



BIZNES PLAN

ART-Domek
Centrum Rozwoju Dziecka

Wrocław 2020



SPIS TREŚCI:

1. CV AUTORÓW PROJEKTU	4
1.1. CV Inny Vidinieï – Kashienko	4
1.2. CV Rostorhuieva Oleksia	5
2. PODSUMOWANIE PROJEKTU	6
Główne źródło dochodów	6
Dodatkowe źródła dochodów	6
Możliwe źródła finansowania realizacji tego projektu biznesowego	7
1. FINANSOWANIE Z UDZIAŁEM ŚRODKÓW PUBLICZNYCH.....	7
2. FINANSOWANIE PRZEZ PODMIOTY KOMERCYJNE.....	7
3. OPIS RYNKU	9
Tabl. 1. Wybrane informacje o centrach, domach, ośrodkach kultury, klubach i świetlicach	10
Tabl. 2. Placówki wychowania pozaszkolnego oraz uczestnicy zajęć	12
Tabl. 3. Placówki wychowania pozaszkolnego według województw	12
Tabl. 4. Szkolne koła (kluby, zespoły) i uczestnicy zajęć pozalekcyjnych i nadobowiązkowych w szkołach dla dzieci i młodzieży	13
Szkolnictwo artystyczne	14
Tabl. 5. Szkoły artystyczne według województw	14
Tabl. 6. Absolwenci szkół artystycznych	15
Tabl. 7. Studenci uczelni artystycznych.....	16
Tabl. 8. Absolwencja uczelni artystycznych.....	17
4. OPIS USŁUG KLUBU DZIECIĘCEGO.....	19
Tabela 9. Opis usług Centrum Rozwoju Dziecka	19
Grupa I „Maluchi”	21
Grupa II „Pochemuchki”	21
Grupa III „Uczniaki”	21
Grupa IV „Studenci”	21
Grupa V „Dorośli”	22
Grupa VI „Słoneczne dzieci”	22
5. SPRZEDAŻ USŁUG I MARKETING KLUBU DZIECIĘCEGO.....	23
Tabela 10. Analiza SWOT klubu rozwoju dzieci	23
Strony wewnętrzne	23
Strony zewnętrzne.....	24
Tabela 11. Budżet reklamowy klubu dziecięcego	25
Przykłady ekskluzywnej reklamy Centrum Rozwoju Dziecka ART-Domek.....	26
6. PLAN REALIZACJI PROJEKTU - KLUB DZIECIĘCY	28
1) Rejestracja w organach rządowych	28
Wymogi higieniczno-sanitarne dla placówek oświatowo-wychowawczych	31
Bezpieczeństwo pożarowe obiektów ośrodka oświatowo-wychowawczych	32

2) Lokalizacja i wybór biura.....	33
3) Rekrutacja dla klubu rozwoju dzieci	34
4) Nabycie sprzętu	34
Tabela 12. Przybliżona lista wyposażenia dla klubu rozwoju dzieci.....	34
Amortyzacja środków trwałych.	37
Tabela 13. Obliczanie miesięcznej amortyzacji.....	37
7. PLAN ORGANIZACYJNY CENTRUM DLA DZIECI.....	39
Tabela 14. Personel i płace w centrum dla dzieci.....	40
8. PLAN FINANSOWY KLUBU DZIECIĘCEGO.....	41
Tabela 15. Inwestycje w otwarciu centrum rozwoju dzieci.....	41
Tabela 16. Stałe miesięczne koszty ośrodka rozwoju dziecka.....	42
Tabela 17. Plan pracy dotyczący otwarcia centrum rozwoju dzieci	42
Tabela 18.1. Plan finansowy na pierwszy rok realizacji projektu	43
Tabela 18.2. Plan finansowy na drugi rok realizacji projektu	43
9. OCENA WYDAJNOŚCI.....	44
Okres zwrotu inwestycji początkowych (PP, Pay-Back Period)	45
Zwrot ze sprzedaży (ang. - Return on Sales, ROS)	45
Wartość bieżąca netto projektu (NPV, Net present value).....	45
Wskaźnik zwrotu z inwestycji (PI, Profitability Index).....	46
Zdyskontowany okres zwrotu projektu (DPP, Discounted Payback Period).....	46
Wskaźnik zwrotu z inwestycji (ARR, Accounting rate of return).....	47
Wewnętrzna stopa zwrotu (IRR)	47
Zmodyfikowana wewnętrzna stopa zwrotu (rentowność) MIRR (Modified Internal Rate of Return).....	48
10. MOŻLIWE RYZYKI.....	49
Ryzyka zewnętrzne obejmują	49
Ryzyka wewnętrzne obejmują	50
Tabela 21. Ilościowa analiza ryzyka biznesplanu klubu dziecięcego.....	50





*Inna Vidinieï
Kashenko*

AUTOR PROJEKTU

3 lipca 1984 r. ur.

Ukraina, Kramatorsk, obwód Doniecki

tel.: +38 (099) 447-04-59  

E-mail: i.a.kashenko@gmail.com

CEL

Pozyskanie finansowania projektu biznesowego - otwarcia Centrum Rozwoju Dziecka "ART-Domek".

O MNIE

Komunikatywna, zdecydowana, pracowita, schludna, miła, taktowna, wytrwała, zdolna do nauki, kreatywna, zaradna, szczerza, lubię dzieci.

PORTFOLIO



EDUKACJA

2001 - 2006

Słowjanski Państwowy Uniwersytet Pedagogiczny z wykształceniem pedagogicznym i metodologią szkolnictwa średniego. Szkolenie plastyki (kwalifikacje nauczyciela plastyki, specjalizacja: sztuka użytkowa).

1998 - 2001

Certyfikat ukończenia edukacji pozaszkolnej w Centrum Pracy Pozaszkolnej. Specjalizacja: kierowanie pracownią sztuk pięknych i dekoracyjnych.

1994 - 1998

Kramatorska Szkoła Plastyczna.

DOŚWIADCZENIE

2016 - 2020

Założyciel i szef organizacji publicznej „ART-Domek”.

2001 - 2020

Kierownik Pracowni Sztuk Pięknych, Ozdobnych i Stosowanych Centrumu Działań Pozaszkolnych w Kramatorsku, obwód Doniecki, Ukraina.

OBOWIĄZKI

- Nauczyciel sztuk pięknych i dekoracyjnych;
- Organizacja i zarządzanie studium plastycznym;
- Organizacja wakacji i kursów mistrzowskich;
- Utrzymanie dokumentacji szkoleniowej ta księgową;
- Organizacja i praca organizacji publicznej.

UMIEJĘTNOŚCI

- znajomość metod nauczania;
- indywidualne podejście;
- praca z dziećmi niepełnosprawnymi o specjalnych potrzebach (dzieci z rozpoznaniem porażenia mózgowego, zespołu Downa);
- kreatywne myślenie;
- umiejętności plastyczne i graficzne;
- malowanie wolumetryczne; podstawy malarstwa.



Oleksii Rostorhuiev

AUTOR PROJEKTU

Data ur.

17 stycznia 1984 r.

Obywatelstwo:

Ukraińskie

Adres:

Wrocław, Polska

Telefon:

+48 792-768-697

E-mail:

oleksii.rostorhuiev@gmail.com

CEL

Pozyskanie finansowania projektu biznesowego - otwarcia Centrum Rozwoju Dziecka "ART-Domek".

O MNIE

Wysoka wydajność, odpowiedzialne podejście do wykonywania obowiązków służbowych, uczciwość w pracy, umiejętności komunikacyjne, umiejętność słuchania, analizowania informacji i wyciągania wniosków, umiejętność samodzielnego podejmowania świadomych decyzji w trudnych sytuacjach, koncentracja, pragnienie ciągłego doskonalenia wiedzy zawodowej, chęć podróżowania, możliwość korzystania z osobistego czasu wolnego do pracy, z zastrzeżeniem odpowiedniego wynagrodzenia. praesentium blanditiis consequatur aspernatur accusantium maxime molestiae sunt ipsa.

Prace naukowe

Wynalazek (wzór użytkowy)
- "Sposób umieszczania reklamy"

Nagrody

- Wdzięczność za znaczący osobisty wkład w realizację polityki prawnej państwa, wysoki profesjonalizm;
- Zegarek na rękę od Rady Goloseevskiego rejonu w Kijowie.

EDUKACJA

sierpień 2001 - kwiecień 2006

**Ukraińska Akademia Bankowości
Narodowego Banku Ukrainy**

Specjalność: Prawo (cywilne, gospodarcze, bankowe).

lutym 2017 - czerwiec 2017

**GLOBAL SCHOOL
Szkoła Języków Obcych**

Kurs języka polskiego na poziomie zaawansowania B1

DOŚWIADCZENIE

od grudnia 2018

**KidsTV (Singing Planets)
YouTube Channel**

Autor / scenarzysta / reżyser / animator 3D / Wiersze i muzyka

2012 - 2016

Sp. z o.o. "MIKHALYCH"

Firma transportowa. Kijów, Ukraina

Założyciel / Dyrektor Generalny

2006 - 2016

**Urząd Mieszkalnictwa i Usług
Komunalnych Rady Goloseevskiego
rejonu w Kijowie**

Dyrektor

Kierownik
Wydziału
Prawnego

Prawnik

PORTFOLIO





2. PODSUMOWANIE PROJEKTU

Celem tego projektu jest otwarcie klubu dziecięcego "ART-Domek" w celu realizacji szeregu usług rozwojowych w zakresie dodatkowej edukacji dzieci we Wrocławiu (województwo dolnośląskie, populacja: 641 607 osób na dzień 01.01.2019; gęstość: 2191 osób. / km²).

Głównym źródłem dochodów są opłaty za udział w zajęciach.

Dodatkowe źródła dochodów:

- 1) Sprzedaż dzieł ręcznie robionych (obrazy, rękodzieło, pamiątki, farby, sztalugi, pędzle itp.);
- 2) Zarabianie na kanale „ART-Domek” na YouTube poprzez reklamę w filmach edukacyjnych dla dzieci.

Wzrost płodności (632 996 osób w 2010 r. - **641 607 osób w 2019 r.**, Przybliżona roczna **stopa wzrostu: 0,15%**), popularyzacja edukacji pozaszkolnej, wsparcie państwa i społeczne znaczenie tego sektora sprawiają, że jest on wystarczająco atrakcyjny dla przedsiębiorczości. Ponadto przy korzystnej realizacji projektu możliwe jest osiągnięcie wysokiej rentowności i zwrotu z inwestycji.

Grupą docelową klubu rozwoju dzieci są różne grupy osób, które koncentrują się na twórczym i intelektualnym rozwoju swoich dzieci. Grupę docelową reprezentują rodzice dzieci w wieku **przedszkolnym (3-6 lat)** i **szkolnym (6-16 lat)**. Obecność programów dla różnych grup wiekowych i średniego segmentu cenowego pozwala dotrzeć do dużej grupy odbiorców.

Misją klubu dla dzieci jest pomaganie dziecku w rozwijaniu niezbędnych cech osobistych, umiejętności, talentów, które sprawią, że będzie on w przyszłości dorosłym człowiekiem sukcesu.

Do realizacji projektu wynajmuje się pokój o łącznej powierzchni 120 m², położony w centralnej części miasta. Średni czynsz: 61,50 PLN / m² (brutto).

Obliczanie: 120 m² x 61,50 PLN/m² (opłata za wynajęcia brutto) + 120 m² x 11,07 PLN/m² (opłata eksploatacyjna brutto) = 7 380 PLN + 1 328,40 PLN = 8 708,40 PLN / mies.

Tak więc całkowity koszt wynajmu lokalu będzie wynosił: **8 710,00 PLN / mies.**

Wielkość początkowych inwestycji w otwarcie centrum rozwoju dzieci wynosi - **360 420 PLN.**

Koszty inwestycyjne są przeznaczone na zakup mebli i sprzętu, promowanie reklamową firmy i utworzenie funduszu kapitału obrotowego, dopóki projekt nie osiągnie samowystarczalności. Większość wymaganej inwestycji dotyczy materiały eksploatacyjne (farby, papier, ołówki, pędzle, zabawki, kostiumy teatralne itp.).



Możliwe źródła finansowania realizacji tego projektu biznesowego:

1. FINANSOWANIE Z UDZIAŁEM ŚRODKÓW PUBLICZNYCH

- 1.1. Dotacje z UE** na otwarcie firmy i rozpoczęcie działalności gospodarczej (Środki Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego);
- 1.2. Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej** (Program „MALUCH +”);
- 1.3. “Pożyczka Rozwojowa”** w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Dolnośląskiego 2014-2020;
- 1.4. Finansowanie w ramach programu COSME** (program pożyczkowy wielu banków komercyjnych (banku PKO BP i innych) na wspólne wsparcie Banku Gospodarstwa Krajowego i Unii Europejskiej.);
- 1.5. Finansowanie w ramach programu UE na rzecz zatrudnienia i innowacji społecznych „EaSI”** (Nest Bank, Towarzystwo Inwestycji Społeczno Ekonomicznych TISE S.A. w ramach Europejskiego Instrumentu Mikrofinansowego Progress);
- 1.6. Finansowanie przez Europejski Bank Inwestycyjny w ramach programu Horyzont 2020;**
- 1.7. Finansowanie przez Europejski Bank Odbudowy i Rozwoju.**

2. FINANSOWANIE PRZEZ PODMIOTY KOMERCYJNE

- 2.1. Oferty od pięciu największych banków w Polsce:** PKO BP, Pekao S.A., BZWBK, mBank i ING Bank;
- 2.2. Kolaboracja (współpraca) ze znanymi brandami:**
 - **Producenci towarów dla rozwoju dzieci:** Adam Toys, Alexander, Amazonas, Avenir, **Bambino**, Barney&Buddy, BigJigs Toys, Bino, Brik, BS Toys, Buttonbag, Canpol Babies, Cause, **Chicco**, ClassicWorld, Crayon Rocks, Dickie, Djeco, Dromader, E-edu, EcoSnoopers, Eichhorn, EZPZ, Fantasy Fields, Fisher-Price, FUNiversity, Geo Kids, Goki, GreenToys, Immenz, Janod, John, Kaloo, Kettler, Klein, Legler, **LEGO**, Lelin, Majorette, Manhattan Toy, Masterkidz, Melissa&Doug, Moluk, Mom’s Care, Mudpuppy, Nefere, Pecoware, Peggy Diggledy, **Play-Doh**, Plus-Plus, Ragtales, Rebel, Scoot&Ride, Scratch, SES Creative, Sevi, SIGIKID, Simba, Small Foot, Smoby, Spin Master, Susibelle, SwimFin, Tektorado, The Purple Cow, ToysPure, Trudi, Viga, Vtech, Woody, Woopie;
 - **Producenci towarów dla artystów:** JOVI, Daler Rowney, Da Vinci, Faber-Castell, Jullian, Marabu GmbH & Co. KG, Schmincke, Royal Talens;
- 2.3. Kolaboracja (współpraca) z hurtowniami zajmującymi się sprzedażą towarów przeznaczonych na rozwój dzieci i artystów:** STORM International Ltd Sp. z o.o., Baker Ross, Hasta Sp. z o.o., Hurtownia Danwoy, P.U.H Gralux Sp. z o. o. i inni;
- 2.4. Kolaboracja (współpraca) z funduszami dla dzieci niepełnosprawnych:**
 - **administracji rządowe i samorządowe** (Administracja Wojewody (Dolnośląski Urząd Wojewódzki), Urząd Marszałkowski Województwa Dolnośląskiego, Administracja Prezydenta Wrocławia (Urząd Miejski Wrocławia), Wrocławska Rada Do Spraw Osób Niepełnosprawnych, PAŃSTWOWY FUNDUSZ REHABILITACJI OSÓB NIEPEŁNOSPRAWNYCH - ODDZIAŁ DOLNOŚLĄSKI, Miejskie jednostki organizacyjne działające na rzecz osób niepełnosprawnych);

- **prywatne fundacji** (Wrocławska Fundacja Ochrony Zdrowia Psychicznego i Rozwoju Psychoterapii, Fundacja Ochrony Zdrowia Psychicznego, Stowarzyszenie na Rzecz Promocji Zdrowia „Curatus”, Dolnośląskie Stowarzyszenie Aktywnej Rehabilitacji „ART”, Fundacja „Opieka i Troska”, Polski Czerwony Krzyż - Dolnośląski Zarząd Okręgowy, Polski Komitet Pomocy Społecznej, „CARITAS” Archidiecezji Wrocławskiej, Biuro Porad Obywatelskich, Fundacja „Promyk Słońca” Wrocławski Punkt Informacyjny dla Osób Niepełnosprawnych).

Obliczenia finansowe uwzględniają wszystkie przychody i koszty projektu, **horyzont planowania wynosi 1 rok**. Zgodnie z obliczeniami inwestycja początkowa zwróci się po **1 pełnym miesiącu** kalendarzowym eksploatacji. Osiągnięcie planowanego wolumenu sprzedaży usług planowane jest na koniec 3 miesiąca pracy. Zwrot ze sprzedaży usług w pierwszym roku działalności wyniesie **69,49%**. Miesięczny zysk netto po osiągnięciu planowanej sprzedaży usług wyniesie około **634 480 PLN**, a roczna kwota zysku netto za pierwszy rok działalności wyniesie **6 687 263 PLN**. Jednocześnie sprzedaż usług ma wyraźną sezonowość: w miesiącach letnich sprzedaż usług spada ze względu na okres wakacji letnich. Plan finansowy jest sporządzany zgodnie z optymistyczną prognozą, którą można zrealizować ze względu na duże obciążenie pracą klubu dla dzieci. Zintegrowane wskaźniki wydajności projektu przedstawiono poniżej w **Tabeli 19**.

Wskaźnik rentowności jest więcej niż jeden, wartość bieżąca netto jest dodatnia i wynosi **7 694 487,45 PLN**, co wskazuje na atrakcyjność inwestycyjną projektu.





3. OPIS RYNKU

Dziś w Polsce szczególnie popularne są instytucje dodatkowego (pozaszkolnego) kształcenia dzieci. Tendencja ta wiąże się, po pierwsze, ze wzrostem wskaźnika urodzeń w kraju, po drugie, z brakiem miejsc w państwowych przedszkolach, a po trzecie, z niską jakością edukacji przedszkolnej i pozaszkolnej w tych placówkach.

Zacząło się w połowie 2000 rokach, co było spowodowane przez aktywny wzrost wskaźnika urodzeń. Z czasem wiele osób doceniło perspektywę rynku, - rynek zaczął wypełniać się graczami, którzy zaczęli podbijać konsumentów o różnych poziomach dochodów. Jeśli wcześniej usługi prywatnych przedszkoli i podobnych instytucji były uważane za drogie usługi dla bogatej kategorii ludności, to obecny rynek obejmuje szerszą publiczność - teraz prawie każdy może znaleźć opcję odpowiednią dla swojego budżetu.

Ponadto udana długoterminowa realizacja państwowych programów pomocy finansowej dla rodziców w wychowywaniu dzieci, takich jak: „Rodzina 500 plus”, „MALUCH+” i inni.

