

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΘΕΜΑ: «ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ  
ΣΧΕΔΙΟΥ ΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ TAKE-AWAY  
CAFE»**



**ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ: ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΧΡΗΣΤΟΥ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΡΑΦΑΗΛΙΔΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ - 2015**

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ευχαριστώ τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Ραφαηλίδη Απόστολο χωρίς τη βοήθεια του οποίου δε θα μπορούσα να ολοκληρώσω την πτυχιακή μου εργασία, ενώ θα ήθελα να ευχαριστήσω ακόμη την οικογένειά μου για την αμέριστη συμπαράστασή της κατά τη διάρκεια των σπουδών μου.

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο επιχειρηματικός κόσμος του 21<sup>ου</sup> αιώνα κυριαρχείται από το στοιχείο του ανταγωνισμού, το οποίο είναι πιο έντονο όσο αυξάνονται οι επιχειρήσεις, ενώ η χρηματοπιστωτική κρίση που ξέσπασε στις Η.Π.Α το 2007 και εξαπλώθηκε έως σε όλες τις αναπτυγμένες και αναπτυσσόμενες, χώρες επηρεάζοντας τα δημοσιονομικά τους μεγέθη, αποτελεί έναν ακόμη παράγοντα που συμβάλλει στην έντονη ύπαρξη θεμιτού και αθέμιτου ανταγωνισμού στις αγορές. Πλήθος ελληνικών επιχειρήσεων μέσα στην πενταετία 2009 – 2014 έβαλαν λουκέτο, καθώς δεν ανταπεξήλθαν στις νέες απαιτήσεις που δημιούργησε η κρίση. Πιθανώς, ο επιχειρηματικός και συνολικός κίνδυνος των επιχειρήσεών τους δεν είχε προβλεφθεί, ενώ είναι γεγονός ότι ο μικρομεσαίος Έλληνας επιχειρηματίας, αγνοούσε και ακόμα αγνοεί τη χρησιμότητα εκπόνησης ενός επιχειρηματικού σχεδίου πριν την έναρξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Η εκπόνηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου αποτελεί ένα δύσκολο εγχείρημα, απαραίτητο ωστόσο για οποιονδήποτε επενδυτή που επιθυμεί να λάβει υπόψη του όλες τις παραμέτρους, οι οποίες σχετίζονται με την επένδυση που σκοπεύει να πραγματοποιήσει. Αυτές οι παράμετροι σχετίζονται με την ανάλυση του ανταγωνισμού και του κλάδου, εντός του οποίου πρόκειται να πραγματοποιηθεί μια επένδυση, με τα χρηματοοικονομικά στοιχεία και τους προϋπολογισμούς που απαιτεί μια επένδυση, με τις εφαρμογές και στρατηγικές μάρκετινγκ που πρόκειται να εφαρμοστούν με την ίδρυση της επιχείρησης κ.ά.

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματεύεται την εκπόνηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου για το άνοιγμα ενός take - away cafe δηλαδή καφετέριας της οποίας η λειτουργία αφορά στην παραγωγή και πώληση καφέ για κατανάλωση εκτός καταστήματος, στην περιοχή της Αγίας Σοφίας στην Πάτρα. Η γνώση του αντικειμένου του καφέ, οι κοινωνικές και φιλικές σχέσεις με επιχειρηματίες στον κλάδο του καφέ από τους οποίους αντλήθηκαν χρήσιμες πληροφορίες για τη λειτουργία ενός καφέ είναι μερικές παράμετροι που λήφθηκαν υπόψη και συνετέλεσαν στο να παρθεί η συγκεκριμένη επενδυτική απόφαση. Η δομή επομένως της εργασίας είναι τυποποιημένη δίχως σημαντικές παραλλαγές ως προς τα απαραίτητα περιεχόμενα ενός επιχειρηματικού σχεδίου.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εκπόνηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου πριν την ανάληψη οποιασδήποτε επένδυσης, είτε μικρής είτε μεγάλης, αποτελεί τη ραχοκοκαλιά πάνω στην οποία θα στηριχθούν οι προσπάθειες για την αξιολόγηση της επένδυσης και κατόπιν της απόφασης ολοκλήρωσής της ή μη. Αποφάσεις σχετικές με την απόδοση της επένδυσης, την αξιολόγηση της αγοράς στην οποία θα γίνει η επένδυση, των τμημάτων αγοράς στα οποία θα στοχεύσει μια επένδυση για να έχει πετυχημένη πορεία, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που θα προσφέρει η επιχείρηση, τα χαρακτηριστικά των πελατών, η πολιτική προϊόντος ή υπηρεσίας, την τιμολογιακή πολιτική που θα εφαρμοστεί και γενικότερες αποφάσεις management, λαμβάνονται με μεγαλύτερη ασφάλεια και σιγουριά, αφού καταρτιστεί ένα επιχειρηματικό σχέδιο.

Το επιχειρηματικό σχέδιο που καταρτίστηκε στην παρούσα πτυχιακή εργασία αφορά στην δημιουργία ενός take - away café με την επωνυμία COFFEE TEA, του οποίου η δραστηριότητα θα είναι η παρασκευή καφέ και λοιπών ροφημάτων και η πώλησή τους σε ποτήρι για κατανάλωση εκτός καταστήματος. Η Πάτρα, στην πόλη στην οποία πρόκειται να πραγματοποιηθεί η επένδυση, αλλά και ευρύτερα σε πολλές πόλεις της Ελλάδας, βρίθει τέτοιων μορφών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ενώ είναι συχνό το φαινόμενο πλέον της εμφάνισης μικρών καφετεριών, που παρασκευάζουν και πωλούν καφέ και λοιπά ροφήματα για κατανάλωση εκτός καταστήματος με πολύ μικρό κόστος για τους πελάτες.

Η ιδέα του επιχειρηματικού σχεδίου που παρουσιάζεται στο κυρίως μέρος της εργασίας ήταν η δημιουργία ενός take - away cafe στην περιοχή της Αγίας Σοφίας στην πόλη των Πατρών, το οποίο θα παρασκευάζει και θα πουλά καφέδες σε πλαστικό ποτήρι, ενώ η πρωτοτυπία και καινοτομία της παραπάνω επενδυτικής απόφασης είναι ότι η συγκεκριμένη καφετέρια θα πουλά και μια ποικιλία καφέ που δεν απαντάται σε παρόμοιες επιχειρήσεις, καφετέριες και λοιπές επιχειρήσεις μαζικής εστίασης και αναψυχής, ενώ μία ακόμα πρωτοτυπία που παρουσιάζεται στο επιχειρηματικό σχέδιο του take - away cafe πρόκειται να είναι η παρασκευή και πώληση τσαγιών και βοτάνων ποικιλιών με θεραπευτικές ιδιότητες με στόχο τα τμήματα της αγοράς που επιθυμούν υγιεινά ροφήματα.

Στην υιοθέτηση της ιδέας αυτής συνέδραμε η ύπαρξη τριών γυμναστηρίων στην γύρω περιοχή όπου πρόκειται να ανοίξει το take - away cafe, καθώς οι πελάτες τους στην

πλειοψηφία τους ανήκουν στην κατηγορία των ατόμων που προσέχουν τη διατροφή τους. Επίσης, ο κοινωνικός κύκλος των δύο ομόρρυθμων εταίρων είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένος στην περιοχή της Αγίας Σοφίας, μιας και αποτελεί γειτονική περιοχή με τους μόνιμους τόπους κατοικίας τους. Ωστόσο, το γεγονός ότι από το ποσοστό των ιδίων κεφαλαίων που θα χρησιμοποιηθούν για να ολοκληρωθεί η επένδυση, το μεγαλύτερο (80%) θα καλυφθεί από την ομόρρυθμη εταίρο Χριστίνα Χρήστου, οι πολιτικές και η στρατηγική που θα ακολουθηθούν από το COFFEE TEA, θα βαραίνουν κατά κύριο λόγο την προαναφερθείσα ομόρρυθμη εταίρο. Σαφώς, το γεγονός ότι η Αρμπάτση Πανωραία έχει συγγενικές σχέσεις με την Χριστίνα Χρήστου θα βοηθήσει στην καλύτερη συνεργασία και συνεννόησή τους.

Βεβαίως, το γεγονός ότι η γραμμή του αστικού ΚΤΕΛ Πατρών διέρχεται από την οδό Ζακύνθου πραγματοποιώντας στάση έξω σχεδόν από το οίκημα στο οποίο θα κατασκευαστεί το take – away café συνέβαλε θετικά στην επιλογή της συγκεκριμένης τοποθεσίας. Σαφώς, το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο βασίστηκε στην προσωπική έρευνα της εισηγήτριας, τόσο ως προς την επιλογή της περιοχής που επιλέχθηκε για το take – away cafe, όσο και για τα προϊόντα που αποφασίστηκε ότι θα πουλά το συγκεκριμένο take – away cafe.

Τα κριτήρια για την επιλογή της συγκεκριμένης τοποθεσίας και κατηγορίας επιχείρησης διαμορφώθηκαν κατόπιν προσωπικής έρευνας των εταίρων και συλλογής πρωτογενών στοιχείων μέσω προσωπικών συνεντεύξεων με ιδιοκτήτες παρεμφερούς είδους επιχειρήσεων (take – away café, καφετέριες), με προμηθευτές καφέ, αλλά και μέσω δευτερογενών στοιχείων από κλαδικές μελέτες και έρευνες, αλλά και από στατιστικά στοιχεία από την ΕΛΣΤΑΤ και το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αχαΐας.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	7
Επιχειρηματικό σχέδιο take – away cafe .....	10
«COFFEE TEA» .....	10
A. Γενικά στοιχεία επιχείρησης .....	10
B. Χρηματοδοτικό σχήμα επένδυσης.....	10
Γ. Ανάπτυξη Επιχειρηματικού Σχεδίου .....	11
1. Περίληψη (Executive Summary) .....	11
2. Προϊόντα και υπηρεσίες .....	13
3. Πρωτοτυπία – Καινοτομία .....	17
4. Αγορές και μάρκετινγκ.....	17
4.1 Κλάδος - Αγορά καφέ .....	18
4.2 Τμηματοποίηση αγοράς – Χαρακτηριστικά πελατών.....	19
4.3 Ανταγωνιστές .....	21
4.4 Τοποθέτηση.....	22
4.5 Πολιτική προϊόντων - υπηρεσιών .....	24
4.6 Τιμολόγηση .....	25
4.7 Διανομή .....	27
4.8 Προβολή / προώθηση πωλήσεων .....	28
4.9 Προβλέψεις πωλήσεων.....	30
5. Παραγωγή / Διαχείριση Λειτουργιών .....	33
6. Διοίκηση (Management) .....	37
6.1 Σύνθεση Προσωπικού .....	37
6.2 Οργανόγραμμα COFFEE TEA.....	38
7. Χρηματοοικονομικά στοιχεία .....	39
7.1 Ανάλυση νεκρού σημείου .....	42
8. Ανάλυση Αριθμοδεικτών .....	44
9. Επιχειρηματική στρατηγική .....	46
10. Μοντέλο των 5 δυνάμεων του Porter.....	48
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	51
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	53

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο κεντρικός άξονας της εκπονηθείσας πτυχιακής εργασίας είναι η παρουσίαση ενός ολοκληρωμένου επιχειρηματικού σχεδίου για τη δημιουργία ενός take – away cafe που θα προσφέρει καφέ σε πλαστικό, με την καινοτόμο ιδέα να προσφέρονται εκτός από τις συνηθισμένες ποικιλίες καφέ, μια ποικιλία καφέ που δεν απαντάται σε άλλη καφετέρια στην Πάτρα, ενώ ταυτόχρονα μια ακόμη ιδιαιτερότητα της παραπάνω επιχείρησης θα είναι η προσφορά ποικιλιών τσαγιού με θεραπευτικές ιδιότητες, σκοπεύοντας στο να κερδηθεί η πελατεία που αναζητά υγιεινά ροφήματα, πλην των κλασσικών ζεστών ροφημάτων καφέ και σοκολάτας.

Η επενδυτική επιλογή – απόφαση για το άνοιγμα take - away cafe βασίστηκε στην προσωπική πεποίθηση, επιθυμία και εμπειρία της εισηγήτριας της παρούσας εργασίας στον χώρο του καφέ και της εστίασης. Επίσης, το γεγονός ότι στην ευρύτερη περιοχή της Αγίας Σοφίας Πατρών και πιο συγκεκριμένα επί της Οδού Ζακύνθου, όπου προσδιορίζεται η τοποθεσία για το άνοιγμα της καφετέριας, δεν υπάρχουν παρόμοιου στυλ καφετέριες παρά μόνον τα Coffee Brands επί της Αγίας Σοφίας και δύο ακόμα καφετέριες σε απόσταση 500-1000 μέτρων, συνετέλεσε στο να επιλεγεί η συγκεκριμένη επενδυτική επιλογή. Επιπρόσθετα, η ύπαρξη τριών γυμναστηρίων (στα οποία θα αναφερθούμε εκτενέστερα παρακάτω) και η γραμμή 3 του αστικού ΚΤΕΛ Πατρών που διέρχεται και πραγματοποιεί δύο στάσεις επί της οδού Ζακύνθου ήταν δύο ακόμη ελκυστικοί παράγοντες για το άνοιγμα της καφετέριας στην συγκεκριμένη περιοχή.

Δε θα πρέπει να αγνοήσουμε ακόμη το γεγονός ότι πλέον λόγω της οικονομικής κρίσης που βιώνει η ελληνική οικονομία, ο Έλληνας καταναλωτής έχει στραφεί σε οικονομικές επιλογές σε πολλές καταναλωτικές και ψυχαγωγικές του ανάγκες. Προτιμάται πλέον δηλαδή από μια μεγάλη μερίδα Ελλήνων καταναλωτών και δη Πατρινών καταναλωτών, οι οποίοι βιώνουν υψηλά ποσοστά ανεργίας κυρίως στις νεαρές ηλικίες 18-44, η απόλαυση ενός καφέ με κόστος ένα ευρώ, συγκριτικά με έναν καφέ κόστους δύο ή τριών ευρώ σε κάποια καφετέρια στο κέντρο της Πάτρας ή σε κάποια άλλη κεντρική, μεγάλη καφετέρια. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι η γνωστή αλυσίδα και εταιρεία Coffee Brands που δραστηριοποιείται στην Πάτρα και πλέον στο Αίγιο, στην Καλαμάτα, στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και την Κύπρο με 24 καταστήματα συνολικά, γνωρίζει ραγδαία ανάπτυξη, χρησιμοποιώντας το μοντέλο που

προτείνεται στην παρούσα εργασία, δηλαδή παρασκευάζει και πουλά καφέ εσπρέσο μάρκας megisto (που σερβίρεται μόνο στα coffee brands) σε χαμηλή τιμή σε πλαστικό.

Τέλος αξίζει να αναφερθεί ότι το take – away cafe, χάριν συντομίας θα αποκαλείται καφετέρια απλά ή COFFEE TEA, στην παρούσα εργασία. Οι λεπτομέρειες του επιχειρηματικού σχεδίου παρουσιάζονται στο κυρίως μέρος της εργασίας που ακολουθεί. Η δομή που ακολουθήθηκε για την εκπόνηση του επιχειρηματικού σχεδίου ως εξής:

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### A. Γενικά στοιχεία επιχείρησης

### B. Χρηματοδοτικό σχήμα επένδυσης

### Γ. Ανάπτυξη Επιχειρηματικού Σχεδίου

#### 1. Περίληψη (Executive Summary)

#### 2. Προϊόντα και υπηρεσίες

#### 3. Πρωτοτυπία – Καινοτομία

#### 4. Αγορές και μάρκετινγκ

##### 4.1 Κλάδος - Αγορά καφέ

##### 4.2 Τμηματοποίηση αγοράς – Χαρακτηριστικά πελατών

##### 4.3 Ανταγωνιστές

##### 4.4 Τοποθέτηση

##### 4.5 Πολιτική προϊόντων - υπηρεσιών

##### 4.6 Τιμολόγηση

##### 4.7 Διανομή

##### 4.8 Προβολή / προώθηση πωλήσεων

##### 4.9 Προβλέψεις πωλήσεων

### 5. Παραγωγή / Διαχείριση Λειτουργιών

### 6. Διοίκηση (Management)

#### 6.1 Σύνθεση Προσωπικού

#### 6.2 Οργανόγραμμα COFFEE TEA

### 7. Χρηματοοικονομικά στοιχεία

#### 7.1 Ανάλυση νεκρού σημείου



8. Ανάλυση Αριθμοδεικτών
9. Επιχειρηματική στρατηγική
10. Μοντέλο των 5 δυνάμεων του Porter

#### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ακολουθώντας λοιπόν την δομή που παρουσιάζεται ανωτέρω, παρατίθεται η ανάλυση του επιχειρηματικού πλάνου για το άνοιγμα στην περιοχή της Αγίας Σοφίας Πατρών ενός take - away café με την επωνυμία COFFEE TEA.

**Επιχειρηματικό σχέδιο take – away cafe****«COFFEE TEA»****A. Γενικά στοιχεία επιχείρησης**

ΕΠΩΝΥΜΙΑ: ΧΡΗΣΤΟΥ ΧΡΙΣΤΙΝΑ – ΑΡΜΠΙΑΤΣΗ ΠΑΝΩΡΑΙΑ Ο.Ε.

ΚΛΑΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ: ΚΛΑΔΟΣ ΓΡΗΓΟΡΗΣ (ΜΑΖΙΚΗΣ) ΕΣΤΙΑΣΗΣ

ΝΟΜΙΚΗ ΜΟΡΦΗ: ΟΜΟΡΡΥΘΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: COFFEE TEA

ΕΤΟΣ ΙΔΡΥΣΗΣ: ΥΠΟ ΙΔΡΥΣΗ

**B. Χρηματοδοτικό σχήμα επένδυσης**

Τρόποι Χρηματοδότησης	1 <sup>ο</sup> Έτος	Σύνολο
<b>Ίδια Κεφάλαια</b>	<b>15.000€</b>	<b>15.000€</b>
Ποσοστό Ι.Κ %	42%	
<b>Δάνεια Τραπεζών</b>	<b>20.000€</b>	<b>20.000€</b>
Ποσοστό Δ.Κ %	58%	
<b>Επιχορήγηση Δημοσίου</b>	<b>0€</b>	<b>0€</b>
Ποσοστό Επιχορήγησης %	0%	
<b>Σύνολο</b>	<b>35.000€</b>	<b>35.000€</b>

## Γ. Ανάπτυξη Επιχειρηματικού Σχεδίου

### 1. Περίληψη (Executive Summary)

Το επιχειρηματικό σχέδιο που παρουσιάζεται ακολουθώντας αφορά στη δημιουργία ενός take – away cafe, ομόρρυθμης εταιρείας, η οποία αποτελείται από δύο εταίρους την Χρήστου Χριστίνα γεννηθείσα το 1989 στην Πάτρα και από την Αρμπάτση Πανωραία γεννηθείσα το 1987 στην Πάτρα. Ο σκοπός της εν λόγω ομόρρυθμης εταιρείας θα είναι η πώληση καφέ, ζεστών ροφημάτων και ειδικά η πώληση τσαγιών με θεραπευτικές ιδιότητες καθώς και προώθηση και πώληση ροφημάτων της ποικιλίας καφέ εσπρέσο Margarita που απαντάται μόνο στο συγκεκριμένο take – away cafe, για την πόλη των Πατρών για κατανάλωση εντός και εκτός καταστήματος. Το ωράριο λειτουργίας του COFFEE TEA θα είναι από Δευτέρα έως και Σαββάτο από τις 06.30 π.μ. έως τις 10.00 μμ., ενώ την Κυριακή το ωράριο λειτουργίας θα είναι από 07.30 π.μ. έως τις 09.00 μμ.

