

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

FRANCHISING- περιγραφή του θεσμού
εφαρμοχές
πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα
κριτική-προβλέψεις
προτάσεις

Εισηγητής:

κ. Γ. Φαζάκης

Επιμέλεια-Παρουσίαση:

Δέσποινα Χαραλαμπίδη



ΠΑΤΡΑ, ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 1995

ΑΡΙΘΜΟΣ
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ

1675

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΜΕΡΟΣ I-ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ	ΣΕΛΙΔΕΣ
<i>ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ</i>	
<i>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</i>	1
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α</u>	
1. ΟΡΙΣΜΟΣ FRANCHISING-ΚΛΑΔΟΙ	2
2.ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	4
3.Η.Π.Α.-Ε.Ο.Κ.-ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	6
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β</u>	
4. ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΕΙΔΗ FRANCHISING	8
5.ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ-ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISING	10
6.ΘΕΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΟΥ FRANCHISING	12
7.ΣΤΑΔΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ FRANCHISING	15
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ</u>	
8.ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ FRANCHISING	19
9. ΟΡΟΙ ΣΥΜΦΩΝΗΤΙΚΟΥ FRANCHISE	22
10.ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ	25
11.ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΤΥΧΕΣ ΤΟΥ FRANCHISING	27
<u>ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ</u>	
12. ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ	28
ΜΕΡΟΣ II-ΕΡΕΥΝΑ	
GOODY'S	31
BODY SHOP	46
PARAGALLINO	49
ΓΕΡΜΑΝΟΣ	52
ΠΗΓΗ	54
ΜΕΡΟΣ III	
ΚΡΙΤΙΚΗ	58
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	62
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	72
<i>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΕΙΑ</i>	

ΜΕΡΟΣ Ι

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Αφού ήρθα σε επαφή με το θέμα του franchising , μέσα από βιβλία, περιοδικά και εφημερίδες, συνέταξα ένα ερωτηματολόγιο με το οποίο πιστεύω ότι καλύπτω το θέμα. Το ερωτηματολόγιο αυτό βρίσκεται συνημμένο στο μέρος II της έρευνας.

Επέλεξα τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το θεσμό του franchising και έκλεισα τηλεφωνικά ραντεβού για προσωπική συνέντευξη. Πολλές επιχειρήσεις αρνήθηκαν να μου δώσουν απαντήσεις, ιδιαίτερα για θέματα οικονομικά, άλλες ήταν αρκετά διαφωτιστικές. Αφού σύνελεξα όλες τις πληροφορίες, έγραψα την εργασία καταλήγοντας σε κάποια κριτική του θεσμού, προτάσεις για την καλύτερη εφαρμογή του καθώς και προοπτικές για το μέλλον του FRANCHISING.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εποχή μας χαρακτηρίζεται από μια κρίση στην αγορά και μια στενότητα χρήματος . Οι ελληνικές επιχειρήσεις με την απαίτηση για ανάπτυξη, εκσυγχρονισμό και καλύτερη οργάνωση, αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα. Ένας νέος τρόπος διανομής, το **FRANCHISING**, έρχεται να αποτελέσει την σανίδα σωτηρίας και να λύσει το πρόβλημα πολλών επιχειρήσεων.

Σε αυτή την εργασία αναλύεται το σύστημα του **FRANCHISING**, οι παράγοντες που καθορίζουν την επιτυχία μιας δραστηριότητας μέσω **FRANCHISING**, το πακέτο **FRANCHISING**, την ανάπτυξη του, θέματα που αφορούν το νομικό πλαίσιο, την τραπεζική χρηματοδότηση και φορολογικές πτυχές, καθώς επίσης και η διεθνής κατάσταση γύρω από το θέμα αυτό.

Στη συνέχεια παρατίθενται απόψεις κατόπιν έρευνας, για το τι ακριβώς συμβαίνει σήμερα σε διάφορες επιχειρήσεις, οι οποίες εφαρμόζουν το θεσμό του **FRANCHISING**.

Στο τρίτο και τελευταίο μέρος της εργασίας αναλύονται οι προοπτικές που έχει το **FRANCHISING** στην Ελλάδα, κριτική και προτάσεις για καλύτερη και αποδοτικότερη λειτουργία του συστήματος.

1. ΟΡΙΣΜΟΣ FRANCHISING-ΚΛΑΔΟΙ

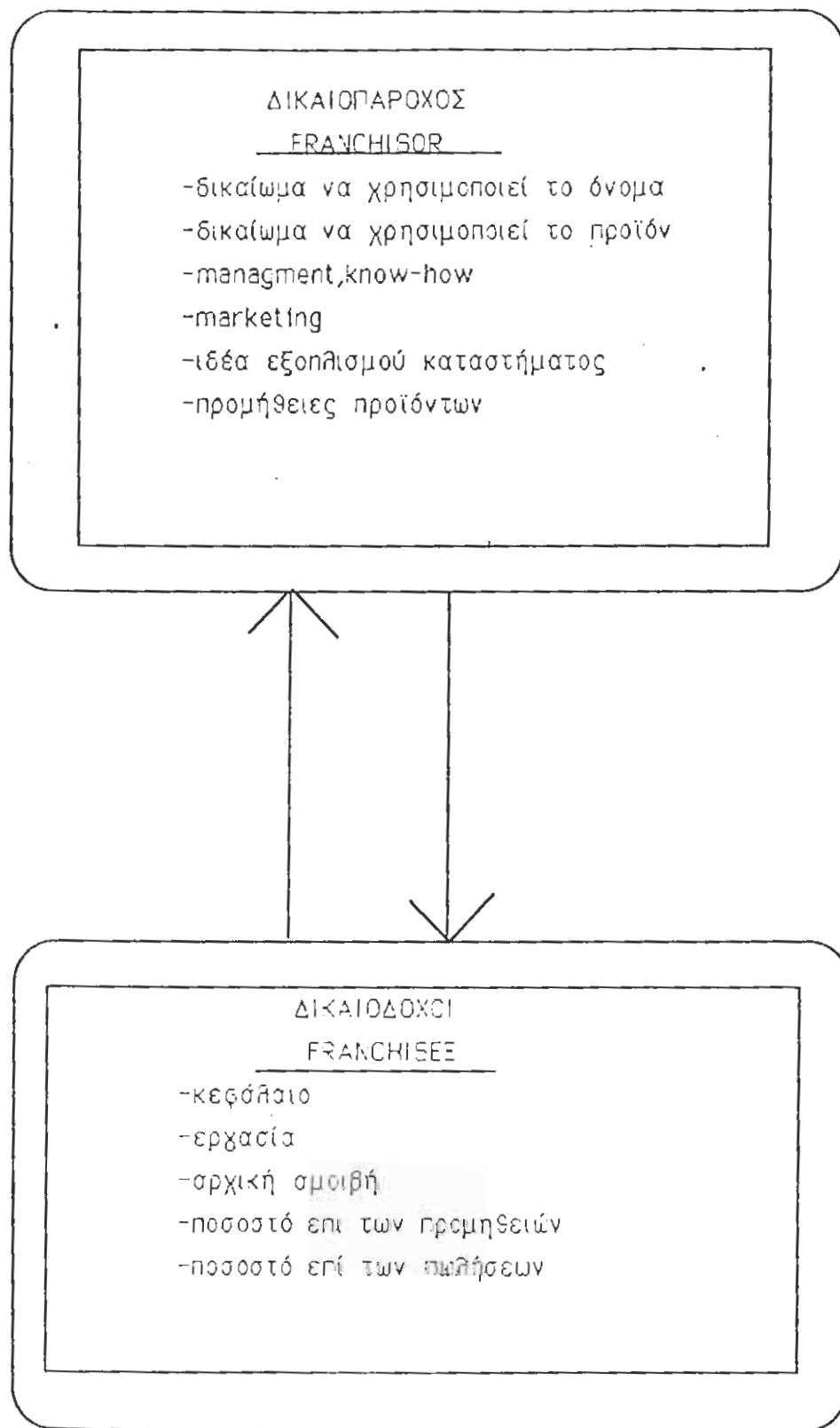
Το Franchising ή η δικαιόχρηση.

όπως μεταφράζεται στα ελληνικά, είναι μιά μέθοδος οργάνωσης ενός δικτύου, όπου ο franchiser (δικαιοπάροχος) δίνει το δικαίωμα στο franchisee(δικαιοδόχο) να χρησιμοποιεί το όνομα του, το προϊόν του και την τεχνογνωσία του καθώς και όλα εκείνα τα εφόδια με τα οποία θα μπορέσει να οργανώσει και να λειτουργήσει την επιχείρηση του με επιτυχία.

Σε αντάλλαγμα ο δικαιοδόχος παρέχει κεφάλαιο και εργασία, διοικεί την επιχείρηση και πληρώνει στον δικαιοπάροχο μια αρχική αμοιβή και σε συνεχή βάση ένα ποσοστό επί των πωλήσεων του ή/και επί των προμηθειών που κάνει από τον δικαιοπάροχο και τους εγκεκριμένους προμηθευτές.

Με αυτό τον τρόπο δίνεται η δυνατότητα στον δικαιοδόχο να αγοράσει την τεχνογνωσία και το όνομα μιας δοκιμασμένης και επιτυχημένης επιχείρησης. Η επιχείρηση αυτή μπορεί να αναπτυχθεί χρησιμοποιώντας ξένα κεφάλαια και με βάση το ιδιωτικό συμφέρον, δημιουργούνται ευέλικτοι οργανισμοί που μπορούν να ανταποκριθούν στις ανάγκες της αγοράς.

Η εφαρμογή της δικαιόχρησης είναι ευρεία και την συναντά κανείς από την διανομή μέχρι την παροχή υπηρεσιών. Στο διεθνή χώρο ένα σημαντικό κομμάτι των πωλήσεων, σε όλους τους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας, γίνεται μέσω του FRANCHISING. Πολλοί εθνικοί επιχειρηματικοί κολλοσοί, καταστήματα και άλλες μονάδες, επεκτείνονται συνεχώς ανά την υφήλιο, παραχωρώντας τη χρήση του ονόματος τους, κατω βέβαια από τον δικό τους έλεγχο και τα δικά τους standards.



ΣΧΗΜΑΤΙΚΗ ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΟΥ FRANCHISING

Οι κλάδοι οι οποίοι έχουν εφαρμόσει FRANCHISING είναι οι εξής:

- FAST FOOD
- SUPER MARKETS
- ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ
- ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ
- ΥΓΙΕΙΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ
- ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
- ΕΠΙΠΛΑ
- ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ
- ΚΟΜΜΩΤΗΡΙΑ
- ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ
- ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ
- ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΕΙΔΗ
- ΤΡΟΦΙΜΑ , ΠΟΤΑ
- ΔΙΑΦΟΡΑ ΑΛΛΑ (courriers,τυπογραφεία,συστήματα ασφαλείας,μόδα)

2 . ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Ιστορικά το FRANCHISING μπορεί να χωριστεί σε πέντε περιόδους. Αυτές είναι οι εξής:

Primitive stage(1865-1919): Η αρχή του FRANCHISING χρονολογείται τον 18 ον αιώνα στην Ευρώπη, όταν γερμανοί και άγγλοι κατασκευαστές μπύρας έκαναν συμφωνίες με ταβερνιάρηδες να έχουν την αποκλειστική πώληση διαφορετικών ειδών μπύρας. Όλες αυτές οι μορφές όμως, είναι μικρής σπουδαιότητας μπροστά στο τρόπο που χρησιμοποιήθηκε στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής.

Η πρώτη επιχείρηση που χρησιμοποίησε franchising στις Η.Π.Α. ήταν οι ραπτομηχανές SINGER. Στην αρχή του 20ου αιώνα το franchising είχε καθιερωθεί στις Η.Π.Α.

Emergence stage(1920-1949):Καθώς η βιομηχανική επανάσταση θάμβανε χώρα στις Η.Π.Α. με την αλλαγή του αιώνα, η πρόοδος στην τεχνολογία και η καλύτερευση των μεταφορών και των μέσων επικοινωνίας είχε σαν αποτέλεσμα την μαζική παραγωγή προϊόντων.Οι βιομήχανοι και βιοτέχνες γρήγορα κατάλαβαν ότι η διανομή των προϊόντων τους σε τοπικές αγορές θα ήταν ένα σίγουρο κλειδί για την επιτυχία. Δύο κλάδοι τα ποτά και η αυτοκινητοβιομηχανία προσαρμόστηκαν αυτή την εποχή στο franchising.

The acceptance and boom stage(1950-1964):Στα χρόνια που ακολουθούν μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, έχουμε μία τρομακτική αύξηση στη δημοτικότητα του franchising. Νέοι κλάδοι αρχίζουν να εφαρμόζουν τον θεσμό αυτό. Το 1960,από τις 253 εταιρείες που χρησιμοποιούν franchise, το 60% ξεκίνησε από το 1955 και έπειτα.

The retrenchment stage(1965-1970) : Στο τέλος του 1960, η δημοτικότητα του franchising, άρχισε να δέχεται πληθές από εκμεταλλεύσεις και παρανομίες δικαιοπαρόχων και δικαιοδόχων. Οι παρανομίες αυτές κατέληξαν στα δικαστήρια, με αποτέλεσμα πολλές επιχειρήσεις που το χρησιμοποιούσαν να φτάσουν στην αποτυχία. Το συμβολαίο του franchising εξετάστηκε νομοθετικά σε πολλές χώρες. Το δικαστήριο ευαισθητοποιήθηκε σε θέματα σχετικά με τον τρόπο φορολόγησης. Ως αποτέλεσμα όλων αυτών των γεγονότων ήταν να διευκρινιστούν ορισμένα νομοθετικά ζητήματα, να ξεπεραστεί η κρίση και να ακολουθήσει μία νέα αύξηση του θρασμού.

Neo growth stage(1971-1994): Το franchising αυτή την περίοδο αναπαύεται από την κρίση. Γίνεται προσαρμογή νέων κλάδων στο σύστημα franchise. Την ίδια εποχή η επέκταση του στην Ευρώπη αυξάνεται. Οι σημερινές στατιστικές είναι μια αποδειξη, για το πόσο έχει εξαπλωθεί και επιτύχει.

Η ανάπτυξη του franchising ακολούθησε διάφορα στάδια και μέσα από την μαζικοποίηση της παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών, οδήγησε στη δημιουργία δικτύων για την διανομή και διάθεση τους. Από όλα τα διαθέσιμα στοιχεία μέσα από την ιστορία , το franchising φαίνεται να είναι η εναλλακτική λύση για ένα δίκτυο διανομής που οδηγεί στην αύξηση των πωλήσεων.

3. ΗΠΑ-ΕΟΚ-ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η δικαιόχρηση είναι ένα καθαρόαιμο αμερικάνικο προϊόν. Ευφειρέθηκε στην Αμερική για να καλύψει ανάγκες της εσωτερικής αγοράς. Η μεταφύτευση του εκτός Η.Π.Α. δεν ήταν εύκολη γιατί υπήρχε έλλειψη κοινού νομίσματος, γλώσσας, επικοινωνίας κ.λπ. Επίσης υπήρχαν μέχρι πρόσφατα συναλλαγματικοί περιορισμοί και απροθυμία υιοθέτησης νέων μορφών εμπορικών συναλλαγών από την Ευρώπη.

Λόγω της κοινής γλώσσας, η πρώτη χώρα στην Ευρώπη που είναι άμεσος δέκτης αμερικάνικων προτύπων είναι η Αγγλία. Έτσι και η δικαιόχρηση πρωτοεμφανίστηκε στην Ευρώπη, στην Αγγλία. Από την Αγγλία πέρασε γρήγορα στο στενό της Μάγχης και άρχισε να διαδίδεται στην ηπειρωτική Ευρώπη (Γαλλία, Γερμανία, Βέλγιο κ.λπ.). Η δικαιόχρηση στην Ευρώπη είχε μιá λιγότερο θεαματική ανάπτυξη από ότι στις ΗΠΑ κυρίως γιατί οι επικρατούσες επιχειρηματικές δραστηριότητες διαφέρουν.

Σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία του FRANCHISE ASSOCIATION, ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων που λειτουργούν με franchise ανήλθε το 1992 στο ποσό των \$ 812 δις, ένα ποσοστό 35% του συνολικού όγκου των λιανικών πωλήσεων στις Η.Π.Α. Αλλά στατιστικά στοιχεία για το 1992 στην Ευρώπη δείχνουν τα εξής:

- στη Γαλλία ανήλθαν στα \$9.6 δις
- στην Μ.Βρετανία ανήλθαν στα \$8.4 δις
- στην Γερμανία ανήλθαν στα \$8.1 δις
- στην Ολλανδία ανήλθαν στα \$5.4 δις
- στην Ιταλία ανήλθαν στα \$4.2 δις

Παράλληλα αξίζει να σημειωθεί ότι σε ευρωπαϊκό επίπεδο οι franchisors κατέχουν το 15% των καταστημάτων λιανικής πώλησης.

Στην Ελλάδα ο θεσμός του FRANCHISING ήρθε με κάποια καθυστέρηση. Οι συνθήκες όμως φαίνεται σήμερα να έχουν ωριμάσει πλήρως για την αξιοποίηση του στη χώρα μας. Πριν είκοσι χρόνια, όλη σχεδόν η διακίνηση προϊόντων γινόταν μέσω χονδρεμπορίου. Σήμερα το ποσοστό των προϊόντων που διακινείται με αυτό τον τρόπο έχει κατέβει στο 60% πανελλαδικά, με σχετική διαφοροποίηση στην επαρχία, αφού εκεί γνωρίζουμε πως οι συνθήκες ευνοούν τη μεσοθάβηση του χονδρεμπορίου.

Η Ελλάδα του 1994 χαρακτηρίζεται από έντονη κινητικότητα γύρω από την πρακτική του franchising, καθώς ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται τα πλεονεκτήματα του θεσμού. Βέβαια, το ελληνικό τραπεζικό σύστημα δεν έχει αντιμετωπίσει ακόμα, σε οργανωμένη βάση, την χρηματοδοτική υποστήριξη του franchising, σε αντιθέση με την ευρωπαϊκή τραπεζική πρακτική που έχει περιβάσει το θεσμό με έντονο ενδιαφέρον και ιδιαίτερη προσοχή. Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι το μέλλον του θεσμού της δικαιόχρησης στην Ελλάδα, εξαρτάται αποκλειστικά από τους Έλληνες.

4. ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΕΙΔΗ FRANCHISING

Το FRANCHISING μπορούμε να το διακρίνουμε σε δύο μορφές:

4.1) Ως προς το αντικείμενο

4.2) Ως προς τον φορέα

4.1) Ως προς το αντικείμενο το franchising διακρίνεται σε διάφορες μορφές γιατί είναι ένα σύστημα που έχει μεγάλη ευελιξία και πολύ εύκολα μπορεί να προσαρμοσθεί σε διάφορους κλάδους εμπορίας και παροχής υπηρεσιών καθώς και στην βιομηχανία. Τα πιο συνηθισμένα είδη είναι:

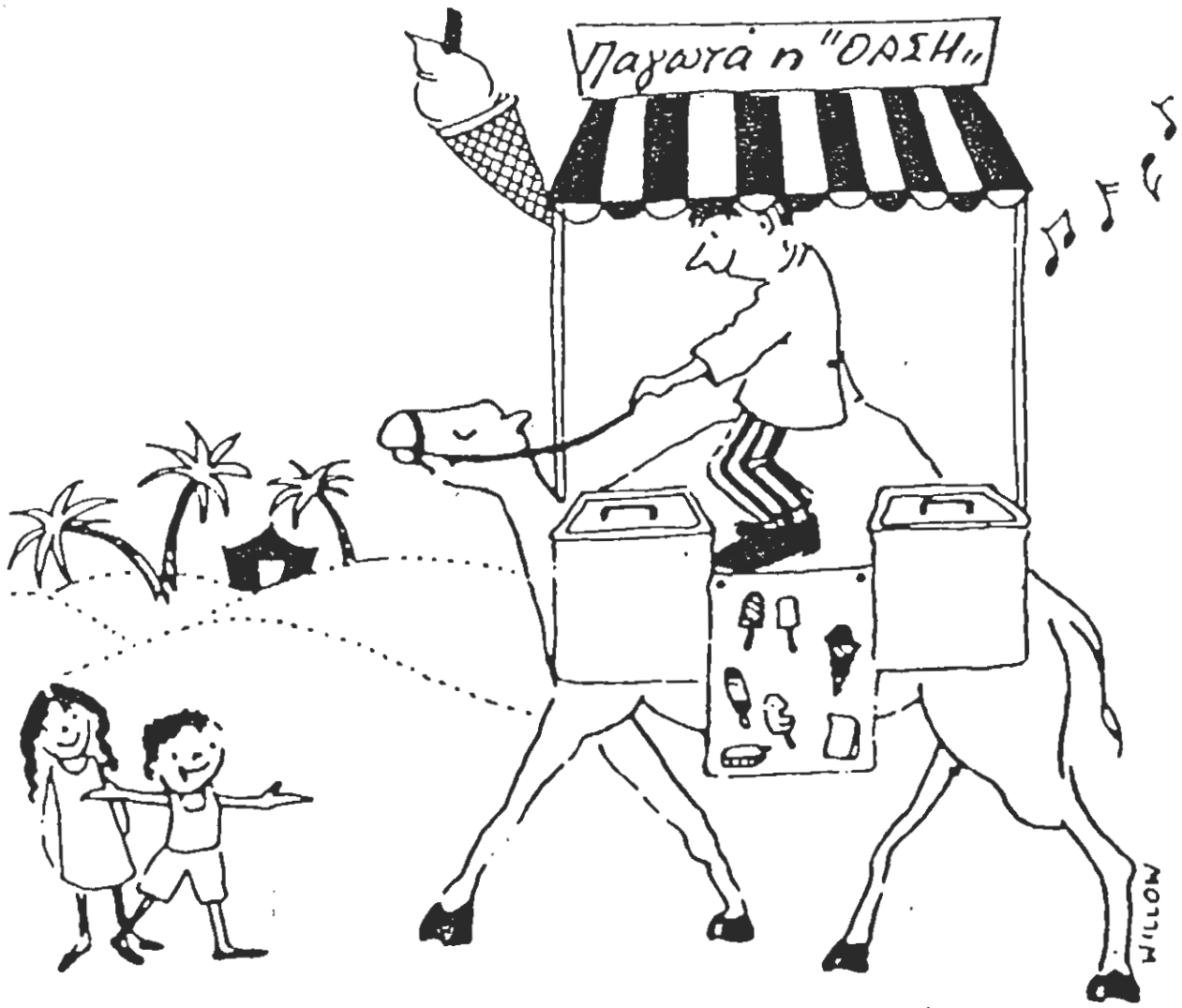
4.1.1) Το franchising διανομής

4.1.2) Το franchising υπηρεσιών

4.1.3) Το franchising παροχωχής

4.1.1) Στο franchising διανομής, που είναι και η πιο διαδεδομένη μορφή στην πράξη, ο δικαιοδόχος περιορίζεται στο να πωλεί, εκμεταλλευόμενος το πακέτο franchise, στους τελικούς καταναλωτές, δηλαδή διανική πώληση, ορισμένα προϊόντα μέσα σε κατάστημα που φέρει το διακριτικό σήμα του δικαιοπάροχου. Τα προϊόντα επίσης μπορεί να φέρουν το διακριτικό σήμα, μπορεί και όχι.

4.1.2) Στο franchising υπηρεσιών ο δικαιοδόχος παρέχει υπηρεσίες στους τελικούς χρήστες υπό το διακριτικό γνώρισμα την εμπορική επωνυμία ή ακόμα και το σήμα του δικαιοπαρόχου σύμφωνα με τις οδηγίες που παίρνει από αυτόν.



Το FRANCHISING μπορεί και πρέπει
να προσαρμόζεται
στις ιδιαιτερότητες της κάθε αγοράς!

Σε αυτή την μορφή εντάσσεται και το λεγόμενο κινητό franchising όπου οι υπηρεσίες δεν παρέχονται στο κατάστημα αλλά υπάλληλοι της επιχείρησης μεταβαίνουν στην κατοικία, κατάστημα κ.λπ. του πελάτη, όπου και προσφέρουν τις υπηρεσίες τους.

4.1.3) Στο franchising παραγωγής ή βιομηχανικό, ο δικαιούχος παραχωρεί στον δικαιούχο την άδεια να παράγει ή να μεταποιεί ορισμένα προϊόντα. Η άδεια συνοδεύεται συνήθως με το δικαίωμα χονδρικής πώλησης υπό το σήμα του δικαιούχου.

Τέλος υπάρχουν και πολλές μικτές μορφές franchising όπου συνυπάρχουν τα στοιχεία πώλησης προϊόντων και παροχής υπηρεσιών.

4.2) Ως προς τον φορέα το franchising διακρίνεται σε δύο μορφές:

4.2.1) Το franchising παραγωγής

4.2.2) Το franchising ισότιμης συνεργασίας

4.2.1) Το franchising παραγωγής χαρακτηρίζεται από την κυριαρχία του δικαιούχου, όπου με συστηματική και εντατική καθοδήγηση προσπαθεί να περάσει το marketing και το know-how που διαθέτει στους δικαιούχους. Οι δικαιούχοι εδώ εμφανίζονται σαν εκτελεστικά όργανα του συστήματος που ανέπτυξε και εφάρμοσε ο δικαιούχος.

4.2.2) Το franchising ισότιμης συνεργασίας χαρακτηρίζεται από την συμμετοχή των δικαιούχων στην λήψη αποφάσεων και τον καθορισμό των στόχων του συστήματος. Οι δικαιούχοι συμμετέχουν στο νομικό πρόσωπο του δικαιούχου με αποτέλεσμα να ασκούν πιέσεις που πολλές φορές αποβαίνουν σε βάρος του συστήματος γιατί προέρχονται από υποκειμενικά κίνητρα που δεν προωθούν τους στόχους του συστήματος.

5. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ-ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISING

Το franchising είναι ένα σύστημα που συγκεντρώνει πλεονεκτήματα τόσο για τους δικαιοδόχους όσο και για τους δικαιοπαρόχους. Με την σύμβαση αυτής της συνεργασίας εξασφαλίζεται ανεξαρτησία με κάποια ασφάλεια, τεχνική και εμπορική βοήθεια, γνώσεις και εμπειρίες πολλών ετών που τίθενται στην διάθεση του δικαιοδόχου χωρίς ιδιαίτερο κόστος.

Παρακάτω αναφέρονται τα σπουδαιότερα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του συστήματος για τον δικαιοπάροχο και τον δικαιοδόχο.

ΓΙΑ ΤΟΝ ΔΙΚΑΙΟΠΑΡΟΧΟ

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Ταχεία ανάπτυξη της επιχείρησης και των δικτύων της.
2. Βαθεία διείσδυση στην αγορά.
3. Πλήρης έλεγχος της τοπικής αγοράς.
4. Περιορισμός εμπορικών κινδύνων.
5. Περιορισμός δεσμευμένων κεφαλαίων.
6. Διατήρηση προδιαγραφών του προϊόντος.
7. Υψηλός δείκτης πωλήσεων.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

1. Επιλογή συνεργατών.
2. Δυσχερής επικοινωνία.
3. Εμμέσος έλεγχος των αποφάσεων που λαμβάνονται στα σημεία πωλήσεων.

ΓΙΑ ΤΟΝ ΔΙΚΛΙΟΔΟΧΟ

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- 1.Μοιράζεται τις γνώσεις του δικαιοπαρόχου, όσον αφορά τις διαδικασίες εγκατάστασης και τις διαδικασίες λειτουργίας του σημείου πωλήσεων.
- 2.Κερπύται των πλεονεκτημάτων των προγραμμάτων εκπαίδευσης που παρέχει ο δικαιοπάροχος.
- 3.Χρησιμοποιεί την επιτυχημένη επωνυμία και την φήμη του δικαιοπάροχου.
- 4.Μειώνει τον επιχειρηματικό κίνδυνο.
- 5.Κερπύται των πληροφοριών της έρευνας και ανάπτυξης που διενεργεί ο δικαιοπάροχος.
- 6.Διενεργεί μεγάλους εφοδιασμούς του καταστήματος του και μειώνει το κόστος αγορών.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- 1.Πληρωμές για δικαιώματα άδειας και πακέτου franchising διαρκώς και για όσο χρόνο διαρκεί η σύμβαση franchising.
- 2.Μη απόκτηση της εμπορικής επωνυμίας, η οποία μετά τη λήξη της σύμβασης επιστρέφει στο δικαιοπάροχο.
- 3.Οι αποφάσεις για την πολιτική και το management λαμβάνονται από τον δικαιοπάροχο χωρίς την συμμετοχή του δικαιοδόχου σε περίπτωση που εφαρμозείται franchising υπαγωγής.
- 4.Προσωπική εργασία,ο δικαιοδόχος οφείλει να αφοσιωθεί στην δουρεία με ενθουσιασμό, γεγονός που μπορεί να αποβεί σε βάρος κάποιου άλλου τομέα της ζωής του.



ΤΡΟΠΟΙ
ΑΝΕΞΙΣΤΗ
ΠΑΡΑΓΕ-
ΓΙΚΟΤΗΤΑΣ

ΙΔΕΕΣ
ΓΙΑ
ΝΕΑ
ΠΡΟΪΟΝΤΑ

ΠΡΟΣ ΝΑ
ΚΕΡΔΙΖΕΤΕ
ΠΕΛΑΤΕΣ

ΨΙΝΗΤΡΑ
ΓΙΑ
ΤΟ
ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

ΟΙ FRANCHISEES
έχουν
για ΨΙΝΗΤΡΟ
την
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ
Σηιτυχία!

6. ΘΕΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ ΤΟΥ FRANCHISING

Στο franchising πέρα από τα βασικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που παρουσιάζονται για αντίστοιχα τον δικαιοδόχο και δικαιοπάροχο, παρατηρούμε και τα εξής θετικά και αρνητικά σημεία.

ΘΕΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ

1. Η δυνατότητα που έχει ο δικαιοπάροχος να αγοράζει ή να παράγει μεγάλες ποσότητες εμπορεύματος, εξασφαλίζει στον δικαιοδόχο καλύτερες τιμές κτήσεως των εμπορευμάτων, παρά εάν αγόραζε αυτά από άλλους χονδρέμπορους

2. Ο δικαιοδόχος χρησιμοποιεί τις έτοιμες εμπειρίες και γνώσεις του δικαιοπαρόχου, με κέρδος χρόνου και για τα δύο συμβαλλόμενα μέρη.

3. Οι λεπτομερείς έρευνες αγοράς που διενεργούνται από τον δικαιοπάροχο, αναδεικνύουν τις εμπορικές ευκαιρίες για το προϊόν και τον δικαιοδόχο.

4. Το γεγονός ότι ο δικαιοδόχος δοκιμάζεται από τον δικαιοπάροχο, δίνει την δυνατότητα να γίνονται λεπτομερείς μετρήσεις της ελαστικότητας της ζήτησης και προσφοράς ως και τα ελάχιστα όρια αποθεμάτων.

5. Η λεπτομερής μελέτη του θέματος από τον δικαιοπάροχο, δίνει την δυνατότητα στον δικαιοδόχο να αποφύγει σφάλματα απειρίας και παράλληλα να μειώσει τις ανάγκες του αρχικού κεφαλαίου. Έχει υπολογισθεί ότι η εξοικονόμηση φθάνει το 25% με 30% του αρχικού κεφαλαίου που συνήθως χρειάζεται ο νέος δικαιοδόχος.

6. Η διακόσμηση, τα έπιπλα και οι εγκαταστάσεις έχουν σχεδιαστεί και βελτιωθεί από τον δικαιοπάροχο και δίνονται έτοιμα στον δικαιοδόχο, γεγονός που μειώνει κατα πολύ το κόστος.

7.Για την αντιμετώπιση οποιασδήποτε αδυναμίας πάνω σε θέματα τεχνικά,οικονομικά ή marketing ,δημιουργείται ομάδα άμεσης δράσης, από τον δικαιοπάροχο που στηρίζει και βοηθά τον δικαιοδόχο.

8.Η τεχνολογική πρόοδος, οι μέθοδοι εκσυγχρονισμού καθώς και κάθε νέο σύστημα που εμφανίζεται στην αγορά, παρακολουθείται καλύτερα.

9.Με την εφαρμογή δοκιμασμένων μεθόδων μειώνεται το λειτουργικό κόστος και προλαμβάνονται ενδεχόμενα ζημιών.

10.Η αίσθηση ότι ο δικαιοδόχος ανήκει σε μια μεγάλη, οργανωμένη και επιτυχημένη αλυσίδα εμπνέει εμπιστοσύνη και αυτοπεποίθηση.

ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ

1.Ο δικαιοδόχος πληρώνει πάντα ένα δικαίωμα άδειας ή royalty στον δικαιοπάροχο. Και ναί μεν θεωρείται ως ενοχλητικό βόρος αλλά και ο δικαιοπάροχος συνεχώς επενδύει για βελτιώσεις και ανάπτυξη άλλων προϊόντων

2.Θεωρείται, ότι η επιτυχής λειτουργεία του franchising εξαρτάται από την διαρκή υποστήριξη την οποία παρέχει ο δικαιοπάροχος προς τον δικαιοδόχο. Βεβαίως όμως πρέπει να γίνεται διαστολή μεταξύ χράμματος και πνεύματος του κειμένου του συμβολαίου και ο δικαιοδόχος να μην επαναπαύεται μόνο στον δικαιοπάροχο αλλά να φροντίζει και ο ίδιος για τα σημεία πωρήσεων.