Sytuacja demograficzna w kraju wspierała rynek klubów rozwojowych i prywatnych przedszkoli. Przez dane Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) na **czerwiec 2019 r.** urodzenia żywe **na 1000 ludności - 8,9%** **W 2019 r. w Polsce urodziło się 370 tys. osób.**

Centra kultury, domy i ośrodki kultury, kluby i świetlice są instytucjami prowadzącymi wielokierunkową działalność społeczno-kulturalną. Mają charakter środowiskowy – zlokalizowane praktycznie w każdej gminie, integrują poszczególne przedsięwzięcia kulturalne, a przygotowując zróżnicowane oferty skierowane do ludzi w każdym wieku, kreują postawy aktywnego uczestnictwa w życiu społeczno-kulturalnym danej społeczności. Ponadto instytucje te zapewniają, zwłaszcza dzieciom i młodzieży, atrakcyjne formy wypełnienia wolnego czasu.

W 2018 r. w Polsce funkcjonowało 4 237 centrów kultury, domów i ośrodków kultury, klubów i świetlic (w 2017 r. – 4 230). Najliczniejszą część stanowiły świetlice (32,5% wszystkich placówek), a najmniej liczną – kluby (8,1%). Większa część placówek (63,3%) zlokalizowana była na wsi, przy czym charakter placówek wiejskich posiadały przede wszystkim świetlice (95,1% ogółu tych instytucji) oraz ośrodki kultury (61,1%). Natomiast domeną miast były kluby, domy i centra kultury – odpowiednio 76,6%, 59,9% i 59,3% tych instytucji funkcjonowało w mieście.

Najwięcej instytucji działało na terenie województwa małopolskiego (457), podkarpackiego (379) oraz śląskiego (372), przy czym województwa podkarpackie i śląskie wyróżniały się na tle kraju pod względem liczby działających na ich terenie domów kultury (odpowiednio 13,5% i 12,3% wszystkich tego rodzaju instytucji w kraju), a małopolskie i śląskie – klubów (odpowiednio 17,3% i 17,0%). Na uwagę zasługuje również województwo zachodniopomorskie, na którego obszarze działała prawie 1/6 wszystkich świetlic.

W 2018 r. w Polsce na 1 instytucję przypadało średnio 9,1 tys. ludności. Pod tym względem najlepsza sytuacja była w województwie opolskim, w którym na 1 instytucję przypadało prawie dwukrotnie mniej mieszkańców niż średnio w całym kraju (4,6 tys.) oraz zachodniopomorskim (5,2 tys.) i podkarpackim (5,6 tys.). Natomiast w województwie mazowieckim wskaźnik ten był najwyższy (na 1 instytucję przypadało aż 17,6 tys. ludności).

W ujęciu powiatowym najmniej korzystna była sytuacja w wielu większych miastach, w których, podobnie jak w powiatach: kozienskim, sierpeckim, rypińskim, i stargardzkim, na 1 centrum, dom i ośrodek kultury, klub lub świetlicę przypadało średnio ponad 40 tys. mieszkańców.

Zdecydowana większość centrów kultury, domów i ośrodków kultury, klubów i świetlic (92,9%) należała w 2018 r. do sektora publicznego, w ramach którego organizatorem instytucji był niemal w całości samorząd terytorialny.

Dominującą rolę pełnił samorząd gminny, który organizował działalność 90,7% ogółu publicznych instytucji.

Tylko dla 0,1% publicznych placówek organizatorem były niesamorządowe jednostki sektora publicznego. Do sektora prywatnego należała co 14 instytucja, prowadzona najczęściej przez jednostki spółdzielcze. Należy jednak zwrócić uwagę, że prywatne podmioty organizowały działalność przeszło połowę wszystkich klubów.

Tabl. 1. Wybrane informacje o centrach, domach, ośrodkach kultury, klubach i świetlicach

Stan w dniu 31 XII

Wyszczególnienie	Ogółem (w tys.)			W tym na wsi (w %)		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Instytucje	4,2	4,2	4,2	64,3	63,8	63,3
Pracownie specjalistyczne	8,1	8,5	9,0	43,5	43,8	43,7
Imprezy ^a	236,4	239,7	242,3	33,9	33,9	33,3
Uczestnicy imprez ^a	35 548,4	36 321,5	39 485,5	22,5	22,4	21,3
Grupy artystyczne ^b	17,2	17,1	17,1	39,6	39,7	39,5
Członkowie grup artystycznych ^b	291,3	291,2	291,2	38,1	38,2	38,2
Koła (kluby)	25,1	27,0	27,5	37,1	36,9	36,4
Członkowie kół (klubów)	522,6	559,3	600,4	33,6	33,2	34,8
Kursy ^a	6,7	6,4	6,5	32,2	34,7	29,6
Absolwenci kursów ^a	110,5	96,2	100,7	30,5	38,1	29,8

a W ciągu roku. b Wcześniej określane jako zespoły artystyczne.

Ważnym aspektem funkcjonowania instytucji kultury jest ich zaplecze infrastrukturalne. W 2018 r. prawie 3/5 wszystkich budynków użytkowanych przez instytucje kultury stanowiło odrębny obiekt. Z lokalu współużytkowanego z innymi instytucjami najczęściej korzystały kluby (67,8%) oraz świetlice (47,0%). Przeciętnie na 1 instytucję przypadało 784 m² powierzchni całkowitej lokalu. W 2018 r. zmodernizowano 870 z 3 145 budynków (tj. 27,7%) użytkowanych samodzielnie przez instytucje kultury. Dla potrzeb osób niepełnosprawnych przystosowanych było 49,5% wszystkich obiektów.

W 2018 r. ponad połowa ogółu działających instytucji posiadała salę widowiskową (50,3%), wyposażoną przeciętnie w 182 standardowe miejsca na widowni. 81,5% sal widowiskowych było wyposażonych w infrastrukturę koncertową i teatralną, a 55,7% – w infrastrukturę konferencyjną. W aparaturę cyfrową do projekcji filmów wyposażonych było 20,0% sal widowiskowych, a analogową – 7,9%. Sale widowiskowe posiadały przede wszystkim ośrodki, domy i centra kultury.

W 2018 r. we wszystkich centrach kultury, domach i ośrodkach kultury, klubach i świetlicach funkcjonowało 9,0 tys. pracowni specjalistycznych, wśród których najpopularniejsze były pracownie plastyczne (24,0% ogółu pracowni), muzyczne (20,3%) oraz sale baletowe i taneczne (19,5%). Większość pracowni specjalistycznych funkcjonowała w miastach: na 100 instytucji przypadało 328 pracowni w miastach, a 147 na wsi. Wyjątek stanowiły pracownie komputerowe, których nieznacznie więcej działało w instytucjach wiejskich (32 na 100 instytucji wobec 30 w miastach).

Współpracę z innymi podmiotami prowadziło 97,6% wszystkich centrów, domów i ośrodków kultury, klubów i świetlic – najwięcej z instytucjami edukacyjnymi i oświatowymi (91,8% placówek), innymi instytucjami kultury (83,9%) oraz organizacjami pozarządowymi (79,3%).

W 2018 r. centra kultury, domy kultury, ośrodki kultury, kluby i świetlice zorganizowały 242,3 tys. imprez (239,7 tys. w 2017 r.), w których wzięło udział 39,5 mln uczestników (36,3 mln w 2017 r.).

Najczęściej organizowane były warsztaty (18,7%), prelekcje, spotkania, wykłady (16,0%) oraz koncerty (15,1%), a do najliczniejszych (pod względem średniej liczby osób uczestniczących na 1 imprezę) należały festiwale i przeglądy artystyczne (652 osoby), koncerty (355) oraz imprezy interdyscyplinarne (291). Najbardziej prężne, pod względem średniej liczby imprez zorganizowanych przez 1 instytucję, były centra kultury – 1 instytucja zorganizowała przeciętnie 114 imprez w ciągu roku, podczas gdy domy kultury – 72, ośrodki kultury – 70, kluby – 56, a świetlice – 17.

W 2018 r. we wszystkich instytucjach działało 17,1 tys. grup artystycznych, które zrzeszały 291,2 tys. członków.

Najliczniejsze były grupy taneczne (4,7 tys.), wokalne i chóry (3,4 tys.) oraz folklorystyczne (3,1 tys.). Przeciętnie 1 grupa artystyczna liczyła 17 osób. Wśród członków grup artystycznych przeważały dzieci i młodzież szkolna (66,8%), ale aktywnością wykazywały się także osoby powyżej 60 roku życia (prawie co piąty członek grupy).

Największym zainteresowaniem młodych osób cieszyły się grupy taneczne, natomiast osób starszych – grupy wokalne i chóry.

W 2018 r. na 1 000 mieszkańców Polski 8 osób było członkiem jakiejś grupy artystycznej działającej w centrum kultury, domu kultury, ośrodku kultury, klubie lub świetlicy. Największą aktywnością pod tym względem wykazali się mieszkańcy województwa podkarpackiego, w którym 14 na 1 000 osób uczestniczyło w działalności grup artystycznych. Natomiast najmniejszy wskaźnik uczestnictwa odnotowano w województwie pomorskim (4 osoby na 1 000 ludności).

W centrach kultury, domach, ośrodkach kultury, klubach i świetlicach prowadzone były także liczne koła (kluby), tj. systematyczne zajęcia o określonym profilu tematycznym w zorganizowanych grupach. W 2018 r. działalność prowadziło 27,5 tys. kół (27,0 tys. w 2017 r.), w których zajęciach wzięło udział 600,4 tys. osób (559,3 tys. w 2017 r.).

Przeciętnie 1 koło zgromadziło 22 uczestników – najwięcej członków skupiały koła seniora/Uniwersytetu Trzeciego Wieku (53), dyskusyjne kluby filmowe (45) oraz koła turystyczne i sportowo-rekreacyjne (27). Najwięcej dzieci i młodzieży szkolnej uczestniczyło w zajęciach kół plastycznych/technicznych (95,4 tys.) i tanecznych (74,8 tys.), natomiast przeciętnie najwięcej członków w tym wieku liczyły koła taneczne (18), plastyczne/techniczne (16) oraz turystyczne i sportowo – rekreacyjne (11). Szczególną ofertą skierowaną dla osób starszych były kluby seniora/Uniwersytety Trzeciego Wieku – 92,4% ogółu ich członków stanowiły osoby powyżej 60 roku życia.

W 2018 r. wskaźnik uczestnictwa ludności w działalności kół (liczba członków kół na 1 000 ludności) dla Polski wyniósł 16. Wskaźnik wyższy od średniej krajowej odnotowano w województwach: podkarpackim (20), opolskim, lubelskim i małopolskim (18), dolnośląskim (17), oraz mazowieckim (16). Natomiast najniższy – w województwach: zachodniopomorskim (12) oraz pomorskim, podlaskim, świętokrzyskim i kujawsko-pomorskim (13). Najwyższy wskaźnik uczestnictwa ludności w działalności kół został odnotowany w powiatach: dębickim (73), szamotulskim (65), trzebnickim (62) oraz sępoleńskim i zamojskim (46).

Oferta centrów kultury, domów i ośrodków kultury, klubów i świetlic obejmowała również organizację różnego rodzaju kursów. W 2018 r. wszystkie instytucje przeprowadziły ogółem 6,5 tys. kursów (6,4 tys. w 2017 r.), wśród których najpopularniejsze były kursy języków obcych (1,5 tys.), nauki gry na instrumentach muzycznych (1,3 tys.) oraz tańca (1,1 tys.). Status absolwenta kursu otrzymało 100,7 tys. osób. Prawie co 5 absolwentem była osoba powyżej 60 roku życia. Osoby w tej kategorii wiekowej najczęściej korzystały z kursów języków obcych i komputerowych, co stanowiło procentowo najwięcej – 67,7% absolwentów kursów komputerowych (65,8% w 2017 r.).

Z ofertą programową dla dzieci młodzieży, oprócz centrów kultury, domów i ośrodków kultury, klubów i świetlic, występują również placówki wychowania pozaszkolnego, tj. pałace młodzieży, młodzieżowe domy kultury, ogniska pracy pozaszkolnej, międzyszkolne ośrodki sportowe, ogrody jordanowskie i inne placówki o charakterze specjalistycznym, które działają w ramach systemu oświaty.

W roku szkolnym 2018/2019 działalność prowadziło 486 placówek wychowania pozaszkolnego (wobec 500 w poprzednim roku szkolnym), które zorganizowały 20,1 tys. stałych oraz 12,1 tys. okresowych form zajęć (w roku szkolnym 2017/2018 odpowiednio: 19,3 tys. i 11,7 tys.). We wszystkich rodzajach zajęć

uczestniczyło 1 431,3 tys. dzieci i młodzieży (w poprzednim roku szkolnym – 1 345,3 tys.), przy czym największym zainteresowaniem cieszyły się zajęcia artystyczne (50,6% ogółu uczestników wobec 43,4% w poprzednim roku szkolnym).

Liczba placówek wychowania pozaszkolnego, w porównaniu z poprzednim rokiem szkolnym, obniżyła się (o 14), jednak liczba zorganizowanych zajęć wzrosła o 3,6% (przy wzroście liczby zajęć stałych o 4,0% i liczby zajęć okresowych – o 3,1%).

Wzrosła też liczba uczestników zajęć – o 6,4%; nieznacznie – o 0,5% obniżyła się liczba uczestników stałych form zajęć, przy wzroście o 9,6% uczestników okresowych form zajęć. Dzieci i młodzież najchętniej uczestniczyły w zajęciach zorganizowanych przez pałace młodzieży (przeciętnie w ciągu roku z zajęć zorganizowanych przez 1 placówkę skorzystało 10,7 tys. osób), młodzieżowe domy kultury (6,3 tys.) oraz inne publiczne placówki specjalistyczne organizujące czas wolny dla dzieci i młodzieży (4,4 tys.).

Tabl. 2. Placówki wychowania pozaszkolnego oraz uczestnicy zajęć

Wyszczególnienie		Placówki	Uczestnicy stałych i okresowych form zajęć							
			ogółem	informacyjnych	technicznych	przedmiotowych	artystycznych	sportowych	turystyczno-krajoznawczych	innych
Ogółem	2016/2017	496	1 244 050	9 490	8 235	74 352	508 114	290 979	33 184	319 696
	2017/2018	500	1 345 270	9 133	8 276	84 067	584 163	243 036	31 200	385 395
	2018/2019	486	1 431 328	14 867	8 505	86 486	723 624	218 265	34 893	344 688
Pałace młodzieży		16	171 462	1 526	986	19 548	68 827	10 736	4 607	65 232
Młodzieżowe domy kultury		127	804 447	5 794	5 659	31 212	605 522	33 222	26 062	96 976
Ogniska pracy pozaszkolnej		62	60 044	1 135	825	2 925	24 227	6 663	1 547	22 722
Międzyszkolne ośrodki sportowe		56	162 380	-	20	-	24	160 056	384	1 896
Ogrody jordanowskie		9	4 967	50	268	241	987	1 084	227	2 110
Inne publiczne placówki specjalistyczne		34	151 241	112	52	5 157	6 955	1 598	765	136 602
Inne placówki niepubliczne		182	76 787	6 250	695	27 403	17 082	4 906	1 301	19 150

Ź r ó d ł o: dane z Systemu Informacji Oświatowej administrowanego przez Ministerstwo Edukacji Narodowej.

Tabl. 3. Placówki wychowania pozaszkolnego według województw

Wyszczególnienie		Placówki	Formy zajęć		Uczestnicy zajęć	
			stałych	okresowych	stałych	okresowych
POLSKA	2016/2017	496	17 642	11 485	301 928	942 122
	2017/2018	500	19 341	11 744	323 803	1 021 467
	2018/2019	486	20 110	12 104	322 328	1 109 000
Dolnośląskie		31	3 268	855	26 614	60 899
Kujawsko-pomorskie		20	1 140	2 699	17 286	93 417
Lubelskie		16	493	816	8 505	299 256
Lubuskie		7	376	228	5 041	7 778
Łódzkie		28	2 537	1 661	44 795	104 171
Małopolskie		64	3 150	2 156	62 037	134 392
Mazowieckie		79	2 322	877	44 820	79 393
Opolskie		11	272	111	6 767	14 491
Podkarpackie		10	363	208	7 189	32 480
Podlaskie		19	435	32	6 898	11 225
Pomorskie		38	834	279	15 499	12 862
Śląskie		78	2 733	764	43 645	193 560
Świętokrzyskie		13	443	18	6 600	518
Warmińsko-mazurskie		26	571	420	8 788	21 919
Wielkopolskie		25	771	395	10 710	11 561
Zachodniopomorskie		21	402	585	7 134	31 078

Ź r ó d ł o: dane z Systemu Informacji Oświatowej administrowanego przez Ministerstwo Edukacji Narodowej.

Zajęcia artystyczne były organizowane przede wszystkim przez młodzieżowe domy kultury (64,3% wszystkich organizowanych zajęć artystycznych i 83,7% wszystkich uczestników zajęć artystycznych), pałace młodzieży (odpowiednio 15,3% i 9,5%), ogniska pracy pozaszkolnej i inne placówki niepubliczne. Łącznie w roku szkolnym 2018/2019 wszystkie placówki wychowania pozaszkolnego zaproponowały 8,9 tys. stałych form zajęć artystycznych i 4,1 tys. okresowych form tego rodzaju zajęć (w roku szkolnym 2017/2018 – odpowiednio 8,6 tys. i 3,8 tys.), a skorzystało z nich – odpowiednio – 134,5 tys. i 589,1 tys. uczniów (w poprzednim roku szkolnym odpowiednio 132,9 tys. i 451,2 tys. osób).

Również szkoły stwarzają możliwość uczestniczenia w różnorodnych zajęciach pozalekcyjnych i nadobowiązkowych prowadzonych w formie szkolnych kół, klubów i zespołów. W roku szkolnym 2018/2019 odnotowano znaczny spadek zarówno form prowadzonych zajęć jak i ich uczestników w porównaniu z poprzednim rokiem szkolnym. W zajęciach pozalekcyjnych i nadobowiązkowych zorganizowanych przez 28,5 tys. szkół dla dzieci i młodzieży w formie 209,9 tys. kół i klubów wzięło udział 2,3 mln uczniów (w poprzednim roku szkolnym odpowiednio 345,3 tys. i 3,7 mln), w tym w 29,9 tys. szkolnych kół, klubów i zespołów prowadzących zajęcia w dziedzinie artystycznej (o 38,9% mniej niż w poprzednim roku szkolnym) działało 357,3 tys. uczniów (o 37,4% mniej niż w roku szkolnym 2017/2018).

W ramach zajęć pozalekcyjnych i nadobowiązkowych, w szkołach dla dzieci i młodzieży w roku szkolnym 2018/2019 działało 29,9 tys. szkolnych kół, klubów i zespołów prowadzących zajęcia w dziedzinie artystycznej (14,2% wszystkich form zajęć pozalekcyjnych i nadobowiązkowych) – 22,4 tys. w szkołach podstawowych (75,1% wszystkich form zajęć artystycznych), 3,7 tys. w gimnazjach i 3,8 tys. w szkołach ponadgimnazjalnych, w tym 1,5 tys. w liceach ogólnokształcących.

