

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ
ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**« ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΤΗΣ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗΣ ΩΣ ΜΕΣΟ
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ »**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ : ΜΠΑΛΤΑ ΒΑΣΙΛΙΚΗ Α.Μ. 494
ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ ΑΝΝΑ Α.Μ. 416**

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΚΑΪΜΑΚΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ

ΠΑΤΡΑ 2006

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	<u>Σελίδα</u>
ΠΡΟΛΟΓΟΣ	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
<u>ΕΝΟΤΗΤΑ 1 «Franchising και εμπορικές επιχειρήσεις»</u>	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο	
Χρηματοδότηση	9
1.1 Μορφές χρηματοδότησης.....	9
1.2 Σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο	
2.1 Τι είναι Franchising.....	18
2.2 Η ιστορία του franchising	19
2.3 Βασικές Μορφές Franchise	20
2.4 Τα είδη του franchising	20
2.5 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του συστήματος franchise	23
2.6 Σχεδιασμός και δανειοδότηση	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο	
3.1 Τυπολογία του franchising από εμπειρική – οικονομική άποψη	30
3.2 Πότε μια επιχείρηση μπορεί να μετατραπεί σε franchise	30
3.3 Δημιουργία του franchise	30
3.4 Κριτήρια για το franchise.....	31
3.5 Λόγοι που συντέλεσαν στην επιτυχία του franchise.....	32
3.6 Λάθη που επιφέρουν αποτυχία	33
3.7 Εύφορο έδαφος η Ελλάδα	37
3.8 Ανάπτυξη εκτός συνόρων.....	39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο	
4.1 Η σύμβαση	43
4.2 Η συνήθης δομή της σύμβασης franchising	46
4.3 Νομικά ζητήματα	48
4.4 Αναγκαία η νομοθετική ρύθμιση	49

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο	
Εγκύκλιος για το πώς φορολογείται το Franchising στην Ελλάδα	52
5.1 Φορολογία Εισοδήματος	52
5.2 Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων	54
5.3 Φόρος Προστιθέμενης Αξίας	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο	
6.1 Σύστημα Λειτουργίας – Υποστήριξης	56
6.2 Χρηματοοικονομική Διοίκηση	59
6.3 Marketing	61
6.4 Αναζωογόνηση - καθοριστικός παράγοντας διαχρονικότητας	63
6.5 Γιατί μερικά δίκτυα franchise βάζουν συνεχώς λιθαράκια προς την επιτυχία και άλλα αντιμετωπίζουν στασιμότητα και συρρίκνωση;	65
6.6 Μελέτες για το κλάδο του franchise	67
6.6.1 Κλαδική Μελέτη της ICAP για το Franchise	67
6.6.2 Αύξηση του ρυθμού ανάπτυξης	70
6.7 Το προφίλ των επιχειρήσεων οι οποίες αναπτύσσονται με franchising	74
ΕΝΟΤΗΤΑ 2 «Franchising και κοινωνικές επιχειρήσεις»	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο	
7.1 Κοινωνική οικονομία	78
7.2 Οι εξελίξεις στην αγορά εργασίας και το πρόβλημα των ανισοτήτων	82
7.3 Δημογραφικές / Κοινωνικοοικονομικές ομάδες και ανισότητες στην αγορά εργασίας	84
7.4 Κοινωνικό franchising	90
7.5 Οι ανάγκες της αγοράς και το franchising	90
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο	
8.1 Το Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης 2000-2006	93
8.2 Κοινοτικές Πρωτοβουλίες	94
8.2.1 Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+	95
8.2.2 Κοινοτική Πρωτοβουλία URBAN	97
8.2.3 Κοινοτική Πρωτοβουλία INTERREG III	98
8.3 Κοινοτική πρωτοβουλία EQUAL	99

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9^ο	
ΠΕΙΡΑΝ	103
9.1 Σύνθεση της ΔΙΑΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗΣ ΣΥΜΠΡΑΞΗΣ ΠΕΙΡΑΝ (ανά κατηγορία οργανισμών)	104
9.2 Αντικείμενο	111
9.3 Μεταξύ εθνικών εταιρών	120
9.4 Βασικοί στόχοι του ΠΕΙΡΑΝ	125
9.5 Στόχοι του διακρατικού έργου	126
9.6 Ισότητα ευκαιριών	127
9.7 Προτεινόμενες δράσεις	128
9.8 Ευρύτερη εφαρμογή	133
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10^ο	
10.1 ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΡΟΤΑ - Το καφενείο της Καμπάνας	135
10.2 Η εμπειρία της ΔΕΚΑΑ στην υλοποίηση Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων	140
10.3 Οι κύριες δραστηριότητες της ΔΕΚΑ.Α	142
10.4 Σύντομη περιγραφή των επιμέρους δραστηριοτήτων	143
ΕΠΙΛΟΓΟΣ	149
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι	150
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ	153
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ	170
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΠΗΓΕΣ	172

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Βασική επιδίωξη της εργασίας είναι η όσο το δυνατόν καλύτερη προσέγγιση και ανάλυση του συστήματος της Δικαιόχρησης (franchising), τόσο από την σκοπιά των εμπορικών επιχειρήσεων όσο και από την σκοπιά των κοινωνικών επιχειρήσεων.

Στην πρώτη ενότητα προσπαθούμε να δώσουμε μια σαφή εικόνα του συστήματος της Δικαιόχρησης, από εμπορικής απόψεως ,ξεκινώντας από την ευρεία έννοια της Χρηματοδότησης, παραθέτοντας τις μορφές της, για να καταλήξουμε στην πλήρη ανάλυση του θεσμού franchising.

Στην δεύτερη ενότητα ασχολούμαστε με την κοινωνική πλευρά του θεσμού, δηλαδή τις κοινωνικές επιχειρήσεις και τον τρόπο με τον οποίο η Ε.Ε. τις στηρίζει με τα προγράμματα του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης, παραθέτοντας εν συνεχεία και ένα επιτυχημένο παράδειγμα.

Την εργασία μας αυτή την παραδίδουμε με την ελπίδα ότι θα αντιπροσωπεύσει για εσάς την ίδια γνώση και την ίδια εμπειρία που αντιπροσωπεύει και για μας.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι συνθήκες που επικρατούν σήμερα στην παραγωγή και στην διάθεση των αγαθών και υπηρεσιών επιβάλλουν το συντονισμό στην ανάπτυξη και τη δράση πολλών μαζί μονάδων. Παρατηρείται έτσι ένας ριζικός μετασχηματισμός των παραδοσιακών οικονομικών σχέσεων που δεν στηρίζονται πλέον μόνο σε αντιπαλότητες, επιθετικότητες και ανταγωνισμούς, αλλά σε σχέσεις ένωσης και συνεργασίας. Οι πρώην αντίπαλοι μετατρέπονται σε συνεργάτες, ενωμένοι από το κοινό συμφέρον και την ανάγκη σε μια νέα στρατηγική αγοράς (partners for profits), γιατί αντιλήφθηκαν ότι η ενέργεια που δαπανάται σε στείρα επιθετικότητα μπορεί καλύτερα να χρησιμοποιηθεί στην κοινή προσπάθεια και προς όφελος όλων.

Σε ένα τέτοιο πλαίσιο κατεξοχήν διεπιχειρησιακής συνεργασίας εντάσσεται και η σύμβαση της δικαιόχρησης, ή όπως είναι ευρύτερα γνωστή ως σύμβαση franchising, η οποία αποτελεί μια από τις μορφές χρηματοδότησης. Οι υπόλοιπες μορφές χρηματοδότησης είναι τα : leasing , factoring, venture capital, ομόλογα, repos, κρατικά χρεόγραφα, forfeiting.

Τη τελευταία δεκαετία το franchising άρχισε να εδραιώνεται και στην Ελλάδα, που λόγω κυρίως του βαθμού τεχνικής και οικονομικής ανάπτυξης, συνιστά κατά κανόνα χώρα δικαιοδόχων. Ήδη όμως έχει καταστεί εμφανής η τάση ενός συνεχώς αυξανόμενου αριθμού του κέντρου ελληνικών επιχειρήσεων για γρήγορη ανάπτυξη, επέκταση και διάδοσή τους στην περιφέρεια με επωφελή αποτελέσματα τόσο στην διάδοση και προώθηση των προϊόντων / υπηρεσιών όσο και στην αγορά εργασίας και απασχόλησης καθώς και στην εν γένει περιφερειακή ανάπτυξη.

Στο πλαίσιο μάλιστα της διεθνούς παρατηρούμενης τάσης που επιδιώκει στροφή στον ιδιωτικό τομέα, φιλελευθεροποίηση της αγοράς και μείωση του κρατισμού, ο θεσμός φαίνεται να έχει όλες τις προϋποθέσεις για εντυπωσιακή ανάπτυξη και στη χώρα μας. Φαίνεται ακόμα ότι το franchising αποτελεί

πρακτικά το μοναδικό τρόπο για να μπορέσει μια ελληνική επιχείρηση να ξεφύγει από τα στενά ελληνικά όρια και να προωθήσει προϊόντα και υπηρεσίες της στο ευρύ κοινό στην Ευρώπη κατακτώντας την τεράστια αγορά των χωρών της.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή με αφορμή την μεγάλη ανεργία που εντοπίζεται στις ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες, προωθεί ένα σύνολο προτεραιοτήτων για την πολιτική απασχόλησης των κρατών – μελών. Η νέα, συντονισμένη στρατηγική για την απασχόληση υιοθετεί κατευθυντήριες γραμμές οι οποίες λαμβάνονται υπόψη στις Εθνικές πολιτικές για την απασχόληση. Η στρατηγική αυτή αποσκοπεί στην ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος και προώθηση της επιχειρηματικότητας, τη δημιουργία περιβάλλοντος απασχολησιμότητας, την ενθάρρυνση και προώθηση της προσαρμοστικότητας των εργαζομένων και των επιχειρήσεων και την εξασφάλιση ίσων ευκαιριών στην αγορά εργασίας. Ένας από τους βασικούς σκοπούς της ευρωπαϊκής στρατηγικής, είναι η επίτευξη υψηλού επιπέδου απασχόλησης για όλες τις κοινωνικές ομάδες. Από την άλλη πλευρά, σε κοινοτικό επίπεδο υπάρχει ολοκληρωμένη στρατηγική που υπερβαίνει το στενά οριζόμενο πεδίο της αγοράς εργασίας, για την καταπολέμηση των διακρίσεων και του κοινωνικού αποκλεισμού. Η Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL προβλέπεται να λειτουργήσει συμπληρωματικά ως προς την ευρωπαϊκή στρατηγική για την απασχόληση αφενός και αφετέρου, ως προς τις άλλες πολιτικές καταπολέμησης των κοινωνικών διακρίσεων, εστιάζοντας στην αγορά εργασίας.

Οι ανταγωνιστικές συνθήκες που επικρατούν στις οικονομίες και στις αγορές εργασίας στη σημερινή εποχή περιορίζουν σημαντικά τις ευκαιρίες απασχόλησης για άτομα που εμφανίζουν κάποια σωματική, ψυχική ή / και “κοινωνική” μειονεκτικότητα. Η κατάσταση στην ελληνική αγορά εργασίας που χαρακτηρίζεται από υψηλή ανεργία και αυξανόμενο μακροχρόνιο αποκλεισμό από την αγορά εργασίας, δημιουργεί πρόσθετες δυσκολίες ένταξης στην απασχόληση των ευπαθών κοινωνικών ομάδων. Επιπλέον, κατά τη τελευταία

δεκαετία ο ελληνικός χώρος αντιμετωπίζει μια νέα τάξη πραγμάτων που διαμορφώνεται ως αποτέλεσμα του μεταναστευτικού ρεύματος προς την Ελλάδα. Έτσι, αυξάνονται ολοένα και περισσότερο τα προβλήματα κοινωνικό-οικονομικής ενσωμάτωσης και επαγγελματικής ένταξης που αντιμετωπίζουν οι μετανάστες, παλιννοστούντες, πρόσφυγες. Αναμφίβολα, τα τελευταία χρόνια εφαρμόζεται μια σειρά μέτρων / πολιτικών για την άμβλυνση των προβλημάτων των διαφόρων μειονεκτουσών πληθυσμιακών ομάδων που όμως δεν επαρκεί για την κάλυψη των σύνθετων αναγκών των επιμέρους ομάδων. Από την άλλη πλευρά, οι ανάγκες της αγοράς εργασίας μεταβάλλονται με γρήγορους ρυθμούς, καθώς η εισαγωγή νέων τεχνολογιών δημιουργεί νέες προκλήσεις και ίσως νέες διακρίσεις και ανισότητες. Η αποσπασματικότητα, ο κατακερματισμός και η έλλειψη συντονισμού των εφαρμοζόμενων πολιτικών πρέπει να δώσουν θέση σε μια ολοκληρωμένη, συντονισμένη προσέγγιση με σαφή καθορισμό στρατηγικής και συγκεκριμένων προτεραιοτήτων, η οποία να αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της συνολικής πολιτικής απασχόλησης της χώρας, λαμβάνοντας υπόψη τις ανάγκες της αγοράς εργασίας και της οικονομίας και ειδικότερα, της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης.

ΕΝΟΤΗΤΑ 1

«Franchising και εμπορικές επιχειρήσεις»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Χρηματοδότηση

Οι νέες επενδυτικές ανάγκες χρειάζονται πηγές χρηματοδότησης. Συνεπώς, ο προσδιορισμός του πιο προσοδοφόρου τρόπου κάλυψης αυτής της ανάγκης είναι ζήτημα υψίστης προτεραιότητας για την εταιρία και για την τράπεζα.

1.1 Μορφές χρηματοδότησης

Βραχυπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις κεφαλαίου κίνησης :

Παρέχονται για την κάλυψη αναγκών του παραγωγικού και συναλλακτικού κυκλώματος των επιχειρήσεων, για την προετοιμασία παραγγελιών εσωτερικού ή εξωτερικού, για τον διακανονισμό εισαγωγών, την πληρωμή υποχρεώσεων εξωτερικού, την εκτέλεση συμβάσεων έργων κλπ.

Η διάρκεια των βραχυπρόθεσμων χρηματοδοτήσεων είναι ανάλογη με το παραγωγικό και το συναλλακτικό κύκλωμα της επιχείρησης, τις συνθήκες της αγοράς και του κλάδου. Συνήθως φθάνει μέχρι τους 5-6 μήνες και πάντα υπάρχει η δυνατότητα επαναχορήγησης.

Μεσοπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις κεφαλαίου κίνησης :

Παρέχονται κατά κύριο λόγο για αναχρηματοδότηση υφιστάμενων βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων των επιχειρήσεων, με σκοπό τη βελτίωση της ρευστότητας.

Η συνήθης διάρκεια αυτών των χρηματοδοτήσεων είναι 3 χρόνια.

Μεσοπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις κεφαλαίου κίνησης για μικρές και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις :

Παρέχονται με σκοπό τη διευκόλυνση της ομαλής παραγωγικοσυναλλακτικής λειτουργίας των επιχειρήσεων αυτών, βελτιώνοντας τη ρευστότητα τους, καθ' όσον η διάρκεια είναι μέχρι 3 χρόνια.

Μακροπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις :

Παρέχονται για την κάλυψη επενδυτικών αναγκών των επιχειρήσεων, όπως για αγορά οικοπέδων, ανέγερση – επέκταση – αποπεράτωση – αγορά κτιριακών εγκαταστάσεων, αγορά μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού, αγορά μεταφορικών μέσων, αγορά τεχνογνωσίας, αγορά μετοχών ή εταιρικών μεριδίων.

Το ύψος των δανείων μπορεί να φθάσει μέχρι και το 100% της αξίας της επένδυσης ανάλογα με τα οικονομικά δεδομένα και τις προοπτικές της επιχείρησης. Η διάρκεια των χρηματοδοτήσεων διαμορφώνεται από 5 έως και 15 χρόνια ανάλογα με την κατηγορία της επένδυσης.

1.2 Σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης

Οι σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης είναι : χρηματοδοτική μίσθωση (leasing), πρακτορεία (factoring), το franchising στην οικονομία, επιχειρηματικό κεφάλαιο (venture capital), νέα τραπεζικά προϊόντα, εμπορικά ομόλογα, repos, κρατικά χρεόγραφα, forfaiting.

Leasing

Το leasing αποτελεί την πιο σύγχρονη και αποτελεσματική λύση απόκτησης επενδυτικών περιουσιακών στοιχείων. Απευθύνεται σε ελεύθερους επαγγελματίες και επιχειρήσεις πάσης φύσεως και νομικής μορφής, που επιθυμούν την απόκτηση ακινήτων και λοιπού εξοπλισμού, χωρίς τη δέσμευση

των κεφαλαίων τους. Με άλλα λόγια, το leasing παρέχει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις είτε να αγοράσουν το πράγμα μετά την πάροδο ορισμένου χρόνου είτε να ανανεώσουν τη μίσθωση για ορισμένο χρόνο.

Το leasing είναι μια σύμβαση μεταξύ δύο συμβαλλομένων πλευρών :

- Της εταιρίας leasing
- Του μισθωτή

Με την υπογραφή της σύμβασης ο μισθωτής έχει άμεσα στη διάθεση του το ακίνητο ή τον κινητό εξοπλισμό που επιθυμεί. Η διάρκεια της σύμβασης για τον κινητό εξοπλισμό είναι συνήθως από 3 έως 5 έτη, ενώ για τα ακίνητα είναι τουλάχιστον 10 έτη.

Πλεονεκτήματα

- 1) Ο μισθωτής γίνεται ιδιοκτήτης με τη λήξη της σύμβασης.
- 2) Το μίσθωμα που καταβάλλει ο μισθωτής με το leasing εκπίπτει εξ' ολοκλήρου από το φορολογητέο εισόδημα.
- 3) Δεν απαιτείται συνήθως προσημείωση ή άλλου είδους εξασφάλιση, αφού εγγύηση της εταιρίας leasing αποτελεί το ίδιο το ακίνητο ή ο εξοπλισμός.
- 4) Δεν δεσμεύεται το κεφάλαιο σας.

Factoring

Το factoring ή πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων είναι μια δέσμη υπηρεσιών που παρέχει λύσεις στα προβλήματα ρευστότητας διαχείρισης και είσπραξης απαιτήσεων που τυχόν αντιμετωπίζει μια επιχείρηση.

Το factoring είναι μια συμβατική σχέση ανάμεσα σε έναν πράκτορα και έναν προμηθευτή, στο πλαίσιο της οποίας ο προμηθευτής εκχωρεί στον πράκτορα το σύνολο ή μέρος των απαιτήσεων έναντι των οφειλετών του, με σκοπό την αποβολή μιας ή περισσότερων από τις παρακάτω υπηρεσίες.

Οι υπηρεσίες factoring :

- Προεξόφληση (χρηματοδότηση) των απαιτήσεων.
- Διαχείριση των απαιτήσεων.
- Είσπραξη των απαιτήσεων.
- Κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου λόγω αδυναμίας πληρωμής των απαιτήσεων από τους αγοραστές των προϊόντων.
- Παροχή πληροφόρησης σχετικά με τον κίνδυνο αφερεγγυότητας νέων συνεργασιών.

Πλεονεκτήματα

- Ενίσχυση της ρευστότητας της επιχείρησης.
- Βελτίωση της λογιστικής της παρακολούθησης.
- Αύξηση του κύκλου εργασιών.
- Βελτίωση των όρων συνεργασίας με τους προμηθευτές, χάρη στη δυνατότητα αποπληρωμής τοις μετρητοίς.
- Μείωση των υποχρεώσεων σε τραπεζικούς οργανισμούς.
- Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης, όπως εμφανίζεται στις χρηματοοικονομικές καταστάσεις και τους αριθμοδείκτες.
- Αύξηση της επενδυτικής βάσης της εταιρίας.
- Πληροφόρηση για τη φερεγγυότητα των πελατών της επιχείρησης.
- Μηδενισμός κόστους πιστοληπτικού ελέγχου πελατών.
- Μηδενισμός κόστους διατήρησης ορίου.
- Μηδενισμός κόστους τελών αξιόγραφων.
- Ασφαλιστική κάλυψη του κινδύνου αφερέγγυου οφειλέτη.
- Μηδενισμός δικαστικού κόστους.

Venture Capital

Μεσο-μακροπρόθεσμες επενδύσεις υψηλής απόδοσης και υψηλού κινδύνου με συμμετοχή στα ίδια κεφάλαια νέων ή ταχέως αναπτυσσόμενων μη

εισηγμένων επιχειρήσεων. Εναλλακτικά, μπορούμε να ορίσουμε το Venture Capital ως ένα τρόπο χρηματοδότησης της ίδρυσης, ανάπτυξης ή εξαγοράς μιας εταιρίας, βάσει του οποίου ο επενδυτής αποκτά τμήμα του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρίας ως αντάλλαγμα για την παροχή χρηματοδότησης.

Το Venture Capital είναι μια σχετικά νέα μορφή χρηματοδότησης που πρωτοεμφανίστηκε στις ΗΠΑ μετά το 2^ο παγκόσμιο πόλεμο. Στην Ελλάδα αρχίζει να αναπτύσσεται με μεγάλη επιτυχία από τις αρχές του 1990. Τα venture capital στηρίζει τις ανάγκες δυναμικών και γρήγορα αναπτυσσόμενων εταιριών που χρειάζονται ίδια κεφάλαια για να χρηματοδοτήσουν την ανάπτυξη τους. Επιπλέον χρησιμοποιείται συχνά και στην περίπτωση μεταβίβασης της εταιρικής ιδιοκτησίας είτε σε μετόχους μειοψηφίας είτε σε ομάδες στελεχών των εταιριών προσφέροντας την απαιτούμενη χρηματοδότηση για την επίτευξη των επιχειρηματικών τους στόχων.

Η χρηματοδότηση venture capital πραγματοποιείται συνήθως μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου, κατά την οποία δεν συμμετέχουν οι υφιστάμενοι μέτοχοι προκειμένου να συμμετάσχει η εταιρία επιχειρηματικών κεφαλαίων.

Η χρηματοδότηση μέσω του θεσμού του venture capital έχει οδηγήσει σε εντυπωσιακή ανάπτυξη πολλές από τις επιχειρήσεις που την αξιοποίησαν. Τέτοιες περιπτώσεις στην Ελλάδα αποτελούν οι εταιρίες Goody's, Γερμανός, Chipita, ενώ στο εξωτερικό γνωστά παραδείγματα εταιριών είναι οι Microsoft, Amazo.com και Yahoo.

Repo

Είναι η συμφωνία πώλησης και επαναγοράς ομολόγων σε προκαθορισμένη τιμή μετά από συγκεκριμένη χρονική διάρκεια. Το ποσό της διαφοράς των τιμών πώλησης και επαναγοράς είναι η απόδοση που δίνεται στον πελάτη και αντικατροπτίζει την επιτοκιακή απόδοση του προϊόντος για την συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Η τράπεζα μας προσφέρει μέσω των καταστημάτων της άμεση πρόσβαση στην αγορά των repo για τους πελάτες της.

Πλεονεκτήματα

- Δυνατότητα επιλογής διαφορών λήξεων ανάλογα με την επιθυμία του πελάτη.
- Δυνατότητα πρόωρης λήξης του σε περίπτωση που το επιθυμεί ο πελάτης.
- Ικανοποιητική επιτοκιακή απόδοση για μια επένδυση που είναι πολύ χαμηλού κινδύνου.
- Οι αποδόσεις των REPO διαμορφώνονται καθημερινά ανάλογα με τη διατραπεζική αγορά επιτοκίων και οι πελάτες μπορούν να επικοινωνούν με τα καταστήματα για τη διενέργεια πράξεων.

Forfaiting

Το forfaiting είναι ένας σχετικά νέος χρηματοδοτικός θεσμός. Εμφανίστηκε τη δεκαετία του '50 σαν τρόπος χρηματοδότησης του εμπορίου μεταξύ δυτικών και ανατολικών χωρών. Με τον όρο forfaiting εννοούμε την προεξόφληση μιας μεσοπρόθεσμης εξαγωγικής απαίτησης από κάποια τράπεζα ή εξειδικευμένο πιστωτικό ίδρυμα που παραιτείται από το δικαίωμα αναγωγής κατά του φορέα της απαίτησης σε περίπτωση που αυτή δεν καταστεί δυνατό να εξοφληθεί έγκαιρα. Κατά κανόνα, την εξόφληση της αντίστοιχης οφειλής εγγυάται κάποια τράπεζα.

Το εννοιολογικό χαρακτηριστικό που διακρίνει το forfaiting από άλλες παρεμφερείς μεθόδους πιστοδότησης του εξωτερικού εμπορίου είναι η παραίτηση της χρηματοδοτούσα τράπεζας, σε αντίθεση με τα ισχύοντα για τις παραδοσιακές μορφές πιστοδότησης, από το δικαίωμα αναγωγής, δηλαδή από τη δυνατότητα της να στραφεί κατά του χρηματοδοτούμενου εξαγωγέα και να αξιώσει την επιστροφή του προϊόντος της χρηματοδότησης, σε περίπτωση που ο οφειλέτης δεν μπορέσει να ανταποκριθεί επικαλούμενος οικονομικούς λόγους στις υποχρεώσεις του.

Δάνεια τραπεζών

Οι εμπορικές τράπεζες δανείζουν κεφάλαια ή είναι θεματοφύλακες αποταμιεύσεων που έχουν τη μορφή λογαριασμών όψεως και προθεσμιακών καταθέσεων. Αυτές οι καταθέσεις αποτελούν υποχρεώσεις των τραπεζών αλλά χρησιμοποιούνται και για τη χρηματοδότηση επιχειρήσεων.