3.Μελλοντότι ο δικαιοδόχος είναι ενδεχόμενο να μπορεί να αγοράσει τα υλικά ή γενικώς τα προϊόντα που χρησιμοποιεί , από άλλες πηγές, φθηνότερα και ίσως με καλύτερους όρους πληρωμής, εν τούτοις όμως δεν μπορεί να τα αγοράσει παρά μόνο από τον δικαιοπάροχο κατά κανόνα.

4. Η ουσία της δικαιόχρησης είναι ότι αυτή στηρίζεται στο γεγονός ότι ο δικαιούχος έχει την αποκλειστική δικαιοδοσία σε κάθε τι που συνδέεται με το προϊόν. Συνέπεια του γεγονότος αυτού είναι, ότι διατηρεί το αποκλειστικό δικαίωμα να απαιτεί από την επιχείρηση του δικαιούχου ορισμένες μετατροπές, και βελτιώσεις του καταστήματος του τελευταίου, εάν κρίνει ότι είναι απαραίτητες, προκειμένου να προωθείται το προϊόν κατά τις συμβατικές προδιαγραφές. Ο δικαιούχος από την άλλη μεριά μπορεί από την ειδική εμπειρία την οποία αποκτά σε συγκεκριμένο χώρο, να βλέπει ευκαιρίες τις οποίες να αποκρύπτει από τον δικαιούχο και τις οποίες να εκμεταλλεύεται με άλλες νομικές μορφές μόνος του.

5. Στην περίπτωση που μια επιχείρηση δικαιούχου θέλει να πωληθεί σε άλλη επιχείρηση, τότε η πράξη αυτή πρέπει να γίνει αποδεκτή από τον δικαιούχο, ο οποίος, επειδή η φύση του franchising είναι ιδιόμορφη, απαιτεί να πληρεί όλες τις προϋποθέσεις τις οποίες η ίδια έχει θέσει.

7.ΣΤΑΔΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ FRANCHISING

Οποιαδήποτε επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα βασίζεται στον σωστό προγραμματισμό. Η ίδρυση ενός πετυχημένου franchise δεν θα μπορούσε να είναι η εξαίρεση.

Επιγραμματικά θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ότι η ανάπτυξη ενός franchise περνάει από τα παρακάτω στάδια:

- 1.Προσδιορισμός θέλησης και ικανότητας για ανάπτυξη FRANCHISE.
- 2.Καθορισμός στόχου.
- 3.Πρώτος προϋπολογισμός.
- 4.Ερευνα αγοράς.
- 5.Μελέτη σκοπιμότητας.
- 6.Προετοιμασία.
- 7.Δοκιμή.
- 8.Προσέλευση , αξιολόγηση.
- 9.Ξεκίνημα.
- 10.Συνεχής Έλεγχος.

Τα κυριότερα θεμέλια πάνω στα οποία θα χτισθεί ένα franchise είναι η όρεξη και η ικανότητα του ιδρυτή και των στελεχών του όχι μόνο να δουλεύουν με άλλους ανθρώπους αλλά και να τους καθοδηγούν και να τους βοηθούν στο να λύσουν τα προβλήματα τους.

Οι απαιτήσεις σε ικανότητες επομένως διαπροσωπικών σχέσεων είναι πολύ αυξημένες. Ο λόγος είναι ότι ένα franchise βασίζεται αποκλειστικά στην καλή πίστη και την συνεργασία και πολύ λίγο σε ιεραρχικές σχέσεις που επικρατούν μέσα σε μία κοινή επιχείρηση.

Κατόπιν θα πρέπει να αποφασισθεί το είδος, ο τόπος και το μέγεθος του franchise, δηλαδή να καθορισθεί ο στόχος προς τον οποίο θα κινηθεί η ανάπτυξη του franchise.

Επι πλέον και σε αντίθεση με άλλες επιχειρήσεις ο ανταγωνισμός δεν περιορίζεται στο προϊόν αυτό καθ'εαυτό αλλά συμπεριλαμβάνει και το franchise. Θα πρέπει να ερευνηθεί, όσο καλά γίνεται, και η ποιότητα και το κόστος των υπηρεσιών που προσφέρουν οι άλλοι franchisors στους franchisees τους.

Αναλύοντας τα στοιχεία από την έρευνα αγοράς, θα πρέπει να είναι δυνατόν να προσδιορισθούν:

-η αγορά τόσο για το προϊόν όσο και για το πακέτο franchise που προσφέρεται

-τα royalties που θα χρεωθούν οι franchisees

Εκτός από το επίπεδο των royalties, θα πρέπει να προσδιορισθεί και ο τρόπος με τον οποίο θα αποκτηθούν όσο και οι τρόποι που θα γίνεται ο έλεγχος των franchisees ως προς αυτό το θέμα.

Υστερα θα πρέπει να αξιολογηθεί το σχέδιο του franchise και οικονομικά. Όπως έχει αποδείξει η ελληνική και διεθνής πραγματικότητα, πρέπει να υπάρχει μια διαρκής υποστήριξη στους franchisees, τόσο σε θέματα οργάνωσης όσο και προώθησης του franchise.

Θα πρέπει λοιπόν αρχικά να αναλυθούν σημαντικοί οικονομικοί πόροι και ενέργεια για την οργάνωση του franchise. Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην λεπτομερή καταγραφή των εργασιών σε ένα εγχειρίδιο, που θα καθοδηγεί τους franchisees σε κάθε τους κίνηση και το οποίο, σε τελευταία ανάλυση θα αποτελεί τη βάση της συνεργασίας και τον οδηγό για την συμπεριφορά και των δύο μερών στην καθημερινή τους πράξη.

Επίσης η υποστήριξη του δικτύου, σχεδόν σίγουρα θα αποκτήσει και την πρόσληψη νέου προσωπικού που θα αφιερωθεί στο σκοπό αυτό.

Ακόμα εάν το προϊόν δεν είναι τυποποιημένο θα πρέπει να γίνει μια πολύ σοβαρή επένδυση για την τυποποίηση του: ένα franchise βασίζεται στην ύπαρξη ενός τυποποιημένου και καθιερωμένου προϊόντος, το οποίο αναγνωρίζεται από το όνομα του.

Τέλος, θα υπάρξουν κάποια σημαντικά αρχικά έξοδα για την κατάρτιση ενός συμβολαίου franchise από δικηγόρους που ξέρουν καλά το αντικείμενο.

Για να αξιολογηθεί πλήρως η κερδοφορία του franchise, θα χρειασθούν ακόμα τα στοιχεία, που αφορούν το ετήσιο κόστος λειτουργίας και τα προβλεπόμενα ετήσια έσοδα του.

Με βάση αυτά τα στοιχεία, μπορεί να προσδιορισθεί το κέρδος, οι ανάγκες για χρηματοδότηση και σε τελική ανάλυση, η βιωσιμότητα και η σκοπιμότητα της ανάπτυξης του franchise.

Όπως κάθε καλή εμπορική συνεργασία, έτσι και η συνεργασία franchise βασίζεται στο αμοιβαίο όφελος. Συνεπώς η μελέτη βιωσιμότητας και σκοπιμότητας του franchise δεν έχει ολοκληρωθεί εάν δεν συνυπάρχει και για τις δύο πλευρές όφελος.

Το επόμενο βήμα είναι να γίνει η αρχική προετοιμασία, προσλαμβάνοντας το αναγκαίο-πιθανώς εξειδικευμένο- προσωπικό και να ετοιμαστεί το εγχειρίδιο με βάση το οποίο θα λειτουργούν ο franchiseor και οι franchisees. Το εγχειρίδιο αυτό θα πρέπει να είναι πολύ λεπτομερές. Θα πρέπει λοιπόν να καλύπτει θέματα όπως:

- marketing
- καθημερινή λειτουργία
- δημόσιες σχέσεις
- τρόπος τήρησης αποθήκης και λογιστικών στοιχείων
- προσωπικό
- σχετική νομοθεσία

Σχετικά με το marketing θα πρέπει να σημειωθεί η ιδιαίτερη σημασία σε θέματα διαφήμισης, μεθόδων προώθησης. Θα πρέπει ο franchisor να ενεργεί με τέτοιες μεθόδους marketing ώστε να παρέχει στην αλυσίδα περισσότερα από αυτά που θα μπορούσε να ενεργήσει ο κάθε franchisee από μόνος του.

Το σχεδιαζόμενο franchise θα πρέπει να δοκιμαστεί και μόνο αφού περάσει από test με επιτυχία, να εφαρμοσθεί σε περισσότερα από ένα ή δύο καταστήματα πιλότους. Με επιβεβαιωμένη την αποτελεσματικότητα του franchise, ο franchisor θα μπορέσει να απευθυνθεί στον ευρύ επιχειρηματικό κόσμο και να προσελκύσει franchisees.

Είναι πολύ σημαντικό κατά την διάρκεια της επιλογής, ο υποψήφιος franchisee να γνωρίζει καλά το franchise και ο franchisor εκείνον. Γι αυτό πρέπει ο μὲν franchisee να επισκεφτεί και να συνομιλήσει με τους franchisees που υπάρχουν ήδη στην αλυσίδα, ο δε franchisor να γνωρίσει καλά τον ίδιο και ίσως και το περιβάλλον του και την οικογένεια του.

Με τους κατάλληλους ανθρώπους το franchise μπορεί πλέον να ξεκινήσει. Είναι υποχρέωση και συμφέρον του franchisor να εκπαιδεύσει καλά τους franchisees, ώστε να ανταποκρίνονται στα standards του franchise. Να τους βοηθήσει να δημιουργήσουν ένα κατάστημα που να ανταποκρίνεται στην εικόνα που θέλει να προβάλλει και να τους παράσχει υποστήριξη για μια παρατεταμένη περίοδο, ώστε να ανταπεξέλθουν με επιτυχία στα προβλήματα που τυχόν θα ανακύψουν.

Το αν το δίκτυο franchise θα λειτουργήσει ορθοτικά και θα αναπτύσσεται εξαρτάται από τον καλό έλεγχο του. Ένα δίκτυο franchise αφημένο στην τύχη του, στην καλύτερη περίπτωση θα μείνει στάσιμο. Στην χειρότερη, θα δημιουργήσει μεγάλα οικονομικά προβλήματα και προστριβές για τον franchisor και τους franchisees. Αντίθετα ένα δίκτυο που θα βρίσκεται υπό συνεχή έλεγχο και αξιολόγηση, που θα ανανεώνει τα προϊόντα του και που θα βελτιώνει και αναπτύσσει τις σχέσεις μεταξύ των franchisees και της εταιρείας, δεν μπορεί παρά να ευδοκιμήσει.

Β.ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ FRANCHISING

Ειδική νομοθεσία που να διέπει τις συμβάσεις franchising δεν υπάρχει στην Ελλάδα, όπως δεν υπάρχει και στις περισσότερες χώρες της Ευρώπης. Η σύμβαση του franchising είναι συμφωνία μεταξύ δύο επιχειρήσεων, βάσει της οποίας η μια επιχείρηση, ο δικαιούχος παραχωρεί στην άλλη, τον δικαιούχο έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος το δικαίωμα εκμετάλλευσης του πακέτου της δικαιόχρησης, δηλαδή μιας δέσμης δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα ή επωνυμίες, διακριτικά γνωρίσματα (πινακίδες καταστημάτων), πρότυπα χρήσεως, σχέδια, δικαιώματα αντιπροσώπου κ.λπ. προς εκμετάλλευση με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή και υπηρεσιών Δεδομένου ότι το franchising αποτελεί εμπορική δραστηριότητα κατά την έννοια του νόμου, προϋποθέτει την ύπαρξη εμπορικής επιχείρησης που συμβάλλεται είτε ως δικαιούχος είτε ως δικαιούχος. Η εμπορική αυτή επιχείρηση μπορεί να προσλάβει είτε την μορφή ατομικής επιχείρησης, είτε την μορφή εμπορικής εταιρείας, είτε προσωπικής (Ο.Ε., Ε.Ε.) είτε κεφαλαιουχικής (Α.Ε., Ε.Π.Ε.)

Η εμπορική επωνυμία είναι το όνομα που χρησιμοποιεί ο έμπορος (φυσικό ή νομικό πρόσωπο) στις εμπορικές συναλλαγές. Ο διακριτικός τίτλος είναι όνομα ή άλλο γνώρισμα που χρησιμοποιείται από τον έμπορο προκειμένου να διακρίνει την επιχείρηση ή το κατάστημα του. Η εμπορική επωνυμία και ο διακριτικός τίτλος εφόσον είναι επαρκώς γνωστά στις συναλλαγές προστατεύονται ακόμη και έναντι μεταγενέστερων σημάτων που αφορούν παρόμοια ή συγγενή προϊόντα, με βάση τις διατάξεις του Ν. 146/1914 περί αθέμιτου ανταγωνισμού.

Επιπλέον η εμπορική επωνυμία προστατεύεται από τις διατάξεις του Α.Κ. για την προστασία του ονόματος γενικά (άρθρα 58,919,281 Α.Κ.) Δεν υπάρχουν άλλες προϋποθέσεις για την προστασία τους, πρέπει πάντως να ανακινώνονται στο αντίστοιχο εμπορικό επιμελητήριο για καταχώρηση.

Παραχώρηση άδειας χρήσης εμπορικής επωνυμίας επιτρέπεται εφόσον δεν υπάρχει κίνδυνος παραπλάνησης του κοινού. Τέτοιος κίνδυνος δεν υπάρχει στην περίπτωση της σύμβασης του franchising, δεδομένου ότι ο δικαιοδόχος είναι υποχρεωμένος να καθιστά σαφή την ιδιότητα του ως ανεξάρτητου εμπόρου με την προσθήκη του δικού του ονόματος.

Μιά σύμβαση franchising μπορεί να συναφθεί για ορισμένο ή αόριστο χρόνο. Η λύση της σύμβασης γίνεται με τακτική καταγγελία (επί συμβάσεως αόριστου χρόνου) και έκτακτη καταγγελία (σε περίπτωση σπουδαίου λόγου). Επίσης υπάρχει και αυτόματη λύση της συμβάσεως με την πάροδο του συμφωνημένου χρόνου, σε περίπτωση θανάτου, απεχορεύσεως ή πτωχεύσεως του δικαιοπαρόχου ή του δικαιοδόχου.

Η μεταβίβαση της εταιρικής σχέσης οδηγεί στη λύση της σχέσης δικαιοπαρόχου- δικαιοδόχου αλλά δεν τερματίζει τη σύμβαση καθε αυτή, η οποία εξακολουθεί να υπάρχει με νέο δικαιοδόχο, εαν αυτό επιθυμεί ο δικαιοπαρόχος. Στα πλαίσια της συμβατικής ελευθερίας τα μέλη μπορούν να συμφωνήσουν πρόωγη λύση της σύμβασης.

Πάντοτε θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι μετασυμβατικές υποχρεώσεις, οι οποίες είναι οι εξής:

- εμπορικά και βιομηχανικά απόρρητα (ποινική και αστική προστασία)
- παραλαβή των αποθεμάτων του δικαιοδόχου(εμπορεύματα στην πραγματική τους αξία, ειδικά εργαλεία, τον εξοπλισμό της επιχείρησης)
- επιστροφή άλλων αντικειμένων (π.χ. βιβλία οδηγιών-manuals, διαφημιστικό και άλλο έντυπο υλικό, καταλόγους με ονόματα πελατών, πινακίδες με τα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπαρόχου ακόμα και

αλλά άλλα αγαθά όπως σήμα, ευρασιτεχνία στα οποία η υποχρέωση απόδοσης συνιστάται στην παύση της χρήσης ή εκμετάλλευσής τους.)

-εκκρεμείς παραγγελίες

-αποζημίωση του δικαιοδόχου(ίδια με την αποζημίωση εμπορικού αντιπρόσωπου)

-μετασυμβατική απαγόρευση ανταγωνισμού

Κατά την κατάρτιση μιας σύμβασης franchising αλλά και κατά την λειτουργία της απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή έτσι ώστε αυτή αφενός μεν να ανταποκρίνεται στις επιθυμίες και ανάγκες των μερών και να κατοχυρώνει τα συμφέροντά τους, αφετέρου δε να μην κινδυνεύει να ακυρωθεί η σύμβαση ή να διαταραχθεί η συνεργασία για λόγους που ανάγονται στην μη τήρηση των διατάξεων της ελληνικής νομοθεσίας.Ειδικότερα θα πρέπει να εξετάζονται τα εξής:

α) ποιά είναι η ελάχιστη διάρκεια και αν προβλέπεται δυνατότητα αυτόματης ανανέωσης

β) εαν υπάρχει δυνατότητα πώλησης της επιχειρήσης του δικαιοδόχου ή μετοβιβάσης της σε τρίτο ή συγγενικό πρόσωπο σε περίπτωση θανάτου ή επαγγελματικής ανικανότητας

γ) εαν δεσμεύεται ο δικαιοδόχος για την συνεχή και σε αποδεκτό ποιοτικό επίπεδο παροχή των υπηρεσιών, οι οποίες συνθέτουν το πακέτο franchise

δ) ποιοι καθορίζονται ως λόγοι έκτακτης καταγγελίας της συμβάσεως

ε) εαν υπάρχουν επαχθείς όροι σε βάρος του δικαιοδόχου

Για τους λόγους αυτούς εξίσου σημαντική με την ανάπτυξη του marketing,την έρευνα της αγοράς και την επιλογή των κατάλληλων συνεργατών είναι και η νομική πτυχή του franchising, δηλαδή η οικοδόμηση του όλου συστήματος πάνω σε στερέες νομικές βάσεις.

9.ΟΡΟΙ ΣΥΜΦΩΝΗΤΙΚΟΥ FRANCHISE

ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΠΑΡΟΧΟΥ

1.Το κατάστημα της εταιρείας και των δικαιοδόχων να έχουν κοινό όνομα (το όνομα της εταιρείας) και διακριτικό τίτλο.

2.Η εταιρεία κατασκευάζει και προμηθεύεται προϊόντα, με τα οποία και προμηθεύει τα καταστήματα των δικαιοδόχων.

3.Η εταιρεία έχει το δικαίωμα να ανοίγει και να λειτουργεί καταστήματα οπουδήποτε.

4.Η εταιρεία καθορίζει την πολιτική λειτουργείας, πώλησης, τιμοθόησης προϊόντων όλων των καταστημάτων, η οποία είναι κοινή για όλα τα καταστήματα και τους δικαιοδόχους.

5.Η εταιρεία υποχρεούται να προμηθεύει με εμπορεύματα όλα τα καταστήματα των δικαιοδόχων της σε τακτά χρονικά διαστήματα και με προτεραιότητα παραγγελιών.

6.Η εταιρεία οφείλει να υποστηρίζει τα καταστήματα με κοινή διαφήμιση στα μέσα μαζικής ενημέρωσης ανάλογα με την κρίση της και όταν κρίνει απαραίτητα να υποστηρίζει μεμονωμένα καταστήματα. Επίσης να τα υποστηρίζει με έντυπο διαφημιστικό υλικό.

7.Η εταιρεία επιλέγει και καθορίζει την θέση των καταστημάτων όπως επίσης και την εμφάνιση τους, η οποία είναι κοινή για όλα τα καταστήματα.

8.Η εταιρεία έχει κάθε δικαίωμα να καταρχει προϊόντα, εμπορεύματα και εμπορεύσιμα υλικά καθώς επίσης και να εισάγει νέα εφ' όσον το κρίνει απαραίτητο.

9.Η εταιρεία υποχρεούται να εκπαιδεύει τους δικαιοδόχους σχετικά με το προϊόν, την φιλοσοφία και την πολιτική της.

10. Η εταιρεία έχει υποχρέωση να αγοράσει τα μηχανήματα και όλα τα αποθέματα του δικαιούχου σε περίπτωση λήξης της σύμβασης

11. Το ποσοστό επί των πωλήσεων καθορίζεται από τον δικαιούχο και είναι κοινό για όλους τους δικαιούχους.

12. Ο δικαιούχος υποχρεώνεται να παραδίδει τα εμπορεύματα στο χώρο των δικαιούχων.

13. Ποινική ρήτρα για αθέτηση οποιουδήποτε όρου του συμβολαίου με ποσό αποζημίωσης δρχ.

ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΟΥ

1.Αποδέχεται την φιλοσοφία, πολιτική και τα προϊόντα του δικαιοπάροχου.

2.Επιλέγει την θέση του καταστήματος με την σύμφωνη γνώμη του δικαιοπάροχου.

3.Διαμορφώνει τον χώρο του καταστήματος με βάση τις προδιαγραφές της εταιρείας.

4.Εκθέτει και εμπορεύεται προϊόντα μόνον από τον δικαιοπάροχο και από κανένα άλλον.

5.Διαθέτει τα προϊόντα με βάση την τιμή του τιμοκαταλόγου της εταιρείας.

6.Επιβαρύνεται με όλα τα έξοδα διαμόρφωσης και διακόσμησης του καταστήματος καθώς και με το κόστος των προς έκθεση εμπορευμάτων.

7.Οφείλει να διατηρεί αποθήκη έτοιμων προϊόντων παράλληλα με τον εκθεσιακό χώρο.

8.Οφείλει να διαθέτει το ανάλογο προσωπικό για την σωστή λειτουργία του καταστήματος, με βάση τις προδιαγραφές της εταιρείας.

9.Απογορεύται η έκπτωση στις πωλήσεις κάθε είδους προϊόντος και εμπορευμάτων.

10.Οφείλει να καταβάλλει το κόστος των εμπορευμάτων που προμηθεύται από τον δικαιοπάροχο εντός ημερών το αργότερο από την ημέρα παραλαβής των εμπορευμάτων.

11.Ποινική ρήτρα για αθέτηση οποιουδήποτε όρου της συμβάσεως με ποσό αποζημίωσης δρχ.

10. ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΛΟΓΗΣΗ

Η τραπεζική πρακτική στην Ελλάδα αναφορικά με το franchising δεν αποτελεί σήμερα έναν ιδιαίτερο τομέα δραστηριότητας των ελληνικών τραπεζών και τυχόν θέματα συνεργασίας με μονάδες που λειτουργούν με το σύστημα αυτό, αντιμετωπίζονται στα γενικά πλαίσια της πολιτικής των εν λόγω τραπεζών.

Η πρακτική όμως των ξένων τραπεζών και ιδιαίτερα των αγγλοσαξωνικών που ηρωτοπορούν στο θέμα αυτό, διαφέρει. Κύριο στοιχείο της διαδικασίας που εφαρμόζουν τέτοιες τράπεζες είναι η διαμόρφωση ενός ειδικού προγράμματος franchising που αναφέρεται σε μια δέσμη χρηματοδοτικών και άλλων υπηρεσιών και καθύπτουν ολόκληρο το φάσμα των αναγκών ενός δικτύου franchising.

Ένα τέτοιο πακέτο προσφερόμενων υπηρεσιών θα μπορούσε να αποτελείται από τα ακόλουθα:

- Δάνεια για κτιριακές εγκαταστάσεις (10-20 έτη, με επιτόκιο σταθερό, κυμαινόμενο ή μικτό)
- Δάνεια για εξοπλισμό (1-5 έτη)
- Χρηματοδότηση σε ανοικτό λογαριασμό βάρει οριών (overdraft υπερτροβήγματα από λογαριασμό όψως για ένα έτος)
- Χρηματοδοτική μίσθωση (leasing)
- Πρακτορία επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring --> προκαταβολές έναντι τιμολογίων 60-80%, ασφάλιση πιστωτικού κινδύνου, διαχείριση τιμολογιακών απαιτήσεων)
- Διαχείριση εισπραξίων και πληρωμών (από τον λογαριασμό των δικαιούχων στον λογαριασμό του δικαιούχου)

Τα κυριότερα δικαιολογητικά που ζητούν οι τράπεζες για να προσφέρουν τελικά το πακέτο των υπηρεσιών αυτών είναι τα εξής:

- *πρόγραμμα δράσεως της επιχείρησης(business plan)
- *συνολική περιγραφή του συστήματος της δικαιόχρησης
- *market analysis (έρευνα αγοράς)
- *management description (στοιχεία για διευθυντικά στελέχη)
- *προϋπολογισμός εσόδων και δαπανών για τα προσεχή τρία τουλάχιστον έτη
- *χρηματοδοτικές ανάγκες, πάγιες αντιλήσεις κεφαλαίων
- *ταμιακό πρόγραμμα(cash-flow forecast για χρονικό διάστημα 12 μηνών και το οποίο να καταρτίζεται κάθε μήνα)
- *ισολογισμός ενάρξεως
- *κατάρτιση περιουσιακών στοιχείων του δικαιοδόχου και προσφερόμενων εξασφαλίσεων αυτού.

Η πιστοδότηση και γενικότερα η τραπεζική εξυπηρέτηση των δικτύων franchising αποτελεί ένα πολύ ενδιαφέροντα τομέα εργασιών για τις τράπεζες. Με την κατάλληλη αξιοποίηση του εργαλείου της συμφωνίας πλαισίου αποκτούν πρόσβαση σε ένα ολόκληρο δίκτυο επιθυμητών πελατών προς τους οποίους προσφέρουν μια πλήρη σειρά χρήσιμων υπηρεσιών.

11.ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΕΣ ΠΤΥΧΕΣ ΤΟΥ FRANCHISING

Τα σημαντικότερα από φορολογική άποψη θέματα της σύμβασης franchising είναι τα εξής:

-Πρέπει να ερευνήσουμε ,την περίπτωση κατα την οποία ο δικαιούχος είναι αλλοδαπός οίκος χωρίς μόνιμη εγκατάσταση στην Ελλάδα,εαν η χώρα που είναι εγκατεστημένος έχει υπογράψει με την Ελλάδα σύμβαση αποφυγής διπλής φορολογίας.

-Το εισόδημα που αποκτάται από την εκχώρηση του δικαιώματος, θεωρείται εισόδημα εμπορικών επιχειρήσεων και φορολογείται σύμφωνα με τις γενικές διατάξεις.

-Η δαπάνη του franchising είναι λειτουργική και πρέπει να αναγνωρισθεί φορολογικά προς έκπτωση από το ακαθάριστο εισόδημα.

-Το ποσό που πέρνει ο δικαιούχος από τον δικαιούχο θεωρείται ποροχή υπηρεσιών και υπόκειται σε συντελεστή Φ.Π.Α. 18%

-Για την ορθότερη απεικόνιση των χρηματοοικονομικών δεδομένων μιας επιχείρησης, πρέπει η λογιστική απεικόνιση της εφ'άπαξ καταβολής να γίνεται με βάση την χρονική διάρκεια της σύμβασής του κάθε δικαιούχου.

12. ΠΡΑΚΤΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Ποιοί είναι οι λόγοι που μας οδηγούν στο να διοικούμε μια δική μας επιχείρηση;

- 1) Η ευκαιρεία να φτάσει η προσωπική φιλοδοξία πάνω από τα όρια
- 2) Η ευκαιρεία να ανταμιφθείς άμεσα σε σχέση με την προσωπική εργασία
- 3) Η ευκαιρεία να αυξήσεις το κεφάλαιο σου
- 4) Η ευκαιρεία να μάθεις καινούργια πράγματα και να αυξήσεις τις προσωπικές σου εμπειρίες
- 5) Η ευκαιρεία να δουλέψεις με πρόσωπα της οικογένειας σου (οικογενειακή επιχείρηση)
- 6) Η ευκαιρεία να παρέχεις προϊόντα και / ή υπηρεσίες σε μια κοινότητα και μέσα σε αυτήν να γίνει αξιосέβαστο πρόσωπο, γεγονός που αυξάνει την αυτοπεποίθηση σου

Και άλλοι πολλοί λόγοι οδηγούν τους ανθρώπους να αναλαμβάνουν ευθύνες και υποχρεώσεις και να επιλέχουν να διοικήσουν την δική τους επιχείρηση. Ένας τρόπος να δημιουργήσεις την δική σου ανεξάρτητη εργασία είναι και το franchising, τόσο για τον δικαιοπάροχο, όσο και για τους δικαιοδόχους.

Θα πρέπει να προσεχθούν ορισμένα βασικά σημεία και από τα δύο μέρη (δικαιοδόχο και δικαιοπάροχο) πριν και μετά την έναρξη της συνεργασίας προκειμένου να αποφευχθούν προβλήματα τα οποία μπορεί να αποβούν μοιραία για την σύμβαση .

ΚΑΛΗ ΠΙΣΤΗ - ΑΜΟΙΒΑΙΟ ΟΦΕΛΟΣ

Η σύμβαση franchising σε αντίθεση σχεδόν με όλες τις άλλες συμβάσεις που στηρίζονται σε νομικά δεδομένα, στηρίζεται βασικά στην καλή πίστη και το αμοιβαίο όφελος. Δεν είναι δυνατόν να σταθεί καμία σύμβαση franchising όσο μελετημένη και εκτεταμένη και εάν είναι, εάν δεν συνυπάρχουν οι δύο παραπάνω έννοιες που αποτελούν και τα συνθετικά στοιχεία του franchising.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΡΟΣΕΞΕΙ Ο ΔΙΚΑΙΟΠΑΡΟΧΟΣ

α) Να έχει φροντίσει εκ των προτέρων για την εξασφάλιση του κοινού οφέλους εφόσον αυτός έχει το management ενώ ο δικαιοδόχος είναι εκτελεστικό όργανο.

β) Να εξετάσει τον χαρακτήρα του δικαιοδόχου ο οποίος πάνω από όλα πρέπει να είναι συνεργάσιμος.

γ) Να εξετάσει την οικονομική κατάσταση του δικαιοδόχου και εάν αυτή ανταποκρίνεται στην όλη επένδυση.

δ) Να εξετάσει την φερεγγυότητα του δικαιοδόχου.

ε) Να εξασφαλίσει εγγυήσεις ανάλογες με το μέγεθος της συνεργασίας από την πλευρά του δικαιοδόχου.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΠΡΟΣΕΞΕΙ Ο ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΟΣ

α) Να τον εκφράζει το αντικείμενο.

β) Να συγκεντρώνει πληροφορίες για τον δικαιοπάροχο.

γ) Να εξετάσει το μέγεθος και την θέση του δικαιοπάροχου μέσα στην αγορά.

δ) Να εξετάσει την οργάνωση του δικαιοπαρόχου.

ε) Το ποιόν των φορέων και των στελεχών της επιχείρησης του δικαιοπαρόχου καθώς και των υπόλοιπων δικαιοδόχων στην αλυσίδα.

στ) Την φερεγγυότητα του δικαιωπαρόχου θα πρέπει να εξετάσει.

η) Θα πρέπει να μάθει τους στόχους του δικαιωπαρόχου και την προβλεπόμενη εξέλιξη της αλυσίδας.

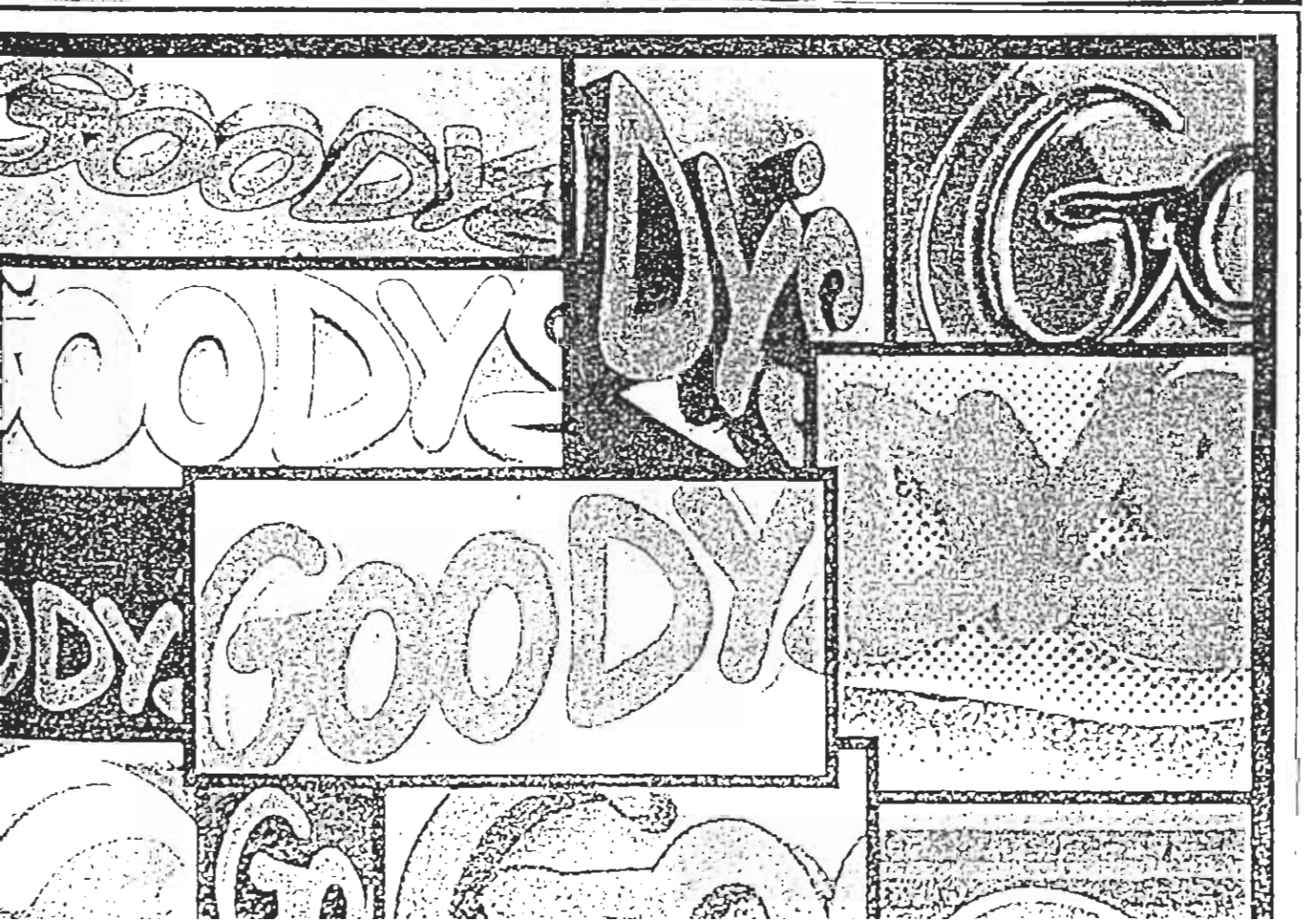
θ) Να σταθμίσει ο ίδιος κατά πόσο είναι σε θέση να αφομειώσει και να εφαρμόσει ένα τέλειο σύστημα franchising .

