

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: << ΙΔΡΥΣΗ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΚΑΦΕΚΟΠΤΕΙΟΥ >>

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Αντικείμενο της πτυχιακής μας εργασίας αποτελεί η ίδρυση μεταποιητικής εταιρίας καφεκοπτείου στην περιοχή των Πατρών.

Συγκεκριμένα η δομή της μελέτης μας έχει ως εξής :

Αρχικά κάναμε μια ιστορική αναδρομή στην εξέλιξη και προέλευσή του καφέ. Στην συνέχεια ασχοληθήκαμε με την εύρεση της πιο κατάλληλης περιοχής, και του πιο κατάλληλου χώρου για τη στέγαση της εταιρείας. Επίσης αναφέρουμε τις διαδικασίες ίδρυσης και σύστασης της εταιρείας. Παρουσιάζουμε ακόμα τα παρεχόμενα προϊόντα μας και τη τακτική πωλήσεως αυτών. Αναλύουμε την τεχνική της παραγωγής και τι τεχνικό και μηχανολογικό εξοπλισμό χρησιμοποιούμε. Εν συνεχεία γίνεται αναφορά στη διοικητική και οργανωτική δομή της εταιρείας μας και τα μέσα διαφήμισης.

Τέλος ασχολούμαστε με τις πιστώσεις και τη ταμειακή ροή.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	4
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΕΥΡΕΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ</u>	
1.1 ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ	17
1. 2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΥΡΕΣΗΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ	18
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΙΔΡΥΣΗ – ΣΥΣΤΑΣΗ – ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ</u>	
<i>A' ΜΕΡΟΣ</i>	
2. 1 ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ (Ε.Π.Ε.)	23
2. 2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΣΥΣΤΑΣΗΣ – ΙΔΡΥΣΗΣ Ε.Π.Ε.	23
2. 3 ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΑΣ	28
<i>B' ΜΕΡΟΣ</i>	
2. 4 ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΕΠΙΤΗΔΕΥΜΑΤΙΩΝ	31
<i>Γ' ΜΕΡΟΣ</i>	
2. 5 ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ Ε.Π.Ε.....	31
2. 6 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΘΕΩΡΗΣΗΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ - ΒΙΒΛΙΑ Ε.Π.Ε.....	32
<i>Δ' ΜΕΡΟΣ</i>	
2. 7 ΘΕΜΑ ΜΗΤΡΩΟΥ - ΧΟΡΗΓΗΣΗ Α.Φ.Μ. – ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ ΕΝΑΡΞΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ.....	33
<i>E' ΜΕΡΟΣ</i>	33
2. 8 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΥΓΕΙΟΝΟΜΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ ΑΔΕΙΟΔΟΤΗΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ.....	34
2. 9 ΒΙΒΛΙΑΡΙΟ ΥΓΕΙΑΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ.....	35
<i>ΣΤ' ΜΕΡΟΣ</i>	
2. 10 ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΤΗΡΗΣΗΣ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΗΣ ΤΑΜΕΙΑΚΗΣ ΜΗΧΑΝΗΣ.....	35
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</u>	
3. 1 ΠΩΛΗΣΗ - ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ.....	37
3. 2 ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΔΗ.....	38
3. 3 ΚΟΣΤΟΛΟΓΙΟ (ΜΟΝΑΔΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ kg) (ΝΟΜΙΣΜΑ ΕΥΡΩ).....	54
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4</u>	
4. 1 ΤΕΧΝΙΚΟΣ – ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΣ - ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ - ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ.....	59
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5</u>	
5. 1 ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ – ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΑ.....	65
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6</u>	
6. 1 ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.....	69

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ΠΙΣΤΩΣΕΙΣ – ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ

7. 1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΠΙ ΠΙΣΤΩΣΕΙ.....	75
7. 2 ΚΟΣΤΟΣ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ.....	75
7. 3 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ.....	76
7. 4 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ.....	76
7. 5 ΤΑΜΕΙΑΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ-CASH FLOW.....	77
7. 6 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΜΗΝΙΑΙΟΥ CASH FLOW ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΑΣ.....	78
7. 7 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ (BREAK EVEN ANALYSIS).....	79
7. 8 ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ.....	81
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	81

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ Ο ΚΑΦΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



Η ιστορία του καφέ στην Ελλάδα αρχίζει από τα χρόνια της Τουρκοκρατίας. Η Ελλάδα, σαν τμήμα της Οθωμανικής Αυτοκρατορίας, δοκιμάζει τον καφέ πριν από την υπόλοιπη Ευρώπη. Ιδιαίτερα οι Έλληνες της Κωνσταντινούπολης, της Θεσσαλονίκης και γενικά της Βορείου Ελλάδος πρώτοι γνωρίζουν και συνηθίζουν το καφέ μαζί με τους Τούρκους. Στην Θεσσαλονίκη του 17^{ου} αιώνα σύμφωνα με τις πηγές, υπάρχουν περισσότερα από 300 καφενεία όπου συχνάζουν Έλληνες και Τούρκοι, ενώ μεγάλο αριθμό καφενείων συναντά κανείς και σε άλλες πόλεις, όπως τις Καβάλα, Δράμα κ.α. Στην Αθήνα και τις πόλεις της Νοτίου Ελλάδος τα καφενεία εμφανίζονται αργότερα. Στην αρχή είναι μικρά και συχνάζουν σε αυτά μόνο Τούρκοι, σταδιακά όμως η πελατεία τους εμπλουτίζεται και με Έλληνες. Σύμφωνα με τον Παπαδιαμάντη, από το 1760 η συνήθεια του καφέ μεταδίδεται και στην υπόλοιπη Ελλάδα με αφετηρία πάντα την Κωνσταντινούπολη.

Μέχρι τις αρχές του 20^{ου} αιώνα τα καφενεία κάνουν και τη δουλειά του καφεκόπτη, δηλαδή προμηθεύονται πράσινο ακατέργαστο καφέ και αφού τον καβουρδίσουν, τον αλέθουν σε μικρούς χειροκίνητους μύλους. Το καβούρδισμα γίνεται μέσα σε ειδικά τηγάνια που είναι καλυμμένα με μεταλλικό καπάκι και έχουν χερούλι για το ανακάτεμα του καφέ... Μπορεί να γίνει επίσης με περιστροφικό ψήσιμο, σε κύλινδρο που λειτουργεί όπως ακριβώς ο οβελίας του Πάσχα. Το άλεσμα του καφέ γίνεται είτε με χειροκίνητους μύλους, είτε με τη μέθοδο του καπνίσματος. Τα μεγάλα καφενεία μάλιστα έχουν έναν υπάλληλο που έχει σαν αποκλειστική του απασχόληση το κοπάνισμα του καφέ, εργασία που γίνεται στην είσοδο του καφενείου για την προσέλκυση της πελατείας.

Μέχρι το 1900 περίπου δεν υπάρχουν ειδικά καταστήματα για την πώληση του καφέ. Η εισαγωγή γίνεται από εισαγωγείς ειδών Γενικού Εμπορίου μαζί με την ζάχαρη, το κακάο, το τσάι και άλλα είδη διατροφής. Από τους εισαγωγείς ο καφές διοχετεύεται στην κατανάλωση μέσω των καταστημάτων λιανικής πώλησης τροφίμων, των γνωστών "μπακάλικων". Οι νοικοκυρές αγοράζουν όπως και τα καφενεία τον καφέ σε πράσινη μορφή και τον επεξεργάζονται στο σπίτι, προσθέτοντας μάλιστα και λίγο σιτάρι, κριθάρι ή ρεβίθι για να διαρκέσει περισσότερο, αφού ο καφές είναι πολύ ακριβός για το μέσο εισόδημά της εποχής. Τα πρώτα ειδικά καταστήματα για τον καφέ, τα λεγόμενα Καφεκοπτεία, που γρήγορα μετονομάζονται σε Καφεκοπτεία, εμφανίζονται στο γύρισμα του 19^{ου} προς τον 20^ο αιώνα και ασχολούνται αποκλειστικά με την εισαγωγή, επεξεργασία και πώληση του καφέ έτοιμου για κατανάλωση. Από τα πρώτα Καφεκοπτεία της Αθήνας είναι ο "Οίκος Μπέλκα" στην Πλατεία Δημοτικού Θεάτρου (σημερινή Πλατεία Κοτζιά) και το καφεκοπτείο Ανδρέα Ριζόπουλου στην ίδια περιοχή. Το 1914 ανοίγει το καφεκοπτείο Μισεγιάννη-Μάστορη στην αρχή της οδού Σκουφά στο Κολωνάκι, ενώ το 1920 ανοίγει το πρώτο καφεκοπτείο Λουμίδη στον Πειραιά. Την δεκαετία του 1920, το Καφεκοπτείο Μισεγιάννη, μετά από παραγγελία του ξενοδοχείου "Μεγάλη Βρετανία" εισάγει στην ελληνική αγορά τον Γαλλικό Καφέ και στη συνέχεια και όλα τα υπόλοιπα είδη καφέ που συνηθίζονται στην Ευρώπη. Στην δεκαετία του 30 ανοίγουν πολλά καφεκοπτεία, ενώ κατά την διάρκεια της κατοχής του 1940-44, λόγω έλλειψης του είδους όσα κατορθώνουν να επιβιώσουν ασχολούνται με την επεξεργασία υποκατάστατων του καφέ (ρεβίθι, κριθάρι, λούπινο) και παράλληλα με το εμπόριο διαφόρων ειδών, μη σχετικών με τον καφέ.

Μετά την απελευθέρωση αρχίζει μια περίοδος σκληρών κυβερνητικών παρεμβάσεων στην τιμή του καφέ, για συναλλαγματικούς λόγους, που έχει σαν αποτέλεσμα την υποβάθμιση της ποιότητας του προσφερόμενου ελληνικού καφέ και τη στροφή του καταναλωτή προς τον νεοεμφανισθέντα, και χωρίς κανένα έλεγχο τιμής στιγμιαίο καφέ. Καφενεία, Κυλικεία, Καφετιέρες, καταστήματα τροφίμων παραμερίζουν τον ελληνικό καφέ- που σιγά-σιγά περιθωριοποιείται- και προωθούν τον στιγμιαίο γιατί τους προσφέρει μεγαλύτερο κέρδος. Μόλις την δεκαετία του 80 αρχίζει η ομαλοποίηση της Αγοράς και επιστροφή στις καλές

ποιότητες καφέ, αλλά η μεγάλη ζημιιά έχει ήδη γίνει, ιδιαίτερα δε στην νεολαία που έχει πια συνηθίσει τον στιγμιαίο καφέ, ένα προϊόν φυσικοχημικής επεξεργασίας, γνωστό ότι βλάπτει την υγεία του ανθρώπου (καρδιά, νεύρα, στομάχι).

Σήμερα στην Ελλάδα η αγορά του καφέ έχει ομαλοποιηθεί πλήρως και μπορεί κανείς να απολαύσει οποιοδήποτε είδος και ποικιλία καφέ επιθυμεί.

Η ΕΞΑΠΛΩΣΗ ΤΗΣ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑΣ ΤΟΥ ΚΑΦΕ

- Ο καφές- ποικιλία Αράμπικα-ανακαλύφθηκε στα υψίπεδα της Αιθιοπίας και της Υεμένης τον 6 ο αιώνα καλλιεργούνταν αποκλειστικά σε αυτές τις δύο χώρες.
- Το 1600 ένας Ινδός Μουσουλμάνος ονόματι Μπάμπα Μπουτάν μετέφερε παράνομα σπόρους καφέ στην επαρχία της Μυσόρης στην Ινδία, όπου και αρχίζει συστηματική καλλιέργεια.
- Μεταξύ 1620 και 1660 οι Ολλανδοί μετέφεραν σπόρους από την Ινδία, και έστησαν φυτείες στις αποικίες τους στην Ιάβα και την Κεulάνη.
- Γύρω στο 1700, ο καφές εισήχθη στην αυλή του Λουδοβίκου του 14^{ου} από τον Τούρκο πρέσβη Σουλεϊμάν Αγά. Το 1720 ένας αυλικός ονόματι Ματιέ ντε Κλιέ μετέφερε – μάλλον παράνομα- σπόρους στην αποικία της Μαρτινίκας όπου επίσης στήνεται σημαντική φυτεία. Ακολουθούν και άλλες αποικίες της Καραϊβικής – μεταξύ των οποίων και η Γαλλική Γουιάνα – αλλά και η Ρευνιόν στον Ινδικό Ωκεανό.
- Το 1727 ένας Βραζιλιάνος αντισυνταγματάρχης γοητεύει την γυναίκα κυβερνήτη της Γαλλικής Γουιάνας και καταφέρνει να της αποσπάσει φυτά καφέ που μεταφυτεύει στην πατρίδα του. Μέσα στον επόμενο αιώνα η Βραζιλία γεμίζει φυτείες και μετά από την καταστροφή των φυτειών σε Ινδία, Κεulάνη και Ινδονησία το 1860 από μικρόβιο γίνεται η αδιαμφισβήτητη κυρίαρχος στην παγκόσμια παραγωγή.
- Μεταξύ 1890 και 1930 επιχειρείται η διείσδυση του καφέ στη Δυτική Αφρική όπου και ανακαλύπτεται η αυτοφυής ποικιλία Ρομπούστα στις Δυτικές ακτές του Ζαίρ.
- Το πρώτο μισό του 20ου αιώνα η καλλιέργεια του Αράμπικα εξαπλώνεται στην Λατινική Αμερική, από το Μεξικό και την Γουατεμάλα ως την Κολομβία και το Περού.
- Το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα η Ρομπούστα εξαπλώνεται σε Δυτική και Νότια Αφρική και αναβιώνει τις φυτείες σε Ινδία, Ινδονησία και Ινδοκίνα.

ΜΥΘΟΙ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟΝ ΚΑΦΕ

Υπάρχουν πολλοί μύθοι σχετικά με την ανακάλυψη του καφέ. Ο πιο γνωστός είναι σχετικά με ένα βοσκό με το όνομα Κάλντι, ο οποίος καθώς φύλαγε το κοπάδι του που έβοσκε σε μια πεδιάδα της Αιθιοπίας, παρατήρησε πως τα ζώα του έγιναν πιο ζωντανά όταν έφαγαν από τους καρπούς ενός συγκεκριμένου θάμνου. Αφού δοκίμασε και ο ίδιος από αυτούς τους καρπούς και επιβεβαίωσε τις δυναμωτικές ιδιότητες του, αποφάσισε να πάρει τους καρπούς και να τους πάει σε ένα μοναστήρι που βρισκόταν εκεί κοντά. Ο Ηγούμενος του μοναστηριού πίστεψε πως οι καρποί ήταν έργο του διαβόλου και τους πέταξε στη φωτιά. Όταν όμως οι καρποί άρχισαν να καίγονται αναβλήθηκε μια ξεχωριστή μυρωδιά. Έτσι πήραν τους καρπούς από τη φωτιά και οι μοναχοί μετά από διάφορες επεξεργασίες έμαθαν να φτιάχνουν αυτό το βαθύ σκούρο ποτό που απολαμβάνουμε μέχρι και σήμερα. Οι μοναχοί αποφάσισαν πως ο καρπός τελικά όχι μόνο δεν ήταν έργο του κακού, αλλά ήταν δώρο από το Θεό, αφού τους βοηθούσε να μένουν ξάγρυπνοι κατά την διάρκεια των προσευχών τους.

Σύμφωνα με τις πηγές, η ονομασία καφές δεν προέρχεται, όπως πολλοί πιστεύουν από την Κάφφα της Αιθιοπίας, αλλά από την Αραβική λέξη qahwa που σημαίνει κρασί ή οποιοδήποτε ποτό φτιάχνεται από φυτά. Έτσι εξηγείται το ότι, όταν ο καφές ήρθε στην Ευρώπη, στις αρχές του 17^{ου} αιώνα, ήταν γνωστός ως Αραβικό κρασί.

Λέγεται, πως η πρώτη αξιόλογη ποσότητα καφέ έφτασε στο Δυτικό κόσμο μέσω των Τούρκων, οι οποίοι μετά την ήττα τους στις πύλες της Βιέννης το 1683, άφησαν πίσω σάκους γεμάτους με κόκκους καφέ.

Οι Αυστριακοί έμαθαν αμέσως να καβουρδίζουν τους κόκκους του καφέ και να φτιάχνουν ένα πολύ αρωματικό ποτό το οποίο το σέρβιραν με κέικ που είχε σχήμα μισοφέγγαρου, για να γιορτάζουν το θρίαμβο τους κατά των Τούρκων. Λέγεται επίσης, πως ο καφές ήρθε πρώτα στην Ευρώπη από τους εμπόρους της Βενετίας από το 1615 και μετά.

Προς το τέλος του 17^{ου} αιώνα άνοιξε το πρώτο καφεπωλείο, το οποίο γρήγορα έγινε πολύ γνωστό στην Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες.

Ενώ πιστεύεται πως ο καφές ως φυτό εμφανίστηκε για πρώτη φορά στους αγρούς της Αιθιοπίας, το πρώτο φλιτζάνι καφέ επινοήθηκε από τους Άραβες. Ενώ οι κάτοικοι των περιοχών όπου το φυτό του καφέ αναπτύσσονταν, έτρωγαν τους πράσινους καρπούς, αφού ίσως τους καβούρδιζαν, οι Άραβες ήταν αυτοί οι οποίοι άρχισαν να μετατρέπουν τους κόκκους του καφέ σε ποτό. Γύρω στο 14^ο αιώνα άρχισαν να καλλιεργούν φυτά, τα οποία τα είχαν πάρει κατά τις εισβολές στην Υεμένη. Πολλοί υποθέτουν ότι τα φυτά αυτά να βρέθηκαν στην Υεμένη τον 13^ο αιώνα, κατά τις επιδρομές των Αβυσσινίων. Το πιθανότερο πάντως είναι πως οι Άραβες ήδη γνώριζαν τον καφέ πριν τον 10^ο αιώνα.

Αρχικά, ο καφές φτιαχνόταν με το μούλιασμα των κόκκων σε κρύο νερό, αργότερα τα μούλιαζαν σε βραστό νερό. Με αυτό τον τρόπο κατέληξαν στην εφεύρεση του καφέ που έμελλε να κατακτήσει και τον υπόλοιπο κόσμο στην πορεία των επόμενων αιώνων.

Μόλις μετά την ανακάλυψη του καβουρδίσματος, ο καφές εξελίχθηκε σε ένα ιδιαίτερα δημοφιλές ποτό σε ολόκληρο τον ισλαμικό κόσμο καθώς και στις περιοχές που βρισκόταν υπό Αραβικό καθεστώς. Η δημοτικότητα του καφέ στις περιοχές αυτές εξηγείται από το γεγονός, ότι το αλκοόλ απαγορευόταν από το Κοράνι. Έτσι ο καφές ήταν ένα επιτρεπτό ποτό στα σπίτια αλλά και στα καφενεία εκείνης της εποχής, τα οποία γίνονταν όλο και περισσότερα, ως αποτέλεσμα της μεγάλης δημοτικότητας του καφέ. Σε αυτά τα καφενεία οι κάτοικοι έπιναν καφέ, ενώ άκουγαν μουσική, έπαιζαν τυχερά παιχνίδια ή συζητούσαν τα προβλήματα τους.

Η κατανάλωση του καφέ απλώθηκε σε όλο τον Αραβικό κόσμο αλλά και στις χώρες που είχε κατακτήσει το Αραβικό κράτος, όπως είναι η Τουρκία, η Ισπανία, τα Βαλκάνια και η Νότιος Αφρική.

Ο καφές ήταν γνωστός μόνο ως φήμη στις Ευρωπαϊκές χώρες μέχρι το 16^ο αιώνα. Πολλοί ταξιδιώτες συζητούσαν όταν επέστρεφαν από την Ανατολή για το καινούργιο αυτό ποτό που είχαν δοκιμάσει.

Η άποψη που θέλει τους Βενετούς ως τους πρώτους που έφεραν το καφέ στην Ευρώπη, βρίσκει σύμφωνους πολλούς ιστορικούς. Όταν οι κόκκοι καφέ έφτασαν στη Βενετία χρησιμοποιήθηκαν για θεραπευτικούς σκοπούς, καθότι ήταν γνωστές οι θεραπευτικές ιδιότητες του καφέ. Πολύ σύντομα όμως οι Βενετσιάνοι έμαθαν να καβουρδίζουν τους κόκκους και να φτιάχνουν ένα αρωματικό ρόφημα. Έτσι ο καφές άρχισε να γίνεται δημοφιλής και στην Βενετία, στα μαγαζιά και στα σπίτια, και σιγά-σιγά να εξαπλώνεται σε διάφορες Ευρωπαϊκές χώρες.

Οι Βενετσιάνοι κατείχαν το κύρος του ότι ήταν οι πρώτοι που εισήγαγαν τον καφέ από την Αραβία στην Ευρώπη. Για έναν περίπου αιώνα, προσπαθούσαν να κρατήσουν αυτό το μονοπώλιο που είχαν στο εμπόριο του καφέ. Οι Ολλανδοί από την άλλη πλευρά ήταν οι πρώτοι που άρχισαν την παραγωγή καφέ έξω από την περιοχή της Αραβίας. Για να εξασφαλίσουν το μονοπώλιο τους, καβούρδιζαν και άλεθαν τους κόκκους του καφέ πριν τον πουλήσουν στους ξένους έτσι ώστε να μην διαθέτουν οι άλλες χώρες ακατέργαστο καφέ.

Η παραγωγή καφέ άρχισε να επεκτείνεται και σε άλλες χώρες γύρω στις αρχές του 18^{ου} αιώνα. Συγκεκριμένα το 1730 μικρά φυτά καφέ μεταφέρθηκαν και φυτεύτηκαν στην Τζαμάικα, το ίδιο συνέβη το 1740 στην Ινδία και το Μεξικό το 1784 στη Βενεζουέλα και στα τέλη του αιώνα στη Κολομβία. Το ιδανικότερο όμως χώμα και κλίμα για την καλλιέργεια του καφέ, βρέθηκε στη Βραζιλία. Από τότε η Βραζιλία, μετατράπηκε στην πρώτη σε παραγωγή καφέ χώρα και η παραγωγή αυτή αποτελεί την βασικότερη πηγή πλούτου της.

ΚΑΦΕΣ ΚΑΙ ΚΑΦΕΪΝΗ

Σύμφωνα με έρευνα, η οποία δημοσιεύθηκε στο Διαδίκτυο (Internet), στη διεύθυνση : www.in.gr στις 28-02-2006, από την κ.Ολυμπία Λιάσκα, οι ειδικοί στη φαρμακολογία κατατάσσουν την καφεΐνη στα ελαφρά διεγερτικά του κεντρικού νευρικού συστήματος και θεωρείται παγκοσμίως ως ένα από τα διαδεδομένα φάρμακα. Οι πιο γνωστές πηγές καφεΐνης είναι : οι κόκκοι του καφέ, το κακάο, οι καρποί του φυτού κόλα και τα φύλα του τσαγιού.

Η ποσότητα της καφεΐνης που περιέχεται σε ένα φλιτζάνι καφέ εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως : η ποικιλία του καφέ ή του τσαγιού, το μέγεθος των τεμαχίων του έτοιμου προϊόντος, τον τρόπο και το χρόνο παρασκευής.

Δεν υπάρχει απόδειξη ότι μικρές ποσότητες καφεΐνης κάνουν κακό σε ένα υγιές άτομο. Παρόλα αυτά, μεγάλη κατανάλωση οδηγεί ορισμένες φορές σε καφεΐνισμό τα συμπτώματα του οποίου είναι : άγχος, αϋπνία, ταχυπαλμία και πονοκέφαλος. Τα άτομα που δεν καταναλώνουν συχνά καφέ είναι πιο ευαίσθητα στην καφεΐνη σε σχέση με αυτά που πίνουν συχνότερα καφέ.

Για τον άνθρωπο οι θανατηφόρες δόσεις καφεΐνης είναι 10 gr. Η ποσότητα αυτή περιέχεται σε 80 – 100 φλιτζάνια δυνατού καφέ ή σε 200 κουτάκια κόκα – κόλα και επέρχεται ο θάνατος αν αυτά καταναλωθούν σε μισή ώρα.

ΕΙΔΗ ΚΑΦΕ	ΚΑΦΕΪΝΗ ΣΕ mg
ΣΤΙΓΜΙΑΙΟΣ (φραππέ, νες καφέ)	40 - 108
ΓΑΛΛΙΚΟΣ	64 - 108
ΝΤΕΚΑΦΕΙΝΕ	2 - 5
ΝΤΕΚΑΦΕΙΝΕ ΣΤΙΓΜΙΑΙΟΣ	2

Ειδικότερα

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι ο γαλλικός καφές περιέχει την μεγαλύτερη ποσότητα καφεΐνης, αυτό όμως δεν πρέπει να μας ξεγελάει διότι το απόσταγμα του καφέ αυτού φθάνει στο φλιτζάνι μας, το οποίο κατά τη διάρκεια παρασκευής του έχει υποστεί διήθηση με θέρμανση με αποτέλεσμα να μην επιδρά άμεσα στο νευρικό μας σύστημα. Αντίθετα ο στιγμιαίος καφές του οποίου οι κόκκοι καταναλώνονται εντελώς ακατέργαστοι είναι ιδιαίτερα επιβλαβής για την υγεία διότι επιδρά απευθείας στο νευρικό σύστημα προκαλώντας μακροχρόνια ταχυπαλμία, πονοκεφάλους και ευαισθησία στα νεύρα, ιδίως σε άτομα που έχουν τέτοιου είδους ευαισθησίες. Συνίσταται λοιπόν η αποφυγή του συγκεκριμένου καφέ η τουλάχιστον η κατανάλωση του με μέτρο.

Η ΓΛΩΣΣΑ ΤΟΥ ΚΑΦΕ

Americano / Αμερικάνικος : Ο εσπρέσσο που έχει διαλυθεί σε καυτό νερό για να κάνει το άρωμα λιγότερο έντονο.

Άρωμα : Το άρωμα που αναπνέεις όταν μυρίζεις το καφέ το οποίο μπορεί να χαρακτηριστεί μεταξύ γλυκιάς και πικάντικης γεύσης.

Οξύτητα : Η οξύτητα περιγράφει την έντονη γεύση, που μεταδίδει ζωτικότητα, το θετικότερο χαρακτηριστικό ενός φλιτζανιού καφέ. Συναντάμε χαρακτηρισμούς όπως βαρύς, ελαφρύς, σκληρός και flat.

Body / Πυκνότητα: Είναι το βάρος και η υφή που αφήνει μια γουλιά καφέ στο στόμα. Συναντάμε χαρακτηρισμούς όπως σιροπιασμένος, άγριος, άτονος, αμυδρός, βαρύς, μεσαίος και φυσικά, γεμάτος.

Blend / Χαρμάνι : Το ανακάτεμα δύο ή περισσότερων ειδών καβουρδισμένου καφέ για τη δημιουργία μιας ισορροπημένης, ευχάριστης γεύσης.

Café con leche : Espresso με αρκετά αχνιστό γάλα.

Caffe con panna : Espresso που σερβίρεται καλύτερα με μια μικρή ποσότητα γάλακτος.

