



UNIVERZITET U NOVOM SADU

FAKULTET SPORTA I FIZIČKOG VASPITANJA

MASTER PROFESOR SPORTA I FIZIČKOG VASPITANJA

Kandidat: Iris Jović Vujaković

MASTER RAD

**Strategijsko planiranje i uslovi rada i
razvoja škole sporta**

Mentor: Prof. dr Radenko Matić

Novi Sad, 2024.

SADRŽAJ

1.0 UVOD.....	1
1.1 Važnost fizičke aktivnosti	2
1.2 Biznis plan	3
1.3 SWOT analiza.....	4
1.4 Finansijski plan.....	6
1.5 Analiza tržišta	7
2.0 PROBLEM, PREDMET I CILJ RADA.....	9
3.0 METOD RADA	10
4.0 STUDIJA SLUČAJA- ŠKOLICA SPORTA „GOLD BY IRIS“	11
4.1 Opis škole sporta	11
4.2 Strateški plan	11
4.3 Misija i vizija škole sporta „ Gold by Iris“	12
4.4 Ciljevi škole sporta „ Gold by Iris“	13
4.5 Zadaci škole sporta.....	13
4.6 Finansijski plan.....	14
4.6.1 Prihodi.....	14
4.6.2 Rashodi	15
4.6.3 Planiranje i budžetiranje	16
4.6.4 Finansijski planovi za rast.....	17
4.7 Marketinški plan	18
4.7.1 Analiza kupaca proizvoda/usluga	18
4.7.2 Analiza konkurencije škole sporta u Rumi.....	19
Analiza konkurenta: Body Forming Kids.....	19
4.8 Marketing miks (usluga, cena, distribucija, promocija, osoblje).....	21
4.8.1 Opis usluga.....	22

4.8.2 Cena	23
4.8.3 Distribucija	24
4.8.4 Promocija	25
4.8.5 Osoblje	26
5.0 ZAKLJUČAK	28
LITERATURA	29

1.0 UVOD

Strategijsko planiranje u sportskim organizacijama, pa tako i u školama sporta, predstavlja važan element za postizanje dugoročne uspešnosti i održivog razvoja. Školice sporta, koje imaju za cilj pružanje obrazovanja i treniranja mladih sportista, suočavaju se sa brojnim izazovima u pogledu organizacije, finansiranja, stručnog kadra i infrastrukturnih uslova. Da bi se osigurao napredak i kvalitetan razvoj, neophodno je uspostaviti jasan plan koji će obuhvatiti sve aspekte funkcionisanja škole – od trenerskog i stručnog kadra, preko materijalnih resursa, pa do odnosa sa roditeljima, lokalnom zajednicom i sponzorima.

Školice sporta igraju značajnu ulogu u sveobuhvatnom razvoju deteta, pružajući mu priliku za fizičko, socijalno, emocionalno i mentalno napredovanje. Redovna fizička aktivnost doprinosi jačanju mišića, kostiju i opšte kondicije, čime se stvara osnova za održavanje zdravlja i vitalnosti. Istovremeno, kroz timski rad deca razvijaju socijalne veštine kao što su saradnja, poštovanje i komunikacija, dok se suočavanje s izazovima i postizanje sportskih ciljeva pozitivno odražava na njihovo samopouzdanje i veru u sopstvene sposobnosti. Pored toga, škole sporta uče decu o disciplini i odgovornosti, što doprinosi njihovom kasnijem uspehu u životu. Sportske aktivnosti pružaju prostor za oslobađanje stresa i razvoj emocionalne stabilnosti, dok im usmeravanje ka zdravim životnim navikama pomaže u prevenciji brojnih zdravstvenih problema. Kroz sport, deca uživaju i stiču pozitivna iskustva koja ih motivišu da ostanu aktivna i zdrava u budućnosti. Ove škole, dakle, ne samo da podstiču fizičku spremnost, već detetu pružaju važne veštine i alate za uspeh u različitim aspektima života.

Autorka rada, kroz svoje bogato iskustvo u tekvondou kao bivši reprezentativac Srbije, motivisana je da otvori školu sporta u Rumi, vođena strašću prema sportu i željom da tu ljubav prenese na mlađe generacije. S obzirom na nedostatak kvalitetnih sportskih programa u lokalnoj zajednici, prepoznata je potreba za kreiranjem struktuisanih aktivnosti koje će deci omogućiti sveobuhvatan fizički, socijalni i emocionalni razvoj. Otvaranje škole sporta predstavlja ne samo priliku za doprinos zajednici, već i poslovni poduhvat koji omogućava razvoj preduzetničkih veština i preuzimanje odgovornosti za vođenje sopstvenog posla.

Autorka teži da kroz sport pozitivno utiče na mlade, pružajući im mogućnosti za takmičenje, učenje timskog rada i sticanje zdravih životnih navika. Kao osoba sa velikim iskustvom u sportu, autorka vidi otvaranje škole sporta kao životni poziv, kroz koji može da inspiriše i razvija buduće generacije sportista. Takođe, kroz ovu školicu namerava da deci pruži

ne samo tehničko znanje o tekvondou, već i životne vrednosti poput discipline, upornosti, poštovanja i timskog duha, čime će doprineti njihovom celokupnom razvoju.

Planiranje sportske organizacije zahteva preciznu analizu svih aspekata poslovanja, kako bi se povećale šanse za uspeh. Pre pristupanja osnivanju ili novom ciklusu planiranja, važno je istražiti delatnost i postaviti jasne ciljeve, kako bi organizacija bila uspešna i održiva na duge staze.

1.1 Važnost fizičke aktivnosti

Fizička aktivnost podrazumeva svako kretanje koje ljudsko telo proizvodi uz pomoć mišića i koje zahteva potrošnju energije veću od one potrebne za osnovne funkcije organizma u stanju mirovanja. Ovaj oblik aktivnosti može uključivati različite takmičarske ili rekreativne aktivnosti, a zajedničko im je to da se oslanjaju na pokret i promenu telesnog položaja. Cilj fizičke aktivnosti, bilo da je reč o sportskim takmičenjima ili rekreativnim vežbama, jeste postizanje rezultata koji odgovaraju fizičkim sposobnostima onog ko učestvuje (Mlačić, 2018:77)

Fizička aktivnost predstavlja jedan od ključnih spoljašnjih faktora koji značajno utiču na rast i razvoj dece. Kada govorimo o fizičkoj aktivnosti kod dece, ona obuhvata sve oblike pokreta i angažovanja mišića, bez obzira na to da li se radi o času fizičkog vaspitanja, igri, sportskim rekreativnim aktivnostima ili organizovanim sportskim treninzima. Bilo koji oblik fizičkog angažovanja doprinosi celokupnom razvoju dece, jer pomaže u jačanju tela, poboljšanju koordinacije, kao i sticanju socijalnih veština kroz zajedničke aktivnosti i takmičenja (Nikolić, 2019: 47).

Gojaznost kod dece se javlja kada telesna masa prelazi normalne vrednosti u odnosu na visinu, što je posledica unosa veće količine kalorija nego što se troši kroz fizičku aktivnost. Ova neravnoteža povećava rizik od razvoja hroničnih bolesti, poput dijabetesa i srčanih oboljenja, u kasnijim godinama. Prema istraživanju sprovedenom u Republici Srbiji, 11% dece mlađe od 5 godina je gojazno (Republički zavod za statistiku, 2020).

Fizička aktivnost ima važnu ulogu u motoričkom i psihološkom razvoju dece, posebno u pedijatrijskoj populaciji. Razvoj motoričkih sposobnosti kod dece odvija se postepeno tokom vremena, uz kontinuirani napredak u koordinaciji, snazi i agilnosti. Ovaj proces je pod uticajem više faktora, kao što su individualne razlike među decom, njihovo opšte zdravstveno stanje,

kvalitet neuromišićnog sistema, kao i spoljašnji stimuli koji dolaze kroz interakciju s okolinom (Bukvić i sar. 2021: 34).