Εαν εξετασθούν και σταθμιστούν κατάλληλα οι παραπάνω παραγοντές και από τις δύο πλευρές και συντρέχουν και οι περιπτώσεις της καλής πίστης και του αμοιβαίου όφελους, τότε είναι εξασφαλισμένη η επιτυχία των εργασιών αλλά και της συνεργασίας.

Παρακάτω θα ακολουθήσει έρευνα με εφαρμοσμένα παραδείγματα επιτυχημένης λειτουργίας του franchising.

ΜΕΡΟΣ ΙΙ

ΕΡΕΥΝΑ



ΕΡΕΥΝΑ

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΟΜΙΛΟΣ GOODY'S

Η εταιρεία GOODY'S χρησιμοποιεί τον θεσμό του franchising με μεγάλη επιτυχία. Πρόκειται ουσιαστικά για ένα όμιλο εταιρειών, τον όμιλο GOODY'S, ο οποίος περιλαμβάνει εκτός από την εταιρεία GOODY'S και τέσσερις ακόμα εταιρείες. Οι εταιρείες αυτές είναι: η Hellenic Catering, Expo A.E., Intertaste Catering ABEE και Φλοκα Α.Ε., των οποίων η εταιρεία GOODY'S ελέγχει αμέσως ή εμμέσως την καταστατική πλειοψηφία (άνω του 67%). Οι θυγατρικές εταιρείες διατηρούν ανεξάρτητη εταιρική οντότητα για λόγους κυρίως οργανωτικούς και διοικητικούς, ενώ ουσιαστικά αποτελούν αναπόσπαστο μέρος του ομίλου. Ο όμιλος GOODY'S δημιουργήθηκε βαθμιαία, με την συμμετοχή βασικών μετόχων της εταιρείας GOODY'S σε άλλες συμπληρωματικές επιχειρήσεις. Από το 1990 και μετά, και οι πέντε εταιρείες ελέγχονται από τους μετόχους της GOODY'S Α.Ε. Η κατάρτιση όμως ενοποιημένων οικονομικών καταστάσεων γίνεται μόνο από το 1992 και μετά, όταν ολοκληρώθηκε η ενοποίηση του ομίλου.

Ο όμιλος έχει μικρότερες συμμετοχές σε τέσσερις ανώνυμες εταιρείες, την Τουριστική Επενδυτική Α.Ε., την Σ.Νένδος Α.Ε., Εστιατόρια Λ. Κηφισίας Α.Ε. και Eurest-Intertaste Α.Ε., καθώς και σε τέσσερις μικρότερες εταιρείες, την Σ.Νένδος & Σια Ο.Ε., την Ι.Μυλόπουλος & Σια Ο.Ε., τη Ι.Ιωαννίδης & Σια Ο.Ε. και την Β. Παπαδόπουλος & Σια Ε.Ε. Οι οικονομικές καταστάσεις αυτών των εταιρειών δεν ενοποιούνται.

Η εταιρεία GOODY'S μαζί με τις υπόλοιπες εταιρείες του ομίλου, αποτελούν το μεγαλύτερο ελληνικό συγκρότημα στον τομέα της

εστίασης, και ένα από τα μεγαλύτερα και πιο εύρωστα στην Ευρώπη. Ο όμιλος GOODY'S ασχολείται με την παραγωγή και την διάθεση προϊόντων εστίασης, μέσα από την λειτουργία των εστιατορίων GOODY'S, των καταστημάτων Flocafé και Φλόκα, καθώς και μέσα από την παροχή υπηρεσιών μαζικής εστίασης (catering).

Οι βασικές υπηρεσίες που παρέχει η εταιρεία, είτε απευθείας είτε μέσω των υπόλοιπων εταιρειών του ομίλου που ελέγχει, είναι οι ακόλουθες:

- *Παρέχει το franchising για τα εστιατόρια GOODY'S, την μεγαλύτερη αλυσίδα εστιατορίων στην Ελλάδα, και μία από της μεγαλύτερες στην Ευρώπη.

- *Τροφοδοτεί κατά αποκλειστικότητα τα εστιατόρια GOODY'S με τα κύρια προϊόντα του καταλόγου τους, τα οποία παράγει ή προμηθεύεται για λογαριασμό του από τρίτους

- *Παρέχει το franchising για την λειτουργία των ζαχαροπλασθειών Φλόκα και παράγει προϊόντα ζαχαροπλαστικής με τα οποία τα τροφοδοτεί.

- *Ανεπτύσσει το franchising μιας νέας αλυσίδας καταστημάτων με το όνομα Flocafé.

- * Παράγει έτοιμα φαγητά μαζικής εστίασης, αναλαμβάνοντας την οργάνωση, λειτουργία και τροφοδοσία καντινών, κυλικείων αλλά και την οργάνωση δεξιώσεων.

Οι εργασίες της εταιρείας GOODY'S και ολόκληρου του ομίλου παρουσιάζουν εντυπωσιακή ανάπτυξη, ιδίως κατά τα τελευταία χρόνια. Η αθρατώδης αυτή ανάπτυξη οφείλεται κυρίως στην ταχύτατη αύξηση του αριθμού των εστιατορίων GOODY'S, με την χρησιμοποίηση του θεσμού franchising.

ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ GOODY'S

(ποσά σε εκατ. δρχ.)	1989	1990	1991	1992	1993
Πωλήσεις	95	202	316	592	851
Μικτά Κέρδη	83	181	282	531	759
Κέρδη Προ Φόρων	24	106	141	438	580

(πηγή: ισολογισμοί GOODY'S)

Οι πωλήσεις των εταιρειών του ομίλου, σε ενοποιημένη βάση, αυξήθηκαν από δρχ. 3,4 δις το 1990 σε δρχ. 8,4 δις το 1993, δηλαδή με ρυθμό μέσης ετήσιας αύξησης της τάξης του 35%. Τα ενοποιημένα κέρδη παρουσιάζουν ακόμα πιο εντυπωσιακή εξέλιξη, από δρχ. 360 εκατ. το 1990 σε δρχ. 1.287 εκατ. το 1993, δηλαδή σημείωσαν μέση ετήσια αύξηση σε ποσοστό 53%.

ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ

(ποσά σε εκατ. δρχ.)	1989	1990	1991	1992	1993
Πωλήσεις	1.236	3.433	4.702	6.594	8.382
Μικτά Κέρδη	375	1.016	1.433	2.174	2.697
Κέρδη Προ Φόρων	96	361	621	1.000	1.287

(πηγή: ισολογισμοί)

*Τα στοιχεία όλων των ετών είναι σε ενοποιημένη βάση, παρ' ότι η μετοχική ενοποίηση ολοκληρώθηκε το 1992. Προ του 1992 οι στατιστές ενοποιούνται εφόσον ελέγχονταν εφόως ή εμμέσως από την μητρική εταιρεία και τους μετόχους της.

Η GOODY'S είναι η μητρική εταιρεία, η οποία ελέγχει τις υπόλοιπες εταιρείες του ομίλου. Ταυτόχρονα είναι και η σημαντικότερη από στρατηγική άποψη εταιρεία του ομίλου.

Είναι κάτοχος του εμπορικού σήματος GOODY'S και έχει την αποκλειστική ευθύνη για την οργάνωση, λειτουργία και ανάπτυξη του δικτύου εστιατορίων GOODY'S.

Τα εστιατόρια GOODY'S λειτουργούν με το σύστημα franchising που η GOODY'S εισήγαγε, ανέπτυξε και καθιέρωσε για πρώτη φορά στον κλάδο διατροφής στην Ελλάδα. Κάθε εστιατόριο του δικτύου είναι αυτόνομη εταιρεία. Η εταιρεία επιθέτει τα σημεία και εκχωρεί στους αδειούχους-καταστηματάρχες το δικαίωμα χρησιμοποίησης του εμπορικού σήματος GOODY'S.

Παράλληλα, εξασφαλίζει την τροφοδοσία των εστιατορίων με τα προϊόντα που παράχουν και διανέμουν οι αλλές εταιρείες του ομίλου. (κυρίως η Hellenic Catering και η Expro).

Τα μενού των εστιατορίων είναι ενιαίο για όλα τα καταστήματα και καθορίζεται από την εταιρεία GOODY'S.

Η εταιρεία παρέχει ακόμα τεχνεγνωσία, εκπαίδευση προσωπικού, συστήματα ποιοτικού ελέγχου. Αναπτύσσει νέα προϊόντα και φροντίζει για την βελτίωση των διαδικασιών αλλά και την αναβάθμιση της εμφάνισης και λειτουργικότητας των καταστημάτων. Επί πλέον έχει την ευθύνη μελέτης και εκτέλεσης προγραμμάτων διαφήμισης και προβολής.

Εκτός από το δίκτυο εστιατορίων GOODY'S η εταιρεία έχει, από το 1993, αναλάβει την οργάνωση, λειτουργία και ανάπτυξη και της νέας αλυσίδας καταστημάτων Flocafé, που επίσης λειτουργούν με το σύστημα franchising και που παρέχει στους δικαιούχους ανάλογες υπηρεσίες με αυτές των δικαιούχων των GOODY'S.

Οι πωλήσεις της εταιρείας συνίστανται στα έσοδα που εισπράττει από το δίκτυο των καταστημάτων για τις ποροπάνω υπηρεσίες της και υπολογίζονται ως ποσοστό επί των πωλήσεων των καταστημάτων (royalties).

Συγκεκριμένα η εταιρεία είχε το 1993 συνολικό κύκλο εργασιών ύψους δρχ. 851 εκατ., από τα οποία δρχ. 696 εκατ. αφορούσαν franchising και τεχνογνωσία και τα υπόλοιπα δρχ. 155 εκατ. αφορούσαν έσοδα της εταιρείας από συμβόλαια που διαπραγματεύεται με τρίτους, προμηθευτές των καταστημάτων.

Η εταιρεία GOODY'S εισπράττει ακόμα από τα καταστήματα πρόσθετο ποσοστό επί των πωλήσεων που καλύπτει μέρος του κόστους της για την εκτέλεση των προγραμμάτων διαφήμισης και προβολής.

Για την άσκηση του επιτελικού και οργανωτικού ρόλου της η GOODY'S απασχολεί αποκλειστικά διοικητικό προσωπικό που αριθμεί σήμερα 48 άτομα, εκ των οποίων και ο κ. Κονταξιάν, υπεύθυνος για τις δημόσιες σχέσεις της GOODY'S, ο οποίος και μου έδωσε αυτές της πληροφορίες.

Οι δραστηριότητες των υπόλοιπων εταιρειών του ομίλου είναι οι εξής:

*Hellenic Catering A.E.-Παράγει φαγητά (μπιφτέκια, σαλάτες, κατεψυχμένα έτοιμα φαγητά) και εισάγει κατεψυχμένα τρόφιμα. Το 65% των πωλήσεων της απορροφάται από τα εστιατόρια GOODY'S, και το υπόλοιπο 35% από άλλα εστιατόρια και χώρους μαζικής εστίασης. Η εταιρεία αυτή έχει στρατηγική σημασία για τον όμιλο. Εξασφαλίζει την τροφοδοσία των εστιατορίων GOODY'S. Ταυτόχρονα διασφαλίζει τον έλεγχο της ποιότητας των προϊόντων και επιτρέπει την προσφορά προϊόντων με ειδική σύνθεση και ξεχωριστή γεύση που χαρακτηρίζει κατ' αποκλειστικότητα τα εστιατόρια GOODY'S. Τέλος το ανταγωνιστικό κόστος παραγωγής, σε συνδιασμό με την προσεκτική πολιτική

τιμοθόγησης της Hellenic Catering, εξασφαλίζει στους δικαιοδόχους των GOODY'S ικανοποιητικά κέρδη, διευκολύνοντας έτσι τη χρήση εξάπλωση του δικτύου. Σε σχέση με τον υψηλό κύκλο εργασιών της η εταιρεία απασχολεί ολιγάριθμο προσωπικό (37 άτομα) αφού η διαδικασία παραγωγής είναι σε πολύ μεγάλο βαθμό αυτοματοποιημένη.

*Expro A.E.-Η εταιρεία αυτή, ασχολείται με την διανομή των προϊόντων του ομίλου. Διανέμει κατ' αποκλειστικότητα τα προϊόντα της Hellenic Catering στην Αθήνα και την Ν. Ελλάδα.

*Intertaste Catering ΑΒΕΕ-Δραστηριοποιείται στο catering. Τροφοδοτεί τόσο μόνιμους πελάτες, όσο και έκτακτες εκδηλώσεις. Παράλληλα παράγει σάντουιτς, τσάι κ.λπ. σνακς για κυλικεία, των οποίων αναλαμβάνει και την οργάνωση και λειτουργία.

*Φλόκα Α.Ε.- Η γνωστή ιστορική επιχείρηση που μετά από αρχικά επιτυχημένη πορεία, έφθασε σε οικονομικό αδιέξοδο. Από το 1990 που εφέχεται από τον όμιλο GOODY'S εξυγιάνθηκε και αναδιοργανώθηκε ριζικά. Παράγει προϊόντα ζαχαροπλαστικής, παρέχει υπηρεσίες catering για δεξιώσεις μέσω του Flocac Club Service και τέλος έχει την εκμετάλλευση του σήματος Φλόκα. Η διοίκηση του ομίλου προχωρεί σε περαιτέρω αναδιάρθρωση του αντικειμένου της εταιρείας, βασικοί μοχλοί για την οποία είναι τυποποίηση και παραγωγή επώνυμων ειδών (παχυτό, σκεοδάτα), που ταιριάζουν περισσότερο στη φιλοσοφία του ομίλου, και η τροφοδοσία της νέας εταιρείας Flocacafé, που ήδη εκκινείσθηκε.

Τα εστιατόρια GOODY'S, από τα οποία ξεκίνησε ο όμιλος, αποτελούν σήμερα την κύρια δύναμη του και την σημαντικότερη δραστηριότητα του. Το πρώτο εστιατόριο άρχισε να λειτουργεί το 1975 στη Θεσσαλονίκη

Εκτοτε, η ανάπτυξη του δικτύου των εστιατορίων ήταν ραγδαία, χάρη στην πρωτοποριακή για την Ελλάδα εφαρμογή του συστήματος franchising από την GOODY'S. Η εξέλιξη του αριθμού των εστιατορίων και του συνολικού κύκλου εργασιών του δικτύου, παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί:

ΕΞΕΛΙΞΗ ΔΙΚΤΥΟΥ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ GOODY'S

	1989	1990	1991	1992	1993
Αριθμός Εστιατορίων	36	41	52	63	75
Συνολικές Πωλήσεις (Ποσά σε δις δρχ.)	3.6	6.0	8.7	11.7	17.7

Το 1993, από τα 75 εστιατόρια εξυπηρετήθηκαν 25 εκατομμύρια άτομα, ενώ πραγματοποιήθηκαν συνολικές θηλικές πωλήσεις ύψους 17.7 δις δρχ. Η συνολική επιφάνεια του χώρου των καταστημάτων φθάνει τα 20.000 m².

Το δίκτυο καλύπτει ολόκληρη την Ελλάδα. Υπάρχουν 31 εστιατόρια στην Αθήνα, 21 στη Θεσ/νίκη και άλλα 27 σε 26 επαρχιακές πόλεις, σε όλη την χώρα. Η επιλογή των θέσεων των εστιατορίων ξεκίνησε με την φιλοσοφία μονιμότερης επαφής με τους πελάτες και το δίκτυο αναπτύχθηκε αρκετά σε συνοικίες και πανηθηστηριακές περιοχές της Αθήνας και της Θεσ/νίκης και σε επιλεγμένες επαρχιακές πόλεις.

Παράλληλα μετά την είσοδο νέων ξένων ανταγωνιστών στο κλάδο, δόθηκε έμφαση στη δημιουργία αναβαθισμένων καταστημάτων σε επίκαιρα σημεία με εντυπωσιακά αποτελέσματα. Επίσης μεγάλη επιτυχία είχε και το πρώτο εστιατόριο σε εθνική οδό, στον Ισθμό της Κορίνθου.

Το κοινό στο οποίο απευθύνονται τα εστιατόρια του δικτύου είναι τόσο οι νέοι όσο και οι μεγαλύτερες ηλικίες. Στόχος του δικτύου είναι η παροχή ποιοτικών, υγιεινών προϊόντων, με χρήσιμη εξυπηρέτηση, σε ένα

καθρό και ευχάριστο περιβάλλον. Η φιλοσοφία που διέπει τα εστιατόρια GOODY'S και τα διαφοροποιεί από άλλες αλυσίδες είναι η έμφαση στην ποιότητα φαγητού και υπηρεσιών (βασικό σλόγκαν το " χρήγορα ναι, πρόχειρα όχι"). Προβάλλεται η εικόνα εστιατορίου χρήγορης εξυπηρέτησης, που συνδυάζει εστιατόριο και χρήγορο φαγητό. Έτσι σε αντίθεση με τα ανταγωνιστικά τους καταστήματα χρήγορου φαγητού, τα εστιατόρια GOODY'S παρέχουν μεγαλύτερη επιλογή φαγητού, σερβίρουν και σε πιάτο, χρησιμοποιούν μεταλλικά μαχαιροπήρουνα κ.λ.π.

Η διαφημιστική υποστήριξη του σήματος GOODY'S, τόσο από την τηλεόραση, όσο και από άλλα μέσα, είναι σημαντική για τα δεδομένα του κλάδου. Η διαφημιστική δαπάνη Ιανουαρίου-Ιουνίου 1994 έφθασε σε 97.191.000 δραχ! Παράλληλα, πραγματοποιούνται ενέργειες προβολής, σε πανελλήνια βάση ή κατά κατάστημα, ανάλογα με τις ανάγκες. Στο πλαίσιο της πολιτικής επικοινωνίας της εταιρείας εντάσσονται επίσης η δημιουργία του παιδικού προγράμματος Junior Club (14.000 μέλη τον πρώτο χρόνο), χορηγίες αθλητικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων, καθώς και πρωτοβουλίες κοινωνικής ευαισθησίας με ειδικές καμπάνιες προβολής κοινωνικών μηνυμάτων.

Τα νέα καταστήματα Flocafé βσιίζονται στον συνδυασμό παροχής ιταλικού τύπου καφέ, αμερικάνικου τύπου παχτού και γαλλικού τύπου σάντουιτς, ενώ προσφέρουν και περιορισμένο κατάλογο γλυκών και σνακς. Αναμένεται ότι θα αντικαταστήσουν πολλά από τα καταστήματα Φλόκα. Ηδη από τον Δεκέμβριο του 1993 το μεγαλύτερο κατάστημα Φλόκα στην Α. Κηφισίας στην Αθήνα, μετατράπει σε σύνθετο κατάστημα GOODY'S-Flocafé με πολύ ικανοποιητικά αποτελέσματα.

Η μητρική εταιρεία δεν έχει η ίδια παραγωγική δραστηριότητα, ασκεί όμως το συντονισμό στην παραγωγή των υπόλοιπων εταιρειών του ομίλου, οι οποίες παράγουν τα προϊόντα τους σε τρία εργοστάσια με

GOODY'S 50%
HAMBBO 20%
WENDY'S 15%
MC DONALDS 10%
ΛΟΙΠΟΙ 5%

Πηγή: Εκτιμήσεις αγοράς

ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΔΑΠΑΝΗ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - ΙΟΥΝΙΟΥ 1994

GOODY'S 97.191.000 δρχ.

HAMBBO 14.380.000 δρχ.

MC DONALDS 92.864.000 δρχ.

WENDY'S 30.488.000 δρχ.

Πηγή: Media services

μηχανήματα τελευταίας τεχνολογίας.

Οι εταιρείες του ομίλου απασχολούν άμεσα 400 άτομα, στα οποία προστίθενται και επαρχιακοί υπάλληλοι στα εργοστάσια και την τροφοδοσία catering για την κάλυψη έκτακτων αναγκών (ιδίως κατά τους θερρινούς μήνες). ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ 1989-1993

Η παρατηρούμενη κατά το 1991 διόγκωση του προσωπικού οφείλεται στο ότι, ο όμιλος εκείνη την χρονιά, είχε αναλάβει τη σίτιση 4.000 ατόμων που έλαβαν μέρος στους Μεσογειακούς Αγώνες που πραγματοποιήθηκαν στην Αθήνα. Επισημαίνεται ότι η κοινωνική προσφορά του ομίλου στον τομέα της εργασίας είναι πολλαπλή: ο αριθμός των εργαζομένων που απασχολούνται άμεσα στις εταιρείες του ομίλου. Τα καταστήματα GOODY'S και Φλόκα απασχολούσαν στο τέλος του 1993 περίπου 2.000 άτομα, ενώ υπολογίζεται ότι κάθε χρόνο ο όμιλος συμβάλλει στην δημιουργία 300-400 νέων θέσεων εργασίας.

Οι εργασιακές σχέσεις είναι άριστες. Αναγνωρίζοντας την σημασία του ανθρώπινου παράγοντα στην παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας, ο όμιλος δίνει σημασία στην ανάπτυξη δεσμών προσωπικής επικοινωνίας, συνεργασίας και φιλίας με όλους τους ανθρώπους του ομίλου. Στο πλαίσιο αυτό ο όμιλος πραγματοποιεί ετήσια συνέδρια των ανα την Ελλάδα δικαιούχων, οργανώνει τακτικές και έκτακτες εκδηλώσεις (π.χ. αθλητικούς αγώνες) για το προσωπικό. Ακόμα εκδίδει τριμηνιαίο περιοδικό, το Good News, που απευθύνεται στο προσωπικό του ομίλου και των καταστημάτων και ειδικό ένθετο πληροφοριακό έντυπο με τίτλο "Όμιλος GOODY'S" για συνεργάτες και τρίτους. Η συνεχής βελτίωση του ανθρώπινου δυναμικού είναι μόνιμος στόχος του ομίλου. Το προσωπικό των νέων καταστημάτων και, περιοδικά, όλοι οι εργαζόμενοι εκπαιδεύονται στην εκπαιδευτική κουζίνα του ομίλου και τα πρότυπα εκπαιδευτικά καταστήματα.

Πραγματοποιούνται, σε ετήσια βάση, εσωτερικά σεμινάρια για

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ 1989 1990 1991 1992 1993

Goody's A.E.

Διοικητικό Προσωπικό 25 41 44 50 50

Hellenic Catering

Διοικητικό Προσωπικό 25 30 32 39 40

Παραγωγικό Προσωπικό 30 35 38 62 47

Εχρο

Διοικητικό Προσωπικό 5 7 9 9 22

Παραγωγικό Προσωπικό 14 13 13 13 8

Intertaste

Διοικητικό Προσωπικό 8 9 11 10 42

Παραγωγικό Προσωπικό 37 60 212 80 56

Φλόκα

Διοικητικό Προσωπικό 23 25 24 24 21

Παραγωγικό Προσωπικό 99 62 180 96 114

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ 1989 1990 1991 1992 1993

Όμιλος Goody's

Διοικητικό Προσωπικό 86 112 120 132 175

Παραγωγικό Προσωπικό 180 170 443 251 225

Σύνολο 266 282 563 383 400

επιμόρφωση στις εσωτερικές διαδικασίες και προβλήματα της αλυσίδας.

Ακόμα εφαρμόζονται εκπαιδευτικά προγράμματα Ε.Ο.Κ.-Ο.Α.Ε.Δ. για στελέχη του ομίλου, καθώς και για στελέχη και εργαζομένους των καταστημάτων. Στο πλαίσιο των προγραμμάτων αυτών, το 1993 εκπαιδεύθηκαν 273 άτομα σε συνολικά 800 ώρες εκπαίδευσης, ο δε συνολικός προϋπολογισμός ανήλθε σε 182 εκατ. δρχ. Σημειώνεται τέλος ότι ο όμιλος συμμετέχει και στο ευρωπαϊκό πρόγραμμα επιμόρφωσης FORCE, που αφορά τις πρότυπες μορφές κατάρτισης στον τομέα του επισιτισμού.

Επισημαίνεται η έντονη δραστηριότητα του ομίλου με πρωτοβουλίες κοινωνικής ευαισθησίας, με κύριους άξονες το περιβάλλον, το παιδί και τον αθλητισμό. Αναφέρεται χαρακτηριστικά η χρηματοδότηση πολιτιστικών και αθλητικών εκδηλώσεων για παιδιά, η οικονομική ενίσχυση φιλανθρωπικών ιδρυμάτων (πρόγραμμα υιοθεσίας σε συνεργασία με τα Παιδικά Χωριά S.O.S.) και οργάνωση εκδηλώσεων, με στόχο την εξεύρεση πόρων για κοινωνικές σκοπούς. Στον τομέα προστασίας του περιβάλλοντος ο όμιλος ήταν ο πρώτος που αντικατέστησε την π्लाστική συσκευασία με ανακυκλωμένο χαρτί. Ευαισθητοποίησε τον καταναλωτή στα θέματα του περιβάλλοντος (πρόσφατες καμπάνιες: "Εξοικονόμηση Νερού" και "της ακτής και της ντροπής").

Η έντονη στροφή προς τα εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης, που ξεκίνησε τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται κυρίως στις νεότερες ηλικίες. Η προβολή και διαφήμιση της παρουσίας ξένων αλυσίδων στη χώρα μας αυξάνει την ζήτηση.

Παράλληλα η μείωση του ελεύθερου χρόνου σε πολλές κατηγορίες εργαζομένων, οδηγούν τις μεγαλύτερες ηλικίες να αναζητήσουν καλό και γρήγορο φαγητό σε ανταγωνιστικές τιμές. Το μέγεθος της αγοράς γρήγορου φαγητού περιλαμβάνει και τους παραδοσιακούς τύπους

καταστημάτων (τοστ, σουβλάκι), εκτιμάται ότι είναι της τάξης των 100δισ δρχ. Ειδικότερα, ο εκτιμώμενος τζίρος των οργανομένων αθυσίδων υπολογίζεται ότι κατέχει περίπου το 30% της συνολικής αγοράς χρήχουρου φαγητού, με συνεχείς αυξητικές τάσεις. Η αγορά των οργανομένων αθυσίδων εκτιμάται ότι αυξήθηκε, από 23δισ. το 1992 σε 32δισ το 1993 (αύξηση κατά ποσοστό 39%) και προβλέπεται να αυξηθεί με ένα ρυθμό της τάξης του 30% ετησίως για την πενταετία 1994-1998.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1980 υπήρξε έξαρση δημιουργίας υπεράριθμων μικρών μονάδων χρήχουρου φαγητού, οι περισσότερες από τις οποίες όμως παρείχαν προϊόντα και υπηρεσίες χαμηλής ποιότητας. Αρχότερα ο κλάδος σταθεροποιήθηκε και η GOODY'S που είχε ήδη ξεχωρίσει, παρέμεινε η μεγαλύτερη αθυσίδα και ουσιαστικά διαμόρφωσε την ελληνική αγορά, ενώ η είσοδος των πολυεθνικών αθυσίδων άρχισε σχετικά πρόσφατα. Η εταιρεία εκτιμά ότι ωφεληθήκε από την είσοδο ξένων αθυσίδων, οι οποίες συντέλεσαν στην ταχύτερη ανάπτυξη της αγοράς. Η παρουσία τους βοήθησε την εταιρεία να επιταχύνει την επέκταση της και να βελτιώσει την ποιότητα των υπηρεσιών και προϊόντων της, ενώ της έδωσαν την ευκαιρία να καταστήσει πιο εμφανή τη διαφοροποίηση της.

Οι σημαντικότερες οργανωμένες αθυσίδες που λειτουργούν σήμερα στην Ελλάδα εκτός από την GOODY'S είναι:

- McDonalds(αμερικάνικη)
- Wendy's(αμερικάνικη)
- Hambo(ελληνική)

Το 1993 προστέθηκαν στον κλάδο 28 νέα καταστήματα-εκ των οποίων 12 GOODY'S- και ο συνολικός αριθμός έφθασε τα 135-εκ των οποίων 75 GOODY'S. Το δίκτυο GOODY'S με το 55% των καταστημάτων κατείχε περίπου το 50% των συνολικών πωλήσεων του κλάδου το 1993.

Σημειώνεται ακόμα ότι στην Ευρωπαϊκή αγορά εστιατορίων χρήστης εξυπηρέτησης η GOODY'S κατείχε την έκτη θέση σε κύκλο εργασιών, όπως προκύπτει από πρόσφατη κλαδική μέτρηση του έγκυρου γαλλικού περιοδικού Neo Restauration Magazine (τεύχος 282, 4 Μαρτίου 1994). Σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία, αν εξαιρεθούν οι αμερικάνικες αλυσίδες, η GOODY'S είναι η τρίτη μεγαλύτερη ευρωπαϊκή αλυσίδα μετά την βελγική Quick και την ιταλική Burghy.

Οι ισολογισμοί της εταιρείας GOODY'S για την περίοδο 1989-1993 παρατίθενται στα συνημμένα παραρτήματα και παρουσιάζονται συνοπτικά στον παρακάτω πίνακα 1.

Οι χρηματοοικονομικοί δείκτες του ακόλουθου πίνακα 2 επιβεβαιώνουν την ισχυρή κεφαλαιακά συγκρότηση και την δυναμική εξέλιξη της GOODY'S. Αλλά και οι δείκτες(πίνακας 3) συγκετρωτικά του ομίλου δείχνουν ότι ο όμιλος είναι απόλυτα υγιής και ισχυροποιείται συνεχώς.

Οι προοπτικές για τα επόμενα χρόνια είναι ιδιαίτερα θετικές. Η αγορά χρήστης φαγητού αναμένεται να συνεχίσει να παρουσιάζει σημαντική ανάπτυξη χάρη στην αλλαγή των καταναλωτικών συνηθειών. Προκειμένου ο όμιλος να αξιοποιήσει τις δυνατότητες που διαγράφονται στους επιμέρους τομείς δραστηριότητας του, προβαίνει ήδη στη μελέτη και βαθμιαία στην υλοποίηση αποφάσεων στρατηγικής σημασίας:

-Η GOODY'S θα συνεχίσει με εντατικούς ρυθμούς και τα επόμενα χρόνια τη δημιουργία νέων εστιατορίων, προκειμένου να ολοκληρώσει την ανάπτυξη της στον ελληνικό χώρο. Προβλέπεται να λειτουργήσουν τουλάχιστον 20 νέα εστιατόρια στα χρόνια 1995-1997. εκτιμάται ότι τα μισά από αυτά θα ιδρυθούν στην Αθήνα και τα υπόλοιπα σε άλλες πόλεις. Μετά την μεγάλη επιτυχία του πρώτου εστιατορίου στον Ισθμό της Κορίνθου προγραμματίζεται εξάλλου και η δημιουργία καταστημάτων κατά μήκος των μεγάλων εθνικών οδών.