Παρακάτω αναλύεται ποια είναι η δανειοληπτική διαδικασία στην περίπτωση των τραπεζών. Η βραχυπρόθεσμη τραπεζική πίστωση αναφέρεται και ως δάνειο χωρίς ασφάλειες, χωρίς την ανάγκη να συμπεριληφθεί κάποια ρήτρα πρόσθετης ασφάλειας ή κατάσχεσης περιουσιακών στοιχείων. Η διαπραγμάτευση αυτών των δανείων γίνεται ανάμεσα στους επιχειρηματίες και στις τράπεζες. Οι όροι ποικίλουν ανάλογα με την πιστοληπτική κατάσταση και τη χρηματοοικονομική ασφάλεια του δανειοδοτούμενου. Σε πολλές περιπτώσεις τα δάνεια ανανεώνονται αυτόματα. Σε μια δανειακή σύμβαση αναφέρονται συνήθως το χρονικό διάστημα μέχρι τη λήξη, ο τόκος που πρέπει να καταβληθεί και ένα αντισταθμιστικό υπόλοιπο.

Οι δανειακές συμβάσεις ολοκληρώνονται με την υπογραφή ενός γραμματίου που δεσμεύει το δανειοδοτούμενο να εξοφλήσει το δάνειο σε μια καθορισμένη ημερομηνία.

Βραχυπρόθεσμα αξιόγραφα ή δικαιόγραφα

Μια εναλλακτική μέθοδος – πολύ δημοφιλής στις ΗΠΑ, αλλά που δεν χρησιμοποιείται στην Ευρώπη – για τη χρηματοδότηση βραχυπρόθεσμων δανείων, είναι τα βραχυπρόθεσμα αξιόγραφα ή δικαιόγραφα. Αυτά τα αξιόγραφα εκδίδονται από εταιρίες που έχουν την καλύτερη πιστοληπτική ικανότητα και πωλούνται με έκπτωση από την ονομαστική τους αξία. Τα βραχυπρόθεσμα αξιόγραφα στηρίζονται από την υπόσχεση της εταιρίας ότι θα αγοράσει τα αξιόγραφα στην ημερομηνία λήξης και στην ονομαστική τους αξία. Οι μεγάλες ανώνυμες εταιρίες προτιμούν αυτή τη μορφή δανεισμού γιατί η

έκδοση των βραχυπρόθεσμων αξιόγραφων είναι σχετικά εύκολη και λιγότερο δαπανηρή από το δανεισμό μέσω τραπεζής.

Χρηματοδότηση με ομολογίες

Ομολογία είναι ο μακροπρόθεσμος τίτλος χρέους που εκδίδει ο δανειζόμενος, είτε κρατικός είτε ιδιωτικός οργανισμός.

Όταν μια επιχείρηση αποφασίζει να εκδώσει ομολογίες, αναλαμβάνει την υποχρέωση να καταβάλλει ένα σταθερό ποσό σε τόκους σε τακτά χρονικά διαστήματα και υπόσχεται να πληρώσει την ονομαστική αξία κατά την ημερομηνία λήξης της ομολογίας.

Το κόστος έκδοσης αυτών των ομολογιών εξαρτάται κατά ένα μέρος από:

- 1) Τα χρόνια μέχρι τη λήξη.
- 2) Την απόδοση κατά τη λήξη παρόμοιων ομολογιών της αγοράς.
- 3) Το τοκομερίδιο ή επιτόκιο.
- 4) Τις οικονομικές συνθήκες και τις συνθήκες της αγοράς.

Συνήθως όσο μεγαλύτερη είναι η διάρκεια μέχρι τη λήξη, τόσο μεγαλύτερη είναι η απόδοση και το τοκομερίδιο. Επίσης, όταν η οικονομία βρίσκεται σε φάση ανάπτυξης, το κόστος δανεισμού αυξάνει. Αντίθετα, όταν βρίσκεται σε φάση ύφεσης, το κόστος (δηλαδή, η απόδοση κατά τη λήξη) μειώνει.

Χρονομίσθωση

Η χρονομίσθωση είναι ένας σύγχρονος τρόπος χρηματοδότησης ο οποίος δίνει αποτελεσματική λύση στην διαχείριση επιβατικών αυτοκινήτων. Ως σύγχρονη και αποτελεσματική λύση είναι σχεδιασμένη αποκλειστικά για την κάλυψη αναγκών κάθε πελάτη ξεχωριστά με σταθερό και γνωστό εκ των προτέρων κόστος.

Διαφορά leasing – χρονομίσθωσης

Και τα δύο είναι μορφές χρηματοδότησης με παρόμοιες λειτουργίες. Η μοναδική διαφορά τους είναι ότι αν π.χ. αφορά σε ένα αυτοκίνητο, με το leasing όταν λήξει η μίσθωση, η οποία μπορεί να διαρκέσει από 3 έως 5 χρόνια, το αυτοκίνητο μπορούμε να το αγοράσουμε ή να ανανεώσουμε τη σύμβαση για ορισμένο χρόνο. Αντίθετα στη χρονομίσθωση το αυτοκίνητο το νοικιάζουμε για μεγάλη χρονική περίοδο (άνω των 2 ετών) και τα μισθώματα που πληρώνουμε καλύπτουν εκτός από την απόσβεση του αυτοκινήτου για το διάστημα που μισθώνεται και όλα τα άλλα έξοδα που έχει ένα αυτοκίνητο (ασφάλεια, σέρβις κλπ.). Δηλαδή με την χρονομίσθωση δεν αγοράζεις αυτοκίνητο αλλά αγοράζεις χρήση αυτοκινήτου για ορισμένου διάστημα .

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 Τι είναι το Franchising

Το franchising είναι ένα σύστημα εμπορίας προϊόντων, υπηρεσιών ή τεχνολογίας που στηρίζεται στη συνεχή συνεργασία μεταξύ νομικά και οικονομικά ανεξάρτητων μερών (επιχειρήσεων), του δικαιοπαρόχου (franchiser) και του λήπτη (franchisee). Ο πρώτος παραχωρεί στο δεύτερο το δικαίωμα αλλά και την υποχρέωση να εκμεταλλεύεται τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του σύμφωνα με συγκεκριμένους κανόνες.

Ειδικότερα το franchising είναι :

α) Μέθοδος διανομής προϊόντος ή/και υπηρεσιών μέσα από μια σχέση συνεργασίας, στην οποία ο franchisor (δικαιοπάροχος) χορηγεί στον franchisee (δικαιοδόχο) το δικαίωμα να πωλεί προϊόντα και υπηρεσίες που ο πρώτος έχει αναπτύξει με συγκεκριμένο, προκαθορισμένο και απόλυτα προσδιορισμένο σύστημα.

β) Μέθοδος όπου ο franchisee εφαρμόζει συγκεκριμένες διαδικασίες, δομές, συστήματα και concept (επιχειρηματική ιδέα) που έχει αναπτύξει ο franchisor και καλύπτει το σύνολο της επιχειρηματικής δράσης (οργάνωση, υποδομές, πωλήσεις, επικοινωνία, στελέχωση κλπ).

γ) Μέθοδος που διέπεται από ένα συμβόλαιο συνεργασίας δικαιοπαρόχου – δικαιοδόχου, το οποίο δεσμεύει τα δύο μέρη σε μια στενή και μακροχρόνια οικονομική και εμπορική συνεργασία με στόχο το αμοιβαίο όφελος.

δ) Το franchising δημιουργεί ισχυρά εμπορικά σήματα, ενισχύει την απασχόληση, την ανάπτυξη σε προσωπικό, επιχειρηματικό, εθνικό επίπεδο, μεταφέρει τεχνογνωσία, επιτυγχάνει οικονομίες κλίμακας, κερδοφορία και υπεραξίες, διευρύνει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και ωθεί το σύνολο της αγοράς σε υψηλότερα πρότυπα.

2.2 Η ιστορία του franchising

Υπολογίζεται ότι η σύγχρονη έννοια του franchise εισήχθηκε για πρώτη φορά στις ΗΠΑ γύρω στο 1895 από την εταιρεία ραπτομηχανών Singer η οποία ανέπτυξε ένα δίκτυο αντιπροσώπων που λειτουργούσαν με franchise αμέσως μετά από τον Αμερικάνικο Εμφύλιο Πόλεμο. Η ανάπτυξη ήταν αλματώδης και τα στατιστικά στοιχεία από τις ΗΠΑ δείχνουν ότι όλα τα είδη του franchise αποτελούν το 34% όλων των λιανικών πωλήσεων και το μερίδιο των λιανικών πωλήσεων πλέον του 30% για 20 χρόνια περίπου. Σήμερα υπάρχουν περισσότερες από 550.000 δίοδοι που λειτουργούν με franchise.

Στην Ευρώπη ο θεσμός αντιμετώπιστηκε επιφυλακτικά και ο ρυθμός ανάπτυξης του υπήρξε συγκρατημένος. Κατά τη δεκαετία του 1980 οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, έχοντας διαπιστώσει τα πλεονεκτήματα του franchising και θορυβημένες από την εισβολή στον ευρωπαϊκό χώρο των αμερικανών κολοσσών (δικαιοπαρόχων), εκδηλώνουν αυξημένο ενδιαφέρον για το δυναμικό αυτό σύστημα συνεργασίας. Το 1985 στην Ευρώπη υπήρχαν 1600 δίκτυα franchising με 84.000 σημεία πωλήσεων και συνολικό κύκλο εργασιών μεγαλύτερο από 33 δις ECU. Για την προώθηση των στόχων του franchising και την προστασία των συμφερόντων και συνεργαζόμενων στα πλαίσια του franchising επιχειρήσεων έχει ιδρυθεί η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Franchising που έχει καταρτίσει μάλιστα και Ευρωπαϊκό Κώδικα Συμπεριφοράς.

Το franchise έχει εξαπλωθεί σε όλο τον κόσμο και υπάρχει σε ποικίλα στάδια ανάπτυξης σε 140 χώρες περίπου, πολλές από τις οποίες έχουν ώριμες κοινότητες franchise.

Στη χώρα μας το franchising, με ιστορία περίπου 20 ετών, γνωρίζει σήμερα μια ιδιαίτερα ταχεία και σταθερή ανάπτυξη, με άνω των 200 επιχειρήσεων να αναπτύσσονται με τη βοήθεια του.

2.3 Βασικές Μορφές Franchise

Υπάρχουν 2 βασικές μορφές franchise :

Προϊοντικό franchise:

- Ο franchisor παράγει (ή εισάγει) το προϊόν που εμπορεύεται ο franchisee.
- Τα προϊόντα συνήθως υποστηρίζονται από συγκεκριμένες υπηρεσίες τόσο πριν όσο και μετά την πώληση.
- Χρησιμοποιείται συνήθως όταν υπάρχει υψηλή αναγνωρισιμότητα της μάρκας. Π.χ. : αναψυκτικά, ποτά, αυτοκίνητα, μηχανές, ανταλλακτικά αυτοκινήτου, πρατήρια βενζίνης κλπ.

Business format franchise :

- Αποτελεί την πιο κλασική και πλέον διαδεδομένη μορφή σύγχρονου franchise.
- Περιλαμβάνει όχι μόνο το προϊόν, την υπηρεσία και το σήμα, αλλά ολόκληρο το επιχειρηματικό σύστημα – μια στρατηγική και ένα σχέδιο marketing, εγχειρίδια λειτουργίας και οργάνωσης, καθώς και εργαλεία πωλήσεων και κανόνες, έλεγχο ποιότητας και διαρκή αμφίδρομη επικοινωνία.
- Δίνει ιδιαίτερο βάρος στην υποστήριξη και την εκπαίδευση.
- Παρέχει αναλυτικές διαδικασίες λειτουργίας. Π.χ. : εστιατόρια, εκπαίδευση, υπηρεσίες.

2.4 Τα είδη του franchising

Το franchising ανάλογα με το περιεχόμενο της συμφωνίας μεταξύ δικαιοπαρόχου και λήπτη διακρίνεται στα εξής κύρια είδη :

1) Δικαιόχρηση ολοκληρωμένου συστήματος (Business Format Franchising)

Το Business Format Franchising αποτελεί τον πιο διαδεδομένο τύπο franchising. Ο δικαιοπάροχος παρέχει την άδεια στο λήπτη να χρησιμοποιεί για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή το εμπορικό σήμα και ένα ολοκληρωμένο σύστημα λειτουργίας της επιχείρησης σύμφωνα με το οποίο ο λήπτης είναι υποχρεωμένος να λειτουργήσει. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αυτού του είδους συμβάσεις αποτελούν οι αλυσίδες fast food.

2) Παροχή δικαιώματος διανομής

Ο δικαιοπάροχος παρέχει στο λήπτη το δικαίωμα διανομής των προϊόντων, ή υπηρεσιών του για συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή και συγκεκριμένη χρονική περίοδο, η οποία βεβαίως μπορεί μετά τη λήξη της να ανανεωθεί, εφόσον συνεχίζεται ομαλά η συνεργασία μεταξύ των δύο πλευρών.

3) Παροχή άδειας για παραγωγή προϊόντος

Ο δικαιοπάροχος παραχωρεί στον δικαιοδόχο την άδεια με συγκεκριμένο τρόπο, εμφάνιση και συμπεριφορά να παράγει ή να μεταποιεί ορισμένα προϊόντα. Η άδεια συνοδεύεται συνήθως με δικαίωμα χονδρικής πώλησης υπό το σήμα του δικαιοπαρόχου. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Coca Cola που έχει παραχωρήσει τα δικαιώματα εμφιάλωσης των προϊόντων της στην εταιρεία 3 E.

4) Χρήση ονόματος μιας διασημότητας

Στην περίπτωση αυτή ο δικαιοπάροχος είναι μια διασημότητα (σχεδιαστής μόδας, αθλητής κλπ), ή μια εταιρία που τον εκπροσωπεί και παρέχει το δικαίωμα χρήσης του ονόματος του σε μια σειρά προϊόντων, πχ αρώματα, αθλητικά είδη κλπ, εισπράττοντας δικαιώματα από την εταιρία που κατασκευάζει ή διακινεί τα προϊόντα που φέρουν το όνομα του.

5) Δικαιόχρηση υπηρεσιών

Στο franchising υπηρεσιών ο δικαιοδόχος παρέχει υπηρεσίες σε τελικούς χρήστες υπό το διακριτικό γνώρισμα, την εμπορική επωνυμία ή ακόμα και το σήμα του δικαιοπαρόχου σύμφωνα με τις οδηγίες που παίρνει (π.χ. γραφείο ενοικίασης αυτοκινήτων, συνεργείο παροχής υπηρεσιών καθαρισμού και συντήρησης κτιρίων). Στη μορφή αυτή εντάσσεται και το λεγόμενο κινητό franchising όπου οι υπηρεσίες δεν παρέχονται στο κατάστημα, αλλά οι υπάλληλοι της επιχείρησης μεταβαίνουν με αυτοκίνητα στην κατοικία, το κατάστημα κλπ. και προσφέρουν εκεί τις υπηρεσίες τους.

6) Franchising υπαγωγής

Στο franchising υπαγωγής (μορφή πιο διαδεδομένη στην πράξη) ο δικαιοπάροχος κατέχει τον κατ' εξοχήν κυριαρχικό και καθοδηγητικό ρόλο στο πλαίσιο του συστήματος που ο ίδιος επινόησε και ανέπτυξε, με τους δικαιούχους του να περιορίζονται σε απλά εκτελεστικά όργανα που οφείλουν να συμμορφώνονται πλήρως στις οδηγίες και τον έλεγχό του. Έτσι, δημιουργείται μια ακτινωτή, μονοσήμαντη σχέση με κεντρικό σημείο αναφοράς και εκπόρευσης των σχετικών εξουσιών του δικαιοπαρόχου, χωρίς καμιά περαιτέρω σύνδεση των δικαιοδόχων μεταξύ τους.

7) Franchising ισότιμης συνεργασίας

Στο franchising ισότιμης συνεργασίας, αντίθετα, δεν υπάρχει κυριαρχική αντίληψη με τις μονομερείς οδηγίες, εντολές και έλεγχο του δικαιοπαρόχου, αλλά μια συνεταιριστική – συμμετοχική συνεργασία στη βάση της ισοτιμίας τόσο μεταξύ του δικαιοπαρόχου – δικαιοδόχων όσο και των δικαιοδόχων μεταξύ τους. Βασικό χαρακτηριστικό της η αλληλοκατανόηση, η αλληλοβοήθεια, η συναδελφικότητα και η αλληλεγγύη μεταξύ των δικαιοδόχων και του δικαιοπαρόχου με στόχο τη συλλογική δράση για την προώθηση των πωλήσεων και την επιτυχία του συστήματος ως συνόλου.

2.5 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του συστήματος franchise

Όπως κάθε μορφή συνεργασίας, η δικαιόχρηση παρουσιάζει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα για τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις. Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι τόσο τα πλεονεκτήματα όσο και τα μειονεκτήματα δεν υπάρχουν κατ' ανάγκη σε όλες τις συμβάσεις συνεργασίας αυτής της μορφής, ούτε και έχουν την ίδια βαρύτητα.

Πλεονεκτήματα για τον Δικαιοπάροχο

- 1) Δημιουργία αλυσίδας διανομής με περιορισμένο κόστος και χωρίς δέσμευση ιδίων κεφαλαίων.
- 2) Πρόσθετη δυνατότητα ταχείας εξάπλωσης του δικτύου διανομής και επέκτασης πωλήσεων.
- 3) Σημαντική βελτίωση της απόδοσης των ιδίων κεφαλαίων.
- 4) Διεθνοποίηση εργασιών του δικαιοπαρόχου χωρίς εμπλοκή σε γραφειοκρατικές διαδικασίες, που συχνά απαιτούνται από τη νομοθεσία διαφόρων κρατών, για την παροχή σε αλλοδαπούς αδείας λειτουργίας μιας επιχείρησης.
- 5) Ενίσχυση της φήμης και του κύρους του δικαιοπαρόχου, χάρη στην ταχεία δημιουργία επώνυμου πυκνού δικτύου διανομής.
- 6) Βελτίωση της πιστοληπτικής ικανότητας του δικαιοπαρόχου, χάρη στη βελτιωμένη λόγω franchising αποδοτικότητα της επιχείρησης του και την αύξηση του κύκλου εργασιών της.
- 7) Αξιοποίηση της εμπειρίας του δικαιοδόχου και των προτάσεων του για τη βελτίωση της παραχωρούμενης τεχνολογίας, των μεθόδων κτλ.
- 8) Ισχυρή νομική και οικονομική θέση τούτου έναντι του δικαιοδόχου.

Μειονεκτήματα για το Δικαιοπάροχο

- 1) Ενδεχόμενη μείωση του κύρους της επιχείρησης του εν λόγω σε περίπτωση που ο δικαιοδόχος, λόγω ανώμαλης εξέλιξης των εργασιών

του, βρεθεί σε αδυναμία να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του προς τρίτους.

- 2) Δυσχέρειες στον έλεγχο της εφαρμογής των οδηγιών ή κατευθύνσεων του δικαιοπαρόχου.

Πλεονεκτήματα για τον Δικαιοδόχο

- 1) Διατηρείται η νομική και διαχειριστική ανεξαρτησία της επιχείρησης του.
- 2) Η φήμη, τα εμπορικά σήματα κτλ της επιχείρησης του δικαιοπαρόχου του εξασφαλίζουν μια σταθερή και προωθημένη βάση ανάπτυξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας του.
- 3) Αξιοποιεί την τεχνογνωσία και την εμπειρία του δικαιοπαρόχου.
- 4) Λαμβάνει από τον ανωτέρω τεχνική και οργανωτική υποστήριξη, βοήθεια σε θέματα marketing.
- 5) Βελτιώνεται η πιστοληπτική ικανότητα του χάρη στη συμμετοχή του σε ένα γνωστό όμιλο επιχειρήσεων και έτσι είναι σε θέση να εξασφαλίζει ευκολότερα πιστώσεις και με ευνοϊκότερους όρους.
- 6) Αγοράζει τα εμπορεύματα σε καλύτερες τιμές μέσω των μαζικών αγορών του δικαιοπαρόχου.

Μειονεκτήματα Δικαιοδόχου

- 1) Παρά την ανεξαρτησία της επιχείρησης του ο δικαιοδόχος έχει υψηλό βαθμό εξάρτησης από την τεχνογνωσία κτλ του δικαιοπαρόχου.
- 2) Πολλές φορές είναι υποχρεωμένος να ακολουθεί λεπτομερειακές οδηγίες του δικαιοπαρόχου, που περιορίζουν στο ελάχιστο την ακτίνα πρωτόβουλης δράσης του.
- 3) Δεν έχει συνήθως δικαιώματα αποκλειστικότητας στην περιοχή του για τα πωλούμενα προϊόντα του ομίλου.

- 4) Οι ρήτρες που περιέχονται στις συμβάσεις αποβλέπουν συνήθως στην προστασία των συμφερόντων του δικαιοπαρόχου, επιβάλλοντας στο δικαιοδόχο αντίστοιχες υποχρεώσεις και περιορισμούς.

Παρακάτω αναφέρονται τα γενικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του Franchising.

Πλεονεκτήματα :

- Δεν χρειάζεται να αναπτυχθεί από την αρχή μια επιχείρηση. Κάποιος άλλος το έχει κάνει ήδη και το σημαντικότερο το έχει δοκιμάσει επιτυχημένα.
- Το κατάστημα βασίζεται σε μια επιτυχημένη ιδέα. Μπορεί να ελεγχθεί ο βαθμός επιτυχίας ρωτώντας άλλους franchisees πριν πραγματοποιηθεί η δέσμευση με την αλυσίδα.
- Χρησιμοποιείται ένα καθιερωμένο όνομα, αναγνωρίσιμο στην αγορά, που προσφέρει μερίδιο αγοράς από την αρχή και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.
- Προωθείται ένα καθιερωμένο προϊόν ή υπηρεσία.
- Υπάρχει όφελος από την αρχική εκπαίδευση που παρέχει ο franchisor καθώς και από την επανεκπαίδευση (σεμινάρια κοκ).
- Δίνεται καθοδήγηση στην επιλογή του πλέον κατάλληλου σημείου για τη λειτουργία του καταστήματος.
- Παρέχεται συνεχής υποστήριξη σε κάθε θέμα λειτουργίας του καταστήματός σας.
- Απαιτείται μικρότερο κεφάλαιο (τεχνογνωσία όσον αφορά την κατασκευή, την προμήθεια εξοπλισμού κοκ).
- Αντιμετωπίζονται μικρότερες πιθανότητες αποτυχίας σε σχέση με μια ανεξάρτητη επιχείρηση.

- Υπάρχει όφελος από οικονομίες κλίμακας λόγω μαζικών αγορών (είτε αφορά προϊόντα, είτε διαφήμιση κοκ).
- Παρέχεται υποστήριξη σε θέματα marketing.
- Παρέχεται το αποκλειστικό δικαίωμα προώθησης του concept σε μια συγκεκριμένη περιοχή. Ο franchisor δεν θα ανταγωνιστεί.
- Βελτιώνεται η ικανότητα αντιμετώπισης του ανταγωνισμού.
- Ακολουθείται ένα ήδη δοκιμασμένο και αποδεδειγμένα επιχειρηματικό σύστημα οργάνωσης και λειτουργίας.

Μειονεκτήματα

- Περιορίζεται σημαντικά η ανεξαρτησία ως επιχειρηματίας
- Το κόστος μπορεί να είναι υψηλότερο από ό,τι υπολογίζεται. Εκτός από το entry fee πρέπει να αποδίδεται στον franchisor ποσοστό των εσόδων.
- Υπάρχει εξάρτηση σε σημαντικό βαθμό από τον franchisor και την ικανότητα του να παρακολουθεί και να ανταποκρίνεται στις εξελίξεις της αγοράς.
- Υπάρχουν περιορισμοί στην περιοχή δραστηριότητας (περιοχή αποκλειστικότητας).
- Τα συμβόλαια με την εταιρεία έχει συγκεκριμένο χρονικό ορίζοντα.
- Υπάρχουν περιορισμοί στην πώληση ή στη μεταβίβαση της επιχείρησης.
- Υπάρχει εξάρτηση από την απόδοση και των άλλων franchisees καθώς ένα άτομο μόνο μπορεί να χαλάσει τη φήμη του δικτύου.

2.6 Σχεδιασμός και δανειοδότηση

Μία από τις πρώτες παραμέτρους που απαιτείται να εξετάσει συστηματικά ο franchisor για κάθε υποψήφιο franchisee, είναι ο τρόπος με τον οποίο ο δεύτερος προτίθεται να χρηματοδοτήσει τη νέα του επιχείρηση. Σύμφωνα με τα

στοιχεία του τμήματος ανάπτυξης της «The Franchise Co» , ένα ποσοστό της τάξης του 60% των υποψηφίων franchisees στοχεύουν να χρηματοδοτήσουν τις εταιρείες τους με κεφάλαια που θα προέλθουν από δανεισμό. Σημειώνεται δε, ότι από αυτούς, μόνο το 50% πληρεί τις προβλεπόμενες προϋποθέσεις έγκρισης σχετικού δανείου από κάποιο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα (τράπεζες, εταιρείες leasing κλπ).

Επίσης, η συντριπτική πλειονότητα των υποψηφίων δεν συνεκτιμά στα αναγκαία κεφάλαια αυτά που απαιτούνται για τον «αέρα», την απόκτηση σημείου, το κεφάλαιο κίνησης, τα αρχικά κόστη δημιουργίας της επιχείρησης, τα κόστη κατασκευαστικής περιόδου, τα «κρυφά κόστη», όπως άδεια λειτουργίας, ΔΕΗ κλπ., αλλά και τα κεφάλαια που θα καλύψουν τα λειτουργικά κόστη έως ότου η επιχείρηση επιτύχει το «νεκρό σημείο» της.

