



Πανεπιστήμιο Κύπρου
Τμήμα Δημόσιας Διοίκησης και Διοίκησης Επιχειρήσεων
Πρόγραμμα MBA

«Drip N' Bee»
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Ονοματεπώνυμο Μελών Ομάδας

Αναστάσιος Καλλινίκου Α.

Κωνσταντίνος Νεοφύτου

Μαρία Χριστοδούλου

Τέρψια Μαρία Παπαϊωάννου

Λευκωσία

Νοέμβριος, 2020

Εφαρμοσμένη Επιχειρηματική Μελέτη υποβαλλόμενη στο διδακτικό προσωπικό του Προγράμματος MBA ως μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για τον τίτλο MBA (Master in Business Administration – Μεταπτυχιακό στη Διοίκηση Επιχειρήσεων) στο Τμήμα Χρηματοοικονομικής του Πανεπιστημίου Κύπρου.

ΜΕ ΤΗΝ ΕΓΚΡΙΣΗ ΤΩΝ:

Ακαδημαϊκός Σύμβουλος – Όνομα: Δρ. Νικόλαος Βαφέας

Υπογραφή:

Ανεξάρτητος Ακαδημαϊκός – Όνομα: Δρ. Ελένη Σταύρου-Κωστήα

Υπογραφή:

©2020

Αναστάσιος Καλλινίκου

Κωνσταντίνος Νεοφύτου

Μαρία Χριστοδούλου

Τέρψια Μαρία Παπαϊωάννου

Πίνακας Περιεχομένων

| | |
|---|----|
| Συντομογραφίες..... | 7 |
| Ευχαριστίες..... | 8 |
| Επιτελική Σύνοψη..... | 9 |
| Επιχειρηματική Ευκαιρία..... | 10 |
| Βιομηχανία Καφέ..... | 10 |
| Όραμα και Αποστολή..... | 13 |
| Στόχος..... | 13 |
| Επιλογή Ονόματος..... | 13 |
| Προϊόντα & Υπηρεσίες..... | 14 |
| Περιγραφή Προϊόντων & Υπηρεσιών..... | 14 |
| Καινοτομία Προϊόντων & Υπηρεσιών..... | 17 |
| Εξωτερική Ανάλυση..... | 18 |
| Ανάλυση Ανταγωνισμού..... | 18 |
| Επιλογή, προσδιορισμός και υλοποίηση της στρατηγικής..... | 20 |
| Στρατηγική..... | 20 |
| Ανάλυση PEST..... | 22 |
| Πολιτικό – Νομικό Περιβάλλον..... | 22 |
| Οικονομικό Περιβάλλον..... | 23 |
| Κοινωνικό – Πολιτισμικό Περιβάλλον..... | 23 |
| Τεχνολογικό Περιβάλλον..... | 24 |
| Νομικό Περιβάλλον..... | 25 |
| Ανάλυση SWOT..... | 25 |
| Δυνατά Σημεία..... | 26 |
| Ευκαιρίες..... | 27 |
| Απειλές..... | 28 |
| Αδύνατα Σημεία..... | 28 |
| Κλαδική Ανάλυση – 5 Δυνάμεις PORTER..... | 29 |
| Ανάλυση Αγοράς..... | 31 |
| Γενικό Περιβάλλον της Αγοράς – Αγορά Στόχος..... | 31 |
| Αποτέλεσμα Έρευνας Αγοράς – Ανάλυση Καταναλωτή..... | 32 |
| Σχέδιο Μάρκετινγκ..... | 43 |
| Πλάνο Μάρκετινγκ - Μείγμα Μάρκετινγκ..... | 43 |

| | |
|--|----|
| Προβολή-Προώθηση | 43 |
| Διανομή..... | 45 |
| Τιμή | 45 |
| Διοικητικό Πλάνο | 46 |
| Οργανωτικό Σχέδιο | 46 |
| Διοικητική Ομάδα | 48 |
| Πλάνο Προσλήψεων | 50 |
| Επιλογή Προσωπικού και Πρόσληψη | 50 |
| Εκπαίδευση Προσωπικού | 50 |
| Πρόγραμμα Ανταμοιβής Υπαλλήλων | 52 |
| Γεωγραφική Τοποθεσία & Εγκαταστάσεις | 52 |
| Χρονοδιάγραμμα | 53 |
| Ανάλυση Κινδύνων | 55 |
| Κίνδυνος Αγοράς..... | 55 |
| Οικονομικός Κίνδυνος | 55 |
| Νομικοί Κίνδυνοι | 56 |
| Οικονομική Ανάλυση | 56 |
| Χρηματοδότηση | 56 |
| Αρχικές Δαπάνες Ίδρυσης και εγκατάστασης..... | 57 |
| Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης και Ισολογισμού | 58 |
| Νεκρό Σημείο Εκμετάλλευσης | 60 |
| Καθαρή παρούσα αξία..... | 62 |
| Ανάλυση Ευαισθησίας | 62 |
| Ανάλυση Αριθμοδεικτών | 63 |
| Κερδοφορία – Αποδοτικότητα..... | 64 |
| Χρηματοοικονομική Μόχλευση & Διάρθρωση Κεφαλαίων | 64 |
| Ρευστότητα | 64 |
| Δραστηριότητα | 64 |
| Δείκτες Εξέλιξης..... | 64 |
| Σύνοψη..... | 66 |
| Παραρτήματα | 67 |
| Βιβλιογραφικές Αναφορές..... | 82 |
| Διαδικτυακές Αναφορές | 83 |

Περιεχόμενα Διαγραμμάτων

| | |
|---|----|
| Διάγραμμα 1: Φύλο | 33 |
| Διάγραμμα 2: Ηλικία | 33 |
| Διάγραμμα 3: Περιοχή Διαμονής/Εργασίας | 33 |
| Διάγραμμα 4: Καθημερινή Κατανάλωση Καφέ | 34 |
| Διάγραμμα 5: Προτίμηση Χώρου Κατανάλωση Καφέ | 35 |
| Διάγραμμα 6: Προτίμηση Τοποθεσίας | 36 |
| Διάγραμμα 7: Επιλογή Ώρας για Κατανάλωση Καφέ | 36 |
| Διάγραμμα 8: Περισσότερη Σημασία που Δίνετε σε μια Καφετέρια | 37 |
| Διάγραμμα 9: Προτιμότερο Στυλ Καφετέριας | 38 |
| Διάγραμμα 10: Χαρακτηριστικά που σας Διακρίνουν Περισσότερο | 39 |
| Διάγραμμα 11: Χαρακτηριστικά του καφέ που Θεωρείτε Σημαντικά για τους Καταναλωτές ... | 39 |
| Διάγραμμα 12: Χώρες Παραγωγής Καφέ που Δοκιμάσατε | 40 |
| Διάγραμμα 13: Προτιμότερο Ρόφημα Κατανάλωσης | 41 |
| Διάγραμμα 14: Συνοδευτικό Προτίμησης με τον Καφέ | 41 |
| Διάγραμμα 15: Ενδιαφέρον για Αγορά Κόκκων Καφέ από την Αγαπημένη σας Χώρα Προέλευσης..... | 42 |
| Διάγραμμα 16: Οργανωτικό Σχέδιο..... | 47 |
| Διάγραμμα 17: Gantt Chart | 54 |
| Διάγραμμα 18: Συνολικό Αρχικό Κεφάλαιο | 57 |
| Διάγραμμα 19: Νεκρό Σημείο εκμετάλλευσης χειρότερου σεναρίου | 61 |
| Διάγραμμα 20: Νεκρό Σημείο εκμετάλλευσης καλύτερου σεναρίου..... | 61 |
| Διάγραμμα 21: Νεκρό Σημείο εκμετάλλευσης μελέτης..... | 61 |
| Διάγραμμα 22: Γραφική Ανάλυση Ευαισθησίας..... | 63 |
| Διάγραμμα 23: Κατανομή Πυκνότητας Πιθανότητας..... | 69 |
| Διάγραμμα 24: Αθροιστική Κατανομή Πιθανότητας..... | 69 |
| Διάγραμμα 25: Κερδοφορία - Αποδοτικότητα | 70 |
| Διάγραμμα 26: Χρηματοοικονομική Μόχλευση & Διάρθρωση Κεφαλαίων..... | 70 |
| Διάγραμμα 27: Δείκτες Εξέλιξης..... | 71 |
| Διάγραμμα 28: Δείκτης Δραστηριότητας..... | 71 |

Περιεχόμενα Πινάκων

| | |
|---|----|
| Πίνακας 1: Διοικητική Ομάδα..... | 48 |
| Πίνακας 2: Δαπάνες Ίδρυσης και Εγκατάστασης..... | 58 |
| Πίνακας 3: Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης..... | 59 |
| Πίνακας 4: Ισολογισμοί..... | 60 |
| Πίνακας 5: Πίνακας Ταμειακών Ροών | 60 |
| Πίνακας 6: Μέσο Σταθμικό Κόστος..... | 62 |
| Πίνακας 7: Ανάλυση Ευαισθησίας..... | 63 |
| Πίνακας 8: Χρηματοοικονομικοί Αριθμοδείκτες..... | 65 |
| Πίνακας 9: Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης Χειρότερου σεναρίου..... | 67 |
| Πίνακας 10: Ισολογισμοί Χειρότερου σεναρίου | 67 |
| Πίνακας 11: Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης Καλύτερου Σεναρίου..... | 68 |
| Πίνακας 12: Ισολογισμοί Καλύτερου Σεναρίου..... | 68 |
| Πίνακας 13: Λειτουργικές Δαπάνες | 72 |
| Πίνακας 14: Συνολικές Πωλήσεις από Παραχθέντα Προϊόντα..... | 72 |
| Πίνακας 15: Συνολικές Πωλήσεις Εμπορευμάτων..... | 73 |

Συντομογραφίες

| | |
|---------------|--|
| BSc | Bachelor of Science |
| MBA | Master's in Business Administration |
| SCA | Specialty Coffee Association |
| SWOT | Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats |
| PESTEL | Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal |
| ΚΠΑ | Καθαρή Παρούσα Αξία |
| ΜΚΔ | Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης |

Ευχαριστίες

Αρχικά θα θέλαμε να εκφράσουμε τις ειλικρινείς ευχαριστίες και την εκτίμηση μας προς τον επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής εργασίας, Δρ. Νικόλαο Βαφέα, Καθηγητή στο Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Πανεπιστημίου Κύπρου. Καθ' όλη την διάρκεια εκπόνησης της παρούσας μελέτης έχει επιδείξει μεγάλη προθυμία μέσα από την έμπρακτη βοήθεια που μας παρείχε συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην επιτυχή ολοκλήρωση του εφαρμοσμένου επιχειρηματικού πλάνου.

Επιπρόσθετα θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε ιδιαίτερα τους λειτουργούς του γραφείου MBA για την συνεχή υποστήριξη τους κατά τη διάρκεια της φοίτησης μας στο Πρόγραμμα.

Καταληκτικά, οφείλουμε ένα μεγάλο ευχαριστώ στις οικογένειες και τους φίλους μας που διαδραμάτισαν σημαντικό ρολό για τον καθένα από εμάς ξεχωριστά, μέσα από την συνεχή κατανόηση, την ενθάρρυνση και τη συμπαράσταση τους ώστε να ολοκληρωθεί η παρούσα μεταπτυχιακή εργασία.

Επιτελική Σύνοψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία αφορά την ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου και την προώθηση της επιχειρηματικής ιδέας για την ίδρυση μίας νεοεισερχόμενης καφετέριας τέταρτης γενιάς που θα φέρει την επωνυμία «Drip N' Bee». Η εργασία εκπονήθηκε στο τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων και Δημόσιας Διοίκησης στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος MBA υπό την εποπτεία του Δρ. Νικόλαου Βαφέα.

Ο καφές στην Κύπρο αποτελεί το δημοφιλέστερο ρόφημα, το οποίο καταναλώνεται είτε για απόλαυση είτε για τις διεγερτικές του ικανότητες. Αυτό, γίνεται άμεσα αντιληπτό στο κέντρο της Λευκωσίας όπου παρατηρείται επικράτεια καφετεριών έναντι άλλων επιχειρήσεων. Γι' αυτό τον λόγο, η καφετέρια που επιλέχθηκε να αναπτυχθεί θα έχει ως βάση της την πρωτεύουσα κυρίως λόγω του πληθυσμού, των Πανεπιστημίων αλλά και των εταιρειών που φιλοξενεί.

Η απόφαση για τη δημιουργία καινοτόμας καφετέριας έχει ταυτιστεί με τις συνήθειες και τις απαιτήσεις των καταναλωτών, οι οποίες με την πάροδο του χρόνου αυξάνονται. Η ανάγκη για απόκτηση στοιχείων που αφορούν τους δυνητικούς πελάτες του Drip N' Bee οδήγησε στην επιλογή της ποσοτικής μεθόδου συλλογής στοιχείων. Έτσι, έχει δημιουργηθεί ένα ερωτηματολόγιο μέσω του οποίου έχουν συλλεχθεί πληροφορίες ιδιαίτερα χρήσιμες για την εκπόνηση της μελέτης. Συλλέχθηκαν πληροφορίες που αφορούν το προφίλ των καταναλωτών όπως ηλικία, περιοχή διαμονής, προσωπικές προτιμήσεις κ.λπ. Στόχος της καφετέριας είναι η παροχή υψηλής ποιότητας καφέ σε συνδυασμό με την παροχή υγιεινών προϊόντων, ώστε να γίνει απόσπαση μεγάλου μεριδίου της αγοράς που θα την οδηγήσει στην απόκτηση ενός βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος συν ταυτιζόμενο με τη νοοτροπία προστασίας του περιβάλλοντος.

Στο ακόλουθο επιχειρηματικό σχέδιο παρουσιάζεται η επιχειρηματική ευκαιρία και περιγράφονται τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της καφετέριας. Έπειτα, γίνεται ανάλυση της αγοράς, του ανταγωνισμού, της στρατηγικής που η καφετέρια θα ακολουθήσει, του σχεδίου μάρκετινγκ, της διοικητικής ομάδας, των κινδύνων και τέλος παρουσιάζεται ο οικονομικός σχεδιασμός. Η οικονομική ανάλυση πραγματοποιήθηκε με ρεαλιστικά οικονομικά στοιχεία, τα οποία έχουν συλλεχθεί μέσα από την έρευνα αγοράς. Στη συνέχεια ακολούθησε επεξεργασία των δεδομένων αυτών, μέσω των οποίων εξήλθαν αξιόπιστα συμπεράσματα. Συγκεκριμένα τα αποτελέσματα της

οικονομικής αυτής ανάλυσης ήταν θετικά, και δείχνουν ότι το Drip N' Bee θα είναι μια βιώσιμη επένδυση με πολύ υποσχόμενο μέλλον.

Επιχειρηματική Ευκαιρία

Βιομηχανία Καφέ

Η λέξη καφές προέρχεται από την Αραβική λέξη «qahhwa» που είναι μετατροπή της αρχικής ονομασίας «qahwat al bunn», δηλαδή «κρασί του κόκκου». Ως λέξη δεν απευθύνεται αποκλειστικά στους κόκκους καφέ, αλλά και στο ίδιο το ρόφημα μαζί με τις διάφορες παραλλαγές του. Το καφεόδεντρο έχει 66 (εξήντα έξι) αναγνωρισμένες ποικιλίες και μέση διάρκεια ζωής περίπου 25 (είκοσι πέντε) με 30 (τριάντα) χρόνια, κυρίως σε τροπικό κλίμα ενώ καρποφορεί 3 (τρία) με 5 (πέντε) χρόνια μετά την φύτευση του. Τα βασικά είδη καφεόδεντρων είναι 3 (τρία) και παράγουν διαφορετικές ποικιλίες καφέ στις οποίες στηρίζεται το εμπόριο του καφέ παγκόσμια. Τα δημοφιλέστερα καφεόδεντρα είναι η ποικιλίες «Coffea Arabica» και «Coffea robusta» καθώς η «Coffea Liberica» έχει ελάχιστη παραγωγή. Η ποικιλία «Coffea Arabica» προέρχεται από την Αιθιοπία και οι καρποί της δίνουν μια έντονη αρωματική γεύση στο ρόφημα ενώ διαθέτει 1,5% καφεΐνη. Επίσης το 78% της παραγωγής καφέ παγκόσμια, ανήκει στην ποικιλία «arabica». Η δεύτερη ποικιλία είναι η ποικιλία «Coffea Robusta» με προέλευση από την Αφρική και χρησιμοποιείται για το 22% της παγκόσμιας παραγωγής καφέ. Είναι λιγότερο αρωματική από την ποικιλία «Arabica» αλλά πιο δυνατή σε περιεκτικότητα καφεΐνης αγγίζοντας το 3%.

Η γέννηση του πρώτου κύματος (1st Wave Coffee) καφέ χρονολογείται περίπου στο 1800. Παλαιότερα ο καφές μπορούσε να αποκτηθεί μόνο από τους πλούσιους ενώ στην πορεία ήταν ένα αγαθό που αναζητούσαν άτομα κάθε κοινωνικής τάξης, επαγγέλματος και ηλικίας. Έτσι για την εύκολη απόκτηση του σημαντικού αυτού αγαθού, ο William H. Boree ίδρυσε μια εταιρεία όπου παρήγαγε καφέ ο οποίος ήταν προ ψημένος και τον πουλούσε αλεσμένο σε συσκευασίες. Προηγουμένως οι λάτρεις του καφέ αγόραζαν τους κόκκους και τους άλεθαν μόνοι τους πριν την κατανάλωση. Η συσκευασία καφέ, αποτέλεσε μια ένδειξη καινοτομίας η οποία όμως λειτούργησε αρνητικά για την ποιότητα του, αφού η μαζική παραγωγή ήταν προτεραιότητα των εταιρειών με αποτέλεσμα να παραλείπονται διαδικασίες που αφορούσαν άλλες ιδιότητες του καφέ.

Κατά το δεύτερο κύμα (2nd Wave Coffee), ο καφές περνά στις μεγάλες αλυσίδες καφεστιατορίων και στην κατανάλωση πέραν από τον χώρο του σπιτιού. Οι αλυσίδες όπως «Starbucks» και

«Dunkin Donuts» σερβίρουν καβουρντισμένο εμπορευματοποιημένο καφέ, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν ροφήματα που μέχρι τότε οι καταναλωτές δεν γνώριζαν, όπως latte, espresso και cappuccino δημιουργώντας μια κουλτούρα γύρω από τον καφέ και αναπτύσσοντας μια καινούργια εμπειρία.

Ο καφές speciality έγινε δημοφιλής κατά το τρίτο κύμα (3rd Wave Coffee). Τρίτο κύμα καφέ εννοείται η εποχή από το 2007 μέχρι σήμερα όπου οι καφετέριες αγοράζουν τον καφέ φρεσκοκαβουρντισμένο από εταιρίες οι οποίες έρχονται σε άμεση επαφή με τον παραγωγό. Οι μπαρίστες είναι πλέον υπεύθυνοι ώστε να αναδείξουν την ποιότητα και τα αρώματα του καφέ μέσα από την σωστή διαχείριση του. Οπότε, είναι το κύμα που έχει σκοπό την επανασύνδεση μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή (Tucker, 2017). Είναι απαραίτητη προϋπόθεση, ο μπαρίστα να διαθέτει γνώσεις για τους κόκκους, τη χώρα παραγωγής, την επεξεργασία, το ψήσιμο και την αποθήκευση του καφέ για να ρυθμίζει τις μηχανές παρασκευής του κατάλληλα. Δηλαδή, οι μπαρίστες ως οι «σεφ του καφέ» θα πρέπει να γνωρίζουν τα χαρακτηριστικά όλων των κόκκων που λαμβάνουν από τους παραγωγούς για να καταφέρουν να απογειώσουν την εμπειρία των καταναλωτών (Guevara, 2017).

Speciality ονομάζεται ο καφές που προκύπτει από κόκκους εξαιρετικής ποιότητας και εμποτεύεται στα επιμέρους στάδια της παραγωγής του. Δηλαδή από την καλλιέργεια, την επεξεργασία και το καβούρντισμα, μέχρι την συσκευασία του. Ο speciality καφές προκύπτει από όλα τα εδάφη που παράγουν καφέ, όπως την Αφρική, την Λατινική Αμερική και την Ασία. Παρ' όλα αυτά, η τοποθεσία που καλλιεργείται ο καφές δεν θεωρείται καθοριστικός παράγοντας για την ποιότητα του αλλά εξαρτάται κυρίως από την προσοχή που δίνεται κατά τις διαδικασίες επεξεργασίας του. Είναι ένας καφές που ξεχωρίζει από τον εμπορικό, βάση της ποιότητας του καθώς πωλείται φρεσκοκαβουρντισμένος ενώ ο εμπορικός καφές μπορεί να πωληθεί στον καταναλωτή τουλάχιστον μετά από πέντε με έξι μήνες από την μέρα καβουρντίσματος του. Ένας καφές διακρίνεται ως speciality βάσει της βαθμολογίας που προκύπτει από την κλίμακα βαθμολογίας καφέ η οποία ονομάζεται «Coffee Review Scale» και για να χαρακτηριστεί ως speciality, πρέπει να λαμβάνει σκορ πέραν των ογδόντα βαθμών. Το σκορ υπολογίζεται βάσει πολλών παραγόντων όπως το άρωμα του καφέ, τη γεύση του και κυρίως από τους ελαττωματικούς του κόκκους.

Τα περιθώρια βελτίωσης και εξέλιξης παρ' όλα αυτά δεν σταματούν. Ήδη στο τρίτο κύμα καφέ, η ποιότητα του καφέ είναι ψηλή, οι εμπορικές σχέσεις σημαντικές και οι μέθοδοι παρασκευής καινοτόμες. Το τέταρτο κύμα (4th Wave Coffee) είναι η επέκταση της βιομηχανίας του καφέ και είναι το κύμα που ίσως ταρακουνήσει τον πλανήτη λόγω της προσοχής στη λεπτομέρεια και της άριστης εμπειρίας στη γεύση. Η άμεση σχέση με τους παραγωγούς επιτυγχάνει την απόκτηση των πράσινων κόκκων οι οποίοι καβουρντίζονται επιτόπου στην καφετέρια και δεν τυγχάνουν προηγούμενης επεξεργασίας. Οπότε με την προσοχή που δίνεται στον καφέ, τονίζεται ο χαρακτήρας του.

Συνοψίζοντας παρατηρείται πως κάθε επόμενο κύμα καφέ είναι η εξέλιξη του προηγούμενου και το γεγονός αυτό αποτελεί κίνητρο για τους ανθρώπους που θέλουν να εξελίσσουν την πορεία του καφέ μέσα από τη συνεχή μελέτη και δραστηριοποίηση στην βιομηχανία του (Julio Guevara, 2017).

Προσδιορισμός Ιδέας

Το πρόβλημα που καλείται να λύσει το Drip N' Bee στην πολύ διευρυμένη αγορά του καφέ και πιο συγκεκριμένα των καφετεριών στην Κύπρο, είναι αυτό της υγιεινής διατροφής, της προστασίας του περιβάλλοντος και της χαμηλής ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών που παρατηρείται στις πλείστες καφετέριες. Οι περισσότερες από τις υφιστάμενες καφετέριες καταφέρνουν να τηρήσουν ένα από τους τρεις άξονες ή συνδυάζουν δυο από τους τρεις, συνήθως αυτόν της υγιεινής διατροφής και της ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών. Σπάνια εντοπίζεται καφετέρια η οποία να περιλαμβάνει στις κύριες της λειτουργίες και διαδικασίες την προστασία του περιβάλλοντος. Το Drip N' Bee, μέσα από την προσφορά υγιεινών προϊόντων, καλής ποιότητας καφέ, άψογης συμπεριφοράς των εργαζομένων και από την προστασία του περιβάλλοντος χρησιμοποιώντας «πράσινα υλικά», έρχεται να διαφοροποιηθεί από τις υφιστάμενες καφετέριες προσφέροντας στους καταναλωτές μια εντελώς διαφορετική εμπειρία καθώς και μεγαλύτερη αξία.

Η καφετέρια Drip N' Bee η οποία θα βρίσκεται στην περιοχή της Έγκωμης στη Λευκωσία, έχει ως στόχο να ικανοποιήσει την ανάγκη των εργαζομένων που βρίσκονται στις εταιρίες περιμετρικά της καφετέριας αλλά και σε αυτές που βρίσκονται πιο μακριά για ποιοτικό καφέ, άψογης εξυπηρέτησης και προσφοράς «πράσινων» προϊόντων.

Όραμα και Αποστολή

Η προσήλωση στην ποιότητα, η εξυπηρέτηση των πελατών αλλά και η προστασία του περιβάλλοντος με στόχο την διαρκή εξέλιξη και ανάπτυξη αποτελούν τον βασικό πυλώνα στον οποίο πρόκειται να κινηθεί η καφετέρια Drip N' Bee. Σκοπός, η καθοδήγηση των καταναλωτών σε όλο το ταξίδι του καφέ, από τις εξειδικευμένες φάρμες παραγωγής κόκκου καφέ στο εξωτερικό μέχρι την διαδικασία ψησίματος, άλεσης και εκχύλισης του καφέ στο ποτήρι τους έτοιμο για κατανάλωση. Παράλληλα, επιδίωξη της καφετέριας είναι η ευχαρίστηση των πελατών της μέσα από την προσφορά ποιοτικών και υγιεινών προϊόντων, αλλά και η ικανοποίηση τους μέσα από την έμμεση συμβολή τους στην προστασία του περιβάλλοντος, φέρνοντας τους αντιμέτωπους με το άρτια εκπαιδευμένο και αφοσιωμένο προσωπικό, το οποίο θα είναι σε ετοιμότητα να ικανοποιήσει όλες τις προσδοκίες τους. Με αυτό τον τρόπο, το Drip N' Bee έρχεται να προσφέρει στους καταναλωτές μια ολοκληρωμένη και ταυτόχρονα μοναδική εμπειρία καφέ συνδυάζοντας την πάντοτε με την προστασία του περιβάλλοντος και την υγιεινή διατροφή ώστε να αποτελεί την πρώτη επιλογή των πλέον απαιτητικών καταναλωτών, ξεπερνώντας κάθε προσδοκία.

Στόχος

Στόχος της καφετέριας Drip N' Bee αλλά και όσων την απαρτίζουν συμπεριλαμβανομένων και των διοικητικών στελεχών της, είναι η συνεχής βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών μέσα από την βελτιστοποίηση της αποδοτικότητας και των διεργασιών της καφετέριας. Ακόμη ένας στόχος, είναι η ισχυροποίηση του «Brand Name» της καφετέριας έναντι των ανταγωνιστών ώστε να διευκολυνθεί η ανάπτυξη και επέκταση της και σε άλλες περιοχές μελλοντικά. Η επίτευξη ισχυρής πελατειακής βάσης με αυξημένη πίστη στο «Brand Name» της καφετέριας που θα έχει σαν αποκλειστική επιλογή την καφετέρια Drip N' Bee, αποτελεί ακόμη ένα στόχο στον οποίο βασίζεται και η κατάκτηση μεγαλύτερου μεριδίου αγοράς από τους ανταγωνιστές που δραστηριοποιούνται στην περιοχή.

Επιλογή Ονόματος

Η επιλογή του ονόματος Drip N' Bee προέκυψε μετά από σκέψη και με προϋπόθεση να είναι απλό και ενδιαφέρον ώστε να ελκύει το κοινό. Δεν ήταν απαραίτητο η ονομασία να επεξηγεί ξεκάθαρα τη δραστηριότητα της καφετέριας όμως πιθανόν επιτυγχάνει να μεταδώσει στους δυνητικούς πελάτες ένα μήνυμα για την υπηρεσία που προσφέρει. Όπως μαρτυρείται από το όνομα της καφετέριας, η «σταγόνα» (drip) παραπέμπει στο στοιχείο του ροφήματος, το οποίο αποτελείται

από το σύνολο των σταγόνων. Παράλληλα η «μέλισσα» (bee), δεν συνδέεται άμεσα με την φιλοσοφία της καφετέριας τέταρτης γενιάς, όμως είναι μια λέξη που αρχικά φαντάζει ευχάριστη ενώ σχετίζεται με κάτι αγνό και υγιεινό που είναι το μέλι. Συνεπώς, στην καφετέρια δεν θα προσφέρονται επεξεργασμένα ροφήματα αλλά θα είναι φυσικά και ποιοτικά. Ο καφές θα προέρχεται από συγκεκριμένο παραγωγό και φάρμα, οι χυμοί θα είναι φρέσκοι και τα τσάγια θα φτάνουν στην καφετέρια από παραγωγούς που φροντίζουν με υγιή τρόπο τα φυτά. Σε όλα τα ροφήματα οι πελάτες λόγω των διαφορετικών διατροφικών τους συνηθειών θα μπορούν να προσθέσουν εναλλακτικά γλυκαντικά έναντι της ζάχαρης, όπως είναι η μαύρη ζάχαρη, το στέβια και η αγαύη. Κυρίως όμως ως γλυκαντικό θα προωθείται από τους υπαλλήλους της καφετέριας το μέλι βιολογικής κυπριακής καλλιέργειας το οποίο θα προμηθεύεται. Το Drip N' Bee στοχεύει να δημιουργήσει μια ξεχωριστή εμπειρία στο καταναλωτικό κοινό και μέσω του ονόματος του να μεταδώσει τον αυθεντικό του χαρακτήρα και την ποικιλία στα προϊόντα που προσφέρει με δεδομένη την υψηλή ποιότητα.