Tabl. 4. Szkolne koła (kluby, zespoły) i uczestnicy zajęć pozalekcyjnych i nadobowiązkowych w szkołach dla dzieci i młodzieży

Stan w dniu 30 IX

Wyszczególnienie		Ogółem		W tym zajęcia artystyczne	
		koła	uczestnicy	koła	uczestnicy
Polska	2016/2017	275 055	3 087 581	41 466	502 122
	2017/2018	345 286	3 730 348	48 881	570 640
	2018/2019	209 874	2 348 588	29 878	357 340
Dolnośląskie		14 250	156 930	2 057	23 844
Kujawsko-pomorskie		10 698	115 713	1 524	16 929
Lubelskie		12 987	136 832	1 760	19 934
Lubuskie		4 805	49 267	741	7 626
Łódzkie		11 460	131 902	1 565	19 990
Małopolskie		19 661	225 919	2 760	35 030
Mazowieckie		29 447	363 831	4 193	55 915
Opolskie		4 793	51 434	783	8 748
Podkarpackie		12 909	140 689	1 588	18 421
Podlaskie		6 959	75 809	909	11 129
Pomorskie		12 560	146 632	1 927	22 334
Śląskie		26 896	287 991	3 792	43 709
Świętokrzyskie		6 510	71 192	855	10 581
Warmińsko-mazurskie		7 954	81 530	1 054	11 780
Wielkopolskie		17 832	205 355	2 926	35 699
Zachodniopomorskie		10 153	107 562	1 444	15 671

a łącznie ze szkołami specjalnymi.

Źródło: dane z Systemu Informacji Oświatowej administrowanego przez Ministerstwo Edukacji Narodowej.

Wśród 357,3 tys. uczestników artystycznych zajęć pozalekcyjnych i nadobowiązkowych (14,5% uczestników wszystkich zajęć) było 289,1 tys. uczniów szkół podstawowych (80,9% wszystkich uczestników zajęć artystycznych) i 31,4 tys. uczniów gimnazjów. W artystycznych zajęciach pozalekcyjnych i nadobowiązkowych uczestniczyło ponadto 36,8 tys. uczniów szkół ponadgimnazjalnych, w tym 19,1 tys. – liceów ogólnokształcących.

Szkolnictwo artystyczne

Szkolnictwo artystyczne na każdym szczeblu kształcenia odgrywa istotną rolę w profesjonalnym przygotowaniu przyszłych twórców i odtwórców kultury, a także instruktorów zajęć edukacji kulturalnej i kadry pedagogicznej.

W roku szkolnym 2018/2019 edukację artystyczną prowadziły 534 szkoły artystyczne dla dzieci i młodzieży (o 15 szkół mniej niż w roku szkolnym 2017/2018), ukończenie których nie dawało uprawnień zawodowych. Spośród wyżej wymienionych szkół – 53 realizowały jednocześnie program szkoły podstawowej. W roku szkolnym 2018/2019 do szkół artystycznych niedających uprawnień zawodowych uczęszczało 66,9 tys. uczniów, w tym 43,4 tys. dziewcząt. Do szkół artystycznych niedających uprawnień zawodowych realizujących jednocześnie program szkoły podstawowej uczęszczało 10,0 tys. uczniów, w tym 6,2 tys. dziewcząt. W klasach pierwszych naukę podjęło 15,2 tys. uczniów, w tym 9,8 tys. dziewcząt (w szkołach realizujących jednocześnie program szkoły podstawowej – odpowiednio 1,6 tys. i 1,0 tys.).

Tabl. 5. Szkoły artystyczne według województw

Stan w dniu 30 IX

Wyszczególnienie		Szkoły artystyczne niedające uprawnień zawodowych			Szkoły artystyczne dające uprawnienia zawodowe			Policealne szkoły artystyczne ^a		
		szkoły	uczniowie		szkoły	uczniowie		szkoły	uczniowie	
			razem	w tym kobiety		razem	w tym kobiety		razem	w tym kobiety
Polska	2016/2017	540	49 958	32 852	269	22 887	16 006	94	4 845	3 698
	2017/2018	549	68 098	44 482	271	24 125	17 052	68	3 893	3 027
	2018/2019	534	66 899	43 406	268	23 601	16 911	49	2 420	1 840
	Dolnośląskie	32	4 251	2 778	17	1 494	1 068	8	335	252
	Kujawsko-pomorskie	24	3 398	2 220	13	1 135	847	1	8	7
	Lubelskie	27	3 172	2 055	16	1 332	945	3	136	109
	Lubuskie	16	1 921	1 250	6	480	351	-	-	-
	Łódzkie	31	4 090	2 690	19	1 609	1 159	-	-	-
	Małopolskie	67	10 787	6 976	27	3 004	2 068	8	619	451
	Mazowieckie	81	7 715	4 971	31	2 671	1 762	14	721	580
	Opolskie	16	2 178	1 436	7	680	494	-	-	-
	Podkarpackie	43	5 574	3 529	24	1 675	1 133	1	51	39
	Podlaskie	27	2 313	1 488	11	809	586	1	38	34
	Pomorskie	29	3 372	2 207	12	1 237	948	3	166	111
	Śląskie	38	6 035	3 948	43	3 728	2 749	2	52	41
	Świętokrzyskie	14	1 466	921	7	398	296	-	-	-
	Warmińsko-mazurskie	22	2 428	1 626	6	632	461	1	37	21
	Wielkopolskie	40	4 964	3 212	16	1 765	1 334	6	197	148
	Zachodniopomorskie	27	3 235	2 099	13	952	710	1	60	47

a W roku szkolnym 2018/2019 szkoły bibliotekarskie oraz animatorów kultury nie prowadziły działalności.

Źródło: dane z Systemu Informacji Oświatowej administrowanego przez Ministerstwo Edukacji Narodowej.

W porównaniu z rokiem szkolnym 2017/2018 odnotowano spadek liczby szkół artystycznych dla dzieci i młodzieży o 2,7%, (w grupie szkół realizujących jednocześnie program szkoły podstawowej wystąpił wzrost ich liczby o 1,9%). W porównaniu z rokiem szkolnym 2017/2018 zmniejszyła się również liczba uczniów w szkołach artystycznych niedających uprawnień zawodowych o 1,8% (z 68,1 tys. do 66,9 tys.), w tym dziewcząt o 2,4% (z 44,5 tys. do 43,4 tys.). W szkołach artystycznych niedających uprawnień zawodowych realizujących jednocześnie program szkoły podstawowej liczba uczniów wzrosła o 3,1% (z 9,7 tys. do 10,0 tys.), w tym dziewcząt o 3,1% (z 6,1 tys. do 6,2 tys.) w porównaniu z poprzednim rokiem szkolnym. W roku szkolnym 2018/2019 w szkołach artystycznych niedających uprawnień zawodowych

rozpoczynających edukację w klasach pierwszych odnotowano spadek liczby uczniów o 5,0% (z 16,0 tys. do 15,2 tys.), w tym dziewcząt o 6,6% (z 10,5 tys. do 9,8 tys.).

Istotnym ogniwem w artystycznym kształceniu młodzieży w Polsce są szkoły artystyczne dające uprawnienia zawodowe. W roku szkolnym 2018/2019 działalność edukacyjną w takim zakresie prowadziło 268 szkół (o 3 mniej niż w roku szkolnym 2017/2018), w tym 122 realizowały jednocześnie program w zakresie ogólnokształcącym.

Do szkół tego typu uczęszczało 23,6 tys. uczniów (spadek o 0,5 tys. uczniów w porównaniu z rokiem szkolnym 2017/2018), w tym 16,9 tys. kobiet (w tym do szkół realizujących jednocześnie program ogólnokształcący – odpowiednio 12,9 tys. i 10,0 tys.). W klasach pierwszych naukę rozpoczęło 5,2 tys. uczniów, w tym 3,8 tys. kobiet (w tym w szkołach realizujących jednocześnie program ogólnokształcący – odpowiednio 2,8 tys. i 2,2 tys.).

W porównaniu z rokiem szkolnym 2017/2018 wystąpił nieznaczny spadek liczby szkół artystycznych dających uprawnienia zawodowe (o 1,1%), natomiast liczba szkół realizujących jednocześnie program ogólnokształcący pozostała na niezmiennym poziomie (122). Ogólna liczba uczniów kształcących się w tego typu szkołach spadła o 2,2%, w tym liczba kobiet zmniejszyła się o 0,8%. W szkołach realizujących jednocześnie program ogólnokształcący odnotowano w porównaniu z poprzednim rokiem spadek ogólnej liczby uczniów, w tym kobiet – odpowiednio o 1,2% i 0,4%.

W polskim systemie edukacji działają również policealne szkoły artystyczne, których ukończenie umożliwia osobom posiadającym wykształcenie średnie – po zdaniu egzaminu zawodowego – uzyskanie dyplomu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe. W roku szkolnym 2018/2019 działalność edukacyjną w tym zakresie prowadziło 49 policealnych szkół artystycznych. W porównaniu z rokiem szkolnym 2017/2018 liczba policealnych szkół artystycznych zmniejszyła się o 27,9% z uwagi na to, iż szkoły animatorów kultury i bibliotekarskie nie prowadziły działalności w roku szkolnym 2018/2019. W zajęciach policealnych szkół artystycznych uczestniczyło 2,4 tys. słuchaczy (spadek o 37,8%), w tym 1,8 tys. kobiet (o 39,2% mniej niż przed rokiem). W klasach pierwszych naukę rozpoczęło 1,5 tys. osób, w tym 1,1 tys. kobiet (spadek odpowiednio o 24,8% i 24,6%).

Tabl. 6. Absolwenci szkół artystycznych

Wyszczególnienie	2015/2016		2016/2017		2017/2018			
	ogółem	w tym ko- biety w % ogółem	ogółem	w tym ko- biety w % ogółem	ogółem	w tym ko- biety w % ogółem	2016/2017=100	
							ogółem	w tym kobiety
Szkoły artystyczne niedające uprawnień zawodowych	6 041	64,7	8 491	64,2	7 879	64,8	92,8	93,5
Szkoły artystyczne dające uprawnienia zawodowe	3 054	70,3	3 405	71,5	3 275	71,2	96,2	95,8
Policealne szkoły artystyczne	1 765	74,8	1 518	76,6	840	74,6	55,3	53,9

Źródło: dane z Systemu Informacji Oświatowej administrowanego przez Ministerstwo Edukacji Narodowej.

Podobnie, jak w poprzednich latach, tak i w roku szkolnym 2018/2019 wśród uczniów i słuchaczy szkół artystycznych przeważały kobiety. Ich udział w ogólnej liczbie uczniów szkół artystycznych niedających uprawnień zawodowych wyniósł 64,9%, w szkołach artystycznych dających uprawnienia zawodowe – 71,7%, a wśród słuchaczy szkół policealnych – 76,0% (odpowiednio: 65,3%, 70,7% i 77,8% w roku szkolnym 2017/2018).

W roku akademickim 2018/2019 na kierunkach artystycznych, prowadzonych przez różne typy uczelni studiowało 35,1 tys. studentów, w tym 23,8 tys. kobiet (w roku akademickim 2017/2018 odpowiednio: 35,2 tys. i 23,9 tys.). Studia stacjonarne wybrało 80,6% osób. Na pierwszym roku na uczelniach artystycznych kształciło się 9,2 tys. studentów, przy czym 77,6% z nich wybrało studia stacjonarne.



Osoby zainteresowane tematyką artystyczną, podobnie jak w poprzednim roku akademickim, mogły rozwijać swoje zainteresowania i kształcić się w 21 uczelniach artystycznych (w tym 19 publicznych) na 72 kierunkach.

Studenci tego typu uczelni stanowili ok. 1,4% ogółu studiujących w Polsce, w tym 1,6% ogółu studiujących kobiet (w roku akademickim 2017/2018 odpowiednio 1,3% i 1,5%).

W roku akademickim 2018/2019 w grupie uczelni artystycznych odnotowano spadek liczby studentów studiów stacjonarnych o 1,6%, w tym kobiet o 1,4% oraz spadek liczby studentów na studiach niestacjonarnych o 6,1%, w tym kobiet o 2,3%. Studia stacjonarne wybrało 86,8% studiujących. Na pierwszym roku studiów studiowało 3,9 tys. osób, w tym 2,6 tys. kobiet. W porównaniu z rokiem akademickim 2017/2018 na I rok studiów przyjęto o 0,6% osób mniej, jednocześnie liczba nowoprzyjętych kobiet wzrosła o 0,1%.

W roku akademickim 2018/2019 w publicznych uczelniach artystycznych kształciło się 15,8 tys. osób, tj. 94,2% ogółu studentów uczelni artystycznych, wobec 93,1% w roku akademickim 2017/2018. Studia stacjonarne w publicznych uczelniach artystycznych wybrało 88,8%. W porównaniu do roku akademickiego 2017/2018 liczba osób studiujących w publicznych uczelniach artystycznych na studiach stacjonarnych spadła o 0,7% natomiast na studiach niestacjonarnych o 3,9%.

Tabl. 7. Studenci uczelni artystycznych

Wyszczególnienie		Ogółem	W tym kobiety w % ogółem	Na studiach			
				stacjonarnych		niestacjonarnych	
				razem	w tym kobiety w % razem	razem	w tym kobiety w % razem
Ogółem	2016/2017	17 082	66,9	14 683	67,4	2 399	64,4
	2017/2018	17 192	66,5	14 825	67,2	2 367	62,5
	2018/2019	16 813	67,0	14 590	67,3	2 223	65,0
Publiczne	2016/2017	16 055	67,8	14 131	67,9	1 924	67,2
	2017/2018	16 014	67,7	14 166	67,8	1 848	66,7
	2018/2019	15 841	68,0	14 065	67,9	1 776	69,1
Niepubliczne	2016/2017	1 027	53,9	552	54,9	475	52,8
	2017/2018	1 178	50,8	659	53,4	519	47,6
	2018/2019	972	49,9	525	50,7	447	49,0

a łącznie z cudzoziemcami.

Źródło: dane z Zintegrowanego Systemu Informacji o Nauce i Szkolnictwie Wyższym POL-on administrowanego przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

W roku akademickim 2018/2019 w uczelniach artystycznych studiowało 220 osób niepełnosprawnych, w tym 154 kobiety (w roku akademickim 2017/2018 odpowiednio: 248 i 171 osób). Osoby niesłyszące i słabosłyszące, niewidome i słabowidzące oraz z dysfunkcją narządów ruchu stanowiły 42,7% ogółu studiujących osób niepełnosprawnych.

Z możliwości kształcenia w polskich uczelniach artystycznych korzystają również cudzoziemcy. W roku akademickim 2018/2019 stanowili 5,5% ogółu studentów uczelni artystycznych. W porównaniu z rokiem akademickim 2017/2018 liczba ogółem studiujących cudzoziemców spadła o 12,0%, w tym kobiet o 12,9%. Z kolei liczba absolwentów cudzoziemców wzrosła o 18,8%. Największym zainteresowaniem cudzoziemców cieszyły się uczelnie artystyczne zlokalizowane w województwie mazowieckim i małopolskim, w których studiowało odpowiednio 213 i 165 osób.

Z ogólnej liczby cudzoziemców studiujących w Polsce w uczelniach artystycznych, 182 studentów to osoby polskiego pochodzenia, w tym 127 kobiet (w roku akademickim 2017/2018 odpowiednio 229 i 160 osób). Studenci polskiego pochodzenia stanowili 19,8% ogółu cudzoziemców studiujących w uczelniach artystycznych.

W okresie od 1 grudnia 2017 r. do 31 grudnia 2018 r. studia magisterskie jednolite, pierwszego i drugiego stopnia na kierunkach artystycznych w publicznych i niepublicznych uczelniach różnych typów ukończyło 8,4 tys. osób (w tym 5,9 tys. kobiet), w tym na uczelniach artystycznych 4,5 tys. osób (w tym 3,1 tys. kobiet). W przypadku uczelni artystycznych liczba absolwentów w porównaniu do poprzedniego roku spadła o 6,1%, a kobiet o 5,8%.

W roku akademickim 2018/2019 na studiach podyplomowych prowadzonych w różnych typach uczelni, dających możliwość pogłębienia wiedzy z zakresu kierunków artystycznych odnotowano 1 677 słuchaczy, w tym 1 335 kobiet.

Studia podyplomowe w uczelniach publicznych różnych typów wybrało 60,1% słuchaczy. Największym zainteresowaniem cieszyły się kierunki: techniki audiowizualne i produkcja mediów (463 słuchaczy), moda, wystrój wnętrz i projektowanie przemysłowe (416), muzyka i sztuki sceniczne (298) oraz sztuki plastyczne (252).

Tabl. 8. Absolwencia uczelni artystycznych

Wyszczególnienie		Ogółem	W tym kobiety w % ogółem	Z liczby ogółem absolwenci studiów			
				stacjonarnych		niestacjonarnych	
				razem	w tym kobiety w % razem	razem	w tym kobiety w % razem
Ogółem	2015/2016	4 588	67,0	3 844	66,9	744	67,3
	2016/2017	4 807	67,7	4 109	67,8	698	67,3
	2017/2018	4 513	67,9	3 930	68,0	583	67,2
w tym publiczne	2015/2016	4 387	67,1	3 760	66,9	627	68,7
	2016/2017	4 625	67,8	4 009	67,9	616	67,4
	2017/2018	4 375	68,5	3 866	68,3	509	70,1
w tym niepubliczne	2015/2016	201	63,7	84	69,0	117	59,8
	2016/2017	182	63,7	100	61,0	82	67,1
	2017/2018	138	50	64	53,1	74	47,3

a łącznie z cudzoziemcami.

Źródło: dane z Zintegrowanego Systemu Informacji o Nauce i Szkolnictwie Wyższym POL-on administrowanego przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Na studiach podyplomowych prowadzonych przez uczelnie artystyczne kształciło się 877 słuchaczy, w tym 683 kobiety (odpowiednio 38 cudzoziemców, w tym 24 kobiety). W porównaniu z rokiem akademickim 2017/2018 liczba słuchaczy na studiach podyplomowych prowadzonych przez uczelnie artystyczne wzrosła odpowiednio o 11,7% dla ogółu słuchaczy i 19,2% dla kobiet. Większość słuchaczy (95,2%) wybrała studia podyplomowe w uczelniach publicznych – w roku akademickim 2017/2018 – (92,0%).

W roku akademickim 2018/2019 na studiach doktoranckich w uczelniach artystycznych kształciło się 798 doktorantów, spadek o 5,2% w stosunku do roku 2017/2018 (w tym 418 kobiet, spadek o 8,1%). Cudzoziemcy stanowili 6,8% ogółu uczestników tych studiów, wobec 7,2% w roku akademickim 2017/2018. Osoby niepełnosprawne stanowiły 1,3% ogółu doktorantów.