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ GOODY'S

1						
2	(Ποσά σε εκατ. δρχ.)	1989	1990	1991	1992	1993
3	Εξόδα εκκατάστης		0	0	0	1
4	Πάγια	17	38	57	99	137
5	Αποσβέσεις Παγίων	7	11	18	35	54
6	Καθολά Πάγια	10	27	39	64	82
7	Συμμετοχές	65	81	124	933	1.251
8	Μακροπρόθεσμες απαιτ.	3	2	2	5	6
9	Απαιτήσεις	16	91	150	305	348
10	Διαθέσιμα	2	21	4	380	419
11	Μεταβατικοί Λογχο.	0	0	2	7	6
12	Σύνολο Ενεργητικού	97	222	321	1695	2112
13	Μετοχικό Κεφάλαιο	32	32	32	68	68
14	Αποθεματικά Υπέρ το Αρ	0	0	0	952	952
15	Αναγρσορ-Επιχορ.	2	2	2	2	114
16	Αποθεματικά & Κέρδη ε.ε	9	45	69	271	550
17	Σύνολο Ιδίων Κεφαλα	43	79	103	1.239	1.683
18	Βραχυπρόθεσμα Δάνεια	0	0	3	0	0
19	Άλλες Βραχυπρ Υποχρ.	54	142	214	389	402
20	Σύνολο Υποχρεώσεων	54	142	217	389	402
21	Γροβρέψεις & Μεταβ. Λογ.	0	1	0	13	27
22						
23						
24						
25						
26						
27						
28						
29						
30						
31						
32						
33						
34						
35						
36						

Πίνακας 1
Πηγή: Ισολογισμοί Goody's

A

B

C

D

E

F

ΔΕΙΚΤΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ GOODY'S

	1989	1990	1991	1992	1993
ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ		1.13	0.71	0.87	0.44
ΑΥΞΗΣΗ ΚΕΡΔΩΝ ΠΡΟ Φ.		3.17	0.34	2.08	0.31
ΜΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘ. ΚΕΡΔΟΥΣ	0.87	0.89	0.89	0.9	0.89
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤ.	0.33	0.79	0.71	1.76	1.91
ΞΕΝΑ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦ.	1.25	1.79	2.12	0.3	0.24
ΑΠΟΔΟΤ. ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ		1.74	1.56	0.65	0.4
ΑΠΟΔ. ΣΥΝΟΛΟΥ ΕΝΕΡΓ.		0.65	0.52	0.43	0.31

Πίνακας 2

ΔΕΙΚΤΕΣ ΟΜΙΛΟΥ GOODY'S

	1989	1990	1991	1992	1993
ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ			0.37	0.4	0.27
ΑΥΞΗΣΗ ΚΕΡΔΩΝ ΠΡΟ Φ.			0.72	0.61	0.29
ΜΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘ. ΚΕΡΔΟΥΣ	0.28	0.29	0.29	0.31	0.3
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΡΕΥΣΤ.	1.33	0.83	1.09	1.42	1.74
ΞΕΝΑ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦ.	0.8	2.1	1.4	0.9	0.7
ΑΠΟΔΟΤ. ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ			0.835	0.715	0.57
ΑΠΟΔ. ΣΥΝΟΛΟΥ ΕΝΕΡΓ.			0.357	0.331	0.341

Πίνακας 3

-Πρωθείται η ανάπτυξη σε αλυσίδα των νέων καταστημάτων Flocafé. Η δημιουργία αλυσίδας Flocafé αναμένεται να δημιουργήσει νέο χώρο στην αγορά, στον οποίο ο όμιλος θα διεκδικήσει κυρίαρχη θέση. Προλέπεται ότι από το 1995 έως το 1999 θα υπάρχουν 35 περίπου καταστήματα Flocafé(8 από μετατροπή ζαχαροπλασטיών Φλόκα και 27 νέα καταστήματα).

-Δρομολογείται η επέκταση των GOODY'S στο εξωτερικό. στο χώρο των Βαλκανίων έχουν ήδη ξεκινήσει οι απαιτούμενες έρευνες για την λειτουργία σειράς καταστημάτων στη Βουλγαρία, ενώ μελετάται η επέκταση στην Κύπρο. Ακόμα γίνονται έρευνες αγοράς και διερευνάται η δυνατότητα επέκτασης σε άλλες γειτονικές χώρες.

-Στη φάση της μελέτης βρίσκονται και σχέδια για την δημιουργία και άλλων αλυσίδων καταστημάτων πώλησης φαγητών και συναφών ειδών. Μελετάται συγκεκριμένα ένας τύπος αλυσίδας με φαγητό για κατανάλωση στο σπίτι.

-Υπάρχουν τέσσες προγραμματιζόμενες επενδύσεις για τον έλεγχο νέων και υφιστάμενων καταστημάτων του δικτύου, με απευθείας συμμετοχή της εταιρείας στην εκμετάλλευση τους και στην απόκτηση της ιδιοκτησίας ακινήτων όπου είναι εγκατεστημένα ή πρόκειται να εγκατασταθούν καταστήματα της αλυσίδας, στις περιπτώσεις που αυτό κρίνεται αναγκαίο ή αποτελεί επικερδή επένδυση. Σχεδιάζεται ακόμη η απόκτηση ιδιόκτητων γραφείων της εταιρείας GOODY'S. Το επενδυτικό πρόγραμμα στον τομέα αυτό για την επόμενη τετραετία ανέρχεται σε 1.5 δισ. δρχ.

Σημειώνεται εξάλλου ότι μέσω του προγράμματος ανάπτυξης των καταστημάτων GOODY'S και Flocafé θα δημιουργηθούν στην ερχόμενη

Τετραετία περίπου 2.500 νέες θέσεις εργασίας.

Το ότι βρίσκεται σήμερα ο όμιλος GOODY'S σε πολύ καλό επίπεδο όχι μόνο για τα ελληνικά, αλλά και για τα ευρωπαϊκά δεδομένα, δεν είναι κάτι τυχαίο. Στην αρχή και πριν από 20 χρόνια, το 1975 άρχισε να λειτουργεί το πρώτο ιδιόκτητο καταστημα όταν η εταιρεία GOODY'S άρχισε να παρέχει άδεια δικαιόχρησης σε λίγους δικαιοδόχους. Η εφαρμογή του συστήματος franchise τότε ήταν πολύ δύσκολη και για τους εξής κυρίως λόγους:

α. Η εταιρεία δεν είχε πλήρως ανεπτυγμένο και τυποποιημένο το πακέτο δικαιόχρησης(συμβόλαιο, εκπαιδευτικό πρόγραμμα κ.λπ.)

β. Οι δικαιοδόχοι δεν είχαν καμία απολύτως γνώση του τι είναι franchising. Αποτέλεσμα ήταν να μην τηρούν ενιαίο τρόπο λειτουργίας των καταστημάτων και να μην αναπτύσσουν δημιουργική πρωτοβουλία μέσα στα πλαίσια της αλυσίδας επειδή τα περίμεναν όλα από τον δικαιοπόροχο.

γ. Τέλος ο καθορισμός από το Υπουργείο Εμπορίου των τιμών πώλησης των προϊόντων προς τον τελικό καταναλωτή, υποχρέωνε την αλυσίδα να προσφέρει υψηλή ποιότητα και υπηρεσίες εις βάρος του λογικού επιχειρηματικού κέρδους.

Αργότερα και με την ίδρυση διαφόρων νέων καταστημάτων GOODY'S το σύστημα franchising άρχισε να λειτουργεί όλο και σε σωστότερη βάση με συνέπεια να φαίνονται πιο ξεκάθαρα τα αποτελέσματα του. Η βελτίωση αυτή οφειλόταν κυρίως στη σωστή προσσέχχιση που έδειξαν οι ιδρυτες της GOODY'S ως προς την ανάπτυξη της επιχείρησης. Παραγωγικές επενδύσεις και επανεπενδύσεις με στόχο το λογικό κέρδος στη διάρκεια μέσα από ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών, ήταν κάτι που βόηθησε σημαντικά. Σήμερα η GOODY'S δέχεται πάρα πολλές προτάσεις για συνεργασία-δικαιόχρηση, από τις οποίες μόνο ένα ποσοστό περίπου 10% φτάνει σε τελική συμφωνία.

Ο δικαιούχος του καταστήματος στην Πάτρα είναι πολύ ευχαριστημένος με την συνεργασία του με τον όμιλο GOODY'S. Έχει να παρατηρήσει μόνο θετικά σχετικά με το franchising. Δίνει ένα ποσοστό επί των πωλήσεων 4% στον δικαιούχο. Το κατάστημα του έχει το δικό του management, ενώ ο δικαιούχος επεμβαίνει σε θέματα που αφορούν την εκπαίδευση του προσωπικού και την παραγωγή νέων προϊόντων και λειτουργεί ελεγκτικά.

Οι στόχοι της GOODY'S για το 1996, σύμφωνα με δηλώσεις των ίδιων των στελεχών της, είναι 100 εστιατόρια, 60.000.000 πελάτες και ο τζίρος των 25 δις δρχ. Μερικές φορές τα νούμερα είναι αρκετά για να δηλώσουν την επιτυχία.

GOODY'S A.E.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
 ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1991
 6η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (01.01.91 - 31.12.1991) Μ.Α.Ε. 9175/62/Β/86/1009

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

	ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΣΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 1991			ΠΟΣΑ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 1990		
	Αξία κτήσεως	Αποβέσεις	Αναπ. αξία	Αξία κτήσεως	Αποβέσεις	Αναπ. αξία
Β. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ						
1. Εξόδα ιδρύσεως						
& πρώτης εγκατάστασης				7 966 711	7 966 711	
4. Άλλα εξόδα εγκαταστάσεως	555 900	105 013	450 887			
	<u>555 900</u>	<u>105 013</u>	<u>450 887</u>	<u>7 966 711</u>	<u>7 966 711</u>	
Γ. ΠΑΠΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
II. Ενσώρευση αναπροσαρμογής						
3. Κτίρια και τεχνικά έργα	7 092 462	797 895	6 294 567			
4. Μηχανήματα - τεχν. εργαλεία						
& λοιπός μηχ. εξοπλ.	1 057 068	744 346	312 722	1 057 068	554 724	472 344
5. Μεταφορικά μέσα	2 052 400	1 415 195	666 805	3 326 650	1 636 727	1 667 923
6. Έπιπλα & λοιπός εξοπλ.	46 598 541	14 937 578	31 660 963	28 187 317	8 607 320	19 579 997
7. Ακίνητος υπό εκτίμηση						
+ προκαταβολές				5 462 930		5 462 930
	<u>56 230 011</u>	<u>17 895 014</u>	<u>38 934 997</u>	<u>36 033 965</u>	<u>10 650 771</u>	<u>27 183 194</u>
Σύνολο ακινήτων (ΓII)	<u>63 830 111</u>	<u>17 895 014</u>	<u>38 934 997</u>	<u>36 033 965</u>	<u>10 650 771</u>	<u>27 183 194</u>
III. Συμμετοχές και άλλες μακροπρόθεσμες χρηματοοικονομικές απαιτήσεις						
1. Συμμετοχές σε συνδεδεμένες επιχειρήσεις			123 751 666			61 494 501
7. Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις			2 294 782			1 836 742
			<u>126 046 448</u>			<u>63 331 243</u>
Σύνολο παύσα ενεργητικού (ΓIII)			<u>126 046 448</u>			<u>110 514 437</u>
Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ						
III. Αποθήκες						
1. Πόσιτες			84 629 148			49 512 643
11. Χρεώσεις διάφορα			<u>65 144 029</u>			<u>41 842 360</u>
			<u>149 773 176</u>			<u>91 355 003</u>
IV. Διθέσιμα						
1. Ταμεία			1 087 372			7 992 400
3. Καταθέσεις οφειλών			<u>2 895 057</u>			<u>16 634 318</u>
			<u>3 982 429</u>			<u>20 626 718</u>
Σύνολο κυκλοφορούν ενεργητικού (ΔI+ΔII)			<u>153 966 197</u>			<u>111 981 721</u>
Ε. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ						
1. Εξόδα εποχικών χρήσεων			1 514 191			66 205
			<u>1 514 191</u>			<u>66 205</u>
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (Ε+Γ+Δ+Ε)			<u>320 712 740</u>			<u>222 562 363</u>
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΧΡΕΔΕΤΙΚΟΙ						
2. Χρεωστικοί λογαριασμοί εγγυήσεων και εμπόρων των ασφαλείων			24 965 410			16 040 264
			<u>24 965 410</u>			<u>16 040 264</u>

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

	ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΣΜ.	ΠΟΣΑ ΠΡΟΗΓ.
	ΧΡΗΣΕΩΣ 1991	ΧΡΗΣΕΩΣ 1990
A. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ		
I. Μετοχικό κεφάλαιο		
(3 200 μετ. των 10 000 δρχ.)		
1. Καταβλημένο	<u>32 000 000</u>	<u>32 000 000</u>
	<u>32 000 000</u>	<u>32 000 000</u>
III. Διαφορές αναπροσαρμογής		
1. Διαφορές από αναπροσαρμογή αξίας συμμετοχών και χρεογράφων	<u>1 950 000</u>	<u>1 950 000</u>
	<u>1 950 000</u>	<u>1 950 000</u>
IV. Αποθεματικά κεφάλαια		
1. Τακτικό αποθεματικό	10 656 667	7 766 060
3. Ειδικό αποθεματικό ν.δ. 328/1974	11 112	11 112
5. Απορρογ. αποθ. ν.δ. 34/1968	<u>7 696 865</u>	
	<u>18 378 444</u>	<u>7 777 162</u>
V. Αποτελέσματα εις νέο		
Υπόλοιπο κερδών χρήσεως εις νέο	<u>50 178 053</u>	<u>37 351 568</u>
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων (ΑI+ΑII+ΑIV+AV)	<u>102 512 457</u>	<u>79 088 730</u>
Γ. Υπερκεφάλαια		
II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
1. Προμηθευτές	17 310 153	36 558 960
2. Γραμμάτια πληρωτέα	2 689 529	1 361 061
2α. Επιταγές πληρωτέες	11 512 678	925 164
3. Τράπεζες & βραχυπρόθεσμων υποχρ.	3 255 540	
5. Υποχρεώσεις από φόρους τόκων	47 366 989	59 273 912
6. Αποφασιστικά εργασιολογία	6 354 319	4 352 268
10. Μερίσματα πληρωτέα	102 400 000	37 000 000
11. Λοιπές διάφορα	<u>28 237 475</u>	<u>2 451 248</u>
	<u>219 716 273</u>	<u>141 953 633</u>
Σύνολο υποχρεώσεων (ΓII)	<u>219 716 273</u>	<u>141 953 633</u>
Δ. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ		
2. Εξόδα χρήσεων διακείμενα	483 970	1 520 000
	<u>483 970</u>	<u>1 520 000</u>
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ (Α+Γ-Δ)	<u>320 712 740</u>	<u>222 562 363</u>
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ		
Πιστωτικοί λογαριασμοί εγγυήσεων και εμπόρων των ασφαλείων	<u>24 965 410</u>	<u>16 040 264</u>
	<u>24 965 410</u>	<u>16 040 264</u>

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ
31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1991 (01.01.1991 - 31.12.1991)

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ
31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1991 (01.01.1991 - 31.12.1991)

	ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 1991	ΠΟΣΑ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 1990
επιτέλεση εκμεταλλεύσεως		
- εργασιών (έσοδα υπηρεσιών)	316 019 282	201 961 177
Μειών: Κόστος παροχής υπηρεσιών	<u>33 656 456</u>	<u>21 399 563</u>
αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλλεύσεως	282 362 826	180 561 614
Πλέον: Άλλα έσοδα εκμεταλλεύσεως	<u>244 357 749</u>	<u>184 329 580</u>
ο	526 720 575	364 891 194
ΟΜ: 1. Έξοδα διοικητικής λειτουργίας	226 731 827	190 537 455
3. Έξοδα λειτουργίας διαβίαια	<u>174 253 431</u>	<u>132 695 314</u>
κ) Αποτελέσματα Εκμεταλλεύσεως	125 535 317	101 658 375
Η:		
1. Έσοδα συμμετοχών	17 702 513	13 565 076
3. Κέρδη πωλήσεως συμμεχών και χρεώγ.	8 135 165	
4. Πιστωτικά τόκοι και συναφή έσοδα		<u>47 000</u>
	25 837 678	13 612 076
ε		
Τοκoi τόκοι και συναφή έξοδα	2 745 174	<u>23 052 524</u>
Αποτέλεσμα (κέρδη) Εκμεταλλεύσεως	145 627 621	<u>163 411 411</u>
αποτελέσματα		
κ):		
- Έκτακτα και ανάγωνα έσοδα	1 031 473	154 649
- Έσοδα προηγούμενων χρήσεων	<u>115 615</u>	<u>5 191 233</u>
	1 147 088	5 345 882
λ):		
Έκτακτα και ανάγωνα έξοδα	2 061	1 155 533
Έκτακτα έξοδα	247 200	
Έξοδα προηγ. των χρήσεων	<u>126 531</u>	<u>773 245</u>
κ) και έκτακτα αποτελέσματα (κέρδη)	145 401 067	<u>1 231 830</u>
		<u>2 387 353</u>
		<u>2 559 686</u>
		145 580 078
αποβλέπων πάγιων στοιχείων	7 921 616	12 080 152
κ) από αυτές αναμένεται στα λοιπά έσοδα	<u>7 921 616</u>	<u>12 080 152</u>
Κ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (ΚΕΡΔΗ) ΧΡΗΣΕΩΣ προ φόρων	<u>141 479 451</u>	<u>106 029 926</u>

	ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜ. ΧΡΗΣ. 1991	ΠΟΣΑ ΠΡΟΗΓ. ΧΡΗΣ. 1990
Καθαρά αποτελέσματα (κέρδη) χρήσεως	141 479 451	106 029 926
Πλέον: Υπόλοιπα αποτίμων (κερδών)		
προηγούμενων χρήσεων	<u>37 351 568</u>	<u>6 332 236</u>
Σύνολο	178 831 019	112 362 162
Μειών: 1. Φόρος εισοδήματος	<u>15 655 654</u>	<u>32 709 098</u>
Κέρδη προς διάθεση	<u>163 175 335</u>	<u>79 653 064</u>
Η διάθεση των κερδών γίνεται ως εξής		
1. Τακτικό αποθεματικό	2 900 617	5 301 496
2. Πρώτο μέρισμα	49 517 808	37 000 000
3. Πρόβλεπο μέρισμα	52 882 192	
6. Απορ. το αποθεματικό ν.δ. 34.δ	7 698 685	
8. Υπόλοιπα κερδών εκ νέου	<u>50 176 053</u>	<u>37 351 568</u>
	<u>163 175 335</u>	<u>79 653 064</u>

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ & ΔΙΟΝΥΣΙΑΔΗΣ
ΙΩΑΝΝΗΣ Δ. ΔΙΟΝΥΣΙΑΔΗΣ
Α.Δ.Τ. Π. 101674

ΒΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, 27 ΜΑΡΤΙΟΥ 1992
Ο ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
ΖΑΦΕΙΡΗΣ Α. ΧΑΤΖΗΛΑΖΑΡΟΥ
Α.Δ.Τ. Μ. 432333

Η ΠΡΟΫΠΑΡΧΟΥΣΑ ΛΟΓΙΣΤΡΩΧ
ΠΕΛΑΓΙΑ Μ. ΡΟΥΜΕΛΙΟΠΟΥΛΟΥ
Α.Δ.Τ. Θ. 925532

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΟΡΚΩΤΟΥ ΕΛΕΓΚΤΗ

Προς τους κ.κ. Μετόχους της Ανώνυμης Εταιρείας «GOODY'S A.E. - ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ»

Είπα τον ανωτέρω ισολογισμό και τα σχετικά προσαρτήματα της 31ης Δεκεμβρίου 1991 της «GOODY'S A.E. - ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ» καθώς και τα λογιστικά αποτελέσματα των χρήσεων το διαθέσιμα αποτελέσματα για τη χρήση που ελήξε την προηγούμενη αυτή. Οι οικονομικές αυτές καταστάσεις συντάχθηκαν με ευνόητη της διακρίσεως της εταιρείας. Η διεύθυνση αυτή είναι να εκδοθούν γνηστές επί κερματικών αποδείξεων βασισμένοι στον έλεγχο που διενεργήσαμε. Έκτος από την περίπτωση που αναφέρεται στην επόμενη παράγραφο, ο έλεγχός μας έγινε σύμφωνα με το άρθρο 37 του Κ.Ν. 2190/1920 περί των Εταιρειών, το άρθρο 16 του Π.Δ. 226/1932 περί Συμμετοχών Ορισμένων Εισηγμένων και τα άρθρα 1 και 2 του Ελεγκτικού Προτύπου.

στη διάθεση μας το βιβλίο και στοιχεία που τηρεί η εταιρεία και μιας παραστήσεως οι πληροφορίες και απεικονίσεις που ζητήσαμε. Με βάση το ανωτέρω εγκύβλημα και τα στοιχεία τα ελεγκτικά στοιχεία διαθέσιμα έγιναν κατάλληλα, προκειμένου να εξετασθούν μέσα σε λογικό πείσμα, ότι οι οικονομικές καταστάσεις δεν περιέχουν ουσιώδη σφάλματα ή παραποιήσεις. Ο έλεγχος περιλάμβανε τη διεξαγωγή της εξέτασης επί των και στοιχείων καθώς και την αξιολόγηση των λογιστικών αρχών και των σημαντικών αποφάσεων της διακρίσεως βάσει των οποίων συντάσσονται οι οικονομικές καταστάσεις.

κατά - Συμμετοχές σε Συνδέσμιες Επιχειρήσεις περιλαμβανομένης και εποικια μερίδα εταιρειών, οι οποίες αποτελέστηκαν σύμφωνα με τη διάταξη του Κ.Ν. 2190/1920 στη συνολική χρημάτιση της μετοχής της εταιρείας και της τρέχουσας τυχής τους. Από τις συμμετοχές αυτές ποσό 43 εκατ. δρχ. αφορά μετοχές και εταιρικά μερίδια εταιρειών οι οποίες δεν ελέγχονται από Ορισμένους Ελεγκτές.

Με βάση την υπ' αριθμ. 205/1987 γνωμοδότηση των Κοινωνικών Συμβουλίων Διακρίσεως με την οποία ερμηνεύονται οι διατάξεις του άρθρου 42ε, παρ. 14, του 2190/20, κατά πάγια τακτική δεν σχηματίζονται πρόβλεψη για αποζημίωση του προσωπικού της λόγω ελλείψεως του από την υπηρεσία. Αν η εταιρεία σχηματίσει πρόβλεψη για αποζημίωσης που θα καταβληθούν κατά την αποχώρηση του προσωπικού της, το ποσό αυτό στις 31 Δεκεμβρίου 1992 θα ήταν περίπου 9 εκατ. δρχ. από το οποίο 2 εκατ. δρχ. θα εμπίπτει στην παρούσα χρήση.

Γνηστές, αφού λαμβάνω υπόψη οι παραπάνω παραστήσεις μας οι ανωτέρω οικονομικές καταστάσεις μαζί με το Προσαρτήματα απεικονίζουν ορθά και βάσει των λογιστικών αρχών που προβλέπονται από τον Κ.Ν. 2190, την οικονομική κατάσταση της εταιρείας κατά την 31η Δεκεμβρίου 1991, καθώς και τα αποτελέσματα χρήσεως που ελήξε την προηγούμενη αυτή. Επίσης, (β) η εταιρεία σύμφωνα από τα Ελληνικά Γενικά Λογιστικά Έξοδα δεν επιβλή, τροποποίηση της λογιστικής αρχής που εφαρμόστηκαν ως σχέση με αυτές της προηγούμενης χρήσεως, (γ) το περιεχόμενο της έκθεσως διακρίσεως του Κοινωνικού Συμβουλίου προς την Τακτική Έκθεση των Μετόχων συμφωνεί με τα στοιχεία των οικονομικών καταστάσεων, (δ) το Προσαρτήματα περιλαμβάνει τις πληροφορίες που προβλέπονται από την παράγραφο 1 του άρθρου 34 του Κ.Ν. 2190/1920, (ε) οι κ.κ. καταστάσεις προκύπτουν από το βιβλίο της εταιρείας.

ΒΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, 10 ΜΑΪΟΥ 1994
Ο ΟΡΚΩΤΟΣ ΕΛΕΓΚΤΗΣ
ΔΗΜ. ΚΡΥΤΣΙΔΑΚΗΣ
Α.Μ. ΣΟΕ 110912091
ΑΡΧΟΡΡ ΑΚΤΕΡΣΕΝ - Σ. ΠΑΝΤΖΟΥΡΟΥΚΙΣ & ΣΑ Ο.Ε.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ
31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1992 (01.01.1992 - 31.12.1992)

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ
31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1992 (01.01.1992 - 31.12.1992)

	ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 1992	ΠΟΣΑ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 1991
Εξοδα εκμεταλλεύσεως α) εργασιών (έσοδα υπηρεσιών) β) Κόστος παροχής υπηρεσιών	591 723 363 60 451 174	316 019 262 33 856 459
Αποτελέσματα(κέρδη)εκμεταλλεύσεως	531 242 209	282 162 826
α) Άλλα έσοδα εκμεταλλεύσεως	409 610 155 540 852 335	244 357 749 526 520 575
β) 1. Έσοδα διοικητικής λειτουργίας 2. Έσοδα λειτουργίας ερευνητικών-ανπτυ. 3. Έσοδα λειτουργίας διαθέσεως	325 502 022 324 335 275 197 130	226 731 627 - 174 253 431
Αποτελέσματα Εκμεταλλεύσεως	339 828 938	125 535 317
ΑΠΟΦΑΙΣΕΙΣ:		
1. Έσοδα συμμετοχών	69 478 168	17 702 513
3. Κέρδη πωλ. συμμετοχών και χρεωγ.	4 380 000	8 135 165
4. Φιλική ισοκ. και συν. έσοδα	33 633 207	-
	127 191 315	25 837 678
ΑΠΟΦΑΙΣΕΙΣ:		
3. Χρεωστ. Ισοκ. και συν. ισό. 991 κ.κ.β	581 438	2 745 174
Αποτελέσματα (κέρδη) Εκμεταλλεύσεως	126 208 652 486 038 635	2 745 174 148 527 821
ΑΠΟΦΑΙΣΕΙΣ:		
1. Έπιτοκο και ανάσχεση έσοδα	1 385 371	1 031 473
3. Έσοδα προηγ. χρήσεων	-	118 855
	1 385 371	1 150 328
ΑΠΟΦΑΙΣΕΙΣ:		
1. Έπιτοκο και ανάσχεση έσοδα	390 769	2 151
2. Έπιτοκο έπιτοκο	612 805	247 290
3. Έσοδα προηγ. χρον.	215 362	128 891
4. Πωλ. για επενδ. πωλ. κ.κ.β	5 782 903	378 042
α. έκ. αποτελ. (κέρδη)	11 221 839	773 246
	6 816 459 486 222 347	149 451 057
ΑΠΟΦΑΙΣΕΙΣ:		
Αποφασιστικά πόρων επενδύσεων	15 557 142	7 521 616
α. από αυτές ενδ. στο επί. καστ.	18 557 142	7 521 619
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (ΚΕΡΔΗ) ΧΡΗΣΕΩΣ προ εόρων	437 625 205	141 479 451

	ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜ. ΧΡΗΣΕΩΣ 1992	ΠΟΣΑ ΠΡΟΗΓ. ΧΡΗΣΕΩΣ 1991
Καθαρά αποτελέσματα (κέρδη) χρήσεως	437 625 205	141 479 451
Πλέον: Υπόλοιπα αποσπ. των (κέρδων) προηγ. χρήσεων	50 176 053	37 351 568
Μείον: Διαφορές φορολογικού ελέγχου προηγ. χρήσεων	1 611 451	-
Σύνολο	486 189 807	178 831 019
Μείον: 1. Φόρος εισοδήματος	116 626 458	15 655 664
Κέρδη προς διάθεση	<u>369 563 349</u>	<u>163 175 355</u>
Η διάθεση των κερδών γίνεται ως εξής:		
1. Τακτικό αποθεματικό	12 033 333	2 950 617
2. Πρώτο μέρισμα	95 348 068	49 517 658
3. Πρόθετο μέρισμα	1 166 432	52 652 192
6. Αγορά από τίτλο ν.δ.54/68	4 000 000	7 698 625
6α. Αποθεμ. από απόληση της φορολ. έσοδα	21 651 452	-
6β. Αποθεμ. από έσοδα φορολ. κατ' επί. τρόπο	2 557 629	-
7. Αμοιβές μελών διοικητικού συμβουλίου	20 250 030	-
8. Υπόλοιπα κερδών εις νέο	<u>212 274 205</u>	<u>50 176 053</u>
	<u>369 563 349</u>	<u>163 175 355</u>

ΒΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, 30 ΑΠΡΙΛΙΟΥ 1993
Ο ΠΡΕΣΒΥΤΕΡΟΣ ΔΙΟΙΚΗΤΗΣ
ΑΧΙΛΛΕΑΣ ΘΩΜΑΣ
Α.Δ.Τ. Α.43154

Ο ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
ΖΑΦΕΡΙΝΑ Α. ΚΑΤΖΗΛΑΖΑΡΟΥ
Α.Δ.Τ. Α.432153

Η ΠΡΟΤΑΞΗΝΗ ΔΙΣΤΗΡΙΟΥ
ΔΕΛΑΓΙΑ Μ. ΠΑΥΛΙΝΟΠΟΥΛΟΥ
Α.Δ.Τ. Θ.044132

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΟΡΚΩΤΟΥ ΕΛΕΓΚΤΗ

Προς τους κ.κ. Μετόχους της Ανώνυμης Εταιρείας «GOODY'S A.E. - ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ»

Την εντεύξει εισήγαγε και το σχετικό πρόσθετο της 31ης Δεκεμβρίου 1992 της «GOODY'S A.E. - ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ» καθώς και το λογαριασμό αποτελεσμάτων χρήσεως διαθέσεως αποτελεσμάτων για τη χρήση που είχε τη πραγματοποιήσει οι οικονομικές αυτές καταστάσεις συντάχθηκαν με ευθύνη της Διοικήσεως της εταιρείας. Η δική μας ευθύνη είναι να ελεγκσουμε την οικονομική κατάσταση των καταστάσεων βεβαιώνοντας στον Διοικητή που διενεργεί αυτές από τη περίπτωση που θεωρείται στην επίσημη παράγραφο 16 άρθρου 317 του Κ.Ν. Πρωτ. Ανεπίσημ. Εφαρμογών, το άρθρο 16 του Π.Δ. 2261/1992 περί Διοικητικών Εργασιών και τα άρθρα Εγκυκλιών Πρωτοβ. Υπουργείου στην διάθεση μας το βιβλίο και στοιχεία που τίθενται και μας ήταν οι πληροφορίες και αποτελέσματα που ήρθαν. Με βάση τα στοιχεία αυτά και τα αποτελέσματα της Διοικήσεως ενόψει διαδικασίας που κρίθηκε κατάλληλη, προκειμένου να εξασφαλιστεί μάλιστα και να επιβεβαιωθεί η οικονομική κατάσταση των περιόδων οικονομικών εφόσον η παραγωγή ή η εξαγωγή των ελεγχόμενων περιλαμβανόμενων ή λειτουργιών και την αποδοτική λειτουργία των επιχειρήσεων και των σημαντικών αποφάσεων της Διοικήσεως βάσει των οποίων συντάσσονται οι οικονομικές καταστάσεις. Ο λογαριασμός «Διαθέσεις σε Συνδεδεμένες Επιχειρήσεις» περιλαμβάνει μετοχές και εταιρικό μερίδιον, οι οποίες αποτελούν αντικείμενο με τη Διοίκηση του Κ.Ν. 2190/1920 στη συνολική αξία περίπου 14% μετοχών της εταιρείας και της πρόθεσης πωλ. τους. Από τις συμμετοχές αυτές ποσό 58 εκατ. δραχμών και εταιρικό μερίδιο εταιρείας οι οποίες δεν ελέγχονται από Οικονομικό Υπουργείο. Η εταιρεία με βάση την υπ' αριθμ. 205/1987 γνωμοδότηση των Μελών Συνεδρίου Διοικήσεως με την οποία ερμηνεύονται οι του άρθρου 421, παρ. 14, του Κ.Ν. 2190/1920, κατά πόσο τακτική δεν ερμηνεύεται παράλληλα με αποθεματικό του προσωπικού της λόγω έλλοιου του από την υπηρεσία. Στη εταιρεία υπάρχει πρόβλεψη για πωλ. που θα καταβληθούν κατά την αποδόση της του προσωπικού της με ποσό από 31 Δεκεμβρίου 1992 βεβαιώνονται 17 εκατ. δραχμών από το οποίο 2 εκατ. δραχμών θα επηρεάσει την παρούσα χρήση. Η εταιρεία τηρήσει της σχετικής διατάξεως που παρέχεται από το άρθρο 421 του Κ.Ν. 2190/1920, έτσι σύμφωνα με το άρθρο 98 του Κ.Ν. και ενδεδειγμένως, έλαβε από επενδυτικές αποφάσεις που εμφορούνται στο λογαριασμό (Ε.Σ.) «Αμοιβές μελών διοικήσεως». Από το ποσό αυτό 12 εκατ. δραχμών επηρεάζονται οι αποθέματα της χρήσεως 1992. Από τον ελεγχό μας δεν διαπιστώθηκαν περιπτώσεις εταιρειών αποθήκευσης. Καθ' η... ορού λ' έχουν από τη παρούσα παρατήρησή μας, οι οποίες οικονομικές καταστάσεις μαζί με τη Πρόσθετο από την ανωτέρω διαδικασία βάσει των λογιστικών αρχών που προβλέπονται από τον Κ.Ν. ... της οικονομικής κατάστασης της εταιρείας κατά την 31η Δεκεμβρίου 1992, καθώς και τα αποτελέσματα χρήσεως που είχε τη πραγματοποιήσει αυτή. Επίσης, (α) η εταιρεία ετήσιους από το Εθνικό Γενικό Λογιστικό (β) δεν επέβαλε τραπεζοκρατία στις λογιστικές αρχές που εφαρμόστηκαν σε σχέση με αυτές της προηγούμενης χρήσεως (γ) το περιεχόμενο της Ετήσιας Διαχειρίσεως του Διοικητικού Συμβουλίου προς την κοινή Συνέλευση των Μελών είναι σύμφωνα με τα στοιχεία των οικονομικών καταστάσεων, (δ) το Πρόσθετο περιλαμβάνει τις πληροφορίες που προβλέπονται από την παράγραφο 1 του άρθρου 421 του Κ.Ν. ... (ε) οι οικονομικές καταστάσεις η οποία περιλαμβάνει το βιβλίο της εταιρείας.

ΒΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, 10 ΜΑΪΟΥ 1994
Ο ΟΡΚΩΤΟΣ ΕΛΕΓΚΤΗΣ
ΣΗΜ. ΚΡΙΤΣΩΤΑΚΗΣ
Α.Ν. 106 110512091
ΑΡΧΗΡ. ΑΠΕΛΘΕΩΝ - Σ. ΠΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.

GOODY'S A.E.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1993 - 8η ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΧΡΗΣΗ (01.01.1993 - 31.12.1993) Μ.Α.Ε. 9175/62/Β,66/1009

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΣΜΕΝΗΣ
ΧΡΗΣΗΣ 1993

ΠΟΣΑ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗΣ
ΧΡΗΣΗΣ 1992

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΣΜ.
ΧΡΗΣ. 1993

ΠΟΣΑ ΠΡΟΗΓ.
ΧΡΗΣ. 1992

Αξία κτήσεως Αποσβέσεις Αντίση αξία Αξία κτήσεως Αποσβέσεις Αντίση αξία

Β. ΕΣΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ

4. Αδυναμία εξόφλησης απαιτήσεων	1.305.900	570.463	735.437	555.900	243.988	311.912
	<u>1.305.900</u>	<u>570.463</u>	<u>735.437</u>	<u>555.900</u>	<u>243.988</u>	<u>311.912</u>

Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

II. Ενσώματες ακινήτοποιησεις						
3. Κτίρια κατ' οικόπεδο (εγχα)	51.375.516	8.484.666	22.890.850	50.257.466	3.655.534	26.571.932
4. Μηχανοτεχνικές εγκαταστάσεις και λοιπός μηχανικός εξοπλισμός	1.057.068	925.930	58.136	1.057.068	699.117	157.951
5. Μεταφορικά μέσα	32.908.306	4.292.477	28.612.829	5.602.000	1.254.975	4.307.025
6. Επιπλα και λοιπός εξοπλ.	71.209.280	40.502.805	30.706.475	62.105.528	29.321.505	32.784.023
	<u>136.547.170</u>	<u>54.278.878</u>	<u>82.268.292</u>	<u>99.022.062</u>	<u>35.401.131</u>	<u>63.620.931</u>
Σύνολο Ακινήτοποιησεων(ΓII)	<u>136.547.170</u>	<u>54.278.878</u>	<u>82.268.292</u>	<u>99.022.062</u>	<u>35.401.131</u>	<u>63.620.931</u>

III. Συμμετοχές και άλλες μακροπρ. χρηματοοικονομ. απαιτήσεις

1. Συμμετοχές σε συνδεδεμένες επιχειρ.	1.251.066.573			933.159.573		
7. Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις	5.571.000			5.406.000		
	<u>1.256.637.573</u>			<u>938.565.573</u>		

Σύνολο πάγιου ενεργητικού (ΓII+ΓIII)

	<u>1.393.084.743</u>			<u>1.037.587.635</u>		
--	----------------------	--	--	----------------------	--	--

Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΩΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

II. Αποθέματα						
1. Τιμολογια	216.220.654			133.102.015		
3α. Επιτοχές πιστωτικές	41.557.146			29.741.487		
5. Βραχυπρόθεσμες απαιτήσεις κατά συνδεδεμένων επιχειρήσεων	-			11.500.000		
11. Χρεώστες διάφορα	50.380.647			134.405.441		
	<u>268.158.447</u>			<u>288.748.943</u>		

III. Χρεώματα

3. Λοιπά χρεώματα (προς: άμεσος κεφάλαιο)	358.187.663			328.580.325		
	<u>358.187.663</u>			<u>328.580.325</u>		

IV. Διαθέσιμα

1. Ταμείο	1.650.806			1.264.848		
3. Καταθέσεις όψεως και προθεσμίας	45.189.549			50.407.555		
	<u>46.840.355</u>			<u>51.672.403</u>		

Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού (ΔII+ΔIII+ΔIV)

	<u>267.186.465</u>			<u>268.961.671</u>		
--	--------------------	--	--	--------------------	--	--

Ε. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

1. Έξοδα σπογγικών χρεώσεων	1.435.147			3.106.337		
2. Έσοδα χρεώσεων σπογγικών	4.079.079			4.181.037		
	<u>5.514.226</u>			<u>7.287.374</u>		

ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (B+Γ+Δ+Ε)

	<u>2.112.341.993</u>			<u>1.694.786.461</u>		
--	----------------------	--	--	----------------------	--	--

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΧΡΕΩΣΤΙΚΟΥ

2. Χρεωστικοί λογαριασμοί συγγεμένων και συμπρόσμων ασφαλείων	41.746.000			45.926.000		
	<u>41.746.000</u>			<u>45.926.000</u>		

Α. ΤΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

I. Μεταρκικό κεφάλαιο (681.000 μετ. των 100 δρχ.)						
1. Καταβληθέντα	68.100.000			68.100.000		
	<u>68.100.000</u>			<u>68.100.000</u>		

II. Διαφορά από έκδοση μετοχών υπέρ το δέον

	951.574.998			951.574.998		
--	-------------	--	--	-------------	--	--

III. Διαφορές αναπροσαρμογής

1. Διαφορές από αναπροσ. αξίας μετοχών και χρεωστώνων	114.027.355			1.960.000		
	<u>114.027.355</u>			<u>1.960.000</u>		

IV. Αποθεματικά κεφάλαια

1. Τακτικό αποθεματικό	22.700.000			22.700.000		
3. Ειδικά αποθεματικά ν.δ.328.1574	2.639.070			11.112		
5. Αρραλόμενα αποθεματικά ειδικών διατάξεων νόμων	82.538.004			36.137.956		
	<u>114.877.074</u>			<u>58.849.068</u>		

V. Αποτελέσματα εις νέα ύψος κεφάλων χρεώσεων εις νέα

	554.246.668			212.274.229		
--	-------------	--	--	-------------	--	--

Σύνολο όλων κεφαλαίων (ΑI+ΑII+ΑIII+ΑIV+AV)

	<u>1.668.126.093</u>			<u>1.292.766.291</u>		
--	----------------------	--	--	----------------------	--	--

Β. ΠΡΟΒΛΕΨΩΣ ΓΙΑ ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΣΟΔΑ

2. Λοιπές προβλέψεις	21.852.619			9.782.903		
	<u>21.852.619</u>			<u>9.782.903</u>		

Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις						
1. Προμήθειες	37.540.389			26.950.713		

2. Γραμμάτια πληρωτέα	-			2.783.000		
-----------------------	---	--	--	-----------	--	--

2α. Επιτοχές πληρωτέες	222.843			11.638.652		
------------------------	---------	--	--	------------	--	--

5. Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη	162.565.804			178.091.604		
----------------------------------	-------------	--	--	-------------	--	--

6. Λογιστικοί οργανισμοί	10.643.750			8.445.333		
--------------------------	------------	--	--	-----------	--	--

10. Μερίσματα πληρωτέα	150.501.000			96.516.500		
------------------------	-------------	--	--	------------	--	--

11. Παπιωτές διαφορές	40.765.670			64.786.635		
-----------------------	------------	--	--	------------	--	--

	<u>402.339.456</u>			<u>389.210.437</u>		
--	--------------------	--	--	--------------------	--	--

Σύνολο υποχρεώσεων (ΓII)

	<u>402.339.456</u>			<u>389.210.437</u>		
--	--------------------	--	--	--------------------	--	--

Δ. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ

2. Έξοδα χρεώσεων δολικευμένα	4.823.825			3.034.830		
	<u>4.823.825</u>			<u>3.034.830</u>		

ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ (Α+Β+Γ+Δ)

	<u>2.112.341.993</u>			<u>1.694.786.461</u>		
--	----------------------	--	--	----------------------	--	--

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΥ

2. Πιστωτικοί λογαριασμοί συγγεμένων και συμπρόσμων ασφαλείων	41.746.000			45.926.000		
	<u>41.746.000</u>			<u>45.926.000</u>		

Σημείωση: Έγιναν ορισμένες αναδιοργανώσεις στα στοιχεία ενεργητικού και παθητικού της προσηλωμένης χρήσεως για να είναι συγκρίσιμα με το αντίστοιχο κοινόβιο της χρήσεως 1992.

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ
31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1993 (01.01.1993 - 31.12.1993)

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ
31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1993 (01.01.1993 - 31.12.1993)

	ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΘΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 1993		ΠΟΣΑ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 1992	
Επιλέγεται εκμεταλλεύσεως				
Εξοδα εργασιών (έσοδα υπηρεσιών)	550.560.651		551.723.353	
Μειν: Κόστος παραγωγής υπηρεσιών	51.612.016		60.461.174	
Αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλλεύσεως	758.948.635		531.242.209	
Μειν: Άλλα έσοδα εκμεταλλεύσεως	352.271.603		409.610.186	
Σύνολο	1.151.220.238		940.652.295	
ΜΕΙΝ:				
1. Έξοδα διακ. λειτουργίας	441.333.189		325.502.022	
2. Έξοδα λειτουργίας κεραιών/σταθμών	1.168.042		324.325	
3. Έξοδα λειτουργίας διαδ.	554.771.694		275.197.130	
Κέρδη Αποτελέσματα(κέρδη) εκμεταλλεύσεως	343.947.123		339.626.838	
Μειν: 1. Έξοδα συμμετοχών	172.901.654		89.478.158	
3. Κέρδη πωλ. συμμετρίων και χρεογ.	-		4.350.000	
4. Πιστωτικά τόκια και συναφή έσοδα	83.621.559		33.333.207	
	266.523.453		127.191.515	
Μειν:				
Πιστωτικά τόκια και συναφή έσοδα	504.900		126.209.897	
Αποτελέσματα(κέρδη) εκμεταλλεύσεως	504.900	266.016.553	651.418	651.418
		609.965.676		466.038.835
Εκτετα αποτελέσματα				
ΜΕΙΝ: 1. Έκτακτα και ανόργανα έσοδα	2.757.248		1.365.371	
	2.757.248		1.365.371	
ΜΕΙΝ:				
1. Εκτ. και ανόργανα ελ.	124.515		390.789	
2. Εκτακτες ζημιές	1.006.107		512.805	
3. Έξοδα προηγ. χρήσ.	171.328		215.382	
4. Προβλέψεις για έκτ. κινδ.	12.069.716		9.782.900	
Μειν: και έκτ. αποτ. (κέρδη)	13.371.716	10.574.458	11.251.819	9.116.488
Μειν: Σύνολο αποδοτέων πάγιας στοιχείων	599.351.208		459.222.347	
Μειν:	9.757.716		1.597.142	
Μειν: Αποτ. ενσωματών στα λειτουργικά κόστη	-	19.767.716	-	1.597.142
ΜΠΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (ΚΕΡΔΗ)				
ΜΕΙΝ προ φόρων	579.623.490		437.625.205	

	ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΘΜ. ΧΡΗΣΕΩΣ 1993	ΠΟΣΑ ΠΡΟΗΓ. ΧΡΗΣΕΩΣ 1992
Καθαρά αποτ. (κέρδη) χρήσεως	579.623.490	437.625.205
Μείν: Υπόλοιπα αποτ. (κέρδων) προηγ. χρήσεως	212.274.225	50.176.053
Μείν: Διαφορές φορολογικών ελέγχων προηγ. χρήσεως	25.030.861	1.611.451
Σύνολο	766.868.634	486.189.807
Μειν: 1 Φόρος εισοδήματος	128.219.170	118.678.458
Κέρδη προς διανομή	638.647.714	369.513.349
Η διανομή των κερδών γίνεται ως εξής		
1. Τακτικό αποθεματικό	0	12.033.333
2. Πρώτο μέρισμα	150.501.000	95.348.058
3. Πρόσθετο μέρισμα	0	1.168.432
6. Αφορολόγητο αποθεματικό ν.δ.34.68	0	4.000.000
6α. Αποθεμ. από αποτίμια της φορολ. έσοδα	49.303.936	21.851.462
6β. Αποθεμ. από έσοδα φορολ. κατ' εἶδη τρόπο	4.096.112	2.587.829
7. Αποθεμ. μελίων διοικητικού συμβουλίου	0	20.250.000
8 Υπόλοιπα κερδών εις νέα	434.746.666	212.274.225
	638.647.714	369.513.349

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, 15 ΜΑΡΤΙΟΥ 1994

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ Ο ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ Ο ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ Η ΠΡΟΪΤΑΜΕΝΗ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΑ
ΙΩΑΝΝΗΣ Δ. ΔΙΟΝΥΣΙΑΔΗΣ **ΑΧΙΛΛΕΑΣ ΦΩΛΙΑΣ** **ΖΑΦΕΙΡΗΣ Α. ΧΑΤΖΗΛΑΖΑΡΟΥ** **ΠΕΛΑΓΙΑ Μ. ΠΟΥΛΜΕΝΟΠΟΥΛΟΥ**
 Α.Δ.Τ. Α 101674 Α.Δ.Τ. Α 431514 Α.Δ.Τ. Μ 432653 Α.Δ.Τ. Θ 928632

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΟΡΚΟΥΤΟΥ ΕΛΕΓΧΤΗ

Προς τους κ.κ. Μετόχους της Ανώνυμης Εταιρείας «GOODY'S Α.Ε. - ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ»

Εάν τον ανώνυμο φορολογικό και το σχετικά προαόρτητο της 31ης Δεκεμβρίου 1993 της «GOODY'S Α.Ε. - ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ» καθώς και το λογαριασμό αποτελεσμάτων χρήσεως πινάκας διαθέσεως αποτελούνται για τη χρήση που ελάβε στην ημερομηνία αυτή. Οι οικονομικές αυτές καταστάσεις διατυπώθηκαν με ευθύνη της Διοικήσεως της Εταιρείας. Η δική μου ευθύνη εκά να εκθέσω με βάση τον οικονομικό ορισμό των αποτελεσμάτων, όπως ορίζεται στην ελληνική παράγραφο 6 άρθρου 205 του Κ.Ν. 220 περί Ανωνύμων Εταιρειών, το άρθρο 16 του Π.δ. 226/1992 περί Συστήσεως Ορκωτών Διαγνώστην και το άρθρο 15 άρθρου 205 του Κ.Ν. 220 περί Ανωνύμων Εταιρειών, να ελέγξω και να πιστοποιήσω με βάση τις διαθέσιμες πληροφορίες που κρίνω «σταθιμάς», προκειμένου να ελεγχώ με βάση τις πληροφορίες και ελεγχθέντες που ήθησαν. Με βάση τα ανωτέρω, σχεδιάσαμε και εφαρμόσαμε τις ελεγκτικές ενέργειες διαθέσιμες που κρίνω «σταθιμάς», προκειμένου να ελεγχώ με βάση τις πληροφορίες και ελεγχθέντες που ήθησαν. Με βάση τις πληροφορίες και ελεγχθέντες που ήθησαν, οι οικονομικές καταστάσεις δεν περιέχουν ουσιώδη σφάλματα ή παραποιήσεις. Ο ελεγκτής παρέλαβε την λογιστική εγγραφή δικαιολογητικών και στοιχείων καθώς και τη σύστασή των λογιστών και των σημαντικών αποφάσεων της Διοικήσεως βάσει των οποίων συντάσσονται οι οικονομικές καταστάσεις. Ο λογιστικός - Συστηματικός - Σχεδιασμός σε Σχεδιασμένες Επιχειρήσεις περιλαμβάνει μετρήσεις και στοιχεία μετρήσεων, οι οποίες αποτυπώθηκαν σύμφωνα με τη διάταξη του Κ.Ν. 2190/1920 στη δημόσια χρηματιστηριακή αγορά της παρούσας και της προηγούμενης της τούτης. Από τις διαπιστώσεις αυτές πούδ 251 εκατ. δολ. πωλήσεως και σταθιμάς μερίδα εταιρείας οι οποίες δεν ελέγχονται από Ορκωτούς Διαγνώστης. Η εταιρεία με βάση την υπ. αριθμ. 205/1992 γνωμοδότηση των Όρκωτων Συμβούλων Διοικήσεως με την οποία εφαρμόστηκε το άρθρο 42ε, παρ. 14, του Κ.Ν. 2190/1920, κατά πάγια τακτική δεν διατηρείται πρόβλεψη για απομείωση των προσωπικών της λόγω ελλείψεως του από την εταιρεία. Αν η εταιρεία εφαρμόσει πρόβλεψη απομείωσης που θα καταβλήθηκαν κατά την αντιπρόσβαση του προσωπικού της, το ποσό αυτό στις 31 Δεκεμβρίου 1993 θα ήταν περίπου 14 εκατ. δολ. από το οποίο 3 εκατ. δολ. θα ελεγχόταν την παρούσα χρήση. Το κείμενο της χρημ. ελεγκτικής εγγραφής που παρήχθη από το φορολογικό νόμο 2065/1992, στις 22 Ιουλίου 1992, στο οποίο προβλέπεται 22 εκατ. δολ. για ελεγχόμενες ζημιές από επιχειρησιακά σφάλματα που υφίστανται στο έδαφος της παρούσας (βλ. 2) «Ποσώς προβλέψεις». Από το ποσό αυτό 12 εκατ. δολ. ελεγχόταν το αποτέλεσμα της χρήσεως 1993. Από τον ελεγχμό μας δεν διαπιστώθηκαν παραποιήσεις, σφαλμάτων απομείωσης. Τέλος μας, αφού λάβαμε υπόψη οι παραπάνω πληροφορίες μας, οι οποίες οικονομικές καταστάσεις, γινώ με το προαόρτητο απομείωση προβλεπόμενα έσοδα των λογιστικών ετών που προβλέπονται από τον Κ.Ν. 2190, την οικονομική κατάσταση της εταιρείας κατά την 31η Δεκεμβρίου 1993, καθώς και τα αποτελέσματα χρήσεως που ελάβε στην ημερομηνία αυτή. Επομένως, (α) η εταιρεία εφάρμοσε ορθά το Ελληνικό Γενικό Σχέδιο, (β) δεν υπάρχει τροποποίηση στις λογιστικές αρχές που εφαρμόστηκαν σε σχέση με αυτές της προηγούμενης χρήσεως, (γ) τα περιεχόμενα της Ελεγκτικής Διαγνώσεως του Ορκωτού Συμβούλου προς τη Γενική Συνέλευση των Μετόχων συμφωνεί με το Σχέδιο των οικονομικών καταστάσεων, (δ) το Προαόρτητο περιλαμβάνει τις πληροφορίες που προβλέπονται από την παράγραφο 1 του άρθρου 43α του Κ.Ν. 2190, (ε) οι οικονομικές καταστάσεις προκύπτουν από τα βιβλία της εταιρείας.

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, 16 ΜΑΪΟΥ 1994

Ο ΟΡΚΟΥΤΟΣ ΕΛΕΓΧΤΗΣ
 ΔΗΜ. ΚΡΗΤΣΩΤΑΚΗΣ
 Α.Μ. ΣΟΕ 110912061
 ΑΡΧΟΥΣ ΑΠΕΡΤΕΩΝ - Σ. ΠΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.

GOODY'S A.E.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1991
ΧΡΗΣΗ 1/1/91 - 31/12/1991

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

	ΑΞΙΑ ΚΤΗΣΕΩΣ	ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	ΑΝΑΠ. ΑΞΙΑ
Β. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ			
Εξόδα ιδρύσεως & πρώτης εγκατάστασης	1 380 684	517 767	842 917
	<u>1 380 684</u>	<u>517 767</u>	<u>842 917</u>
Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
II. ΕΝΔΥΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΩΣ			
1. Γήπεδα - Οικόπεδα	9 618 900		9 618 900
3. Κτίρια - Εγκαταστάσεις κτιρίων	286 679 812	103 121 643	183 558 169
4. Μηχάνια & Τεχνικές εγκαταστάσεις	607 567 449	242 823 277	364 744 172
5. Μεταφορικά μέσα	120 471 916	61 076 634	59 395 282
6. Επιπλα & λοιπός εξοπλισμός	173 578 635	71 632 354	101 946 281
7. Ακίνητοποίησης υπό εκτίμηση & προκλήες	9 601 428		9 601 428
Σύνολο ακίνητοποιήσεων	<u>1 207 518 140</u>	<u>478 654 088</u>	<u>728 864 052</u>
III. Συμμέτοχες & άλλες μακροπρ. χρημ. απαιτήσεις			
1. Συμμετοχές σε συνδεδεμένες επιχειρήσεις			119 155 052
2. Συμμετοχές σε συγγενείς επιχειρήσεις			17 398 023
7. Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις			6 865 634
			<u>143 418 909</u>
Σύνολο παγίου ενεργητικού (II+III)			<u>872 282 961</u>
Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
I. Αποθέματα			
1. Εμπορεύματα			105 012 045
2. Προϊόντα έτοιμα & ημιτέλη			45 355 704
4. Πρώτες & βοηθ. ύλες - Αναλ. υλικο-Υλικά συνηθ.			154 625 624
			<u>304 993 373</u>
II. Απαιτήσεις			
1. Πελάτες			521 976 128
3α. Επιταγές εισπραχθείσες			71 547 296
11. Χρεώστες διάφοροι			119 781 890
			<u>713 305 314</u>
IV. Διαθέσιμα			
1. Ταμείο			109 371 757
3. Κοσμήσεις όψεως & προθεσμίες			52 673 521
			<u>162 045 278</u>
Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού (ΔI+ΔII+ΔIV)			<u>1 164 573 825</u>
Ε. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΗΜΜΙ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ			
1. Έξοδα επόμενων χρήσεων			5 457 267
			<u>5 457 267</u>
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (B+Γ+Δ+Ε)			<u>2 073 157 000</u>

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

A. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
I. Κεφάλαια	
1. Καταβλημένα	93 620 000
III. Διαφορές αναπ/γής - Επιχρημ. επενδύσεων	
2. Διαφορές από αναπροσαρμογή αξίας λοιπών περιουσιακών στοιχείων	3 460 000
3. Επιχορηγήσεις επενδύσεων παγ. ενεργητικού	87 622 454
IV. Αποθεματικά κεφάλαια	
1. Τακτικά αποθεματικά	33 911 010
3. Ειδικά αποθεματικά	11 112
4. Έκτακτα αποθεματικά	3 500 000
5. Αφορολόγητα αποθ. είδη, διατ. νόμων	347 461 611
	<u>384 883 733</u>
V. Αποτελέσματα εις νέον	
Υπόλοιπο κερδών εις νέον	264 335 417
VIII. Διαφορές αναπόλησης - πιστωτικό υπόλοιπο	9 676 469
IX. Δικαιώματα μειοψηφίας	82 153 856
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων (A I+ A III+ A IV+ A V+ A VIII+ A IX)	<u>925 951 529</u>
B. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΑ	
2. Λοιπές προβλέψεις	34 283 459
Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
I. Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	
2. Δάνεια τραπεζών	1 628 700
	<u>1 628 700</u>
II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	
1. Προμηθευτές	159 193 346
2. Γραμμάτια πληρωτέα	307 454 479
3. Τράπεζες λ' ύλης βραχυπρόθ. υποχρεώσεων	142 271 114
4. Προκαταβολές πελατών	6 163 551
5. Υποχρεώσεις από φόρους - τέλη	126 234 080
6. Αφορολόγητοι οργανισμοί	65 115 416
10. Μισθώματα & κέρδη πληρωτέα	232 400 000
10α. Δικ. μειοψηφίας στα διαν. κέρδη της χρήσεως	4 451 692
11. Πιστωτές διάφοροι	57 193 166
Σύνολο υποχρεώσεων (ΓI+ΓII)	<u>1 103 456 864</u>
	<u>1 102 285 584</u>
Δ. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΗΜΜΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	
2. Έξοδα χρήσεως δουλειωμένα	10 636 028
3. Λοιπα μεταβατικοί λογαριασμοί	10 636 028
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ (A+B+Γ+Δ)	<u>2 073 157 000</u>

ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ

31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1991

εκμεταλλεύσεως (πωλήσεις & έσοδα υπηρεσιών)		4 702 269 320
εσοδα πωλήσεων		<u>3 375 252 589</u>
αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλλεύσεως		1 327 016 731
έσοδα εκμεταλλεύσεως	<u>303 650 015</u>	<u>303 650 015</u>
		1 630 666 746
έσοδα διοικητικής λειτουργίας	453 372 531	
έσοδα λειτουργίας διαθέσεως	<u>480 864 171</u>	<u>-944 237 102</u>
αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλλεύσεως έσοδα συμμετοχών	23 497 625	685 429 644
κέρδη πωλήσεως σπουδ. & χρυσου.	<u>6 135 165</u>	
	31 632 790	
αποδοχές:		
πρωτογενικοί τόκοι και συναφή έσοδα	<u>45 658 659</u>	<u>-14 025 659</u>
αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλλεύσεως		672 403 775
αποτελέσματα		
πρωτογενικά & αναγόμενα έσοδα & κέρδη	30 154 099	
αποδοχές κέρδη	1 457 645	
έσοδα προηγούμενης χρήσεως	119 615	
αποδοχές:		
πρωτογενικά & αναγόμενα έσοδα	9 311 200	
αποδοχές έσοδα	247 290	
έσοδα προηγούμενων χρήσεων	9 817 741	
αποδοχές	<u>23 588 497</u>	<u>-11 222 959</u>
πρωτογενικά και αναγόμενα αποτελέσματα (κέρδη)		661 180 816
πρωτογενικά αποτελέσματα πηγών σταθερών	146 216 269	
αποδοχές από αυτές αναμενόμενες στο λειτουργ. κόστος	<u>105 927 559</u>	<u>40 288 280</u>
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (ΚΕΡΔΗ) ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ		<u>620 892 526</u>
αποδοχές εισοδημάτων		<u>78 320 326</u>
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ (ΚΕΡΔΗ) ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟΥΣ		<u>542 572 200</u>
αποδοχές μεταφοράς στα αποτελέσματα χρήσεως		<u>41 747 700</u>
		<u>500 824 500</u>

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, 30 ΙΟΥΝΙΟΥ 1992

Ο ΠΡΟΨΕΤΩΣ	Ο ΔΙΕΥΘΥΝΟΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ	Ο ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ	Η ΕΠΙΘΕΤΙΚΗ ΛΟΓΙΤΗΡΕΙΟΥ
ΜΗ Δ. ΔΙΟΝΥΣΙΑΔΗΣ Α.Δ.Τ. Π. 101674	ΑΧΙΛΛΕΑΣ Σ. ΦΩΜΙΑΣ Α.Δ.Τ. Α. 431504	ΖΑΦΕΙΡΗΣ Α. ΚΑΤΖΗΛΑΖΑΡΟΥ Α.Δ.Τ. Μ. 432533	ΠΕΛΑΓΙΑ Μ. ΠΟΛΥΜΕΝΟΠΟΥΛΟΥ Α.Δ.Τ. Θ. 926532

GOODY'S A.E.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΙΤΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΕΠΟΠΙΩΜΕΝΟΣ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1992
ΧΡΗΣΗ 1/1/92 - 31/12/1992

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 1992

Αξία κτήσεως Αποβέσεις Ανεπ. αξία

Β. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ

1. Εξοδα ιδρύσεως & πρώτης εγκατάστασης	38 577 221	5 339 305	33 237 916
	<u>38 577 221</u>	<u>5 339 305</u>	<u>33 237 916</u>

Γ. ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

I. Ανώματες ακινήτοποιήσεις			
1. Εξοδα έρευνών & αναπτύξεως	130 000	26 004	103 996
II. Ενώματες ακινήτοποιήσεις			
1. Γήπεδα - Οικόπεδα	187 723 470	-	187 723 470
3. Κτίρια - Εγκαταστάσεις κτιρίων	448 707 186	198 504 939	250 202 247
4. Μηχήλια & τεχνικές εγκαταστάσεις	661 221 334	277 329 679	403 891 715
5. Μεταφορικά μέσα	164 240 222	67 113 441	97 126 781
6. Επίπλα & λοιπός εξοπλισμός	226 250 641	100 237 411	126 013 230
7. Ακινήτσεις υπό εκτίμηση & προκλήες	7 438 541	-	7 438 541
Σύνολο	<u>1 715 711 454</u>	<u>643 211 504</u>	<u>1 072 499 950</u>

III. Συμμετοχές & άλλες μορφωπ. χρημ. απαιτήσεις

1. Συμμετοχές σε συνδεδεμένες επιχειρήσεις		27 294 533	
1α. Συμμετοχές σε συγγενείς επιχειρήσεις		108 123 298	
7. Λοιπές μορφοποιήσεως απαιτήσεις		11 699 748	
		<u>147 117 577</u>	
Σύνολο παγίου ενεργητικού (I+II+III)			<u>1 219 617 527</u>

Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

I. Αποθέματα			
1. Εμπορεύματα	165 781 934		
2. Προϊόντα έτους & ημεσών	54 043 214		
4. Πρώτες & βοηθ. ύλης - Αναλ. υλικά-ύλικά συκ.	210 672 134		
5. Προκαταβολές για αγοράς αποθεμάτων	3 273 105		
		<u>433 670 388</u>	
II. Απαιτήσεις			
1. Παιδιά	773 244 641		
2. Γραμμάτια εισπρακτέα	134 361 110		
3α. Επιταγές εισπρακτέες	25 741 467		
5. Βραχυπρόθεσμες απαιτήσεις κατά συνδεδεμένων επιχειρήσεων	15 085 812		
11. Χρεώστες διάφοροι	262 555 262		
		<u>1 241 008 632</u>	
III. Χρεώγραφα			
3. Λοιπά χρεώγραφα	328 580 325		
IV. Διαθέσιμα			
1. Ταμείο	122 546 363		
3. Καταθέσεις όψεως & προθεσμίας	145 400 297		
		<u>267 946 660</u>	
Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού (ΔI+ΔII+ΔIII+ΔIV)			<u>2 271 496 105</u>

Ε. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΥΣΙΜΟΙ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

1. Εξοδα απομείνων χρήσεων	8 632 063		
2. Εσοδα χρήσεως εισπρακτέα	11 684 345		
		<u>20 316 408</u>	

ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (B+Γ+Δ+Ε)

3 544 577 978

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΧΡΕΩΤΙΚΟΥ

2. Λογαριασμοί εγγυημένων & εμπόριστων ασφαλειών	275 484 554		
4. Λοιποί λογαριασμοί τόξεως	2 318 316		
		<u>277 802 870</u>	

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜΕΝΗΣ

ΧΡΗΣΕΩΣ 1992

A. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

I. Κεφάλαιο (μετοχές 681 000 x 100 Εσχ.)		
1. Καταβλημένο	68 100 000	
II. Διαφορά από έκδοση μετοχών υπέρ το όριο	<u>951 574 998</u>	
III. Διαφορές αναμείγξης - Επιχειρ. επενδύσεων		
1. Διαφορά από αναπροσαρμογή αξίας συμμετοχών & χρεωγράφων	36 815 127	
2. Διαφορές από αναπροσαρμογή αξίας λοιπών περιουσιακών στοιχείων	35 425 759	
	<u>72 240 886</u>	
IV. Αποθεματικά κεφάλαια		
1. Τακτικό αποθεματικό	37 382 144	
3. Ειδικά αποθεματικά	11 112	
4. Έκτακτα αποθεματικά	229 211	
5. Απορρόληγτα αποθ. ειδικ. διατ. νόμων	31 303 047	
	<u>68 925 514</u>	
V. Ανεκπλήρωτα εις νέον		
Υπόλοιπα κερδών εις νέον	519 082 166	
VII. Διαφορές ενοποιήσεως - πιστωτ. υπόλοιπα	<u>107 809 177</u>	
IX. Διακρίματα μειοψηφίας	<u>84 325 420</u>	
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων		<u>1 872 058 161</u>
(A' + AII + AIII + AIV + AV + AVII + AIX)		
B. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΧΙΝΔΥΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΞΟΔΑ		
3. Λοιπές προβλέψεις	50 748 906	
	<u>50 748 906</u>	

Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις		
1. Προμήθειες	185 412 325	
2. Γραμμάτια πληρωτέα	304 016 275	
2α. Επιταγές πληρωτέες	137 221 598	
3. Τράπεζες ή/και άλλες βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις	237 223 690	
4. Προκαταβολές πελατών	3 667 744	
5. Υποχρεώσεις από φόρους & τέλη	344 656 361	
6. Ασφαλιστικά ασφαγήματα	65 665 096	
10. Ηλεκτισμοί & κέρδη πληρωτέα	103 333 335	
11. Πιστωτές διάφοροι	222 757 216	
	<u>1 603 675 630</u>	
Σύνολο υποχρεώσεων ΓII		<u>1 603 675 630</u>

Δ. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΥΣΙΜΟΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ

2. Έξοδα χρήσεως δουλευμένα	18 095 261	
	<u>18 095 261</u>	

ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ (A+B+Γ+Δ)