Η τοποθεσία στην οποία προβλέπεται να κατασκευαστεί το take – away cafe, είναι η ευρύτερη περιοχή της Αγίας Σοφίας Πατρών και πιο συγκεκριμένα επί της οδού Ζακύνθου 50. Επιλέχθηκε η συγκεκριμένη περιοχή της Πάτρας καθώς βρίσκεται εγγύς των μόνιμων κατοικιών των ομόρρυθμων εταίρων, ενώ δύο ακόμα σημαντικοί λόγοι ήταν η ύπαρξη τριών γυμναστηρίων σε ακτίνα 500 μέτρων του take - away cafe (Body House, επί της Νέας Εθνικής Οδού Πατρών – Αθηνών 13Α, Patras Fitness επί της Νέας Εθνικής Οδού Πατρών – Αθηνών 5-7, Gym Factor επί της οδού Έλληνας Στρατιώτη 25), τα οποία δύνανται να αποτελέσουν μια μεγάλη δεξαμενή πελατών και η ύπαρξη μόνο δύο παρεμφερούς δραστηριότητας αναψυκτηρίων – καφέ – καφετεριών - take – away café σε ακτίνα επίσης 500 μέτρων από την επιλεγείσα τοποθεσία (Coffee Brands επί των οδών Αγίας Σοφίας και Δοϊράνης, Coffee Island επί της Εθνικής Οδού Πατρών – Αθηνών 3).

Το επενδυτικό σχέδιο προβλέπει τη δημιουργία ενός take – away cafe, το οποίο στοχεύει σε μακροπρόθεσμη διάρκεια ζωής και λειτουργίας του. Η βιωσιμότητα της επενδυτικής μας απόφασης βασίζεται στο γεγονός ότι στόχος μας είναι να εισάγουμε στην αγορά ένα νέο είδος καφέ εσπρέσο, του Margarita, με προέλευση τη Λατινική Αμερική και συγκεκριμένα την Κόστα Ρίκα. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται μια προσπάθεια να περάσει στη συνείδηση του καταναλωτή ο καφές του COFFEE TEA ως ξεχωριστό προϊόν σε ποιοτικά χαρακτηριστικά

(ιδιαίτερη γεύση με ευεργετικές δράσεις σε διάφορες λειτουργίες του οργανισμού), Επιπρόσθετα με την παρασκευή και πώληση διαφόρων ειδών τσαγιού με θεραπευτικές ιδιότητες (με αποδεδειγμένες θεραπευτικές ιδιότητες από ιατρικές μελέτες, οι οποίες θα αναγράφονται σε ένα έντυπο που θα υπάρχει σε ξεχωριστή θέση στο κατάστημα), καταβάλλεται μια προσπάθεια να απευθυνθεί το COFFEE TEA σε μια μερίδα πελατών, οι οποίοι είτε ακολουθούν έναν πιο υγιεινό τρόπο ζωής, είτε είναι μεγαλύτερης ηλικίας άνω των 44 ετών. Βέβαια, το target group του COFFEE TEA πρόκειται να είναι άτομα που ανήκουν στην κατηγορία των 17- 55 ετών.

Ο προϋπολογισμός για την δημιουργία του COFFEE TEA προβλέπεται να αγγίξει τις 35.000 ευρώ, με το 42% του συνόλου του προϋπολογισμού να καλύπτεται από ίδια κεφάλαια και το υπόλοιπο 58% από τραπεζικό δανεισμό. Αξίζει να σημειωθεί ότι η επενδυτική επιλογή δεν μπορεί να υπαχθεί σε κάποια διάταξη γυναικείας επιχειρηματικότητας ή κάποιας άλλης διάταξης, ή στον αναπτυξιακό νόμο του 3908/2011 για το χρονικό διάστημα Ιανουάριος 2014 - Φεβρουάριος 2015 έτσι ώστε να υπάρξει κάποιο ποσοστό επιχορήγησης Δημοσίου, λόγω του ύψους της φορολογικής δήλωσης των εταιρών που δεν δίνει μοριοδότηση επαρκή και γιατί προγράμματα για την γυναικεία επιχειρηματικότητα δεν τρέχουν τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Ο δανεισμός θα πραγματοποιηθεί με τη χορήγηση δανείου από την HSBC, η οποία συγκριτικά με τις υπόλοιπες τράπεζες και τα κριτήρια δανειοδότησης – τα οποία αναφέρονται ακολούθως - μπορεί να μας χορηγήσει δάνειο (Asset Link – δέσμευση μετρητών) συγκεκριμένης διάρκειας (τοκοχρεολυτικό) ύψους 20.000 ευρώ, με κυμαινόμενο επιτόκιο (2%-4%) διάρκειας 10 ετών, χωρίς περίοδο χάριτος για τους πρώτους μήνες, με εγγύηση την πρώτη - κύρια κατοικία της Χριστίνας Χρήστου (Money Online, 2015).

Σκοπός του COFFEE TEA είναι η βιώσιμη λειτουργία του και η αποκόμιση κανονικών κερδών από τη δραστηριότητα που θα αναπτύξει και φυσικά η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και προϊόντων στους πελάτες, ώστε να καταφέρει να δημιουργήσει μια ισχυρή πελατειακή βάση. Φυσικά, λόγω του υψηλού ανταγωνισμού στον κλάδο το COFFEE TEA αποσκοπεί στην διαρκή διεύρυνση του πελατολογίου, με τη διανομή καφέ σε καταστήματα και επιχειρήσεις της γύρω περιοχής και όχι μόνο. Εκτός βεβαίως από τη διανομή καφέ, θα υπάρχει η δυνατότητα στους πελάτες να απολαύσουν το ρόφημά τους εντός ή εκτός του COFFEE TEA στα τραπεζοκαθίσματα (περιορισμένα) που θα έχουν τοποθετηθεί κατόπιν αδείας από τον Δήμο Πατρών.

Ο κλάδος της γρήγορης εστίασης σημειώνει σπουδαία ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα και στην πόλη των Πατρών με αποτέλεσμα να υπάρχουν περιθώρια αποκόμισης κερδών και ωφελειών για το COFFEE TEA, ιδιαιτέρως με τις καινοτομίες που πρόκειται να προωθήσει μέσω του καφέ εσπρέσο Margarita και των τσαγιών με θεραπευτικές ιδιότητες. Η καινοτομία, η γνώση της περιοχής και του κλάδου του καφέ, της γρήγορης και μαζικής εστίασης από τους εταίρους είναι τα δυνατά σημεία της επενδυτικής απόφασης, ενώ ως αδυναμίες μπορούν να χαρακτηριστούν η είσοδος σε μια αγορά με καθόλου φήμη για το COFFEE TEA και η έλλειψη μεγάλης εμπειρίας για τον τρόπο που λειτουργεί ο κλάδος, από τους ομόρρυθμους εταίρους (Μανουσίδης, 2009). Ως ευκαιρίες μπορούν να θεωρηθούν η ύπαρξη των τριών γυμναστηρίων τα οποία ως πελατολόγιο έχουν την ηλικιακή κατηγορία του target group του COFFEE TEA και η έλλειψη παρεμφερών take – away café – καφετεριών στην ευρύτερη περιοχή της Αγίας Σοφίας. Τέλος, ως απειλές σίγουρα μπορούν να θεωρηθούν η ύπαρξη του Coffee Brands το οποίο έχει ένα μεγάλο μερίδιο της αγοράς στο οποίο στοχεύει το COFFEE TEA, καθώς επίσης ο υψηλός ανταγωνισμός και το γεγονός ότι το σημείο επί της Ζακύνθου 55 δεν είναι σε κεντρικό σημείο της πόλης, αλλά σε προάστιο.

Η πολιτική τιμολόγησης που θα εφαρμοστεί δεν πρόκειται να ξεπερνά τον μέσο όρο των τιμών των ανταγωνιστικών προϊόντων, ενώ η στελέχωση του COFFEE TEA αρχικά θα γίνει από τρία άτομα προσωπικό (έναν υπάλληλο για delivery και δύο άτομα προσωπικό, τις ομόρρυθμες εταίρους του επενδυτικού σχεδίου) τον πρώτο χρόνο λειτουργίας. Οι βασικοί ανταγωνιστές είναι τα Coffee Brands επί της Αγίας Σοφίας και ο Coffee Island επί της Εθνικής Οδού Πατρών – Αθηνών, ενώ κάποια παραδοσιακά καφέ της γύρω περιοχής αποτελούν τους μικρότερους ανταγωνιστές.

Τέλος, όσον αφορά τις ενέργειες για την προώθηση και προβολή του COFFEE TEA, αυτές θα εστιαστούν σε διαδικτυακές διαφημίσεις μέσω των ιστοσελίδων κοινωνικής δικτύωσης, ραδιοφωνικών μηνυμάτων και banner – αφισών τα οποία θα τοποθετηθούν σε ακτίνα δύο χιλιομέτρων από την περιοχή.

## 2. Προϊόντα και υπηρεσίες

Τα προϊόντα που θα προσφέρει το COFFEE TEA θα είναι σχεδόν παρόμοια με τα προϊόντα που μπορεί ο καθένας να βρει σε κάποια καφετέρια – take – away café. Ως επί το πλείστον, το COFFEE TEA θα παρέχει στους πελάτες του ζεστά και κρύα ροφήματα με έμφαση στην

παροχή εσπρέσο Margarita καφέ, που θα αποτελεί το βασικό προϊόν του καφέ και ροφήματα τσαγιού ειδικών ποικιλιών με θεραπευτικές ιδιότητες. Πέραν των ροφημάτων ποικιλίας Margarita και των τσαγιών που αναφέρθηκαν ανωτέρω, το COFFEE TEA θα πουλά τα εξής προϊόντα συνολικά:

**Πίνακας 2.1 Προϊόντα COFFEE TEA**

<b>ΠΡΟΪΟΝΤΑ COFFEE TEA</b>		
<b>Ροφήματα καφέ</b>	<b>Ροφήματα Τσαγιού</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ελληνικός καφές μονός</li> <li>• Ελληνικός καφές διπλός</li> <li>• Γαλλικός καφές</li> <li>• Νες καφέ</li> <li>• Φραπές καφές</li> <li>• Λάτε καφές</li> <li>• Εσπρέσο καφές</li> <li>• Εσπρέσο καφές Margarita</li> <li>• Εσπρέσο Ντεκαφεϊνέ καφές</li> <li>• Εσπρέσο μακιάτο καφές</li> <li>• Εσπρέσο μακιάτο Margarita καφές</li> <li>• Εσπρέσο μακιάτο Ντεκαφεϊνέ καφές</li> <li>• Εσπρέσο νορμάλε καφές</li> <li>• Εσπρέσο στρέττο καφές</li> <li>• Καπουτσίνο λάτε καφές</li> <li>• Εσπρέσο αμερικάνο καφές</li> <li>• Φρέντο εσπρέσο καφές</li> <li>• Φρέντο εσπρέσο καφές Margarita</li> <li>• Φρέντο εσπρέσο Ντεκαφεϊνέ καφές</li> <li>• Φρέντο καπουτσίνο καφές</li> <li>• Φρέντο καπουτσίνο Margarita καφές</li> <li>• Φρέντο καπουτσίνο Ντεκαφεϊνέ καφές</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Τσάι πράσινο</li> <li>• Τσάι βουνού</li> <li>• Τσάι ανοσοποιητικού</li> <li>• Τσάι αποτοξίνωσης</li> <li>• Τσάι Berry Twist (Αρόνια, Φράουλα, Μάνγκο)</li> </ul>	
	<b>Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες</b>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Μπαγκέτα (γαλοπούλα, ντομάτα, τυρί)</li> <li>• Σνακς (κρουασάν βουτύρου και σοκολάτας)</li> <li>• Τυρόπιτα</li> </ul>
		<b>Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Αναψυκτικά (πορτοκαλάδα Loux, λεμονάδα Loux, Coca Cola)</li> <li>• Χυμός Amita (πορτοκάλι, motion, ροδάκινο, μήλο – καρότο – πορτοκάλι, βύσσινο)</li> </ul>
		<b>Ροφήματα Σοκολάτας</b>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Σοκολάτα (ζεστή και κρύα)</li> <li>• Λευκή σοκολάτα</li> </ul>

Οι σοκολάτες (ζεστή, λευκή) που θα προσφέρονται στο μαγαζί θα είναι μάρκας TASSIMO, ενώ ο ελληνικός καφέ θα είναι μάρκας Λουμίδης. Ο γαλλικός καφές και ο εσπρέσο θα είναι επίσης μάρκας TASSIMO, ενώ ο φραπές καφές θα είναι μάρκας Nescafe. Όσον αφορά τον καφέ La Margarita, θα αποτελεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του COFFEE TEA. Ο συγκεκριμένος καφές παράγεται στην Κόστα Ρίκα στη φάρμα Zalmarí Micromill στην περιοχή Orosí και είναι ποικιλίας Caturra, Bourbon. Η προμήθεια της συγκεκριμένης ποικιλίας καφέ θα γίνεται μέσω του έμπιστου προμηθευτή DANESI - Φραγκάκης Κ. Η εταιρεία που θα μας προμηθεύει τον παραπάνω καφέ έχει επισκεφτεί τη φάρμα Zalmarí Micromill, ενώ προσωπική επαφή θα υπάρξει μέσω τηλεδιάσκεψης Skype αρχικά. Η μέθοδος επεξεργασίας του καλείται Red Honey και τα ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά του είναι η ισορροπημένη οξύτητα, πλούσιο σώμα, γλυκές νότες πορτοκαλιού και τόνοι μαύρης σοκολάτας (Taf, 2015).

Τα αναψυκτικά που θα προσφέρονται στο COFFEE TEA θα είναι πορτοκαλάδα και λεμονάδα Loux 330ml σε γυάλινο μπουκάλι, ενώ θα υπάρχει και ψυγείο με Coca Cola των 330ml σε αλουμινένια συσκευασία.

Τα είδη τσαγιού που θα προσφέρονται (τσάι πράσινο, τσάι βουνού, τσάι ανοσοποιητικού, τσάι αποτοξίνωσης και τσάι Berry Twist) δε θα είναι γνωστής επωνυμίας (όπως Lipton Ice κτλ), αλλά θα αγοράζονται από κατάστημα στο κέντρο της Πάτρας με βότανα και ειδικές ποικιλίες τσαγιού. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφέρουμε ότι κάθε ποικιλία τσαγιού έχει μια συγκεκριμένη θεραπευτική ιδιότητα, η οποία θα αναφέρεται σε έντυπο που θα υπάρχει εντός του καταστήματος αναλυτικά και στον τιμοκατάλογο περιληπτικά. Παρακάτω αναφέρουμε τις πιο σημαντικές θεραπευτικές ιδιότητες ανά είδος τσαγιού (Tsai.gr, 2015):

- Ø **Τσάι πράσινο:** καταπολεμά τον καρκίνο και τις καρδιακές παθήσεις
- Ø **Τσάι βουνού:** ιδιότητες όπως αντιφλεγμονώδεις, αναλγητικές, αντιοξειδωτικές
- Ø **Τσάι ανοσοποιητικού:** καταπολέμηση μικροβίων και ιών, αλλά και με αντιφλεγμονώδη του δράση.
- Ø **Τσάι αποτοξίνωσης:** βοηθά στον καθαρισμό και την αποτοξίνωση του οργανισμού, ιδίως του ήπατος.
- Ø **Τσάι Berry Twist:** αντιοξειδωτικές ιδιότητες και λειτουργεί ως συμπλήρωμα βιταμινών E και C.

Πέραν λοιπών των ζεστών και κρύων ροφημάτων που περιγράφηκαν παραπάνω, στο COFFEE TEA θα διατίθενται νερά 500ml μάρκας Αύρα και μπαγκέτες με γαλοπούλα και τυρί (όχι παραπάνω από 10 κάθε πρωί) τις οποίες θα παρασκευάζει το προσωπικό με προϊόντα αγορασμένα από σουπερμάρκετ, κρουασάν βουτύρου και σοκολάτας (όχι πάνω από 20 συνολικά), τυρόπιτες (όχι πάνω από 15 την ημέρα).

Ως προς τις υπηρεσίες του COFFEE TEA, αυτές θα αφορούν στην πώληση ποιοτικού καφέ και λοιπών ροφημάτων και στη διανομή τους σε επιχειρήσεις, μαγαζιά, αλλά και σε οικίες πλησίον του καφέ, στην δυνατότητα χαλάρωσης στα τραπεζοκαθίσματα εντός και εκτός του COFFEE TEA και στην δυνατότητα παρακολούθησης αθλητικών γεγονότων μέσω της επίγειας ψηφιακής πλατφόρμας OTE TV Sports.

Φυσικά, στο COFFEE TEA θα υπάρχει ελεύθερο wi-fi για τους πελάτες. Το COFFEE TEA θα διαθέτει ακόμα την υπηρεσία delivery απασχολώντας το πρώτο χρονικό διάστημα έναν υπάλληλο για delivery και συνολικά τρία άτομα ως υπαλλήλους, ενώ αναλόγως της πελατείας – κίνησης θα παρθούν οι ανάλογες αποφάσεις, πρόσληψης ή μη ενός ακόμη υπαλλήλου. Η λειτουργία του COFFEE TEA θα είναι εφικτή στο διάστημα 25 Ιουλίου – 31 Ιουλίου 2015, με τις εργασίες να ξεκινούν στις αρχές Ιουλίου 2015.



Εικόνα 1. Τσάι αποτοξίνωσης



Εικόνα 2. Τσάι ανοσοποιητικού



Εικόνα 3. Τσάι Berry Twist



### 3. Πρωτοτυπία – Καινοτομία

Για την επιτυχημένη λειτουργία του COFFEE TEA και την εξασφάλιση μακροχρόνιας λειτουργίας, άρα βιωσιμότητας της επιχείρησης, είναι βασικοί και σημαντικοί οι εξής δύο παράγοντες: η πρωτοτυπία και η καινοτομία. Όσον αφορά στο πρώτο χαρακτηριστικό της πρωτοτυπίας, το COFFEE TEA προορίζεται να είναι το πρώτο take – away café που θα προσφέρει μια ειδική ποικιλία εσπρέσο καφέ, του Margarita, ο οποίος καφές γευστικά έχει ελαφρά γεύση πορτοκαλιού και σοκολάτας, δίνοντας έτσι ένα πρωτότυπο άρωμα και μια ιδιαίτερη γεύση στον καφέ που θα αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του καφέ, έναντι των υπολοίπων καφετεριών, καθώς όπως προείπαμε, η ποικιλία Margarita δεν απαντάται σε καφετέριες ούτε σε αλυσίδες καφετεριών στην Πάτρα (Taf, 2015).

Ως προς το στοιχείο της καινοτομίας, το COFFEE TEA προορίζεται να ξεχωρίσει στην αγορά, αφού πέραν του Margarita εσπρέσο καφέ που θα σερβίρει, θα πουλά και θα σερβίρει τσάγια όχι της αγοράς, αλλά ειδικές ποικιλίες με θεραπευτικές ιδιότητες που αναφέρθηκαν στην ενότητα προϊόντα – υπηρεσίες. Σε κανένα σημείο της πόλης των Πατρών, αλλά κυρίως της γύρω περιοχής, δεν υπάρχει παρόμοιο take – away café ή ακόμα και καφετέρια που να σερβίρει τόσο εξεζητημένες ποικιλίες τσαγιού.