Προϊόντα & Υπηρεσίες

Περιγραφή Προϊόντων & Υπηρεσιών

Η καφετέρια όπως αναφέρθηκε προηγουμένως θα κατέχει ένα χαρακτήρα υψηλής ποιότητας προϊόντων, όπου ο καταναλωτής θα επιθυμεί να δοκιμάζει τα προϊόντα πάνω από μια φορά. Τα προϊόντα όσο το επιτρέπουν οι συνθήκες, εκτός από υψηλής ποιότητας, θα έχουν ως βάση βιολογικά συστατικά.

Οι κόκκοι καφέ που θα χρησιμοποιούνται στα ροφήματα θα προέρχονται από μικρές οικογενειακές φάρμες ανά το παγκόσμιο. Οι κόκκοι θα αξιολογούνται και θα βαθμολογούνται από τον παγκόσμιο οργανισμό «Speciality Coffee Association» (SCA) όπου και θα πιστοποιούνται ως Speciality. Με τους κόκκους καφέ θα προσφέρονται συνολικά 15 (δέκα-πέντε) ροφήματα τα οποία θα καλύπτουν τις ανάγκες των καταναλωτών. Τα ροφήματα αυτά είναι:

1. Espresso (Single/Double)
2. Espresso Macchiato
3. Cappuccino
4. Latte
5. Flat White

6. Filter coffee (methods: V60, Chemex, Aeropress)
7. Mochaccino
8. Freddo Espresso
9. Freddo Cappuccino
10. Freddo Macchiato
11. Iced Flat white
12. Iced Latte
13. Cold Drip (V60 method)
14. Cold Brew (Cold Brew System)
15. Freddo Mochaccino

Επιπλέον των ροφημάτων καφέ, θα υπάρχουν ροφήματα από τσάγια ζεστά και κρύα τα οποία θα προμηθεύεται η καφετέρια από εταιρείες με πιστοποιημένα Speciality τσάγια. Έχει επιλεγθεί ότι θα διατίθενται δύο επιλογές για πράσινο τσάι, δύο για κόκκινο, δύο για «herbal» και δυο επιλογές για μαύρο τσάι. Επιπλέον, για τους καταναλωτές οι οποίοι δεν είναι φίλοι του καφέ, θα προσφέρονται ροφήματα κακάο, είτε κρύα είτε ζεστά, αλλά και επιλογές από φρέσκους χυμούς από εποχιακά φρούτα και λαχανικά, εκ των οποίων μερικές επιλογές είναι το πορτοκάλι, το μήλο, το καρότο, το τζίντζερ, το σπανάκι, το αχλάδι, το μανταρίνι, το γκρέιπφρουτ, η φράουλα, τα μούρα, το σέλινο κ.α. Οι χυμοί θα μπορούν να σερβίρονται και ανάμεικτοι κατ' επιλογήν του καταναλωτή. Η καφετέρια θα προμηθεύεται φρέσκα λεμόνια από τα οποία θα φτιάχνει φρέσκια σπιτική λεμονάδα που θα συνοδεύεται με δυόσμο, ο οποίος θα αποδίδει φρεσκάδα στο ρόφημα. Επομένως το μενού θα περιλαμβάνει και τα ακόλουθα:

1. Ζεστό Τσάι (Πράσινο, κόκκινο, μαύρο, herbal)
2. Κρύο Τσάι (Πράσινο, κόκκινο, μαύρο, herbal)
3. Φρέσκος χυμός
4. Λεμονάδα
5. Κακάο ζεστό
6. Κακάο κρύο

Όσον αφορά τα συνοδευτικά εδέσματα θα διατίθενται διάφορες επιλογές στον καταναλωτή, οι πλείστες με υγιεινές πρώτες ύλες. Τα εδέσματα θα μπορούν να χρησιμοποιηθούν είτε ως

συνοδευτικά με τον καφέ, είτε σαν ενδιάμεσα γεύματα, ακόμα και σαν εναλλακτικές λύσεις για πρωινό. Αυτά είναι:

1. Μπάρες κακάο
2. Μπάρες δημητριακών
3. Γιαουρτάκια με δημητριακά
4. Ελιωτή
5. Χαλλουμωτή
6. Ταχινόπιτα
7. Ενεργειακές μπάλες (energy balls)
8. Μπισκότα
9. Muffins
10. Κέικ λεμόνι
11. Cinnamon roll
12. Baguette (cream cheese, turkey, salmon, salami, prosciutto)

Επιπλέον των εδεσμάτων, θα υπάρχουν βιολογικά προϊόντα αλλά και αντικείμενα τα οποία ο καταναλωτής θα μπορεί να προμηθεύεται από το κατάστημα για ίδια χρήση. Αυτά τα προϊόντα, είναι βιολογικό μέλι, φυστικοβούτυρο, βούτυρο αμυγδάλου, κόκκοι καφέ, κακάο, ποτήρια πολλαπλών χρήσεων, παγούρια, εργαλεία παρασκευής φίλτρου για το σπίτι και καπελάκια με το λογότυπο του Drip N' Bee για ισχυροποίηση του «Brand Name».

Είναι σημαντικό σε μια καφετέρια να προσφέρονται υπηρεσίες αναλόγως του χώρου και της πρόσθετης αξίας των προϊόντων που διαθέτει. Η κάθε υπηρεσία που προσφέρεται, θα πρέπει να υποστηρίζεται είτε από διευκόλυνση των εργαζομένων και των καταναλωτών είτε προσδίδοντας αξία στο προϊόν.

Η καφετέρια λοιπόν θα προσφέρει κυρίως «take away» και «delivery» υπηρεσίες. Επίσης, θα υπάρχει και περιορισμένος χώρος για να κάθονται οι πελάτες χωρίς όμως αυτό να αποτελεί την βασική υπηρεσία της καφετερίας. Το Drip N' Bee, ιδανικά πρέπει να φαίνεται πάντα πλήρες αλλά με τους καταναλωτές να εναλλάσσονται. Αυτό θα επιτευχθεί με την ποσότητα των θέσεων, με καθορισμένο μέγιστο αριθμό ατόμων στα 20 (είκοσι) άτομα.

Η υπηρεσία «take away» είναι πολύ σημαντική καθώς οι καταναλωτές πραγματοποιώντας τις καθημερινές τους ασχολίες, ενδιάμεσα χρειάζονται ένα γρήγορο τονωτικό ρόφημα. Για αυτή την υπηρεσία οι εργαζόμενοι είναι απαραίτητο να είναι άρτια εκπαιδευμένοι ώστε να εξυπηρετούν ταχύτατα τους καταναλωτές, προσδίδοντάς τους ταυτόχρονα την ποιότητα που αναζητούν στο Drip N' Bee.

Όσον αφορά την υπηρεσία «delivery», θα γίνει συνεργασία με εταιρεία που δραστηριοποιείται μέσα από πλατφόρμα. Ο καταναλωτής, θα δύναται να παραγγείλει το αγαπημένο του ρόφημα διαδικτυακά μέσω εφαρμογής του κινητού του. Χρησιμοποιώντας την υπηρεσία αυτή, που προσφέρεται πλέον και στην Κύπρο, η καφετέρια δεν είναι υποχρεωμένη να εκμισθώσει εργαζόμενους για τη διανομή των προϊόντων αλλά ούτε και μοτοποδήλατα, αφού αυτά προσφέρονται από την εταιρεία διανομής έναντι ποσοστού για κάθε υπηρεσία διανομής που προσφέρουν.

Καινοτομία Προϊόντων & Υπηρεσιών

Είναι σημαντικό να προσφέρεται τουλάχιστον μια καινοτομία σε μια καινούρια επιχείρηση η οποία θέλει να αποκτήσει ένα μερίδιο αγοράς από μια ισχυρή βιομηχανία. Για να γίνει αυτό έχουν μελετηθεί διάφοροι τρόποι καταλήγοντας σε αυτούς που μπορεί να υποστηρίξει καλύτερα το Drip N' Bee.

Αρχικά το Drip N' Bee θα προσφέρει το βασικό του προϊόν, τον καφέ, φρεσκοκαβουρντισμένο, αφού θα γίνεται το καβούρντισμα στον χώρο της καφετέριας. Η ιδανική περίοδος για να καταναλωθεί ένας καφές έχει διαπιστωθεί ότι είναι από τη δέκατη έως και την εικοστή μέρα μετά το καβούρντισμά του, και αυτό είναι κάτι το οποίο θα διαθέτει η καφετέρια. Επίσης με την εισαγωγή αυτού του μηχανήματος για καβούρντισμα σε ευδιάκριτο χώρο της καφετέριας, ο καταναλωτής σχηματίζει μια εξαιρετικά καλή εικόνα αναμένοντας ότι το αποτέλεσμα της καλής δουλειάς που έχει γίνει θα αντικατοπτρίζεται στο φλυτζάνι του.

Επιπλέον, το Drip N' Bee θα παρέχει σε δεύτερη φάση υπηρεσίες εκπαίδευσης σε οποιονδήποτε επιθυμεί να γνωρίσει καλύτερα τον χώρο του καφέ. Μπορεί να είναι απλά πελάτες της καφετέριας είτε άλλες καφετέριες. Με αυτό τον τρόπο χτίζονται καλές σχέσεις οι οποίες μελλοντικά θα μπορούν να αξιοποιηθούν ώστε να μπορεί το Drip N' Bee να προμηθεύσει καφέ άλλες καφετέριες σε όλη την Κύπρο.

Μέσα από την ενημέρωση της καλής ποιότητας των προϊόντων του Drip N' Bee θα διοργανώνεται σε τακτική βάση γευσιγνωσία της νέας παραλαβής καφέ. Σε αυτή την γευσιγνωσία, το λεγόμενο curring, θα πρέπει να παρευρίσκονται όλοι οι εργαζόμενοι του Drip N' Bee, αλλά και όσοι πελάτες το επιθυμούν. Ο κάθε καφές, όπως και το καλό κρασί χαρακτηρίζεται από ένα γευστικό προφίλ. Αυτό το γευστικό προφίλ καθορίζεται ανέκαθεν από ειδικούς στη διαδικασία του «curring». Στο Drip N' Bee, προφίλ αυτό, θα καθορίζεται από τους εργαζομένους και τους πελάτες με ανώνυμη ψηφοφορία μετά από τη γευσιγνωσία που θα έχει πραγματοποιηθεί. Με αυτή την τακτική θα μπορούν να αναγνωρίζονται σε τακτική βάση οι προτιμήσεις των καταναλωτών, αλλά ταυτόχρονα θα νιώσουν την δέσμευση ότι έχουν βοηθήσει στην εξύψωση της ποιότητας της καφετέριας, με συνεπαγόμενο την φανατική υποστήριξή της.

Εξωτερική Ανάλυση

Ανάλυση Ανταγωνισμού

Στη Λευκωσία, υπάρχουν περίπου 150 (εκατό πενήντα) καφετέριες σε διάφορες πλέον τοποθεσίες πέραν του κέντρου της πόλης. Παλαιότερα οι καφετέριες που φιλοξενούνταν στην Λευκωσία αφορούσαν αποκλειστικά σε αλυσίδες του εξωτερικού όπως είναι τα Starbucks, το Caffé Nero το Second Cup κ.λπ. Οι καφετέριες αυτές δεν θεωρούνται άμεσοι ανταγωνιστές του Drip N' Bee.

Τα τελευταία χρόνια παρ' όλα αυτά, παρατηρείται πως η εμπειρία του καφέ έχει περάσει σε επόμενο στάδιο με ένα μοντέρνο πνεύμα. Έτσι εμφανίστηκαν μικρές ανεξάρτητες καφετέριες με τη δική τους κουλτούρα και καφέ speciality δημιουργώντας μια ξεχωριστή εμπειρία στο καταναλωτικό κοινό. Αυτές οι καφετέριες θεωρούνται για το Drip N' Bee κύριοι ανταγωνιστές λόγω της παρόμοιας φιλοσοφίας και επίσης της καλής ποιότητας καφέ που προσφέρουν. Συγκεκριμένα, μερικές από αυτές τις πολυσύχναστες ανεξάρτητες καφετέριες είναι το «Brew Lab», το «Serious Black Coffee» και το «a koffee project».

Το «a koffee project» εδώ και περίπου πέντε χρόνια, έχει καταφέρει να δημιουργήσει πιστούς πελάτες και θεωρείται ως ο κύριος ανταγωνιστής του Drip N' Bee αφού ακολουθεί την ίδια φιλοσοφία γύρω από τον καφέ που είναι ο πρωταγωνιστής. Ένα καλαίσθητο μαγαζί με καφέ 4^{ης} γενιάς που βρίσκεται στην οδό Πινδάρου και προσφέρει καφέδες με βάση το εσπρέσο και άλλους με βάση τον καφέ φίλτρου. Η εσωτερική του διακόσμηση είναι προσεγμένη και ο χώρος είναι άνετος με δυνατή εξυπηρέτηση «self-service». Υπάρχουν μερικά τραπέζια στο εσωτερικό του

χώρου και ένα μεγάλο τραπέζι στο οποίο μπορούν οι πελάτες να δουλέψουν ή να διαβάσουν ενώ έξω υπάρχουν περισσότερα τραπέζια. Προσφέρει επίσης ροφήματα όπως λεμονάδα, φρέσκο χυμό και γιαπωνέζικο τσάι (matcha latte) αλλά και σνακ όπως γλυκά, bars με φυτικό-βούτυρο, σοκολάτα, γκρανόλα και διάφορα κέικ (Garde, 2016).

Το «Serious Black Coffee» δραστηριοποιείται στην οδό Στασάνδρου στη Λευκωσία τα τελευταία τρία χρόνια. Είναι μια καφετέρια «self-service» με ιδιόρρυθμη διακόσμηση σε σκούρους χρωματισμούς και διαθέτει χώρο στάθμευσης. Προσφέρει ποιοτικό καφέ 3^{ης} γενιάς, τον οποίο οι πελάτες μπορούν να απολαύσουν στον μικρό χώρο του μαγαζιού ή σε «take away» μορφή όπως επίσης και σνακ μεταξύ των οποίων brownies και κέικ (Garde, 2016).

Το «Brew Lab» είναι ένα μικρό μαγαζί το οποίο βρίσκεται στην οδό Στασικράτους στη Λευκωσία. Εδώ και οκτώ χρόνια και φημίζεται για τον ποιοτικό του καφέ ο οποίος είναι 3^{ης} γενιάς. Προσφέρει επίσης κρύα ροφήματα όπως τσάι και χυμούς αλλά και γευστικά σνακ. Λόγω της τοποθεσίας του κοντά σε πολλές εταιρείες, το «Brew Lab» έχει αποκτήσει το δικό του πελατειακό κοινό που συχνά μέσα στη μέρα επισκέπτεται το μαγαζί αλλά κυρίως κατά τις πρωινές και μεσημβρινές ώρες. Η πρόσβαση στο «Brew Lab» αν και είναι εύκολη με τα πόδια, οι πελάτες που δεν εργάζονται στην κοντινή περιοχή δυσκολεύονται να μεταβούν εκεί αφού δεν υπάρχει κοντινός και μεγάλος χώρος στάθμευσης λόγω της μετατροπής του δρόμου σε πεζόδρομο. Η εξυπηρέτηση γίνεται «self-service» ενώ υπάρχει ένας πάγκος στο εσωτερικό και μερικά ψηλά τραπέζια έξω για μία σύντομη απόλαυση του καφέ (Wolt, 2020).

Η παρουσία των πιο πάνω αλλά και άλλων ανταγωνιστών που δραστηριοποιούνται στον τομέα του καφέ είναι αναμενόμενη και αναπόφευκτη. Παρόλα αυτά πυροδοτείται η πρόκληση για συνεχή ανάπτυξη και αναβάθμιση αφού οι καταναλωτικές ανάγκες αλλάζουν μέρα με τη μέρα. Σύμφωνα με έρευνα σε κριτικές των πελατών των πιο πάνω καφετεριών στη σελίδα Trip Advisor, προκύπτει συνολικά πως είναι ικανοποιημένοι με την εξαιρετική ποιότητα του καφέ. Ωστόσο παρατηρείται η δυσαρέσκεια τους για την στενότητα του χώρου ή το γεγονός πως οι speciality καφετέριες παραμένουν κλειστές τις Κυριακές, καθώς πολύς κόσμος που μένει στη πόλη θα ήθελε να απολαύσει τον καφέ του σε μια από αυτές. Επίσης για το «a coffee project» συγκεκριμένα αναφέρεται ότι οι τιμές του είναι ελαφρώς ψηλότερες σε σχέση με άλλες καφετέριες. Οπότε η ποιότητα του καφέ, αν και καθοριστικής σημασίας για την επιτυχία της καφετερίας, δεν είναι η αποκλειστική οδός για την ικανοποίηση των πελατών ενώ θα πρέπει ολόκληρη η εμπειρία να είναι

μοναδική. Έτσι, οι ελλείψεις που οι πελάτες άλλων καφετεριών παρατηρούν, δημιουργούν την ευκαιρία στο Drip N' Bee να τις αντιμετωπίσει και να τις εκμεταλλευτεί μέσω της δημιουργίας μεγαλύτερης ευχαρίστησης (Tripadvisor, 2020).

Επιλογή, προσδιορισμός και υλοποίηση της στρατηγικής

Στρατηγική

Ο έντονος ανταγωνισμός που επικρατεί στον χώρο της εστίασης και συγκεκριμένα του καφέ είναι εμφανής και στόχος του Drip N' Bee είναι να επιβιώσει μέσω της δημιουργίας αξίας στους πελάτες και την απόκτηση ενός βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Τα ήδη ψηλά επίπεδα ποιότητας του καφέ στις speciality καφετέριες που υπάρχουν στον ανταγωνισμό, αποτελούν πρόκληση για το Drip N' Bee ώστε να ξεχωρίσει μέσω επιπρόσθετων οδών. Παρ' όλο που επίκεντρο είναι ο καφές, σκοπός είναι η συνολική εμπειρία να αξιολογηθεί ως μοναδική από τους δυνητικούς πελάτες. Οι πόροι, οι γνώσεις και δεξιότητες γύρω από τον καφέ όπως επίσης και η δυνατότητα συντονισμού και διοίκησης θεωρούνται θεμελιώδεις ικανότητες οι οποίες ευνοούν την επίτευξη του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, μέσω της στρατηγικής διαφοροποίησης από τους ανταγωνιστές. Το Drip N' Bee, ανεξάρτητα της υψηλής ποιότητας καφέ που παρέχεται από τις καφετέριες στον ανταγωνισμό, θα ενεργεί για την παρασκευή ακόμα πιο ποιοτικού καφέ έτσι ώστε να δημιουργήσει μια άριστη εικόνα για το προϊόν.

Ακολούθως της ποιότητας του καφέ και των υπόλοιπων προϊόντων που θα προσφέρει το Drip N' Bee προσπαθεί να διαφοροποιηθεί και μέσω διαφόρων άλλων τρόπων:

Χώρος: Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας που προηγήθηκε φάνηκε ότι το στυλ της καφετέριας για πολλούς διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στην προτίμηση τους. Θεωρείται ότι η ζεστασιά, η οικειότητα και η χαλαρότητα που μεταδίδει το ύφος του μαγαζιού θα προσελκύσει πολλούς πελάτες ακόμα και αν το επισκέπτονται για έναν «take away» καφέ. Αυτό θα επιτευχθεί μέσω της διακόσμησης που θα είναι απλή σε γήινους χρωματισμούς και θα συνδυάζει το μοντέρνο με το βίντατζ (vintage) στοιχείο. Θα τοποθετηθούν επίσης μεγάλες γλάστρες με φυτά και βάζα με χρωματιστά λουλούδια ενώ θα υπάρχουν φωτιστικά οροφής και θα ακούγεται χαλαρή μουσική.

Ποδοσφαιρικά- Αθλητικά κανάλια

Το Drip N' Bee έχει επιλέξει να αποφύγει την προβολή ποδοσφαιρικών και άλλων αγώνων για να μην καταλήξει σε άλλο ένα ποδοσφαιρικό στέκι. Φιλοσοφία της καφετέριας είναι η παροχή

ποιοτικών ροφημάτων στον καλαίσθητο χώρο για στιγμές χαλάρωσης και απόλαυσης. Αν η καφετέρια φιλοξενήσει αθλητικά κανάλια, τότε στην ουσία φαίνεται να ξεφεύγει από το ύφος που σκοπεύει να δημιουργήσει. Στόχος είναι η απόκτηση πιστών πελατών οι οποίοι θα επισκέπτονται την καφετέρια για την ποιότητα, και την ποικιλία των προϊόντων της. Η προβολή ποδοσφαιρικών αγώνων θα οδηγήσει στην συσχέτιση της καφετέρας με το ποδόσφαιρο ενώ πιθανόν θα παραλείπεται από τους ποδοσφαιρόφιλους πελάτες, η έμφαση στην ποιότητα του ροφήματος που θα καταναλώνουν. Επιπλέον, οι υπόλοιποι δυνητικοί πελάτες που θα επισκέπτονται το Drop N' Bee ίσως δεν βρίσκουν διαθέσιμα τραπέζια λόγω του μικρού μεγέθους του χώρου και πιθανόν να ενοχλούνται από την ηχορύπανση που θα δημιουργείται. Συνήθως οι χώροι που φιλοξενούν αθλητικά κανάλια, φαίνονται να είναι απλοί, με απλή διακόσμηση ενώ προσφέρουν συνηθισμένα ροφήματα αφού η κύρια λειτουργία τους στηρίζεται στην θέαση των αγώνων. Από την προβολή αθλητικών καναλιών ενισχύεται η πελατεία αλλά ταυτόχρονα μπορούν να εμφανιστούν επιπλέον ζητήματα. Οι πελάτες φθάνουν στον χώρο την ίδια ώρα ενώ κάθονται στα τραπέζια για αρκετό χρόνο και πολλές φορές μόνο με ένα ρόφημα επηρεάζοντας τα έσοδα της επιχείρησης. Συνεπώς η απόκτηση μεγάλου αριθμού πελατών και η πληρότητα του χώρου οδηγούν στην ανάγκη για την απασχόληση τουλάχιστον ενός ακόμα ατόμου που θα αναγκαστεί η καφετέρια να απασχολήσει όχι μόνο για το Σαββατοκύριακο που συνήθως προβάλλονται οι αγώνες, αλλά για περισσότερες μέρες. Δηλαδή η καφετέρια αποκτά περισσότερα έξοδα πέραν του κόστους της συνδρομής των αθλητικών καναλιών και ταυτόχρονα χάνει την ευκαιρία να δημιουργήσει την αξία που σκόπευε στο πελατειακό της κοινό.

Εξυπηρέτηση: Η περιεκτική εξυπηρέτηση θα είναι επίσης άλλο ένα στοιχείο διαφοροποίησης. Η σχέση με τους πελάτες θα μοιάζει με φιλική, προάγοντας τους το αίσθημα της μοναδικότητας. Η εξυπηρέτηση θα διατηρείται και μετά την κατανάλωση καφέ αφού οι πελάτες θα μπορούν να αγοράζουν πακέτα με τον καφέ που παρασκευάζει η καφετέρια, έτσι ώστε να φτιάχνουν και στο σπίτι τα ροφήματα τους με δεδομένη την ποιότητα. Αξίζει να σημειωθεί ότι μέρος των εσόδων των πακέτων καφέ που θα πωλούνται θα συμβάλει μελλοντικά στην αγορά νερού και τροφίμων για συνανθρώπους μας που τα έχουν ανάγκη. Παράλληλα η ταχύτητα εξυπηρέτησης θα είναι πολύ μεγάλη ώστε να αποφεύγεται η αναμονή σε στιγμές έντονου συνωστισμού. Οι «take away» καφέδες θα καταφθάνουν στους πελάτες μέσα από ένα παράθυρο που θα ενώνει τον πάγκο παρασκευής με το εξωτερικό της καφετέρας ώστε η εξυπηρέτηση να παραμένει ταχεία.

Διαρκής Λειτουργία: Η καφετέρια παράλληλα μπορεί να ξεχωρίσει μέσω της απόφασης της για τη λειτουργία της, τις Κυριακές γεγονός που δεν ικανοποιούν οι υπόλοιπες καφετέριες παρόμοιας φιλοσοφίας.

Αξιολόγηση Ικανοποίησης: Ένα άλλο ακόμα πρωτοφανές στοιχείο που σήμερα δεν παρατηρείται να υιοθετείται από καμία καφετέρια αφορά στην τοποθέτηση ενός κουτιού αξιολόγησης (παραπόνων/εισηγήσεων/ευχαριστιών) στο οποίο ο πελάτης θα μπορεί ανά πάσα στιγμή να ανατρέξει εκφράζοντας αυτό που βιώνει μέσω της εμπειρίας του, ανώνυμα. Αυτή η μέθοδος στηρίζεται στην Ιαπωνική στρατηγική Κάιζεν (Kaizen) και έχει στόχο τη συνεχή βελτίωση και απόκτηση ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Είναι ένα μοντέλο επικεντρωμένο στην πρόοδο των διαδικασιών λειτουργίας των επιχειρήσεων παροχής αγαθών και υπηρεσιών μέσω συχνών και μικρών αλλαγών. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι το Drip N' Bee να έχει το «γνώθι σ' αυτόν» κατανοώντας τυχόν αδυναμίες και στοχεύοντας στην αντιμετώπιση τους (portal, 2020).

Ο συνδυασμός των πιο πάνω μεθόδων διαφοροποίησης καθιστά πιο δύσκολη την αντιγραφή από τους ανταγωνιστές και ωθεί το Drip N' Bee να ξεχωρίσει δημιουργώντας αξία στους πελάτες του και αυξάνοντας το μερίδιο αγοράς του. Επίσης, όπως φαίνεται η διαφοροποίηση δεν είναι απαραίτητα χειροπιαστή αλλά μέσα από ένα σύνολο μοναδικών χαρακτηριστικών οι πελάτες μπορούν να ικανοποιήσουν τις ψυχολογικές τους ανάγκες και να νιώσουν ένα διαφορετικό συναίσθημα από αυτό που βιώνουν στις υπόλοιπες καφετέριες. Έτσι, η απόκτηση ενός βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος χρειάζεται να διατηρείται και να προστατεύεται συνεχώς από την είσοδο νέων ανταγωνιστών στον κλάδο.

Ανάλυση PEST

Πολιτικό – Νομικό Περιβάλλον

Η Κύπρος εδώ και μερικά χρόνια είναι αντιμετώπιση με οικονομικές δυσκολίες και προκλήσεις τις οποίες αγωνίζεται να ξεπεράσει. Στο διάστημα αυτό, πολλές μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις έχουν χρεοκοπήσει ή τερματίσει εντελώς τη λειτουργία τους. Παρ' όλα αυτά, λόγω του έντονου ανταγωνισμού διεθνώς, η κυβέρνηση θέλει να στηρίξει μέσω επιχορηγήσεων ή δανείων τις νεοσύστατες επιχειρήσεις έτσι ώστε να ενθαρρύνουν την έρευνα, την καινοτομία και ενισχύοντας παράλληλα το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αλλά και το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) της

Κύπρου. Σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) η Κυπριακή Δημοκρατία (ΚΔ) προσφέρει Σχέδια Επιχορηγήσεων, όπως είναι το Σχέδιο Ενίσχυσης της Νεανικής Επιχειρηματικότητας. Ωστόσο, η χρηματοδότηση θεωρείται πρόκληση για τις μικρές επιχειρήσεις αφού αν δεν παραχωρηθεί άμεσα σε αυτές ίσως η ιδέα τους να μην επιβιώσει ενώ ταυτόχρονα το πρόβλημα της γραφειοκρατίας στην Κύπρο είναι ένα ζήτημα που επίσης λειτουργεί ως αντικίνητρο για την ανάπτυξη μίας νέας επιχείρησης.

Οικονομικό Περιβάλλον

Η οικονομική κρίση του 2013 ήταν η μεγαλύτερη οικονομική κρίση που απείλησε την Κύπρο και οδήγησε στην αναδιαμόρφωση ολόκληρης της ζωής των κύπριων πολιτών, με έντονη την ύπαρξη της ανεργίας και της απόγνωσης ως επακόλουθα του τερματισμού λειτουργίας πολλών επιχειρήσεων. Σήμερα οι οικονομίες ανά το παγκόσμιο βρίσκονται σε μία τεράστια κρίση ως επακόλουθο της πανδημίας Covid-19, χωρίς να υπάρχει χρονοδιάγραμμα τερματισμού. Έχουν επηρεαστεί οι εισαγωγές, οι εξαγωγές, το εμπόριο, οι επενδύσεις, ο τουρισμός αλλά και η αγορά εργασίας. Η Κυπριακή οικονομία λόγω της ήδη υπάρχουσας ευαισθησίας της από την κρίση του 2013, βρίσκεται ξανά αντιμέτωπη με προκλήσεις τις οποίες θα πρέπει προσεκτικά να ξεπεράσει.