Καφεΐνη : Η δυναμωτική ουσία που περιέχει κάθε είδος καφέ. Η καφεΐνη είναι ένα είδος λευκού αλκαλοειδούς που χρησιμοποιείται κυρίως στην ιατρική ως ελαφρύ διεγερτικό και για την αντιμετώπιση πολλών ειδών πονοκεφάλου.

Caffe au lait : Είδος Γαλλικού καφέ που φτιάχνεται με ανακάτεμα νερού και βραστού γάλατος.

Crema / Κρέμα : Το καΐμάκι που δημιουργείται στην επιφάνεια του εσπρέσσο κατά την διαδικασία του βρασμού. Η κρέμα βοηθάει να διατηρηθεί το άρωμα και η γεύση του εσπρέσσο μέσα στο φλιτζάνι.

Latte : καφές με αφρόγαλα, συνήθως με αναλογία 1 προς 3. Σερβίρεται και με σιρόπι.

Latteccino : Latte με περισσότερο αφρό ή cappuccino με περισσότερο γάλα.

Caffe freddo : Κρύος espresso σερβιρισμένος με παγάκια σε ψηλό ποτήρι.

Caffe latte : Espresso με αχνιστό γάλα ή ακόμη γευστικότερος με αφρώδες γάλα.

Caffe lungo : Ίδιος με τον Αμερικάνικο.

Caffe macchiato : Espresso με 1 – 2 κουταλιές αφρόγαλα. Machiato σημαίνει σημαδεμένος στα ιταλικά.

Caffe mocha / Μόκα : Espresso, σιρόπι σοκολάτας και αφρόγαλο. Σερβίρεται επίσης με κρέμα γάλακτος και σκόνη κακάο.

Cappuccino / Καπουτσίνο : Espresso, με αφρόγαλα ή κρέμα γάλακτος. Μπορεί να σερβιριστεί με σκόνη κακάο, σοκολάτας και βανίλιας, ή με κρυστάλλους ζάχαρης.

Cappuccino chiaro : Σκούρος καπουτσίνο φτιαγμένος με περισσότερο εσπρέσσο από τον παραδοσιακό καπουτσίνο.

Coffee granita : Κρύος καφές με κομματάκια πάγου, φτιαγμένος με γάλα, ζάχαρη και εσπρέσσο.

Doppio : .Διπλή δόση εσπρέσσο.

Double no fun : Καφές φτιαγμένος με άπαχο γάλα και ντεκαφεινέ εσπρέσσο.

Espresso : Μια διαδικασία για γρήγορη απόσπαση της γεύσης της καρδιάς του καφέ, με πίεση. Χρησιμοποιούνται ειδικά καβουρδισμένοι κόκκοι ποικιλίας Arabica. 1 – ½ κουταλιές εσπρέσσο είναι η βασική δόση για ένα σφηνάκι καφέ. Ο espresso χρησιμοποιείται ως βασικό συστατικό για τους πιο γευστικούς καφέδες.

Flavor / Γεύση : Ο συνδυασμός της γεύσης και του αρώματος που αφήνει ο καφές στο στόμα. Η γεύση μπορεί να είναι έντονη, καραμέλας, πικάντικη, φρουτένια, καπνιστή, πλύσια, σοκολατένια, φυσική, γλυκιά, και οινώδης.

French or Italian roast : Ένας τρόπος καβουρδίσματος των κόκκων του καφέ που τους αφήνει ένα πολύ σκούρο καφέ χρώμα.

Harmless : Latte φτιαγμένος με ντεκαφεινέ εσπρέσσο.

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Ο καφές ανεξαρτήτου είδους και ποικιλίας ελληνικός, φίλτρου, espresso έχει χαρακτηριστεί ως “η μαύρη απόλαυση” των αισθήσεων. Είναι το ελιξίριο της αφύπνισης. Υπήρξε ο πιστός σύντροφος για ατέλειωτες ώρες. Υπήρξε ο διακριτικός παρατηρητής πολλών δραστηριοτήτων. Η ανάπαυση με ένα φλιτζάνι καφέ έγινε μάρτυρας της γέννησης των πιο κρυφών σκέψεων.





Ορισμένες μελέτες αναφέρουν ότι το 65 % των επιχειρηματικών σχέσεων άρχισαν μπροστά από μια κούπα καφέ ενώ το 80 % φιλικών και μη σχέσεων γεννήθηκαν σε τραπέζακι κάποιου καφέ.

Οι αναζωογονητικές ιδιότητες του καφέ έχουν θετικά αποτελέσματα στο νευρικό σύστημα, διεγείρουν τα αντανακλαστικά, βοηθούν στην συγκέντρωση της προσοχής και στην ικανότητα της απομνημόνευσης.

ΚΑΦΕΣ & ΝΕΟΛΑΙΑ



ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ ΚΑΝΕΙ Ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΚΑΦΕΣ

Καταναλωτές νεαρών ηλικιών ενδιαφέρουν τις εταιρείες

Σύμφωνα με άρθρο που δημοσιεύθηκε στην εφημερίδα "ΤΑ ΝΕΑ" στις 11 Φεβρουαρίου 2005 από τον κ. Δημήτριο Πεφάνη : Σημαντικές εξελίξεις... ψήνονται στην αγορά του ελληνικού καφέ, με τους νέους σε ηλικία καταναλωτές να βρίσκονται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος των εταιρειών.

Τόσο στα ράφια των σούπερ μάρκετ όσο και μέσα από εξειδικευμένα καφεκοπτεία. Οι εταιρείες παραγωγής και διανομής καφέ επιδιώκουν να αυξήσουν το μερίδιό τους, λανσάροντας νέα προϊόντα, συσκευασίες αλλά και προτρέποντας σε νέους τρόπους κατανάλωσης. Στόχος, η διεύρυνση του τζίρου μέσω της προσέλκυσης καταναλωτών μικρότερης ηλικίας.

ΔΙΕΚΔΙΚΗΣΗ ΜΕΡΙΔΙΩΝ

Ο ελληνικός καφές κατέχει τα πρωτεία στην κατανάλωση έναντι του στιγμιαίου, του καφέ φίλτρου και του εσπρέσσο – καπουτσίνο- με ποσοστό 40% σύμφωνα με στοιχεία της αγοράς- όμως η κατηγορία παραμένει ουσιαστικά σταθερή , με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης κοντά στο 1%.

Έτσι, μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες που κατέχουν ποσοστό περίπου 75%-80% της ελληνικής αγοράς, έχουν επιδοθεί σε μπαράζ προώθησης νέων προϊόντων, στοχεύοντας κυρίως τους μικρής ηλικίας καταναλωτές.

Ανταγωνισμός με προϊόντα

Μέσα στο 2007 οι εταιρείες αναμένεται να προχωρήσουν στο λανσάρισμα νέων προϊόντων, προκειμένου να αυξήσουν τα μερίδια του ελληνικού καφέ αλλά και να αμυνθούν απέναντι στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας που τα τελευταία χρόνια κερδίζουν μερίδια στο σούπερ μάρκετ. Επιπλέον, αρκετά συχνά διαθέτουν τα προϊόντα τους σε προσφορά, επιδιώκοντας να αποτρέψουν τους καταναλωτές από την αγορά των – φθηνότερων- προϊόντων ιδιωτικής ετικέτας.

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΕΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ

Οι εταιρείες καλούνται να αντιμετωπίσουν τον αυξανόμενο ανταγωνισμό από τα παραδοσιακά καφεκοπτεία, που τα τελευταία χρόνια κερδίζουν έδαφος στις προτιμήσεις των καταναλωτών. <<Επώνυμες>> αλυσίδες καφέ, όπως η Coffeeway, που αναπτύσσονται με τη μέθοδο του Franchising, έχουν πολλαπλασιάσει τον αριθμό των σημείων πώλησης ανά την επικράτεια διαθέτουν τόσο προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας όσο και καφέ γνωστών εταιρειών. Προσφέροντας εξειδικευμένα προϊόντα και ειδικά χαρμάνια καφέ απευθύνονται στους <<γνώστες>> του είδους που είναι διατεθειμένοι να διαθέσουν ενδεχομένως και περισσότερα

χρήματα προκειμένου να απολαύσουν γεύσεις που δεν συναντώνται στα ράφια των σούπερ μάρκετ.

ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΑΦΕ

Τα διαφορετικά συστατικά που περιέχονται στον καφέ είναι πάνω από δύο χιλιάδες! Τα σημαντικότερα σε ποσότητα είναι οι υδατάνθρακες (347% της ξηρής μάζας καβουρδισμένου καφέ), τα λιπίδια (17%), οι πρωτεΐνες(14%) , διάφορα οξέα, μεταλλικά άλατα (4%) και καφεΐνη (1%). Υπάρχουν επίσης και βιταμίνες, όπως η Β3 (ή νικοτινικό οξύ). Η καφεΐνη περιέχεται και σε άλλα αφεψήματα , σε πολύ μικρότερη όμως ποσότητα. Έτσι για παράδειγμα, ενώ ο καφές έχει 90mg/150ml, το τσάι έχει μόλις 40mg, η κόκα κόλα 16mg και το κακάο 4mg. Ο καφές ντεκαφεινέ βέβαια περιέχει μόνο 3mg /150ml. Στην καφεΐνη οφείλει ουσιαστικά ο καφές τη δράση του στα διάφορα συστήματα του οργανισμού, όπως θα δούμε στη συνέχεια.

Επίδραση του καφέ στον οργανισμό

ΥΠΕΡ	ΚΑΤΑ
<i>Αύξηση της εγρήγορσης</i>	<i>Αύξηση νευρικότητας, άγχους, αϋπνίας</i>
<i>Μείωση της χολολιθίασης</i>	<i>Μπορεί να προκαλέσει εθισμό</i>
<i>Αύξηση των καύσεων του οργανισμού</i>	<i>Αύξηση του κινδύνου αποβολής</i>
<i>Δεν είναι καρκινογόνος</i>	

Πολλά έχουν λεχθεί για την επίδραση του καφέ στην υγεία. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων των πολυάριθμων ερευνών που έχουν γίνει ως τώρα χρειάζεται μεγάλη προσοχή, γιατί υπάρχουν διαφορές από άνθρωπο σε άνθρωπο, ανάλογα με την ηλικία, την ημερήσια ποσότητα καφέ, τη σύγχρονη λήψη οινόπνευματων και τις συνήθειες, όπως το κάπνισμα. Τα ηλικιωμένα άτομα είναι πιο ευαίσθητα στη δράση της καφεΐνης, ειδικά όσον αφορά στον ύπνο. Αντίθετα τα παιδιά δεν φαίνονται πιο ευάλωτα από τους ενήλικους σε ελαφρές δόσεις καφέ. Στους καπνιστές η δράση της καφεΐνης είναι λιγότερο έντονη, ενώ αντίθετα λήψη αλκοόλ ή αντισυλληπτικού χαπιού, μειώνει την αποβολή της από τον οργανισμό. η πιο γνωστή επίδραση του καφέ αφορά στο νευρικό σύστημα. Σε λογικές ποσότητες βελτιώνει τις πνευματικές ικανότητες γιατί προκαλεί εγρήγορση και μείωση της ανίας. Στον εγκέφαλ καφεΐνη προκαλεί αγγειοσυστολή, ενώ στα περιφερειακά αγγεία διαστολή. Δεν είναι λοιπόν τυχαίο που χρησιμοποιείται σε μερικά φάρμακα για την ημικρανία. Υπερβολική κατανάλωση

προξενεί νευρικήτητα, άγχος, αϋπνία. Στα περισσότερα άτομα τα ανεπιθύμητα συμπτώματα παρατηρούνται με κατανάλωση καφεΐνης άνω των 600mg/ μέρα (=4 φλιτζάνια των 150mg). Αμερικανικές έρευνες έδειξαν ότι πολύ υψηλές ποσότητες καφέ (άνω των 5 γραμμαρίων καφεΐνης, δηλαδή 75 φλιτζάνια), προκαλούν δηλητηρίαση. Τον καφεΐνισμό, που μπορεί να οδηγήσει σε θανατηφόρο κώμα. Τέλος, πρέπει να σημειωθεί ότι μπορεί να παρατηρηθεί εθισμός στον καφέ, όχι λόγω καφεΐνης αλλά από ένα άλλο συστατικό του, την μεθυλξανθίνη. Η επίδραση του καφέ στην καρδιά είναι και αυτή πολυσυζητημένη. Σε συνηθισμένες ποσότητες ούτε αύξηση της πίεσης προξενεί, ούτε ταχυκαρδία σε υγιή άτομα. Αυτό μπορεί να συμβεί μόνο αν η κατανάλωση υπερβεί τα 90mg(=φλιτζάνια των 150ml) ή και σε μικρότερες ποσότητες σε άτομα που έχουν γνωστή ανωμαλία του καρδιακού ρυθμού. Ως προς το γαστρεντερολογικό σύστημα, κλασικά οι συμβουλές που δίνονται σε άτομα με διαφραγματοκήλη και παλινδρόμηση γαστρικού υγρού στον οισοφάγο με αίσθημα "καούρας", περιλαμβάνουν και απαγόρευση των ποτών που περιέχουν καφεΐνη. Τα αποτελέσματα όμως των ερευνών είναι αντικρουόμενα. Φαίνεται ότι υπάρχει ένα επίπεδο γαστρικής και εντερικής ευαισθησίας που διαφέρει από άτομο σε άτομο.

Η ΘΕΣΗ ΤΟΥ ΚΑΦΕ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ ΠΑΤΡΑΣ

Στον νομό Αχαΐας και συγκεκριμένα στην πόλη της Πάτρας το εμπόριο του καφέ (και συναφών ειδών) αποτελεί το αντικείμενο δραστηριότητας] αρκετών επιχειρηματιών. Υπάρχουν μάλιστα καφεκοπτεία, τα οποία έχουν ξεπεράσει τα 40 χρόνια πορείας στην εμπορική παραγωγή.

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήσαμε και πληροφορίες που αντλήσαμε από την κατάσταση επιχειρήσεων μελών του Επιμελητηρίου Αχαΐας και από τη Στατιστική Υπηρεσία Πατρών, στην Πόλη μας αυτή τη χρονική στιγμή υπάρχουν 21 μεταποιητικά καφεκοπτεία. Στην κατάσταση που ακολουθεί σας παραθέτουμε τα στοιχεία των καταστημάτων αυτών :

A /A	Επωνυμία / Διακρ. Τίτλος	Διεύθυνση
1	Αντώνιος Νικολτόπουλος & ΣΙΑ ΟΕ	Εγλυκάδας 139
2	Συρανούς Κεβορκιάν & ΣΙΑ ΟΕ - ΑΒΕΡΩΦ	Γούναρη 19 Β
3	Δημακόπουλος – Σταυρόπουλος ΟΕ	Γούναρη 20 Α
4	Κων / νος Τσαλίκης του Χρήστου	Λεύκας 9
5	Δημήτρης Μπάρκας του Νικολάου	Μητροδώρου 12
6	Γεώργιος Λαζανάς του Δημητρίου	Αυλίδος 36
7	Γεωργία Αναγνού του Δημητρίου	Παρασκευοπούλου 8 -10 Εγλυκάδα
8	Ιωάννης Κουραχάνης	Καραϊσκάκη 89 - 91
9	Σοφία Ν Κολαίτη και Σια ΟΕ	Σταυροπούλου 54, Ριο Πατρών
10	Κων / νος Φλέσκος	Αγ. Ιωάννη Πράτσικα 41
11	Γεώργιος Γιαγκλής	Αγ. Ιωάννη Πράτσικα 96
12	Αλεξάνδρα Μπαίλου	Αγ. Νικολάου 60
13	Θεόφιλος Αναστασόπουλος – καφέδες Παπαδάκη	Κανακάρη 69
14	Λάμπρος Αβεντισιάν	Μαιζώνος 175
15	Νικόλαος Δρακόπουλος	Κορίνθου 124
16	Σερκος Κετσογιάν	Κων/πόλεως 66
17	Μιράν Κετσογιάν	Αθ. Διάκου
18	Ιωάννης Οικονόμου - Pellegrino	Σμύρνης 94
19	- Coffee Island	Γούναρη
20	Παπούλιας Γεώργιος – Coffee Island	Παναχαϊκού 73 - 77
21	Κατάστημα franchise – Coffee Way	Ρ. Φεραίου 69 Α
22	Καφεκοπτείο Λουμιδης	Κορίνθου

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 **ΕΥΡΕΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ**

1.1 ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

Το κατάστημα, το οποίο επιθυμούμε να ανοίξουμε πρέπει να πληρεί ορισμένες βασικές προδιαγραφές, όσον αφορά τα τετραγωνικά μέτρα, τη διαρρύθμιση του χώρου και την κατάσταση στην οποία βρίσκεται (από τεχνικής άποψης).

Αρχικά, ενδιαφερόμαστε για έναν επαγγελματικό χώρο – κατάστημα, το οποίο να μην ξεπερνά τα πενήντα (50,00) τετραγωνικά μέτρα

Στη συνέχεια, είναι απαραίτητο και παράλληλα υποχρεωτικό, καθότι το κατάστημα μας θα υπάγεται στην κατηγορία των καταστημάτων Υγειονομικού Ενδιαφέροντος, να έχει τουαλέτα σε ιδιαίτερο χώρο.

Επίσης, κρίνεται απαραίτητο, το κατάστημα να είναι διαρρυθμισμένο έτσι, ώστε να υπάρχει χώρος αποθήκευσης – υπόγειο ή πατάρι – των εμπορευμάτων – προϊόντων μας. Ο χώρος αυτός πρέπει να είναι κατάλληλος για τη διαφύλαξη των εμπορευμάτων και να μην υπάρχει κανένας κίνδυνος αλλοίωσης ή καταστροφής των εμπορευμάτων – προϊόντων μας (δηλαδή να μην έχει υγρασία ή να μην το χτυπά συνέχεια ο ήλιος).

- ΑΓΟΡΑ Ή ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

Το ζήτημα ή για να το θέσουμε διαφορετικά, το δίλημμα «αγορά ή ενοικίαση καταστήματος», ομολογουμένως μας απασχόλησε αρκετά.

Σύμφωνα με το επιχειρηματικό ή επιχειρησιακό σχέδιο (business plan) που έχουμε θέσει, το οποίο είναι βασικό εργαλείο για κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα σε κάθε φάση της εξέλιξής της, αναλύσαμε τα παρακάτω:

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ 1^η : ΑΓΟΡΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ.

Στην περίπτωση που επιλέξουμε να καταλήξουμε στη λύση της αγοράς ενός επαγγελματικού χώρου – καταστήματος, είναι επόμενο το γεγονός ότι θα καταφύγουμε σε Τραπεζικό Δανεισμό, δηλαδή στη χορήγηση υψηλού ποσού δανείου, καθώς στις ημέρες μας οι αντικειμενικές αξίες των ακινήτων αυξάνονται όλο και περισσότερο, πόσο μάλλον στην περιοχή που επιθυμούμε (όπως θα αναφερθεί παρακάτω) να εγκαταστήσουμε την επιχείρησή μας. Επομένως το υψηλό δάνειο συνεπάγεται υψηλές μηνιαίες δόσεις (μεγάλη επιβάρυνση για νέους μικρομεσαίους επιχειρηματίες), καθώς επίσης συνοδεύεται και από τους αντίστοιχους τόκους.

ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ 2^η : ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΧΩΡΟΥ.

Εξετάζοντας την πιθανή επιλογή της ενοικίασης επαγγελματικού χώρου, αρχικά είναι σημαντικό να αναφέρουμε το πρώτο και σημαντικότερο πλεονέκτημα που είναι η ευελιξία που προσφέρει, καθώς η επιχείρηση μπορεί να μετεστεγαστεί σε άλλο χώρο είτε κατά τη λήξη του συμβολαίου, είτε λόγω μελλοντικής μη επάρκειάς του χώρου του καταστήματος, είτε λόγω άλλων μελλοντικών πιθανών και μη προβλέψιμων κολλημάτων.

Επίσης, το έξοδο του ενοικίου θα αποτελεί σταθερό μηναίο έξοδο για την εταιρεία μας, σαφώς χαμηλότερο από τη μηνιαία δόση του δανείου πλέον των τόκων είτε σταθερών είτε κυμαινόμενων, αφού δεν διαθέτουμε ίδια Κεφάλαια για αγορά.

Σύμφωνα με τις ανάγκες, αλλά και τις δυνατότητές μας, «η πλάστιγγα γέρνει» υπέρ της ενοικίασης, καθώς και το ύψος του ενοικίου υπολείπεται σημαντικά της δόσης του δανείου και επιπλέον η περίοδος η οποία διανύουμε, σύμφωνα με τους ειδικούς είναι μια περίοδος νέα αύξησης των επιτοκίων, δηλαδή μεγαλύτερες επιβαρύνσεις για τους επιχειρηματίες στην αποπληρωμή των δανείων που έχουν λάβει ή πρόκειται να λάβουν.

Καταλήγοντας, είναι σημαντικό εφόσον καταλήξουμε στην επιλογή της ενοικίασης να είμαστε πολύ προσεκτικοί, γιατί η συχνή αλλαγή της νομοθεσίας και της νομολογίας δεν αφήνει περιθώριο σε πειράματα και προχειρότητες σε καμία συναλλαγή στις μέρες μας, άρα ούτε και στη μίσθωση ακινήτου. Ως ενοικιαστές πρέπει να προσέξουμε πρώτον να μη συμφωνούμε στην πληρωμή ενοικίου δυσανάλογου με τις πραγματικές οικονομικές δυνατότητες και τη μισθοδοτική αξία του ακινήτου. Δεύτερον, είναι απαραίτητο να ελέγξουμε ότι το κατάστημα μας κάνει πραγματικά καθώς επίσης και την ποιότητά του. Τέλος, πρέπει να διαπραγματευτούμε, έτσι ώστε να πληρώσουμε το σωστό ενοίκιο.

1. 2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΥΡΕΣΗΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ

ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ

Ο πρώτος και πολύ σημαντικός παράγοντας, ο οποίος πρέπει να εξεταστεί και μελλοντικά θα αποτελέσει μέρος της επιτυχίας και ορθής επαγγελματικής κίνησης είναι η περιοχή εγκατάστασης του καταστήματός μας.

«Ίσως έχετε ακούσει ότι τα τρία βασικότερα συστατικά μιας επιτυχημένης επιχείρησης είναι: πόστο, πόστο, πόστο. Μολονότι είναι λιγάκι παρατραβηγμένο, αποτελεί μέρος της αλήθειας για πολλά είδη επιχειρήσεων. Η επιλογή της τοποθεσίας είναι μία από τις σημαντικότερες αποφάσεις που θα λάβουν οι επιχειρηματίες» υποστηρίζουν οι σύμβουλοι επιχειρήσεων.

Είναι απαραίτητο να συνειδητοποιήσουμε πως για παράδειγμα η εύκολη πρόσβαση ενεργοποιεί το αισθητήριο της επιθυμίας του πελάτη, εξοικονομώντας χρόνο, ο οποίος είναι πολύτιμος. Επιπλέον, ο χώρος στάθμευσης αποτελεί ένα ακόμα πλεονέκτημα όπως επίσης και το σημείο του καταστήματος να είναι τέτοιο ώστε να είναι σταθερή η ροή των περαστικών. Η δημογραφική μελέτη μας βοηθά να προσδιορίσουμε σωστά την περιοχή. Είναι προς

όφελός μας στην περιοχή που θα καταλήξουμε, να την γνωρίζουμε ήδη, ίσως να ξέρουμε τις τράπεζες, τις γύρω επιχειρήσεις και άτομα που θα μας βοηθήσουν να στηρίξουμε την επιχείρηση στη συγκεκριμένη περιοχή.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που συγκεντρώσαμε – όπως προαναφέραμε – από το Επιμελητήριο Αχαΐας και από τη Στατιστική Υπηρεσία Πατρών, συμπεραίνουμε πως το ορθό, είναι να κατευθύνουμε την έρευνά μας, σε περιοχή, όπου να υπάρχει αγοραστικό κοινό και συγχρόνως να υπάρχει έλλειψη ομοειδών επιχειρήσεων.

Για παράδειγμα,

A) Στην περιοχή των Υψηλών Αλωνίων, υπάρχουν 4 (τέσσερα) καφεκοπτεία

(1. Μιράν Κετσογιάν, Αθανασίου Διάκου , 2. Κατάστημα Coffee Island, Γούναρη 3.

Παπούλιας Γεώργιος – Coffee Island, Παναχαϊκού 73-77, 3. Ιωάννης Οικονόμου – Pellegrino, Σμύρνης 94). Επομένως, θα ήταν λάθος να ψάξουμε κάποιο κατάστημα στη συγκεκριμένη περιοχή.

B) Η περιοχή της Εγλυκάδας, έχει 2 (δύο) καφεκοπτεία (1.Αντώνιος Νικολετόπουλος & Σια Ο.Ε. , Εγλυκάδος 139, 2. Γεωργία Ανάγνου του Δημητρίου, Παρασκευοπούλου 8-10). Για τη συγκεκριμένη συνοικία της Πάτρας, είναι αρκετά τα 2 αυτά καταστήματα, άρα, δεν στρέφουμε το ενδιαφέρον μας στην περιοχή αυτή.

Γ) Στην περιοχή του Ρίου, υπάρχει ήδη 1 (ένα) καφεκοπτείο, το οποίο είναι επαρκές για τη συγκεκριμένη περιοχή, αναλογικά με το υπάρχον αγοραστικό κοινό.

Δ) Στο κέντρο της πόλης της Πάτρας υπάρχουν 7 (επτά) καφεκοπτεία (1. Ιωάννης Κουραχάνης, Καραϊσκάκη 89-91, 2. Αλεξάνδρα Μπαίλου, Αγίου Νικολάου 60, 3. Θεόφιλος Αναστασόπουλος – Καφέδες Παπαδάκη, Κανακάρη 69, 4. Λάμπρος Αβεντισιάν, Μαιζώνος 175, 5. Νικόλαος Δρακόπουλος, Κορίνθου 124, 6. Κατάστημα αλυσίδας Franchise Coffee way, Ρήγα Φεραίου 69^A, 7. Καφεκοπτείο Λουμίδης, Κορίνθου). Αναμφισβήτητα, το κέντρο της Πάτρας αποτελεί πόλο έλξης και πέρασμα όλων των Πατρινών και μη. Διενεργώντας έρευνα γύρω από τις τιμές κτίσης και ενοικίασης επαγγελματικών χώρων στις κεντρικές οδούς της πόλης μας, ήρθαμε αντιμέτωπες με – αναμενόμενα βέβαια – υπέρογκα ζητούμενα ποσά. Ψάχνοντας στις αγγελίες τοπικών εφημερίδων βρήκαμε κάποια καταστήματα, τα οποία πληρούσαν τις προϋποθέσεις μας. Το μηνιαίο ενοίκιο ενός καταστήματος περίπου 55 τ.μ. κυμαίνεται από 2000 έως 3000 ευρώ κα σε κάποιες περιπτώσεις είναι και υψηλότερο. Υπάρχει επιπλέον, όμως, και ο λεγόμενος απαιτούμενος «αέρας».

Συμπεραίνουμε, λοιπόν, πως το χρηματικό κεφάλαιο, το οποίο απαιτείται μόνο για την ενοικίαση του χώρου είναι ασύμφορο.