3 544 577 978

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ

2. Λογαριασμοί εγγυημένων & εμπόριστων ασφαλειών	275 484 554	
4. Λοιποί λογαριασμοί τόξεως	2 318 316	
	<u>277 802 870</u>	

ΕΝΟΠΙΩΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ 1992

ΕΝΟΠΙΩΜΕΝΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ
ΔΙΑΘΕΣΕΩΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ 1992

	ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 1992	
εσοδα εκμεταλλεύσεως εργασιών (πωλήσεις & έσοδα υπηρεσιών) Κόστος πωλήσεων	6 594 345 802 4 555 793 755	
ποσιλέσματα (κέρδη) εκμεταλλεύσεως		2 038 552 014
Άλλα έσοδα εκμεταλλεύσεως	471 523 635	471 523 635
1. Έσοδα διοικητικής λειτουργίας 3. Έσοδα λειτουργίας διαθέσεως	657 970 833 803 552 230	1 491 523 053
αποτελέσματα (κέρδη) εκμεταλλεύσεως 1. Έσοδα συμμετοχών 3. Κέρδη πωλήσεως συμπλ & χρυσού 4. Πιστωτικά τόκοι και συναφή έσοδα	38 579 655 4 380 000 35 041 311 78 000 957	1 018 552 556
1α. Ζημιές συμμετοχών σε συγγενείς επιχειρήσεις 3. Χρεωστικοί τόκοι και συναφή έξοδα	13 570 000 70 415 750 53 565 750	-5 594 753
αυτέλεσματα (κέρδη) εκμεταλλεύσεως		1 012 557 753
Έκτακτα αποτελέσματα 1. Έκτακτα & ανόργανα έσοδα 2. Έκτακτα κέρδη Μειών: 1. Έκτακτα & ανόργανα έξοδα 2. Έκτακτες ζημιές 3. Έξοδα προηγούμενων χρήσεων 4. Προβλέψεις για έκτακτους κινδύνους	60 915 235 2 325 542 31 597 695 571 269 1 663 514 12 541 335	16 166 590
Όργανα & έκτακτα αποτελέσματα (κέρδη) 1. Σύνολο αποσβέσεων παγίων στοιχείων Μειών: Ω από αυτές ενσωμ. στο λοιπ. κόστος	154 259 437 133 456 030	28 723 407
		1 000 010 956

	ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΟΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 1992	
Καθαρά αποτελέσματα (κέρδη) χρήσεως Πλέον: Υπόλοιπα αποτίμων (κερδών) προηγ. χρήσεων Σύνολο		1 000 010 956 40 680 944 1 040 691 910
Μειών: Διαφορές φορτίου ελέγχου προηγ. χρήσεων Φόρος εισοδήματος		45 260 870 312 899 538
Σύνολο		662 531 502
Μειών: Δικαιώματα μειοψηφίας στα αποτ. χρήσεως Κέρδη προς διάθεση		-15 133 711 697 665 213
Η διάθεση των κερδών γίνεται ως εξής		
1. Τακτικό αποθεματικό		22 354 757
2. Μέρισμα εκ κερδών χρήσεως		56 516 500
6. Αφορολόγητο αποθεματικό αρθ.12Ν/1892/90		32 971 760
7. Αμοιβές μελών Διοικητικού Συμβουλίου		26 750 030
8. Υπόλοιπο κερδών εις νέον		518 082 166
Σύνολο		697 665 213

ΒΕΣΣΙΑΛΟΝΙΚΗ, 10 ΜΑΪΟΥ 1994

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ
ΙΩΑΝΝΗΣ Δ. ΔΙΟΝΥΣΙΑΔΗΣ
Α.Δ.Τ. Π. 101674

Ο ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ
ΑΧΙΛΛΕΑΣ Σ. ΦΩΛΙΑΣ
Α.Δ.Τ. Α. 431554

Ο ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
ΣΑΦΕΙΡΗΣ Α. ΧΑΤΖΗΛΑΖΑΡΟΥ
Α.Δ.Τ. Μ. 432533

Η ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ ΛΟΓΙΣΤΗΡΩΝ
ΠΕΛΑΓΙΑ Μ. ΠΟΥΛΜΕΝΟΠΟΥΛΟΥ
Α.Δ.Τ. Θ. 525532

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΟΡΚΩΤΟΥ ΕΛΕΓΚΤΗ

Προς τους κ.κ. Μετόχους της Ανώνυμης Εταιρείας «GOODY'S Α.Ε. - ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΣΤΑΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΙΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ»

«...ημερομηνία και το σχετικό ποσό της 31ης Δεκεμβρίου 1992 της «GOODY'S Α.Ε. - ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΣΤΑΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΙΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ» καθώς και το λογαριασμό αποτελεσμάτων χρήσεως- διαθέσεως αποτελεσμάτων για τη χρήση που ελήφθη την ημερομηνία αυτή. Ο οικονομικός αυτές καταστάσεις αναλύονται με ειθύνη της Διοικήσεως της εταιρείας. Η δική μου ειθύνη είναι να ελεγχώ με γνώμονα των ορίων καταστάσεων φασιδιμένα στον έλεγχο που διενεργήσατε. Επειδή από την περίπτωση που αναφέρεται στην επόμενη παράγραφο, ο έλεγχός μας έγινε σύμφωνα με το άρθρο 37 του Κ.Ν. 91 Ανακύλων Εταιρειών, το άρθρο 16 του Π.Δ. 225/1992 περί Συμμετοχών Ορκωτών Ελεγκτών και το Διεθνή Ελεγκτική Πρότυπο Τεθνην στη διάθεση προς το βιβλίο και στοιχεία που πήρατε η εταιρεία και μας παρείχετε και επεξηγήσεις που ζητήσαμε. Με βάση τα στοιχεία, συμβάσαμε και τεραμώσαμε τις ελεγκτικές εκτιμήσεις διασκόπησης που κρίναμε κατάλληλες, προκειμένου να εξασφαλισθεί μέσα σε λογικά οικονομικές καταστάσεις δεν περιέχουν ουσιώδη σφάλματα ή παραλείψεις. Ο έλεγχος περιελάμβανε τη διερευνητική εξέταση δικαιολογητών και στοιχείων καθώς και την αξιολόγηση των λογιστικών αρχικών αποσβέσεων της Διοικήσεως βάσει των οποίων συντάσσονται οι οικονομικές καταστάσεις. Ο λογαριασμός «Συμμετοχές σε Συνδεδεμένες Επιχειρήσεις» περιελάμβανε μεταξύ άλλων και εταιρεία μετρία εταιρείες απομνημονύμενα με τη διαταγή του Κ.Ν. 2190/1920 στη συνολική χρημολόγηση της μετοχή της τυχόν κτήσεως και της τρέχουσας τυχόν τους. Από τις συμμετοχές αυτές ποσό 58 εκατ. δολ. αφορά μετρία μετρία εταιρεία οι οποίες δεν ελέγχονται από Ορκωτούς Ελεγκτές. Η εταιρεία με βάση την υπ' αριθμ. 205/1987 γνωμοδότηση των Νομικών Συμβούλων Διαθέσεως με την οποία ερμηνεύονται οι διατάξεις του άρθρου 14 του Κ.Ν. 2190/1920, κατά πάγια τακτική δεν συμπεριλαμβάνει για απομνημόνωση του προσωπικού της λόγω ελλείψεως του από την υπηρεσία. Αν η εταιρεία συμπεριλάμβανε για απομνημόνωση κατά τη συνολολόγηση του προσωπικού της, το ποσό αυτό στις 31 Δεκεμβρίου 1992 θα ήταν περίπου 11 εκατ. δολ. από το οποίο 2 εκατ. δολ. θα επιδόθηκε την παρούσα χρήση. Η εταιρεία κατά της σχετικής ελεγκτικής που παρέχεται από τον φορολογικό νόμο 2085/1992, έχει σχηματίσει πρόβλεψη 8,8 εκατ. δολ. για ενδεχόμενες ζημιές από επιστροφές αποτίμων που εμφανίζονται στο λογαριασμό «Β.2» «Κόστος πρόβλεψεων». Από το ποσό αυτό 12 εκατ. δολ. επιδόθηκαν στα αποτελέσματα της χρήσεως 1992. Από τον έλεγχό μας δεν διαπιστώθηκαν περιπτώσεις επιστροφών αποτίμων. Σας, στον λαβών υπόψη οι παραπάνω παρατηρήσεις μας, οι οποίες οικονομικές καταστάσεις, μαζί με το Πρόσθετο απομνημόνωση ασφαλίσει, βάσει των λογιστικών αρχών που προβλέπονται από τον Κ.Ν. 91, την οικονομική κατάσταση της εταιρείας κατά την 31η Δεκεμβρίου 1992, καθώς και τα αποτελέσματα χρήσεως που ελήφθη την ημερομηνία αυτή. Επίσης, (β) η εταιρεία ελεγχόμενη από το Ελεγκτικό Γενικό Λογιστήριο δεν επιδόθηκε τροποποίηση στις λογιστικές αρχές που τεραμώθηκαν σε σχέση με αυτές της προηγούμενης χρήσεως, (γ) το περιεχόμενο της Ετήσιας Διαθέσεως της Διοικήσεως και Συμβουλίου προς την Συνέλευση των Μετόχων συμφωνεί με τα στοιχεία των οικονομικών καταστάσεων, (δ) το Πρόσθετο περιελάμβανε τις πληροφορίες που προβλέπονται από την παράγραφο Γ του άρθρου 43α του Κ.Ν. 91 και οικονομικές καταστάσεις προκύπτουν από το βιβλίο της εταιρείας.

ΒΕΣΣΙΑΛΟΝΙΚΗ, 10 ΜΑΪΟΥ 1994

Ο ΟΡΚΩΤΟΣ ΕΛΕΓΚΤΗΣ
ΔΗΜ. ΚΡΙΤΣΙΩΤΑΚΗΣ
Α.Μ.Σ.Ε. 110912091

1992-05-10 10:00:00

GOODY'S A.E.

ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΤΙΤΣΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΕΠΟΠΙΗΜΕΝΟΣ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1993
ΧΡΗΣΗ 1/1/93 - 31/12/1993

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΘΜΕΝΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ 1993
Αξία κτήσεως Αποσβέσεις Αναπ. αξία

Β. ΕΞΟΔΑ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΣ

1. Έξοδα ιδρύσεως & πρώτης εγκατάστασης	42 633 638	10 550 540	32 083 098	38 577 221	5 339 305	33 237 916
	<u>42 633 638</u>	<u>10 550 540</u>	<u>32 083 098</u>	<u>38 577 221</u>	<u>5 339 305</u>	<u>33 237 916</u>

Γ. ΠΑΠΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

I. Ανώματες ακνησιοποιήσεις

1. Έξοδα ερειών & αναπλάσεων	27 056 433	29 970	27 056 453	130 000	26 004	103 956
II. Ενώματες ακνησιοποιήσεις						
1. Γήριδα - Οικόπεδα	167 723 470		167 723 470	167 723 470		167 723 470
3. Κτίρια - Εγκαταστάσεις κτιρίων	455 235 811	214 208 954	241 026 827	445 707 185	198 504 969	250 202 217
4. Μηχ/α & μηχανές εγκαταστάσεις	717 030 812	362 266 040	354 744 772	661 221 394	277 329 679	403 891 715
5. Μεταφορικά μέσα	229 135 989	85 473 501	143 662 488	164 240 222	67 113 441	97 126 781
6. Επιπλα & λοιπά ελ.	259 046 814	118 022 628	141 026 188	226 250 641	100 237 411	126 013 230
7. Ακνησιοποιήσεις υπό εκτέλεση & προκ/ες	1 254 073		1 254 073	7 438 541		7 438 541
Σύνολο	<u>1 678 553 432</u>	<u>800 021 124</u>	<u>1 078 544 261</u>	<u>1 715 711 454</u>	<u>643 211 504</u>	<u>1 072 499 950</u>

III. Συμμετοχές & άλλες μακροπ. χρημ. απαιτήσεις

1. Συμμετοχές σε συνδεδεμένες εταιρείες			49 065 530			27 254 533
1α. Συμμετοχές σε συγγενικές εταιρείες			271 713 811			168 123 295
7. Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις			<u>20 545 062</u>			<u>11 699 745</u>
			<u>341 324 403</u>			<u>147 117 573</u>
Σύνολο παγίου ενεργητικού (II+III)			<u>1 417 872 664</u>			<u>1 219 617 527</u>

Δ. ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ

I. Αποθέματα						
1. Εμπορεύματα			203 674 965			165 781 954
2. Προϊόντα έτοιμα & ημιτέλη			92 890 550			54 043 214
4. Πρώτες & βοηθητικές ύλες - Αναλώσιμα υλικά - Υλικά συσκευασίας			<u>326 618 193</u>			<u>210 672 154</u>
5. Προκαταβολές για παγίες απαιτήσεις			<u>25 440 131</u>			<u>3 173 105</u>
			<u>650 623 839</u>			<u>433 670 328</u>
II. Απαιτήσεις						
1. Πελάτες			1 422 081 936			773 244 941
2. Γραμμάτια εισπρακτέα			208 938 714			134 381 110
2α. Επιστολές εισπρακτέες			171 247 805			25 741 467
5. Βραχυπρόθεσμες απαιτήσεις κατά συνδεδεμένων επιχειρήσεων			25 599 206			15 085 812
11. Χρεώστες διάφοροι			<u>126 826 064</u>			<u>292 555 262</u>
			<u>1 856 693 726</u>			<u>1 241 008 632</u>
III. Χρεόγραφα						
3. Λοιπά χρεόγραφα			<u>358 187 663</u>			<u>328 580 325</u>
IV. Διθέσιμα						
1. Ταμείο			80 268 481			122 546 353
3. Καταθέσεις, όρους & προθεσμίας			<u>200 763 827</u>			<u>145 400 392</u>
			<u>281 032 308</u>			<u>267 946 740</u>
Σύνολο κυκλοφορούντος ενεργητικού (Δ+III+IV)			<u>2 956 837 566</u>			<u>2 271 406 105</u>

Ε. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

1. Έξοδα απομεινών χρήσιμων	10 991 115			8 632 085		
2. Έξοδα χρήσιμων εισπρακτέα	<u>8 379 079</u>			<u>17 084 545</u>		
	<u>19 370 194</u>			<u>25 716 630</u>		
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ (Δ+Γ+Ε)	<u>4 626 163 702</u>			<u>3 544 577 976</u>		

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΧΡΕΩΣΤΙΚΟΙ

2. Λογισμ. εγγ/σεων & εμπ/των οφελών	295 674 937			275 484 554		
4. Λοιποί λογισμ. οφελών	<u>2 318 952</u>			<u>2 318 316</u>		
	<u>298 193 889</u>			<u>277 802 870</u>		

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΠΟΣΑ ΚΛΕΙΘΜ. ΠΟΣΑ ΠΡΟΗΓ.

ΧΡΗΣ. 1993 ΧΡΗΣ. 1992

A. ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

I. Κεφάλαια (μετ. 681 000 x 100 εφ.)						
1. Καταβλημένα	68 100 000			68 100 000		

II. Διαφορές από έκδοση μετοχών υπέρ το όριο

	951 574 998			951 574 998		
--	-------------	--	--	-------------	--	--

III. Διαφορές αναρ/γής - Επιχορηγήσεις επενδύσεων

1. Διαφορά από αναπροσαρμογή αξίας σταμ/ών & χρημ/όρων	3 450 000			36 815 127		
2. Διαφορές από αναπροσαρμογή αξίας λοιπών παρ/σθ. στοιχείων	40 460 779			35 425 789		
	<u>43 910 779</u>			<u>72 240 916</u>		

IV. Αποθεματικά κεφάλαια

1. Τακτικά αποθεματικά	61 070 620			37 382 144		
3. Έξοδα αποθεματικά	2 639 070			11 112		
4. Έκτακτα αποθεματικά	229 211			229 211		
5. Αφορά απόθ. οφελ. διατ. νόμων	163 551 884			31 303 047		
	<u>147 490 785</u>			<u>68 925 514</u>		

V. Αποτελέσματα εις νέον

Υπόλοιπο κερδών εις νέον	1 041 716 093			519 082 165		
--------------------------	---------------	--	--	-------------	--	--

VII. Διαφορές εναπόθεσης - πιστωτικό υπόλοιπο

	154 043 087			107 609 177		
--	-------------	--	--	-------------	--	--

IX. Δικαιώματα μεταβίβασης

Σύνολο όλων κεφαλαίων (A+II+III+IV+V+VII+IX)	2 615 653 777			1 872 088 161		
----------------------------------------------	---------------	--	--	---------------	--	--

B. ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΚΙΝΔΥΝΟΥΣ ΚΑΙ ΕΞΕΔΑ

3. Λοιπές προβλέψεις	70 494 263			50 748 906		
	<u>70 494 263</u>			<u>50 748 906</u>		

Γ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ

I. Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις						
2. Δάνεια τραπεζών	8 890 000					

II. Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις

1. Προμήθειες	257 963 358			165 412 325		
2. Γραμμάτια πληρωτέα	207 501 725			304 016 275		
2α. Επιστολές πληρωτέες	323 701 170			137 221 568		
3. Τραπεζ. Λ/οις βραχ. υποχ/σεων	230 354 703			237 223 680		
4. Προκ/ες π/σθων	28 547 320			3 087 744		
5. Υποχρ. από φόρους - τελή	336 562 695			344 956 381		
6. Ασφαλιστικά οφελήματα	70 236 956			65 665 086		
10. Μερίσματα & κέρδη πληρωτέα	160 706 011			103 333 335		
10α. Δικαιώματα μοιρασμού στα διανεμμένα κέρδη της χρήσ.	2 738 618					
11. Παρωπίτες διάφοροι	<u>98 521 334</u>			<u>222 757 216</u>		

Σύνολο υποχρεώσεων (Γ+II)	<u>1 715 574 320</u>			<u>1 633 625 633</u>		
---------------------------	----------------------	--	--	----------------------	--	--

Δ. ΜΕΤΑΒΑΤΙΚΟΙ ΛΟΓΟΙ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ

2. Έξοδα χρήσιμων δουλεμμένων	22 902 085			18 095 261		
3. Λοιποί λογισμ. παθητικού	<u>1 338 757</u>			<u>18 095 261</u>		
	<u>24 240 842</u>			<u>3 544 577 976</u>		

ΓΕΝ. ΣΥΝ. ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ (A+B+Γ+Δ)	<u>4 626 163 702</u>			<u>3 544 577 976</u>		
-------------------------------	----------------------	--	--	----------------------	--	--

ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΤΑΞΕΩΣ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ

2. Λογισμ. εγγ/σεων & εμπ/των οφελών	295 674 937			275 484 554		
4. Λοιποί λογισμ. οφελών	<u>2 318 952</u>			<u>2 318 316</u>		
	<u>298 193 889</u>			<u>277 802 870</u>		

ΣΑΠΟΥΝΙΑ

ΣΑΠΟΥΝΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΟ

ΣΑΜΠΟΥΑΝ

ΜΑΛΑΚΤΙΚΑ

ΕΙΔΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΓΙΑ ΤΑ ΜΑΛΛΙΑ

ΦΟΡΜΑΡΙΣΜΑ

ΦΥΤΙΚΕΣ ΒΑΦΕΣ

ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΟΥ

ΜΑΣΚΕΣ ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΥ

ΤΟΝΩΤΙΚΕΣ ΛΟΣΙΟΝ

ΚΡΕΜΕΣ ΠΡΟΣΩΠΟΥ

ΕΙΔΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

ΓΙΑ ΤΑ ΧΕΙΛΗ

ΛΟΣΙΟΝ ΣΩΜΑΤΟΣ

ΠΕΡΙΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΣΩΜΑΤΟΣ

ΜΑΣΑΖ

ΜΠΑΝΙΟ/ΝΤΟΥΣ

ΦΥΣΙΚΑ ΕΛΑΙΑ

ΣΕΙΡΕΣ ΑΡΩΜΑΤΩΝ

ΑΡΩΜΑΤΙΚΑ ΕΛΑΙΑ

SUNDRIES

MOSTLY MEN

ΣΕΙΡΑ ΑΛΟΗΣ

ΓΙΑ ΤΟΝ ΗΛΙΟ

ΜΑΜΑΤΟΤΟ

COLOURINGS

ΕΡΕΥΝΑ

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: **BODY SHOP**

Το "BODY SHOP" είναι μια επιχείρηση που χρησιμοποιεί το θεσμό του franchising. Τα προϊόντα τα οποία κατασκευάζει και πουλάει είναι καλλυντικά.

Το πρώτο κατάστημα άνοιξε στην Αγγλία το 1976 από την Anita Roddick, η οποία τότε δεν υποψιαζόταν την εξέλιξη που θα έπερνε το όνομα "BODY SHOP".

Ο λόγος που την οδήγησε να ανοίξει το πρώτο αυτό μαγαζί, ήταν το γεγονός ότι την ενοχλούσε η μη δυνατότητα να αγοράσει μικρότερη ποσότητα από ένα καλλυντικό, ενώ παρατηρούσε ότι πολλά χρήματα ξοδεύονταν σε πανακρίβες συσκευασίες, οι οποίες δεν χρησίμευαν σε τίποτα. Έτσι άνοιξε αυτό το μικρό κατάστημα για να πουλήσει μια σειρά καλλυντικών από φυσικά συστατικά, σε πέντε διαφορετικά μεγέθη και σε όσο το δυνατόν σε φθηνότερες συσκευασίες.

Η ιδέα να χρησιμοποιήσει φυτικά συστατικά της προέκυψε, ύστερα από πολλά ταξίδια που είχε κάνει στο εξωτερικό, όπου παρατηρούσε σε μακρινές περιοχές γυναίκες που περιποιόντουσαν το δέρμα και τα μαλλιά τους χρησιμοποιώντας οτιδήποτε φύτρωνε γύρω τους.

Η ιδέα για την χρησιμοποίηση του FRANCHISING συνέβει τυχαία. Δεν υπήρχαν χρήματα για να ανοιχθεί ένα δεύτερο κατάστημα και έτσι κάποιος που είχε το κεφάλαιο προθυμοποιήθηκε να ανοίξει ένα νέο κατάστημα, να το διακοσμήσει και να προμηθεύεται τα προϊόντα από το αρχικό "BODY SHOP".

Στην αρχή δεν υπήρχε καμμία επιβάρυνση, αλλά μετά από πέντε χρόνια άρχισαν τα υποκαταστήματα να δίνουν 1000 λίρες και αρχότερα 3000 λίρες και 5000 λίρες. Με αυτό τον τρόπο ενισχύθηκε οικονομικά το αρχικό κατάστημα.

Με αυτό τον τρόπο ενισχύθηκε οικονομικά το αρχικό κατάστημα. Στην Ελλάδα αυτή την στιγμή υπάρχουν 40 καταστήματα και έχει υπολογιστεί ότι σε 4 χρόνια θα φτάσουν τα 60.

Υστερα από συνομιλία με τον κ. Ζαχούρη, διευθυντή του καταστήματος Πατρών, προέκυψαν τα εξής:

Το υποκατάστημα των Πατρών άρχισε να λειτουργεί από το 1984. Στην Αθήνα υπάρχει η κεντρική αντιπροσωπεία BODY SHOP η οποία προμηθεύει, ελέγχει και καθοδηγεί τα υποκαταστήματα σε όλη την Ελλάδα.

Όλοι οι δικαιοδόχοι έχουν την ίδια διακόσμηση στα καταστήματα τους, τα ίδια προϊόντα, απαγορεύεται να προμηθευτούν προϊόντα από διαφορετικές πηγές εκτός από την κεντρική αντιπροσωπεία. Το κάθε κατάστημα χωριστά κάνει την δική του διαφήμιση, δεν υπάρχει δηλαδή μια οδική διαφήμιση για όλα τα καταστήματα που να προσφέρεται στην αλυσίδα από τον δικαιοπάροχο. Ο δικαιοπάροχος δεν παίρνει ένα ποσοστό επί των πωλήσεων, αλλά ένα συγκεκριμένο ποσό το οποίο καθορίζεται στην σύμβαση franchising και ισχύει το ίδιο ποσό για όλα τα καταστήματα στην Ελλάδα.

Για να γίνει κάποιος δικαιοδόχος στην αλυσίδα θα πρέπει να έχει το απαραίτητο κεφάλαιο, θέληση για δουλειά, καθώς επίσης και ευαισθησία σε θέματα που αφορούν την προστασία του περιβάλλοντος.

Η φιλοσοφία του BODY SHOP είναι να δημιουργήσει προϊόντα που να αρέσουν στον κόσμο, χωρίς πειράματα πάνω σε ζώα και με σεβασμό στο περιβάλλον. Το κύριο βασικό μήλημα του δικαιοπάροχου, είναι να πραγματοποιείται συνεχής εκπαίδευση στο χώρο εργασίας, ενώ τα κέρδη της επιχείρησης χρησιμεύουν για επιδίωξη κοινωνικών αλλαγών και υποστήριξη των ανθρώπινων δικαιωμάτων.

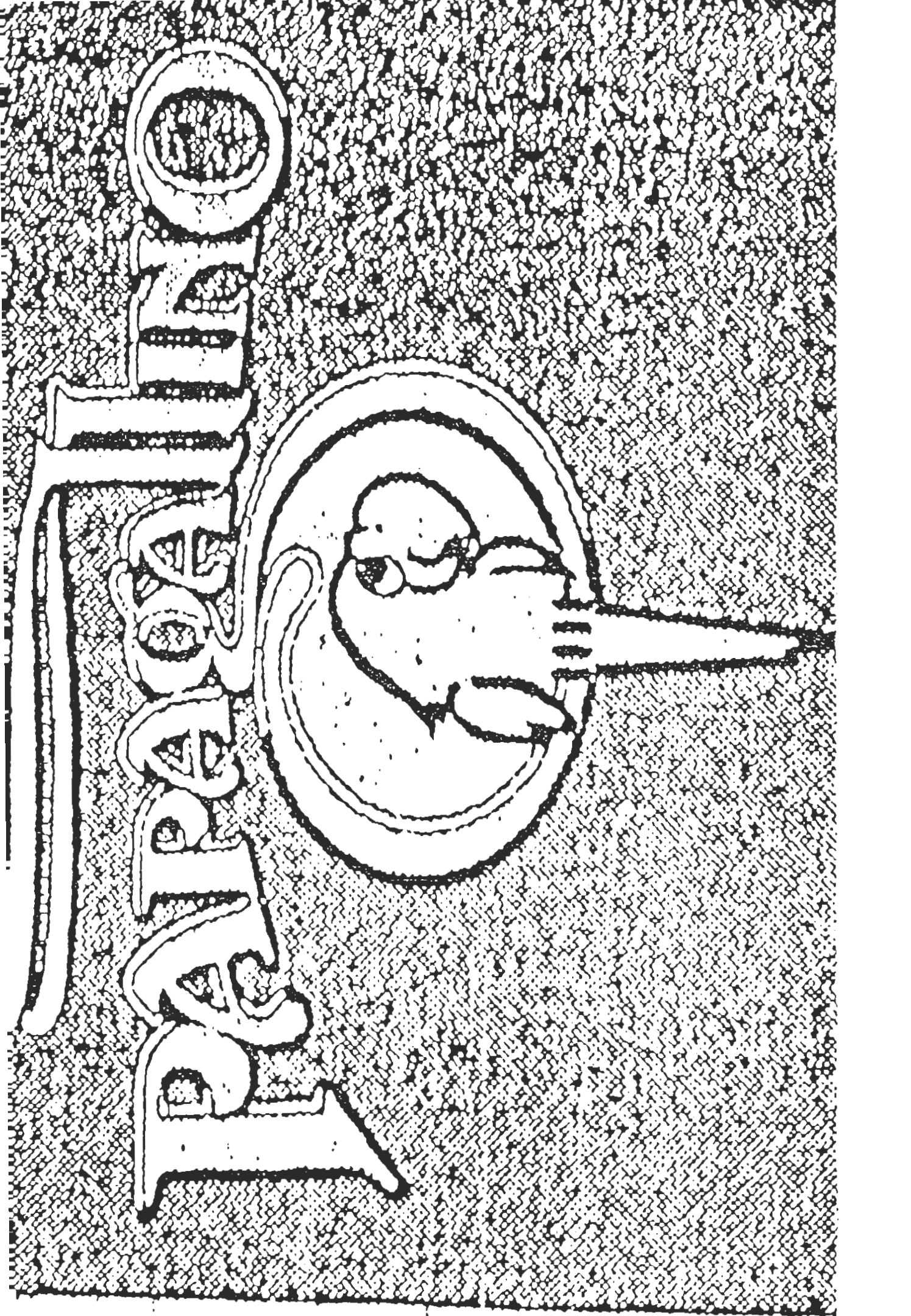
Το γνωστό όνομα BODY SHOP και η αγάπη προς τη φύση είναι τα στοιχεία που οδηγούν όλο και στην μεγαλύτερη ζήτηση για να μεγαλώσει

η αλυσίδα, η οποία πραγματικά μεγαλώνει με αξιοθαύμαστους ρυθμούς.

Η ελληνική αγορά είναι εντυπωσιακή. Τα τελευταία πέντε χρόνια αναπτύχθηκαν ραχδαία τα BODY SHOP στην Ελλάδα. Οι πελάτες ανταποκρίθηκαν, τους άρεσαν τα προϊόντα και τα εμπιστεύθηκαν. Βρίσκονται πολλά καταστήματα σε διάφορα σημεία της Ελλάδας, αλλά ποτέ δεν έχει δημιουργηθεί ανταγωνισμός μεταξύ καταστημάτων BODY SHOP και αυτό λόγω του ότι φροντίζει η αρχική εταιρεία, να υπάρχουν τόσο καταστήματα όσα χρειάζονται οι πελάτες.

Μέσα από την μέχρι τώρα συνεργασία του με τα BODY SHOP ο κ. Ζαχούρης έχει μόνο θετικά σημεία να τονίσει. Είναι ευχαριστημένος με τον τρόπο που εφαρμόζεται το franchising στην αλυσίδα στην οποία ανήκει και αγαπάει το αντικείμενο της δουλειάς του.

Τα BODY SHOP έχουν ακολουθήσει ένα καινούργιο δρόμο. Ο παραδοσιακός ρόλος της επιχείρησης, που ενδιαφερόταν αποκλειστικά για το κέρδος και όχι για τους ανθρώπους, αποτελεί πλέον παρελθόν. Μέσα από το ενδιαφέρον για τον άνθρωπο, τα BODY SHOP έχουν αναπτυχθεί ραχδαία και ο θεσμός του franchising είναι αυτός που βοηθάει για την ανάπτυξη αυτή. Το franchising είναι αυτό που βοηθάει να έρχεται το ενδιαφέρον για τον άνθρωπο και την φύση των BODY SHOP ομοίως και πιο κοντά σε περισσότερους ανθρώπους όλου του κόσμου. Σήμερα υπάρχουν 800 καταστήματα BODY SHOP σε 41 χώρες. Τα 240 από αυτά είναι στην Αγγλία, στην χώρα που πρωτοξεκίνησε το BODY SHOP, 85 στις Η.Π.Α., 100 στον Καναδά, 100 στην Αυστραλία και 275 στην Ευρώπη, εκ των οποίων 40 στην Ελλάδα.



ΕΡΕΥΝΑ

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: **PAPAGALLINO**

Η PΑΡΑGΑLLINO είναι μια αλυσίδα καταστημάτων-ζαχαροπλαστειών που εφαρμόζει με επιτυχία το σύστημα της δικαιόχρησης τα τελευταία πέντε χρόνια.

Τα αποτελέσματα είναι πολύ ικανοποιητικά όπως αναφέρει η κ. Αναχνώστου, υπεύθυνη δημοσίων σχέσεων. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει οι κύριοι λόγοι που οι επιχειρήσεις αποφασίζουν να χρησιμοποιήσουν το θεσμό του franchising είναι το κέρδος, και το αμοιβαίο όφελος. Για να τα πετύχει αυτά μια επιχείρηση θα πρέπει να επεκταθεί στην αγορά αυξάνοντας τα σημεία πωλήσεων της, δεσμεύοντας όσο το δυνατόν μικρότερα κεφάλαια. Το σύστημα του franchising το πετυχαίνει αυτό σε μεγάλο βαθμό.

Η κ. Αναχνώστου αναφερόμενη εν συνεχεία στα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του θεσμού, τόνισε την αύξηση των σημείων πωλήσεων των προϊόντων της επιχείρησης σε μικρό χρονικό διάστημα χωρίς να κάνει η ίδια η επιχείρηση επένδυση. Για το μεν δικαιοδόχο η επένδυση του εξασφαλίζεται αφού πέρνει έτοιμο marketing, know-how καθώς και το γνωστό και καταξιωμένο όνομα στην αγορά.

Από την άλλη μεριά, αν και μέχρι τώρα δεν έχει παρουσιάσει αρνητικά σημεία το σύστημα, αυτό που είναι δύσκολο για μία επιχείρηση που εφαρμόζει το σύστημα είναι ο έλεγχος των σημείων πωλήσεως, ο οποίος πρέπει να είναι ποιοτικός ώστε όλα τα σημεία πωλήσεως να προσφέρουν την ίδια ποιότητα-εξυπηρέτηση σε όλους τους πελάτες.