Fizička aktivnost pomaže u prevenciji gojaznosti, koja je sve veći problem među decom u savremenom društvu. Nedostatak fizičkog angažovanja, kombinovan sa prekomernim unosom kalorija, stvara ozbiljnu neravnotežu koja ne samo da povećava rizik od hroničnih bolesti, već i negativno utiče na opšte blagostanje dece. Redovna fizička aktivnost pomaže održavanju telesne mase, smanjujući šanse za nastanak metaboličkih poremećaja, kao što su dijabetes i bolesti srca.

U savremenom svetu, gde je sve prisutniji sedentarni način života, fizička aktivnost je neophodna za održavanje opšteg zdravlja i vitalnosti, te je važno podsticati ljude svih uzrasta da se kreću i bave aktivnostima koje će im omogućiti da ostanu fizički i mentalno zdravi.

1.2 Biznis plan

Biznis plan predstavlja sveobuhvatan dokument koji obuhvata niz ciljeva, politika i strategija, kao i konkretnih programa i aktivnosti koji su potrebni za realizaciju određenog poslovnog koncepta. On služi kao mapa koja usmerava preduzeće ka ostvarivanju svojih poslovnih namera, pružajući jasan i strukturisan plan kako da se postignu zadati ciljevi. U okviru biznis plana, definišu se konkretni koraci i postupci koji će biti preduzeti, kako bi se obezbedila uspešna implementacija poslovne ideje. Ovaj plan uključuje različite aspekte poslovanja, kao što su marketinška strategija, finansijski plan, organizaciona struktura i operativne aktivnosti (Jovanović i sar., 2016: 17).

Biznis plan predstavlja detaljan pregled trenutnog stanja preduzeća i ključne elemente vezane za konkretan projekat koji kompanija namerava da realizuje. Ovaj dokument je važan početni alat za komunikaciju sa potencijalnim investitorima i finansijerima, jer pruža sve potrebne informacije o namerama kompanije i načinu na koji planira da sprovede projekat (Ćulibrk, 2022).

Svaki projektno-poslovni poduhvat zahteva određena finansijska sredstva. Kroz biznis plan, kompanija predstavi svoje namere potencijalnim finansijskim investitorima i nastoji da ih ubedi da učestvuju u realizaciji projekta. Biznis plan je potreban u različitim situacijama, uključujući (Ćulibrk, 2022):

- Otvaranje novog posla i osnivanje preduzeća
- Investiranje u novi proizvod, rekonstrukciju postojećeg ili proširenje proizvodnje

- Traženje eksternih partnera, kao što su investitori ili akcionari
- Investiranje u obnovu proizvodnje za kompaniju koja je u finansijskim teškoćama
- Pristupanje reorganizaciji preduzeća iz različitih razloga
- Realizovanje specifičnih projekata, kao što su izvozni poslovi ili osvajanje novih tržišta, koje kompanija ne može samostalno da finansira.
- Prodaju preduzeća ili njegovog dela.

U svakom od ovih slučajeva, biznis plan služi kao neophodan alat za planiranje i komunikaciju, omogućavajući kompaniji da detaljno prikaže svoje ciljeve i strategije, kao i da osigura potrebna sredstva za realizaciju svojih namera.

Biznis plan je ključni dokument koji obuhvata sve aspekte poslovne ideje koju poseduje preduzetnik ili vlasnik postojećeg biznisa. Ovaj dokument služi kao sredstvo za predstavljanje ideje potencijalnim investitorima i finansijerima, pružajući im sve potrebne informacije kako bi razumeli celokupni koncept projekta i odlučili da li će investirati u kompaniju. Biznis plan pomaže u jasnoći celokupnog poduhvata i omogućava investitorima da donesu informisane odluke o ulaganju. Preduzetnik koristi biznis plan kako bi pribavio finansijska sredstva koja su potrebna za realizaciju osmišljenih ciljeva i aktivnosti. Kroz ovaj dokument, preduzetnik komunicira sa potencijalnim investitorima i pribavlja sredstva neophodna za razvoj poslovanja. Pored toga, biznis plan služi kao vodič i okvir za sve aktivnosti koje preduzetnik i zaposleni obavljaju kako bi stvorili uspešan biznis. On predviđa sve potrebne procedure i korake za nesmetano poslovanje preduzeća. Jedna od glavnih prednosti izrade biznis plana je što omogućava identifikaciju potencijalnih problema i izazova pre nego što se pojave na tržištu. Vlasnik preduzeća može unapred planirati i pripremiti strategije za izbegavanje tih problema, što može značajno smanjiti rizik od grešaka i neuspeha tokom poslovanja (Jovanović, 2006).

1.3 SWOT analiza

SWOT analiza se obično koristi kao deo strateškog planiranja i fokusira se na:

- Unutrašnje snage
- Unutrašnje slabosti
- Šanse u spoljašnjem okruženju
- Pretnje iz spoljašnjeg okruženja.



Slika 1: SWOT analiza

SWOT analiza pomaže menadžmentu da utvrdi sledeće (RARIS, n.d.):

- Šta institucija ili organizacija radi bolje od konkurencije?
- Šta konkurenti rade bolje od organizacije?
- Da li se postojeće mogućnosti koriste na najbolji način?
- Kako organizacija treba da odgovori na promene u spoljnom okruženju?

SWOT analiza nema smisla ako ukoliko kompanija ne deluje na njenoj osnovi. To bi trebalo da bude više od liste identifikovanih faktora – to je analitička tehnika za podršku strateškom donošenju odluka i trebalo bi da bude praćena odgovarajućim merama. Strategiju treba formulisati na osnovu vaših snaga i sposobnosti. Načela SWOT analize su:

- Prednosti (Strengths) – Prednosti se odnose na unutrašnje faktore koji mogu pozitivno uticati na postizanje poslovnih ciljeva. Ovo su aspekti poslovanja u kojima imamo stručnost, bolji smo od konkurencije i predstavljaju značajnu stratešku prednost. Prednosti mogu uključivati specifična znanja, veštine, iskustvo i tehnologiju. Na primer, ako je naše preduzeće u mogućnosti da brzo i kvalitetno donese proizvod ili uslugu na tržište, to je jasan pokazatelj naše snage i konkurentske prednosti. Prednosti mogu biti određene veštine, tehnička znanja, tehnologija, distribicioni kanali, kvalitet itd. Važno je ulagati u naše ključne prednosti kako bismo dugoročno uspevali, ali je isto tako bitno razvijati nove prednosti i eliminisati slabosti.
- Slabosti (Weaknesses) – Slabosti su područja u kojima bi trebalo da se poboljšamo i gde bi mogli imati problema u budućnosti. Slabost predstavlja svaku situaciju u kojoj nas konkurent može nadmašiti ili nam potpuno ili delimično otežati poslovanje. Prilikom identifikacije slabosti, važno je utvrditi one koje su ključne za dugoročni

uspeh i koje treba odmah otkloniti, kao i one koje treba minimizirati ili eliminisati. Primeri slabosti mogu uključivati nedostatak određenih veština, lošu reputaciju, slab kvalitet proizvoda, nisku profitnu maržu, nedostatak kadra, organizacionu kulturu, nedostatak sredstava za osnovna sredstva itd.

