta putem e-mail adrese
- kontakt brojeve
- informacije o aktivnostima i ponudama koje nudi vrtić
- informacije o osoblju

Izuzetno je važno neprestano pratiti tržište tj. pratiti ponude, potražnje i trendove te konkurentske aktivnosti kako bi se u svakom trenu imala točna informacija o okolnostima na tržištu što bi također pomoglo u organizaciji marketinškog plana. Od velike važnosti je kvalitetno prikazati uslugu koja se nudi, te na pravi način pružiti informaciju korisnicima

kako bi im pokazali da je „Pikachu“ najbolje rješenje kada je u pitanju privremena skrb nad djecom.

3.5.1. Asortiman usluga

Dječji vrtić “Pikachu” biti će osnovan s ciljem osiguravanja kvalitetnog smještaja za djecu tijekom dana, pružanja zabave i sigurne okoline u moderno opremljenom okruženju pod pažnjom kvalificiranih pazitelja djece.

Vrtić bi imao ukupni kapacitet smještaja 50 djece, usluge koje će se pružati su širokog aspekta, a visoka razina profesionalnosti stručnog osoblja će osigurati kvalitetan i siguran boravak djece u prostorima vrtića.

U sklopu privremenog smještaja bila bi osigurana skrb djece, koja obuhvaća privremeni smještaj, održavanje osobne higijene, briga o sigurnosti, zabavne aktivnosti i obroke.

Dječji vrtić “Pikachu” nudi kvalitetu i komfor u opremljenim prostorima za djecu od 3 do 7 godina. Vrtić bi bio izgrađen na jednoj etaži, te sadržavao sve potrebne prostorije za privremenu skrb djece.

Smještaj djece podrazumijeva:

- skrb nad djecom od 6 do 21 h (mogućnost prilagodbe u dogovoru s klijentima - roditeljima)
- svakodnevni programi za zabavu i edukaciju djece
- osigurana hrana (grickalice i sokovi)
- korištenje igračaka i sprava za igru, npr. tobogani, penjalice, ljuljalice itd.
- osigurana higijena (čisti i dezinficirani prostor)

Dječji vrtić bi osiguravao visoku kvalitetu dječje skrbi, tehnološku opremljenost, stručno/educirano osoblje, koji bi vodili brigu o svakodnevnim potrebama naših korisnika. Boravak u vrtiću podrazumijeva obogaćenost svakodnevnim aktivnostima i sadržajima. Posebna briga vodila bi se o animaciji i osmišljavanju programa za korisnike, organizacija aktivnosti posebno prilagođene dobi i mogućnostima korisnika, sve u cilju razvijanja

kognitivnih vještina. Omogućen bi bio individualni pristup ili rad u grupama, prakticiranje raznih radionica, igraonica, proslave rođendana itd. Opremljenost vrtića bila bi prema najvišim standardima i u skladu sa zakonskim procesima.

Dječji vrtić „Pikachu“ ima sljedeće prostorije:

1) vjetrobran i prostor za portira
2) ulazni hal
3) prostor namijenjen za igranje
4) sanitarije za djecu
5) garderoba
6) spremišta igračaka
7) natkrivena terasa
8) blagovaonica
9) sanitarije za posjetitelje
10) ured

Slika 2: Tlocrt dječjeg vrtića s opisima



Izvor: Izrada autora

3.5.2. Cijena

„Pikachu“ je privatni vrtić tako da je cijena u ovome slučaju nedostatak. Posluje kao privatna ustanova stoga najveći dio prihoda ostvaruje kroz naplatu usluge korisnicima. Cilj je uskladiti cijenu i kvalitetu usluge, stoga se cijene kreću razmjerno o programu.

3.5.2.1. Proslave dječjih rođendana

Rođendan je organiziran kroz razne natjecateljske igre i animacije. Iskusni animatori pružit će djeci mnoštvo smijeha, zabave i igara.

