

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ
ΣΧΕΔΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ
ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΔΗΜΟΤΙΚΟΥ ΣΧΟΛΕΙΟΥ

Ιωάννης Σεβόπουλος

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του
Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού
Διπλώματος Ειδίκευσης στην Οικονομική της Εκπαίδευσης και Διαχείριση Εκπαιδευτικών
Μονάδων

Πειραιάς, Ιανουάριος 2022

UNIVERSITY OF PIRAEUS
DEPARTMENT OF ECONOMICS



MASTER PROGRAM
IN ECONOMICS IN EDUCATION AND
MANAGEMENT OF EDUCATIONAL UNITS

DEVELOPMENT OF A BUSINESS PLAN
FOR THE CREATION OF A PRIVATE
PRIMARY SCHOOL

By
Ioannis Sevopoulos

Master Thesis submitted to the Department of Economics of the University of Piraeus in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economics in Education and Management of Educational Units

Piraeus, Greece, January 2022

Στην οικογένειά μου

Ευχαριστίες

Μέσα από την παρούσα Διπλωματική Εργασία, η οποία αποτελεί την επισφράγιση των Μεταπτυχιακών μου Σπουδών στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς, αισθάνομαι την ανάγκη να ευχαριστήσω εκ βάθους καρδιάς όλους όσοι συνέβαλλαν – έκαστος με τον δικό του τρόπο – στην επιτυχή διεκπεραίωση αυτού του ανέλπιστου μαγικού ταξιδιού.

Πρωτίστως, ένα μεγάλο ευχαριστώ οφείλω στον επιβλέποντα καθηγητή μου, Μάρκο Τσελεκούνη, για την πολύτιμη βοήθειά του, ο οποίος στάθηκε αρωγός καθ' όλη τη διάρκεια της συγγραφής μου, καθώς επίσης και στα υπόλοιπα μέλη της τριμελούς επιτροπής, Παντελή Παντελίδη και Θεολόγο Μιχαήλ Χλέτσο, για τη συνολική τους βοήθεια.

Τέλος, σε μία πράξη ευγνωμοσύνης δε θα μπορούσα να μην ευχαριστήσω τους γονείς μου και τις αδερφές μου για την υπομονή και την ανιδιοτελή στήριξή τους από την αρχή έως την περάτωση των σπουδών μου στο εν λόγω Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα.

Ανάπτυξη Επιχειρηματικού Σχεδίου για τη Δημιουργία Ιδιωτικού Δημοτικού Σχολείου

Σημαντικοί Όροι: Μάρκετινγκ, επενδυτικό σχέδιο, Επενδύσεις, χρηματοοικονομική ανάλυση

Περίληψη

Η παρούσα μελέτη ασχολήθηκε με ένα επενδυτικό σχέδιο ανάπτυξης ενός ιδιωτικού Δημοτικού Σχολείου στην περιοχή του Χαλανδρίου. Ουσιαστικά, ολοκληρώθηκε μέσα από πέντε κεφάλαια. Μετά το εισαγωγικό σημείωμα, το πρώτο κεφάλαιο αναφέρθηκε στη βασική ιδέα του επενδυτικού σχεδίου και την οργάνωση του σχολείου. Στη συνέχεια, το δεύτερο κεφάλαιο αναφέρθηκε στην ανάλυση αγοράς μάρκετινγκ με ιδιαίτερη αναφορά στις πέντε δυνάμεις του Porter. Το τρίτο κεφάλαιο κατέγραψε πληροφορίες για το στρατηγικό μάρκετινγκ του σχολείου. Το τέταρτο εμβάθυνε στις εγκαταστάσεις και τον απαιτούμενο εξοπλισμό. Τέλος, το πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο έκανε λόγο στη χρηματοοικονομική ανάλυση και την αξιολόγηση της επένδυσης. Η εργασία έκλεισε με τα τελικά συμπεράσματα στον επίλογο.

Development of a Business Plan for the Creation of a Private Primary School

Keywords: Marketing, investment plan Investments, financial analysis

Abstract

The present study dealt with an investment plan for the development of a private primary school in the area of Chalandri. In fact, it was completed in five chapters. After the introductory note, the first chapter referred to the basic idea of the investment plan and the organization of the school. The second chapter then deals with marketing market analysis with particular reference to Porter's five forces. The third chapter recorded information about the school's strategic marketing. The fourth went deeper into the facilities and equipment required. Finally, the fifth and last chapter spoke on the financial analysis and evaluation of the investment. The work closed with the final conclusions in the epilogue.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	v
Abstract	vi
Κατάλογος Πινάκων	ix
Κατάλογος Σχημάτων	x
Κατάλογος Εικόνων	x
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Βασική Ιδέα	
1.1 Περιγραφή του Επενδυτικού Σχεδίου	3
1.2 Χαρακτηριστικά του Επενδυτή	4
1.3 Ιστορικό του Επενδυτικού Σχεδίου	5
1.4 Οργάνωση Σχολείου	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Ανάλυση Αγοράς Και Μάρκετινγκ	
2.1 Ανάλυση της αγοράς του Χαλανδρίου	8
2.2 Ανάλυση Εξωτερικού Περιβάλλοντος	11
2.2.1 PEST Analysis	11
2.2.2 Οι Πέντε δυνάμεις του Porter	14
2.2.3 VRIO ANALYSIS-Στρατηγική Ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος	18
2.2.4 SWOT Analysis	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Στρατηγικό Μάρκετινγκ	
3.1 Τμηματοποίηση-Στόχευση-Τοποθέτηση	25

3.2 Τμηματοποίηση	25
Δημογραφικά Κριτήρια:	26
Γεωγραφικά Κριτήρια:	26
3.3 Στόχευση	27
3.4 Τοποθέτηση	28
3.5 Μίγμα Μάρκετινγκ	29
3.5.1 Προϊόν	29
3.5.2 Διανομή	31
3.5.3 Προβολή	31
3.5.4 Τιμολόγηση	32
Κεφάλαιο 4: Εγκαταστάσεις Εξοπλισμός	
4.1 Ταξινόμηση Πρώτων Υλών και Λοιπών Εφοδίων	33
4.2 Εξοπλισμός	35
Κεφάλαιο 5: Χρηματοοικονομική Ανάλυση Και Αξιολόγηση Της Έρευνας	
Επίλογος-Συμπεράσματα	48
Βιβλιογραφία	50

Κατάλογος Πινάκων

2.1 VRIO ANALYSIS Εκπαιδευτηρίου	19
2.2 Εγγραφές μαθητών σε Δημόσιες και Ιδιωτικές Σχολικές Μονάδες.....	22
2.3 Εξέλιξη του σχολικού πληθυσμού.....	23
4.1 Κόστος Εφοδίων 2022	34
4.2 Κόστος Εφοδίων 2023	34
4.3 Κόστος Εφοδίων 2024	34
4.4 Κόστος Τεχνολογίας και Εξοπλισμού	36
4.5 Κόστος Κατασκευής Εγκαταστάσεων	36
4.6 Κόστος Βοηθητικού Εξοπλισμού	37
5.1 Υπολογισμός Κόστους Επένδυσης	38
5.2 Υπολογισμός Αποσβέσεων Τεχνολογίας-Εξοπλισμού.....	38
5.3 Υπολογισμός Αποσβέσεων Βοηθητικού Εξοπλισμού	38
5.4 Υπολογισμός Αποσβέσεων Κατασκευής Εγκαταστάσεων	39
5.5 Στοιχεία δανεισμού	39
5.6 Τοκοχρεολύσια	40
5.7 Κόστος πωληθέντων	40
5.8 Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεων	41
5.9 Διάθεση αποτελεσμάτων	41
5.10 Διανομή Κερδών	41
5.11 Ενεργητικό/Παθητικό 2022.....	42
5.12 Ενεργητικό/Παθητικό 2023.....	43
5.13 Ενεργητικό/Παθητικό 2024.....	44
5.14 Προβλεπόμενοι Πίνακες Χρηματικών Ροών 2022-2024	45
5.15 Κατάσταση Ταμειακών Ροών	46
5.16 Υπολογισμός Κερδών	47

Κατάλογος Σχημάτων

2.1 Δήμος Χαλανδρίου.....	9
2.2 Πραγματικός πληθυσμός κατά φύλο και ομάδα ηλικιών (αμφοτέρων φύλων).....	10
2.3 Πραγματικός πληθυσμός κατά φύλο και ομάδα ηλικιών (άρρενες).....	10
2.4 Πραγματικός πληθυσμός κατά φύλο και ομάδα ηλικιών (θήλεις).....	11
2.5 PEST Analysis.....	12
2.6 Πέντε Δυνάμεις του Porter	14

Κατάλογος Εικόνων

1.1 Τοποθέτηση σχολείου στον δήμο Χαλανδρίου.....	6
1.2 Οργανόγραμμα.....	7
2.1 Όρια των σχολικών μονάδων της Α/βάθμιας Εκπαίδευσης του Δήμου Χαλανδρίου.	16

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα διπλωματική εργασία έχει ως καίριο στόχο την ανάπτυξη επιχειρηματικού σχεδίου – business plan για την ίδρυση ιδιωτικού Δημοτικού Σχολείου στην περιοχή του Χαλανδρίου Αττικής. Ο ιδιοκτήτης έλαβε την εν λόγω απόφαση καθ' ότι ύστερα από ενδελεχής έρευνα αντιλήφθηκε πως στην προαναφερθείσα και γύρω περιοχή υπάρχουν πολλά δημόσια αλλά και κάποια ιδιωτικά Δημοτικά Σχολεία, αλλά κανένα από αυτά δεν πληροί κάποιες σημαντικές συνιστώσες για την παροχή ποιοτικής ιδιωτικής Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης.

Πρωτίστως, ένα σημαντικό έλλειμμα έγκειται στο γεγονός ότι κανένα σχολείο δεν εστιάζει στον αθλητισμό και δεν προβάλλει τη σπουδαιότητα του αρχαίου ελληνικού ρητού «*νοῦς ὑγιής ἐν σώματι ὑγιεῖ*» = για να είναι ο νους υγιής, πρέπει και το σώμα να είναι υγιές». Δεύτερον, δεν παρέχεται η δυνατότητα παρακολούθησης ξένων γλωσσών σε τέτοιο βαθμό που να μπορεί το παιδί μέσα από το σχολείο με την ολοκλήρωση της φοίτησής του στο Δημοτικό να λαμβάνει πιστοποίηση ξένης γλώσσας επιπέδου b2 και τέλος, δεν παρέχεται η ενισχυτική διδασκαλία με τρόπο ώστε να καλύπτεται πλήρως η όποια διδακτική του ανάγκη από την καθημερινή διδασκαλία.

Η μελέτη είναι για τρία έτη 2022-2024. Το παρόν σχολείο θα λειτουργήσει συνδυαστικά με έναν Παιδικό Σταθμό και με ένα Νηπιαγωγείο, τα οποία θα οργανωθούν και θα λειτουργήσουν από τις αδερφές του ιδιοκτήτη. Δεδομένου ότι υπάρχει ισχυρός ανταγωνισμός η τιμή δεν μπορεί να προσδώσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο σχολείο, συνεπώς, θα πρέπει να εστιάσει στην παροχή διαφοροποιημένων υπηρεσιών. Η τελική τιμή θα ανέρχεται περίπου στα 7.900€. Ωστόσο, η συνεργασία με Παιδικό Σταθμό και Νηπιαγωγείο δημιουργεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, τούτο διότι θα παρέχονται συνδυαστικά πακέτα προσφορών για τους μαθητές που έχουν αδέρφια ή συγγενικά πρόσωπα που φοιτούν σε άλλες τάξεις ή δομές του εκπαιδευτηρίου.

Το σχολείο στο στάδιο marketing θα εστιάσει στη διαφήμιση και τη δημοσιότητα. Διαφημιστικά θα κάνει χρήση αφισών σε χώρους που βρίσκονται γονείς με τα παιδιά τους, όπως αθλητικούς χώρους, χώρους παιχνιδιού και διασκέδασης.

Σε επίπεδο δημοσιότητας ο ιδιοκτήτης θα προβεί στη δημοσιοποίηση άρθρων, θα επιδιώξει να συμμετέχει σε εκπομπές σχετικές με την εκπαίδευση κ.λπ.

Στον τομέα εφοδίων ο ιδιοκτήτης θα συνεργαστεί με επώνυμους και φερέγγυους

προμηθευτές, ώστε να προμηθεύεται γραφική ύλη, καθαριστικά, φυσικό αέριο, ρεύμα και νερό.

Όσον αφορά το ανθρώπινο δυναμικό ο ιδρυτής θα είναι και γενικός διευθυντής του σχολείου, θα εντάξει καταρτισμένους εκπαιδευτικούς στο εκπαιδευτήριο, ενώ θα προσλάβει και εξειδικευμένους γυμναστές, οι οποίοι θα καλύψουν τις ανάγκες των μαθητών για άθληση σε όλα τα αθλήματα.

Το παρόν εκπαιδευτήριο θα ιδρυθεί με τη χρήση ιδίων κεφαλαίων αλλά και με τη λήψη δανείου. Το σχολείο θα επιδιώξει να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να καταστεί μοναδικό σε συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς παρέχοντας – όπως ήδη έγινε λόγος – υψηλής ποιότητας ποιοτικά εστιασμένες υπηρεσίες στους τελικούς πελάτες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΒΑΣΙΚΗ ΙΔΕΑ

1.1 Περιγραφή του Επενδυτικού Σχεδίου

Ένα καλογραμμένο επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα σημαντικό εργαλείο, επειδή παρέχει στους επιχειρηματίες και στους ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων, καθώς και στους υπαλλήλους τους, τη δυνατότητα να ορίζουν τους στόχους τους και να παρακολουθούν την πρόοδό τους καθώς η επιχείρησή τους αρχίζει να αναπτύσσεται. Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός πρέπει να είναι το πρώτο πράγμα που γίνεται όταν ξεκινά κάποιος μια νέα επιχείρηση. Τα επιχειρηματικά σχέδια είναι, επίσης, σημαντικά για την προσέλκυση επενδυτών, ώστε να μπορούν να καθορίσουν εάν η επιχείρηση βρίσκεται στο σωστό δρόμο και αξίζει να επενδυθούν χρήματα. Το επιχειρηματικό σχέδιο παρέχει ένα λεπτομερές στιγμιότυπο της επιχείρησης σε μία χρονική στιγμή. Στις περισσότερες περιπτώσεις, το πρώτο στιγμιότυπο είναι λίγο πριν την έναρξη της επιχείρησης. Το σχέδιο θα πρέπει να ενημερώνεται τουλάχιστον μία φορά κάθε χρόνο και σε κάθε καθοριστική επιχειρηματική εκδήλωση. Οι συνεχείς ενημερώσεις θα παρέχουν ένα διαρκώς αναπτυσσόμενο επιχειρηματικό έγγραφο, το οποίο μπορεί χρησιμοποιείται για να ελέγχεται το παρελθόν, οι τάσεις και οι στατιστικές αλλαγές στην επιχείρηση.

Η εκπόνηση του παρόντος επιχειρηματικού σχεδίου στοχεύει να εξετάσει τη δυναμική, βιωσιμότητα και ελκυστικότητα της ίδρυσης ενός ιδιωτικού Δημοτικού Σχολείου Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης. Η παρούσα επιχειρηματική ιδέα αποτελεί πρόθεση τριών αδερφιών να δημιουργήσουν σε ιδιόκτητο επίπεδο ένα συγκρότημα σχολείο. Ουσιαστικά, θα ιδρύσουν τρεις διαφορετικές επιχειρήσεις, έναν Παιδικό Σταθμό, ένα Νηπιαγωγείο και τέλος ένα Δημοτικό Σχολείο. Ο ενασχολούμενος με την παρούσα μελέτη θα ιδρύσει το Δημοτικό.

Τα τρία σχολεία θα έχουν ανεξάρτητη διοίκηση και ανεξάρτητη οικονομική διαχείριση, θα στηρίζει, όμως, το ένα το άλλο, θα το προωθεί και θα ενισχύει τη δυναμική του και στην ύπαρξη των άλλων δυο φορέων.

Ομολογουμένως, αποτελεί αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι η οικονομική κρίση του 2008 και η πανδημία του 2019 έχουν επηρεάσει την οικονομία σε εθνικό και διεθνές

επίπεδο, αποτελώντας τροχοπέδες για τις επιχειρήσεις – ιδίως για τις μικρές και μεσαίες – η ιδιωτική εκπαίδευση και οι επιχειρήσεις που δρουν σε αυτή δεν έχουν επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό, αντίθετα η ιδιωτική εκπαίδευση με δεδομένη την κακή λειτουργία της δημόσιας, κερδίζει συνεχώς έδαφος αναφορικά με τη μόρφωση των παιδιών και την προετοιμασία για το μέλλον, σε επαγγελματικό αλλά και σε κοινωνικό επίπεδο.