Το επιχειρηματικό σχέδιο μιας εταιρείας αποτελεί στοιχείο ιδιαίτερης σημασίας, στις προβλέψεις και εκτιμήσεις του οποίου αναμένεται να βασιστεί μια τράπεζα για την έγκριση ή μη ενός δανείου προς τον υποψήφιο franchisee. Οι περισσότεροι franchisors είναι διατεθειμένοι να προσφέρουν τη βοήθεια τους στους franchisees συνεργάτες τους, παρέχοντας απαραίτητες πληροφορίες ή άλλα οικονομικής φύσεως στοιχεία για την κατάρτιση ενός επιχειρηματικού σχεδίου. Οι πληροφορίες αυτές μπορεί να κυμαίνονται από τις πιο απλές οικονομικές προβλέψεις ή στατιστικά /οικονομικά στοιχεία, έως και μία πλήρη, λεπτομερή χρηματοοικονομική μελέτη.

Αναμφίβολα, τα στοιχεία αυτά μπορούν να αποτελέσουν σημαντική βοήθεια για τους franchisees. Όμως είναι σαφές ότι η κάθε είδους αισιόδοξη ή πολλά υποσχόμενη πρόβλεψη δεν μπορεί, ούτε πρέπει, να αποτελέσει στοιχείο εφησυχασμού και επιχειρηματικής αδράνειας για κάθε επιχειρηματία. Πόσο μάλλον για τον κάθε υποψήφιο franchisee, αφού είναι εκείνος ο οποίος θα επωμιστεί τελικά την ευθύνη της δημιουργίας και λειτουργίας της νέας επιχείρησης και φυσικά την αποπληρωμή των όποιων οικονομικών υποχρεώσεων αυτή θα δημιουργήσει. Για τους λόγους αυτούς, οι franchisees

δεν θα πρέπει να στηρίζονται αποκλειστικά και μόνο στη βοήθεια που τους προσφέρουν οι franchisors.

Τα δύο συστατικά μέρη ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι τα μη χρηματοοικονομικά στοιχεία και τα οικονομικά δεδομένα.

Για τις βασικές μη οικονομικές λεπτομέρειες πρέπει να καθοριστούν : Η ταυτότητα και η εργασιακή εμπειρία του franchisee, οι βραχυχρόνιοι και μακροχρόνιοι στόχοι του. Οι συνθήκες της αγοράς στην οποία πρόκειται να δραστηριοποιηθεί η επιχείρηση. Οι δυνατότητες, αλλά και ο ανταγωνισμός μέσα σε αυτήν. Οι διεθνείς τάσεις στην συγκεκριμένη αγορά. Το πραγματικό αντικείμενο της επιχείρησης. Οι διαδικασίες «δομές της διοίκησης» (οργανόγραμμα – ιεραρχία – οργανωτική δομή – τομείς ευθύνης κλπ.). Ο τρόπος λειτουργίας της επιχείρησης. Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα – ανάλυση δυνατών και αδύνατων σημείων και ο ανταγωνισμός, τόσο σε συνθήκες πραγματικής όσο και σε συνθήκες διαδικτυακής αγοράς.

Αναφορικά με τα βασικά οικονομικά στοιχεία, είναι απαραίτητο να προσδιοριστούν τα εξής :

- Τα ίδια κεφάλαια που θα τοποθετηθούν στην επιχείρηση από τον ίδιο τον επενδυτή. Συνήθως, ένα ποσοστό 30% των συνολικών επενδυμένων κεφαλαίων χρειάζεται να διατηρούνται ως ρευστά διαθέσιμα, για τρέχουσες ανάγκες της εταιρείας.

- *Αριθμοδείκτης Δανειακής Εξάρτησης* : είναι ο αριθμοδείκτης που φανερώνει τη σχέση ανάμεσα στα δανειακά και τα απασχολούμενα κεφάλαια της εταιρείας. Οι περισσότερες τράπεζες στην Ελλάδα είναι συνήθως διατεθειμένες (υπό προϋποθέσεις) να δανείσουν μέχρι και 50% από το σύνολο των αναγκών μιας νέας επιχείρησης που θα ενταχθεί σε ένα δοκιμασμένο σύστημα franchise. Βέβαια, η απόφαση για δανειοδότηση και το ποσοστό αυτής εξαρτάται από το αν και κατά πόσο η επιχείρηση θα είναι ικανή να ανταποκριθεί με συνέπεια σε αυτό το επίπεδο δανεισμού. Επίσης η μορφή του

δανεισμού : βραχυχρόνιος, μεσοπρόθεσμος, leasing, κλπ. Η τελική απόφαση είναι συνάρτηση της πορείας των προβλεπόμενων εισροών, του βαθμού κερδοφορίας, του αρχικού κεφαλαίου και των προσωπικών αναγκών.

- *Κατάσταση Εσόδων και Πληρωμών* : Πρόκειται για την κατάσταση εκείνη στην οποία περιγράφονται ο ρυθμός ταμειακής κίνησης, ο οποίος έχει ιδιαίτερη σημασία για τον προγραμματισμό και τη λήψη αποφάσεων από τον franchisee, με σκοπό την ετοιμότητα της επιχείρησης να αντιμετωπίσει μελλοντικές υποχρεώσεις ή και ανάγκες επέκτασης. Είναι η πλέον σημαντική οικονομική κατάσταση, κυρίως σε κλάδους με έντονη εποχικότητα και στις πρώτες φάσεις ανάπτυξης μιας επιχείρησης.

- *Κερδοφορία* : Οι προβλέψεις, σχετικά με τα κέρδη και τις πιθανές ζημιές που μπορεί να έχει μια εταιρεία, δείχνουν το πόσο επιτυχώς μπορεί η εταιρεία αυτή να λειτουργήσει μέσα στο πλαίσιο της αγοράς, ενώ παράλληλα δίνει λεπτομέρειες σχετικά με τα λειτουργικά κόστη, τη δομή και την επίδραση τους στο τελικό αποτέλεσμα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 Τυπολογία του franchising από εμπειρική – οικονομική άποψη

Για την συστηματική κατάταξη των διαφόρων τύπων franchising από οικονομική άποψη έχουν διαμορφωθεί στη θεωρία κατά βάση οι ακόλουθες τρεις προσεγγίσεις :

- Διαφοροποίηση με βάση το αντικείμενο του franchising.
- Διαφοροποίηση με βάση τις οικονομικές βαθμίδες στις οποίες ανήκουν οι συμμετέχοντες.
- Διαφοροποίηση με βάση τη διάταξη και τον τρόπο συσχετισμού των δυνάμεων και των εμπλεκόμενων συμφερόντων και συμμετεχόντων.

3.2 Πότε μια επιχείρηση μπορεί να μετατραπεί σε franchise

Μια επιχείρηση για να μετατραπεί σε franchise θα πρέπει αρχικά να διέπεται από ένα προκαθορισμένο image (εταιρική εικόνα). Επίσης, η δομή της πρέπει να είναι κατάλληλη για franchising δηλαδή πρέπει να έχει διαχρονικό προϊόν ή υπηρεσία, καθώς επίσης, να υπάρχει ευκολία αναπαραγωγής και μετάδοσης. Τα κέρδη πρέπει να είναι επαρκή για τον franchisor και το δίκτυο franchisees. Τέλος, είναι σημαντική η ύπαρξη αμοιβαίου σεβασμού και υποστήριξης.

3.3 Δημιουργία του franchise

Για να δημιουργηθεί ένα franchise πρέπει να γίνουν κάποιες διαδοχικές ενέργειες :

- 1) Η ανάπτυξη της ιδέας.

- 2) Η προϋπόθεση ότι η ιδέα έχει αποτέλεσμα στην πράξη βάσει πιλοτικών λειτουργιών και η καθιέρωση του εμπορικού συστήματος και της επωνυμίας του franchisor.
- 3) Η ανάπτυξη ενός εγχειριδίου λειτουργίας που αντιπροσωπεύει τις γνώσεις του franchisor σε σχέση με τη λειτουργία του συστήματος του.
- 4) Η προετοιμασία του πακέτου franchise που θα περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με το τι θα πουλά ο franchisor με τη μορφή του franchise.
- 5) Η εμπορία του πακέτου και η πώληση του στους franchisees.
- 6) Η ανάπτυξη τεχνικών για τον προσδιορισμό των σωστών ατόμων που θα λειτουργούν ως franchisees και η επιλογή αυτών.
- 7) Η ανάπτυξη της υποδομής της επιχείρησης του franchisor για την ανάπτυξη της επιχείρησης από μια μόνο πιλοτική λειτουργία έως ένα οργανισμό που έχει δυνατότητες για την απαιτούμενη ανάπτυξη.

Η ανάπτυξη του franchise δεν περιορίζεται στην ανάπτυξη των μικρών νέο-αναδυόμενων επιχειρήσεων. Είναι μια μέθοδος που έχει χρησιμοποιηθεί από ήδη καθιερωμένες επιχειρήσεις με διαφορετικό βαθμό επιτυχίας. Ακόμα και μια ώριμη επιχείρηση θα πρέπει να ακολουθήσει την παραπάνω σειρά ενεργειών για να διασφαλίσει ότι αντιμετωπίζει σωστά αυτού του είδους την προσέγγιση.

3.4 Κριτήρια για το franchise

Υπάρχουν ορισμένα κριτήρια που πρέπει να εξεταστούν για να καθοριστεί εάν υπάρχουν ή όχι βασικά συστατικά για το franchise. Τα κριτήρια αυτά είναι :

- 1) Πρέπει να υπάρχει μια δοκιμασμένη και αποδεδειγμένα επιτυχημένη επιχείρηση.
- 2) Το προϊόν πρέπει να είναι ξεχωριστό.
- 3) Το επιχειρηματικό σύστημα πρέπει να είναι ξεχωριστό.

- 4) Το επιχειρηματικό σύστημα πρέπει να μπορεί να διδαχθεί και σε άλλους μέσα σε ένα λογικά χρονικά πλαίσιο.
- 5) Οι οικονομικές απολαβές για τον franchisee πρέπει να είναι αρκετές ώστε να μπορεί :
 - να έχει μια λογική απόδοση από τα περιουσιακά στοιχεία που απασχολεί στην επιχείρηση.
 - να κερδίζει μια λογική ανταμοιβή για τις εργασίες του.
 - να μπορεί να καταβάλει την αμοιβή στον franchisor.
- 6) Το εισόδημα του franchisor πρέπει να επαρκεί για να καλύψει τα γενικά έξοδα του και να έχει κάποιο λογικό κέρδος.

3.5 Λόγοι που συντέλεσαν στην επιτυχία του franchise

Γιατί το franchise είχε τόσο μεγάλη επιτυχία; Ο λόγος είναι ότι συνδυάζει την καινοτομία για τη δημιουργία μιας επιτυχημένης επιχειρηματικής μορφής υπό την σκέπη μιας γνωστής επωνυμίας με τους οικονομικούς πόρους και το ανθρώπινο δυναμικό των επιχειρήσεων που το λειτουργούν. Επίσης παρέχει ένα επίπεδο αρχικών και τρεχουσών υπηρεσιών για την επιχείρηση οι οποίες είναι μοναδικές στις εμπορικές σχέσεις.

Το franchise στην πραγματικότητα αναπτύχθηκε από την επιθυμία του δημιουργού ενός εμπορικού δικτύου και ενός εμπορικού συστήματος που αναπτύχθηκε επιτυχώς μαζί με την επιθυμία όσων διέθεταν τους οικονομικούς πόρους και τη φιλοδοξία να κατέχουν και να λειτουργούν τη δική τους επιχείρηση αλλά δεν είχαν την αυτοπεποίθηση να το κάνουν χωρίς κάποια βοήθεια.

Οι πρωτοπόροι ανέπτυξαν τις δικές τους επιχειρήσεις- πολλοί περιέλαβαν την παροχή υπηρεσιών και όχι τη διανομή προϊόντων- αλλά δεν είχαν τους οικονομικούς πόρους να αναπτυχθούν τόσο γρήγορα όσο απαιτούσε η ζήτηση. Πολλοί εφάρμοσαν το franchise επειδή οι πελάτες ή οι φίλοι τους,

εντυπωσιασμένοι από αυτό που είχαν επιτύχει, ήθελαν να βοηθηθούν από την ίδια επιχείρηση.

Αυτό είναι στην ουσία που επιτυγχάνει το franchise. Όμως, εκτός από αυτό η επιχείρηση στην οποία έχει παραχωρηθεί το franchise έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει την επωνυμία, πρέπει να χρησιμοποιήσει το εμπορικό σύστημα της επιχείρησης που παραχωρεί το franchise, υπόκειται σε ποιοτικούς ελέγχους και έχει το πλεονέκτημα μιας υποστηρικτικής και σταθερής σχέσης. Ουσιαστικά ο franchisee είναι ο κάτοχος των εμπορικών συναλλαγών που διεξάγει, μόνο που έχει μια ελεγχόμενη μορφή μιας συμφωνίας. Βάση αυτής της απλής δομής θα πρέπει να αναπτυχθεί μια υποδομή καθώς και τεχνικές για τη σχέση του franchisor και του franchisee.

3.6 Λάθη που επιφέρουν αποτυχία

Τα πιο συνηθισμένα λάθη που επιφέρουν αποτυχία ενός συστήματος franchise είναι :

1) Ανεπαρκής κεφαλαιουχική διάρθρωση και σχεδιασμός πριν από την έναρξη της επιχείρησης και ανικανότητα να χρηματοδοτηθεί η περαιτέρω λειτουργία της.

2) Αποτυχία στην επιλογή του κατάλληλου συμβούλου.

3) Μη τήρηση του συστήματος franchise και μη δέσμευση στις αρχές του.

4) Εκταμιεύσεις μεγάλων χρηματικών ποσών από τον franchisee σε μικρό διάστημα από την έναρξη της επιχείρησης αποστερώντας την από το αναγκαίο κεφάλαιο κίνησης.

5) Όταν ο franchisee βασίζεται πολύ στον franchisor και δεν μπορεί να κατανοήσει ότι πρόκειται για την προσωπική του αυτοτελή, ανεξάρτητη επιχείρηση.

6) Άρνηση να συμμορφώνονται ανάλογα με τις οδηγίες και με συμβουλές του franchisor ή αδυναμία να λαμβάνουν δύσκολες αποφάσεις.

Τα πιο σοβαρά λάθη που κάνουν οι άπειροι franchisors είναι τα εξής :

- 1) Ανεπαρκή κεφάλαια στο ξεκίνημα του δικτύου και με άμεσο επακόλουθο την ανικανότητα να παρέχουν την απαραίτητη υποστήριξη.
- 2) Λάθος ανάπτυξη και στρατηγικό σχεδιασμό του συστήματος franchise.
- 3) Λάθος επιλογή τοποθεσιών.
- 4) Λάθος επιλογή franchisees.
- 5) Έλλειψη τεχνογνωσίας, υποδομής και κυρίως δέσμευσης.

Απλά βήματα για την αποφυγή δυσάρεστων εκπλήξεων

Λέγεται ότι το franchising εξαλείφει ή έστω μειώνει τον επιχειρηματικό κίνδυνο. Υπό προϋποθέσεις αυτό είναι πράγματι σωστό, αρκεί ο υποψήφιος συνεργάτης- δικαιοδόχος να ακολουθήσει κάποια βασικά βήματα, που προφυλάσσουν τους υποψήφιους δικαιοδόχους από δυσάρεστες εκπλήξεις. Όπως κάθε εμπορική δραστηριότητα έτσι και μια συνεργασία υπό την «ομπρέλα», το σήμα και το όνομα μιας μεγάλης εταιρίας, με αποδεδειγμένη τεχνογνωσία και πείρα, ενέχει τους επιχειρηματικούς κινδύνους της και θα ήταν ουτοπικό να μιλάμε για επένδυση με μειωμένο ή καθόλου ρίσκο.

1) Αρχική απόφαση : no name επιχείρηση ή franchise

Θα πρέπει να θυμάστε ότι περίπου το 1/4 των επιχειρηματικών προσπαθειών χωρίς την συνεργασία franchise αποτυγχάνουν μέσα στα πρώτα δύο χρόνια της λειτουργίας τους, ενώ άλλο ένα 40% κλείνει μέσα στα πρώτα 5 χρόνια λειτουργίας. Συνολικά δηλαδή, το 65% των μη επώνυμων επιχειρήσεων είναι καταδικασμένο σε αποτυχία. Αντίθετα, τα αντίστοιχα ποσοστά για συνεργασίες franchising κυμαίνονται μεταξύ 5 και 10%.

2) Προσεκτική επιλογή του franchise

Υπάρχουν πολλά στοιχεία που θα πρέπει να προσέξει ο υποψήφιος δικαιοδόχος κατά τη διαδικασία προεπιλογής κάποιου franchise. Ποια είναι η δικαιιοπάροχος εταιρεία, πότε ιδρύθηκε, ποια είναι η νομική της μορφή, από πότε η εταιρεία αναπτύσσεται με franchising, από πότε έχει κατοχυρώσει το

εμπορικό της σήμα, ποια είναι η οργανωτική υποδομή της, ποια είναι η τρέχουσα οικονομική κατάσταση της εταιρείας, ποια είναι η εξέλιξη των πωλήσεων της τα τελευταία χρόνια και άλλα οικονομικά δεδομένα.

3) Ανάλυση του τρόπου συνεργασίας

Κάθε σοβαρή εταιρεία franchise έχει ένα φάκελο προσφοράς με όλες τις λεπτομέρειες που ενδιαφέρουν τον υποψήφιο συνεργάτη. Μέσα στο φάκελο αυτό περιγράφεται και το σύστημα – «πακέτο» franchise, δηλαδή το ύψος του απαιτούμενου αρχικού κεφαλαίου, τα προβλεπόμενα έξοδα, ο προβλεπόμενος κύκλος εργασιών και ποια θα είναι η απόδοση από την επένδυση αυτή. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται στην αξιολόγηση «προκατασκευασμένων» ή γενικής χρήσης οικονομοτεχνικών μελετών. Απαιτείται όμως εκπόνηση ειδικής μελέτης στα μέτρα του υποψήφιου επενδυτή όπου θα λαμβάνονται υπ' όψιν τα πραγματικά λειτουργικά έξοδα, το διαθέσιμο κεφάλαιο, οι τυχόν δανειακές επιβαρύνσεις κλπ.

4) Αξιολόγηση οικονομικής δυνατότητας επένδυσης

Ο ενδιαφερόμενος θα πρέπει να αποφασίσει αν το κεφάλαιο που απαιτείται για να υλοποιήσει όλες τις φάσεις της επένδυσης καλύπτει τις οικονομικές δυνατότητες του ή αν είναι τελικά διατεθειμένος να επενδύσει αυτά τα κεφάλαια στη συγκεκριμένη επενδυτική πρόταση. Υπάρχουν συστήματα δικαιόχρησης, που μπορούν να εγγυηθούν μια μηνιαία απόδοση της τάξης των π.χ. 2.000 ευρώ. Αυτή η απόδοση σε σχέση με το επενδυμένο κεφάλαιο δεν ικανοποιεί άλλους, ενώ για άλλους μπορεί να αποτελεί μια πολύ αξιόλογη επένδυση.

5) Μελέτη περιοχής – ανταγωνισμού

Ο franchisor προτείνει κάποιες περιοχές για τις οποίες μπορεί να έχει διενεργήσει μια έρευνα αγοράς – ανταγωνισμού. Με βάση αυτή μπορεί να καθορίσει κάποιες «παρθένες» ή «πρόσφορες» περιοχές στις οποίες είτε η συγκέντρωση του ανταγωνισμού είναι χαμηλή είτε η συγκεκριμένη αγορά δεν

θεωρείται κορεσμένη. Ο δικαιοδόχος θα πρέπει να ενημερωθεί επίσης για τον καθορισμό των περιοχών γεωγραφικής αποκλειστικότητας.

6) Περαιτέρω διερεύνηση

Είναι, λοιπόν, σημαντικό να διερευνήσουμε όσο το δυνατόν περισσότερα στοιχεία για τη δικαιοπάροχο εταιρεία και τον τρόπο με τον οποίο λειτουργεί το σύστημα δικαιόχρησης της και πώς υποστηρίζεται το δίκτυο. Υποστήριξη δεν σημαίνει μόνο διαφήμιση. Είναι ένας ολόκληρος κύκλος υπηρεσιών που θα πρέπει να προσφέρονται καθημερινά στους δικαιοδόχους.

7) Ανάλυση οικονομοτεχνικής μελέτης

Η οικονομοτεχνική μελέτη δίνει κάποια στοιχεία που περιγράφουν το αναλυτικό κόστος της όλης επένδυσης, τον αναμενόμενο κύκλο εργασιών μιας ενδεικτικής μονάδας, τα αναμενόμενα λειτουργικά έξοδα και το χρόνο απόσβεσης της επένδυσης. Πολλές εταιρείες ζητούν να καταβληθεί ένα αρχικό ποσό εγγραφής στο δίκτυο. Αυτό καλύπτει συνήθως το κόστος χρήσης του σήματος, την αποκλειστικότητα γεωγραφικής περιοχής, τη μεταφορά της τεχνογνωσίας μέσα από αναλυτικά εγχειρίδια, την αρχική σας εκπαίδευση και τις υπηρεσίες που θα σας προσφερθούν από την ημερομηνία υπογραφής της σύμβασής σας έως την ημερομηνία που θα αρχίσει να λειτουργεί το κατάστημα σας. Από την πρώτη μέρα λειτουργίας σας αρχίζουν να «τρέχουν» τα διαρκή δικαιώματα.

8) Ανάγνωση σύμβασης δικαιόχρησης

Η σύμβαση franchise θα πρέπει να καθορίζει όλα αυτά που περιγράφει ο φάκελος προσφοράς και να εξηγεί με κάθε λεπτομέρεια τον τρόπο της συνεργασίας μεταξύ των δύο συμβαλλομένων. Σημαντικά στοιχεία είναι μεταξύ άλλων η διάρκεια της συνεργασίας, οι μετασυμβατικές υποχρεώσεις και τα δικαιώματά σας, ποιες υποχρεώσεις αναλαμβάνει ο δικαιοπάροχος και ποιες ο δικαιοδόχος κλπ.

9) Σύσταση εταιρείας – υπογραφή της σύμβασης franchise

Συμβουλευτείτε πρώτα το λογιστή ή φοροτεχνικό σας για να σας καθοδηγήσει ποια είναι η πιο συμφέρουσα νομική μορφή της νέας σας επιχειρηματικής δραστηριότητας πριν υπογράψετε τη σύμβαση franchise.

3.7 Εύφορο έδαφος η Ελλάδα

Αποτελώντας μια εξαιρετικά ανταγωνιστική μέθοδο για να ιδρύσει κανείς – κατά κύριο λόγο – επιχείρηση, ο θεσμός της δικαιόχρησης αποτελεί ισχυρό μαγνήτη για χιλιάδες νέους επιχειρηματίες, που αναζητούν μια προσοδοφόρο ιδέα για να ανοίξουν τους επιχειρηματικούς τους ορίζοντες.

Ήδη στην Ελλάδα, περίπου 400-450 επιχειρήσεις βασίζουν πλέον την ανάπτυξη τους στο franchising. Πωλούν δηλαδή την επιχειρηματική τους δραστηριότητα και το «όνομα» μαζί με ένα έτοιμο πακέτο κατευθύνσεων σε κάποιον συνεργάτη, έχοντας μέχρι σήμερα δημιουργήσει, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία, περίπου 8.000 franchise καταστήματα σε ολόκληρη την χώρα. Ο αριθμός των επιχειρήσεων αυτών έχει υπερδιπλασιαστεί σε σχέση με το 1998, σύμφωνα με τα νέα στοιχεία της ICAP, ενώ έχει αυξηθεί κατά 75% σε σχέση με το 2001, ακολουθώντας εκρηκτικούς ρυθμούς ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια. Οι προοπτικές περαιτέρω επέκτασης του θεσμού θεωρούνται λαμπρές, αν τουλάχιστον σκεφτεί κανείς τι συμβαίνει στην υπόλοιπη Ευρώπη. Έτσι στην Ελλάδα η διείσδυση του θεσμού αντιστοιχεί περίπου στο 4% του λιανεμπορικού κλάδου, όταν λ.χ. στην Μεγάλη Βρετανία, που αποτελεί μία από τις ισχυρότερες «δυνάμεις» στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η διείσδυση φτάνει στο 30%.

Σύμφωνα με τις απόψεις ανθρώπων που παρακολουθούν από κοντά την εξέλιξη του θεσμού, το franchising, εκτός από μηχανή ανάπτυξης, αναδεικνύεται σε ομπρέλα προστασίας ιδιαίτερα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, σε περιόδους οικονομικών δυσκολιών. Το 65% των δικτύων

δικαιόχρησης, άλλωστε, είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους με πωλήσεις μέχρι και 15 εκατ. ευρώ.

Ωστόσο, το να αγοράσει κανείς τα κλειδιά μιας έτοιμης επιχείρησης είναι η εύκολη δουλειά στο franchising. Σε καμιά περίπτωση όμως δεν σημαίνει ότι με τα ίδια κλειδιά θα περάσει και τις πύλες της επιχειρηματικής επιτυχίας, είτε ακόμη και αυτής της ίδιας της επιβίωσης.

Διότι αναμφίβολα μεν ο θεσμός προσφέρει σημαντικές διεξόδους και διαθέτει έτοιμες, δοκιμασμένες λύσεις, όμως, όπως τίποτα και κανείς στον επιχειρηματικό κόσμο, έτσι και στο franchising, συνταγές και εγγυήσεις για την επιτυχία δεν υπάρχουν.