U cijenu su uračunate:

- pozivnice
- dvoje animatora
- grickalice i sokovi
- poklon za slavljenika
- slike s rođendana

Tablica 10. Najam igraonice za proslavu rođendana (kn)

	Ponedjeljak	**Utorak**	**Srijeda**	**Četvrtak**	**Petak**	**Subota**	**Nedjelja**
2 sata	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1000,00	1200,00	1200,00
3 sata	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1200,00	1400,00	1400,00
4 sata	1400,00	1400,00	1400,00	1400,00	1400,00	1600,00	1600,00

*cijena uključuje do 30-ero djece, za svako dijete iznad toga broja se naplaćuje dodatnih 20kn
Izvor: Izrada autora

3.5.2.2. Dnevni boravak

Prvi sat čuvanja 50 kn, a svaki slijedeći je 20 kn. Također roditelji mogu ostati u vrtiću ili popiti kavu u caffe baru ispred vrtića gdje je osigurano 20% popusta za goste.

Nudi se mogućnost mjesečne članarine koja iznosi 750 kn, te se dijete može neograničeno igrati u vrtiću.

3.5.2.3. Ritmika i rekreacija

Ritmika je najprimjerenija plesna tehnika djeci predškolske dobi koja tako razvijaju sluh, ritam, snagu, brzinu, spretnost i koordinaciju. Vježbe se odvijaju uz glazbu prilagođenu njihovoj dobi. Cilj je da djeca razvijaju senzibilitet za glazbu učeći se kreativno izražavati kroz pokret, raznovrsnim i sadržajnim bavljenjem ritmom i plesom pridonijeti cjelovitom razvoju svoje osobnosti i unapređivanje kvalitete života. Također uz ritmiku nude se razne radionice, igre i aktivnosti, te sportske aktivnosti uz stručno osoblje. Cijena programa je 300 kn mjesečno.

3.5.2.4. Učenje stranog jezika

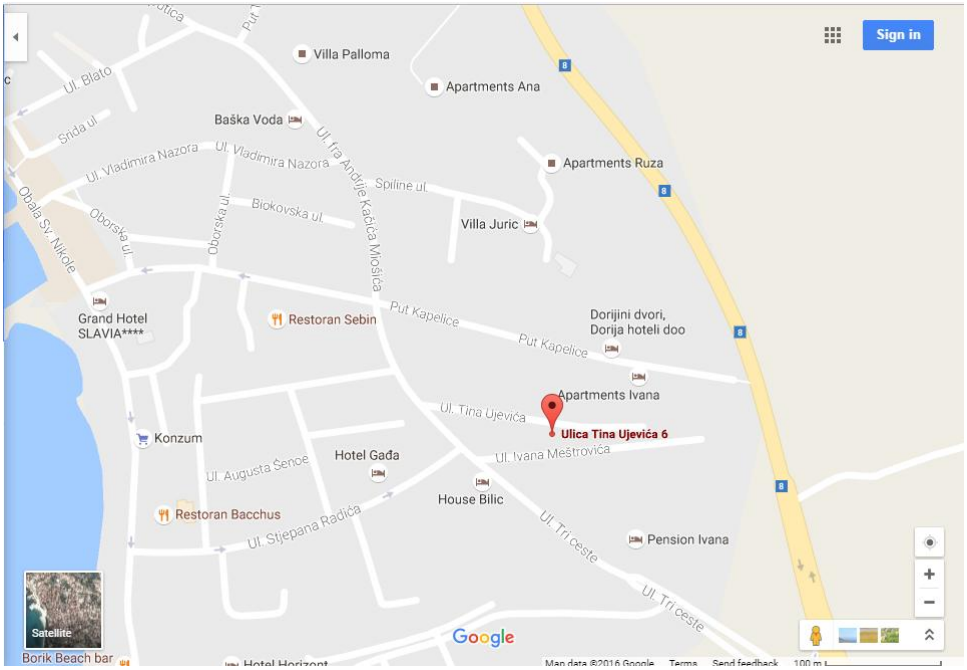
Učenje stranog jezika prilagođeno je predškolskom i školskom uzrastu djece. Učenje jezika u predškolskoj dobi (između 3. i 7. godina) može biti dodatno sredstvo stimuliranja mozga, stoga se nude tri različita programa učenja stranog jezika uz stručno osoblje (engleski, njemački i francuski). Cijena pojedinačnog programa je 450 kn mjesečno.

4. TEHNIČKO -TEHNOLOŠKI PODATCI I EKONOMSKI ASPEKTI REALIZACIJE

4.1. Lokacija

Lokacija vrtića je u Ulici Tina Ujevića 6. Veoma je pogodno mjesto za izgradnju vrtića, jer je u blizini školskog igrališta, a najvažnije od svega je činjenica da nije u središtu Baške Vode, tako da nije prometna ulica, pa su djeca sigurna barem što se tiče potencijalnih automobilskih nezgoda na prometnim cestama. U nastavku teksta, na slici, ilustrativno je prikazana lokacija vrtića „Pikachu“.