E) Τέλος, μια πιθανή λύση, θα ήταν να ανοίξουμε το κατάστημά μας, σε περιοχές των περιχώρων της Πάτρας, όπως η περιοχή της Παραλίας ή των Ζαρουχλείων, μα το αγοραστικό κοινό, στο οποίο θα απευθυνόμασταν θα ήταν πολύ περιορισμένο, άρα εν συνεχεία και οι πωλήσεις μας.

Λαμβάνοντας υπ' όψη μας όλα τα ανωτέρω, κάναμε έρευνα αγοράς στην περιοχή του Πελεκάνου, όπου δεν υπάρχει άλλο κατάστημα ίδιου αντικειμένου.

Στην περιοχή αυτή της Πάτρας, κατοικεί μόνιμα ένα μεγάλο μέρος εύπορων Πατρινών και μη, όπως επίσης και πολλοί φοιτητές, οι οποίοι σπουδάζουν στο Πανεπιστήμιο της Πάτρας.

Αρχικά, δημιουργήσαμε ένα ερωτηματολόγιο και απευθυνθήκαμε σε κατοίκους της συγκεκριμένης περιοχής, σε ιδιοκτήτες καφέ – μπαρ, που βρίσκονται στην οδό Ηρώων Πολυτεχνείου, καθώς επίσης και σε γραφεία μεγάλων ναυτιλιακών εταιρειών, τα οποία στεγάζονται στην εν λόγω περιοχή.

Η κατάσταση με τις ερωτήσεις, τις οποίες απευθύναμε σε δείγμα 80 κατοίκων του Πελεκάνου ηλικίας 20(είκοσι) – 65(εξήντα πέντε) ετών ήταν η εξής :

- 1) Έχετε υπ' όψη σας, εάν υπάρχει στην περιοχή καφεκοπτείο ;
- 2) Έχετε υπ' όψη σας, εάν υπήρχε στο παρελθόν καφεκοπτείο στην περιοχή;
- 3) Εάν υπήρχε, γνωρίζεται για ποιο λόγο έκλεισε ;
- 4) Εάν δεν υπάρχει, θα επιθυμούσατε να ανοίξει ;
- 5) Από πού προμηθεύεστε καφέ ;
- 6) Είστε ικανοποιημένοι από την ποιότητα ;
- 7) Είστε ικανοποιημένοι από την τιμή αγοράς ;
- 8) Ποια άλλα είδη θα θέλατε να υπάρχουν σε ένα καφεκοπτείο.

Οι απαντήσεις, οι οποίες λάβαμε, μας οδήγησαν στα παρακάτω συμπεράσματα. Στην περιοχή του Πελεκάνου, υπήρχε ένα παλιό καφεκοπτείο, το οποίο έκλεισε πριν από 6(έξι) χρόνια, λόγω συνταξιοδότησης του ιδιοκτήτη, ο οποίος δεν θέλησε να πουλήσει την επιχείρησή του, αλλά ούτε κάποιο από τα μέλη της οικογένειάς του δεν επιθυμούσε να αναλάβει τη συνέχισή του. Οι κάτοικοι, προμηθεύονται καφέ, τσάι και λοιπά ροφήματα, διάφορα ζαχαρώδη προϊόντα και ξηρούς καρπούς από τα super-market της περιοχής ή από μικρά παντοπωλεία της γειτονιάς. Κάποιες φορές, όταν στα καταστήματα αυτά δεν μπορούν να βρουν το είδος που θέλουν, αναγκάζονται να μετακινηθούν στο κέντρο της πόλης για να το αγοράσουν. Όλοι οι ερωτηθέντες, εξέφρασαν τη θέληση, αλλά και την ανάγκη ύπαρξης ενός καφεκοπτείου, στο οποίο θα έχουν τη δυνατότητα άμεσης πρόσβασης και επιπροσθέτως, τα προϊόντα δε θα είναι τυποποιημένα και συσκευασμένα από καιρό. Επιπλέον, το 90% των ατόμων αυτών, υπογράμμισε έντονα τη δυσανασχέτησή του, σχετικά με τις τιμές, που αγοράζουν τον καφέ και τα συναφή είδη, εξηγώντας μας πως τις θεωρούν ιδιαίτερα υψηλές και ασύμφορες.

Λαμβάνοντας σοβαρά υπ' όψη μας, την έρευνα αυτή, που αφορά τις προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού, προχωρήσαμε στο επόμενο στάδιο, στη διαδικασία εύρεσης κατάλληλης επαγγελματικής στέγης.

Όπως προαναφέραμε, το κατάστημα, το οποίο επιθυμούμε να ανοίξουμε, υπάγεται στην κατηγορία «Καταστήματα Υγειονομικού Ενδιαφέροντος», σύμφωνα με την υπ' αριθμόν

ΑΙβ/8577/83 Υγειονομική Διάταξη. Επομένως, είναι απαραίτητο να πληρούνται συγκεκριμένες προϋποθέσεις για να μπορέσουμε να το ανοίξουμε.

Ψάχνοντας στις αγγελίες των τοπικών εφημερίδων, αλλά και με τη βοήθεια μεσιτικού γραφείου, βρήκαμε τα εξής 3 (τρία) καταστήματα προς ενοικίαση :

- 1) Κατάστημα 20 (είκοσι) τ.μ. ο κύριος χώρος συν 11 (έντεκα) τ.μ αποθηκευτικός , στη διεύθυνση Λευκωσίας 6, με μηνιαίο ενοίκιο 1.900 (χίλια εννιακόσια) ευρώ και απαίτηση εφάπαξ καταβολής ποσού «αέρα» 19.000(δέκα εννέα χιλιάδες) ευρώ.
- 2) Κατάστημα 22 (είκοσι δύο) τ.μ. ο κύριος χώρος συν 12 (δώδεκα) τ.μ. αποθηκευτικός χώρος , στη διεύθυνση Κύπρου 4, με μηνιαίο ενοίκιο 2.100. (δύο χιλιάδες εκατό) ευρώ και απαίτηση καταβολής ποσού «αέρα» 18.000 (δέκα οχτώ χιλιάδες) ευρώ, με δυνατότητα διακανονισμού της καταβολής σε 2 (δύο) ισόποσες δόσεις.
- 3) Κατάστημα 55.τ.μ. (με αποθηκευτικό χώρο), στη διεύθυνση Ηρώων Πολυτεχνείου 256 , με μηνιαίο ενοίκιο 1.950 (χίλια εννιακόσια πενήντα) ευρώ και απαίτηση καταβολής ποσού «αέρα» 18.000 (δέκα οκτώ χιλιάδες) ευρώ, με δυνατότητα διακανονισμού της καταβολής σε 3 (τρεις) ισόποσες δόσεις.

Για τη λήψη ορθής επιλογής καταστήματος, απευθυνθήκαμε στον μηχανικό κ. Ταβλά Δημήτριο. Αφού εξέτασε προσεκτικά τις 3 (τρεις) επιλογές κατέληξε στα εξής συμπεράσματα :

- 1) Το κατάστημα της οδού Λευκωσίας, καθότι είναι παλαιάς κατασκευής και δεν έχει ανακαινιστεί ποτέ, απαιτεί αρκετά μεγάλο διάστημα για να ανακαινιστεί, καθώς τα απαιτούμενα τεχνικά έργα είναι πολλά. Αποτέλεσμα αυτού είναι το υψηλό κόστος ,το οποίο θα χρειαστεί να καταβάλουμε για τις τεχνικές εργασίες επιδιόρθωσης και διαμόρφωσης του καταστήματος.
- 2) Το κατάστημα της οδού Κύπρου, παρουσιάζει ιδιαίτερο πρόβλημα υγρασίας, το οποίο είναι εμφανές σε όλες τις επιφάνειες του καταστήματος και παρόλες τις δυνατές εργασίες, το πρόβλημα αυτό θα ξαναπαρουσιαστεί, λόγω λανθασμένης μελέτης όταν κατασκευάστηκε το εν λόγω κτίριο. Επιπλέον - παρότι ο προηγούμενος ενοικιαστής είχε σαν αντικείμενο «Είδη Ζαχαροπλαστείου» (άρα ήταν κατάστημα Υγειονομικού Ενδιαφέροντος) – στο κατάστημα δεν υπάρχει τουαλέτα.
- 3) Το κατάστημα της οδού Ηρώων Πολυτεχνείου, αποτελεί την πιο ενδιαφέρουσα επιλογή, καθώς οι τεχνικές εργασίες οι οποίες απαιτούνται για τη διαμόρφωσή του είναι συγκριτικά με τα παραπάνω λιγότερες. Ο ισόγειος χώρος είναι επαρκής για τις ανάγκες του αντικειμένου μας και επιπλέον υπάρχει υπόγειος χώρος καθώς

πατάρι. Οι υδραυλικές εγκαταστάσεις είναι διατηρημένες σε καλή κατάσταση και προ τετραετίας ο προηγούμενος εκμισθωτής έκανε ολική ανακαίνιση στο κατάστημα. Μετά από λεπτομερή έλεγχο και τις απαραίτητες συζητήσεις και συμβουλές από το μηχανικό καταλήξαμε στην επιλογή της ενοικίασης του τρίτου κατά σειρά επαγγελματικού χώρου, ο οποίος πληρεί τις απαιτούμενες από εμάς προδιαγραφές και συγκριτικά με τους υπόλοιπους διαθέσιμους είναι ο καλύτερος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΙΔΡΥΣΗ – ΣΥΣΤΑΣΗ - ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ

Α' ΜΕΡΟΣ

2. 1 ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ (Ε.Π.Ε.)

Γενικά

Η Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης εμφανίστηκε στην Ελλάδα για πρώτη φορά το 1955 με το Ν.3190/1955 (Φ.Ε.Κ. 91/16-4-1955 Τεύχος Α') και είναι ο τύπος της εταιρείας που ταιριάζει περισσότερο στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Το κύριο χαρακτηριστικό γνώρισμα της εταιρικής αυτής μορφής είναι το μικρό κεφάλαιο, το οποίο χρειάζεται για τη σύστασή της και η περιορισμένη ευθύνη των εταίρων της μέχρι το ύψος του κατατεθειμένου εταιρικού κεφαλαίου, όπως ακριβώς συμβαίνει και με τις ανώνυμες εταιρίες, σε αντίθεση με τις προσωπικές εταιρίες, των οποίων τα μέλη ευθύνονται απεριόριστα και με την ατομική τους περιουσία, πέραν του εταιρικού κεφαλαίου.

Σύσταση Εταιρίας Περιορισμένης Ευθύνης μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους, ανάλογα με τον τρόπο κάλυψης του εταιρικού κεφαλαίου. Για το λόγο αυτό διαφέρουν και οι διαδικασίες μέχρι την υπογραφή του Καταστατικού της.

Συνήθης περίπτωση στην πράξη είναι η σύσταση Ε.Π.Ε. με κάλυψη του εταιρικού της κεφαλαίου σε μετρητά, ενώ η κάλυψη του κεφαλαίου σε μετρητά και είδος ή μόνο το 50% αυτού σε είδος είναι χρονοβόρα και δαπανηρά, διότι η αποτίμηση της εισφοράς σε είδος πρέπει να γίνει υποχρεωτικά από την επιτροπή του άρθρου 9 του Κ.Ν. 2190/1920 και μετά να συνταχθεί το Καταστατικό, αφού στο κείμενο του Καταστατικού συμπεριληφθεί και η έκθεση της εκτιμητικής επιτροπής.

Προκειμένου, λοιπόν να προχωρήσει η σύνταξη του Καταστατικού της Ε.Π.Ε. πρώτα πρέπει να μελετηθούν τα βασικά στοιχεία του Καταστατικού της, μεταξύ των μελών και μετά να προβούν στην υπογραφή του.

Το Καταστατικό της Ε.Π.Ε. συντάσσεται, όπως και της Α.Ε., ενώπιον συμβολαιογράφου, παρουσία δικηγόρου, σύμφωνα με το άρθρο 6 του Ν. 3190/55 και τα βασικά του στοιχεία είναι : 1) Επωνυμία, 2) Αντικείμενο, 3) Στοιχεία εταίρων 4) Κεφάλαιο, 5) Εταιρικό μερίδιο και μερίδα συμμετοχής, 6) Έδρα, 7) Διαχειριστές – Θητεία, 8) Διαχειριστική περίοδος, 9) Διάρκεια εταιρίας.

2. 2 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΣΥΣΤΑΣΗΣ – ΙΔΡΥΣΗΣ Ε.Π.Ε.

1) Σύνταξη σχεδίου καταστατικού Ε.Π.Ε.

Α) Συμφωνία μεταξύ των εταίρων της υπό σύσταση Ε.Π.Ε. για τα βασικά θέματα που αφορούν τις σχέσεις, μεταξύ τους, την επωνυμία τη διοίκηση, το κεφάλαιο, την έδρα, τη διάρκεια και όποιο άλλο στοιχείο είναι απαραίτητο.

B) Σύνταξη του σχεδίου του Καταστατικού που θα περιέχει τα συμφωνηθέντα μεταξύ των εταίρων θέματα και απαραίτητα στοιχεία.

2) Προέγκριση επωνυμίας και διακριτικού τίτλου από το αρμόδιο Επιμελητήριο.

Σύμφωνα με τις διατάξεις του εδαφ. α του αρθ. 5^α του Ν.1089/80, όπως αυτό αντικαταστάθηκε με την παρ. 6 του αρθ.1 του Ν.2941/2001 οι Γραμματείς του Πρωτοδικείου δεν δέχονται για καταχώρηση στα βιβλία των εταιρειών που τηρούντο σ' αυτά και να μη θεωρούν συμφωνητικά σύστασης ή τροποποίησης ή λύσης προσωπικών εταιριών και Ε.Π.Ε., αν αυτά δε συνοδεύονται από την προέγκριση που προβλέπει το εδάφιο γ' του εν λόγω άρθρου που προστέθηκε με την παρ. 8 του αρθ. 1 του Ν.2941/2001 αν αυτά δε συνοδεύονται από την προέγκριση του δικαιώματος χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου από το οικείο Επιμελητήριο της προβλεπόμενης έδρας της εταιρίας και ισχύει για 2 μήνες από την ημερομηνία χορήγησης, διάστημα στο οποίο η εταιρία οφείλει να καταστήσει οριστικό το δικαίωμα χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου, με την εγγραφή της στο οικείο Επιμελητήριο, σύμφωνα με το αρθ. 4 του Ν.1089/80.

Οι Συμβολαιογράφοι είναι υποχρεωμένοι να μην προβαίνουν σε σύνταξη εγγράφου σύστασης εταιρείας, αν δεν υπάρχει η σχετική προέγκριση.

Τέλος, πρέπει να σημειώσουμε ότι, η σχετική βεβαίωση προέγκρισης από το Επιμελητήριο, χορηγείται κατόπιν υποβολής σχεδίου καταστατικού Ε.Π.Ε. και σχετικής αίτησης, πλέον της καταβολής της αξίας του παραβόλου.

3) Παράσταση και αμοιβή Δικηγόρου κατά την υπογραφή του Καταστατικού Ε.Π.Ε.

Η σύμβαση σύστασης της Ε.Π.Ε., σύμφωνα με την παραγρ. 1 του άρθρου 6 του Ν. 3190/1955, υπογράφεται ενώπιον συμβολαιογράφου με την υποχρεωτική παράσταση δικηγόρου.

Για να παραστεί ο Δικηγόρος και να συνυπογράψει το καταστατικό ενώπιον του Συμβολαιογράφου πρέπει να προηγηθεί η υποβολή ενός σχεδίου καταστατικού στο Δικηγορικό Σύλλογο της έδρας του, και η καταβολή της σχετικής με το ύψος του εταιρικού κεφαλαίου αμοιβής του. Η απόδειξη είσπραξης εκδίδεται από το Δικηγορικό Σύλλογο σε 4 αντίγραφα, όπου με το θεωρημένο αντίγραφο του καταστατικού παραδίδεται στο Δικηγόρο για να παραδοθεί στο συμβολαιογράφο.

4) Υπογραφή Καταστατικού Ε.Π.Ε ενώπιον Συμβολαιογράφου.

Ο συμβολαιογράφος για να προχωρήσει στην υπογραφή της σύμβασης πρέπει να του έχουν προσκομισθεί τα εξής δικαιολογητικά :

- Επικυρωμένο αντίγραφο της σύμβασης από το Δικηγορικό Σύλλογο.
- Απόδειξη είσπραξης της αμοιβής του δικηγόρου, του Δικηγορικού Συλλόγου σε δύο αντίτυπα.
- Αποδεικτικά φορολογικής ενημερότητας των ιδρυτών της εταιρίας.
- Βεβαίωση του Επιμελητηρίου προέγκρισης της Επωνυμίας.

Μετά την υπογραφή της σύμβασης από τους ιδρυτές και τον παριστάμενο δικηγόρο, ο συμβολαιογράφος επιστρέφει την απόδειξη κατάθεσης της αμοιβής του δικηγόρου για το Δικηγορικό Σύλλογο, στο σώμα της οποίας σημειώνει ο συμβολαιογράφος τον αριθμό της πράξης σύστασης της εταιρίας, ενώ είναι υποχρεωμένος να στέλνει το άλλο αντίτυπο της απόδειξης είσπραξης κάθε τρίμηνο στο Υπουργείο Οικονομικών, Διεύθυνση Ελέγχων.

5) Διαδικασίες δημοσίευσης Καταστατικού Ε.Π.Ε.

Σύμφωνα με τις διατάξεις της παραγρ. 1 του αρθ. 8 του Ν.3190/1955, το αντίγραφο της εταιρικής σύμβασης πρέπει να κατατεθεί από εταίρο ή διαχειριστή και υποχρεωτικά από το συμβολαιογράφο μέσα σ' ένα μήνα από την υπογραφή της, αφού προηγουμένως έχουν πληρωθεί ο Φόρος Συγκέντρωσης Κεφαλαίου στην αρμόδια Δ.Ο.Υ., τα δικαιώματα του Ταμείου Πρόνοιας Δικηγόρου και η βεβαίωση από το Επιμελητήριο για την οριστικοποίηση της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου επι του προς καταχώρηση στα Β/θμια του Πρωτοδικείου, καταστατικού, στη Γραμματεία του Πρωτοδικείου της έδρας της εταιρίας για καταχώρηση.

Με βάση τις διατάξεις της παραγρ. 2 του εν λόγω άρθρου και με δαπάνες της εταιρίας δημοσιεύεται η ανακοίνωση της περίληψης του Καταστατικού στο Φ.Ε.Κ. (Τεύχος Α.Ε. και Ε.Π.Ε.) προκειμένου να αποκτήσει η εταιρία τη νομική της προσωπικότητα.

Μετά την ολοκλήρωση των ανωτέρω αναφερόμενων διατυπώσεων, η Ε.Π.Ε. αποκτά τη νομική της προσωπικότητα και κατά συνέπεια καθίσταται υποκείμενο δικαιωμάτων και υποχρεώσεων (άρθρο 9 παρ. 1 του Ν. 3190/1955).

Οι πιο πάνω αναφερόμενες διαδικασίες αναλυτικά έχουν ως εξής:

α) Διαδικασίες καταχώρησης της εταιρικής σύμβασης στα βιβλία των εταιριών του Πρωτοδικείου :

Μετά την υπογραφή της εταιρικής σύμβασης ενώπιον συμβολαιογράφου παραλαμβάνονται 4 τουλάχιστον επικυρωμένα αντίγραφα αυτής και ξεκινά η διαδικασία καταχώρησης στα βιβλία των εταιριών του Πρωτοδικείου της έδρας της Εταιρίας.

Για την καταχώρηση αυτή πρέπει να προηγηθούν οι παρακάτω αναφερόμενες εργασίες :

α.1. Πληρωμή του Φόρου Συγκέντρωσης Κεφαλαίων :

Για την πληρωμή του φόρου αυτού συμπληρώνεται η δήλωση Φόρου Συγκέντρωσης Κεφαλαίων σε τρία (3) αντίτυπα και συνυποβάλλεται με δύο (2) αντίγραφα της εταιρικής σύμβασης στη Δ.Ο.Υ. της έδρας της υπό σύστασης εταιρίας.

Η δήλωση αυτή υποβάλλεται στην αρμόδια Δ.Ο.Υ. μέσα σε 15 μέρες από την υπογραφή της εταιρικής σύμβασης και καταβάλλεται ο σχετικός φόρος, μετά δε την πάροδο της προθεσμίας αυτής η δήλωση θεωρείται εκπρόθεσμη και επιβάλλονται οι σχετικές προσαυξήσεις, που ανέρχονται σε 1,5% για κάθε μήνα καθυστέρησης.

Ο Φόρος Συγκέντρωσης Κεφαλαίων ανέρχεται σε 1% επί του ύψους του εταιρικού κεφαλαίου και η εκπρόθεσμη προσαύξηση ανέρχεται σε ποσοστό 1,5% για κάθε μήνα καθυστέρησης

Με την υποβολή της παραπάνω δήλωσης και των δύο αντιγράφων στη Δ.Ο.Υ., σφραγίζεται το ένα αντίγραφο της εταιρικής σύμβασης από την αρμόδια υπηρεσία και επιστρέφεται στην εταιρία για τις παραπέρα ενέργειές της.

α.2. Πληρωμή δικαιωμάτων Ταμείου Πρόνοιας Δικηγόρων και Νομικών

Αντίγραφο του υπογεγραμμένου συμβολαίου σύνταξης του Καταστατικού της Ε.Π.Ε. προ της κατάθεσής του στο Πρωτοδικείο για καταχώρηση, προσκομίζεται στο Ταμείο Πρόνοιας Δικηγόρων όπου καταβάλλονται τα σχετικά δικαιώματά του τα οποία ανέρχονται ως εξής: - Σύσταση Εταιρίας : Επί του εταιρικού κεφαλαίου

1α.3. Οριστικοποίηση της επωνυμίας στο Επιμελητήριο

Το πιο πάνω θεωρημένο από τη Δ.Ο.Υ. αντίγραφο της εταιρικής σύμβασης, με ένα απλό φωτοαντίγραφο αυτής, προσκομίζεται στο οικείο επιμελητήριο της περιφέρειας της έδρας της εταιρίας μέσα σε 2 μήνες το αργότερο από τη χορήγηση της βεβαιώσεως της χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου που της χορηγήθηκε, κατά το στάδιο της σύστασης της εταιρίας για τον έλεγχο και την οριστικοποίηση της χρήσης της εταιρικής επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου. Αφού γίνει ο σχετικός έλεγχος, θεωρείται το επικυρωμένο αντίγραφο για τον έλεγχο του δικαιώματος χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου. Αφού σφραγισθεί και υπογραφεί, παραλαμβάνεται, προκειμένου να καταβληθούν τα δικαιώματα του Ταμείου Πρόνοιας Δικηγόρων και στη συνέχεια να προωθηθούν προκειμένου να καταχωρηθεί στα βιβλία των εταιριών στο Πρωτοδικείο της περιφέρειας της έδρας της εταιρίας.

α.4. Κτήση νομικής προσωπικότητας Ε.Π.Ε

Σύμφωνα με το άρθ. 9 του Ν. 3190/55 ως κρίσιμος χρόνος για την κτήση της νομικής προσωπικότητας από την εταιρεία, είναι εκείνος κατά τον οποίο έχουν ολοκληρωθεί οι διατυπώσεις της δημοσιότητας που προβλέπει το άρθ. 8 του εν λόγω νόμου. Έτσι η Ε.Π.Ε. αποκτά νομική προσωπικότητα με την κατάθεση της εταιρικής σύμβασης στην γραμματεία του πρωτοδικείου της έδρας της και τη δημοσίευση της περίληψης στο Φ.Ε.Κ. Από το χρόνο αυτό η εταιρία καθίσταται υποκείμενο δικαιωμάτων και υποχρεώσεων.

Η προθεσμία για την κατάθεση αντιγράφου της εταιρικής σύμβασης στον γραμματέα του Πρωτοδικείου, ορίζεται από το άρθ. 8 παρ. 1 του Νόμου σε ένα μήνα.

α.5. Δημοσίευση περίληψης Καταστατικού της Ε.Π.Ε. στο Φ.Ε.Κ.

Μετά την καταχώρηση της πράξης σύστασης Ε.Π.Ε. στα Βιβλία Εταιριών του Πρωτοδικείου και τη λήψη των σχετικών αντιγράφων, για την ολοκλήρωση της δημοσιότητας και την απόκτηση της νομικής προσωπικότητας της εταιρίας χρειάζεται επιπλέον και η καταχώρηση της περίληψης του Καταστατικού στο Φ.Ε.Κ. (Τεύχος Α.Ε. και Ε.Π.Ε.)(άρθρο 9 παρ. 1 του Ν. 3190/1955), η οποία πραγματοποιείται από το διαχειριστή ή τον συμβολαιογράφο και με δαπάνες της εταιρίας.

Για την καταχώρηση υποβάλλονται στο Εθνικό Τυπογραφείο :

- A) Το διπλότυπο είσπραξης που καταβάλλεται σε οποιαδήποτε Δ.Ο.Υ. για παράβολο δημοσίευσης της περίληψης του Καταστατικού της Ε.Π.Ε.
- B) Το αντίγραφο του τριπλότυπου είσπραξης δικαιωμάτων του Ταμείου Υπαλλήλων Εθνικού Τυπογραφείου (Τ.Α.Π.Ε.Τ.) και
- Γ) Η περίληψη του Καταστατικού της Ε.Π.Ε.

ΑΝΑΚΕΦΑΛΑΙΩΣΗ

Ανακεφαλαιώνοντας όλα τα ανωτέρω, αναφέρουμε περιεκτικότερα τη διαδικασία για τη σύσταση Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.)

- Προέγκριση Επωνυμίας. Με αίτηση που γίνεται στο οικείο Επιμελητήριο, δίνεται στους εταίρους βεβαίωση προέγκρισης της Επωνυμίας και του Διακριτικού τίτλου της εταιρείας, για τον αύξοντα αριθμό κράτησης της επωνυμίας, ο οποίος ισχύει για δύο (2) μήνες.
- Σύνταξη Σχεδίου Καταστατικού. Το Καταστατικό αποτελεί το νομικό έγγραφο σύστασης της εταιρείας. Οι διαδικασίες σύστασης μιας Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης ξεκινούν από τη σύνταξη του Σχεδίου Καταστατικού της εταιρείας.
- Δικηγορικός Σύλλογος. Πριν την υπογραφή του Καταστατικού, ενώπιον Συμβολαιογράφου, παρουσία δικηγόρου, πρέπει να καταβληθεί στο Δικηγορικό Σύλλογο γραμμάτιο προείσπραξης για το συμπράττοντα δικηγόρο.
- Συμβολαιογράφος. Το επόμενο βήμα είναι η υπογραφή του Καταστατικού Συστάσεως της Ε.Π.Ε. ενώπιον συμβολαιογράφου (άρθρο 6, παρ. 1 Ν. 3190/1955).
- Επιμελητήριο. Σύμφωνα με το άρθρο 7 του Ν. 2081/92, το υπογεγραμμένο Καταστατικό της υπό σύστασης Ε.Π.Ε. σε δύο (2) αντίγραφα προσκομίζεται στο οικείο επιμελητήριο, μαζί με τον αύξοντα αριθμό κράτησης επωνυμίας και μία (1) αίτηση. Το επιμελητήριο, εφόσον ελέγξει την επωνυμία και τον διακριτικό τίτλο, θεωρεί το Καταστατικό για τον έλεγχο του δικαιώματος χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου.
- Δ.Ο.Υ. έδρας. Μέσα σε δεκαπέντε (15) ημέρες από την υπογραφή του Καταστατικού, πρέπει να καταβληθεί στη Δ.Ο.Υ. έδρας ο Φόρος Συγκέντρωσης Κεφαλαίου (Φ.Σ.Κ.). Επίσης, πρέπει να πληρωθεί το παράβολο Δημοσίου και ΤΑΠΕΤ. Το παράβολο αυτό, αφορά τη μετέπειτα δημοσίευση της ανακοίνωσης της εταιρείας από το Εθνικό Τυπογραφείο.