Στατιστικά πάντως, η πλειονότητα φαίνεται πως τα καταφέρνει. Η αρωγή του θεσμού στον περιορισμό του επιχειρηματικού ρίσκου και στις οικονομίες κλίμακας αποδεικνύεται ιδιαίτερα σημαντική, όχι όμως σε τέτοιο βαθμό ώστε να ισχύει και ο μύθος ότι τα ποσοστά επιτυχίας μιας επιχείρησης franchising είναι συντριπτικά μεγαλύτερα σε σύγκριση με μια ανεξάρτητη επιχείρηση. Πολλές φορές συμβαίνει το ακριβώς αντίθετο.

Ο σκληρός ανταγωνισμός, τα υψηλά κόστη επένδυσης, που ξεκινούν κατ' ελάχιστον από τα 100.000 ευρώ, αλλά και οι «μαύρες τρύπες» στο θεσμικό πλαίσιο, αφήνουν τους κάθε λογής «αλεξιπτωτιστές» να αναδεικνύονται σε ήρωες, πριν εξαφανιστούν, θα πρέπει να συνεκτιμώνται ως παράγοντες επιχειρηματικού κινδύνου. Τουλάχιστον τα αρνητικά παραδείγματα είναι πολύ λίγα σε σχέση με τον αριθμό των επιχειρήσεων που εφαρμόζουν το franchising με επιτυχία. Δεν παύουν όμως να εκπέμπουν σήματα κινδύνου και να αναδεικνύουν τα μεγάλα κενά στην οργάνωση του θεσμού.

Κενά εντοπίζονται κυρίως στο νομικό πλαίσιο που, παρά την ανάπτυξη του θεσμού, παραμένει κατακερματισμένο και ελλιπές, αφήνοντας ανοιχτές τις πληγές, ακόμη αν αυτές έχουν από χρόνια εντοπιστεί.

Κενά και ελλείψεις, όμως, υπάρχουν και στο κομμάτι της χρηματοδότησης, με το θεσμό να αγνοείται από τα πλαίσια στήριξης και σε πολλές περιπτώσεις

από το ίδιο το τραπεζικό σύστημα, στερώντας από πολλούς, κυρίως μικρομεσαίους επιχειρηματίες, τις δυνατότητας μιας ευκολότερης ανάπτυξης.

Η Ελλάδα, με τη 2^η υψηλότερη αναλογία λιανικών καταστημάτων ανά 100.000 κατοίκους στην Ευρωπαϊκή Ένωση, προσφέρει, θεωρητικά τουλάχιστον, εύφορο έδαφος για την περαιτέρω ανάπτυξη του franchising. Παρά το γεγονός, πάντως, ότι η διείσδυση του franchising στο ελληνικό εμπόριο μπορεί με βάση τα νούμερα να θεωρηθεί περιορισμένη, οι παράγοντες του κλάδου εκτιμούν ότι υπάρχουν ακόμη σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης. Αυτό που χρειάζεται όμως, είναι οι νέες επιχειρηματικές ιδέες οι οποίες θα προσελκύσουν και νέους επιχειρηματίες και νέους καταναλωτές. Τα στοιχεία όμως από τις διάφορες έρευνες που πραγματοποιούν τα τελευταία χρόνια παράγοντες του κλάδου, αποτυπώνουν μια πραγματικότητα που δεν δημιουργεί ιδιαίτερη αισιοδοξία ως προς τους απαιτούμενους «νεωτερισμούς» που ζητεί η αγορά.

Όπως μαρτυρούν τα στοιχεία, το ενδιαφέρον των υποψηφίων επενδυτών παραμένει εστιασμένο σε επιχειρηματικούς κλάδους που θεωρούνται πλέον κορεσμένοι, ενώ οι «φρέσκες» ιδέες είναι λιγότερες και προκαλούν μικρό ή περιορισμένο ενδιαφέρον, καθώς δεν έχουν δοκιμαστεί στην αγορά.

Επιτυχημένες επιχειρήσεις Franchising στην Ελλάδα

Βλ. Πίνακα I, Παράρτημα II

3.8 Ανάπτυξη εκτός συνόρων

Ο κλάδος του διεθνούς franchising παρουσιάζει ιδιαίτερη ανάπτυξη την τελευταία δεκαετία. Οι franchisors σε σχεδόν όλο τον κόσμο διαθέτουν ολοένα και μεγαλύτερο τμήμα των πόρων και του δυναμικού τους πέρα από τα εθνικά τους σύνορα, σε αναπτυσσόμενες αγορές του εξωτερικού.

Οι βασικές αιτίες που οδηγούν κορυφαίες εταιρείες να διευρύνουν τους επιχειρηματικούς τους ορίζοντες είναι : ο αυξανόμενος ανταγωνισμός, η μείωση των κερδών και ο κορεσμός που έχει επέλθει στην εγχώρια αγορά, η επιθυμία να ερευνήσουν τις υπάρχουσες ευκαιρίες των ξένων αγορών, η άριστη πληροφόρηση και η γνώση που μπορούν πλέον να συλλέξουν για αυτές, η αυξανόμενη ευημερία σε διεθνές επίπεδο και η ζήτηση καταναλωτικών αγαθών, η ευκολία που υπάρχει σήμερα για την ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας στο εξωτερικό λόγω των βελτιωμένων επικοινωνιών και μεταφορικών μέσων, καθώς και οι ευνοϊκές μακροοικονομικές, δημογραφικές και πολιτικές συνθήκες στις περισσότερες αναπτυσσόμενες περιοχές του πλανήτη.

Τέλος οι franchisors επωφελούνται από την αυξανόμενη γνώση που έχουν αρχίσει να αποκτούν πολλές χώρες σήμερα στον κλάδο του franchising, ο οποίος τους ήταν σχεδόν άγνωστος πριν από κάποια χρόνια.

Αρχικά, η επέκταση του franchising παρατηρήθηκε σε πλούσιες χώρες, όπου ο κλάδος ήταν ήδη εδραιωμένος. Ας πάρουμε για παράδειγμα τις ΗΠΑ, μια χώρα που θεωρείται πρωτοπόρος στην αγορά του franchising. Η αρχική επέκταση των αμερικανικών αλυσίδων έγινε σε πολιτιστικά παρόμοιες, πολιτικά σταθερές και πλούσιες χώρες όπως ο Καναδάς ή οι χώρες της Δυτικής Ευρώπης. Ωστόσο, οι ευκαιρίες που παρουσιάζουν αυτές οι χώρες έχουν αρχίσει να μειώνονται τα τελευταία χρόνια και οι διεθνείς franchisors έχουν ξεκινήσει να αναζητούν ευκαιρίες σε αναδυόμενες αγορές. Έτσι καθώς τα επιχειρηματικά δεδομένα εξελίσσονται, οι τάσεις αλλάζουν.

Σήμερα οι αλυσίδες – κολοσσοί έχουν ήδη αναπτυχθεί στις περισσότερες αγορές στον κόσμο. Έχει έρθει λοιπόν η σειρά των μικρότερων αλυσίδων να επεκταθούν πέρα από τη χώρα τους και αυτό συμβαίνει σε σύντομο χρονικό διάστημα μετά την αρχική τους εγχώρια ανάπτυξη. Με άλλα λόγια, οι μεσαίες εταιρείες δεν περιμένουν να γίνουν «κολοσσοί» στη δική τους χώρα για να αποφασίσουν να ακολουθήσουν τον δρόμο του διεθνούς franchising.

Το επιχειρηματικό ενδιαφέρον που παρατηρείται για παγκόσμια ανάπτυξη είναι σημαντικό, και στο μέλλον οι franchisors θα βασίζονται ολοένα και περισσότερο στη διεθνή τους δραστηριότητα. Η αναγνώριση της σπουδαιότητας του διεθνούς franchising θα αυξήσει το μερίδιο των franchisors που θα τροποποιήσουν την εγχώρια στρατηγική τους προς όφελος της λειτουργίας τους στο εξωτερικό.

Ελλάδα και διεθνές franchising

Η Ελλάδα είναι μια εξελιγμένη αγορά που διαθέτει ένα δυναμικό και αναπτυσσόμενο κλάδο franchising, ο οποίος προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες για την ενσωμάτωση διεθνών αλυσίδων.

Το franchising άνθησε σχετικά αργά στη χώρα μας σε σύγκριση με τις ΗΠΑ ή άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Η μέθοδος αυτή πρωτοεμφανίστηκε στην Ελλάδα τη δεκαετία του 1970, αλλά παρουσίασε τα πρώτα δείγματα ουσιαστικής ανάπτυξης μεταξύ του 1997 και του 2000. Αν και υιοθετήθηκε σχετικά αργά, αυτή η καθυστερημένη εκκίνηση δεν είναι εμφανής στα στοιχεία που έχει να παρουσιάσει ο κλάδος σήμερα. Στην Ελλάδα σήμερα λειτουργούν περισσότερα από 400 συστήματα franchise με 6000 καταστήματα αντίστοιχα. Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη της ICAP, το 65% των δικτύων franchise στην Ελλάδα είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις και απασχολούν έως και 100 άτομα.

Η ιδιαιτερότητα του franchising

Μια από τις ιδιαιτερότητες του franchising είναι ότι πρέπει να εναποθέσεις την τεχνογνωσία και την ταυτότητα σου ως εταιρεία σε ανεξάρτητους επιχειρηματίες. Πρόκειται για μια πρόκληση που επιτρέπει και στα δύο συμβαλλόμενα μέρη (franchisor και franchisee) να μοιραστούν την επιτυχία, υπό την προϋπόθεση ότι υπάρχει διάλογος και αμφίδρομη επικοινωνία μεταξύ τους. Το franchising είναι λοιπόν από μόνο του ένα παράδειγμα της ρήσης

«think global, act local». Μια από τις απαιτήσεις που έχει ο franchisor από τον franchisee είναι ότι μέσα σε δεδομένες προσυμφωνημένες συνθήκες (τοποθεσία καταστήματος, μέγεθος καταστήματος, περιοχή, κλπ.) ο δεύτερος θα καταφέρει να λειτουργήσει με επιτυχία, χωρίς να προδώσει το concept του franchisor. Οι πειραματισμοί των franchisees σε ένα οποιοδήποτε δίκτυο μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την περαιτέρω βελτίωση της τεχνογνωσίας όλου του δικτύου. Για παράδειγμα η Mc Donald's στη Γαλλία επικροτήθηκε ως ένα από τα πιο καινοτόμα παραρτήματα του δικτύου, λόγω των συνεχών προσαρμογών που έκανε προς τις γαλλικές διατροφικές συνήθειες. Το να λειτουργεί μια εταιρεία με γνώμονα τις συνήθειες της κάθε τοπικής κοινωνίας σημαίνει ότι αντιλαμβάνεται τον τρόπο που οι άνθρωποι μέσα σε αυτή σκέφτονται, εργάζονται και ονειρεύονται. Επίσης, σημαίνει ότι συνεργάζεται με την τοπική κοινωνία σε όλα τα επίπεδα.

Το franchising, λοιπόν, αποτελεί την ιδανική μέθοδο για τη δημιουργία σύμπραξης μεταξύ διεθνούς επιχειρηματικής δραστηριότητας και επιχειρηματικής πραγματικότητας σε εθνικό – τοπικό επίπεδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1 Η σύμβαση

Έχουν διατυπωθεί πολλοί ορισμοί της σύμβασης δικαιόχρησης, αλλά ο επικρατέστερος που γίνεται μάλιστα δεκτός και σε κοινοτικό επίπεδο την ορίζει ως:

Σύμβαση συνεργασίας μεταξύ δύο επιχειρήσεων, βάσει της οποίας η μία επιχείρηση, δικαιοπάροχος ή δότης, παραχωρεί στην άλλη, δικαιοδόχο ή λήπτη, έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος το δικαίωμα εκμετάλλευσης του πακέτου franchising, δηλαδή ενός συνόλου δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα ή επωνυμίες, διακριτικά γνωρίσματα καταστημάτων (πινακίδες), πρότυπα χρήσης, σχέδια, υποδείγματα, ευρεσιτεχνία καθώς και την απαραίτητη τεχνογνωσία προς εκμετάλλευση με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή / και υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες.

Οι κύριες υποχρεώσεις των συμβαλλομένων που απορρέουν από τη σύμβαση franchising συνίστανται :

α) εκ μέρους του δότη, στην υποχρέωση οργανωτικής και τεχνολογικής ένταξης του λήπτη στο υπάρχον σύστημα διανομής. Εκδηλώσεις της βασικής αυτής υποχρέωσης του δότη αποτελούν οι επιμέρους υποχρεώσεις του για :

- παραχώρηση στο λήπτη της χρήσης και εκμετάλλευσης του πακέτου franchising που αποτελείται από ένα σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας (δηλαδή σήματα, διακριτικούς τίτλους, εμπορική επωνυμία, σχέδια και υποδείγματα, ευρεσιτεχνία) και τεχνογνωσία (δηλαδή ένα σύνολο μη κατοχυρωμένο με ευρεσιτεχνία πρακτικών πληροφοριών που προκύπτουν από την εμπειρία και από δοκιμές του δότη και είναι εμπιστευτικές, ουσιαστικής σημασίας και προσδιορισμένες).

- Συνεχή παροχή στον λήπτη εμπορικής και τεχνικής υποστήριξης κατά τη διάρκεια ισχύος της σύμβασης.

β) εκ μέρους του λήπτη (που συμμετέχει στο σύστημα διατηρώντας την αυτοτέλεια και ανεξαρτησία του και διενεργεί τις πωλήσεις στο δικό του όνομα, για δικό του λογαριασμό και με δικό του κίνδυνο), στην υποχρέωση καταβολής στον δότη του συμφωνημένου τιμήματος.

Εκδηλώσεις της βασικής αυτής υποχρέωσης του λήπτη αποτελούν οι επιμέρους υποχρεώσεις του για :

- καταβολή ενός εφάπαξ ποσού και επιπλέον περιοδικών καταβολών (υπολογισμένων σε ένα ορισμένο ποσοστό επί των εισπράξεων των πωλήσεων ή σπανιότερα επί των κερδών από τις πωλήσεις) ως αντάλλαγμα για την ένταξη του στο σύστημα και τη διαρκή του υποστήριξη.
- Συμμόρφωση με τις οργανωτικές αρχές, πρότυπα και τις εμπορικές μεθόδους του δότη και γενικότερα του συστήματος και αξιοποίηση κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο της προσωπικής του εργασίας με στόχο την ενεργό υποστήριξη και προώθηση των πωλήσεων στο πλαίσιο συμβατικά προσδιορισμένης γεωγραφικής περιοχής.

Το franchising στην πραγματικότητα αποτελεί μέθοδο marketing, ένα πρακτικό σύστημα εμπορίας και προσέγγισης του τελικού καταναλωτή, μια έξυπνη μορφή «συλλογικού εμπορία» για την αποτελεσματικότερη προώθηση προϊόντων ή υπηρεσιών στην αγορά.

Μια εναλλακτική και πιο περιγραφική ονομασία για τη Σύμβαση Δικαιόχρησης θα μπορούσε να είναι «System Leasing Contract» (σύμβαση χρηματοδοτική μίσθωσης συστήματος), δεδομένου ότι ο δότης συμφωνεί, έναντι καταβολής ενός εφάπαξ ποσού και λοιπών περιοδικών καταβολών, να μισθώσει στον λήπτη, για συγκεκριμένη χρονική περίοδο, τη χρήση του συστήματος του που περιλαμβάνει οργανωτικές μεθόδους, τεχνογνωσία, καλή φήμη, διακριτικούς τίτλους, εμπορική επωνυμία, σχέδια και υποδείγματα.

Οι περισσότερες συμβάσεις για franchise βασίζονται στο σήμα κατατεθέν ή την εμπορική επωνυμία, τις γνώσεις σχετικά με το εμπορικό σύστημα και τα εμπορικά μυστικά του franchisor. Η συμφωνία πρέπει να είναι πολύ λεπτομερής και πρέπει να αντανakλά τις υπηρεσίες που θα παρέχονται από τον franchisor από την υπογραφή του μέχρι την ίδρυση της επιχείρησης του franchisee και τη συνεχή μεταξύ τους σχέση. Η συμφωνία θα περιλαμβάνει επίσης τους ελέγχους που θα επιβάλλονται στον franchisee.

Ιδιαίτερη ευαισθησία θα πρέπει να επιδειχθεί στις ακόλουθες ρήτρες:

1) Οι πληρωμές συμπεριλαμβανομένης της μεθόδου υπολογισμού τους και των αποδεικτικών στοιχείων.

2) Η πώληση της επιχείρησης από τον franchisee. Αυτό θα αποτελεί πάντοτε αναφαίρετο δικαίωμα του αφού ο franchisor πρέπει πάντοτε να ελέγχει αυτόν που συμμετέχει στο δίκτυο ως franchisee. Επίσης δεν υπάρχει κανένας λόγος να συμφωνεί η επιλογή του με τα κριτήρια του franchisor. Στην ουσία ο franchisor δεν έχει δικαίωμα να εμποδίσει τον franchisee να πουλήσει σε εγκεκριμένους αγοραστές, αφού αυξάνει την αξία της συμμετοχής του δικτύου franchise η οποία με τη σειρά της αυξάνει την εμπορευσιμότητα.

3) Τι θα συμβεί σε περίπτωση θανάτου του franchisee, ή εάν πρόκειται για μια μικρή ιδιόκτητη εταιρεία, του θανάτου του ιδιοκτήτη της εταιρίας ; Κανονικά θα πρέπει να υπάρχουν ευνοϊκές διατάξεις που θα επιτρέπουν στην οικογένεια να προσπαθήσει να αναλάβει το franchise ή να κάνει τις κατάλληλες ενέργειες ώστε η αξία της επιχείρησης να μεταβεί στα εξαρτώμενα μέλη του franchisee.

4) Λήξη : οι συνθήκες κάτω από τις οποίες η συμφωνία μπορεί να διακοπεί. Θα πρέπει να δίνεται κάποια ευκαιρία στον franchisee να επανορθώσει για κάποια αθέτηση προς τη συμφωνία πριν να εφαρμοστεί η διακοπή της συνεργασίας.

5) Οι συνέπειες της λήξης πρέπει να καθοριστούν πλήρως και να είναι αρκετά δραστικές για να αποτρέψουν τον franchisee από την αθέμιτη χρήση του

ονόματος, της φήμης, της επωνυμίας, των γνώσεων, του συστήματος και των εμπορικών μυστικών του franchisor μετά από τη λήξη της συμφωνίας. Θα πρέπει να θεσπιστεί κάποιος περιορισμός κατά του ανταγωνισμού μετά από τη λήξη της συμφωνίας.

Οι συμβάσεις franchising έχουν συνήθως χαρακτήρα τυποποιημένο. Οι διατάξεις τους έχουν προδιατυπωθεί από τον δικαιοπάροχο και προστίθεται η ημερομηνία, το όνομα δικαιοδόχου καθώς επίσης και ορισμένες συμπληρωματικές συμφωνίες. Οι συμβάσεις έχουν συνήθως μεγαλύτερη έκταση από ότι οι αντίστοιχες συμβάσεις που αφορούν άδειες εκμετάλλευσης ή που συνάπτονται με εξουσιοδοτημένους εμπόρους. Παρόλο που οι συμβάσεις αποτελούν το νομικό πλαίσιο της συνεργασίας, η δυναμική και η ευελιξία του συστήματος franchising οδηγούν πολλές φορές στη πράξη σε αποκλίσεις από το πλαίσιο αυτό με τη διαμόρφωση και καθιέρωση στην πράξη συμπεριφορών και συνηθειών που αποκλίνουν μερικά από το αρχικό συμβατικό πλαίσιο χωρίς αυτό να σημαίνει ότι οι τελευταίες στερούνται ισχύος.

4.2 Η συνήθης δομή της σύμβασης franchising

Η σύμβαση franchising αποτελείται συνήθως από 4 μέρη : (α) Προοίμιο, (β) Υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου, (γ) υποχρεώσεις του δικαιοδόχου και (δ) Λοιπές διατάξεις.

(α) Στο προοίμιο καθορίζονται ο σκοπός και το πλαίσιο της συνεργασίας, υπογραμμίζεται η ανεξαρτησία των συμβαλλομένων μερών και στη συνέχεια περιγράφεται το περιεχόμενο του «πακέτου» που αποτελεί το franchise, δηλαδή το σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν το εμπορικό σήμα και την επωνυμία, τα διακριτικά γνωρίσματα του καταστήματος (πινακίδες), τα πρότυπα χρήσεως, τα σχέδια, τα δικαιώματα αντιγραφής, τις τεχνογνωσίες ή τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας που παραχωρούνται από τον δικαιοπάροχο στον δικαιοδόχο προς εκμετάλλευση.

(β) Στο κεφάλαιο «υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου» περιγράφεται λεπτομερέστατα η παραχώρηση και ο τρόπος χρήσης του παραχωρούμενου πακέτου franchise και περιλαμβάνονται επίσης διατάξεις που αναφέρονται στην παραχώρηση εδαφικής προστασίας (καθορισμού της “περιοχής της σύμβασης” που συνδέεται με αποκλειστικότητα του εφοδιασμού του δικαιοδόχου στην περιοχή αυτή και την αποφυγή δραστηριοποίησης του δικαιοπαρόχου στην εν λόγω περιοχή), στην διαρκή τεχνική υποστήριξη και παροχή συμβουλών στον δικαιοδόχο, τόσο ως προς την διαμόρφωση του καταστήματός όσο και κατά την άσκηση της δραστηριότητας του.

(γ) Στο κεφάλαιο “υποχρεώσεις του δικαιοδόχου” καθορίζονται κυρίως : Η πληρωμή χρηματικών ποσών στον δικαιοπάροχο είτε ως δικαίωμα εισόδου στο δίκτυο είτε για τη συμμετοχή στα έξοδα διαφήμισης, οργάνωσης προγραμμάτων, εκπαίδευσης κλπ., είτε ως δικαιώματα για την παραχώρηση franchise ανάλογα με τον κύκλο εργασιών που πραγματοποιεί η απαγόρευση ανταγωνισμού, η αποκλειστική προμήθεια, από τον δικαιοπάροχο ή από τρίτον συνδεδεμένο με αυτόν, των προϊόντων, υλικών, μηχανημάτων κλπ., καθώς και μια σειρά άλλων υποχρεώσεων που αναφέρονται στον έλεγχο του δικτύου, στην προστασία της παραχωρούμενης τεχνογνωσίας και των άλλων δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας, στις τιμές πώλησης, στις πωλήσεις σε τελικούς χρήστες ή σε άλλα μέλη του δικτύου. Ρυθμίζονται επίσης θέματα που αναφέρονται στην επιστροφή προϊόντων, στην παρακράτηση κυριότητας, στην εκκαθάριση των πληρωμών κλπ.

(δ) Στο κεφάλαιο «Λοιπές διατάξεις» περιλαμβάνονται συνήθως ρυθμίσεις που αναφέρονται στη διάρκεια της σύμβασης, την παράταση της, την καταγγελία, την εκκαθάριση μετά τη λήξη της σύμβασης, τη συμμετοχή του δικαιοδόχου στο λεγόμενο «Συμβούλιο των δικαιοδόχων», τη διαιτησία, το εφαρμοστέο δίκαιο (όταν οι συμβαλλόμενοι προέρχονται από διαφορετικές χώρες), το αρμόδιο για την εκδίκαση των διαφορών δικαστήριο κλπ. Μπορούν επίσης να περιλαμβάνονται ρυθμίσεις που αναφέρονται στην αποζημίωση του

δικαιοδόχου μετά τη λύση της σύμβασης, την αγορά από τον δικαιούχο μη πωληθέντων προϊόντων ή ακόμα και του καταστήματος, στους λόγους που δικαιολογούν καταγγελία της σύμβασης πριν από τη λήξη της (παύση πληρωμών, πτώχευση, βλάβη της φήμης του δικτύου κλπ).

4.3 Νομικά ζητήματα

Δεν υπάρχουν νόμοι για το franchise. Η σχέση διέπεται από το γενικό εμπορικό δίκαιο σε ότι αφορά τα στοιχεία της συμφωνίας για το franchise. Υπάρχουν δύο συγκεκριμένοι νόμοι που μπορούν να επηρεάσουν τον τρόπο με τον οποίο δομούνται τα συστήματα franchise :

1) Η πράξη θεμιτού εμπορίου του 1973 παρέχει διατάξεις σχετικά με τα πυραμδικά προγράμματα πώλησης που μπορούν να επηρεάσουν ένα σύστημα franchise εάν ο στόχος είναι να διαιρεθεί η χώρα σε περιοχές με franchisees ανά περιοχή που τους επιτρέπεται το υπό-franchise. Αυτή τη δομή που δεν εμφανίζεται συχνά στα εγγενή συστήματα franchise συχνά προσπαθούν να την εισάγουν οι Αμερικανοί franchisors.

2) Η Συνθήκη της Ρώμης περιλαμβάνει στο Άρθρο 15 κανονισμούς που επηρεάζουν τις συμφωνίες κατά του ανταγωνισμού. Το Ευρωπαϊκό Δικαστήριο έχει αποφανθεί ότι οι συμφωνίες για franchise που συχνά περιλαμβάνουν στοιχεία κατά του ανταγωνισμού παραβαίνουν το Άρθρο 15. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει υιοθετήσει κάποιον κανονισμό ο οποίος απαλλάσσει τις συμφωνίες για το franchise οι οποίες ακολουθούν τους όρους του κανονισμού. Στην πράξη αυτό σημαίνει ότι οι περισσότερες συμφωνίες αυτού του είδους θα πρέπει να ακολουθούν τον κανονισμό και οι διακανονισμοί μεταξύ του franchisor και του franchisee δε θα πρέπει σε καμία περίπτωση να επηρεάζονται αντίθετα.