Studia doktoranckie, zwane również studiami III stopnia, prowadziły tylko publiczne uczelnie artystyczne. Studia stacjonarne wybrało 85,3% doktorantów (80,2% w poprzednim roku akademickim).

Stypendia naukowe pobierało 201 osób, wobec 198 w roku akademickim 2017/2018. W roku kalendarzowym 2018 wszczęto 170 przewodów doktorskich (wobec 155 w roku poprzednim), a rozprawę doktorską obroniło 115 osób – w tym podczas trwania studiów 70 osób (wobec 23 w roku 2017/2018). W roku akademickim 2018/2019 w publicznych uczelniach artystycznych kształciło się 669 osób (w tym 292 kobiety), które miały wszczęty przewód doktorski poza studiami doktoranckimi (odpowiednio 624 i 290 osób w roku akademickim 2017/2018). Cudzoziemcy stanowili w tej grupie 5,4% osób wobec 2,6% w roku poprzednim. W roku kalendarzowym 2018 przewody doktorskie poza studiami doktoranckimi otwarło 229 osób, w tym 48,5% stanowiły kobiety, a rozprawę doktorską obroniło 176 osób, a udział kobiet wyniósł 46,6%.

W roku akademickim 2018/2019 uczelnie artystyczne zatrudniały nauczycieli akademickich na 4,1 tys. etatach, w tym 1,3 tys. etatów zajmowały kobiety, co stanowiło 4,4% ogółu etatów nauczycieli w uczelniach w Polsce (4,3% w poprzednim roku akademickim). Oprócz nauczycieli akademickich uczelnie artystyczne zatrudniały także pracowników niebędących nauczycielami akademickimi (m.in. pracowników naukowo-technicznych, bibliotecznych oraz dokumentacji i informacji naukowej, pracowników inżynieryjno-technicznych, ekonomicznych, administracyjnych oraz obsługi), łącznie na 2,2 tys. etatach, w tym 1,4 tys. kobiet (w roku akademickim 2017/2018 na 2,0 tys. etatach, w tym 1,3 tys. kobiet).

W ten sposób można podkreślić zalety i wady tego pomysłu na biznes.

Korzyści obejmują:

- znaczenie biznesu;
- stabilność;
- niska podatność na kryzysy;
- wsparcie państwa dla edukacji przedszkolnej.

Wśród niedociągnięć należy wyróżnić:

- trudności w wyborze wysoko wykwalifikowanego personelu;
- dość wysoki poziom konkurencji;
- stała kontrola autora (potrzeba obecności przedsiębiorcy w firmie);
- niskie marże związane z kosztami czynszu, wynagrodzeń i kosztów świadczonych usług.

Niemniej jednak otwarcie klubu rozwoju dzieci ocenia się jako obiecującą linię biznesową, która charakteryzuje się stabilnym dochodem i znaczeniem społecznym.





4. OPIS USŁUG KLUBU DZIECIĘCEGO

Centrum Rozwoju Dziecka jest instytucją, w której prowadzone są zajęcia z dzieckiem na temat rozwoju zdolności intelektualnych, umiejętności komunikacji społecznej, kreatywności, koncentracji i są zaangażowane w różnego rodzaju kreatywność (śpiewanie, modelowanie, rysowanie, taniec itp.). Istnieją zarówno centra multidyscyplinarne obejmujące szeroki zakres usług, jak i wąsko ukierunkowane, skoncentrowane na poszczególnych segmentach edukacji przedszkolnej a pozaszkolnej.

Tabela 9. Opis usług Centrumu Rozwoju Dziecka

Usługa	Wiek	Opis	Cena
Studio rozwoju „Maluch”	od 3 mies. - do 3 lat	Zajęcia z zakresu rozwoju intelektualnego dziecka i nauki języków obcych od urodzenia w systemie „Wunderkind z pieluch” opracowanym przez amerykańskiego neurochirurga Glen Doman.	od 30 PLN / zajęcia 240 PLN / mies. (8 x 45 min.)
Studio wczesnego rozwoju «Pochemuchka»	od 3 lat	Ogólne zajęcia rozwojowe dla małych dzieci. Zajęcia mają na celu rozwój sensoryczno-ruchowy dzieci, rozwój koordynacji ruchów i umiejętności motorycznych, rozwój mowy; kreatywne zajęcia z rysunku, modelowania, aplikacji itp.	od 30 PLN / zajęcia 200 PLN / mies. (8 x 1 godzina)
ART- studio "Koloryt"	od 3 lat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Malarstwo - akwarela, gwasz (znajomość podstaw malarstwa); 2. Grafika - kolorowe ołówki, pastele (wosk i kreda), tusz do rzęs do rysowania (znajomość technik, rozwój umiejętności motorycznych); 3. Niekonwencjonalne techniki rysowania - monotypia, spray, fotografia, grafiki i inne; 4. Kompozycja, wymyślanie własnych obrazów (gwasz, akwarela, tusz do rzęs); 5. Nauka o kolorze (szkolenie, aby wybrać odpowiedni kolor). 6. Zwiedzanie sesji plastycznych w przyrodzie. 	od 30 PLN / zajęcia 200 PLN / mies. (8 x 1 godzina) 250 PLN / mies. (8 x 1,30 godzin) 240 PLN / mies. (12 x 1 godzina) 300 PLN / mies. (12 x 1,30 godzin)
Studio muzyczne "Wesołe nutki"	od 3 lat	Zintegrowana lekcja z akompaniamentem muzycznym, z wykorzystaniem różnych technik;	od 30 PLN / zajęcia

		Pisanie wierszy, tekstów piosenek i melodii.	150 PLN / mies. (4 x 30 min) 180 PLN / mies. (4 x 45 min) 240 PLN / mies. (8 x 30 min)
Studio teatralne "Tili-Bom"	od 3 lat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produkcja kompozycji teatralnych na podstawie bajek i rozwijających się piosenek dla dzieci w języku polskim i obcym (angielskim, niemieckim); 2. Produkcja (krawiectwo) kostiumów scenicznych, masek. 3. Prowadzenie otwartych poranków i prezentacji. 	od 30 PLN / zajęca 215 PLN / mies. (8 x 1 godzina)
Przygotowanie do szkoły „Mędrak”	5-7 lat	Zajęcia z psychologiem, rozwój umiejętności matematycznych, rozwój mowy, podstawy czytania i gramatyki.	od 30 PLN / zajęca 200 PLN / mies. (8 x 1 godzina)
Języki obce «Wonderkids»	3- 6 lat 6-15 lat	Nauka języków obcych: angielski, niemiecki.	od 30 PLN / zajęca 695 PLN / semestr (30 x 1 godzina)
Studio animacji „Anima-Lime”	11 - 17 lat	<p>Nauczanie dzieci tworzenia kreskówek:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pomysł (wymyślenie fabuły, napisanie scenariusza); 2. Nauczanie programów komputerowych do modelowania i animacji 2D / 3D; 3. Postacie i dekoracje (rysunek, modelowanie, modelowanie komputerowe 2D / 3D); 4. Praca ze światłem na żywo i na komputerze; 5. Fotografowanie pojedynczych klatek / renderowanie komputerowe; 6. Udźwiękowianie (głosy postaci, dźwięki, akompaniament muzyczny, piosenki); 7. Renderowanie i mastering gotowej kreskówki; 8. Otwarte wspólne oglądanie z rodzicami. 	od 30 PLN / zajęca 325 PLN / mies. (4 x 1 godzina)
Warsztaty kreatywne «Kreatywne dziecko»	3-6 lat, 6-15 lat	<ul style="list-style-type: none"> - formowanie z ciasta, gliny, piachu; - różne rodzaje aplikacji; - tradycyjny i nietradycyjny rysunek; - praca z materiałami o różnych teksturach; - tkanie koralików; - dekoracyjne rzeźby w drewnie; - papier-mache itp. 	od 30 PLN / zajęca 200 PLN / mies. (8 x 1 godzina)
Psycholog dziecięcy	od 3 lat	Zajęcia indywidualne i grupowe, konsultacje rodzinne.	• Konsultacje dziecięca: 150 PLN / 50 min;

			<ul style="list-style-type: none"> • Indywidualna psychoterapia: indywidualna cena; • Konsultacja rodzicielska: 180 PLN / do 75 min.; • Wydanie pisemnego certyfikatu: 180 PLN.
Logopeda	od 3 lat	Indywidualne lekcje i konsultacje ze specjalistą.	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnostyka: 100 PLN; • Indywidualna sesja terapeutyczna: 60 PLN / 30 min; • Diagnostyka z pisemną opinią: 160 PLN; Masaż logopedyczny: 40 PLN / 15 min.
Grupa «Słoneczne dzieciaki»	od 3 lat	Indywidualne zajęcia kreatywne z dziećmi z opóźnieniami rozwojowymi i pacjentami z różnymi chorobami (autyzm, porażenie mózgowie, głuchy, niewidomy itp.), konsultacje ze specjalistami.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zajęcia terapeutyczne i komunikacyjne: 90 PLN / zajęcie; 2. Wydanie Opinii opisującej rozwój dziecka: 150 PLN; 3. Lekcje indywidualne: 85 PLN / zajęcie; 4. Zajęcie grupowe: 55 PLN / zajęcie; 5. Indywidualne zajęcia rehabilitacyjne fizjoterapeutyczne: 100 PLN / zajęcie; 6. Psychoterapia od 80 - 110 PLN / zajęcie.

Projekt obejmuje otwarcie klubu rozwoju dzieci z szeroką gamą usług, co pozwala objąć dużą część populacji. Rozszerzenie zakresu usług centrum nie wymaga dużych dodatkowych kosztów - ważne jest dokładne przestudiowanie programów dla każdej grupy. Zajęcia są przeznaczone dla różnych grup wiekowych:

Grupa I „Maluchi”

- dzieci od 3 miesięcy. - do 3 lat;

Grupa II „Pochemuchki”

- dzieci od 3 lat;
- dzieci od 3 do 6 lat;
- dzieci w wieku od 5 do 7 lat;

Grupa III „Uczniaki”

- dzieci w wieku od 6 (7) do 16 lat;

Grupa IV „Studenci”

- młodzież i od 16 do 21 lata.(według indywidualnego harmonogramu);



Grupa V „Dorośli”

- dorośli od 21 lata - bez ograniczeń (według indywidualnego harmonogramu);

Grupa VI „Słoneczne dzieci”

- dzieci od 3 lat, opóźnione w rozwoju i chore na różne choroby (autyzm, porażenie mózgowe, głuchonieme, niewidome itp.), Zgodnie z indywidualnym harmonogramem.

Każda grupa ma swój własny program i specyfikę zajęć. Planowana lista usług znajduje się w Tabeli 9. Oczywiście lista ta może zostać poszerzona o ceramikę oraz różne dziedziny tańca i treningu fizycznego, a także szkołę sukcesu, szkołę biznesu i warsztaty kulinarne, zajęcia wokalne oraz studio szachowe, a także inne kierunki.

Ponadto, na podstawie pracowni dla dzieci, mogą odbywać się kursy mistrzowskie i szkolenia dla dorosłych: szkoła rozwoju, szkolenia psychologiczne, balet ciała, body art, joga, gimnastyka dla kobiet w ciąży i wiele innych.

Format klubu dla dzieci zapewnia szeroki zakres usług. Aby ustalić ich listę, należy sformułować koncepcję swojego klubu (klub rodzinny / szkoła kreatywnego rozwoju / edukacji przedszkolnej lub inny kierunek). Zaleca się również zapoznanie się z ofertami uczestników rynku w celu wprowadzenia konkurencyjnej usługi w swoim klubie (tj. usługi, której konkurency nie mają).

Koszt zajęć różni się w zależności od usługi. Im bardziej trafne i niepowtarzalne, tym droższe jest odwiedzanie (zazwyczaj wynika to z wyższych kosztów wynagrodzeń dla nauczycieli).

Średni koszt uczestnictwa w **1 zajęciu** (średni czas trwania: **1 godzina**, - wynosi **30 PLN**).

W klubie również zamierzone wdrożenie abonamentów miesięcznych (**8-12 zajęć**, w zależności od programu). Jego koszt jest obliczany na podstawie kwoty **1 wizyty** i **15% rabatu**. Oznacza to, że jeśli zakupiony zostanie abonament na **8 zajęć** po cenie **30 PLN każde**, łączna cena abonamentu miesięcznego wyniesie **200 PLN**.



5. SPRZEDAŻ USŁUG I MARKETING KLUBU DZIECIĘCEGO

Grupą docelową klubu dla dzieci są różne grupy osób, które koncentrują się na twórczym i intelektualnym rozwoju swoich dzieci. Grupę docelową reprezentują rodzice dzieci w wieku przedszkolnym i szkolnym. Obecność programów dla różnych grup wiekowych i średniego segmentu cenowego pozwala dotrzeć do dużej grupy odbiorców.

Celem klubu dla dzieci jest zapewnienie szerokiej gamy usług w zakresie edukacji przedszkolnej i pozaszkolnej. Misją klubu jest pomaganie dziecku w rozwijaniu niezbędnych cech osobistych, umiejętności i talentów, które uczynią go odnoszącym sukcesy profesjonalistą w przyszłości. Zgodnie z misją określa się również konkretne zadania klubu rozwoju dzieci:

- stworzenie sprzyjającego środowiska rozwojowego, w którym dziecko poczuje się komfortowo;
- rozwój zainteresowania dziecka samowiedzą o świecie;
- tworzenie sprzyjających warunków do rozwoju umiejętności dziecka;
- tworzenie psychologicznie wygodnego środowiska;
- socjalizacja dziecka;
- indywidualne podejście do każdego dziecka.

Mając wyraźną pozycję na rynku, możemy opracować program reklamy. Pierwszym krokiem jest przeprowadzenie analizy SWOT w celu zidentyfikowania mocnych i słabych stron instytucji. Umożliwi to dostosowanie kierunków marketingowych i identyfikację kluczowych metod promowania.

Tabela 10. Analiza SWOT klubu rozwoju dzieci

Strony wewnętrzne	<p><u>Mocne strony:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Możliwość rozszerzenia zakresu usług; 2) Możliwość wyboru sprzyjającego terytorium do prowadzenia działalności gospodarczej; 3) Możliwość nawiązania współpracy z nauczycielami szkolnymi; 4) Szeroki zakres usług dla dużej grupy docelowej; 5) Obecność doświadczenia u nauczyciela w pracy z dziećmi. 	<p><u>Słabości:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Wysoka odpowiedzialność za dzieci; 2) Brak zastrzeżonych technik autorskich; 3) Konieczność poszukiwania personelu i trudności w znalezieniu wykwalifikowanych nauczycieli.
--------------------------	--	---



Strony zewnętrzne	<p><u>Możliwości:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Możliwość rozszerzenia działalności; 2) Wsparcie państwa dla projektu znaczącego społecznie; 3) Zdolność do otrzymywania dotacji na otwarcie i rozwój działalności o znaczeniu społecznym; 4) Wzrost popytu nawet podczas wakacji, co gwarantuje stabilność dochodów. 	<p><u>Zagrożenia:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Znaczny poziom konkurencji w segmencie; 2) Zmniejszenie poziomu dochodów ludności, a w konsekwencji spadek zysków; 3) Prawdopodobieństwo zmian legislacyjnych i surowszych wymagań, które komplikują procesy produkcyjne.
------------------------------	--	---

Dlatego, aby wykorzystać swoje możliwości, klub dla dzieci musi zbudować bazę klientów, zaoferować publiczności autorską metodologię która odróżnia ją od konkurencji, a także przyciągnąć do pracy wysoko wykwalifikowany personel.

Ponieważ w tym segmencie nie został jeszcze opracowany przejrzysty system wymagań konsumenckich, klienci, wybierając jedno lub drugie centrum rozwoju dzieci, opierają się na opiniach znajomych, wyszukiwaniu w Internecie i sieciach społecznościowych, w których można znaleźć interesujące informacje. Dlatego reklama centrum dla dzieci powinna zawierać maksymalnie użyteczne informacje, na podstawie których potencjalni klienci będą mogli wyrazić pozytywną opinię o instytucji.

Dla firm w formie klubu rozwoju dzieci najskuteczniejszymi narzędziami promowania będą:

1) Tworzenie i promowanie własnej, jasnej, kolorowej, nowoczesnej, dostępnej i zrozumiałej dla każdej widowni potencjalnych klientów strony klubu dziecięcego w Internecie;

2) Tworzenie i utrzymywanie własnych grup w najpopularniejszych sieciach społecznościowych w Polsce, takich jak: **facebook, FB Messenger, Instagram, Skype, WhatsApp, Twitter, Snapchat, LinkedIn, NK, Wykop, Pinterest, Twitch, Badoo, Viber, Reddit, Tumblr.**

Treść grupy lub profilu powinna być zróżnicowana, obejmując nie tylko kwestie organizacyjne i reklamę usług klubowych, ale także powinna zawierać przydatne informacje - mogą to być wskazówki dotyczące szkolenia, różne artykuły opowiadające o korzyściach płynących z konkretnej lekcji itp. Praktyka pokazuje, że dostarczanie przydatnych i, co najważniejsze, bezpłatnych informacji zwiększa stopień lojalności potencjalnych klientów. Za pośrednictwem sieci społecznościowych wygodnie jest przeprowadzać różne promocje i programy bonusowe;

3) Stworzenie własnego kanału rozwojowego ART-Domek na YouTube, który będzie jednocześnie odgrywał dwie ważne role marketingowe: popularyzując (reklamę) centrum dla dzieci w Internecie i będzie źródłem dodatkowego dochodu, wykorzystując narzędzie do zarabiania na zamieszczanych na nim treściach wideo (filmy edukacyjne dla dzieci i ich rodziców), reklamując się w nim;

4) Umieszczenie ogłoszenia (reklamy) o klubie dziecięcym w szkołach, przedszkolach publicznych i prywatnych oraz w innych miejscach zatoru docelowej publiczności (parki, place);

5) Zamieszczanie reklam w domach położonych geograficznie blisko instytucji. Najbardziej skuteczna w tym przypadku jest reklama w windach, a także na stojakach w pobliżu wejścia;

6) Umieszczanie informacji w lokalnych gazetach - może to być nie tylko reklama komercyjna, ale także cały artykuł opowiadający o firmie, edukatorach, metodach, wynikach, pozytywnych recenzjach klientów itp.;

7) Publikowanie informacji związanych z klubem dla dzieci na różnych forach tematycznych miasta w Internecie;



8) Udział w różnych zajęciach rekreacyjnych, aktywna praca społeczna, sponsoring projektów, kursy mistrzowskie, regularne uczestnictwo w różnych konkursach dla dzieci i młodzieży w mieście i na terenie całej Polski;

9) Świadczenie dodatkowych usług. Może to być bezpłatne zajęcia próbne lub usługa nadzoru wideo, która pozwala rodzicom oglądać online, jak idą zajęcia z dzieckiem;

10) Recenzje konkursów, które pozwalają rozpowszechniać informacje o klubie dla dzieci, korzystać z narzędzia "pocztę pantoflową" i przyciągać nowych klientów.