Για τη λειτουργία του παρόντος σχολείου επιλέχθηκε ως περιοχή ευθύνης το Χαλάνδρι. Η επιλογή της περιοχής δραστηριοποίησης σε προσωπικό επίπεδο υλοποιήθηκε με βάση τα ακόλουθα κριτήρια:

- Ο ιδιοκτήτης είναι κάτοικος Χαλανδρίου, άρα θέλει να βρίσκεται κοντά στην επιχείρησή του.
- Οι αδερφές του θα προβούν στην ίδρυση του δικού τους σχολείου στη συγκεκριμένη περιοχή, οπότε η συστέγαση θα οδηγήσει τους πελάτες να επιλέξουν το συγκεκριμένο σχολείο, αφού θα μπορεί να ξεκινούν τα παιδιά τους από το Παιδικό Σταθμό, μετά να πηγαίνουν στο Νηπιαγωγείο και να καταλήγουν στο Δημοτικό.
- Υπάρχει ιδιόκτητος χώρος, συνεπώς αυτό θα βοηθήσει το σχολείο να ξεκινήσει με μηδενικά έξοδα αγοράς οικοπέδου και κατασκευής κτιρίου, ενώ παράλληλα υπάρχει και διαμορφωμένο κτίριο με τάξεις.

Κατά συνέπεια, με βάση τα οικονομικά δεδομένα η παρούσα απόφαση ενδείκνυται ειδικά με την παρούσα περιοχή. Στη συνέχεια, θα δοθούν και άλλοι λόγοι αναφορικά με την πληθυσμιακή δυναμική του δήμου αλλά και τον αριθμό των παιδιών ηλικίας 6-12 ετών. Απώτερος στόχος για τον ιδιοκτήτη είναι μέχρι το 2024 να έχει περισσότερους από 100 μαθητές σε όλες τις τάξεις του Δημοτικού έχοντας περίπου το 10%-15% της αγοράς του Χαλανδρίου.

1.2 Χαρακτηριστικά του Επενδυτή

Ο ιδρυτής είχε την παρούσα ιδέα σε συνεργασία με τις αδερφές του, οι οποίες όπως έχει ήδη αναφερθεί θα ιδρύσουν ένα Παιδικό Σταθμό και ένα Νηπιαγωγείο αντίστοιχα. Ο ιδρυτής είναι εκπαιδευτικός με αρκετά χρόνια διδακτικής εμπειρίας, με μεταπτυχιακό στην Ειδική Εκπαίδευση και Παιδοψυχολογία, ενώ έχει κάνει και μεταπτυχιακές σπουδές στα Οικονομικά και τη Διαχείριση Εκπαιδευτικών Μονάδων γεγονός που επιδεικνύει ότι έχει από τη μία τη γνώση του εκπαιδευτικού τομέα και από την άλλη τις

οικονομικές γνώσεις να διαχειριστεί την ίδρυση ενός φορέα όπως ο αναφερόμενος, γνωρίζει πώς να τον διαχειριστεί οργανωτικά, λογιστικά και ευρύτερα οικονομικά. Ο ιδρυτής έχει μεγάλη αγάπη για τα παιδιά, οπότε αυτό αποτελούσε όνειρο ζωής. Ιδιωτικά εκπαιδευτήρια υπάρχουν αρκετά στην ευρύτερη περιοχή του Χαλανδρίου, όπως και φορείς που παρέχουν όλα τα επίπεδα εκπαίδευσης. Αυτό σημαίνει ότι για να διαφοροποιηθεί από μία ήδη ανταγωνιστική αγορά θα πρέπει να παρέχει κάτι διαφορετικό το νεοϊδρυθέν Δημοτικό Σχολείο που θα το κάνει να ξεχωρίσει.

Ο ιδιοκτήτης σκέφτηκε να εστιάσει σε μία υπηρεσία που δε θα παρέχεται στο βαθμό που θα την παρέχει αυτός στο παρόν ιδιωτικό εκπαιδευτήριο.

Η εν λόγω ιδέα ήταν να επενδύσει στο αθλητικό κομμάτι, δηλαδή να έχει το δικό του ιδιωτικό Δημοτικό πολύ εξειδικευμένες και σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις στις οποίες το παιδί δε θα αθλείται απλά, αλλά θα μπορεί να εξελίσσεται σωματικά αγαπώντας όλα τα αθλήματα και μάλιστα θα υπάρχει δυνατότητα να διακρίνονται τα ταλέντα, αφού το σχολείο θα συνεργάζεται με εξειδικευμένους προπονητές.

Η παρούσα δράση θα βοηθήσει το νεοϊδρυθέν ιδιωτικό εκπαιδευτήριο να ξεχωρίσει και να αποκτήσει μία μοναδικότητα στην παρούσα αγορά δράσης. Επιπροσθέτως, το παρόν θα δώσει βαρύτητα στην παροχή ενισχυτικής διδασκαλίας αλλά και τη δυνατότητα στα παιδιά που θα φοιτήσουν, ολοκληρώνοντας το Δημοτικό να έχουν αποκτήσει το Lower, αλλά και αντίστοιχες πιστοποιήσεις σε άλλες γλώσσες.

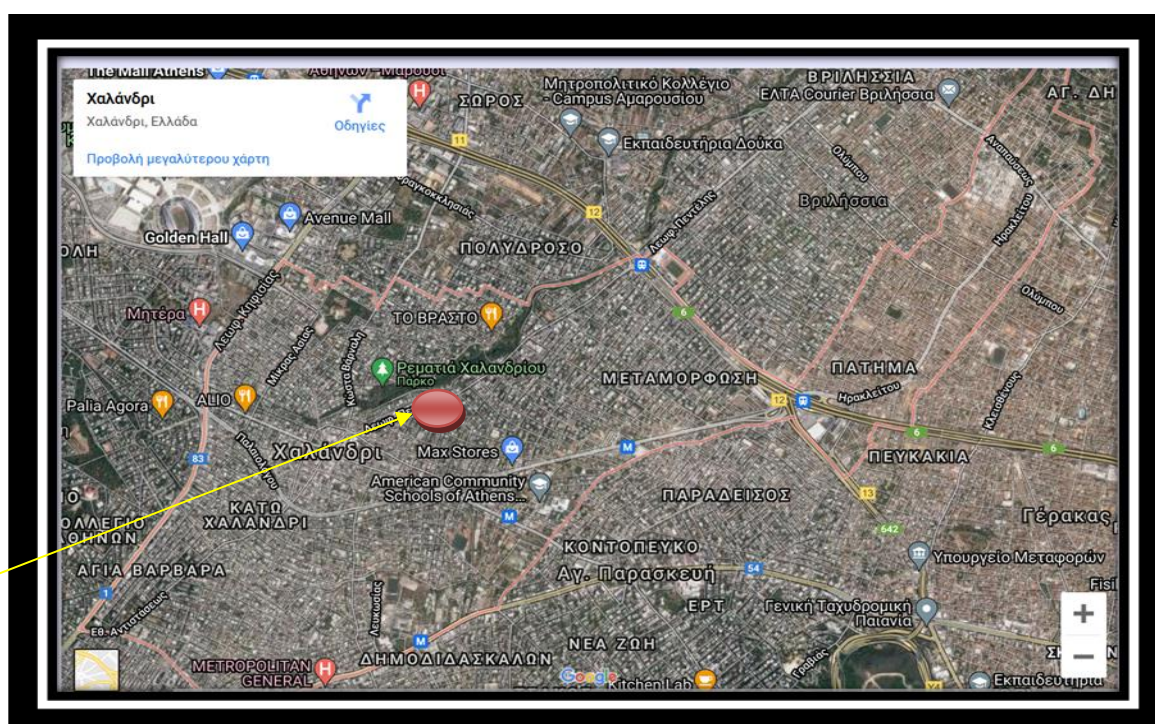
Οπότε το παρόν Δημοτικό επειδή δεν μπορεί να διακριθεί στην παροχή ποιοτικών υπηρεσιών εκπαίδευσης αφού τις παρέχουν πολλά σχολεία στην ευρύτερη περιοχή θα διακριθεί μέσα από την παροχή ειδικών υπηρεσιών αναφορικά με τον αθλητισμό, αλλά και παρέχοντας τη δυνατότητα στους γονείς να γλιτώσουν χρήματα, από τη μία παρέχοντας εξειδικευμένη ενισχυτική διδασκαλία – άρα δε θα χρειάζονται οι γονείς να πληρώνουν φροντιστήρια – κι από την άλλη παρέχοντας τη δυνατότητα τα παιδιά να μάθουν ξένες γλώσσες εντός του σχολείου χωρίς να χρειάζεται να πάνε σε κάποιο εκπαιδευτήριο ξένων γλωσσών, εξοικονομώντας χρόνο και χρήματα.

1.3 Ιστορικό του Επενδυτικού Σχεδίου

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο ιδιοκτήτης έχει γνώσεις οικονομικών πράγμα που τον βοηθά να σχεδιάσει το επιχειρηματικό πλάνο που θα τον βοηθήσει να ιδρύσει το σχολείο, να αξιολογήσει την επένδυσή του και να τον βοηθήσει να έχει την επιτυχία που θέλει. Ο

ιδρυτής – επενδυτής σκοπεύει με τις διαφοροποιημένες υπηρεσίες που θα παρέχει να ενισχύσει τις γνώσεις των μαθητών, ώστε να τους καταστήσει μορφωμένους, υπεύθυνους και κοινωνικά ενσυνείδητους πολίτες. Στην εικόνα 1.1 γίνεται αναφορά στο σημείο τοποθέτησης του προς ίδρυση ιδιωτικού εκπαιδευτηρίου.

Εικόνα 1.1
Τοποθέτηση σχολείου στον δήμο Χαλανδρίου



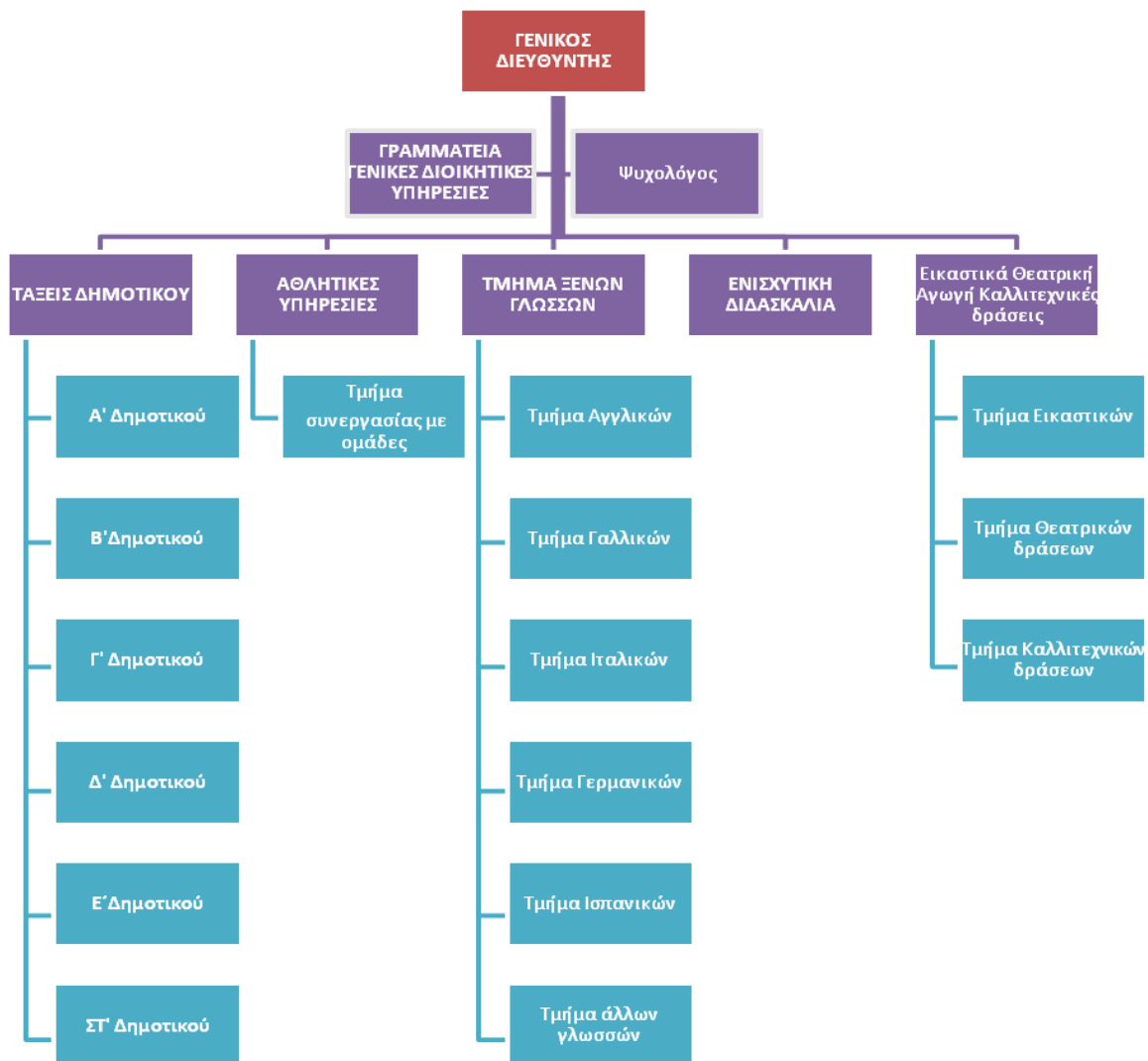
Πηγή: www.googlemaps.gr

Στον παραπάνω χάρτη της Εικόνας 1.1 γίνεται αναφορά στο πού τοποθετείται ο χώρος στον οποίο θα γίνει η έναρξη του σχολείου. Ο συγκεκριμένος χώρος είναι εμπορικός κοντά στο κέντρο του δήμου και στους όμορους δήμους, ενώ υπάρχουν κοντά μεγάλοι αυτοκινητόδρομοι. Επιπλέον, βρίσκεται κοντά στην επώνυμη αλυσίδα παιχνιδιών Max Stores – χώρος προσέλκυσης γονέων – και γενικότερα στη γύρω ακτίνα εδρεύουν μεγάλες επιχειρήσεις.

1.4 Οργάνωση Σχολείου

Το οργανωτικό διάγραμμα του ιδιωτικού σχολείου θα ακολουθεί την μορφή του κατακόρυφου οργανογράμματος.

Εικόνα 1.2
Οργανόγραμμα



Πιο συγκεκριμένα, η οργανωτική δομή θα παρουσιάζεται με μορφή πυραμίδας ξεκινώντας από τα υψηλότερα ιεραρχικά στελέχη και καταλήγοντας στα χαμηλότερα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

2.1 Ανάλυση της αγοράς του Χαλανδρίου

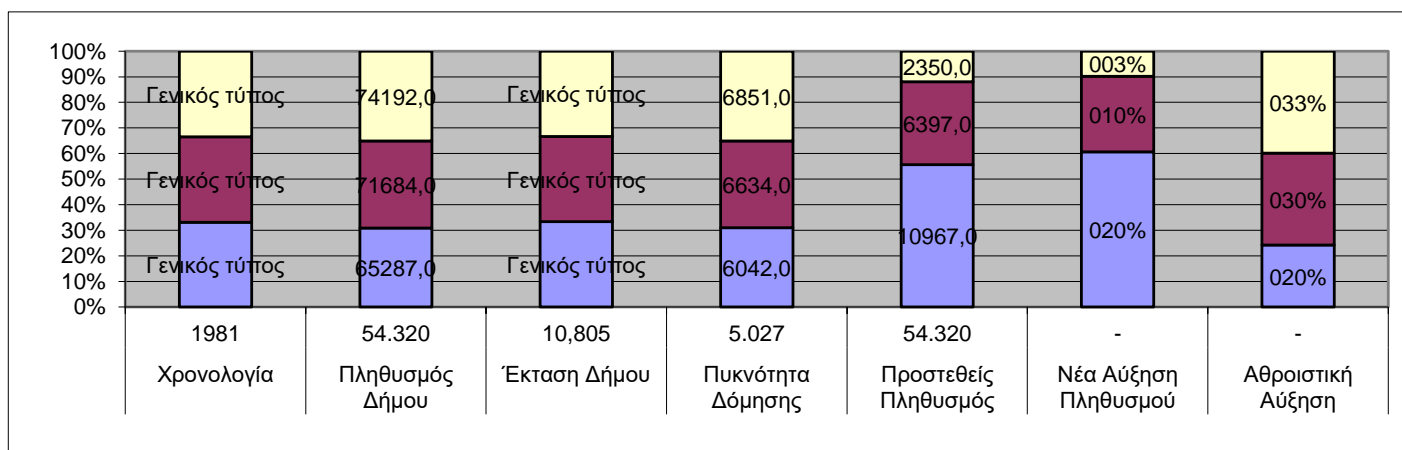
Στην Ελλάδα η υποχρεωτική διαδικασία εκπαίδευσης θεωρείται το Νηπιαγωγείο, το Δημοτικό και το Γυμνάσιο, ενώ προαιρετικό είναι το Λύκειο και φυσικά οι Πανεπιστημιακές σπουδές. Η ηλικία εγγραφής και φοίτησης στο Δημοτικό Σχολείο αναφέρεται στο ηλικιακό διάστημα 6-12ετών. Τα ολοήμερα σχολεία όπως το παρόν Δημοτικό πρόκειται να δίνει τη δυνατότητα σε γονείς που εργάζονται να αφήνουν τα παιδιά τους μέχρι το απόγευμα παρέχοντάς τους μέσω του σχολείου σίτιση και διαμονή σε έναν χώρο όπου μπορούν να απασχοληθούν εποικοδομητικά. Η ιδέα ουσιαστικά είναι να λειτουργεί το σχολείο σε ένα διευρυμένο ωράριο, ώστε ένα παιδί να μπορεί να πηγαίνει το πρωί και να γυρνά σπίτι του μετά τις 18:00 κάνοντας τις αθλητικές δραστηριότητες αλλά και καλύπτοντας τις ανάγκες τους σε ξένες γλώσσες καθώς και σε ενισχυτική διδασκαλία.