Κοινωνικό – Πολιτισμικό Περιβάλλον

Στην Κύπρο, συνηθίζεται ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου και τρόπου ζωής οι άνθρωποι να αφιερώνουν αρκετό χρόνο από την καθημερινότητα τους σε εξόδους σε πάρκα, καφετέριες και εστιατόρια. Συμπεριφορές που είναι άμεσα συνδεδεμένες με την κουλτούρα του λαού, η οποία ενθαρρύνεται και από τις καλές καιρικές συνθήκες που επιτρέπουν τις συχνές εξόδους και εξορμήσεις. Παράλληλα, οι άνθρωποι και ιδιαίτερα οι νέοι είναι δεκτικοί σε προτάσεις για κάτι καινούργιο και καινοτόμο, το οποίο ίσως να συμβαδίζει με τις αναβαθμισμένες προσδοκίες τους λόγω της ραγδαίας εξέλιξης του τρόπου ζωής. Επιπρόσθετα, υπάρχουν διάφορων ειδών θέσεις εργασίας δίνοντας την ευκαιρία απασχόλησης και παρέχοντας εισόδημα στα άτομα που τους επιτρέπει να είναι ανεξάρτητοι και να ικανοποιούν τις κοινωνικές τους ανάγκες. Όσον αφορά τον τομέα της εστίασης, παρατηρείται πως λόγω των έντονων ρυθμών της καθημερινότητας οι άνθρωποι αναζητούν την γρήγορη εξυπηρέτηση στην ικανοποίηση των αναγκών τους όταν για παράδειγμα έχουν διάλειμμα από την εργασία τους και περιορισμένο ελεύθερο χρόνο, γεγονός που ευνοεί τον κλάδο για αποτελεσματικότερη εξυπηρέτηση. Δυστυχώς η ύπαρξη του κορονοϊού παγκόσμια και στην Κύπρο, επηρεάζει και θα συνεχίσει να επηρεάζει την ανθρωπότητα. Πέραν

των τεράστιων προβλημάτων που έχει προκαλέσει, έχει εξαντλήσει ψυχολογικά τους ανθρώπους οι οποίοι καλούνται συνεχώς να ανταποκρίνονται σε περιορισμούς και κανόνες ενώ έχουν αλλάξει και την καταναλωτική τους συμπεριφορά. Παρ' όλα αυτά το κοινωνικό περιβάλλον μπορεί να είναι καθοριστικό στην δημιουργία ή διαφοροποίηση της στρατηγικής της επιχείρησης και μπορεί να ευνοήσει στην αύξηση των πωλήσεων και του μεριδίου της αγοράς.

Τεχνολογικό Περιβάλλον

Η τεχνολογία είναι καθοριστικός παράγοντας στην ανάπτυξη και επιβίωση των επιχειρήσεων. Η εξέλιξη της τεχνολογίας μπορεί να ευνοήσει την παραγωγικότητα, την ανάπτυξη της καινοτομίας, τη μείωση του κόστους παραγωγής και να οδηγήσει σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα τις επιχειρήσεις. Στις καφετέριες, η ύπαρξη μηχανών παρασκευής καφέ στιγμιαία, συμβάλλει στην εξάλειψη της όποιας καθυστέρησης, ενώ ο καφές που καβουρδίζεται από τις εξελιγμένες μηχανές είναι πιο ποιοτικός και αρωματικός. Επίσης, ο ανθρώπινος παράγοντας είναι ικανός να διαχειριστεί και να χρησιμοποιήσει την τεχνολογία σε κάθε στάδιο εξέλιξης της, οπότε και οι τεχνολογικές τάσεις μπορούν να λειτουργήσουν ως ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις με την προϋπόθεση ότι αξιοποιούνται αποτελεσματικά. Αντίθετα, η τεχνολογία μπορεί να θεωρηθεί και απειλή για μια επιχείρηση αν δεν τύχει σωστής χρήσης.

Φυσικό Περιβάλλον

Το περιβάλλον και η προστασία του είναι μείζονος σημασίας για την Κύπρο μετά την ένταξη της στην ΕΕ. Προηγουμένως υπήρχαν μόλις μερικοί νομοθετικοί κανόνες σε αντίθεση με τις πλέον διακόσιες (200) νομοθεσίες που υπάρχουν στην Κύπρο για την προστασία του περιβάλλοντος. Τα περιβαλλοντικά προβλήματα που συμβαίνουν, οφείλονται στον τρόπο ζωής των ανθρώπων που απαιτεί μεγάλη χρήση πόρων και ενέργειας. Παρ' όλα αυτά οι πολίτες φαίνεται να χαρακτηρίζονται τα τελευταία χρόνια από περιβαλλοντικές αξίες. Έτσι οι εταιρείες και οι χώροι εστίασης, θα πρέπει να ανταποκρίνονται στο νέο τρόπο ζωής με περιβαλλοντική έγνοια και ενσωμάτωση στα δεδομένα της εποχής έτσι ώστε να αναπτύσσεται και να διατηρείται η εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Συγκεκριμένα, στην περίπτωση των καφετεριών θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι καταστροφές που ίσως συμβαίνουν στα περιβάλλοντα των χωρών που παράγουν κόκκους καφέ. Λόγω της ψηλής τους ζήτησης, μπορούν να χρησιμοποιούνται φιλικά προς το περιβάλλον προϊόντα, οπότε να δίνεται η δυνατότητα για ανακύκλωση, εξοικονόμηση ενέργειας και βιωσιμότητα.

Νομικό Περιβάλλον

Το νομικό στοιχείο, ανήκει στο γενικό περιβάλλον το οποίο επηρεάζει άμεσα ή έμμεσα τον τρόπο εργασίας των επιχειρήσεων. Στην Κύπρο, το νομικό σύστημα και οι νομοθετικές ρυθμίσεις αφορούν για παράδειγμα στον έλεγχο της νομιμότητας και την χρονική διάρκεια αδειοδότησης. Συγκεκριμένα για τη λειτουργία ενός κέντρου εστίασης στην Κυπριακή Δημοκρατία, είναι απαραίτητη η εξασφάλιση άδειας από το Υφυπουργείο Τουρισμού. Ο αιτητής ειδοποιείται για την απόφαση της αδειοδότησης, εντός τριών μηνών αφού πρώτα έχει υποβάλει την απαραίτητη αίτηση και τα δικαιολογητικά έγγραφα. Η άδεια εκδίδεται στο όνομα του επιχειρηματία και αφορά το συγκεκριμένο υποστατικό ενώ ισχύει για τη μέγιστη περίοδο του ενός έτους από την ημερομηνία έκδοσης της και λήγει κάθε χρόνο στις 31 Δεκεμβρίου (Κύπρου, 2020). Επιπρόσθετα, υπάρχουν κάποια νομοθετήματα (Νόμοι, Κανονισμοί, Διατάγματα) που εφαρμόζει το Τμήμα Εργασίας και πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν από τις επιχειρήσεις. Όπως ο περί Προστασίας των Νέων κατά την Απασχόληση Νόμος και οι περί ίσης Μεταχείρισης Ανδρών και Γυναικών στην Απασχόληση και στην Επαγγελματική Εκπαίδευση Νόμοι, οι οποίοι διασφαλίζουν και προωθούν την ίση αντιμετώπιση των δύο φύλων στην απασχόληση (Εργασίας, 2020).

Ανάλυση SWOT



Η ανάλυση SWOT είναι η μέθοδος που λειτουργεί ως εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού και αξιολογεί την υφιστάμενη στρατηγική. Εξετάζει τις δυνάμεις και αδυναμίες που αφορούν στο εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, δηλαδή τις ικανότητες, την κουλτούρα, τα «πιστεύω» και τους πόρους. Αντίστοιχα, οι ευκαιρίες και οι απειλές ανήκουν στο εξωτερικό περιβάλλον όπου η επιχείρηση δραστηριοποιείται και δεν μπορεί να τις ελέγξει. Εντοπίζοντας τα δυνατά της σημεία, η επιχείρηση μπορεί να εκμεταλλευτεί μελλοντικές ευκαιρίες και να ενισχύσει το ανταγωνιστικό

της πλεονέκτημα. Τα αδύνατα σημεία, θέτουν την επιχείρηση σε μειονεκτική θέση συγκριτικά με τους ανταγωνιστές της, έτσι πρέπει να τα εντοπίσει και να τα διορθώσει. Ακολούθως, οι ευκαιρίες που προέρχονται από το εξωτερικό περιβάλλον αφορούν οφέλη της αγοράς που πρέπει να τύχουν εκμετάλλευσης για μακροχρόνια κερδοφορία και ανάπτυξη. Τέλος, οι απειλές σχετίζονται με τις προκλήσεις που προκύπτουν μέσα από την εμφάνιση των στοιχείων που ευνοούν την θέση των ανταγωνιστών και απειλούν τη θέση της επιχείρησης.

Καταληκτικά, από την ανάλυση SWOT προκύπτουν πληροφορίες οι οποίες συμβάλλουν στην εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με την καλύτερη χρήση των πόρων του Drip N' Bee για την αντιμετώπιση εσωτερικών και εξωτερικών καταστάσεων. Επίσης, μειώνεται το ρίσκο κατά τη λήψη αποφάσεων, οπότε οι αποφάσεις είναι πιο μελετημένες και ευνοούν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως για την ολοκλήρωση της ανάλυσης λήφθηκε υπόψιν η πανδημία Covid- 19. Η ύπαρξη του κορονοϊού, επηρεάζει και θα συνεχίσει να επηρεάζει τις ζωές των ανθρώπων, αφού έχει εισβάλει για τα καλά στην οικονομία, την υγεία και τις καθημερινές συνήθειες. Έχει μειωθεί η καταναλωτική συμπεριφορά στον τομέα των υπηρεσιών. Επίσης, τομείς όπως η εργασία, τα σχολεία, οι επιχειρήσεις και οι χώροι εστίασης ενέργησαν άμεσα στην αντιμετώπιση όσο γινόταν καλύτερα μέσω εναλλακτικών και ασφαλών τρόπων, γεγονός που προβάλλει την δυνατότητα αναπροσαρμογής των δραστηριοτήτων όταν είναι απαραίτητο. Ο κορονοϊός ακολουθεί μια απρόβλεπτη πορεία και κανείς δεν γνωρίζει την κατάληξη του. Εντούτοις, η κάθε επιχείρηση που είναι εστιασμένη στην εξυπηρέτηση, καλείται και είναι υποχρεωμένη να συμπεριφέρεται υπεύθυνα απέναντι στις εξελίξεις. Ταυτόχρονα, απαιτείται να είναι πρόθυμη να ανταποκρίνεται στα νέα δεδομένα αναδιαμορφώνοντας τις ήδη υπάρχουσες εργασίες που εκτελεί έτσι ώστε να ικανοποιεί τις ανάγκες του κοινού της.

Δυνατά Σημεία

Αρχίζοντας με τα δυνατά σημεία, το Drip N' Bee καινοτομεί στην διαδικασία παρασκευής καφέ αλλά και των άλλων ποιοτικών ροφημάτων που θα προσφέρει. Επίσης η παροχή πακέτων καφέ για το σπίτι αλλά και η εξυπηρέτηση μετά την πώληση του καφέ, προάγει την αξία στους πελάτες. Η καινοτομία αυτή στα προϊόντα, λειτουργεί συνδυαστικά με την καταλληλότητα και την επάρκεια των οργανωτικών πόρων όπως είναι ο σύγχρονος τεχνολογικός εξοπλισμός, οι γνώσεις και ικανότητες γύρω από τον καφέ. Είναι σημαντικοί πόροι που οδηγούν επίσης στην αποτελεσματική εκμετάλλευση της τεχνογνωσίας, την ποιότητα και την αποτελεσματική

εξυπηρέτηση, αφού σκοπός είναι η δημιουργία μιας ξεχωριστής σχέσης με τους πελάτες. Συγχρόνως, οι ικανότητες για την διαχείριση των πόρων εν καιρώ πανδημίας (Covid-19) ευνοούν την καφετέρια έτσι ώστε να ανταποκρίνεται στους κανόνες υγιεινής και στα μέτρα που εφαρμόζονται. Παράλληλα, το εμπορικό σήμα και το όνομα της καφετέριας μπορούν εύκολα να αποτυπωθούν στο μυαλό των καταναλωτών. Αποτελούν σημαντικά χαρακτηριστικά για την μετέπειτα φήμη και εικόνα προς το κοινό, ενισχύοντας το άυλο ενεργητικό της επιχείρησης μέσα από την προβολή και την ισχυρή διαφήμιση που θα προηγηθεί. Ταυτόχρονα η τοποθεσία του Drip N' Bee θεωρείται ιδανική για την προσέλκυση του κοινού σε κάθε ώρα της μέρας, ενώ αξιοσημείωτο είναι πως στην συγκεκριμένη περιοχή δεν υπάρχουν παρόμοιας φύσης καφετέριες, γεγονός που ενισχύει και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Τα πιο πάνω στοιχεία αποτελούν τις θεμελιώδεις ικανότητες της επιχείρησης. Επομένως για να επιτευχθεί η διατήρηση ενός βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος θα πρέπει ο τρόπος που καινοτομεί το Drip N' Bee να είναι περίπλοκος ώστε να αποφευχθεί τυχόν αντιγραφή.

Ευκαιρίες

Πολλές φορές τα δυνατά σημεία της επιχείρησης μπορούν να μετατραπούν σε ευκαιρίες. Συγκεκριμένα η δυνατότητα να καβουρντίζεται επιτόπου ο καφές και να είναι ποιοτικός και με έντονο γευστικό προφίλ, δίνει την ευκαιρία στο Drip N' Bee να αποκτήσει μεγάλο μερίδιο της αγοράς, αφού η δραστηριοποίηση του στην βιομηχανία του καφέ θα είναι πρωτόγνωρη για τα δεδομένα της Κύπρου. Παράλληλα, η αναβάθμιση της τεχνολογίας επιτρέπει στην καφετέρια να διαθέτει στα περιουσιακά της στοιχεία εξελιγμένες μηχανές καβουρντίσματος αποκτώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η τεχνολογία ταυτόχρονα αποτελεί μείζονος σημασίας στοιχείο στην καθημερινότητα των ανθρώπων και η ενασχόληση τους με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ευνοεί την προώθηση και διαφήμιση της καφετέριας. Επίσης, όπως προκύπτει από την πιο πάνω ανάλυση PESTEL, η αλλαγή στον τρόπο ζωής όπως η επαγγελματική αποκατάσταση πολλών νέων, ο αυξανόμενος αριθμός σπουδαστών, οι εξωτερικές υποχρεώσεις ή η ανάγκη για κοινωνικοποίηση, μεγιστοποιούν την ζήτηση καφέ καθημερινά δίνοντας την ευκαιρία για τη διατήρηση του σε ποιοτικά επίπεδα για την ικανοποίηση του κοινού. Συνάμα, αφού ο καφές διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην ζωή, η καφετέρια θα το εκμεταλλευτεί και θα εμπλουτίσει την εμπειρία των πελατών μέσα από την καλαισθησία και ζεστασιά του χώρου. Αποτέλεσμα επίσης του σύγχρονου τρόπου ζωής είναι πως οι άνθρωποι έχουν την τάση να αναζητούν και να

ενθουσιάζονται συνεχώς με κάτι το καινούργιο και διαφορετικό, γεγονός που δίνει την ευκαιρία στην καφετέρια να προσελκύσει κοινό και να προσφέρει ένα ανώτερο ρόφημα από τις αλυσίδες καφετεριών που προσφέρουν πιο εμπορευματοποιημένα ροφήματα.

Απειλές

Λόγω της εξελικτικής πορείας του τρόπου ζωής μέσα από την αναβάθμιση της τεχνολογίας και άλλων διευκολύνσεων, σίγουρα είναι πιθανή η εμφάνιση ανταγωνιστών οι οποίοι θα προσφέρουν παρόμοιες υπηρεσίες και προϊόντα με του Drip N' Bee, απειλώντας την ανταγωνιστική του θέση. Ωστόσο ήδη υπάρχουν καφετέριες παρόμοιας φύσης με πολύχρονη επιτυχία και έμπειρα στον τομέα του καφέ και της εστίασης και αποτελούν απειλή άλλα συνάμα πρόκληση για το Drip N' Bee. Ταυτόχρονα, λόγω της συνεχούς αλλαγής των συνηθειών και απαιτήσεων των ανθρώπων, οι τάσεις γύρω από τις υπηρεσίες και τα αγαθά αλλάζουν συνεχώς, έτσι η εμφάνιση νέων ανταγωνιστών που θα ανταποκρίνονται σε νέα δεδομένα απειλεί την υπάρχουσα ζήτηση. Επομένως, η εμφάνιση τους στον κλάδο θα οδηγήσει πιθανόν στην μείωση των πωλήσεων και ακολούθως στην συρρίκνωση των περιθωρίων κέρδους του Drip N' Bee. Παράλληλα, το γεγονός ότι υπάρχουν αρκετές γνωστές αλυσίδες καφέ στην Κύπρο, θεωρείται ως απειλητικό στοιχείο, διότι οι πιθανότητες και ικανότητες για την επέκτασή τους είναι μεγάλες αφού διαθέτουν περισσότερους χρηματικούς πόρους. Έτσι, ίσως αποκτήσουν μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς. Σημαντικότερο όμως και ταυτόχρονα απειλητικό στοιχείο στην περίοδο που διανύουμε αποτελεί η απρόβλεπτη πορεία της πανδημίας Covid-19, η οποία έχει αλλάξει ριζικά τον τρόπο ζωής με αποτέλεσμα οι άνθρωποι να διατηρούν μια συνεχή φοβία που να απειλεί τις καθημερινές τους δραστηριότητες, μερικές από τις οποίες έχουν μειωθεί ή τερματιστεί. Ακόμα και αν διακοπούν οι περιορισμοί, θα εξακολουθήσουν κάποιοι κανόνες να βρίσκονται σε ισχύ ενώ η συμπεριφορά των καταναλωτών θα είναι σίγουρα διαφορετική. Δηλαδή, μετά τον ιό δεν θα παρατηρηθεί άμεσα κάποια ραγδαία βελτίωση στους τομείς που έχουν πληγεί από αυτόν και οι άνθρωποι δεν θα συμπεριφέρονται ακριβώς όπως πριν την εμφάνισή του.

Αδύνατα Σημεία

Ως νεοεισερχόμενη επιχείρηση, η καφετέρια χρειάζεται να ανταποκριθεί σε μερικές προκλήσεις, όπως είναι η κατανομή και διαχείριση των οικονομικών πόρων και του κόστους που απαιτείται για την λειτουργία της. Παράλληλα, σημαντικό στοιχείο θεωρείται η ύπαρξη ατόμων στην Διοικητική ομάδα που έχουν εμπειρία στον τομέα του καφέ, όμως είναι για όλους κάτι

πρωτόγνωρο αφού κανένας δεν έτυχε να διατηρεί την ιδιοκτησία μιας επιχείρησης, παρόλο που υπάρχουν οι βασικές δεξιότητες οργάνωσης, διοίκησης και γνώσης γύρω από τον καφέ.

Κλαδική Ανάλυση – 5 Δυνάμεις PORTER

Το πλαίσιο των 5 (πέντε) δυνάμεων του Porter χρησιμοποιείται ευρέως για την ανάλυση μιας βιομηχανίας και κατά τον σχεδιασμό εταιρικής στρατηγικής. Μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για να βοηθήσει τις εταιρείες να διαχειριστούν καλύτερα τους πόρους τους και να αποκτήσουν καλύτερες επενδύσεις. Όταν υπάρχει μια αλλαγή σε οποιαδήποτε από τις 5 (πέντε) δυνάμεις, η εταιρεία θα πρέπει να επανεκτιμήσει και να προσαρμοστεί στις νέες συνθήκες της αγοράς.

Γι' αυτό το λόγο, υπάρχει ιδιαίτερη προσοχή στις αλλαγές του κλάδου της βιομηχανίας, με σκοπό η καφετέρια να κινηθεί παράλληλα και να προσαρμοστεί ούτως ώστε στο τέλος να καταστεί βιώσιμη. Σκοπός του επιχειρηματικού σχεδίου είναι η ανάλυση και επεξήγηση των δυνάμεων που καθοδηγούν τον κλάδο του καφέ.

Η πρώτη δύναμη είναι ο ανταγωνισμός που υπάρχει στον κλάδο. Το Drip N' Bee αντιμετωπίζει την έντονη δύναμη του ανταγωνισμού στο κλάδο του καφέ. Η δύναμη αυτή, αναφέρεται στην επιρροή των ανταγωνιστών μεταξύ τους και το περιβάλλον του κλάδου. Οι ακόλουθες δυνάμεις αφορούν την έντονη δύναμη του ανταγωνισμού:

1. Μεγάλος αριθμός καφετεριών
2. Ποικιλία καφετεριών
3. Χαμηλό κόστος αλλαγής (switching costs)

Ο μεγάλος αριθμός καφετεριών είναι ένας εξωτερικός παράγοντας που εντείνει τον ανταγωνισμό. Το Drip N' Bee έχει πολλούς ανταγωνιστές διαφορετικού μεγέθους και εμβέλειας. Παράλληλα ο αριθμός των ανταγωνιστών ποικίλει όσον αφορά την ειδικότητα και τη στρατηγική. Μια τέτοια μεγάλη ποικιλία ενισχύει περαιτέρω το επίπεδο ανταγωνισμού στον κλάδο. Επιπλέον, ο ανταγωνισμός ενισχύεται λόγω του χαμηλού κόστους αλλαγής, το οποίο αποτελεί πλεονέκτημα για τους καταναλωτές.

Η δεύτερη δύναμη είναι η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών. Το Drip N' Bee βιώνει την έντονη δύναμη των αγοραστών. Αυτή η δύναμη βασίζεται στην επιρροή του κάθε καταναλωτή ή

ομάδα καταναλωτών στο επιχειρηματικό περιβάλλον. Οι δυνάμεις που αφορούν την δεύτερη ανταγωνιστική δύναμη είναι:

1. Χαμηλό κόστος αλλαγής (switching costs)
2. Ψηλή διαθεσιμότητα υποκατάστατων
3. Μικρό μέγεθος των καταναλωτών σαν μονάδα

Αυτή είναι η σημαντικότερη δύναμη που επηρεάζει την επιχείρηση. Με βάση το χαμηλό κόστος αλλαγής, οι καταναλωτές μπορούν πολύ εύκολα να κάνουν μετάβαση από το Drip N' Bee σε οποιαδήποτε άλλη καφετέρια. Επιπρόσθετα, η ψηλή διαθεσιμότητα δηλώνει ότι οι αγοραστές μπορούν να μείνουν μακριά από την καφετέρια αν το επιθυμούν, διότι υπάρχουν πολλά υποκατάστατα όπως είναι οι χυμοί και το τσάι. Αυτοί οι δυνατοί παράγοντες επισκιάζουν το γεγονός ότι οι ατομικές αγορές είναι μικρότερες σε σύγκριση με τα συνολικά έσοδα της καφετέρας.

Η τρίτη δύναμη είναι η δύναμη των προμηθευτών. Το Drip N' Bee αντιμετωπίζει την έντονη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών, καθώς αυτή επηρεάζει την πίεση που ασκούν στην καφετέρια και στο περιβάλλον του κλάδου. Οι δυνάμεις που παρατηρούνται είναι:

1. Μικρό μέγεθος προμηθευτών
2. Ψηλή διαθεσιμότητα προμηθευτών
3. Αρκετά μεγάλη προσφορά

Ο περιορισμένος αριθμός των διαθέσιμων προμηθευτών είναι ένας παράγοντας που ασκεί μέτρια δύναμη στην καφετέρια. Όμως, η ψηλή διαθεσιμότητα αποδυναμώνει την διαπραγματευτική δύναμη. Για παράδειγμα, οι προμηθευτές έχουν διάφορες στρατηγικές που χρησιμοποιούν με σκοπό να αποκτήσουν περισσότερα έσοδα από την παροχή περισσότερων προϊόντων, όπως για παράδειγμα οι κόκκοι καφέ. Η διαπραγματευτική δύναμη αποδυναμώνεται περισσότερο από την αρκετά μεγάλη προσφορά. Αυτός ο παράγοντας περιορίζει κατά πολύ την επιρροή των προμηθευτών στην καφετέρια. Για παράδειγμα, υπάρχουν αρκετοί προμηθευτές καφέ και τσαγιού σε όλο τον κόσμο.

Η τέταρτη δύναμη αφορά την απειλή των υποκατάστατων αγαθών που καλείται το Drip N' Bee να αντιμετωπίσει. Οι δυνάμεις που παρατηρούνται είναι:

1. Ψηλή διαθεσιμότητα υποκατάστατων
2. Χαμηλό κόστος αλλαγής (switching costs)
3. Ψηλή δυνατότητα απόκτησης υποκατάστατων προϊόντων

Η υψηλή διαθεσιμότητα των υποκατάστατων προϊόντων δίνει τη δυνατότητα επιλογής στους καταναλωτές να στραφούν προς αυτά έναντι των προϊόντων του Drip N' Bee. Για παράδειγμα τα σνακ και τα αλμυρά που υπάρχουν διαθέσιμα σχεδόν σε όλες τις καφετέριες μπορούν εύκολα να γίνουν υποκατάστατα και να επιλεγθούν από πολλούς καταναλωτές. Επιπρόσθετα το χαμηλό κόστος αλλαγής ενδυναμώνει την απειλή καθώς είναι εύκολο να αγοράσει κάποιος υποκατάστατο αγαθό σε σύγκριση με ένα προϊόν από την καφετέρια. Επίσης, πολλά από αυτά τα υποκατάστατα είναι σε προσιτές τιμές και ο μέσος καταναλωτής μπορεί να τα αγοράσει.

Η πέμπτη δύναμη είναι η απειλή των νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων. Οι παράγοντες που αφορούν τη δύναμη αυτή είναι:

1. Μέτριου μεγέθους κόστος ένταξης στον κλάδο
2. Μέτριου μεγέθους κόστος της εφοδιαστικής αλυσίδας
3. Ψηλό κόστος ανάπτυξης του «Brand»

Το μέτριου μεγέθους κόστος ένταξης στον κλάδο συνδέεται με τη μεταβλητότητα του πραγματικού κόστους εγκατάστασης και συντήρησης δραστηριοτήτων στην βιομηχανία του καφέ. Για παράδειγμα, το κόστος για να ανοίξει μια μικρή καφετέρια είναι μικρότερο από το κόστος να λειτουργήσει μια αλυσίδα καφέ. Μικρότερες σε μέγεθος καφετέριες όπως το Drip N' Bee έχουν πιο χαμηλές ανάγκες εφοδίων και κόστη εφοδιαστικής αλυσίδας. Αυτοί οι παράγοντες επιτρέπουν σε μικρότερες καφετέριες να ενταχθούν στον κλάδο του καφέ. Ο συνδυασμός αυτών των παραγόντων καθιστά την απειλή των νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων ως μέτριου επιπέδου.

Ανάλυση Αγοράς

Γενικό Περιβάλλον της Αγοράς – Αγορά Στόχος

Εφόσον έγινε ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος και του κλάδου, υπάρχει ανάγκη να γίνει ανάλυση της αγοράς στην οποία θα ανήκει το Drip N' Bee. Για την καλύτερη κατανόηση της αγοράς, συλλέχθηκαν στοιχεία με βάση του ερωτηματολογίου το οποίο ετοιμάστηκε για αυτό το σκοπό. Έγινε παράλληλα έρευνα με στοιχεία που διατηρούσε το Υφυπουργείο Τουρισμού της

Κυπριακής Δημοκρατίας για τον αριθμό των καφετεριών που υφίστανται στην Κύπρο με βάση τα στοιχεία του 2019 (Τουρισμού, 2019).