- Prilike (Opportunities) – Prilike se odnose na elemente na koje nemamo uticaj, ali koji pozitivno utiču na našu uspešnost ili će se pojaviti u spoljnjem okruženju u bliskoj budućnosti. To mogu biti novi tržišni trendovi, velike promene, politički, ekonomski, društveni, ekološki, demografski, tehnološki, vladini, pravni i konkurentski trendovi. Prilike nam omogućavaju da brže iskoristimo prednosti i delujemo kao poluga za uspeh. Ako iskoristimo prave prilike, možemo postići mnogo više u kraćem vremenskom periodu.
- Pretnje (Threats) – Pretnje predstavljaju potencijalne negativne uticaje na koje nemamo uticaj. One se odnose na sve faktore koji mogu uticati ili bi mogli uticati na poslovanje preduzeća, a nisu povezani sa unutrašnjim faktorima. Kroz analizu pretnji možemo identifikovati postojeće opasnosti i razviti strategije koje mogu smanjiti ili, što je najvažnije, pretvoriti pretnje u prilike. Često prilagođavanje može značiti značajnu promenu unutrašnjih faktora (nova znanja, promene u proizvodnim procesima itd.), ali ako uspešno implementiramo mere, možemo steći nove strateške prednosti.

1.4 Finansijski plan

Svaki investitor će najveću pažnju posvetiti finansijskom delu poslovnog plana, i na osnovu njega će odlučiti da li želi da sarađuje sa budućom organizacijom ili ne. Zato mora biti finansijski plan precizan i dobro oblikovan. U finansijskoj analizi su najvažnija tri izveštaja koja daju odgovore na sledeća pitanja (Grozdanović i sar., 2007):

- Koliki profit preduzeće ostvaruje u određenom periodu? – Izveštaj o dobiti i gubitku
- Koliko imovine preduzeće ima na kraju određenog perioda? – Bilans stanja
- Kakvi su novčani tokovi u određenom vremenskom periodu? – Izveštaj o novčanim tokovima

U finansijskoj analizi treba definisati određene pretpostavke. To su kratke izjave o uslovima pod kojima preduzetnik planira da započne poslovanje. Obično treba da odražavaju sledeće dimenzije (Grozdanović i sar., 2007):

- Osnovne karakteristike preduzetničkog poslovanja
- Uslovi na tržištu u kojem će preduzeće poslovati

- Kapitalne mogućnosti koje su trenutno dostupne
- Potrebe za poslovnim prostorom, opremom, instalacijama, nameštajem i drugim osnovnim sredstvima
- Potrebe za trajnim obrtnim sredstva (obrtni kapital)
- Potrebe za finansijskim sredstvima za plate zaposlenih
- Potrebe za sredstvima za pokrivanje drugih aktivnosti
- Datum planiranog ulaska u preduzetnički poduhvat (projekat)
- Datum ulaska u redovno poslovanje

Finansijska analiza treba da odgovori na sledeća pitanja (Grozdanović i sar., 2007):

- Koliko novca je potrebno za osnivanje preduzeća?
- Koja je tačka rentabilnosti poslovanja?
- Kakav je planirani izveštaj o dobiti i gubitku?
- Kakav je planirani bilans stanja?
- Kakav je plan novčanih tokova?
- Kakve su prognoze dobiti?

Kada preduzeće utvrdi ove pretpostavke i uspe da odgovori na gore navedena pitanja, preduzetnik će imati jasnu sliku da li je njegova ideja zaista vredna. Zato je finansijski plan važan, jer prikazuje realnu sliku postojanja preduzeća na tržištu. (Grozdanović i sar., 2007).

1.5 Analiza tržišta

Tržišna analiza može se svrstati među najvažnije elemente biznis plana. Kao što smo u prethodnom delu biznis plana detaljno opisali naš proizvod/uslugu i naveli informacije kao što su karakteristike, funkcionalnost, svrha, prednosti i kvaliteti, inovativnost proizvoda, cenovni raspon i životni ciklus proizvoda, sada možemo nastaviti sa biznis planom. Kada je u pitanju analiza tržišta, potrebno je odgovoriti na sledeća pitanja (Grozdanović i sar., 2007):

- Kolika je konkurencija u zemlji?
- Koliki je mogući rast?
- Koje su regije najvažnije za prodaju?
- Koliki je obim prodaje?
- Kakvo je političko i pravno okruženje?
- Ko je konkurencija?

- Koje su prednosti konkurencije?
- Koje su prednosti naše kompanije?
- Koje su glavne prepreke za ulazak na tržište?
- Koji su zamenski ili alternativni proizvodi za proizvod/uslugu kompanije?

Kada odgovorimo na ova pitanja, dolazimo do brojnih zaključaka, a odgovori na ova pitanja predstavljaju analizu različitih delova tržišta. Pitanjima o konkurenciji analiziramo i upoznajemo naše konkurente i kako posluju. Pronalazimo njihove slabosti i koristimo ih kao svoje prednosti iz okruženja kako bismo postigli što veći rast.

Sledeći zaključak koji dobijamo je kakve su potrebe tržišta, što je za nas ključno jer, poznavanjem tržišta, investitorima pokazujemo da smo spremni na sve uticaje iz okoline i da je naš plan izrađen do najsitnijih detalja. Pre nego što se odlučimo za ulazak na tržište, dobro je poznavati prepreke. One mogu biti različite, kao što su tehnološke prepreke (npr. potrebna tehnologija za koju naše buduće preduzeće neće imati dovoljno sredstava), zakonska regulativa i registracija, potreba za većim investicijama, dostupnost i atraktivnost lokacije, razvoj brenda (visoki troškovi), pristup distribucionim kanalima.

2.0 PROBLEM, PREDMET I CILJ RADA

Problem rada je strategijska analiza razvoja školice sporta – „Gold by Iris“.

Predmet rada predstavljaju karakteristike tržišta, potreba i preferencija korisnika, finansijska analiza, operativni planovi, marketing i promocija za razvoj školice sporta.

Cilj rada je prikupljanje relevantnih informacija i podataka koji će pomoći oblikovanju poslovnog plana školice sporta kako bi se osiguralo uspešno pokretanje i vođenje poslovanja.

3.0 METOD RADA

Metod rada je deskriptivan, sa analizom uopštavanja. Korišćena je relevantna dostupna literatura iz oblasti sporta, ekonomije, sportskog menadžmenta, marketinga i finansijskog menadžmenta.

4.0 STUDIJA SLUČAJA- ŠKOLICA SPORTA „GOLD BY IRIS“

4.1 Opis škole sporta

Škola sporta "Gold by Iris" posvećena je zdravom razvoju dece kroz raznovrsne sportsko-rekreativne aktivnosti. Škola nudi pažljivo osmišljene programe koji omogućavaju deci da unaprede svoje fizičke sposobnosti i mentalnu otpornost, dok se istovremeno razvijaju socijalne veštine i međuljudski odnosi. Programi su osmišljeni da podstiču ljubav, empatiju i poštovanje prema bližnjima, kao i da omoguće deci da istražuju prirodu i uče kroz igru.

U školi, deca se angažuju u različitim timskim aktivnostima koje im pomažu da razviju timski duh i zajednički rešavaju zadatke. Programi koji se nude takođe uključuju elemente samozaštite i osnovne borilačke veštine, čime se jača samopouzdanje i fizička sigurnost. Sve radionice vode kvalifikovani instruktori i treneri, a aktivnosti su prilagođene uzrastu i interesovanjima dece.

U ponudi su sportske vežbe i igre koje obuhvataju brojne sportove kao što su fudbal, košarka, atletika, tenis i borilačke veštine. Deca se takođe upuštaju u rekreativne igre koje razvijaju osnovne motoričke veštine kroz zabavu. Edukativne radionice pružaju informacije o zdravom načinu života i timskom radu, dok kreativne aktivnosti podstiču maštu i umetnički izraz. Aktivnosti u prirodi, uključujući eko radionice, omogućavaju deci da se povežu sa prirodnim okruženjem kroz akcije čišćenja, sadnju drveća i kampovanje, bez ometajućih tehnologija. Škola se stalno razvija i širi svoj program kako bi deci pružila još bogatija iskustva i mogućnosti za rast i razvoj.