Όσον αφορά το είδος του franchising το οποίο εφαρμόζει η επιχείρηση είναι franchising υπαγωγής για να αποφεύγονται τυχόν πιέσεις για την λήψη αποφάσεων από τους δικαιοδόχους.

Η ανταπόκριση που βρήκε το σύστημα ήταν πολύ θετική και αυτή την στιγμή η Paragallino εξετάζει αιτήσεις που τις έχουν υποβληθεί για νέα καταστήματα. Τα κριτήρια με τα οποία εξετάζει τους μελλοντικούς δικαιούχους αφορούν κυρίως την σοβαρότητα και φερεγγυότητα του επιχειρηματία που υποβάλει την πρόταση, το κεφάλαιο που διαθέτει, που πρέπει να είναι από 15-20 εκατ. δρχ. καθώς και το κατάστημα που έχει βρεθεί και το οποίο πρέπει να είναι κεντρικό.

Φιλοσοφία της επιχείρησης Paragallino είναι η καλή ποιότητα των προϊόντων της και η καλή εξυπηρέτηση των πελατών της. Γι αυτό και βασικό είναι τα καταστήματα να έχουν κοινή εμφάνιση, προϊόντα και service.

Για να επιτευχθεί αυτό, η αλυσίδα προσφέρει στους δικαιούχους μεγάλη υποστήριξη σε όλους τους τομείς. Η υποστήριξη αυτή ξεκινάει από την επιλογή του καταστήματος, του προσωπικού και φθάνει σε υποστήριξη πάνω σε θέματα οικονομικά, τεχνικά, εκπαίδευσης, marketing κ.λπ. Συγκεκριμένα, η αλυσίδα παρέχει τη διακοσμητική γραμμή του καταστήματος γεγονός που μειώνει το κόστος για τον δικαιούχο. Επιλέγει το προσωπικό ενώ παράλληλα προσφέρει και παρέχει την εκπαίδευση του. Το νέο προσωπικό εκπαιδεύεται για 15 ημέρες σε ένα από τα υπάρχοντα ήδη καταστήματα. Έτσι τα νέα μέλη του προσωπικού ενημερώνονται για την λειτουργία του καταστήματος, την τεχνική των πωλήσεων, τις δημόσιες σχέσεις, την θετική αντιμετώπιση του πελάτη κ.λπ. Επιπλέον στο ξεκίνημα της λειτουργίας του καταστήματος, η αλυσίδα προσφέρει επιπρόσθετο προσωπικό. Η αλυσίδα διεξάγει έρευνα αγοράς και διαφήμισης, τα αποτελέσματα της οποίας οφελούν και τα καταστήματα.

Σχετικά με τους οικονομικούς όρους της συνεργασίας καταβάλλεται από τον δικαιούχο ένα ποσό το οποίο καθορίζεται από τον πληθυσμό της περιοχής και καλύπτει όλα τα παραπάνω. Για το δικαίωμα

της δικαιόχρησης, ο δικαιοδόχος καταβάλλει στον δικαιοπάροχο ένα ποσοστό 2.5% των συνοδικών πωλήσεων.

Οι σχέσεις της αλυσίδας με τους δικαιοδόχους στηρίζονται στις καλές ανθρώπινες σχέσεις και προσπαθούν να έχουν όσο το δυνατόν περισσότερη επικοινωνία και επαφή. Αυτό επιτυγχάνεται αφ'ενός με την υποστήριξη της αλυσίδας προς τα καταστήματα και αφ'ετέρου με τον έλεγχο.

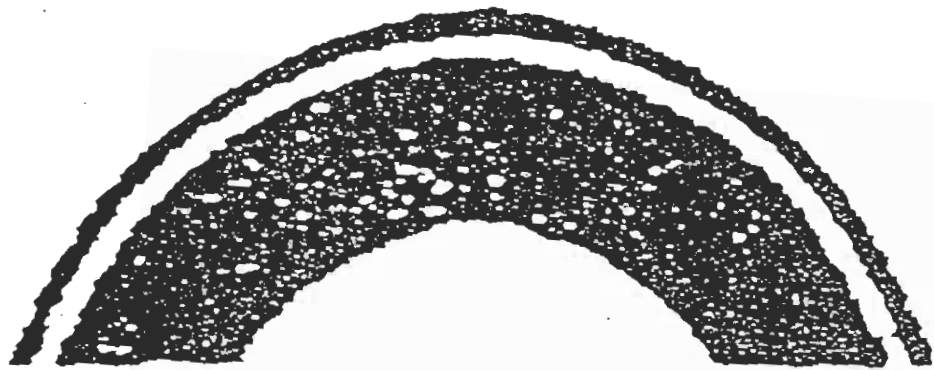
Η εικόνα της επιχείρησης προς τα έξω, δηλαδή προς τους πελάτες, τις τράπεζες και γενικότερα στην αγορά είναι θετική γιατί με την εφαρμογή του franchising η εικόνα αυτή γίνεται πιο ισχυρή, πιο ανταγωνιστική, επεκτείνεται στην αγορά και περισσότερο αγοραστικό κοινό την γνωρίζει.

Η Papagallino μετά την εφαρμογή του franchising έχει γίνει πιο ανταγωνιστική στην αγορά, έχοντας πάρει ένα μεγαλύτερο μέρος της αγοράς αφού τα καταστήματα της αυξήθηκαν όπως και ο κύκλος εργασιών της.

Ο αριθμός των καταστημάτων φτάνει τα 22, ενώ 2 από αυτά λειτουργούν στην Κύπρο και στο Ντουμπάι. Πειραματικά επίσης λειτουργεί ένα κατάστημα στα παλιά της Strintzis Lines.

Για την υποστήριξη του συστήματος, η Papagallino έχει δημιουργήσει μια ανεξάρτητη επιχείρηση franchising με την επωνυμία Market-In. Σκοπός αυτής της επιχείρησης είναι η ανάληψη από μέρους της του σχεδιασμού και της εφαρμογής, όταν κάποιος θελήσει να γίνει δικαιοδόχος.

Η επιτυχία του συστήματος που εφαρμόζει η Papagallino, βασίζεται κυρίως στην σωστή οργάνωση και στην πλήρη υποστήριξη που παρέχει στους δικαιοδόχους.



ΓΕΡΜΑΝΟΣ



ΜΠΑΡΕΣ

ΕΡΕΥΝΑ

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: **ΓΕΡΜΑΝΟΣ**

Η εταιρεία ΓΕΡΜΑΝΟΣ είναι μία εταιρεία που χρησιμοποιεί τον θεσμό του franchising στην Ελλάδα. Η εταιρεία αυτή ασχολείται με την πώληση μπαταριών κάθε τύπου και έχει μεγάλη ποικιλία προϊόντων. Ο δικαιούχος περιορίζεται στο να πωλεί εκμεταλλευόμενος το πακέτο franchise, σε τελικούς καταναλωτές, τα προϊόντα μέσα σε καταστήματα που φέρουν το διακριτικό γνώρισμα του δικαιούχου.

Ο δικαιούχος εδρεύει στην Αθήνα, προμηθεύεται όλα τα προϊόντα από διάφορες κατασκευάστριες εταιρείες στην Ελλάδα και το εξωτερικό και προμηθεύει τους δικαιούχους με τα προϊόντα αυτά. Οι δικαιούχοι είναι διάσπαρτοι σε ολόκληρη την Ελλάδα.

Υστερά από συνομιλία με τον κ. Προκόπη, δικαιούχο του καταστήματος ΓΕΡΜΑΝΟΣ στην Πάτρα προέκυψαν τα εξής:

Το κατάστημα ΓΕΡΜΑΝΟΣ άρχισε να λειτουργεί με δικαιόχρηση στην Πάτρα από το 1982. Η εταιρεία ΓΕΡΜΑΝΟΣ είχε μία θετική εικόνα στην αγορά και θεωρείται μία από της καλύτερες του κλάδου της. Η φιλοσοφία που επικρατεί στην αγορά είναι ότι όσο πιο πολλά καταστήματα υπάρχουν, τόσο πιο καλά είναι για την εταιρεία. Ειδικότερά μέσω του franchising, οι δικαιούχοι απολαμβάνουν τα πλεονεκτήματα της γνωστής φίρμας ΓΕΡΜΑΝΟΣ(διαφήμιση, προώθηση πωλήσεων κ.λπ.) Η διαφήμιση που παρέχει ο δικαιούχος στην αλυσίδα παίζει σημαντικό ρόλο στην προώθηση των πωλήσεων. Ο δικαιούχος κάνει διαφήμιση γνωστοποίησης καινούργιων προϊόντων, καθώς επίσης και διαφήμιση υπενθύμισης και συντήρησης της καλής εικόνας που έχει δημιουργήσει στον καταναλωτή. Τα θετικά σημεία που προκύπτουν τόσο για τον δικαιούχο, όσο και για το δικαιούχο είναι πολλά και μεγάλης

σημασίας. Μέσω της δικαιόχρησης οι τιμές γίνονται ανταγωνιστικότερες, υπάρχει καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών εφόσον μπορούν να βρουν εύκολα κοντά τους υποκαταστήματα της αλυσίδας, μεγαλώνει το **image** της επιχείρησης και γενικότερα η εταιρεία γίνεται πιο δυνατή μέσα στην αγορά.

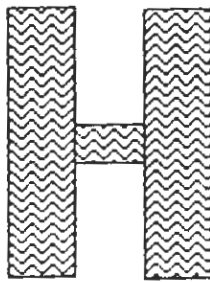
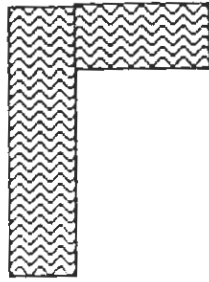
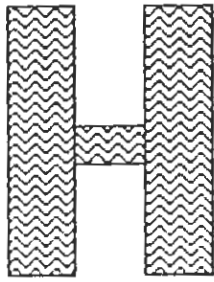
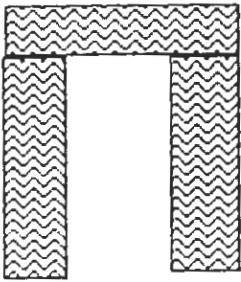
Υπάρχουν βέβαια και αρνητικά στο θεσμό της δικαιόχρησης. Λόγω του ότι οι δικαιοδόχοι και ο δικαιοπαρόχος λειτουργούν σε ένα ενιαίο σώμα, πολλές φορές έχουν διαφορετικές απόψεις που οδηγούν σε προστριβές, οι οποίες όμως μπορούν να καταπολεμηθούν όταν υπάρχει καλή θέληση.

Ο κ. Πρεκέπης τόνισε ότι για να γίνει κάποιος δικαιοδόχος στην αλυσίδα θα πρέπει να έχει το απαιτούμενο κεφάλαιο, καθώς επίσης και γνώσεις ιδιαίτερες στο τομέα αυτό το σχετικό με μπαταρίες, τεχνικές γνώσεις. Γιατί υπάρχουν απλές μπαταρίες, αλλά υπάρχουν και μπαταρίες για πολύπλοκα μηχανήματα όπως για παράδειγμα μπαταρίες για συστήματα ασφαλείας, για συστήματα Η/Υ κ.λπ. Επίσης θα πρέπει να έχει θέληση για δουλειά.

Παρ'όλα αυτά η ζήτηση για να μπου καινούργιοι δικαιοδόχοι στην αλυσίδα είναι μεγάλη. Οι προοπτικές για το μέλλον είναι πολύ ευνοϊκές και η αλυσίδα σύμφωνα με προβλέψεις θα φτάσει τα 50 υποκαταστήματα σε σύντομο χρονικό διάστημα.

Οι δικαιοδόχοι βάζουν το κεφάλαιο, την προσωπική τους εργασία και δίνουν ένα ποσοστό επί των πωλήσεων στον δικαιοπάροχο. Αυτό το ποσοστό κυμαίνεται από 1% έως 10% ανάλογα με το κατάστημα και την συμφωνία δικαιοδόχου-δικαιοπαρόχου.

Η εταιρεία ΓΕΡΜΑΝΟΣ έχει σίγουρα αναπτυχθεί από την χρησιμοποίηση του θεσμού της δικαιόχρησης και αυτό οφείλεται στην καλή συνεργασία των μελών της αλυσίδας και στην αδιάκοπη προσπάθεια τους να μείνουν ενωμένοι.



ΕΡΕΥΝΑ

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ: ΠΗΓΗ

Η Πηγή, η γνωστή σε όλους μας αλυσίδα εμπορίας χαρτικών, παιδικού ενδύματος, ήταν η πρώτη επιχείρηση που εφάρμοσε το FRANCHISING πριν ακόμα από το 1981. Ξεκίνησε με ένα μικρό υπόγειο κατάστημα στην Ν. Ιωνία της Αθήνας και μέσα σε λίγα χρόνια, με την εφαρμογή του συστήματος εξαπλώθηκε και έγινε γνωστή σε όλη την Ελλάδα.

Στην Πάτρα εμφανίστηκε το 1984 με τέσσερα καταστήματα καλύπτοντας ολόκληρη την αγορά της Πάτρας. Αυτή την στιγμή η συνεργασία της Πηγής με τον δικαιούχο στην Πάτρα Κ. Πούλο έχει διακοπεί. Είναι όμως χαρακτηριστική η περίπτωση της Πηγής, που εαν και η πρώτη που εφάρμοσε την δικαιόχρηση στην Ελλάδα δεν κατάφερε να εκμεταλλευτεί προς όφελος της το σύστημα.

Τα πρόβλήματα που ανέφερε ο κ. Πούλος ήταν τα εξής:

Η Πηγή στο ξεκίνημα της ανάπτυξης της και της επέκτασης της πανελλαδικά, έψαχνε για επιχειρηματίες φερέγγυους και σχετικούς με το αντικείμενο. Έτσι ήρθε σε επαφή με τον κ. Πούλο, ο οποίος τελικά έγινε ο δικαιούχος της Πηγής στην Πάτρα.

Φιλοσοφία της πηγής ήταν η καλή τιμή, χαμηλή σε σχέση με τους ανταγωνιστές της και καλή ποιότητα προϊόντων. Τα καταστήματα της Πάτρας τηρώντας αυτές τις προδιαγραφές έκαναν ετήσιο τζίρο, στην αρχή της συνεργασίας τουλάχιστον 105.000.000 ερχ. σε μια αγορά 160.000 χιλ. περίπου κατοίκους.

Η Πηγή ήταν ο αποκλειστικός προμηθευτής των καταστημάτων της Πάτρας και καθόριζε τις τιμές αγοράς και πώλησης των προϊόντων.

Τα προβλήματα άρχισαν να δημιουργούνται από την στιγμή που η Πηγή αναπτύχθηκε και άρχισε να έχει καταστήματα σε όλη την Ελλάδα. Την στιγμή αυτή φάνηκε η αδυναμία της Πηγής στην οργάνωση της, τα στελέχη της επιχείρησης ήταν μη ικανά στις καλές ανθρώπινες σχέσεις με τους δικαιοδόχους και υπήρξε μια ανευθυνότητα από μέρους τους σε βασικά ζητήματα.

Κύριο πρόβλημα της Πηγής ήταν ο έλεγχος, ο οποίος δεν μπορούσε να είναι επαρκής, εφόσον τα καταστήματα της ήταν πολλά και δεν είχε την κατάλληλη οργάνωση.

Το μόνο που παρείχε στους δικαιοδόχους ήταν η διαφήμιση από την οποία έχινε γνωστή η Πηγή. Συνέπεια της διαφήμισης ήταν η ενίσχυση των καταστημάτων. Πέρα από αυτό όμως δεν υποστήριξε περισσότερο τα καταστήματα. Θα λέγαμε ότι τα "άφησε στη μοίρα τους" και δεν τα βοήθησε όταν άρχισαν να παρουσιάζονται τα προβλήματα.

Ο κ. Πούλος ανέφερε ότι τα καταστήματά της Πάτρας είχαν την εξής εξέλιξη:

Κάποια στιγμή τα καταστήματα άρχισαν να έχουν ελλείψεις που η Πηγή για κάποιους λόγους δεν ήταν σε θέση να καλύψει. Είχε δημιουργηθεί πρόβλημα πληρωμής των προμηθευτών της Πηγής αφού η ίδια δεν παράγει τα προϊόντα που φέρουν το όνομα της.

Τα στελέχη της Πηγής επέδειξαν ανευθυνότητα, στην οργάνωση αφού κάθε φορά που προσπαθούσε να επικοινωνήσει μαζί τους ο κ. Πούλος για να αντιμετωπίσουν από κοινού τα προβλήματα δεν αναλάμβαναν την ευθύνη.

Η παραπάνω κατάσταση καθώς και το γεγονός ότι υπήρχε έλλειψη σε συγκεκριμένα είδη εμπορευμάτων ανάγκασαν τον κ. Πούλο να απευθυνθεί σε δικό του προμηθευτή προκειμένου να εφοδιάσει το κατάστημα και να καλύψει της ανάγκες των καταναλωτών.

Η αντιμετώπιση της Πηχής ήταν κάθε άλλο παρά επαγγελματική. Ενώ δεν προμήθευε με προϊόντα στα οποία υπήρχε έλλειψη, ανάγκασε τον δικαιοδόχο της να αγοράζει προϊόντα τα οποία δεν είχαν κίνηση. Πέρα από αυτό συνεργαζόταν με έμπορο στο Αίγιο, στον οποίο πουλούσε στις ίδιες τιμές με τον δικαιοδόχο, και ο οποίος έμπορος προμήθευε και την Πάτρα με αποτέλεσμα να πληττείται ο δικαιοδόχος.

Στο τέλος η Πηχή απομακρύνθηκε από τον στόχο της, ο οποίος ήταν χαμηλή τιμή - υψηλή ποιότητα, ανεβάζοντας τις τιμές των προϊόντων της. Από την άλλη μεριά συνεχιζόταν η έλλειψη των συγκεκριμένων προϊόντων, προκαλώντας σύγχυση στον δικαιοδόχο.

Ενα άλλο κενό που παρουσίαζε η οργάνωση του συστήματος που είχε εφαρμόσει η Πηχή ήταν ο καθορισμός του ετήσιου τζίρου που έπρεπε να κάνει το κάθε κατάστημα. Για παράδειγμα, στην Πάτρα με αγοραστικό κοινό 160.000 χιλ. κατοίκους είχε θέσει σαν επιθυμητό στόχο 100.000.000δρχ., ενώ αντίστοιχα στο Περιστέρι στο οποίο το αγοραστικό κοινό ανερχόταν σε 600.000 χιλ. κατοίκους, ο στόχος ήταν στις 50.000.000 δρχ. Οι στόχοι δηλαδή που είχε θέσει η Πηχή, αν όχι πραγματοποιήσιμοι, δεν ήταν αντικειμενικοί και ανάλογοι του πληθυσμού της περιοχής.

Ο στόχος συνδεόταν άμεσα με το πριμ το οποίο έδινε στους δικαιοδόχους όταν έφθαναν και ξεπερνούσαν αυτό το συγκεκριμένο τζίρο. Τα καταστήματα της Πάτρας είχαν χάσει μόνο 10% από τον επιθυμητό τζίρο σε συνδιασμό με τις ελλείψεις για τις οποίες ευθυνόταν η Πηχή. Δημιουργήθηκε έτσι πρόβλημα για την προμολόγηση του δικαιοδόχου ο οποίος υποστήριζε ότι δικαιούτο να πάρει πριμ, ενώ η Πηχή υποστήριζε ότι και εαν ακόμα η ίδια είχε καλύψει τις ανάγκες, ο δικαιοδόχος δεν θα έφθανε τον επιθυμητό στόχο.

Αποτέλεσμα όλων αυτών των αντιξοοτήτων ήταν η διακοπή της συνεργασίας του κ. Πούλου με την Πηγή. Η περίπτωση αυτή είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα το οποίο αποδεικνύει, ότι για να επιβιώσει ένα σύστημα σαν αυτό, χρειάζεται τρομερή οργάνωση, μελέτη και υποστήριξη. Και ενώ η Πηγή ξεκίνησε με πολύ ευνοϊκές προϋποθέσεις, στην πορεία παρουσιάσθηκαν κενά τα οποία υπήρχαν στο management, το marketing, την υποστήριξη στους δικαιοδόχους, τον προγραμματισμό και τέλος τον ποιοτικό έλεγχο. Ένα ελαφρυντικό το οποίο θα μπορούσε να αποδοθεί στην Πηγή είναι η απειρία που υπήρχε γύρω από το σύστημα αφού ήταν η πρώτη επιχείρηση που το εφάρμοσε στην Ελλάδα.

Αυτή την στιγμή πολλὰ από τα καταστήματα της Πηγής έχουν κλείσει ενώ ο τζίρος που κάνει ετησίως είναι μηδαμινός σε σχέση με τους ανταγωνιστές της.

ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ FRANCHISING

ΟΝΟΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ :

διακριτικός τίτλος

1. ΚΛΑΔΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

FAST FOOD

ΕΠΙΜΑΛΑ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

ΥΓΙΕΙΝΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

SUPER MARKET

ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ

ΚΟΜΜΩΤΗΡΙΑ

ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΕΙΔΗ

ΆΛΛΑ

2. Απο πότε άρχισε να λειτουργεί η επιχείρηση :

ΕΤΟΣ

3. Απο πότε άρχισε να χρησιμοποιείται ο θεσμός του FRANCHISING :

ΕΤΟΣ

4. Ποσοι δικαιοδόχοι υπάρχουν σήμερα στην αλυσίδα :

5. Τι σας ώθησε να εφαρμόσετε το θεσμό του FRANCHISING :

6. Διάκριση FRANCHISING

Ως προς το αντικείμενο

α) FRANCHISING διανομής (απλή πώληση)

β) FRANCHISING υπηρεσιών (παροχή υπηρεσιών)

γ) FRANCHISING παραγωγής (παραγωγή)

Ως προς τον φορέα

α) FRANCHISING υπαγωγής (κυριαρχία δικαιούχου)

β) FRANCHISING ισότιμης συνεργασίας (συμμετοχή δικαιούχων στη λήψη αποφάσεων)

7. Ποιο θεωρείται το πιο βασικό πλεονέκτημα του FRANCHISING :

- α) Ταχεία ανάπτυξη της επιχείρησης και των δικτύων της
- β) Βαθεία διείσδυση στην αγορά
- γ) Πλήρης έλεγχος της τοπικής αγοράς
- δ) Περιορισμός εμπορικών κινδύνων
- ε) Υψηλός δείκτης πωλήσεων
- στ) Κάποιο άλλο

8. Ποιό θεωρείται ως το πιο βασικό μειονέκτημα του FRANCHISING :

- α) Επιλογή συνεργατών
- β) Δυσχερής επικοινωνία
- γ) Μη αλόκτηση της εμπορικής επωνυμίας μετά τη λήξη της σύμβασης
- δ) Σε FRANCHISING υπαγωγής η όχι συμμετοχή των δικαιούχων
- ε) Κάτι άλλο

9. Ποιό κατά τη γνώμη σας το θετικό και ποιο το αρνητικό σημείο του θεσμού του FRANCHISING κατά την εφαρμογή του;

ΘΕΤΙΚΟ

ΑΡΝΗΤΙΚΟ

10. Ποιές οι προϋποθέσεις για να γίνει κάποιος δικαιούχος στην αλυσίδα :

- 11 . Απαρίθμηση λόγων για τους οποίους επέλεξε ο δικαιούχος την συγκεκριμένη επιχείρηση :
- 12 . Ποιοί οι οικονομικοί όροι της συνεργασίας (royalties κ.λ.π.)
- 13 . Με ποίο τρόπο γίνονται οι προμήθειες των προϊόντων :
- 14 . Ποιό είναι το αρχικό κεφάλαιο που χρειάζεται για να λειτουργήσει ένα καινούργιο κατάστημα της αλυσίδας ;
- 15 . Πότε προβλέπεται να προσεγγίσει ο δικαιούχος το "νεκρό σημείο" από την στιγμή έναρξης της λειτουργίας του καταστήματος ;
- 16 . Τι παρέχει η αλυσίδα στο δικαιούχο :
- 17 . Ποίο το κοινωνικό έργο της επιχείρησης ;

18 . Οι διάφορες τεχνικές πωλήσεων

19 . Σχετικά με τις συμβάσεις FRANCHISING

ΟΡΙΣΜΕΝΟΥ ΧΡΟΝΟΥ (πόσα χρόνια)

ΑΟΡΙΣΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ

20 . Μετά τη λήξη της σύμβασης.....

.....
.....
.....
.....

21 . Σχετικά με την τραπεζική χρηματοδότηση των δικαιούχων.
Υπάρχουν στην Ελλάδα ειδικά προγράμματα χρηματοδότησης
FRANCHISING ; (leasing factoring κ.λ.π.)

22 . Μελλοντικές εξελίξεις της αλυσίδας.

ΜΕΡΟΣ ΙΙΙ

ΚΡΙΤΙΚΗ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ-ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

ΚΡΙΤΙΚΗ

Αν σήμερα βγαίναμε και λέγαμε ότι "ο κόσμος αλλάζει" δεν θα λέγαμε ασφαλώς τίποτα καινούργιο. Τα ίδια έλεχαν και όλες οι προηγούμενες γενιές.

Θα ήταν όμως λίγο αβασάνιστο να χαρακτηρίσουμε σαν απλή συνέχεια του παρελθόντος τις επαναστατικές εξελίξεις των ημερών μας όπου:

-Το χαρτονόμισμα αντικαθίσταται από το "πλαστικό χρήμα" και την ίδια στιγμή οι συναλλαγές γίνονται μέσω δικτύων πληροφορικής.

-Πολύ σύντομα θα μιλάμε και στην Ελλάδα για ηλεκτρονικές βιβλιοθήκες, εφημερίδες, σχολείο στο σπίτι ή ακόμα για ψώνια από το super market ή απ'ευθείας από τον παραγωγό μέσω ενός κοινού και πάμφθηνου PC.

-Η αγορά κατακλύζεται από μια απίστευτη ποικιλία νέων προϊόντων όταν μόνο μέσα σε ένα χρόνο έχουν βγει 227 μοντέλα walkman από μία μόνο εταιρία.

-Η επανάσταση της πληροφορικής επιτρέπει πλέον την άσκηση των περισσότερων επαγγελματιών από το σπίτι με αποτέλεσμα να μην χρειάζεται να μετακινηθούμε για να επικοινωνήσουμε. (υποκατάσταση συκοινωνιών από τις επικοινωνίες).

-Μέσα σε ένα το πολύ δύο χρόνια άλλαξε ριζικά ολόκληρη η γεωπολιτική δομή του κόσμου όταν κατέρρευσε ο λεγόμενος υπαρκτός σοσιαλισμός στην Ανατολική Ευρώπη, με ταυτόχρονο άνοιγμα νέων αγορών, που διψούν για νέα προϊόντα.

Με όλα αυτά λοιπόν που συμβαίνουν δίπλα μας δεν μπορούμε να μιλάμε για απλή αλλαγή, διότι αφ'ενός μεν ο κόσμος που έρχεται δεν μοιάζει σχεδόν καθόλου με τον κόσμο που φεύγει, και αφ'ετέρου ο ρυθμός της αλλαγής είναι τόσο ραγδαίος που είναι πλέον δύσκολο και να τον παρακολουθήσουμε.

Οι επιχειρήσεις που είναι αποφοτισμένες να λειτουργούν και μετά το 2000 καλούνται να ασκήσουν τις δραστηριότητες τους σε ένα περιβάλλον οξύτατα ανταγωνιστικό, ταχύτατα μεταβαλλόμενο αλλά και πολλά υποσχόμενο.

Το FRANCHISING μέσα σε αυτό το περιβάλλον αποτελεί τον πιο αποτελεσματικό ποιοτικό και αποδοτικό τρόπο, για να αναπτυχθεί μια δραστηριότητα, όπου ο δικαιοπάροχος και ο δικαιοδόχος συνεργάζονται για να επιτύχουν το καλύτερο δυνατόν.

Η ιστορία δείχνει την εντυπωσιακή του ανάπτυξη αρχικά στις Η.Π.Α. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων που λειτουργούν με FRANCHISING στις Η.Π.Α. ανήλθε το 1992 σε 812\$ δισ. ήτοι ποσοστό 35% του συνολικού όγκου των πωλήσεων!!! Με αρχούς ρυθμούς το FRANCHISING πέρασε και στην Ευρώπη και σήμερα μπορούμε να μιλάμε για την εφαρμογή του και στην Ελλάδα σε πολλούς κλάδους τόσο υπηρεσιών όσο και παραγωγής και διανομής.

Το FRANCHISING είναι ένα ΣΥΣΤΗΜΑ. Θα μπορούσαμε να παρομοιάσουμε τον FRANCHISOR με μια ομπρέλα, κάτω από την οποία βρίσκονται όλοι οι FRANCHISEE. Σε αυτό ακριβώς το σημείο βρίσκεται και η επιτυχία του franchise, στη σχέση δικαιοδόχου-δικαιοπάροχου. Τα πλεονεκτήματα-μειονεκτήματα-απειλές-ευκαιρίες του συστήματος φαίνονται σχηματικά στις Π.Α.Μ.Ε. αναλύσεις (S.W.O.T. analysis) που ακολουθούν.

Το βασικότερο όμως σημείο του FRANCHISING είναι τα στάδια ανάπτυξής του:

- * Προσδιορισμός θέλησης και ικανότητας για ανάπτυξη FRANCHISING
- * Καθορισμός στόχου
- * Πρώτος προϋπολογισμός
- * Έρευνα αγοράς
- * Μελέτη σκοπιμότητας
- * Προετοιμασία
- * Δοκιμή
- * Προσέλευση, αξιολόγηση
- * Ξεκίνημα
- * Συνεχής έλεγχος

Μόνο αν αναπτυχθεί σωστά θα μπορέσει να λειτουργήσει και να υπάρξει μέσα στα πλαίσια του σημερινού ανταγωνισμού.

Όσο σημαντικά είναι τα στάδια ανάπτυξης, τόσο σημαντική είναι και η σύμβαση η οποία καταρτίζεται μεταξύ δικαιούχου-δικαιολογητού και η οποία πρέπει να εκπονηθεί κατά βήμα και να καθορίζει με σαφήνεια τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις και των δύο πλευρών.

Σημαντικός είναι και ο ρόλος μιας τραπεζικής χρηματοδότησης. Οι τράπεζες στην Ευρώπη και Αμερική παρέχουν ένα ολοκληρωμένο πακέτο υπηρεσιών που βοηθούν στο ξεκίνημα και στη διαρκή υποστήριξη του FRANCHISING.

Μέσα σε ένα πλαίσιο όπου όλα είναι οργανωμένα η μοναδική διέξοδος είναι η επιτυχία. Για αυτό τον λόγο και το FRANCHISING σχετίζεται άμεσα με την οργάνωση, γιατί μόνο μέσα από αυτήν μπορεί να αναπτυχθεί και να υπάρξει.

FRANCHISOR

STRENGTHS (ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ)

- ανάπτυξη με ξένα κεφάλαια
- royalties
- δείσδυση στην αγορά
- έλεγχος τοπικής αγοράς
- περιορισμός εμπορικών κινδύνων
- // - δεσμευμένων κεφαλαίων
- διατήρηση προδιαγραφών προϊόντων

WEAKNESSES (ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ)

- έμμεσος έλεγχος, όχι άμεσος

OPPORTUNITIES (ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ)

- αύξηση κύκλου εργασιών
- αύξηση κερδών
- καινούργιες αγορές
- δυνατότητα εξέλιξης προϊόντος
- καινούργια προϊόντα

THREATS (ΑΠΕΙΛΕΣ)

- επιβολή συνεργατών
- δυσχερής επικοινωνία με δικαιούχο

FRANCHISEE

STRENGTHS(ΠΑΡΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ)

- δικαίωμα να χρησιμοποιεί όνομα
- δικαίωμα να πουλάει προϊόν
- management, know how
- marketing
- έρευνα αγοράς
- προμήθειες προϊόντων
- μειώνει επιχειρηματικό κίνδυνο
- δημιουργεί επιχείρηση με κατοχυρωμένη θέση στην αγορά

WEAKNESSES (ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ)

- royalties
- μη απόκτηση εμπορικής επωνυμίας
- διαρκής έλεγχος
- αποφάσεις από δικαιούχο

OPPORTUNITIES (ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ)

- απόδοση επένδυσης
- ικανοποίηση προσωπικής φιλοδοξίας

THREATS (ΑΠΕΙΛΕΣ)

- μη απόδοση επένδυσης
- ανταγωνισμός
- προσωπική εργασία εις βάρος προσωπικής ζωής
- ασυνεννοησία με δικαιούχο

ΚΡΙΤΙΚΗ ΒΑΣΙΣΜΕΝΗ ΣΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ

Η GOODY'S δεσπόζει στο χώρο του γρήγορο φαγητού. Διαθέτει το μεγαλύτερο δίκτυο εστιατορίων στην Ελλάδα. Τα σημεία πώλησης είναι γνωστά και έχουν γίνει στέκια στις κατα τόπους περιοχές. Έχει εδραιωμένη ηγετική εικόνα στη συνείδηση του καταναλωτή, με τον οποίο έχει αναπτύξει σχέσεις οικειότητας. Η ποιότητα των προϊόντων και των υπηρεσιών της είναι αναγνωρισμένη, η δε σχέση ποιότητας / τιμής είναι πολύ καλή.

