



ΕΘΝΙΚΟ ΚΑΙ ΚΑΠΟΔΙΣΤΡΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΦΥΣΙΚΗΣ ΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΥ
ΤΟΜΕΑΣ ΑΘΛΟΠΑΙΔΙΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

“Business Plan Baby Tennis Academy 3 έως 6 ετών”

Καλλιανίδου Αθηνά

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Αγρότου Στέλλα

ΑΘΗΝΑ, ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2022

*Ιδιαίτερες ευχαριστίες θα ήθελα να απευθύνω στην καθηγήτρια Αγρότου
Στέλλα, για την πολύτιμη συνεισφορά της στην πραγμάτωση αυτής της
έρευνας, τόσο με τις γνώσεις και την αρωγή της όσο και με την ατελείωτη
διάθεσή της για ουσιαστική βοήθεια.*

© Copyright
Καλλιανίδου Αθηνά
Σχολή Επιστήμης Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού
Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
Εθνικής Αντιστάσεως 41, 172 37, Δάφνη, Αθήνα

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Περίληψη	σελ. 4
I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	σελ.5
II. ΑΝΑΣΚΟΠΙΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ.....	σελ.6
2.1. Τα χαρακτηριστικά ενός business plan	σελ.6
2.2. Λόγοι που κρίνεται απαραίτητο για μια επιχείρηση να οργανώσει business plan.....	σελ.7
2.3. Αναφορά στις εξελίξεις του αθλήματος της αντισφαίρισης.	σελ.9
III. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	σελ.11
3.1. Το όραμα.....	σελ.11
3.2. Αποστολή.....	σελ.12
3.3. Αρχές και αξίες.....	σελ.13
3.4. Προσφερόμενες υπηρεσίες.....	σελ.14
3.5. Περιγραφή των ικανοτήτων της επιχείρησης.....	σελ.15
IV. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	σελ.16
4.1. Οι πέντε δυνάμεις του PORTER.....	σελ.16
V. MARKETING PLAN.....	σελ.19
VI. ΣΥΝΤΟΙΜΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	σελ.21
VII. ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ.....	σελ.22
VIII. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ	σελ.23
IX. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	σελ.24

Business Plan Baby Tennis Academy 3 έως 6 ετών

Περίληψη

Η παρούσα μελέτη αποβλέπει στη διερεύνηση της σκοπιμότητας και της βιωσιμότητας της επιχειρηματικής δραστηριότητας που αφορά στην εκμάθηση του αθλήματος της αντισφαίρισης σε παιδιά 3 έως 6 ετών. Τούτο διότι το άθλημα της αντισφαίρισης γνωρίζει πλέον ιδιαίτερη προβολή και δημοφιλία εξ' αιτίας των επιτυχιών σε παγκόσμιο επίπεδο των Ελλήνων αθλητών Στέφανου Τσιτσιπά και Μαρίας Σάκαρη. Η αυξανόμενη ζήτηση για υπηρεσίες αντισφαίρισης φέρνει στο προσκήνιο της αγοράς νέες ανάγκες διαπιστώνοντας εύκολα έτσι ένα κενό στην εν λόγω αγορά. Με τη σύνταξη ενός Business Plan εξετάζεται εύκολα και εκτενώς η βιωσιμότητα της επιχειρηματικής ιδέας, οι απαιτήσεις μια τέτοιας οργάνωσης, καθώς και λύσεις σε πιθανά προβλήματα που ενδέχεται να προκύψουν. Μελετάται και ακολουθείται σχετική βιβλιογραφία καθώς και εναλλακτικά σενάρια ανάπτυξης της ιδέας. Η ανάγκη για την οργάνωση ενός business plan είναι ξεκάθαρη και κρίνεται απαραίτητη καθώς διαφαίνεται η δομή και οι στόχοι και η γενικότερη οργάνωση της επιχείρησης (Παπαδάκης, 2012).

Λέξεις κλειδιά: Baby Tennis, αθλητισμός στην βρεφική και νηπιακή ηλικία, business plan, επιχειρηματική δραστηριότητα νεοφυών επιχειρήσεων, business plan baby tennis

Ι ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Είναι γνωστό ότι ο αθλητισμός συνεισφέρει στην υγεία των ανθρώπων σε όλα τα επίπεδα (πνευματικό, σωματικό, ψυχικό) και προσφέρει άπειρα οφέλη. Άθλημα της αντισφαίρισης είναι ένα άθλημα όπως έχει χαρακτηριστεί για μία ζωή, καθώς δεν γνωρίζει όριο ηλικίας. Με το τένις μπορούν να απασχοληθούν άτομα όλων των ηλικιών και των δυνατοτήτων καθώς δεν προσθέτει καμία επιβάρυνση στο σώμα. Για τον λόγο αυτό μπορούν να αθληθούν παιδιά μικρής ηλικίας από 3 κιόλας ετών. Η άθληση στην συγκεκριμένη ηλικία παρουσιάζει αρκετά κενά και φαίνεται να έχει αρκετές ελλείψεις, καθώς δεν είναι ευρέως διαδεδομένο το baby tennis σε παιδιά ηλικίας 3-6 ετών. Το κενό αυτό έρχεται να καλύψει η εν λόγω πτυχιακή εργασία συντάσσοντας ένα business plan (μια οργανωτική δομή) μιας επιχείρησης που αφορά την εκμάθηση της τεχνικής της αντισφαίρισης σε μικρά παιδιά μελετώντας κάθε πτυχή της δραστηριότητας αυτής.

Π ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

2.1. Τα χαρακτηριστικά ενός business plan

Το Business Plan, ή αλλιώς ο «Επιχειρησιακός Προγραμματισμός» αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα του στρατηγικού της σχεδιασμού της επιχειρηματικής ιδέας, καθώς συμβάλλει στην επιτυχία του μακροπρόθεσμου σχεδιασμού της επιχείρησης (Παπαδάκης, 2012).

Πιο συγκεκριμένα με τον όρο business plan εννοούμε ένα επιχειρηματικό σχέδιο που περιγράφει με λεπτομέρεια, ακρίβεια, και εμπειριστατωμένο τρόπο την λειτουργία και τη δομή της επιχείρησης καθώς και το marketing plan που θα ακολουθήσει. Μέσα από ένα business plan φαίνεται με μεγάλη λεπτομέρεια η ακριβή λειτουργία της επιχείρησης, η κατάσταση στην οποία βρίσκεται στην παρούσα φάση, το όραμα της, οι αρχές και οι αξίες και οι στρατηγικοί στόχοι που πρόκειται να πετύχει.

Μέσα από αυτό τον προγραμματισμό δίνεται η δυνατότητα σε νέους επιχειρηματίες να οργανώσουν τις διαδικασίες που είναι απαραίτητες για την διάρθρωση της επιχείρησής του. Όλες οι επιχειρήσεις ανεξαρτήτου μεγέθους χρειάζονται ένα business plan καθώς έτσι ρυθμίζονται οι αποφάσεις για όλες τις πτυχές της εταιρίας. Με τον τρόπο αυτό ο εκάστοτε επιχειρηματίας μπορεί να προβλέψει τη βιωσιμότητα της επιχείρησης στα επόμενα χρόνια θέτοντας εξ αρχής γερές βάσεις καθώς και δίνεται η δυνατότητα να προσαρμόζεται γρήγορα και αποτελεσματικά στις ανάγκες της αγοράς. Θα μπορούσε κάποιος να το χαρακτηρίσει ως ένα δίαυλο επικοινωνίας, που είναι σχεδιασμένο με τέτοιο τρόπο ώστε να παρέχει επαρκή πληροφόρηση σε πιθανούς παραλήπτες του, είτε αυτοί είναι επενδυτές, είτε υποψήφιοι συνεταιίροι, είτε διοικητική ομάδα, είτε προσωπικό ή ακόμα και κρατικοί φορείς.

Ένα ακόμα πολύ βασικό χαρακτηριστικό ενός business plan είναι η δυνατότητα να έχει ο επιχειρηματίας γνώση εξ αρχής για το cash flow της επιχείρησης του. Μπορεί να κρίνει πότε είναι η σωστή ώρα να επενδύσει σε ένα έργο, ή να προβεί σε άνοιγμα μιας νέας αγοράς, αλλά και να είναι σε θέση να περιορίσει το άνοιγμα της επιχείρησης αν αυτό αποβαίνει εξοδofόρο. Σε κάθε περίπτωση ο επιχειρηματίας είναι σε θέση να γνωρίζει ακριβώς πότε πρέπει να κάνει κάθε κίνηση χωρίς να αποβαίνει ζημιογόνα για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης (Hyerim et al., 2016).