Η καινοτομία λοιπόν του επιχειρηματικού σχεδίου έγκειται στην προσφορά τεσσάρων ποικιλιών τσαγιού που δεν απαντώνται στον κλάδο της γρήγορης εστίασης και κυρίως δεν συναντώνται σε take – away café. Είναι επομένως μεγάλη η διαφοροποίηση του COFFEE TEA έναντι των ανταγωνιστών, αφού τοποθετείται στην αγορά ως κάτι ξεχωριστό.

### 4. Αγορές και μάρκετινγκ

Η αγορά στην οποία εντάσσεται η δραστηριότητα του COFFEE TEA χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερο ανταγωνισμό σε πανελλαδικό επίπεδο. Ωστόσο, πρόσφατες έρευνες ανέδειξαν αναπτυξιακούς ρυθμούς στον κλάδο του καφέ και της γρήγορης εστίασης στον ελλαδικό χώρο. Αναλόγως λοιπόν πρέπει να διαμορφωθούν οι ενέργειες μάρκετινγκ, λαμβάνοντας πάντα υπόψη τις ανταγωνιστικές παραμέτρους της αγοράς, τις ανάγκες και τις τάσεις. Παρακάτω περιγράφεται ο κλάδος γρήγορης εστίασης και καφέ στον οποίο εντάσσεται η

επιχειρηματική δραστηριότητα του COFFEE TEA, καθώς επίσης οι ενέργειες του μίγματος μάρκετινγκ (Προβολή, Προώθηση, Τοποθέτηση, Τιμολόγηση).

#### 4.1 Κλάδος - Αγορά καφέ

Ανωτέρω αναφέραμε ότι ο κλάδος γρήγορης εστίασης και καφέ παρουσιάζει αναπτυξιακούς ρυθμούς στον ελλαδικό χώρο την τελευταία δεκαετία, γεγονός που αποτελεί τροχοπέδη της επιλογής μας για την ίδρυση ενός take –away café στην πόλη των Πατρών της οποίας σημαντικό ποσοστό πληθυσμού είναι οι φοιτητές, άρα η ηλικιακή ομάδα στην οποία στοχεύουμε κατά κύριο λόγο, οι οποίοι κινούν την αγορά, μέσω των καταναλωτικών τους δαπανών. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια, ευρύτερα η εγχώρια αγορά καφέ (όχι μόνον τα take – away café) έχει αρχίσει να εμφανίζει αρνητικά ποσοστά ανάπτυξης. Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη για τις αλυσίδες καφέ και τα καφεκοπτεία, που εκπονήθηκε από την εταιρεία STOCHASIS τον Ιούνιο του 2014<sup>1</sup>, ο κλάδος του καφέ και πιο συγκεκριμένα, η αγορά των καφέ – αλυσίδων, σημείωσε πιο μεγάλη μείωση σε σχέση με την μείωση των καφεκοπτειών στον ελλαδικό χώρο την τριετία 2009 – 2012 (Ελλάδα. Stochasis Σύμβουλοι Επιχειρήσεων, 2014).

Είναι γεγονός ωστόσο ότι τόσο η αγορά των αλυσίδων καφέ, όσο και αυτή των καφεκοπτειών, παρουσίασαν μικρότερη πτώση σχετικά με άλλους οικονομικούς κλάδους και αυτό ερμηνεύεται από το γεγονός ότι ο καφές αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής των Ελλήνων όλων των ηλικιών. Οι αλυσίδες καφέ που λειτουργούν στην ελληνική αγορά συνεισφέρουν 350 εκατομμύρια ευρώ στο συνολικό ΑΕΠ της Ελλάδας, δηλαδή περίπου 0,2%, ενώ για τη διετία 2009 – 2011 σημειώθηκαν αρνητικά ποσοστά ανάπτυξης στην εγχώρια αγορά αλυσίδων καφέ της τάξης του 6%. Για το 2013 η μείωση αυτή περιορίστηκε στο 4% περίπου, σύμφωνα με στοιχεία της ίδια έρευνας.

Η εγχώρια αγορά καφέ και εν προκειμένω, ο κλάδος των επιχειρήσεων γρήγορης εστίασης - καφέ έχει ως κύριο χαρακτηριστικό την ύπαρξη πολλών μικρών επιχειρήσεων (συνήθως οικογενειακών) με την παράλληλη δραστηριοποίηση διάφορων αλυσίδων καφέ όπως τα Mikel, τα Coffee Brands, τα Flo Café, τα Starbucks κ.ά. Οι περισσότερες αλυσίδες καφέ έχουν υιοθετήσει την πολιτική της δικαιόχρησης, που ως αποτέλεσμα έχει την επέκταση του

<sup>1</sup> Βλ. STOCHASIS – Σύμβουλοι επιχειρήσεων, Κλαδικές Στοχεύσεις, Αλυσίδες Καφέ και Καφεκοπτειών, Ιούνιος 2014.

brand name τους σε διάφορες αγορές και πόλεις. Είναι γεγονός ότι ο κύριος ανταγωνιστής του café take- away COFFEE TEA πρόκειται να είναι το Coffee Brands (θα αναφερθούμε εκτενώς στους ανταγωνιστές λίγο παρακάτω), το οποίο έχει επεκταθεί σε όλη την Πάτρα, αλλά και σε πόλεις εκτός Πατρών, με απώτερο σκοπό την διείσδυσή τους σε νέες ανεκμετάλλευτες αγορές, λόγω του υψηλού ανταγωνισμού που παρατηρείται στον κλάδο του καφέ και συγκεκριμένα, τον υψηλό ανταγωνισμό στην αγορά καφέ της Πάτρας.

Σύμφωνα με στατιστικά του Επιμελητηρίου Αχαΐας για το 2013, στην Πάτρα στην δραστηριοποιούνται 1.019 καφέ - μπαρ εκ και 533 καφετέριες. Συνολικά δηλαδή απαντώνται στην Πάτρα 1.552 επιχειρήσεις με βασική τους δραστηριότητα την πώληση καφέ (καφετέριες, καφενεία, café take – away κτλ), Εάν λάβουμε υπόψη τον πληθυσμό του Δήμου Πατρών που ανέρχεται σε 168.034 κατοίκους σύμφωνα με την απογραφή του 2011, τότε μπορούμε να δούμε την αναλογία καφετεριών – café take – away και πληθυσμού που ανέρχεται σε 1/108, δηλαδή σε καθεμιά επιχείρηση που ανήκει στον κλάδο του καφέ, αντιστοιχούν 108 άτομα, γεγονός που αναδεικνύει το πλαίσιο μέσα στο οποίο διαμορφώνεται η αγορά του καφέ στην Πάτρα, ενώ αν λάβουμε υπόψη τους περίπου 40.000 φοιτητές που φοιτούν στην Πάτρα, τότε το ποσοστό των ατόμων που αντιστοιχούν σε καθεμιά επιχείρηση, αυξάνεται.

#### 4.2 Τμηματοποίηση αγοράς – Χαρακτηριστικά πελατών

Σημαντικό βήμα για τη διαμόρφωση της στρατηγικής που ακολουθείται από οποιαδήποτε επιχείρηση, είναι η διαδικασία τμηματοποίησης της αγοράς (Stutely, 2003). Για την επιτυχημένη λειτουργία και τη βιωσιμότητα μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας, απαιτείται η σωστή και ακριβής τμηματοποίηση της αγοράς, δηλαδή των τμημάτων του αγοραστικού κοινού στο οποίο θα στοχεύσει τις ενέργειες μάρκετινγκ μια επιχείρηση για να προωθήσει, προβάλλει και εν τέλει πουλήσει τα προϊόντα της (Σιώμοκος, 2004).

Το café take – away COFFEE TEA, όπως έχει ήδη αναφερθεί, θα απευθύνεται σε καταναλωτικό κοινό που ανήκει ανάμεσα στις ηλικίες 17-55 ετών. Η στόχευση σε αυτή την ηλικιακή ομάδα προτείνεται να γίνει για συγκεκριμένους λόγους οι οποίοι αναλύονται ακολούθως σε υποκατηγορίες ηλικιών:

- **Πελάτες ηλικίας 17 – 30:** Αποτελεί την κατηγορία καταναλωτών – πελατών στην οποία στοχεύουν όλες οι επιχειρήσεις γρήγορης εστίασης καφέ. Σε αυτήν την ηλικιακή ομάδα απαντάται το μέρος του πληθυσμού που είτε έχει περισσότερο ελεύθερο χρόνο, είτε έχει στις καθημερινές του καταναλωτικές συνήθειες την αγορά τουλάχιστον ενός καφέ. Όπως έχει ήδη αναφερθεί στην εισαγωγική ενότητα του επιχειρηματικού σχεδίου, το café take – away COFFEE TEA θα βρίσκεται επί της οδού Ζακύνθου, πέριξ του οποίου υπάρχουν τρία γυμναστήρια στα οποία ο μέσος όρος ηλικίας πελατών είναι 25-28 ετών. Αυτό αποτελεί μιας πρώτης τάξης ευκαιρία για την επιχείρησή μας να εγκατασταθεί στην περιοχή αυτή, στοχεύοντας σε αυτές τις ηλικίες, είτε με την προσφορά καφέ, είτε με την προσφορά τσαγιών με θεραπευτικές ιδιότητες, γεγονός που συνάδει με τον υγιεινό τρόπο ζωής όσων αθλούνται. Επίσης, η περιοχή της Αγίας Σοφίας στην οποία θα βρίσκεται το COFFEE TEA, είναι μία κατεξοχήν περιοχή φοιτητών, λόγω της πληθώρας των πολυκατοικιών και φθηνών ενοικίων. Επιπρόσθετα, επί της οδού Ζακύνθου η γραμμή 3 του αστικού ΚΤΕΛ Πατρών πραγματοποιεί δύο στάσεις. Γίνεται κατανοητό λοιπόν ότι το take – away café COFFEE TEA μπορεί να κερδίσει καθημερινούς πελάτες που ανήκουν κυρίως στην ηλικία 17 – 30 ετών.
- **Πελάτες ηλικίας 30+ :** Αποτελεί την δεύτερη κατηγορία καταναλωτών – πελατών στην οποία στοχεύει το take – away café COFFEE TEA. Στην ηλικιακή ομάδα 30+ ανήκουν κυρίως άτομα με λιγότερο ελεύθερο χρόνο λόγω αυξημένων επαγγελματικών και οικογενειακών υποχρεώσεων. Ωστόσο, συνηθίζεται τις πρωινές ώρες, από πολλούς επαγγελματίες διαφόρων ειδικοτήτων, πριν την ανάληψη οποιασδήποτε επαγγελματικής δραστηριότητας, η αγορά ενός καφέ ο οποίος αποτελεί καθημερινή συνήθεια των περισσότερων Ελλήνων. Το COFFEE TEA στοχεύει στην απόσπαση μεριδίου της αγοράς λοιπόν, ατόμων που τις πρωινές ώρες καταναλώνουν καφέ. Επίσης, οι μεγαλύτερες ηλικίες (άνω των 50 ετών) είτε καταναλώνουν λιγότερο καφέ, είτε επιθυμούν άλλα ροφήματα, όπως τσάι, το οποίο θα προσφέρει η επιχείρησή μας. Μάλιστα, με την υπηρεσία delivery στοχεύει το COFFEE TEA να ανταποκριθεί πλήρως στις απαιτήσεις των πελατών που δεν δύνανται είτε για λόγους υγείας, είτε για επαγγελματικούς λόγους, να αγοράσουν κατ'ίδιαν κάποιο προσφερόμενο προϊόν.

Ο βασικός επιδιωκόμενος στόχος αγοράς για το COFFEE TEA λοιπόν, είναι κυρίως είναι μια κανονική ροή πελατών από την τοπική κοινωνία με προσφορά προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές, ενώ η έτερη δεξαμενή πελατών στην οποία στοχεύει το COFFEE TEA

είναι αυτή των πελατών που είτε επιθυμούν κάποια άλλη ποικιλία καφέ, είτε άλλα ροφήματα ευεργετικά και με θεραπευτικές ιδιότητες όπως οι προσφερόμενες ποικιλίες τσαγιού του COFFEE TEA.

### 4.3 Ανταγωνιστές

Το COFFEE TEA θα βρίσκεται όπως έχει ήδη ειπωθεί στην οδό Ζακύνθου 55, στην ευρύτερη περιοχή της Αγίας Σοφίας Πατρών. Οι ανταγωνιστές του COFFEE TEA είναι οι πάσης φύσεως επιχειρήσεις που προσφέρουν καφέ. Ωστόσο, ορίζοντας τα γεωγραφικά όρια της δραστηριοποίησης της επιχείρησης, η θεώρηση και αξιολόγηση των ανταγωνιστών γίνεται πιο εύκολη. Στόχος του COFFEE TEA είναι να καλύψει τις ανάγκες των καταναλωτών – πελατών που βρίσκονται σε ακτίνα 1-2 χιλιομέτρων. Εδώ θα πρέπει να σημειώσουμε ότι η υπηρεσία delivery έχει ως στόχο την απόσπαση μεριδίων αγοράς που εκτείνονται πέραν της προαναφερθείσας ακτίνας πεδίου δράσης του COFFEE TEA.

Κατά κύριο λόγο, το delivery αποτελεί επιτελικό μέσο εξυπηρέτησης των πελατών του COFFEE TEA. Οι επιχειρήσεις αυτού του κλάδου είναι επιχειρήσεις τις οποίες βρίσκει ο πελάτης και όχι η επιχείρηση τους πελάτες. Για το λόγο αυτό λοιπόν, εκτιμάται ότι το COFFEE TEA θα δημιουργηθεί για να καλύψει τις ανάγκες σε καφέ και λοιπά ροφήματα ατόμων που είτε είναι μόνιμοι κάτοικοι στην ευρύτερη περιοχή, είτε είναι περαστικοί συχνά (λόγω διάφορων δραστηριοτήτων όπως η επίσκεψη στα γυμναστήρια της περιοχής κτλ) από το σημείο που θα βρίσκεται το COFFEE TEA, είτε δραστηριοποιούνται επαγγελματικά στην ευρύτερη περιοχή. Έχοντας λάβει υπόψη τις παραπάνω παραμέτρους, μπορούμε να προχωρήσουμε στη θεώρηση των ανταγωνιστών του COFFEE TEA:

- ▼ **Coffee Brands:** Το Coffee Brands επί της Αγίας Σοφίας αποτελεί τον βασικό ανταγωνιστή, καθώς αποτελεί υποκατάστημα της ομώνυμης αλυσίδας καφέ, που απαριθμεί 23 καταστήματα στην Πάτρα. Έχει καταφέρει να δημιουργήσει πιστούς πελάτες, προσφέροντας μάλιστα μια ειδική ποικιλία εσπρέσο, του Megisto καφέ. Πέραν τούτου, το Coffee Brands επί της Αγίας Σοφίας έχει το συγκριτικό πλεονέκτημα ότι βρίσκεται πάνω σε κεντρική οδική αρτηρία, όπως είναι η οδός Αγίας Σοφίας από την οποία περνούν οι γραμμές 2, 6, 3 του αστικού ΚΤΕΛ Πατρών, πραγματοποιούν στάση διάφορα υπεραστικά ΚΤΕΛ και φυσικά διασχίζεται

καθημερινά από πολλά οχήματα, τα οποία πραγματοποιούν στάση για την αγορά καφέ από το Coffee Brands (Coffee Brands, 2015).

▼ **Coffee Island:** Η αλυσίδα καταστημάτων Coffee Island είναι μια αλυσίδα καταστημάτων καφεκοπτείου – take away café, εξειδικευμένη στην πώληση και παροχή ροφημάτων καφέ, αλλά και τσαγιού μεγάλης ποικιλίας. Η ποιότητα των ροφημάτων τους και του καφέ που παρέχουν είναι ιδιαίτερα υψηλή. Εντοπίζονται 16 καταστήματα στην Πάτρα, ενώ συνολικά η αλυσίδα Coffee Island έχει 239 καταστήματα (1 κατάστημα στην Αλβανία και 33 στην Κύπρο). Πιο συγκεκριμένα, το κατάστημα Coffee Island που βρίσκεται επί της Νέας Εθνικής Οδού Πατρών – Αθηνών 3 (λίγα μέτρα μακριά από το COFFEE TEA) αποτελεί έναν ακόμα ανταγωνιστή, μικρότερης δυναμικής από το Coffee Brands, λόγω της εξειδίκευσης της αλυσίδας στην λειτουργία ως καφεκοπτείου. Ωστόσο το γεγονός ότι βρίσκεται σε πιο κεντρικό σημείο από το COFFEE TEA, αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και αποσπά δυνητικούς πελάτες του COFFEE TEA (Coffee Island, 2015).

▼ **Διάφοροι μικρότεροι ανταγωνιστές:** Οι κύριοι ανταγωνιστές αναφέρθηκαν παραπάνω. Ωστόσο, στην περιοχή της Αγίας Σοφίας, αλλά και επί της Ζακύνθου υπάρχουν μερικοί ακόμη ανταγωνιστές ήσσονος σημασίας. Αυτοί είναι διάφορα παραδοσιακά καφενεία (επί της οδού Πέντε Πηγαδιών και Ζακύνθου, επί της οδού Ζακύνθου 47), τα οποία ωστόσο είτε έχουν πολύ μικρό μερίδιο της αγοράς στην οποία απευθύνεται το COFFEE TEA, είτε δεν προσφέρουν τα προϊόντα του COFFEE TEA.

Οι ενέργειες μάρκετινγκ που θα πρέπει να εφαρμοστούν από το COFFEE TEA θα πρέπει να διαμορφωθούν εξετάζοντας τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των ανταγωνιστών, τις αδυναμίες τους και τούμπαλιν.

#### 4.4 Τοποθέτηση

Η τοποθέτηση είναι ένα από τα τέσσερα στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ (Τοποθέτηση, Τιμολόγηση, Διανομή, Προώθηση). Έχουν δοθεί διάφοροι ορισμοί κατά καιρούς, ένας από τους οποίους είναι ο εξής: «Τοποθέτηση είναι η διαδικασία σχεδιασμού της εταιρικής προσφοράς και εικόνας έτσι ώστε να κατακτήσει η μάρκα ένα ξεχωριστό μέρος στο μυαλό του κοινού - στόχου. Το τελικό αποτέλεσμα της τοποθέτησης είναι η επιτυχημένη δημιουργία μιας

πελατοκεντρικής πρότασης αξίας (*proposition value*), μιας συγκεκριμένης αιτίας να αγοράσει το κοινό - στόχος το προϊόν." (Kotler and Keller, 2006).