Τα BODY SHOP κυριαρχούν σε καλλυντικά προϊόντα σε ολόκληρο τον κόσμο. Σημαντική είναι η ευαισθητοποίηση τους σε θέματα σχετικά με το περιβάλλον και την φύση, κάτι που είναι απαραίτητο στην εποχή μας.

Τα PAPAGALLINO κατασκευάζουν είδη ζαχαροπλαστικής. Έχει σαν βασικότερο στόχο για την επιτυχία του franchising, την υποστήριξη των δικαιούχων της αλυσίδας.

Ο ΓΕΡΜΑΝΟΣ προμηθεύει τους δικαιούχους με μπαταρίες, τις οποίες πουλούν στους τελικούς καταναλωτές. Οι δικαιούχοι θα πρέπει να έχουν τεχνικές γνώσεις, σχετικές με τις μπαταρίες.

Η ΠΗΓΗ που ήταν η πρωτοπωρος του franchising στην Ελλάδα, απέδειξε ότι για να είναι αποτελεσματική η λειτουργία του θεσμού πρέπει να πληρούνται όλες οι απαραίτητες προϋποθέσεις, με βασικό άξονα την διαρκή και ποιοτική υποστήριξη των δικαιούχων.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Είναι όμως αρκετά οργανωμένα τα πράγματα σχετικά με το FRANCHISING, στην Ελλάδα του 1995;

Όπως παρατηρούμε και από την προηγούμενη έρευνα, τα αποτελέσματα για όλους όσους εμπιστεύθηκαν τον θεσμό είναι, σχεδόν πάντα, αρκετά ικανοποιητικά. Υπάρχει όμως πάντα το περιθώριο βελτίωσης και εξέλιξης. Για να είναι ακόμα πιο αποτελεσματικός ο τρόπος λειτουργίας του θεσμού FRANCHISING, ύστερα από την έρευνα, την οποία έκανα, σχετικά με αυτό το θέμα, έχω να παραθέσω τις εξής προτάσεις:

ΔΙΚΑΙΟΔΟΧΟΣ

Θα πρέπει να είναι ένα φυσικό πρόσωπο όχι μεγάλης ηλικίας, το οποίο να διαθέτει κεφάλαιο, διάθεση για δουλειά με την οποία θα ασχολείται πλήρως και αποκλειστικά. Να διαθέτει γνώσεις οργάνωσης και διοίκησης, καθώς επίσης και γνώσεις για το συγκεκριμένο προϊόν με το οποίο πρόκειται να ασχοληθεί. Να είναι συνεργάσιμος και αισιόδοξος.

Όσο περισσότερο πλησιάζει ο δικαιούχος στις παραπάνω προδιαγραφές, τόσο μεγαλύτερη και η πιθανότητα επιτυχίας τόσο του ίδιου ατομικά, όσο και του συστήματος FRANCHISING το οποίο αντιπροσωπεύει.

ΔΙΚΑΙΟΠΑΡΟΧΟΣ

Θα πρέπει να είναι ένα φυσικό ή νομικό πρόσωπο, με χαρακτηριστικά ηγέτη και πνεύμα συνεργασίας. Θα πρέπει οπωσδήποτε να έχει γνώσεις οργάνωσης και διοίκησης και γνώσεις σχετικές με το αντικείμενο με το οποίο ασχολείται το FRANCHISING. Ο δικαιούχος θα πρέπει να

ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις που έχει αναλάβει έναντι των δικαιοδόχων του, θα πρέπει να παίζει τον δικό του ρόλο πιο σωστά από τον καθένα. Συγκεκριμένα θα πρέπει:

α. Να κάνει συνεχή έρευνα σε όλους τους τομείς, για την διατήρηση της ικανοποίησης του πελάτη, κάτι το οποίο έχει πάψει από αρκετό καιρό να αποτελεί πολυτέλεια

Το αποκλειστικό αντικείμενο δουλειάς ενός δικαιοπαρόχου, ειδικότερα στον τομέα των υπηρεσιών, θα πρέπει να είναι:

- *Εκπόνηση υπηρεσιών και παροχή τους στους δικαιοδόχους
- *Feed Back από τους δικαιοδόχους και προμηθευτές
- *Έλεγχος δικαιοδόχων

Ο δικαιοπάροχος δεν πρέπει κατα συνέπεια να καθυστερείται ο ίδιος ούτε σε παραγωγική, ούτε σε επενδυτική δραστηριότητα.

β Σωστή εφαρμογή των ανθρωπίνων σχέσεων μεταξύ δικαιοδόχου, προμηθευτών και του ίδιου, ώστε να επιτυγχάνεται υποκίνηση συνεχούς δημιουργίας διαχρονικά

γ Δημόσιες σχέσεις προς το περιβάλλον μέσα στο οποίο ζει και κινείται η εταιρία, με την μορφή κυρίως της κοινωνικής συμμετοχής και της μέριμνας για το περιβάλλον, ώστε να διατηρηθεί η αγάπη της κοινής γνώμης για την εταιρία όσο και αν αυτή αναπτύσσεται και γιγαντώνεται. Η ανάπτυξη από ένα σημείο και μετά είναι δυνατόν να στρέψει την κοινή γνώμη ενάντια στο αναπτυσσόμενο, γι αυτό θα πρέπει να τηρηθούν προληπτικά μέτρα.

δ. Η θεωρητική και πρακτική εκπαίδευση και επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού καθώς και η ανάπτυξη του είναι πλέον βασική προϋπόθεση επιβίωσης και επιτυχίας.

ε.θα πρέπει να διενεργεί έλεγχο για εξασφάλιση της λειτουργίας των καταστημάτων σε υψηλά επίπεδα, ώστε να παρέχουν στον πελάτη προϊόντα και υπηρεσίες, σύμφωνα με τις προδιαγραφές του.

ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ-ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΕΣ

θα πρέπει να διασφαλίζουν την τυποποίηση και σταθερότητα των προϊόντων. Να υπάρχουν δίκτυα αποθηκευτικών χώρων και διανομών με αποτελεσματικότητα. Και πνεύμα συνεργασίας προς τον δικαιопάροχο, πνεύμα το οποίο να είναι αμοιβαίο.

ΣΧΕΣΕΙΣ-ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

θα πρέπει να είναι συνείδηση τόσο στον δικαιοδόχο, όσο και στον δικαιοπαρόχο ότι ο καθένας έχει ένα δικό του σημαντικό ρόλο να παίξει. Ο δικαιοδόχος ξεκινώντας την δουλειά πρέπει να ακούσει, να μάθει για ένα χρονικό διάστημα (ένα έως δύο χρόνια) να εφαρμόζει πιστά το σύστημα του δικαιοπαρόχου και όχι να κάνει ότι αυτός νομίζει, όποτε το νομίζει και όπως το νομίζει.

Το franchising είναι μια σχέση γονιού-παιδιού.

Μετά από 1-2 χρόνια πιστής εφαρμογής του συστήματος και με παράλληλη πρακτική και θεωρητική επιμόρφωση, ο δικαιοδόχος θα μπορεί και θα πρέπει να αναπτύξει την δημιουργική του πρωτοβουλία.

θα έχει τις δικές του απόψεις, τις οποίες θα πρέπει να μεταφέρει πειθαρχημένα στον δικαιοπαρόχο, μέσα από ένα συγκεκριμένο μηχανισμό επικοινωνίας.

Πέρα από την επαγγελματική σχέση που διέπει τις δύο πλευρές, η ανθρώπινη σχέση είναι αυτή που καθορίζει την επιτυχή ή όχι πορεία.

Απαιτείται πολύ μεγάλη προσπάθεια και λεπτός χειρισμός εκ μέρους του δικαιοπαρόχου για να διατηρηθεί αυτή η σχέση σε υψηλά επίπεδα. Η συχνή και αληθινή, όχι τυπική, επαφή και επικοινωνία με τον δικαιοδόχο είναι το μόνο φάρμακο.Εαν το επιτύχει αυτό και παράλληλα

είναι και συνεπής στις συμφωνημένες υποχρεώσεις του, τότε μπορεί εύκολα να απαιτεί από τον δικαιοδόχο να είναι συνεπής και στις δικές του υποχρεώσεις.

Ο μηχανισμός επικοινωνίας τόσο επαγγελματικής, όσο και ανθρώπινης είναι δυνατόν να επιτευχθεί με συνέδρια, μηνιαίες συναντήσεις κ.λπ.

Η σχέση δικαιοπάροχου-δικαιοδόχου είναι μια σχέση win/win, στην οποία και τα δύο μέρη κερδίζουν. Οποιαδήποτε άλλη σχέση είναι αδιέξοδη.

Ενα αρνητικό επιχείρημα που συχνά προβάλλεται από τους δικαιοδόχους είναι ότι με την ένταξη τους σε franchising χάνουν την ανεξαρτησία τους. Το κλειδί της επιτυχίας της εθελοντικής αλυσίδας είναι η αλληλεξάρτηση και η αλληλοβοήθεια μεταξύ δικαιοδόχου και δικαιοπαρόχων και μεταξύ όσων των δικαιοδόχων για επίδιωξη κοινών στόχων, κοινού οφέλους. Εδώ ασφαλώς ισχύει το ρητό: "Η ισχύς εν τη ενώσει"

Επι πλέον όμως κάθε δικαιοδόχος θα πρέπει να γνωρίζει ότι διατηρεί αρκετό βαθμό ανεξαρτησίας την οποία αξιοποιεί μέσα στα πλαίσια της δικής του αγοράς, με πρωτοβουλίες που συχνά-σιγά αποκτάει και οι οποίες του δίνουν συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με τους διευθυντές και τα στελέχη των αλυσίδων, οι οποίες δεν χρησιμοποιούν franchising, που δεσμεύονται από περιορισμούς οι οποίοι τείνουν να τους καθιστούν σχεδόν απρόσωπους (χωρίς αυτό να συμβαίνει σε όλες τις περιπτώσεις).

ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Το νομικό πλαίσιο πρέπει να κατοχυρώνει τις ανάγκες και των δύο μερών. Με την καταρτιση της σύμβασης franchise θα πρέπει να γίνονται εμφανή τα δικαιώματα και οι υποχρεώσεις, τόσο του δικαιοπάροχου, όσο και του δικαιοδόχου. Για τον λόγο αυτό, η σύμβαση δεν θα πρέπει να είναι

νομικίστικη, αλλά περισσότερο ένα ντεκουμέντο, το οποίο θα δεσμεύει μεν νομικά αλλά κυρίως αποδίδει το πνεύμα και την φιλοσοφία της συνεργασίας για τον κοινό σκοπό. Πρέπει επίσης η σύμβαση να δίνει στον δικαιούχο το δικαίωμα να αποχωρήσει με ενός μηνός προειδοποίηση εάν δεν είναι ικανοποιημένος. Η με νομικά μέσα προσπάθεια συγκράτησης του δυσφορούντος δικαιούχου δημιουργεί αναπόφευκτα τριβές, άρνηση εφαρμογής του προγράμματος και των στάνταρντς, με αποτέλεσμα να βλάπτεται η εικόνα όχι μόνο του δικαιούχου, αλλά και όλων των μελών της οικογένειας franchise. Σημαντικό είναι επίσης να καθορισθούν με σαφήνεια εξ'αρχής οι μετασυμβατικές υποχρεώσεις.

ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Θα πρέπει η τραπεζική πρακτική στην Ελλάδα αναφορικά με το franchising να αποτελέσει ένα ιδιαίτερο τομέα των ελληνικών τραπεζών, όπως συμβαίνει ήδη στις περισσότερες ξένες τράπεζες. Θα πρέπει να καταρτιστεί ένα ειδικό πρόγραμμα το οποίο να αναφέρεται σε μια δεσμη χρηματοοικονομικών και άλλων υπηρεσιών που θα καλύπτουν ολόκληρο το φάσμα των αναγκών ενός δικτύου franchising.

MARKETING-ΜΕΘΟΔΟΣ ΠΡΩΘΗΣΗΣ-ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Το marketing είναι ένα άλλο στοιχείο- κλειδί για την υπόθεση franchising. Οι δικαιούχοι περιμένουν από τον δικαιούχο να πάρει τον ρόλο αρχηγού και να αναπτύξει ανάλογα όλα τα στοιχεία, όπως διαφήμιση, πρόωθηση πωλήσεων και δημόσιες σχέσεις. Σε αυτή την περιοχή το marketing πρέπει να λειτουργήσει έτσι ώστε ο δικαιούχος να μπορεί να παρέχει περισσότερα στους δικαιούχους από ότι θα μπορούσε ο κάθε δικαιούχος να δημιουργήσει από μόνος του.

Είναι απαραίτητο να υπάρχουν καλές σχέσεις μεταξύ δικαιούχου-δικαιούχων-προμηθευτών, μία σαφής σύμβαση,

χρηματοοικονομική βοήθεια από τις τράπεζες, αλλά χωρίς πωλήσεις όλο το οικοδόμημα του franchise θα κατέρρεε, παράγοντας ταυτόχρονα απούλητα προϊόντα και υπηρεσίες, οι οποίες θα σπαταρούσαν φυσικές πηγές, σπατάλη η οποία οδηγεί τη χώρα και τα έθνη σε σταδιακή καταστροφή.

Ένας τρόπος για αύξηση των πωλήσεων είναι η σωστή εφαρμογή του marketing, μία προσχεδιασμένη πορεία η οποία να ακολουθείται κατά βήμα. Το marketing καλείται να παίξει πρωταγωνιστικό ρόλο στην εποχή μας προσαρμόζοντας την φιλοσοφία, τις μεθόδους και τις τεχνικές του με σκοπό:

- Να επιταχύνει τους ρυθμούς ανάπτυξης νέων προϊόντων (rate of innovation)
- Να γεννά και να αναπτύσσει συνεχώς νέες ιδέες σε ένα περιβάλλον όπου ο κύκλος αγορών και προϊόντων γίνεται όλο και μικρότερος.
- Να δημιουργεί LEADING BRANDS που θα αντέχουν μέσα στο χρόνο.
- Να ικανοποιεί τις συνεχώς αυξανόμενες και όλο πιο εξειδικευμένες ανάγκες του σύγχρονου ανθρώπου που καθημερινά βομβαρδίζεται από εναλλακτικές λύσεις για την ικανοποίησή τους.
- Όσοι οι εργαζόμενοι της επιχείρησης να αισθάνονται σαν μία ομάδα, η οποία παίζει με μία μπάλα.
- Να παρέχει υπηρεσίες, υψηλότερης ποιότητας, σε λογικές τιμές για τον πελάτη και με κέρδος για την επιχείρηση.

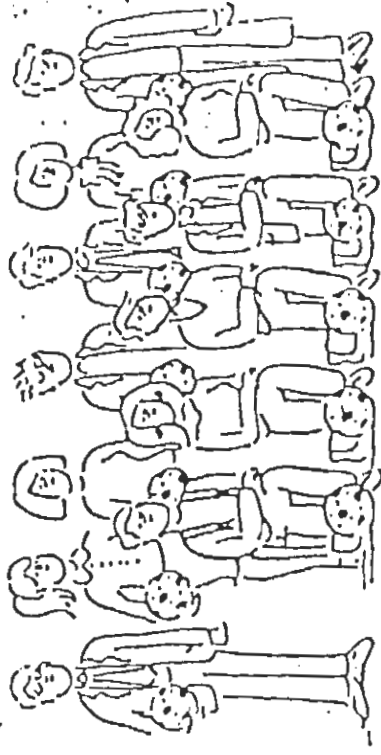
Συγκεκριμένα, θα πρέπει να έχει στο μυαλό του ο υπεύθυνος marketing τις εξής ερωτήσεις:

- *Ποίοι είναι οι πελάτες;
- *Τι θέλουν οι πελάτες;
- *Γιατί οι πελάτες κάνουν κάποια αγορά;
- *Γιατί θα αγόραζαν οι πελάτες από την εταιρεία μας;
- *Γιατί θέλουμε να απευθυνθούμε σε αυτούς τους πελάτες;

ΟΜΑΔΑ ΠΑΙΖΕΙ ΜΕ ΜΙΑ ΜΠΑΛΑ;



Η ΟΚΑΘΕΝΑΣ ΜΕ ΤΗ ΔΙΚΗ ΤΟΥ;



ΕΠΙΤΥΧΙΑ ή ΑΙΟΤΥΧΙΑ μιας εταιρίας δεν είναι (μόνο) ευθύνη του Manager.

Το βασικό στοιχείο για τις πωλήσεις, το οποίο έχει πάψει από καιρό να αποτελεί προαπαιτούμενο είναι η ικανοποίηση του πελάτη. Η φιλοσοφία της ικανοποίησης του πελάτη στηρίζεται στην πρόταση: "The quantity bring sells, the quality bring friends" (η ποσότητα φέρνει πωλήσεις, η ποιότητα φέρνει φίλους). Η ιδέα του καταναλωτή, η γνώμη του για ότι πραγματικά τον ικανοποιεί είναι η αλήθεια που πρέπει να βρεθεί, έτσι ώστε να κατασκευαστούν προϊόντα που να ικανοποιούν τον καταναλωτή και αυτός να γίνει πελάτης.

Θα πρέπει να πείσουμε τον καταναλωτή ότι μπορούμε να του παρέχουμε τις καλύτερες υπηρεσίες και προϊόντα. Θα πρέπει επίσης να πουλάμε την αυτοπεποίθηση ότι μπορούμε να κάνουμε την δουλειά που απαιτεί ο πελάτης.

Η επιχείρηση πρέπει να έχει μια πανοπθία δραστηριοτήτων όπως: ISO standards, Total quality management, παραδόσεις χωρίς καθυστερήσεις, μείωση ελλοματικών προϊόντων, service, ανάλυση χρηματοοικονομικών στοιχείων κ.λπ., δραστηριότητες οι οποίες προσελκύουν τον πελάτη και τον ικανοποιούν.

Σύμφωνα με μια έρευνα που έγινε από τον Richard C. Whiteley επί πέντε χρόνια, καταλήγει στο συμπέρασμα: " Για να επιτύχει μια επιχείρηση πρέπει να συνδυάζεται η ποιότητα του προϊόντος με το service"

Σύμφωνα πάντα με την έρευνα του, το 70% των καταναλωτών δεν προτίμησαν μία συγκεκριμένη επιχείρηση όχι λόγω των προϊόντων της, αλλά λόγω service, αφού:

- 15% δεν την προτίμησε γιατί βρήκε κάπου αλλού καλύτερο προϊόν
- 15% δεν την προτίμησε επειδή βρήκε φθηνότερο προϊόν
- 20% δεν την προτίμησε γιατί είχε μικρή επαφή με τον πωλητή και όχι ιδιαίτερη μεταχείριση
- 50% δεν την προτίμησε γιατί η προσοχή που έλαβαν από την επιχείρηση ήταν φτωχής ποιότητας.

ΠΡΟΣΔΟΚΙΑ
ΠΕΛΑΤΗ

ΠΟΙΟΤΗΤΑ
ΓΥΡΟΙΟΝΤΟΣ

SERVICE

IMAGE

ΟΛΟΚΛΗΡΩΤΙΚΗ
ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ
ΠΕΛΑΤΗ

Τα βήματα που πρέπει να γίνονται για μια επιτυχημένη πώληση.

(σχήμα 1)

Υπάρχουν 3 σημαντικά βήματα για να έχει επιτυχία το marketing:

-Πρώτα, ΑΚΟΥ

Θα πρέπει όλοι οι άνθρωποι που εργάζονται σε μια αλυσίδα franchising να είναι ικανοί να ακούνε το μήνυμα του πελάτη. Να τους υποβάλουν σωστές ερωτήσεις και να ερμηνεύουν τις απαντήσεις.

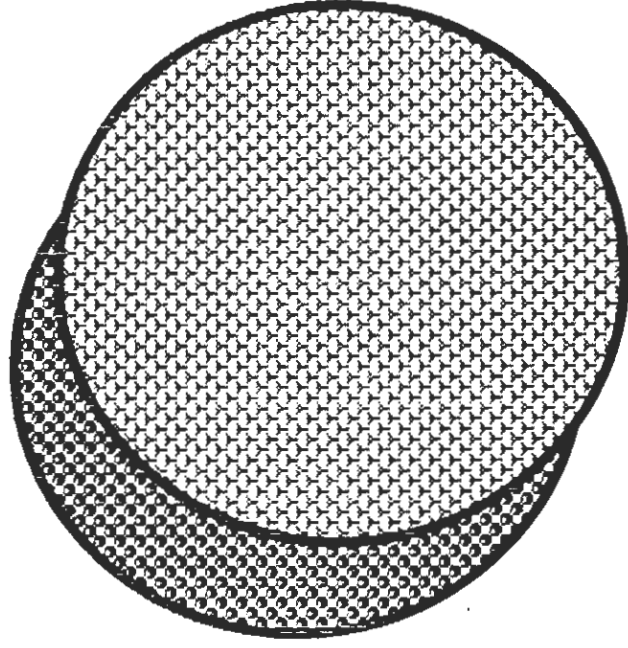
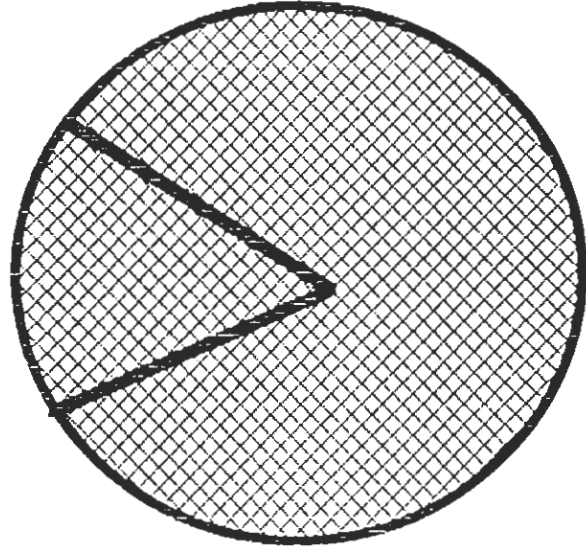
-Δεύτερον, ΜΕΤΡΑ

Θα πρέπει να γίνεται τακτική μέτρηση ποσοτικών και ποιοτικών κριτηριών. Και εάν και η ποσοτική μέτρηση είναι σχετικά εύκολη, εφ' όσον υπάρχουν ήδη στοιχεία (από τιμολόγια κ.λπ.), η ποσοτική μέτρηση μπορεί να γίνει και αυτή εύκολη, εάν συνταχθεί ένα ερωτηματολόγιο το οποίο να απευθύνεται στους πελάτες και στο οποίο να αναφέρουν αν έμειναν ικανοποιημένοι από το προϊόν ή όχι και γιατί

-Τρίτον, ΣΥΝΕΧΩΣ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΕΙΣ

Υστερά από τα δύο πρώτα βήματα, καταλήγουμε στο τρίτο, την δημιουργία ιδεών προϊόντων, τα οποία να καλύπτουν νέες ανάγκες. Και έτσι γίνεται ένας κύκλος, ο οποίος συνεχώς επαναλαμβάνεται. Η τελική ικανοποίηση του πελάτη δεν είναι ένας προορισμός. Είναι ένα ολόκληρο ταξίδι.

Μια μέθοδος πωλήσεων που εφαρμόζεται ήδη σε πολλές μεγάλες επιχειρήσεις είναι το CROSS-SALE. Το CROSS-SALE είναι μια διαδικασία κατά την οποία ο πελάτης αγοράζει κάποιο συγκεκριμένο προϊόν, και ο ειδικευμένος πωλητής τον πείθει να αγοράσει και κάποιο άλλο προϊόν. Πολλές εταιρείες, όπως η "SONY", χρησιμοποιούν αυτή την μέθοδο για να προωθήσουν την ποικιλία των προϊόντων τους. Π.χ. αν κάποιος αγοράσει μία τηλεόραση SONY και μείνει ικανοποιημένος, μπορεί να πεισθεί να αγοράσει ένα στερεοφωνικό SONY. Κατά τον ίδιο τρόπο και η εταιρεία GOODY'S που πρόσφατα έβαλε στο μενού της μακαρονάδες κάνει CROSS-SALE σε κάποιον που θα πήγαινε να αγοράσει ένα απλό hamburger (Η φιλοσοφία του CROSS-SALE στηρίζεται στην εικόνα 2)



Γιατί να πάρω ένα μερίδιο της αγοράς, ένα κομμάτι από την πίτα, αφού μπορώ να κατασκευάσω και να πουλήσω διάφορα προϊόντα και έτσι να ικανοποιήσω περισσότερες ανάγκες και να πάρω δύο το πάνω μέρος της πίτας; (CROSS-SALE) (σχήμα 2)

Για να έχει επιτυχία το franchising σήμερα, θα πρέπει να πρόκειται για μία επιχείρηση με LEADING BRAND (επώνυμο προϊόν, επώνυμη υπηρεσία). Ρόλος του marketing είναι να κάνει το προϊόν και την επιχείρηση επώνυμα. Θα μπορούσαμε να παρομοιάσουμε την επωνυμία μιάς επιχείρησης, με έναν άνθρωπο. Έχουν και τα δύο κάποιο κύκλο ζωής:

ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ

ΑΝΘΡΩΠΟΥ

γέννηση, παιδική ηλικία
εφηβεία
ενηλικίωση
μεγίστη ηλικία, θάνατος

ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ

εισαγωγή
ανάπτυξη
ωριμότητα
πτώση

Η επωνυμία είναι αυτή που πρέπει να ξεχωρίσει, να γίνει γνωστή στο ευρύ καταναλωτικό κοινό και να παραμείνει στη ζωή το περισσότερο δυνατό. Πρέπει να δίδεται σημασία σε όλα τα στοιχεία που προσθέτουν αξία στην επωνυμία: από το προϊόν (να είναι σε όμορφη συσκευασία, από ωραία υλικά, ευχάριστο στην αφή κ.λπ.), τις υπηρεσίες, την ευαισθητοποίηση της επιχείρησης για το περιβάλλον ακόμα και τον τρόπο με τον οποίο απαντάει η τηλεφωνήτρια της επιχείρησης.

Ιδιαίτερα στο franchising πρέπει να είναι γνωστή η επικοινωνία, όχι μόνο για να προσελκύει πελάτες, αλλά και μελλοντικούς δικαιοδόχους, οι οποίοι θα εμπιστευθούν την γνωστή επωνυμία και θα πεισθούν να κάνουν την επένδυση.

Πως όμως μπορεί να γίνει γνωστή η επωνυμία;

Μια επιτυχημένη μέθοδος είναι η διαφήμιση. Η διαφήμιση όμως στις μέρες μας και για να γίνει επιτυχημένη και να ξεχωρίσει θα πρέπει να:

*εκπληρώσει, οι άνθρωποι σήμερα είναι κουρασμένοι από τα χιλιάδες

μηνύματα, τα οποία λαμβάνουν καθημερινά από τα ΜΜΕ. Για αυτό θα πρέπει να δημιουργηθεί μια διαφήμιση, η οποία να τραβήξει την προσοχή του κοινού στο οποίο απευθύνεται. Οι περισσότερες διαφημίσεις σήμερα είναι τόσο συνηθισμένες που δεν τραβούν την προσοχή ή τόσο ασχέτες με την επωνυμία που δεν καλυτερεύουν την θέση της διαφημιζόμενης εταιρείας στην αγορά.

* σχετίζεται με το κοινό στο οποίο απευθύνεται, η διαφήμιση πρέπει να απευθύνεται σε αληθινές ανάγκες και/ή σε αληθινά συναισθήματα, αληθινών προσώπων.

* διασκεδάζει τα σημερινά ΜΜΕ. έχουν γεμίσει με διαφημίσεις που περισσότερο ενοχλούν, παρά διασκεδάζουν το κοινό στο οποίο αναφέρονται. Θα πρέπει το κοινό να θέλει να δει την διαφήμιση, να το διασκεδάζει και ταυτόχρονα να το πείθει.

Όλοι μέσα στην ομάδα του franchising, από την τηλεφωνήτρια μέχρι τον δικαιοπόροχο, πρέπει να είναι marketer. Πρέπει όλοι να δείχνουν την δική τους άποψη για το marketing. Γιατί το marketing είναι κάτι περισσότερο από λειτουργία, είναι μια στάση μυαλού. Όλοι οι εργαζόμενοι όταν ρωτούνται τι προσφέρουν στην επιχείρηση θα πρέπει να απαντούν "Προσθέτω αξία στα προϊόντα/υπηρεσίες" ή " Βοηθώ για να ικανοποιηθούν οι πελάτες" Αυτό μπορεί να γίνει φυσικά, μόνο αν το προσωπικό εκπαιδευθεί κατάλληλα. Οι υπεύθυνοι του marketing αντί να παίρνουν αποφάσεις για το προσωπικό, θα πρέπει να διδάξουν στο προσωπικό πως να παίρνουν αποφάσεις.

Το marketing σίγουρα δεν είναι μιά απλή υπόθεση, αλλά σίγουρα είναι απαραίτητο!!!!

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Οι προοπτικές για το μέλλον του θεσμού είναι αρκετά θετικές.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις λόγω του σκληρού ανταγωνισμού έχουν λίγες ελπίδες επιβίωσης αν δεν ενταχθούν σε σύστημα franchising, το οποίο θα τους παρέχει την αγοραστική δύναμη, και το σύστημα υποστήριξης (διαφήμιση, merchandising, σύγχρονη τεχνολογία, εκπαίδευση κ.λπ.)

Μέσα από το franchising οι ανεξάρτητες μονάδες θα γίνουν κερδοφόρες και εύρωστες μέσα σε μια αλυσίδα την οποία θα στηρίζουν και θα στηρίζονται από αυτήν. Η εμπειρία στο εξωτερικό υπήρξε και παραμένει πολύ θετική, είναι μια δοκιμασμένη μέθοδος όχι απλά άμυνας, αλλά και αντεπίθεσης στην ανταγωνιστική πρόκληση. Όλοι οι παράγοντες συμφωνούν ότι οι εξελίξεις στο θεσμό θα είναι εντυπωσιακές.

Στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια αρχίζει ο θεσμός να εξελίσσεται με γρήγορους ρυθμούς, σε αρκετούς κλάδους. Οπές οι ενδείξεις πείθουν ότι ο θεσμός τα προσεχή χρόνια θα γνωρίσει μεγάλη άνθηση, τόση που ορισμένοι πιστεύουν ότι η δεκαετία του 1990, θα χαρακτηριστεί σαν δεκαετία franchising. Η όξυνση του ανταγωνισμού στα πλαίσια της κοινοτικής αγοράς προσδίδει τεράστιες διαστάσεις στην ανάγκη για εκσυγχρονισμό των ελληνικών επιχειρήσεων, ενώ η επανάσταση της πληροφορικής και η κατάρχιση των συνόρων πυροδοτεί σαφείς ανακατατάξεις στους διάφορους κλάδους και διογκώνει την διαρθρωτική ανεργία μεταξύ των στελεχών. Ο θεσμός του franchising παρέχει ικανοποιητική λύση σε αυτά τα προβλήματα.

Το μέλλον όμως του franchising εξαρτάται αποκλειστικά από την χρησιμότητα του. Αν τα μειονεκτήματα απο οποιαδήποτε πλευρά

(δικαιοδόχου ή/και δικαιοπαρόχου) αρχίσουν να υπερβαίνουν τα πλεονεκτήματα η δημοτικότητα του franchising θα αρχίζει να ξεθωριάζει.

Πρέπει όμως να δεχθούμε ότι ούτε το franchising αποτελεί πανάκεια. Είναι ένα χρήσιμο εργαλείο αν εφαρμοστεί σωστά και με σοβαρότητα. Δεν έχει όμως ιδιότητες μαγικού ραβδιού. Είναι κοινό μυστικό πως η κοινωνία μας διέρχεται κρίση. Θέλουμε αποτελεσματικότητα χωρίς προσπάθεια. Θέλουμε μισθούς και κέρδη χωρίς παραγωγικότητα. Θέλουμε παραγωγικότητα χωρίς προσωπική και οικονομική επένδυση στην εκπαίδευση.

Όμως, ο θεσμός της δικαιόχρησης για να πετύχει το στόχο της επιβίωσης και της ανάπτυξης χρειάζεται σκληρή δουλειά, νοοτροπία ομαδικότητας, αμοιβαιότητας, καλή πίστη, πνεύμα συνεργασίας και αλληλοϋποστήριξης.

Κατηγορούμεθα ότι αυτά δεν είναι ελληνικές αρετές. Εγώ πιστεύω ότι είναι, όταν το καλούν οι καιροί. Και τώρα, περισσότερο από ποτέ άρθωτε, το καλούν οι καιροί.

ΑΝ ΤΟ ΘΕΛΗΣΟΥΜΕ, ΜΠΟΡΟΥΜΕ!!!

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Donald W. Hackett

FRANCHISING-The state of the art

2. Dennis L. Foster

FRANCHISING FOR FREE

3. Γεωργιάδης

Περί οικονομικών συμβάσεων

4. Self-service

5. Επενδυτής

6. Βήμα

7. Dibb-Ferrel

Marketing

8. Richard Whiteley

The customer-Driven company-Moving from talk to action

Σας ευχαριστώ πολύ