Είναι πολύ σημαντικό το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να είναι γραμμένο με τέτοιο σαφή, περιεκτικό και κατανοητό τρόπο έτσι ώστε να λειτουργεί σαν ένα εγχειρίδιο

για κάποιον πιθανό επενδυτή, ή για κάποιον πιθανό αγοραστή που τυχόν να θέλει να έχει γνώση για το παρελθόν της επιχείρησης (οικονομικά στοιχεία, τυχόν δικαστήρια που εκκρεμούν κ.α.) (Turini et al., 2016, MacKintosh, 2008). Πρόκειται εξίσου για ένα έγγραφο το οποίο πρέπει συνεχώς να ενημερώνεται. Δεδομένου του ότι δεν υπάρχει καμία σταθερότητα στο κοινωνικό, το οικονομικό και το πολιτικό περιβάλλον του επιχειρησιακού κόσμου, πρέπει συνεχώς το business plan να βρίσκεται σύμφωνο με τις ακολουθεί πιστά τις εξελίξεις (Finch, 2002).

Το επιχειρηματικό σχέδιο ορίζεται εξίσου ως η περίληψη των κινήσεων και δραστηριοτήτων του ιδιοκτήτη, του διευθυντή ή ενός επιχειρηματία μιας επιχείρησης με σκοπό την οργανωμένη και ενδεδειγμένη πρόβλεψη όλων των πιθανών παραμέτρων.

Στο επιχειρηματικό σχέδιο είναι απαραίτητο να αναγράφεται μεταξύ άλλων βασικά στοιχεία της εταιρίας, ο ιδρυτής, η ιστορία, οι στόχοι, η τεχνολογία που χρησιμοποιεί, η αγορά στην οποία απευθύνεται, οι στόχοι που αποβλέπει, ο ανταγωνισμός με τον οποίο έρχεται στην παρούσα φάση αντιμετώπιση η εταιρία, τα οικονομικά στοιχεία καθώς και λεπτομερή περιγραφή των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρει στο καταναλωτικό κοινό.

Δημιουργώντας ένα επιχειρηματικό σχέδιο για μία επένδυση, δεν είναι πανάκεια ότι θα υλοποιηθεί η ιδέα στην παρούσα χρονική στιγμή. Το business plan πρέπει να γραμμένο με τέτοιο λεπτομερή και ακριβή τρόπο που να μπορεί να αξιοποιηθεί και να διαβαστεί ακόμα και μετά από χρόνια.

2.2. Λόγοι που κρίνεται απαραίτητο για μια επιχείρηση να οργανώσει Business Plan

Η συγγραφή ενός Business Plan είναι μια διαδικασία αρκετά χρονοβόρα και κοπιαστική, αλλά δεν μπορεί κανείς να αμφιβάλλει για την προφορά του στην επιχείρηση. Οι επιχειρήσεις που σέβονται τους εργαζομένους και τους πελάτες τους, ακολουθούν με θρησκευτική ευλάβεια την εργατική και τη φορολογική νομοθεσία. Μέσα από το business plan διαφαίνεται επίσης η νομική μορφή της εταιρίας, και τίθενται όλες οι κατευθύνσεις σχετικά με την ασφάλεια του προσωπικού και την υγιεινή του περιβάλλοντος όπως αυτές καθορίζονται από το νόμο (www.epixeiro.gr, 2011).

Όλα είναι καλύτερα να είναι «επι του χάρτου», καθώς εξίσου και “*verba volant, scripta manent*”. Όσο καινοτόμα και προσοδοφόρα και να ακούγεται η ιδέα ενός επιχειρηματία, όσο μεγάλο κεφάλαιο και αν έχει να επενδύσει, αν δεν είναι οργανωμένη η ιδέα με σαφή και κατανοητό τρόπο πρόκειται για άδικο χρόνο και πεταμένα κεφάλαια. Για να υπάρχει αποτέλεσμα πρέπει να υπάρχει οργάνωση. Η οργάνωση δεν μπορεί να είναι θεωρητική. Πρέπει να είναι γραμμένη με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι επαρκώς ξεκαθαρισμένες όλες οι απαιτήσεις της επιχείρησης και να είναι ομαδοποιημένες οι ανάγκες του κάθε τμήματος για να αποφεύγεται η σύγχυση.

Βασικός λόγος που ένας επιχειρηματίας πρέπει να οργανώσει ένα επιχειρηματικό σχέδιο, είναι η συμμετοχή σε κάποια προγράμματα επιδότησης που προσφέρει το κράτος σε συνδυασμό με τις τράπεζες. Είναι πολύ σημαντικό το κράτος να μπορεί να στηρίξει νέους επαγγελματίες στα πρώτα βήματα της καριέρας τους, να ενισχύσει την επιχειρηματική κοινότητα και το “επιχειρήν” γενικότερα. Βασική προϋπόθεση συμμετοχής και λήψης της χρηματοδότησης είναι η κατάθεση ενός Business Plan από τον εν δυνάμει ιδιοκτήτη της επιχείρησης. Το εν λόγω επιχειρηματικό σχέδιο για να εγκριθεί και να χρηματοδοτηθεί θα πρέπει να είναι άριστα δομημένο, με καταγεγραμμένες όλες τις παραμέτρους της μελλοντικής επιχείρησης, να είναι εξίσου αληθές και έγκυρο.

Η συγγραφή ενός αξιόπιστου επιχειρηματικού σχεδίου φαίνεται να είναι απαραίτητη προϋπόθεση τόσο για κάποιον νέο για να επανδρώσει τη δική του επιχείρηση, αλλά και για κάποιον ο οποίος θα ήθελε να επενδύσει σε νέες υπηρεσίες και προϊόντα στην ήδη υπάρχουσα επιχείρηση του εξασφαλίζοντας επαρκή χρηματοδότηση από venture capitals, τραπεζικά ιδρύματα ή / και ευρωπαϊκά - εθνικά χρηματοδοτούμενα προγράμματα (Hopp & Greene 2016).

Μέσα από το επιχειρηματικό σχέδιο διαφαίνεται η “προσωπικότητα” της εταιρίας. Καθορίζεται το όραμα της επιχείρησης, οι στόχοι και τα βασικά χαρακτηριστικά της. Είναι απαραίτητο να φαίνεται ο προσανατολισμός της επιχείρησης στο μέλλον, καθώς οι προθέσεις του οργανισμού είναι που συγκινούν και ενθουσιάζουν τους πελάτες, τους εργαζόμενους, τους συνεργάτες, έτσι ώστε να δημιουργείται κίνητρο για να ενισχύονται η θέληση και οι προσπάθειες προς την επιτυχία (Tona, 2013). Κάθε επιχείρηση που σέβεται τους καταναλωτές της, και ενδιαφέρεται για την βιωσιμότητά της ανα τα χρόνια, οφείλει να έχει κάνει ξεκάθαρο στους πελάτες, τους προμηθευτές και τους συντελεστές της (stakeholders) την ακριβή αποστολή της και τους στόχους της (Haag, 2013). Τέλος σε ένα Business Plan δεν μπορεί να λείπουν οι στρατηγικοί στόχοι της επιχείρησης. Οι τελευταίοι είναι αυτοί οι οποίοι θα καθορίζουν την διαφορετική προσέγγιση στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που θα φέρουν στην αγορά, τις διοικητικές αποφάσεις και τις ενέργειες που θα φέρουν το αναμενόμενο αποτέλεσμα στην εταιρία.

Το επιχειρηματικό πλάνο είναι σημαντικό καθώς δίνεται η δυνατότητα του συλλόγου να αναλύσει την αγορά - στόχο που πρόκειται να αναπτυχθεί προσαρμόζοντας έτσι όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες διαμορφωμένες στις ανάγκες και την κουλτούρα των πελατών και να καθοριστεί ποιο θα είναι το target group. Για να επιβιώσει η επιχείρηση ανά τα χρόνια και να βρίσκεται πάντα στο πλευρό του πελάτη δεν αρκεί μόνο να υπόσχεται καλές τιμές και ασυναγώνιστη ποιότητα, αλλά πρέπει να είναι εκεί για να ανακαλύψει την ανάγκη του καταναλωτή και να του προσφέρει αυτό που ο ίδιος πρόκειται να ζητήσει. Να προβλέπει, να προλαβαίνει και να προσαρμόζεται με ταχύτερους ρυθμούς στις ανάγκες των πελατών. Το Business Plan δίνει τις βάσεις και τις κατευθύνσεις για το σωστό marketing plan που κρίνεται εξίσου απαραίτητο δημιουργώντας μια σχέση αλληλεπίδρασης και αλληλεξάρτησης. Μέσα από το επιχειρηματικό σχέδιο μελετώνται τα χαρακτηριστικά των καταναλωτών

δημιουργώντας έτσι ιδανικές προϋποθέσεις για την απόκτηση του επιθυμητού μεριδίου στην αγορά, μένοντας πιστοί ακόλουθοι των συνεχώς ανανεωμένων τεχνολογικών εξελίξεων αλλά και δημιουργώντας παράλληλα ένα καλό τροχοπέδη για τη συγγραφή του marketing plan (Amstrong & Kotler 2009).