Βασικά συστατικά στοιχεία για μια επιτυχημένη τοποθέτηση είναι τα παρακάτω (Δημητριάδης και Τζωρτζάκη, 2010):

- Αναγνώριση και εντοπισμός των ανταγωνιστών
- Κατανόηση του πώς ο τελικός καταναλωτής αντιλαμβάνεται και αξιολογεί τους ανταγωνιστές
- Προσδιορισμός της τοποθέτησης των ανταγωνιστικών προϊόντων
- Ανάλυση δυνητικών πελατών / τμήματος αγοράς
- Επιλογή τοποθέτησης του προϊόντος / υπηρεσίας στο μυαλό των καταναλωτών
- Παρακολούθηση της τοποθέτησης και ανατροφοδότηση

Έχουν προταθεί διάφορες προσεγγίσεις τοποθέτησης ανάλογα του είδους της επιχείρησης, των προϊόντων, του τμήματος αγοράς στο οποίο απευθύνονται τα προϊόντα κτλ. Οι συνήθεις πρακτικές τοποθέτησης που εφαρμόζονται γίνονται ανάλογα (Walker et al., 1996):

- Σχέση τιμή - ποιότητας
- Σχέση με τη χρήση του προϊόντος
- Τον δυνητικό χρήστη του προϊόντος
- Την κατηγορία – είδος προϊόντος
- Τους ανταγωνιστές
- Συγκεκριμένα γνωρίσματα προϊόντος
- Συνδυασμός δύο ή παραπάνω κατηγοριών

Το COFFEE TEA λοιπόν, πρόκειται να τοποθετηθεί ως ένα take – away café το οποίο ωστόσο προσφέρει μια ειδική ποικιλία εσπρέσο, σε χαμηλή τιμή παρά το σχετικά υψηλό κόστος του, ειδικές ποικιλίες θεραπευτικών τσαγιών σε ανταγωνιστικές τιμές. Η τοποθέτηση επομένως του COFFEE TEA και των προϊόντων που προσφέρει θα γίνει με βάση το είδος των προϊόντων που θα προσφέρει, τα ιδιαίτερα γνωρίσματα του εσπρέσο Margarita και των ιδιοτήτων των τσαγιών που θα προσφέρει, αλλά και με βάση τη σχέση τιμής – ποιότητας. Τέλος, η διαφοροποίηση της μάρκας καφέ Margarita σε σχέση με τις υπάρχουσες μάρκες

καφέ και των τσαγιών που θα προσφέρει είναι τα στοιχεία στα οποία θα στηριχθούν οι ενέργειες για μια επιτυχημένη τοποθέτηση του COFFEE TEA στη συνείδηση των καταναλωτών.

#### 4.5 Πολιτική προϊόντων - υπηρεσιών

Η έννοια της πολιτικής προϊόντος – υπηρεσίας εστιάζει σε αποφάσεις σχετικά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες μιας επιχείρησης και αφορούν τον κύκλο ζωής που διαγράφουν, τις ενέργειες που πρέπει να γίνονται στις διαφορετικές φάσεις ζωής του προϊόντος – υπηρεσίας, τα χαρακτηριστικά που πρέπει να αλλάζουν για την επιτυχή πορεία του προϊόντος – υπηρεσίας, αποφάσεις σχετικές με κατάργηση ή δημιουργία – είσοδο νέων προϊόντων στη γραμμή προϊόντων κτλ (Κέφης και Παπαζαχαρίου, 2009).

Όσον αφορά στα προϊόντα του COFFEE TEA, οι ενέργειες που πρόκειται να γίνουν ως προς την πολιτική προϊόντων, δεν μπορούν να ξεφεύγουν από τις συνήθεις πρακτικές. Πιο συγκεκριμένα, τα ροφήματα καφέ, σοκολάτας, τσαγιού, τα σνακς και τα αναψυκτικά που θα προσφέρει το COFFEE TEA έχουν συγκεκριμένο κύκλο ζωής που δεν ξεπερνά τη μία εβδομάδα το μέγιστο, καθώς προβλέπεται η ζήτηση να εξαντλεί σε εβδομαδιαία βάση τις ποσότητες και να καταναλώνονται τα προϊόντα. Όσον αφορά ειδικά στα σνακς, αυτά προβλέπεται να καταναλώνονται εντός μιας ημέρας, καθώς μετά το πέρας μιας ημέρας δεν προβλέπεται να πωλούνται. Η κατάργηση προϊόντων ή η προσφορά νέων προϊόντων από το COFFEE TEA θα αποφασιστεί αφού παρέλθει ένα εύλογο χρονικό διάστημα 6 μηνών, ώστε να υπάρχουν επαρκής αξιολόγηση της ζήτησης των υπαρχόντων ή άλλων προϊόντων.

Η καινοτομία που θα προταθεί όσον αφορά τις υπηρεσίες του COFFEE TEA είναι η προσφορά θερμού στους συχνούς πελάτες (πελάτες που αγοράζουν τουλάχιστον 20 καφέδες τον μήνα) δωρεάν, ενώ προτείνεται ακόμα η διανομή ενός ροφήματος σοκολάτας με κάθε αγορά καφέ εσπρέσο Margarita για διάστημα ενός μήνα με σκοπό την υιοθέτηση και γνωστοποίηση της νέας μάρκας εσπρέσο.



## 4.6 Τιμολόγηση

Το σημαντικότερο κομμάτι για την επιτυχία ενός επιχειρηματικού σχεδίου ή μιας επένδυσης είναι η τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθηθεί από τη διοίκηση και το τμήμα μάρκετινγκ. Η τιμή είναι ο πιο καθοριστικός παράγοντας για τις πωλήσεις που πραγματοποιεί ένα προϊόν – μια υπηρεσία και φυσικά καθορίζει το ύψος των κερδών. Οι συνθήκες και οι παράγοντες που επηρεάζουν τη διαμόρφωση της τιμολογιακής πολιτικής που ακολουθεί μια επιχείρηση ποικίλουν (Tiffany και Peterson, 2008). Ο ανταγωνισμός, το είδος της επιχειρηματικής δραστηριότητας, η αγορά στην οποία αναπτύσσεται και λειτουργεί μια επιχείρηση, τα τμήματα της αγοράς στην οποία απευθύνεται, είναι μερικοί από τους παράγοντες που επηρεάζουν την διαμόρφωση της τιμολογιακής πολιτικής μιας νεοϊδρυθείσας επιχείρησης, αλλά και μιας υπάρχουσας (Karferer και Ρηγοπούλου, 2013).

Λόγω του ότι το COFFEE TEA είναι μια νεοεισερχόμενη επιχείρηση στον κλάδο του καφέ και της γρήγορης εστίασης, σε μια αγορά ιδιαίτερος ανταγωνιστική δηλαδή, η τιμολόγηση που θα ακολουθηθεί από το COFFEE TEA θα γίνει με βάση τον ανταγωνισμό. Η διαφοροποίηση στα προϊόντα που θα προσφέρει το COFFEE TEA (καφές, τσάι, σνακς, αναψυκτικά) και στις υπηρεσίες είναι δύσκολη έναντι των ανταγωνιστών, καθώς, πέραν της ποικιλίας καφέ Margarita και των τσαγιών με θεραπευτικές ιδιότητες, τα υπόλοιπα προϊόντα είναι κοινά (με διαφορά στη μάρκα) με αυτά που προσφέρουν άλλα take – away café και καφετέριες. Αφού λοιπόν εξετάσαμε την τιμολόγηση σε διάφορα take – away café της Πάτρας, προτείνεται η ακόλουθη τιμολόγηση των προϊόντων που θα προσφέρονται από το COFFEE TEA:

**ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ COFFEE TEA**

Σοκολάτα (ζεστή και κρύα)	1,5 €
Λευκή σοκολάτα	1,8€
Ελληνικός καφές μονός	1€
Ελληνικός καφές διπλός	1,5€
Γαλλικός καφές	1,3€
Νες καφέ	1,2€
Φραπές καφές	1,2€
Λάτε καφές	1,8€
Εσπρέσο καφές	1€
Εσπρέσο καφές Margarita	1,4€
Εσπρέσο Ντεκαφεϊνέ καφές	1€
Εσπρέσο μακιάτο καφές	1,2€
Εσπρέσο μακιάτο Margarita καφές	1,3€
Εσπρέσο μακιάτο Ντεκαφεϊνέ καφές	1,2€
Εσπρέσο αμερικάνο καφέ	1,3€
Εσπρέσο νορμάλε καφέ	1,3€
Εσπρέσο στρέττο καφές	1,3€
Καπουτσίνο λάτε καφέ	1,3€
Φρέντο εσπρέσο καφές	1,3€
Φρέντο εσπρέσο καφές Margarita	1,5€
Φρέντο εσπρέσο Ντεκαφεϊνέ καφές	1,3€
Φρέντο καπουτσίνο καφές	1,3€
Φρέντο καπουτσίνο Margarita καφές	1,5€
Φρέντο καπουτσίνο Ντεκαφεϊνέ καφές	1,3€
Αναψυκτικά (πορτοκαλάδα Loux, λεμονάδα Loux, Coca Cola)	0,7€
Χυμός Amita (πορτοκάλι, ποτίον, ροδάκινο, μήλο – καρότο – πορτοκάλι, βύσσινο)	1,2€
Τσάι πράσινο	1,3€
Τσάι βουνού	1,5€
Τσάι ανοσοποιητικού	1,5€
Τσάι αποτοξίνωσης	1,5€
Τσάι Berry Twist (Αρώνια, Φράουλα, Μάνγκο)	1,6€
Νερό Αύρα (500ml)	0,5€
Μπαγκέτα (γαλοπούλα, ντομάτα, τυρί)	2,2€
Σνακς (κρουασάν βουτύρου και σοκολάτας)	1,7€
Τυρόπιτα	1,5€

Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημάνουμε ότι οι πιστοί πελάτες του COFFEE TEA θα απολαμβάνουν κάποιες προσφορές. Θα προσφέρεται ένα καρτελάκι σε κάθε πελάτη στο οποίο σε κάθε αγορά ενός καφέ θα κολλά ένα αυτοκόλλητο. Για κάθε 10 αυτοκόλλητα, άρα για κάθε 10 αγορές καφέ, θα προσφέρεται ένας καφές και ένα σνακ της προτίμησης του πελάτη δωρεάν. Για τους καθημερινούς πελάτες, δηλαδή για αυτούς που αγοράζουν από 20 – 30 καφέδες τον μήνα, θα υπάρχει και προσφορά ενός θερμού τον μήνα (με το πέρας δύο μηνών από την έναρξη της δραστηριότητας του COFFEE TEA), ενώ θα ισχύει φυσικά και η προηγούμενη προσφορά για κάθε 10 αγορές. Εάν επίσης υπάρξει παραγγελία άνω των 8 ευρώ (είτε για delivery, είτε στο κατάστημα) τότε θα υπάρχει προσφορά ενός σνακ της προτίμησης του πελάτη ή ενός τσαγιού. Επιπρόσθετα, αξίζει να αναφέρουμε ότι ανάλογα την ζήτηση για προϊόντα μάρκας Margarita και των θεραπευτικών τσαγιών, στο μέλλον υπάρχει η πιθανότητα μείωσης των τιμών, για την προσέλκυση περισσότερων πελατών.

#### 4.7 Διανομή

Η διανομή είναι μια διαδικασία από τις τέσσερις ενός μίγματος μάρκετινγκ και αφορά όλες εκείνες τις διαδικασίες που πραγματοποιούνται για να διακινηθεί το προϊόν από το στάδιο της παραγωγής στις επιχειρήσεις και από εκεί στον τελικό καταναλωτή. Η διανομή επίσης πρέπει να είναι σχεδιασμένη με τέτοιον τρόπο, ώστε να προσφέρει έγκαιρα, την κατάλληλη στιγμή και στον κατάλληλο τόπο με τον ανάλογο τρόπο το προϊόν ή την υπηρεσία στους καταναλωτές ή στις επιχειρήσεις. Επίσης, η διανομή αφορά τα κανάλια τα οποία επιλέγει μια επιχείρηση για να διανείμει τα προϊόντα της στην αγορά.

Το COFFEE TEA και κάθε take – away café δε διαθέτει καθόλου δίκτυο διανομής, καθώς η πώληση των προϊόντων – υπηρεσιών προϋποθέτει την προσωπική επαφή πελάτη – υπαλλήλου, λόγω της φύσης του προϊόντος (καφέ κτλ) και της υπηρεσίας (παρασκευή καφέ). Ωστόσο, το COFFEE TEA θα διαθέτει υπάλληλο delivery για παραδόσεις παραγγελιών και εκτός καταστήματος, επομένως μπορούμε να ισχυριστούμε ότι τα προϊόντα του COFFEE TEA είναι εφικτό να φτάνουν σε ορισμένους πελάτες μας μέσω της υπηρεσίας delivery. Είτε τα προϊόντα διανέμονται απευθείας στους πελάτες, είτε μέσω delivery, σκοπός του COFFEE TEA είναι η όσον το δυνατόν ποιοτικότερη ικανοποίησή τους. Τέλος, όσον αφορά στη συντήρηση των προϊόντων του COFFEE TEA, αυτά θα διατηρούνται σε δροσερό και σκιερό μέρος, εκτός ψυγείου, πέραν του πάγου όπως είναι εύκολα αντιληπτό.

#### 4.8 Προβολή / προώθηση πωλήσεων

Το COFFEE TEA αποτελεί μια μικρομεσαία επιχείρηση η οποία ως στόχο θα έχει την ικανοποίηση των αναγκών σε καφέ και λοιπά ροφήματα της περιοχής της Αγίας Σοφίας Πατρών, όπου και θα λειτουργεί, αλλά και των κοντινών γειτονικών περιοχών. Η διαδικασία προβολής και προώθησης πωλήσεων κάθε επιχείρησης είναι στρατηγικής και κρίσιμης σημασίας ενέργεια, αποτελώντας συνιστώσα ενός μίγματος μάρκετινγκ (Σιώμκος, 2004).

Οι τρόποι προβολής της επιχείρησης COFFEE TEA που μπορούν να γίνουν είναι συγκεκριμένες και θα αφορούν στις παρακάτω ενέργειες:

- **Προβολή μέσω διαφημιστικών σποτ σε τοπικούς ραδιοφωνικούς σταθμούς:** ο πρώτος τρόπος προβολής θα αφορά τη διαφήμιση του COFFEE TEA στο ραδιόφωνο. Στα ραδιοφωνικά σποτ θα αναφέρεται η ιδιαιτερότητα και πρωτοτυπία του COFFEE TEA που είναι η προσφορά της ειδικής ποικιλίας καφέ εσπρέσο Margarita με την ιδιαίτερη γεύση, καθώς επίσης η προσφορά ειδικών τσαγιών με θεραπευτικές ιδιότητες. Επιπρόσθετα θα τονίζεται η υπηρεσία delivery του COFFEE TEA, ώστε να γνωστοποιηθεί σε δυνητικούς πελάτες η δυνατότητα παραγγελίας καφέ από το κατάστημά μας. Οι ώρες των διαφημιστικών σποτ θα είναι δύο φορές τις ώρες 07.00 – 09.00, δύο φορές τις ώρες 13.00 – 15.00 και δύο φορές τις ώρες 17.00 – 19.00 για τους πρώτους τρεις μήνες. Η χρέωση υπολογίζεται να ανέρχεται κατά μέσο όρο περίπου σε 2 ευρώ / δευτερόλεπτο και για την ζώνη υψηλής ακροαματικότητας περίπου σε 3 ευρώ / δευτερόλεπτο, κατόπιν επικοινωνίας με τοπικά ραδιοφωνικά μέσα όπως ο ΣΚΑΪ Πάτρας, ο Fasma FM κ.ά.
- **Προβολή μέσω πανό – αφισών:** σε αφίσες και πανό που θα τοποθετηθούν σε ακτίνα 5 χιλιομέτρων από το COFFEE TEA, θα αναγράφεται η επωνυμία της επιχείρησης, το τηλέφωνο παραγγελιών και τα προϊόντα Margarita και τσαγιών που θα προσφέρονται από το κατάστημα. Οι αφίσες και τα πανό που θα τοποθετηθούν υπολογίζεται να είναι 100 – 120 και θα τοποθετηθούν σε κεντρικές οδούς σε ακτίνα 5 χιλιομέτρων από το COFFEE TEA και το κόστος τους δε θα ξεπεράσει τα 400 – 500 ευρώ.

- **Προβολή μέσω ιστοσελίδας και μέσων κοινωνικής δικτύωσης:** η διαφήμιση μέσω του διαδικτύου είναι η πλέον προσφιλή και χαμηλότερη σε κόστος από οποιοδήποτε άλλου είδους διαφήμιση. Θα δημιουργηθεί ιστοσελίδα με domain name την επωνυμία της επιχείρησης ([www.coffeetea.gr](http://www.coffeetea.gr)), με σελίδα παρουσίασης με δυνατότητα απεριόριστων επιλογών μενού – σελίδων, στην οποία θα είναι αναρτημένοι οι τρόποι επικοινωνίας με το κατάστημα (e-mail και τηλέφωνα), τα προϊόντα που προσφέρονται, πληροφορίες σχετικά με τις θεραπευτικές ιδιότητες των τσαγιών όπως επίσης και οι προσφορές του καταστήματος. Το domain name θα αγοραστεί για 2 έτη αρχικά και έτσι το συνολικό κόστος θα ανέλθει στα 750 ευρώ περίπου, σύμφωνα με ένα κοστολόγιο το οποίο συντάχθηκε από την εταιρεία ALPHABET WEB Internet and Advertising Services. Το αυτό θα συμβαίνει και σε σελίδες κοινωνικής δικτύωσης όπως το facebook και το twitter, τα οποία θα ενημερώνονται από τους ιδιοκτήτες, αλλά και τους υπαλλήλους του COFFEE TEA. Κατά το δεύτερο έτος λειτουργίας της επιχείρησης και αφού εκτιμηθεί το ύψος των πωλήσεων, θα εξεταστεί η κατασκευή μιας εφαρμογής για κινητά για παραγγελία μέσω του διαδικτύου. Ωστόσο η εφαρμογή κοστολογείται από 1000 – 1300 ευρώ από την εταιρεία ALPHABET WEB Internet and Advertising Services που εδρεύει στην Πάτρα, στην οδό Νοταρά 90 και ιδιοκτήτης είναι ο Πούντζας Χρ. Αθανάσιος, ο οποίος αποτελεί κοινό γνωστό των ομόρρυθμων εταίρων.
- **Προβολή στον τοπικό Τύπο (εφημερίδες):** λόγω του ότι το COFFEE TEA αποτελεί μια νέα επιχείρηση, η διαφήμιση στον τοπικό τύπο θα είναι ιδιαίτερα έντονη τους πρώτους μήνες λειτουργίας της επιχείρησης (το πρώτο 4μηνο), καταλαμβάνοντας ξεχωριστή θέση στο οπισθόφυλλο ή σε άλλα σημαντικά σημεία εφημερίδων. Το κόστος για τη διαφήμιση σε εφημερίδα υπολογίζεται να είναι 100 ευρώ / μήνα συνολικά.

Όσον αφορά τη συσκευασία στη οποία θα πωλούνται τα προϊόντα του COFFEE TEA (καφές, σοκολάτα, τσάι κτλ), αυτά θα είναι σε πλαστικά ποτήρια (στα οποία θα αναγράφεται η επωνυμία, το λογότυπο και το τηλέφωνο επικοινωνίας με το COFFEE TEA). Τέλος, μεγάλη βαρύτητα θα δοθεί στον τρόπο που θα στηθεί το COFFEE TEA. Η εσωτερική διακόσμηση θα γίνει με ανοιχτά χρώματα δημιουργώντας περιβάλλον άνετο για τους πελάτες.

Σημαντικό επίσης για την προώθηση και προβολή του COFFEE TEA είναι το γεγονός ότι στις προωθητικές ενέργειές μας θα συμπεριλάβουμε την προσφορά θερμού στους τακτικούς μας πελάτες. Ως τακτικός πελάτης θεωρείται ο πελάτης με την επίδειξη της κάρτας του COFFEE TEA με 20 σφραγίδες (που αποδεικνύουν την αγορά 20 ροφημάτων από το COFFEE TEA). Με αυτόν τον τρόπο θα επιδιώξουμε να τραβήξουμε το ενδιαφέρον των υποψήφιων πελατών μας και να κερδίσουμε μερίδια αγοράς από τους ανταγωνιστές μας. Επομένως μέσα στις προωθητικές ενέργειες – ενέργειες προβολής του COFFEE TEA θα συμπεριλαμβάνεται η προσφορά θερμού (άπαξ) ανά 20 αγορές ροφημάτων.