Slika 3: Lokacija dječjeg vrtića "Pikachu"



Izvor: https://www.google.hr/maps [20.09.2016.]

4.2. Projekcija zaposlenika

Kada se govori o ljudskim resursima bitno je voditi računa o zapošljavanju sposobnih, motiviranih ljudi koji posjeduju osobine ličnosti koje im povećavaju vjerojatnost kvalitetnog obavljanja određenog posla. Postupkom profesionalne selekcije testiraju se sposobnosti, osobne ličnosti i vrijednosti kandidata za određeno radno mjesto, a intervjuom će se

provjeravati kandidatova motivacija za određeni posao. Rezultat selekcije je rang lista kandidata, pri čemu najviši rang ima kandidat s najvećom šansom za uspjeh u određenom poslu. Odabir odgovarajuće osobe je veoma bitan, a pogotovo kada se govori o radu s djecom. To je veoma zahtjevan i odgovoran posao, te je potrebno stručno osoblje. Pri selekciji kandidata uzimaju se on koji imaju najbolje uvjete za uspjeh u poslu, dok slabiji otpadaju iz izbora. Za izvršenje predmetnog projekta biti će potrebno angažirati sljedeće ljudske resurse:

Tablica 11. Ljudski resursi

LJUDSKI RESURSI			
Radno mjesto	**Broj osoba**	**Potrebni uvjeti**	**Aktivnosti**
Direktor	1	VSS	upravljanje i rukovođenje radom ustanove (financijski, tehnološki, ljudski resursi)
Voditelj dječjeg vrtiža	1	VŠS	provođenje plana i programa rada, te nadzor djelatnika
Odgojitelj predškolske djece	6	VŠS	briga o djeci, organizacija aktivnosti (igre, radionice)
Učitelj stranog jezika	3	VŠS	provođenje odgojno-obrazovnog procesa, tj. procesa učenja stranog jezika (engleski, njemački, francuski)
Animator	4	SSS	animator na proslavama dječjih rođendana
Kineziolog	2	VŠS	sudjeluje u sportskim aktivnostima (igra kroz sport).
Čistačica	2	SSS	brinu za čistoću i održavanje objekta

Izvor: izrada autora

Direktor je zadužen za:

- organizacija rada svih zaposlenih, tako da bi se posao mogao obavljati što efikasnije
- upravljanje timom stručnih suradnika te kontroliranje njihovih planova i realizacije aktivnosti
- oblikovanje, planiranje i praćenje kalendara svih zbivanja u okviru razvoja
- organiziranje i kontrola održavanja svih stručnih skupova prema godišnjem planu
- izrađivanje godišnjeg razvojnog i promotivnog programa rada.

Voditelj igraonice ima zadaću:

- izvještavanje i informiranje direktora o provođenju plana i programa
- provođenje nadzora nad radom stručnih suradnika (odgojitelj, učitelj stranog jezika), što znači da nadgleda kvalitetu rada svakog zaposlenika

Posao voditelja dječjeg vrtića zahtijeva osobine i vještine potrebne za organizaciju rada i rad s ljudima: dobru komunikativnost, smisao za probleme drugih i strpljivost u odnosu s njima, sposobnost kvalitetnog planiranja, odlučnost, objektivnost, odgovornost. Zbog čestog izvještavanja i informiranja, važna je lakoća usmenog i pismenog izražavanja.

Odgojitelj predškolske dobi mora:

- organizirati receptivne i stvaralačke igre u kojima se razvijaju pojedine spoznajne sposobnosti i u kojima posebno dolazi do izražaja dječja kreativnost
- organizirati aktivnosti u kojima su djeca izložena određenim estetskim doživljajima, npr. likovne radionice, scenske igre, glazbene aktivnosti i sl.
- održavati aktivnu suradnju s roditeljima

Broj djece s kojima radi odgojitelj u pojedinoj skupini utvrđen je Državnim pedagoškim standardom predškolskog odgoja i naobrazbe koji donosi Sabor Republike Hrvatske na prijedlog Vlade Republike Hrvatske. Taj broj ovisi o vrsti grupe (poludnevni ili cjelodnevni program, minimalni program, dobna skupina i sl.) i u sadašnjim uvjetima iznosi od 10 do 28 djece u grupi.