4.4 Αναγκαία η νομοθετική ρύθμιση

Η ανεπάρκεια της υφιστάμενης νομοθεσίας για το franchising στην Ελλάδα είναι αυταπόδεικτη από το γεγονός ότι σήμερα τα προβλήματα που αναφέρονται σε μια συμβατική σχέση franchising, εμπίπτουν σε πολλές διατάξεις και νομοθετήματα, όπως στον Κοινοτικό Κανονισμό 2790/99, τον νόμο για τον αθέμιτο ανταγωνισμό, το νόμο για την προστασία των καταναλωτών και μια σειρά άλλων που και μόνο ο αριθμός τους κάνει φανερή την δυσκολία των συμβαλλομένων να γνωρίζουν πού θα πρέπει να επικεντρώσουν την προσοχή τους ώστε να μην προκύψουν δυσεπίλυτα προβλήματα.

Ο υιοθετηθείς Κώδικας Δεοντολογίας του Σύνδεσμού Franchise της Ελλάδας σαφώς είναι ένα σημαντικό βήμα, αλλά ο κώδικας δεν είναι νόμος για να υπάρχουν κρατικές κυρώσεις και εν πάση περιπτώσει δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να καταστεί υποχρεωτικός σε μη μέλη του και μόνο πειθαρχικές κυρώσεις μπορεί να επιβάλλει στα εγγεγραμμένα μέλη του.

Ήδη, εδώ και αρκετά χρόνια ο θεσμός του franchising έχει γίνει αντικείμενο νομοθετικής ρύθμισης σε αρκετές χώρες, με κυριότερα παραδείγματα αυτά των ΗΠΑ και του Καναδά, άλλων χωρών, όπως η Ισπανία, η Ιταλία, η Ρωσία, η Γαλλία, το Βέλγιο κλπ.

Ένα ιδιαίτερο νομοθέτημα θα οδηγούσε σε ομαλότερη λειτουργία την αγορά και θα ήταν περισσότερο εξασφαλισμένα και τα δύο συμβαλλόμενα μέρη, δικαιοπάροχος- δικαιοδόχος, καθώς και οι καταναλωτές. Η εμπειρία λειτουργίας των δικτύων franchise στην Ελλάδα έχει αναδείξει τις κυριότερες αιτίες – ελλείψεις από τις οποίες πηγάζουν τα προβλήματα στα δίκτυα και δημιουργούνται οι διενέξεις. Συγκεκριμένα :

1. Είναι συχνό φαινόμενο να συγχέεται η σύμβαση franchise με άλλες κάθετες συμφωνίες (π.χ. αντιπροσωπείας, διανομής προμήθειας κλπ.). Η ύπαρξη κοινών σημείων μεταξύ των ανωτέρω συμβάσεων δυσχεραίνει το διαχωρισμό τους, έτσι ώστε αρκετά συχνά να ονοματίζεται η σχέση των μερών ως σχέση πηγάζουσα από σύμβαση

franchise, ενώ στην πραγματικότητα πρόκειται για άλλο είδος κάθετης συμφωνίας. Η σύγχυση μάλιστα αυτή συχνά προκαλείται εκουσίως κατά καταστρατήγηση του θεσμού, από φερόμενους ως δικαιοπαρόχους, οι οποίοι επιδιώκουν να εκμεταλλευτούν το δικαίωμα εισόδου που δίδεται με την υπογραφή σύμβασης δικαιόχρησης για μια συμβατική σχέση, η οποία δεν συνιστά δικαιόχρηση.

2. Περαιτέρω, η εναπόθεση της ρύθμισης της σχέσης στην ελευθερία και πρωτοβουλία των μερών χωρίς σ' αυτή να τίθενται εύλογοι περιορισμοί οδηγεί σε συμφωνίες συχνά υπέρμετρες και καταχρηστικές, όπως για παράδειγμα αναφορικά με τη διάρκεια της σύμβασης franchise. Έχουν παρατηρηθεί περιπτώσεις συμβάσεων franchise πολύ μικρής διάρκειας, όπου ο δικαιοδόχος πριν προλάβει να κάνει απόσβεση της επένδυσης του καλείται να υπογράψει νέα σύμβαση με νέους όρους.
3. Με την πρόσφατη ψήφιση του νόμου 3419/2005 περί καθιέρωσης Γενικού Εμπορικού Μητρώου, που ορίζει την υποχρεωτική εγγραφή εμπόρων και εταιριών σε ειδικό μητρώο του υπουργείου Ανάπτυξης, ουσιαστικά ανοίγει ο δρόμος για την δημιουργία Εθνικού Μητρώου και για την καταχώρηση των Συστημάτων Franchise, όπως συμβαίνει ήδη και στο εξωτερικό. Η υποχρέωση αυτή θα οδηγήσει στη δημιουργία και λειτουργία δικτύων franchise και την αποτροπή φαινομένων υπολειτουργίας δικτύων που δεν πληρούν τις βασικές προϋποθέσεις.
4. Η εμπειρία των τελευταίων ετών έχει αναδείξει την ανάγκη προστασίας των μερών, και κυρίως του ασθενέστερου, εν προκειμένω του δικαιοδόχου, κατά την χρονική περίοδο πριν από την υπογραφή της σύμβασης. Έτσι παρατηρούνται φαινόμενα καταβολής χρηματικού ποσού ως προκαταβολή δικαιώματος εισόδου από δικαιοδόχους πριν από την υπογραφή, χωρίς οι τελευταίοι να έχουν ενημερωθεί για το

σύστημα, τη δοκιμασία του, τη λειτουργία του και την πραγματική απόδοση του. Από την άλλη, είναι πιθανό να υπάρξουν περιπτώσεις όπου ο δικαιοδόχος έρχεται αντιμέτωπος μετά την υπογραφή της σύμβασης με ένα σύστημα, το οποίο δεν ανταποκρίνεται στις προσδοκίες του, έτσι ώστε να επιθυμεί την αποχώρηση του από αυτό, γεγονός ιδιαίτερος ζημιογόνο για τον δικαιοπάροχο.

5. Το θέμα επίσης της απαγόρευσης του μετασυμβατικού ανταγωνισμού από το δικαιοπάροχο συνιστά μια από τις βασικότερες αιτίες απόρροιας προβλημάτων, τα οποία κατά κύριο λόγο καλούνται να κρίνουν τα ελληνικά δικαστήρια σήμερα. Βέβαια η πρόβλεψη στον Κοινοτικό Κανονισμό 2790/1999 (περιορισμό της απαγόρευσης σε ένα χρόνο μετά τη λήξη/ λύση της σύμβασης και μόνο από το συγκεκριμένο ακίνητο δραστηριότητας του δικαιοδόχου) χρησιμοποιείται ως κατευθυντήρια αρχή από τα ελληνικά δικαστήρια, χωρίς όμως τα τελευταία να δεσμεύονται στην κρίση τους από αυτόν.
6. Τέλος, σε συστήματα δικαιόχρησης προϊόντων κρίνεται αναγκαία η πρόβλεψη της τύχης των αδιάθετων εμπορευμάτων που έχει στη διάθεση του ο εκάστοτε δικαιοδόχος σε περίπτωση λύσης της σύμβασης. Προκειμένου να μη δημιουργούνται καταστάσεις επιβλαβείς για τον δικαιοδόχο, κρίνεται σκόπιμη η διαμόρφωση ενός συγκεκριμένου πλαισίου, με συγκεκριμένες προϋποθέσεις, με την συνδρομή των οποίων ο δικαιοπάροχος θα υποχρεούται να αναλάβει τα αδιάθετα εμπορεύματα του δικαιοδόχου αποδίδοντας του ένα συμφωνημένο τίμημα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Εγκύκλιος για το πώς φορολογείται το Franchising στην Ελλάδα

Η φορολογική υποχρέωση στην παραχώρηση του δικαιώματος χρήσης σήματος έναντι ανταλλάγματος (franchising), που υπολογίζεται ως ποσοστό επί των πωλήσεων, συντρέχει στο τέλος κάθε χρονικής περιόδου, όπως ορίζεται με τη σύμβαση, όταν καταβάλλεται η αμοιβή. Σε σχετική εγκύκλιο που έστειλε στις Δ.Ο.Υ. και τα Ελεγκτικά Κέντρα ο Υφυπουργός Οικονομικών κ. Απ. Φωτιάδης (ΠΟΛ. 1162/22.6.2001) διευκρινίζονται τα εξής:

5.1 Φορολογία Εισοδήματος

1. Με τις διατάξεις της περίπτ. β' και των τελευταίων εδαφίων της παρ. 1 του άρθρου 13 του Ν. 2238/1994 ορίζεται ότι φορολογείται αυτοτελώς με συντελεστή 30%, λογιζόμενο ως εισόδημα, κάθε κέρδος ή ωφέλεια που προέρχεται από την εκχώρηση ή μεταβίβαση αυτοτελώς κάθε δικαιώματος, το οποίο είναι συναφές με την άσκηση της επιχείρησης ή του επαγγέλματος, όπως του δικαιώματος της μίσθωσης ή υπομίσθωσης ή του προνομίου ή του διπλώματος ευρεσιτεχνίας και άλλων παρόμοιων δικαιωμάτων. Ο δικαιούχος του κέρδους ή της ωφέλειας, που προκύπτει από την εφαρμογή αυτής της παραγράφου, επιβαρύνεται με τον οικείο φόρο και καταβάλλει αυτόν εφάπαξ με την υποβολή δήλωσης στην αρμόδια Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία της περιφέρειας όπου βρίσκεται η έδρα της επιχείρησης, της οποίας μεταβιβάζεται ή εκχωρείται το περιουσιακό στοιχείο, πριν από τη με οποιοδήποτε τρόπο μεταβίβαση ή εκχώρηση του οικείου περιουσιακού στοιχείου. Η σχετική δήλωση

υποβάλλεται σε 3 αντίτυπα, από τα οποία τα δύο επιστρέφονται θεωρημένα στον δικαιούχο του κέρδους ή της ωφέλειας.

2. Περαιτέρω, με τη 1047166/10364/Β0012/ΠΟΛ 1142/24-4-1997 ερμηνευτική εγκύκλιο του Ν. 2459/1997 έχει γίνει δεκτό ότι, σε περίπτωση που παρέχεται η χρήση (υπάρχει μίσθωση) του σήματος έναντι περιοδικών καταβολών και δημιουργείται έσοδο για τον δότη - δικαιούχο, χωρίς αυτός να πραγματοποιεί κάποια δαπάνη για την απόκτησή του, το σχετικό έσοδο υπόκειται σε φορολογία κατά τα οριζόμενα από τις διατάξεις της περίπτ. β' της παρ. 1 του άρθρου 13 του Ν. 2238/1994, αφού θεωρείται ότι αλλάζει απλά ο τρόπος καταβολής του τμήματος και το έσοδο αυτό καταχωρείται στο λογαριασμό 75.09 «Ενοίκια ασώματων ακινητοποιήσεων».
3. Από τα παραπάνω συνάγεται ότι όταν επιχείρηση παραχωρεί το δικαίωμα χρήσης του σήματός της σε άλλη επιχείρηση έναντι ανταλλάγματος, το οποίο υπολογίζεται ως ποσοστό επί των πωλήσεων που πραγματοποιεί η άλλη επιχείρηση, τότε το έσοδο αυτό (μίσθωμα) που αποκτά η πρώτη επιχείρηση υπάγεται σε αυτοτελή φορολογία με συντελεστή 30%, σύμφωνα με τα οριζόμενα από τις προαναφερόμενες διατάξεις της περίπτ. β' της παρ. 1 του άρθρου 13 του Ν. 2238/1994, εξαντλούμενης με αυτό το φόρο της φορολογικής υποχρέωσής της για το συγκεκριμένο έσοδο. Βέβαια, η επιχείρηση που αποκτά αυτό το έσοδο είναι Α.Ε. ή ΕΠΕ ή συνεταιρισμός, τότε, εκτός από την εφαρμογή των διατάξεων της περίπτ. β' της παρ. 1 του άρθρου 13 του Ν. 2238/1994, δηλαδή αν τα υπόψη νομικά πρόσωπα διανείμουν κέρδη, τότε το τμήμα του ως άνω εσόδου, που περιλαμβάνεται στα διανεμόμενα κέρδη, θα υπαχθεί σε φορολογία με βάση τις γενικές διατάξεις.
4. Επίσης, και όσον αφορά το χρόνο καταβολής του αυτοτελούς φόρου για το πιο πάνω έσοδο, σημειώνονται τα εξής: Όταν οι συμβαλλόμενες επιχειρήσεις έχουν συμφωνήσει όπως το υπόψη έσοδο καταβάλλεται μετά

τη λήξη της οικείας (κάθε φορά) διαχειριστικής περιόδου της οφείλουσας τούτο επιχείρησης ή σε συντομότερα χρονικά διαστήματα (κάθε τρίμηνο, εξάμηνο κ.λ.π.), τότε η υποβολή της σχετικής δήλωσης και η καταβολή του φόρου πρέπει να γίνεται αμέσως μετά τη λήξη του συμφωνημένου για την καταβολή του υπόψη εσόδου χρονικού διαστήματος. Όμως, επειδή για να εξευρεθεί η βάση υπολογισμού αυτού του εσόδου και κατ' επέκταση το ύψος αυτού (δηλαδή το ύψος των πωλήσεων που πραγματοποίησε εντός του συμφωνημένου χρονικού διαστήματος η επιχείρηση που οφείλει το έσοδο τούτο), απαιτείται κατά κανόνα κάποιο χρονικό διάστημα, γίνεται δεκτό, όπως η υποβολή της σχετικής δήλωσης και η καταβολή του φόρου γίνεται μετά τη λήξη του συμφωνημένου χρονικού διαστήματος και το αργότερο εντός μηνός από τη λήξη του.

5.2 Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων

1. Σύμφωνα με τις διατάξεις της παρ. 14 του άρθρου 12 του Π.Δ. 186/92 (ΚΒΣ), στην περίπτωση παροχής υπηρεσίας, το τιμολόγιο εκδίδεται με την ολοκλήρωση της παροχής. Όταν η παροχή υπηρεσίας διαρκεί, εκδίδεται τιμολόγιο κατά το χρόνο που καθίσταται απαιτητό μέρος της αμοιβής, για το μέρος αυτό και την υπηρεσία που παρασχέθηκε. Πάντως, το τιμολόγιο δεν μπορεί να εκδοθεί πέραν της διαχειριστικής περιόδου που παρασχέθηκε η υπηρεσία.
2. Με βάση τις προαναφερόμενες διατάξεις, στις περιπτώσεις παραχώρησης του δικαιώματος χρήσης σήματος έναντι συγκεκριμένης αμοιβής, η οποία συμφωνείται να καταβάλλεται μετά τη λήξη ορισμένης χρονικής περιόδου, το τιμολόγιο πρέπει να εκδίδεται κατά το χρόνο και το τμήμα της αμοιβής που καθίσταται απαιτητό από το δικαιούχο, ανεξάρτητα από την καταβολή ή μη αυτού. Δηλαδή, στο τέλος κάθε χρονικής περιόδου, όπως αυτή ορίζεται με τη σχετική σύμβαση.

5.3 Φόρος Προστιθέμενης Αξίας

Η παραχώρηση του δικαιώματος χρήσης των εμπορικών σημάτων αποτελεί παροχή υπηρεσίας η οποία υπόκειται σε συντελεστή ΦΠΑ 19%, δεδομένου ότι η υπηρεσία αυτή δεν εμπεριέχεται στον πίνακα αγαθών και υπηρεσιών, για τα οποία τα κράτη-μέλη, σύμφωνα με την 6η Οδηγία ΕΟΚ (77/388/ΕΟΚ, όπως ισχύει), δύνανται να εφαρμόσουν μειωμένο συντελεστή ΦΠΑ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6.1 Σύστημα Λειτουργίας - Υποστήριξης

Κάθε franchisor θα πρέπει να έχει θέσει σε λειτουργία αποτελεσματικά συστήματα που θα στηρίζουν τις λειτουργίες των franchisees. Τα βασικά σημεία των παραπάνω συστημάτων περιλαμβάνουν προγράμματα υποστήριξης, εγχειρίδια λειτουργίας, πρόγραμμα εκπαίδευσης, συστήματα ελέγχου κ.λπ.

1. Πρόγραμμα υποστήριξης.

Περιλαμβάνει ένα πακέτο υπηρεσιών, στο οποίο ο franchisor θα πρέπει να σταθμίσει τους περιορισμούς αλλά και τις δυνατότητές του, το κόστος που αυτές οι υπηρεσίες συνεπάγονται, καθώς και τη μορφή που θα πρέπει να έχουν συμβουλευτική, καθοδηγητική ή προαιρετική.

Στο αρχικό στάδιο, ο franchisor θα πρέπει να προσφέρει υπηρεσίες, όπως έρευνες αγοράς, σχεδιασμός καταστήματος, επιλογή σημείου, πακέτα leasing, δημιουργία εγχειριδίων λειτουργίας και εκπαίδευσης κ.λπ. Συνεχόμενες υπηρεσίες μπορεί να αφορούν διαρκή προγράμματα εκπαίδευσης, τήρηση λογιστικών βιβλίων, συντήρηση εξοπλισμού, προγράμματα ανακαινίσεων κ.λπ.

2. Εγχειρίδια λειτουργίας που περιγράφουν τις βασικές λειτουργίες της επιχείρησης όπως :

- Εμπορική πολιτική
- Διαδικασίες και έντυπα πρόσληψης προσωπικού και ανάπτυξης ανθρώπινων πόρων.
- Περιγραφή θέσεων εργασίας
- Λειτουργία και συντήρηση εξοπλισμού
- Διαφήμιση και προώθηση
- Εξυπηρέτηση πελάτη

- Προϋπολογισμοί, έλεγχοι κόστους
- Διαδικασίες λειτουργίας καταστήματος
- Χρήση λογισμικού
- Παρακολούθηση ανταγωνισμού, κ.λπ.

3. Πρόγραμμα εκπαίδευσης

Το πρόγραμμα εκπαίδευσης του franchisee μεταφέρει ικανότητες, γνώση και τεχνογνωσία διοίκησης, αλλά επίσης μπορεί να βοηθήσει τον franchisee να κερδίσει εμπιστοσύνη στον εαυτό του και στην επιτυχία του συστήματος που θα εφαρμόσει. Παράλληλα, δημιουργεί τις προϋποθέσεις για μια μακροχρόνια συνεργασία για αμοιβαίο όφελος.

4. Σύστημα Επικοινωνίας

Η αποτελεσματική επικοινωνία μέσα από κατάλληλα σχεδιασμένα συστήματα διάχυσης της γνώσης και επανασύνθεσης των πληροφοριών και των εμπειριών είναι πολύ σημαντική για την επιτυχία ενός συστήματος franchise.

Ενδεικτικές μορφές επικοινωνίας σε ένα σύστημα franchise είναι:

- Η τηλεφωνική επαφή είναι ο πιο αποτελεσματικός τρόπος επικοινωνίας, αφού, λόγω της ικανότητας συχνής επανάληψής της, δημιουργείται οικειότητα και κλίμα συνεργασίας.
- Η ηλεκτρονική επικοινωνία είναι μια άλλη κοινή μέθοδος ανταλλαγής στοιχείων και πληροφοριών
- Προσωπικές επισκέψεις που γίνονται συνήθως από τους περιφερειακούς διευθυντές ή εκπαιδευτές
- Ομαδικές συναντήσεις όπου πραγματοποιούνται ανταλλαγή εμπειριών, τεχνικών και συμβουλών

5. Έλεγχος δικτύου

Μία από τις βασικότερες λειτουργίες που θα πρέπει να επιτελεί ένας franchisor είναι η εξασφάλιση του ελέγχου σε μια σειρά θέματα και διαδικασίες, όπως περιγράφονται παρακάτω:

- 1) Έλεγχος προϊόντων και υπηρεσιών, που οι franchisees επιτρέπεται να πωλούν μέσα από τα καταστήματά τους προκειμένου να υπάρχει ομοιομορφία σε όλα. Από την άλλη πλευρά, είναι σύνηθες το φαινόμενο, να επιτρέπεται κάποια διαφοροποίηση -ελεγχόμενη πάντα- προκειμένου να υπάρξει προσαρμογή με τις τοπικές ανάγκες και απαιτήσεις.
- 2) Έλεγχος του εξοπλισμού, των προϊόντων και υπηρεσιών που προμηθεύεται ο franchisee, για να επιτυγχάνεται ομοιομορφία στην ποιότητα σε ανταγωνιστικές τιμές.
- 3) Έλεγχος του καταστήματος του franchisee. Συχνά, ο franchisor ελέγχει το σημείο πώλησης, επικοινωνιάζοντάς το στον franchisee. Όμως, η παραπάνω πρακτική προκαλεί, σε ορισμένες περιπτώσεις, σημαντικά χρηματοοικονομικά προβλήματα στον franchisor καθώς και διοικητικά και οργανωτικά κόστη.
- 4) Έλεγχος της γεωγραφικής περιοχής που θα δραστηριοποιηθεί ο franchisee. Ένα συνηθισμένο πρόβλημα στην ανάπτυξη ενός συστήματος franchise, είναι η παροχή μεγάλης περιοχής στον franchisee, με συνέπεια την στασιμότητα της ανάπτυξης του δικτύου και την υποχώρησή του έναντι του ανταγωνισμού.
- 5) Έλεγχος της αποκλειστικότητας της σχέσης. Οι franchisors πάντα απαιτούν αποκλειστικότητα στην σχέση με τον franchisee, προκειμένου να αποκλείσουν την πιθανότητα να υπάρξει συνεργασία του με ανταγωνιστική επιχείρηση. Ο λόγος είναι ότι με αυτόν τον τρόπο εξασφαλίζεται η μη διάχυση της τεχνογνωσίας και των εμπιστευτικών πληροφοριών και γνώσεων,

ενώ παράλληλα, ο franchisee συγκεντρώνεται στην επιτυχία και ανάπτυξη του συστήματος που μόλις έχει υιοθετήσει.

6.2 Χρηματοοικονομική Διοίκηση

Ο franchisor θα πρέπει να καθορίσει το επίπεδο των δικαιωμάτων εισόδου (entry fees) καθώς και των δικαιωμάτων διαφήμισης (advertising fees) και συνεχούς υποστήριξης (royalties). Αυτό θα οδηγήσει σε μια ανάλυση και κατανόηση των εξόδων που θα αντιμετωπίσει ο franchisee, ενώ, παράλληλα, θα πρέπει να γίνεται αναλυτική αναφορά σε όλα τα υπόλοιπα έξοδα και δαπάνες, καθώς και στα προβλεπόμενα έσοδα, προκειμένου να υπάρχει μια στάθμιση του ρίσκου αλλά και της απόδοσης. Πιο αναλυτικά:

1. Συνεισφορά franchisee

α. Δικαιώματα εισόδου, υποστήριξης, χρήσης brand name και συστήματος, καθώς και διαφήμισης

Τα δικαιώματα εισόδου καθορίζονται από τους παρακάτω παράγοντες:

- Τη φύση των υπηρεσιών που προσφέρονται από τον franchisor
- Την έκταση των παραπάνω υπηρεσιών
- Το κόστος που συνεπάγονται
- Την ανάγκη να καλυφθούν τα έξοδα της κεντρικής διοίκησης
- Την ικανότητα του franchisee να πληρώσει
- Τα αντίστοιχα ποσά που χρεώνει ο ανταγωνισμός
- Την ελκυστικότητα του concept
- Τη φάση ανάπτυξης του δικτύου

β. Τα royalties είναι η βασική και διαρκής πηγή εσόδων για τον franchisor και θα πρέπει να είναι τόσο υψηλά ώστε να καλύπτουν τα έξοδα που αντιμετωπίζει ο franchisor για να παρέχει ένα ικανοποιητικό επίπεδο

υπηρεσιών, και, παράλληλα, θα πρέπει να εξασφαλίζει ένα ικανοποιητικό κέρδος.

γ. Τα δικαιώματα διαφήμισης υπάρχουν λόγω των ωφελειών που έχει ο franchisee από την αναγνώριση του σήματος -brand name- που χρησιμοποιεί και τη διαφημιστική καμπάνια που διενεργείται σε εθνικό επίπεδο. Τα έσοδα που εισπράττει ο franchisor από τα δικαιώματα θα πρέπει να χρησιμοποιούνται αποκλειστικά για τη χρηματοδότηση των ενεργειών προβολής και διαφήμισης.

Δεν είναι σπάνιο, στο ξεκίνημα της ανάπτυξης ενός συστήματος franchise, οι πρώτοι franchisees να απαλλάσσονται από την καταβολή δικαιωμάτων διαφήμισης, ως τη στιγμή που θα υπάρξει ένας επαρκής αριθμός που θα συγκεντρώσει ένα ικανοποιητικό ποσό, προκειμένου να ολοκληρωθεί η εθνική διαφημιστική καμπάνια.

Σε αυτήν την περίπτωση, είναι σημαντικό να υπάρχει ίση μεταχείριση σε όλα τα μέλη του συστήματος και να καθιερωθεί η καταβολή δικαιωμάτων διαφήμισης και στα πρώτα μέλη.

2. Προγράμματα χρηματοδότησης

Συνήθως, οι χρηματοοικονομικοί πόροι του franchisee προέρχονται από τις παρακάτω πηγές:

- Προσωπικοί πόροι του franchisee: Προέρχονται από αποταμιεύσεις, τραπεζικά δάνεια ή έσοδα από υπάρχουσες δραστηριότητες.

- Άλλες πηγές - δανειστές και επενδυτές: Πόροι μπορούν να αντληθούν επίσης από συγγενείς και φίλους ή επίσης και από δανειστές ή επενδυτές, που αναζητούν μια υψηλότερη από την τραπεζική απόδοση των χρημάτων τους.

- Χρηματοοικονομική υποστήριξη: Πολλοί franchisors βοηθούν τους franchisees σχετικά με την εξασφάλιση ευνοϊκών όρων χρηματοδότησης.