Στη συνέχεια, θα γίνει αναφορά στο Δήμο Χαλανδρίου για να μπορέσει να γίνει κατανοητή η δομή και λειτουργία της παρούσας αγοράς αλλά και η θελκτικότητά της, η οποία οδηγεί τον επιχειρηματία να την επιλέξει για να μπορέσει να ιδρύσει εκεί το ιδιωτικό Δημοτικό Σχολείο.

Το Χαλάνδρι αποτελεί μια αστική περιοχή, δήμο του Βορείου Τομέα Αθηνών της Περιφέρειας Αττικής. Το Χαλάνδρι έχει 74.192 κατοίκους – από τους μεγαλύτερους πληθυσμιακά δήμους των Βορείων Προαστίων – και η έκτασή του είναι 10,805 τετρ. χλμ. Ο δήμος έχει καλή ρυμοτομία εκτενές δίκτυο πεζοδρομίων, συγκοινωνίες, ποδηλατοδρόμους, ενώ είναι μια εμπορική περιοχή με ισχυρή οικονομία και γενικά οικονομικά ισχυρούς κατοίκους. Συν τοις άλλοις, έχει αρκετούς ξένους που εργάζονται σε Υπουργεία και Πρεσβείες. Λόγω της παρούσας κατάστασης αλλά και τη γενικότερη δυναμική των δήμων που βρίσκονται στην περιοχή αυτή και συγκοινωνούν μεταξύ τους, η παρούσα θεωρείται θελκτική για επιχειρήσεις και άλλους φορείς δεδομένου του επιπέδου των κατοίκων, που όπως αναφέρθηκε είναι γενικότερα υψηλό.

Το εμπορικό κέντρο διαμορφώνεται ως εξής: «Στο Άνω Χαλάνδρι έχουν αναπτυχθεί οι γειτονιές της Τούφας, της Φραγκοκλησιάς και της Μεταμόρφωσης, ενώ στο Κάτω Χαλάνδρι έχει αναπτυχθεί το Νέο Χαλάνδρι γύρω από το Νομισματοκοπείο. Το Πάτημα επεκτείνεται βόρεια, πέραν της Λεωφόρου Αναπαύσεως, προσεγγίζοντας την Πεντέλη, ενώ το Πολύδροσο αναπτύσσεται στα όρια των Δήμων Χαλανδρίου και Αμαρουσίου. Επιπλέον, επί της Οδού Μικράς Ασίας οικοδομήθηκε ο μικρός συνοικισμός των προσφύγων Μικρασιατών, ενώ στο Τρίγωνο της Αγίας Βαρβάρας ο επισκέπτης συναντά τον οικισμό «Σίδερα». Αυτή η περιοχή κοντά στο εμπορικό κέντρο είναι η περιοχή στην οποία βρίσκεται η εγκατάσταση η οποία θα αναμορφωθεί από τα τρία αδέρφια και θα γίνει εκπαιδευτικός οργανισμός. Οι συγκοινωνίες του δήμου είναι καλές εσωτερικά αλλά και σε σχέση με τους κοντινούς δήμους, όπως η Αγία Παρασκευή, παράγοντας που μπορεί να βοηθήσει στην προσέλκυση πελατών και από τους όμορους δήμους.

Όπως έγινε λόγος και παραπάνω, το Χαλάνδρι αποτελεί εμπορικό κέντρο που συγκεντρώνει όλο το αγοραστικό κοινό από όλο τον Βόρειο τομέα αλλά και από άλλες κοντινές περιοχές. Επίσης, αποτελεί εστία επιχειρηματικής δράσεις με την ύπαρξη πληθώρας επιχειρήσεων. Στο Χαλάνδρι εδρεύουν πολλές και μεγάλες επιχειρήσεις, ενώ υπάρχουν – όπως υπογραμμίστηκε – Υπουργεία και Πρεσβείες. Στο Σχήμα 2.1 γίνεται μια παρουσίαση της πληθυσμιακής δομής της περιοχής και της ευρύτερης εξέλιξής της στο παρόν τομέα.

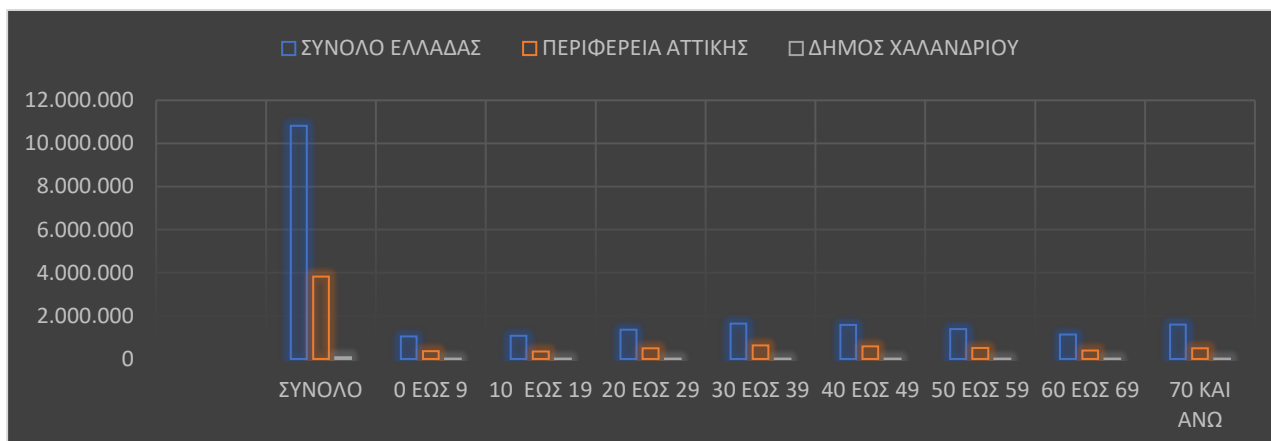


Σχήμα 2.1

Δήμος Χαλανδρίου

Πηγή: <https://www.statistics.gr/demographic-data>

Με βάση τον ΔΗΜΟ ΧΑΛΑΝΔΡΙΟΥ,(2021) ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής του πληθυσμού στην περιοχή είναι 1,22% και σε σχέση με τους κοντινούς δήμους του Αμαρουσίου, των Βριλησίων, της Αγίας Παρασκευής και του Παπάγου παρουσιάζει τη μικρότερη αυξητική σε πληθυσμιακό επίπεδο. Στο Σχήμα 2.2 γίνεται αναφορά στον πραγματικό πληθυσμό κατά φύλο και ομάδες ηλικιών.

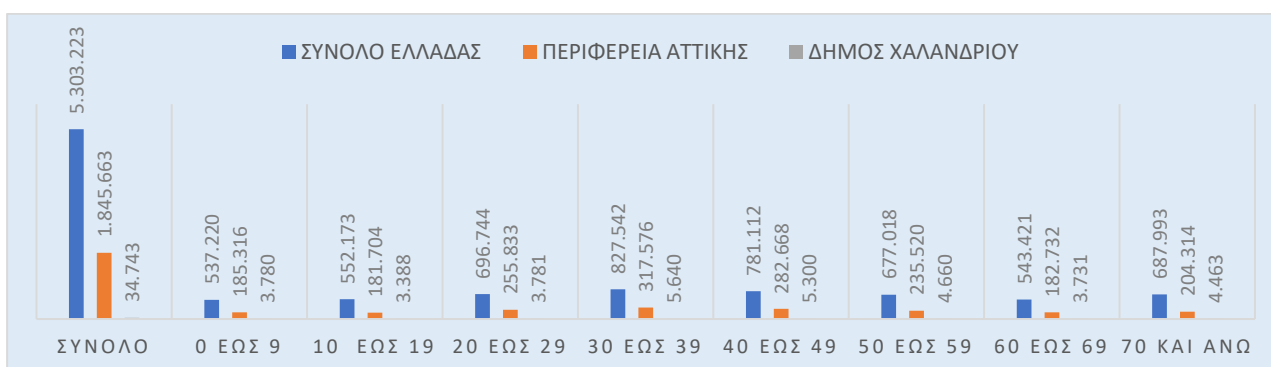


Σχήμα 2.2

Πραγματικός πληθυσμός κατά φύλο και ομάδα ηλικιών (αμφοτέρων φύλων)

Πηγή: <https://www.chalandri.gr/dhmos/h-istoria/apografika-stoixeia/>

Οι ηλικίες που αφορούν το παρόν Δημοτικό είναι 6-9 και 10-13 στον παραπάνω πίνακα (Σχήμα 2.2) διαφαίνεται ότι ο αριθμός των παιδιών είναι κατά προσέγγιση κοντά στα 6.000-7.000, κατά συνέπεια, ο αριθμός που επιθυμεί ο επιχειρηματίας να εγγραφούν στο νεοϊδρυθέν Δημοτικό Σχολείο είναι περίπου το 5%-7% του συνολικού πληθυσμού της εξεταζόμενης ηλικιακής βαθμίδας. Τα Σχήματα που ακολουθούν δείχνουν την κατανομή αγοριών και κοριτσιών.

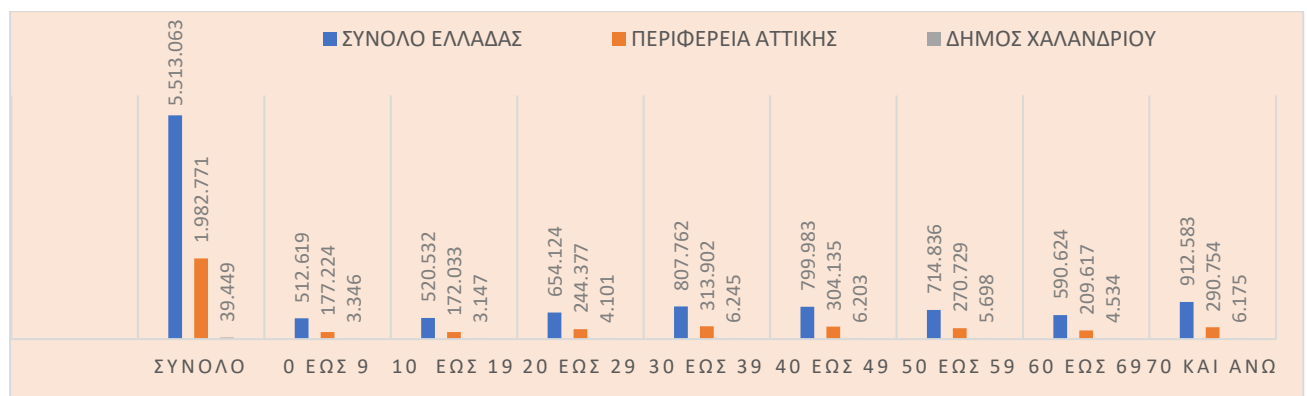


Σχήμα 2.3

Πραγματικός πληθυσμός κατά φύλο και ομάδα ηλικιών (άρρενες)

Πηγή: <https://www.chalandri.gr/dhmos/h-istoria/apografika-stoixeia/>

Είναι γενικά αποδεκτό ότι η υπογεννητικότητα αποτελεί μία δυσχέρεια που ταλανίζει και το Χαλάνδρι – όπως άλλωστε όλη την Ελλάδα – παρόλα αυτά ο αριθμός των παιδιών είναι ικανοποιητικός για να προχωρήσει ο ενασχολούμενος στην ίδρυση του ιδιωτικού εκπαιδευτηρίου.



Σχήμα 2.4

Πραγματικός πληθυσμός κατά φύλο και ομάδα ηλικιών (θήλεις)

Πηγή: <https://www.chalandri.gr/dhmos/h-istoria/apografika-stoixeia/>

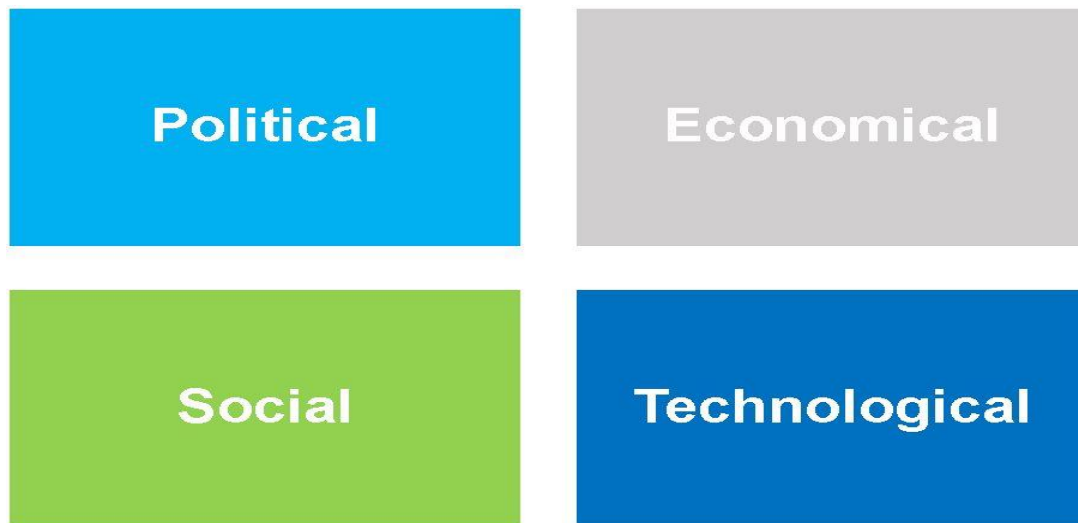
Στις ηλικίες που αναφέρθηκαν παραπάνω τα αγόρια κατά ένα πολύ μικρό αριθμό είναι πιο πολλά. Σε αυτό τον αριθμό θα εστιάσει το σχολείο για να μπορέσει να προσελκύσει τον απαιτούμενο αριθμό μαθητών. Ο πληθυσμός είναι γενικά γερασμένος, παρόλα αυτά υπάρχει δυναμική και δυνατότητα ύπαρξης ενός ιδιωτικού Δημοτικού το οποίο θα έχει αντικείμενο ενασχόλησης και δράσης.

2.2 Ανάλυση Εξωτερικού Περιβάλλοντος

2.2.1 PEST Analysis

Στην παρούσα ενότητα με βάση το μοντέλο PEST Analysis θα παρουσιαστεί η ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος και πώς επηρεάζει τον κλάδο της ιδιωτικής εκπαίδευσης. Το μοντέλο αποτελείται από τα ακόλουθα περιβάλλοντα: πολιτικό, οικονομικό, κοινωνικό και τεχνολογικό περιβάλλον (Καζάζης,2012). Παρακάτω παρατηρούμε το Σχήμα 2.2 στο οποίο εμφανίζεται η Pest Analysis ονομαστικά και εν συνεχεία θα

υλοποιηθεί η ανάλυση του κάθε τομέα.



Σχήμα 2.5

PEST Analysis

Πηγή: Καζάκης(2012)

Πολιτικό Περιβάλλον: Οι πολιτικοί παράγοντες που θα επηρεάσουν την ίδρυση της επιχείρησης είναι η σχετική πολιτική αστάθεια, λόγω της οικονομικής κρίσης που συντελέστηκε τα προηγούμενα χρόνια αλλά και λόγω της πανδημίας που συντελείται τα τελευταία δυο χρόνια. Άλλοι παράγοντες επηρεασμού είναι η περιορισμένη δημοσιονομική πολιτική, η γραφειοκρατία η οποία επηρεάζει δράσεις όπως η ίδρυση ενός ιδιωτικού οργανισμού, δηλαδή σαν το υπό εξέταση σχολείο. Αξίζει να αναφερθεί, πως οι παράγοντες που αναφέρονται παραπάνω – ειδικά η γραφειοκρατία – περιορίζουν σε μεγάλο βαθμό τις επενδύσεις στην ελληνική αγορά. Υπάρχει μια ιδιαιτερότητα ότι οι παροχές ξένων γλωσσών στον ιδιωτικό τομέα είναι περιορισμένες πράγμα που μπορεί να αξιοποιήσει ένα ιδιωτικό σχολείο, όπως αυτό που πρόκειται να ιδρυθεί.

Οικονομικό περιβάλλον: Οι παράγοντες από το οικονομικό περιβάλλον που θα επηρεάσουν το σχολείο και γενικά επηρεάζουν τις επιχειρήσεις, είναι το ΑΕΠ το οποίο έχει σταθεροποιηθεί τα τελευταία έτη αν και επηρεάστηκε τα τελευταία δυο χρόνια από την πανδημία. Η μείωση των επιτοκίων που θα βοηθήσουν την επιχείρηση, όταν το χρειαστεί να δανειστεί φθηνότερο χρήμα για να στηρίξει και να αναπτύξει τις δράσεις του. Επιπρόσθετα, σημαντικός παράγοντας συντελεί η αύξηση κρατικών δαπανών, τα αυξημένα δημοτικά τέλη που θα καλείται να πληρώνει το σχολείο στον δήμο, ενώ και η ανεργία που πλήττει την Ελλάδα διαδραματίζει έναν βασικό παράγοντα, καθώς το

σχολείο θα βρει καλούς και χωρίς υψηλές μισθολογικές απαιτήσεις εργαζόμενους για να καλύψουν τις ανάγκες του.