Το Drip N' Bee στοχεύει σε ηλικίες μεταξύ 18 (δεκαοκτώ) και 65 (εξήντα πέντε) ετών, οι οποίοι ως επι των πλείστων είναι εργαζόμενοι και φοιτητές. Διαχρονικός στόχος της καφετερίας είναι τα άτομα που εργάζονται πλησίον της, να γίνουν οι πλέον σταθεροί πελάτες της ώστε να κρατηθεί ένας συμπαγές κορμός πελατών. Οι φοιτητές θεωρούνται ως μελλοντική επένδυση για μια σταθερή πελατεία. Επιπλέον μία άλλη μερίδα ατόμων που υπάρχει σαν στόχος είναι τα άτομα τα οποία ακολουθούν ένα πιο υγιεινό τρόπο ζωής, έχοντας σαν προτεραιότητα την άσκηση και την υγιεινή διατροφή. Αυτά τα άτομα αποτελούν τους πελάτες στόχους που θα αγοράζουν τα προϊόντα της καφετερίας πέραν του καφέ. Γενικότερα, το Drip N' Bee θα δίνει έμφαση σε ολόκληρο το πελατειακό του κοινό και θα το εξυπηρετεί με τον ίδιο τρόπο, καθώς αυτό θα είναι το χαρακτηριστικό της επιτυχίας του.

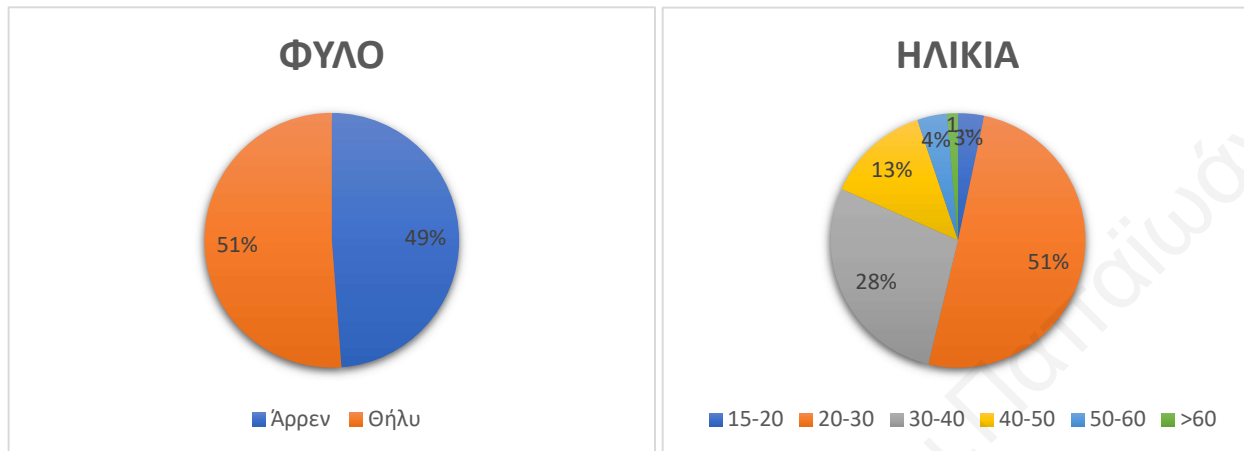
Αποτέλεσμα Έρευνας Αγοράς – Ανάλυση Καταναλωτή

Τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου ήταν πολύ ενθαρρυντικά, καθώς συγκεντρώθηκαν 211(διακόσιες έντεκα) απαντήσεις, αριθμός ο οποίος είναι αρκετά ικανοποιητικός για την εξαγωγή συμπερασμάτων αναφορικά με τους στόχους της μελέτης όσον αφορά την κατανόηση της συμπεριφοράς του μέσου καταναλωτή. Το ερωτηματολόγιο περιείχε 22 (είκοσι δύο) ερωτήσεις οι οποίες ήταν κομβικής σημασίας. Ξεκινώντας με τον προσδιορισμό του φύλου και της ηλικίας, το ερωτηματολόγιο συγκεκριμενοποίησε μόνο όσα άτομα διέμεναν ή εργάζονταν στην Λευκωσία αφού είχε τεθεί εξ' αρχής ως η αγορά – στόχος.

Στη συνέχεια ακολουθούσαν διάφορες ερωτήσεις όσον αφορά το αν είναι γνώστες της καφετερίας 4^{ης} γενιάς, του speciality coffee και γενικά ποια ροφήματα καταναλώνουν, με ποια συχνότητα, ποικιλίες καφέ που γνωρίζουν, προτιμήσεις στυλ του χώρου εστίασης, προτιμήσεις περιοχής καφετερίας και τέλος το χρηματικό ποσό που θα ήταν διατεθειμένοι να χορηγήσουν ώστε να συμβάλουν στην υλοποίηση αυτής της ιδέας.

Συγκεκριμένα το 51% που απάντησαν ήταν γυναίκες και το 49% ήταν άνδρες. Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα μεταξύ 20 (είκοσι) και 30 (τριάντα) ετών.

Αυτό το αποτέλεσμα βοήθησε αρκετά για να υπάρξει μια πιο αντικειμενική εικόνα και για τα δύο φύλα.



Διάγραμμα 1: Φύλο

Διάγραμμα 2: Ηλικία

Ακολουθεί διάγραμμα το οποίο απεικονίζει τις περιοχές διαμονής των ερωτηθέντων. Στην επιλογή «Άλλο», το οποίο έχει μαζέψει βαθμολογία 36%, έχουν δοθεί απαντήσεις για άλλες περιοχές, κυρίως περιφερειακά της Λευκωσίας. Μερικές από τις απαντήσεις που έχουν δοθεί είναι οι ακόλουθες : Λακατάμια, Δάλι, Κοκκινοτριμιθιά, Καϊμακλί, Παλιομέτοχο, Τσέρι, Δευτερά, Ψημολόφου και Ακάκι. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το μεγαλύτερο μερίδιο των ερωτηθέντων που έχει εξεταστεί διαμένει στην περιοχή του Στροβόλου.



Διάγραμμα 3: Περιοχή Διαμονής/Εργασίας

Κατά το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου αποφασίστηκε να μην προστεθεί η επιλογή για «μηδενικά φλυτζάνια» στην καθημερινή κατανάλωση καφέ. Αυτό, διότι προϋπόθεση ήταν οι

συμμετέχοντες να καταναλώνουν καφέ αλλιώς η έρευνα δεν θα μπορούσε να συνεχιστεί αντικειμενικά, αφού το Drip N' Bee εξειδικεύεται στην παρασκευή καφέ. Για παράδειγμα στην ερώτηση «Ποια από τα παρακάτω χαρακτηριστικά ενός καφέ, θεωρείται σημαντικά για την επιλογή του καφέ που θα πιείτε;», πολλές απαντήσεις θα θεωρούνταν ως μη αποδεκτές αν μερικοί συμμετέχοντες δεν καταλάωναν καφέ. Οπότε θα ήταν εμπόδιο στην εξέλιξη της έρευνας καθώς οι ερωτηθέντες στην πορεία δεν θα μπορούσαν να συνεχίσουν το ερωτηματολόγιο. Υπάρχουν ερωτήσεις όμως που θα μπορούσαν να απαντηθούν και από αυτά τα άτομα, όπως για το στυλ της καφετέριας ή για τη σημασία που δίνουν στην εξυπηρέτηση. Παρ' όλα αυτά, στην πλειοψηφία τους οι ερωτήσεις αφορούσαν τους λάτρεις του καφέ, αφού η κύρια εξειδίκευση της καφετέριας είναι ο καφές. Φυσικά υπάρχουν δυνητικοί πελάτες που θα επισκεφθούν την καφετέρια για ένα φρέσκο χυμό, τσάι ή σνακ, τα οποία είναι εξίσου ποιοτικά. Ωστόσο η φιλοσοφία του Drip N' Bee όπως προαναφέρθηκε, στηρίζεται κυρίως στον καφέ. Τα υπόλοιπα συμπληρωματικά ροφήματα δεν θα μπορούσαν να λείπουν από την καφετέρια όμως δεν ανήκουν στην κύρια υπηρεσία της.

Εφόσον προσδιορίστηκε το προφίλ του καταναλωτή, ακολούθησαν πιο ειδικές ερωτήσεις όσον αφορά την κατανάλωση καφέ. Συγκεκριμένα, το 39% απάντησε ότι καταναλώνουν καθημερινά δύο φλυτζάνια καφέ ενώ το 30% απάντησε ότι καταναλώνει ένα φλυτζάνι και το 21% καταναλώνει τρία φλυτζάνια καθημερινώς. Το γεγονός αυτό τονώνει το ενδιαφέρον και επαληθεύει τις κυπριακές συνήθειες όσον αφορά την καθημερινή κατανάλωση καφέ.



Διάγραμμα 4: Καθημερινή Κατανάλωση Καφέ

Μέσα από το επόμενο διάγραμμα φαίνεται η προτίμηση των καταναλωτών για την τοποθεσία που απολαμβάνουν καλύτερα ένα ρόφημα καφέ. Μέσα από αυτό μπορούν να βγουν ασφαλή συμπεράσματα ως προς τον τρόπο λειτουργίας της καφετέριας, ώστε να μπορέσει να αποκτήσει ένα μεγάλο μερίδιο αγοράς σε αυτό τον τομέα. Το 29% των ατόμων δήλωσε ότι προτιμά να καταναλώνει τον καφέ στο σπίτι του, γεγονός το οποίο δείχνει ότι ο καταναλωτής θέλει να νιώθει άνετος και να απολαμβάνει το αγαπημένο του ρόφημα την ώρα της ξεκούρασης του. Η διαμόρφωση του χώρου θα είναι καθοριστικής σημασίας όσον αφορά αυτό τον τομέα. Το 26% δήλωσε ότι απολαμβάνει τον καφέ εν ώρα εργασίας. Αυτό, δείχνει ότι η υπηρεσία διανομής επιβάλλεται να υπάρχει σε μια καφετέρια στη Λευκωσία. Το 40% δήλωσε ότι προτιμά να τον καταναλώνει στην καφετέρια, γεγονός το οποίο δηλώνει ότι μια τέτοια καφετέρια, θα ήταν πρέπων να μπορεί να φιλοξενήσει στο χώρο της τουλάχιστον 20 (είκοσι) άτομα.



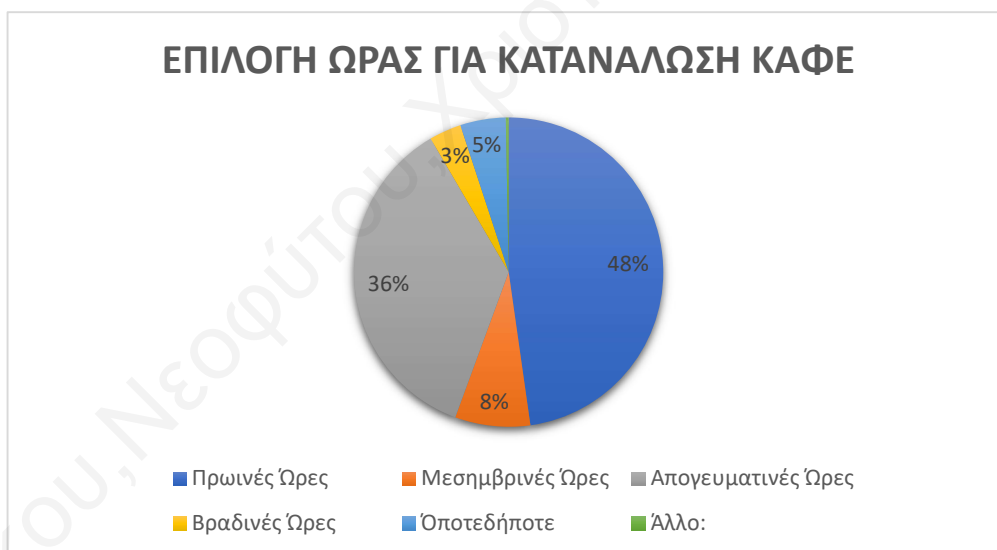
Διάγραμμα 5: Προτίμηση Χώρου Κατανάλωση Καφέ

Στην ερώτηση «Σε ποια τοποθεσία σας βολεύει περισσότερο να απολαμβάνεται τον καφέ σας;», το 40% απάντησε την Λεωφόρο Γρίβα Διγενή στην Έγκωμη και το 33% απάντησε στη Λεωφόρο Σταυρού στον Στρόβολο. Με βάση αυτό το αποτέλεσμα, έχει αποφασιστεί η Drip N' Bee να βρίσκεται στη Λεωφόρο Γρίβα Διγενή.



Διάγραμμα 6: Προτίμηση Τοποθεσίας

Όσον αφορά την προτιμότερη ώρα κατανάλωσης καφέ η συντριπτική πλειοψηφία δήλωσε τις πρωινές ώρες, ενώ ένα μεγάλο ποσοστό τις απογευματινές. Οι βραδινές ώρες έλαβαν ένα πολύ μικρό ποσοστό της τάξης του 3%, γεγονός το οποίο δείχνει ότι το καλύτερο ωράριο λειτουργίας θα είναι από το πρωί μέχρι αργά το απόγευμα.



Διάγραμμα 7: Επιλογή Ώρας για Κατανάλωση Καφέ

Οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν με κλίμακα από το 0 μέχρι το 5, για το πού δίνουν μεγαλύτερη σημασία σε μια καφετέρια. Παρατηρείται ότι οι περισσότεροι καταναλωτές με σημείο αναφοράς το 4.5 δίνουν περισσότερη σημασία στην ποιότητα του ροφήματος και στη συνέχεια στη συμπεριφορά των εργαζομένων της καφετέριας και την εξυπηρέτηση. Πολύ σημαντικό επίσης είναι η εύκολη πρόσβαση στην καφετέρια αλλά και το περιβάλλον. Λιγότερη σημασία έχει δοθεί

στη μουσική, παρ' όλα αυτά το ιδανικό είναι ο συνδυασμός όλων των στοιχείων για μια επιτυχημένη καφετέρια.



Διάγραμμα 8: Περισσότερη Σημασία που Δίνετε σε μια Καφετέρια

Οι ερωτηθέντες, στην ερώτηση πιο στυλ καφετέριας προτιμούν περισσότερο έδωσαν σχετικά ισορροπημένες απαντήσεις. Το 20% απάντησε ήσυχο και άνετο. Το σπιτικό περιβάλλον, άνετο και χαρούμενο, κατέλαβαν από 19%. Λόγω της κοινωνικής ανάπτυξης και εξέλιξης της καθημερινότητας, οι άνθρωποι έχουν αναπτύξει απόψεις και προσδοκίες. Μέσα από την ερώτηση αυτή, συμπεραίνεται ότι οι άνθρωποι αναζητούν όμορφους χώρους με μοναδικό στυλ.



Διάγραμμα 9: Προτιμότερο Στυλ Καφετέριας

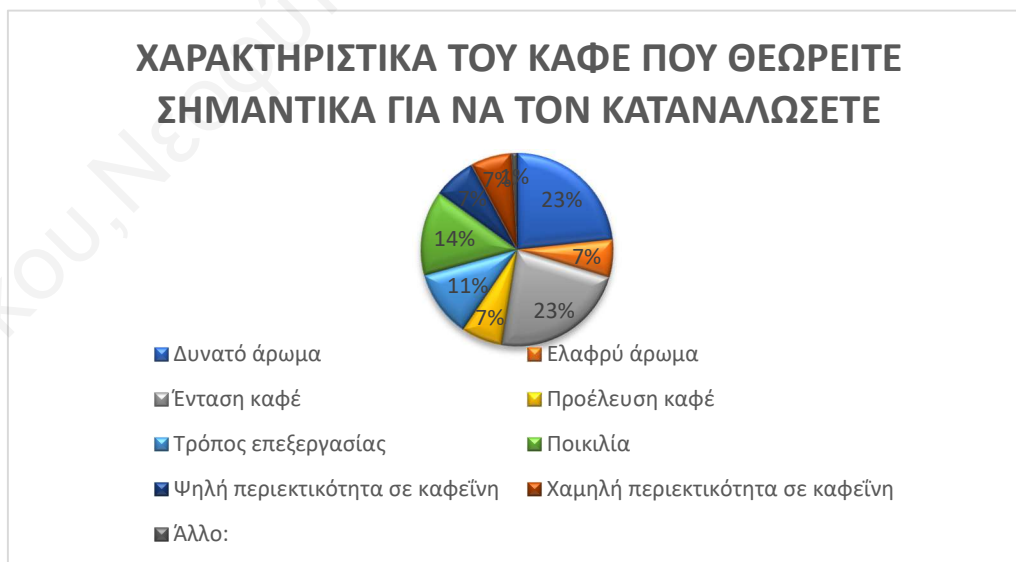
Συγκεκριμένα, προτιμούν έναν ήσυχο και άνετο χώρο με μοντέρνα χαρακτηριστικά στον οποίο να αισθάνονται ότι βρίσκονται σαν στο σπίτι τους. Οι προτιμήσεις αυτές των καταναλωτών έχουν ληφθεί υπ' όψη για τη σκιαγράφιση του εσωτερικού χώρου.

Η επόμενη ερώτηση αφορά συγκεκριμένα χαρακτηριστικά που διακρίνουν περισσότερο τους καταναλωτές. Μέσα από αυτή την ερώτηση επιδιώχθηκε η ενημέρωση σχετικά με τις συνήθειες των καταναλωτών, ώστε εάν αυτό είναι δυνατόν να μπορούν να προσφέρονται μέσα στο περιβάλλον της καφετέριας. Σχεδόν το 80% απάντησε ότι του αρέσει να συζητά και να βρίσκεται με παρέα και το 50% ότι είναι κοινωνικοί χαρακτήρες, δηλαδή τους αρέσει να κάνουν γνωριμίες. Τα πιο πάνω, μπορούν να επιτευχθούν με τον τρόπο που θα είναι διαρρυθμισμένα τα τραπέζια της καφετέριας. Είναι συνετό να βρίσκονται κοντά, ώστε διαφορετικές παρέες να έρχονται σε επαφή και να συνάπτουν σχέσεις.



Διάγραμμα 10: Χαρακτηριστικά που σας Διακρίνουν Περισσότερο

Οι ακόλουθες ερωτήσεις του ερωτηματολογίου αφορούν πιο συγκεκριμένα τον καφέ και τα συνοδευτικά σνακ. Οι απαντήσεις που έχουν δοθεί έχουν βοηθήσει στην κατανόηση των προτιμήσεων των καταναλωτών όσον αφορά τα ροφήματα και τα συνοδευτικά εδέσματα. Στα χαρακτηριστικά του καφέ που θεωρούν σημαντικά ώστε να τον καταναλώσουν, το 23% απάντησε την ένταση καφέ. Το ίδιο ποσοστό παρατηρείται στο κοινό που προτιμά ροφήματα με δυνατό άρωμα. Ακολουθεί το χαρακτηριστικό της ποικιλίας με 14%, ποσοστό εξίσου σημαντικό με τα προηγούμενα.



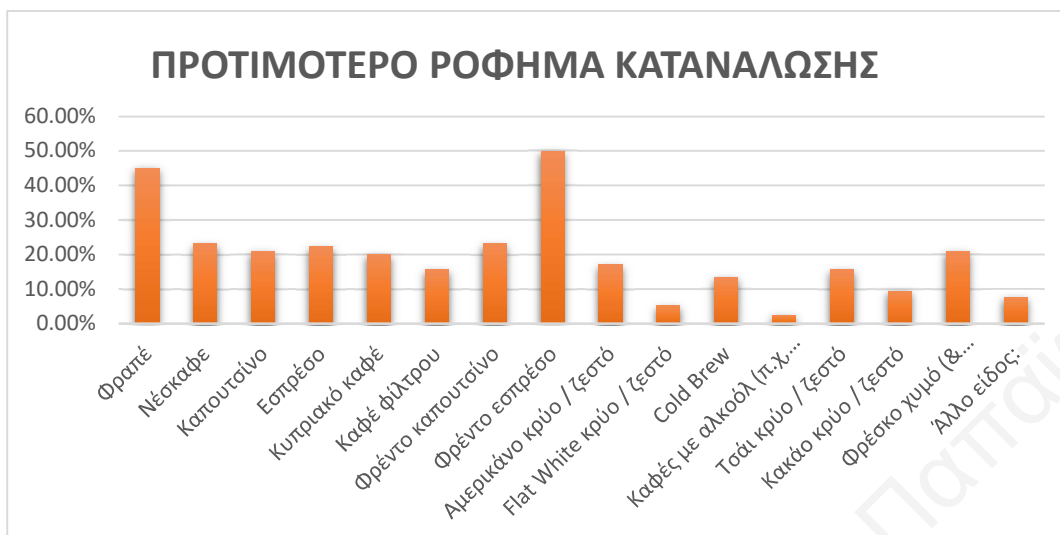
Διάγραμμα 11: Χαρακτηριστικά του καφέ που Θεωρείτε Σημαντικά για τους Καταναλωτές

Το καταναλωτικό κοινό σε όλους τους τομείς αναζητεί κάτι πιο ποιοτικό. Έτσι και με τον καφέ, η επόμενη ερώτηση αποδεικνύει ότι οι άνθρωποι πλέον μπορούν να θεωρούνται πιο ενημερωμένοι σε αυτό τον τομέα. Έχουν δοκιμάσει μονο-ποικιλιακούς καφέδες από χώρες από όλο τον κόσμο στην συντριπτική πλειοψηφία του 88%. Μόλις το 12% δεν γνωρίζει αυτές τις προελεύσεις. Είναι καθήκον λοιπόν του Drip N' Bee να ελκύσει αρχικά το κοινό το οποίο γνωρίζει αυτό τον τομέα και μετ' έπειτα να εντάξει σε αυτό το κοινό και τους καταναλωτές που δεν γνωρίζουν.



Διάγραμμα 12: Χώρες Παραγωγής Καφέ που Δοκιμάσατε

Μέσα από το επόμενο γράφημα μπορεί να διακριθεί η αδυναμία που έχουν οι καταναλωτές σε συγκεκριμένα ροφήματα. Πρώτο σε πωλήσεις της καφετέριας πρέπει να θεωρείται το Φρέντο Εσπρέσσο. Το φραπέ έρχεται δεύτερο, αλλά ταυτόχρονα αποτελεί και το μεγαλύτερο ανταγωνιστικό προϊόν, καθώς θεωρείται ένα προϊόν συνήθειας, το οποίο όμως υστερεί σε ποιότητα, γεύση και εμπειρία.



Διάγραμμα 13: Προτιμότερο Ρόφημα Κατανάλωσης

Όσον αφορά τα συνοδευτικά edésματα έχει παρατηρηθεί ότι οι προτιμήσεις των καταναλωτών ποικίλουν. Παρ' όλα αυτά ένα συνοδευτικό μπισκότο αποτελεί για τους περισσότερους την καλύτερη επιλογή. Στο Drip N' Bee θα προσφέρεται μεγάλη ποικιλία από τα προϊόντα που απεικονίζονται στο σχετικό διάγραμμα ώστε να ικανοποιούνται οι ανάγκες και προτιμήσεις του μεγαλύτερου μέρους των ερωτηθέντων.



Διάγραμμα 14: Συνοδευτικό Προτίμησης με τον Καφέ

Εκτός από την καφετέρια οι καταναλωτές έχουν την επιλογή να απολαμβάνουν το αγαπημένο τους ρόφημα και από το σπίτι. Αυτό θα γίνεται αγοράζοντας κόκκους καφέ από το Drip N' Bee. Σχετικά

με αυτό, το 52% των καταναλωτών ενδιαφέρεται αρκετά έως πάρα πολύ για αυτή την υπηρεσία ενώ το 11% καθόλου, ποσοστό αμελητέο αν αναλογιστεί κανείς πως αυτοί οι καταναλωτές, είναι αυτοί που δεν γνωρίζουν τόσο καλά τις καφετέριες 4^{ης} γενιάς.



Διάγραμμα 15: Ενδιαφέρον για Αγορά Κόκκων Καφέ από την Αγαπημένη σας Χώρα Προέλευσης

Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου έχει επεξηγηθεί λιτά ο όρος της καφετέριας 4^{ης} γενιάς, για να γίνει εντελώς αντιληπτό από το ευρύ κοινό ώστε να απαντηθεί σωστά η επόμενη κρίσιμη ερώτηση.

Σενάριο: Σας ζητείται εάν επιθυμείτε να χορηγήσετε ένα μικρό ποσό ώστε να συμβάλετε στην υλοποίηση αυτής της ιδέας. Τί ποσό είστε διατεθειμένοι να προσφέρετε ώστε να απολαμβάνετε την ποιότητα των ροφημάτων της αρεσκείας σας; (Να ληφθεί υπόψη πως ένα ποσοστό από τα χρήματα αυτά θα δύναται να εξαργυρωθεί σε ροφήματα μετά το άνοιγμα της καφετέριας).

Η ερώτηση αυτή αποσκοπούσε στην κατανόηση σχετικά με το αν το μελλοντικό πελατειακό κοινό θα νιώσει την καφετέρια σαν δική του επιχείρηση. Με το να νιώθουν οικία σε αυτή, πριν ακόμα τη γνωρίσουν, αυτό από μόνο του εξυπνοεί μια υγιή και μακροχρόνια σχέση. Σε αυτό το μέρος του ερωτηματολογίου, οι απαντήσεις κινήθηκαν από 0 (μηδέν) ευρώ μέχρι και το εξωφρενικό ποσό των 20000 (είκοσι χιλιάδων) ευρώ. Ο μέσος όρος έχει υπολογιστεί στα 489 (τετρακόσια ογδόντα εννέα) ευρώ, ποσό αρκετά υψηλό, το οποίο δίνει την αυτοπεποίθηση που χρειάζεται το Drip N' Bee για να ενταχθεί στο δρόμο της επιτυχίας.

Σχέδιο Μάρκετινγκ

Πλάνο Μάρκετινγκ - Μείγμα Μάρκετινγκ

Προβολή-Προώθηση

Η στρατηγική της προβολής και προώθησης που έχει ακολουθήσει το Drip N' Bee, έχει στηριχθεί στην έρευνα που εκτελέστηκε ως πρώτο βήμα αλλά και στις τάσεις που επικρατούν στη σύγχρονη εποχή και που έχουν μεγάλη επίδραση στο καταναλωτικό κοινό. Οι πληροφορίες που συλλέχθηκαν από την έρευνα (π.χ. η ποσότητα του καφέ που καταναλώνεται καθημερινά ή η σημασία που διαδραματίζει ο χώρος στην συνολική εμπειρία των ανθρώπων), στάθηκαν χρήσιμες στην συνέχεια για την επιλογή των μεθόδων προώθησης του Drip N' Bee αλλά και για τη δημιουργία μιας νέας ανάγκης γύρω από τον καφέ. Έτσι η αρχική εμφάνιση της επιχείρησης μέσα από την έρευνα, ευνόησε τα μετέπειτα βήματα για την προώθηση της.