#### 4.9 Προβλέψεις πωλήσεων

Στο σημείο αυτό θα παρουσιάσουμε τις προβλέψεις πωλήσεων του COFFEE TEA οι οποίες θα χρησιμοποιηθούν κατωτέρω στην χρηματοοικονομική ανάλυση του επιχειρηματικού μας σχεδίου. Πιο συγκεκριμένα, στις προβλέψεις πωλήσεων θα αναφέρουμε την ποσότητα των μονάδων των προϊόντων που προβλέπουμε ότι θα πουληθούν για τα πρώτα δύο έτη λειτουργίας και θα αιτιολογήσουμε τις προβλέψεις μας με βάση την τιμολογιακή πολιτική που ακολουθούμε και τις προωθητικές ενέργειες που αναφέραμε προηγουμένως.

**Πίνακας 4.1 Προβλεπόμενες Πωλήσεις 2015 – 2016**

	Q1	Q2	Q3	Q4	(Έτος 1)	
	Έτος 1	Έτος 1	Έτος 1	Έτος 1	ΣΥΝΟΛΟ	% ΠΩΛΗΣΕΩΝ
<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ (σε €)</b>						
Ροφήματα Καφέ και Σοκολάτας	15.420	15.650	15.750	15.860	<b>62.680</b>	64,0%
Ροφήματα Τσαγιού	4.725	4.750	4.750	4.760	<b>18.985</b>	19,4%
Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά	980	1.000	1.100	1.150	<b>4.230</b>	4,3%
Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες	3.000	3.000	3.000	3.000	<b>12.000</b>	12,3%
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>	<b>24.125</b>	<b>24.400</b>	<b>24.600</b>	<b>24.770</b>	<b>97.895</b>	<b>100,0%</b>
<b>ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (σε €)</b>						
Ροφήματα Καφέ και Σοκολάτας	3.680	3.715	3.715	3.770	<b>14.880</b>	66,9%
Ροφήματα Τσαγιού	970	980	980	980	<b>3.910</b>	17,6%
Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά	140	160	180	160	<b>640</b>	2,9%
Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες	700	700	700	700	<b>2.800</b>	12,6%
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</b>	<b>5.490</b>	<b>5.555</b>	<b>5.575</b>	<b>5.610</b>	<b>22.230</b>	<b>100,0%</b>
<b>ΜΕΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΕΡΛΟΥΣ/ΕΙΔΟΣ (σε €)</b>						
Ροφήματα Καφέ και Σοκολάτας	11.740	11.935	12.035	12.090	<b>47.800</b>	63,1%
Ροφήματα Τσαγιού	3.755	3.770	3.770	3.780	<b>15.075</b>	20%

Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά	840	840	920	990	<b>3.590</b>	4,8%
Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες	2.300	2.300	2.300	2.300	<b>9.200</b>	12,1%
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΕΙΚΤΟΣ ΚΕΡΔΟΣ</b>	<b>18.635</b>	<b>18.845</b>	<b>19.025</b>	<b>19.160</b>	<b>75.665</b>	<b>100.0%</b>
<b>ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ/ΕΙΔΟΣ (σε €)</b>						
Ροφήματα Καφέ και Σοκολάτας	9.039	9.189	9.267	9.309	<b>36.804</b>	61,8%
Ροφήματα Τσαγιού	2.891	2.902	2.902	2.910	<b>11.605</b>	19,4%
Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά	731	731	800	861	<b>3.123</b>	5,2%
Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες	2.001	2.001	2.001	2.001	<b>8.004</b>	13,6%
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ</b>	<b>14.662</b>	<b>14.823</b>	<b>14.970</b>	<b>15.081</b>	<b>59.536</b>	<b>100.0%</b>

#### Πίνακας 4.2 Προβλεπόμενες Πωλήσεις 2016 – 2017

	Q1	Q2	Q3	Q4	(Έτος 2)	
	Έτος 2	Έτος 2	Έτος 2	Έτος 2	ΣΥΝΟΛΟ	% ΠΩΛΗΣΕΩΝ
<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ (σε €)</b>						
Ροφήματα Καφέ και Σοκολάτας	16.000	16.200	16.200	16.300	<b>64.700</b>	63,8%
Ροφήματα Τσαγιού	4.760	4.760	4.760	4.780	<b>19.060</b>	18,8%
Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά	1.150	1.200	1.500	1.350	<b>5.200</b>	5,1%
Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες	3.100	3.100	3.100	3.100	<b>12.400</b>	12,2%
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>	<b>25.010</b>	<b>25.260</b>	<b>25.560</b>	<b>25.530</b>	<b>101.360</b>	<b>100,0%</b>
<b>ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (σε €)</b>						
Ροφήματα Καφέ και Σοκολάτας	3.700	3.730	3.730	3.740	<b>14.900</b>	66,5%
Ροφήματα Τσαγιού	980	980	980	985	<b>3.925</b>	17,5%
Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά	160	180	200	170	<b>710</b>	3,2%
Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες	720	720	720	720	<b>2.880</b>	12,8%
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</b>	<b>5.560</b>	<b>5.610</b>	<b>5.630</b>	<b>5.615</b>	<b>22.415</b>	<b>100,0%</b>
<b>ΜΕΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΕΡΔΟΥΣ /ΕΙΔΟΣ (σε €)</b>						
Ροφήματα Καφέ και Σοκολάτας	12.300	12.470	12.470	12.560	49.800	63%
Ροφήματα Τσαγιού	3.780	3.780	3.780	3.795	15.135	19,1%
Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά	990	1.020	1.300	1.180	4.490	5,6%
Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες	2.380	2.380	2.380	2.380	9.520	12,3%
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΕΙΚΤΟΣ ΚΕΡΔΟΣ</b>	<b>19.450</b>	<b>19.650</b>	<b>19.930</b>	<b>19.915</b>	<b>78.945</b>	<b>100%</b>
<b>ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ/ΕΙΔΟΣ (σε €)</b>						
Ροφήματα Καφέ και Σοκολάτας	9.471	9.602	9.602	9.671	<b>38.346</b>	61,7%
Ροφήματα Τσαγιού	2.910	2.910	2.910	2.922	<b>11.652</b>	18,8%
Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά	861	887	1.131	1.026	<b>3.905</b>	6,2%
Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες	2.070	2.070	2.070	2.070	<b>8.280</b>	13,3%
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ</b>	<b>15.312</b>	<b>15.469</b>	<b>15.713</b>	<b>15.689</b>	<b>62.183</b>	<b>100%</b>

**Πίνακας 4.3 Προβλεπόμενες Πωλήσεις 2017 – 2018**

	Q1	Q2	Q3	Q4	(Έτος 3)	
	Έτος 3	Έτος 3	Έτος 3	Έτος 3	ΣΥΝΟΛΟ	% ΠΩΛΗΣΕΩΝ
<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ (σε €)</b>						
Ροφήματα Καφέ και Σοκολάτας	16.300	16.300	16.300	16.300	<b>65.200</b>	64,0%
Ροφήματα Τσαγιού	4.780	4.780	4.700	4.800	<b>19.060</b>	18,7%
Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά	1.200	1.250	1.500	1.200	<b>5.150</b>	5,1%
Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες	3.100	3.100	3.100	3.100	<b>12.400</b>	12,2%
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>	<b>25.380</b>	<b>25.430</b>	<b>25.600</b>	<b>25.400</b>	<b>101.810</b>	<b>100,0%</b>
<b>ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ (σε €)</b>						
Ροφήματα Καφέ και Σοκολάτας	3.740	3.740	3.740	3.740	<b>14.960</b>	66,8%
Ροφήματα Τσαγιού	980	980	960	980	<b>3.900</b>	17,4%
Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά	140	150	200	180	<b>670</b>	3,0%
Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες	720	720	720	720	<b>2.880</b>	12,9%
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ</b>	<b>5.580</b>	<b>5.590</b>	<b>5.620</b>	<b>5.620</b>	<b>22.410</b>	<b>100,0%</b>
<b>ΜΕΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΕΡΔΟΥΣ /ΕΙΛΟΣ (σε €)</b>						
Ροφήματα Καφέ και Σοκολάτας	12.560	12.560	12.560	12.560	<b>50.240</b>	63,2%
Ροφήματα Τσαγιού	3.800	3.800	3.740	3.820	<b>15.160</b>	19,1%
Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά	1.060	1.100	1.300	1.020	<b>4.480</b>	5,7%
Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες	2.380	2.380	2.380	2.380	<b>9.520</b>	12%
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΜΕΙΚΤΟΣ ΚΕΡΔΟΣ</b>	<b>19.800</b>	<b>19.840</b>	<b>19.980</b>	<b>19.780</b>	<b>79.400</b>	<b>100%</b>
<b>ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ/ΕΙΛΟΣ (σε €)</b>						
Ροφήματα Καφέ και Σοκολάτας	9.671	9.671	9.671	9.671	<b>38.684</b>	61,9%
Ροφήματα Τσαγιού	2.926	2.926	2.879	2.941	<b>11.672</b>	18,6%
Αναψυκτικά, Χυμοί και Νερά	922	957	1.131	887	<b>3.897</b>	6,2%
Σνακς, Τυρόπιτες, Μπαγκέτες	2.070	2.070	2.070	2.070	<b>8.280</b>	13,2%
<b>ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΑΘΑΡΟ ΚΕΡΔΟΣ</b>	<b>15.589</b>	<b>15.624</b>	<b>15.751</b>	<b>15.569</b>	<b>62.533</b>	<b>100%</b>

Οι προβλέψεις που έγιναν στηρίζονται σε πωλήσεις ανάλογων καταστημάτων, σε πιο κεντρικά σημεία της Πάτρας, όπως το ΚΑΦΕΔΡΟΜΕΙΟ επί της οδού Μαιζώνος 45, το Coffee Brands επί της οδού Κανακάρη και Αγίου Νικολάου και το D' ESPRESSO επί της οδού Αυστραλίας 36. Και τα τρία μαγαζιά λειτουργούν το ίδιο ωράριο λειτουργίας και απασχολούν 3-4 άτομα. Κατόπιν συνεντεύξεων με τους υπαλλήλους των καταστημάτων, καταλήξαμε σε έναν μέσο όρο ως προς το ύψος των πωλήσεων που πρόκειται να πραγματοποιεί το COFFEE TEA. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι ποσότητες των προβλέψεων πωλήσεων υπολογίστηκαν με μια μείωση της τάξης του 10%, ώστε να υπολογιστούν τα μεικτά κέρδη και να γίνει πρόβλεψη πωλήσεων, με το πλέον απαισιόδοξο σενάριο.

Παρατηρούμε ότι το μεικτό κέρδος το δεύτερο χρόνο λειτουργίας του COFFEE TEA αυξάνεται σύμφωνα με την πρόβλεψη πωλήσεων. Εικάζουμε ότι κατά μέσο όρο θα πωλούνται 100 καφέδες την ημέρα, 20 -30 ροφήματα σοκολάτας, 20 – 30 τσάγια την ημέρα



με αυξητική τάση καθώς θα προβληθεί έντονα η ύπαρξη θεραπευτικών τσαγιών στο καφέ, 15 έως 20 αναψυκτικά και χυμοί τα οποία τους θερινούς μήνες προβλέπεται να έχουν μεγαλύτερη κατανάλωση και 10-15 σνακς, τυρόπιτες και μπαγκέτες.

Παρατηρούμε λοιπόν ότι οι προβλέψεις πωλήσεων παρουσιάζουν αυξομειώσεις κατά τα τρίμηνα του 1<sup>ου</sup> έτους και κυρίως στο 3<sup>ο</sup> τρίμηνο και των δύο ετών καθώς κατά τους θερινούς μήνες προβλέπεται η πώληση κρύων ροφημάτων καφέ και αναψυκτικών να αυξηθεί λόγω καιρικών συνθηκών. Το ίδιο παρατηρούμε και στην κατηγορία των αναψυκτικών, ενώ τα είδη τσαγιού προβλέπεται να μειώνονται κατά τους θερινούς μήνες με την κατανάλωσή τους σχεδόν να σταθεροποιείται το 2<sup>ο</sup> έτος. Το πιο σημαντικό ωστόσο είναι ότι η ζήτηση των προϊόντων του COFFEE TEA προβλέπεται να βαίνει αυξανόμενη τον πρώτο χρόνο, με την ζήτηση να σταθεροποιείται κατά το 3<sup>ο</sup> έτος λειτουργίας του café, με τα πρώτα σημάδια σταθεροποίησης να φαίνονται από το τελευταίο τρίμηνο του 2<sup>ου</sup> έτους.

Τα καθαρά ποσοστά κέρδους (αφού αφαιρεθούν δηλαδή οι φόροι από τις πωλούμενες ποσότητες) όπως παρατηρούμε στους πίνακες 4.1, 4.2 και 4.3 κυμαίνονται μεταξύ 59.536 ευρώ το πρώτο έτος λειτουργίας του COFFEE TEA και βαίνουν αυξανόμενα την επόμενη διετία φθάνοντας τα 62.533 ευρώ.

Η τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθηθεί είναι χαμηλής τιμή, ώστε να προσελκύσουμε πελάτες και να εισχωρήσουμε πιο εύκολα στην τοπική αγορά. Οι προωθητικές ενέργειες που αναφέραμε στην ενότητα 4.6 και 4.8 ευελπιστούμε να αποδώσουν, ώστε μέσω των προσφορών μας οι αρχικοί μας πελάτες και τα τμήματα αγοράς στα οποία απευθυνόμαστε να γίνουν τακτικοί πελάτες μας.

## 5. Παραγωγή / Διαχείριση Λειτουργιών

Η βασική λειτουργία του COFFEE TEA είναι η παρασκευή καφέ και λοιπών ζεστών και κρύων ροφημάτων, συμπεριλαμβανομένης της προσφοράς τσαγιών με θεραπευτικές ιδιότητες, καθώς επίσης της προσφοράς αναψυκτικών, χυμών και διαφόρων μικρογευμάτων, όπως έχει ήδη ειπωθεί. Η διαδικασία παροχής υπηρεσιών θα πραγματοποιείται με δύο τρόπους: ο πρώτος θα είναι με την παραγγελία ροφημάτων και την αγορά λοιπών προϊόντων από το κατάστημα., ενώ ο έτερος τρόπος θα είναι με την παραγγελία ροφημάτων για

παράδοση delivery. Σε αυτή την περίπτωση ο πελάτης θα μπορεί να καλεί στα τηλέφωνα του καταστήματος και ο διανομέας θα παραδίδει τον καφέ σε πελάτες εκτός του καταστήματος.

Ως προς τις εγκαταστάσεις, τον εξοπλισμό και τα συστήματα που απαιτούνται για να λειτουργήσει το café take away, οφείλουμε να διευκρινίσουμε τα εξής: η μηχανή εσπρέσο, ο κόφτης και ο λοιπός εξοπλισμός για την παρασκευή εσπρέσο καφέ θα αποκτηθεί με χρησιδάνειο από την εταιρεία που θα μας προμηθεύει καφέ, από την TASSIMO. Ως αποτέλεσμα, στις αγορές ποσοτήτων καφέ από την εταιρεία, θα υπάρχει στο κόστος μια προσαύξηση της τάξης του 3-5%. Με αυτόν τον τρόπο η επιχείρησή μας απαλλάσσεται από ένα πολύ μεγάλο κόστος πάγιου εξοπλισμού. Τα δύο ψυγεία που θα υπάρχουν στο COFFEE TEA επίσης θα αποκτηθούν με χρησιδάνειο από την ΛΟΥΞ ΑΕ και την Coca Cola 3E αντιστοίχως με μια μικρή αύξηση της τάξης του 3-5% επί του κόστους προϊόντων τους.

Οι εγκαταστάσεις - ηλεκτρολογικές, ηλεκτρικές- θα πραγματοποιηθούν από τον κ. Χρήστου Θεόδωρο, συγγενή μίας εκ των δύο ομόρρυθμων εταίρων του take – away cafe, με αποτέλεσμα το κόστος να μειωθεί σε σημαντικό βαθμό. Οι όποιες υδραυλικές εγκαταστάσεις χρειαστούν θα πραγματοποιηθούν επίσης από γνωστό συγγενικό πρόσωπο της ομόρρυθμου εταίρου Αρμπάτση Πανωραίας, από τον κ. Κατσαντά Ηλία, ο οποίος πέραν της χρόνιας εμπειρίας του, αποτελεί την ενδεδειγμένη επιλογή καθώς υπάρχει εμπιστοσύνη στο πρόσωπό του, ενώ παρομοίως με τις ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις, το κόστος θα είναι χαμηλό. Σχετικά με υπόλοιπες εργασίες που θα χρειαστεί ο χώρος, όπως πλακάκια, ξύλινες και γύψινες κατασκευές, χρωματισμοί κ.ά., οι εργασίες θα ανατεθούν στο συνεργείο Voulgaris Constructions, με μεγάλη εμπειρία στον κατασκευαστικό κλάδο.

Όσον αφορά σε θέματα ανθρώπινου δυναμικού, όπως έχει ήδη αναφερθεί, το COFFEE TEA θα διαθέτει υπάλληλο για delivery, ο οποίος θα απασχολείται σε βήμερη βάση (Δευτέρα έως Σάββατο, αμειβόμενος με 600 ευρώ. Το υπόλοιπο ανθρώπινο δυναμικό του COFFEE TEA θα αποτελείται από δύο άτομα που θα παρασκευάζουν και θα πωλούν ροφήματα και τα υπόλοιπα προϊόντα του café take away. Οι θέσεις αυτές θα καλυφθούν από τις ομόρρυθμους εταίρους του COFFEE TEA, την Χρήστου Χριστίνα και την Αρμπάτση Πανωραία οι οποίες διαθέτουν εμπειρία στον κλάδο του καφέ και του service με προϋπηρεσία σε διάφορα καταστήματα μαζικής εστίασης και αναψυχής (καφετέριες), αλλά και σε take away café. Θα εργάζονται σε καθημερινή βάση με δυνατότητα ενός ρεπό, το οποίο θα καθορίζεται σε εβδομαδιαία βάση κατόπιν συνεννοήσεώς τους. Η οικονομική πορεία του COFFEE TEA θα

αποτελέσει τον κυριότερο παράγοντα για την πρόσληψη ή μη υπαλλήλου μετά το πέρας ενός βμήνου λειτουργίας του café take away.

Βασικό συστατικό για την επιτυχία της κάθε επιχείρησης αποτελούν οι συνεργασίες που αναπτύσσει με τους προμηθευτές της. Το COFFEE TEA πρόκειται να προμηθευτεί καφέδες και σοκολάτες από την DANESI - Φραγκάκης Κ. ΟΕ που δραστηριοποιείται στο εμπόριο καφέ και ποτών και βρίσκεται επί της οδού Σουνίου 13 στην Πάτρα. Η επιλογή του συγκεκριμένου προμηθευτή έγινε λόγω των ανταγωνιστικών και συγκριτικά χαμηλότερων τιμών που προσέφερε, αλλά σημαντικό ρόλο έπαιξε η χρόνια φιλική σχέση που έχει αναπτύξει η ομόρρυθμος εταίρος κα Αρμπάτση Πανωραία με τον ιδιοκτήτη της εταιρείας. Ο προμηθευτής των ποικιλιών τσαγιού που θα προσφέρονται στο COFFEE TEA πρόκειται να είναι το κατάστημα «Γεύσεις της Φύσης» το οποίο βρίσκεται επί της οδού Ακρωτηρίου 41 στην Πάτρα. Το κατάστημα «Γεύσεις της Φύσης» επιλέχθηκε καθώς είναι ο μόνος προμηθευτής που διαθέτει αναπτυγμένο δίκτυο και δύναται να ικανοποιεί τις παραγγελίες μας στις ειδικές ποικιλίες τσαγιού που θα πωλούνται στο COFFEE TEA.