4.2 Strateški plan

Strateško planiranje uslova rada i razvoja škole sporta (nacrtu biznis plana) ima značajnu ulogu kako za teoriju tako i za praksu iz nekoliko razloga:

- **Strateško planiranje:** Biznis plan omogućava školi sporta da razvije strategiju za dugoročni uspeh. Kroz istraživanje tržišta, analizu konkurencije i postavljanje ciljeva, škola može bolje razumeti svoje okruženje i postaviti put ka ostvarivanju svojih ciljeva.
- **Finansijsko planiranje:** Izrada biznis plana uključuje detaljno planiranje finansijskih resursa potrebnih za pokretanje i održavanje škole sporta. To može obuhvatiti procene troškova, prihoda i projekcije profita, što pomaže u osiguranju finansijske održivosti projekta.

- **Poboljšanje ponude i usluge:** Istraživanje tržišta pomaže školici sporta da bolje razume potrebe i želje svoje ciljne grupe, što može dovesti do prilagođavanja programa, treninga i usluga kako bi se bolje zadovoljile potrebe klijenata.
- **Razvoj konkurentske prednosti:** Analizom konkurencije školica sporta može razviti strategiju za poboljšanje usluga od konkurencije i stvaranje konkurentske prednosti na tržištu.
- **Upravljanje rizicima:** Biznis plan omogućava identifikaciju potencijalnih rizika i izazova s kojima se školica sporta može suočiti, te razvijanje strategija za njihovo upravljanje i minimiziranje negativnih uticaja na poslovanje.

Sveukupno, izrada biznis plana za školicu sporta pomaže u integraciji teorije i prakse kroz sistematičan pristup razvoju poslovanja koji uključuje analizu okruženja, stratejsko planiranje, finansijsko upravljanje i kontinuirano poboljšanje poslovnog modela.

U početnoj fazi važno je definisati šta je to što organizacija ,u ovom slučaju školica sporta, namerava da ostvari u budućem periodu, odnosno čemu treba da teže svi zaposleni i angažovani u njoj. U toj fazi samporocenjivanja tržišta sportske organizacije, koje je determinisano klijentima, sportistima, sponzorima ili navijačima formira se *Izjava o misiji*. *Misija* kao svrha postojanja neke sportske organizacije, treba da bude shvaćena kao „veza između vršenja neke društvene funkcije i posebnih meta ili ciljeva sportske organizacije” (Maksimović, Raič, 2012:19). Ona bi trebalo da jasno formuliše šta treba da se postigne i kojom strategijom da se dođe do njenog ostvarenja.

4.3 Misija i vizija škole sporta „ Gold by Iris“

Misija škole sporta je da promoviše fizičku aktivnost, razvija sportske veštine i vrednosti kod dece i mladih, te podržava njihov zdrav razvoj kroz dobro osmišljene sportske programe.

Vizija predstavlja dugoročni cilj ili idealno stanje koje organizacija teži postići u budućnosti. To je inspirativna slika budućnosti koju organizacija želi ostvariti svojim radom. Vizija škole sporta je da postane vodeća organizacija u oblasti razvoja sportskih talenata i promocije zdravog načina života kroz sport u našoj zajednici. Ova vizija daje smernice za dugoročno planiranje i rast organizacije.

Dakle, misija je fokusirana na trenutne aktivnosti i svrhu organizacije, dok je vizija usmerena na buduće ciljeve i željene rezultate koje organizacija želi postići. Oba koncepta su važna za jasno definisanje identiteta i ciljeva škole sporta.

4.4 Ciljevi škole sporta „ Gold by Iris“

Ciljevi škole sporta „ Gold by Iris“ su sledeći:

- Promocija fizičke aktivnosti i zdravog načina života: Podsticanje dece i mladih na redovno vežbanje i aktivno učešće u sportskim aktivnostima radi održavanja fizičkog zdravlja,
- Razvoj sportskih veština: Pružanje osmšljenih programa treninga kako bi se deca razvijala u različitim sportskim disciplinama, unapređujući svoje veštine i tehnike,
- Edukacija o sportskim vrednostima: Učenje dece o važnosti fer pleja, timskog rada, poštovanja pravila i sportskog duha,
- Identifikacija i podrška sportskim talentima: Otkrivanje i podrška talentovanim mladim sportistima koji pokazuju potencijal za napredak u profesionalnom sportu,
- Socijalni razvoj: Pružanje prilika za društvenu interakciju i razvoj socijalnih veština kroz timski rad i učešće u sportskim timovima.

4.5 Zadaci škole sporta

Zadaci škole sporta „ Gold by Iris“ su sledeći:

- Organizacija sportskih treninga i kampova: Planiranje i sprovođenje redovnih sportskih treninga za učenike različitih uzrasta i nivoa sposobnosti, kao i organizacija višednevnih kampova gde bi se deca družila i osamostaljivala,
- Angažovanje kvalifikovanih trenera i instruktora: Zapošljavanje i podrška obučanim trenerima i instruktorima kako bi pružili kvalitetnu sportsku obuku i mentorstvo učenicima,
- Pružanje infrastrukture i opreme: Osiguravanje odgovarajuće sportske opreme, terena i drugih resursa neophodnih za sprovođenje efikasnih sportskih programa,

- Saradnja sa roditeljima i zajednicom: Uključivanje roditelja u aktivnosti škole sporta i uspostavljanje saradnje sa lokalnom zajednicom radi podrške i promocije sportskih aktivnosti,
- Evaluacija i unapređenje programa: Redovno praćenje i evaluacija efikasnosti sportskih programa kako bi se identifikovale oblasti za unapređenje i prilagođavanje potrebama učenika.

Generalno, kroz ostvarivanje ovih ciljeva i obavljanje zadataka, škole sporta doprinose fizičkom, emocionalnom i socijalnom razvoju dece i mladih, te promovišu važnost sportskih aktivnosti.

4.6 Finansijski plan

4.6.1 Prihodi

Izvori prihoda za Školicu sporta "Gold by Iris" su:

- **Članarine:** Članarine su finansijski doprinosi koje članovi plaćaju kako bi imali pristup uslugama i aktivnostima škole sporta. Ove članarine su ključne za finansiranje i pokrivanje troškova vezanih za organizaciju i vođenje sportskih programa,
- **Sponzorstva i donacije:** Prihodi se mogu ostvariti kroz sponzorstva od strane lokalnih kompanija, organizacija ili pojedinaca. Donacije i sponzorstva značajno doprinose budžetu škole i omogućavaju unapređenje njenih aktivnosti i programa,
- **Subvencije:** Škola sporta može dobiti finansijska sredstva od lokalnih ili nacionalnih vlada, fondacija i drugih organizacija koje podržavaju sportske programe za decu. Ove subvencije pomažu u pokrivanju troškova i obezbeđivanju potrebnih resursa za kvalitetno vođenje sportskih aktivnosti,
- **Prodaja sportske opreme i rekvizita:** Prihodi se takođe mogu generisati prodajom sportske opreme, uniformi, rekvizita i drugih materijala povezanih sa sportskim aktivnostima. Ova prodaja doprinosi dodatnom finansiranju i omogućava školi da pruži potrebnu opremu za učesnike.