Πρωταρχικός στόχος, είναι να γίνει γνωστή η ύπαρξη του Drip N' Bee. Δεδομένου ότι η επιχείρηση δεν έχει ξεκινήσει επίσημα τη λειτουργία της, η προώθηση της μέσω κάποιας μεγάλης επένδυσης δεν είναι δυνατή στο παρόν στάδιο. Οπότε, ο καινοτομικός χαρακτήρας του προσφερόμενου προϊόντος σε συνδυασμό με την απαραίτητη προβολή θα σταθούν ως υποστηρικτικοί παράγοντες για την φήμη της επιχείρησης. Είναι απαραίτητο από τα αρχικά κιόλας στάδια, να ληφθεί υπόψη, πως οι καταναλωτές θα αγοράσουν τα πλεονεκτήματα του προϊόντος. Πρέπει να μεταδοθεί δηλαδή η φιλοσοφία ότι δεν πληρώνεται απλά ένας καφές, αλλά η γεύση και η εμπειρία που προσφέρει στο σύνολο του. Γι' αυτό θα πρέπει να είναι πρώτο μέλημα η προώθηση των ιδιαιτεροτήτων των ροφημάτων και των προϊόντων, και αυτό να γίνει κατανοητό μέσα από την αλληλεπίδραση που θα έχει η ομάδα που θα απαρτίζει το Drip N' Bee με το πελατειακό της κοινό. Ως πρώτη κίνηση, θα υπάρξει δραστηριοποίηση μέσω των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης (ΜΚΔ), αφού θεωρείται μια μέθοδος που επιτυγχάνεται με χαμηλό κόστος. Με την παρουσία της επιχείρησης στα ΜΚΔ γίνεται διαχρονικά μια εκτενής ενημέρωση της παρούσας κατάστασης και των προϊόντων του Drip N' Bee, υποβοηθώντας έτσι στην απόκτηση περισσότερων ακολούθων. Αρχικά, θα δημιουργηθούν λογαριασμοί προφίλ στο «Facebook» και το «Instagram», αφού θεωρούνται τα πλέον πιο διαδεδομένα κοινωνικά δίκτυα στη νεολαία. Επίσης, θα δημιουργηθεί μια εντυπωσιακή ιστοσελίδα στο διαδίκτυο που μέσω αυτής, θα γίνεται ενημέρωση για διάφορες εκδηλώσεις και προϊόντα που αφορούν το Drip N' Bee. Μέσω αυτής της σελίδας, θα μπορούν μελλοντικά οι πελάτες να βαθμολογούν ανώνυμα είτε επώνυμα τις διάφορες υπηρεσίες του Drip

N' Bee. Σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα παρουσιάζονται τα ροφήματα σε καλαίσθητα ποτήρια ενώ θα αναγράφεται σε ένα σημείο ως λεζάντα η περιγραφή του κάθε ροφήματος. Συνδυαστικά, με σκοπό την προώθηση, θα δίνονται στο κοινό εκπαιδευτικοί κωδικοί μέσω της επίσκεψης τους στα ΜΚΔ, έτσι ώστε να αυξηθεί η ζήτηση των προϊόντων της καφετέριας. Ταυτόχρονα μέσα από την έρευνα που προηγήθηκε, έχει προκύψει πως πολλοί συμμετέχοντες δεν γνωρίζουν για το τέταρτο κύμα καφέ το οποίο και υποστηρίζει η επιχείρηση. Οπότε, την πρώτη ημέρα της επίσημης έναρξης του Drip N' Bee, θα πραγματοποιηθεί ενημέρωση των δυνητικών πελατών για τη φιλοσοφία της καφετέριας, καθώς επίσης θα προσφέρονται δωρεάν όλα τα ροφήματα για δοκιμή. Συνάμα, η εκδήλωση αυτή αποτελεί μία ευκαιρία για γνωριμία και ανάπτυξη οικειότητας με τον καλαίσθητο χώρο και το προσωπικό. Επίσης, θα προσκαλεστεί ραδιοφωνικός σταθμός, όπου μέσω ζωντανής αναμετάδοσης (live link), θα ενημερώνει τους ακροατές για την υφιστάμενη κατάσταση έτσι ώστε να παρακινηθούν και να επισκεφθούν την καφετέρια για μία πρώτη γνωριμία. Ταυτόχρονα, ως μέσο καλής πειθούς η ομάδα θα επισκεφτεί τις εταιρείες και τα Πανεπιστήμια που βρίσκονται πλησίον της καφετέριας, προσφέροντάς τους δείγματα του καφέ, δίνοντας έτσι κίνητρο στα άτομα να επισκεφθούν την καφετέρια μελλοντικά. Σε κάθε περίπτωση, λόγω της ανάγκης που έχουν οι άνθρωποι να αισθάνονται ξεχωριστοί, οι υπάλληλοι της καφετέριας θα γράφουν με μαρκαδόρο στα ποτήρια σερβιρίσματος «take away» ευχάριστα λόγια όπως «Καλημέρα», «Happiness» κ.λπ. Αυτό, θα συμβάλει στην ανάπτυξη οικειότητας μεταξύ εργαζομένων και πελατών, πράγμα το οποίο θα βοηθά να ξεκινά η μέρα και των δύο πιο όμορφα. Έτσι, προωθείται η ευχάριστη διάθεση και η όρεξη για την ικανοποίηση των αναγκών του καταναλωτικού κοινού.

Επίσης, όσον αφορά την προώθηση των επιπρόσθετων προϊόντων όπως είναι τα σνακ που θα υπάρχουν στην καφετέρια, την πρώτη μέρα έναρξης θα προσφέρονται μαζί με τα ροφήματα δωρεάν. Έτσι επιτυγχάνεται η πολλαπλή προβολή. Με αυτή τη κίνηση, θα μεταδοθεί το μήνυμα στους μελλοντικούς πελάτες για τα υγιεινά συμπληρωματικά προϊόντα που θα προσφέρονται πέραν των κλασικών σνακ, όπως είναι ένα κομμάτι κέικ ή μια τυρόπιτα. Αξίζει να σημειωθεί πως κατά τις συναντήσεις θα γίνονται αναρτήσεις στα ΜΚΔ όπου θα προσελκύσουν περισσότερο κοινό αφού συνήθως, οι άνθρωποι αλληλοεπηρεάζονται μέσα από την εικόνα ή τις συνήθειες που αναπτύσσουν και προβάλλουν στα μέσα αυτά. Οπότε, η διαφήμιση «από άνθρωπο σε άνθρωπο» είναι η καλύτερη μέθοδος προώθησης, αφού πρώτα η επιχείρηση καταφέρει να προσελκύσει με το δικό της τρόπο ένα σημαντικό αριθμό δυνητικών πελατών.

Διανομή

Η επιχείρηση λόγω της φύσης της, δεν διαθέτει εκτεταμένο δίκτυο διανομής, αφού η διαδικασία πώλησης των προϊόντων εκτελείται βάση της άμεσης επαφής και επικοινωνίας μεταξύ προσωπικού και πελατών όπως συνηθίζεται στους χώρους εστίασης. Ένα εναλλακτικό κανάλι διανομής, αφορά την κάτοικόν διανομή (delivery) που θα επιτυγχάνεται σε συνέχεια διαδικτυακής επικοινωνίας με εταιρεία διανομής για την εκτέλεση της παραγγελίας. Η υπηρεσία της κάτοικόν διανομής δεν αποτελεί προτεραιότητα του Drip N' Bee στο παρόν στάδιο, αλλά αποτελεί στόχο να αναπτυχθεί σε μεταγενέστερο στάδιο όταν αποκτηθεί πλέον φήμη, με αποτέλεσμα να επιτυγχάνονται ψηλά επίπεδα στις πωλήσεις. Βέβαια προτού ο καφές φτάσει στον πελάτη περνά από μια διαδικασία η οποία απαιτεί ιδιαίτερη προσοχή. Όσον αφορά την προμήθεια πράσινου καφέ, έχουν εξεταστεί διάφορες εναλλακτικές λύσεις. Μια επιλογή είναι η συνεργασία με την ελληνική εταιρεία διανομής «EL CAFÉ ANASTASOPOULOS S.A.», η οποία διαδραματίζει τον ρόλο του μεσολαβητή μεταξύ των παραγωγών και των καφετεριών. Συγκεκριμένα, το Drip N' Bee θα μπορεί να επιλέξει μέσα από διάφορες ποικιλίες καφέ ανά το παγκόσμιο. Μια πολύ διαδεδομένη χώρα προέλευσης είναι η Βραζιλία. Από τη Βραζιλία για παράδειγμα, έχει επιλεγθεί πράσινος καφές ο οποίος φυτεύεται και παράγεται στη φάρμα «Minas Gerais». Η ποικιλία ονομάζεται «bourbon» και η επεξεργασία του είναι «Fully washed». Οπότε, είναι καθοριστικής σημασίας η επιλογή συγκεκριμένης χώρας, φάρμας, παραγωγού και συνεργάτη από τον οποίο θα προμηθεύεται τον συγκεκριμένο καφέ το Drip N' Bee πριν την πώληση του στους πελάτες.

Τιμή

Η στρατηγική τιμολόγησης που η επιχείρηση επέλεξε, είναι βασισμένη στην ποιότητα και τη δημιουργία αξίας προς τους πελάτες. Αυτό, επιτυγχάνεται μέσω των προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών, ενώ παράλληλος στόχος είναι η απόκτηση ενός ικανοποιητικού μεριδίου της αγοράς. Οι πελάτες, δίνουν ιδιαίτερη σημασία στην αξία που θα λάβουν συγκριτικά με τα χρήματα που θα πληρώσουν, στοχεύοντας στην κάλυψη των αναγκών τους πέραν των προσδοκιών τους, με προϊόντα υψηλής ποιότητας. Το Drip N' Bee, διαθέτει αυτά τα προϊόντα και υπηρεσίες επιτρέποντας του να καθορίσει τιμές λογικές, έως και λίγο ψηλότερες από αυτές των ανταγωνιστών του, αλλά ταυτόχρονα, πολύ χαμηλότερες από τις τιμές των κοινών καφετεριών που προσφέρουν βιομηχανικό καφέ. Στον καθορισμό των τιμών λήφθηκαν υπόψιν, το κόστος

παραγωγής και πωλήσεων των προϊόντων, τα λειτουργικά έξοδα της καφετέριας, η ζήτηση, τα προϊόντα με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους αλλά και οι τιμές των ανταγωνιστικών καφετεριών.

Επιπλέον, προτού καθοριστούν οι τιμές αξιολογήθηκαν οι προτιμήσεις των δυνητικών πελατών για τις επιθυμητές τιμές, μέσω της έρευνας που διεξάχθηκε. Από τα αποτελέσματα αυτά, προέκυψε ότι οι άνθρωποι δεν ενδιαφέρονται αποκλειστικά για την τιμή, αλλά δίνουν έμφαση σε επιπλέον παράγοντες όπως την ποιότητα του καφέ και την εμφάνιση του χώρου. Παράλληλα, το γεγονός του καβουρντίσματος εντός της καφετέριας, εξοικονομεί κόστος από την αγορά του πράσινου καφέ, γεγονός το οποίο επιτρέπει στις τιμές να είναι ικανοποιητικές, σύμφωνα πάντα με την άριστη ποιότητα και γεύση που απολαμβάνει ο πελάτης.

Λαμβάνοντας υπόψη συνολικά τους παράγοντες που επηρεάζουν την τιμολογιακή πολιτική της επιχείρησης, αποφασίστηκε ότι οι τιμές των ροφημάτων θα κυμαίνονται από €2 μέχρι €3.20. Ταυτόχρονα, σημαντικό μέρος των εσόδων θα καλύπτεται από τα υγιεινά σνακ τα οποία οι πελάτες θα αγοράζουν ως συνοδευτικά των ροφημάτων τους, και η τιμή τους θα κυμαίνεται από €1.50 μέχρι €3.20. Συγκριτικά με την τιμολογιακή πολιτική των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων που παρατηρήθηκε, δεν υπάρχουν ιδιαίτερες διαφορές, συμπεραίνοντας πως ο πελάτης είναι αυτός που θα επιλέξει ποια καφετερία θα επισκεφτεί. Παρ' όλα αυτά, η τιμολογιακή πολιτική που ακολουθήθηκε, επιτρέπει την κάλυψη των εξόδων της επιχείρησης και δικαιολογείται μέσω της δημιουργίας αξίας προς το καταναλωτικό κοινό.

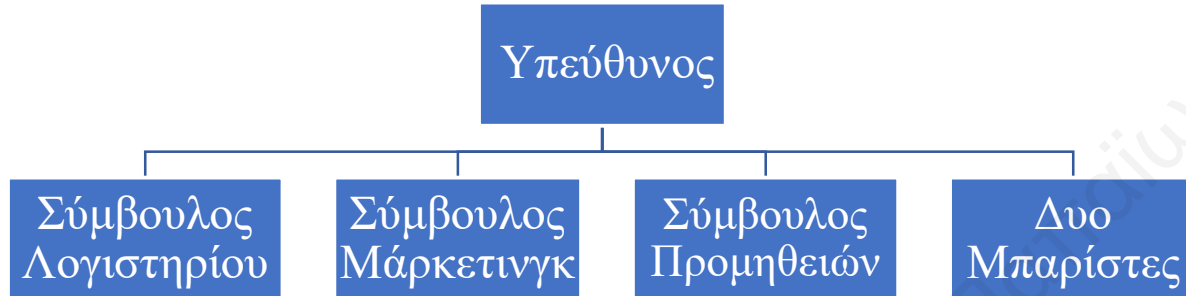
Διοικητικό Πλάνο

Οργανωτικό Σχέδιο

Ο σημαντικότερος παράγοντας για την ύπαρξη του οράματος, την άρτια υλοποίηση της πιο πάνω ιδέας αλλά και την επιβίωση της επιχείρησης, είναι το προσωπικό, διότι αυτό, αποτελεί την καρδιά της επιχείρησης. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του Drop N' Bee στηρίζεται στους άρτια εκπαιδευόμενους μπαρίστες, στην διαδικασία παρασκευής του καφέ αλλά και στην άψογη εξυπηρέτηση των πελατών του.

Η καφετερία, θα διοικείται από τον ένα εκ των ιδρυτών, τον Κωνσταντίνο Νεοφύτου και οι υπόλοιποι τρεις ιδρυτές, Μαρία Χριστοδούλου, Αναστάσιος Καλλινίκου και Τέρψια Παπαϊωάννου θα υποβοηθούν το δύσκολο έργο της διαχείρισης, εποπτεύοντας ταυτόχρονα τους διάφορους τομείς της επιχείρησης. Στην συνέχεια, απεικονίζεται το σχετικό διάγραμμα

(Διάγραμμα 16) το οποίο δείχνει τους δύο εργαζομένους και ταυτόχρονα τους 4 ιδιοκτήτες οι οποίοι θα έχουν ένα εποπτικό ρόλο ως προς τους τομείς που αναγράφονται.



Διάγραμμα 16: Οργανωτικό Σχέδιο

Ο ανθρώπινος παράγοντας διαδραματίζει βασικό ρόλο στην καθημερινή λειτουργία της καφετέριας, καθώς από αυτόν εξαρτάται η αποτελεσματική διαχείριση και των υπόλοιπων πόρων, οι οποίοι θεωρούνται πρόσθετοι μηχανισμοί για την επιτυχία της. Οπότε, η διοίκηση θα απαρτίζεται από άτομα με δεξιότητες και γνώσεις που θα ευνοήσουν συνάμα την επιλογή του προσωπικού.

Όπως φαίνεται στο *Διάγραμμα 16*, το Drip N' Bee θα απασχολεί αρχικά δύο άτομα. Όσον αφορά τα κανάλια διανομής και την διαδικασία προώθησης των προϊόντων της καφετέριας, θα εκτελούνται από εξωτερικούς συνεργάτες. Ως εκ τούτου, οι ιδρυτές της επιχείρησης θα κατέχουν εποπτικό ρόλο, με σκοπό την συνεχή εξασφάλιση της ομαλής λειτουργίας της καφετέριας. Οι τέσσερις συνιδρυτές, κατέχουν αρκετά χρόνια εμπειρίας σε διάφορους τομείς, όπως τον τραπεζικό, τον ασφαλιστικό, τις πωλήσεις και τις υπηρεσίες. Στον παρακάτω πίνακα (*Πίνακας 1*) παρουσιάζεται συνοπτικά το προφίλ των ατόμων που απαρτίζουν τη διοικητική ομάδα.

Διοικητική Ομάδα

| ΌΝΟΜΑ | ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ | ΘΕΣΗ | ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ |
|--------------------------|----------------------------------|--------------------------|---|
| Κωνσταντίνος Νεοφύτου | BSc in Mechanical Engineering | Υπεύθυνος | Καθοδήγηση και συντονισμός όλων των δραστηριοτήτων |
| Μαρία Χριστοδούλου | BSc in Finance | Σύμβουλος Λογιστηρίου | Σύμβουλος στη διαχείριση εσόδων-εξόδων- cash flow |
| Αναστάσιος Καλλινίκου | BSc in Mechanical Engineering | Σύμβουλος Προμηθειών | Σύμβουλος στη διαχείριση προμηθειών (Procurement) – παραγγελίες |
| Τέρψια Παπαϊωάννου | BSc in Psychology | Σύμβουλος Μάρκετινγκ | Προβολή και προώθηση της καφετέριας μέσω διαφόρων μέσων |

Πίνακας 1: Διοικητική Ομάδα

Κωνσταντίνος Νεοφύτου (Υπεύθυνος): Υπεύθυνος για τον συντονισμό όλων των δραστηριοτήτων του Drip N' Bee. Θα έχει άμεση σχέση με τις λογιστικές εργασίες καθώς και με ότι αφορά τις προμήθειες και τις παραγγελίες. Επίσης, στο ξεκίνημα των δραστηριοτήτων της καφετέριας, θα αναλάβει την εκπαίδευση των δυο μπαρίστα που θα πλαισιώσουν αρχικά την καφετέρια, αφού έχει χρόνια εμπειρίας σε αυτό το χώρο. Ο Κωνσταντίνος, εκτός από την εμπειρία στην παρασκευή καφέ, κατέχει διπλώματα πιστοποιημένα από τον παγκόσμιο οργανισμό SCA. Επίσης, έχει εργαστεί υπεύθυνος τεχνικού τμήματος σε εταιρεία με εξοπλισμό καφετεριών. Αυτό, αποτελεί πλεονέκτημα, καθώς έχει επίγνωση της κατάστασης σε όλους τους τομείς που αφορούν μια καφετέρια.

Μαρία Χριστοδούλου (Σύμβουλος Λογιστηρίου): Υπεύθυνη για την είσπραξη του ταμείου στο τέλος της ημέρας, την κατάθεση των χρημάτων στην τράπεζα, όπως επίσης και για την ετοιμασία του ταμείου για το ξεκίνημα της επόμενης μέρας. Επιπρόσθετα, θα διατηρεί επικοινωνία με το λογιστικό γραφείο που θα αναλάβει την τήρηση των λογιστικών βιβλίων, τις εκμισθώσεις των

εργαζομένων και γενικά όλα τα έσοδα και έξοδα της καφετέριας. Η Μαρία, έχει εργαστεί στο παρελθόν σε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα. Επίσης, η σπουδή της, την βοηθά στο να μπορεί να έχει τον απόλυτο έλεγχο όσον αφορά τη διαχείριση των οικονομικών ζητημάτων.

Αναστάσιος Καλλινίκου (Σύμβουλος Προμηθειών): Αρμόδιος για την διαχείριση των προμηθειών, την επικοινωνία με τους προμηθευτές και για οτιδήποτε αφορά τις παραγγελίες των πρώτων υλών και προϊόντων του Drip N' Bee. Ο Αναστάσιος, λόγω του ήθους και της τελειομανίας που τον διακατέχει, θα είναι σε θέση να συνάψει συμμαχίες με προμηθευτές, οι οποίες θα είναι εξαιρετικής σημασίας για τη βιωσιμότητα αλλά και την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Τέρψια Παπαϊωάννου (Σύμβουλος Μάρκετινγκ): Υπεύθυνη για τις προωθητικές δραστηριότητες του Drip N' Bee. Στην αρχική φάση, θα είναι εκείνη η οποία θα έρθει σε επικοινωνία με την διαφημιστική εταιρεία για την ετοιμασία της προωθητικής καμπάνιας, με σκοπό ο κόσμος να γνωρίσει την καφετέρια και να δοκιμάσει τον καφέ που θα προσφέρει. Ταυτόχρονα, θα έρχεται χειρίζεται οτιδήποτε σχετικό με διαφήμιση. Η Τέρψια, αποτελεί ένα ενθουσιώδες άτομο, με όρεξη για δουλειά και καινοτόμες ιδέες όσον αφορά το κομμάτι της προώθησης. Είναι το πλέον ιδανικό άτομο, το οποίο μπορεί να βοηθήσει το Drip N' Bee να γίνει ευρέως γνωστό σε όλη την Κύπρο. Σημαντικό παράγοντα αποτελεί, η πολύ καλή σχέση που έχει με όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Η διοίκηση του Drip N' Bee θα αποτελείται ουσιαστικά από τους τέσσερις συνιδρυτές οι οποίοι θα είναι υπεύθυνοι για την λήψη όλων των αποφάσεων που θα αφορούν την λειτουργία του. Είναι λογικό και αναμενόμενο ότι αυτές οι αποφάσεις δεν θα είναι πάντα ομόφωνες γιατί όλοι έχουν το δικό τους σκεπτικό και απόψεις για θέματα που αφορούν την καφετέρια.

Για να καταφέρει το Drip N' Bee να λειτουργήσει αρμονικά, ο τρόπος με τον οποίο θα παίρνονται οι αποφάσεις θα καθοριστεί δημοκρατικά. Στις περιπτώσεις όπου χρειάζεται να αποφασιστεί κάτι που αφορά την λειτουργία της καφετέριας, τα ιδρυτικά μέλη θα προβαίνουν σε ψηφοφορία. Για παράδειγμα, αν τρία από τα τέσσερα μέλη είναι σύμφωνα μεταξύ τους, τότε λόγω δημοκρατίας θα επικρατεί η απόφαση που επέλεξε η πλειοψηφία. Σε περίπτωση όμως που υπάρχει ισοβαθμία, την τελική απόφαση θα την λαμβάνει αποκλειστικά ο διευθυντής.

Πλάνο Προσλήψεων

Η Διοίκηση, προγραμματίζει ενάμιση με δύο μήνες πριν την επίσημη έναρξη λειτουργίας της καφετέριας να αναζητήσει άτομα τα οποία με τη συμβολή τους θα απογειώσουν τη δραστηριοποίηση της. Οπότε, η διαδικασία πρόσληψης και απασχόλησης προσωπικού, θα ξεκινήσει αφού η επιχείρηση αναγνωρίσει τις δυνατότητες και ανάγκες της. Εκτιμάται ότι σε αρχικό στάδιο θα προσληφθούν δύο άτομα για την ικανοποιητική εξυπηρέτηση των πελατών.

Επιλογή Προσωπικού και Πρόσληψη

Οι θέσεις εργασίας θα γνωστοποιούνται και θα περιγράφονται στα ΜΚΔ, σε αναρτήσεις στο «Facebook» και άλλες σελίδες ψηλής επισκεψιμότητας, ώστε να μπορούν οι υποψήφιοι να ενημερώνονται για τα κριτήρια πρόσληψης και να επισυνάπτουν τα βιογραφικά τους. Η μελέτη των βιογραφικών θα πραγματοποιείται από τον υπεύθυνο της καφετέριας, ο οποίος θα καλεί και σε προσωπική συνέντευξη τους επιτυχείς υποψηφίους. Κατά το στάδιο πρόσληψης του προσωπικού, θα γίνεται αξιολόγηση με βάση τις ικανότητες και τις αδυναμίες των υποψηφίων, ώστε να αναγνωρίζονται οι εκπαιδευτικές ανάγκες της καφετέριας. Η επιχείρηση αναζητά άτομα νεαρής ηλικίας μεταξύ 18 (δεκαοκτώ) και 30 (τριάντα) ετών, τα οποία να διαθέτουν δεξιότητες οι οποίες θα ανταποκρίνονται στην πελατοκεντρική προσέγγιση που η καφετέρια θα υποστηρίζει. Η επικοινωνιακή και φιλική προσωπικότητα, η θέληση, ο ενθουσιασμός για εργασία και η συνεχής μάθηση, θεωρούνται απαραίτητα κριτήρια επιλογής. Επιπλέον, είναι καθοριστικής σημασίας για την εικόνα του Drip N' Bee το υπό δοκιμή προσωπικό να χαρακτηρίζεται από ευστροφία, ευγένεια και υψηλή ικανότητα εξυπηρέτησης, αφού η περιεκτική εξυπηρέτηση θεωρείται παράλληλα στοιχείο για τη στρατηγική διαφοροποίησης που ευνοεί το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης. Τέλος, προηγούμενη εμπειρία σε χώρους εστίασης είναι σημαντική, αλλά όχι απαραίτητη αφού στα πλαίσια πρόσληψης και ανάπτυξης προσωπικού θα παρέχεται συστηματική εκπαίδευση.

Εκπαίδευση Προσωπικού

Η εκπαίδευση θεωρείται για τη διοίκηση επένδυση και όχι κόστος. Είναι η βάση για την μετέπειτα επιτυχία μέσω του ανθρώπινου παράγοντα, ο οποίος καθορίζει την ποιότητα της υπηρεσίας, ιδιαίτερα στον τομέα της εστίασης, που πρέπει να παρέχεται η ύψιστη εξυπηρέτηση στον πελάτη. Η εκπαίδευση του προσωπικού, θα ξεκινήσει δύο εβδομάδες προτού το Drip N' Bee ανοίξει επίσημα τις πόρτες του στο κοινό. Στην καφετέρια, η εκπαίδευση θα πραγματοποιείται από τον

υπεύθυνο που με την πολύχρονη προϋπηρεσία του στον τομέα της εστίασης, θα εκπαιδεύσει και θα καταρτίσει άρτια το προσωπικό, το οποίο θα λαμβάνει συνεχή ανατροφοδότηση και θα βρίσκεται υπό δοκιμή για 6 (έξι) μήνες. Το προσωπικό, με την εκπαίδευση αυτή, αναμένεται να είναι σε θέση να:

- Αναπτύξει ικανότητες για την παρασκευή ροφημάτων βάσει συνταγών
- Διαχειρίζεται τις μηχανές καφέ
- Γνωρίζει με λεπτομέρεια τα είδη των ροφημάτων με τα συστατικά τους
- Είναι σε θέση να προτείνει εναλλακτικές λύσεις σε πελάτες που έχουν ιδιαιτερότητες στη διατροφή τους
- Γνωρίζει τους όρους Speciality και καφετέρια 4^{ης} γενιάς, με ότι αυτό συνεπάγεται
- Γνωρίζει με λεπτομέρεια τις διάφορες ποικιλίες καφέ που θα προμηθεύεται η καφετέρια, καθώς και τους τρόπους επεξεργασίας τους αλλά και τα γευστικά χαρακτηριστικά τους
- Έχει την ευθύνη για την καθαριότητα στον χώρο και το μπαρ τηρώντας τους κανόνες υγιεινής
- Εξυπηρετεί με ευλάβεια και όρεξη τους πελάτες.

Ταυτόχρονα με την συστηματική εκπαίδευση, θα δίνεται η ευκαιρία για την συμμετοχή του προσωπικού σε σεμινάρια από τον SCA. Ένας Παγκόσμιος επαγγελματικός, μη κερδοσκοπικός οργανισμός που προσφέρει πιστοποιημένα εκπαιδευτικά προγράμματα από τους SCA «Authorized Trainers», με σκοπό την μετάδοση της έννοιας του Speciality Coffee και τη βελτίωση της ποιότητας του, ενώ αφορά όλους όσους απασχολούνται στη βιομηχανία του καφέ. Δηλαδή «roasters», μπαρίστες, έμπορους καφέ, ιδιοκτήτες καφέ, κατασκευαστές μηχανημάτων κ.λπ. Το πρόγραμμα αποτελείται, από έξι διαφορετικές ενότητες μαθημάτων (introduction to coffee, green coffee, sensory skills, roasting, brewing, barista skills) στις οποίες αντιστοιχούν τρία επίπεδα πιστοποίησης, το βασικό, το μεσαίο και το επαγγελματικό. Οι συμμετέχοντες μπορούν να παρακολουθήσουν την εκπαιδευτική ενότητα που συνδέεται περισσότερο με τις ανάγκες τους και να συγκεντρώσουν πόντους μαζί με το πιστοποιητικό, αφού επιτύχουν στην εξέταση. Με την συγκέντρωση εκατό πόντων οι συμμετέχοντες αποκτούν το SCA «Coffee Skills Diploma» με το οποίο μπορούν να διδάσκουν οι ίδιοι τα προαναφερθέντα διπλώματα (Trainers, 2020).

Επίσης, θα πραγματοποιούνται επισκέψεις και στο Athens Coffee Festival. Μία γιορτή του καφέ που πραγματοποιείται κάθε χρόνο στην τεχνόπολη του Δήμου Αθηνών, και έχει στόχο να ενώσει

την κοινότητα του καφέ (Festival, 2020). Οι παρευρισκόμενοι δοκιμάζουν πολλά είδη καφέ, νέα εργαλεία παρασκευής και παρακολουθούν διαλέξεις σχετικά με τα ροφήματα που τους ενδιαφέρουν. Σκοπός της επέκτασης του προσωπικού και η επένδυση χρόνου σε διαδικασίες πέραν της εκπαίδευσης εντός της καφετέριας, είναι να δικτυωθούν, να εμπνευστούν και να μάθουν πως ο καφές είναι μια φιλοσοφία και όχι απλά ένα ρόφημα που παρασκευάζεται και καταναλώνεται.

Βάσει των πιο πάνω διαδικασιών κατάρτισης και εκπαίδευσης, οι υπάλληλοι θα αισθάνονται μέλη της οικογένειας του Drip N' Bee, υιοθετώντας ως προσωπική τους ευθύνη την επιτυχημένη πορεία της καφετέριας. Τέλος, ο υπεύθυνος της καφετέριας, ανά διαστήματα θα παρακολουθεί επαγγελματικά σεμινάρια που θα αφορούν την διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, τις τεχνικές πωλήσεων και του μάρκετινγκ, αναβαθμίζοντας έτσι τις ήδη υπάρχουσες γνώσεις του.

Πρόγραμμα Ανταμοιβής Υπαλλήλων

Όπως η εκπαίδευση, έτσι και η ανταμοιβή θεωρείται κινητήριο μέσο που συμβάλει στην βελτίωση της παραγωγικότητας των εργαζομένων και στον ενθουσιασμό για εργασία. Οι μισθοί αρχικά θα είναι μέτριοι αλλά ικανοποιητικοί, ενώ στην πορεία θα αυξάνονται αφού υπολογίζεται ότι θα υπάρχει ευελιξία στη βελτίωση τους λόγω της απόκτησης κερδών. Οι αυξήσεις, θα λαμβάνονται υπόψιν χρόνο με το χρόνο ενώ δεν θα σχετίζονται άμεσα με την απόδοση της εταιρείας. Η απόδοση, δεν θα είναι υπεύθυνη για την αύξηση ή μείωση των μισθών αλλά αν είναι μεγάλη, τότε η καφετέρια θα επενδύσει στην πρόσληψη επιπλέον προσωπικού. Εντούτοις, η κίνηση αυτή αφορά τα μελλοντικά σχέδια του Drip N' Bee καθώς στο παρόν στάδιο δεν θα υπάρχουν αυξήσεις ή μειώσεις.