Ο προμηθευτής των αναψυκτικών θα είναι εμπορικός αντιπρόσωπος της Loux και της Coca Cola. Εδώ αξίζει να σημειωθεί ότι ο προμηθευτής των νερών ΑΥΡΑ και των χυμών πρόκειται να είναι ο ίδιος αντιπρόσωπος της Coca Cola καθώς τα προϊόντα αυτά ανήκουν στην Coca Cola 3E Hellenic. Τα πλαστικά ποτήρια, τα καλαμάκια που θα χρησιμοποιούνται στο COFFEE TEA θα αγοράζονται από την Makro Cash and Carry από τους ιδιοκτήτες του café take away, όπως επίσης και ο πάγος που χρειάζεται σε καθημερινή βάση, ενώ οι θερμοί θα αγοράζονται επίσης από τους ιδιοκτήτες του café take away COFFEE TEA από την Makro Cash and Carry. Τέλος, τα σερβίτσια και τα γυάλινα ποτήρια αποτελούν προσφορά της εταιρείας που θα παρέχει καφέ στο COFFEE TEA, της TASSIMO δηλαδή.

Τέλος, στο café take away COFFEE TEA θα υπάρχει διαμορφωμένος αποθηκευτικός χώρος στον οποίο θα φυλάσσονται τα προϊόντα καφέ, τσαγιού, νερού και αναψυκτικών, όπως επίσης θα υπάρχει ψυγείο για να φυλάσσονται τα σνακς, οι μπαγκέτες και τα κρουασάν που θα προσφέρει το café.

Σε αυτό το σημείο θα αναφέρουμε το κόστος του κάθε προϊόντος που θα προμηθευόμαστε (καφέ, τσάι, χυμοί, αναψυκτικά, σνακς κτλ συμπεριλαμβανομένου Φ.Π.Α).

- Καφές ελληνικός 1kg (70-90 καφέδες): 13,20€
- Γαλλικός καφές 0,5kg (25 -35 καφέδες) ή 10 μερίδες: 6,80€ ή 3,40€
- Φραπές 2kg (80 -90 καφέδες): 55€
- Εσπρέσο 1kg (100 – 120 καφέδες): 23€
- Εσπρέσο 250gr Ντεκαφεϊνέ (20 -30 καφέδες): 9€
- Νες καφέ 2kg (140 – 150): 14€
- Εσπρέσο ποικιλία La margarita 250gr (20-25 καφέδες): 7,5€
- Σοκολάτα 2kg (ζεστά και κρύα ροφήματα 140 – 150 σοκολάτες): 14€
- Λευκή Σοκολάτα 1kg (70- 80 σοκολάτες): 17€
- Σιρόπια 750ml (30 – 40 σοκολάτες/καφέ): 12€
- ΑΥΡΑ νερό 500ml 24άδα: 3€
- Αναψυκτικά ΛΟΥΞ 24άδα 330ml: 11€
- Αναψυκτικά Coca Cola 24άδα 330ml: 11,9€
- 1 σακούλα παγάκια: 1€
- Πλαστικά ποτήρια 50άδα: 3€
- Καλαμάκια 100 τεμάχια: 0,5€
- Κουταλάκια πλαστικά 50άδα: 1€
- Χυμός Amita 24άδα(πορτοκάλι και λοιπές γεύσεις): 19,2€
- Τσάι πράσινο (10μερίδες): 2€
- Τσάι βουνού (10μερίδες): 1,5€
- Τσάι ανοσοποιητικού (10 μερίδες): 4,80€
- Τσάι αποτοξίνωσης (10 μερίδες): 4,80€
- Τσάι Berry Twist (10 μερίδες): 4,90€
- Μπαγκέτα (γαλοπούλα, ντομάτα, τυρί): 1€
- Σνακς (κρουασάν 50άδα): 12,5€
- Τυρόπιτα (50 τεμάχια): 15€
- Θερμός: 2€

## 6. Διοίκηση (Management)

### 6.1 Σύνθεση Προσωπικού

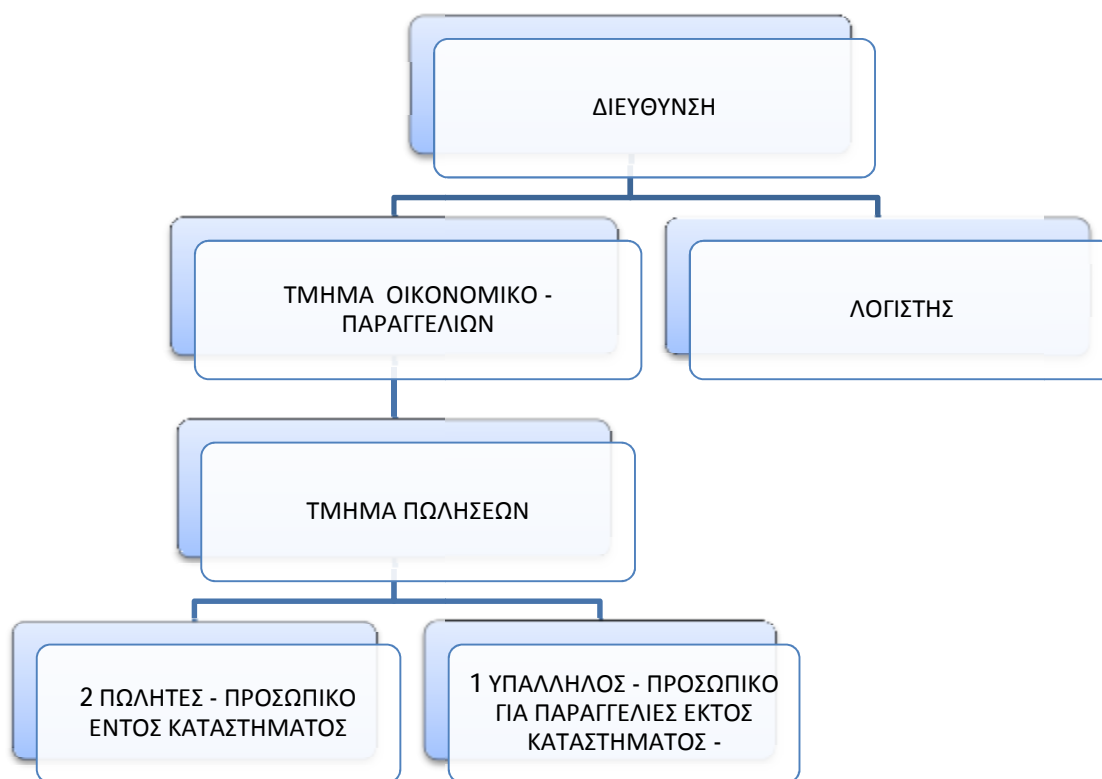
Η διοίκηση σε μια μικρομεσαία επιχείρηση του μεγέθους ενός take away café δεν είναι ιδιαίτερα πολύπλοκη καθώς δεν εμπλέκονται πολλά άτομα στις επιχειρησιακές λειτουργίες της επιχείρησης. Έτσι, τα άτομα που θα απασχοληθούν στο COFFEE TEA όπως έχει αναφερθεί θα είναι τρία αρχικά με προοπτική απασχόλησης ενός ακόμα υπαλλήλου αναλόγως της πορείας του COFFEE TEA. Ο υπάλληλος που θα αναλάβει τις παραγγελίες εκτός καταστήματος θα είναι άνδρας, ηλικίας 20 – 30 ετών, με δίπλωμα κατηγορίας Α1 (Άδεια Οδήγησης Μοτοσυκλέτας έως 125 κ.ε. μέγιστη ισχύς 11 Kw).

Η στελέχωση εντός του καταστήματος θα γίνει από τις ομόρρυθμους εταίρους Χρήστου Χριστίνα και Αρμπάτση Πανωραία, ενώ υπάρχει το ενδεχόμενο σε περιόδους με υψηλή κίνηση (κατά τους θερινούς μήνες) να προσλαμβάνεται εποχικό προσωπικό με εμπειρία στην παρασκευή καφέ για την κάλυψη της αυξημένης ζήτησης. Ουσιαστικά την διοίκηση της επιχείρησης την ασκούν οι ομόρρυθμοι εταίροι, η Χρήστου Χριστίνα και Αρμπάτση Πανωραία, με τα χρηματοοικονομικά και τις παραγγελίες καφέ να αποτελούν ευθύνη της ομόρρυθμης εταίρου Χρήστου Χριστίνας λόγω σπουδών στη σχολή Οικονομίας και Διοίκησης του ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, στο τμήμα Επιχειρηματικού Σχεδιασμού και Πληροφοριακών Συστημάτων (νυν Διοίκησης Επιχειρήσεων), αλλά και λόγω προϋπηρεσίας σε ανάλογα καταστήματα take away café. Παρακάτω παρουσιάζεται το οργανόγραμμα του COFFEE TEA.

Η έτερη ομόρρυθμη εταίρος Αρμπάτση Πανωραία έχει συμμετάσχει σε διαγωνισμούς – πρωταθλήματα καφέ - barista στη HORECA και πιο συγκεκριμένα της SCAE Hellas, το 2012 και 2013 λαμβάνοντας εμπειρίες και δεξιότητες που θα χρησιμεύσουν στη λειτουργία και στις δραστηριότητες που θα λαμβάνουν χώρα στο COFFEE TEA. Ακόμη η προϋπηρεσία σε θέσεις barista σε διάφορες καφετέριες και εστιατόρια στην Πάτρα και στη Λευκάδα τα τελευταία τρία χρόνια, αποτελεί ένα ακόμα προσόν.

## 6.2 Οργανόγραμμα COFFEE TEA

Η διεύθυνση του COFFEE TEA θα αποτελείται από τις ομόρρυθμες εταίρους, των οποίων αρμοδιότητα θα είναι η πραγματοποίηση παραγγελιών για το κατάστημα, καθώς επίσης ταυτόχρονα θα αποτελούν και το προσωπικό για την στελέχωση του καφέ εντός του καταστήματος. Οι αρμοδιότητές τους ως πωλήτριες και αυτοαπασχολούμενες στο COFFEE TEA θα είναι η πραγματοποίηση πωλήσεων και η παρασκευή ροφημάτων καφέ, τσαγιού κτλ, καθώς επίσης η προετοιμασία των παραγγελιών για διανομή.



Σχήμα 6.1 Οργανόγραμμα COFFEE TEA

Στο τμήμα πωλήσεων υπάγεται και το τρίτο άτομο που θα απασχολείται στο COFFEE TEA, του οποίου η αρμοδιότητα θα είναι η παράδοση παραγγελιών στον επαγγελματικό ή στον χώρο οικίας των πελατών που πραγματοποιούν τηλεφωνικές παραγγελίες είτε με τη χρήση της μοτοσυκλέτας, είτε πεζή, όταν οι παραγγελίες είναι σε ακτίνα μικρότερη των 200 μέτρων από το κατάστημα. Ο λογιστής θα έχει ως αρμοδιότητα την τήρηση των βιβλίων του COFFEE TEA και την τακτική ενημέρωση των εταίρων για τις εξελίξεις στη φορολογία και λοιπά σημαντικά οικονομικά γεγονότα που αφορούν την επιχείρηση.

## 7. Χρηματοοικονομικά στοιχεία

Το σημαντικότερο κομμάτι του επιχειρηματικού σχεδίου αποτελεί το τμήμα που αφορά στην χρηματοοικονομική ανάλυση της επένδυσης. Η ορθή παράθεση των χρηματοοικονομικών στοιχείων θα οδηγήσει σε επίσης ορθή χρηματοοικονομική ανάλυση η οποία είναι απαραίτητη για να πείσει υποψήφιους επενδυτές κ.ο.κ. (Ραφαηλίδης, 2012). Οι υποθέσεις και οι παραδοχές που θα πραγματοποιηθούν θα αποτελέσουν τα πιο κρίσιμα σημεία της χρηματοοικονομικής ανάλυσης καθώς θα παρατεθούν στοιχεία που θα αφορούν σε πωλήσεις, εξέλιξη πωλήσεων, στα έξοδα της επιχείρησης κτλ. Ακολουθούν οι πίνακες 7.1, 7.2 και 7.3 που παρουσιάζουν τον προϋπολογισμό για την κατασκευή του COFFEE TEA, τους προβλεπόμενους ισολογισμούς για τα 3 πρώτα έτη λειτουργίας του COFFEE TEA και τα αποτελέσματα χρήσης αντίστοιχα. Ακολούθως υπάρχει ανάλυση τεσσάρων σημαντικών αριθμοδεικτών που θα αποτελέσουν κριτήριο αξιολόγηση για την ανάληψη ή μη της επένδυσης.

**Πίνακας 7.1 Προϋπολογισμός COFFEE TEA**

<u>ΑΡΧΙΚΗ ΕΠΕΝΔΥΣΗ (ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ-ΥΛΙΚΑ-ΕΡΓΑΣΙΑ)</u>	<u>ΠΟΣΟΤΗΤΑ</u>	<u>ΚΟΣΤΟΣ</u>
Άδεια (λόγω αλλαγής χρήσης)	1	3.500
Εργασίες (Ηλεκτρολογικές, υδραυλικές – Υλικά και εργασία)	-	8.000€
Λοιπές εργασίες (σκάλες, γύψινες - ξύλινες – σιδερένιες κατασκευές – Υλικά και εργασία)	-	7.000€
Ενοίκιο (2 μηνών ως εγγύηση)	-	1.000€
Σύνδεση ρεύματος		2.000€
Φώτα	-	200€
Μοτοσυκλέτα 100cc	1	3.000€
Έπιπλα (τραπεζοκαθίσματα)	6	1.000€
Τηλέφωνο (σταθερό, κινητό και modem)	2	200€
Δάπεδα (πλακάκια)	-	500€
Βαψίματα	-	500€
Έπιπλα μπάνιου	-	300€
Πόρτες - Τζαμαρίες	-	900€
Ηλεκτρικές συσκευές (ψυγείο, φούρνος μικροκυμάτων, φραπεδιέρα, τηλεόραση, ηχοσύστημα)	-	1.300€
Περιβάλλον εξωτερικός χώρος	-	600€
Λοιπά έξοδα – κόστη (Αμοιβές λογιστή, δικηγόρου, έξοδα διαφήμισης)		5.000€
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>		<b>35.000€</b>

Αφού παρουσιάσαμε τον προϋπολογισμό που απαιτείται για να ολοκληρωθούν οι εργασίες για την επένδυσή μας, μπορούμε να προχωρήσουμε στην παράθεση των προβλεπόμενων κονδυλίων ισολογισμών για τα πρώτα 3 έτη λειτουργίας του COFFEE TEA. Να σημειώσουμε ότι έχουν ήδη παρατεθεί οι προβλέψεις πωλήσεων, στις οποίες συμπεριλαμβάνεται το ετήσιο κόστος των πρώτων υλών – προμηθειών μας.

**Πίνακας 7.2 Περιγραφή κονδυλίων ισολογισμών COFFEE TEA 2015 - 2017**

ΕΤΟΣ	2015	2016	2017
<b>ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ</b>			
<b>ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ (I)</b>			
Έξοδα δικηγόρων	1.000	800	300
Έξοδα συμβολαιογράφων	1.000	800	500
Διαφημιστικά σήματα	3.000	2.500	2.000
<b>Σύνολο εξόδων εγκατάστασης</b>	<b>5.000</b>	<b>4.100</b>	<b>2.800</b>
Μείον: ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	800	500	500
<b>Αναπόσβεστη Αξία Εξόδων Εγκ/σης</b>	<b>4.200</b>	<b>3.600</b>	<b>2.300</b>
<b>ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ (II)</b>			
Οικόπεδα			
Κτίρια			
Εξοπλισμός	19.000	16.500	15.000
Έπιπλα	3.000	2.500	2.000
Λοιπός εξοπλισμός	200	100	600
Μείον: ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	5.000	4.000	3.000
<b>Αναπόσβεστη Αξία Πάγιου Ενεργ/κου</b>	<b>17.200</b>	<b>15.100</b>	<b>14.600</b>
<b>ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ (III)</b>			
Αποθέματα εμπορευμάτων	700	900	600
Ταμείο	1.300	2.000	1.500
Καταθέσεις Όψεως	2.000	2.500	2.500
<b>Σύνολο Κυκλοφορούντος Ενεργητικού (III)</b>	<b>4.000</b>	<b>5.400</b>	<b>4.600</b>
<b>Σύνολο Ενεργητικού (I,II &amp; III)</b>	<b>25.400</b>	<b>24.100</b>	<b>21.500</b>
<b>ΠΑΘΗΤΙΚΟ</b>			
<b>ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ (I)</b>			
Κεφάλαιο επιχ/σης	8.000	7.000	7.000
Αδιανέμητα κέρδη	2.500	2.400	3.400
Ζημιά εις νέον	500		
Κέρδη εις νέον		3.000	3.000
<b>Σύνολο ιδίων κεφαλαίων</b>	<b>11.000</b>	<b>12.400</b>	<b>13.400</b>
<b>ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ (II)</b>			
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις			
Προμηθευτές	4.000	3.000	1.500
Δάνεια τραπεζών	7.000	5.800	4.600
Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη	3.400	2.900	2.000
<b>Σύνολο υποχρεώσεων</b>	<b>14.400</b>	<b>11.700</b>	<b>8.100</b>
<b>Σύνολο Παθητικού (I &amp; II)</b>	<b>25.400</b>	<b>24.100</b>	<b>21.500</b>



Παρατηρούμε στον πίνακα 7.2 ότι κατά την υπό εξέταση τριετία τα μεγέθη των ισολογισμών βαίνουν μειούμενα, ωστόσο αν λάβουμε υπόψη ότι την επιχείρηση την επιβαρύνει ένα μεγάλο δάνειο το οποίο έχει τη δυνατότητα να αποπληρώσει μέσα βάθος χρόνου, τότε μπορούμε να υποθέσουμε ότι το COFFEE TEA θα καταφέρει να βελτιώσει τα οικονομικά του μεγέθη και αποτελέσματα, αφού απαλλαγεί από το δάνειο. Παρακάτω στον πίνακα 7.3 θα παρουσιάσουμε τα προβλεπόμενα αποτελέσματα χρήσης του COFFEE TEA για τα τρία πρώτα έτη λειτουργίας της επιχείρησης. Κατόπιν θα κλείσουμε την ανάλυσή μας με την παράθεση τεσσάρων πολύ σημαντικών αριθμοδεικτών, στην ενότητα 8, που θα δείξουν την πορεία της επένδυσης σε βάθος τριετίας.