Σε μερικές περιπτώσεις, ο franchisor εγγυάται δάνεια ή επινοικιάζει ακίνητα ή εξοπλισμό.

3. Χρηματοοικονομικές προβλέψεις για τον franchisor και τον franchisee (μόνο για εσωτερική χρήση)

Είναι απαραίτητο για έναν franchisee να γνωρίζει επακριβώς το μέγεθος της επένδυσης και όλων των εξόδων που θα αντιμετωπίσει, σε συνδυασμό με το επίπεδο των πωλήσεων και την απόδοση που θα πρέπει να περιμένει από την επένδυσή του.

Όμως και για τον franchisor είναι απαραίτητο να υπάρχει ένα πλήρες επιχειρησιακό σχέδιο ανάπτυξης, που θα περιγράφει με αναλυτικό τρόπο τις ανάγκες χρηματοδότησης που προκύπτουν από μια ολοκληρωμένη ανάπτυξη. Παράλληλα, το παραπάνω επιχειρησιακό σχέδιο θα είναι ένα χρήσιμο εργαλείο για κάθε προσπάθεια αναζήτησης επενδυτή ή venture capital.

6.3 Marketing

Το marketing είναι βασικό κλειδί για την επιτυχία και ανάπτυξη του συστήματος. Ο franchisor θα πρέπει να εξετάσει τα παρακάτω θέματα:

1. Εταιρική εικόνα

Μια ελκυστική εταιρική εικόνα είναι σημαντικός παράγοντας επιτυχίας στην ανάπτυξη ενός συστήματος franchise.

Κάθε εταιρεία κτίζει τη δημόσια εικόνα της από το λογότυπο, τον εξωτερικό και εσωτερικό σχεδιασμό του καταστήματος, τους χρωματισμούς και τις αποχρώσεις που κυριαρχούν, την επίπλωση.

2. Καθορισμός της στρατηγικής ανάπτυξης

Μια σημαντική απόφαση που θα πρέπει ο franchisor να λάβει από τα πρώτα στάδια ανάπτυξης είναι ο προσδιορισμός των αξόνων - περιοχών ανάπτυξης.

Ένας αποδοτικός προσδιορισμός θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τους παρακάτω παράγοντες.

- Την ικανότητα του franchisor να παρέχει ικανοποιητικές υπηρεσίες στους franchisees στις επιλεγείσες περιοχές
- Το όνομα ή την αναγνωρισιμότητα του franchisor στην τοπική αγορά
- Τη δυναμική και το μέγεθός της
- Την ένταση του ανταγωνισμού
- Δημογραφικά και στατιστικά στοιχεία πληθυσμού, εισοδήματος, λιανικών πωλήσεων κ.τ.λ.
- Και το σημαντικότερο, σε ποιες περιοχές θα δημιουργηθούν εταιρικά σημεία πώλησης και ποια πολιτική θα ακολουθήσει στις λεγόμενες κλειστές αγορές.

Η παροχή διαφημιστικών προγραμμάτων είναι μια από τις σπουδαιότερες υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει ο franchisor. Πολύ πιθανό και ο franchisee να μπορεί να οργανώσει προωθητικές ενέργειες σε τοπικό επίπεδο· κάτι τέτοιο πάντως στερείται της έντασης αλλά και της ποιότητας της καμπάνιας, που μόνο μια επάρκεια συσσωρευμένων κεφαλαίων από όλους τους franchisees μπορεί να εξασφαλίσει. Από την άλλη πλευρά, ο franchisor οφείλει να παρακολουθεί τις διαφημιστικές ενέργειες του franchisee σε τοπικό επίπεδο, προκειμένου να είναι συμβατές με τη φιλοσοφία και τις προδιαγραφές του συστήματος.

3. Εξεύρεση των franchisees

Στην πρώτη φάση ανάπτυξης, ο franchisor θα πρέπει να καθορίσει το προφίλ των franchisees που αναζητεί και ειδικότερα όσον αφορά στις ικανότητες, την εμπειρία αλλά και την οικονομική τους δυνατότητα.

Μετά τον καθορισμό του προφίλ, είναι σημαντικό να προσδιορισθεί ο προϋπολογισμός των αναγκαίων δαπανών που απαιτούνται για τη δημοσιοποίηση του ενδιαφέροντος για ανάπτυξη με franchising.

Ο προϋπολογισμός θα καθορίσει τα διαφημιστικά μέσα (ειδικά περιοδικά ή εφημερίδες, εκθέσεις, Internet κ.τ.λ.)

Προκειμένου να προσελκυσθούν οι πιο κατάλληλοι franchisees, ο franchisor θα πρέπει να καθορίσει τα βασικά χαρακτηριστικά και ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του συστήματός του και έπειτα να τα προβάλλει μέσα από σωστά και έξυπνα διατυπωμένες διαφημίσεις.

Ο πωλητής που θα αναλάβει να προωθήσει το σύστημα σε ενδιαφερόμενους franchisees πρέπει να είναι πολύ καλά εξοικειωμένος με την εταιρεία αλλά και με τις τεχνικές πώλησης. Επομένως, η παρουσίαση που θα κάνει στον κάθε υποψήφιο franchisee θα πρέπει να είναι καλά δομημένη και να παρουσιάζει όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για το σύστημα, με τρόπο που θα φαίνεται ελκυστικό ως επένδυση.

6.4 Αναζωογόνηση - καθοριστικός παράγοντας διαχρονικότητας

Η έννοια της αναζωογόνησης για ένα σύστημα franchise αφορά τη διαδικασία ολικού επανασχεδιασμού και αναδιοργάνωσης του concept.

Ένα δίκτυο franchise μπορεί να είναι άρτια οργανωμένο, με επαρκή υποδομή, ολοκληρωμένο σύστημα εκπαίδευσης, συνεχή υποστήριξη, ικανοποιημένους franchisees, σημαντικά περιθώρια κερδοφορίας και πετυχημένο γενικότερα επιχειρηματικό αντικείμενο (concept). Η διεθνής εμπειρία όμως έχει δείξει ότι ακόμη και πολύ ισχυρά δίκτυα franchise με τα

παραπάνω χαρακτηριστικά δεν κατάφεραν να σταθούν και αντιμετώπισαν προβλήματα βιωσιμότητας.

Ο βασικός λόγος αποτυχίας τέτοιων δυνατών concepts είναι ο ανταγωνισμός και η αδυναμία σωστής επανατοποθέτησης του concept ανάλογα με τις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Συγκεκριμένα, πολλοί franchisors επαναπαύονται, θεωρώντας ότι έχουν δημιουργήσει ένα δυνατό και ανθεκτικό σύστημα. Έτσι όταν παρουσιάζονται σημαντικές ανακατατάξεις, όπως η είσοδος νέων ανταγωνιστικών concepts ή η αλλαγή των συνηθειών και των προτιμήσεων του καταναλωτικού κοινού, οι franchisors απλά περιμένουν να δουν τα αποτελέσματα που θα προκύψουν από τα νέα δεδομένα, χωρίς να προβούν σε συγκεκριμένες κινήσεις.

Η αρχή της αναζωογόνησης αποτελεί το εργαλείο αντιμετώπισης των παραπάνω προβλημάτων. Οι franchisors πρέπει πάντα να είναι σε άμεση επαφή με τον πελάτη και να βλέπουν τις τάσεις του και τις μεταβαλλόμενες προτιμήσεις του. Επίσης, οι franchisors πρέπει να έχουν ξεκάθαρη άποψη για το προφίλ των υποψηφίων franchisees. Είναι απαραίτητη η διαρκής σύγκριση του concept με εναλλακτικές επενδυτικές προτάσεις, όχι απαραίτητα παρεμφερούς μορφής, αλλά με βάση τις προτιμήσεις, τις ανάγκες και το οικονομικοκοινωνικό προφίλ του υποψήφιου franchisee. Ακόμη πρέπει να εξετασθούν τα χαρακτηριστικά του ανταγωνισμού, τόσο σε επίπεδο τελικού καταναλωτή, όσο και σε επίπεδο υποψηφίων franchisees, ώστε να εντοπιστούν τα πλεονεκτήματα, τα μειονεκτήματα και οι μελλοντικές προοπτικές.

Οι παραπάνω αναλύσεις βοηθούν στη διάγνωση των ενδεχομένων μελλοντικών προβλημάτων του δικτύου. Ο franchisor πλέον καλείται να επανατοποθετήσει το σύστημα franchise που έχει αναπτύξει, σε σχέση με τον ανταγωνισμό. Η επιτυχημένη αναζωογόνηση του δικτύου μπορεί να επιτευχθεί με τη σωστή ανάλυση των συμπερασμάτων που προκύπτουν από τη διερεύνηση των τάσεων των καταναλωτών, των υποψηφίων franchisees και των ανταγωνιστικών concepts.

Η αναζωογόνηση ενός συστήματος franchise μπορεί να περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα αλλαγών από απλές αλλαγές στις προωθητικές ενέργειες, μέχρι ολική «αναγέννηση» του συστήματος. Αλλαγές στη στρατηγική marketing, στην προωθητική πολιτική, στην εσωτερική και εξωτερική εικόνα των καταστημάτων, στο visual merchandising, στην εμφάνιση του προσωπικού, στις συσκευασίες, στο διαφημιστικό και προωθητικό υλικό, στο προϊόντικό μείγμα, ακόμη και στο όνομα, αποτελούν τα στοιχεία αναζωογόνησης για ένα σύστημα franchise που θέλει να επαναπροσδιορίσει την παρουσία του στην αγορά.

Το franchising απαιτεί ισχυρές ηγετικές ικανότητες, όραμα και ευελιξία, ώστε να είναι ανθεκτικό στους κινδύνους και τις μεταβολές του οικονομικού περιβάλλοντος. Η ευελιξία ενός συστήματος franchise, η συνεχής επένδυση και η ουσιαστική αναζωογόνηση ανάλογα με τις προκλήσεις του περιβάλλοντος αποτελούν τους καθοριστικούς παράγοντες για τη διαχρονική επιτυχία.

6.5 Γιατί μερικά δίκτυα franchise βάζουν συνεχώς λιθαράκια προς την επιτυχία και άλλα αντιμετωπίζουν στασιμότητα και συρρίκνωση;

Όταν μια επιτυχημένη εταιρεία ξεκινά την ανάπτυξή της με franchising, αυτομάτως συνεπάγονται πολλές αλλαγές. Η εταιρεία καλείται να μετασχηματίσει τις λειτουργίες της, έτσι ώστε, όχι απλά να παρέχει στους πελάτες της ένα καλό προϊόν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, αλλά ταυτόχρονα να έχει τη δυνατότητα να μεταφέρει την τεχνογνωσία της στους μελλοντικούς franchisees της και να εξασφαλίσει ότι το δίκτυο που θα γεννηθεί θα έχει την καλύτερη δυνατή πορεία. Ουσιαστικά, αλλάζει ο ρόλος και ο στρατηγικός προσανατολισμός της οργανωτικής δομής, αλλάζει ολόκληρη η φιλοσοφία της επιχείρησης. Δεν είναι πλέον ένας «παίκτης» που αγωνίζεται σε μια ανταγωνιστική αγορά, αλλά ένας «προπονητής» που σχεδιάζει, οργανώνει,

εξοπλίζει, κατευθύνει μια ομάδα ανεξάρτητων παικτών που έχουν κοινό στόχο τη «νίκη» της ομάδας και την προσωπική επιτυχία και αναγνώριση.

Παράλληλα, όλη αυτή η επίπονη διαδικασία μετασχηματισμού για τον franchisor έχει νόημα μόνο αν είναι επικερδής. Με άλλα λόγια, τα δυνητικά οφέλη που θα προκύψουν από την ανάπτυξη δικτύου franchise πρέπει να αντισταθμίζουν και να υπερκαλύπτουν το απαιτούμενο κόστος του μετασχηματισμού. Άρα, λοιπόν, υπάρχουν πολλές παράμετροι που πρέπει να λαμβάνει υπόψη η κάθε επιχείρηση που θέλει να αναπτυχθεί με το franchising.

Παρ' όλη την τεχνογνωσία και τη συσσωρευμένη εμπειρία που υπάρχει στον επιχειρηματικό κόσμο, οι φιλόδοξοι υποψήφιοι franchisors συχνά απογοητεύονται όταν διαπιστώνουν ότι δεν υφίσταται ένας συγκεκριμένος τρόπος, μια προκαθορισμένη συνταγή, για να στηθεί ένα δίκτυο franchise. Πιο συγκεκριμένα, δεν υπάρχει ένα επιχειρηματικό μοντέλο franchise, το οποίο να μπορεί να εφαρμοστεί σε όλους τους κλάδους και σε όλες τις επιχειρήσεις, ακόμη κι αν δραστηριοποιούνται στον ίδιο κλάδο.

Το μεγαλύτερο πλεονέκτημα ενός δικτύου franchise είναι το ότι παρέχει στους καταναλωτές τυποποίηση, τόσο σε επίπεδο προϊόντων όσο και σε επίπεδο υπηρεσιών. Όμως το προϊόν ή η υπηρεσία δεν αποτελεί παρά μόνο έναν από τους παράγοντες που αποτελούν το συνολικό concept ενός δικτύου franchise.

Παρ' όλα τα προβλήματα και τις αναγκαίες διαφοροποιήσεις που προκύπτουν, μερικά βασικά στοιχεία είναι ουσιαστικής σημασίας σε κάθε επιχειρηματικό πλάνο franchise και πρέπει να δομηθούν έτσι, ώστε να προσφέρουν αμοιβαίο όφελος τόσο στον franchisor όσο και στον franchisee.

Ένα σύστημα franchise δεν μπορεί να επιβιώσει και να διατηρηθεί στο χρόνο, εάν η εσωτερική σχέση μεταξύ των δύο πλευρών, franchisor και franchisee, δεν είναι ισορροπημένη, ανεξάρτητα από το πόσο ελκυστικό είναι το concept για τον τελικό καταναλωτή. Ένα επιτυχημένο και ελκυστικό concept είναι καταδικασμένο να αποτύχει εάν η εσωτερική σχέση των δύο πλευρών δεν είναι ορθά δομημένη ώστε να ικανοποιεί και τις δύο πλευρές. Η ισορροπία στις

σχέσεις franchisee και franchisor καθορίζεται από τους οικονομικούς όρους συνεργασίας, το εύρος των παρεχόμενων υπηρεσιών υποστήριξης και τους ευρύτερους όρους της σύμβασης franchise, που πρέπει να ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις προσδοκίες και των δύο πλευρών, τόσο σε βραχυχρόνιο, όσο και σε μεσοπρόθεσμο επίπεδο.

Στην ουσία, για να στηθεί ένα πετυχημένο δίκτυο franchise, θα πρέπει να υπάρχει ένα κατάλληλο επιχειρηματικό πλάνο franchise, αποκλειστικά προσαρμοσμένο στις ανάγκες της επιχείρησης που αναπτύσσεται και στους δυνητικούς συνεργάτες - franchisees της. Στην περίπτωση που κάποια επιχείρηση προσπαθήσει να αντιγράψει τον τρόπο οργάνωσης και ανάπτυξης μιας άλλης αλυσίδας, είναι σχεδόν βέβαιο πως θα αντιμετωπίσει πληθώρα προβλημάτων, καθώς ένα ολόκληρο σύστημα που έχει σχεδιαστεί πάνω σε συγκεκριμένες ανάγκες, δεν μπορεί να εφαρμοστεί αυτούσιο σε κάθε μορφή επιχείρησης.

6.6 Μελέτες για το κλάδο του franchise

6.6.1 Κλαδική Μελέτη της ICAP για το Franchise

Το franchising αποτελεί μηχανή ανάπτυξης, ιδιαίτερα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ οι πρόσφατες εξελίξεις δείχνουν ότι ο θεσμός καθιερώθηκε στη χώρα μας και άρχισε να ωριμάζει.

Βλ. Πίνακα 2, Παράρτημα II

Η δεκαετία του 1990 χαρακτηρίζεται ως η δεκαετία του franchising. Η δυναμική αυτή συνεχίσθηκε και κατά την περίοδο 2002-2005, όπως προκύπτει από την τρίτη έκδοση της κλαδικής μελέτης της ICAP η οποία εξετάζει τις πρόσφατες εξελίξεις του θεσμού.

Περίπου το 65% των δικτύων franchise (concepts) είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους, με πωλήσεις μέχρι €15 εκ. Επιπλέον, 64% περίπου των

franchisors είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις με σύνολο απασχολουμένων έως 100 άτομα.

Το 2005 το σύνολο των ενεργών franchisors (δηλαδή επιχειρήσεις που λειτουργούν τουλάχιστον ένα (1) κατάστημα franchising) ανήλθε σε περίπου 400, σε σχέση με 230 στα τέλη του 2001 και 187 το 1998. Επομένως, στο διάστημα 2001-2005 ο θεσμός επεκτάθηκε κατά 74%.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της κλαδικής μελέτης, τη μεγαλύτερη συγκέντρωση σε αριθμό επιχειρήσεων το 2005 παρουσιάζουν οι κατηγορίες «ένδυση & αξεσουάρ ένδυσης» (16%) και «τρόφιμα- απορρυπαντικά-καλλυντικά» (16%). Τη μεγαλύτερη συγκέντρωση σε αριθμό καταστημάτων παρουσιάζει η κατηγορία «τρόφιμα - απορρυπαντικά - καλλυντικά» (24%) και ακολουθεί η κατηγορία «καφέ - σνακ -παγωτό» (17%).

Βλ. Πίνακα 3, Παράρτημα II

Η αναλογία καταστημάτων ανά επιχειρηματικό σύστημα (concept) το 2005 πλησιάζει τα αντίστοιχα που έχουν καταγραφεί στις πλέον ανεπτυγμένες αγορές διεθνώς (ΗΠΑ, Γαλλία, Βρετανία). Περίπου ένας στους δέκα franchisees (2005) διαθέτει περισσότερα από ένα καταστήματα και περίπου ένας στους 20 franchisors διαθέτουν δεύτερο εμπορικό σήμα (concept). Η σχέση εταιρικών - franchise καταστημάτων κατά το διάστημα 1998-2004 παραμένει σχεδόν σταθερή, περίπου στο 30 70.

Ενδιαφέρον είναι ότι το ποσοστό των εγχώριας προέλευσης concepts το 2005 (76,8%) είναι περίπου όσο και στις μεγαλύτερες ευρωπαϊκές αγορές franchise. Στη Γαλλία το ποσοστό αυτό ήταν 89% (2004) και στην Ισπανία 80% (2004), ενώ στην Πορτογαλία που είναι συγκρίσιμη σε μέγεθος με την Ελλάδα, το ποσοστό αυτό ήταν μόλις 41% (2003). Τα 'εισαγόμενα' concepts λειτουργούν στο μεγαλύτερο ποσοστό τους με τη μορφή Master Franchise τα οποία παραχωρούν διεθνείς franchisors σε τοπικούς επιχειρηματίες. Οι

δημοφιλέστερες χώρες προέλευσης των εισαγόμενων concepts είναι η Ιταλία, η Γαλλία και η Αγγλία.

Σημαντικό ποσοστό των franchisors (26%) το 2005 διαθέτουν παρουσία στο εξωτερικό και εξίσου σημαντικό (46%) είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων οι οποίες σχεδιάζουν να αναπτύξουν διεθνή παρουσία στο προβλεπόμενο μέλλον. Δημοφιλέστερη χώρα 'εξαγωγής' των εγχώριων concepts είναι η Κύπρος και ακολουθούν οι γείτονες χώρες της Βαλκανικής.

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων οι οποίες έχουν υιοθετήσει το franchising ως μέθοδο ανάπτυξης ξεκίνησαν τη δραστηριότητά τους μετά το 1990, ενώ το ίδιο ισχύει και για την έναρξη του franchising. Ειδικότερα, η έναρξη δραστηριότητας των επιχειρήσεων, η δημιουργία του πρώτου πιλοτικού καταστήματος και η έναρξη του franchising χαρακτηρίζονται από διαφορά φάσης περίπου δύο ετών. Η ανάπτυξη του θεσμού συνεχίστηκε κατά την περίοδο 2002-2004, ενώ ταυτόχρονα υπήρξε διείσδυση και διαφοροποίηση της αγοράς σε νέους τομείς όπως: αισθητική- fitness- κομμωτήρια, τρόφιμα- απορρυπαντικά- καλλυντικά (κυρίως σουπερμάρκετ), υπηρεσίες (κτηματομεσιτικά γραφεία, ασφαλειομεσιτικές υπηρεσίες), πληροφορική- τηλεφωνία- internet. Τα παραπάνω έχουν επηρεάσει και τη σταθερότητα των δικτύων franchise, σε σύγκριση με την αμέσως προηγούμενη περίοδο (1998-2001).

Το μέσο ύψος επένδυσης των μονάδων franchise συμβαδίζει με τα Ευρωπαϊκά δεδομένα και τη διεύρυνση των δραστηριοτήτων που καλύπτει το franchising τα τελευταία τέσσερα χρόνια. Ακόμη, για το σύνολο των franchisors, το ύψος της αμοιβής εισόδου και των άλλων περιοδικών αμοιβών του franchisor παραμένουν σε λογικά επίπεδα, σε σύγκριση με τη διεθνή πρακτική.

Σε περιόδους οικονομικής ύφεσης, το franchising προσφέρει αρκετά πλεονεκτήματα και αποτελεί μηχανή οικονομικής ανάπτυξης. Σε αντίθεση με περιόδους χαμηλής ανεργίας, όπου το ενεργό εργατικό δυναμικό

προσανατολίζεται στην έμμισθη απασχόληση, σε περιόδους ύφεσης και αβεβαιότητας το franchising προσφέρει τη δυνατότητα μιας επένδυσης η οποία συνδυάζει πλήρη απασχόληση και περιορισμένο ρίσκο, με την υποστήριξη μιας έμπειρης ομάδας (franchisor), το πλεονέκτημα των οικονομιών κλίμακας, την υποστήριξη στο μάρκετινγκ, αλλά και προϊόντα τα οποία δύσκολα θα εξασφάλιζε μια μικρή επιχείρηση κάτω από άλλο σχήμα. Σε επίπεδο καταναλωτή, το franchising σε περιόδους οικονομικής αβεβαιότητας προσφέρει σταθερή ποιότητα και τιμές, καταξιωμένα εμπορικά σήματα και υψηλότερο βαθμό εμπιστοσύνης.

Τα περιθώρια ανάπτυξης του franchising για τα επόμενα χρόνια είναι σημαντικά, αν ληφθεί υπόψη ότι η διείσδυση του θεσμού αντιστοιχεί στο 4% περίπου του συνόλου των επιχειρήσεων στις δραστηριότητες που καλύπτει η μελέτη (λιανικό εμπόριο και λοιπές δραστηριότητες), σε σύγκριση με το 30% των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου στη Βρετανία, η οποία είναι μια από τις δύο μεγαλύτερες αγορές franchise της ΕΕ. Η αύξηση των δικτύων για το 2005 εκτιμάται (13,7%) ενώ για το 2006 είναι μάλλον συντηρητική (2,6%), γεγονός το οποίο αποδίδεται αφενός στην οικονομική αβεβαιότητα η οποία διέπει την επιχειρηματική κοινότητα, αλλά και στο ότι είναι δύσκολο για τις επιχειρήσεις franchise να προσδιορίσουν με ακρίβεια το μέγεθος της ανάπτυξής τους για χρονικό ορίζοντα πέραν του δωδεκαμήνου, αφού το ζήτημα αυτό εξαρτάται από το σύνολο των παραγόντων οι οποίοι επηρεάζουν τη δημιουργία επιτυχημένων συνεργασιών με franchisees.

6.6.2 Αύξηση του ρυθμού ανάπτυξης

Το 2004 αναδείχθηκε σε ένα από τα πιο σημαντικά έτη για την πορεία του franchising στην Ελλάδα επιτυγχάνοντας θεαματική αύξηση προσέλκυσης επενδυτών, επιτυγχάνοντας 14% αύξηση του συνολικού αριθμού των franchisees, και παράλληλα η αύξηση του ρυθμού ανάπτυξης των δικτύων franchise άγγιξε το 18% σε επίπεδο σημείων πώλησης.

Μετά από περίοδο στασιμότητας, που οφείλεται σε προβλήματα του 2003, ο ρυθμός αύξησης των συστημάτων franchise επανήλθε στα επίπεδα του 2001-2002 και μάλιστα με πιο υγιή διάρθρωση. Ήδη μια πληθώρα συστημάτων franchise περνά τη φάση της ωρίμανσης, μία σειρά ισχυρών εταιρειών ενσωματώνει στις στρατηγικές ανάπτυξης τους το franchising, βελτιώνοντας συνολικά την αξιοπιστία του θεσμού και ωθώντας παράλληλα το σύνολο των δικτύων σε ανώτερα επίπεδα οργάνωσης και υποδομής.

Την τελευταία περίοδο βιώνουμε τρεις ακόμα σημαντικές αλλαγές:

1) αντιμετωπίζουμε πολύ πιο ώριμους, πιο ενημερωμένους, συνειδητούς franchisees, που διαθέτουν σημαντικές γνώσεις και εμπειρίες

2) υπάρχουν και έμμεσες θετικές επιδράσεις του franchising στην ελληνική οικονομία, γεγονός που γίνεται ιδιαίτερα εμφανές σε κλάδους όπως η ένδυση, η υπόδηση και γενικά, όπου υπάρχουν δίκτυα άμεσης διανομής όπου μεγάλες εισαγωγικές ή παραγωγικές εταιρίες προσπαθούν να οργανώσουν τα παραδοσιακά δίκτυα διανομής τους αξιοποιώντας εμπειρίες από το χώρο του franchise.

3) η επίδραση του franchise μετατροπής στη δομή παραδοσιακών κλάδων του ελληνικού εμπορίου γίνεται πλέον ιδιαίτερα εμφανής με πρωτοπόρα τα συστήματα franchise στο χώρο των convenience stores και των super markets.