Ponieważ konkurencja w segmencie jest dość duża, należy dokładnie rozważyć strategię reklamową. Orientacyjny plan promocji klubu rozwojowego dla dzieci przedstawiono w **Tabeli 11**. Według szacunków planowane jest początkowe przeznaczenie na promocję klubu - **26 000 PLN**. Główna część wydarzeń promocyjnych planowana jest na **pierwsze 3 miesiące** jak przed tak i po dacie otwarcia Centrum Rozwoju Dziecka.

Tabela 11. Budżet reklamowy klubu dziecięcego

Pozycja wydatków	Opis	Koszt (PLN)
Reklama zewnętrzna	Projekt, produkcja i instalacja jasnego, oryginalnego i atrakcyjnego logo, projekt i malowanie fasady klubu w jasnych kolorach, widocznych dla potencjalnych klientów z daleka.	Szyld (3D logo): 4 000 PLN ; Fasada (malowanie): 1 500 PLN ; Wideo-projekcyjne gabloty reklamowe: 12 000 PLN .
Stworzenie własną stronę internetową	Strona powinna zawierać opis usług i zalet klubu dziecięcego, jego misji, celów i zadań, raportów fotograficznych i wideo, kosztów usług, recenzji, listy zastosowanych metod, kadry nauczycielskiej, kontaktów i adresu.	Strona internetowa - 2 500 PLN ; Domena - 70 PLN / rok ; Hosting - 100 PLN / rok ; Pozycjonowanie w Google - 7200 PLN / rok .
Wypromowanie w Internecie	Tworzenie kont w sieciach społecznościowych: facebook, FB Messenger, Instagram, Skype, WhatsApp, Twitter, Snapchat, LinkedIn, NK, Wykop, Pinterest, Twitch, Badoo, Viber, Reddit, Tumblr , gdzie zostaną zamieszczone przydatne informacje o różnych usługach klubowych, promocjach, wydarzeniach, recenzjach itp. Planowane jest przeprowadzenie różnych konkursów w sieciach społecznościowych (możliwe jest przeprowadzenie konkursu na najbardziej kreatywne informacje zwrotne, konkurs na rysunki dla dzieci, konkurs na zdjęcia rodzinne, losowania nagród i bony upominkowe z rabatami na chesne lub bezpłatne studia w niepełnym wymiarze godzin (próbne) lub kontynuację nauki itp.	facebook – 1 200 PLN/mies. ; Instagram – 750 PLN/mies. ; Twitter - 600 PLN/mies. ; LinkedIn - 600 PLN/mies. ;
Stworzenie własnego kanału rozwojowego dla dzieci ART-Domek na YouTube	Stworzenie i promocja własnego kanału rozwojowego ART-Domek na YouTube , na którym regularnie (3-4 razy w tygodniu) zostaną opublikowane filmy rozwojowe dla dzieci i ich rodziców, nagrywane codziennie na zajęciach w klubie dla dzieci, na różne tematy dotyczące rozwoju dziecka i rodzicielstwa.	Kreacja + Optymalizacja – 300 PLN ; Wypromowanie - 500 PLN/mies.
Reklama wewnętrzna	W tym celu planuje się wykorzystanie reklamy w windach. Ta pozycja wydatków obejmuje koszty opracowania układu reklamy, drukowania materiałów reklamowych i wynajmu powierzchni na tablicy ogłoszeń.	(24x33cm., 706 tablic reklamowych) – 12 050 PLN/mies.
Dystrybucja reklamy drukowaną	W tym celu planuje się stworzyć materiał reklamowy (ulotki / broszury) i rozprowadzać go w miejscach, w których skoncentrowana jest grupa docelowa (szkoły, przedszkola, centra handlowe itp.). Koszty obejmują	Produkcja i dystrybucja ulotek - 5 000 szt - 600 PLN

	koszty tworzenia i drukowania ulotek, a także wynagrodzenia promotorów.	
Razem:		<p>Pierwotnie: 26 000 PLN</p> <p>Miesięcznie: 5-7% rocznego dochodu brutto centrum w pierwszym roku jego działalności (na rozwój) i 3,5% / rok w kolejnym okresie działalności, zgodnie z ogólnie przyjętą koncepcją światową - Advertising to Sales.</p>

Przykłady ekskluzywnej reklamy Centrum Rozwoju Dziecka ART-Domek:



Reklama telewizyjna



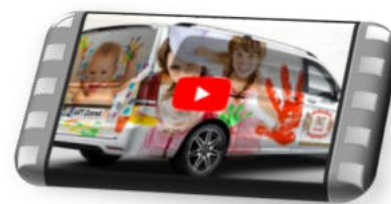
Billboard do projekcji wideo reklamy



Wideo-projekcyjne gabloty reklamowe



Brandowanie pojazdów firmowych



Drogie rodzaje reklam, takie jak reklamy w telewizji i wideo-projekcyjne gabloty reklamowe (gabloty w postaci automatycznie opuszczanych zasłon w oknach lub film na szkle z efektem tylnej projekcji + projektor zawieszony na suficie, wewnątrz, który wyświetla reklamową fabułę wideo), planuje się go wykorzystać później, gdy klub osiągnie samowystarczalność i przyniesie stabilny dochód, z którego planuje się utworzyć budżet reklamowy: **5-7% rocznego dochodu brutto** centrum w pierwszym roku jego działalności (na rozwój) i **3,5% na rok** w kolejnym okresie działalności, zgodnie z ogólnie przyjętą koncepcją światową - Advertising to Sales. Ten ekskluzywny rodzaj reklamy, która, nawiasem mówiąc, nie jest szeroko rozpowszechniona w Polsce i jest innowacyjna, będzie budowaniem wizerunku, którego celem będzie pozycjonowanie marki **ART-Domek** jako oferującej ekskluzywne usługi na rynku z wykorzystaniem innowacyjnych metod rozwoju dzieci. Strategia ta jest niezbędna do popularyzacji marki i budowy sieci ośrodków rozwoju dziecka **ART-Domek** w całej Polsce, zarówno w dużych miastach, jak i małych miasteczkach i wsiach, w których brakuje takich ośrodków.

Aktywna strategia marketingowa pozwala przyspieszyć proces zwrotu środków zainwestowanych w otwarcie klubu rozwoju dzieci. Konieczne jest wszechstronne wykorzystanie narzędzi promocyjnych - wtedy reklama zapewni najszybszy i najbardziej efektywny wynik.



Prognozowanie sprzedaży w klubie rozwoju dzieci jest dość trudne. Zależy to od kwalifikacji wybranych nauczycieli i harmonogramu zajęć. Zwykle czas przebywania w **1 grupie** - wynosi średnio **60 minut**. Zajęcia dla najmniejszych: **30 - 45 minut**. Dla uczniów szkół podstawowych - **60 min**. A dla uczniów szkół średnich i studentów - **1 godzina 30 minut**. Planuje się, że obszar klubu dziecięcego pozwoli na jednoczesne przeprowadzenie **5 zajęć (5 grup)**. Każda grupa składa się z **7-12 osób** (średnio **9 osób**). Dziesięciogodzinny harmonogram pracy klubu pozwala przeprowadzać na średnio 20 zajęć dziennie.

Na podstawie tych danych planowana miesięczna sprzedaż usług wyniesie: $20 \times 30 \times 9 \times 200 \text{ PLN} =$ **1 080 000 (jeden milion osiemdziesiąt tysięcy) PLN**. Osiągnięcie takich wskaźników jest możliwe przy wystarczającym obłożeniu klubu, obecności niezbędnej kadry nauczycielskiej, wystarczającej przestrzeni do zorganizowania zajęć i elastycznym harmonogramie zajęć. Planując sprzedaż, należy również pamiętać, że sprzedaż w segmencie edukacji przedszkolnej i pozaszkolnej ma pewną sezonowość: zmniejsza się w miesiącach letnich i rośnie w okresie jesienno-zimowym.





6. PLAN REALIZACJI PROJEKTU - KLUB DZIECIĘCY

Realizacja pomysłu na biznes otwarcia klubu dziecięcego obejmuje następujące kroki:

1) Rejestracja w organach rządowych.

Podstawy prawne tworzenia i działalności podmiotów świadczących usługi szkoleniowe.

Szkolenia, stanowiące jedną z form pozaszkolnego uzupełniania, poszerzania lub zmiany profilu posiadanego wykształcenia zawodowego przez osoby dorosłe, pracujące lub poszukujące pracy, nie zostały dotąd unormowane jednym aktem prawnym. Powoduje to, że podstawowe zagadnienia związane z funkcjonowaniem branży usług szkoleniowych, takie jak:

- miejsce szkoleń i usług szkoleniowych w polskim systemie oświaty oraz w Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD),
- tryb, zasady i warunki tworzenia oraz funkcjonowania organizacji szkoleniowych,
- umiejscowienie profesji szkoleniowca (trenera) w obowiązującej w Polsce Klasyfikacji Zawodów i Specjalności,
- wymagania odnośnie kwalifikacji zawodowych osób zatrudnionych w branży szkoleniowej, unormowane zostały przez szereg aktów prawnych - nie tylko nietworzących spójnego systemu prawnego, lecz w zależności od sektora działania, ustalających odmienną wykładnię prawną.

Zgodnie z **art. 2 Ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. O swobodzie działalności gospodarczej**, zarobkowe świadczenie usług, a więc również i usług szkoleniowych, uznane zostało za działalność gospodarczą. Mimo wyraźnego odmiennego charakteru niż większość usług występujących na rynku, usługi szkoleniowe nie zostały w ustawie zaliczone do tzw. działalności regulowanej, czyli takiej, której wykonywanie wymaga spełnienia szczegółowych warunków określonych specjalnymi przepisami prawa, nie wymaga się także dla ich prowadzenia koncesji, zezwolenia, licencji, dokonania zgłoszenia lub otrzymania zgody odpowiedniego organu.

Przedsiębiorca zamierzający prowadzić działalność szkoleniową, a który zgodnie z ustawą może być: osobą fizyczną lub prawną, spółką cywilną oraz jednostką organizacyjną niebędącą osobą prawną (ale zdolności prawne nadano jej na mocy odrębnej ustawy i realizuje ją we własnym imieniu) - w zależności od formy prawnej, spełnić powinien następujące warunki:

- osoba fizyczna - uzyskanie wpisu do Ewidencji Działalności Gospodarczej, prowadzonej przez organ ewidencyjny właściwy do miejsca zamieszkania (wójt, burmistrz, prezydent miasta),
- osoba prawna, spółka cywilna lub inna forma prawna - uzyskanie wpisu do Rejestru Przedsiębiorców, prowadzonego jako element Krajowego Rejestru Sądowego, przez sądy rejonowe (sądy gospodarcze).

Wpis przedsiębiorcy do Ewidencji Działalności Gospodarczej następuje na podstawie PLNożonego przez niego wniosku, zawierającego:

- nazwę firmy przedsiębiorcy oraz jego numer PESEL, o ile taki posiada,
- numer identyfikacji podatkowej NIP, o ile taki posiada,
- oznaczenie miejsca zamieszkania, adresu wraz z podaniem adresu do doręczeń oraz adresu, pod którym jest wykonywana działalność gospodarcza, jeżeli będzie prowadzona poza miejscem zamieszkania przedsiębiorcy, wniosek winien zawierać adres głównego miejsca jej wykonywania,
- określenie zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD) przedmiotu wykonywanej działalności,
- informację o istnieniu lub ustaniu małżeńskiej wspólności majątkowej,
- informację o ewentualnym istnieniu umowy spółki cywilnej,
- dane stałego pełnomocnika, uprawnionego do prowadzenia spraw przedsiębiorcy, o ile przedsiębiorca udzielił takiego pełnomocnictwa.

Jak wynika z powyższego, zakres podawanych przez przedsiębiorcę (osobę fizyczną) danych i informacji do uzyskania wpisu, nie zależy od rodzaju podejmowanej przez niego działalności. Ustawa ta (podobnie jak ustawa z dnia 23.12.1988 r. o działalności gospodarczej oraz ustawa z dnia 19.11.1990 r. prawo działalności gospodarczej) nie uzależnia uzyskania wpisu organizacji szkoleniowej do ewidencji działalności gospodarczej lub do rejestru sądowego od wykazania posiadania przez wnioskodawcę (jego pracowników) odpowiedniego do zakresu świadczonych usług przygotowania zawodowego oraz posiadania niezbędnej bazy materialno-dydaktycznej.

Rezygnacja z tego warunku, wprowadzona w ustawie o swobodzie działalności gospodarczej, mająca prawdopodobnie ułatwić podjęcie działalności gospodarczej w branży usług szkoleniowych, stała się w efekcie czynnikiem mającym niekorzystny wpływ na profesjonalizm powstającego rynku niepublicznych usług szkoleniowych.

Utworzony na mocy **Ustawy z dnia 20 sierpnia 1997 r. Krajowy Rejestr Sądowy** zawiera: rejestr przedsiębiorców, rejestr stowarzyszeń, fundacji, organizacji społecznych i zawodowych, publicznych zakładów opieki zdrowotnej oraz rejestr dłużników niewypłacalnych. Wpis do rejestru przedsiębiorców, składającego się z sześciu działów, następuje na podstawie PLNożonego wniosku, zawierającego podstawowe dane, identyczne jak we wniosku o wpis do ewidencji działalności gospodarczej, uzupełnione o informacje charakteryzujące stan prawny i faktyczny przedsiębiorcy.

Podobnie jednak jak przy ubieganiu się przedsiębiorcy będącego osobą fizyczną o dokonanie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej, ustawa nie wymaga udowodnienia lub podania informacji, czy zatrudnieni pracownicy posiadają kwalifikacje odpowiednie dla rodzaju prowadzonej działalności oraz czy wnioskodawca dysponuje wymaganą dla rodzaju prowadzonej działalności bazą lokalową.

Rozporządzenie Ministra Edukacji i Sportu z dnia 20 grudnia 2003 r., wydane w oparciu o **delegację zawartą w ustawie z dnia 7 września 1991 r. O systemie oświaty (artykuł 68b ust. 9)**, łącząc w jednym akcie prawnym wymagania zawarte w **Rozporządzeniu z 12 października 1993 roku (paragrafy 13, 15, 16)** oraz w **Ustawie z dnia 20 kwietnia 2004 r. O promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy**, sprecyzowało zasady świadczenia usług szkoleniowych na publicznym rynku usług szkoleniowych przez jednostki szkoleniowe powstałe w oparciu o **Ustawę o swobodzie działalności gospodarczej**. Zgodnie z nim jednostka szkoleniowa zamierzająca świadczyć usługi na rynku publicznym winna uzyskać akredytację od kuratora oświaty właściwego dla jej lokalizacji. Powołana przez niego komisja, badająca zasadność przyznania akredytacji na prowadzenie szkoleń o zakresie określonym we wniosku zobowiązana jest do sprawdzenia, czy ubiegająca się o akredytację jednostka prowadziła, *co najmniej przez rok w formach pozaszkolnych kształcenie w zakresie objętym wnioskiem, którego czas trwania obejmował nie mniej niż 30 godzin zajęć edukacyjnych, oraz czy wdraża i upowszechnia nowatorskie rozwiązania programowo - metodyczne i organizacyjne służące podnoszeniu jakości prowadzonego kształcenia*. Akredytacja zostaje przyznana, jeżeli wnioskodawca spełnia warunki określone w art. 4 powyższego rozporządzenia.

Przyznana akredytacja dla ściśle określonego zakresu szkoleń może, zgodnie z artykułem 17 przedmiotowego rozporządzenia, zostać cofnięta, jeżeli kurator oświaty stwierdzi, że którykolwiek z warunków stanowiących podstawę jej wydania nie jest spełniany przez jednostkę szkoleniową.

Ustawa z dnia 20.04.2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy, poza uzyskaniem akredytacji wydanej przez kuratora oświaty, wymaga od tego typu jednostki przedłożenia kopii wpisu do rejestru instytucji szkoleniowych. Warunkiem uzyskania wpisu do rejestru, prowadzonego w oparciu o rozporządzenie Ministra Gospodarki i Pracy z dnia 27.10.2004 r. w sprawie rejestru instytucji szkoleniowych - jest wykazanie posiadania nie tylko odpowiednio wyposażonej bazy lokalowej, ale również kwalifikowanej kadry oraz stosowania oceny jakości szkolenia.

Zatem na otwarcie klubu dla dzieci, posiadania koncesji, licencji, wpisu do Rejestru Działalności Regulowanej, albo uzyskania zgody, ustawodawca nie wymaga (**art. 46, 75 Ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. O swobodzie działalności gospodarczej**, Dz.U. 2004 Nr 173 poz. 1807).

Dlatego, ponieważ nasze przyszłe działania obejmują uzyskiwanie przychodów ze świadczenia usług (jako głównego dochodu), rejestracja spółki **Sp z o.o** jest wymagana do realizacji tego projektu biznesowego.

Koszty rejestracji:

Rejestracja firmy przez Internet (w systemie S24)

250 PLN – opłata sądowa za wpis

100 PLN – opłata za ogłoszenie wpisu w Monitorze Sądowym i Gospodarczym;

5 000 PLN - Minimalny kapitał zakładowy spółki.

Zatem całkowite koszty rejestracji: **350 PLN**.

Podstawa prawna:

Ustawa z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych

Ustawa z dnia 20 sierpnia 1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym

Ustawa z dnia 17 listopada 1964 r. Kodeks postępowania cywilnego

Ustawa z dnia 28 lipca 2005 r. o kosztach sądowych w sprawach cywilnych

Rozporządzenie Ministra Sprawiedliwości z dnia 21 grudnia 2000 r. w sprawie określenia wzorów urzędowych formularzy wniosków o wpis do Krajowego Rejestru Sądowego oraz sposobu i miejsca ich udostępniania

Rozporządzenie Ministra Sprawiedliwości z dnia 13 maja 2014 r. w sprawie wydawania i rozpowszechniania Monitora Sądowego i Gospodarczego

Rozporządzenie Ministra Sprawiedliwości z dnia 21 marca 2016 r. w sprawie sposobu uiszczania opłat sądowych w sprawach cywilnych

Ustawa z dnia 13 października 1995 r. o zasadach ewidencji i identyfikacji podatników i płatników

Ustawa z dnia 13 października 1998 r. o systemie ubezpieczeń społecznych

Ustawa z dnia 29 czerwca 1995 r. o statystyce publicznej

Rejestrując przedsiębiorstwo, które będzie zarządzać naszym klubem na rzecz rozwoju pozaszkolnego dla dzieci, powinno wybierać tego rodzaju działania gospodarcze:

Klasa 85.10 - Placówki wychowania przedszkolnego

Podklasa 85.10.Z - Placówki wychowania przedszkolnego

Klasa 85.59 - Pozaszkolne formy edukacji, gdzie indziej niesklasyfikowane

Podklasa 85.59.A - Nauka języków obcych

Podklasa 85.59.B - Pozostałe pozaszkolne formy edukacji, gdzie indziej niesklasyfikowane

Klasa 85.52 - Pozaszkolne formy edukacji artystycznej

Podklasa 85.52.Z - Pozaszkolne formy edukacji artystycznej

Klasa 85.60 - Działalność wspomagająca edukację
Podklasa 85.60.Z - Działalność wspomagająca edukację

Dział 90 - DZIAŁALNOŚĆ TWÓRCZA ZWIĄZANA Z KULTURĄ I ROZRYWKĄ
Podklasa 90.04.Z - Działalność obiektów kulturalnych

Klasa 93.21 - Działalność wesółych miasteczek i parków rozrywki
Podklasa 93.21.Z - Działalność wesółych miasteczek i parków rozrywki

Klasa 93.29 - Pozostała działalność rozrywkowa i rekreacyjna
Podklasa 93.29.Z - Pozostała działalność rozrywkowa i rekreacyjna

Dział 96 - POZOSTAŁA INDYWIDUALNA DZIAŁALNOŚĆ USŁUGOWA
Podklasa 96.09.Z - Pozostała działalność usługowa, gdzie indziej niesklasyfikowana

Podstawa prawna: Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 24.12.2007 r. w sprawie Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD).