Učitelj stranog jezika je zadužen za sljedeće:

- priprema nastave i predavanje

- kreativnost i rad s djecom
- provođenje procesa učenja - stjecanje informacija, znanja i intelektualnih vještina, formiranje motornih vještina te razvijanje interesa, stavova, poželjnih karakternih osobina i sustava vrijednosti.
- sustavno praćenje razvoja svakog učenika

U sklopu dječjeg vrtića „Pikachu“ nudi se učenje 3 strana jezika (engleski, njemački i francuski). Učenje stranog jezika je prilagođeno predškolskom uzrastu djece. Djeca brzo i lako uče kroz pjesmice, brojalice, priče i bogati slikovni materijal. Učenje stranog jezika u predškolskoj dobi (između 3. i 7. godina) može biti dodatno sredstvo stimuliranja mozga, odnosno promišljenog obogaćivanja predškolca, a poznavanje jednog ili više stranih jezika će kasnije u životu djetetu dati veliku prednost.

Naravno, edukativni materijal za učenje stranog jezika treba biti prilagođen predškolskoj dobi. Danas je na tržištu dostupno obilje edukativnih kompleta (slikovnice na stranim jezicima, ilustrirani rječnici i video kazete za djecu).

Animator je osoba koja zabavlja djecu za vrijeme proslava dječjih rođendana, a vođenje dječjih rođendana je u trajanju od 2 ili 3 sata petkom i vikendom. Animator je zadužen za prijem djece i roditelja, animaciju i brigu za djecu tijekom rođendana, te pomoć pri čišćenju po završetku rođendana. Dječji animatori su odgovorne, maštovite, vesele, vedre i komunikativne osobe, sklone radu u timu i radu s djecom.

Kineziolog sudjeluje u organizaciji programa „igrom kroz sport“ te organiziranju i radu s djecom odgovarajućih tjelesnih vježbi da bi se razvile njihove funkcionalne fizičke sposobnosti i zdravstvena kondicija. U programu se nude razne aktivnosti prilagođene djeci od 3 do 7 godina (ritmika, ples, nogomet).

Od velike je važnosti imati stručan i obrazovan kadar koji kvalitetno obavlja radne zadatke. Želi se pružiti što kvalitetnija usluga jer je zadovoljstvo djece i roditelja na prvome mjestu.

4.3. Stalna sredstva

Glavni nositelj je zaposlenik, a stalna sredstva nisu u toj mjeri važna koliko u nekim drugim industrijama. Bit stalnih sredstava je da kao alat posluže zaposleniku za normalan rad. Od stalnih sredstava se ekonomski gledano očekuje neka ekonomska korist u duljem periodu.

4.4. Razdoblje izvedbe

Razdoblje izvedbe obuhvaća vrijeme od početka provođenja poduzetničke ideje u djelo sve do početka rada. Nakon aktivizacije slijedi životni vijek poslovnog projekta. Čimbenici koji utječu na dužinu izvedbe projekta su:

- vrsta djelatnosti kojoj projekt pripada
- kvaliteta obavljenih pripremnih radnji
- stupanj zahtjevanosti lokacije i tehnologije
- kapacitet
- pouzdanost izvora kapitala
- promjene na tržištu i ekonomiji zemlje

Aktivizacijsko razdoblje je 12 mjeseci. Ovo vremensko razdoblje trebalo bi biti dostatno da se poduzeće registrira, uredi prostor, a zaposlenici pronađu i selektiraju te da se može započeti s normalnim i uspješnim radom. Kroz tih 12 mjeseci će se obaviti sve potrebne pravno-organizacijske radnje, a najveći dio vremena iziskuje traženje kvalitetne radne snage, jer je ključno imati kvalificirane i osobe sposobne u radu s djecom. O ovom činu zapravo ovisi cijela budućnost poduzeća tako da mu treba pristupiti s posebnom pažnjom.
Tijekom predviđenog vremena izvedbe obaviti će se iduće radnje:

- prikupljanje početnog kapitala
- obavljanje pravnih i administracijskih poslova
- raspisivanje natječaja za zaposlenike
- razgovor i selekcija zaposlenika
- kupnja namještaja i uređivanje prostora
- provođenje marketinških aktivnosti
- priprema i početak rada

5. ZAKLJUČAK

Ovaj projekt sadrži analizu opravdanosti ulaganja u izgradnju objekta odgojno-obrazovnog karaktera u svrhu razvoja i unapređenja odgojno-obrazovne funkcije i djelatnosti u Baškoj Vodi. Projekt je pripremljen koristeći se standardnom metodologijom pripreme investicijskih projekata, vodeći računa o predmetnoj djelatnosti i pružajući podatke i informacije o tome kako planirati investicijski poduhvat.