Κοινωνικό περιβάλλον: Αναφέρεται σε συμπεριφορές και απαιτήσεις των καταναλωτών με βάση το κοινωνικό τους προφίλ. Στοιχεία του κοινωνικού περιβάλλοντος είναι η μείωση των γεννήσεων, συντελεστής που σίγουρα επηρεάζει ένα Δημοτικό Σχολείο, το οποίο έχει ανάγκη να γεννιούνται παιδιά που θα αποτελέσουν μελλοντικούς μαθητές. Ο μέσος όρος ζωής έχει αυξηθεί, γεγονός που λειτουργεί ενθαρρυντικά. Κανείς δεν μπορεί να διαφωνήσει, ότι πλέον οι άνθρωποι ενδέχεται και σε μεγαλύτερες ηλικίες να τεκνοποιήσουν. Αυτό οφείλεται στην ανάπτυξη της επιστήμης, της τεχνολογίας και της βελτίωσης της ποιότητας ζωής. Επίσης, η αύξηση των μεταναστών δημιουργεί μία μη ισορροπημένη κατάσταση σε πληθυσμιακό επίπεδο αλλά και σε επίπεδο οικονομίας. Κάποιοι μετανάστες μπορεί να αποτελέσουν εν δυνάμει πελάτες, ειδικά όταν έρχονται για εργασία στη χώρα. Οι συγκεκριμένοι μετανάστες έχουν εξειδικευμένες εργασίες, εργάζονται πολλές ώρες και επιδιώκουν να κρατήσουν τα παιδιά τους ασφαλή σε ένα σχολείο με δράσεις που να μπορεί να τους καλύψει όλη μέρα, τους παρέχει διατροφή, εκπαίδευση, φύλαξη και μεταφορά. Κάποια ιδιωτικά σχολεία παρέχουν πρόσβαση σε ξένα πτυχία, όπως είναι το International Baccalaureate Diploma Programme.

Τεχνολογικό περιβάλλον: Η ανάπτυξη της τεχνολογίας αναφέρεται στον τρόπο διδασκαλίας, στην εφαρμογή καινοτομίας για διαφοροποίηση από τον ανταγωνισμό, όπως για παράδειγμα η χρήση διαδραστικών πινάκων, η χρήση του e-learning ειδικά την περίοδο της πανδημίας κ.ά. Ένα άλλο στοιχείο είναι η ανάπτυξη εργαστήριων πληροφορικής, φυσικής, χημείας τα οποία εστιάζουν στην κατανόηση συγκεκριμένων μαθημάτων. Άλλος τεχνολογικός παράγοντας είναι η υποχρεωτική μηχανογράφηση των λογιστηρίων. Τα ιδιωτικά επενδύουν στις συγκεκριμένες δράσεις, παράγοντας που τα διαφοροποιεί από τα δημόσια σχολεία τα οποία έχουν σημαντικές ελλείψεις σε όλα τα παραπάνω.

2.2.2 Οι Πέντε δυνάμεις του Porter



Σχήμα 2.6

Πέντε Δυνάμεις του Porter

Πηγή: Καζάζης(2012)

Νέοι Είσοδοι: Είναι δύσκολο να συσταθεί μία νέα επιχείρηση στον κλάδο της εκπαίδευσης και συγκεκριμένα ένας νέος εκπαιδευτικός οργανισμός. Η δυσκολία συνίσταται στο κόστος της επένδυσης και στο ότι κάποια σχολεία αποτελούν κραταιές δυνάμεις στον κλάδο όντας πάρα πολλά χρόνια σε αγορές, όπως του Χαλανδρίου. Τα σχολεία αυτά έχουν τους πελάτες τους, οι οποίοι είναι δύσκολο να αλλάξουν εκπαιδευτικό φορέα, επειδή συνεργάζονται ήδη χρόνια και διότι τα παιδιά τους είναι δύσκολο να αλλάξουν σχολείο. Ακόμα, οι μαθητές έχουν τις παρέες τους, τις οποίες δε θέλουν να χάσουν. Η τοποθέτηση του σχολείου το οποίο είναι κοντά σε συγκεκριμένες περιοχές, είναι ένας ακόμα παράγοντας συνήθειας και ταύτισης που είναι δύσκολο να ξεπεραστεί. Το κόστος επένδυσης είναι υψηλό λόγω απαίτησης σε υποδομές αλλά και επενδύσεις σε χώρους φύλαξης, διατροφής κ.λπ. Είναι ανάγκη λόγω των παραπάνω, τα σχολεία να γράφουν ετησίως μεγάλο αριθμό μαθητών, προκειμένου να καλύπτουν τα έξοδά τους. Είναι σημαντική παράμετρος στην είσοδο για το συγκεκριμένο κλάδο και για το

συγκεκριμένο σχολείο το οποίο και θα εισέλθει στην αγορά αυτή, η παροχή συνολικών υπηρεσιών, όπως ξένες γλώσσες και ό,τι άλλο μπορεί να έχει ανάγκη ο γονέας για το παιδί του, όπως αθλητισμός, ώστε αυτόματα με αυτό το τρόπο να υπάρχει διαφοροποίηση σε επίπεδο αξιολόγησης του κόστους. Δηλαδή, όταν ο γονέας ξέρει πως πληρώνοντας κάποια χρήματα μπορεί να πάρει όλες αυτές τις υπηρεσίες που τις παίρνει στην παρούσα φάση στέλνοντας το παιδί του σε διαφορετικούς φορείς, τότε θα επιλέξει στην εν λόγω περίπτωση το ιδιωτικό σχολείο όπως το παρόν υπό ίδρυση δημοτικό.

Υποκατάστατα: Η δημόσια παιδεία είναι το βασικό υποκατάστατο. Το Χαλάνδρι έχει πάρα πολλά δημόσια σχολεία. Όταν τα σχολεία αυτά είναι καλά, οι γονείς που δεν έχουν υψηλή οικονομική δυνατότητα θα τα επιλέξουν για να στείλουν τα παιδιά τους. Η αναβάθμιση της δημόσιας παιδείας αποτελεί κίνδυνο για τα ιδιωτικά σχολεία. Οι γονείς επιλέγουν τα παιδιά τους να φοιτήσουν σε ιδιωτικά σχολεία λόγω παροχής καλύτερων υπηρεσιών, εγκαταστάσεων, ασφάλειας, κοινωνικού γοήτρου. Ας μη λησμονούμε ότι εξαιτίας της πανδημίας τα ιδιωτικά σχολεία δεν αποτελούν την πρώτη επιλογή για μεγάλη μερίδα των πολιτών στο Χαλάνδρι.

Δύναμη των αγοραστών: Η ζήτηση στον κλάδο καθορίζεται από τους γονείς και τους μαθητές. Σήμερα στο Χαλάνδρι οι αγοραστές έχουν πάρα πολλές επιλογές, άρα αυτό ενισχύει τη δύναμή τους. Η πληροφόρηση για τα ιδιωτικά σχολεία είναι εύκολη για τους γονείς, οι οποίοι έχουν τη δυνατότητα να μάθουν όποια πληροφορία θέλουν. Αυτό αποτελεί ένα στοιχείο το οποίο ενισχύει τη δύναμή τους στον κλάδο. Επομένως, αναγκάζονται να κάνουν συνεχώς επενδύσεις για να διαφοροποιηθούν και να προσελκύσουν τους γονείς – υποψήφιους πελάτες. Αξίζει να υπογραμμιστεί, ότι η ηλικιακή ομάδα των παιδιών που φοιτούν σε ένα Δημοτικό είναι μικρή. Αυτό το γεγονός το καθιστά δύσκολο να επηρεάσουν τη γνώμη των γονέων για ένα εκπαιδευτήριο. Όμως, στην περίπτωση που είναι ήδη σε ένα σχολείο που είναι ικανοποιημένα είναι δύσκολο για τους γονείς να τα αλλάξουν σχολείο.

Δύναμη των προμηθευτών: Η προσφορά τεχνολογικού υλικού και υλικοτεχνικών υποδομών είναι μεγάλη στον κλάδο, παράγοντας που καθιστά μικρή τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών. Η προσφορά ανθρώπινου δυναμικού είναι μεγάλη, οπότε η δύναμή τους είναι μικρή στον κλάδο, αφού τα ιδιωτικά σχολεία μπορούν εύκολα να βρουν καθηγητές, ενώ είναι επίσης εύκολο να τους αντικαταστήσουν ανά πάσα στιγμή. Οι εκπαιδευτικοί επιμορφώνονται συνεχώς, έτσι λοιπόν, τα ιδιωτικά σχολεία μπορούν να

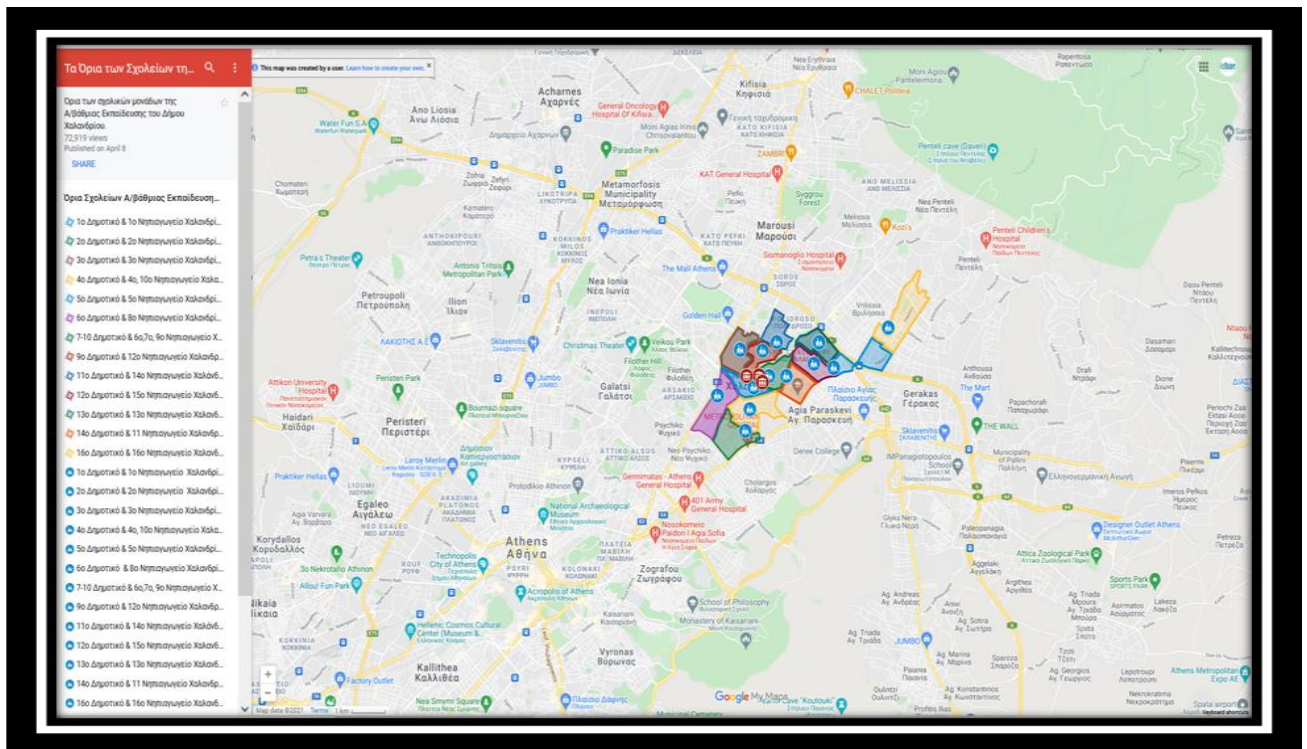
βρουν καθηγητές με υψηλό μορφωτικό επίπεδο χωρίς να χρειαστεί να πληρώσουν μεγάλους μισθούς.

Ανταγωνισμός: Επειδή θα υπάρχει άμεση επικοινωνία και συνεργασία με τα εκπαιδευτήρια των αδερφών του, τα οποία θα βρίσκονται στις ίδιες εγκαταστάσεις, τα παιδιά θα μείνουν στο ίδιο σχολικό περιβάλλον. Μέσα από την καθετοποίηση που πρόκειται να ακολουθηθεί, θα παρέχεται μια ολοκληρωμένη εκπαίδευση που θα ξεκινάει από τη βρεφική ηλικία και θα ολοκληρώνεται μέχρι την ηλικία των 12 ετών και θα προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες στα παιδιά ανάλογα με τις ανάγκες τους αλλά και τα ζητούμενα των γονέων τους. Αυτό θα οδηγήσει σε έναν στρατηγικό ανταγωνισμό και σε διεύρυνση των κερδών του στην αγορά υπηρεσιών.

Στη Δ/νση Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης του Δήμου Χαλανδρίου ανήκουν 16 Δημοτικά και 15 Νηπιαγωγεία (Βλέπε Εικόνα 2.1).

Εικόνα 2.1

Όρια των σχολικών μονάδων της Α/βάθμιας Εκπαίδευσης του Δήμου Χαλανδρίου.



Πηγή: <https://www.chalandri.gr/yphresies/paideia-prosxoliki-agogi/sxoliki-epitropi-protovathmias/>

Στη συνέχεια θα γίνει αναφορά σε συγκεκριμένα ιδιωτικά δημοτικά σχολεία τα οποία θα αποτελέσουν βασικό ανταγωνιστή του σχολείου στο μέλλον και μετά την ίδρυσή

του και την έναρξη των δράσεών του.

ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ ΣΟΛΩΜΟΣ: Το παρόν είναι ένα οργανωμένο Δημοτικό στην περιοχή της Αγίας Παρασκευής – αρκετά κοντά στο Χαλάνδρι – το οποίο παρέχει πολλές και σημαντικές υπηρεσίες πέρα από την εκπαιδευτική όπως εικαστικά, μουσική, θέατρο, ξένες γλώσσες, πληροφορική, αθλήματα. Ουσιαστικά, παρέχει ό,τι σκέφτεται να παρέχει και το υπό ίδρυση σχολείο. Συνεπώς, είναι βασικό το νέο σχολείο να επιδιώξει να παρέχει ποιοτικότερες υπηρεσίες, να διαφοροποιηθεί στην αξία της υπηρεσίας αλλά και στην ποσότητα παροχής, ώστε να καταστεί πιο αρεστό στην αγορά και τους καταναλωτές (ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ ΣΟΛΩΜΟΣ ,2021).

ΕΛΛΗΝΟΓΑΛΛΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΟΥΡΣΟΥΛΙΝΩΝ: Το εν λόγω αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα και πιο γνωστά σχολεία της περιοχής, ένα σχολείο με παγκόσμιο προσανατολισμό, ανοικτό σε όλους. Αξιοποιώντας τις πιο σύγχρονες διδακτικές μεθόδους και τις βέλτιστες πρακτικές κινητοποιεί τους μαθητές να αναζητήσουν τη γνώση αλλά και να αναπτύξουν τα προσωπικά τους χαρακτηριστικά, τις κοινωνικές τους δεξιότητες, να καλλιεργούν την αξιοπρέπεια, τη δημιουργικότητα, την αυτενέργεια, την πρωτοβουλία. Το παρόν παρέχει πολλές υπηρεσίες στους μαθητές όπως ξένες γλώσσες, ηλεκτρονικούς υπολογιστές, καλλιτεχνικές και αθλητικές δράσεις, ενώ τους δίνει τη δυνατότητα για ολοκληρωμένη σπουδή με Γυμνάσιο και Λύκειο. Το σχολείο έχει πρόσβαση σε Πανεπιστήμια του εξωτερικού (ΕΛΛΗΝΟΓΑΛΛΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΟΥΡΣΟΥΛΙΝΩΝ,2021).

ΙΟΝΙΟΣ ΣΧΟΛΗ: Το παρόν, όπως και τα προηγούμενα σχολεία, καλύπτει όλες τις εκπαιδευτικές βαθμίδες παρέχοντας πολλές και διαφορετικές υπηρεσίες. Δίνει τη δυνατότητα εκμάθησης ξένων γλωσσών, υπολογιστών, ενώ αναπτύσσει θεατρικές και αθλητικές δράσεις. Γενικά, και αυτό όπως τα άλλα εκπαιδευτήρια, αποτελεί ένα ολοκληρωμένο φορέα. Το παρόν διαθέτει εγκαταστάσεις Δημοτικού στο Μαρούσι και στη Φιλοθέη, περιοχές αρκετά κοντά στο υπό ίδρυση σχολείο, οπότε αποτελεί άμεσο και ισχυρό ανταγωνιστή (ΙΟΝΙΟΣ ΣΧΟΛΗΣ,2021).

Τα παραπάνω είναι τρία από τα μεγαλύτερα ιδιωτικά Δημοτικά Σχολεία της ευρύτερης ακτίνας γύρω την περιοχή δραστηριοποίησης του νεοσύστατου εκπαιδευτηρίου. Ωστόσο, πέρα από τα παρόντα υπάρχουν επίσης στο Μαρούσι η Ελληνική Παιδεία, η Ελληνοαγγλική αγωγή και τέλος, το Τριανέμι. Όλα είναι μεγάλα σχολεία που καλύπτουν όλα τα εκπαιδευτικά επίπεδα, συνεργάζονται με φορείς του εξωτερικού, ενώ παρέχουν όλα τα είδη υπηρεσιών. Το κόστος τους είναι σχετικά υψηλό.