Jedną ze znaczących zalet prowadzenia działalności w tym obszarze jest **zwolnienie z podatku VAT** zarówno za świadczone usługi, jak i towary sprzedawane w ramach świadczenia tych usług (na przykład: farby, pędzle, sztalugi, notatki, materiały dydaktyczne do nauki języków obcych itp. .p.), co korzystnie przyczyni się do ukształtowania niższej polityki cenowej (**niższej ceny o 23%**), co z kolei zwiększy atrakcyjność klientów dla tej instytucji.

Podstawa prawna:

- **art. 43 ust. 1 pkt 26 lit. a, pkt 27, 28, - Ustawy z dnia 11 marca 2004 r. O podatku od towarów i usług** (Dz.U. 2004 nr 54 poz. 535);
- Interpretacja indywidualna Dyrektora Izby Skarbowej w Łodzi z 28 lipca 2011 r., sygn. IPTPP1/443-83/11-4/MW;
- Interpretacja indywidualna Dyrektora Izby Skarbowej w Poznaniu z 19 listopada 2014 r., sygn. ILPP2/443-915/14-2/MN;
- Interpretacja indywidualna Dyrektora Izby Skarbowej w Bydgoszczy, 15 kwietnia 2011r., ITPP1/443-82/11/MS;
- Wyrok ETS w sprawie Ingenieurbüro Eulitz GbR Thomas und Marion Eulitz v. Finanzamt Dresden I, sygn. C-473/08.

Wymogi higieniczno-sanitarne dla placówek oświatowo-wychowawczych.

Zapewnienie sprzyjającego zdrowiu środowiska nauczania wymaga wysiłku wszystkich osób związanych z funkcjonowaniem placówki oświatowo-wychowawczej, świadomości istnienia zagrożeń oraz znajomości poszczególnych szkodliwości. O stworzeniu bezpiecznych i higienicznych warunków należy pamiętać już w momencie projektowania obiektu, następnie w okresie jego budowania i urządzania a potem w trakcie eksploatacji.

Budynek placówki oświatowo-wychowawczej i urządzenia z nim związane powinny być zaprojektowane i wykonane tak, aby nie stwarzały zagrożeń dla przebywających w nim osób. We wszystkich pomieszczeniach powinna być zapewniona wentylacja grawitacyjna, a wietrzenie pomieszczeń do nauki powinno odbywać się na każdej przerwie i dowolnie w czasie lekcji w zależności od warunków atmosferycznych. Budynek szkolny powinien być wyposażony w instalacje (urządzenia) do ogrzewania pomieszczeń w okresie obniżonych temperatur, umożliwiające utrzymanie temperatury powietrza

wewnętrznej odpowiedniej do ich przeznaczenia (18 st. C) oraz odpowiednią wentylację nawiewno – wywiewną.

Odpowiednio do potrzeb wynikających z przeznaczenia, budynek powinien być wyposażony w wewnętrzną instalację elektryczną oraz w instalację chroniącą od wyładowań atmosferycznych. Bardzo istotna jest powierzchnia pomieszczeń i wysokość, wskaźnik powierzchni w pomieszczeniu do nauki powinien wynosić 2,5 m²/ ucznia, wysokość pomieszczeń powinna wynosić 3 m. W każdej sali musi być zachowana przestrzeń między ławkami w celu prawidłowej, bezpiecznej komunikacji. Ilość ławek i krzeseł powinna być dostosowana do ilości i wzrostu uczniów.

Bardzo ważne jest prawidłowe oświetlenie sal lekcyjnych zarówno światłem sztucznym jak i naturalnym. Przy niewłaściwym oświetleniu widzi się gorzej i szybciej dochodzi do zmęczenia, mogą wystąpić bóle oczu i głowy. Obecnie dąży się do montowania w szkołach światła fluorescencyjnego, a odpowiednie natężenia oświetlenia przy czytaniu wynosi co najmniej 300 LUX. Ogromną wagę przypisuje się oświetleniu naturalnemu. Ławki należy ustawiać w taki sposób, by zapewnione było lewostronne oświetlenie naturalne. Okna należy wyposażyć w żaluzje lub zasłony, by była możliwość ochrony przed bezpośrednio wpadającym światłem słonecznym (z powodu zagrożenia powstania zbyt dużego, niepożądanego dla oczu kontrastu), szczególnie dotyczy to sal komputerowych. Bardzo istotne jest ustawienie ławek szkolnych i zachowanie odstępu w odległości 2,2 m od tablicy.

W budynku placówki oświatowo-wychowawczej należy zapewnić ogólnodostępne toalety. Osobne dla dziewcząt i dla chłopców. W sanitariatach z oknem i jedną kabiną należy stosować wentylację grawitacyjną lub mechaniczną, a w przypadku braku okien, wentylację grawitacyjną i mechaniczną. W placówce oświatowo-wychowawczej musi być zapewniona bieżąca zimna i ciepła woda przez cały rok, a sanitariaty należy wyposażyć w dostateczną ilość środków higieny osobistej. Pomieszczenia muszą być wyposażone w sprawne urządzenia. Powierzchnia podłogi powinna być gładka, antypoślizgowa, bez ubytków. Okna w Sali gimnastycznej należy zabezpieczyć, punkty świetlne muszą posiadać osłony, drabinki powinny być zamontowane stabilnie, a grzejniki obudowane.

Bardzo ważne są również ciągi komunikacyjne, gdzie uczniowie przebywają podczas przerw. Podłogi nie mogą posiadać ubytków. Trakty komunikacyjne muszą być wolne, kontakty świetlne prawidłowo zamontowane, nieuszkodzone, a grzejniki obudowane za pomocą osłon drewnianych. Wszystkie pomieszczenia w okresie przerwy wakacyjnej powinny być przygotowane do rozpoczęcia nowego roku szkolnego, a prace remontowe i porządkowe zakończone przed rozpoczęciem roku szkolnego, sale lekcyjne wyposażone w odpowiedni sprzęt oraz pomoce dydaktyczne.

Podstawa prawna:

1. Ustawa z dnia 14 marca 1985 r. o Państwowej Inspekcji Sanitarnej (tekst jednolity Dz. U. z 2017 r., poz. 1261);
2. Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z dnia 12 kwietnia 2002 r. w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie (tekst jednolity Dz. U. z 2015 r., poz. 1422);
3. Ustawa z dnia 7 września 1991 r. o systemie oświaty (tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz. 1943 z późn. zm). Od dnia 01 września 2017 r. obowiązuje ustawa z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe (Dz. U. z 2017 r., poz. 59, z późn. zm.) ;
4. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej i Sportu z dnia 31 grudnia 2002 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny w publicznych i niepublicznych szkołach i placówkach (Dz. U. z 2003 r., Nr 6. poz 69 z późn. zm.);
5. Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Socjalnej z dnia 26 września 1997 r. w sprawie przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy (tekst jednolity Dz. U. z 2003 r. Nr 169 poz. 1650 z późn. zm.).

Bezpieczeństwo pożarowe obiektów ośrodka oświatowo-wychowawczych:

- dyrektor zobowiązany jest do zapewnienia bezpiecznych i higienicznych warunków pobytu uczniów w szkole lub placówce, ale również uczestnictwa w zajęciach organizowanych przez szkołę poza obiektami należącymi do tych jednostek zgodnie z 2 rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej i Sportu z dnia 31 grudnia 2002 r. w sprawie bezpieczeństwa i higieny w publicznych i niepublicznych szkołach i placówkach (Dz. U. z 2003 r., poz. 69, z późn. zm.);

- dyrektor, co najmniej raz w roku, dokonuje kontroli zapewniania bezpiecznych i higienicznych warunków korzystania z obiektów należących do szkoły lub placówki, w tym bezpiecznych i higienicznych warunków nauki, oraz określa kierunki ich poprawy. Kopię protokołu z ustaleń kontroli dyrektor przekazuje organowi prowadzącemu;
- dyrektor odpowiadający za bezpieczeństwo uczniów powinien stworzyć skuteczne mechanizmy eliminowania zagrożeń na terenie szkoły, a jednocześnie powinien wprowadzić rozwiązania umożliwiające bezpieczne funkcjonowanie wszystkich uczniów na terenie szkoły;

Zgodnie z art. 3 i 4 ustawy z dnia 24 sierpnia 1991 r. o ochronie przeciwpożarowej (Dz. U. z 2019 r. poz. 1372 z późn. zm.), faktycznie władający obiektami szkół oraz innymi obiektami służącymi edukacji dzieci i młodzieży zobowiązani są do zapewnienia w nich odpowiednich warunków ochrony przeciwpożarowej, w tym między innymi do:

- zapewnienia osobom przebywającym w budynku, obiekcie budowlanym lub na terenie, bezpieczeństwa i możliwości ewakuacji (m. in. poprzez dostosowanie liczby osób w budynku do występujących w nim rozwiązań architektoniczobudowlanych w zakresie ewakuacji);
- ustalenia sposobów postępowania na wypadek powstania pożaru, klęski żywiołowej lub innego miejscowego zagrożenia.

Ponadto na podstawie § 17 ust. 2 rozporządzenia Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji z dnia 7 czerwca 2010 r. w sprawie ochrony przeciwpożarowej budynków, innych obiektów budowlanych i terenów (Dz. U. Nr 109, poz. 719 z późn. zm.), - władający obiektami szkół oraz innymi obiektami, w których cyklicznie **zmienia się jednocześnie grupa powyżej 50 użytkowników**, obowiązani są zapewnić, co najmniej raz na rok, jednak w terminie nie dłuższym niż 3 miesiące od dnia rozpoczęcia korzystania z obiektu przez nowych użytkowników, przeprowadzenie praktycznego sprawdzenia organizacji oraz warunków ewakuacji.

O terminie przeprowadzenia przedmiotowego sprawdzenia powiadamia się właściwego miejscowo komendanta powiatowego (miejskiego) Państwowej Straży Pożarnej.

2) Lokalizacja i wybór biura. W przeciwieństwie do większości lokali komercyjnych, dla klubu rozwoju dzieci lokalizacja zgodnie z dużym natężeniem ruchu nie jest tak ważna. Zajęcia są planowane z wyprzedzeniem, spontaniczna sprzedaż tego rodzaju działalności nie jest potrzebna. Zwycięską opcją dla rozwijającego się centrum dla dzieci jest budynek w pobliżu przedszkoli i szkół, w którym obecna jest docelowa publiczność studia. Wskazane jest również posiadanie klubu dla dzieci w części sypialnej - nie tylko obniży to koszt wynajmu lokalu, ale stanie się również wygodniejszą opcją dla klientów.

Najważniejsze jest, aby wybrać lokal, który spełni wszystkie wymagania. Wybierając lokal, musimy zwrócić uwagę na oświetlenie, stan sanitarny, dostępność toalety i inne parametry techniczne.

Do organizacji klubu dziecięcego wymagana jest obecność kilku izolowanych pokoi:

- hol z wygodną poczekalnią, w którym znajdują się wieszaki lub szafki na ubrania i wyjmowane buty; sofy albo fotele do zmiany obuwia i oczekiwania;
- pomieszczenia, w których odbywają się zajęcia, powinny być jasne i wyposażone we wszystkie niezbędne materiały do procesu uczenia się. Biurka, plac zabaw, specjalnie wyposażone klasy. Ponieważ zakres usług rozwijającego się centrum jest dość zróżnicowany, projekt zajęć jest inny - dla niektórych klas wystarczy mały pokój z miękkim dywanem, dla innych konieczne będzie użycie klasy wyposażonej;
- osobny węzeł sanitarny, który zapewnia obecność umywalk dla dzieci.

W tym projekcie ma umieścić co najmniej 5 izolowanych pokoi (gabinetów):

- **klasa dla młodszej grupy** (Studio rozwoju „Maluch”, Studio wczesnego rozwoju «Pochemuchka»);
- **klasa do pracy twórczej** (ART- studio "Koloryt", Warsztaty kreatywne «Kreatywne dziecko»);
- **zajęcia z uprawiania sztuki** (Studio muzyczne "Wesołe nutki", Studio teatralne "Tili-Bom");
- **dwie klasy na zajęcia przy biurkach** (Przygotowanie do szkoły „Mędrak”, Języki obce «Wonderkids», Studio animacji „Anima-Lime”);
- **gabinet psychologa i logopedy do indywidualnych konsultacji** (Grupa «Słoneczne dzieciaki»);
- **salon z recepcją, szafa** (szafki do przechowywania ubrań dla dzieci), komfortowa poczekalnia dla klientów z miękkimi sofami, stół z czasopismami, herbata, kawa, woda i mały plac zabaw dla dzieci (stół, krzesła, kolorowanki, ołówki, zabawki);
- **oddzielny węzeł sanitarny** urządzona w stylu dziecięcym (z umywalkami dla dzieci).

Odpowiednio łączna wymagana powierzchnia podłogi wynosi około **120 m²**. Aby zrealizować ten projekt, planowane jest wynajęcie biura o powierzchni 120 m², zlokalizowanego w jednym z centralnych obszarów. Średni czynsz: 7 380 PLN/miesiąc. (61,50 PLN/m² - brutto) + 1 328,40 PLN/mies. (opłata eksploatacyjna 11,07 PLN / m² - brutto).

Tak więc całkowity koszt wynajmu lokalu będzie wynosił: **8 710,00 PLN / mies.**

Dla miasta Wrocławia z populacją około **641 607 osób** (dane GUS na dzień 1.01.2019 r.)

Jeżeli planujemy nabyć własność takich lokali, szacowany koszt wyniesie **1 300 000 PLN brutto** (10 660 PLN/m² brutto). Ponieważ nieruchomość jest wynajęta z naprawą, nie będą wymagane żadne dodatkowe koszty naprawy. Na dekorację (kolor) fasady i logo z wewnętrznym oświetleniem LED przeznaczono 5500 PLN.

3) Rekrutacja dla klubu rozwoju dzieci. Dostępność wykwalifikowanego personelu jest jednym z głównych parametrów, dlatego należy starannie podejść do doboru personelu. Główny problem przy otwieraniu takiej instytucji leży właśnie w niewielkiej liczbie wysoko wykwalifikowanych specjalistów. Dlatego zaleca się angażowanie w selekcję personelu na etapie planowania biznesowego. Nauczyciele klubowi muszą mieć wykształcenie pedagogiczne lub psychologiczne. Należy zauważyć, że przy opracowywaniu programów szkoleniowych wymagana będzie wiedza z zakresu psychologii, pedagogiki i kreatywności.

4) Nabycie sprzętu. Aby zorganizować proces edukacyjny w klubie, potrzebny będzie różny sprzęt: meble, różne rekwizyty na zajęcia, materiały szkoleniowe. Na zajęcia będą wymagane biurka i krzesła, na zajęcia teatralne - lustra, kostiumy, komputery, telewizor (monitor) itp. Możliwe jest stworzenie jasnej listy niezbędnego sprzętu i obliczenie jego kosztów po zidentyfikowaniu określonych programów edukacyjnych. **Tabela 12** zawiera ogólną listę urządzeń. Zatem koszt wyposażenia i wyposażenia technicznego ośrodka dla dzieci wyniesie **259 720,00 PLN.**

Tabela 12. Przybliżona lista wyposażenia dla klubu rozwoju dzieci

Część lokalu		Pozycja wydatków	Ilość jednostek	Koszt, PLN.
Hol	Strefa recepcji	Lada recepcyjna	1	3 500,00
		Szafa (ze skrzydłami)	1	670,00
		Szafa na dokumenty (z drzwiami)	1	670,00
		Szafa na dokumenty (bez drzwi)	1	460,00
		Fotel biurowy	1	190,00
		Kosz na śmieci z papieru	1	12,00

		MFP	1	1 000,00		
		Telefon / faks	1	140,00		
		Artykuły papiernicze (papier A4, długopisy, ołówki, segregatory, teczki)	Według zastosowania	370,00		
		Czajnik	1	120,00		
		Kubki + łyżki	20	30,00		
		Herbata, kawa, woda	Według zastosowania	385,00		
	Poczekalnia w salonie (dla dorosłych)	Sofa	1	590,00		
		Stolik kawowy + czasopisma	1	105,00		
		Tablica ogłoszeń (ramka na obraz 40 x 50 cm)	1	55,00		
		Dystrybutor wody (wynajem)	1	55,00		
	Strefa gier (dla dzieci)	Mały stolik dla dzieci + 2 krzesła	1	150,00		
		Papier, ołówki, malowanki	Według zastosowania	150,00		
	Garderoba	Wieszak mobilny ze 150 haczykami	1	729,00		
	Gabinety	Nr 1	Klasa dla najmłodszej grupy (Studio rozwoju „Maluch”, Studio wczesnego rozwoju «Pochemuchka»), gabinet psychologa i logopedy na indywidualne konsultacje (Solar Kids Group)	Biurko nauczyciela	1	350,00
				Krzesło nauczycielskie	1	190,00
Tablica (wym. 1700 x 1000 mm)				1	222,00	
Projektor wideo				1	490,00	
Okrągły stół				1	309,00	
Krzesła				3	200,00	
Sofa				1	2 185,00	
Mega kostki				19	1 265,00	
Piłki				12	137,00	
Materace do wypoczynku (wym. 140 x 60 x 8 cm)				6	882,00	
Dywan (20 m. kw.)				1	440,00	
Kosz na śmieci z papieru				1	12,00	
Materiały eksploatacyjne (farby, ołówki, pisaki, papier, pędzle, piasek kinetyczny, glina, ciasto)				20% kosztu 1 lekcji / miesiąc.	43 200,00	
Materiały dydaktyczne				Według zastosowania	800,00	
Nr 2				Klasa do pracy twórczej (ART- studio "Koloryt", Warsztaty kreatywne «Kreatywne dziecko»)	Biurko nauczyciela	1
		Krzesło nauczycielskie	1		190,00	
		Szafa na dokumenty (z drzwiami)	1		670,00	
		Szafa na dokumenty (bez drzwi)	1		460,00	
		Kosz na śmieci z papieru	1		12,00	
		Sztaluga 175 cm + Deska kreślarska 50x70 cm	12		576,00	
		Materiały dydaktyczne	Według zastosowania		800,00	
		Materiały eksploatacyjne (farby, ołówki, pisaki, papier, pędzle, piasek kinetyczny, glina, ciasto)	20% kosztu 1 lekcji / miesiąc.		43 200,00	
		Fartuch + rękawy	12		393,00	
		Biurka szkolne	6		886,00	
		Krzesła dziecięce	12		798,00	
Nr 3		Klasa na zajęcia plastyczne	Syntezyzator	1	250,00	
			Głośniki	2	350,00	