Για την καταβολή του Φ.Σ.Κ. πρέπει να προσκομιστούν δύο (2) αντίγραφα του καταστατικού (εκ των οποίων το ένα είναι αυτό που έχει θεωρηθεί από το Επιμελητήριο), επιταγή με το προδιαγεγραμμένο ποσό και δήλωση Φ.Σ.Κ. εις διπλούν.

Θα θεωρηθεί το καταστατικό και θα μας επιστραφούν το διπλότυπο καταβολής και το ένα (1) εκ των δύο (2) αντιγράφων της δήλωσης Φ.Σ.Κ.

- Ταμείο Νομικών και Ταμείο Πρόνοιας Δικηγόρων. Στη συνέχεια, πρέπει να θεωρηθεί το Καταστατικό στο Ταμείο Νομικών και στο Ταμείο Πρόνοιας Δικηγόρων, όπου καταβάλλονται ποσά 0,5% και 1% αντίστοιχα επί του εταιρικού κεφαλαίου.
- Πρωτοδικείο. Μέσα σε ένα μήνα από την υπογραφή του Καταστατικού της εταιρείας, πρέπει να το καταθέσουμε στο Πρωτοδικείο της έδρας. Στο Πρωτοδικείο πρέπει να κατατεθούν:

α) Δύο (2) αντίγραφα του Καταστατικού θεωρημένα από την αρμόδια Δ.Ο.Υ. για την καταβολή του Φ.Σ.Κ. και το οικείο επιμελητήριο για την επωνυμία,

β) Περίληψη του Καταστατικού,

γ) και μία αίτηση.

Στη συνέχεια, εκδίδεται η απόφαση, με την οποία εγκρίνεται η σύσταση της εταιρείας και καταχωρείται στο Μητρώο Εταιρειών Περιορισμένης Ευθύνης.

- Εθνικό Τυπογραφείο. Η αρμόδια αρχή που εκδίδει την απόφαση έγκρισης της σύστασης της εταιρείας, αποστέλλει στο Εθνικό Τυπογραφείο ανακοίνωση περί συστάσεως της εταιρείας προς δημοσίευση στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.
- Επιμελητήριο. Εντός δύο (2) μηνών από τη σύστασή της η εταιρεία πρέπει να εγγραφεί στο οικείο επιμελητήριο.
- Δ.Ο.Υ. έδρας. Εντός δέκα (10) ημερών από την ημερομηνία έκδοσης από την αρμόδια αρχή της απόφασης σύστασης της εταιρείας, πρέπει να πραγματοποιηθεί η έναρξη εργασιών στη Δ.Ο.Υ. της έδρας. Στη συνέχεια, πρέπει να προχωρήσουμε στις απαραίτητες διαδικασίες για τη θεώρηση βιβλίων και στοιχείων.

2. 3 ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ ΕΤΑΙΡΙΑΣ

Στο σημείο αυτό παραθέτουμε το Καταστατικό της δικής μας Εταιρίας Περιορισμένης Ευθύνης, έχοντας δώσει μεγάλη προσοχή, αφενός μεν στην αποτύπωση των γενικών και ειδικών συμφωνιών που έχουμε κάνει μεταξύ μας οι δύο εταίροι – Ταβλά Μαρία και Φραγκάκη Παυλίνα - , αφετέρου δε στην συγκέντρωση και αποτύπωση όλων των απαραίτητων υπό του νόμου προβλεπόμενα στοιχεία για την εγκυρότητα της σύμβασης αυτής.

Συμβολαιογραφική πράξη σύστασης της εταιρίας μας:

Αριθμός 4852

ΣΥΣΤΑΣΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 20.000 ΕΥΡΩ

Στην Πάτρα σήμερα στις είκοσι δύο (22) του μήνα Ιανουαρίου του δύο χιλιάδες επτά (2007), ημέρα Δευτέρα και στο εδώ και επί της οδού Κανάρη αριθμός 45 κείμενο ιδιόκτητο συμβολαιογραφείο μου, σε μένα τη συμβολαιογράφο και κάτοικο Πατρών, Κατερίνα Παπαδοπούλου σύζυγο Κώστα Ζέρβα, το γένος Θάνου, με έδρα την Πάτρα, παρουσιάστηκαν οι :

- 1) Ταβλά Μαρία του Γεωργίου και της Νομικής, το γένος Κορτέση, λογίστρια, που γεννήθηκε στην Πάτρα το έτος 1983, είναι κάτοικος Πατρών, οδός Κορυτσάς αριθμός 37 και κάτοχος του Φ834042 δελτίου ταυτότητας του Β' Α.Τ. Πατρών και 2) Φραγκάκη Παυλίνα του Χρήστου και της Αρετής, το γένος Γεωργίου, λογίστρια, που γεννήθηκε στην Κόρινθο το έτος 1984, είναι κάτοικος Πατρών, οδός Μεσολογγίου αριθμός 35, και κάτοχος του Χ526395 δελτίου ταυτότητας του Α' Α.Τ. Κορίνθου, και οι δύο Ελληνικής ιθαγένειας, οι οποίες ζήτησαν να συνταχθεί το παρόν με το οποίο δήλωσαν, συνομολόγησαν και αποδέχτηκαν αμοιβαία τα ακόλουθα: Ότι μεταξύ τους οι άνω συμβαλλόμενες συνιστούν με το παρόν Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης, που θα διέπεται από τις διατάξεις του Νόμου 3190/1955 και της οποίας το Καταστατικό, που εγκρίθηκε από τις συμβαλλόμενες έχει ως εξής:

ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ

Άρθρο 1

Σύσταση - Επωνυμία

Συνιστάται Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης με την επωνυμία «ΠΑΝΔΑΙΣΙΑ ΚΑΦΕ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ.» και τον διακριτικό τίτλο «ΠΑΝΔΑΙΣΙΑ ΚΑΦΕ Ε. Π. Ε ».

Άρθρο 2

Έδρα

- 1) Έδρα ορίζεται ο Δήμος Πατρέων και διεύθυνση του καταστήματος η οδός Ηρώων Πολυτεχνείου αριθμός 256.
- 2) Η εταιρία μπορεί ύστερα από απόφαση της Γενικής Συνέλευσης, να ιδρύει υποκαταστήματα και σε άλλες πόλεις της Ελλάδος, καθώς και να συμμετέχει σε ομοειδείς επιχειρήσεις.

Άρθρο 3

Σκοπός

Σκοπός της εταιρίας θα είναι η επεξεργασία και εμπορία – λιανική και χονδρική πώληση – καφέ καθώς και η εμπορία λοιπών αφεψημάτων, ξηρών καρπών, ζαχαρωδών και μηχανών παρασκευής καφέ, καθώς και ομοειδών ή συναφών με αυτά ειδών.

Άρθρο 4

Διάρκεια

Η διάρκεια της εταιρίας ορίζεται σε είκοσι πέντε (25) χρόνια, από την ημέρα δημοσίευσης της ανακοίνωσης για την καταχώρηση στο οικείο Μητρώο Εταιριών Περιορισμένης Ευθύνης του παρόντος Καταστατικού, στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. Μπορεί όμως με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης που λαμβάνεται πριν από τη λήξη της πιο πάνω διάρκειας της εταιρίας, να παραταθεί η διάρκεια αυτής, αφού τηρηθούν οι νόμιμες διατυπώσεις.

Άρθρο 5

Κεφάλαιο

Το Κεφάλαιο της εταιρίας ορίζεται σε ευρώ είκοσι χιλιάδες που διαιρείται σε δύο χιλιάδες εταιρικά μερίδια από δέκα ευρώ το καθένα. Η κάλυψη των μεριδίων και η καταβολή των κεφαλαίων από τους εταίρους έγινε ως εξής:

1) Οι συμβαλλόμενοι δήλωσαν ρητά, ότι τα πιο πάνω κεφάλαια καταβλήθηκαν σήμερα εξ ολοκλήρου στο ταμείο της εταιρίας.

Άρθρο 6

Μεταβίβαση εταιρικών μεριδίων

Τα εταιρικά μερίδια μεταβιβάζονται ελεύθερα εν ζωή σε εταίρους. Όταν πρόκειται για μεταβίβαση εταιρικού μεριδίου ή μεριδίων σε εταίρους, αυτά θα εξαγοράζονται από τους υπόλοιπους εταίρους με βάση την αναλογία συμμετοχής του καθενός στο σχηματισμό του εταιρικού κεφαλαίου.

Άρθρο 7

Κατάσχεση εταιρικών μεριδίων

Κατάσχεση εταιρικών μεριδίων επιτρέπεται μόνο ύστερα από άδεια του Μονομελούς Πρωτοδικείου της έδρας της εταιρείας, σύμφωνα με τη διαδικασία που προβλέπουν οι παράγραφοι 3 και 4 του άρθρου 30 του Νόμου 3190/1955 και τα άρθρα 1022 έως 1033 Κ. Πολ. Δ.

Άρθρο 8

Όργανα της εταιρίας

Όργανα της εταιρίας είναι η Γενική Συνέλευση των εταίρων και ο διαχειριστής.

Άρθρο 9

Αρμοδιότητες συνέλευσης

Η Γενική Συνέλευση των εταίρων είναι το ανώτατο όργανο της εταιρείας, αποφασίζει για κάθε εταιρική υπόθεση και για οποιοδήποτε θέμα αφορά την εταιρία, για το οποίο σύμφωνα με το Νόμο ή το παρόν Καταστατικό απαιτείται απόφαση αυτής και οι αποφάσεις της υποχρεώνουν και τους απόντες ή διαφωνούντες εταίρους. Η Γενική Συνέλευση των εταίρων είναι η μόνη αρμόδια να αποφασίζει:

- 1) Για την τροποποίηση του Καταστατικού.
- 2) Για τον διορισμό του διαχειριστή.
- 3) Για την απαλλαγή του διαχειριστή από κάθε ευθύνη.
- 4) Για την ανάκληση του διαχειριστή.
- 5) Για την αμοιβή του διαχειριστή και για το είδος της προσωπικής εργασίας που θα προσφέρουν οι εταίροι στην εταιρεία, καθώς και την αμοιβή τους.
- 6) Για την έγκριση του Ισολογισμού και τη διανομή των κερδών.
- 7) Για την παράταση της διάρκειας της εταιρείας, τη διάλυση, τη συγχώνευσή της και τον διορισμό και την ανάκληση εκκαθαριστών.
- 8) Για την άσκηση αγωγής κατά των οργάνων της εταιρείας ή των κατ' ιδίαν εταίρων για αξιώσεις αποζημιώσεις της εταιρείας, για ζημιές από πράξεις ή παραλείψεις κατά τη σύσταση ή και κατά τη λειτουργία της εταιρείας.
- 9) Για κάθε άλλο θέμα για το οποίο, σύμφωνα με τις διατάξεις του Καταστατικού και του Νόμου αποφασίζει η Γενική Συνέλευση ή δεν μπορεί να αποφασίζει ο διαχειριστής.

Β' ΜΕΡΟΣ

2. 4 ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΕΠΙΤΗΔΕΥΜΑΤΙΩΝ

Με το προεδρικό διάταγμα 154/4-8-06 που δημοσιεύτηκε στο ΦΕΚ 167/τΑ/4-8-06 κατ' εξουσιοδότηση της παρ. 2 του αρ. 12 του Ν 2676/99 καταργήθηκαν τα ταμεία ΤΕΒΕ – ΤΑΕ – ΤΣΑ από 01/01/2007 και τέθηκε σε λειτουργία ο Οργανισμός Ασφάλισης Ελευθέρων Επαγγελματιών (ΟΑΕΕ) με τη μορφή νομικού προσώπου δημοσίου δικαίου που τελεί υπό την εποπτεία του Υπουργείου Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας, με έδρα την Αθήνα.

Ως έμποροι έχουμε την υποχρέωση εγγραφής στο Ταμείο Ασφάλισης Εμπόρων.

Η ασφάλιση ξεκινά από την ημέρα που γίνεται η έναρξη επαγγέλματος στην αρμόδια ΔΥΟ.

Γ' ΜΕΡΟΣ

2. 5 ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΒΙΒΛΙΑ Ε.Π.Ε.

Η Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης, όπως και η Ανώνυμη Εταιρεία, εντάσσεται υποχρεωτικά στην Τρίτη κατηγορία του Κ.Β.Σ., σύμφωνα με το άρθρο 4 του Κ.Β.Σ., ανεξάρτητα με το ύψος

των ακαθάριστων εσόδων και το αντικείμενο της δραστηριότητάς τους.

Τα βιβλία πρέπει να τηρούνται από τον επιτηδευματία τρίτης κατηγορίας, για την άσκηση του επαγγέλματός του, σύμφωνα με τη διπλογραφική μέθοδο με οποιοδήποτε λογιστικό σύστημα και κατά τις γενικά παραδεκτές αρχές της λογιστικής, εφαρμόζοντας υποχρεωτικά το Ελληνικό Γενικό Λογιστικό Σχέδιο (ΠΔ 1123/1980, ΦΕΚ Α' 283) ως προς τη δομή, την ονοματολογία και το περιεχόμενο των πρωτοβαθμίων, δευτεροβαθμίων και των υπογραμμισμένων τριτοβαθμίων λογαριασμών. Η ανάπτυξη των δευτεροβαθμίων λογαριασμών σε μη θεσμοθετημένους από τις διατάξεις του Γενικού Λογιστικού Σχεδίου τριτοβαθμίου λογαριασμούς, καθώς και η ανάπτυξη των τριτοβαθμίων λογαριασμών σε επίπεδο τεταρτοβαθμίων, γίνεται σύμφωνα με τις αρχές της λογιστικής και τις ανάγκες του επιτηδευματία.

Επίσης, τηρεί και Μητρώο Παγίων Περιουσιακών Στοιχείων, κατά τα ειδικότερα οριζόμενα στην παρ. 2.2.103 του Γενικού Λογιστικού Σχεδίου. Τα έπιπλα και τα σκεύη μπορεί να παρακολουθούνται στο μητρώο παγίων ανά συντελεστή απόσβεσης.

Στην επιχείρησή μας, σύμφωνα με τις διατάξεις του Κ.Β.Σ. και με τις ανάγκες του αντικειμένου μας, έχουμε υποχρέωση τήρησης των παρακάτω βιβλίων και στοιχείων:

Βιβλία:

- i. Βιβλίο αγορών.
- ii. Βιβλίο εσόδων – εξόδων.
- iii. Ημερολόγια, Γενικό Καθολικό.
- iv. Ισοζύγιο Γενικού – Αναλυτικών.
- v. Βιβλίο αποθήκης.
- vi. Βιβλίο πρακτικών συνελεύσεων και Βιβλίο πρακτικών διαχείρισης.

Στοιχεία:

- i. Δελτίο αποστολής και συγκεντρωτικό δελτίο επιστροφής.
- ii. Συνενωμένο δελτίο αποστολής με οποιοδήποτε στοιχείο αξίας.

2. 6 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΘΕΩΡΗΣΗΣ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ - ΒΙΒΛΙΑ Ε.Π.Ε.

Ο επιτηδευματίας έχει την υποχρέωση να θεωρεί πριν από κάθε χρησιμοποίησή τους:

A. Από τα βιβλία που ορίζονται από τον Κώδικα:

- i. Το βιβλίο αγορών, επί χειρόγραφης τήρησης και τη μηνιαία κατάσταση του βιβλίου αγορών, επί μηχανογραφικής τήρησης,
- ii. Το βιβλίο εσόδων – εξόδων, επί χειρόγραφης τήρησης και τη μηνιαία κατάσταση του βιβλίου εσόδων – εξόδων, επί μηχανογραφικής τήρησης,

- iii. Τα ημερολόγια, στα οποία καταχωρεί πρωτογενώς τις οικονομικές του πράξεις, το γενικό καθολικό, καθώς και το ημερήσιο διπλότυπο φύλλο συναλλαγών, όταν τα βιβλία της έδρας τηρούνται χειρόγραφα,
- iv. Το CD – ROM του βιβλίου αποθήκης.

Δ' ΜΕΡΟΣ

2. 7 ΘΕΜΑ ΜΗΤΡΩΟΥ - ΧΟΡΗΓΗΣΗ Α.Φ.Μ. – ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ ΕΝΑΡΞΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η χορήγηση Α.Φ.Μ. στα μη φυσικά πρόσωπα διενεργείται με τις διαδικασίες της έναρξης των εργασιών. Τα δικαιολογητικά, τα οποία απαιτούνται είναι τα εξής:

- 1) Καταστατικό
- 2) Το Φύλλο Εφημερίδας της Κυβερνήσεως (ΦΕΚ) ή το ΤΑΠΕΤ, εάν δεν έχει τυπωθεί το ΦΕΚ και υπεύθυνη δήλωση του Ν. 1599/86 υπογεγραμμένη από τον εκπρόσωπο της εταιρίας ότι θα προσκομιστεί το ΦΕΚ σε δύο (2) αντίτυπα μετά την κυκλοφορία του.
- 3) Τίτλος κυριότητας ή μισθωτήριο συμβόλαιο ή υπεύθυνη δήλωση του Ν. 1599/86 περί δωρεάν παραχώρησης του χώρου για κάθε επαγγελματική εγκατάσταση.
- 4) Βεβαίωση εγγραφής ή απαλλαγής των εταίρων από Ασφαλιστικό Φορέα (ΤΕΒΕ, ΙΚΑ, ΤΑΕ, κλπ.).
- 5) Βεβαίωση εγγραφής σε Επιμελητήριο, όπου ρητά από διάταξη νόμου απαιτείται.
- 6) Εξουσιοδότηση του διαχειριστή, με θεωρημένο γνήσιο της υπογραφής του σε περίπτωση που οι δηλώσεις υποβάλλονται από τρίτο πρόσωπο.

Τα παραπάνω δικαιολογητικά δεν υποβάλλονται στην αρμόδια Δ.Ο.Υ., αλλά φυλάσσονται στην έδρα της επιχείρησης και επιδεικνύονται σε κάθε φορολογικό έλεγχο.

Ε' ΜΕΡΟΣ

Το κατάστημα, το οποίο πρόκειται να ανοίξουμε με την επωνυμία «Το Παραδοσιακόν – Ταβλά Μαρία – Φραγκάκη Παυλίνα Ε.Π.Ε.», ανήκει στην κατηγορία των «Καταστημάτων Υγειονομικού Ενδιαφέροντος», σύμφωνα με την υπ. αριθμό ΑΙβ/8577/83 Υγειονομική διάταξη.

Είναι απαραίτητο, λοιπόν, να ακολουθήσουμε κάποιες συγκεκριμένες διαδικασίες, έτσι ώστε να αποκτήσουμε την άδεια λειτουργίας της επιχείρησής μας και παράλληλα να κινούμαστε μέσα στα πλαίσια των νόμων.

2. 8 ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΥΓΕΙΟΝΟΜΙΚΟΥ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ

ΑΔΕΙΟΔΟΤΗΣΗ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ

- *Ορισμός καταστημάτων Υγειονομικού ενδιαφέροντος.*

Καταστήματα Υγειονομικού ενδιαφέροντος είναι τα καταστήματα, στα οποία γίνεται η παρασκευή ή και η διάθεση σε πελάτες φαγητών, γλυκισμάτων, ποτών, τροφίμων ή οποιουδήποτε άλλου παρασκευάσματος ή αποθήκευση ή συντήρηση ή εμπορία κάθε είδους ή ποτών, καθώς και τα καταστήματα προσφοράς υπηρεσιών εξαιτίας των οποίων μπορεί να επηρεαστεί η Δημόσια Υγεία. Τα καταστήματα Υγειονομικού ενδιαφέροντος πρέπει να εφοδιάζονται με άδεια λειτουργίας και άδεια εγκατάστασης, όσον αφορά εργαστήρια υγειονομικού ενδιαφέροντος.

- *Απαιτούμενα τεχνικά δικαιολογητικά για την αδειοδότηση καταστημάτων Υγειονομικού ενδιαφέροντος.*

A) Προέγκριση άδειας ίδρυσης καταστήματος.

Για να πάρουμε προέγκριση άδειας ίδρυσης καταστήματος, συμπληρώνουμε την κατάλληλη αίτηση στο Δήμο Πατρέων, υποβάλλοντας συνημμένα τα εξής :

- 1) Τοπογραφικό διάγραμμα.
- 2) Διάγραμμα κάλυψης (τα εγκεκριμένα από την Πολεοδομία ή νέα από ιδιώτη μηχανικό).
- 3) Βεβαίωση χρήσης γης από την Πολεοδομία.
- 4) Φωτοαντίγραφο δελτίου ταυτότητας.
- 5) Παράβολο 150 ευρώ.
- 6) Α.Φ.Μ.

Η προαναφερθείσα αίτηση προέγκρισης και τα απαραίτητα δικαιολογητικά προωθούνται στην τεχνική υπηρεσία του Δήμου Πατρέων και στη συνέχεια για να εγκριθούν αποστέλλονται στη Δημαρχιακή επιτροπή.

Μετά από περίπου 20 ημέρες, εφόσον η αίτηση προέγκρισης έχει γίνει δεκτή, υποβάλλουμε αίτηση στο Υγειονομικό, συγκεκριμένα στη Διεύθυνση Υγιεινής, μαζί με τα προβλεπόμενα δικαιολογητικά, τα οποία είναι τα εξής:

1. Συμφωνητικό μίσθωσης ή Συμβόλαιο.
2. Εταιρικό.
3. Άδεια οικοδομής με εγκεκριμένη κάτοψη και Βεβαίωση χώρου κυρίας χρήσεως από την Πολεοδομία.
4. Τέσσερις (4) κατόψεις του καταστήματος.
5. Παράβολο εκατόν πενήντα (150,00) ευρώ (τριπλότυπο είσπραξης από το Ταμείο του Δήμου.
6. Υπεύθυνη δήλωση του διαχειριστή της πολυκατοικίας.

7. Βεβαίωση Πυροσβεστικής.
8. Πράξη εταίρων.
9. Βιβλιάριο Υγείας θεωρημένο από το Υγειονομικό ή επικυρωμένο
10. αντίγραφο της πρώτης σελίδας και της σελίδας λήξης.
11. Φωτοαντίγραφο Αστυνομικής ταυτότητας.
12. Τρεις (3) φωτογραφίες.
13. Αποδεικτικό ενημερότητας για οφειλές προς το Δήμο (από το Δημοτικό Ταμείο).
14. Τριπλότυπο Είσπραξης Αναταποδοτικού Τέλους.
15. Φωτοαντίγραφο της Βεβαίωσης έναρξης από την αρμόδια Δ.Ο.Υ.

Αφού γνωμοδοτήσει το Υγειονομικό και παραλάβουμε τη γνωμάτευση από τη Διεύθυνση Υγιεινής, καταθέτουμε όλα τα ανωτέρω έγγραφα στο Δημαρχείο και μας χορηγείται η άδεια ίδρυσης και λειτουργίας του καταστήματός μας.

2. 9 ΒΙΒΛΙΑΡΙΟ ΥΓΕΙΑΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

Εφόσον υπαγόμαστε στην κατηγορία των καταστημάτων Υγειονομικού ενδιαφέροντος, είναι απαραίτητο να κάνουμε ιατρικές εξετάσεις και να βεβαιώσουμε πως δεν υπάρχει κάποιο πρόβλημα υγείας το οποίο θα μπορούσε να βλάψει τη δουλειά μας. Μαζί με τα υπόλοιπα δικαιολογητικά που θα προσκομίσουμε για την αδειοδότηση του καταστήματος, είναι υποχρεωτικό να συμπεριλάβουμε και του θεωρημένο από το Υγειονομικό Βιβλιάριο Υγείας ή επικυρωμένο αντίγραφο της πρώτης σελίδας και της σελίδας λήξης.

ΣΤ' ΜΕΡΟΣ

2. 10 ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΤΗΡΗΣΗΣ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΗΣ ΤΑΜΕΙΑΚΗΣ ΜΗΧΑΝΗΣ

Κάθε επιτηδευματίας, ο οποίος γίνεται κάτοχος Φορολογικής Ταμειακής Μηχανής, υποχρεούται να κάνει δήλωση για την απόκτηση της μηχανής στην αρμόδια Δ.Ο.Υ. Η δήλωση αυτή πρέπει να γίνει μέσα σε διάστημα δέκα (10) ημερών από την απόκτηση της μηχανής στο τμήμα Κ.Β.Σ. της Δ.Ο.Υ.

Τα απαιτούμενα δικαιολογητικά που αφορούν τις Φορολογικές Ταμειακές Μηχανές (Φ.Τ.Μ.) και προσκομίζονται (υποβάλλονται) στη Δ.Ο.Υ. είναι τα εξής:

- 1) Υπεύθυνη Δήλωση (του άρθρου 8 του Ν.1599/86), η οποία πρωτοκολλείται στο αντίστοιχο τμήμα πρωτοκόλλου της Δ.Ο.Υ.. Εφόσον τα δεδομένα που πρέπει να αναγραφούν στην υπεύθυνη δήλωση, αναγραφούν στο στ' πεδίο του εντύπου Β1 TAXIS Κ.Β.Σ. παρέλκει η υποβολή αυτής της δήλωσης.
- 2) Έντυπο Β2 (TAXIS) «Δήλωση έναρξης – μεταβολής – παύσης λειτουργίας Φ.Τ.Μ.».
- 3) Το παραστατικό, το οποίο εκδόθηκε από τον προμηθευτή που αγοράστηκε η Φ.Τ.Μ. (Τιμολόγιο Αγοράς ή Τιμολόγιο – Δελτίο Αποστολής).

4) Ένα (1) ημερήσιο δελτίο («Ζ») με μηδενική ή ελάχιστη συμβολική αξία (ποσό) συναλλαγών.

Το Δελτίο «Ζ» είναι απαραίτητο για διαπίστωση ταύτισης αριθμού μητρώου που εκτυπώνει η Φορολογική Ταμειακή Μηχανή, με αυτόν που αναγράφεται στο ταμπελάκι (μεταλλική ετικέτα) της Φ.Τ.Μ., στο βιβλιάριο συντήρησης και στο Τιμολόγιο Αγοράς ή Τιμολόγιο – Δελτίο Αποστολής.