Τέλος, βασικός λόγος οργάνωσης ενός Business Plan είναι ο έλεγχος των οικονομικών παραμέτρων. Πιο συγκεκριμένα, μέσα από το καλά οργανωμένο επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί εύκολα κάποιος να συγκεντρώσει το ήδη υπάρχον οικονομικό κεφάλαιο, να οργανώσει αποτελεσματικά τις πηγές εσόδων και εξόδων, να είναι προετοιμασμένος έχοντας προβλέψει δυστοκίες ή αλλαγές στον κοινωνικό - οικονομικό χώρο. Δίνεται η δυνατότητα στον επιχειρηματία να έχει σχεδόν απόλυτη γνώση των πόρων και τον κεφαλαίων που έχει στη διάθεσή του παίρνοντας έτσι πιο σωστές αποφάσεις για μελλοντικές επενδύσεις που θα του αποφέρουν μακροπρόθεσμα κέρδη, ενώ αυξάνονται οι πιθανότητες από κάποιους με την οικονομική δυνατότητα να επενδύσουν στην επιχείρηση. (Lehman. 1996).

Η δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου συμβάλει στην καλύτερη οργάνωση των χρηματοοικονομικών μιας επιχείρησης. Μπορεί εύκολα κάποιος να συγκεντρώσει το ήδη υπάρχον οικονομικό κεφάλαιο, να οργανώσει αποτελεσματικά τις πηγές εσόδων και εξόδων, να είναι προετοιμασμένος έχοντας προβλέψει δυστοκίες ή αλλαγές στον κοινωνικό -οικονομικό χώρο. Δίνεται η δυνατότητα στον επιχειρηματία να έχει σχεδόν απόλυτη γνώση των πόρων και τον κεφαλαίων που έχει στη διάθεσή του παίρνοντας έτσι πιο σωστές αποφάσεις για μελλοντικές επενδύσεις που θα του αποφέρουν μακροπρόθεσμα κέρδη, ενώ αυξάνονται οι πιθανότητες από κάποιους με την οικονομική δυνατότητα να επενδύσουν στην επιχείρηση. (Humphreys et al., 1988)

2.3. Αναφορά στις εξελίξεις του αθλήματος της αντισφαίρισης

Το άθλημα το τένις έχει χαρακτηριστεί ως «άθλημα για μια ζωή». Τον τίτλο αυτό δεν τον έχει πάρει τυχαία το άθλημα, καθώς θεωρείται ένα από τα λίγα αθλήματα τα οποία μπορεί να συμμετάσχει όλος ο κόσμος ανεξάρτητα ηλικίας. Το άθλημα της αντισφαίρισης συμβάλει στην βελτίωση της καρδιαγγειακής υγείας, την ψυχολογία των ασκούμενων, στην αύξηση της σωματικής αντοχής καθώς και στην απώλεια βάρους. Επιπροσθέτως αναπτύσσεται η πειθαρχία και οι στρατηγικές ικανότητες του αθλητή, συμβάλλει εξίσου στη μείωση του άγχους, και μεταξύ άλλων μπορεί να διδάξει σε ένα παιδί υπευθυνότητα, κοινωνικότητα και δημιουργικότητα. Ενισχύει εξίσου τον αυτοέλεγχο, την αυτοσυγκέντρωση, την αυτοεκτίμηση και την αυτοπεποίθηση ενός παιδιού, και εφήβου που είναι βασικές αρχές για την ανατροφή κάθε μελλοντικού ενήλικα (Αθανασιάδης, 2011).

Εμφανίζεται για πρώτη φορά στα μισά του 13^{ου} αιώνα στους Γάλλους ευγενείς και έφερε την ονομασία «Le Jeu du Paume» , δηλαδή «το παιχνίδι της παλάμης», αφού αρχικά παιζόταν με τις παλάμες και όχι με ρακέτες. Με τα χρόνια εξελίχθηκε,

χρησιμοποιήθηκαν οι ρακέτες και εισάχθηκαν οι πρώτοι κανόνες, και μέχρι το 1968 είχε αναπτυχθεί σε παγκόσμιο επίπεδο. Ανά τα χρόνια δεν ήταν λίγοι οι Έλληνες αθλητές που σημείωσαν μεγάλες επιτυχίες σε παγκόσμια τουρνουά και σε κατακτώντας Grand Slam, με σταθμό τις επιτυχίες των νέων Τσιτσιπά και Σάκκαρη.

Το τένις είναι μια δραστηριότητα εξωτερικού χώρου. Το γεγονός αυτό φαίνεται να στάθηκε βασικός παράγοντας στην κρίση της covid εποχής. Πιο συγκεκριμένα, η πανδημία του Covid-19 φάνηκε να είχε κλονίσει σε μεγάλο βαθμό τα περισσότερα αθλήματα μερικά από τα οποία δεν άντεξαν τις απρόσμενες αναταραχές και σχεδόν αφανίστηκαν. Αντίθετα το άθλημα της αντισφαίρισης, όχι απλά βγήκε αλώβητο από αυτή την κακουχία, αλλά φαίνεται να έχει γνωρίσει περεταίρω εξάπλωση, καθώς είναι μια από τις ελάχιστες αθλητικές διεξόδους των πολιτών εν μέσω της πανδημίας τηρώντας όλα τα μέτρα προφύλαξης.

Όσον αφορά την παρούσα εργασία, θα διερευνηθεί με βιβλιογραφική ανασκόπηση η βιωσιμότητα μιας επιχείρησης με κύρια προϊόντα την παροχή υπηρεσιών τένις σε μικρά παιδιά. Θα διερευνηθούν οι τεχνικές εκμάθησης και προσέγγισης αυτής της ευαίσθητης ηλικίας, καθώς θα γίνεται η πρώτη επαφή με τον χώρο του αθλητισμού (Adam, 2012, Frey, 2008). Με την υπηρεσία του Baby Tennis τα παιδιά αντιλαμβάνονται για πρώτη φορά τις βασικές κινητικές δεξιότητες (σωστή βάδιση, τρέξιμο, ισορροπία, κύλιση, στόχος κλπ) που θα τους ακολουθούν για την υπόλοιπη ζωή τους (Stone et al., 2016). Θα δοθεί ηρέπεια σημασία για την δημιουργία ενός ιδανικού περιβάλλοντος για του σωστού εξοπλισμού που είναι ανάλογη του επιπέδου των μικρών αθλητών (Larson et al., 2013, Cortela et al., 2019).

III. ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

3.1. Το όραμα

«Όραμα χωρίς δράση είναι απλά ένα όνειρο. Δράση χωρίς όραμα είναι χάσιμο χρόνου. Όραμα και Δράση μπορούν να αλλάξουν τον κόσμο.» Nelson Mandela

Το όραμα μια εταιρίας, είναι ο λόγος ύπαρξης οι φιλοδοξίες και οι προθέσεις της. Στη δική μας περίπτωση, το όραμα της εταιρίας είναι να συμβάλει στην δημιουργία ενός κόσμου με καλύτερη ποιότητα ζωής. (Votsis, 2021)

Στις μέρες μας οι νέοι βρίσκουν τη διασκέδαση στα ηλεκτρονικά παιχνίδια μέσω των Η/Υ ή μέσω των social των smartphones τους, γεγονός που οδηγεί στην απομόνωση και στην μειωμένη «πραγματική» κοινωνική ζωή. Εδώ λοιπόν έρχεται η επιχείρηση με βασικό όραμα να συμβάλλει στην καλλιέργεια των παιδιών από μικρή ηλικία, να τους ασκήσει πνευματικά και σωματικά έτσι ώστε μεγαλώνοντας και ακόμα πιο μετά καθώς γίνονται ενήλικες να βρίσκουν διεξόδους στον αθλητισμό και όχι στις οθόνες. Το άθλημα της αντισφαίρισης παρέχει και άλλες αρχές στους ασκούμενους. Το τένις προβάλλει ένα αξιακό σύστημα, που υπερβαίνει τα κοινωνικά και εθνικά όρια και αναδεικνύει πανανθρώπινες αξίες. Ορθοδομεί τόσο την προσωπική ηθική και βιοηθική όσο και την πορεία του αθλητισμού με άξονα την αυθεντικότητα και την γνησιότητα των ιδεωδών του. Επισημαίνουμε ότι το εν λόγω άθλημα συνδέεται με το αίσθημα της χαράς της έντασης ή και της χαλάρωσης. Απαιτεί συγκέντρωση και ακρίβεια κινήσεων, αυτοσυγκράτηση με αυτοέλεγχο και διαχείριση της σωματικής δύναμης, πειθαρχία και ενσυναίσθηση με σεβασμό στον συνάνθρωπο. Συνεπώς είναι συνδυασμός ψυχικών, πνευματικών αλλά και σωματικών δεξιοτήτων. Αυτές οι αρχές είναι απαραίτητο να έχουν αμφυσυθεί στα παιδιά από μικρή ηλικία για να κοινωνικοποιηθούν ομαλά και να γίνουν συνειδητοποιημένοι ενήλικες.

Είναι ξεκάθαρο ότι βασικό μέλημα της εταιρίας είναι η προαγωγή της ποιότητα ζωής υπό την έννοια «του ωραίου και του υψηλού», την πίστη στα αθλητικά ιδεώδη και τις προσδοκίες των αθλητών για την διασφάλιση της ποιότητας της «ευγενούς άμιλλας».