№ 4, 5	(Studio muzyczne "Wesołe nutki", Studio teatralne "Tili-Bom")	Szafka na rekwizyty	1	670,00
		Szafa na dokumenty (z drzwiami)	1	670,00
		Szafa na dokumenty (bez drzwi)	1	460,00
		Kosz na śmieci z papieru	1	12,00
		Materiały dydaktyczne	Według zastosowania	800,00
		Materiały eksploatacyjne (farby, ołówki, pisaki, papier, pędzle, piasek kinetyczny, glina, ciasto)	20% kosztu 1 lekcji / miesiąc.	43 200,00
	Dwie klasy na zajęcia przy biurkach (Przygotowanie do szkoły „Mędrak”, Języki obce «Wonderkids», Studio animacji „Anima-Lime”)	Biurko nauczyciela	2	700,00
		Krzesełko nauczycielskie	2	380,00
		Komputer stacjonarny (zestaw)	1	1 590,00
		Tablica (wym. 1700 x 1000 mm)	2	444,00
		Biurka szkolne	12	1 774,00
		Krzesełka dziecięce	24	1 596,00
		Szafa na dokumenty (z drzwiami)	2	1 340,00
		Kosz na śmieci z papieru	2	24,00
Biuro	Materiały eksploatacyjne (farby, ołówki, pisaki, papier, pędzle, piasek kinetyczny, glina, ciasto)	20% kosztu 1 lekcji / miesiąc.	86 400,00	
	Materiały dydaktyczne	Według zastosowania	1 600,00	
	Biurko dyrektora	1	2 000,00	
	Krzesełko dyrektora	1	340,00	
	Krzesełka dla odwiedzających	2	116,00	
	Telefon / faks	1	140,00	
	Komputer stacjonarny (zestaw)	1	1 590,00	
	Drukarka	1	279,00	
	Kosz na śmieci z papieru	1	12,00	
	Szafa na dokumenty (z drzwiami)	1	1 000,00	
Szafa na dokumenty (bez drzwi)	1	460,00		
Artykuły papiernicze (papier A4, długopisy, ołówki, segregatory, teczki)	Według zastosowania	370,00		
Węzeł sanitarny	Muszli klozetowe dla dzieci	2	250,00	
	Umywalki dla dzieci	2	250,00	
	Kosz na śmieci z papieru	1	12,00	
	Materiały eksploatacyjne (farby, ołówki, pisaki, papier, pędzle, piasek kinetyczny, glina, ciasto)	Według zastosowania	878,00	
Spizarnia dla materiałów	Regały	3	515,00	
Dostawa	Koszty dostawy (wynajem ciężarówki, olej napędowy)	1	850,00	
RAZEM			259 720,00	

Amortyzacja środków trwałych.

Sprzęt wykorzystywany przez nasz klub przy realizacji usług traci na wartości z powodu pogorszenia stanu fizycznego i starzenia się. Znoszenie (lub amortyzacja) jest jednym ze składników kosztu produkcji, ale nie jest przyczyną wypływu prawdziwych pieniędzy. Najczęściej stosowany mechanizm amortyzacji liniowej, gdy roczna stawka amortyzacji ustalana jest na podstawie żywotności sprzętu.

Początkowy koszt sprzętu to koszt, po jakim sprzęt został zakupiony.

Wartość bilansowa lub wartość końcowa jest definiowana jako różnica między kwotą kosztu początkowego a kwotą naliczonej amortyzacji.

Amortyzacja naliczana jest tylko od środków trwałych, amortyzacja od wynajętych aktywów naliczana jest przez wynajętodawcę (lub właściciela). W związku z tym amortyzacja zostanie naliczona od sprzętu, który kupimy.

Obliczanie kwoty amortyzacji:

Równoważnik amortyzacji miesięcznej jest określony wzorem:

$$A_m = (S_{rm} / 100\% \times W_p) / L_{mr}$$

gdzie, A_m - miesięczna amortyzacja (PLN);

S_{rm} - roczna stawka amortyzacji (%);

W_p - początkowy koszt nowego sprzętu (PLN);

L_{mr} - liczba miesięcy w roku.

Obliczenia miesięcznej amortyzacji nabytej nieruchomości niezbędnej do otwarcia i funkcjonowania klubu dziecięcego przedstawiono w **Tabeli 13**.

Tabela 13. Obliczanie miesięcznej amortyzacji

Nr	Pozycja wydatków	Ilość jednostek	Koszt początkowy, PLN	Stawka roczna (%)	Amortyzacja (PLN / miesiąc)
1	Lada recepcyjna	1	3 500,00	20	58,33
2	Szafa na ubrania (z drzwiami)	1	670,00	20	11,17
3	Szafa na dokumenty (z drzwiami)	6	4 020,00	20	67,00
4	Szafa na dokumenty (bez drzwi)	4	1 840,00	20	30,67
5	Krzesło nauczycielskie	3	570,00	20	9,50
6	Krzesło biurowe	1	340,00	20	5,67
7	Kosz na śmieci z papieru	8	96,00	20	1,60
8	MFP	1	1 000,00	14	11,67
9	Telefon / faks	2	280,00	20	4,67
10	Czajnik	1	120,00	14	1,40
11	Kubki + łyżki	20	30,00	20	0,50
12	Sofa	1	590,00	20	9,83
13	Stolik kawowy + czasopisma	1	105,00	20	1,75
14	Tablica ogłoszeń (ramka na obraz 40 x 50 cm)	1	55,00	20	0,92
15	Mały stolik dla dzieci + 2 krzesła	1	150,00	20	2,50
16	Wieszak mobilny ze 150 haczykami	1	729,00	20	12,15
17	Biurko nauczyciela	4	1 400,00	20	23,33
18	Tablica (wym. 1700 x 1000 mm)	4	888,00	20	14,80

19	Projektor wideo	1	490,00	10	4,08
20	Okrągły stół	1	309,00	20	5,15
21	Krzesła	3	200,00	20	3,33
22	Szafa	1	2 185,00	20	36,42
23	Mega kostki	19	1 265,00	20	21,08
24	Piłki	12	137,00	20	2,28
25	Materace do wypoczynku (wym. 140 x 60 x 8 cm)	6	882,00	20	14,70
26	Dywan (20 m. kw.)	1	440,00	20	7,33
27	Materiały dydaktyczne		4 000,00	20	66,67
28	Sztaluga 175 cm + Deska kreślarska 50x70 cm	12	576,00	20	9,60
29	Fartuch + rękawy	12	393,00	20	6,55
30	Krzesła dziecięce	36	2 394,00	20	39,90
31	Biurka szkolne	18	2 660,00	20	44,33
32	Syntezytor	1	250,00	20	4,17
33	Głośniki	2	350,00	20	5,83
34	Szafka na rek wizyty	1	670,00	20	11,17
35	Komputer stacjonarny (zestaw)	2	3 180,00	30	79,50
36	Biurko dyrektora	1	2 000,00	20	33,33
37	Krzesło dyrektora	1	340,00	20	5,67
38	Krzesła dla odwiedzających	2	116,00	20	1,93
39	Drukarka	1	279,00	14	3,26
40	Muszli klozetowe dla dzieci	2	250,00	20	4,17
41	Umywalki dla dzieci	2	250,00	20	4,17
42	Regały	3	515,00	20	8,58
Razem:					690,66

Zatem miesięczna amortyzacja nabytej nieruchomości niezbędnej do działania klubu będzie wyniosła: **690,66 PLN** (8 287,92 PLN / rok).

Ten aspekt pomoże po pierwsze zaoszczędzić na podatkach od **1 574,70 PLN / rok**, a po drugie pozwoli zgromadzić wystarczającą ilość pieniędzy na aktualizację sprzętu używanego przez nasz klub przy realizacji usług (sprzęt, materiały dydaktyczne, meble itp.)

Podstawa prawna: Ustawa z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych (Dz.U. 1992 nr 21 poz. 86).





7. PLAN ORGANIZACYJNY CENTRUM DLA DZIECI

Harmonogram ośrodka dla dzieci trwa od 9:00 do 20:00.

Do funkcjonowania studia konieczne jest zatrudnienie następujących pracowników: nauczycieli, administrator, księgowa (na podstawie umowy serwisowej), sprzątacza. Główną kadrą są nauczyciele, ponieważ atmosfera procesu edukacyjnego i wrażenia klubu jako całości zależą od ich profesjonalizmu i towarzyskości. W oparciu o plan określony zakres usług, konieczne jest zatrudnienie takich nauczycieli:

- nauczyciel młodszej grupy;
- nauczyciel grupy muzycznej;
- nauczyciel gry aktorskiej;
- nauczyciel szkoły rozwoju;
- nauczyciel malarstwa;
- nauczyciel języka angielskiego / niemieckiego;
- psycholog;
- logopeda..

Harmonogram nauczycieli zależy od harmonogramu i obłożenia grup. Nauczycielom oferowany jest przesuwany harmonogram pracy, ponieważ częstotliwość zajęć w grupach wynosi 2-3 razy w tygodniu.

Również na początkowym etapie ma zatrudnić jednego administratora. Następnie konieczne będzie zatrudnienie dwóch pracowników do pracy zmianowej - 2 dni po 2. Wymagania administratora są ograniczone do wysokiego poziomu dyscypliny, odpowiedzialności i towarzyskości. Do ich obowiązków należy odbieranie połączeń i listów, rejestrowanie klientów na zajęcia, tworzenie grup, planowanie zajęć, zapewnianie studio niezbędnego sprzętu.

Dla sprzątaczkę zakłada się zatrudnienie w pełnym wymiarze godzin.

Potrzebny jest również dyrektor studia, który będzie działał jako kierownik. Cały personel jest mu podporządkowany, podejmuje decyzję o zatrudnieniu pracowników, buduje politykę marketingową, współpracuje z kontrahentami. W tym projekcie dyrektor / założyciel (Inna Vidiney-Kashenko) wykonuje wszystkie funkcje zarządzania.

Łączny fundusz wynagrodzeń wyniesie **63 870 PLN/mies.**

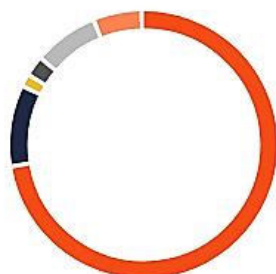


Tabela 14. Personel i płace w centrum dla dzieci

Stanowisko	Dla pracownika					Dla pracodawcy			
	Wynagrod. netto, PLN/mies.	Odliczenia		Liczba osób	Wynagr. brutto, PLN/mies.	Odliczenia		Wydatki pracodawcy, PLN/mies.	
		%	PLN/mies.			%	PLN/mies.		
Personel administracyjny									
Administrator	2 908,00	27,3	1 092,00	1	4 000,00	17	819,28	4 819,28	
Księgowy (na podstawie umowy serwisowej)				1				615,00	
Dyrektor	4 362,00	27,3	1 638,00	1	6 000,00	17	1 228,92	7 228,92	
Personel produkcyjny									
Nauczyciele	malarstwa	3 635,00	27,3	1 365,00	1	5 000,00	17	1 024,10	6 024,10
	młodszą grupy	3 635,00	27,3	1 365,00	1	5 000,00	17	1 024,10	6 024,10
	grupy muzycznej	3 635,00	27,3	1 365,00	1	5 000,00	17	1 024,10	6 024,10
	aktorstwa	3 635,00	27,3	1 365,00	1	5 000,00	17	1 024,10	6 024,10
	szkoły rozwoju intelektualnego	3 635,00	27,3	1 365,00	1	5 000,00	17	1 024,10	6 024,10
	języka angielskiego / niemieckiego	3 635,00	27,3	1 365,00	1	5 000,00	17	1 024,10	6 024,10
	Psycholog	3 635,00	27,3	1 365,00	1	5 000,00	17	1 024,10	6 024,10
	Logopeda	3 635,00	27,3	1 365,00	1	5 000,00	17	1 024,10	6 024,10
Personel pomocniczy									
Sprzątaczką (w niepełnym wymiarze godzin)	1 817,50	27,3	682,50	1	2 500,00	17	512,05	3 012,05	
Razem:				11	52 500,00				
Odliczenia społeczne:							10 753,01		
Razem z odliczeniami:								63 868,01	

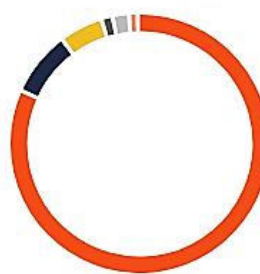
Odliczenia:

Wykres rozkładu kosztów pracownika



kwota netto - 72.7%
ubezpieczenie emerytalne - 9.76%
ubezpieczenie rentowe - 1.5%
ubezpieczenie chorobowe - 2.45%
ubezpieczenie zdrowotne - 7.77%
zaliczka na PIT - 5.83%

Wykres rozkładu kosztów pracodawcy



kwota brutto - 83%
ubezpieczenie emerytalne - 8.1%
ubezpieczenie rentowe - 5.4%
ubezpieczenie wypadkowe - 1.39%
Fundusz Pracy - 2.03%
FGŚP - 0.08%



8. PLAN FINANSOWY KLUBU DZIECIĘCEGO

Plan finansowy biznesplanu klubu dziecięcego uwzględnia wszystkie przychody i koszty projektu, horyzont planowania wynosi **2 lata**.

Aby rozpocząć projekt, musimy obliczyć kwotę inwestycji. Aby to zrobić, musimy określić koszty aranżacji pomieszczeń, zakupu sprzętu i mebli, zakupu materiałów szkoleniowych i tworzenia kapitału obrotowego, które pokryją straty w początkowych okresach. Początkowa inwestycja w otwarciu klubu dziecięcego wynosi **360 420 PLN**. Projekt ma być finansowany ze środków, które mają zostać pozyskane ze środków Unii Europejskiej. Główne pozycje kosztów inwestycyjnych pokazano w **Tabeli 15**.

Tabela 15. Inwestycje w otwarciu centrum rozwoju dzieci

Nr	Określenie	Kwota, PLN.
Nieruchomość		
1	Czynsz za pierwszy miesiąc pracy	8 710,00
Wyposażenie		
2	Zestaw sprzętu, mebli, materiałów edukacyjnych	259 720,00
Wartości niematerialne		
3	Rozpoczęcie kampanii reklamowej	26 000,00
4	Rejestracja Sp. z o.o.	1000,00
Fundusz wynagrodzeń		
5	Wydatki pracodawcy na miesiąc	63 870,00
Inne wydatki		
6	Telefonia + Internet	120,00
7	Inne	1 000,00
Razem:		360 420,00

Zmienne wydatki, w tym koszty materiałów używanych w procesie uczenia się (farby, pędzle, papier, ołówki, pisaki itp.). Koszty te są minimalne i stanowią **20% kosztu 1 lekcji = 40 PLN**.

Koszty stałe obejmują czynsz, rachunki za media, płace, koszty reklamy i amortyzację. Spośród nich prawie **60% kosztów** dotyczy materiałów. Dlatego możemy rozpocząć pracę nad otwarciem klubu dla dzieci i dysponowaniem jedynie **143 770 PLN - inwestycja początkowa (40%)**. Brakującą część można pokryć etapami, bezpośrednio z płatnych usług, a materiały można kupić w ratach od dostawcy, w częściach lub przy użyciu instrumentu kredytowego.

Kwotę amortyzacji ustala się metodą liniową na podstawie okresu użytkowania środków trwałych wynoszącego 5-20 lat. (patrz **Tabela 13**) Opłaty stałe obejmują również odliczenia podatkowe.



Tabela 16. Stałe miesięczne koszty ośrodka rozwoju dziecka (w oparciu o prognozowany minimalny miesięczny dochód brutto w wysokości 1 080 000 złotych)

Nr	Określenie	Kwota, PLN.
1	Czynsz	8 710,00
2	Reklama	6 300,00
4	Telefonia i Internet	120,00
5	Amortyzacja	691,00
6	Fundusz wynagrodzeń z odliczeniami	63 870,00
7	Materiały	216 000,00
8	Inne	1 000,00
Razem:		296 691,00

W ten sposób ustalono stałe miesięczne wydatki w wysokości **296 691 PLN.**

Tabela 17. Plan pracy dotyczący otwarcia centrum rozwoju dzieci

Nr	Określenie pracy	1 mies	2 mies.
Praca organizacyjna			
1	Rejestracja osoby prawnej – Sp z o.o. "ART-Life"	KRS (w ciągu 7 dni)	
		ZUS (w ciągu 7 dni)	
		GUS (w ciągu 21 dni od rejestracji w KRS)	
		Konto bankowe (1 dzień)	
		Pieczałka firmowa (1 dzień)	
2	Wynajęcia lokalu	2-3 dni	
3	Uzyskanie pozwoleń od Wojewódzkiej Stacji Sanitarno-Epidemiologicznej we Wrocławiu	w ciągu 7 dni	
4	Uzyskanie pozwoleń od Komendy Miejskiej Państwowej Straży Pożarnej we Wrocławiu	w ciągu 7 dni	
5	Zatrudnianie personelu	w ciągu 30 dni	
6	Otwarcie Centrum Rozwoju Dziecka "ART-Domek"		1 dzień
Prace przygotowawcze			
1	Projekt fasady	w ciągu 10 dni	
2	Projektowanie wnętrza	w ciągu 7 dni	
3	Zakup / dostawa / aranżacja mebli oraz powiązanego sprzętu i materiałów	w ciągu 7 dni	
Startowy marketing			
1	Przygotowanie kampanii reklamowej	w ciągu 7 dni	
2	Rozpoczęcie kampanii reklamowej	w ciągu 23 dni	w ciągu 30 dni

Plan finansowy to kompleksowy plan funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstwa w kategoriach pieniężnych (monetarnych). Plan finansowy przewiduje skuteczność i wyniki finansowe działalności produkcyjnej, inwestycyjnej i finansowej spółki.