Tabela 1. Projekcija ukupnih godišnjih prihoda od prodaje

Red. br.	Naziv proizvoda/usluga	Jedinica mere	Cena po jedinici (a) (RSD)	Godišnja količina (b)	Ukupan prihod (a x b) (RSD)
1.	Mesečna članarina	broj polaznika	2.300,00	25 polaznika x 12 meseci = 300	690.000,00
2.	Individualni čas treninga	broj održanih ind. časova	800	250 godišnje	200.000,00
3.	Tromesečni paket	broj	6.000,00	12 x 12 = 144	864.000,00
4.	/	/	/	/	/
5.	/	/	/	/	/
UKUPNO					1.754.000,00

Izvori prihoda omogućavaju Školi sporta "Gold by Iris" da pruži visok kvalitet sportskih programa i aktivnosti, i da kontinuirano unapređuje svoje usluge (Tabela 1).

4.6.2 Rashodi

Planirani rashodi u "Gold by Iris su sledeći" (Tabela 2):

- **Plate i naknade:** Troškovi plata za trenere, instruktore, administrativno osoblje i sve druge zaposlene u sportskoj školi,
- **Najam prostora:** Troškovi zakupa ili održavanja sportskih objekata, terena ili sala potrebnih za treninge i takmičenja,
- **Troškovi opreme:** Nabavka, održavanje i popravke sportske opreme, kao i rekvizita neophodnih za sprovođenje sportskih programa,
- **Marketinški troškovi:** Troškovi promocije i marketinga s ciljem privlačenja novih učenika i podrške sportskim programima škole,
- **Administrativni troškovi:** Troškovi povezani sa administrativnim poslovima, knjigovodstvom, osiguranjem i drugim operativnim troškovima.

Tabela 2. Projekcija ukupnih godišnjih rashoda

r.br.	Naziv rashoda	Jedinica mere	Cena po jedinici (a) (RSD)	Godišnja količina (b)	Ukupan rashod	
					(a x b) (RSD)	
1.	Materijalni troškovi	El. energija	mesec	2.000,00	12	24.000,00
		Voda	/	/	/	/
		Gorivo	/	/	/	/
		Repromaterijal	mesec	5.000,00	12	60.000,00
		Zakup	/			
2.	Nematerijalni troškovi	Promocija	mesec	6.000,00	12	180.000,00
		Reprezentacija	mesec	2.000,00	12	24.000,00
3.	Amortizacija	10%	/	/	37.500,00	
4.	Bruto plate/paušal	mesec	70.000,00	12	840.000,00	
5.	Kamate	/	/	/	/	
UKUPNO					1.165.500,00	

4.6.3 Planiranje i budžetiranje

Za školu sporta “Gold by Iris”, godišnji budžet predstavlja važan deo finansijskog planiranja, obuhvatajući projekcije prihoda i rashoda sa detaljnim planom za finansiranje različitih aspekata rada škole. Ovaj budžet će omogućiti jasnu sliku o potrebnim sredstvima za pokrivanje troškova plata, najma prostora, opreme, marketinga i administrativnih izdataka. Pored toga, praćenje i analiza finansijskog stanja su od suštinskog značaja za uspešno upravljanje školom. Redovno praćenje ostvarenih rezultata u odnosu na planirane ciljeve i budžet omogućava pravovremeno prepoznavanje i reagovanje na eventualne odstupanja, što doprinosi efikasnom upravljanju resursima i postizanju dugoročnih ciljeva škole.

Tabela 3. Finansijski pokazatelji iz projekcija ukupnih godišnjih prihoda i rashoda (RSD)

ELEMENTI	IZRAČUNAVANJE
Bruto dobit = ukupan prihod – ukupan rashod	$1.754.000,00 - 1.165.500,00 = 588.500,00$ – bruto dobit
Neto dobit = Bruto dobit – porez na dobit	$588.500,00 \times 10\% = 58.850,00$ - porez
	$588.500,00 - 58.850,00 = 529.650,00$ – neto dobit
Koeficijent ekonomičnosti = ukupan godišni prihod/ ukupan godišnji rashod	$1.754.000,00 / 1.165.500,00 = 1,50$
Vreme vraćanja ulaganja (u godinama) = $\frac{\text{Predračunska vrednost investicije}}{\text{neto dobit}}$	$703.000,00 / 529.650,00 = 1,33$

Finansijski pokazatelji pružaju jasnu sliku o profitabilnosti i ekonomskoj efikasnosti preduzeća (Tabela 3). Bruto i neto dobit su pozitivni, što ukazuje na profitabilnost, dok koeficijent ekonomičnosti od 1,50 pokazuje efikasnost u odnosu na rashode. Vreme vraćanja investicije od 1,33 godine je povoljno i sugerise brzu isplatu početne investicije.

4.6.4 Finansijski planovi za rast

Za uspešan rast i razvoj škole sporta, neophodno je razviti detaljan finansijski plan koji će omogućiti efikasnu alokaciju resursa i podršku ključnim inicijativama. Ovaj plan treba obuhvatiti sledeće ključne oblasti:

- **Investicije u infrastrukturu:** Planiranje i alokacija sredstava za unapređenje sportske infrastrukture je presudno za podršku rasta i proširenja škole sporta. To može uključivati renoviranje postojećih objekata, nabavku novih sportskih terena, sala, opreme, kao i implementaciju savremenih tehnologija koje poboljšavaju kvalitet treninga i takmičenja. Ove investicije ne samo da unapređuju korisničko iskustvo, već i povećavaju privlačnost škole za nove članove i stvaraju osnovu za dugoročni uspeh.
- **Programi za povećanje članstva:** Da bi se povećao broj učenika i obuhvat sportskih programa, neophodno je investirati u marketing i promociju. Ovo može uključivati razvoj marketinških kampanja usmerenih na ciljnu grupu, korišćenje digitalnih medija, društvenih mreža, i organizovanje promotivnih događaja koji mogu privući nove

članove. Takođe, važno je razviti strategije za zadržavanje postojećih članova kroz unapređenje usluga i kontinuiranu podršku.

- **Prilagodavanje specifičnim potrebama i ciljevima:** Finansijski plan treba biti fleksibilan i prilagođen specifičnim potrebama i ciljevima škole sporta. To uključuje analizu lokalnih uslova, konkurencije i dostupnih resursa. Razumevanje tržišta i identifikacija jedinstvenih prednosti škole sporta mogu pomoći u oblikovanju strategija koje će efikasno odgovoriti na potrebe ciljnih korisnika i stvoriti konkurentne prednosti.
- **Redovno ažuriranje i prilagodavanje plana:** Okruženje u kojem funkcioniše škola sporta je dinamično i stalno se menja. Stoga, redovno ažuriranje i prilagodavanje finansijskog plana u skladu sa promenama u okruženju, poput novih trendova u sportu, promena u regulativama, ili promena u potražnji, može biti ključno za održavanje održivosti i uspeha škole sporta. Prilagodljivost i spremnost na promene pomoći će u optimizaciji resursa i ostvarivanju dugoročnih ciljeva.

Pravilno planiranje i implementacija ovih strategija mogu značajno doprineti stabilnosti i rastu škole sporta, omogućavajući joj da postane lider u svom sektoru i da pruži kvalitetne usluge svojim članovima.

4.7 Marketinški plan

U nastavku rada dati su ključni elementi koje bi trebao obuhvatiti dobar marketinški plan za školicu sporta:

4.7.1 Analiza kupaca proizvoda/usluga

Roditelji dece i deca iz Rume i okoline su primarna ciljna grupa (uzrasta 3-6, 7-14 godina). U ovu grupu spadaju svi roditelji koji su zainteresovani da im deca budu fizički aktivna i žele da unaprede svoje veštine i zdravlje kroz razne aktivnosti van škole. Takođe, za svu decu koja vole zabavu, avanturu, izazove, druženje, igranje i jednostavno bilo kakav oblik kretanja i fizičke aktivnosti i koja su u lokalnoj zajednici, škola sporta je pravi izbor.