Επισημαίνουμε ότι το εν λόγω άθλημα συνδέεται με το αίσθημα της χαράς της έντασης ή και της χαλάρωσης. Απαιτεί συγκέντρωση και ακρίβεια κινήσεων, αυτοσυγκράτηση με αυτοέλεγχο και διαχείριση της σωματικής δύναμης, πειθαρχία και ενσυναίσθηση με σεβασμό στον συνάνθρωπο. Συνεπώς είναι συνδυασμός ψυχικών, πνευματικών αλλά και σωματικών δεξιοτήτων.

Στο σημείο αυτό έρχεται η ακαδημία Baby tennis, για να προσφέρει στην κοινωνία, και να κάνει το όραμά της πραγματικότητα. Να επαγρυπνήσει τους νέους γονείς να στρέψουν την ενασχόληση των παιδιών στους στον αθλητισμό και όχι στις οθόνες. Δεδομένου δε ότι πάμπολλες έρευνες έχουν αποδείξει ότι η συμπεριφορά και ο χαρακτήρας των ατόμων διαμορφώνεται μέχρι την ηλικία των έξι ετών (Stah &

Feigenson , 2017). Να υπενθυμίσει ακόμα και σε άλλες αθλητικές ακαδημίες να μην έχουν στόχο το κέρδος, αλλά την καλλιέργεια του αθλητικού πνεύματος και τις αξίες του.

3.2. Αποστολή

Η αποστολή της εταιρίας είναι «να προσφέρει τις καλύτερες υπηρεσίες Baby Tennis φέρνοντας την καινοτομία στον τομέα της προπονητικής της αντισφαίρισης».

Το να διακριθείς σε ένα χώρο και να προσφέρεις τις καλύτερες υπηρεσίες σε σχέση με όλους τους ανταγωνιστές δεν είναι εύκολη υπόθεση. Η εταιρία έχει στόχο να καταφέρει να φτάσει στην κορυφή και να εισάγει στην αγορά νέες ιδέες και προτάσεις.

Για να το καταφέρει αυτό στην επιχείρηση θα απασχολούνται εργαζόμενοι με συγκεκριμένα προσόντα. Θα είναι άνθρωποι ανεξαρτήτου ηλικίας οι οποίοι αρχικά να αγαπάνε αυτό που κάνουν. Να έχουν γνώσεις της προπονητικής της αντισφαίρισης, και γνώσεις βρεφικής και νηπιακής ψυχολογίας. Φαίνεται ξεκάθαρα ότι η επιχείρηση έχει ως βασική προϋπόθεση για την συνεργασία με έναν προπονητή, να έχει τις απαραίτητες αρχές και εμπειρίες που συνάδουν με το αθλητικό πνεύμα και τρόπο ζωής. Τα κριτήρια επιλογής εργαζομένων είναι αρκετά αυστηρά λόγω των αντίστοιχων απαιτήσεων.

Στην αποστολή της εταιρίας ανήκει και η καινοτομία στον τομέα της προπονητικής του εν λόγω αθλήματος. Η καινοτομία της εταιρίας ξεχωρίζει από τις υπόλοιπες του κλάδου λόγω δύο παραγόντων: α) από την ιδιαίτερη κατάρτιση του προσωπικού και β) από τον ειδικό εξοπλισμό.

A) Μιλώντας για ιδιαίτερη κατάρτιση εννοούμε ότι η εταιρία έχει επενδύσει σε σεμινάρια των προπονητών εντός και εκτός χώρας. Χρησιμοποιεί τις νέες τελευταίες μορφές προπόνησης, ξεπερνώντας την παραδοσιακή προπονητική της αντισφαίρισης. Η ακαδημία είναι σύμφωνη με τα πρότυπα της Διεθνούς Ομοσπονδίας Αντισφαίρισης και ακολουθεί κάθε καινοτομία με μεγάλη ευλάβεια (ITF tennis, 2019). Το προσωπικό δεν έχει μόνο γνώσεις που απαιτούνται από έναν απόφοιτο της Γυμναστικής Ακαδημίας με ειδικότητα στην Αντισφαίριση αλλά επιβάλλεται να έχει παρακολουθήσει σεμινάρια ή να έχει κατάρτιση σε θέματα που αφορούν την παιδοψυχολογία.

B) Τα μέσα που χρησιμοποιεί κατά τη διάρκεια των προπονήσεων είναι τελευταίας τεχνολογίας. Στο χώρο της προπόνησης θα συναντήσει κανείς όλα τα τελευταία οπτικοακουστικά μέσα καθώς και ευρύ φάσμα του προπονητικού εξοπλισμού που αρμόζει στα παιδιά αναλόγως του επιπέδου και της ηλικίας τους. Το βασικό χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι η εταιρεία χαρακτηρίζεται από υψηλή περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση αναζητώντας “πράσινες” λύσεις ενώ έχει ως βασικό άξονα δράσης την βιώσιμη ανάπτυξη. “Πρόκειται για την ανάπτυξη που ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να δεσμεύει την δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιούν τις δικές τους ανάγκες” Brands land 1987. Η εταιρεία βασίζεται σε αειφόρες πρακτικές, τα υλικά που χρησιμοποιεί είναι συμβατά με το περιβάλλον χωρίς να το επιβαρύνουν, χρησιμοποιώντας “green” υπηρεσίες.

Προσπαθεί η κύρια πηγή ενέργειας που καταναλώνει να βασίζεται σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.

Είναι σημαντικό να είναι σε θέση οι γονείς να μπορούν να εμπιστευτούν στην επιχείρηση τα μικρά παιδιά τους, και να απολαμβάνουν την καινοτομία των πρακτικών και την άψογη εξυπηρέτηση από το προσωπικό.

3.3. Αρχές και αξίες

Οι αρχές και οι αξίες της εταιρίας είναι το κλειδί της επιτυχίας μιας επιχείρησης, καθώς επιδεικνύουν τη γενικότερη κουλτούρα της εταιρίας. Καθορίζουν τον τρόπο συμπεριφοράς της επιχείρησης προς τους υπαλλήλους, τους προμηθευτές και τους πελάτες. Γίνεται επίσης αναφορά στο αν και κατά πόσο η εταιρία έρχεται σύμφωνη με το ισχύον νομικό πλαίσιο και αν ο σεβασμός προς το περιβάλλον είναι πρώτο μέλημα.

Βασική αρχή της εταιρίας είναι η στάση της απέναντι στους εργαζομένους της. Πιο συγκεκριμένα οι συντελεστές της εταιρίας γνωρίζουν πολύ καλά ότι για να αποδώσει ένας εργαζόμενος βασική προϋπόθεση πέραν της αγάπης του για αυτό με το οποίο ασχολείται είναι να βρίσκεται σε ένα περιβάλλον όπου κυριαρχούν οι ηθικές αρχές και αξίες, να αντιμετωπίζονται με σεβασμό και δικαιοσύνη όλοι οι εργαζόμενοι, να έχει κύριο γνώμονα την εξάλειψη όλων των μορφών διακρίσεων. Μόνο έτσι οι εργαζόμενοι μπορούν να νιώθουν ενθάρρυνση και συναισθηματική ασφάλεια για να συνεχίσουν την εργασία τους ακόμα πιο αποδοτικά. Όταν αναφερόμαστε σε διακρίσεις, εννοούμε ακόμα και τις φυλετικές διακρίσεις. Η εταιρία δεν γνωρίζει σύνορα, είναι ανοικτή σε κάθε νέα κουλτούρα, έτοιμη να συνδυάσει κάθε λογής τρόπο σκέψης και να τα εισάγει στην φιλοσοφία της, αν βέβαια ταιριάζουν. Ο συνδυασμός των διαφορετικών απόψεων της κάθε φυλής, θα έχει σαν αποτέλεσμα ένα πολύ ενδιαφέρον αποτέλεσμα στη διαμόρφωση της ταυτότητας της Ακαδημίας. Όλα τα μέλη της εταιρείας ανεξαρτήτου προέλευσης και γένους, αντιμετωπίζονται ισάξια και δίκαια (Wang et al., 2021). Είναι πολύ σημαντικό οι εργαζόμενοι της επιχείρησης να νιώθουν ότι αντιμετωπίζονται ισότιμα και ότι βρίσκονται σε ένα (Gomez & Bernet, 2019).

Είναι σημαντικό οι αποφάσεις της εταιρίας να παίρνονται από όλους. Να υπάρχει διαλλακτικότητα, ομαδικό πνεύμα και φιλικό περιβάλλον, όχι μόνο μεταξύ της διοίκησης, αλλά και μεταξύ των εργαζομένων. Το ήρεμο και φιλικό περιβάλλον είναι ιδιαίτερα σημαντικό να κυριαρχεί στην ακαδημία, καθώς υπάρχει άμεση σύνδεση με μικρά παιδιά, τα οποία έχουν την ανάγκη να νιώθουν άνετα καθώς βρίσκονται σε ένα όμορφο και υγιές περιβάλλον, που θυμίζει την οικογενειακή ατμόσφαιρα. Έτσι τους δημιουργείται η αίσθηση θαλπωρής και ασφάλειας που θυμίζει το σπίτι τους (Almost et al., 2016). Με τον τρόπο αυτό οι εργαζόμενοι έχουν διάθεση για εργασία, και οι πελάτες μπαίνοντας στον χώρο αντιμετωπίζουν ένα φιλικό περιβάλλον και νιώθουν οικεία.