**Πίνακας 7.3 Προβλεπόμενα αποτελέσματα χρήσης 2015 – 2017**

<b>Προβλεπόμενοι λογαριασμοί εκμετάλλευσης 2015 -2017 (σε €)</b>			
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>	<b>97.895</b>	<b>101.360</b>	<b>101.810</b>
Μείον : Κόστος πωληθέντων			
Αγορές και διαφορά αποθεμάτων	22.230	22.415	22.410
Αμοιβές προσωπικού	7.200	7.200	7.500
Αμοιβές τρίτων (ΔΕΗ, ΟΤΕ κλπ)	8.000	8.500	9.000
Φόροι - Τέλη	3.400	2.700	2.000
Διάφορα έξοδα	700	900	800
<b>ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΛΟΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ</b>	<b>56.365</b>	<b>59.645</b>	<b>60.100</b>
Μείον : Έξοδα Διοίκησης	200	100	100
<b>ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ</b>	<b>56.165</b>	<b>59.545</b>	<b>60.000</b>
Πλέον : διάφορα έσοδα			
Μείον : Λοιπές δαπάνες			
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ &amp; ΦΟΡΩΝ</b>	<b>56.165</b>	<b>59.545</b>	<b>60.000</b>
Μείον : τόκοι υφιστάμενων μακροπρόθεσμων δανείων			
Μείον : τόκοι κατασκευαστικής περιόδου			
Μείον : τόκοι μακροπρόθεσμων δανείων επένδυσης	1.200	1.200	1.200
Μείον : τόκοι βραχυπρόθεσμων δανείων επένδυσης			
Μείον : Δόσεις leasing			
Μείον : Αποσβέσεις (συνολικές)	5.800	4.500	3.500
<b>ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ</b>	<b>49.165</b>	<b>53.845</b>	<b>55.300</b>
Μείον: Φόρος εισοδήματος κερδών 26 % για Ο.Ε	12.885	14.105	14.480
<b>ΚΑΘΑΡΟ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ</b>	<b>36.280</b>	<b>39.740</b>	<b>40.820</b>

Παρατηρούμε ότι τα προβλεπόμενα καθαρά αποτελέσματα χρήσης του COFFEE TEA για την τριετία 2015 - 2018 διατηρούνται πάνω από τις 36.000 ευρώ για όλη τη διάρκεια της τριετίας, σημειώνοντας μάλιστα μια αύξηση της τάξης του 10% περίπου στο λογαριασμό εκμετάλλευσης του 2017 και μια περαιτέρω μικρή αύξηση το 2018. Αποτελεί φυσικά ένδειξη ότι η πορεία του COFFEE TEA δείχνει να βαίνει σταθερά αυξανόμενη ως προς την κερδοφορία, σύμφωνα πάντα με τις προβλέψεις. Ακολούθως θα παρουσιάσουμε την ανάλυση νεκρού σημείου της επιχείρησης.

### 7.1 Ανάλυση νεκρού σημείου

Η ανάλυση νεκρού σημείου μας δίνει τη δυνατότητα να εντοπίσουμε το ύψος πωλήσεων που πρέπει να πραγματοποιήσει το COFFEE TEA, ώστε να καλύψει το σύνολο των μεταβλητών και σταθερών εξόδων, μην εμφανίζοντας ούτε ζημιά ούτε κέρδη. Εν ολίγοις το νεκρό σημείο αποτελεί ένδειξη του χρόνου που απαιτείται ώστε οι επενδυτές να λάβουν πίσω τα κεφάλαιά τους. Ο εντοπισμός του νεκρού σημείου του COFFEE TEA, θα δώσει τη δυνατότητα στους εταίρους να διαμορφώσουν τον κατάλληλο προγραμματισμό πωλήσεων. Στο σημείο αυτό πρέπει να διαχωρίσουμε αρχικά τις δαπάνες της επιχείρησης σε σταθερές και μεταβλητές, αποτελώντας το πρώτο βήμα για την ανάλυση νεκρού σημείου. Στις σταθερές δαπάνες συμπεριλαμβάνονται οι φόροι, τέλη, τα έξοδα συντήρησης, οι αμοιβές του προσωπικού, το ενοίκιο. Στις μεταβλητές δαπάνες περιλαμβάνονται τα συστατικά του κόστους πωληθέντων και ένα μέρος των αμοιβών του προσωπικού, λογαριασμοί ΔΕΚΟ κτλ.

Για τον υπολογισμό του νεκρού σημείου υπάρχουν διάφορες μέθοδοι όπως Η μέθοδος της μαθηματικής ισότητας, της μεθόδου του μεικτού περιθωρίου κ.ά. Η σχέση μεταξύ σταθερών, μεταβλητών δαπανών, κερδών και πωλήσεων δίνεται από την παρακάτω σχέση (Νιάρχος, 1997):

$$\text{Έσοδα πωλήσεων} = \text{Σταθερές δαπάνες} + \text{Μεταβλητές δαπάνες} + \text{Καθαρό κέρδος} \quad (1)$$

Όπως προαναφέραμε ωστόσο, στο νεκρό σημείο η επιχείρηση δεν πραγματοποιεί ούτε κέρδος ούτε ζημιά επομένως η παραπάνω ισότητα (1) μορφοποιείται ως εξής:

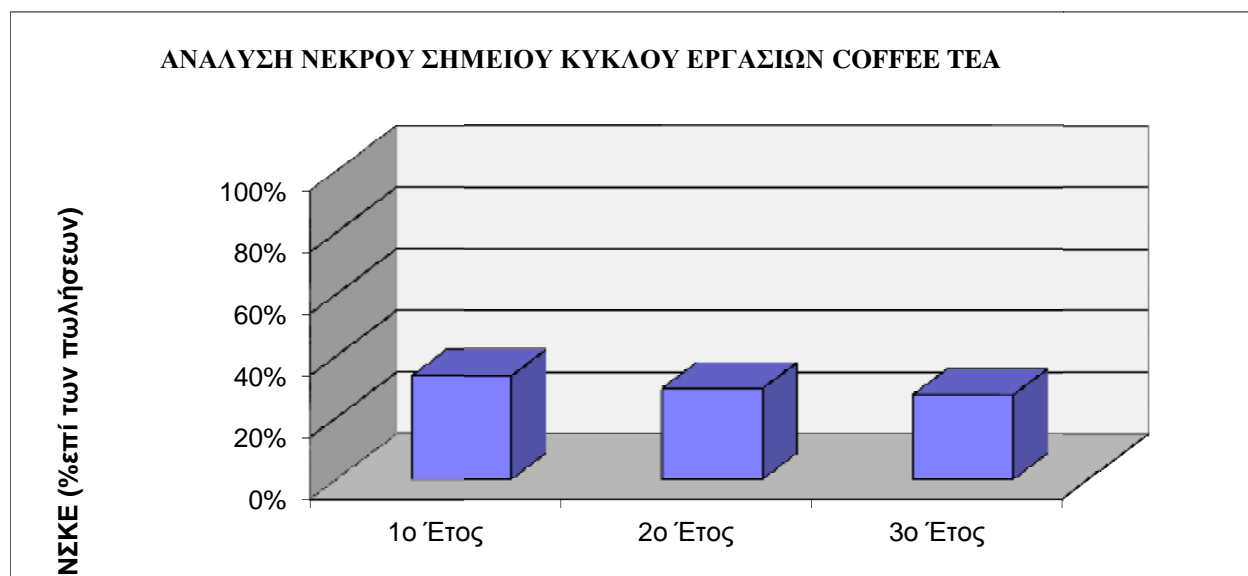
$$\text{Έσοδα πωλήσεων} = \text{Σταθερές δαπάνες} + \text{Μεταβλητές δαπάνες} \quad (2)$$

Το νεκρό σημείο των πωλήσεων υπολογίζεται από τον τύπο:

$$N.Σ = (\text{Σταθερά έξοδα} * \text{Κύκλος Εργασιών}) / \text{Περιθώριο Συνεισφοράς} \quad (3)$$

**Πίνακας 7.5 Ανάλυση νεκρού σημείου πωλήσεων 2015 - 2017**

	1ο Έτος	2ο Έτος	3ο Έτος
<b>Κύκλος Εργασιών</b>	<b>97.895</b>	<b>101.360</b>	<b>101.810</b>
Μείον: Μεταβλητά Έξοδα			
Σύνολο Μεταβλητών Εξόδων	31.130	31.915	32.310
<b>Περιθώριο Συνεισφοράς</b>	<b>66.765</b>	<b>69.445</b>	<b>69.500</b>
Μείον: Σταθερά Έξοδα			
Διάφορα έξοδα	16.600	15.900	15.500
Αποσβέσεις	5.800	4.500	3.500
Σύνολο Σταθερών Εξόδων	22.400	20.400	19.000
Κέρδη προ Τόκων και Φόρων	44.365	49.045	50.500
<b>Νεκρό Σημείο Κύκλου Εργασιών</b>	<b>32.844</b>	<b>29.775</b>	<b>27.833</b>
<b>ΝΣΚΕ ως % επί των Πωλήσεων</b>	<b>33,6%</b>	<b>29,4%</b>	<b>27,3%</b>
Βαθμός Λειτουργικής Μόχλευσης	1,5	1,4	1,4

**Σχεδιάγραμμα 7.1 Ανάλυση νεκρού σημείου κύκλου εργασιών COFFEE TEA 2015 - 2017**

Παρατηρούμε ότι το πρώτο έτος λειτουργίας το COFFEE TEA παρουσιάζει νεκρό σημείο πωλήσεων στα 32.844 ευρώ, δηλαδή στο 33,6 % επί των προβλεπόμενων συνολικών πωλήσεων. Το νεκρό σημείο μειώνεται στα επόμενα δύο έτη στα 29.775 ευρώ και στα 27.833 ευρώ ή αλλιώς στο 29,4% και στο 27,3% των προβλεπόμενων πωλήσεων αντιστοίχως για το

δεύτερο και τρίτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης. Επίσης παρατηρούμε ότι η λειτουργική μόχλευση<sup>2</sup> της επιχείρησης είναι σταθερή και τα τρία χρόνια.

Λόγω του ότι η επιχείρηση ανήκει στον τριτογενή τομέα παραγωγής, το μεταβλητό κόστος που συμμετέχει στην παραγωγική διαδικασία είναι πολυδιάστατο και δύσκολο να προσδιοριστεί με ακρίβεια. Για το λόγο αυτό, η κοινή πρακτική λέει ότι ο χρόνος επανείσπραξης του αρχικού επενδυμένου κεφαλαίου γίνεται έχοντας υπολογίσει - προβλέψει τα καθαρά αποτελέσματα χρήσης. Για τα τρία πρώτα έτη λειτουργίας του COFFEE TEA, μπορούμε να προχωρήσουμε στην διαδικασία εύρεσης της χρονικής στιγμής κατά την οποία θα έχει καλυφθεί το συνολικό κεφάλαιο επένδυσης.

Παρατηρούμε ότι το απαιτούμενο κεφάλαιο επένδυσης (τα 35.000 ευρώ) καλύπτονται από το πρώτο έτος λειτουργίας της επιχείρησης και πιο συγκεκριμένα, εάν καταλείνουμε ισόποσα το καθαρό αποτέλεσμα του πρώτου έτους σε 365 ημέρες, τότε λαμβάνουμε την τιμή 100,5 ευρώ/ημέρα καθαρά κέρδη. Διαιρώντας με το απαιτούμενο κεφάλαιο των 35.000 ευρώ, λαμβάνουμε την τιμή 348, που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι σύμφωνα με τις προβλέψεις μας, οι επενδυτές θα λάβουν πίσω τα κεφάλαιά τους την 348<sup>η</sup> ημέρα λειτουργίας της επιχείρησης, σε λιγότερο δηλαδή από 12 μήνες.

## 8. Ανάλυση Αριθμοδεικτών

Αφού παρουσιάσαμε τις πιο σημαντικές οικονομικές πληροφορίες – προβλέψεις της επένδυσής μας, είμαστε σε θέση να ασχοληθούμε με τέσσερις σημαντικούς αριθμοδείκτες, οι οποίοι θα αποτελέσουν το πιο σημαντικό κριτήριο για την τελική απόφαση ανάληψης της απόφασης. Οι αριθμοδείκτες καταρτίζονται με στόχο να προσδιοριστεί η πραγματική θέση μιας επιχείρησης ή η αποδοτικότητα διάφορων τμημάτων. Γενικότερα αποτελούν ενδείξεις της πορείας μιας οικονομικής μονάδας καθώς επίσης αποτελεί μέτρο με το οποίο μπορεί μια επιχείρηση να εντοπίσει δυνατά σημεία και αδυναμίες. Παρακάτω λοιπόν θα παρουσιάσουμε τους αριθμοδείκτες Κυκλοφοριακής Ρευστότητας, Άμεσης Ρευστότητας, Μέση Περίοδος

<sup>2</sup> Σύμφωνα με τον Βασιλείου (2008) «Λειτουργική μόχλευση είναι η αντικατάσταση μεθόδων παραγωγής μεταβλητού κόστους με μεθόδους σταθερού κόστους, ώστε οι διάφορες μεταβολές στον κύκλο εργασιών να οδηγούν σε μεγαλύτερες μεταβολές στα καθαρά λειτουργικά κέρδη. , όσο μεγαλύτερη είναι η λειτουργική μόχλευση που χρησιμοποιεί η επιχείρηση, τόσο μεγαλύτερος είναι ο επιχειρηματικός ή λειτουργικός κίνδυνος στον οποίο είναι εκτεθειμένη».

Πληρωμής Υποχρεώσεων και Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων (Βασιλείου και Ηρειώτης, 2008).

**Πίνακας 8.1 Αριθμοδείκτες**

<b>ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ</b>	<b>1<sup>ο</sup> Έτος</b>	<b>2<sup>ο</sup> Έτος</b>	<b>3<sup>ο</sup> Έτος</b>
Κυκλοφοριακής Ρευστότητας : ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓ/ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	$4.000/7.400 = \mathbf{0,54}$	$5.400/5.700 = \mathbf{0,94}$	$4.600/3500 = \mathbf{1,31}$
Άμεσης ρευστότητας: ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ - ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ/ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	$3.300/7.400 = \mathbf{0,45}$	$4.500/5.700 = \mathbf{0,79}$	$4.000/3.500 = \mathbf{1,14}$
Μέση Περίοδος Πληρωμής Υποχρεώσεων: ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ / ΠΩΛΗΣΕΙΣ * 360	$7.400/97.895 * 360 =$ <b>27,2 ημέρες</b>	$5.700/101.360 * 360 =$ <b>20,2 ημέρες</b>	$3.500/101.810 * 360 =$ <b>12,3 ημέρες</b>
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων: ΚΑΘΑΡΑ ΚΕΡΔΗ / ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	$36.680/11.000 = \mathbf{3,33\%}$	$40.140/12.400 = \mathbf{3,23\%}$	$41.220/18.500 = \mathbf{2,23\%}$

Η ανάλυση των ανωτέρω αριθμοδεικτών μας δίνει μια εικόνα της πορείας και της δυναμικής της επένδυσής μας σε βάθος τριετίας. Αρχικά, παρατηρούμε ότι ο δείκτης κυκλοφοριακής ρευστότητας είναι κάτω από την μονάδα, ενώ ο κανόνας λέει ότι πρέπει να λαμβάνει τιμές μεγαλύτερες της μονάδας, καθώς όσο πιο μεγάλη η τιμή του δείκτη, τόσο μεγαλύτερο το «περιθώριο ασφάλειας» των βραχυπρόθεσμων δανειστών του COFFEE TEA. Ωστόσο, τα επόμενα δύο χρόνια η τιμή του δείκτη ανέρχεται αγγίζοντας το 1,31 γεγονός που αποδεικνύει την ικανοποιητική απόδοση της επιχείρησής μας και του μεγάλου περιθωρίου ασφαλείας για τους βραχυπρόθεσμους δανειστές του COFFEE TEA.

Ο δεύτερος αριθμοδείκτης που μελετήσαμε ήταν ο δείκτης άμεσης ρευστότητας, ο οποίος δείχνει την δυνατότητα της επιχείρησης να ικανοποιήσει το σύνολο των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεών της με τη χρήση των άμεσα ρευστοποιήσιμων στοιχείων της και μόνο. Και πάλι παρατηρούμε ότι η τιμή του δείκτη είναι κάτω της μονάδας για το πρώτο έτος και δεύτερο έτος λειτουργίας του COFFEE TEA, ωστόσο το 3<sup>ο</sup> έτος προβλέπεται η επιχείρηση να ικανοποιεί τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της με τα άμεσα ρευστοποιήσιμα στοιχεία της 1,14 φορές το χρόνο, άρα κατανοούμε την υψηλή ικανότητα του COFFEE TEA να ικανοποιεί τις άμεσες υποχρεώσεις της.

Ο δείκτης μέσης περιόδου πληρωμής υποχρεώσεων βαίνει μειούμενος. Όπως παρατηρούμε στον πίνακα 8.1 το 2015 η επιχείρησή μας προβλέπεται να μπορεί να ικανοποιεί τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της κάθε 27,2 ημέρες, ενώ το 2<sup>ο</sup> και το 3<sup>ο</sup> έτος το COFFEE TEA προβλέπεται να μπορεί να ικανοποιεί ακόμα πιο γρήγορα τις υποχρεώσεις της και πιο συγκεκριμένα μέσα σε 20,2 ημέρες και 12,3 ημέρες αντίστοιχα. Αυτό υποδηλώνει ότι το COFFEE TEA προβλέπεται να εξοφλεί τους βραχυπρόθεσμους πιστωτές της σε όλο και πιο μικρό χρονικό διάστημα όσο περνά ο καιρός, με αποτέλεσμα να μπορεί να αυξηθεί η εμπιστοσύνη των πιστωτών προς την επιχείρησή μας.

Τέλος, ο τελευταίος αριθμοδείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων που εξετάσαμε, αφορά στην ικανότητα μιας επιχείρησης να παράγει κέρδη μέσα από τα ίδια κεφάλαια που έχουν επενδυθεί. Παρατηρούμε λοιπόν ότι το COFFEE TEA προβλέπεται να απασχολεί ικανοποιητικά τα επενδυμένα ίδια κεφάλαια, καθώς ο δείκτης είναι μεγαλύτερος της μονάδας, ένδειξη της επίτευξης της πραγματοποίησης ενός ικανοποιητικού αποτελέσματος από τη χρήση των ιδίων κεφαλαίων. Το πρώτο έτος ο δείκτης είναι 3,33%, το δεύτερο έτος 3,23% και το τρίτο έτος 2,23%, γεγονός που καταδεικνύει ότι με το πέρασμα του χρόνου τα ίδια κεφάλαια τείνουν να αξιοποιούνται λιγότερο ικανοποιητικά.

Ακολουθεί ανάλυση της επιχειρηματικής στρατηγικής του COFFEE TEA μέσω της ανάλυσης SWOT και του μοντέλου ανάλυσης του Porter.

## 9. Επιχειρηματική στρατηγική

Η ενότητα αυτή θα παρουσιάσει την επιχειρηματική στρατηγική του επενδυτικού μας σχεδίου, της δημιουργίας ενός take away café δηλαδή στην περιοχή της Αγίας Σοφίας στην Πάτρα.. Ωστόσο πριν προχωρήσουμε στην παράθεση της μακροπρόθεσμης στρατηγικής που θα ακολουθήσει η διοίκηση του COFFEE TEA, παραθέτουμε την ανάλυση SWOT η οποία αποτελεί τη βάση για την ανάπτυξη της όποιας στρατηγικής επιλεγεί. Στο σχήμα 9.1 παρουσιάζονται τα πιο δυνατά και αδύναμα σημεία της επενδυτικής μας επιλογής, καθώς επίσης οι ευκαιρίες και οι κίνδυνοι που απορρέουν από την απόφασή μας (Τζωρτζάκης κ.ά., 2002).