Το υπό ίδρυση σχολείο οφείλει να παρέχει καλύτερες υπηρεσίες και με δεδομένο ότι θα είναι στο κέντρο του Χαλανδρίου, θα δείξει στους κατοίκους της περιοχής ότι μπορούν να το εμπιστευτούν και να αξιοποιήσουν τις ποιοτικές του υπηρεσίες αλλά και το ότι είναι κοντά στον τόπο διαμονής τους, οπότε δε χρειάζεται να στέλνουν τα παιδιά τους εκτός δήμου σε σχολεία του Αμαρουσίου, της Αγίας Παρασκευής και των γύρω περιοχών, εξοικονομώντας χρόνο και ταλαιπωρία από τις μετακινήσεις τους.

2.2.3 VRIO ANALYSIS-Στρατηγική Ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος

Η θεώρηση βάσει πόρων (Resource-based View, RBV) περιγράφει τους όρους υπό τους οποίους οι διακεκριμένοι πόροι που κατέχει μια επιχείρηση αποτελούν πηγή σταθερού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η ανάγκη να δημιουργηθεί ή να ανακαλυφθεί μια σταθερή πηγή πλεονεκτήματος σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις βοήθησε αυτή την έννοια να εισέλθει στα περισσότερα μαθήματα στρατηγικής και σε εγχειρίδια, καθώς και να δημιουργήσει ένα σημαντικό ερευνητικό πεδίο. Για την παρούσα εργασία, το βασικό ζήτημα είναι η αξία του RBV στην καθοδήγηση πρακτικής στρατηγικής ανάλυσης (Barney&Hesterly,2006). Για την πρακτική εφαρμογή, η τεχνική VRIO αποτελεί μία προσέγγιση για την αξιολόγηση και ανάλυση του βαθμού, στον οποίο οι πόροι μίας επιχείρησης πληρούν τα κριτήρια για διαρκή ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Στην ουσία, περιλαμβάνει την αξιολόγηση χαρακτηριστικών της επιχείρησης για στρατηγική αξία, σπανιότητα, δυσκολία απομίμησης ή υποκατάστασης και βαθμό εκμετάλλευσης από την επιχείρηση (Barney&Hesterly,2006).

Αναλύοντας λίγο παραπάνω τη μελέτη περίπτωσης, θα πρέπει να γίνει αναφορά και στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και κατά πόσο οι πόροι και οι ικανότητες της εταιρείας είναι πολύτιμες, σπάνιες, σωστά οργανωμένες και δεν είναι εφικτό να αντιγραφούν. Σύμφωνα με την ανάλυση VRIO, θα πρέπει να απαντηθούν οι παραπάνω ερωτήσεις, ώστε να διαπιστωθεί το κατά πόσο οι πόροι και οι ικανότητες οδηγούν σε μοναδικές ικανότητες της επιχείρησης που διατηρούν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Πίνακας 2.1
VRIO ANALYSIS Εκπαιδευτηρίου

Πόροι και Ικανότητες	Αξία	Σπανιότητα	Μίμηση	Αξιοποίηση από τον οργανισμό	Ανταγωνισμός	Απόδοση επιχείρησης
Εγκαταστάσεις	Ναι	Ναι	Όχι	Ναι	Βιώσιμο Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα	Πάνω από το Κανονικό
Καινοτομία	Ναι	Ναι	Ναι	Όχι	Ανταγωνιστική Ισοτιμία	Κανονικό
Οργάνωση	Όχι	Όχι	Ναι	Όχι	Ανταγωνιστική Ισοτιμία	Κανονικό
Πρόσθετες παροχές	Ναι	Ναι	Ναι	Ναι	Ανταγωνιστική Ισοτιμία	Κανονικό

Με βάση την ανάλυση των τεσσάρων βασικών πόρων και ικανοτήτων της εταιρείας μπορούμε να συνάγουμε το πόρισμα ότι η εταιρεία θα λειτουργήσει σε κανονικό και πάνω από το κανονικό επίπεδο ως προς την απόδοσή της, ενώ έχει ως σημείο υπεροχής τις εγκαταστάσεις.

Αυτό που χρειάζεται τη μεγαλύτερη προσοχή είναι το Rare και το Imitation. Υπάρχουν δύο ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, της καινοτομίας και της μοναδικότητας του προϊόντος που απορρέει από τις αθλητικές εγκαταστάσεις. Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με βάση τη διαφορετικότητα είναι η επιχείρηση να επιτυγχάνει την πώληση του προϊόντος ή της υπηρεσίας λόγω διαφορετικότητας και λόγω της καινοτομίας από ότι οι ανταγωνιστές της. Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μοναδικότητας προϊόντος είναι ότι προϊόν ή η υπηρεσία που προσφέρεται είναι ή φαίνεται στα μάτια των καταναλωτών πως είναι μοναδική και έχει κάτι ξεχωριστό, ώστε να αξίζει να δώσουν αυτό το αντίτιμο.

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του ιδιωτικού σχολείου είναι αυτό της μοναδικότητας του προϊόντος. Πιο συγκεκριμένα, προσφέρεται μία αξιόλογη υπηρεσία που χαρακτηρίζεται από καινοτομία, μοναδικότητα, σπανιότητα και δυσκολία μίμησής της. Αυτό συμβαίνει, επειδή μέχρι τώρα δεν υπάρχει ιδιωτικό σχολείο που να εντόπισε

και να αναγνώρισε την έλλειψη που υπάρχει στην παροχή των συγκεκριμένων υπηρεσιών. Καλύπτει ανάγκες των καταναλωτών που μέχρι τώρα δεν είχε φροντίσει κανείς για αυτές. Τέλος, είναι δύσκολο να δημιουργηθεί σύντομα ένα σχολείο που να προσφέρει παρόμοιες υπηρεσίες, τούτο διότι απαιτείται υψηλό κόστος επένδυσης για την ίδρυσή του και μεγάλη χρονική διάρκεια υλοποίησής του.

Με βάση τα παραπάνω γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι το σχολείο ακολουθεί μία στρατηγική εστίασης. Η στρατηγική αυτή αναφέρεται στην κατάληψη μιας ανταγωνιστικής θέσης σε ένα μικρό τμήμα της αγοράς. Επειδή δεν μπορεί να διακρίνει κάποιος με ευκολία ποιο είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, η στρατηγική αυτή σπάει σε στρατηγική εστίασης με βάση το κόστος και σε στρατηγική εστίασης με βάση τη διαφοροποίηση. Βασική αρχή της στρατηγικής εστίασης είναι ότι μια επιχείρηση καθίσταται ικανή να εξυπηρετήσει ένα στρατηγικό στόχο πιο αποδοτικά και πιο αποτελεσματικά από ότι οι ανταγωνιστές της οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε μεγαλύτερα τμήματα της αγοράς.

Πιο αναλυτικά, η επιλογή ίδρυσης ενός ιδιωτικού εκπαιδευτηρίου με εστίαση στον αθλητισμό και στις παροχές μάθησης με το ολοήμερο σχολείο και τις ξένες γλώσσες βασίζεται στη στρατηγική εστίασης με βάση τη διαφοροποίηση. Εστιάζει στους μαθητές που ασχολούνται αγωνιστικά με τις αθλητικές δραστηριότητες και προσφέρει υπηρεσίες και πρόγραμμα σπουδών που μέχρι τώρα δεν προσφέρεται από κάποιο άλλο εκπαιδευτικό ίδρυμα. Η δημιουργία του απαιτεί μεγάλο κόστος επένδυσης και χρειάζεται μεγάλος αριθμός μαθητών για να προσεγγιστεί το νεκρό σημείο. Ακόμη, γνωρίζοντας ότι στην αγορά κυριαρχούν εκπαιδευτήρια με μεγάλη φήμη και μερίδια αγοράς, ο μόνος τρόπος για να τα ανταγωνιστεί μια νέο-εισερχόμενη επιχείρηση είναι να προσφέρει κάτι καινούριο, καινοτόμο, που δεν υπάρχει στην αγορά και καλύπτει τις ανάγκες των καταναλωτών.

2.2.4 SWOT Analysis

Στην ενότητα αυτή θα γίνει αναφορά στα Δυνατά και Αδύνατα σημεία του υπό ίδρυση σχολείου στις Ευκαιρίες και στις Απειλές που καλείται να αξιοποιήσει αλλά και να αντιμετωπίσει αντίστοιχα.

Δυνατά σημεία:

1. Καλά δομημένος οργανισμός, παροχή ποιοτικών και διαφοροποιημένων

υπηρεσιών.

2. Εστίαση στον αθλητισμό και στην παροχή αθλητικών υπηρεσιών, συνεργασία με γνωστούς προπονητές.
3. Παροχή υπηρεσιών ολοκληρωμένης γνώσης με εξειδικευμένη ενισχυτική διδασκαλία και επιπροσθέτως, υποστήριξη σε όλες τις ξένες γλώσσες.
4. Θα διαθέτει πλήθος αθλητικών εγκαταστάσεων, όπως γήπεδα καλαθοσφαίρισης, ποδοσφαίρου, πετοσφαίρισης, αντισφαίρισης, στίβου, κλειστό γυμναστήριο, κλειστό κολυμβητήριο και κλειστό γήπεδο καλαθοσφαίρισης. Με αυτό τον τρόπο κάθε μαθητής έχει τη δυνατότητα να ασχοληθεί με το άθλημα που του ταιριάζει και του αρέσει πιο πολύ.
5. Συνεργασία με Παιδικό Σταθμό και Νηπιαγωγείο, το οποίο δημιουργεί ένα σταθερό περιβάλλον και σχέσεις εμπιστοσύνης για τα παιδιά και τους γονείς και μέσα από το οποίο θα παρέχονται ίδιες αντιλήψεις και αξίες.

Αδύνατα σημεία:

1. Υψηλό κόστος επένδυσης και αναγκαστική η λήψη δανείου.
2. Ένα ιδιωτικό σχολείο απαιτεί ακριβή επένδυση πόσο μάλλον ένα ιδιωτικό σχολείο με τις παροχές που προσφέρει. Το υψηλό κόστος επένδυσης ξεπερνά τα ίδια κεφάλαια και απαιτεί τη λήψη ενός δανείου που πρόκειται να αποπληρωθεί σε 25 χρόνια. Η αποπληρωμή του δανείου αποτελεί μία ακόμη υποχρέωση του σχολείου. Εκτός από τις πληρωμές στο προσωπικό, σε αναλώσιμα, συντήρηση κ.ά., είναι αναγκαίο να πληρώνει τις δόσεις του δανείου.
3. Πιθανή καθυστέρηση είσπραξης των χρημάτων, το οποίο θα επηρεάσει την αποπληρωμή του δανείου και ενδεχομένως θα επηρεάσει και τη βιωσιμότητα της επιχείρησης.
4. Η γραφειοκρατία στην αποδοχή αίτησης για απογευματινές δράσεις πιθανόν να επηρεάσει τη μελλοντική λειτουργία του σχολείου.

Ευκαιρίες:

1. Η υποχρεωτική εκπαίδευση δίνει ευκαιρίες για ανάπτυξη. Ένα σημαντικό στοιχείο

σε επίπεδο Ελλάδας που δείχνει την ευκαιρία είναι η αύξηση των εγγεγραμμένων μαθητών στις ιδιωτικές μονάδες εκπαίδευσης. Συνεχίζοντας, επισυνάπτεται ο Πίνακας 2.2 σχετικά με τις εγγραφές μαθητών σε Δημόσιες και Ιδιωτικές Σχολικές Μονάδες.

Πίνακας 2.2

Εγγραφές μαθητών σε Δημόσιες και Ιδιωτικές Σχολικές Μονάδες

Σύνολο			
Μονάδες	2016/17	2017/18	Μεταβολή (%)
Δημόσιες	609.414	601.601	-1,3
Ιδιωτικές	35.836	37.436	4,5
ΣΥΝΟΛΟ	645.250	639.037	-1,0

Πηγή: <https://www.statistics.gr/demographic-data>

2. Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας τα τελευταία χρόνια είναι γεγονός και θα ήταν πολύ χρήσιμο να εκμεταλλευθεί και στον χώρο της εκπαίδευσης.
3. Η εισροή μεταναστών οι οποίοι έχουν την οικονομική δυνατότητα, θα μπορούσαν να αποτελέσουν ένα βασικό παράγοντα για το μέλλον του σχολείου.

Απειλές:

1. Δημογραφικό πρόβλημα
2. Οικονομική κρίση
3. Βελτίωση δημόσιας παιδείας
4. Περιορισμός τραπεζικών χρηματοδοτήσεων

Το δημογραφικό πρόβλημα είναι σημαντικό, διότι η μείωση των γεννήσεων επηρεάζει το ηλικιακό τμήμα που θέλει να επενδύσει το εξεταζόμενο σχολείο. Είναι σημαντικό εδώ να αναφερθεί ότι το Χαλάνδρι επηρεαζόμενο όπως ευρύτερα η Αττική από το δημογραφικό πρόβλημα της Ελλάδας επηρεάζεται από την εξέλιξη του Σχολικού Πληθυσμού. Στον Πίνακα 2.3 γίνεται μια αναφορά στην εξέλιξη του σχολικού πληθυσμού που καθορίζει φυσικά και το Χαλάνδρι.

Πίνακας 2.3
Εξέλιξη του σχολικού πληθυσμού

ΣΧΟΛΙΚΟ ΕΤΟΣ	# ΜΑΘΗΤΩΝ- ΝΗΠΙΑΓΩΓΕΙΑ	# ΜΑΘΗΤΩΝ- ΔΗΜΟΤΙΚΑ
2007/2008	150.079	637.309
2008/2009	158.290	637.476
2009/2010	159.502	635.935
2010/2011	166.233	634.048
2011/2012	165.931	633.291
2012/2013	166.233	630.043
2013/2014	160.994	625.165
2014/2015	162.781	640.001
2015/2016	155.243	642.707
2016/2017	151.804	645.250

Πηγή: <https://www.statistics.gr/demographic-data>

Παρατηρείται ότι ο αριθμός των παιδιών που φοιτούν σε Νηπιαγωγεία αυξάνεται μέχρι και το σχολικό έτος 2012/2013 και εν συνεχεία μειώνεται μέχρι το σχολικό έτος 2016/2017 που φτάνει περίπου στα ίδια επίπεδα με τον αριθμό μαθητών του σχολικού έτους 2007/2008 που ξεκίνησε η παράθεση των στοιχείων. Σχετικά με τον αριθμό των μαθητών που φοιτούν σε Δημοτικά παρατηρούμε μείωση μέχρι το σχολικό έτος 2013/2014. Από εκεί και ύστερα αυξάνεται συνεχώς αγγίζοντας τους 645.250 μαθητές το σχολικό έτος 2016/2017. Αυτά τα μεγέθη δείχνουν και το πρόβλημα που ενδεχομένως να αντιμετωπίζει ένας δήμος όπως το Χαλάνδρι.

1. Η πανδημία έχει οδηγήσει πολλούς γονείς να μην μπορούν να ανταπεξέλθουν στην πληρωμή των διδάκτρων με αποτέλεσμα να διακόπτουν τη φοίτηση των παιδιών τους σε ιδιωτικά σχολεία. Σημαντικό στοιχείο είναι η μείωση της μηνιαίας δαπάνης των γονέων αναφορικά με την ιδιωτική εκπαίδευση.
2. Η βελτίωση της δημόσιας παιδείας αποτελεί απειλή για τα ιδιωτικά σχολεία, διότι αν δεν υπερέχουν οι υπηρεσίες τους δεν υπάρχει λόγος ο γονέας να πληρώνει για να φοιτήσει το παιδί του εκεί.

3. Τα ολοήμερα σχολεία αποτελούσαν προνόμιο της ιδιωτικής εκπαίδευσης, πλέον παρόμοιες υπηρεσίες παρέχει και το δημόσιο σχολείο.

4. Ο δανεισμός και η δυσκολία κάλυψής του αποτελεί μία απειλή για το μέλλον του σχολείου, την οποία πρέπει να επιδιώξει να διαχειριστεί με το καλύτερο δυνατό τρόπο, διότι είναι δυνατόν να καθορίσει το μέλλον του και γενικά να προσδιορίσει την παρούσα αλλά και τη μελλοντική τοποθέτηση και πορεία του στην ευρύτερη αγορά του Χαλανδρίου.

Το σχολείο με βάση αυτά που έχουν αναλυθεί γίνεται εύκολα κατανοητό ότι θα αποτελέσει μια καθετοποιημένη μονάδα. Αυτό σημαίνει πως θα παρέχει συνολικές υπηρεσίες στους γονείς, δηλαδή θα τους παρέχει οποιαδήποτε υπηρεσία χρειάζονται τα παιδιά τους κι αυτό θα το πετύχει μέσα από τη συνεργασία των συγγενών του (δύο αδερφές του) κάνοντας μια συνολική πρόταση στους γονείς για Παιδικό Σταθμό, Νηπιαγωγείο και Δημοτικό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

3.1 Τμηματοποίηση-Στόχευση-Τοποθέτηση

Η διαδικασία της Τμηματοποίησης – Στόχευσης-Τοποθέτησης θεωρείται θεμελιώδες τμήμα του Μάρκετινγκ. Οι εταιρείες έχουν περιορισμένους πόρους και στόχος τους είναι με αυτούς του πόρους να καταφέρουν να μεγιστοποιήσουν την ωφέλεια των καταναλωτών. Οι καταναλωτές, όμως, έχουν πολλές και διαφορετικές ανάγκες και αυτό το καθιστά δύσκολο. Για αυτόν τον λόγο, οι επιχειρήσεις τμηματοποιούν τις αγορές, επιλέγουν τα τμήματα που θεωρούν ότι μπορούν να τους αποφέρουν περισσότερο κέρδος και τοποθετούν τα προϊόντα τους με τον κατάλληλο τρόπο (Τζωρτζάκης&Τζωρτζακη,2011).