Tabela 18.1. Plan finansowy na pierwszy rok realizacji projektu

Pozycja wydatków (PLN)	1 rok					
	1 mies.	2 mies.	3 mies.	4 mies.	5 mies.	6 mies.
Kapitał początkowy	360 420,00					
Dochód brutto	360 000,00	720 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00
Wydatki brutto	360 420,00	296 691,00	296 691,00	296 691,00	296 691,00	296 691,00
Zysk	-420,00	423 309,00	783 309,00	783 309,00	783 309,00	783 309,00
Podatek dochodowy od osób prawnych (19%)	0,00	80 428,71	148 828,71	148 828,71	148 828,71	148 828,71
Zysk netto	-420,00	342 880,29	634 480,29	634 480,29	634 480,29	634 480,29

1 rok						RAZEM
7 mies.	8 mies.	9 mies.	10 mies.	11 mies.	12 mies.	
1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	11 880 000,00
296 691,00	296 691,00	296 691,00	296 691,00	296 691,00	296 691,00	3 624 021,00
783 309,00	783 309,00	783 309,00	783 309,00	783 309,00	783 309,00	8 255 979,00
148 828,71	148 828,71	148 828,71	148 828,71	148 828,71	148 828,71	1 568 715,81
634 480,29	634 480,29	634 480,29	634 480,29	634 480,29	634 480,29	6 687 263,19

Tabela 18.2. Plan finansowy na drugi rok realizacji projektu

Pozycja wydatków (PLN)	2 rok					
	1 mies.	2 mies.	3 mies.	4 mies.	5 mies.	6 mies.
Kapitał początkowy	360 420,00					
Dochód brutto	1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00
Wydatki brutto	296 691,00	296 691,00	296 691,00	296 691,00	296 691,00	296 691,00
Zysk	783 309,00	783 309,00	783 309,00	783 309,00	783 309,00	783 309,00
Podatek dochodowy od osób prawnych (19%)	148 828,71	148 828,71	148 828,71	148 828,71	148 828,71	148 828,71
Zysk netto	634 480,29	634 480,29	634 480,29	634 480,29	634 480,29	634 480,29

2 rok						RAZEM
7 mies.	8 mies.	9 mies.	10 mies.	11 mies.	12 mies.	
1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	1 080 000,00	12 960 000,00
296 691,00	296 691,00	296 691,00	296 691,00	296 691,00	296 691,00	3 560 292,00
783 309,00	783 309,00	783 309,00	783 309,00	783 309,00	783 309,00	9 399 708,00
148 828,71	148 828,71	148 828,71	148 828,71	148 828,71	148 828,71	1 785 944,52
634 480,29	634 480,29	634 480,29	634 480,29	634 480,29	634 480,29	7 613 763,48



9. OCENA WYDAJNOŚCI

Analitycy projektów inwestycyjnych oceniają efektywność inwestycji za pomocą dość dużej liczby wskaźników. Dla inwestorów zazwyczaj tylko kilka kluczowych wskaźników efektywności ekonomicznej projektu wystarcza do podjęcia decyzji o inwestycji.

Kluczowe wskaźniki wydajności dla projektów inwestycyjnych:

- Okres zwrotu inwestycji początkowych (**PP**);
- Zwrot ze sprzedaży (**ROS**);
- Wartość projektu bieżąca netto (**NPV**);
- Wskaźnik rentowności (**PI**);
- Okres zwrotu inwestycji początkowej, obliczony z uwzględnieniem dyskontowania przepływów pieniężnych (**DPP**);
- Wskaźnik zwrotu z inwestycji (**ARR**);
- Wewnętrzna stopa zwrotu (**IRR**), %;
- Zmodyfikowana wewnętrzna stopa zwrotu (**MIRR**), %.

Tabela 19. Ocena skuteczności projektu

	1 rok
Okres zwrotu inwestycji początkowych (PP), mies.	1
Zwrot ze sprzedaży (ROS)	69,49%
Wartość projektu bieżąca netto (NPV)	7 694 487,45 PLN
Wskaźnik rentowności (PI)	9,85
Okres zwrotu inwestycji początkowej, obliczony z uwzględnieniem dyskontowania przepływów pieniężnych (DPP), mies.	1
Wskaźnik zwrotu z inwestycji (ARR), %	154,62
Wewnętrzna stopa zwrotu (IRR)	154,54%
Zmodyfikowana wewnętrzna stopa zwrotu (MIRR)	41,10%

Obliczenia:



Okres zwrotu inwestycji początkowych (PP, Pay-Back Period, okres zwrotu) - okres wymagany do tego, aby dochód wygenerowany przez inwestycję pokrył koszt inwestycji. Jednocześnie wartość pieniądza w czasie nie jest brana pod uwagę.

$$\text{Okres zwrotu} = \text{Liczba pełnych okresów (n), w których inwestycja jeszcze się nie zwróciła} + \frac{\text{Część przepływu z okresu następnego (n+1), która wymagana jest do całkowitego pokrycia nakładów inwestycyjnych}}{\text{Całkowita wartość przepływu pieniężnego z okresu następnego (n+1)}}$$

Wskaźnik ten określa się poprzez konsekwentne obliczanie dochodu netto dla każdego okresu projektu. Punktem dodatnim będzie zysk netto.

Okres zwrotu inwestycji początkowych (PP), uwzględniony w biznesplanie klubu dziecięcego na początkowe inwestycje w wysokości **360 420,00 PLN**, wynosi **1 pełny miesiąc kalendarzowy**. Klub pokryje dokonane w nim inwestycje i zacznie zarabiać na początku drugiego miesiąca. Minimalny prognozowany miesięczny zysk netto projektu po osiągnięciu planowanej wielkości sprzedaży wynosi **634 480 PLN**. Planowany maksymalny wolumen sprzedaży ma zostać osiągnięty pod koniec **trzeciego miesiąca** pierwszego roku działalności..

Zwrot ze sprzedaży (ang. - Return on Sales, ROS) - wskaźnik rentowności, który pokazuje udział zysku w każdej wypracowanej jednostce walutowej. Zwykle oblicza się go jako stosunek zysku operacyjnego (zysk przed opodatkowaniem) dla określonego okresu do wielkości sprzedaży towarów (usług) wyrażonej w gotówce w tym samym okresie.

$$\text{ROS} = \text{O}_P / \text{S} \times 100\%$$

$$\text{Zwrot ze sprzedaży} = (\text{zysk operacyjny} / \text{wielkość sprzedaży}) \times 100\%$$

Zwrot ze sprzedaży jest wskaźnikiem polityki cenowej firmy i jej zdolności do kontrolowania kosztów.

Minimalna przewidywana rentowność na koniec pierwszego roku projektu będzie wynosić: **69,49%**.

Minimalna przewidywana rentowność na koniec drugiego roku projektu będzie wynosić: **72,53%**.

Roczny zysk netto za pierwszy rok działalności wyniesie około **6 687 263,19 PLN**.

Roczny zysk netto za drugi rok działalności wyniesie około **7 613 763,48 PLN**.

Wartość bieżąca netto projektu (NPV, Net present value) - różnica między wszystkimi wpływami i wypływami pieniężnymi, zmniejszona do bieżącego momentu (moment wyceny projektu inwestycyjnego). Pokazuje kwotę gotówki, którą inwestor spodziewa się otrzymać z projektu, po tym jak wpływy zwrócą początkowe koszty inwestycji i okresowe wypływy środków pieniężnych związane z realizacją projektu. Ponieważ płatności gotówkowe są wyceniane na podstawie ich wartości czasowej i ryzyka, NPV można interpretować jako wartość dodaną projektu. Można to również interpretować jako całkowity zysk inwestora.

$$\text{NPV} = \sum_{t=0}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t} = -IC + \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+i)^t}$$

gdzie:
i - stopa dyskontowa;
CF_t - przepływy pieniężne (Cash Flow) po t latach
IC - inwestycja początkowa

Wartość bieżąca netto tego projektu biznesowego - klubu dziecięcego na koniec pierwszego roku działalności - jest dodatnia i wynosi **7 694 487,45 PLN** i **9 054 551,46 PLN** - na koniec drugiego roku projektu, co pozwala nam mówić o inwestycjach atrakcyjność projektu.

Wskaźnik zwrotu z inwestycji (PI, Profitability Index) - obliczany jako stosunek kwoty zdyskontowanych przepływów pieniężnych do inwestycji początkowej:

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{CIF_t}{(1+r)^t}}{\text{Inwestycja początkowa}}$$

Gdzie: CIF_t – dodatni przepływ pieniężny w okresie t ,

r – stopa dyskontowa,

t – następujące po sobie okresy (np. lata).

Przy ocenie projektów o tej samej inwestycji początkowej kryterium PI jest w pełni zgodne z kryterium NPV.

Zatem kryterium PI ma zaletę przy wyborze jednego projektu z serii o w przybliżeniu takich samych wartościach NPV, ale różnych wielkościach wymaganych inwestycji. W tym przypadku ten, który zapewnia większą efektywność inwestycji, jest bardziej opłacalny.

Ten wskaźnik pozwala na uszeregowanie projektów o ograniczonych zasobach inwestycyjnych..

Wskaźnik zwrotu z inwestycji (PI) w tym projekcie wynosi **9,85**, co wskazuje na dużą efektywność inwestycji.

Zdyskontowany okres zwrotu projektu (DPP, Discounted Payback Period) to okres zwrotu środków z uwzględnieniem wartości pieniądza w czasie (stopa dyskontowa).

$$DPP = n; \frac{|\text{skumulowane PV NCF}_t|}{|\text{PV NCF}_{t+1}|} \times 12$$

gdzie:

DPP – zdyskontowany okres zwrotu;

n – ostatni okres, dla którego skumulowane **PV NCF** są ujemne;

skumulowane **PV NCF_n** – skumulowane zdyskontowane przepływy pieniężne netto łącznie z „ostatnim okresem ujemnym”;

PV NCF_{n+1} – zdyskontowane przepływy pieniężne netto dla okresu następującego

po zmianie znaku skumulowanego **PV NCF** z ujemnego na dodatni.

Główną różnicą w stosunku do prostej formuły zwrotu jest dyskontowanie przepływów pieniężnych i przenoszenie przyszłych wpływów pieniężnych do bieżącego czasu.

Zdyskontowany okres zwrotu tego projektu wynosi **1 pełny miesiąc kalendarzowy**.

Wskaźnik zwrotu z inwestycji (ARR, Accounting rate of return, średnia stopa zwrotu, księgową stopa zwrotu, księgową stopa zwrotu z inwestycji, księgową stopa zwrotu, zwrot z zainwestowanego kapitału, metoda sprawozdawczości finansowej).

Wskaźnik charakteryzuje wpływ inwestycji na księgową stopę zwrotu jako stosunek średniego rocznego zysku do średniej rocznej inwestycji.

$$ARR = \frac{\frac{\sum_{t=m+1}^n \text{zysk}_t}{d}}{\frac{WPI+WKI}{2}}$$

gdzie:

ARR - księgową stopa zwrotu

od m + 1 do n - kolejne okresy ekonomicznego cyklu życia inwestycji, w których generuje ona dodatnie korzyści netto (zyski)

zysk_t - zyski w i-tym roku okresu operacyjnego inwestycji

WPI - wartość początkowa inwestycji (nakłady inwestycyjne)

WKI - księgową wartość rezydualną inwestycji

d - liczba okresów, w których inwestycja generuje zyski

Jeśli księgową stopa zwrotu jest większa niż docelowa stopa zwrotu, projekt jest akceptowany. Im wyższy ARR, tym większa atrakcyjność projektu.

Atrakcyjność inwestycyjna tego projektu jest ponadprzeciętna, ponieważ wskaźnik zwrotu z inwestycji w pierwszym roku realizacji wyniesie **154 %** i **176 %** (w drugim roku).

Wewnętrzna stopa zwrotu (IRR) - to stopa procentowa, przy której wartość bieżąca netto (wartość bieżąca netto - NPV) wynosi 0. NPV oblicza się na podstawie zdyskontowanych przepływów pieniężnych.

$$IC = \sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t}$$

gdzie

CF - przepływ płatności,

IC - inwestycja początkowa w wysokości IC = -C₀

Prognozowana wewnętrzna stopa zwrotu przekracza stopę dyskontową i wyniesie **154%**

Zmodyfikowana wewnętrzna stopa zwrotu (rentowność) MIRR (Modified Internal Rate of Return) jest stosowana w przypadkach, w których przepływy pieniężne są niestandardowe, to znaczy występują zarówno dodatnie, jak i ujemne przepływy w okresie realizacji projektu.

Wzór na obliczenie zmodyfikowanej wewnętrznej stopy zwrotu MIRR to:

$$MIRR = \sqrt[N]{\frac{\sum_{i=1}^N \frac{CF^+_i}{(1+WACC)^{N-i}}}{\sum_{i=1}^N \frac{CF^-_i}{(1+r)^i}}} - 1$$

gdzie:

MIRR - zmodyfikowana wewnętrzna stopa zwrotu,

CF - przepływy pieniężne w okresie **i**,

WACC - średni ważony koszt kapitału,

r - stopą dyskontową.

Aby wybrać projekt inwestycyjny, **MIRR** powinien być wyższy niż stopa dyskontowa - **r**.

Zaletą **MIRR** jest także włączenie reinwestycji przepływów pieniężnych w realizację projektu inwestycyjnego, co rozwiązuje problem **IRR**.

Zmodyfikowana wewnętrzna stopa zwrotu (rentowność) **MIRR** tego projektu przekracza stopę dyskontową i wyniesie **41%**

Plan finansowy jest sporządzany zgodnie z optymistyczną prognozą, którą można zrealizować ze względu na duże obciążenie pracą klubu dla dzieci.



10. MOŻLIWE RYZYKI

Aby ocenić składnik ryzyka projektu, należy przeanalizować czynniki zewnętrzne i wewnętrzne. Czynniki zewnętrzne obejmują zagrożenia związane z sytuacją gospodarczą w kraju i na rynkach. Do wewnętrznej - efektywność zarządzania organizacją.

Specyfika centrum rozwoju dzieci determinuje następujące zagrożenia.

Ryzyka zewnętrzne obejmują:

1. Reakcja konkurentów. Istnieją różne instytucje świadczące usługi kształcenia ustawicznego. Są wśród nich duże, nieskręcone centra, które grożą nie tylko utratą części potencjalnych klientów, ale nawet wypchnięciem z rynku. Aby zminimalizować to ryzyko, należy stworzyć własną bazę klientów, mieć unikalne oferty, stale monitorować rynek i mieć program lojalnościowy dla klientów.

Aby zapewnić skuteczną konkurencję, należy dokładnie przeanalizować uczestników rynku, którzy oferują usługi od wielu lat, z którymi zamierzamy wejść na rynek i zaoferować je naszym potencjalnym klientom. *Tabela 20* przedstawia szczegółową geoanalizę konkurentów we Wrocławiu.

Tabela 21. Geoanalizę konkurentów we Wrocławiu

Konkurenci	Razem	Lokalizacja na mapie
Kółka wczesnego rozwoju dzieci	14	Google Mapa
Kółka plastyczne dla dzieci	20	Google Mapa
Kółka muzyczne dla dzieci	11	Google Mapa
Kółka teatralne dla dzieci	18	Google Mapa
Kółka przygotowania do szkoły	102	Google Mapa
Języki obce dla dzieci	61	Google Mapa
Kółka animacji dla dzieci	18	Google Mapa
Warsztaty kreatywne dla dzieci	18	Google Mapa
Psycholog dziecięcy	182	Google Mapa
Logopeda	162	Google Mapa
Centrum rozwoju dla dzieci autystycznych	40	Google Mapa

2. Wzrost kosztów wynajmu, który pociąga za sobą wzrost kosztów stałych i może wpłynąć na sytuację finansową. Możliwe jest zmniejszenie prawdopodobieństwa ryzyka przy zawieraniu długoterminowej umowy najmu i wyborze rzetelnego leasingodawcy;

3. Zmniejszenie wypłacalności ludności. Ponieważ koszt dodatkowej edukacji nie jest priorytetem, można je wykluczyć w celu zaoszczędzenia budżetu rodzinnego. Innymi słowy, w przypadku spadku dochodów ludności istnieje możliwość odmowy od usług klubowych. Ryzyko to można zminimalizować za pomocą rabatów dla stałych klientów i tworzenia programów lojalnościowych. Nie można jednak całkowicie uniknąć tego ryzyka ze względu na specyfikę świadczonych usług;

4. Zmiany w polskim prawie, które mogą pociągać za sobą złożoność procesów biznesowych. Na przykład wprowadzenie standardów licencyjnych dla tego rodzaju usług lub zaostrzenie standardów nauczycielskich itp. Tego ryzyka nie można kontrolować. Dlatego należy wziąć to pod uwagę i opracować budżet na wypadek takiego ryzyka.

Ryzyka wewnętrzne obejmują:

1. Odpowiedzialność za zdrowie i bezpieczeństwo dzieci. Obecność nieprzyjemnego incydentu może znacząco wpłynąć na reputację biznesową instytucji i pociągnąć za sobą poważne problemy. Dlatego, aby uniknąć takich sytuacji, konieczne jest staranne dobranie wysoko wykwalifikowanego personelu i poinstruowanie zarówno nauczycieli, jak i rodziców dzieci;

2. Niedotrzymanie planowanej sprzedaży. Możliwe jest zmniejszenie tego ryzyka dzięki skutecznej kampanii reklamowej i właściwej polityce marketingowej, obejmującej różne promocje i bonusy;

3. Brak wykwalifikowanych specjalistów. Ryzyko to zostanie zmniejszone poprzez monitorowanie pracowników szkół, szkół artystycznych, muzycznych i choreograficznych, absolwentów wyższych uczelni w wymaganych specjalnościach, starannego doboru pracowników i sprzyjających warunków pracy, które mogą przyciągnąć wysokiej jakości kadrę;

4. Zmniejszona reputacja instytucji w kręgu odbiorców docelowych w przypadku błędów w zarządzaniu lub obniżenia jakości usług. Możliwe jest ograniczenie ryzyka poprzez ciągłe monitorowanie jakości usług, otrzymywanie informacji zwrotnych od klientów instytucji i podejmowanie działań naprawczych.

Podsumowane dane dotyczące analizy składnika ryzyka projektu przedstawiono w **Tabeli 21**. Ze względu na ilościową ocenę ryzyka możliwe jest ustalenie, na czym należy się skupić i jakie środki należy podjąć, aby zminimalizować straty.

Tabela 21. Ilościowa analiza ryzyka biznesplanu klubu dziecięcego

Nazwa ryzyka (grupy ryzyka)	Prawdopodobieństwo wystąpienia (0-1)	Znaczenie ryzyka dla przedsiębiorstwa (0-10 punktów)	Ocena ryzyka (p.2* p.3)
1	2	3	4
Reakcja konkurentów	0,7	8	5,6
Problemy z wynajmem	0,2	2	0,4
Spadające zapotrzebowanie	0,6	7	4,2
Zmiany legislacyjne	0,2	1	0,2
Odpowiedzialność za dzieci	0,2	5	1,0
Brak planowania sprzedaży	0,5	9	4,5
Brak wykwalifikowanego personelu	0,8	10	8
Spadek reputacji	0,7	7	4,9

Zgodnie z powyższymi obliczeniami najpoważniejsze zagrożenia uwzględnione w biznesplanie klubu dziecięcego to ryzyko braku wykwalifikowanego personelu i reakcja konkurentów. W pierwszym kierunku konieczne jest stworzenie sprzyjających warunków do pracy, aby przyciągnąć doświadczonych pracowników. W drugim kierunku należy zwrócić szczególną uwagę na tworzenie przewag konkurencyjnych, zwłaszcza polityki cenowej, strategii marketingowej, a także na stworzenie elastycznego systemu współpracy z klientami.