Εξίσου βασική αρχή της ακαδημίας είναι ο σεβασμός απέναντι στους πελάτες. Η επιχείρηση βασίζεται στην ενεργητική ακρόαση του πελάτη από τους εργαζομένους, ενθαρρύνεται ο καταναλωτής να εκφράσει τα παράπονα του, να συζητήσει τυχόν

αλλαγές που τον εξυπηρετούν, ώστε να απολαμβάνει περισσότερες υπηρεσίες, μέσα σε κλίμα εν συναίσθησης και διάθεσης για περεταίρω βελτιώσεις. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ασφάλεια των προσωπικών δεδομένων των πελατών, δημιουργώντας έτσι κλίμα εμπιστοσύνης και εχεμύθειας όλων των προσωπικών πληροφοριών και δεδομένων που λαμβάνονται από τους πελάτες.

Εξίσου βασική αρχή της εταιρίας είναι και το θέμα της ασφάλειας που είναι υποχρεωτικό να τηρείται. Η εταιρία υπακούοντας πιστά στους διεθνείς κανονισμούς σχετικά με την υγεία και την ασφάλεια των πελατών αλλά και των εργαζομένων ακολουθεί πιστά μια σειρά διαδικασιών με στόχο να εξασφαλίσει την απόλυτη ασφάλεια και την πρόληψη πιθανών κινδύνων. Τα προπονητικά μέσα που χρησιμοποιούνται (ο εξοπλισμός της προπόνησης) είναι εξίσου ελεγμένος με πιστοποιήσεις ISO, καθώς χρησιμοποιούνται υλικά μη βλαβερά για τον ανθρώπινο οργανισμό και ιδίως για μικρά παιδιά.

3.4. Προσφερόμενες υπηρεσίες

Η εταιρία Baby Tennis ασχολείται με την εκμάθηση βασικών αρχών της τεχνικής και τακτικής της αντισφαίρισης σε παιδιά ηλικίας 3 έως 6 ετών. Πέραν των γνώσεων για το άθλημα της αντισφαίρισης τα παιδιά μαθαίνουν τις πρώτες βασικές κινητικές δεξιότητες (βάδιση, τρέξιμο, στήριξη, άλμα) και μυούνται στις αρχές ενός υγιεινού τρόπου ζωής εισάγοντας όλες τις αρχές του αθλητισμού στη ζωή τους από αυτή την ηλικία. Στα πλαίσια της απασχόλησής τους συγκαταλέγεται και η υπηρεσία της φύλαξής τους όσο διαρκεί η διδακτική ώρα.

Για να υπάρξει αποτέλεσμα στον τρόπο διδασκαλίας τα παιδιά χωρίζονται σε γκρουπ ανάλογα με την ηλικία και το επίπεδο τους και τη σωματική τους διάπλαση.

Τμήματα 3 ετών

Η ώρα προπόνησης στην συγκεκριμένη ηλικία δεν ξεπερνάει τα 40 λεπτά.

Μέσα από την ακαδημία Baby Tennis, τα παιδιά έρχονται για πρώτη φορά σε επαφή με τον αθλητισμό. Μαθαίνουν τις βασικές κινητικές δεξιότητες, βάδιση, ισορροπία, τρέξιμο, στήριξη, συμβάλλοντας στην ομαλή και σωστή κινητική, νοητική, σωματική ανάπτυξη. Η ακαδημία προσφέρει στα μικρά παιδιά τις βασικές αρχές στην εκμάθηση της αντισφαίρισης μέσα από μουσικοκινητική αγωγή, και ποικίλα παιχνίδια σχετικά με το άθλημα του τένις αλλά και δημιουργική απασχόληση. Στο στάδιο αυτό είναι προαιρετική η συμμετοχή του ενός ή και των 2 γονέων, ή κάποιου κηδεμόνα του μικρού παιδιού. Η ακαδημία δίνει έμφαση στη σχέση γονέα – παιδιού καθώς έτσι συμβάλλει στην εξασφάλιση ποιοτικού χρόνου για να περάσουν μαζί. Το στάδιο αυτό είναι πολύ σημαντικό, καθώς μόλις έρχονται αντιμέτωπα με το πρώτο στάδιο της κοινωνικοποίησης σε συνδυασμό με το βρεφονηπιακό σταθμό.

Ο χώρος είναι κλειστός, ασφαλές και χρησιμοποιούνται υλικά μαλακά (σφουγγαρένιες μπάλες, μπαλόνια) καθώς και πλαστικές ρακέτες αρκετά ελαφριές για την αποφυγή μυοσκελετικών κακώσεων. Καθ' όλη τη διάρκεια της προπόνησης,

ενθαρρύνονται τα παιδιά να κινηθούν ελεύθερα σε όλο το χώρο, να συρθούν στον μαλακό τάπητα, να έρθουν σε επαφή με τα παιχνίδια, να τρέξουν και να διασκεδάσουν με την καρδιά τους.

Τμήματα 4 ετών έως 5 ετών

Η ώρα προπόνησης διαρκεί 60 λεπτά.

Τα παιδιά αυτού του επιπέδου είναι λίγο πιο άνετα με το χώρο, έχουν αποκτήσει βασικές γνώσεις για τις κινητικές δεξιότητες, και η προπόνηση συνεχίζεται με παιχνίδια και με έμφαση πλέον στην εκμάθηση της τεχνικής του τένις. Ο εξοπλισμός είναι εξίσου προσαρμοσμένος στο επίπεδο των μικρών παιδιών, με μαλακές μπάλες κόκκινου χρώματος, λίγο πιο σκληρές από του προηγούμενου επιπέδου, και μικρές διαστάσεις γηπέδου mini tennis 4mx11m, όπως ορίζεται από την ITF (International Tennis Federation- Διεθνή Ομοσπονδία Αντισφαίρισης).

Τμήματα 5 ετών έως 6 ετών

Η ώρα προπόνησης διαρκεί 60 λεπτά.

Τα παιδιά πλέον αυτού το επιπέδου έχουν τις απαραίτητες βάσεις για να ξεκινήσουν δειλά δειλά να προσπαθούν να κάνουν τις πρώτες τους ανταλλαγές με τον προπονητή αλλά και μεταξύ τους. Στο στάδιο αυτό αρχίζει και γίνεται ένα κομμάτι της θεωρητική εκμάθησης του αθλήματος. Γίνεται προσπάθεια να μεταλαμπαδευτούν οι αρχές του αθλήματος, να καλλιεργήσουν την αυτοπεποίθηση-αυτοεκτίμηση τους καθώς και τις αρχές της ευγενούς άμιλλας, του σεβασμού και της προσπάθειας. Ο εξοπλισμός που χρησιμοποιείται είναι ίδιος του προηγούμενου επιπέδου και οι διαστάσεις γηπέδου 6m-13m.

Οι υπηρεσίες και ο εξοπλισμός που προσφέρονται λοιπόν είναι προσαρμοσμένες ανάλογα το επίπεδο, τη σωματική διάπλαση και την ηλικία των μικρών αθλητών.

3.5. Περιγραφή των ικανοτήτων της επιχείρησης

Κάνοντας αναφορά στις ικανότητες της επιχείρησης, αναφερόμαστε στα στοιχεία εκείνα που κάνουν την εκάστοτε επιχείρηση να διαφέρει από τις υπόλοιπες του κλάδου. Να έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και να διαφαίνεται η ειδοποιός διαφορά σε σχέση με τους ανταγωνιστές (Welch & Smith, 2022).

Οι ικανότητες της επιχείρησης πρέπει να είναι α) Θεμελιώδης, β) Σπάνιες, γ) να έχουν μικρή δυνατότητα αντιγραψιμότητας και δ) να είναι επαρκώς οργανωμένες.

Αναφερόμενοι στη συγκεκριμένη επιχείρηση, η ιδέα του baby tennis φαίνεται αρκετά καινοτόμα και πρωτότυπη, δύσκολο να αντιγραφεί από ανταγωνιστικές επιχειρήσεις καθώς οι εργαζόμενοι είναι πολύ εξειδικευμένοι, η εταιρία οργανώνει τους πόρους που έχει στη διάθεση της (το έμπειρο προσωπικό, τεχνογνωσία, τον ειδικά διαμορφωμένο χώρο και τον εξειδικευμένο εξοπλισμό που απαιτείται ανάλογα των περιστάσεων), για να προσφέρει τα μέγιστα αποτελέσματα για την απρόσκοπτη εξυπηρέτηση των πελατών και την απόλυτη ικανοποίησή τους (Dust & Gerhardt , 2020)

IV. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Η μελέτη του εξωτερικού περιβάλλοντος είναι πολύ σημαντική για την ανάπτυξη, την εξέλιξη και τη βιωσιμότητα της εκάστοτε επιχείρησης. Οι εξωτερικοί παράγοντες μεταβάλλονται και είναι σπουδαίοι παράγοντες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν από όλους τους επιχειρηματίες είτε είναι start up οι επιχειρήσεις είτε βρίσκονται σε λειτουργία χρόνια, καθώς καθορίζουν τον τρόπο “πλεύσης” της επιχείρησης. Για την καλύτερη αξιολόγηση της επιχείρησης θα μελετήσουμε τους εξωτερικούς παράγοντες σύμφωνα με το μοντέλο του Porter, ενώ παράλληλα θα μελετηθούν οι πελάτες και οι προμηθευτές.