5) Βιβλιάριο Συντήρησης, για θεώρηση (διάτρηση). Στην περίπτωση αυτή δεν ελέγχονται χρέη προς το Δημόσιο, τα Ασφαλιστικά Ταμεία και τα Επιμελητήρια.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3. ΠΩΛΗΣΗ - ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ



Το κατάστημά μας, με τον τίτλο : «Πανδαισία καφέ Ε.Π.Ε.», είναι μια επιχείρηση, η οποία ξεκινά τη δραστηριότητά της έχοντας ως αντικείμενο την επεξεργασία και εμπορία του καφέ καθώς και την εμπορία συναφών με τον καφέ ειδών. Με δημιουργικό πνεύμα και απεριόριστη όρεξη για εργασία, έχουμε ως αδιαπραγμάτευτο στόχο την καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των πελατών μας στις καλύτερες δυνατές τιμές πώλησης και στην καλύτερη ποιότητα. Η παραγωγική δραστηριότητα της επιχείρησής μας θα εκτείνεται τόσο στη λιανική πώληση όσο και στη χονδρική.

Λιανική Πώληση

Η Λιανική Πώληση μέσω του καταστήματος μας στον αριθμό 256 της οδού Ηρώων Πολυτεχνείου, στην περιοχή Πελεκάνος, έχει σαν κύριο στόχο την αναβάθμιση των γευστικών απαιτήσεων του καταναλωτή, ο οποίος σήμερα αρκείται κυρίως σε βιομηχανοποιημένα προϊόντα που διατίθενται στα ράφια των supermarkets. Ο στόχος αυτός επιτυγχάνεται μέσω της παρεχόμενης στον καταναλωτή εξειδικευμένης ενημέρωσης σχετικά με το προϊόν και με τις δυνατότητες, τις οποίες θα του παρέχουμε, προκειμένου να διαμορφώσει το προσωπικό του χαρμάνι.

Η τελική επιλογή του καταναλωτή συνοδεύεται από λεπτομερή αναφορά στις παραμέτρους εκείνες, που είναι δυνατόν να επηρεάσουν την ποιότητα του τελικού ροφήματος, κατά τη διάρκεια της τελευταίας φάσης παρασκευής στο χώρο του σπιτιού ή του γραφείου υπό την εποπτεία του ιδίου.

Στοχεύουμε και πιστεύουμε στον ενημερωμένο καταναλωτή, ο οποίος δικαιούται και απαιτεί τη στιγμή της επαφής του με τον καφέ να ξεφύγει από την αγχώδη καθημερινή ρουτίνα και να αισθανθεί μια ιδιαίτερη προσωπική απόλαυση.

Η προσπάθειά μας στη λιανική πώληση θα ήταν ημιτελής, εάν εξαντλείτο στη γνωριμία και την εξοικείωση του καταναλωτή με τον ποιοτικό καφέ. Η υποστήριξη του ευαίσθητου αυτού προϊόντος με τα ιδανικότερα μέσα οικιακής επεξεργασίας και κατανάλωσης αποτελεί βασικό καθημερινό μας μέλημα. Μηχανές για παρασκευή Espresso με χρήση εμβόλου ή αντλίας, χόβολες και μπρίκια για ισοθερμική παρασκευή Ελληνικού καφέ, βρίσκονται στη διάθεση του καταναλωτή με λεπτομερείς οδηγίες για την καλύτερη αξιοποίησή τους, Παράλληλα με το άρτια οργανωμένο τμήμα καφέ, από το κατάστημά μας διατίθενται τσάι και βότανα, παραδοσιακά προϊόντα από επιλεγμένες οικοτεχνίες, τα οποία προσφέρονται τόσο για ευχάριστες προσωπικές στιγμές όσο και για ποιοτικές δωροεπιλογές .

Χονδρική Πώληση

Η Χονδρική Πώληση αποσκοπεί στο να εξυπηρετήσει το πελατολόγιο της πόλης της Πάτρας, αλλά και των περιχώρων. Αποδέκτες των προϊόντων μας είναι οι χώροι εστίασης ή διαμονής (καφετέριες, καφενεία, καφέ – μπαρ, ξενοδοχεία, ταβέρνες, εστιατόρια, εταιρίες catering, δημόσιες υπηρεσίες), αλλά και επιχειρήσεις πώλησης καφέ (καφεκοπτεία άνευ φρύξεως).

3. 2 ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΑ ΕΙΔΗ

- ΚΑΦΕΣ

ΕΙΔΗ ΚΑΦΕ

Α) ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΚΑΦΕΣ



«ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΑΠΛΟΣ»



«ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΣΠΕΣΙΑΛ»

- 1) Βραζιλιάνος Ρίο : Πρόκειται για το είδος που έχει συνηθίσει εδώ και δεκαετίες η ελληνική αγορά σαν βάση για την Παρασκευή του ελληνικού καφέ. Αντιπροσώπευε ανέκαθεν το 90% του συνολικού όγκου εισαγωγών καφέ στην Ελλάδα και το

ποσοστό αυτό, μολονότι έχει μειωθεί κάπως τα τελευταία χρόνια, εξακολουθεί να είναι μεγάλο. (απλός)

- 2) Colombian : Ο καφές της Κολομβίας κερδίζει συνεχώς έδαφος τόσο στην παγκόσμια όσο και στην ελληνική αγορά, καθώς συνδυάζει χαρακτηριστικά, όπως η «γεμάτη» γεύση – ή «σώμα», όπως αποκαλείται στη γλώσσα των ειδικών του καφέ, αγγλιστί «Full Body» - με χαμηλή οξύτητα, έχει έντονο άρωμα που διατηρείται και στο φλιτζάνι. Η ανώτερη ποικιλία του και αυτή που περέχεται αποκλειστικά από το κατάστημά μας είναι η Supremo.(σπέσιαλ)
- 3) Kenya : Καφές με ιδιαίτερα πλούσιο άρωμα και πολύ έντονη οξύτητα που διατηρείται στο φλιτζάνι, είτε καταναλωθεί σκέτος είτε με γάλα. Είναι η ποιότητα με τους πιο πιστούς φίλους. (σπέσιαλ)
- 4) Sandomingo (βιολογικής καλλιέργειας) : Έχει και αυτός τα χαρακτηριστικά των καφέδων της Κεντρικής Αμερικής. Η βασική του ιδιαιτερότητα είναι όμως πως η καλλιέργειά του γίνεται σύμφωνα με τους κανόνες της Βιολογικής Γεωργίας – χωρίς χημικά λιπάσματα – κάτι για το οποίο έχει λάβει πιστοποίηση από φορείς της Ευρωπαϊκής Ένωσης. (σπέσιαλ)
- 5) Decafeine (χωρίς καφεΐνη) : πρόκειται για Κολομβιανικό καφέ που έχει υποστεί την επεξεργασία της αποκαφεΐνωσης. (σπέσιαλ)

Όλα τα ανωτέρω είναι είδη ελληνικού καφέ, τον οποίο προτιμά μία μεγάλη μερίδα του κόσμου. Στο σημείο αυτό αξίζει να αναφέρουμε πως υπάρχουν διάφοροι τρόποι ψησίματος του καφέ, ανάλογα με τα γούστα των καταναλωτών. Οι βασικότερες «συνταγές» είναι οι εξής :

α) ΠΟΛΛΑ ΒΑΡΥΣ ΜΕ ΟΛΙΓΗ.

Ο ΜΕΡΑΚΛΙΔΙΚΟΣ. Η ίδια η πεμππουσία του ελληνικού καφέ σε όλο της το μεγαλείο. Δυο γερά κουταλάκια καφέ, ένα κοφτό κουταλάκι ζάχαρη, το απαραίτητο χλιαρό νερό, για να μην κόψει το καιμάκι και το θαύμα έγινε. Ένα τέτοιο φλιτζάνι, αν γίνει όπως πρέπει είναι ανεκτίμητο.

β) ΠΟΛΛΑ ΒΑΡΥΣ ΓΛΥΚΟΣ ΜΙΣΟΣ.

Ο ΑΠΟΓΕΥΜΑΤΙΝΟΣ. Μισό φλιτζάνι που δημιουργείται από ένα καλογεμισμένο κουταλάκι ελληνικού καφέ, ένα επίσης καλογεμισμένο κουταλάκι ζάχαρη, χλιαρό νερό και φυσικά απογευματινή ηρεμία. Μόνο μην ξεχάσετε το χλιαρό νερό και βέβαια τις απαραίτητες φουσκέλες.

γ) ΜΕΤΡΙΟΣ ΒΡΑΣΤΟΣ.

Ο ΚΛΑΣΙΚΟΣ. Στην καλοκαιριάτικη δύση ή στα κρύα φθινοπωρινά πρωινά, δύο γεμάτα κουταλάκια καφέ και δύο κοφτά κουταλάκια ζάχαρης, αρκούν για ένα κλασικό φλιτζάνι ελληνικού καφέ.

δ) ΣΚΕΤΟΣ ΜΕ ΦΟΥΣΚΑΛΕΣ.

Ο ΓΝΗΣΙΟΣ. Αυθεντική «βαριά» γεύση χωρίς αλλοιώσεις. Δύο κουταλάκια καφέ, καθόλου ζάχαρη, χλιαρό νερό, είναι τα συστατικά του. Και την ώρα που φουσκώνει με μια γρήγορη κίνηση, σηκώστε και ξανακατεβάστε το μπρίκι στη φωτιά, για να δημιουργηθούν οι πολυπόθητες φουσκάλες.

ε) ΜΕ ΟΛΙΓΗ Ή ΝΑΙ & ΟΧΙ.

Ο ΦΑΝΑΤΙΚΟΣ. Είναι ο καφές που όσοι τον πίνουν αποκλείεται να τον αλλάξουν. Βάλτε στο μπρίκι 2 κουταλάκια ελληνικό καφέ, μισό κουταλάκι ζάχαρης, χλιαρό νερό και ψήστε όσο πιο αργά γίνεται. Ένα τέτοιο φλιτζάνι θα είναι η αποζημίωση για την προσπάθειά σας.

Β) ΚΑΦΕΣ ΦΙΛΤΡΟΥ (ΓΑΛΛΙΚΟΣ ΚΑΦΕΣ)



- 1) Κλασικός καφές φίλτρου : Πρόκειται για εκλεκτό καφέ φίλτρου με αξεπέραστο άρωμα κορυφαίας ποιότητας. Μαγεύει τις αισθήσεις με την πλούσια μυρωδιά του φρεσκοαλεσμένου καφέ και την απολαυστική του γεύση.
- 2) Καφές φίλτρου με άρωμα βανίλιας : Πρόκειται για ελαφρύ καφέ με το γλυκό άρωμα και την ιδιαίτερη γεύση της βανίλιας.
- 3) Καφές φίλτρου με άρωμα καραμέλας : Πρόκειται για το συνδυασμό του καφέ με τη γλυκιά και μοναδική γεύση της καραμέλας.

- 4) Καφές φίλτρου με άρωμα σοκολάτας : Πρόκειται για το συνδυασμό της κλασσικής γεύσης του καφέ με την αγαπημένη σε όλους γεύση της σοκολάτας.
- 5) Καφές φίλτρου με άρωμα μόκας : Τον 17^ο αιώνα οι Ολλανδοί ανέμιξαν εξωτικό καφέ με γεύση μόκας από την Υεμένη με πικάντικους κόκκους καφέ από την Ιάβα με πλούσιο σώμα. Ένας εξωτικός συνδυασμός που εξασφαλίζει ισορροπία ελαφρά πικάντικης γεύσης, με απαλό σώμα και διακριτικό άρωμα.
- Από τα παραπάνω είδη τα : 2), 3), 4), 5) χαρακτηρίζονται ως (σπέσιαλ) «αρωματικοί» καφέδες φίλτρου.



Γ) ΚΑΦΕΣ ESPRESSO



Πρόκειται για τον κλασικό «Ιταλικό» καφέ, όπως πολλοί χαρακτηρίζουν, με την μοναδική γεύση και το χαρακτηριστικό άρωμά του.



Στην Ιταλία είναι το πλέον διαδεδομένο είδος καφέ. Κάθε εργαζόμενος θα αφιερώσει έστω και ένα πεντάλεπτο από το διάλειμμά του για να απολαύσει αυτό το μικρό φλιτζανάκι καφέ. Σερβίρεται σε μικρή δοσολογία, που δεν ξεπερνά τα 4 εκατοστά του ύψους ενός μικρού φλιτζανιού, καθώς έχει πολύ έντονη γεύση. Την τελευταία δεκαετία, ο espresso στη χώρα μας αποτελεί ένα από τα πιο διαδεδομένα είδη καφέ. Συγκεκριμένα, έχει παρατηρηθεί σημαντική αύξηση της προτίμησης του καταναλωτικού κοινού, ηλικίας 20-50 ετών για το είδος αυτό του καφέ, αφού υπάρχουν και αρκετές παραλλαγές του, όπως για παράδειγμα, ο cappuccino (δηλαδή 1 δόση espresso με χτυπημένο γάλα), ο οποίος έχει πολλούς φανατικούς οπαδούς. Εκτός από ζεστός ο espresso σερβίρεται ιδιαίτερα τους καλοκαιρινούς μήνες, ως espresso freddo, δηλαδή η γνωστή δοσολογία του καφέ μέσα σε τριμμένο πάγο.

- 1) Douwe Egberts Στιγμαίος Espresso : Ο Στιγμαίος καφές Douwe Egberts Espresso είναι η ιδανική λύση για εύκολη και γρήγορη Παρασκευή Espresso, Cappuccino και Freddo στο σπίτι. Αποτελείται από 100% Arabica, την εκλεκτότερη ποικιλία καφέ και προσφέρει την απόλαυση της αυθεντικής γεύσης espresso. Διατηρείται σε γυάλινη αεροστεγή συσκευασία, έτσι ώστε να μένει αναλώσιμη η γεύση και το άρωμά του.
- 2) Douwe Egberts Αλεσμένος Espresso : Ο Αλεσμένος καφές Douwe Egberts Espresso είναι έντονα καβουρδισμένος και αποτελείται από 100% Arabica, την εκλεκτότερη ποικιλία καφέ, για να σας προσφέρει την εμπειρία ενός αυθεντικού Espresso με γεμάτη γεύση και έντονο άρωμα.
- 3) Douwe Egberts Μερίδες Espresso : Οι Μερίδες καφέ Douwe Egberts Espresso αποτελούνται από καφέ 100% Arabica και είναι η νέα τάση στην

παρασκευή του Espresso. Προσφέρουν ευκολία στην παρασκευή μέσω των μηχανών Espresso με ακρίβεια στη δΟΣολογία και ταχύτητα στον καθαρισμό.

- 4) Douwe Egberts Κόκκοι Espresso : Οι Κόκκοι καφέ Douwe Egberts Espresso είναι 100% Arabica, που είναι η εκλεκτότερη ποικιλία καφέ και αποτελούν την ιδανική λύση για την παρασκευή φρεσκοκομμένου Espresso τη στιγμή που το θέλετε.



Δ) ΚΑΦΕΣ ΣΤΙΓΜΙΑΙΟΣ



Ο στιγμιαίος καφές σε σκόνη είναι το προϊόν του καφέ, το οποίο με λίγο ζεστό νερό διαλύεται τέλεια απελευθερώνοντας όλο το άρωμα που περικλείει.

Εφευρέθηκε το 1901 από τον Ιάπωνα Santori Kato, επιστήμονα που δούλευε στο Σικάγο των ΗΠΑ. Στις 1 Απριλίου 1938 ο στιγμιαίος καφές λανσαρίστηκε από την ελβετική εταιρία Nestle με το εμπορικό όνομα Nescafe, παράγωγο των λέξεων Nestle και Café.

Από τότε ο στιγμιαίος καφές εξαπλώθηκε σε όλο τον κόσμο με δυο ποικιλίες, τον « κανονικό» και τον «χωρίς καφεΐνη». Η διάδοσή του οφείλεται κυρίως στο πλεονέκτημα της απλότητας με την οποία μπορεί να παρασκευαστεί από τον καταναλωτή σε σχέση με τους άλλους τύπους καφέ. Μεγάλη ποσότητα παράγει δυνατό καφέ, ενώ μικρότερη ελαφρύ καφέ.

- **ΤΣΑΙ & ΛΟΙΠΑ ΑΦΕΨΗΜΑΤΑ**



Το τσάι το ανακάλυψε ένας Κινέζος αυτοκράτορας Σεν Νουνγκ το 2737 π.Χ. Μια καλοκαιρινή ημέρα αποφάσισε να επισκεφθεί μια μακρινή γωνία της αυτοκρατορίας του. Κάποια στιγμή διέταξε την ακολουθία του να σταματήσει, και οι υπηρέτες ξεκίνησαν να βράζουν νερό για να πιούν οι διψασμένοι ταξιδιώτες. Ο αυτοκράτορας πίστευε ότι το νερό έπρεπε να βράζεται πριν από την πόση, για λόγους υγιεινής. Την ώρα, όμως, που έβραζε το νερό, ένα ρεύμα αέρα παρέσυρε φύλλα από κάποιο γειτονικό θάμνο και αυτά κατέληξαν στο ξεσκέπαστο τσουκάλι. Πριν προλάβει κανείς να αντιδράσει, τα φύλλα άρχισαν να βράζουν και να χρωματίζουν το νερό. Ο Σεν Νουνγκ μύρισε το γλυκό άρωμα του μείγματος, και τη στιγμή που το δοκίμασε, ο κόσμος κέρδισε το τσάι!

Σήμερα το τσάι είναι το πιο δημοφιλές ποτό στον κόσμο μετά το νερό. Στην Ευρώπη έφτασε το 1610, από τους Πορτογάλους, οι οποίοι το μετέφεραν για λογαριασμό των Ολλανδών. Λίγο αργότερα οι Ολλανδοί άνοιξαν δική τους «γραμμή» με την Κίνα και ξεκίνησαν μαζική εισαγωγή τσαγιού. Μια νέα μόδα με φανατικούς οπαδούς, το τσάι τα πρώτα χρόνια ήταν πανάκριβο, καθώς το ένα κιλό κόστιζε 60.000 δραχμές. Μόλις

το 1675 η τιμή του έπεσε σε λογικά πλαίσια, και το τσάι από την Ολλανδία πέρασε στη Γαλλία και από εκεί στην υπόλοιπη Ευρώπη.

Το τσάι περιέχει καφεΐνη. Υπάρχουν πολλοί τύποι τσαγιού που περιέχουν διαφορετικά ποσά καφεΐνης. Κατά μέσο όρο το τσάι περιέχει 20-30 mg καφεΐνης ανά 100 ml. Τα «τσάγια» φρούτων αλλά και βοτάνων δεν περιέχουν καθόλου καφεΐνη. Όσα απλά περιέχουν άρωμα φρούτων περιέχουν τόση καφεΐνη όση και τα κανονικά πράσινα ή μαύρα τσάγια.



Τσάι – Είδη

- 1) Τσάι βουνού : Βρίσκεται σε πετρώδεις και βραχώδεις θέσεις σε μεγάλα υψόμετρα. Είναι ενδημικό του Ταϊγέτου και του Πάρνωνα. Καταναλώνεται ευρύτατα στην Ελλάδα για την παρασκευή αφεψημάτων.



- 2) Τσάι Αγγλικού τύπου : Ένα προσεκτικά διαλεγμένο μίγμα από τις πιο εκλεκτές ποικιλίες του κόσμου, που προσφέρει πλούσια γεύση. (απλό τσάι)

- 3) Τσάι Φρούτα του Δάσους, Λεμόνι και Φράουλα : Από τις πιο εκλεκτές ποικιλίες από την Ινδία και την Κεϋλάνη, έχει όλη τη γεύση και το άρωμα του αληθινού φρούτου. Κομματάκια φρούτων έχουν προστεθεί στα συστατικά του, προσφέροντας ένα απολαυστικό τσάι με άρωμα φρούτων του δάσους, λεμονιού και φράουλας. (αρωματικό τσάι)
- 4) Πράσινο τσάι : Πρόκειται για το είδος του τσαγιού, το οποίο έκτος από το μαγευτικό του άρωμα (γιασεμιού), περιέχει και πολλές ευεργετικές ιδιότητες. Σύμφωνα με την εφημερίδα «ΤΑ ΝΕΑ», σε άρθρο που δημοσιεύθηκε στις 05/06/1997, το πράσινο τσάι μπορεί να εμποδίσει την ανάπτυξη του καρκίνου, ενεργοποιώντας τη χημική ουσία καθεψίν, είδος πρωτεΐνης, η οποία βρίσκεται σε όλα τα κύτταρα του ανθρώπινου σώματος, όπως ανακοίνωσαν οι Αμερικάνοι ερευνητές. «Ένα από τα σημαντικότερα συστατικά του πράσινου τσαγιού παρεμποδίζει την παραγωγή της ουροκινάσης, ενός ένζυμου, που συμβάλλει στην ανάπτυξη του καρκίνου», αναφέρουν στην επιστολή τους, προς το επιστημονικό περιοδικό «Nature», ο Γέρτζι Γιανκούν και οι συνεργάτες του. (αρωματικό τσάι)

Το μαύρο τσάι – ο τύπος τσαγιού που καταναλώνεται κυρίως στις δυτικές χώρες – δεν έχει την ίδια λειτουργία με το πράσινο, καθώς η τεχνική επεξεργασία καταστρέφει όλα τα ευεργετικά στοιχεία του.

- 5) Μαύρο τσάι με άρωμα περγαμόντο (άνθη μολόχας) (αρωματικό τσάι)
- 6) Αρωματικό τσάι – μίγμα χαμομηλιού : Μίγμα βοτάνων από χαμομήλι και πορτοκάλι (φλοιός από μίσχο τριαντάφυλλων, φλούδες από κίτρο, άνθη χαμομηλιού, χλόη λεμονιών, άνθη πορτοκαλιού, ιβίσκος, μέντα)
- 7) Αρωματικό τσάι – Διάφορες γεύσεις : Πρόκειται για το συνδυασμό της κλασσικής γεύσης του τσαγιού με το άρωμα : α) της βανίλιας, β) της καραμέλας, γ) του μανταρινιού, δ) της σοκολάτας, ε) της μέντας.

Λοιπά Αφεψήματα



- Χαμομήλι

- Φασκόμηλο

- Τίλιο

- Μέντα

- **ΣΟΚΟΛΑΤΑ (ΡΟΦΗΜΑ)**



Σοκολάτα. Λίγα πράγματα στον κόσμο θα μπορούσαν να προξενήσουν τόσο αντιφατικά συναισθήματα όσο η σοκολάτα. Αγαπημένη ρομαντική γεύση, συνδυασμένη με έντονα συναισθήματα, όπως τον έρωτα ή απλά τη συντροφικότητα που δίνει το μοίρασμα της η σοκολάτα είναι κάτι που σίγουρα μας συντροφεύει στην καθημερινότητά μας. Η λέξη σοκολάτα, λέγεται ότι προήλθε από τα Nahuatl (την γλώσσα) των Αζτέκων και την λέξη κοκολάτλ (chocolatl).

Το 17^ο αιώνα το ρόφημα της σοκολάτας είχε εξαπλωθεί σε όλη την Ευρώπη και ήταν το αγαπημένο ρόφημα όλων των αριστοκρατικών και αυλικών της εποχής.

Στις ημέρες μας, η σοκολάτα ως ρόφημα, τόσο ζεστή τους χειμερινούς μήνες, όσο και παγωμένη το καλοκαίρι, αποτελεί ένα από τα πιο δημοφιλή και αγαπημένα ροφήματα των Ελλήνων.

Είδη Σοκολάτας



- 1) Κλασική σοκολάτα (Plain chocolate) : Η ψυχή αυτής της κλασικής γεύσης, είναι το εξαιρετικής ποιότητας κακάο, με δυνατό και αποφασιστικό άρωμα. Απευθύνεται στους πιο απαιτητικούς λάτρεις της σοκολάτας.
- 2) Σοκολάτα γάλακτος (Milk chocolate) : Γεμάτη ενέργεια , απευθύνεται στους οπαδούς της διαχρονικής γεύσης της σοκολάτας γάλακτος.
- 3) Σοκολάτα με γεύση φουντουκιού (Hazelnut chocolate) : Πρόκειται για το συνδυασμό του φουντουκιού με το υπέροχο αρωματικό κακάο. Ένας κλασικός συνδυασμός δυνατής και μεθυστικής γεύσης.
- 4) Σοκολάτα με γεύση αμυγδαλού (Almond chocolate) : Όλο το άρωμα και η μεσογειακή ατμόσφαιρα του ζεστού αμύγδαλου συγκεντρώνονται σε αυτή την εκλεπτυσμένη γεύση.

- 5) Σοκολάτα με γεύση καφέ (Coffee chocolate) : Ένα ιδιαίτερα γευστικό ρόφημα που συνδυάζει τη δυναμωτική ενέργεια του κακάο με την τονωτική δύναμη του καφέ.
- 6) Σοκολάτα με γεύση amaretto (Amaretto chocolate) : Η απαλή γεύση που αφήνει η γεύση του κακάο ενώνεται τέλεια με την πικρόγλυκη γεύση του amaretto.
- 7) Σοκολάτα με γεύση καρύδας (Coconut chocolate) : Η λεπτή γεύση της καρύδας και η εξαιρετική σοκολάτα σε εξωτικό μείγμα μιας συνταγής από τη Μαδαγασκάρη.
- 8) Σοκολάτα πορτοκάλι – κανέλλα (Orange and cinnamon chocolate) : Το διεγερτικό άρωμα του πορτοκαλιού και η μυστηριώδης γεύση της κανέλλας συνδυασμένα απόλυτα στη σοκολάτα.
- 9) Σοκολάτα με γεύση καραμέλα (Caramel chocolate) : Μια τρυφερή, γλυκιά γεύση. Πλούσια, ζεστή σοκολάτα και γλυκιά καραμέλα συνοδευμένη με κόκκους καραμέλας.
- 10) Λευκή σοκολάτα (White chocolate) : Με κύριο συστατικό το γάλα, τις πρωτεΐνες, και το βούτυρο κακάο, απευθύνεται στους λάτρεις της υπερβολής.
- 11) Σοκολάτα διαίτης (Light chocolate) : Φρουκτόζη, άπαχο κακάο και αποβουτυρωμένο γάλα – μια «αμαρτία» που σέβεται τη γραμμή σας.