Γεωγραφική Τοποθεσία & Εγκαταστάσεις

Για να αποφασιστεί η τοποθεσία της φυσικής παρουσίας του Drip N' Bee, λήφθηκαν υπόψη οι γνώμες των συμμετεχόντων και δυνητικών πελατών μέσω της έρευνας που πραγματοποιήθηκε, αλλά και μέσα από την επίσκεψη σε αρκετά υποψήφια υποστατικά. Έχουν ληφθεί υπόψη τα τετραγωνικά μέτρα, το ενοίκιο, η ύπαρξη χώρου στάθμευσης, η ύπαρξη αποθηκευτικών χώρων και η προοπτική μεριδίου αγοράς. Έτσι, η καφετέρια αποφασίστηκε να βρίσκεται στην οδό Γρίβα Διγενή. Μια γνωστή οδός του Δήμου Έγκωμης, ψηλής κυκλοφορίας αυτοκινήτων και πεζών, λόγω του μεγάλου αριθμού εταιρειών, γραφείων και διαφόρων καταστημάτων που εδρεύουν εκεί.

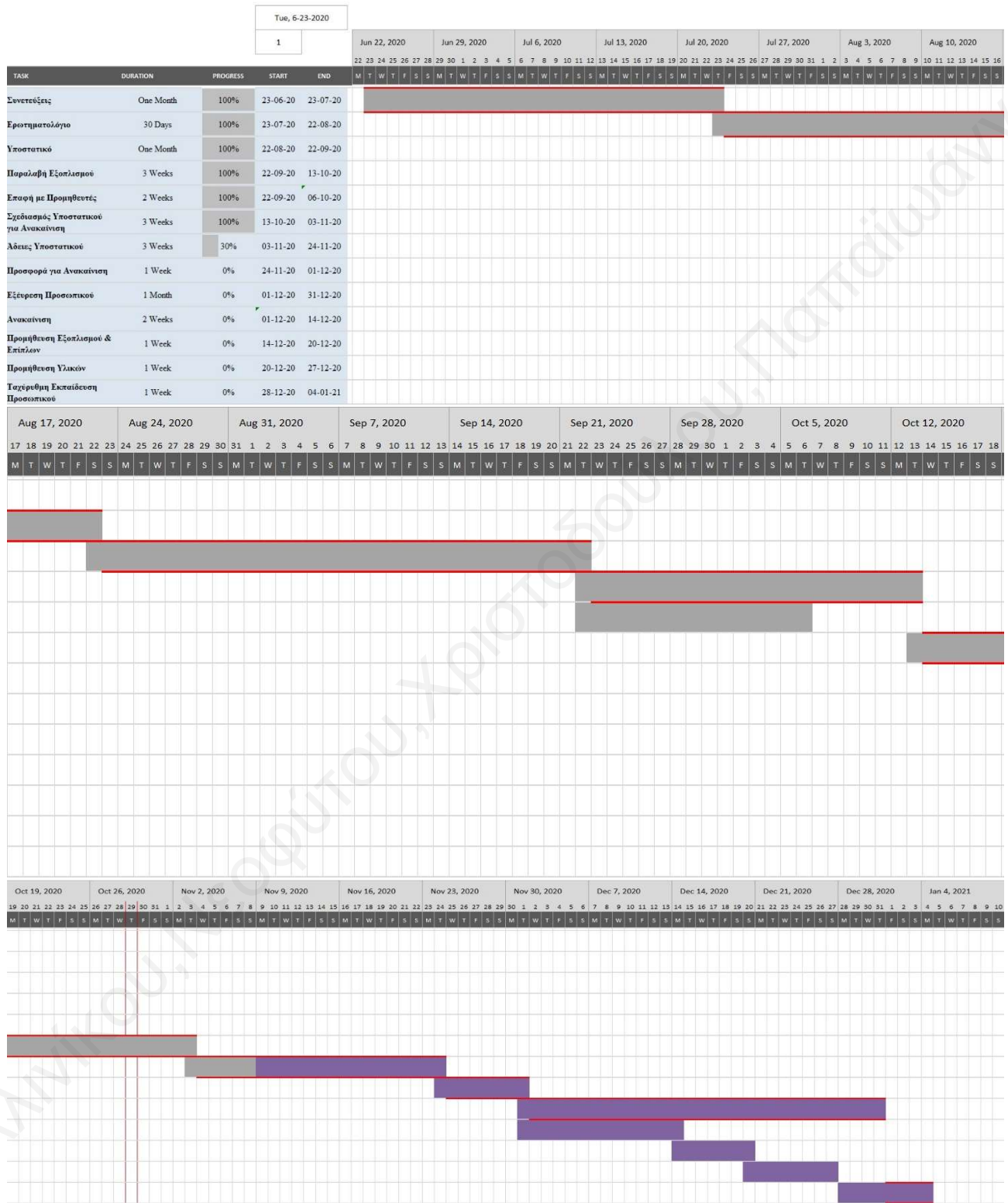
Αποτελεί εξαιρετικό σημείο λόγω της τοποθεσίας του πανεπιστημίου Λευκωσίας και Ευρωπαϊκού πανεπιστημίου, που φιλοξενούν πολλούς φοιτητές από το εξωτερικό οι οποίοι διαμένουν σε εστίες και διαμερίσματα της περιοχής. Επιπρόσθετα, υπάρχουν αρκετοί χώροι στάθμευσης και η πρόσβαση στην καφετέρια είναι εύκολη.

Χρονοδιάγραμμα

Για την επιτυχή παρακολούθηση της προόδου του έργου αλλά και τον επιτυχή προγραμματισμό των ενεργειών που πρέπει να εφαρμοστούν για την πραγματοποίηση της πιο πάνω ιδέας, κατασκευάστηκε ένα διάγραμμα «Gantt» το οποίο παρατίθεται πιο κάτω (*Διάγραμμα 17*). Το διάγραμμα αυτό, λειτουργεί σαν σημαντικό εργαλείο για την χρονική μελέτη του έργου και την χρονική διάρκεια αποπεράτωσης του. Επίσης, στο διάγραμμα αυτό, περιγράφεται η κάθε διεργασία που πρέπει να πραγματοποιηθεί για την υλοποίηση του έργου, η διάρκεια που απαιτείται για την ολοκλήρωσή της, η πρόοδος της εργασίας και η ημερομηνία έναρξης και λήξης. Παράλληλα, οι διεργασίες που έχουν ολοκληρωθεί παρουσιάζονται με γκρίζο χρώμα ενώ οι διεργασίες που πρόκειται να ολοκληρωθούν παρουσιάζονται με μωβ χρώμα. Σε κόκκινο πλαίσιο παρατηρείται η κρίσιμη διαδρομή ολοκλήρωσης του έργου το οποίο ξεκίνησε στις 23/06/2020 και πρόκειται να ολοκληρωθεί στις 04/01/2021.

Drip N' Bee

GANTT CHART



Διάγραμμα 17: Gantt Chart

Ανάλυση Κινδύνων

Κίνδυνος Αγοράς

Λαμβάνοντας υπόψη το χαμηλό κόστος ένταξης στον κλάδο, και το γεγονός ότι υπάρχουν αρκετές αλυσίδες καφετεριών, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα η αγορά να μην λειτουργήσει όπως αναμένεται. Για παράδειγμα, αν μια αλυσίδα γνωστής καφετερίας αγαπητή προς τον κόσμο, ανοίξει πλησίον του Drip N' Bee μια μερίδα πελατών ίσως δείξει την προτίμηση σε αυτή. Επίσης, παρουσιάζεται η πιθανότητα για μιας μικρού μεγέθους καφετερίας να αποκτήσει ένα μερίδιο πελατών προσφέροντας παρόμοια προϊόντα, γεγονός που θα εντείνει τον ανταγωνισμό και θα φέρει απροσδόκητα αποτελέσματα στην λειτουργία της καφετερίας.

Οικονομικός Κίνδυνος

Σήμερα, το οικονομικό περιβάλλον είναι ένας από τους μεγαλύτερους παράγοντες που παίζει ρόλο στην επιβίωση μιας επιχείρησης. Στην Κύπρο, το οικονομικό περιβάλλον είναι χαμηλής εμβέλειας, ωστόσο οι επιχειρήσεις πρέπει να δώσουν έμφαση στο να δημιουργήσουν καλές σχέσεις με τους πελάτες, να διαφοροποιηθούν από τους ανταγωνιστές τους και παράλληλα να δημιουργήσουν αξία.

Ο κυριότερος οικονομικός κίνδυνος για το Drip N' Bee είναι ο κίνδυνος επιβίωσης του, αναλόγως του κεφαλαίου του και τους στόχους πωλήσεων. Κάθε νέο ξεκίνημα είναι δύσκολο, και στα αρχικά στάδια χρειάζονται πολλές θυσίες. Συγκεκριμένα, το πρώτο έτος, οι πωλήσεις υπολογίζονται γύρω στις €80000, ενώ το κεφάλαιο που θα διατεθεί από ίδια κεφάλαια ανέρχεται στις €50000.

Ο κορονοϊός εισήλθε στις ζωές μας από τις αρχές του 2020. Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας, το εμβόλιο για την αντιμετώπιση του θα καθυστερήσει, αφού οι κλινικές μελέτες δεν έχουν εφεύρει ακόμη εμβόλιο το οποίο να είναι αποτελεσματικό εκατό τοις εκατό.

Αυτή η δήλωση του Παγκοσμίου Οργανισμού Υγείας δυστυχώς δεν επηρεάζει μόνο την υγεία αλλά και την οικονομία. Συγκεκριμένα, όπως αναφέρθηκε, ο μεγαλύτερος κίνδυνος για το Drip N' Bee, είναι ο κίνδυνος επιβίωσης του καθώς η ανεργία τους τελευταίους μήνες παρουσιάζει πολύ ψηλά ποσοστά γεγονός το οποίο αποδεικνύει το αντίκτυπο που έχει ο κορονοϊός στην οικονομία.

Νομικοί Κίνδυνοι

Οι νομικοί κίνδυνοι που πιθανό να αντιμετωπίσει το Drip N' Bee, είναι η καθυστέρηση έκδοσης των σχετικών αδειών. Αυτό θα επηρεάσει αρνητικά το αρχικό χρονοδιάγραμμα που έχει οριστεί με αποτέλεσμα η έναρξη λειτουργίας της καφετέριας να καθυστερήσει.

Οικονομική Ανάλυση

Στο παρόν κεφάλαιο θα ακολουθήσει οικονομική μελέτη όσον αφορά το κόστος και τα έσοδα της καφετέριας για τα έτη 2021-2025. Η οικονομική μελέτη, αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο για κάθε επιχείρηση ώστε να γίνει μια πιο αντικειμενική πρόβλεψη για την κερδοφορία της, και μετέπειτα τη βιωσιμότητά της. Βασισμένοι λοιπόν στην αρχική οικονομική ανάλυση, οι εκάστοτε υπεύθυνοι της επιχείρησης κάνουν τις ανάλογες κινήσεις ώστε να καταστεί βιώσιμη καθ' όλη τη διάρκεια λειτουργίας της.

Στην παρούσα μελέτη θα ακολουθήσουν τρία σενάρια ανάλυσης οικονομικού σχεδιασμού. Το πρώτο σενάριο βασίζεται σε πραγματικά δεδομένα τα οποία έχουν συλλεχθεί μετά από επικοινωνία με ιδιοκτήτες υφιστάμενων καφεστιατορίων. Το σενάριο αυτό, μπορεί να χαρακτηριστεί ως ρεαλιστικό καθώς τα δεδομένα που συλλέχθηκαν και καταχωρήθηκαν είναι άμεσα συσχετιζόμενα με άλλες συναφή νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις. Το δεύτερο σενάριο που αναλύθηκε, αποτελεί την χειρότερη δυνατή περίπτωση του οικονομικού σχεδιασμού στην οποία τα έσοδα που λήφθηκαν υπόψη είναι πολύ χαμηλότερα από την ρεαλιστική περίπτωση. Αντιθέτως, στην τρίτη περίπτωση η οποία αποτελεί και την βέλτιστη, λήφθηκαν υπόψη δεδομένα πολύ καλύτερα από την ρεαλιστική περίπτωση.

Και στις τρεις περιπτώσεις παρατηρείται πως το Drip N' Bee παρουσιάζει κερδοφορία μέσα από ένα χρονικό διάστημα, το οποίο όμως σε κάθε σενάριο διαφέρει. Θα πραγματοποιηθεί εκτενέστερη επεξήγηση των τριών πιο πάνω περιπτώσεων στην συνέχεια.

Χρηματοδότηση

Όπως φαίνεται από το διάγραμμα που ακολουθεί (*Διάγραμμα 18*), οι ιδρυτές της εταιρείας θα επενδύσουν το 100% της αρχικής επένδυσης. Το ποσό αυτό ανέρχεται στις 50,000 ευρώ. Για την υλοποίηση του πιο πάνω πλάνου και της δημιουργίας της καφετέριας δεν είναι απαραίτητη δανειοδότηση καθώς θα χρηματοδοτηθεί αποκλειστικά από τους τέσσερις μετόχους όπως φαίνεται και από το σχετικό διάγραμμα που ακολουθεί. Δεν θα αναζητηθούν πόροι από Business Angels ή

Venture Capitals, καθώς το αρχικό ποσό που χρειάζεται για την επένδυση δεν θεωρείται τόσο μεγάλο και επομένως δεν υπάρχει λόγος να εμπλακούν περισσότερα άτομα στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρείας. Στο μέλλον, θα γίνει αίτηση για επιδότηση από την ΕΕ όσον αφορά το κονδύλι για τη νεανική επιχειρηματικότητα και αφορά ποσό μέχρι 50,000 ευρώ. Το ποσό αυτό, δεν υπολογίζεται στο αρχικό κεφάλαιο, γιατί εκτός του ότι δεν είναι άμεσα εκμεταλλεύσιμο, υπάρχει και η πιθανότητα να μην εγκριθεί. Επομένως, το συνολικό αρχικό κεφάλαιο της εταιρείας θα είναι 50,000 ευρώ, ποσό το οποίο θα χρησιμοποιηθεί σαν αρχική επένδυση για την δημιουργία της καφετέριας από τα πρώτα στάδια, μέχρι να είναι έτοιμη για παραγωγή. Το ποσό αυτό, αξίζει να σημειωθεί ότι θα χρησιμοποιηθεί με τέτοιο τρόπο, ώστε οι επενδύσεις που θα γίνουν να αποφέρουν κέρδη και σε μακροχρόνιο ορίζοντα, καθώς θα είναι διαχρονικές και ποιοτικές για μεγαλύτερη διάρκεια.



Διάγραμμα 18: Συνολικό Αρχικό Κεφάλαιο

Αρχικές Δαπάνες Ίδρυσης και εγκατάστασης

Για την υλοποίηση και εφαρμογή της ιδέας, υπολογίζονται κάποιες αρχικές δαπάνες, οι οποίες έχουν σαν βασικό κόστος αυτά που ακολουθούν στο σχετικό πίνακα (**Πίνακας 2**). Οι δαπάνες αυτές, είναι αντικειμενικές, όμως θα εξαρτηθούν από τις κυμαινόμενες τιμές της αγοράς. Συνεπώς αυτά μπορούν να ανατραπούν, καθώς δεν μπορεί να θεωρηθεί κάτι δεδομένο, αλλά θεωρείται ότι η μεταβολή που τυχόν να υπάρξει, θα είναι πολύ κοντά στις προβλεπόμενες τιμές οι οποίες έχουν υπολογιστεί. Το συνολικό κόστος επένδυσης, ανέρχεται στα 49,800 ευρώ. Επίσης, έχει υπολογιστεί η περίοδος απόσβεσης για κάθε επένδυση που πρόκειται να γίνει. Για παράδειγμα η αγορά μηχανής εσπρέσο, η οποία πρόκειται να αποσβεστεί μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια

λειτουργίας της καφετέριας. Καθοριστικό ρόλο στο συνολικό κόστος πραγματοποίησης της καφετέριας, διαδραματίζει η μηχανή εσπρέσο και καβουρντίσματος καθώς επίσης και η διαμόρφωση του χώρου. Παρ' όλα αυτά, είναι μια βιώσιμη επένδυση η οποία θα αποδώσει τόσο στο παρόν όσο και στο μέλλον.

| Περιγραφή | Κόστος (σε €) | Περίοδος απόσβεσης (σε έτη) | Συμμετοχή κατηγορίας κόστους στο σύνολο(%) |
|--|---------------|-----------------------------|--|
| Διαμόρφωση χώρων (Πάγκος/Τραπέζια/καρέκλες/Εργασίες) | 16,100 | 10 | 32.3% |
| Fridge/refrigerator/dishwashing/Oven | 3,700 | 10 | 7.4% |
| Espresso Machine (7000) / Roasting machine (10000) | 24,000 | 5 | 48.2% |
| Grinders | 1,500 | 5 | 3.0% |
| Glasses-cups and for kitchen | 400 | | 0.8% |
| Cash machine/printer | 1,500 | 10 | 3.0% |
| Δαπάνες σύστασης εταιρείας (Νομική υποστήριξη) | 600 | | 1.2% |
| Δαπάνες προβολής και προώθησης (Διαφημίσεις) | 300 | | 0.6% |
| Barista tools | 700 | 5 | 1.4% |
| Water system (RO) | 1,000 | 5 | 2.0% |
| Σύνολο | 49,800 | | 100.0% |

Πίνακας 2: Δαπάνες Ίδρυσης και Εγκατάστασης

Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης και Ισολογισμού

Από τις οικονομικές καταστάσεις, διαφαίνεται ότι η εταιρεία έχει πολύ υψηλό κόστος από λειτουργικές δραστηριότητες με κύριο κόστος το μισθολόγιο. Με τα έσοδα των χρόνων, η εταιρεία φαίνεται ότι θα καρποφορήσει από την πρώτη χρονιά λειτουργίας της, όπως φαίνεται και από την κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσης και ισολογισμού. Στα παραρτήματα, μπορούν να εντοπιστούν οι πίνακες (Πίνακας 9, Πίνακας 10, Πίνακας 11, & Πίνακας 12) οι οποίοι αφορούν καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης σε ακόμα δύο περιπτώσεις, του χειρότερου σεναρίου και του καλύτερου σεναρίου. Στην περίπτωση χειρότερου σεναρίου, υπολογίζεται ότι δεν χρειάζονται αρχικά δύο εργαζόμενοι στην καφετέρια αλλά ένας. Επίσης, έχει υπολογιστεί η χειρότερη περίπτωση πώλησης ροφημάτων και προϊόντων. Ταυτόχρονα μειώνονται αρκετά τα λειτουργικά έξοδα, ώστε να μπορεί να είναι αντικειμενικά βιώσιμη η καφετέρια. Στην περίπτωση του καλύτερου σεναρίου, έχει υπολογιστεί ότι θα χρειαστούν περισσότεροι εργαζόμενοι, οι οποίοι θα χρειάζεται να καλύπτουν κυρίως τις ώρες αιχμής της καφετέριας. Οι ώρες αιχμής των καφετεριών κυμαίνονται στις 6 (έξι) ώρες ημερησίως. Επομένως, εκείνες τις ώρες θα χρειάζονται περισσότερα από δύο άτομα ώστε να καλυφτούν όλες οι απαιτήσεις και ανάγκες των πελατών. Με την αύξηση των εσόδων, έχει υπολογιστεί και η αύξηση των λειτουργικών εξόδων. Όπως μπορεί να διακριθεί από

τους πίνακες, η καφετέρια και στις 3 (τρεις) περιπτώσεις φαίνεται να ανταπεξέρχεται των εξόδων της, αλλά με διαφορετικό ρυθμό.

Στην περίπτωση του καλύτερου σεναρίου, στην οποία βασίζεται και η μελέτη, παρατηρείται ότι στο πρώτο έτος υπάρχει ένα σύνολο κύκλου εργασιών της τάξης των 110,642 ευρώ. Το κόστος των πωληθέντων ανέρχεται στις 22,907 ευρώ. Το μεγαλύτερο κόστος για την λειτουργία της καφετέριας αποτελεί το μισθολόγιο, το οποίο από το πρώτο έτος ανέρχεται στις 30,800 ευρώ. Στο τέλος του πρώτου αυτού έτους λειτουργίας παρουσιάζεται κερδοφορία ύψους 20,974 ευρώ. Στο πέμπτο έτος λειτουργίας της καφετέριας παρουσιάζεται μια δραματική αύξηση των εσόδων τα οποία ανέρχονται στις 192,432 ευρώ, με κόστος πωληθέντων στα 39,738 ευρώ όπως φαίνεται και στον πιο κάτω πίνακα (**Πίνακας 3**). Το μισθολόγιο σε σχέση με το πρώτο έτος έχει διπλασιαστεί, όπως επίσης και το κέρδος. Όσον αφορά την κατάσταση ταμειακών ροών, οι συσσωρευτικές ταμειακές ροές μέχρι το έτος 2025 ανέρχονται στις 184,770 ευρώ (**Πίνακας 5**).

| | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Σύνολο Κύκλου εργασιών | 110,642 | 121,485 | 133,633 | 160,360 | 192,432 |
| Μείον Κόστος Πωληθέντων | 22,907 | 25,198 | 27,718 | 33,261 | 39,738 |
| Μεικτό Κέρδος Εκμετάλλευσης | 87,735 | 96,287 | 105,916 | 127,099 | 152,694 |
| Μείον Δαπάνες Προσωπικού | 30,800 | 31,600 | 43,720 | 60,604 | 65,025 |
| Μείον Λειτουργικές Δαπάνες | 18,340 | 19,120 | 21,322 | 22,266 | 24,836 |
| Μείον Δαπάνες Μεταφοράς | | 400 | 400 | 532 | 532 |
| Μείον Δαπάνες Προώθησης | 2,050 | 750 | 750 | 750 | 750 |
| Μείον Λοιπές Δαπάνες | 3,944 | 4,138 | 4,352 | 4,587 | 4,846 |
| Συν Άλλο Λειτουργικό Εισόδημα | | 500 | 700 | 800 | 1,000 |
| Αποτέλεσμα προ Τόκων, Φόρων & Αποσβέσεων | 32,601 | 40,779 | 36,072 | 39,160 | 57,705 |
| Μείον Αποσβέσεις | 7,370 | 7,370 | 7,370 | 7,370 | 7,370 |
| Αποτέλεσμα προ Τόκων & Φόρων | 25,231 | 33,409 | 28,702 | 31,790 | 50,335 |
| Μείον Τόκοι Δανείων | | | | | |
| Μείον Δικαιώματα Εκμετάλλευσης | | | | | |
| Αποτέλεσμα προ φόρων | 25,231 | 33,409 | 28,702 | 31,790 | 50,335 |
| Μείον Φόρος Εισοδήματος | 3,154 | 4,176 | 3,588 | 3,974 | 6,292 |
| Αποτέλεσμα μετά φόρων | 22,077 | 29,233 | 25,114 | 27,816 | 44,043 |
| Μερίσματα | 1,104 | 1,462 | 1,256 | 1,391 | 2,202 |
| Αποθεματικά | 20,974 | 27,771 | 23,858 | 26,425 | 41,841 |

Πίνακας 3: Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης

| Ενεργητικό | | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---------------------------------|-----------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|
| Πάγια | | 42,430 | 35,060 | 27,690 | 20,320 | 12,950 |
| | Τιμές κτίσης | 49,800 | 49,800 | 49,800 | 49,800 | 49,800 |
| | Αποσβέσεις | 7,370 | 14,740 | 22,110 | 29,480 | 36,850 |
| Αποθέματα | | | | | | |
| | Α υλών & Εμπορευμάτων | 1,231 | 1,354 | 1,489 | 1,787 | 2,132 |
| | Προϊόντων | | | | | |
| Απαιτήσεις από πελάτες | | | | | | |
| Ταμείο | | 28,328 | 63,448 | 94,652 | 128,396 | 177,556 |
| Σύνολο | | 71,989 | 99,861 | 123,831 | 150,502 | 192,638 |
| Παθητικό και Καθαρή Θέση | | | | | | |
| Ίδια Συμμετοχή | | 70,974 | 98,745 | 122,603 | 149,028 | 190,869 |
| | Μετοχικό Κεφάλαιο | 50,000 | 70,974 | 98,745 | 122,603 | 149,028 |
| | Αποθεματικά | 20,974 | 27,771 | 23,858 | 26,425 | 41,841 |
| | Ζημιές | | | | | |
| Δάνεια | | | | | | |
| Πιστώσεις από Προμηθευτές | | 1,015 | 1,117 | 1,229 | 1,474 | 1,769 |
| Σύνολο | | 71,989 | 99,861 | 123,831 | 150,502 | 192,638 |
| control check | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Πίνακας 4: Ισολογισμοί

| Έτος | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|--|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| από λειτουργικές δραστηριότητες | | 29,232 | 36,581 | 32,460 | 35,134 | 51,363 |
| Κέρδη προ τόκων και φόρων + Αποσβέσεις | | 32,601 | 40,779 | 36,072 | 39,160 | 57,705 |
| Μείον τόκοι έξοδα και δικαιώματα εκμετάλλευσης | | | | | | |
| Μείον φόρος εισοδήματος | | 3,154 | 4,176 | 3,588 | 3,974 | 6,292 |
| Μείον αύξηση αποθεμάτων | | 1,231 | 123 | 135 | 298 | 345 |
| Μείον αύξηση εισπρακτέων | | | | | | |
| Συν αύξηση πληρωτέων | | 1,015 | 102 | 112 | 246 | 295 |
| από επενδυτικές δραστηριότητες | | | | | | |
| Μείον αύξηση παγίων | | | | | | |
| από χρηματοοικονομικές δραστηριότητες | | -1,104 | -1,462 | -1,256 | -1,391 | -2,202 |
| Μείον μερίσματα | | 1,104 | 1,462 | 1,256 | 1,391 | 2,202 |
| Αύξηση δανείων | | | | | | |
| Αρχικά κόστη και χρηματοδότηση | | | | | | |
| Ίδια συμμετοχή | 50,000 | | | | | |
| Δάνεια | | | | | | |
| Δαπάνες επένδυσης | 49,800 | | | | | |
| Καθαρές επίσεις ταμειακές ροές | | 28,128 | 35,119 | 31,205 | 33,743 | 49,161 |
| Σωρευτικές ταμειακές ροές | 200 | 28,328 | 63,448 | 94,652 | 128,396 | 177,556 |
| Ελεύθερες ταμειακές ροές προ δανεισμού | | 29,232 | 36,581 | 32,460 | 35,134 | 51,363 |
| Σωρευτικές ελεύθερες ταμειακές ροές προ χρηματοδότησης | | 29,232 | 65,813 | 98,274 | 133,408 | 184,770 |

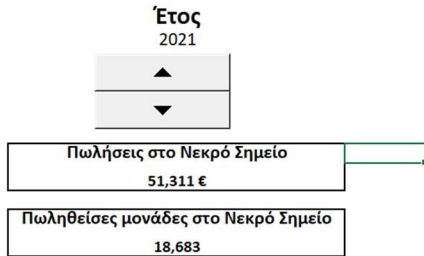
Πίνακας 5: Πίνακας Ταμειακών Ροών

Νεκρό Σημείο Εκμετάλλευσης

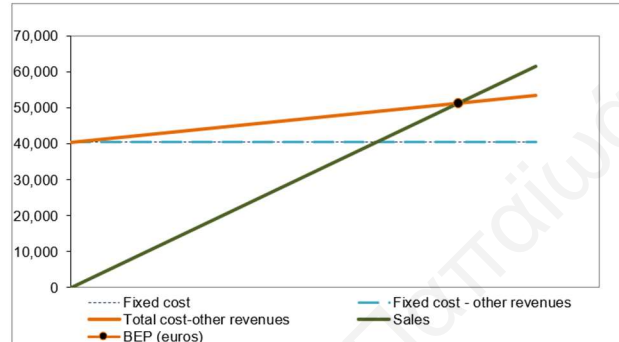
Από τις παρακάτω γραφικές παραστάσεις, διαπιστώνεται ότι η εταιρεία θα έχει κερδοφορία μέσα στο έτος 2021 στην περίπτωση που βασίστηκε η παρούσα εργασία. Στη χειρότερη περίπτωση, θα παρουσιαστεί κερδοφορία μέσα στο έτος 2021 αλλά με πολύ χαμηλότερα έσοδα αλλά ταυτόχρονα με πολύ πιο χαμηλά έξοδα. Στο καλύτερο σενάριο, η καφετέρια έχει κέρδος από το πρώτο έτος λειτουργίας της. Η γραφική παράσταση του νεκρού σημείου εκμετάλλευσης (*Διάγραμμα 21*) απεικονίζει τα συνολικά, μεταβλητά και σταθερά έξοδα, αλλά και τα έσοδα από τις πωλήσεις της εταιρείας. Στο σημείο που τέμνονται, είναι εκεί που τα έσοδα της εταιρείας ισούνται με τα έξοδά της, ποσό το οποίο ανέρχεται στις 69,529 ευρώ, και πωληθείσες μονάδες στις 25,398. Όπως έχει

προαναφερθεί, η εταιρεία θα καρποφορήσει το πρώτο έτος λειτουργίας της αφού θα έχει τζίρο γύρω στις 110,00 ευρώ.