4.7.2 Analiza konkurencije škole sporta u Rumi

U današnjem konkurentnom okruženju, uspeh sportskih školica u lokalnim zajednicama zavisi od sposobnosti prilagođavanja na tržišne zahteve i efikasnom pozicioniranju u odnosu na konkurenciju. Ovaj deo se bavi analizom konkurencije školica sporta u Rumi s ciljem identifikacije ključnih faktora uspeha i propusta u njihovim marketinškim strategijama. Cilj istraživanja je razviti preporuke za optimalno pozicioniranje nove škole sporta na lokalnom tržištu.

Prvo, analizirana je konkurencija, što uključuje pregled postojećih sportskih škola, klubova i organizacija koje nude slične ili konkurentne sportske programe u Rumi. Analiza je obuhvatila ponudu sportskih aktivnosti, cenovne modele, kvalitet usluga, kao i njihove marketinške strategije.

Drugo, analiza se fokusirala na procenu potencijala tržišta za sportske programe u Rumi, uključujući demografske karakteristike stanovništva, ekonomske uslove te trendove i preferencije u odabiru sportskih aktivnosti. Ova analiza pružila je kontekst za razumevanje potencijalnih polaznika i njihovih potreba.

Analiza konkurenta: Body Forming Kids

Body Forming Kids predstavlja značajnog konkurenta na tržištu školica sporta u Rumi. Njihove snage obuhvataju dobro opremljen prostor s mnogo različitih rekvizita i sprava te zanimljiv program treninga za decu. Međutim, postoji nekoliko izazova s kojima se susreću, uključujući nedostatak stručnog osoblja, što može uticati na kvalitet usluga koje pružaju i njihovi treninzi obuhvataju samo uzrast dece od 3-7 godina.

Prednosti škole sporta „GOLD by Iris” u odnosu na Body Forming Kids

Škola sporta „GOLD by Iris” ima niz prednosti koje mogu biti ključne za uspešno pozicioniranje na tržištu:

Program prilagođen svim uzrastima: Škola sporta „GOLD by Iris” nudi program koji je prilagođen svim uzrastima, što uključuje i stariju decu. Ovo je važno jer omogućava širok spektar polaznika i povećava fleksibilnost u planiranju rasporeda.

Stručno osoblje: Postoji prednost u stručno kvalifikovanom i iskusnom osoblju koje će osigurati visok kvalitet treninga i individualan pristup svakom polazniku. Ovo je ključno za njihov napredak u poboljšanju motoričkih sposobnosti i sportu.

Promocija i marketinške strategije: Školica sporta „GOLD by Iris” planira aktivniju promociju kako bi podigla svest o svojim programima i prednostima. Fokus će biti na digitalnom marketingu, saradnjama sa lokalnim zajednicama i školama te organizaciji događaja koji će privući pažnju potencijalnih polaznika i njihovih roditelja.

Analiza konkurenta: Akademija zdravlja

Akademija zdravlja predstavlja konkurenciju na tržištu škola sporta u Rumi. Njihove snage uključuju dugotrajno prisustvo na tržištu, dobre uslove za treniranje te organizaciju redovnih grupa. Međutim, postoje i određeni izazovi s kojima se susreću, kao što su nedostatak stručnog osoblja, nedovoljna promocija na društvenim mrežama te visoke cene njihovih usluga.

Prednosti školice sporta „GOLD by Iris”u odnosu na Akademiju Zdravlja

Promocija i marketinške strategije: Škola sporta „GOLD by Iris” ima jasno definisanu i aktivnu marketinšku strategiju. Aktivno koristimo promociju preko roditelja, distribuciju flajera po gradu, te angažman na društvenim mrežama. Ova strategija omogućava široku vidljivost naših programa među potencijalnim polaznicima i njihovim roditeljima.

Cenovna prilagodljivost: Naša školica sporta nudi pristupačnu cenu koja je prilagođena našoj ciljnoj grupi– deci. Dodatno, nudimo popust na svako drugo dete iz iste porodice, što olakšava roditeljima finansijsko opterećenje i samim tim omogućavamo većem broju dece da se uključe u naše programe.

Kvalitet usluga: Imamo stručno kvalifikovano osoblje koje osigurava visok standard treniranja i podršku u razvoju dece kroz sport. Ova prednost doprinosi zadovoljstvu polaznika i njihovih roditelja, te pozitivno utiče na dugoročnu lojalnost polaznika.

Socijalna odgovornost: Naša školica sporta aktivno propagira inkluzivnost i dostupnost sporta za sve uzraste dece u zdravoj okolini. Inicijativa s popustom na svako drugo dete iz porodice pokazuje našu posvećenost podršci porodicama i širenju pozitivnih uticaja sporta na zajednicu.

Analiza konkurenta: Tekvondo klub Zmaj

Tekvondo klub Zmaj predstavlja značajnog konkurenta na tržištu sportskih aktivnosti za decu u Rumi. Njihove snage uključuju dobru lokaciju prostora, iskusno trenersko osoblje te pozitivne preporuke roditelja. Međutim, postoje i određene slabosti s kojima se suočavaju, kao

što su preveliki broj dece u grupama, fokusiranost na jedan sport (tekvondo) što može dovesti do pojave monotonije kod dece te ograničenost na zatvoreni prostor za treninge.

Prednosti škole sporta „GOLD by Iris” u odnosu na Tekvondo klub Zmaj

Ograničen broj dece po grupama: Škola sporta „GOLD by Iris” nudi ograničen broj dece po grupama što omogućava personalizovani pristup i veću pažnju svakom detetu tokom treninga. Ovo je ključno za poboljšanje kvalitete treninga i zadovoljstvo polaznika.

Raznovrsniji program: Naša škola sporta nudi širi spektar sportova koje deca mogu isprobati, što omogućava deci da otkriju i razvijaju svoje interese u više različitih disciplina.

Organizacija treninga na otvorenom: Osim treninga u zatvorenom prostoru, organizujemo i treninge na otvorenom. Ovo pruža dodatnu raznovrsnost i omogućava deci da uče i vežbaju u prirodnom okruženju.

4.8 Marketing miks (usluga, cena, distribucija, promocija, osoblje)

Da bi se sportski proizvodi i usluge u što boljoj meri predstavili potencijalnim konzumentima, neophodno je da svaka organizacija ustanovi svoj sportski promotivni marketing miks. Ovaj koncept marketing miksa razvijen je 1950-ih godina na Harvard Univerzitetu od strane Nejlja Bordena (Neil Borden). Borden(1964) je napravio listu od 12 elemenata koje proizvođač mora da razmotri prilikom planiranja marketinga. Ovu listu je uprostio i modifikovao Eugen Mek Karti(Eugene McCarthy) do naširoko korišćenog marketing miksa tzv. 4P modela: proizvod (**P**roduct), cena (**P**rice), mesto (**P**lace), i promocija (**P**romotion). Ova četiri elementa zauzimaju značajno mesto u poslovnim strategijama i marketing konceptima velikog broja organizacija.

U oblasti sporta, Maksimović i Raič(2011:259) marketing miks objašnjavaju tako što naglašavaju da je „u centru marketinške aktivnosti u sportu kupac za čiji interes i potrebe sportska organizacija razrađuje i oblikuje svoj proizvod-uslugu, formira njegovu cenu, nalazi najpovoljnije kanale za njegovu isporuku (distribuciju) korisniku u pravo vreme i na pravom mestu, uz najefektniji način njegovog predstavljanja (promocija) i sa posebno obučanim uslužnim personalom.” Vremenom i ovaj model je u nalazima mnogih marketing istraživača doživeo dopunu sa 5. elementom - elementom ljudskog resursa (**P**eople-ljudi). Prema ovim autorima marketing miks u sportskim organizacijama, oslanja se na pet marketinških elemenata (5P).