Οι πελάτες είναι ο ακρογωνιαίος λίθος των εσόδων της επιχείρησης. Αν οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι, τότε η επιχείρηση θα είναι πάντα κερδοφόρα. Μελετώντας το περιβάλλον των πελατών αναφερόμαστε σε μια ιδιαίτερη ομάδα ατόμων. Πρόκειται για νέους γονείς οι οποίοι θα έκαναν τα πάντα για το παιδί τους έχοντας προσδοκίες για την εξέλιξή του. Οι γονείς αυτοί έχουν ανάγκη να για τη δημιουργία προσδοκιών. Δεν υπάρχει γονιός που να μη θέλει να δει το παιδί του να μεγαλώνει, να αθλείται, να είναι δραστήριο και να κατακτάει νέους στόχους. Βλέποντας ο γονιός την πρόοδο του μικρού του τενίστα στα πρώτα του βήματα, ικανοποιούνται άμεσα οι προσδοκίες που έχει από την επιχείρηση (Δουβής, 2006). Είναι πολύ σημαντικό ότι μέσα από την δραστηριότητα δίνεται η δυνατότητα στους γονείς να περάσουν δημιουργικό χρόνο παρέα με τα παιδιά τους επωφελούμενοι από την παράλληλη εκμάθηση μια αθλητικής δεξιότητας.

Η επιλογή προμηθευτών οι οποίοι είναι ασυνεπείς, ή προσφέρουν προϊόντα αμφιβόλου ποιότητας, είναι πολύ πιθανό να είναι τελικώς καταστροφικοί για την πορεία της εταιρίας. Οι προμηθευτές που συνεργάζεται η επιχείρηση πρέπει να πληρούν κάποιες προϋποθέσεις. Αρχικά απορρίπτονται τα προϊόντα που προέρχονται από εκμετάλλευση παιδικής εργασίας. Επίσης, οι προμηθευτές βασίζονται σε αιεφόρες πρακτικές, τα υλικά που χρησιμοποιούν είναι συμβατά με το περιβάλλον χωρίς να το επιβαρύνουν, χρησιμοποιώντας “green” υπηρεσίες. Προσπαθούν η κύρια πηγή ενέργειας που καταναλώνουν να βασίζεται σε ανανεώσιμες πηγές ενέργειας. Δεν είναι λίγοι οι πελάτες οι οποίοι θα εκτιμήσουν αυτές τις απόψεις.

4.1. Πέντε δυνάμεις του PORTER

Το μοντέλο των πέντε δυνάμεων του PORTER είναι ένα σύγχρονο εργαλείο για τις επιχειρήσεις για να μπορούν πολύ εύκολα να ξεπερνάνε τον υφιστάμενο ανταγωνισμό και να διαφοροποιούνται από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου. Η συγκεκριμένη ανάλυση εστιάζει σε ανταγωνιστικές πιέσεις που δέχεται η επιχείρηση ή ακόμα σε δραστηριότητες επιχειρήσεων που πρόκειται να απειλήσουν την βιωσιμότητα την εταιρίας. (Zhang et al 2021).

Οι πέντε αυτές δυνάμεις είναι:

1. Ένταση ανταγωνισμού ανάμεσα στην επιχείρηση με τις άλλες επιχειρήσεις
2. Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών
3. Απειλή υποκατάστατων προϊόντων-υπηρεσιών
4. Απειλή νέων επιχειρήσεων του κλάδου
5. Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Ένταση ανταγωνισμού ανάμεσα στην επιχείρηση με τις άλλες επιχειρήσεις

Ξεκινώντας με την ένταση ανταγωνισμού ανάμεσα στην επιχείρηση και τους άλλους οργανισμούς, γίνεται διάκριση μεταξύ του ανταγωνιστή υψηλής έντασης, μεσαίας και χαμηλής. Ο υψηλής έντασης ανταγωνιστής είναι ο γειτονικός σύλλογος tennis της ίδιας περιοχής που παρέχει αντίστοιχες υπηρεσίες, με την διαφορά ότι δεν έχει τμήματα Baby Tennis. Ο μεσαίας έντασης ανταγωνιστής είναι τα προγράμματα τένις του Δήμου, αντίστοιχα ούτε αυτά έχουν τμήματα Baby Tennis, προσεγγίζοντας ηλικίες έξι ετών και άνω. Ο μικρός έντασης ανταγωνιστής είναι ιδιώτες προπονητές τένις που απασχολούν το κοινό με personal tennis, ανεξαρτήτου ηλικιακής ομάδας. Το αγοραστικό κοινό που απευθύνονται είναι πολύ μικρότερο από αυτό της επιχείρησης.

Διαπραγματευτική δύναμη αγοραστών (τη δύναμη που έχει η αγορά και επηρεάζει τον κλάδο της βιομηχανίας που βρίσκεται η επιχείρηση)

Τον τελευταίο χρόνο το τένις είναι ένα ανερχόμενο άθλημα λόγω των διακρίσεων του Έλληνα τενίστα που κατάφερε σε μικρή ηλικία να κάνει μεγάλη καριέρα. Αν λοιπόν κάποιος γονιός είχε ανησυχία ποιο άθλημα να επιλέξει για το παιδί του, ή ο ίδιος σε ποιο άθλημα θα μπορούσε να γυμναστεί αποτελεσματικά, υπάρχουν πολλές πιθανότητες να επιλέξει κάποιος τον χώρο του τένις. Έτσι θα μπορεί να

παρακολουθεί και να κατανοεί πλήρως τις εξελίξεις του αθλήματος, ακόμα και να έχει φιλοδοξίες να ακολουθήσει το παιδί του τα χνάρια του Έλληνα τενίστα. Η αγορά του τένις βρίσκεται υψηλότερα από άλλα αθλήματα στις προτιμήσεις των αθλημάτων από έναν αθλητή-γονιό. Η διαπραγματευτική ισχύ των καταναλωτών είναι αρκετά μικρή. Η συγκεκριμένη υπηρεσία είναι νεοεισερχόμενη στην αγορά και δεν έχουν οι νέοι γονείς την δυνατότητα επιλογής διαφορετικού συλλόγου που να προσφέρει ίδιες υπηρεσίες, ούτε καν τη δυνατότητα σύγκρισης. Η ακαδημία λόγω της καινοτομίας της υπηρεσίας, δημιουργεί μια δέσμευση αφού είναι η μοναδική επιλογή για κάποιον ο οποίος θέλει να ασχοληθεί το παιδί του με το baby tennis.

Απειλή υποκατάστατων προϊόντων-υπηρεσιών.

Είναι πολύ πιθανό η επιχείρηση να κληθεί να αντιμετωπίσει την απειλή από αθλητικούς συλλόγους της γύρω περιοχής οι οποίοι παρέχουν στους baby αθλητές εξοικείωση με τις βασικές κινητικές δεξιότητες (τρέξιμο, ισορροπία κλπ). Το σημείο διαφοράς είναι το γεγονός ότι οι υπηρεσίες αρκούνται μόνο στην κινητική ανάπτυξη των παιδιών χωρίς όμως να προσανατολίζουν τα παιδιά σε κάποιο συγκεκριμένο άθλημα.

Απειλή νέων επιχειρήσεων του κλάδου

Είναι πιθανό μετά από την είσοδο της υπηρεσίας baby tennis, να δημιουργηθούν επιχειρήσεις που θα παρέχουν την ίδια υπηρεσία. Είναι εξίσου πιθανό ο ανταγωνιστής γειτονικός σύλλογος αντισφαίριση να δημιουργήσει και εκείνος αντίστοιχα τμήματα.

Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Η εταιρία έχει μικρή διαπραγματευτική δύναμη ως προς την τιμή. Ο εξοπλισμός του Baby Tennis είναι πολύ περιορισμένος, καθώς είναι κάτι καινούριο στην αγορά. Θα χρειαστούν ειδικές ρακέτες, μπάλες και χαμηλό φιλέ και οι προμηθευτές είναι λίγοι. Μέχρι να γίνει γνωστό το baby tennis στο ευρύ κοινό, ο προμηθευτής της ακαδημίας, δηλαδή η εταιρία Wilson, θα έχει το μονοπώλειο μέχρι να φέρουν στην αγορά εξοπλισμό για baby tennis και άλλες εταιρίες που ασχολούνται με εμπόριο ειδών αντισφαίρισης.