Ανάλυση Νεκρού Σημείου

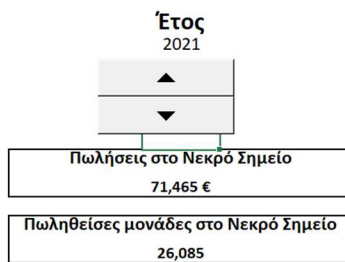


*Οι μονάδες συμπεριλαμβάνουν προϊόντα και εμπορεύματα

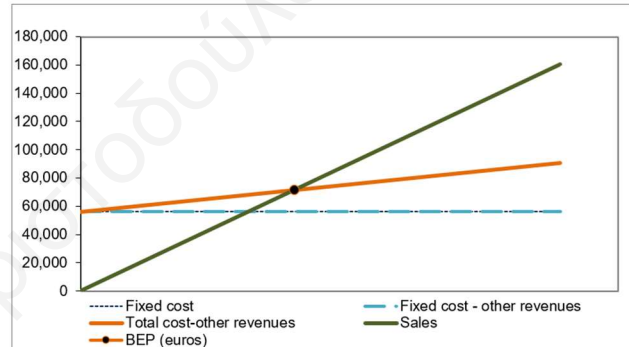


Διάγραμμα 19: Νεκρό Σημείο εκμετάλλευσης χειρότερου σεναρίου

Ανάλυση Νεκρού Σημείου

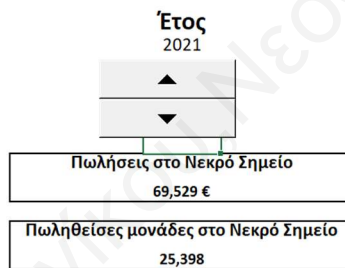


*Οι μονάδες συμπεριλαμβάνουν προϊόντα και εμπορεύματα

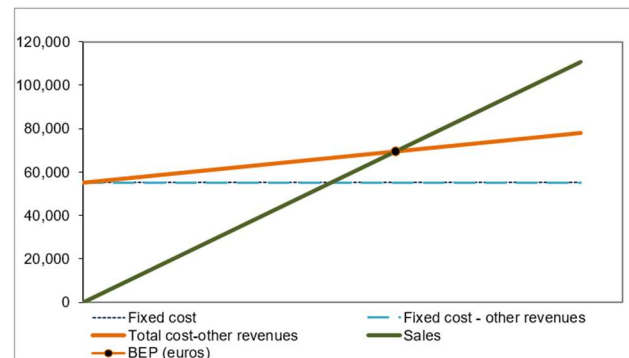


Διάγραμμα 20: Νεκρό Σημείο εκμετάλλευσης καλύτερου σεναρίου

Ανάλυση Νεκρού Σημείου



*Οι μονάδες συμπεριλαμβάνουν προϊόντα και εμπορεύματα



Διάγραμμα 21: Νεκρό Σημείο εκμετάλλευσης μελέτης

Καθαρή παρούσα αξία

Η νεοσύστατη εταιρεία στα πέντε έτη λειτουργίας της υπολογίζεται ότι θα έχει καθαρή παρούσα αξία γύρω στις 70 χιλιάδες ευρώ, ενώ στο μέλλον η εταιρεία θα φτάσει καθαρή παρούσα αξία γύρω στις 218 χιλιάδες ευρώ. Από την ΚΠΑ και τον εσωτερικό βαθμό απόδοσης (79.29%), συμπεραίνεται ότι συμφωνούν για την κερδοφορία και τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Οι επενδυτές θα λάβουν το ποσό που διέθεσαν στην εταιρεία μετά από 1.59 χρόνια.

| | |
|---|----------------|
| Μέσο Σταθμικό Κόστος | 15.00% |
| Καθαρή Παρούσα Αξία - ΚΠΑ (5 έτη) | 70,247 |
| Καθαρή Παρούσα Αξία - ΚΠΑ (∞) | 218,285 |
| Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης (5 έτη) | 61.32% |
| Εσωτερικός Βαθμός Απόδοσης (∞) | 79.29% |
| Παρούσα Αξία της Συνολικής Επένδυσης | 49,800 |
| Περίοδος Επανείσπραξης | 1.59 |

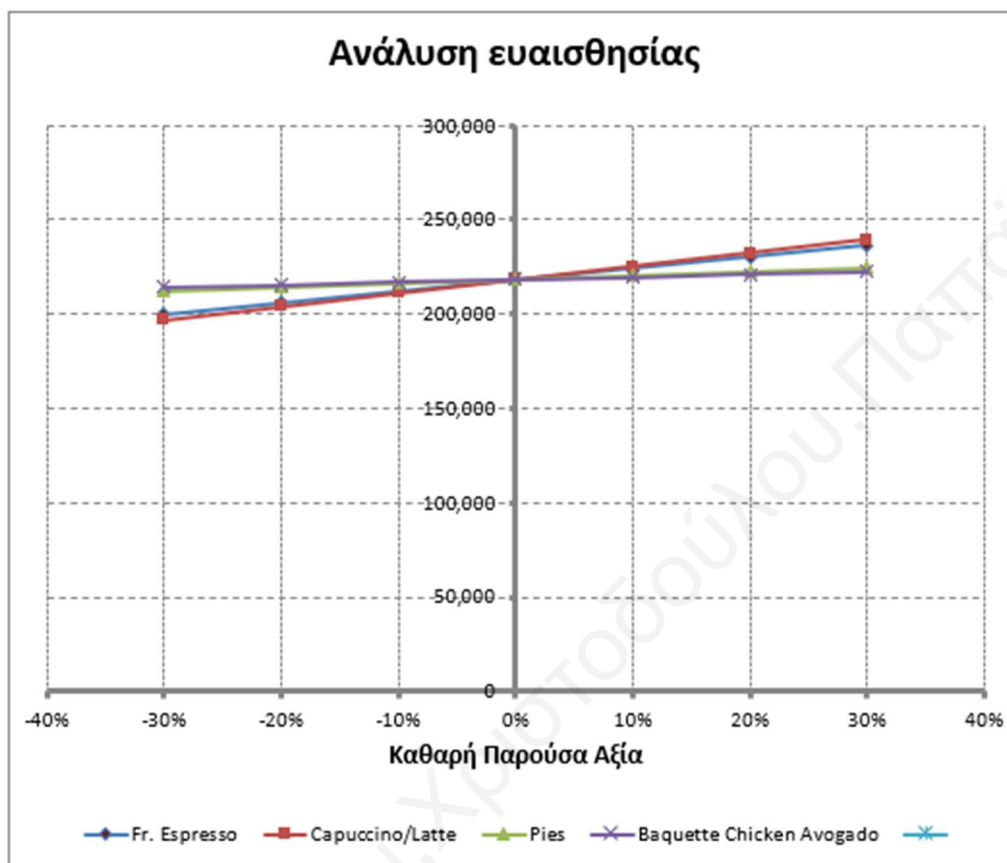
Πίνακας 6: Μέσο Σταθμικό Κόστος

Ανάλυση Ευαισθησίας

Η ανάλυση ευαισθησίας πραγματοποιείται για την σωστή διαχείριση της αβεβαιότητας της τιμής των βασικών προϊόντων που προσφέρει η καφετέρια. Συγκεκριμένα, ανάλυση ευαισθησίας έχει γίνει στα προϊόντα με τη μεγαλύτερη απήχηση, και συνεπώς αυτά που προσδίδουν στην εταιρεία το μεγαλύτερο κέρδος σε σχέση με την καθαρή παρούσα αξία της εταιρείας στο τελικό της στάδιο. Τα προϊόντα αυτά είναι το δημοφιλέστερο ρόφημα, το freddo espresso, αλλά και το cappuccino και latte τα οποία παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση το χειμώνα. Επίσης, πραγματοποιήθηκε ανάλυση ευαισθησίας σε βασικά τρόφιμα όπως οι πίτες που θα προσφέρονται και το «Baguette Chicken Avocado».

Κατά την ανάλυση ευαισθησίας, εξετάζεται αντίστοιχα η μεταβολή της διατιθέμενης ποσότητας των προαναφερθέντων προϊόντων από -30% έως +30% ώστε να παρατηρηθεί η αλλαγή της καθαρής παρούσας αξίας του οργανισμού, όπως φαίνεται στην πιο κάτω γραφική παράσταση (Διάγραμμα 22). Όπως μπορεί να διαπιστωθεί, η μεταβολή της ΚΠΑ σε σχέση με τα δημοφιλέστερα προϊόντα δεν είναι τόσο μεγάλη, συνεπώς μια ενδεχόμενη μεταβολή στις ποσότητες των προϊόντων δεν είναι ικανή να επηρεάσει τη μελλοντική αξία του οργανισμού σε

μεγάλο βαθμό. Συγκεκριμένα, η ΚΠΑ σε σχέση με μια ενδεχόμενη μεταβολή της ποσότητας του freddo espresso μπορεί να μεταβληθεί μέχρι και 18,000.



Διάγραμμα 22: Γραφική Ανάλυση Ευαισθησίας

| | Fr. Espresso | Capuccino/Latte | Pies | ette Chicken Avogado |
|------|--------------|-----------------|---------|----------------------|
| -30% | 200,113 | 197,029 | 212,059 | 214,212 |
| -20% | 206,170 | 204,114 | 214,134 | 215,570 |
| -10% | 212,228 | 211,199 | 216,210 | 216,927 |
| 0% | 218,285 | 218,285 | 218,285 | 218,285 |
| 10% | 224,342 | 225,370 | 220,360 | 219,642 |
| 20% | 230,399 | 232,456 | 222,435 | 221,000 |
| 30% | 236,456 | 239,541 | 224,511 | 222,357 |

Πίνακας 7: Ανάλυση Ευαισθησίας

Ανάλυση Αριθμοδεικτών

Οι αριθμοδείκτες χρησιμοποιούνται για περαιτέρω ανάλυση των οικονομικών καταστάσεων. Με την χρήση τους μπορεί να προσδιοριστεί η ρευστότητα της επιχείρησης, η αποδοτικότητα της αλλά και η βιωσιμότητα της.

Κερδοφορία – Αποδοτικότητα

Το περιθώριο μικτού κέρδους κυμαίνεται και στα πέντε έτη στο ποσοστό 79.3%, όπως παρατηρείται στον πίνακα πιο κάτω (**Πίνακας 8**). Ακολουθώντας, τα καθαρά κέρδη σε σχέση με τις πωλήσεις παρουσιάζουν αυξομείωση καθώς το 2022 αυξάνονται και το 2024 μειώνονται. Εν τέλη το 2025, φαίνεται να είναι στο 23%. Η αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων κατά μέσο όρο ανέρχεται στο 26% όπως και η αποδοτικότητα ενεργητικού μέσα στην πάροδο των πέντε ετών.

Χρηματοοικονομική Μόγλευση & Διάρθρωση Κεφαλαίων

Το σύνολο του ενεργητικού σε σχέση με το σύνολο των ιδίων κεφαλαίων φαίνεται να πλησιάζει κοντά στο 100%, γεγονός το οποίο αποδεικνύει ότι η επιχείρηση αποδίδει ικανοποιητικά.

Ρευστότητα

Ο δείκτης εκμετάλλευσης αναγκαίου κεφαλαίου κίνησης κυμαίνεται κατά μέσο όρο στο 44%, γεγονός το οποίο αποδεικνύει ότι η επιχείρηση είναι ικανή να ανταποκριθεί στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της χωρίς δυσκολίες.

Δραστηριότητα

Οι πωλήσεις σε σχέση με το ενεργητικό όπως παρατηρείται στον πιο κάτω πίνακα (**Πίνακας 8**) βρίσκονται σε πολύ ψηλά επίπεδα. Συγκεκριμένα, με την πάροδο των πέντε ετών, το ποσοστό αυτό μειώνεται ξεκινώντας το 2021 με ποσοστό 153.7% και καταλήγοντας το 2025 σε 99.9%. Η μεταβολή αυτή, δείχνει ότι το ενεργητικό αυξάνεται με μεγαλύτερο ρυθμό σε σχέση με τις πωλήσεις. Η δραστηριότητα μπορεί να χαρακτηριστεί το πρώτο έτος ως υπεραυξημένη ενώ το πέμπτο έτος δείχνει να είναι σε ιδανικά πλαίσια.

Δείκτες Εξέλιξης

Οι αριθμοδείκτες εξέλιξης χρησιμοποιούνται για τη μέτρηση των διαχρονικών μεταβολών της επιχείρησης. Έτσι διαπιστώνεται ο αναπτυξιακός δυναμισμός της. Ο πρώτος δείκτης που αφορά στον «Αριθμοδείκτη Ανάπτυξης Πωλήσεων» όπως διακρίνεται, παρουσιάζει το ποσοστό ανάπτυξης των πωλήσεων από έτος σε έτος. Συγκεκριμένα, από το 2022 που ξεκινά η καφετέρια να αποκτά έσοδα, παρατηρείται οι πωλήσεις να ακολουθούν μια ανοδική πορεία μέχρι και το 2025. Η βελτίωση της απόδοσης των πωλήσεων, θεωρείται ως μια ικανή και απαραίτητη συνθήκη που συμβάλλει στη γενικότερη ανάπτυξη της επιχείρησης. Επιπρόσθετα ο «Αριθμοδείκτης Ανάπτυξης Καθαρών κερδών» παρουσιάζει το ποσοστό ανάπτυξης των καθαρών κερδών από έτος σε έτος και τη μακροχρόνια βιωσιμότητα της καφετέριας (Γεώργιος, 2020).

| ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΩΝ | ΕΤΟΣ | | | | |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Κερδοφορία-Αποδοτικότητα | | | | | |
| Μικτού περιθωρίου ή περιθωρίου μικτού κέρδους (Gross Profit margin) = Μικτά Κέρδη / Πωλήσεις | 79.3% | 79.3% | 79.3% | 79.3% | 79.3% |
| Καθαρού περιθωρίου ή περιθωρίου καθαρού κέρδους (Net Profit margin) = Καθαρά Κέρδη / Πωλήσεις | 20.0% | 24.1% | 18.8% | 17.3% | 22.9% |
| Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων (Return on Equity – ROE) = Καθαρά Κέρδη / Ίδια Κεφάλαια | 31.1% | 29.6% | 20.5% | 18.7% | 23.1% |
| Αποδοτικότητας Ενεργητικού (Return on Assets- ROA) = Καθαρά Κέρδη / Σύνολο Ενεργητικού | 30.7% | 29.3% | 20.3% | 18.5% | 22.9% |
| Χρηματοοικονομική Μόχλευση & Διαρθρωση Κεφαλαίων | | | | | |
| Δανειακών κεφαλαίων (debt ratio) = Συνολικές Υποχρεώσεις / Σύνολο Ενεργητικού | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| Δείκτης Παγιοποίησης Περιουσίας = Πάγια Περιουσιακά Στοιχεία / Σύνολο Ενεργητικού | 58.9% | 35.1% | 22.4% | 13.5% | 6.7% |
| Δείκτης Χρηματοοικονομικής Μόχλευσης = Σύνολο Ενεργητικού / Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων | 98.6% | 98.9% | 99.0% | 99.0% | 99.1% |
| Δανειακά προς ίδια κεφάλαια (debt to equity ratio) = Συνολικές Υποχρεώσεις / Ίδια Κεφάλαια | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| Ρευστότητα | | | | | |
| Συνολικής ρευστότητας (Current Ratio) = Κυκλοφορούν Ενεργητικό / Τρέχουσες Υποχρεώσεις | Unavailable | Unavailable | Unavailable | Unavailable | Unavailable |
| Δείκτης Εκμετάλλευσης Αναγκαίου Κεφαλαίου Κίνησης = Πωλήσεις / Αναγκαίο Κεφάλαιο Κίνησης | 44.60 | 47.86 | 42.30 | 40.50 | 44.67 |
| Πραγματικής ρευστότητας (Acid-Test Ratio) = (Κυκλοφορούν Ενεργητικό – Αποθέματα) / Τρέχουσες Υποχρεώσεις | Unavailable | Unavailable | Unavailable | Unavailable | Unavailable |
| Δραστηριότητα | | | | | |
| Κυκλοφοριακή ταχύτητα ενεργητικού (turnover ratio) = Πωλήσεις / Σύνολο Ενεργητικού | 153.7% | 121.7% | 107.9% | 106.5% | 99.9% |
| Δείκτες Εξέλιξης | | | | | |
| Δείκτης Ανάπτυξης Πωλήσεων = (Πωλήσεις τρέχουσας - προηγούμενης) / προηγούμενης χρήσης | | 9.8% | 10.0% | 20.0% | 20.0% |
| Δείκτης Ανάπτυξης Καθαρών Κερδών = (Καθαρά Κέρδη τρέχουσας - προηγούμενης) / προηγούμενης χρήσης | | 32.4% | -14.1% | 10.8% | 58.3% |

Πίνακας 8: Χρηματοοικονομικοί Αριθμοδείκτες

Σύνοψη

Εν κατακλείδι, μέσα από όλες τις παραμέτρους που μελετήθηκαν κατά την εκτέλεση του επιχειρηματικού πλάνου προκύπτουν μερικά συμπεράσματα. Τα ευρήματα από την μελέτη της αγοράς σε συνδυασμό με την έρευνα του ερωτηματολογίου επισημαίνουν ότι η επιχειρηματική ιδέα διατηρεί προοπτικές ανάπτυξης και διαρκούς επιτυχίας. Η ύπαρξη καφετεριών παρόμοιας φιλοσοφίας είναι γεγονός και νέες ιδέες για την λειτουργία διαφόρων επιχειρήσεων θα υπάρχουν πάντοτε στον χώρο της εστίασης. Παρόλα αυτά όμως, η ανάγκη των ανθρώπων για κάτι το καινούργιο, το διαφορετικό σε συνδυασμό με την επιθυμία για προσφορά αξίας προς αυτούς δίνει το κίνητρο στο Drip N' Bee για διαφοροποίηση μέσα από τον ανταγωνισμό. Επιπρόσθετα, η οικονομική ανάλυση που πραγματοποιήθηκε στο επιχειρηματικό πλάνο για τα επόμενα πέντε έτη αποδεικνύει συνοπτικά ότι τα αποτελέσματα είναι ικανοποιητικά, ενώ οδηγούν σε κερδοφορία και βιωσιμότητα την επιχείρηση, αφού από το πρώτο έτος παρατηρούνται καθαρά κέρδη. Τα υπολογισθέντα κέρδη είναι αποδεκτά αλλά όχι υπερβολικά, ωστόσο αυξάνονται με την πάροδο του χρόνου, γεγονός που λειτουργεί ως κινητήρια δύναμη για την μετέπειτα ανάπτυξη του Drip N' Bee. Η επιχείρηση εστιάζει κυρίως στην καινοτομία της για τον καφέ τέταρτης γενιάς και στις διατροφικά αποδεκτές προτιμήσεις για τα σνακ που πρόκειται να προσφέρει. Παράλληλα, η έμφαση στην ποιότητα, την εξυπηρέτηση και τη σχέση με τους δυνητικούς πελάτες θεωρούνται τα ισχυρά στοιχεία που θα την διαφοροποιήσουν από τους ανταγωνιστές της. Εν τούτοις, οι προκλήσεις, οι κίνδυνοι, οι αλλαγές του τρόπου ζωής και η είσοδος νέων ανταγωνιστών στον κλάδο είναι αναπόφευκτα στοιχεία. Ολοκληρώνοντας, βάση των αποτελεσμάτων που εξήλθαν από την διεξαγωγή της πιο πάνω επιχειρηματικής μελέτης, φαίνεται ότι η αγορά στον τομέα αυτό ενθαρρύνει την προσθήκη ακόμη μιας καφετέριας, η οποία με τη διαφοροποίηση της, θα μπορεί να αποκτήσει ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και κατά συνέπεια ένα σεβαστό μερίδιο της αγοράς. Η εξαγωγή λοιπόν, ρεαλιστικών συμπερασμάτων για να αποφασιστεί αν συμφέρει η υλοποίηση της ιδέας ή όχι, αλλά και η αξιολόγηση όλων των άμεσα σχετικών παραμέτρων που επηρεάζουν το Drip N' Bee, φανερώνουν ότι η ιδέα είναι εφικτό να υλοποιηθεί.

Παραρτήματα

| | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Σύνολο Κύκλου εργασιών | 61,586 | 64,538 | 67,765 | 74,541 | 81,995 |
| Μείον Κόστος Πωληθέντων | 12,996 | 13,645 | 14,328 | 15,760 | 17,279 |
| Μεικτό Κέρδος Εκμετάλλευσης | 48,590 | 50,892 | 53,437 | 58,781 | 64,716 |
| Μείον Δαπάνες Προσωπικού | 16,150 | 15,700 | 16,300 | 16,600 | 16,600 |
| Μείον Λειτουργικές Δαπάνες | 18,340 | 18,730 | 20,484 | 20,913 | 22,897 |
| Μείον Δαπάνες Μεταφοράς | | 250 | 250 | 333 | 333 |
| Μείον Δαπάνες Προώθησης | 2,050 | 750 | 150 | 150 | 150 |
| Μείον Λοιπές Δαπάνες | 3,944 | 4,041 | 4,143 | 4,250 | 4,363 |
| Συν Άλλο Λειτουργικό Εισόδημα | | 500 | 700 | 800 | 1,000 |
| Αποτέλεσμα προ Τόκων, Φόρων & Αποσβέσεων | 8,106 | 11,921 | 12,810 | 17,334 | 21,374 |
| Μείον Αποσβέσεις | 7,370 | 7,370 | 7,370 | 7,370 | 7,370 |
| Αποτέλεσμα προ Τόκων & Φόρων | 736 | 4,551 | 5,440 | 9,964 | 14,004 |
| Μείον Τόκοι Δανείων | | | | | |
| Μείον Δικαιώματα Εκμετάλλευσης | | | | | |
| Αποτέλεσμα προ φόρων | 736 | 4,551 | 5,440 | 9,964 | 14,004 |
| Μείον Φόρος Εισοδήματος | 92 | 569 | 680 | 1,246 | 1,750 |
| Αποτέλεσμα μετά φόρων | 644 | 3,982 | 4,760 | 8,719 | 12,253 |
| Μερίσματα | 32 | 199 | 238 | 436 | 613 |
| Αποθεματικά | 612 | 3,783 | 4,522 | 8,283 | 11,641 |

Πίνακας 9: Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης Χειρότερου σεναρίου

| Ενεργητικό | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Πάγια | 42,430 | 35,060 | 27,690 | 20,320 | 12,950 |
| Τιμές κτίσης | 49,800 | 49,800 | 49,800 | 49,800 | 49,800 |
| Αποσβέσεις | 7,370 | 14,740 | 22,110 | 29,480 | 36,850 |
| Αποθέματα | | | | | |
| Α υλών & Εμπορευμάτων Προϊόντων | 705 | 740 | 777 | 854 | 936 |
| Απατήσεις από πελάτες | | | | | |
| Ταμείο | 8,034 | 19,180 | 31,065 | 46,701 | 65,698 |
| Σύνολο | 51,169 | 54,980 | 59,531 | 67,876 | 79,584 |
| Παθητικό και Καθαρή Θέση | | | | | |
| Ίδια Συμμετοχή | 50,612 | 54,395 | 58,918 | 67,201 | 78,841 |
| Μετοχικό Κεφάλαιο | 50,000 | 50,612 | 54,395 | 58,918 | 67,201 |
| Αποθεματικά | 612 | 3,783 | 4,522 | 8,283 | 11,641 |
| Ζημιές | | | | | |
| Δάνεια | | | | | |
| Πιστώσεις από Προμηθευτές | 557 | 585 | 614 | 675 | 743 |
| Σύνολο | 51,169 | 54,980 | 59,531 | 67,876 | 79,584 |
| <i>control check</i> | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Πίνακας 10: Ισολογισμοί Χειρότερου σεναρίου

| | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Σύνολο Κύκλου εργασιών | 160,634 | 176,349 | 193,984 | 232,781 | 279,337 |
| Μείον Κόστος Πωληθέντων | 34,222 | 37,644 | 41,408 | 49,690 | 59,553 |
| Μικτό Κέρδος Εκμετάλλευσης | 126,413 | 138,706 | 152,576 | 183,091 | 219,785 |
| Μείον Δαπάνες Προσωπικού | 31,050 | 31,900 | 54,940 | 74,008 | 81,050 |
| Μείον Λειτουργικές Δαπάνες | 18,940 | 19,770 | 22,027 | 23,031 | 25,668 |
| Μείον Δαπάνες Μεταφοράς | | 600 | 600 | 798 | 798 |
| Μείον Δαπάνες Προώθησης | 2,050 | 750 | 750 | 750 | 750 |
| Μείον Λοιπές Δαπάνες | 4,200 | 4,420 | 4,662 | 4,928 | 5,221 |
| Συν Άλλο Λειτουργικό Εισόδημα | | 500 | 700 | 800 | 1,000 |
| Αποτέλεσμα προ Τόκων, Φόρων & Αποσβέσεων | 70,173 | 81,766 | 70,297 | 80,376 | 107,298 |
| Μείον Αποσβέσεις | 7,370 | 7,370 | 7,370 | 7,370 | 7,370 |
| Αποτέλεσμα προ Τόκων & Φόρων | 62,803 | 74,396 | 62,927 | 73,006 | 99,928 |
| Μείον Τόκοι Δανείων | | | | | |
| Μείον Δικαιώματα Εκμετάλλευσης | | | | | |
| Αποτέλεσμα προ φόρων | 62,803 | 74,396 | 62,927 | 73,006 | 99,928 |
| Μείον Φόρος Εισοδήματος | 7,850 | 9,299 | 7,866 | 9,126 | 12,491 |
| Αποτέλεσμα μετά φόρων | 54,952 | 65,096 | 55,061 | 63,880 | 87,437 |
| Μερίσματα | 2,748 | 3,255 | 2,753 | 3,194 | 4,372 |
| Αποθεματικά | 52,205 | 61,841 | 52,308 | 60,686 | 83,065 |

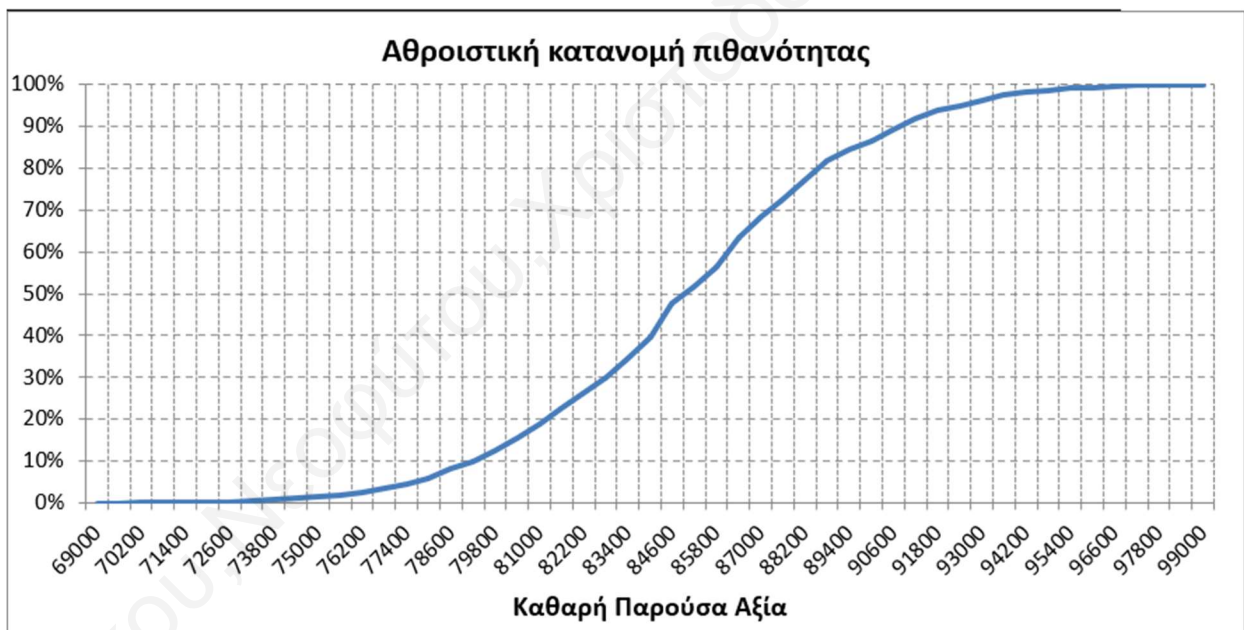
Πίνακας 11: Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσης Καλύτερου Σεναρίου

| Ενεργητικό | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
|----------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Πάγια | 42,430 | 35,060 | 27,690 | 20,320 | 12,950 |
| <i>Τιμές κτίσης</i> | 49,800 | 49,800 | 49,800 | 49,800 | 49,800 |
| <i>Αποσβέσεις</i> | 7,370 | 14,740 | 22,110 | 29,480 | 36,850 |
| Αποθέματα | | | | | |
| <i>Ά υλών & Εμπορευμάτων</i> | 1,868 | 2,055 | 2,261 | 2,713 | 3,250 |
| <i>Προϊόντων</i> | | | | | |
| Απαιτήσεις από πελάτες | | | | | |
| Ταμείο | 59,334 | 128,501 | 188,131 | 256,080 | 346,392 |
| Σύνολο | 103,632 | 165,616 | 218,081 | 279,113 | 362,592 |
| Παθητικό και Καθαρή Θέση | | | | | |
| Ίδια Συμμετοχή | 102,205 | 164,046 | 216,354 | 277,040 | 360,106 |
| <i>Μετοχικό Κεφάλαιο</i> | 50,000 | 102,205 | 164,046 | 216,354 | 277,040 |
| <i>Αποθεματικά</i> | 52,205 | 61,841 | 52,308 | 60,686 | 83,065 |
| <i>Ζημιές</i> | | | | | |
| Δάνεια | | | | | |
| <i>Πιστώσεις από Προμηθευτές</i> | 1,427 | 1,570 | 1,727 | 2,072 | 2,487 |
| Σύνολο | 103,632 | 165,616 | 218,081 | 279,113 | 362,592 |
| <i>control check</i> | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