S obzirom na potrebe stanovnika Baške Vode za smještajem djece, kao i na postojeće neadekvatno stanje objekata u kojima se trenutno obavlja odgojno – obrazovna djelatnost u Baškoj Vodi projekt razmatra društvene potrebe.

Početak izgradnje je rujan 2016. godine, a završetak izgradnje je predviđen do travnja 2017. godine, te bi dječji vrtić mogao bi započeti s radom već u 2017/2018. godini. Cilj dječjeg vrtića je osigurati mogućnost boravka djeci od 3 godine, pa sve do polaska u školu, te im pružiti kvalitetnu uslugu boravka i učenja, kako bi mjesto u igraonici postalo „pravi drugi dom“.

Osim osnovnih sadržaja dječjeg vrtića kao što su prostorija za spavanje, kupaonice, dnevni boravak, garderoba, spremište igračaka, blagovaonica, uredska prostorija, prostor za portira i skladišni prostor, u prostorima dječjeg vrtića nalaziti će se i dvorište potpuno prilagođeno dječjim potrebama u skladu sa odredbama o sigurnosti ovakvih ustanova, te natkrivena terasa.

Iako će ovim projektom biti zadovoljena samo mala potreba tržišta, cilj je ovog projekta da kao značajan pomak bude poticaj na ulaganje drugim investitorima u objekte ovakvog i sličnog tipa na području Baške Vode.

6. LITERATURA

1. Buble, M. (2006): *Planiranje: temeljne odrednice planiranja, Osnove menadžmenta,* Sinergija, Zagreb.
2. Čičin-Šain, D. (2005): *Menadžersko planiranje,* Veleučilište u Šibeniku
3. Goić, S. (2006): *Biznis plan*. Ekonomski fakultet Split, Split, 2006.
4. Hisrich, R., Peters, M., Shepherd, D.(2011): *Poduzetništvo*. Mate, Zagreb.
5. Koprivnjak, O. (2014): *Kvaliteta, sigurnost i konzerviranje hrane*, Sveučilište u Rijeci, Medicinski fakultet Rijeka, Rijeka.
6. Kuvačić, N. (2003):*Poduzetnički projekt: kako sačiniti biznis plan*, Veleučilište u Splitu, Split.
7. Kružić, D. (2008):*Od poduzetničke ideje do izrade poslovnog plana*, Ekonomski fakultet u Splitu, Split.
8. Škrtić, M.(2006):*Poduzetništvo*, Sinergija, Zagreb.
9. Zelenika, R.(2000): *Metodologija izrade znanstvenog i stručnog djela*, Sveučilište u Rijeci, Rijeka.
10. Wren D.A., Dem Voich J.R.(1994): Menadžment-Proces, struktura i ponašanje, Privredni pregled, Beograd

POPIS SLIKA

Slika 1: Poduzetnici kroz faze razvoja 6
Slika 2: Tlocrt dječjeg vrtća s opisima 25
Slika 3: Lokacija dječjeg vrtića "Pikachu" 28

POPIS TABLICA

Tablica 1. Podaci o investitoru 11
Tablica 2. Prikaz stalnih sredstava 15
Tablica 3. Udio obrtnih sredstava u ukupnim sredstvima 16
Tablica 4. Troškovi poslovanja 17
Tablica 5. Izvori financiranja 18
Tablica 6. Plan otplate kredita 19
Tablica 7. Plan prihoda 20
Tablica 8. Projekcije rashoda 21
Tablica 9. Projekcija računa dobiti i gubitka 22
Tablica 10. Najam igraonice za proslavu rođendana (kn) 26
Tablica 11. Ljudski resursi 29

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Udio stalnih i obrtnih sredstava 16
Grafikon 2. Izvor ulaganja 18