4.8.1 Opis usluga

Škola sporta „GOLD by Iris” namenjena je za zdravo odrastanje vaše i naše dece. Njene usluge podrazumevaju organizovane aktivnosti i kvalitetno osmišljene programe treninga namenjene deci kako bi se podstakli:

- 1) Pravila fizički i mentalni razvoj,
- 2) Druženje, razvijanje ljubavi i empatije, poštovanja prema bližnjima ,
- 3) Upoznavanje sa prirodom i učenje kroz igru,
- 4) Razvijanje timskog duha kroz zajedničko rešavanje zadataka,
- 5) Razvijanje samopouzdanja i sigurnosti kroz program samoodbrane i učenje osnova borilačkih veština

Ovaj program biće vođen od strane obučениh instruktora ili trenera i obično uključuju različite vrste sportova, igara i vežbi prilagođenih uzrastu i interesima dece. Usluge koje školica sporta obuhvata su:

1. Sportske vežbe i igre:

Uključujući razne sportove poput fudbala, košarke, atletike, tenisa, rukometa, borilačkih veština i drugih. Ove aktivnosti obično uključuju osnovne vežbe zagrevanja, učenje izvođenja osnovnih tehničkih elemenata, takmičarske igre i timske aktivnosti.

2. Rekreativne igre:

To su igre koje podstiču učenje osnovnih oblika kretanja i razvijanje osnovnih motoričkih veština kroz zabavu. To su razni poligoni i igre gde deca trče, skaču, provlače se, puze itd.

3. Edukativne radionice:

Osim fizičke aktivnosti, neke radionice mogu uključivati i elemente edukacije o zdravom načinu života, pravilnoj ishrani, značaju timskog rada, fer pleju i slično.

4. Kreativne radionice:

Ove radionice uključuju kreativne aktivnosti kao što su crtanje, slikanje, pravljenje raznih predmeta ili druge umetničke aktivnosti koje aktiviraju maštu i kreativnost kod dece.

5. Aktivnosti u prirodi:

Sa razvojem tehnologije svesni smo da nam deca sve manje vremena provode u prirodnom okruženju. Oni od virtuelne stvarnosti gube pojam o stvarnoj lepoti šume, reke, jezera, planine i svega oko nas. S toga u naš program smo uveli i EKO radionice gde ćemo organizovati akcije čišćenja otpada, sadnje drveća, takođe i logorovanja i spavanja u šatorima, upoznavanje sa florom i faunom bez telefona i ostalih ometača. Imamo tendenciju i proširenja našeg programa.

Naše prednosti koje bi izdvojili u odnosu na druge su:

1. Iskustvo i stručnost trenera,
2. Personalizovani programi ili individualni treninzi koji odgovaraju potrebama i ciljevima svakog pojedinog polaznika,
3. Organizovanje posebnih programa ili događaja poput sportskih kampova,
4. Učestvovanje u društveno odgovornim programima u lokalnoj zajednici poput volontiranja i sličnih aktivnosti,
5. Kvalitetna usluga korisnicima kao što su brzi odgovori na sva pitanja, ljubazno osoblje, dobar pedagoški pristup prema deci,
6. Raznolikost sportova i aktivnosti koji su prilagođeni različitim uzrastima, sposobnostima i interesovanju dece.

Pogodnosti koje naši klijenti mogu da očekuju od nas su:

1. Sa decom radi trener sa 15 - ogođišnjim iskustvom u sportu kao reprezentativac Srbije, završenim Fakultetom za sport i fizičko vaspitanje Univerziteta u Novom Sadu i iskustvom u radu sa decom.
2. Postoji mogućnost probnih besplatnih treninga gde deca mogu da probaju i odluče da li im se dopada.
3. Dodatni popust na članarinu za brata ili sestru.
4. Mogućnost uključivanja u pojedine naše aktivnosti i dece sa invaliditetom koja su nažalost marginalizovana.

4.8.2 Cena

Na visinu cene utiču mnogi faktori, a koje treba prilagoditi tržištu kako bi cena bila konkurentna ponuda, a opet sa druge strane zadovoljila ili privukla nove polaznike. To su sledeći faktori:

1. Vremensko trajanje časa/radionice/aktivnosti;
2. Iskustvo, kvalifikacije veštine trenera/instruktor;
3. Vrsta aktivnosti (trening, radionica, kamp);
4. Broj polaznika - rad u manjim ili većim grupama;

5. Individualni časovi;
6. Sadržaj i kvalitet programa/radionice/aktivnosti/časa;
7. oprema koja se nabavlja i drugi troškovi (npr.kimono za polaznike, ostali rekviziti, oklopi za vežbanje, diplome i medalje, održavanje prostora, angažovanje stručnih saradnika, marketing, porezi, državne takse);
8. dodatne usluge (specifične vežbe, tehnike, usavršavanja i slično);
9. cene konkurencije, ponuda i potražnja na tržištu.

Cena mesečne članarine bi bila 2800 rsd.

Cena individualnog treninga 1000 rsd.

Cena paketa od 3 meseca je 7500 rsd.

Cena izleta i drugih aktivnosti se naknadno formira.

Cena mesečne članarine konkurencije je 3000-3500 rsd.

4.8.3 Distribucija

Usluga u okviru sportske škole „Gold by Iris“ biće pružena u specijalno opremljenom poslovnom prostoru koji će služiti za individualne i grupne aktivnosti. Ovaj prostor će biti savremeno opremljen kako bi zadovoljio potrebe korisnika i omogućio pružanje kvalitetnih sportskih i rekreativnih programa.

Tokom letnjih meseci, planirano je da se časovi odvijaju i na otvorenom prostoru. Ove aktivnosti će se izvoditi u prirodnom okruženju, na sportskim terenima ili u parkovima, čime će se omogućiti deci i učesnicima da se povežu sa prirodom i uživaju u aktivnostima na svežem vazduhu. Ovakav pristup će doprineti ne samo fizičkoj aktivnosti već i psihološkom blagostanju, jer boravak na otvorenom prostoru može pozitivno uticati na opšte zdravlje i raspoloženje.

Oprema i infrastruktura unutar zatvorenog prostora biće prilagođeni za razne sportske aktivnosti i rekreativne igre, dok će oprema za otvoreni prostor uključivati sve što je potrebno za sigurno i udobno izvođenje aktivnosti u prirodi. Ove aktivnosti na otvorenom će pružiti

dotatnu dinamiku i raznovrsnost u programima škole, omogućavajući deci da istražuju različite vrste fizičkih vežbi i igara u različitim okruženjima.

Sve ove komponente zajedno će omogućiti sveobuhvatan pristup razvoju i obrazovanju dece kroz sport, pružajući im jedinstvene mogućnosti za rast, učenje i zabavu u zdravom i stimulativnom okruženju.

4.8.4 Promocija

Za jačanje prepoznatljivosti i privlačenje novih članova, škola sporta „Gold by Iris“ koristi raznovrsne promocijske strategije koje obuhvataju direktne kontakte, inovativne promotivne materijale i dinamične online kampanje:

1. Kontakti i preporuke:

- Preporuke od roditelja, poznanika i rođaka: Zadovoljni roditelji i poznanici igraće ključnu ulogu u širenju pozitivnih preporuka. Biće organizovani specijalni programi za preporuke kako bi se nagradili oni koji dovedu nove članove. Svaka preporuka će pomoći u izgradnji ugleda kao kvalitetnog mesta za sportske aktivnosti,
- Zadovoljna deca kao ambasadori: Deca koja su zadovoljna programima biće najbolji promotori. Planiraju se javni događaji i takmičenja gde će deca moći da pokažu svoje veštine, što će dodatno potvrditi kvalitet usluga.