- **ΔΙΑΦΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

A) Ξηροί Καρποί



Στο κατάστημά μας υπάρχει πλήρης ποικιλία ξηρών καρπών στην καλύτερη δυνατή ποιότητα. Τα είδη, τα οποία μπορείτε να προμηθευτείτε είναι τα παρακάτω :

- 1) Φιστίκι Αιγίνης
- 2) Αμύγδαλο
- 3) Φουντούκι
- 4) Κάσιους
- 5) Καρύδι
- 6) Αποξηραμένο βερίκοκο
- 7) Αποξηραμένο δαμάσκηνο
- 8) Χουρμάδες
- 9) Σταφίδα : α) Ξανθιά σουλτανίνα, β) Μαύρη κορινθιακή. (Η σταφίδα αποτελεί προϊόν πατρινης παραγωγής, την οποία προμηθευόμαστε από ένα εκ των παλαιότερων εργοστασίων παρασκευής σταφίδας στην Πάτρα με την επωνυμία : «EMMANΟΥΗΛ ΚΑΤΣΟΥΠΗΣ & ΥΙΟΙ Α.Ε.».)
- 10) Στραγάλι
- 11) Πασατέμπος
- 12) Ηλιόσπορος
- 13) Cheese crackers
- 14) Barbeque crackers
- 15) Classic crackers

B) Ζαχαρώδη Διάφορα



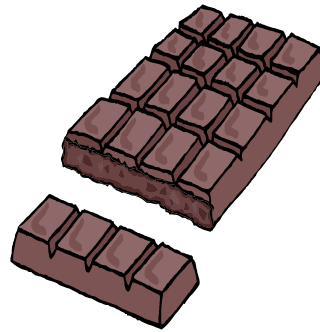
«ΚΑΡΑΜΕΛΕΣ ΒΟΥΤΥΡΟΥ»



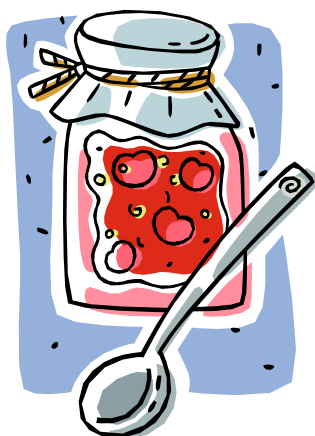
«ΚΑΡΑΜΕΛΕΣ JELLY MINI»



«ΚΑΡΑΜΕΛΕΣ»



« ΣΟΚΟΛΑΤΑ »



«ΧΕΙΡΟΠΟΙΗΤΗ ΜΑΡΜΕΛΑΔΑ»



«ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ
ΛΟΥΚΟΥΜΙΑ»

- 1) Σοκολάτες ελληνικές (Γάλακτος, Υγείας, Αμυγδάλου)
- 2) Καραμέλες χύμα και συσκευασμένες (Ούζου, Κανέλλας, Βουτύρου, Jelly mini)
- 1) Μαρμελάδες. Οι μαρμελάδες είναι χειροποίητες. Τις φτιάχνουμε εμείς οι ίδιες με βιολογικά προϊόντα ακολουθώντας πιστά την παλιά και παραδοσιακή συνταγή «της γιαγιάς». Οι γεύσεις είναι : α) πορτοκάλι, β) ροδάκινο, γ) φράουλα, δ) κεράσι, ε) βύσσινο.
- 2) Λουκούμια (Παραδοσιακά Πατρινά)

Γ) Καφετιέρες



«ΦΙΛΤΡΟΥ ΗΛΕΚΤΡΙΚΕΣ KRURS»



«ΓΑΛΛΙΚΗ ΜΕ ΕΜΒΟΛΟ
BODUM»



«ΙΤΑΛΙΚΗ ΜΗΧΑΝΗ ESPRESSO
ΜΕ ΠΙΕΣΗ»



«ΙΤΑΛΙΚΗ ΜΗΧΑΝΗ ESPRESSO
ΑΠΛΗ»

- 1) Φίλτρου Ηλεκτρικές (Krups)
- 2) Γαλλικές με έμβολο (Bodum)
- 3) Ιταλικές παραδοσιακές για Espresso με πίεση (Lavazza)
- 4) Ιταλικές παραδοσιακές για Espresso απλή (Lavazza)

Δ) Παραδοσιακά σκεύη Ελληνικού καφέ



«ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΧΟΒΟΛΗ – ΜΠΡΙΚΙΑ ΧΑΛΚΙΝΑ»

- 1) Χόβολη παραδοσιακή
- 2) Μπρίκια χάλκινα
- 3) Κουτιά καφέ

3. 3 ΚΟΣΤΟΛΟΓΙΟ (ΜΟΝΑΔΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ kg) (ΝΟΜΙΣΜΑ ΕΥΡΩ)

ΠΡΟΪΟΝ	ΤΙΜΗ ΑΓΟΡΑΣ	ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΛΙΑΝΙΚΗΣ
ΚΑΦΕΣ		
ΑΠΛΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ	4,00	4,80
ΣΠΕΣΙΑΛ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ	4,50	5,70
ΦΙΛΤΡΟΥ ΑΠΛΟΣ	5,70	7,30
ΦΙΛΤΡΟΥ ΑΡΩΜΑΤΙΚΟΣ	6,80	8,50
ESPRESSO	8,20	10,80
NESCAFE	4,50	5,70
ΤΣΑΙ		
ΒΟΥΝΟΥ (ΜΑΤΣΑΚΙ)	0,50	0,70
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ (ΑΠΛΟ)	3,10	4,05
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ (ΑΡΩΜΑΤΙΚΟ)	3,25	4,30
ΠΡΑΣΙΝΟ	4,00	5,20
ΛΟΙΠΑ ΑΦΕΨΗΜΑΤΑ		
ΧΑΜΟΜΗΛΙ	2,00	2,50
ΦΑΣΚΟΜΗΛΟ	2,00	2,50
ΤΙΛΙΟ	2,20	2,75
ΜΕΝΤΑ	2,50	3,15
ΣΟΚΟΛΑΤΑ		
ΑΠΛΗ	4,80	6,20

ΑΡΩΜΑΤΙΚΗ	5,20	6,50
ΔΙΑΦΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ		
Α) ΞΗΡΟΙ ΚΑΡΠΟΙ		
ΦΙΣΤΙΚΙ ΑΙΓΙΝΗΣ	4,00	5,20
ΑΜΥΓΔΑΛΟ	5,50	7,15
ΦΟΥΝΤΟΥΚΙ	5,50	7,15
ΚΑΣΙΟΥΣ	4,50	6,00
ΚΑΡΥΔΙ	4,20	5,50
ΣΤΡΑΓΑΛΙ	3,70	4,85
ΠΑΣΑΤΕΜΠΟΣ ΨΙΛΟΣ	3,10	4,10
ΠΑΣΑΤΕΜΠΟΣ ΧΟΝΔΡΟΣ	3,20	4,20
ΗΛΙΟΣΠΟΡΟΣ	2,70	3,50
CHEESE CRACKERS	2,30	3,00
BARBEQUE CRACKERS	2,40	3,20
ΑΠΛΑ CRACKERS	2,20	2,90
ΑΠΟΞΗΡΑΜΕΝΑ ΦΡΟΥΤΑ		
ΒΕΡΙΚΟΚΟ	3,50	4,55
ΔΑΜΑΣΚΗΝΟ	3,80	4,80
ΣΤΑΦΙΔΑ	2,60	3,40
ΣΥΚΟ	3,50	4,55
ΧΟΥΡΜΑΣ	6,00	7,50
ΑΝΑΝΑΣ	4,20	5,50
Β) ΖΑΧΑΡΩΔΗ ΔΙΑΦΟΡΑ		
ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΥΓΕΙΑΣ	6,80	13,60
ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΓΑΛΑΚΤ.	7,00	13,90
ΚΑΡΑΜΕΛΕΣ (ΟΥΖΟ, ΚΑΝΕΛΛΑΣ)	2,80	5,60
ΒΟΥΤΥΡΟΥ	2,70	5,40

JELLY MINI	3,50	7,00
ΜΑΡΜΕΛΑΔΕΣ	4,50	8,90
ΛΟΥΚΟΥΜΙΑ ΜΕ ΑΜΥΓΔΑΛΟ	3,20	6,00
ΛΟΥΚΟΥΜΙΑ ΑΠΛΑ	3,80	5,20
Γ) ΚΑΦΕΤΙΕΡΕΣ		
ΦΙΛΤΡΟΥ KRUPS	14,20	21,50
ΓΑΛΛΙΚΗ ΜΕ ΕΜΒΟΛΟ	10,00	15,10
ΙΤΑΛΙΚΗ ESPRESSO ΜΕ ΠΙΕΣΗ	80,00	120,00
ΙΤΑΛΙΚΗ ESPRESSO ΑΠΛΗ	65,00	97,50
Δ) ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΣΚΕΥΗ		
ΧΟΒΟΛΗ	115,00	173,00
ΜΠΡΙΚΙ	4,00	6,00
ΚΟΥΤΙ ΚΑΦΕ	4,00	6,00

ΠΡΟΪΟΝ	ΤΙΜΗ ΑΓΟΡΑΣ	ΤΙΜΗ ΠΩΛΗΣΗΣ ΧΟΝΔΡΙΚΗΣ
ΚΑΦΕΣ		
ΑΠΛΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ	4,00	4,60
ΣΠΕΣΙΑΛ ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ	4,50	5,20
ΦΙΛΤΡΟΥ ΑΠΛΟΣ	5,70	6,55
ΦΙΛΤΡΟΥ ΑΡΩΜΑΤΙΚΟΣ	6,80	7,90
ESPRESSO	8,20	9,50
NESCAFFE	4,50	5,20

ΤΣΑΙ		
ΒΟΥΝΟΥ (ΜΑΤΣΑΚΙ)	0,50	0,65
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ (ΑΠΛΟ)	3,10	3,60
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ (ΑΡΩΜΑΤΙΚΟ)	3,25	3,75
ΠΡΑΣΙΝΟ	4,00	4,60
ΛΟΙΠΑ ΑΦΕΨΗΜΑΤΑ		
ΧΑΜΟΜΗΛΙ	2,00	2,30
ΦΑΣΚΟΜΗΛΟ	2,00	2,30
ΤΗΛΙΟ	2,20	2,53
ΜΕΝΤΑ	2,50	2,90
ΣΟΚΟΛΑΤΑ		
ΑΠΛΗ	4,80	5,60
ΑΡΩΜΑΤΙΚΗ	5,20	6,00
ΔΙΑΦΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ		
Α) ΞΗΡΟΙ ΚΑΡΠΟΙ		
ΦΙΣΤΙΚΙ ΑΙΓΙΝΗΣ	4,00	4,60
ΑΜΥΓΔΑΛΟ	5,50	6,35
ΦΟΥΝΤΟΥΚΙ	5,50	6,35
ΚΑΣΙΟΥΣ	4,50	5,25
ΚΑΡΥΔΙ	4,20	5,00
ΣΤΡΑΓΑΛΙ	3,70	4,30
ΠΑΣΑΤΕΜΠΟΣ ΨΙΛΟΣ	3,10	3,60
ΠΑΣΑΤΕΜΠΟΣ ΧΟΝΔΡΟΣ	3,20	3,70
ΗΛΙΟΣΠΟΡΟΣ	2,70	2,90
CHEESE CRACKERS	2,30	2,65
BARBEQUE CRACKERS	2,40	2,80
ΑΠΛΑ CRACKERS	2,20	2,50

ΑΠΟΞΗΡΑΜΕΝΑ ΦΡΟΥΤΑ		
ΒΕΡΙΚΟΚΟ	2,00	4,00
ΔΑΜΑΣΚΗΝΟ	2,10	4,30
ΣΤΑΦΙΔΑ	6,00	3,00
ΣΥΚΟ	2,30	2,55
ΧΟΥΡΜΑΣ	2,20	6,90
ΑΝΑΝΑΣ	2,00	5,00
Β) ΖΑΧΑΡΩΔΗ ΔΙΑΦΟΡΑ		
ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΥΓΕΙΑΣ	6,80	10,20
ΣΟΚΟΛΑΤΑ ΓΑΛΑΚΤ.	7,00	10,05
ΚΑΡΑΜΕΛΕΣ (ΟΥΖΟ, ΚΑΝΕΛΛΑΣ)	2,80	4,20
ΒΟΥΤΥΡΟΥ	2,70	4,05
JELLY MINI	3,50	5,25
ΜΑΡΜΕΛΑΔΕΣ	4,30	5,00
ΛΟΥΚΟΥΜΙΑ ΜΕ ΑΜΥΓΔΑΛΟ	3,20	5,00
ΛΟΥΚΟΥΜΙΑ ΑΠΛΑ	2,80	4,90
Γ) ΚΑΦΕΤΙΕΡΕΣ		
ΦΙΛΤΡΟΥ KRUPS	14,20	21,50
ΓΑΛΛΙΚΗ ΜΕ ΕΜΒΟΛΟ	10,00	15,10
ΙΤΑΛΙΚΗ ESPRESSO ΜΕ ΠΙΕΣΗ	80,00	120,00
ΙΤΑΛΙΚΗ ESPRESSO ΑΠΛΗ	65,00	98,00
Δ) ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΑ ΣΚΕΥΗ		
ΧΟΒΟΛΗ	115,00	220,00
ΜΠΡΙΚΙ	3,90	6,00
ΚΟΥΤΙ ΚΑΦΕ	3,90	6,00

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4. 1 ΤΕΧΝΙΚΟΣ – ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΟΣ - ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ - ΛΟΙΠΑ ΕΞΟΔΑ

Σύμφωνα με τις οδηγίες του μηχανικού κ. Δημήτρη Ταβλά, ο οποίος ανέλαβε την ευθύνη διαμόρφωσης και τεχνικής επίβλεψης του καταστήματος μας, καθώς επίσης και σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησής μας, ο απαιτούμενος τεχνικός – μηχανολογικός εξοπλισμός είναι ο εξής :

- 1) Κλιματιστικό (Air Condition) οροφής, το οποίο θα τοποθετηθεί στο ισόγειο του καταστήματος.
- 2) Κλιματιστικό (Air Condition), το οποίο θα τοποθετηθεί στο πατάρι του καταστήματος.
- 3) Σύστημα συναγερμού.
- 4) Μηχανή κοπής ελληνικού καφέ.
- 5) Μηχανή κοπής espresso.
- 6) Ηλεκτρονική ζυγαριά ακριβείας.
- 7) Φορολογική ταμειακή μηχανή.
- 8) Συσκευή τηλεφώνου.
- 9) Λαβή κεντρικής πόρτας καταστήματος.
- 10) Ράφια καταστήματος – Ερμάρια – Σιδηρικά εξαρτήματα στήριξης.
- 11) Γραφείο καταστήματος.
- 12) Σκαμπό γραφείου.
- 13) Επιγραφή καταστήματος.
- 14) Ηλεκτρολογικός εξοπλισμός καταστήματος (πρίζες, διακόπτες, λάμπες απλές, λάμπες φθορίου, σποτ, προβολέας).
- 15) Λοιπά πάγια καταστήματος.
- 16) Γραφική ύλη – Έντυπα - Αναλώσιμα.

Μετά από έρευνα αγοράς που πραγματοποιήσαμε, κατά την οποία κάναμε σύγκριση των τιμών, αλλά παράλληλα και της ποιότητας των μηχανημάτων, όπως επίσης και της φήμης και της πελατείας των προμηθευτών, καταλήξαμε στα παρακάτω:

- 1) Κλιματιστικό οροφής FUJITSU AU7 180, 18.000BTU/h ψύξης – θέρμανσης, αξία χίλια είκοσι πέντε (1.025,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.
- 2) Κλιματιστικό τοίχου FUJITSU ASY 12 USCC, 12.000BTU/h ψύξης – θέρμανσης, αξία πεντακόσια (500,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.
- 3) Σύστημα συναγερμού εταιρείας DIVICO (Ιδιωτική επιχείρηση παροχής υπηρεσιών ασφαλείας – Α.Ε.), αξία διακόσια εξήντα (260,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%, καθώς και έξοδα σύνδεσης με το κέντρο λήψεως άμεσης επέμβασης αξίας εκατό (100,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19% το εξάμηνο.

4) Μηχανή κοπής ελληνικού καφέ – Μύλος κωδ. No 25 - 5,5 HP – 1.500 r/min. - της εταιρείας Nettos. Η συγκεκριμένη μηχανή έχει εξαιρετική απόδοση σε ποιότητα κοπής και μεγάλο χρόνο ζωής. Είναι εξοπλισμένη με ηλεκτροκινητήρα ισχύος 5,5 ίππων, ο οποίος εγγυάται την απρόσκοπτη λειτουργία της μηχανής χωρίς προβλήματα, ενώ ο χαμηλός αριθμός στροφών (1.500 στροφές/λεπτό), εξασφαλίζει σχεδόν αθόρυβη λειτουργία (ιδανικό στοιχείο για την πώληση λιανικής παρουσία του πελάτη).

Όσον αφορά τα τεχνικά χαρακτηριστικά της, το σύστημα τροφοδοσίας της μηχανής, περιλαμβάνει σύστημα ταλάντωσης, το οποίο εξομαλύνει τη ροή των κόκκων στον εσωτερικό τροφοδότη (κοχλία). Επίσης, υπάρχει μαγνήτης, που συγκρατεί μεταλλικά αντικείμενα, που τυχόν περιέχονται στον καφέ, προστατεύοντας έτσι τις επιφάνειες κοπής των μυλόπετρων από ενδεχόμενη φθορά.

Η μηχανή είναι τοποθετημένη σε ειδική ξύλινη κατασκευή, χωρητικότητας 60 κιλών αλεσμένου καφέ.

Η αξία της μηχανής κοπής ελληνικού καφέ είναι δύο χιλιάδες πεντακόσια (2.500,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

5) Μηχανή κοπής espresso, Κωδ.No 125/58 – 1,5 HP – 1.500 r/min. – της εταιρείας Nettos. Είναι ο μύλος που χρησιμοποιείται για την άλεση του espresso και όλων των καφέδων φίλτρου (Γαλλικού, Γερμανικού, Αμερικάνικου κλπ.)

Η κοπή του καφέ γίνεται με μεταλλικούς δίσκους διαμέτρου 140 χιλιοστών και η απόδοσή του ξεπερνά τα 35 κιλά/ώρα, χαρακτηριστικό, το οποίο μας επιτρέπει να καλύπτουμε τις ανάγκες λιανικής πώλησης, αλλά και μεγαλύτερης ζήτησης (ξενοδοχεία, καφετέριες κλπ.).

Διαθέτει ηλεκτροκινητήρα 1,5 ίππων – 1.500 στροφές/λεπτό, που επιτρέπει στο μύλο να εργάζεται συνεχόμενα για πολλές ώρες, χωρίς τον κίνδυνο υπερθέρμανσης. Παράλληλα η χαμηλή ταχύτητα περιστροφής των δίσκων εξασφαλίζει σχεδόν αθόρυβη λειτουργία. Η αξία της μηχανής κοπής espresso είναι δύο χιλιάδες διακόσια (2.200,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

6) Ηλεκτρονική ζυγαριά ακριβείας, Κωδ. C-102, της εταιρείας Dibal, με οθόνη LCD, με μεγάλη αντοχή, έως 30 κιλά, πολλαπλή παροχή ενέργειας (Ρεύμα πόλεως – Μπαταρίες) έτσι ώστε αν πέσει η τάση του ρεύματος η ζυγαριά τροφοδοτείται αυτόματα από μπαταρίες. Η τιμή της ηλεκτρονικής ζυγαριάς είναι τριακόσια ενενήντα οκτώ (398,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

7) Φορολογική Ταμειακή Μηχανή, Κωδ. ST – 50, της εταιρείας Solidus, με ιδιαίτερα αυξημένες δυνατότητες και τεχνικά χαρακτηριστικά υψηλών προδιαγραφών. Η αξία της Φορολογικής Ταμειακής Μηχανής είναι τριακόσια πενήντα (350,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

8) Συσκευή τηλεφώνου Ασύρματου Κωδ. ΚΧ – TG7120, της εταιρείας Panasonic, αξίας εξήντα (60,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

9) Λαβή κεντρικής πόρτας καταστήματος, inox, αξίας σαράντα οκτώ (48,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

10) Ράφια καταστήματος. Σύμφωνα με τα σχέδια του Μηχανικού, τα οποία βασίζονται στις ανάγκες του καταστήματός μας, θα τοποθετηθούν

πέντε (5) ράφια τύπου MDF πρεσσαριστά, οι διαστάσεις των οποίων θα είναι: α) τρία (3) ράφια διάστασης 220*30 εκ., β) ένα (1) ράφι διάστασης 100*50 εκ., γ) ένα (1) ράφι διάστασης 100*25 εκ.

Η αξία των παραπάνω ανέρχεται στα εκατόν είκοσι ευρώ (120,00) το καθένα, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

Ερμάρια καταστήματος. Τα ερμάρια του καταστήματος μας θα είναι κατασκευασμένα από μελαμίνη. Συνολικά θα είναι τέσσερα (4) τετραγωνικά μέτρα, αξίας τεσσάρων (4) ευρώ το μέτρο, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

Σιδηρικά εξαρτήματα στήριξης:

α) Βέργες στήριξης element, οκτώ (8) τεμάχια, αξίας οκτώ (8) ευρώ η κάθε μία, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

β) Βραχίονες στήριξης, τριάντα (30) τεμάχια, αξίας τριών (3) ευρώ ο κάθε ένας, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

Επιπλέον, για τις ξυλουργικές εργασίες (τοποθέτηση – επίβλεψη), η αμοιβή του ξυλουργού είναι διακόσια (200,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

11) Γραφείο καταστήματος, από μελαμίνη, με συρταριέρα, αξίας επτακόσια (700,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

12) Σκαμπό γραφείου ξύλινο με μεταλλική πλάτη, αξίας δεκαπέντε (15) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

13) Φωτεινή Επιγραφή καταστήματος, αξίας εκατόν ενενήντα πέντε (195,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

14) Ηλεκτρολογικός εξοπλισμός καταστήματος – Ηλεκτρικά είδη:

α) πρίζες σούκο, τεμάχια πέντε (5), αξία μονάδος εννέα (9) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

β) διακόπτης απλός, τεμάχιο ένα (1), αξία έξι (6) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

γ) πρίζα ΟΤΕ, τεμάχιο ένα (1), αξία εννέα (9) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

δ) πρίζα σούκο εξωτερική, τεμάχιο ένα (1), αξία τρία (3) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

ε) πρίζα ΟΤΕ εξωτερική, τεμάχιο ένα (1), αξία τέσσερα (4) ευρώ,

πλέον Φ.Π.Α. 19%.

στ) σποτ, τεμάχια δεκαέξι (16), αξία τρία (3) ευρώ το κάθε ένα, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

ζ) μετασχηματιστές 50w 12V, τεμάχια δεκαέξι (16), αξία οκτώ (8) ευρώ, το κάθε ένα, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

η) λάμπες 50w 12V, τεμάχια δεκαέξι (16), αξία δύο ευρώ και πενήντα λεπτά (2,50), το κάθε ένα, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

θ) φώτα PL πλήρη, τεμάχια οκτώ (8), αξία δέκα οκτώ (18,00) ευρώ το κάθε ένα, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

ι) λάμπες φθορίου, τεμάχια τέσσερα (4), αξία ένα ευρώ και είκοσι λεπτά (1,20), πλέον Φ.Π.Α. 19%.

ια) προβολέας Lauzini, τεμάχιο ένα (1), αξία εκατόν τριάντα (130,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

Επιπλέον, η αμοιβή του ηλεκτρολόγου για την τοποθέτηση των φωτιστικών και τον έλεγχο μετά του σχεδίου, ανέρχεται στα εκατόν πενήντα (150,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

15) Λοιπά πάγια καταστήματος:

α) Ηλεκτρική σκούπα Philips, αξία ογδόντα (80,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

β) Αριθμομηχανή Sharp, αξία είκοσι δύο (22,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

γ) Σφραγίδα καταστήματος, αξία τριάντα τρία (33,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

δ) Καλάθι αχρήστων πλαστικό, αξία δέκα (10,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

16) Γραφική ύλη – Έντυπα – Αναλώσιμα.

α) Μπλοκ Τιμολογίων Πώλησης, τεμάχια δύο (2), αξία δύο ευρώ και πενήντα λεπτά (2,50) το καθένα, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

β) Μπλοκ Τιμολογίων Πώλησης – Δελτία Αποστολής, τεμάχια δύο (2), αξία δύο ευρώ και εξήντα λεπτά (2,60) το καθένα, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

γ) Μπλοκ Δελτίων Αποστολής, τεμάχια δύο (2), αξία δύο ευρώ και πενήντα λεπτά (2,50) το καθένα, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

δ) Μπλοκ Απόδειξης Λιανικής Πώλησης, τεμάχια δύο (2), αξία ένα ευρώ και πενήντα λεπτά (1,50) το καθένα, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

ε) Γραφική Ύλη: Στυλό, μολύβια, συνολική αξία επτά (7,00)

ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

στ) Συραπτικό, αξίας δέκα (10,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

ζ) Επαγγελματικές κάρτες, τεμάχια χίλια (1.000), αξία δεκαπέντε λεπτά (0,15) το καθένα.

Λοιπές απαιτούμενες τεχνικές εργασίες:

Το κατάστημα, το οποίο αποφασίσαμε να ενοικιάσουμε, βρίσκεται από τεχνικής άποψης σε αρκετά καλή κατάσταση, δηλαδή τόσο οι υδραυλικές εγκαταστάσεις και τα είδη υγιεινής όσο και η σκάλα και τα πλακάκια του καταστήματος δεν παρουσιάζουν κανένα πρόβλημα. Αυτό το γεγονός μας απαλλάσσει από έξοδα επισκευής και αντικατάστασης των εγκαταστάσεων αυτών, τα οποία θα ξεπερνούσαν το ποσό των τεσσάρων χιλιάδων (4.000,00) ευρώ τουλάχιστον, σύμφωνα με έρευνα αγοράς, την οποία κάναμε.

Οι εργασίες, που είναι απαραίτητο να γίνουν στο χώρο του καταστήματός μας είναι η αποξήλωση της παλαιάς οροφής και κατασκευή καινούριας από γυψοσανίδα, καθώς και ο ελαιοχρωματισμός του καταστήματος. Το κόστος των υλικών που θα χρειαστούν, καθώς και των εργασιών ανέρχεται στις δύο χιλιάδες πεντακόσια (2.500,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

Επίσης, θα χρειαστεί να απασχολήσουμε συνεργείο διαχείρισης απορριμάτων, για την αποκομιδή ανόργανων οικοδομικών υλικών, μετά την ολοκλήρωση των τεχνικών εργασιών, το κόστος του οποίου ανέρχεται στα εκατόν πενήντα (150,00) ευρώ, πλέον Φ.Π.Α. 19%.

Συνοψίζοντας τα ανωτέρω και καταγράφοντας αυτά σε ένα συνοπτικό πίνακα, απαιτείται το εξής κεφάλαιο για τον μηχανολογικό και τεχνικό εξοπλισμό του καταστήματος, καθώς και για τις τεχνικές εργασίες και τα έξοδα αγοράς λοιπών Παγίων στοιχείων και αναλώσιμων υλικών.