V. MARKETING PLAN

Κάθε επιχείρηση που σέβεται τον εαυτό της, αφιερώνει μεγάλο μέρος των πόρων της στο τμήμα του Marketing, δηλαδή της προώθησης των υπηρεσιών της. Το marketing στον αθλητικό τομέα ξεκίνησε από τις ερασιτεχνικές αθλητικές ομάδες στις ΗΠΑ οι οποίες αντιμετώπιζαν οικονομικές δυσκολίες και κατέφυγαν στα εργαλεία του στρατηγικού marketing για να έχουν περισσότερα έσοδα και έκτοτε επεκτάθηκε σε όλους τους τομείς σε όλες τις αθλητικές δραστηριότητες και τα σωματεία (Curnow, 2007). Είναι πολύ σημαντικός ο τρόπος που προωθούνται οι υπηρεσίες, καθώς μέσα από το marketing γίνεται αντιληπτή από τον καταναλωτή, κατά πόσο του φαίνεται ενδιαφέρουσα υπηρεσία και κατανοεί τις πτυχές που διαφέρει η υπηρεσία σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου. Ο αποτελεσματικός στρατηγικός σχεδιασμός προώθησης χρήζει μεγάλη πειθαρχία στις ανάγκες του καταναλωτή, πρόγνωση για τη ζήτηση και τις ανάγκες που ενδεχομένως να προκύψουν, καλή γνώση των υπηρεσιών και των προϊόντων του οργανισμού και φυσικά καλή γνώση των δυνάμεων των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων του κλάδου.

Αρχικά πρέπει να ορίσουμε το τμήμα της αγοράς που απευθύνεται η επιχείρηση. Η υπηρεσία του Baby Tennis, ειδικεύεται σε ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς, με βάση τα δημογραφικά και τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά. Όσον αφορά τα δημογραφικά χαρακτηριστικά απευθύνεται σε συγκεκριμένη ομάδα πληθυσμού. Σε νέους γονείς οι οποίοι πρόσφατα απέκτησαν μικρό παιδί, και θέλουν το παιδί τους της νηπιακής ηλικίας να ασχοληθεί με το άθλημα της αντισφαίρισης. Πρέπει να έχουμε κατά νου ότι οι συγκεκριμένοι είναι πολύ ευαίσθητοι με το παιδί τους, θέλουν να τους προσφέρουν τα πάντα πάση θυσία. Μιλώντας για ψυχογραφικά χαρακτηριστικά αναφερόμαστε σε γονείς οι οποίοι έχουν λύσει τα βιοποριστικά τους ζητήματα, ζουν με αρκετές ανέσεις και θέλουν να προσφέρουν το κάτι παραπάνω στα παιδιά τους.

Η υπηρεσία πρέπει να είναι οργανωμένη με τέτοιο τρόπο ώστε να παρέχεται στον καταναλωτή με τον τρόπο που την έχει ανάγκη, τη στιγμή που τη ζητάει και με το κόστος που μπορεί να αντέξει, έτσι επιτυγχάνεται η ικανοποίηση του πελάτη. Για τον λόγο αυτό είναι πολύ σημαντικό να ορίσουμε και την τιμολογιακή πολιτική της εν λόγω υπηρεσίας. Αρχικά η υπηρεσία θα πωληθεί με υψηλή τιμή. Τούτο διότι αυτή η ακριβή υπηρεσία θα φανεί σαν πόλος έλξης για τους αναμενόμενους πελάτες, στους οποίους κυριαρχεί η αντίληψη του όσο πιο υψηλή τιμή έχει μια υπηρεσία, τόσο πιο σωστή ποιότητα προσφέρει. Εννοείται βέβαια ότι αυτή η τιμή ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα καθώς ο εξοπλισμός θέλει ανανέωση σε πολύ τακτική βάση, η ενοικίαση χώρου έχει αντίστοιχα αρκετά έξοδα και φυσικά δεν λείπουν και τα έξοδα των προπονητών οι οποίοι είναι απόφοιτοι Πανεπιστημίου, διακεκριμένοι στο χώρο αλλά και επαρκώς καταρτισμένοι παιδαγωγοί. Στην πορεία βέβαια, επειδή είναι πολύ πιθανό να έρθουν αρκετές αλλαγές στο κοινωνικοπολιτικό προσκήνιο που είναι πιθανό να επηρεάσουν όλο το εξωτερικό περιβάλλον (π.χ. πανδημία), ή ακόμα και η τιμή στην πάροδο του χρόνου να φανεί ότι δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα, είναι στο πλάνο να γίνουν τροποποιήσεις όπως: 2 αδέρφια το ένα με έκπτωση, δωρεάν χρήση του χώρου για κάποιες ώρες σαββατοκύριακα και άλλες παροχές.

Για την προώθηση της υπηρεσίας πρόκειται να χρησιμοποιηθούν τα social. Πιο συγκεκριμένα η εταιρία μπορεί να έχει ενεργό λογαριασμό στο instagram και στο facebook που θα φαίνονται όλες οι δράσεις τα νέα και οι εκδηλώσεις. Σε περίπτωση που κάποιος αναζητά πληροφορίες για προπονήσεις τένις για το μικρό παιδί του, η αγγελία της εταιρίας θα βρίσκεται εκεί με επαρκή στοιχεία επικοινωνίας και πληροφορίες (Douglas, 2006 & Brown, 2003). Οι προπονητές εξίσου μπορούν οι ίδιοι να κάνουν πώληση της υπηρεσίας καθώς θα παίρνουν ποσοστά 10% από το κάθε παιδί που φέρνουν στο σύλλογο.

VI. ΣΥΝΤΟΜΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

Δεν δύναται να υπάρξει σωστό επιχειρηματικό σχέδιο χωρίς οικονομική ανάλυση. Πιο συγκεκριμένα μέσα από μια οικονομική ανάλυση διαφαίνονται οι περιορισμοί και τα όρια που τίθενται έτσι ώστε να διασφαλίσουμε τη βιωσιμότητα της επιχείρησης ανά τα χρόνια.

Αρχικά είναι κομβικής σημασίας, ο σωστός φορολογικός σχεδιασμός, μέσω της επιλογής της ιδανικής εταιρικής μορφής. Τον πρώτο και τον τελευταίο λόγο τον έχει ο λογιστής της εταιρίας, ένας άνθρωπος έμπιστος και εχέμυθος. Απόφοιτος από Πανεπιστημιακή Σχολή Οικονομικής κατεύθυνσης ή από το τμήμα λογιστικής των ΤΕΙ. Αν ο λογιστής δεν δώσει έγκριση για μια επένδυση ή ένα άνοιγμα σε μία νέα αγορά τότε η εταιρία οφείλει να τον ακούσει με θρησκευτική ευλάβεια. Ο λογιστής είναι αρμόδιος για όλες τις πληρωμές, τις καθημερινές ανάγκες που αφορούν το λογιστήριο, αλλά και τις οικονομικές συναλλαγές που οφείλει να έχει η επιχείρηση καθόλη τη διάρκεια της λειτουργίας της. Οι μισθοδοσίες, οι πληρωμές, η ενημέρωση των λογιστικών βιβλίων της εταιρίας καθώς και τα ισοζύγια και οι ισολογισμοί είναι βασικές δραστηριότητες του λογιστή που οφείλει κάθε επιχείρηση να ακολουθεί με συνέπεια.

Οι αθλητικές επιχειρήσεις και τα αθλητικά σωματεία αποτελούν πόλο έλξης των ελέγχων καθώς δεν είναι λίγοι οι σύλλογοι που δεν δίνουν σημασία σε αυτές τις παραμέτρους και συνήθως είτε λόγω άγνοιας είτε εσκεμμένα φοροδιαφεύγουν. Δεν είναι συνεπείς απέναντι στους εργαζομένους τους και αντίστοιχα και στο κράτος καθώς δεν διαθέτουν την απαραίτητη οργάνωση που απαιτείται.

Για την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης, είναι απαραίτητο τα έξοδα να μην υπερβαίνουν τα έσοδα. Όλοι οι εργαζόμενοι πρέπει να είναι ικανοποιημένοι στο μισθολογικό κομμάτι έτσι ώστε να μπορούν να αποδώσουν τα μέγιστα και να

έρχονται με διάθεση για εργασία. Είναι σημαντικό ο εργαζόμενος να βλέπει έμπρακτα ότι η εργασία του αμείβεται καθώς μόνο έτσι θα έχει διάθεση και όρεξη για να εργαστεί.

VII. ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

Κάθε επιχείρηση οφείλει να οργανώσει Business Plan για να είναι έτοιμη να αντιμετωπίσει επικείμενες απειλές. Ξεκινώντας λοιπόν με το σκεπτικό, ότι τίποτα δεν είναι αιώνιο και άφθαρτο, στο κεφάλαιο αυτό θα μελετηθούν κάποιοι παράγοντες που μπορεί να θεωρηθούν απειλή για την εταιρία και είναι πιθανό να την βλάψουν.