3.2 Τμηματοποίηση

Με την τμηματοποίηση η συνολική αγορά διαιρείται σε τμήματα που αποτελούνται από καταναλωτές που έχουν παρόμοιες ανάγκες και αντιδράσεις σε μεταβλητές του μίγματος Μάρκετινγκ. Με αυτό τον τρόπο οι επιχειρήσεις είναι στη θέση να σχεδιάζουν το μίγμα Μάρκετινγκ με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι σύμφωνο με τις ανάγκες του καταναλωτή. Επιπλέον, γνωρίζουν ανάγκες και συμπεριφορές καταναλωτών που μέχρι τώρα ίσως να μη γνώριζαν.

Όλα αυτά συνιστούν στην αύξηση της αποτελεσματικότητας και αποδοτικότητας κατανομής των πόρων. Πριν υλοποιηθεί η διαδικασία της τμηματοποίησης, πρέπει οι επιχειρηματίες να αναρωτηθούν αν η αγορά γίνεται να επεκταθεί ή και να τμηματοποιηθεί. Πρέπει να εντοπίσουν τις βάσεις τμηματοποίησης της αγοράς και να αναπτύξουν ένα προφίλ κάθε τμήματος που προκύπτει. Τα τμήματα που θα προκύψουν από την ανάλυση θα πρέπει να εντοπίζονται με βάση τα χαρακτηριστικά τους. Επιπλέον, το μέγεθός τους πρέπει να δικαιολογεί μία επένδυση, να μη μεταβάλλονται τουλάχιστον κατά τη διάρκεια εφαρμογής του σχεδίου Μάρκετινγκ και τέλος, να υπάρχει η δυνατότητα προσέγγισης μέσα από το μίγμα Μάρκετινγκ, τη διανομή κ.ά.

Τα κριτήρια τα οποία χρησιμοποιούνται για την τμηματοποίηση της αγοράς

συνήθως κατηγοριοποιούνται σε ξεχωριστές ομάδες που συνιστούν τέσσερις τύπους τμηματοποίησης, όπως και παρατίθενται.

Δημογραφικά Κριτήρια:

- ✓ Ηλικία
- ✓ Φύλο
- ✓ Μέγεθος οικογένειας
- ✓ Εισόδημα
- ✓ Επάγγελμα(Απασχόληση)
- ✓ Επίπεδο μόρφωσης
- ✓ Οικογενειακή κατάσταση
- ✓ Τόπος κύριας διαμονής
- ✓ Κύκλος ζωής της οικογένειας
- ✓ Θρησκεία
- ✓ Εθνικότητα
- ✓ Φυλή/Καταγωγή
- ✓ Κοινωνική τάξη
- ✓ Κουλτούρα και πολιτισμικές αξίες

Το παρόν ιδιωτικό σχολείο, σύμφωνα με τον δημογραφικό παράγοντα απευθύνεται σε οικογένειες των οποίων τα παιδιά τους είναι μαθητές Δημοτικού αγόρια και κορίτσια, που διαμένουν στην Αττική. Όσον αφορά τη θρησκεία, την εθνικότητα και την καταγωγή στο μεγαλύτερο μέρος των περιπτώσεων οι μαθητές είναι Έλληνες, όμως με γνώμονα ότι η περιοχή έχει και πολλούς ξένους, απευθύνεται και σε αυτή τη μερίδα του πληθυσμού. Επίσης, το επίπεδο μόρφωσης και το εισόδημα των οικογενειών είναι συνήθως υψηλό.

Γεωγραφικά Κριτήρια:

- Περιοχή (Αστική-Ημιαστική-Αγροτική)
- Μέγεθος πόλης/χωριού (χωριό-κωμόπολη-πόλη-μεγαλούπολη-αστικό κέντρο)
- Πυκνότητα πληθυσμού (αραιή-μέτρια-υψηλή)
- Κλίμα (θερμό-ήπιο-ψυχρό ή τροπικό-μεσογειακό)
- Διαμόρφωση εδάφους (πεδινό-ημιορεινό-ορεινό-νησί)

Με γνώμονα τα γεωγραφικά χαρακτηριστικά απευθύνεται σε κατοίκους των Βορείων

Προαστίων, δηλαδή μια αστική περιοχή, μία πόλη με υψηλή πυκνότητα πληθυσμού και πεδινή διαμόρφωση εδάφους. Αναφορικά με τα δημογραφικά χαρακτηριστικά αυτά αναφέρονται στα κίνητρα αλλά και στην προσωπικότητα, παραδείγματος χάριν κυριαρχία, προσαρμοστικότητα, κοινωνικότητα. Κυριαρχεί η αντίληψη ότι τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητας διαδραματίζουν σημαντικότερο λόγο από ότι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά ή τα χαρακτηριστικά του τρόπου ζωής.

Σχετικά με τα ψυχογραφικά κριτήρια το σχολείο απευθύνεται σε μαθητές με υψηλά κίνητρα και στόχους στη ζωή τους, οι οποίοι ασχολούνται με αθλητικές δραστηριότητες. Επιπροσθέτως, οι γονείς τους εργάζονται πολλές ώρες, για αυτό επιδιώκουν τα παιδιά τους να φοιτήσουν σε ένα σχολείο στο οποίο μπορεί να καλύπτεται το καθημερινό μάθημα, το διάβασμα για το σπίτι, ο αθλητισμός αλλά και οι ξένες γλώσσες. Οι μαθητές που φοιτούν σε ένα τέτοιο σχολείο χαρακτηρίζονται από δραστήρια προσωπικότητα, ανεξαρτησία και σοβαρότητα, διότι είναι αποφασισμένοι να πετύχουν τους στόχους τους.

Με βάση τα συμπεριφορικά κριτήρια το σχολείο απευθύνεται σε μαθητές που προσδοκούν μεγάλες ωφέλειες από το σχολείο, αφού έρχονται με σκοπό να αυξήσουν τις επιδόσεις και να βοηθηθούν με τις σχολικές τους υποχρεώσεις, κάτι που δεν τους προσφέρει ένα δημόσιο σχολείο. Επίσης, οι οικογένειες στις οποίες απευθύνονται δεν είναι ευαίσθητες ως προς τη τιμή.

3.3 Στόχευση

Αφού η επιχείρηση τμηματοποιήσει την αγορά, έχει τρεις βασικές εναλλακτικές στρατηγικές για στόχευση των τμημάτων της αγοράς όπου έχει επιλεγεί.

Μη διαφοροποιημένο Μάρκετινγκ: Σε αυτή την εναλλακτική στρατηγική στόχευσης το σύνολο της αγοράς θεωρείται σαν ένα τμήμα.

Το Συγκεντρωτικό Μάρκετινγκ: Σε αυτή τη στρατηγική η αγορά έχει επιλέξει ένα μόνο τμήμα της αγοράς για αγορά-στόχο.

Το Niche Marketing αποτελεί μια μορφή του συγκεντρωτικού Μάρκετινγκ. Εστιάζουν σε ένα μικρό τμήμα της αγοράς αλλά τους αποφέρει μεγάλο κέρδος λόγω των ιδιόμορφων αναγκών τους, όπως είναι τα αλεξίσφαιρα γιλέκα για παράδειγμα.

Κατά τη χρήση του Διαφοροποιημένου Μάρκετινγκ επιλέγονται πολλά τμήματα της αγοράς για αγορές – στόχοι και σε κάθε περίπτωση εφαρμόζεται ξεχωριστό Μάρκετινγκ. Συνήθως, ένα προϊόν εμφανίζεται με παραλλαγές, ώστε να ικανοποιούν

κάθε τμήμα. Αυτό συνεπάγεται με υψηλό κόστος λόγω ξεχωριστής διανομής και προβολής, όμως δεν εξαρτάται από μόνο ένα τμήμα της αγοράς.

Στην περίπτωση του ιδιωτικού εκπαιδευτηρίου θα εφαρμοστεί συγκεντρωτικό Μάρκετινγκ. Απευθύνεται μόνο σε μαθητές οι οποίοι ασχολούνται με αθλητικές δραστηριότητες, θέλουν να διαβάσουν στο σχολείο, να διδάσκονται τις ξένες γλώσσες και παράλληλα να τους παρέχονται πολλά είδη δράσεων όπως υπολογιστές, ρομποτική, θέατρο. Επεξηγηματικά, αναζητούν ένα σχολείο με πολυποίκιλες δράσεις. Ενδέχεται να μην απασχολεί την πλειοψηφία των μαθητών, όμως τους προσφέρει δυνατότητες που δεν τους προσφέρει ένα δημόσιο σχολείο ή άλλο ιδιωτικό. Επιπροσθέτως, τέτοιου είδους μαθητές είναι προσηλωμένοι στον στόχο τους και πραγματοποιούν θυσίες. Σε αυτή την προσπάθεια έχουν την αμέριστη βοήθεια των οικογενειών τους, οι οποίοι θα ήταν διατεθειμένοι να πληρώσουν ένα υψηλότερο αντίτιμο προκειμένου να βοηθήσουν τα παιδιά τους.

Για να επιλεγεί η αγορά – στόχος πρέπει να ληφθούν υπ' όψιν κάποια κριτήρια. Είναι πολύ σημαντικό κάθε επιχείρηση να γνωρίζει τους ανταγωνιστές της και το τι ακριβώς προσφέρουν. Μέχρι τώρα κανένας από τους ανταγωνιστές του ιδιωτικού σχολείου που έχουν τα μεγαλύτερα μερίδια αγοράς δεν έχει διαφοροποιηθεί με τον τρόπο που έχει επιλέξει εκείνο. Πρέπει αυτό που επιθυμεί κάθε επιχείρηση να προσφέρει να έχει αντίκρισμα στους καταναλωτές και να διαθέτει τους κατάλληλους πόρους. Είναι αναγκαίο το μέγεθος των καταναλωτών στο οποίο απευθύνονται να είναι αρκετά μεγάλο, ώστε να είναι κερδοφόρα η επιχείρηση.

3.4 Τοποθέτηση

Η Τοποθέτηση Προϊόντος αποτελεί το τρίτο στάδιο της διαδικασίας και πρόκειται για την «τοποθέτηση» του προϊόντος στο μυαλό του μέσου καταναλωτή της αγοράς στόχου. Σκοπός είναι να αντιληφθεί ο καταναλωτής το προϊόν όπως εκείνος επιθυμεί. Η έννοια της τοποθέτησης δηλώνει το τι κάνει η διαφήμιση ενός προϊόντος στο μυαλό ενός ανθρώπου(Μάλλιαρης,2011).

Το εκπαιδευτήριο θα ακολουθήσει τη συγκριτική διαφήμιση. Με βάση τη παρούσα θα τοποθετεί το προϊόν στο μυαλό του καταναλωτή. Ο καταναλωτής θα συνδέσει τη διαφήμιση με τη μάρκα και θα τη διαχωρίσει από τις άλλες μάρκες. Με αυτό τον τρόπο θα μειώσει τη δύναμη των ανταγωνιστών τους.

Για την καλύτερη τοποθέτηση προϊόντος στο μυαλό του καταναλωτή υπάρχει η δυνατότητα διαφήμισης του προϊόντος μέσω ενός ατόμου που είναι καταξιωμένος στο χώρο στον οποίο δραστηριοποιείται. Για παράδειγμα, ένας καταξιωμένος αθλητής που δεν έχει ξεχάσει τις σπουδές του είναι το καταλληλότερο άτομο για να διαφημίσει το σχολείο. Να τονιστεί ότι μπορείς να πετύχεις τους στόχους σου, να ξεχωρίσεις στο άθλημα που αγαπάς αλλά παράλληλα να συνεχίσεις τις σπουδές σου. Αυτός είναι ο στόχος του σχολείου, οι μαθητές του να πετύχουν σε όλους τους τομείς που επιθυμούν.

3.5 Μίγμα Μάρκετινγκ

Το μίγμα Μάρκετινγκ αποτελεί το σύνολο των ενεργειών που περιγράφουν το τι, πώς, ποιος, πόσο, πού και πότε θα κάνει ώστε να παρέχουμε προϊόντα και υπηρεσίες. Τα στοιχεία που αποτελούν το μίγμα είναι τέσσερα και θα αναλυθούν εκτενώς στη συνέχεια.

3.5.1 Προϊόν

Το Προϊόν είναι ένα «*Σύστημα υλικών και άυλων στοιχείων που δια μέσου των χρησιμοτήτων δημιουργεί ωφέλεια*». Προϊόν δεν είναι μόνο ένα χειροπιαστό αντικείμενο, αλλά η αντίληψη που έχει δημιουργήσει στο μυαλό του ο καταναλωτής σχετικά με τις ωφέλειες που θα του προσφέρει το αγαθό και τις ανάγκες που θα του καλύψει. Ο καταναλωτής που επιλέγει ένα ιδιωτικό σχολείο για τη φοίτηση των παιδιών του δε λαμβάνει υπ' όψιν μόνο το πρόγραμμα σπουδών που προσφέρει το σχολείο, αλλά τις υπηρεσίες, τις εγκαταστάσεις και το εκπαιδευτικό προσωπικό από το οποίο αποτελείται, δηλαδή τις τεχνικές αξίες. Παράλληλα, η περιοχή στην οποία έχει ιδρυθεί το σχολείο, ποιος είναι ο ιδιοκτήτης, ποιοι είναι οι γονείς που αποφασίζουν να φοιτήσουν τα παιδιά τους εκεί, το κοινωνικό κύρος και οι κοινωνικές διασυνδέσεις που υπόσχεται η επιλογή αυτή του σχολείου. Δηλαδή, οι συμβολικές αξίες αποτελούν σημαντικά κριτήρια επιλογής.

Σκοπός του σχολείου είναι να βοηθήσει τους μαθητές οι οποίοι ασχολούνται με αθλητικές δραστηριότητες να τελειοποιήσουν τις αθλητικές επιδόσεις τους και ταυτόχρονα να βελτιώσουν τις σχολικές τους επιδόσεις. Όπως υποχρεούται κάθε ιδιωτικό σχολείο θα έχει το ίδιο πρόγραμμα σπουδών με τα δημόσια σχολεία, όπως αυτό ορίζεται από το Υπουργείο Παιδείας και Θρησκευμάτων. Ωστόσο, προς διαφοροποίησή του θα εστιάζει στην άθληση τρεις φορές την εβδομάδα και τις υπόλοιπες δύο μέρες λειτουργίας

του σχολείου θα πραγματοποιούνται διαλέξεις ενισχυτικής διδασκαλίας μετά το πέρας του πρωινού προγράμματός του για συγκεκριμένα μαθήματα που έχουν χαμηλότερες επιδόσεις οι μαθητές. Από την άλλη πλευρά, επειδή η διατροφή των μαθητών είναι πάρα πολύ σημαντική, το σχολείο θα έχει εστιατόριο όπου τα γεύματα τα οποία θα προσφέρονται θα είναι υγιεινά και σύμφωνα με τις διατροφικές τους προτιμήσεις. Τα γεύματα που θα διατίθενται θα είναι από συγκεκριμένο catering το οποίο θα έχει ελεγχθεί διεξοδικά για να πληροί όλες τις απαραίτητες υγειονομικές προδιαγραφές. Επιπλέον, η μετακίνηση των μαθητών από και προς το σχολείο θα γίνεται με σχολικό λεωφορείο. Το εστιατόριο και η μετακίνηση των μαθητών θα πραγματοποιούνται μέσω outsourcing.

Νέο εκπαιδευτικό σχολείο θα μπορούσε να θεωρηθεί ένα σχολείο που προσφέρει ένα καινούριο μάθημα, για παράδειγμα την εκμάθηση μιας επιπλέον ξένης γλώσσας. Επιπρόσθετα, ένα σχολείο που έχει πιο σύγχρονες εγκαταστάσεις, λόγω χάριν γήπεδα στίβου, κλειστό κολυμβητήριο ή προσφέρει περισσότερες υπηρεσίες, όπως γεύμα στο εστιατόριο, όμως με βιολογικά προϊόντα και διαμορφωμένο σύμφωνα με τις διατροφικές συνήθειες κάθε μαθητή. Το πιο σημαντικό στο εν λόγω στάδιο διαδραματίζει η προβολή. Πρέπει οι καταναλωτές να γνωρίσουν αυτό το προϊόν, τι χαρακτηριστικά έχει και τι ανάγκες καλύπτει.