2. Promotivni materijali:

- Brendirane majice i kačketi: Biće dizajnirane i distribuirane brendirane majice i kačketi sa logotipom „Gold by Iris“, koji će služiti kao mobilni bilbordi i omogućiti veću vidljivost brenda u zajednici,
- Vizit karte i flajeri: Profesionalne vizit karte i flajeri biće dostupni u lokalnim zajednicama, školama i na događajima, nudeći jasne informacije o programima, kontakt podacima i prednostima škole,
- Štampani promotivni materijal: Poster, brošure i letci biće izrađeni kako bi informisali zajednicu o svim prednostima „Gold by Iris“. Ovi materijali biće postavljeni na ključnim lokacijama kao što su biblioteke, zdravstvene ustanove i javne institucije.

3. Promocija preko društvenih mreža:

- Video snimci i uživo prenosi: Redovno će biti deljeni video snimci i uživo prenosi sa časova i događaja, omogućavajući potencijalnim članovima da uoče atmosferu i kvalitet programa,
- Fotografije i edukativni sadržaj: Fotografije sa aktivnosti i edukativni sadržaji biće objavljeni kako bi pružili dodatne informacije i inspiraciju, pomažući pratiocima da shvate vrednost koju škola nudi.

4. Javni časovi i promocije:

- Javni časovi na otvorenom: Besplatni javni časovi biće organizovani u parkovima, sportskim terenima i drugim otvorenim prostorima. Ovi događaji će omogućiti članovima zajednice da dožive program i uoče prednosti učenja u prirodi,
- Popusti i promocije: Promotivni popusti i specijalne akcije za nove članove biće ponuđeni kao atraktivan podsticaj za prijavljivanje,
- Prezentacije u javnim ustanovama: Prezentacije u školama, vrtićima i institucijama biće organizovane kako bi se prikazao program i motivisali deca i roditelji da se priključe.

5. Saradnja sa školama i ustanovama:

- Škole i državni vrtići: Saradnja sa lokalnim školama i vrtićima biće razvijena kako bi se promovisali sport i zdrav način života kroz zajedničke događaje i radionice,
- Institucije: Saradnja sa institucijama gde zaposleni rade omogućiće predstavljanje i ponudu specijalnih programa za zaposlene i njihove porodice.

Promotivne aktivnosti će omogućiti „Gold by Iris“ da se istakne u zajednici, privuče nove članove i stvori dugoročne veze sa porodicama.

4.8.5 Osoblje

Osoblje škole sporta „Gold by Iris“ igra ključnu ulogu u pružanju kvalitetnih i efikasnih sportskih programa te u stvaranju pozitivnog okruženja za razvoj dece. Tim škole sporta čini srž organizacije, a sastoji se od stručno kvalifikovanih i iskusnih profesionalaca:

- Trenersko osoblje: Treneri škole sporta poseduju visoke akademske kvalifikacije i bogato iskustvo u različitim sportskim disciplinama. Svaki trener je specijalizovan u svojoj oblasti i kontinuirano se usavršava kako bi uveo najnovije metode i tehnike u

sportski trening. Ova posvećenost i stručnost osiguravaju da deca dobiju najkvalitetniju obuku i da se njihovi sportski vešti neprekidno razvijaju.

- Administrativno osoblje: Administracija škole sporta je ključna za organizaciju i efikasno upravljanje svakodnevnim operacijama. Oni su odgovorni za organizaciju rasporeda treninga, upravljanje komunikacijom s roditeljima i pružanje informacija o programima i aktivnostima. Profesionalnost i efikasnost administrativnog tima doprinose uspešnom funkcionisanju škole i povećavaju nivo zadovoljstva svih korisnika.

Kombinacija stručnosti trenerskog tima i profesionalnosti administracije omogućava školici sporta „Gold by Iris“ da pruža vrhunske usluge i stvara izuzetno pozitivno iskustvo za decu i njihove porodice.

5.0 ZAKLJUČAK

Kroz pažljivo strategijsko planiranje i odgovorno vođenje škole sporta, cilj je stvoriti sigurno okruženje gde će svako dete moći da uživa u sportu i druženju sa drugom decom. Verujem da je ljubav prema sportu osnovni pokretač za ovaj poduhvat.

Jedna od vodećih uloga školice sporta je da inspiriše mlade da rastu zdravo, snažno i samopouzđano. Svaki osmeh i uspomena koje delimo na putu razvoja dece kroz sport su za mene neprocenjivi.

Ovaj rad, predstavlja skroman doprinos kako je moguće uspešno izgraditi školicu sporta i pružiti podršku i nadahnuće drugima da slede svoje snove. Shodno tome, ovaj master rad ima nameru da podstakne druge ljude da veruju u svoje preduzetničke ideje i da koriste svoje talente za dobrobit zajednice.

Sport je dar koji pruža deci najbolje moguće iskustvo. Kroz njega, oni ne samo što uče disciplinu, poštovanje autoriteta, veštine vođstva i timskog rada, već i važne lekcije o poredama i porazima koje će im biti od neprocenjive važnosti u životu. Školica sporta predstavlja mnogo više od običnog posla - ona je životni poziv i prilika za ostvarenje sna. Kroz nju, moguće je deci pružiti ne samo sportske veštine, već i podršku i sigurno okruženje u kojem mogu rasti kao pojedinci. Sport nije samo aktivnost, već način života koji obogaćuje duh i telo, stvarajući osnovu za uspeh i zadovoljstvo u svakom aspektu života.

LITERATURA

- Bukvić, Z., Ćirović, D., i Nikolić, D. (2021). The importance of physical activity for the development of motor skills of younger school age children. *Medicinski podmladak*, 72(2), 34-39.
- Ćulibrk, I. (2022). Šta je biznis plan i kada vam je potrebna pomoć da ga napišete. preuzeto sa LinkedIn: https://www.linkedin.com/pulse/%C5%A1ta-je-biznis-plan-i-kada-vam-potrebna-pomo%C4%87-da-ga-napi%C5%A1ete-culibrk?trk=pulse-article_more-articles_related-content-card (7.09.2024.)
- Grozdanović, R., Radojičić, M., Vesić, J. (2007). *Biznis plan za početnike*. Čačak: Tehnički fakultet u Čačku.
- Jovanović, P. (2006). *Upravljanje investicijama*. Beograd: Fakultet organizacionih nauka
- Jovanović, M., Đuričić, M. M., Đuričić, M. R., i Krstić, J. (2016). *Kreiranje kvalitetnog poslovnog plana – priručnik*. Užice: Visoka poslovno-tehnička škola strukovnih studija.
- Maksimović, N., Raič, A. (2012). *Sportski menadžment*. Novi Sad: Fakultet sporta i fizičkog vaspitanja.
- Malčić, B. (2018). Fizička aktivnost u detinjstvu kao prediktor sportsko-rekreativnih interesovanja u odraslom dobu. *Pedagoška stvarnost*, 64(1), 76-89. Novi Sad.
- Nikolić, I. D. (2019). Uticaj sporta i fizičkog vaspitanja na rast, razvoj i zdravlje dece školskog uzrasta. *Poslovna ekonomija*, 13(1), 47-62.
- RARIS (n.d.). SWOT analiza. Preuzeto sa <https://www.raris.org/alati/2016-08-11-12-15-44> (7.09.2024.)
- Republički zavod za statistiku (2020). *Srbija istraživanje višestrukih pokazatelja položaja žena i dece 2019*. Preuzeto sa https://www.stat.gov.rs/media/5614/mics6_statisticki_rezime.pdf (7.09.2024.)