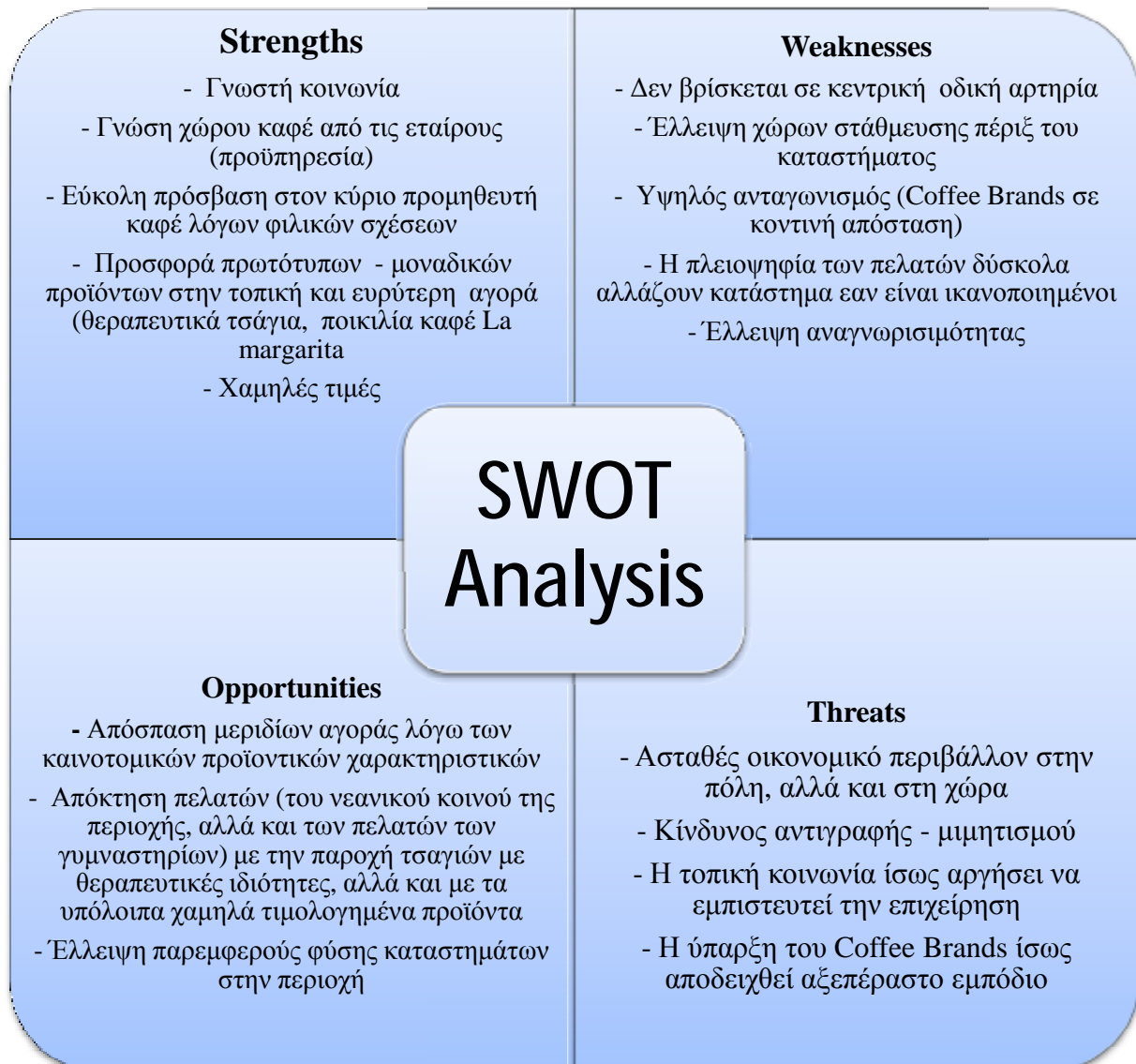
Η στρατηγική που προτείνεται να ακολουθηθεί από τη διοίκηση του COFFEE TEA εξετάζοντας ενδελεχώς την ανάλυση SWOT, είναι η εξής:

Το COFFEE TEA θα πρέπει να προωθηθεί, διαφημιστεί και να προβληθεί στο καταναλωτικό κοινό, ως μια επιχείρηση café take away που προσφέρει πέραν των κλασικών ροφημάτων καφέ, σοκολάτας και αναψυκτικών, δύο ξεχωριστές κατηγορίες προϊόντων που δεν προσφέρονται όχι μόνο στην περιοχή της Αγίας Σοφίας, αλλά πουθενά στην πόλη των Πατρών. Η προβολή των θεραπευτικών τσαγιών και της μοναδικής ποικιλίας καφέ La margarita με την ξεχωριστή γεύση, θα πρέπει να αποτελέσουν τους πυλώνες των προωθητικών ενεργειών ώστε να αποκτήσει το COFFEE TEA μια μόνιμη πελατειακή βάση, δηλαδή τακτικούς πελάτες.

Αφού εξασφαλιστεί μια μόνιμη πελατειακή βάση, η άψογη εξυπηρέτηση και οι προσφορές του καταστήματος (θερμού ανά 20 αγορές καφέ, δυνατότητα επιλογής ενός καφέ και ενός σνακ της προτίμησης του πελάτη δωρεάν με αγορές πάνω από 8 ευρώ κτλ) θα είναι οι ενέργειες που θα γίνουν για να διατηρηθούν οι πελάτες. Η ανάπτυξη των πωλήσεων θα στηριχθεί αφενός στη δημιουργία καλής φήμης του COFFEE TEA μέσω διαφήμισης του café στο διαδίκτυο, στον τοπικό Τύπο, αλλά και στο ραδιόφωνο για τα προϊόντα – καινοτομικά και μη – που προσφέρει, αφετέρου στην ποιοτική και άμεση εξυπηρέτηση των πελατών τόσο εντός του καταστήματος, όσο και εκτός, μέσω της υπηρεσίας delivery που θα διαθέτει το κατάστημα.

Οι απειλές που παρουσιάζονται στο ακόλουθο σχήμα, μπορούν να αντιμετωπιστούν κυρίως με την σταθερά ποιοτική εξυπηρέτηση των πελατών και με την επίδειξη επαγγελματισμού σε διάφορα επίπεδα, από την αυστηρή τήρηση του ωραρίου λειτουργίας του καφέ, μέχρι την αποτελεσματική διαχείριση των υποχρεώσεων της επιχείρησης (έγκαιρη εξόφληση προμηθευτών κ.ά). Η αντιμετώπιση των απειλών είναι μια χρονοβόρα διαδικασία που απαιτεί κυρίως υπομονή και επαγγελματισμό από το σύνολο των εμπλεκομένων με την επιχείρηση.

Σχήμα 9.1 SWOT Analysis COFFEE TEA



## 10. Μοντέλο των 5 δυνάμεων του Porter

Κλείνοντας την ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος του café take away COFFEE TEA, θα παρουσιάσουμε το μοντέλο των 5 δυνάμεων του Porter, δίνοντας μια εικόνα των κυριότερων χαρακτηριστικών και τάσεων του κλάδου του καφέ, στον οποίο πρόκειται να αναπτύξει δραστηριότητα η επιχείρησή μας. Το περιβάλλον οποιουδήποτε κλάδου αναλύεται σύμφωνα με τον Porter μέσα από 5 δυνάμεις: την είσοδο νέων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων στην αγορά, τον κίνδυνο υποκατάστασης των προϊόντων της επιχείρησης από άλλα προϊόντα, τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών, τη διαπραγματευτική δύναμη των πελατών και φυσικά από την ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο (Σιώμκος, 2004).



Αρχικά λοιπόν, το COFFEE TEA καλείται να δραστηριοποιηθεί στον κλάδο – αγορά του καφέ, ο οποίος γνωρίζει ιδιαίτερη ανάπτυξη στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία και εν προκειμένω, στην πόλη της Πάτρας, όπου είναι αναντίρρητο γεγονός η δημιουργία – ίδρυση – εμφάνιση νέων μικρομεσαίων επιχειρήσεων και κυρίως καταστημάτων που ανήκουν στον κλάδο της γρήγορης και μαζικής εστίασης. Η αγορά λοιπόν είναι κατακερματισμένη στην πόλη της Πάτρας, ωστόσο η ένταση του ανταγωνισμού στην περιοχή που πρόκειται να δημιουργηθεί το COFFEE TEA δεν είναι ιδιαίτερα έντονη, με αποτέλεσμα να υπάρχει η ευκαιρία εύκολης εισόδου στην αγορά του καφέ σε αρχικό στάδιο.

Ως προς την είσοδο νέων επιχειρήσεων στην αγορά του καφέ, δεν υπάρχουν συγκεκριμένα εμπόδια εισόδου (τουλάχιστον από την σκοπιά της απόκτησης άδειας ή κεφαλαιουχικού εξοπλισμού), ωστόσο τα εμπόδια που ίσως υπάρχουν στον κλάδο του καφέ, αφορούν στα μικρά περιθώρια υψηλής κερδοφορίας που απαντώνται στην πατρινή αγορά του καφέ. Αυτό μπορεί να αντιμετωπιστεί με την καινοτομία από πλευράς επιχειρηματιών, επενδυτών, όπως ακριβώς επιχειρείται από τους επενδυτές του COFFEE TEA με την προσφορά πρωτότυπων προϊόντων με καινοτομικά χαρακτηριστικά (Θεοδωρόπουλος, 2002).

Ο κίνδυνος υποκατάστασης των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει το COFFEE TEA είναι σχετικά μεγάλος, καθώς πλέον κυκλοφορούν στο εμπόριο ηλεκτρικές οικιακές συσκευές, οι οποίες παρασκευάζουν όλα τα είδη του καφέ (εσπρέσο, φρέντο καπουτσίνο κτλ), ενώ ανέκαθεν στην αγορά κυκλοφορούσαν διάφορα είδη και προϊόντα καφέ σε μικρές συσκευασίες για περιορισμένη χρήση – κατανάλωση. Για αυτόν ακριβώς τον λόγο, επιλέχθηκε από τους επενδυτές του COFFEE TEA η προσφορά στο κατάστημα προϊόντων που δεν κυκλοφορούν στην αγορά του καφέ (θεραπευτικά τσάγια, ποικιλία καφέ La margarita).

Στην αγορά της Πάτρας, οι προμηθευτές καφέ δεν είναι πολλοί, με αποτέλεσμα η διαπραγματευτική τους δύναμη να μην όσο υψηλή είναι σε άλλες πόλεις. Ως εκ τούτου, αυτό λειτουργεί υπέρ του COFFEE TEA και των ιδιοκτητών του, οι οποίοι μπορούν να επιτύχουν καλύτερες συμφωνίες.

Τέλος, η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών είναι πολύ ισχυρή όχι μόνο στην περιοχή που θα δραστηριοποιείται το COFFEE TEA, αλλά ευρύτερα στην Πάτρα. Τα προϊόντα του καφέ δεν είναι δυσεύρετα ούτε φυσικά είναι λίγα τα take – away cafe που

δραστηριοποιούνται στην Πάτρα. Η δύναμη των πελατών λοιπόν είναι ιδιαίτερα ισχυρή, λόγω της ύπαρξης πολλών παρόμοιων επιχειρήσεων με παρεμφερή προϊόντα και υπηρεσίες και φυσικά λόγω του ότι το COFFEE TEA απευθύνεται κυρίως σε τμήματα της αγοράς της τοπικής κοινωνίας που είναι ο πιο κρίσιμος παράγοντας για τη βιώσιμη λειτουργία της επιχείρησης.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η ανάλυση της επενδυτικής μας επιλογής μέσω του παρόντος επιχειρηματικού σχεδίου, μάς δίνει την ευκαιρία να αξιολογήσουμε την ελκυστικότητα της επένδυσης, καθώς επίσης της βιωσιμότητάς της. Παρατηρήσαμε ότι το απαιτούμενο κεφάλαιο για την ολοκλήρωση της επένδυσης ανέρχεται στις 35.000 ευρώ, με τα προβλεπόμενα καθαρά αποτελέσματα να διαμορφώνονται στις 36.000 για το πρώτος έτος λειτουργίας και να ανέρχονται έως 40.000 σε βάθος τριετίας. Οι προβλεπόμενες πωλήσεις επίσης της επιχείρησης δείχνουν να σταθεροποιούνται κατά το τρίτο έτος λειτουργίας στις 101.000 ευρώ, γεγονός που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι το επιχειρηματικό σχέδιο διακρίνεται για τη σταθερότητά του.

Ακόμη, η χρηματοοικονομική ανάλυση φανερώνει ότι η επιχείρηση προβλέπεται να παρουσιάζει αυξανόμενη ρευστότητα σε βάθος χρόνου, με τους χρηματοοικονομικούς δείκτες ρευστότητας να βελτιώνονται σταδιακά. Η ρευστότητα της επιχείρησης, τόσο η γενική όσο και η άμεση, προβλέπεται να βελτιώνονται, ενώ η προβλεπόμενη αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα της επιχείρησης, γίνονται αντιληπτές μέσα από τη βελτίωση της ταχύτητας πληρωμής των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεών της, καθώς από 27 μέρες, το πρώτο έτος λειτουργίας, πέφτει στις 12 μέρες στο τρίτο έτος, γεγονός που δύναται να αποτελέσει ελκυστικό παράγοντα για προμηθευτές, αλλά και υποψήφιους επενδυτές.

Το νεκρό σημείο του επιχειρηματικού σχεδίου για τα τρία πρώτα έτη λειτουργίας προβλέπεται να διαμορφωθεί στο 33,6%, 29,4%, 27,3% επί των πωλήσεων αντίστοιχα. Η προοδευτική αποδοτικότητα της επιχείρησης μπορεί να εκτιμηθεί και μέσα από την ανάλυση του νεκρού σημείου επομένως. Στα δυνατά στοιχεία του επιχειρηματικού σχεδίου πρέπει να επισημάνουμε την καινοτομία, αφού την ποικιλία καφέ La Margarita θα εμπορεύεται μόνον το COFFEE TEA, σε τοπικό, που σε συνδυασμό με την παρασκευή ροφημάτων τσαγιού με θεραπευτικές ιδιότητες, καθιστούν το COFFEE TEA πόλο έλξης, ακριβώς λόγω της ιδιομορφίας των προϊόντων που συνδυαστικά θα παρασκευάζει και θα πουλά. Σαφώς η δημιουργία πρώτου καταστήματος take – away café που πουλά ροφήματα τσαγιού με θεραπευτικές ιδιότητες και μιας ειδικής ποικιλίας καφέ με ιδιαίτερη γεύση, δίνει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην επιχείρηση, η οποία ωστόσο καλείται να δραστηριοποιηθεί σε ένα αυξανόμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον, ενώ η είσοδος στην αγορά του καφέ, η απόκτηση σταθερής πελατείας, είναι μερικές από τις δυσκολίες που καλείται να

αντιμετωπίσει σε μικρό χρονικό διάστημα, ώστε να γίνει βιώσιμη και επικερδής η λειτουργία της επιχείρησης.

Εν κατακλείδι, κατόπιν μελέτης του ανταγωνισμού, των ευκαιριών που παρουσιάζονται στην τοπική αγορά και της δυναμικής των οικονομικών δεικτών του επιχειρηματικού σχεδίου, μπορούμε να ισχυριστούμε ότι η επενδυτική επιλογή είναι ελκυστική, λόγω του διαφοροποιημένου προϊόντος που θα προσφέρει στους πελάτες, αλλά και λόγω των προβλεπόμενων και σχετικά γρήγορων καθαρών αποτελεσμάτων που μπορεί να προσφέρει. Η επέκταση του COFFEE TEA και σε άλλες περιοχές, τόσο στην πόλη των Πατρών, όσο και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας στις οποίες δεν απαντάται το μείγμα προϊόντος του COFFEE TEA είναι ένας ακόμη εφικτός στόχος.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ελληνόγλωσση Βιβλιογραφία

- Βασιλείου, Δ. και Ηρειώτης, Ν., (2008). *Χρηματοοικονομική Διοίκηση: Θεωρία και Πρακτική*. Αθήνα, Εκδόσεις Rosili.
- Δημητριάδης, Σ. και Τζωρτζάκη, Μ., (2010). *Μάρκετινγκ*. Αθήνα, Εκδόσεις Rosili.
- Θεοδωρόπουλος, Α. (2002). *Στρατηγικός Επιχειρηματικός Σχεδιασμός*. Αθήνα, Εκδόσεις Προπομπός.
- Κέφης, Β. και Παπαζαχαρίου, Π. (2009). *Το Επιχειρηματικό Όραμα σε Business Plan*. Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική.
- Μανουσίδης, Χ. (2009). *Το εγχειρίδιο του καφέ. Τα μυστικά του barista*. Αθήνα, Εκδόσεις Ψύχαλος.
- Νιάρχος, Ν., (1997). *Χρηματοοικονομική Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων*. Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη.
- Ραφαηλίδης, Απ., (2012). *Υπόδειγμα Επιχειρηματικού Σχεδίου*. Σημειώσεις μαθήματος Επιχειρηματικού Σχεδιασμού, ΤΕΙ Δυτικής Ελλάδας, Σχολή Οικονομίας και Διοίκησης, Τμήμα Επιχειρηματικού Σχεδιασμού και Πληροφοριακών Συστημάτων (νυν Διοίκησης Επιχειρήσεων).
- Σιώμκος, Γ. (2004). *Μάρκετινγκ*. Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη.

### Ξενόγλωσση βιβλιογραφία

- Karferer, J.N και Ρηγοπούλου, Ε. (2013). *Διοίκηση Μάρκας*. Αθήνα, Εκδόσεις Rosili.
- Kottler, P. and Keller, L. (2006). *Μάρκετινγκ και Μάνατζμεντ*. Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, 12η έκδοση.
- Stutely, R. (2003). *Το Ιδανικό Επιχειρηματικό Σχέδιο*. Αθήνα, Εκδόσεις Παπασωτηρίου.
- Tiffany, P. και Peterson S. (2008). *Επιχειρηματικός Σχεδιασμός για Πρωτάρηδες*. Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Τζωρτζάκης, Κ., Τζωρτζάκη, Α. και Πετρόφ, Ι. (2002). *Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ*. Αθήνα, Εκδόσεις Rosili.

**Πηγές από το Διαδίκτυο**

- Stochasis Σύμβουλοι Επιχειρήσεων, (2014). *Κλαδικές Στοιχεύσεις: Αλυσίδες καφέ και καφεκοπτείων*. ΣΤΟΧΑΣΙΣ Σύμβουλοι Επιχειρήσεων Α.Ε. Αθήνα.
- Coffee Island (2015). *Ποιοι είμαστε*. [Online]. Ανακτήθηκε από: <http://coffeeisland.gr/roioi-eimaste> [Πρόσβαση στις 17/01/2015].
- Coffee Brands (2015). *Καταστήματα*. [Online]. Ανακτήθηκε από: <http://www.coffeebrands.gr/index.php/καταστήματα.html> [Πρόσβαση στις 17/01/2015].
- Money Online (2015). *Σύγκριση επιτοκίων δανείων*. [Online]. Ανακτήθηκε από: <http://www.moneyonline.gr/site/ConsumerLoans/Search> [Πρόσβαση στις 05/01/2015].
- Taf (2015). *Καφές - Single Estate Coffees - Κεντρική Αμερική*. [Online]. Ανακτήθηκε από: [http://www.cafetaf.gr/προϊόντα / Καφές/ Single Estate Coffees/Κεντρική Αμερική](http://www.cafetaf.gr/προϊόντα/Καφές/Single%20Estate%20Coffees/Κεντρική%20Αμερική) [Πρόσβαση στις 07/01/2015].
- Taf (2015). *Καφές La Margarita*. [Online]. Ανακτήθηκε από: <http://www.cafetaf.gr/pdf/la%20margarita%20greek.pdf> [Πρόσβαση στις 13/01/2015].
- Tsai.gr (2015). *Βασικές κατηγορίες*. [Online]. Ανακτήθηκε από: <http://www.tsai.gr/index.php> [Πρόσβαση στις 07/01/2015].