Η προβολή μπορεί να υλοποιηθεί με το μέσο της διαφήμισης. Για παράδειγμα, μπορεί να γίνει μέσω φυλλαδίων σε ενημερωτικούς πίνακες στα φροντιστήρια και στις αθλητικές ή καλλιτεχνικές δραστηριότητες που πηγαίνουν τα παιδιά. Τέλος, η τιμολόγησή τους θα είναι ή πολύ υψηλή για να φέρει έσοδα στην επιχείρηση και να καλύψουν το αρχικό κόστος ή πολύ χαμηλή για να διεισδύσουν στην αγορά. Στην περίπτωση του νεοϊδρυθέν ιδιωτικού σχολείου, επειδή το αρχικό κόστος επένδυσης είναι μεγάλο και χρειάζεται μεγάλος αριθμός μαθητών για να ξεκινήσουν να πραγματοποιούνται κέρδη δε γίνεται να υιοθετηθεί η δεύτερη πρακτική.

Μέχρι τώρα δεν υπάρχει ένα ιδιωτικό σχολείο με εστίαση στον αθλητισμό, συνεπώς τα πρώτα χρόνια οι περισσότεροι μαθητές που αθλούνται μέχρι και για πρωταθλητισμό θα επιθυμούν να φοιτήσουν στο σχολείο, διότι θα καλύπτει πλήρως τις ανάγκες τους. Στη συνέχεια όμως, ενδέχεται να αποφασίσουν και άλλοι να ιδρύσουν παρόμοιο σχολείο ή να εντάξουν παρόμοια χαρακτηριστικά στο ήδη υπάρχον σχολείο τους. Σε αυτό το σημείο το σχολείο χρειάζεται στήριξη και τόνωση η οποία ενδέχεται να επιτευχθεί μέσω της διαφήμισης και της προβολής την ποιότητα και τη διαφορετικότητα

των υπηρεσιών που προσφέρει. Στην ωρίμανση πρέπει να γίνονται υπενθυμιστικές διαφημίσεις.

3.5.2 Διανομή

Η διανομή αποτελεί το δεύτερο στάδιο του μίγματος Μάρκετινγκ. Αναφέρεται σε όλες τις ενέργειες που πρέπει να γίνουν για να πάει το προϊόν από τον αρχικό πωλητή – δηλαδή τη βιομηχανία – στον τελικό αγοραστή, δηλαδή τον καταναλωτή. Στην περίπτωση του ιδιωτικού σχολείου, η διανομή πραγματοποιείται χωρίς μεσάζοντα. Ο πελάτης έρχεται στην επιχείρηση για να λάβει τις υπηρεσίες του. Για τον εξής λόγο είναι πολύ σημαντικό η πρόσβαση στο ιδιωτικό εκπαιδευτήριο να είναι εύκολη.

3.5.3 Προβολή

Το μίγμα προβολής αποτελείται από τη διαφήμιση, την προσωπική πώληση, την προώθηση πωλήσεων, τις δημόσιες σχέσεις, τη δημοσιότητα, τη χορηγία και το άμεσο Μάρκετινγκ. Στην περίπτωση του υπό ίδρυση Δημοτικού Σχολείου, θα χρησιμοποιηθούν η διαφήμιση και η δημοσιότητα (Kotler Armstrong, 2011).

Διαφήμιση: Είναι η προβολή μηνυμάτων από ένα μέσο που εύκολα αναγνωρίζεται. Δεν απευθύνεται σε συγκεκριμένους δέκτες μηνυμάτων. Για αυτόν τον λόγο, είναι πολύ δύσκολη και η ανατροφοδότηση. Έχει υψηλό κόστος, διότι πρέπει να προετοιμάσουν το μήνυμα και να αγοράσουν χώρο και χρόνο στα Μ.Μ.Ε. Όμως, έχει και πολλά πλεονεκτήματα, καθώς προσελκύει την προσοχή, διαδίδει ακριβώς το μήνυμα που θέλεις και έχει απήχηση σε μαζικές αγορές – στόχους. Στην περίπτωση του παρόντος σχολείου, θα πραγματοποιηθούν διαφημίσεις με ανακοινώσεις σε πίνακες και με αφίσες σε χώρους αθλητικών δραστηριοτήτων.

Δημοσιότητα: Όσον αφορά το υπό ίδρυση σχολείο, θα δημοσιευθούν άρθρα που θα τονίζουν τα οφέλη της ιδιωτικής εκπαίδευσης λόγω της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρουν, καθώς και των σύγχρονων εγκαταστάσεων που διαθέτουν. Επίσης, θα εξάρουν ότι είναι πολύ σημαντικό ένα ιδιωτικό σχολείο να παρέχει ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα σπουδών με έμφαση, όχι μόνο στα μαθήματα, αλλά και στις αθλητικές επιδόσεις των μαθητών, καθώς κάτι τέτοιο δυστυχώς δεν υπάρχει μέχρι τώρα στην αγορά. Άλλωστε, δεν πρέπει να λησμονείται και το αρχαίο ρητό «*νοῦς ὑγιής ἐν σώματι ὑγιεῖ*» = για να είναι ο νους υγιής, πρέπει και το σώμα να είναι υγιές». Τέλος, ο ιδρυτής του

σχολείου θα δώσει συνεντεύξεις στις οποίες θα αναφέρει τα οφέλη της εκπαίδευσης και ιδιαίτερα της ιδιωτικής, ως ειδικός στα θέματα της εκπαίδευσης, αφού έχει και πολλές σπουδές σε αυτό το αντικείμενο.

3.5.4 Τιμολόγηση

Πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν ότι ένα ιδιωτικό σχολείο έχει υψηλά πάγια κόστη και χρειάζεται πολλούς μαθητές για να ξεκινήσει να πραγματοποιεί κέρδη. Για αυτόν τον λόγο και δεν επιλέχθηκε η στρατηγική ηγεσίας κόστους. Παρά την πανδημία, υπάρχει μία σταθερή και ανοδική πορεία των οικογενειών που επιλέγουν για τη φοίτηση των παιδιών τους τα ιδιωτικά εκπαιδευτήρια. Θεωρούν ότι με αυτό τον τρόπο επενδύουν στο μέλλον των παιδιών τους και περιμένουν πολλά οφέλη.

Ως συμπέρασμα από τα παραπάνω, το ιδιωτικό σχολείο αποφασίζει να χρησιμοποιήσει την τιμολογιακή πολιτική value positioning, δηλαδή η τιμή καθορίζεται με βάση την αξία που θεωρεί ότι λαμβάνει ο πελάτης. Είναι σύμφωνη με τις αντιλήψεις των καταναλωτών για την αξία του προϊόντος ή της υπηρεσίας. Λαμβάνει υπ' όψιν τον ανταγωνισμό και τα κόστη που έχει μια επιχείρηση για να διαμορφωθεί κατάλληλα η τιμή. Στην περίπτωση του υπό ίδρυση σχολείου για τις υπηρεσίες που προσφέρει, τις σύγχρονες εγκαταστάσεις και το εξειδικευμένο πρόγραμμα αθλητικών σπουδών, τα δίδακτρα θα αντιστοιχούν σε €7.900 ετησίως για τους μαθητές του Δημοτικού.

Με βάση τα παραπάνω και τη παρούσα ανάλυση το παρόν σχολείο θα εστιάσει στη διαφορετικότητα παρέχοντας το τρίπτυχο γνώση αθλητισμός και ενισχυτική γνώση, θα εστιάσει επίσης στη λογική παροχής υψηλών ποιότητας υπηρεσιών οπότε και υψηλή τιμή θα επιδιώξει να κατανοήσουν οι καταναλωτές ότι το παρόν σχολείο μπορεί να είναι πιο ακριβό αλλά με βάση ότι παρέχει είναι αρκετά οικονομικό, τούτο διότι σε άλλα σχολεία αναγκάζονται οι γονείς να πληρώσουν ξεχωριστά τον αθλητισμό, τα φροντιστήρια και τις ξένες γλώσσες και εν κατακλείδι πληρώνουν περισσότερα χρήματα αθροιστικά. Τέλος, η συνεργασία με Παιδικό Σταθμό και Νηπιαγωγείο οδηγεί στο πλεονέκτημα να παρέχονται συνδυαστικά πακέτα προσφορών για τους μαθητές που έχουν αδέρφια ή συγγενικά πρόσωπα που φοιτούν σε άλλες τάξεις ή δομές του εκπαιδευτηρίου.

Κεφάλαιο 4

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

4.1 Ταξινόμηση Πρώτων Υλών και Λοιπών Εφοδίων

Η γραφική ύλη που θα χρειαστεί το παρόν ιδιωτικό σχολείο για να λειτουργήσει, είναι χαρτιά και μελάνι φωτοτυπικού, ντοσιέ, μαρκαδόρους και σφουγγάρια για πίνακες, στυλό, μολύβια, γόμες κλπ. Σε αυτό το σημείο πρέπει να σημειωθεί, ότι θα δημιουργηθεί e - class, όπου οι μαθητές θα μπορούν να έχουν διαθέσιμο το διδακτικό υλικό οποιαδήποτε στιγμή επιθυμούν. Με αυτό τον τρόπο μειώνεται το κόστος των αναλώσιμων, το σχολείο αποκτά μία ευαισθητοποιημένη συμπεριφορά προς το περιβάλλον και το πιο σημαντικό είναι ότι διευκολύνει τους μαθητές. Τα καθαριστικά που χρειάζεται ένα σχολείο για να λειτουργήσει είναι γάντια, χλωρίνες, σφουγγαράκια, χαρτί και σαπούνι για τις τουαλέτες μαθητών και προσωπικού και λοιπά καθαριστικά. Θεωρείται απαραίτητο να διατίθεται σε διάφορα μέρη του σχολείου αντισηπτικό για την καλύτερη υγιεινή των μαθητών. Είναι πολύ σημαντικό, να λάβουμε υπ' όψιν ότι το σχολείο θα ξεκινήσει τη λειτουργία του στο Δημοτικό με δύο τμήματα των 18 ατόμων, στη συνέχεια το 2023 με δύο τμήματα των 20 ατόμων και το 2024 με δύο τμήματα των 22 ατόμων.

Το σχολείο χρειάζεται ρεύμα για τη λειτουργία του όλη τη διάρκεια της ημέρας, αλλά και τη νύχτα για τη φωταγώγησή του . Οι αίθουσες του σχολείου είναι εξοπλισμένες με διαδραστικούς πίνακες που χρειάζονται την παροχή ρεύματος για να λειτουργήσουν. Οι αίθουσες υπολογιστών και τα εργαστήρια διαθέτουν εξοπλισμό που χρειάζεται επίσης την παροχή ηλεκτρικού ρεύματος. Επειδή, όμως, σε περιπτώσεις διακοπής ρεύματος, η διδασκαλία των μαθημάτων μπορεί να υλοποιηθεί μέσω των βιβλίων δεν είναι αναγκαίο ένα σύστημα γεννητριών. Επίσης, πολύ σημαντικός είναι ο ηλεκτρισμός για το κυλικείο. Τέλος, το μόνο καύσιμο που χρειάζεται να υπολογιστεί είναι το φυσικό αέριο για τη λειτουργία των καλοριφέρ. Οι προμηθευτές θα επιλεγούν με βάση τα παρακάτω κριτήρια: αξιοπιστία, ποιότητα προϊόντων, εγγύτητα και τιμολόγηση, ταχύτητα ανταπόκρισης, μακροχρόνια συνεργασία. Παρακάτω γίνεται παράθεση σε σχέση με τα κόστη.

Πίνακας 4.1
Κόστος Εφοδίων 2022

ΕΦΟΔΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ
Γραφική Ύλη	€7.000
Καθαριστικά	€3.000
Ρεύμα	€10.000
Νερό	€4.000
Φυσικό Αέριο	€4.000
Σύνολο	€28.000

Πίνακας 4.2
Κόστος Εφοδίων 2023

ΕΦΟΔΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ
Γραφική Ύλη	€7.300
Καθαριστικά	€3.200
Ρεύμα	€10.500
Νερό	€4.100
Φυσικό Αέριο	€4.000
Σύνολο	€29.100

Πίνακας 4.3
Κόστος Εφοδίων 2024

ΕΦΟΔΙΑ	ΚΟΣΤΟΣ
Γραφική Ύλη	€7.350
Καθαριστικά	€4.270
Ρεύμα	€10.700
Νερό	€4.700
Φυσικό Αέριο	€4.000

Σε αυτό το σημείο πρέπει να σημειωθεί ότι για τον υπολογισμό του κόστους του ρεύματος έχουν συμπεριληφθεί και τα δημοτικά τέλη.

4.2 Εξοπλισμός

Κάθε αίθουσα θα πρέπει να είναι εξοπλισμένη με καρέκλες, θρανία, διαδραστικούς πίνακες, έδρα, βιβλιοθήκη και πίνακες ανακοινώσεων. Θα υπάρχουν αίθουσες όπου θα πραγματοποιούνται διδασκαλίες, εκτός των εργαστηρίων, όπου κάθε μία θα διαθέτει και πρόσθετο εξοπλισμό. Οι αίθουσες των εκπαιδευτικών, των υποδιευθυντών, των διευθυντών και του Γενικού Διευθυντή, καθώς το λογιστήριο και η γραμματεία θα διαθέτουν επίσης τον απαραίτητο εξοπλισμό, δηλαδή γραφεία, καρέκλες, και υπολογιστές. Το εργαστήριο υπολογιστών θα διαθέτει 23 υπολογιστές συμπεριλαμβανομένων οθόνη, κεντρική μονάδα, πληκτρολόγιο και ποντίκι. Με αυτό τον τρόπο οι μαθητές έρχονται σε άμεση επαφή με τον υπολογιστή, εξοικειώνονται με κάτι που είναι πολύ χρήσιμο τη σημερινή εποχή και αναγκαίο μετέπειτα στον χώρο εργασίας τους.

Η αίθουσα μουσικής θα περιλαμβάνει αρμόνιο, ντέφι, ντραμς, κιθάρες και φλογέρες για όλους τους μαθητές με τα οποία θα μπορούν να εξασκηθούν. Η βιβλιοθήκη θα περιλαμβάνει πλήθος βιβλίων που μπορούν να δανειστούν οι μαθητές για να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους και να διευρύνουν τους ορίζοντές τους. Το εστιατόριο θα περιλαμβάνει μία κουζίνα με τον απαραίτητο εξοπλισμό (ψυγείο, φούρνος μικροκυμάτων, ηλεκτρική κουζίνα κλπ.), καθώς και τραπέζια και καρέκλες.

Η αίθουσα εκδηλώσεων θα περιλαμβάνει διάφορα σκηνικά που θα βοηθούν στις θεατρικές παραστάσεις και καρέκλες για το κοινό που θα δίνει το παρόν στις εκδηλώσεις. Το ιδιωτικό σχολείο δίνει ιδιαίτερη έμφαση στην αθλητική εκπαίδευση των μαθητών, για αυτόν τον λόγο και καίριος στόχος του είναι να διαθέτει τις πιο σύγχρονες αθλητικές εγκαταστάσεις. Πιο συγκεκριμένα, θα στεγάζει γήπεδα ποδοσφαίρου, καλαθοσφαίρισης, πετοσφαίρισης, αντισφαίρισης, στίβου, κλειστό κολυμβητήριο, κλειστό γυμναστήριο και κλειστό γήπεδο καλαθοσφαίρισης. Το κλειστό γυμναστήριο θα περιλαμβάνει μονόζυγα, βαράκια, μπάλες, λάστιχα, βαράκια, διαδρόμους, στατικά ποδήλατα, ελλειπτικά, κλπ. Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στον έλεγχο των αθλητικών εγκαταστάσεων, καθότι προέχει η ασφάλεια των μαθητών. Ως εκ τούτου, για την ολοκλήρωση του συγκεκριμένου κεφαλαίου κρίνεται απαραίτητος ο υπολογισμός του αντίστοιχου κόστους. Παρακάτω παρατίθενται οι πίνακες με τα κόστη σε κάθε περίπτωση.

Πίνακας 4.4
Κόστος Τεχνολογίας και Εξοπλισμού

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ/ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ
Αίθουσες Διδασκαλίας	€115.000
Γραφεία Προσωπικού	€9.000
Εργαστήριο Υπολογιστών	€20.700
Εργαστήριο Φυσικών Επιστημών	€7.000
Αίθουσα Μουσικής	€2.500
Αίθουσα Καλλιτεχνικών	€2.500
Αθλητικές Εγκαταστάσεις	€8.300
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ	€165.000

Πίνακας 4.5
Κόστος Κατασκευής Εγκαταστάσεων

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	ΚΟΣΤΟΣ
Κεντρικό Κτίριο	€1.500.000
Κλειστό Κολυμβητήριο	€ 80.000
Κλειστό Γήπεδο Καλαθοσφαίρισης	€70.000
Έργα Εξωτερικού Χώρου	€10.000
Συνολικό Κόστος	€1.660.000

Πίνακας 4.6
Κόστος Βοηθητικού Εξοπλισμού

ΕΙΔΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ
Συσκευές Θέρμανσης	€66.690
Συσκευές Εστιατορίου	€1.600
Ανελκυστήρες	€15.500
Συσκευές Πυρασφάλειας	€14.880
Συνολικό Κόστος	€98.670

Από τους παραπάνω πίνακες μπορούμε να εξάγουμε το πόρισμα ότι ο ιδιοκτήτης θα δαπανήσει ένα σεβαστό ποσό χρημάτων για τη δημιουργία ενός εντυπωσιακού εκπαιδευτηρίου που θα πληροί όλες τις προδιαγραφές ενός σχολείου με σύγχρονους εξοπλισμούς.