ΠΑΓΙΑ-ΛΟΙΠΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ- ΑΝΑΛΩΣΙΜΑ	ΑΞΙΑ (ΕΥΡΩ)
Κλιματιστικό οροφής	1.219,75
Κλιματιστικό τοίχου	595,00
Σύστημα Συναγερμού	428,40
Μηχ/μα Κοπής Ελληνικού καφέ	2.975,00
Μηχ/μα Κοπής Espresso	2.618,00
Ζυγαριά ακριβείας	473,62
Φ.Τ.Μ.	416,50
Συσκευή Τηλεφώνου	71,40
Λαβή πόρτας	57,12
Ράφια	714,00

Ερμάρια	19,04
Βέργες στήριξης	76,16
Βραχίονες στήριξης	107,10
Ξυλουργικές εργασίες	238,00
Γραφείο	833,00
Σκαμπό	17,85
Ηλ/κος εξοπλισμός	623,54
Αμοιβή ηλεκτρολόγου	178,50
Ηλ/κή σκούπα	95,20
Αριθμομηχανή	26,18
Σφραγίδα	39,27
Καλάθι απορριμάτων	11,90
Γραφ. Ύλη-Έντυπα-Αναλώσιμα	220,39
Τεχνικές εργασίες	2.975,00
Αποκομιδή ανορ/νων οικοδ.υλικών	178,50
ΣΥΝΟΛΟ	15.183,42

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5. 1 ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΑ – ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΑ

Ένα μέρος της μελλοντικής επιτυχίας μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας, αποτελεί η σωστή και όσο το δυνατόν πληρέστερη οργάνωση. Εκτός από την πολιτική που θα ακολουθήσουμε στις αγορές και στις πωλήσεις, δηλαδή τον εμπορικό τομέα, την οποία πολιτική μας θα αναλύσουμε σε επόμενο κεφάλαιο, κρίνουμε απαραίτητο να καταγράψουμε κάποια θέματα διοίκησης και οργάνωσης, καθώς και απαραίτητα ζητήματα μισθολογικά και ασφαλιστικά.

1. ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ.

Το προσωπικό του καταστήματος, θα αποτελείται από τις δύο (2) εταίρους του καταστήματος (Ταβλά Μαρία και Φραγκάκη Παυλίνα), οι οποίες θα εργάζονται μαζί κατά τις ώρες λειτουργίας του καταστήματος.

Η πρόσληψη επιπλέον προσωπικού, τόσο για εργασία εντός του καταστήματος όσο και για εξωτερικές δουλειές, δεν κρίνεται, τουλάχιστον αυτή τη στιγμή, αναγκαία. Η εξυπηρέτηση των πελατών μπορεί άνετα να καλυφθεί με την εργασία δύο (2) ατόμων, σε μία επιχείρηση όπως η δική μας. Οι αρμοδιότητές μας, θα είναι ισότιμες. Δεν θα απασχολείται κάθε μία σε ξεχωριστό τομέα, δηλαδή αποκλειστικά η μία να εξυπηρετεί τους πελάτες ή η άλλη να κάνει τις παραγγελίες. Οι εξωτερικές εργασίες θα γίνονται και από τις δύο (2) εταίρους και όσον αφορά τη χονδρική πώληση θα γίνεται είτε με το δικό μας μέσο μεταφοράς είτε με αποστολή μέσω κάποιας εταιρείας ταχυμεταφορών.

2. ΩΡΑΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ.

Σύμφωνα με τις αποφάσεις του Εμπορικού Συλλόγου Πατρών, το ωράριο των εμπορικών καταστημάτων είναι το εξής:

ΗΜΕΡΕΣ	ΩΡΕΣ
ΔΕΥΤΕΡΑ	08.30 – 15.00
ΤΡΙΤΗ	08.30 – 14.30 & 17.00 – 21.00
ΤΕΤΑΡΤΗ	08.30 – 15.00
ΠΕΜΠΤΗ	08.30 – 14.30 & 17.00 – 21.00
ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ	08.30 – 14.30 & 17.00 – 21.00
ΣΑΒΒΑΤΟ	08.30 – 15.00
ΚΥΡΙΑΚΗ	---

Το συγκεκριμένο ωράριο είμαστε και εμείς υποχρεωμένοι να ακολουθούμε, όπως επίσης και κάθε αλλαγή του.

3. ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

i. **Λογιστής – Οικονομικός Σύμβουλος.**

Ο λογιστής είναι ο επαγγελματίας, ο οποίος μας είναι απαραίτητος πριν ακόμα και από το ξεκίνημα των εργασιών, καθώς θα μας δώσει τη συμβουλή του ως προς τη νομική μορφή που θα είναι προτιμότερο να πάρει η εταιρεία μας, θα κάνει την έναρξη και την θεώρηση των βιβλίων και στοιχείων και εν συνεχεία θα αναλάβει όλα τα λογιστικά και φορολογικά θέματα. Η μηνιαία αμοιβή του λογιστή, για βιβλία Γ' κατηγορίας είναι διακόσια πενήντα (250,00) ευρώ.

ii. **Καθαρίστρια.**

Εκτός από την δική μας εργασία σχετικά με την καθαριότητα του καταστήματος, η οποία θα γίνεται αρκετές φορές κατά την διάρκεια της ημέρας, θεωρούμε ότι είναι απαραίτητο μια φορά την εβδομάδα το κατάστημά μας να καθαρίζεται εξονυχιστικά τόσο το εσωτερικό του όσο και η τζαμαρία του. Η αμοιβή της καθαρίστριας είναι πέντε (5,00) ευρώ την ώρα.

iii. **Τεχνικός μηχανών καφέ.**

Εκτός από την αρχική εκπαίδευση την οποία θα κάνουμε για να έχουμε πλήρη γνώση χειρισμού των μηχανών κοπής καφέ, είναι αναγκαίο να υπάρχει μια διαρκής επικοινωνία με τον υπεύθυνο τεχνικό της εταιρείας τόσο για απευθείας ενημέρωση για καθετί καινούριο όσο και για την άμεση επίλυση κάθε πιθανού προβλήματος που είναι πιθανό να προκύψει.

iv. **Συνεργείο καθαρισμού υαλοπινάκων.**

Πρόκειται για το συνεργείο που θα απασχολούμε μία φορά την εβδομάδα για τον καθαρισμό της βιτρίνας του καταστήματος, όπως επίσης και κάθε άλλου υαλοπίνακα.

4. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΕΡΓΟΔΟΤΗ ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΠΡΟΣΛΗΨΗΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ.

Στην περίπτωση που μελλοντικά οι ανάγκες της επιχείρησής μας απαιτήσουν την πρόσληψη υπαλλήλου είναι απαραίτητο να γίνουν τα ακόλουθα από το λογιστή:

i. ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ (άρθρο 16 Ν. 2874/00)

Ο λογιστής της επιχείρησης είναι υποχρεωμένος, κατά το χρονικό διάστημα από 15/09 μέχρι και 15/11 κάθε έτους, να υποβάλλει υπογεγραμμένα από τον ίδιο το λογιστή, σε δύο (2) αντίτυπα στην αρμόδια Επιθεώρηση Εργασίας, για θεώρηση, «πίνακα εργασίας προσωπικού» (άρθρο 4 Ν.Δ. 515/70, άρθρο 16 Ν.2874/00). Ο «πίνακας εργασίας προσωπικού» είναι ένα απλό έντυπο γραμμογραφημένο που δίνεται δωρεάν από την Επιθεώρηση Εργασίας. Σε περίπτωση αλλαγής της νομικής εκπροσώπησης της επιχείρησης ή πρόσληψης νέου προσωπικού, υποβάλλεται μέσα σε δεκαπέντε (15) μέρες (εργάσιμες) από τη μεταβολή νέος πίνακας (συμπληρωματικός) στην Επιθεώρηση Εργασίας για θεώρηση.

ii. ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΡΟΣΛΗΨΗΣ ΜΙΣΘΩΤΩΝ (ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ – ΕΡΓΑΤΩΝ)

Η κάθε επιχείρηση που προσλαμβάνει υπάλληλο ή εργάτη, έχει την υποχρέωση να συμπληρώσει διπλά το έντυπο «αναγγελία πρόσληψης», που το παίρνει από τον Ο.Α.Ε.Δ. της περιοχής που πρόκειται να προσληφθεί ο μισθωτός και να το προσκομίσει μέσα σε οκτώ (8) ημερολογιακές ημέρες, μετρούμενες από την επόμενη της ημέρας πρόσληψης, στον ίδιο οργανισμό (και αν είναι νεοσύστατη επιχείρηση μέσα στους τρεις (3) πρώτους μήνες, μέσα σε τριάντα (30) ημέρες). Η παραπάνω προθεσμία των οκτώ (8) ή τριάντα (30) ημερολογιακών και όχι μόνο εργάσιμων ημερών αρχίζει από την επόμενη της μέρας που προσλήφθηκε ο μισθωτός. (Ν.Δ. 2656/53, Εγκ. Υπ. Εργ. 567/71, Εγκ. ΟΑΕΔ 85359/71). Προσοχή: Όποιος επιθυμεί να προσληφθεί ως μισθωτός σε επιχείρηση, οφείλει πρώτα να γραφτεί στα Μητρώα Ανέργων του Γ.Ε.Ε. της περιοχής του και να λάβει «Κάρτα Ανεργίας» (άρθρο 2 Ν.2434/96, άρθρο 3 Ν. 1545/85, άρθρο 5 παρ. 2 Ν.Δ. 2656/53). Από το έντυπο αυτό, το πρωτότυπο μένει στον Ο.Α.Ε.Δ. της περιοχής που θα απασχοληθεί ο μισθωτός και το αντίτυπο το παραλαμβάνει η επιχείρηση. Αν δεν γίνει η αναγγελία πρόσληψης μέσα σε οκτώ (8) ημέρες, τότε για κάθε μισθωτό επιβάλλεται αι ένα πρόστιμο ίσο με δέκα (10) ημερομίσθια ανειδίκευτου εργάτη, τα οποία μετά από συμβιβασμό μπορούν να μειωθούν σε 2,5 ημερομίσθια (Εγκ. Υπ. Ο.Α.Ε.Δ. 85359/71). Ο συμβιβασμός αυτός γίνεται με προσφυγή στον αρμόδιο Νομάρχη μέσα σε τριάντα (30) ημέρες από την κοινοποίηση του προστίμου. Επίσης ο εργοδότης που δεν καταχωρεί στα μισθολογικά στοιχεία του ΙΚΑ τους εργαζόμενους της επιχείρησής του μέχρι τέλους του επόμενου μήνα, επιβαρύνεται με ειδικό

πρόσθετο τέλος που κυμαίνεται σε ποσοστό 30% - 50% πάνω στις εισφορές στο ΙΚΑ (άρθρο 57 Ν. 2676/99, Εγκ. ΙΚΑ 12/99).

Προτού ακόμα αναλάβει εργασία ο νεοπροσλαμβανόμενος, ο εργοδότης τον καταχωρεί με όλα τα στοιχεία του στο «ΕΙΔΙΚΟ ΒΙΒΛΙΟ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΗΣ ΝΕΟΠΡΟΣΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ», που το παραλαμβάνει θεωρημένο δωρεάν από το ΙΚΑ (άρθρο 2 παρ. 1 Ν. 2556/97, άρθρο 26 παρ. 1στ' Α.Ν. 1546/51). Η καταχώρηση του μισθωτού γίνεται στο βιβλίο αυτό αμέσως μετά την πρόσληψή του και πριν ακόμα αναλάβει εργασία. Όμως ο εργοδότης μπορεί να καταχωρήσει το μισθωτό στο βιβλίο νεοπροσλαμβανόμενων, μέχρι να εκπνεύσει η μέρα πρόσληψής του, χωρίς να θεωρηθεί η καθυστέρηση αυτή ως παράβαση (Τριμ. Διοικ. Πρωτ. Αθηνών 2190/05).

iii. ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΑΝΑΛΥΤΙΚΗΣ ΠΕΡΙΟΔΙΚΗΣ ΔΗΛΩΣΗΣ (Α.Π.Δ.)

Η Αναλυτική Περιοδική Δήλωση (Α.Π.Δ.) είναι ένα μηχανογραφημένο (με μαγνητικά μέσα ή μέσω διαδικτύου) ή χειρόγραφο έγγραφο, το οποίο συμπληρώνεται, υπογράφεται και υποβάλλεται στο αρμόδιο υποκατάστημα του ΙΚΑ από τον εργοδότη και με το οποίο δηλώνονται:

- 1) Ο Αριθμός Μητρώου (ΑΜΕ), ο οποίος χρησιμοποιείται σε κάθε συναλλαγή του με το ίδρυμα (ΙΚΑ).
- 2) Οι ασφαλισμένοι που απασχολήθηκαν για τη χρονική περίοδο που αναφέρεται η δήλωση και ειδικότερα για τον καθένα από αυτούς δηλώνονται : η ειδικότητα, οι ημέρες απασχόλησής του, οι αποδοχές του, ο κωδικός του πακέτου κάλυψής του και οι εισφορές του.
- 3) Οι συνολικές εισφορές που οφείλει να καταβάλλει ο εργοδότης για τη συγκεκριμένη περίοδο που αναφέρεται η δήλωση.

ΥΠΟΧΡΕΟΙ για την υποβολή της Α.Π.Δ. είναι οι εργοδότες, οι οποίοι απασχολούν πρόσωπα τα οποία είναι ασφαλισμένα στο ΙΚΑ καθώς και οι φορείς τις εισφορές των οποίων εισπράττει ή συνεισπράττει το ΙΚΑ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6. 1 ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Ορισμός

Διαφήμιση είναι η διαδικασία γνωστοποίησης και επηρεασμού του καταναλωτικού κοινού για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία επί πληρωμή. Η διαφήμιση μπορεί να χρησιμοποιεί άλλοτε συγκινησιακά χαρακτηριστικά (επίκληση στο συναίσθημα) που συνδέουν το χρήστη με την αγορά ή την χρήση του προϊόντος και άλλοτε λογικά χαρακτηριστικά (επίκληση στη λογική), όπως τεχνικά χαρακτηριστικά και πλεονεκτήματα του προϊόντος σε σχέση με τα ανταγωνιστικά.

Γενικά

Η διαφήμιση ανήκει στο μείγμα προβολής και επικοινωνίας του Μάρκετινγκ. Τα τελευταία χρόνια όλο και μεγαλύτερα ποσά ξοδεύονται από τις εταιρίες για τη διαφημιστική προβολή των προϊόντων τους. Εταιρίες κολοσσοί μπορεί να ξοδεύουν ακόμα και δισεκατομμύρια δολάρια ή ευρώ ετησίως.

Παραδοσιακά η διαφήμιση ανήκει στο τμήμα Μάρκετινγκ μιας επιχείρησης και διεκπεραιώνεται από αυτό. Ωστόσο στις ημέρες μας η εξέχουσα σημασία της διαφήμισης στην επιτυχία ενός προϊόντος και στην κερδοφορία μιας επιχείρησης οδηγεί αρκετές εταιρίες στη λήψη εξειδικευμένων υπηρεσιών από επαγγελματικές διαφημιστικές εταιρίες με μεγάλη εμπειρία. Οι οποίες αναλαμβάνουν την επιλογή και την εκτέλεση του μηνύματος της διαφήμισης.

Στην κοινωνία μας υπάρχει το ρητό πως κάθε είδους διαφήμιση, είτε θετική είτε αρνητική, είναι καλή, εφόσον με τον οποιοδήποτε τρόπο υπάρχει σχολιασμός του εκάστοτε ονόματος. Στον επαγγελματικό τομέα, όμως, η κατάσταση είναι τελείως διαφορετική. Ένα άσχημο ή ακόμα και ένα κακόβουλο σχόλιο είναι ορισμένες φορές υπεραρκετό, για να σπιλώσει τη φήμη μιας επιχείρησης και να επιφέρει πολύ δυσάρεστα αποτελέσματα, επηρεάζοντας αρνητικά το καταναλωτικό κοινό.

Είναι ευνόητο, λοιπόν, πως οι κινήσεις μας πρέπει να είναι πολύ προσεκτικές. Στο σημείο που βρισκόμαστε, δηλαδή, στη διαδικασία έναρξης της επιχείρησής μας, πρέπει να εξετάσουμε όλους τους πιθανούς τρόπους διαφήμισης (διαφημιστικό μέσο) του καταστήματός μας και να καταλήξουμε στον καλύτερο τρόπο προώθησης των προϊόντων και των υπηρεσιών μας.

Διαφημιστικά Μέσα

1) Τηλεόραση

Η Τηλεόραση είναι ένα σύστημα τηλεπικοινωνίας που χρησιμεύει στη μετάδοση και λήψη κινούμενων εικόνων και ήχου εξ αποστάσεως. Αποτελεί το κυριότερο και δημοφιλέστερο Μέσο Μαζικής Ενημέρωσης. (Η λέξη τηλεόραση προέρχεται από το αρχαίο ελληνικό «τηλέ» = «μακριά» + «όραση»)

2) Ραδιόφωνο

3) Τύπος (Εφημερίδες, Περιοδικά, Αφίσες)

4) Διαδίκτυο (Internet)

Είδη Διαφήμισης

Κάθε διαφήμιση έχει διαφορετικό σκοπό ως προς τα αποτελέσματα που επιθυμεί να επιτύχει.

Έτσι ένα διαφημιστικό μήνυμα μπορεί να έχει σκοπό :

α) Να γνωστοποιήσει την ύπαρξη ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας

β) Να υπενθυμίσει την ύπαρξη του προϊόντος ή της υπηρεσίας

γ) Να διαφημίσει την εταιρία που το κατασκευάζει

δ) Να επηρεάσει το καταναλωτικό κοινό υπέρ του προϊόντος ή της υπηρεσίας

Στην προκειμένη περίπτωση, έχουμε ως σκοπό να επιτύχουμε τη γνωστοποίηση της ύπαρξης του καταστήματός μας, επομένως τη γνωστοποίηση των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχουμε.

Διαφημιστικά Μέσα – Κόστος

1) Διαφήμιση από την Τηλεόραση

Λέγοντας διαφήμιση από την τηλεόραση, αναφερόμαστε σε τοπικά κανάλια, τα οποία εκπέμπουν σε όλη την περιφέρεια της Δυτικής Ελλάδας (Δυτική Πελοπόννησος, Ιόνια νησιά, Νομός Αιτωλοακαρνανίας).

Τα πατρινά κανάλια είναι τα εξής : α) Patra TV, β) Super B, γ) Tele Time, δ) Achaia Channel.

Οι παράγοντες, οι οποίοι καθορίζουν το κόστος που θα ανέλθει το τηλεοπτικό διαφημιστικό σποτ είναι οι παρακάτω :

A) Η τηλεθέαση του καναλιού ή αλλιώς τα ποσοστά θεαματικότητας, τα οποία συγκεντρώνει το κανάλι. Είναι λογικό πως το τηλεοπτικό κανάλι με την υψηλότερη τηλεθέαση, απαιτεί μεγαλύτερο χρηματικό ποσό για να προβάλλει το διαφημιστικό σποτ.

B) Η ώρα προβολής του διαφημιστικού σποτ. Εάν επιλέξουμε η προβολή να γίνεται πριν από το κεντρικό δελτίο ειδήσεων, είτε το μεσημέρι, είτε το βράδυ, ή πριν ή μετά από μια εκπομπή (πολιτική, κοινωνική, αθλητική) η οποία έχει μεγάλη τηλεθέαση είναι εύλογο ότι το

απαιτούμενο κόστος θα είναι αρκετά υψηλότερο, σε σύγκριση με την επιλογή κάποιας άλλης χρονικής στιγμής που στο κανάλι οι δείκτες τηλεθέασης είναι χαμηλοί (πολύ πρωινές ή μεταμεσονύκτιες ώρες).

Γ) Η διάρκεια του διαφημιστικού σποτ. Όσο περισσότερα δευτερόλεπτα διαρκεί μια διαφήμιση, τόσο περισσότερο θα κοστίσει.

Δ) Ο τρόπος που θα επιλέξουμε να διαφημίσουμε το προϊόν ή τις υπηρεσίες μας. Εάν στο διαφημιστικό σποτ λαμβάνουν μέρος φυσικά πρόσωπα ή τα γραφικά που χρησιμοποιούνται είναι υψηλής ανάλυσης, σαφέστατα το κόστος θα ανέλθει σε υψηλότερο επίπεδο. Αντιθέτως, εάν προτιμήσουμε η διαφήμιση να είναι πιο απλή, το κόστος θα κυμανθεί σε πιο χαμηλά επίπεδα.

2) Διαφήμιση από το Ραδιόφωνο

Το ραδιόφωνο αποτελεί έναν από τους πιο πιστούς φίλους του ανθρώπου από την ανακάλυψή του έως σήμερα. Πλάι σε αυτό καθόταν με αγωνία κατά τη διάρκεια του πολέμου για να ενημερωθεί για τις εξελίξεις. Αυτό τον συντροφεύει στα ταξίδια του, τις ώρες που οδηγεί για να πάει στη δουλειά του, τις στιγμές που θέλει να ηρεμήσει ή να κάνει ένα διάλειμμα. Οι ακροατές του ραδιόφωνου είναι άτομα ανεξαρτήτου ηλικίας.

Ένας πολύ συνήθης και αρκετά διαδεδομένος τρόπος διαφήμισης προϊόντων, υπηρεσιών ή οποιασδήποτε εκδήλωσης η οποία πρόκειται να λάβει χώρα, είναι τα ραδιοφωνικά διαφημιστικά σποτ. Όλοι έχουμε παρατηρήσει ακούγοντας ραδιόφωνο, πως ανά τακτά χρονικά διαστήματα (όχι απαραίτητα πριν ή μετά από μια εκπομπή, αλλά και κατά τη διάρκεια), ακούμε πολλές διαφημίσεις.

Στην πόλη της Πάτρας εκπέμπουν ραδιοφωνικοί σταθμοί, οι περισσότεροι από τους οποίους συγκεντρώνουν υψηλά ποσοστά ακροαματικότητας. Αποτέλεσμα αυτού, είναι η μεγάλη ζήτηση που παρατηρείται από επιχειρηματίες για την εύρεση λίγων δευτερολέπτων, έτσι ώστε να διαφημίσουν το προϊόν ή τις υπηρεσίες τους.

Οι παράγοντες, οι οποίοι συντελούν στη διαμόρφωση του κόστους ενός ραδιοφωνικού διαφημιστικού σποτ, είναι παρεμφερείς με αυτούς της τηλεόρασης :

A) Η ακροαματικότητα, την οποία συγκεντρώνει ο ραδιοφωνικός σταθμός. Όσο υψηλότεροι είναι οι δείκτες ακροαματικότητας, τόσο υψηλότερο θα είναι και το απαιτούμενο κόστος.

B) Οι χρονικές στιγμές, οι οποίες θα επιλέξουμε να ακούγεται το διαφημιστικό σποτ.

Τις ώρες κατά τις οποίες ο ραδιοφωνικός σταθμός παρουσιάζει υψηλή ακροαματικότητα, είναι λογικό πως η απαιτούμενη τιμή θα είναι μεγαλύτερη. Επιπροσθέτως, το κόστος μπορεί να αυξηθεί επιπλέον, στην περίπτωση που επιλέξουμε τη διαφήμιση να την κάνει κάποιο άτομο αρκετά δημοφιλές στο κοινό.

Γ) Η χρονική διάρκεια του διαφημιστικού σποτ. Όπως στην τηλεόραση, έτσι και στο ραδιόφωνο το κόστος της διαφήμισης είναι ανάλογο του χρόνου. Όσα περισσότερα δευτερόλεπτα διαρκεί, τόσο υψηλότερη θα είναι η ζητούμενη τιμή.

3) Διαφήμιση από τον Τύπο

Η λέξη «Τύπος», συμπεριλαμβάνει όλα τα έντυπα μέσα μετάδοσης πληροφοριών, δηλαδή εφημερίδες, περιοδικά, αφίσες, επαγγελματικές κάρτες.

Η διαφήμιση μέσω του Τύπου προτιμάται από πολύ μεγάλο αριθμό επιχειρηματιών ή εταιριών, σαν μέσο προώθησης και δημοσιοποίησης των παρεχόμενων προϊόντων ή υπηρεσιών τους.

α) Εφημερίδες – Περιοδικά

Στην πόλη της Πάτρας, οι τοπικές εφημερίδες και περιοδικά παρουσιάζουν υψηλή ζήτηση. Τα ποσοστά των αναγνωστών είναι πολύ υψηλά και καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα ηλικιών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί και ο μεγάλος αριθμός των ετησίων συνδρομητών στις εφημερίδες.

Για την έρευνα αγοράς που έπρεπε να κάνουμε, συναντήσαμε όλα τα στελέχη του διαφημιστικού τμήματος των εφημερίδων της πόλης της Πάτρας. Ερχόμενες σε επαφή με τον υπεύθυνο του τμήματος διαφήμισης της εφημερίδας «ΠΕΛΟΠΟΝΗΣΟΣ ΕΚΔΟΤΙΚΗ Α.Ε.» κ. Χρήστο Μάνθο ενημερωθήκαμε για το κόστος μιας διαφήμισης, το οποίο είναι το εξής:

- I. Διαφήμιση σε εσωτερική σελίδα εφημερίδας = 6 ευρώ ανά εκατοστό στήλης την ημέρα.
- II. Διαφήμιση στην τελευταία σελίδα εφημερίδας = 15 ευρώ ανά εκατοστό στήλης την ημέρα.
- III. Διαφήμιση στην πρώτη σελίδα εφημερίδας = 30 ευρώ ανά εκατοστό στήλης την ημέρα.

β) Αφίσες

Η αφίσα είναι ένα εργαλείο διαφήμισης ή τρόπος μετάδοσης ενός μηνύματος. Η επιτυχία μιας διαφημιστικής αφίσας είναι να αποσπά την προσοχή του περαστικού, κάνοντάς τον να την προσέξει και να την διαβάσει. Αν και μπορούν να γραφτούν πολλά πάνω σε μια αφίσα, ο καλύτερος τρόπος είναι να μιλάς με εικόνες, ειδικά όταν ένας από τους στόχους είναι οι οδηγοί οχημάτων.

Οι παράγοντες οι οποίοι συντελούν στη διαμόρφωση του κόστους μιας διαφημιστικής αφίσας είναι οι εξής :

A) Το μέγεθος της αφίσας

B) Τα γραφικά τα οποία χρησιμοποιήθηκαν

Γ) Αν στις φωτογραφίες της αφίσας συμμετέχουν φυσικά πρόσωπα ή απλά σχέδια – απλές εικόνες.

Ένας σημαντικός παράγοντας που πρέπει πάντα να λαμβάνουμε υπ' όψη μας είναι πως η διαφήμιση με αφίσα είναι επιτρεπτή, αλλά μέχρι κάποιων ορίων. Η αφισοκόλληση είναι παράνομη και τιμωρείται με υψηλό πρόστιμο, ένα δεν έχουμε φροντίσει να πάρουμε ειδική άδεια από τον οικείο Δήμο ή ιδιοκτήτη ή διαφημιστικό γραφείο.

Απευθυνόμενες στο Δήμο Πατρέων και ρωτώντας τον υπεύθυνο, κ. Καλλινικό, ενημερωθήκαμε πως το απαιτούμενο ποσό που πρέπει να καταβληθεί για να επιτραπεί η ανάρτηση της αφίσας στα ειδικά stands ή στις στάσεις ταξί και λεωφορείων, που είναι εγκατεστημένα από το Δήμο, ανέρχεται στο ύψος των 150 (εκατόν πενήντα) ευρώ το δεκατετράημερο.

Επομένως, το συνολικό κόστος της διαφήμισης με αφίσα θα είναι τα 150 (εκατόν πενήντα) ευρώ που απαιτούνται από το Δήμο Πατρέων για το δεκατετράημερο, πλέον του κόστους δημιουργίας (σχεδίαση και εκτύπωση) της αφίσας.