Βλ. Πίνακα 4, 5, 6, Παράρτημα II

Το franchise αποτελεί ουσιαστική διέξοδο για την ελληνική οικονομία, που στηρίζεται σχεδόν αποκλειστικά σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Αποτελεί διέξοδο επιβίωσης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, καθώς και εργαλείο βελτίωσης της βιωσιμότητας και της κερδοφορίας των νέων επιχειρήσεων. Ουσιαστική είναι και η συμβολή στη λύση στο πρόβλημα απασχόλησης που αντιμετωπίζει η χώρα. Ενδεικτικά, παραδείγματος χάρη, στο χώρο των στεγνοκαθαριστηρίων, αλυσίδα franchise δημιούργησε σε τέσσερα χρόνια 60 κερδοφόρες επιχειρήσεις και 260 νέες θέσεις εργασίας, ενώ το 20% των

franchisees έχουν επενδύσει ήδη σε δεύτερο κατάστημα. Άλλο παράδειγμα επίσης είναι η αύξηση τζίρου κατά 100% σε καταστήματα super market και η αύξηση κερδοφορίας κατά 120% μετά την ένταξη τους σε μεγάλα δίκτυα. Και δεν είναι οι μόνες περιπτώσεις! Αυτό δε σημαίνει φυσικά, ότι δεν υπήρξαν προβλήματα σε αυτήν την περίοδο, ιδιαίτερα σε κλάδους όπως η προσωπική φροντίδα και οι υπηρεσίες, ούτε ότι δεν υπήρξαν προβλήματα από εταιρίες κομήτες. Είναι διεθνές φαινόμενο κάθε χρόνο να δημιουργούνται νέα δίκτυα αλλά μόνο το 70% από αυτά αντέχουν στο χρόνο. Οι στατιστικές του IFA και του BFA επιβεβαιώνουν αυτόν τον κανόνα.

Η έρευνα του Franchise Success - Πανόραμα 2005 καταγράφει την πορεία του franchising στην Ελλάδα την τελευταία εξαετία αναλύοντας ένα δείγμα 505 επιχειρήσεων. Από αυτές οι 80 είτε έχουν σταματήσει τη λειτουργία τους, είτε δεν αναπτύσσονται πλέον με franchise. Επίσης, ένα σημαντικό ποσοστό έχει μικρό αριθμό δικαιωδύων (3 με 4) επί σειρά ετών, παρουσιάζοντας χαρακτηριστική στασιμότητα. Εν τούτοις, ένας σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων που υπερβαίνουν τις 250 αλυσίδες όχι απλώς έχει αρχίσει να δημιουργεί ένα σοβαρό δίκτυο, με υποδομή, οργάνωση, δυναμική, που συνεχώς διευρύνεται αλλά παράλληλα υπάρχει και ένας μεγάλος αριθμός νέων concept που παρουσιάζει στοιχεία θεαματικής αλλά και στέρεας ανάπτυξης.

Κοινό χαρακτηριστικό των εταιρειών που έχουν παρουσιάσει ισχυρά δείγματα αναπτυξιακής πορείας είναι οι επενδύσεις στην υποδομή και στην οικοδόμηση ενός ισχυρού brand name. Ένα χαρακτηριστικό επίσης στοιχείο του 2004 ήταν η είσοδος νέων concept στην αγορά franchise, όπως οι μεταφορικές εταιρίες, οι χρηματοοικονομικές, οι επιδιορθώσεις επιφανειών οχημάτων, τεχνικές-κατασκευαστικές κ.ο.κ

Από τις 505 επιχειρήσεις που εμπεριέχει το δείγμα της έρευνας, το 23,4% είναι στο χώρο ένδυσης, 16,6% στο χώρο της λιανικής, 12% στο χώρο της εστίασης και 12% στο χώρο του οικιακού εξοπλισμού. Οι κατηγορίες αυτές

παρουσιάζονται να υπερτερούν, κυρίως στα αρχικά στάδια ωρίμανσης του franchising σε μία οικονομία. Αντίθετα, στη φάση ωρίμανσης αναδεικνύονται οι υπηρεσίες, ο χώρος της προσωπικής φροντίδας και ευεξίας, η εκπαίδευση κ.ο.κ., γεγονός που δείχνει τη δυνατότητα περαιτέρω δυναμικής ανάπτυξης (πίνακας 4). Όπως φαίνεται στον πίνακα 4, όπου καταγράφονται το μέγεθος και η κατανομή δικτύων την τελευταία εξαετία, ήδη τα δίκτυα franchise έχουν 11.350 σημεία πώλησης εκ των οποίων το 61% είναι franchise (πίνακας 7). Το 2004 δημιουργήθηκαν 1721 νέα σημεία πώλησης εκ των οποίων τα 828 ήταν franchise.

Όπως παρουσιάζεται στον πίνακα 8, στους κλάδους της εκπαίδευσης, της προσωπικής φροντίδας και της λιανικής, τα franchise σημεία πώλησης αγγίζουν το 70% του συνόλου του δικτύου, ενώ αντιθέτως ο κλάδος της ένδυσης (λόγω των γνωστών προβλημάτων στην αγορά του real estate και της συμπίεσης της κερδοφορίας) μόλις και έχει αγγίξει το 50% του συνόλου.

Ιδιαίτερη συμβολή στην αύξηση των συνολικού αριθμού νέων σημείων πώλησης αλλά και των franchise προσέφεραν οι κλάδοι ένδυσης, η λιανική, η εκπαίδευση και οι υπηρεσίες (πίνακες 9-12). Στασιμότητα έως και αρνητική πορεία παρουσιάζουν οι κλάδοι προσωπικής φροντίδας και εστίασης. Κυρίως ο χώρος της προσωπικής φροντίδας παρουσίασε και το 2004 σημαντικότερα προβλήματα για τα δίκτυα και κατά συνέπεια για τους franchisees.

Μικρός αριθμός επιχειρήσεων είτε σταμάτησε να λειτουργεί, είτε διέκοψε την ανάπτυξη με franchise, ενώ σε κάποιες περιπτώσεις οι franchisees συνέχισαν να λειτουργούν με δική τους ανεξάρτητη επωνυμία. Συγκεντρωτικά, με βάση το 1999 τα εταιρικά καταστήματα των δικτύων franchise αυξήθηκαν κατά 120%, και τα shop in shop δεκαπλασιάστηκαν. Συνολικά, τα δίκτυα franchise την εξαετία 1999-2004 αύξησαν τα σημεία πώλησης κατά 166% ενώ τα σημεία franchise 167%, γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό σε μία περίοδο που η επιχειρηματικότητα και η βιωσιμότητα επιχειρήσεων στην Ελλάδα αντιμετώπισε σημαντικά προβλήματα. Όπως φαίνεται και στον πίνακα 12, το

ποσοστό ετήσιας αύξησης το 2004 του αριθμού σημείων των αλυσίδων franchise άγγιξε το 18% με αιχμή τα shop in shop(62%) και τα franchised σημεία πώλησης franchise (13,5%).

Είναι ιδιαίτερα χαρακτηριστικό ότι οι αλυσίδες που ακολούθησαν πολύ-κάναλη ανάπτυξη όχι μόνο δε δημιούργησαν προβλήματα ανταγωνισμού στους υφιστάμενους franchisees, αλλά αντιθέτως μέσω οικοδόμησης ισχυρού brand name και της διεύρυνσης του δικτύου ενίσχυσαν τους franchisees τους που δραστηριοποιούνταν σε παραδοσιακές αγορές. Ιδιαίτερα στο χώρο της λιανικής, οικιακού εξοπλισμού και ένδυσης, ο επαναπροσδιορισμός των στρατηγικών ανάπτυξης για τα δίκτυα έχει πλέον τεθεί σε άμεση προτεραιότητα.

Η αλυσίδα franchise στην ελληνική αγορά έχει ιδιαίτερα χαμηλό μέσο όρο σημείων πώλησης. Η μέση αλυσίδα του δείγματος (όπως φαίνεται στον πίνακα 15) διαθέτει μόλις 22,5% σημεία πώλησης εκ των οποίων τα 6,6 είναι εταιρικά, τα 13,8 είναι franchise και τα 2,1 είναι shop in shop και corners. Η αύξηση από το 2002 του μέσου μεγέθους είναι μόλις 10%(22,5 καταστήματα ανά δίκτυο έναντι 20,6 το 2002) και τούτο οφείλεται αφενός στη βραδεία ανάπτυξη των ώριμων δικτύων λόγω της κρίσης του 2003 και αφετέρου στην είσοδο πολλών νέων αλυσίδων στο χώρο του franchise.

6.7 Το προφίλ των επιχειρήσεων οι οποίες αναπτύσσονται με franchising

Ο αριθμός των επιχειρήσεων οι οποίες αναπτύσσονται με franchising ανέρχεται σήμερα συνολικά σε 438, με βάση πρόσφατη έρευνα της ICAP. Ο αριθμός αυτός υπερδιπλασιάστηκε στο διάστημα της τελευταίας τετραετίας. Με βάση προηγούμενη έρευνα της ICAP το 2001 υπήρχαν 201 ενεργοί franchisors.

Από τις παραπάνω 438 επιχειρήσεις, το 75,3% έχει ως έδρα την περιοχή της Αττικής, γεγονός που οφείλεται στο ότι το franchising, ως σύστημα

ανάπτυξης, εφαρμόζεται κυρίως για γεωγραφική επέκταση σε τοπικές αγορές. Η Θεσσαλονίκη αποσπά το 15% των franchisors και ακολουθούν η Κρήτη και η Θεσσαλία.

Βλ. Πίνακα 16, Παράρτημα II

Όσον αφορά στους τομείς δραστηριότητας των επιχειρήσεων, αυτοί αφορούν κυρίως την ένδυση και την υπόδηση, όπου δραστηριοποιούνται συνολικά 103 από τις 438 εταιρείες (ποσοστό 23,5%). Άλλοι σημαντικοί κλάδοι αποτελούν η εστίαση όπου δραστηριοποιούνται συνολικά 35 εταιρείες (εστιατόρια και cafe – ζαχαροπλαστεία), το εμπόριο επίπλων (18 εταιρείες) και η ιδιωτική εκπαίδευση (22 εταιρείες).

Βλ. Πίνακα 17, Παράρτημα II

Ειδικότερα η κατανομή του Ελληνικού κλάδου franchise κατά τομέα φαίνεται στο Πίνακα 18, Παράρτημα II

Όσον αφορά το μέγεθος των επιχειρήσεων, η πλειοψηφία τους είναι μικρού μεγέθους. Το 40% απασχολεί έως 19 άτομα και το 62% έως 49 άτομα.

Βλ. Πίνακα 19, Παράρτημα II

Στο σημερινό επιχειρηματικό περιβάλλον το franchising μπορεί να αποτελέσει ασπίδα προστασίας για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες αντιμετωπίζουν πρόβλημα κερδοφορίας και βιωσιμότητας. Η φιλοσοφία του franchising είναι ότι μία οργανωμένη και επιτυχημένη επιχείρηση με συγκεκριμένο, τεκμηριωμένο και καταγεγραμμένο σύστημα λειτουργίας παρέχει τη συνταγή της επιτυχίας της σε δυνητικούς επιχειρηματίες καθώς και σε άλλες μικρότερες επιχειρήσεις οι οποίες θα λειτουργούν κάτω από το ίδιο σήμα και με ενιαία πρότυπα λειτουργίας.

Το franchising συντελεί στην ελαχιστοποίηση του επιχειρηματικού κινδύνου τον οποίο αντιμετωπίζει μία μικρή επιχείρηση όταν δημιουργείται χωρίς τεχνογνωσία και πρότυπα. Το να ξεκινά ένας δυνητικός επιχειρηματίας μόνος του μια νέα επιχείρηση παρουσιάζει υψηλό βαθμό κινδύνου. Έρευνες από την διεθνή αγορά αναφέρουν ότι πάνω από το 90% των νέων επιχειρήσεων αποτυγχάνουν στα πρώτα τρία μόλις έτη λειτουργίας τους. Και στην Ελλάδα τα τελευταία έτη παρατηρείται αύξηση του αριθμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων οι οποίες διακόπτουν τη δραστηριότητά τους.

Με βάση στοιχεία του Υπουργείου Οικονομικών, τα οποία αφορούν τις ενάρξεις και διακοπές δραστηριότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων διαπιστώνεται ότι αν και οι ενάρξεις των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ατομικών, Ο.Ε., Ε.Ε.) διατηρούνται σε υψηλά επίπεδα καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 1990-2003 με ελαφρά πτωτική τάση προς το τέλος της περιόδου, αντίθετα, οι διακοπές των επιχειρήσεων αυξάνονται έντονα. Οι διακοπές λειτουργίας αντιπροσώπευαν ποσοστό 41,5% των ενάρξεων στην αρχή της περιόδου, ενώ το 2003 το παραπάνω ποσοστό αυξήθηκε σε 74,4%. Δηλαδή σε απόλυτα μεγέθη, οι τρεις στις τέσσερις νέες επιχειρήσεις κλείνουν. Ένα πραγματικά εντυπωσιακό μέγεθος.

Επισημαίνεται ότι σε σχέση με τις άλλες νομικές μορφές επιχειρήσεων (Α.Ε. και Ε.Π.Ε.), η αύξηση του ποσοστού των διακοπών είναι μεγαλύτερη στις ατομικές, ομόρρυθμες και ετερόρρυθμες επιχειρήσεις, δηλαδή στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η κατηγορία αυτή των επιχειρήσεων έχει ανάγκη να αποκτήσει τεχνογνωσία, να ενταχθεί σε ένα υγιές πρότυπο λειτουργίας και να ακολουθήσει δοκιμασμένους κανόνες ανάπτυξης.

Στο franchising, η μεμονωμένη επιχείρηση ή ένας εν δυνάμει επιχειρηματίας εντάσσεται σε ένα επιτυχημένο σύστημα, έχει εξασφαλισμένα τα προϊόντα, τους προμηθευτές, την εκπαίδευση, τη διαμόρφωση καταστήματος, το marketing, κλπ. Του προσφέρονται δηλαδή οι λύσεις όλων των εμπορικών θεμάτων και έτσι μπορεί να εστιάζει την προσοχή του στην προώθηση των

πωλήσεων, στη διαχείριση του καταστήματος και στην καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών του. Από την πλευρά του, ο πελάτης-καταναλωτής απολαμβάνει την ποιότητα και την εξυπηρέτηση μιας μικρής επιχείρησης η οποία όμως λειτουργεί με τα standards μεγάλης εταιρείας.

Η ανεξάρτητη επιχείρηση λειτουργεί κάτω από ήδη αναγνωρίσιμο εμπορικό σήμα, διαθέτει προϊόντα και παρέχει υπηρεσίες τα οποία είναι ήδη γνωστά στο καταναλωτικό κοινό. Ο franchisor έχει αναλάβει το βάρος της δημιουργίας του προϊόντος, της έρευνας της αγοράς στην οποία απευθύνεται, της διαφήμισης, της εγκαθίδρυσης του εμπορικού ονόματος.

Η ανεξάρτητη επιχείρηση γίνεται μέλος ενός δικτύου, μιας ομάδας με κοινό σκοπό, όραμα, φιλοσοφία και συμφέροντα. Εντός των μελών του δικτύου υπάρχει συνεχής ροή πληροφοριών προς το κοινό όφελος της ανάπτυξης. Τα κόστη διαφήμισης και προώθησης περιορίζονται, καθώς επιμερίζονται σε όλα τα μέλη του δικτύου.

Ο ανεξάρτητος επιχειρηματίας ο οποίος μετεξελίσσεται σε επιτυχημένο franchisee έχει τη δυνατότητα της δημιουργίας περισσότερων του ενός καταστημάτων σε μία αγορά ή σε διαφορετικές αγορές. Επιβραβεύεται για την επιτυχία του από τη μητρική εταιρεία και μπορεί επίσης να επιλέξει να επενδύσει και σε άλλο επιχειρηματικό σύστημα. Στην ελληνική αγορά υπάρχουν αρκετά παραδείγματα επιχειρηματιών οι οποίοι διαχειρίζονται με επιτυχία πολλά καταστήματα ενός ή και διαφορετικών συστημάτων.

Η σημερινή οικονομική πραγματικότητα χαρακτηρίζεται από αυξανόμενο ανταγωνισμό, ο οποίος εστιάζεται στη βελτίωση της ποιότητας του προϊόντος και στην εξυπηρέτηση του πελάτη, στη μείωση του κόστους και κατά συνέπεια στη μείωση της λιανικής τιμής προς όφελος του καταναλωτή. Στο περιβάλλον αυτό της αγοράς, η ένταξη των μεμονωμένων επιχειρήσεων και των εν δυνάμει επιχειρηματιών σε ένα οργανωμένο και επιτυχημένο σύστημα δημιουργεί ασπίδα προστασίας και ευνοϊκές συνθήκες οι οποίες εξασφαλίζουν τη βιωσιμότητα της μονάδας.

ΕΝΟΤΗΤΑ 2

«Franchising και κοινωνικές επιχειρήσεις»

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7.1 Κοινωνική οικονομία

Τα τελευταία χρόνια σχεδόν σε όλες τις αναπτυγμένες χώρες του κόσμου έχει αρχίσει η αναζήτηση μιας εναλλακτικής μορφής επιχειρηματικότητας, η οποία είναι περισσότερο κοινωνικά προσανατολισμένη και συμβάλλει μεταξύ άλλων στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης.

Πρόκειται για τον επονομαζόμενο “Τρίτο Τομέα” της οικονομίας, ο οποίος συχνά αναφέρεται ως “Μη Κερδοσκοπικός Τομέας” ή ως τομέας της “Κοινωνικής Οικονομίας”. Ο τομέας αυτός συνδυάζει τον εθελοντισμό και τη συλλογικότητα και συμβάλλει στην αύξηση της απασχόλησης με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Οι δραστηριότητες του, οι οποίες έχουν κοινωνικούς σκοπούς και στόχους, δεν εντάσσονται ούτε στη σφαίρα του δημοσίου τομέα, ούτε στη σφαίρα του παραδοσιακού ιδιωτικού τομέα.

Αν και δεν υπάρχει ένας σαφής ορισμός για τον Τρίτο Τομέα, μπορούμε να προσδιορίσουμε κάποια χαρακτηριστικά γνωρίσματά του. Αυτά είναι :

- Ο μη κερδοσκοπικός χαρακτήρας του
- Η αντιμετώπιση αποκλεισμού από την εργασία ομάδων με ανισότητες
- Η δημιουργία δυνατοτήτων συνεχούς απασχόλησης
- Η κάλυψη αναγκών που δεν καλύπτει ούτε το κράτος ούτε η αγορά

Αρκετά πιο γενική είναι η προσέγγιση που γίνεται από την πλευρά της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σύμφωνα με την οποία, οι οργανώσεις του τρίτου συστήματος :

- i. Επιδιώκουν την υλοποίηση οικονομικών, κοινωνικών και κοινωνοφελών στόχων,
- ii. Καθορίζουν όρια όσον αφορά την ιδιοποίηση των κερδών από τον ιδιωτικό τομέα και τους ιδιώτες,
- iii. Εργάζονται για και με τον τοπικό πληθυσμό ή με ομάδες ατόμων με κοινά συμφέροντα και
- iv. Έχουν διαχειριστική αυτονομία και τείνουν να προωθούν τη συμμετοχή των μισθωτών τους, των εθελοντών συνεργατών τους και των χρηστών στη διαχείρισή τους.

Στην ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία συναντάμε δύο κύριες προσεγγίσεις γύρω από την περιγραφή και εξήγηση του φαινομένου της ανάπτυξης της Κοινωνικής Οικονομίας :

1. Την θεσμική – νομική προσέγγιση. Η προσέγγιση αυτή ομαδοποιεί τις κοινωνικές επιχειρήσεις και τους οργανισμούς σε τρεις βασικές κατηγορίες :

- *Συνεταιριστικές επιχειρήσεις* (Αγροτικοί συνεταιρισμοί, πιστωτικοί, αποταμιευτικοί, διανεμητικοί, οικιστικοί κ.α.)
- *Κοινωνίες Αλληλοβοήθειας* (Αλληλοβοηθητικά Ασφαλιστικά Ταμεία)
- *Σωματεία ή Οργανισμοί* (Μη Κερδοσκοπικές Ενώσεις, Μη Κερδοσκοπικές Εταιρίες, εθελοντικές οργανώσεις, μη κυβερνητικές οργανώσεις, ιδρύματα, φιλανθρωπικές οργανώσεις)

2. Την κανονιστική ή ορθολογική προσέγγιση. Η προσέγγιση αυτή εστιάζει κυρίως στον εντοπισμό των κοινών εκείνων χαρακτηριστικών που εμφανίζονται σε επιχειρήσεις και οργανισμούς οι οποίοι διαφέρουν κατά πολύ μεταξύ τους αλλά εξυπηρετούν κοινούς σκοπούς καθώς και τις ιδιαίτερες μεθοδολογικές τους πρακτικές έναντι των άλλων επιχειρήσεων του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα.

3. Τον συνδυασμό των δύο παραπάνω προσεγγίσεων. Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή, ο οποίος χρησιμοποιείται και στις περισσότερες χώρες, έχει ως εξής : << Η κοινωνική οικονομία περιλαμβάνει οικονομικές δραστηριότητες που αναλαμβάνονται από επιχειρήσεις και οργανισμούς κυρίως συνεταιρισμούς, κοινωνίες αλληλοβοήθειας και σωματεία (ενώσεις), η στάση των οποίων διέπεται από τις ακόλουθες αρχές :

- Σκοπός είναι κυρίως η παροχή υπηρεσιών προς τα μέλη τους ή την κοινωνία, παρά την επιδίωξη κέρδους
- Έχουν ανεξάρτητη διοίκηση
- Εφαρμόζουν δημοκρατική διαδικασία λήψης αποφάσεων
- Αποδίδουν προτεραιότητα στα άτομα και την εργασία έναντι του κεφαλαίου κατά την διανομή εισοδήματος >>

Σε αυτό το θεωρητικό πλαίσιο, τα τελευταία χρόνια, ως βασικός μοχλός προώθησης της κοινωνικής οικονομίας, έχει προστεθεί στη διεθνή βιβλιογραφία το μοντέλο της “Κοινωνικής Επιχείρησης”. Το μοντέλο αυτό στηρίζεται στην πρωτοβουλία μιας ομάδας πολιτών και υιοθετεί μια διάσταση διευρυμένων υπηρεσιών και ανοίγματος στην τοπική κοινωνία δίνοντας το προβάδισμα σε ένα υψηλό επίπεδο αυτονομίας και επιχειρηματικού κινδύνου συνδέοντας και τα δύο με μια διαρκή παραγωγική δραστηριότητα. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις στοχεύουν στην κοινωνική και επαγγελματική ενσωμάτωση των μειονεκτούντων ατόμων μέσω της παραγωγικής τους δραστηριότητας. Από την άποψη αυτή, η κατάρτιση και η απασχόληση αποκτούν κεφαλαιώδη σημασία.

Δεν υπάρχει κάποιος καθολικός, κοινά αποδεκτός, ορισμός των κοινωνικών επιχειρήσεων. Ένας πειραματικός ορισμός είναι ο εξής:

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι οργανώσεις που προσλαμβάνουν διαφορετικές νομικές μορφές στις διάφορες χώρες, οι οποίες οργανώνονται με επιχειρηματικό πνεύμα και επιδιώκουν κοινωνικούς και οικονομικούς στόχους.

Με τον όρο “κοινωνική επιχείρηση” υπογραμμίζεται ο νέος παραγωγικός τους ρόλος, η μεγαλύτερη αυτονομία τους, η δυνατότητά τους να δημιουργούν νέες θέσεις απασχόλησης και η συμβολή τους στην ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών. Τα στοιχεία αυτά τους διαχωρίζουν από τους παραδοσιακούς μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς.

Βλ. σχήμα 1 Παράρτημα III

Ειδικότερα, προσπαθώντας να διαφοροποιήσουμε το Παραδοσιακό Επιχειρηματικό Μοντέλο από αυτό των Κοινωνικών Επιχειρήσεων διαπιστώνουμε τα εξής :

Στο Παραδοσιακό μοντέλο το οικονομικό όφελος (κέρδος) μπορεί να διανεμηθεί με τέσσερις διαφορετικούς τρόπους ανάλογα και με το νομικό σχήμα της εταιρίας. Έτσι μπορεί να διατεθεί ως μέρισμα στους μετόχους, ως προσωπικό κέρδος, ως κεφάλαιο για επανεπένδυση στην ίδια την εταιρία και τέλος μπορεί να διατεθεί για δραστηριότητες ή μέτρα τα οποία εκπληρώνουν την κοινωνική ευθύνη και ευαισθησία της εταιρίας. Αξίζει να σημειώσουμε σε αυτό το σημείο ότι τέτοιου είδους δραστηριότητες (κοινωνικής ευθύνης) λαμβάνουν χώρα σε μια παραδοσιακή επιχείρηση μετά από την διασφάλιση του κέρδους.

Σε αντίθεση με τα παραπάνω που διέπουν την λειτουργία των παραδοσιακών επιχειρήσεων, στο κοινωνικό επιχειρηματικό μοντέλο, οποιαδήποτε δέσμευση σε κοινωνικές ευαισθησίες, γίνεται μέσα από μια ολοκληρωμένη προσέγγιση.