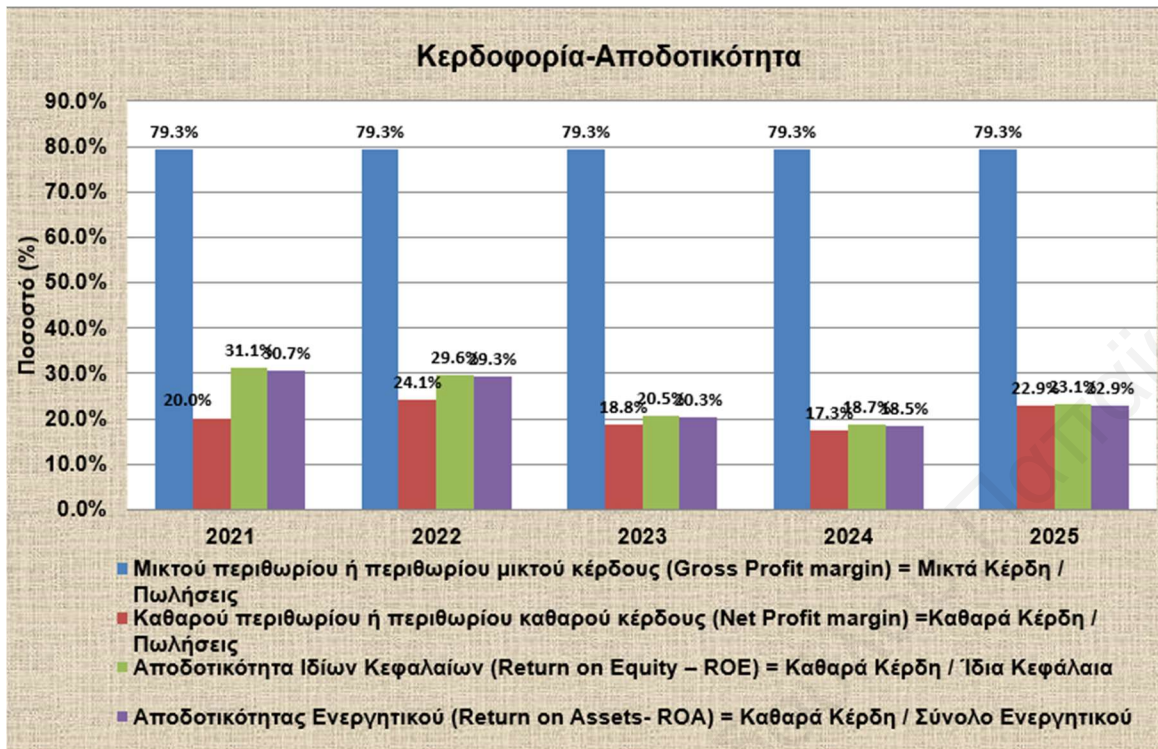
Πίνακας 12: Ισολογισμοί Καλύτερου Σεναρίου



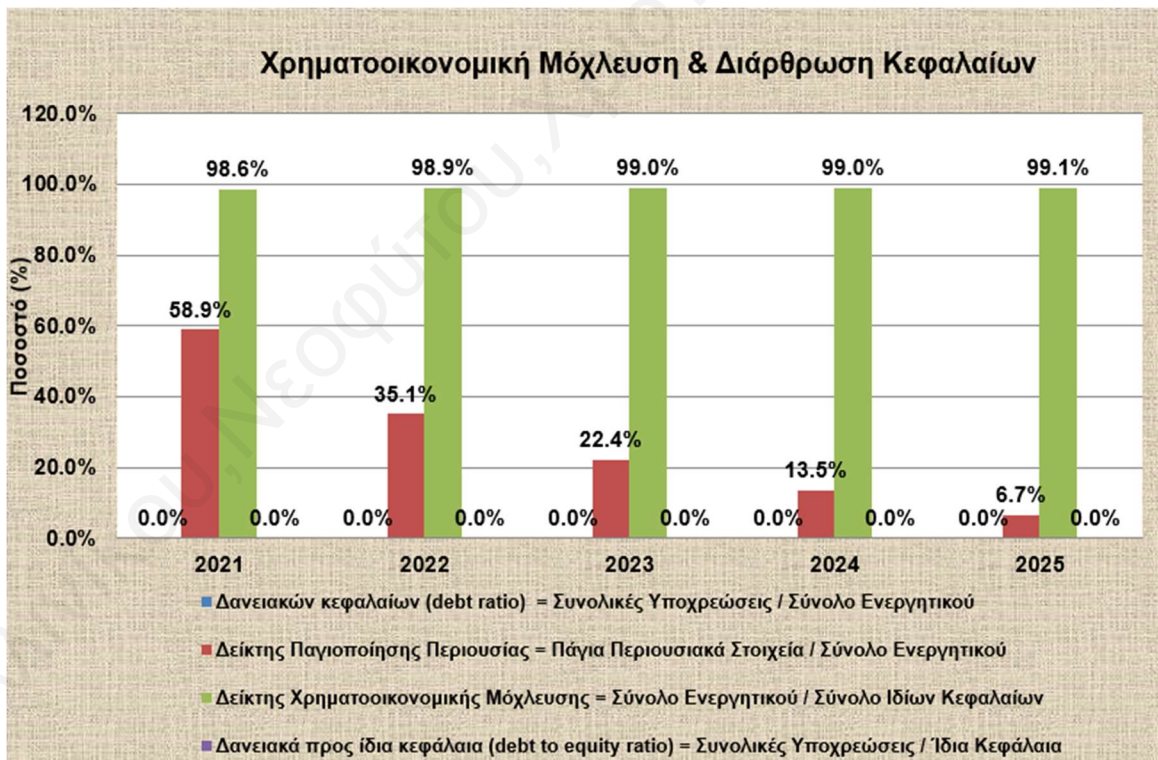
Διάγραμμα 23: Κατανομή Πυκνότητας Πιθανότητας



Διάγραμμα 24: Αθροιστική Κατανομή Πιθανότητας



Διάγραμμα 25: Κερδοφορία - Αποδοτικότητα



Διάγραμμα 26: Χρηματοοικονομική Μόχλευση & Διάρθρωση Κεφαλαίων



Διάγραμμα 27: Δείκτες Εξέλιξης



Διάγραμμα 28: Δείκτης Δραστηριότητας

| Περιγραφή | Δαπάνες (σε €) | | | | |
|---|----------------|---------------|---------------|----------------|----------------|
| | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 2025 |
| Δαπάνες Προσωπικού | 30,800 | 31,600 | 43,720 | 60,604 | 65,025 |
| Labour (2 persons until 2023, 3 persons until 2025) | 28,800 | 30,000 | 31,200 | 45,600 | 47,400 |
| Bonus | | 200 | 200 | 300 | 300 |
| Επιμόρφωση προσωπικού (π.χ. σεμινάρια) | 500 | 400 | 400 | 600 | 600 |
| Λαμβάνες τρίτων (λαοστής, νομικός σύμβουλος) | 1,500 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 |
| Déjeuner | | | 10,920 | 13,104 | 15,725 |
| Άλλες Δαπάνες | | | | | |
| Λειτουργικές Δαπάνες | 18,340 | 19,120 | 21,322 | 22,266 | 24,836 |
| Υδατοπυρήνια | 1,800 | 1,980 | 2,178 | 2,396 | 2,635 |
| ΑΗΚ | 6,000 | 6,600 | 7,280 | 7,986 | 8,785 |
| Τηλέφωνο / Διαδίκτυο | 540 | 540 | 540 | 540 | 540 |
| Ενοίκιο | 9,600 | 9,600 | 10,944 | 10,944 | 12,476 |
| Απρόσμενα έξοδα (Ζημιές) | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| Συντήρηση μηχανών | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| Άλλες Δαπάνες | | | | | |
| Άλλες Δαπάνες | | | | | |
| Δαπάνες Μεταφορών | 0 | 400 | 400 | 532 | 532 |
| Ασφάλεια | | | | | |
| Δαμωμή στα εξωτερικά για σεμινάρια | | 200 | 200 | 266 | 266 |
| Εισιτήρια για σεμινάρια εξωτερικά | | 200 | 200 | 266 | 266 |
| Καύσιμα | | | | | |
| Συντήρηση και επισκευές | | | | | |
| Άλλες Δαπάνες | | | | | |
| Άλλες Δαπάνες | | | | | |
| Δαπάνες Προώθησης | 2,050 | 750 | 750 | 750 | 750 |
| Διαφήμιση | 150 | 150 | 150 | 150 | 150 |
| Συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 |
| Website | 500 | | | | |
| Live Link | 800 | | | | |
| Άλλες Δαπάνες | | | | | |
| Λοιπές Δαπάνες | 3,944 | 4,138 | 4,352 | 4,587 | 4,846 |
| Logistics Import | 1,080 | 1,188 | 1,307 | 1,437 | 1,581 |
| Ασφάλεια | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 |
| Waste | 864 | 950 | 1,045 | 1,150 | 1,265 |
| Subscriptions | 1,200 | 1,200 | 1,200 | 1,200 | 1,200 |
| Σκύβαλλα | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 |
| Άλλες Δαπάνες | | | | | |
| Άλλες Δαπάνες | | | | | |
| Ευπροσώπια | 10,554 | 11,609 | 12,770 | 15,324 | 18,214 |
| | 10,554 | 11,609 | 12,770 | 15,324 | 18,214 |
| Μεταβλητές Δαπάνες | 12,353 | 13,588 | 14,947 | 17,937 | 21,524 |
| Πρώτες Ύλες | 12,353 | 13,588 | 14,947 | 17,937 | 21,524 |
| Άλλες Δαπάνες | | | | | |
| Άλλες Δαπάνες | | | | | |
| Άλλες Δαπάνες | | | | | |
| Σύνολο Σταθερών Δαπανών | 55,134 | 56,008 | 70,544 | 88,739 | 95,989 |
| Σύνολο Σταθερών και Μεταβλητών Δαπανών | 78,041 | 81,206 | 98,262 | 122,000 | 135,727 |

Πίνακας 13: Λειτουργικές Δαπάνες

| Περιγραφή | 2021 | | | 2022 | | | 2023 | | | 2024 | | | 2025 | | | Συμμετοχή Προϊόντος / υπηρεσίας στα Συνολικά Έσοδα (%) | Πωληθείσες μον. προϊόντων - υπηρεσιών |
|---|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|----------------|--------------|---------------|----------------|--------------|---------------|----------------|--------------|--|---------------------------------------|
| | Ποσότητα | Σύνολο | Εξαγωγές (%) | Ποσότητα | Σύνολο | Εξαγωγές (%) | Ποσότητα | Σύνολο | Εξαγωγές (%) | Ποσότητα | Σύνολο | Εξαγωγές (%) | Ποσότητα | Σύνολο | Εξαγωγές (%) | | |
| Espresso (single/double) | 1,728 | 3,974 | | 1,901 | 4,372 | | 2,091 | 4,809 | | 2,509 | 5,771 | | 3,011 | 6,925 | | 5% | 11,240 |
| Short/Long Black | 2,304 | 5,760 | | 2,534 | 6,336 | | 2,788 | 6,970 | | 3,345 | 8,364 | | 4,014 | 10,036 | | 7% | 14,986 |
| Capuccino/Latte | 3,744 | 10,483 | | 4,118 | 11,532 | | 4,530 | 12,680 | | 5,436 | 15,222 | | 6,524 | 18,266 | | 12% | 24,352 |
| Iced latte | 2,016 | 5,645 | | 2,218 | 6,209 | | 2,439 | 6,830 | | 2,927 | 8,196 | | 3,513 | 9,835 | | 7% | 13,113 |
| Fiat White | 2,016 | 5,645 | | 2,218 | 6,209 | | 2,439 | 6,830 | | 2,927 | 8,196 | | 3,513 | 9,835 | | 7% | 13,113 |
| Pour Over | 1,440 | 4,752 | | 1,584 | 5,069 | | 1,742 | 5,576 | | 2,091 | 6,691 | | 2,509 | 8,029 | | 5% | 9,366 |
| Freddo Espresso | 3,456 | 8,640 | | 3,802 | 9,504 | | 4,182 | 10,454 | | 5,018 | 12,545 | | 6,022 | 15,054 | | 10% | 22,479 |
| Freddo Capuccino | 2,304 | 6,451 | | 2,534 | 7,096 | | 2,788 | 7,806 | | 3,345 | 9,367 | | 4,014 | 11,241 | | 7% | 14,986 |
| Cold Flat White/Latte | 4,608 | 12,002 | | 5,069 | 14,193 | | 5,576 | 15,612 | | 6,691 | 18,734 | | 8,029 | 22,481 | | 16% | 29,972 |
| Iced Short/Long Black | 1,440 | 3,600 | | 1,584 | 3,960 | | 1,742 | 4,356 | | 2,091 | 5,227 | | 2,509 | 6,273 | | 4% | 9,366 |
| Cold Brew | 1,440 | 4,752 | | 1,584 | 5,069 | | 1,742 | 5,576 | | 2,091 | 6,691 | | 2,509 | 8,029 | | 5% | 9,366 |
| Lemonade | 964 | 2,160 | | 950 | 2,376 | | 1,045 | 2,614 | | 1,255 | 3,136 | | 1,505 | 3,764 | | 2% | 6,820 |
| Fresh Juice | 1,728 | 5,184 | | 1,901 | 5,322 | | 2,091 | 5,854 | | 2,509 | 7,025 | | 3,011 | 8,430 | | 6% | 11,240 |
| Cocoa | 1,152 | 3,226 | | 1,267 | 3,548 | | 1,394 | 3,903 | | 1,673 | 4,684 | | 2,007 | 5,620 | | 4% | 7,493 |
| Tea (HOT/COLD) | 1,440 | 3,600 | | 1,584 | 4,435 | | 1,742 | 4,879 | | 2,091 | 5,854 | | 2,509 | 7,025 | | 5% | 9,366 |
| Τελικό Σύνολο Πωληθένων Προϊόντων σε € | 31,880 | 86,774 | | 34,848 | 95,230 | | 38,333 | 104,753 | | 45,999 | 125,704 | | 55,199 | 150,844 | | 100% | 206,059 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | 565,306 |

Πίνακας 14: Συνολικές Πωλήσεις από Παραχθέντα Προϊόντα

| Περιγραφή | 2021 | | | 2022 | | | 2023 | | | 2024 | | | 2025 | | | Συμμετογή Εμπορεύματος στα Συνολικά Έσοδα (%) | Πωληθείσες μον. εμπορευμάτων |
|---|--------------|---------------|--------------|--------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|--------|---------------|---------------|--------|--------------|---|------------------------------|
| | Ποσότητα | Σύνολο | Εξαγωγές (%) | Ποσότητα | Σύνολο | Εξαγωγές (%) | Ποσότητα | Σύνολο | Εξαγωγές (%) | Ποσότητα | Σύνολο | Εξαγωγές (%) | Ποσότητα | Σύνολο | Εξαγωγές (%) | | |
| Pies | 1.440 | 3.600 | | 1.584 | 3.960 | | 1.742 | 4.356 | | 5.227 | | 2.509 | 6.273 | | 16% | 9.366 | |
| Single Estate Coffee (250gr) | 36 | 432 | | 40 | 475 | | 44 | 523 | | 627 | | 63 | 753 | | 2% | 234 | |
| Tea Bags (150gr) | 12 | 132 | | 13 | 145 | | 15 | 160 | | 192 | | 21 | 230 | | 1% | 78 | |
| Blend Coffe (1kg) | 36 | 900 | | 40 | 990 | | 44 | 1.089 | | 1.307 | | 63 | 1.568 | | 4% | 234 | |
| Chocolate bars | 144 | 360 | | 158 | 396 | | 174 | 436 | | 523 | | 251 | 627 | | 2% | 937 | |
| Healthy bars | 144 | 403 | | 158 | 444 | | 174 | 488 | | 585 | | 251 | 703 | | 2% | 937 | |
| Desserts | 864 | 2.160 | | 950 | 2.376 | | 1.045 | 2.614 | | 3.136 | | 1.505 | 3.764 | | 9% | 5.620 | |
| Yogi Pot | 864 | 2.765 | | 950 | 3.041 | | 1.045 | 3.345 | | 4.014 | | 1.505 | 4.817 | | 12% | 6.620 | |
| Energy Balls | 1.152 | 1.728 | | 1.267 | 1.901 | | 1.394 | 2.091 | | 2.509 | | 2.007 | 3.011 | | 7% | 7.493 | |
| Cookies | 576 | 1.037 | | 634 | 1.140 | | 697 | 1.256 | | 1.505 | | 1.004 | 1.907 | | 4% | 3.747 | |
| Baquette Cream cheese | 864 | 2.333 | | 950 | 2.566 | | 1.045 | 2.823 | | 3.387 | | 1.505 | 4.065 | | 10% | 5.620 | |
| Baquette Chicken Avocado | 1.440 | 4.176 | | 1.584 | 4.594 | | 1.742 | 5.053 | | 6.064 | | 2.509 | 7.276 | | 17% | 9.366 | |
| Baquette Prosciutto | 1.152 | 3.686 | | 1.267 | 4.055 | | 1.394 | 4.461 | | 5.353 | | 2.007 | 6.423 | | 15% | 7.493 | |
| Reusable Cups | 12 | 156 | | 13 | 172 | | 15 | 189 | | 227 | | 21 | 272 | | 1% | 78 | |
| Εμπόρευμα 15 | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Τελικό Σύνολο Πωλήσεων Εμπορευμάτων σε € | 8.736 | 23.868 | | 9.610 | 26.255 | | 10.571 | 28.880 | | 34.656 | | 15.222 | 41.588 | | 100% | 56.822 | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | 155.247 | |

Πίνακας 15: Συνολικές Πωλήσεις Εμπορευμάτων

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Μέρος Α

1. Φύλο

Άρρεν

Θήλυ

2. Ηλικία

15-20 20-30 30-40 45-50 50-60 >60

3. Περιοχή Διαμονής

Έγκωμη

Παλιά Λευκωσία

Κέντρο

Αγλαντζιά

Σταυρού

Στρόβολος

Ακρόπολη

Δασούπολη

Λατσία

Άλλο

ΜΕΡΟΣ Β

4. Έχετε ξανακούσει για Καφετέρια 4^{ης} γενιάς;

Ναι

Όχι

5. Έχετε ξανακούσει για τον Speciality καφέ;

Ναι

Όχι

6. Πόσους καφέδες καταναλώνεται καθημερινά;(Μέχρι μια απάντηση)

1 φλυτζάνι

2 Φλυτζάνια

3 Φλυτζάνια

4 Φλυτζάνια

Περισσότερα από 4 Φλυτζάνια

7.Συνήθως που προτιμάται να απολαμβάνεται τον καφέ σας (Μέχρι δύο απαντήσεις)

Στην καφετέρια

Στη δουλειά

Στο σπίτι

Κυλικείο

Όταν πάτε επίσκεψη σε γνωστούς

Αλλού

8.Σε ποια τοποθεσία σας βολεύει περισσότερο να απολαμβάνεται τον καφέ σας; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία)

Λεωφόρος Γρίβα Διγενή

Λεωφόρος Λάρνακος

| | | | | | |
|----------------------------|----------|------|--------|--------|---------|
| Τιμή καφέ-προϊόντων | Ελάχιστη | Λίγη | Μέτρια | Αρκετή | Μέγιστη |
| Περιβάλλον | Ελάχιστη | Λίγη | Μέτρια | Αρκετή | Μέγιστη |
| Τοποθεσία | Ελάχιστη | Λίγη | Μέτρια | Αρκετή | Μέγιστη |
| Εξυπηρέτηση | Ελάχιστη | Λίγη | Μέτρια | Αρκετή | Μέγιστη |
| Ποιότητα Ροφήματος | Ελάχιστη | Λίγη | Μέτρια | Αρκετή | Μέγιστη |
| Μουσική | Ελάχιστη | Λίγη | Μέτρια | Αρκετή | Μέγιστη |
| Σύνδεση στο διαδίκτυο | Ελάχιστη | Λίγη | Μέτρια | Αρκετή | Μέγιστη |
| Ηχορύπανση | Ελάχιστη | Λίγη | Μέτρια | Αρκετή | Μέγιστη |
| Εύκολη πρόσβ σε χώρ. Σταθ. | Ελάχιστη | Λίγη | Μέτρια | Αρκετή | Μέγιστη |
| Ταχύτητα Εξυπηρέτησης | Ελάχιστη | Λίγη | Μέτρια | Αρκετή | Μέγιστη |
| Συμπεριφορά υπαλλήλων | Ελάχιστη | Λίγη | Μέτρια | Αρκετή | Μέγιστη |
| Στυλ καφετέριας | Ελάχιστη | Λίγη | Μέτρια | Αρκετή | Μέγιστη |

11. Ποιές από τις παρακάτω δραστηριότητες – χαρακτηριστικά πιστεύετε ότι σας διακρίνουν; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα απο ένα)

- Να συζητάτε και να βρίσκεστε με παρέα
- Κάνετε υγιεινή διατροφή
- Γυμνάζεστε συστηματικά
- Να κάθεστε να ακούτε μουσική ή να ασχολείστε με κάποιο χόμπι
- Να ασχολείστε με υπολογιστές ή το internet
- Να παρακολουθείται ποδόσφαιρο
- Να βλέπετε ταινίες
- Να διαβάζετε βιβλία σε ήσυχο χώρο – περιβάλλον
- Κλειστός χαρακτήρας
- Κοινωνικός χαρακτήρας

Άλλο

12. Τι στυλ καφετέριας σας αρέσει περισσότερο (μέχρι 3 απαντήσεις);

Πολυτελές

Περιβάλλον «Like Home»

Μίνιμαλ

Μοντέρνο

Ρουστίκ

Ήσυχο και άνετο

Με προσωπικότητα και «ιστορία»

Άνετο και χαρούμενο

Άλλο

13. Ποιά από τα παρακάτω χαρακτηριστικά ενός καφέ θεωρείτε σημαντικά για την επιλογή του καφέ που θα πιείτε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα).

Δυνατό άρωμα

Ελαφρύ άρωμα

Ένταση καφέ

Προέλευση καφέ

Τρόπος επεξεργασίας

Ποικιλία

Ψηλή περιεκτικότητα σε καφεΐνη

Χαμηλή περιεκτικότητα σε καφεΐνη

Άλλο

14. Ποιες απο τις πιο κάτω χώρες παραγωγής καφέ έχετε δοκιμάσει; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

Κένυα

Κόστα Ρίκα

Αιθιοπία

Βραζιλία

Γουατεμάλα

Περού

Σουμάτρα

Κολομβία

Νικαράγουα

Μεξικό

Δεν γνωρίζω

Άλλη χώρα

15. Τι τύπου ρόφημα καταναλώνετε περισσότερο;(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

Φραπέ

Νέσκαφε

Καπουτσίνο

Εσπρέσο

- Κυπριακό καφέ
- Καφέ φίλτρου
- Φρέντο καπουτσίνο
- Φρέντο εσπρέσο
- Αμερικάνο κρύο/ ζεστό
- Flat white κρύο/ ζεστό
- Cold Brew
- Καφές με αλκοόλ (π.χ ιρλανδικός)
- Κακάο κρύο/ ζεστό
- Φρέσκος χυμός (& ανάμεικτος)
- Άλλο είδος

16. Σε συνδυασμό με το ρόφημα σας, τι συνοδευτικό θα προτιμούσατε; (μέχρι 4 επιλογές)

- Μπισκότο
- Μπισκότο Βρόμης
- Αλμυρά
- Σάντουιτς
- Κέικ
- Muffins
- Μπάρα δημητριακών
- Μπάρα κακάο

- Παγωτό
- Ντόνατς
- Γκρανόλα
- Protein Balls
- Lemon cake
- Γλυκά
- Άλλο είδος

17. Πόσο θα σας ενδιέφερε αν είχατε την δυνατότητα να προμηθευτείτε από την καφετέρια κόκκους καφέ από την/τις αγαπημένη/ες χώρα/ες προέλευσης;

- Καθόλου
- 2 ευρώ
- 3 ευρώ
- 4 ευρώ
- Πάρα Πολύ

18. Πόσο είστε διατεθειμένοι να πληρώσετε τον καφέ της επιλογής σας νοούμενου ότι ικανοποιεί πλήρως τις ανάγκες σας; (π.χ. ακέραιο ή δεκαδικό νόμισμα)

Μέρος Γ

19. Σενάριο:

Σας ζητείται εάν επιθυμείτε να χορηγήσετε ένα μικρό ποσό ώστε να συμβάλετε στην υλοποίηση αυτής της ιδέας. Τί ποσό είστε διατεθειμένοι να προσφέρετε ώστε να απολαμβάνετε την ποιότητα των ροφημάτων της αρεσκείας σας; (Να ληφθεί υπόψη πως ένα ποσοστό από τα χρήματα αυτά θα δύναται να εξαργυρωθεί σε ροφήματα μετά το άνοιγμα της καφετέριας. Παρακαλώ καταχώρησε ακέραιο αριθμό)

Βιβλιογραφικές Αναφορές

1. Tucker, C. M. (2017). *Coffee culture: local experiences, global connections*. Taylor & Francis.

Καλλινίκου, Νεοφύτου, Χριστοδούλου, Παπαιωάννου

Διαδικτυακές Αναφορές

1. Festival, A. C. (2020). Retrieved from <https://www.athenscoffeefestival.gr/events/seminaria-kai-diagonismoι/>
2. Guevara, J. (2017, 10). Retrieved from https://perfectdailygrind.com/2017/04/what-is-third-wave-coffee-how-is-it-different-to-specialty/?fbclid=IwAR1IMhN76mzx83_SCT84LJT4FNW7z29yyedDfUPymavnWZ4bU1rhQW3Clws
3. portal, L. m. (2020). Retrieved from <https://www.sites.google.com/site/leanlearningportal/home/kaizen-kaiezen>
4. Trainers, C. L. (2020). Retrieved from <https://coffeelovers.gr/content/15-profile>
5. Tripadvisor. (2020). Retrieved from https://www.tripadvisor.com.gr/Restaurants-g190383-c8-Nicosia_Nicosia_District.html
6. Γεώργιος, Κ. (2020). Retrieved from <https://openclass.teiwm.gr/modules/document/file.php/BA-K119/2.%CE%91%CE%9D%CE%91%CE%9B%CE%A5%CE%A3%CE%97%20%CE%91%CE%A1%CE%99%CE%98%CE%9C%CE%9F%CE%94%CE%95%CE%99%CE%9A%CE%A4%CE%A9%CE%9D.pdf>
7. Εργασίας, Τ. (2020). Retrieved from http://www.mlsi.gov.cy/mlsi/dl/dl.nsf/dmllegislation_gr/dmllegislation_gr?OpenDocument
8. Κύπρου, Ε. Κ. (2020, 10 05). Retrieved from <https://www.businessincyprus.gov.cy/el/business-sectors/catering-and-entertainment-establishment/>
9. Τουρισμού, Υ. (2019, 6 05). Retrieved from [http://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/All/E36F707634B457B0C225847700406DDE/\\$file/Gastronomy_Establishments_Lefkosia_gr.pdf?OpenElement](http://www.tourism.gov.cy/tourism/tourism.nsf/All/E36F707634B457B0C225847700406DDE/$file/Gastronomy_Establishments_Lefkosia_gr.pdf?OpenElement)