4) Διαφήμιση από το Διαδίκτυο (Internet)

Στη γενική του έννοια, ένα διαδίκτυο είναι ένα δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών που (δια)συνδέει άλλα δίκτυα. Ο όρος internet προκύπτει από το αγγλικό inter – network. Στην ειδική του μορφή με κεφαλαίο Δ (Διαδίκτυο) εννοούμε το παγκόσμιο πλέγμα διασυνδεδεμένων υπολογιστών περιλαμβανομένων και των υπηρεσιών και πληροφοριών που παρέχει στους χρήστες του.

Η Online Διαφήμιση, παρότι είναι πάρα πολύ διαδεδομένη παγκοσμίως, έχει αμφισβητηθεί σοβαρά τους τελευταίους μήνες. Βάσει αναφορών, οι οποίες δείχνουν αρνητική ζήτηση, η διαφήμιση από το Internet έγινε το «μαύρο πρόβατο» του marketing. Αυτό συμβαίνει, διότι μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων στην Ελλάδα, στις οποίες το τμήμα marketing αποφάσισε να χρησιμοποιήσει το internet ως μέσο προώθησης των προϊόντων και των υπηρεσιών τους, κατέληξαν στο συμπέρασμα πως ο δείκτης των πωλήσεών τους δεν παρουσίασε την αναμενόμενη αύξηση. Επομένως, η διαφήμιση μέσω internet δεν είχε τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Ψάχνοντας σε διάφορες ιστοσελίδες στο Διαδίκτυο αντιληφθήκαμε ότι είναι αρκετά εύκολο να δημιουργήσουμε τη δική μας διαδικτυακή διεύθυνση ή αλλιώς τη δική μας ιστοσελίδα, στην οποία θα παρουσιάζουμε τα παρεχόμενα προϊόντα και τις υπηρεσίες του καταστήματός μας. Το κόστος μιας διαφήμισης μέσω διαδικτύου ποικίλλει, ανάλογα με την εταιρία η οποία θα αναλάβει την προώθηση. Λόγω της μειωμένης ζήτησης, όπως προαναφέραμε, υπάρχουν ακόμα και τιμές που δεν ξεπερνούν το κόστος των δύο (2) ευρώ πλέον ΦΠΑ 19% την ημέρα. Σημαντικό ρόλο, όμως, στη ζητούμενη αυτή τιμή, εκτός από τη μειωμένη πλέον γενικά ζήτηση, αποτελεί και ο αριθμός επισκεπτών που δέχεται η συγκεκριμένη ιστοσελίδα, μέσω της οποίας θα διαφημίσουμε την επιχείρησή μας. Είναι ευνόητο, πως για να είναι τόσο χαμηλή η τιμή, πρόκειται για διαδικτυακή διεύθυνση την οποία επισκέπτεται μικρός αριθμός χρηστών του Διαδικτύου και με το χαμηλό αυτό κόστος προσπαθεί να προσελκύσει μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών, αλλά και πελατών.

Λαμβάνοντας υπ' όψη όλα όσα εξετάσαμε και αναλύσαμε, καταλήξαμε να επιλέξουμε ως μέσον διαφήμισης τον τοπικό τύπο, πιστεύοντας έντονα ότι είναι ο καλύτερος και μελλοντικά

αποτελεσματικότερος τρόπος διαφήμισης. Θα απευθυνθούμε στη εφημερίδα «Πελοπόννησο», η οποία τα τελευταία χρόνια κατέχει την πρώτη θέση στις προτιμήσεις του αναγνωστικού κοινού.

Υπολογίζουμε ότι με τη διαφήμιση των προϊόντων και των λοιπών εμπορεύσιμων ειδών μας μέσω τις εφημερίδας, θα επιτύχουμε μεγαλύτερη ζήτηση, γι' αυτό το λόγο και θα διαθέσουμε το χρηματικό ποσό που απαιτείται.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΠΙΣΤΩΣΕΙΣ – ΤΑΜΕΙΑΚΗ ΡΟΗ

7. 1 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΙΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΠΙ ΠΙΣΤΩΣΕΙ

Αν κοιτάξουμε τους Ισολογισμούς των επιχειρήσεων θα δούμε ότι όλες ανεξαρτήτου κλάδου έχουν Λογαριασμό Πελάτες, άρα όλες έχουν πωλήσεις επί πιστώσει. Πέραν αυτού το ύψος επενδυμένου κεφαλαίου στο Λογαριασμό αυτό είναι αρκετά μεγάλο. Τούτο οφείλεται κατ' αρχήν στην έλλειψη ρευστότητας μέσα στο Οικονομικό κύκλωμα, αλλά και ειδικότεροι λόγοι το επιβαρύνουν εντονότερα. Αναφέρουμε μερικούς εξ αυτών:

1) Η ζήτηση των προϊόντων που παράγει η επιχείρηση

Εάν η ζήτηση των προϊόντων είναι ανελαστική (είδη πρώτης ανάγκης) οι πιστώσεις θα είναι μικρής έκτασης. Αν συμβαίνει το αντίθετο οι πιστώσεις θα είναι μεγάλου μεγέθους. Τούτο συμβαίνει διότι επιχειρήσεις με προϊόντα αναγκαστικής ζήτησης, αν περιορίσουν τις πιστώσεις δε θα επηρεαστούν ανάλογα σε πωλήσεις. Ενώ στη δεύτερη περίπτωση αν συμβεί οι πωλήσεις θα επηρεαστούν αρκετά(θα πέσουν).

2) Η θέση της επιχείρησης μέσα στο κλάδο

Αν η επιχείρηση ελέγχει την αγορά του προϊόντος στις μονοπωλιακές καταστάσεις, μάλλον οι πιστώσεις στην πελατεία θα είναι περιορισμένες. Αν όμως υπάρχει πλήρης ανταγωνισμός τότε οι πιστώσεις στους πελάτες θα είναι πολύ μεγάλες αν μάλιστα για την αύξηση των πωλήσεων της κάθε μίας χρησιμοποιούσε τη δική της πιστωτική πολιτική.

3) Οι συνθήκες και οι όροι που επικρατούν στο κλάδο όπου λειτουργεί η επιχείρηση.

4) Η σχέση των πωλήσεων της Επιχείρησης με την δυνατότητα παραγωγής που έχει.

Αν λοιπόν συντρέχουν οι παραπάνω λόγοι ο Λογαριασμός Πελάτες θα συγκεντρώνει μεγάλα ποσά που για τον Οικονομικό Διευθυντή της επιχείρησης θα είναι μεγάλος πονοκέφαλος.

7. 2 ΚΟΣΤΟΣ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ

Το να έχει μια επιχείρηση ανοιχτούς Λογαριασμούς σε Πελάτες αυτό συνεπάγεται ένα κόστος όπως συμβαίνει και με τα αποθέματα. Οι συντελεστές που συνθέτουν το κόστος αυτό είναι οι παρακάτω:

1) Κόστος ευκαιρίας (το πλέον σημαντικό)

2) Κόστος του να εισπράττεις τους Λογαριασμούς

3) Κόστος που απορρέει από τη διαχείριση των Λογαριασμών (Λογιστήριο, Τμήμα πωλήσεων κλπ)

4) Το κόστος που συνεπάγεται η μείωση της Φερεγγυότητας της επιχείρησης. Πράγματι όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος των πιστώσεων στους Πελάτες σε συνδυασμό με τα άλλα περιουσιακά στοιχεία, τόσο η φερεγγυότητα της επιχείρησης πέφτει.

5) Το κόστος από τον κίνδυνο που διατρέχει η επιχείρηση να χάσει τα κεφάλαια , λόγω επισφαλών και ανεπίδεκτων Πελατών.

Από την άλλη μεριά για να αποφύγουμε τα κόστη αυτά, αν αποφασίσουμε να περιορίσουμε τις πιστώσεις θα δημιουργήσουμε άλλο κόστος, που έχει σχέση με τη μείωση των πωλήσεων και ίσως μείωση κερδών. Άρα για να αποφασίσει η Διοίκηση ποια πιστωτική πολιτική θα ακολουθήσει, θα πρέπει να σταθμίσει το κόστος που συνεπάγεται η πολιτική αυτή με τα οφέλη που θα προκύψουν εκ των αυξημένων πωλήσεων και που ασφαλώς για να ληφθεί απόφαση θα πρέπει τα οφέλη να είναι μεγαλύτερα.

Έτσι με δεδομένη τη συνθήκη ότι έχουμε πωλήσεις με πίστωση αντιμετωπίζουμε τα εξής προβλήματα:

A) Ποια θα είναι η ενδεικνυόμενη Πιστωτική Πολιτική (Όταν λέμε Πιστωτική Πολιτική αναφερόμαστε στους όρους πιστώσεων δηλαδή για πόσο χρόνο θα πιστώνεται ο Πελάτης και τι ποσοστό έκπτωσης θα έχει).

B) Ποια θα είναι η πολιτική εισπράξεων των Πιστώσεων που έληξαν.

Γ) Πως θα αξιολογήσουμε έναν Πελάτη που ζητά πίστωση.

7. 3 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Οι όροι βάσει των οποίων θα καθορισθεί η Πιστωτική Πολιτική, εξαρτώνται και από το μέγεθος της επιχείρησης. Μεγάλες επιχειρήσεις μέσα στο κλάδο έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν στη πελατεία τους καλύτερους όρους σε σύγκριση με τις μικρές. Το πρόβλημα όμως που τελικά τίθεται είναι ποιους συγκεκριμένους όρους θα υιοθετήσει η επιχείρηση. Όσον αφορά το χρόνο(π.χ. δύο μήνες ή τρεις μήνες πίστωση) θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας, σε περίπτωση που μεταβληθεί, τι συνέπεια θα έχει αυτή η αλλαγή στις πωλήσεις δηλαδή αυξάνοντας το χρόνο θα αυξηθούν οι πωλήσεις;

7. 4 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΝ

Το δεύτερο πρόβλημα που πρέπει να ερευνηθεί στους ανοιχτούς Λογαριασμούς Πελατών είναι η Πολιτική Εισπράξεων των ληξάντων πιστώσεων. Τρόποι υπάρχουν πολλοί και πολλές φορές σχετίζονται άμεσα με τον Πελάτη, πλην όμως θα πρέπει να καθιερώσει η επιχείρησή μας ενιαία και σταθερή πολιτική που μπορεί να γίνει είτε με αλληλογραφία ή με τηλέφωνο ή με ειδικά γραφεία που αναλαμβάνουν την εργασία αυτή.

Όσο ασφαλέστερος είναι ο τρόπος που θα ακολουθηθεί τόσο περισσότερο ακριβώς θα είναι. Έτσι και εδώ θα πρέπει να γίνει σύγκριση μεταξύ κόστους και οφέλους διαφορετικών τρόπων εισπράξεων ληγμένων Λογαριασμών.

Αξιολόγηση Πελάτη

Όπως αναφέραμε παραπάνω το να εισπράττεις ληγμένους Λογαριασμούς έχουν ένα κόστος και το κόστος αυτό είναι άμεσα συνδεδεμένο με την ποιότητα του Πελάτη, δηλαδή όσο καλύτερη δηλαδή όσο καλύτερη η ποιότητα του Πελάτη το κόστος μηδενίζεται. Όταν λέμε ποιότητα Πελάτη εννοούμε την φερεγγυότητα του. Το πρόβλημα όμως είναι πώς θα πρέπει να ενεργήσουμε ούτως ώστε να δίνουμε πιστώσεις πάντοτε σε φερέγγυους Πελάτες; Βασική αρχή είναι να προσέξουμε τους παρακάτω πέντε παράγοντες:

- 1) Χαρακτήρας του Πελάτη: Αναφέρεται στο κατά πόσο είναι συνεπής και έντιμος στις συναλλαγές του. Αυτός ο παράγοντας είναι πλέον σημαντικός καθόσον η επιχείρηση πουλώντας με πίστωση συνεπάγεται μια υπόσχεση του πελάτη να πληρώσει. Το ήθος στις συναλλαγές του θα πρέπει να δίνει μια εικόνα κατά πόσο είναι έντιμος ή όχι. Πέραν αυτού και πληροφορίες για το χαρακτήρα του μπορούμε να πάρουμε από τους άλλους προμηθευτές με τους οποίους συνεργάζεται ή και ακόμα από την τράπεζα του η οποία είναι υποχρεωμένη να μας πληροφορήσει προστατεύοντας έτσι τις συναλλαγές.
- 2) Η δυνατότητα που έχει ο Πελάτης: Πολλές φορές στις συναλλαγές γίνεται κάποιος κακοπληρωτής χωρίς να το θέλει. Μάλλον αυτός χρεώθηκε χωρίς να υπολογίσει τις δυνατότητες που είχε για την εξόφληση του χρέους, στη περίπτωση που η εξέλιξη της αγοράς ήταν διαφορετική από αυτή που είχε προβλέψει.
- 3) Το κεφάλαιο που έχει η επιχείρηση: δηλαδή η οικονομική της κατάσταση. Αυτό μετράται με την ανάλυση των στοιχείων του Ισολογισμού και Αποτελεσμάτων Χρήσεως είτε με αριθμοδείκτες είτε με άλλες τεχνικές.
- 4) Η ασφάλεια: δηλαδή την ευχέρεια που έχει ο πελάτης να εγγυηθεί, προσφέροντας επιπρόσθετα περιουσιακά στοιχεία αν του ζητηθούν.
- 5) Οι συνθήκες που επικρατούν στην αγορά και ειδικότερα στο κλάδο που ανήκει ο πελάτης. Αυτό είναι ασφαλώς συνέπεια της όλης οικονομικής κατάστασης, που θα επηρεάσουν τελικά την ικανότητα του πελάτη να εξοφλήσει ή όχι.

Άρα το να εισπράξουμε τους ανοικτούς Λογαριασμούς δεν είναι βέβαιο, υπάρχει και κάποια πιθανότητα, έστω πολύ μικρή, να χαθούν τα χρήματα. Το πρόβλημα που τίθεται είναι πως αξιολογούμε όλες αυτές τις περιπτώσεις.

7. 5 ΤΑΜΕΙΑΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ-CASH FLOW

Ο Ταμειακός προγραμματισμός είναι αναπόσπαστο μέρος του γενικού προγραμματισμού μιας επιχείρησης. Οι ροές διαθέσιμων κεφαλαίων δηλαδή εισπράξεις και πληρωμές είναι αποτέλεσμα της όλης λειτουργίας της επιχείρησης που συνοψίζεται στα δύο βασικά τμήματα: Παραγωγής και Πωλήσεων.

Έτσι λοιπόν ο Ταμειακός προγραμματισμός είναι άμεσα συνδεδεμένος με το γενικότερο προγραμματισμό της εταιρείας και πρέπει να είναι μέρος και συμπλήρωμα αυτού.

Η απαραίτητη προετοιμασία για την συγκέντρωση στοιχείων που απαιτούνται για τη σύνταξη του Ταμειακού προγραμματισμού για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα είναι περιληπτικά:

- 1) Σύνταξη Προγράμματος Πωλήσεων.
- 2) Σύνταξη Προγράμματος Εισπράξεων από πωλήσεις. Αυτό είναι αποτέλεσμα της πιστωτικής πολιτικής που ακολουθεί.
- 3) Σύνταξη προγράμματος αγοράς πρώτων και λοιπών υλών για την παραγωγή.
- 4) Πρόγραμμα πληρωμών λόγω αγορών.

Για τις πληρωμές;

- 1) Απόδοση ασφαλιστικών εισφορών(ΙΚΑ, Επικουρικά Ταμεία κλπ)
- 2) Απόδοση φόρων (ΦΚΕ, ΦΜΥ, χαρτοσήμου κλπ)
- 3) Γενικά κάθε έξοδο πληρωτέο μέσα στο χρονικό διάστημα του προγράμματος

7. 6 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΜΗΝΙΑΙΟΥ CASH FLOW ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΑΣ.

Τα μηνιαία έξοδα της επιχείρησής μας αποτελούνται από:

- 1) Το ενοίκιο του καταστήματος (πλέον χαρτοσήμου 3,6%), δηλαδή 1.950,00 Ευρώ (πλέον 70,20 Ευρώ).
- 2) Τα έξοδα ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΔΕΥΑΠ, που αντιστοιχούν σε ένα μήνα και εκτιμούνται ως εξής:
 - I. ΔΕΗ = 120,00 Ευρώ.
 - II. ΟΤΕ = 90,00 Ευρώ.
 - III. ΔΕΥΑΠ = 30,00 Ευρώ.
- 3) Αμοιβή Λογιστή – Οικονομικού Συμβούλου = 250,00 Ευρώ.
- 4) Αμοιβή Καθαρίστριας = 5 ώρες ανά εβδομάδα * 5 ευρώ ανά ώρα * 4 εβδομάδες = 100,00 Ευρώ.
- 5) Αμοιβή Τεχνικού Μηχανών καφέ. Η αμοιβή του τεχνικού δεν θα περιλαμβάνεται στα σταθερά μηνιαία έξοδα, καθώς θα παράγει εργασία όταν επιδιορθώσει κάποιο μηχανικό πρόβλημα ή όταν κάνει το καθορισμένο σέρβις των μηχανών καφέ. Αναγόμενο το ποσό της αμοιβής σε μηνιαία βάση, εκτιμούμε πως θα ισούται με 40,00 Ευρώ το μήνα.
- 6) Αμοιβή Συνεργείου καθαρισμού υαλοπινάκων καταστήματος = 50,00 Ευρώ.
- 7) Μηνιαίες Αποσβέσεις Μηχανολογικού – Τεχνικού εξοπλισμού = Σύνολο εξόδων * Συντελεστής απόσβεσης 20% / 12 μήνες =
= 15.183,42 Ευρώ * 20% / 12 μήνες = 253,06 Ευρώ.

Αθροίζοντας τα ανωτέρω καταλήγουμε στο συνολικό ποσό των 2.953,26 Ευρώ. Επομένως πρέπει τουλάχιστον το μηνιαίο κέρδος των πωλήσεων του καταστήματός μας να προκύπτει

ίσο με αυτό το ποσό, το οποίο θα καλύπτει τα λειτουργικά έξοδα τουλάχιστον κατά το πρώτο τρίμηνο λειτουργίας της εταιρείας.

Στη συνέχεια εκτιμούμε πως με τις σωστές επιχειρηματικές κινήσεις που θα κάνουμε, καθώς και με το γεγονός ότι μέσω της διαφήμισης και της πελατείας, όπως επίσης και των γνωριμιών, το κατάστημά μας θα γίνει ευρύτερα γνωστό, θα αυξηθούν τόσο οι χονδρικές πωλήσεις καφέ και λοιπών εμπορεύσιμων ειδών όσο και οι λιανικές πωλήσεις, με αποτέλεσμα σταδιακά να αυξάνεται ο τζίρος μας και συνεπώς το καθαρό αποτέλεσμα.

7. 7 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΝΕΚΡΟΥ ΣΗΜΕΙΟΥ (BREAK EVEN ANALYSIS)

Ορισμός

Νεκρό σημείο είναι το ποσό εκείνο των πωλήσεων (κύκλου εργασιών), με το οποίο μια επιχείρηση καλύπτει ακριβώς τόσο τα σταθερά όσο και τα μεταβλητά της έξοδα, χωρίς να πραγματοποιεί ούτε κέρδος ούτε ζημία.

Η βασική αρχή, πάνω στην οποία στηρίζεται η ανάλυση του νεκρού σημείου (break even point), είναι η συμπεριφορά του κόστους. Αυτό συμβαίνει, διότι ένα μέρος του κόστους είναι μεταβλητό και ανάλογο των πωλήσεων, ενώ ένα άλλο είναι σταθερό, τουλάχιστον για ένα μεγάλο εύρος πωλήσεων.

Τα πιο σημαντικά είδη δαπανών (κόστους) είναι δύο:

Οι σταθερές δαπάνες αποτελούνται από τις δαπάνες εκείνες που παραμένουν αμετάβλητες και ανεξάρτητες από το ύψος των πωλήσεων. Τέτοιες δαπάνες αποτελούν τα έξοδα διοικήσεως, οι αποσβέσεις, τα ενοίκια γραφείων μηχανών, τα χρηματοοικονομικά έξοδα κ.λ.π. Ωστόσο, οι σταθερές δαπάνες μπορεί να μεταβάλλονται, αλλά η μεταβολή τους να οφείλεται σε άλλες αιτίες ανεξάρτητες από το μέγεθος της δραστηριότητας της επιχείρησης. Επίσης, είναι δυνατόν ορισμένες δαπάνες να παραμένουν σταθερές μέχρι ενός ορισμένου ύψους πωλήσεων, πέραν του οποίου απαιτούνται πρόσθετες δαπάνες.

Αντίθετα, **οι μεταβλητές δαπάνες** είναι ανάλογες προς το ύψος των πωλήσεων ή του κύκλου εργασιών μιας επιχείρησης και τέτοιες είναι οι αμοιβές προσωπικού, οι υπερωρίες κ.ο.κ.

Την ανάλυση του «νεκρού σημείου» θα πρέπει να την θεωρήσουμε σαν οδηγό για τη λήψη ορθολογικών επιχειρηματικών αποφάσεων και όχι σαν μέσο κριτικής των διοικήσεων των επιχειρήσεων. Ο υπολογισμός του «νεκρού σημείου» δείχνει το ελάχιστο ύψος πωλήσεων (κύκλου εργασιών), που πρέπει να πραγματοποιεί μια επιχείρηση, για να καλύπτονται τόσο οι σταθερές όσο και οι μεταβλητές δαπάνες της. Με άλλα λόγια, δείχνει μέχρι ποίου σημείου είναι δυνατός ο περιορισμός των πωλήσεων της επιχείρησης, χωρίς αυτή να παρουσιάζει κέρδος ή ζημία.

Κάθε επιχείρηση έχει το δικό της «νεκρό σημείο» και είναι εκείνο στο οποίο οι πωλήσεις της ισούνται με το συνολικό κόστος παραγωγής των προϊόντων της, οπότε το οικονομικό της αποτέλεσμα είναι μηδέν.

Μέθοδοι υπολογισμού του νεκρού σημείου (Break even technigues)

Υπάρχουν τρεις μέθοδοι , που συνήθως χρησιμοποιούνται για τον υπολογισμό του « νεκρού σημείου » μιας επιχείρησης , οι οποίες είναι:

- Η μέθοδος της **μαθηματικής ισότητας**.
- Η μέθοδος του **μικτού περιθωρίου**.
- Η μέθοδος της **γραφικής παραστάσεως**.

Το « νεκρό σημείο » υπολογίζεται αλγεβρικά με την εξής μέθοδο. Ορίζουμε :

T= την τιμή πώλησης μιας μονάδας προϊόντος

Π= την ποσότητα προϊόντος που παράγεται και πωλείται

ΣΚ =το σταθερό κόστος

ΜΜΚ =το μεταβλητό κόστος ανά μονάδα προϊόντος

Πν= η ποσότητα νεκρού σημείου

Επειδή στο « νεκρό σημείο » τα συνολικά έσοδα ισούνται με το άθροισμα του μεταβλητού κόστους , θα ισχύει η παρακάτω εξίσωση:

$$T * \Pi_n = \Sigma K + \Pi_n * \text{ΜΜΚ} \Rightarrow$$

$$\Pi_n = \Sigma K / T - \text{ΜΜΚ}$$

Ο οριζόντιος άξονας του διαγράμματος μετρά μονάδες παραγωγής ενώ ο κάθετος άξονας μετρά τα έσοδα ή το κόστος .

Το **σταθερό κόστος** αντιπροσωπεύεται από την οριζόντια γραμμή και το κόστος αυτό παραμένει σταθερό ανεξάρτητα από τον αριθμό των παραγόμενων μονάδων.

Το **μεταβλητό κόστος** αντιπροσωπεύεται από τη γραμμή του συνολικού κόστους .Από το παραπάνω σχεδιάγραμμα του « νεκρού σημείου » παρατηρούμε τα εξής :

Η επιχείρηση υφίσταται ζημιές μέχρι του σημείου που τέμνονται η γραμμή των συνολικών εσόδων με τη γραμμή του συνολικού κόστους, δηλαδή μέχρι το « νεκρό σημείο » .

Μετά το « νεκρό σημείο » η επιχείρηση αρχίζει να πραγματοποιεί κέρδη , διότι μετά το σημείο αυτό τα συνολικά έσοδα της επιχείρησης καλύπτουν τόσο το σταθερό κόστος όσο και το μεταβλητό κόστος και αφήνει επιπλέον ένα περίσσειμα «κέρδος» .

Το κέρδος στο παραπάνω σχεδιάγραμμα προσδιορίζεται ως η διαφορά μεταξύ της γραμμής των συνολικών εσόδων και της γραμμής του συνολικού κόστους .

7. 8 ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ

Βιωσιμότητα είναι μια προσπάθεια να παραχθεί το καλύτερο αποτέλεσμα για τον άνθρωπο και το φυσικό περιβάλλον, τόσο στο παρόν όσο και στο αόριστο μέλλον. Βασικό στοιχείο της είναι η ισορροπία μεταξύ παραγωγής και πρώτης ύλης (που χρειάστηκε για να επιτευχθεί η παραγωγή). Στόχος των βιώσιμων διαδικασιών είναι να επιτύχουν περισσότερη παραγωγή με μικρότερη σπατάλη πρώτης ύλης.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Βασιζόμενοι στην προηγηθείσα ανάλυση, θεωρούμε πως οι κινήσεις μας θα μας οδηγήσουν σε σταθερότητα αρχικά και σε βιωσιμότητα σε βάθος χρόνου στη συνέχεια. Οι εκτιμήσεις που έγιναν μέσω έρευνας της τοπικής αγοράς και του κλάδου στο σύνολό του, σκιαγραφούν μια οικονομικά σταθερή και με περιθώρια ανάπτυξης και βελτίωσης, οικονομική δραστηριότητα. Προσπαθώντας να εκτιμήσουμε τα οικονομικά μεγέθη, θεωρούμε ότι είμαστε αισιόδοξοι για το τελικό αποτέλεσμα, όχι όμως απαραίτητα, υπέρμετρα αισιόδοξοι σε μια προσπάθεια αύξησης του βαθμού ρεαλιστικότητας και συνυπολογισμού αστάθμιστων παραγόντων, γεγονός που εξασφαλίζει την οικονομική βιωσιμότητα και σταθερότητα ανάληψης της επιχειρηματικής μας δραστηριότητας.

ΠΗΓΕΣ

1. Πρακτικός οδηγός Ε.Π.Ε., ΗΛΙΟΚΑΥΤΟΣ Ι.Δ. – ΗΛΙΟΚΑΥΤΟΥ Δ.Χ.
2. Internet: www.google.gr
www.taxheaven.gr
www.in.gr
www.tovima.gr
www.ologistis.gr
www.coffee-netos.gr
www.forologistiki.gr
www.et.gr
www.gus.gr
www.taxadvisors.gr
www.coffeeblend.gr
www.espressoblue.com.
3. Χρηματοοικονομική Διοίκηση και Πολιτική, Γ.Ζαφειρόπουλος
4. Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων, Σαίτης Βασίλειος
5. Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων 2007, Κ. Αγκιναρασταχάκης – Π. Μαρινάκης – Π. Πανταζόπουλος, Ν. Σγουρινάκης, Οικονομική Βιβλιοθήκη.