Βασικός παράγοντας αποτυχίας μπορεί να είναι οι εξωτερικοί παράγοντες οι οποίοι είναι αστάθμητοι και μπορεί να επηρεάσουν το ευρύτερο περιβάλλον. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί μια παγκόσμια πανδημία, όπως ο covid-19. Στην συγκεκριμένη περίπτωση ο σύλλογος έχει φροντίσει να παρέχει μαθήματα baby tennis και λοιπών δραστηριοτήτων μέσω διαδικτυακών μαθημάτων που θα μπορούν με μεγάλη ευκολία να παρακολουθούν τα παιδιά μέσω πλατφόρμας στο ίντερνετ, καθώς δεν θα μπορούν να μετακινηθούν.

Εξίσου σημαντικός παράγοντας αποτυχίας μπορεί να είναι ο λανθασμένος οικονομικός προϋπολογισμός. Σε περίπτωση που η επιχείρηση δεν έχει τα έσοδα που υπολόγιζε, ή πρέπει να κάνει κάποια έξοδα που τελικά δεν ήταν στον προϋπολογισμό, για να αποφύγει την οικονομική καταστροφή, σε κάθε περίπτωση θα παίρνει έγκριση από τον λογιστή της εταιρίας. Ο τελευταίος είναι ο αρμόδιος για όλα τα θέματα που αφορούν το cash flow της εταιρίας, και είναι αυτός ο οποίος θα δώσει έγκριση για άνοιγμα σε νέα αγορά και θα ρυθμίζει τις οφειλές και λοιπά λογιστικά θέματα. Οι νέες επενδύσεις σε εξοπλισμό που κάνει η εταιρία περνάνε από οικονομικό έλεγχο και μόνο κατόπιν έγκρισης του λογιστή υλοποιούνται. Έτσι θα διασφαλίζεται αποτελεσματικά η οικονομική ρευστότητα προλαμβάνοντας κάθε απειλή για οικονομική αναστάτωση.

Η αποτυχία μπορεί επίσης να οφείλεται σε ελλιπές marketing. Η προώθηση δηλαδή του οργανισμού να μην είναι αρκετή με αποτέλεσμα να μην έχει προσέλκυση η υπηρεσία άρα και πελατεία και κατά συνέπεια έσοδα. Το marketing της εταιρίας είναι πολύ σημαντικό για την πρόοδο και την εξέλιξή της καθώς μέσα από αυτό διαφαίνεται και η ταυτότητά της.

VIII. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η συγγραφή της δημιουργίας ενός business plan baby tennis αποτελεί μια πολύ καλή βάση για επόμενες έρευνες. Χαράσσει ένα νέο μονοπάτι προς την καινοτομία της υπηρεσίας baby tennis ενώ παράλληλα δίνει λύσεις σε θέματα που αφορούν την οργανωσιακή δομή ποικίλων αθλημάτων.

Με την ολοκλήρωση του Business Plan της επιχείρησης Baby Tennis, μπορεί να επιβεβαιώσει κανείς ότι πρόκειται για μια καινοτόμα και καλά οργανωμένη επιχειρηματική ιδέα. Το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο ανταποκρίνεται στους αρχικούς στόχους συγγραφής του. Πιο συγκεκριμένα δίνει όλες τις πληροφορίες σχετικά με τον λόγο ύπαρξης της επιχείρησης, τους στόχους και την αποστολή της εταιρίας, ενώ παράλληλα μελετώνται όλα τα εναλλακτικά σενάρια ανάπτυξης της επιχειρηματικής ιδέας. Από το επιχειρηματικό σχέδιο δεν λείπει το Marketing Plan, που είναι ο ακρογωνιαίος λίθος για την προώθηση της επιχείρησης. Το πολύ συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς που στοχεύει η επιχείρηση, το οποίο δεν είναι άλλο από τους νέους γονείς μικρών παιδιών, οι οποίοι αναμφισβήτητα φαίνεται να είναι πολύ δεκτικοί στις καινοτόμες ιδέες και λύσεις που στοχεύουν στην περεταίρω ικανοποίηση, και φυσικά προάγουν την υγεία του μικρού παιδιού- αθλητή. Το μέλλον της επιχείρησης φαίνεται ευοίωνο, καθώς το Baby Tennis θεωρείται μια σημαντική και πρωτότυπη επιχειρηματική ιδέα λόγω της καινοτομίας της υπηρεσίας που προσφέρει.

ΙΧ. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Adam D. (2012), Growth and Development of Young Athletes, Should Competition Levels be Age Related?, Sports Medicine, volume 20, pages59–64

Almost Joan , Wolff Angela C , Stewart-Pyne Althea , McCormick Loretta G , Strachan Diane & D'Souza Christine (2016) Managing and mitigating conflict in healthcare teams: an integrative review, J Adv Nurs, 72(7):1490-505. doi: 10.1111/jan.12903.

Amstrong G. and Kotler P. (2009), Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, *Επίκεντρο*

Brown M. (2003), An analysis of online marketing in the sport industry: User Activity, activity, communication objectives, and perceived benefits. Sport MarketingQuarterly, 12(1), 48-55.

Cortela C. et al (2019), The transition to the yellow ball in tennis coaching, ITF Coaching and Sport Science

Curnow Randall (20074) A marketing plan: like it or not, you already have one, Physician Exec.

Douglas E. (2006), How social marketing works in health care, The BMJ.

Dust Scott B & Gerhardt Megan W (2020) Business Leadership Education: Beyond Position and Profit, New Dir Stud Leadersh., doi: 10.1002/yd.20370.

Finch Brian (2002), «Δημιούργησε το Business plan», *Εκδόσεις Δίαυλος*

Frey GC (2008), Physical activity of youth with intellectual disability: review and research agenda , *Adapt Phys Activ Q.* 25(2):95–117

Gomez L E & Bernet Patrick (2019) Diversity improves performance and outcomes, *J Natl Med Assoc.* 2019 Aug;111(4):383-392. doi: 10.1016/j.jnma.2019.01.006.

Haag Annette (2013), Writing a successful business plan: an overview, *Workplace Health Saf.*, doi: 10.1177/216507991306100104.

Hopp Christian & Greene Fransis (2016) “In Pursuit of Time: Business Plan Sequencing, Duration and Intraentrainment Effects on New Venture Viability”, *Journal of Management Studies* 55(2), DOI:10.1111/joms.12251
<https://www.epixeiro.gr/article/142323>, 2011

Humphreys C, Sparks D. G., Johnson J. E. (1988), Writing a winning business plan, *J Nurs Adm*

Hyerim Bae, Sanghyup Lee, Ilkyeong Moon (2016) , Planning of business process execution in *Business Process Management, Information Sciences*, Volume 268, Pages 357-369

Larson E. J., and Guggenheimer, J. D. (2013), The effects of scaling tennis equipment on the forehand groundstroke performance of children. *J. Sport. Sci. Med.* 12, 323–331.

Lehman L. B. (1996) Developing an effective business plan, *Med Interface*

MacKintosh Pamela J. (2008), Writing an Effective Business Plan for Fee-Based Services Pages 47-61, 24 Octmanaging new product development”, *Strategic Management Journal* Vol. 13

Shi Chengqi , Agbaku Comfort Afi , Zhang Fan (2021) How Do Upper Echelons Perceive Porter's Five Forces? Evidence From Strategic Entrepreneurship in China, *Front Psychol.* doi: 10.3389/fpsyg.2021.649574. eCollection 2021.

Stahl Aimee E & Feigenson Lisa (2017) Expectancy violations promote learning in young children, *Cognition*, 1-14. doi: 10.1016/j.cognition.2017.02.008. Epub 2017 Feb 27.

Stone J. et al (2016), Effects of Lawn Tennis Association mini tennis as task constraints on children's match-play characteristics, *Journal of Sports Sciences*

Tona O, SA Carlsson (2013), The organizing vision of mobile business intelligence

Turini Franco, Miriam Baglioni, Andrea Bellandi, Barbara Furletti & Chiara Pratesi (2008) Improving the Business Plan Evaluation Process: the Role of Intangibles Pages 35-50, 01 Jan , <https://doi.org/10.1080/16843703.2010.11673217>)

Votis Polykarpos (2021), Σημειώσεις μαθήματος «Στρατηγική Διοίκηση», European University Cyprus.

Welch Teresa D , Smith Todd B (2022) Anatomy of a Business Case, Nurs Adm Q, 01;46(1):88-95. doi: 10.1097/NAQ.0000000000000498.

Xiying Wang , Wing Hong Chui & Yean Wang (2021) Perception of Gender Equality Matters: Targets' Responses to Workplace Sexual Harassment in Chinese Metropolises, J Interpers Violence, doi: 10.1177/0886260521997452.

Αθανασιάδης (2011), Το τένις και τα οφέλη του στην υγεία

Δουβής Σ., (2006). Το τένις. Εκδόσεις ArtWork

Παπαδάκης Βασίλης,(2012), «Στρατηγική των επιχειρήσεων»