Κεφάλαιο 5

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ

Το συνολικό κόστος επένδυσης εμπεριέχει κόστη που αφορούν ολόκληρο το επενδυτικό πλάνο και δε θα υπολογιστούν ξεχωριστά, όπως κόστη που αφορούν το οικόπεδο αλλά και άλλα κόστη και δαπάνες. Το συνολικό κόστος επένδυσης εμπεριέχει κόστη τεχνολογίας, εξοπλισμού, έργα πολιτικού μηχανικού κ.λπ. Παρακάτω γίνεται παρουσίαση των στοιχείων του Συνολικού Κόστους Επένδυσης.

Πίνακας 5.1

Υπολογισμός Κόστους Επένδυσης

ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ	
ΚΟΣΤΟΣ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΟΙΚΟΠΕΔΟΥ	€1.152.300
ΚΟΣΤΟΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ-ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ	€165.000
ΚΟΣΤΟΣ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	€1.660.000
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ	€3.119.470

Στη συνέχεια, παρατίθενται πίνακες στους οποίους θα γίνει αναφορά στις αποσβέσεις.

Πίνακας 5.2

Υπολογισμός Αποσβέσεων Τεχνολογίας-Εξοπλισμού

ΑΠΟΣΒΕΣΗ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗ ΑΠΟΣΒΕΣΗΣ	ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	ΑΝΑΠΟΣΒΕΣΤΗ ΑΞΙΑ
165.000	10%	16.500	16.500	148.500
165.000	10%	16.500	33.000	132.000
165.000	10%	16.500	49.500	115.500

Πίνακας 5.3

Υπολογισμός Αποσβέσεων Βοηθητικού Εξοπλισμού

ΑΝΑΠΟΣΒΕΣΤΑ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	ΑΝΑΠΟΣΒΕΣΤΗ ΑΞΙΑ
98.670	10%	9.867	9.867	88.803
98.670	10%	9.867	19.734	78.936
98.670	10%	9.867	29.601	69.069

Πίνακας 5.4

Υπολογισμός Αποσβέσεων Κατασκευής Εγκαταστάσεων

ΑΝΑΠΟΣΒΕΣΤΑ	ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΑΠΟΣΒΕΣΗΣ	ΕΤΗΣΙΑ ΑΠΟΣΒΕΣΗ	ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	ΑΝΑΠΟΣΒΕΣΤΗ ΑΞΙΑ
1.660.000	10%	166.000	166.000	1.494.000
1.660.000	10%	166.000	332.000	1.328.000
1.660.000	10%	166.000	498.000	1.162.000

Η χρηματοδότηση του σχολείου ανέρχεται σε €3.119.470, αυτό σημαίνει ότι μέρος της θα καλυφθεί από δάνειο.

Πίνακας 5.5

Στοιχεία δανεισμού

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΑΝΕΙΟΥ	
ΑΡΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	€2.000.000
ΕΠΙΤΟΚΙΟ	6,45%
ΕΚΤΟΚΙΣΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΔΟΙ	25
ΔΟΣΗ ΔΑΝΕΙΟΥ	€163.205

Εν συνεχεία, στον Πίνακα 5.6 θα γίνει αναφορά στα τοκοχρεολύσια.

Πίνακας 5.6
Τοκοχρεολύσια

ΕΤΗ	ΑΡΧΙΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΠΛΗΡΩΜΗ	ΚΑΤΑΒΑΛΛΟΜΕΝΟΙ ΤΟΚΟΙ	ΚΑΤΑΒΟΛΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	ΤΕΛΙΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ
2022	2.000.000	163.205	129.000	34.205	1.965.795
2023	1.965.795	163.205	126.794	36.411	1.929.383
2024	1.929.383	163.205	124.445	38.760	1.890.623

Συνεχίζοντας, θα προβούμε στα κόστη πωληθέντων.

Πίνακας 5.7
Κόστος πωληθέντων

ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	2022	2023	2024
ΚΟΣΤΟΣ ΕΦΟΔΙΩΝ	28.000	29.100	31.020
ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΥ ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ	1.538.700	1.538.700	1.538.700
ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟΣΒΕΘΕΝΤΩΝ ΠΑΓΙΩΝ	196.717	196.717	196.717
ΚΟΣΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	10.000	7.500	5.000
ΤΟΚΟΙ ΔΑΝΕΙΟΥ	129.000	126.794	124.445
ΓΒΕ	11.500	11.750	11.950
ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ	1.913.917	1.910.561	1.907.832

Παρακάτω γίνεται αναφορά στην Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης για τα έτη 2022,2023,2024.

Πίνακας 5.8
Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεων

	2022	2023	2024
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	4.108.800	5.098.200	5.664.600
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	1.913.917	1.910.561	1.907.832
ΜΙΚΤΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΜΑ	2.194.883	3.187.639	3.756.768

Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στη διάθεση αποτελεσμάτων.

Πίνακας 5.9
Διάθεση αποτελεσμάτων

	2022	2023	2024
ΜΙΚΤΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ	2.194.883	3.187.639	3.756.768
ΜΕΙΟΝ ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ(24%)	526.772	765.033	901.624
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΘΕΣΗ	1.668.111	2.442.606	2.855.144

Τα κέρδη διανέμονται ως ακολούθως:

Πίνακας 5.10
Διανομή Κερδών

ΔΙΑΘΕΣΗ ΚΕΡΔΩΝ	2022	2023	2024
ΤΑΚΤΙΚΟ	83.406	121.130	142.757
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ (5%)			
ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΕΙΣ ΝΕΟ	1.584.706	2.301.476	2.712.386

Στον πίνακα που ακολουθεί θα γίνει η παράθεση του Ενεργητικού και του Παθητικού για τα 3 έτη.

Πίνακας
5.11 Ενεργητικό/Παθητικό 2022

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			ΠΑΘΗΤΙΚΟ		
	ΑΞΙΑ ΚΤΗΣΕΩΣ	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	ΑΝΑΠΟΣΒΕΣΤΗ ΑΞΙΑ		
ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ				ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	43.500	4.350	39.150	ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				ΚΑΤΑΒΕΒΛΗΜΕΝΟ	1.119.470
ΕΝΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ				ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
ΓΗΠΕΔΑ-ΟΙΚΟΠΕΔΑ	1.152.300	-	1.152.300	ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ	83.406
ΚΤΙΡΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΑ ΕΡΓΑ	1.660.000	166.000	1.494.000	ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΕΙΣ ΝΕΟ	1.584.706
ΜΗΧ/ΚΟΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	263.670	26.367	237.303	ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	2.787.581
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			2.922.753	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ	1.965.795
ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ					
ΤΑΜΕΙΟ			1.830.623	ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	1.965.795
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			1.830.623		
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			4.753.376	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	4.753.376

Πίνακας 5.12
Ενεργητικό/Παθητικό 2023

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	ΑΞΙΑ ΚΤΗΣΕΩΣ	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	ΑΝΑΠΟΣΒΕΣΤΗ ΑΞΙΑ	ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	43.500	8.700	34.800	ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				ΚΑΤΑΒΕΒΛΗΜΕΝΟ	1.119.470
ΕΝΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ				ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
ΓΗΠΕΔΑ-ΟΙΚΟΠΕΔΑ	1.152.300		1.152.300	ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ	204.536
ΚΤΙΡΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΑ ΕΡΓΑ	1.660.000	332.000	1.328.000	ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΕΙΣ ΝΕΟ	3.886.181
ΜΗΧ/ΚΟΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	263.670	52.734	210.936	ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	5.210.187
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			2.726.036	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ	1.929.383
ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ					
ΤΑΜΕΙΟ			4.413.534	ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	1.929.383
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			4.413.534		
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			7.139.570	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	7.139.570

Πίνακας 5.13
Ενεργητικό/Παθητικό 2024

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			ΠΑΘΗΤΙΚΟ		
	ΑΞΙΑ ΚΤΗΣΕΩΣ	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	ΑΝΑΠΟΣΒΕΣΤΗ ΑΞΙΑ		
ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ				ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	43.500	13.050	30.450	ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ				ΚΑΤΑΒΕΒΛΗΜΕΝΟ	1.119.470
ΕΝΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ				ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ
ΓΗΠΕΔΑ-ΟΙΚΟΠΕΔΑ	1.152.300	-	1.152.300	ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ	347.293
ΚΤΙΡΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΑ ΕΡΓΑ	1.660.000	498.000	1.162.000	ΥΠΟΛΟΙΠΟ ΕΙΣ ΝΕΟ	6.598.567
ΜΗΧ/ΚΟΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	263.670	79.101	184.569	ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	8.065.330
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			2.498.869	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			2.529.319	ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ	1.890.623
ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ					
ΤΑΜΕΙΟ			7.426.635	ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	1.890.623
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝΤΟΣ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			7.426.635		
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			9.955.954	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	9.955.954

Πίνακας 5.14
Προβλεπόμενοι Πίνακες Χρηματικών Ροών 2022-2024

ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ				
		2022	2023	2024
ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΙΣΡΟΕΣ				
ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΣ	3.119.470	0	0	0
ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΠΩΛΗΣΕΙΣ	0	4.108.800	5.098.200	5.664.600
ΣΥΝΟΛΟ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΕΙΣΡΟΩΝ	3.119.470	4.108.800	5.098.200	5.664.600
ΧΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΕΚΡΟΕΣ				
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.119.470	0	0	0
ΚΟΣΤΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ		1.717.200	1.713.844	1.711.115
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ		526.772	765.033	901.624
ΤΟΚΟΧΡΕΩΛΥΣΙΑ		163.205	163.205	163.205
ΤΑΚΤΙΚΟ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΟ		83.406	121.130	142.757
ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ	0	1.618.217	2.334.987	2.745.898
ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΟ ΤΑΜΕΙΑΚΟ ΥΠΟΛΟΙΠΟ	0	1.618.217	3.953.205	6.699.103

Πίνακας 5.15
Κατάσταση Ταμειακών Ροών

	2022	2023	2024
Ταμείο Αρχής Χρήσης	0	1.830.623	4.413.534
(+) Πωλήσεις	4.108.800	5.098.200	5.664.600
(-) Κόστος Πωληθέντων	1.913.917	1.910.561	1.907.832
(+) Αποσβέσεις	196.717	196.717	196.717
(-) Πληρωμές Δανείων	34.205	36.411	38.760
(-)Φόροι	526.772	765.033	901.624
(-)Κεφαλαιουχικές Δαπάνες	3.119.470	0	0
(+)Μετοχικό Κεφάλαιο	1.119.470	0	0
(+) Δανεισμός	2.000.000	0	0
Ταμείο Τέλους Χρήσης	1.830.623	4.413.534	7.426.635

Πίνακας 5.16
Υπολογισμός Κερδών

ΕΤΟΣ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ	ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩ ΓΗΣ	ΤΟΚΟΙ	ΚΕΡΛΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	ΦΟΡΟΣ	ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΛΗ
2022	4.108.800	1.913.917	129.000	2.323.883	557.732	1.766.151
2023	5.098.200	1.910.561	126.794	3.314.433	795.464	2.518.969
2024	5.664.600	1.907.832	124.445	3.881.213	931.491	2.949.722

Εν κατακλείδι, λοιπόν, με γνώμονα όλα τα παραπάνω στοιχεία, διαπιστώνεται ότι η επένδυση είναι εφικτό να καταστεί κερδοφόρα μέσα στην επόμενη τριετία.

Επίλογος-Συμπεράσματα

Ολοκληρώνοντας την παρούσα μελέτη είναι εφικτό να διαπιστωθεί ότι το παρόν ιδιωτικό Δημοτικό Σχολείο εστιάζει σε μία ανταγωνιστική περιοχή. Όμως, λαμβάνοντας ως δεδομένο τον καλό σχεδιασμό και την πρωτοτυπία – εστιάζοντας στην παροχή αθλητικών δράσεων, εξειδικευμένης ενισχυτικής διδασκαλίας αλλά και εκτενή και εστιασμένη εκπαίδευση σε επίπεδο ξένων γλωσσών – θα μπορέσει να διαφοροποιηθεί, να αποκτήσει διακριτό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να καταστεί ηγέτης στο τμήμα της αγοράς που έχει επιλέξει να εστιάσει, το οποίο αναφέρεται σε άτομα που μπορούν να πληρώσουν πιο ακριβά τις υπηρεσίες του, προκειμένου να έχουν υψηλό επίπεδο παρεχόμενων υπηρεσιών.

Επιπρόσθετα, η επένδυση θα γίνει σε ίδιο χώρο και θα πλαισιωθεί από Παιδικό Σταθμό και Νηπιαγωγείο – καθετοποιημένη δομή – τα οποία θα ιδρυθούν από τις αδερφές του ιδιοκτήτη, διαθέτοντας τις γνώσεις για να διαχειριστούν την παρούσα επιχειρηματική δραστηριότητα. Θα προάγουν την ίδια εκπαιδευτική αντίληψη, τις ίδιες αξίες και τα ίδια ιδανικά. Κατά συνέπεια, θα δημιουργήσουν ένα σταθερό κλίμα για τις οικογένειες και τα παιδιά τους, που θα ξεκινάει από τη βρεφική ηλικία φτάνοντας την έναρξη της εφηβείας, γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό για την τρυφερή αυτή ηλικία.

Παράλληλα, η επένδυση θα είναι αρκετά υψηλή για αυτόν τον λόγο ο ιδιοκτήτης πέρα από τα ίδια κεφάλαια θα προβεί και στη λήψη δανείου, το οποίο θα βοηθήσει τον επιχειρηματία στην υλοποίηση του μεγαλεπήβολου σχεδίου, ο οποίος θέλει να δημιουργήσει ένα σχολείο εντελώς διαφορετικό, πιο καινοτόμο και πιο δημιουργικό σε σχέση με τα υπόλοιπα της περιοχής.

Αξίζει να υπογραμμιστεί, πως το Χαλάνδρι δε διαθέτει ιδιωτικό Δημοτικό Σχολείο, ωστόσο, όμως, υπάρχουν ιδιωτικά Δημοτικά στο Μαρούσι, τη Φιλοθέη και στην Αγία Παρασκευή, δηλαδή αρκετά κοντά στο Χαλάνδρι. Για αυτό τον λόγο αναφέρεται ότι ο ανταγωνισμός είναι υψηλός και πρέπει το σχολείο να βρει ένα σημείο αναφοράς, το οποίο θα το βοηθήσει να καταστεί μοναδικό αναφορικά με τις υπηρεσίες που παρέχει.

Συν τοις άλλοις, θα επιδιώξει να λειτουργήσει όσο πιο οργανωμένα γίνεται, ώστε να μπορέσει μέσα σε εύλογο χρονικό διάστημα να καταφέρει να γράψει τον απαιτούμενο αριθμό των μαθητών που χρειάζεται. Με αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση θα καταστεί πέρα από ανταγωνιστική και κερδοφόρα, θέτοντας τις βάσεις για να αναδειχθεί μία αποδοτική και ευρύτερα βιώσιμη επιχείρηση, η οποία θα αποτελεί πρότυπο για την περιοχή καλύπτοντας αποτελεσματικά τις ανάγκες των κατοίκων παρέχοντας υψηλή ποιότητα

υπηρεσιών στα παιδιά τους.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

- ΔΗΜΟΣ ΧΑΛΑΝΔΡΙΟΥ (2021) *Σχολική επιτροπή πρωτοβάθμιας*, Ανάκτηση από: <https://www.chalandri.gr/yphresies/paideia-prosxoliki-agogi/sxoliki-epitropi-protovathmias/> [Πρόσβαση 1-12-2021]
- ΔΗΜΟΣ ΧΑΛΑΝΔΡΙΟΥ.(2021) *Απογραφικά στοιχεία Χαλανδρίου*, Ανάκτηση από: <https://www.chalandri.gr/dhmos/h-istoria/apografika-stoixeia/>[Πρόσβαση 1-12-2021]
- ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΗΡΙΑ ΔΙΟΝΥΣΙΟΣ ΣΟΛΩΜΟΣ.(2021) *Προφίλ Σχολείου*, Ανάκτηση από: <https://www.dsolomos.gr/>[Πρόσβαση 18-11-2021]
- ΕΛΛΗΝΟΓΑΛΛΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΟΥΡΣΟΥΛΙΝΩΝ.(2021) *Προφίλ Σχολείου* Ανάκτηση από: <https://www.ursulines.gr/>[Πρόσβαση 18-11-2021]
- ΕΣΥΕ.(2020) *Δήμος Χαλανδρίου*, Ανάκτηση από: <https://www.statistics.gr/demographic-data/>[Πρόσβαση 30-11-2021]
- ΙΟΝΙΟΣ ΣΧΟΛΗΣ.(2021) *Προφίλ Σχολείου* <https://www.ionios.gr/>[Πρόσβαση 18-11-2021]
- Καζάζης, Ν.(2012) *Μάρκετινγκ για αποτελεσματικές πωλήσεις*, Αθήνα: Εκδόσεις Μπένος
- Μάλλιαρης, Π.(2011) *Marketing Management*, Αθήνα: Εκδόσεις Μπένος
- Παπαδάκης, Ν.(2012) *Στρατηγική των επιχειρήσεων*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης
- Τζωρτζάκης, Δ.,& Τζωρτζάκη, Α.(2011) *Οργανωτική Συμπεριφορά*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης

Ξένη

- Barney, J.B. and Hesterly, W.S. (2006). *Strategic Management and Competitive Advantage: Concepts and Cases*, NJ: Pearson Education
- Kotler, P.,&Armsteong, G.(2011) *Marketing management*, Athens: Rosili Publication

Διαδικτυακοί Τόποι

www.googlemaps.gr