Σε αυτήν την προσέγγιση ο σκοπός και κοινωνικός χαρακτήρας ενσωματώνεται και διατρέχει όλη την παραγωγική διαδικασία. Το (οικονομικό) κέρδος από την δράση της επιχείρησης επιδιώκεται προκειμένου να διασφαλίζεται η βιωσιμότητα της επιχείρησης και κατ' επέκταση το κοινωνικό όφελος των άμεσα ενδιαφερομένων ομάδων. Η επανεπένδυση του κέρδους μπορεί να κατευθυνθεί είτε στην υπάρχουσα επιχείρηση για επέκταση των

εργασιών της (άρα και αύξηση του κοινωνικού οφέλους), είτε κατόπιν έρευνας της αγοράς στη δημιουργία άλλων κοινωνικών επιχειρήσεων, οι οποίες θα καλύπτουν τις ανάγκες της αγοράς και θα αυξάνουν ταυτόχρονα και το κοινωνικό όφελος.

Το διακριτικό χαρακτηριστικό των κοινωνικών επιχειρήσεων είναι η ικανότητά τους να βρίσκουν νεωτεριστικές, δυναμικές λύσεις στα προβλήματα της ανεργίας και του κοινωνικού αποκλεισμού και να συνεισφέρουν στον τύπο της οικονομικής ανάπτυξης που βελτιώνει την κοινωνική συνοχή, η οποία είναι μια από τις όψεις της βιώσιμης ανάπτυξης.

7.2 Οι εξελίξεις στην αγορά εργασίας και το πρόβλημα των ανισοτήτων

Για μια σειρά από λόγους, οι υπάρχουσες κοινωνικές διαιρέσεις, διακρίσεις και γενικά ανισότητες στην αγορά της εργασίας εντάθηκαν κατά τη διάρκεια των τελευταίων χρόνων. Ως ο κυριότερος παράγων διόγκωσης των ανισοτήτων θεωρείται η αύξηση του ποσοστού της ανεργίας.

Η συρρίκνωση του πρωτογενούς τομέα, η αναδιάρθρωση της μεταποιητικής βιομηχανίας, ο μεγάλος αριθμός μεταναστών και η αύξηση του ποσοστού συμμετοχής των γυναικών στο εργατικό δυναμικό είναι μερικοί από τους παράγοντες που συνήθως αναφέρονται ως παράγοντες που συνέβαλαν στην αύξηση της ανεργίας.

Το κύριο βάρος από την αύξηση του ποσοστού της ανεργίας φέρουν όπως είναι αναμενόμενο οι ομάδες που παραδοσιακά είναι περισσότερο “ευάλωτες” στην αγορά της εργασίας δηλαδή οι νέοι, οι γυναίκες, τα άτομα με ειδικές ανάγκες, οι μετανάστες κ.α. Για τα άτομα αυτών των κατηγοριών ο κίνδυνος διακρίσεων και γενικά της περιθωριοποίησης είναι παραπάνω από ορατός, καθώς εμφανίζεται να παγιώνεται και να ενισχύεται ένας ιδιότυπος διαχωρισμός στην Ελληνική αγορά εργασίας : ανάμεσα στους εργαζομένους που

απολαμβάνουν σταθερότητα και ασφάλεια και στους υπολοίπους που είτε αδυνατούν να εξασφαλίσουν απασχόληση, είτε όταν το καταφέρνουν εργάζονται με μικρή αμοιβή, συχνά με μερική απασχόληση ή με άλλη άτυπη μορφή απασχόλησης και γενικά σε θέσεις εργασίας περιστασιακές με ελάχιστες δυνατότητες εξέλιξης. Αυτός ο διαχωρισμός εμφανίζεται να αποτελεί και την κύρια πηγή ανισότητας στην Ελληνική αγορά εργασίας.

Συγκεκριμένα, από την κατά ομάδες ηλικιών διάρθρωση της ανεργίας, προκύπτει ότι τα υψηλότερα ποσοστά παρατηρούνται στους νέους ηλικίας 15-29 ετών όπου το ποσοστό ανεργίας ανέρχεται στο 21,3%, μάλιστα δε στις νέες γυναίκες το αντίστοιχο ποσοστό φθάνει το 28% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού τους

Βλ. Πίνακα 20, Παράρτημα II

Από την επεξεργασία των στοιχείων που αφορούν άτομα τα οποία ανήκουν στο μη ενεργό πληθυσμό, προκύπτουν ορισμένα σημαντικά ευρήματα. Από το σύνολο του οικονομικά μη ενεργού πληθυσμού, 72.432 άτομα (δηλαδή το 1,5% εργατικού δυναμικού) δεν αναζητά εργασία, όμως θα ήθελε να είχε μία απασχόληση. Η συντριπτική πλειοψηφία αυτών των ατόμων (69,4%) είναι γυναίκες, το 40% των οποίων είναι ηλικίας κάτω των 30 ετών. Τέλος 11.000 περίπου άτομα δεν αναζητούν εργασία γιατί πιστεύουν ότι δεν θα βρουν και επίσης άλλα 13.575 άτομα, ενώ αναζητούν εργασία, δεν είναι διαθέσιμα να την αναλάβουν αμέσως οπότε δεν χαρακτηρίζονται ως άνεργοι.

Στην επόμενη ενότητα επιχειρείται μια επισκόπηση των δημογραφικών και κοινωνικοοικονομικών χαρακτηριστικών των ομάδων που κινδυνεύουν περισσότερο από τις διακρίσεις στην αγορά εργασίας.

7.3 Δημογραφικές / Κοινωνικοοικονομικές ομάδες και ανισότητες στην αγορά εργασίας

Οι νέοι

Ανάμεσα στις δημογραφικές ομάδες που βρίσκονται σε μειονεκτική θέση στην αγορά της εργασίας, οι νέοι αναμφίβολα καταλαμβάνουν την πρώτη θέση. Το πρόβλημα της ανεργίας των νέων δεν αποτελεί βέβαια αποκλειστικά “Ελληνική ιδιομορφία”, καθώς σε πολλές Ευρωπαϊκές χώρες τα ποσοστά ανεργίας που αντιμετωπίζουν οι νέοι κυμαίνονται σε επίπεδα υψηλότερα του μέσου όρου. Ωστόσο στη χώρα μας το φαινόμενο της ανεργίας των νέων παρουσιάζεται με ιδιαίτερη οξύτητα και ένταση.

Οι γυναίκες

Μια άλλη ομάδα η οποία αποτελεί συχνά το αντικείμενο διακρίσεων στην αγορά της εργασίας και για την οποία ελλοχεύει διαρκώς ο κίνδυνος της περιθωριοποίησης και του αποκλεισμού είναι οι γυναίκες. Οι γυναίκες χρειάζονται να διανύσουν αρκετή απόσταση ακόμη, προκειμένου να επιτύχουν την ισότητα με τους άνδρες στην αγορά εργασίας. Ο όρος “ισότητα” χρησιμοποιείται για να υποδηλώσει ισότητα στα επαγγέλματα που ασκούν οι άνδρες και οι γυναίκες, όσον αφορά στις αποδοχές από την εργασία, στη συμμετοχή στα κέντρα λήψης αποφάσεων και τέλος στις πιθανότητες ανεργίας.

Οι απασχολούμενοι με ελλιπή εκπαίδευση

Διαφορετικά προβλήματα από τους νέους εμφανίζει το “ώριμο” τμήμα του εργατικού δυναμικού. Εδώ ως κυρίαρχο πρόβλημα εμφανίζεται το χαμηλό εκπαιδευτικό επίπεδο καθώς και η απουσία τεχνικής εκπαίδευσης και κατάρτισης. Το πρόβλημα της ελλιπούς εκπαίδευσης του “ώριμου” τμήματος του εργατικού δυναμικού συνδέεται, όπως είναι φυσικό άμεσα με προβλήματα όπως η μακροχρόνια ανεργία των ηλικιωμένων ατόμων, η επισφαλής απασχόληση καθώς και η φτώχεια.

Οι αιτούντες άσυλο

Στην Ελλάδα υποβάλλονται συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες, πολύ λιγότερες αιτήσεις παροχής ασύλου, παρ' όλο που λόγω της γεωγραφικής της θέσης (στα Βαλκάνια και στο ανατολικότερο άκρο της Ε.Ε. και με εκατοντάδες νησιά ελάχιστα μίλια από τις μικρασιατικές ακτές), αποτελεί το πρώτο καταφύγιο πολλών προσφύγων είτε από την Ασία (Ιράκ, Πακιστάν κ.α.) είτε από το Κοσσυφοπέδιο και την Αφρική. Το γεγονός αυτό δείχνει με μια πρώτη προσέγγιση ότι οι δυσκολίες πρόσβασης και ολοκλήρωσης των διαδικασιών χορήγησης ασύλου που ίσχυαν στην Ελλάδα πριν την υιοθέτηση του Π.Δ. 61/99 απέτρεπαν πολλούς αλλοδαπούς από το να υποβάλλουν αντίστοιχο αίτημα στις Ελληνικές Αρχές, προτιμώντας χώρες με ελαστικότερες διαδικασίες.

Άτομα με ειδικές ανάγκες

Στην ομάδα “άτομα με ειδικές ανάγκες” συμπεριλαμβάνονται :

- Άτομα με κινητικά προβλήματα
- Άτομα με προβλήματα αισθητήριων οργάνων
- Άτομα με νοητική υστέρηση
- Άτομα με παθήσεις γενικότερα

Με τον όρο “άτομα με ειδικές ανάγκες” συνεπώς εννοούμε άτομα με φυσική ή πνευματική μειονεξία. Τα άτομα με αναπηρίες είναι μια από τις πολυπληθέστερες ειδικές κοινωνικές ομάδες και αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα κοινωνικής ένταξης και απασχόλησης. Από το Συμβούλιο Αξιολόγησης του επιχειρησιακού προγράμματος “καταπολέμηση του αποκλεισμού από την αγορά εργασίας” έχει εκτιμηθεί ότι η ανεργία σε αυτές τις κατηγορίες ατόμων φτάνει στο 64% για τους άνδρες και στο 88% για τις γυναίκες. Μέχρι πριν από λίγα χρόνια, η ομάδα αυτή αντιμετωπιζόταν τόσο από την πολιτεία όσο και από την ίδια την κοινωνία με διστακτικότητα, φόβο και, σε αρκετές περιπτώσεις, με στοιχεία κοινωνικού ρατσισμού. Σήμερα τα πράγματα έχουν αλλάξει σημαντικά και πολλά βήματα έχουν γίνει σ' όλα τα επίπεδα έτσι

ώστε να έχει καλλιεργηθεί μια διαφορετική προσέγγιση και άποψη, όσον αφορά την ισότιμη συμμετοχή των ατόμων αυτών στον κοινωνικό και στον επαγγελματικό στίβο.

Η ομάδα αυτή όσον αφορά τον τρόπο αντιμετώπισης της σε σχέση με την εργασία χωρίζεται σε δύο υποομάδες. Η πρώτη εξ' αυτών αφορά άτομα με ασθένειες (σάκχαρο, καρδιακά προβλήματα, νεφροπαθείς, μεσογειακή αναιμία, κ.λ.π.), τα οποία χρειάζονται μια ιδιαίτερη προσέγγιση κυρίως στο κομμάτι που αφορά την ενεργοποίησή τους, την τόνωση της αυτοπεποίθησης, τον εξειδικευμένο επαγγελματικό προσανατολισμό, την πληροφόρηση για θεσμικά, εργασιακά και νομικής μορφής θέματα, αλλά και δράσεις που έχουν να κάνουν με σύνταξη βιογραφικού, παρουσίαση εαυτού κ.λ.π. Η δεύτερη υποομάδα αφορά τα άτομα με ελαφρά νοητική υστέρηση, με κινητικά προβλήματα καθώς επίσης με παθήσεις των αισθητήριων οργάνων. Τα άτομα αυτά καταφεύγουν συχνά σε υπηρεσίες ΣΥΥ (Συνοδευτικές Υπηρεσίες, οι οποίες παρέχονται από εξειδικευμένα κέντρα ΚΕΣΥΥ/ΦοΠΣΥΥ) και έχουν μεγάλη ικανότητα προσαρμογής.

Τα τελευταία 20 χρόνια θεσπίστηκαν σημαντικά μέτρα αποκατάστασης και ένταξης των ατόμων με ειδικές ανάγκες στην κοινωνική ζωή. Παρόλα αυτά ο επαγγελματικός και κοινωνικός αποκλεισμός των ατόμων αυτών δεν έχει αντιμετωπιστεί ακόμα. Η πλειοψηφία των ατόμων με ειδικές ανάγκες παραμένει χωρίς κατάλληλη, για τις ανάγκες της αγοράς εργασίας, επαγγελματική κατάρτιση και η δυνατότητα ένταξής τους στην αγορά εργασίας είναι πολύ περιορισμένη, ενώ η ειδική επαγγελματική εκπαίδευση στο επίσημο εκπαιδευτικό σύστημα παρουσιάζει υποτυπώδη μορφή. Επιπλέον, τα προγράμματα που εφαρμόζονται έχουν μικρά ποσοτικά και ποιοτικά αποτελέσματα.

Από την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδος πραγματοποιήθηκε μια έρευνας για τα «άτομα με προβλήματα υγείας ή αναπηρία» με περίοδο

αναφοράς το Β' τρίμηνο του έτους 2002, στο πλαίσιο της τακτικής τριμηνιαίας έρευνας Εργατικού Δυναμικού.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι το 18,2 % του πληθυσμού της χώρας αντιμετωπίζει κάποιο πρόβλημα υγείας ή κάποια αναπηρία και περισσότερα από τα μισά άτομα βρίσκονται σε ηλικίες άνω των 65 ετών. Το ποσοστό ανεργίας για τα άτομα αυτά είναι μικρότερο από το αντίστοιχο ποσοστό του γενικού πληθυσμού (8,9% έναντι 9,6%). Επίσης, 84% των ατόμων αυτών είναι οικονομικά μη ενεργά, έναντι 58% του γενικού πληθυσμού.

Τα μισά περίπου άτομα αντιμετωπίζουν κάποιο εργασιακό πρόβλημα, ενώ το 40% περίπου πιστεύει ότι αντιμετωπίζει πρόβλημα κοινωνικού αποκλεισμού, με πιο συνηθισμένα φαινόμενα τα ανεπαρκή επιδόματα, την ανεργία και την ανεπάρκεια των κοινωνικών υπηρεσιών.

Το ένα τρίτο από αυτά τα άτομα που είναι άνεργα ή οικονομικά μη ενεργά κρίνουν ότι θα χρειαζόνταν κάποια βοήθεια στο χώρο εργασίας. Η μορφή βοήθειας που δηλώνουν ότι χρειάζονται περισσότερο είναι η υποστήριξη και κατανόηση από προϊστάμενους και συναδέλφους.

Μετανάστες, Παλινοστούντες

Μια σειρά από εξελίξεις όπως η κατάρρευση των καθεστώτων της Ανατολικής Ευρώπης, οι ανακατατάξεις στο βαλκανικό χώρο και η ένταση στη Μέση Ανατολή οδήγησαν στην επανεμφάνιση του προσφυγικού ζητήματος στην Ελλάδα κατά την διάρκεια της τελευταίας δεκαετίας. Σε αυτό συνετέλεσε και η προοδευτική επιστροφή (παλινοόστηση) των μεταναστών της προηγούμενης περιόδου, καθώς και η επανεγκατάσταση, προσωρινή ή μόνιμη, ομογενών από τις χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης και από την Αλβανία, οι οποίοι προσετέθησαν στους ήδη εγκαταστηθέντες ομογενείς στη διάρκεια των τριών πρώτων μεταπολεμικών δεκαετιών. Οι συνθήκες διαβίωσης και εργασίας των ομάδων αυτών είναι δύσκολες και οι περισσότεροι ζουν στο περιθώριο του σύγχρονου τρόπου ζωής. Οι παράγοντες διακρίσεων και αποκλεισμού

σχετίζονται με την ανεπαρκή γνώση ή άγνοια της ελληνικής γλώσσας, με την έλλειψη κατάλληλης-για την ελληνική αγορά εργασίας-κατάρτισης, με την απασχόληση στην παραοικονομία, με την έλλειψη πληροφοριών για τα δικαιώματά τους και συχνά, με την εκμετάλλευσή τους στην αγορά εργασίας.

Οι αλλοδαποί που έρχονται στην Ελλάδα, μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε τρεις κατηγορίες με κριτήριο την ιθαγένεια, τις προσδοκίες και τις αιτίες εγκατάστασης στη χώρα : στους ομογενείς οι οποίοι είναι Έλληνες, στους μετανάστες μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται και τα μέλη των οικογενειών των ομογενών οι οποίοι δεν διαθέτουν Ελληνική καταγωγή και στους πρόσφυγες για τους οποίους συχνά η επιλογή της χώρας μας γίνεται τυχαία ή αναγκαστικά και για τους οποίους ισχύουν κυρίως οι διεθνείς κανονιστικές ρυθμίσεις για τους πρόσφυγες.

Τσιγγάνοι και Πομάκοι

Ο αριθμός του τσιγγάνικου πληθυσμού δεν έχει προσδιοριστεί με ακρίβεια. Οι εκτιμήσεις κυμαίνονται μεταξύ 120.000 – 300.000 ατόμων, ενώ οι εκπρόσωποι των Ελλήνων τσιγγάνων τους υπολογίζουν γύρω στα 450.000 άτομα. Η πλειοψηφία των τσιγγάνων ασχολείται με το γυρολογικό εμπόριο στην ανεπίσημη αγορά εργασίας. Ορισμένοι έχουν εμπορικές επιχειρήσεις, ενώ ακόμη λιγότεροι απασχολούνται ως ανειδίκευτοι εργάτες σε εξαρτημένη εργασία, περιστασιακή ή εποχιακή. Τα επαγγέλματά τους περνούν κρίση και παρακμάζουν υπό τις συνθήκες ανταγωνισμού της μαζικής παραγωγής και του οργανωμένου εμπορίου, καθώς και του ανταγωνισμού των μεταναστών που ασχολούνται με ορισμένες από τις εργασίες αυτές. Η ύπαρξη στερεοτύπων και προκαταλήψεων στην ευρύτερη κοινωνία εκτιμάται ότι αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες αποκλεισμού των τσιγγάνων από την αγορά εργασίας. Ο αναλφαβητισμός τους υπολογίζεται σε 50% - 80%, ενώ η ανεργία αποτελεί ουσιώδες πρόβλημα για την ομάδα αυτή. Επιπλέον, η έλλειψη

πληροφόρησης γύρω από τα θέματα σχετικά με τα δικαιώματά τους, στερεί τους τσιγγάνους από την ευκαιρία διεύρυνσης των επιλογών τους.

Φυλακισμένοι, αποφυλακισμένοι και ανήλικοι παραβάτες

Η αύξηση της εγκληματικότητας εμφανίζεται μεγάλη τα τελευταία χρόνια. Ο ακριβής αριθμός των φυλακισμένων και αποφυλακισμένων μεταβάλλεται συνεχώς. Ο εγκλεισμός έχει σαν συνέπεια την απομάκρυνση των κρατουμένων από την κοινωνία και από την αγορά εργασίας για μικρό ή μεγάλο χρονικό διάστημα. Η έλλειψη επαγγελματικής εξειδίκευσης, η προχωρημένη (συνήθως) ηλικία, η υπάρχουσα νομοθεσία περί ποινικού μητρώου, καθώς και οι κοινωνικές προκαταλήψεις, η απροθυμία των εργοδοτών να προσλάβουν πρώην κρατούμενους, αλλά και η έλλειψη αυτοπεποίθησης των ίδιων των ατόμων, είναι από τους κυριότερους παράγοντες που περιορίζουν τις ευκαιρίες κοινωνικής και επαγγελματικής ενσωμάτωσής τους μετά την αποφυλάκιση.

Απεξαρτημένα άτομα

Τα επίσημα στοιχεία για τα απεξαρτημένα άτομα είναι ελλιπή. Από διάφορες μελέτες προκύπτει ότι ο αριθμός τους είναι σχετικά μικρός – γύρω στα 1.000 άτομα. Ωστόσο, το πρόβλημα των ναρκωτικών δεν είναι στατικό αλλά δυναμικό και ο αριθμός των απεξαρτημένων ατόμων, σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις, ακολουθεί αυξητική πορεία. Τα απεξαρτημένα άτομα καλούνται να ενταχθούν στην αγορά εργασίας με δυσμενείς και άνισους όρους. Το μορφωτικό τους επίπεδο είναι κατά κανόνα χαμηλό, δεν έχουν ειδίκευση, εμπειρία και δεξιότητες που να τους βοηθήσουν να ενταχθούν στην αγορά ενώ τέλος, η πλειοψηφία τους δεν έχει “λευκό” ποινικό μητρώο και απολυτήριο στρατού, αλλά μια βεβαίωση απαλλαγής όπου μάλιστα αναφέρεται και το πρόβλημά τους. Παράλληλα, ο στιγματισμός οδηγεί σε απροθυμία των εργοδοτών να προσλαμβάνουν απεξαρτημένα άτομα. Παρά την εφαρμογή ενεργειών/προγραμμάτων για την απεξάρτηση και υποστήριξη της ομάδας

αυτής, η εθνική πολιτική για την κοινωνική και επαγγελματική ένταξή της είναι ακόμη περιορισμένη.

7.4 Κοινωνικό franchising

Η επιχειρηματικότητα δεν αφορά μόνον τον ιδιωτικό τομέα, αλλά και το δημόσιο και τους μη-κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Η κατανόηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας σ' αυτά τα επίπεδα θα συμβάλλει στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας του υποστηρικτικού ρόλου των Συμβούλων Κοινωνικών Επιχειρήσεων καθώς η ευρύτερη επιχειρηματική δραστηριότητα αντανακλάται και στις λειτουργίες που οριοθετούν την Κοινωνική Οικονομία.

7.5 Οι ανάγκες της αγοράς και το franchising

Παρά τις πρόσφατες δυσμενείς εξελίξεις που έχουν ανακύψει στην αγορά, το franchising εξακολουθεί να αποτελεί σωστή επιλογή ανάπτυξης για τις επιχειρήσεις, αρκεί εκείνες να εφαρμόζουν σωστά τις προϋποθέσεις που απαιτούνται.

Βασικοί παράγοντες επιτυχίας για την ανάπτυξη μιας επιχείρησης με franchising είναι η αναγνωρισιμότητα του ονόματός της, η μοναδικότητα του επιχειρηματικού συστήματος, το δοκιμασμένο και επιτυχημένο προϊόν, η επιτυχημένη λειτουργία των καταστημάτων του δικτύου, η οποία αποδεικνύεται από τα οικονομικά τους αποτελέσματα και η πλήρης τυποποίηση του συστήματος (εκπαίδευση, υποστήριξη, manuals). Έχει παρατηρηθεί ότι παρά την αύξηση του ρυθμού ανάπτυξης της ελληνικής αγοράς του franchising, δεν απουσιάζουν τα προβλήματα.

Σε αρκετές περιπτώσεις, η έλλειψη επαρκούς προετοιμασίας του συστήματος που θα εξασφάλιζε στον υποψήφιο Franchisee την εμπιστοσύνη ότι το σύστημα έχει δοκιμαστεί καθώς και η σχετική απειρία των επιχειρηματιών

(franchisors) σε θέματα οργάνωσης και υποστήριξης ενός δικτύου, οδηγούν σε ρήξη τη συνεργασία μεταξύ Franchisor – Franchisee μέσα στα πρώτα δύο ή τρία χρόνια της σύμβασης. Σε αυτές τις περιπτώσεις δημιουργείται κλίμα επιφυλακτικότητας, δυσφορίας ή καχυποψίας, ιδιαίτερα σε περιόδους οικονομικής ύφεσης.

Συνήθως η έναρξη της δραστηριότητας των επιχειρήσεων, η έναρξη του Franchising και του πρώτου πιλοτικού καταστήματος σχεδόν συμπίπτουν χρονικά. Αυτό σημαίνει ότι δεν μεσολαβεί ικανό χρονικό διάστημα προκειμένου να δοκιμαστεί το επιχειρηματικό σύστημα, ώστε να αναπτυχθούν σωστά οι διαδικασίες υποστήριξης. Επίσης, δεν προλαβαίνει να κατοχυρωθεί η εμπορική ταυτότητα της επιχείρησης και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του προϊόντος. Τα παραπάνω αποτελούν παράγοντες – κλειδιά για την επιτυχία ενός συστήματος franchising.

Φυσικά σε ένα έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, προβλήματα τέτοιας φύσεως τείνουν να εξομαλυνθούν, αλλά στο μεσοδιάστημα θα υπάρξουν αρκετά “ατυχήματα”. Ήδη σήμερα κάποιες γνωστές επώνυμες αλυσίδες έχουν κλείσει και αρκετές ακόμη αντιμετωπίζουν προβλήματα ή η δραστηριότητά τους έχει ατονήσει σημαντικά, με αποτέλεσμα να βρίσκονται σε διαδικασία πώλησης ή σε διαδικασία ανασύνταξης του δικτύου καταστημάτων (δηλαδή μείωσης των καταστημάτων Franchise).

Οι τράπεζες κατά το διάστημα της ταχείας ανάπτυξης του θεσμού την περασμένη δεκαετία, δεν επέδειξαν τη δέουσα ευελιξία στις ιδιομορφίες του Franchising. Με άλλα λόγια, αντιμετώπισαν τα αιτήματα χρηματοδότησης με τον κλασικό τρόπο που εφαρμόζεται στις ανεξάρτητες μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Η αξίωση από μέρους των Franchisors για αμοιβές με τη μορφή royalties είναι δικαιολογημένη, εφόσον αυτοί είναι σε θέση να παρέχουν έμπρακτα συνεχή υποστήριξη και εκπαίδευση στους συνεργάτες τους. Η προσεκτική έρευνα και μελέτη από την πλευρά των επιχειρήσεων που επιθυμούν να

αναπτυχθούν με franchising, παίζει καθοριστικό ρόλο στην επιτυχία του συνολικού επιχειρηματικού εγχειρήματος. Ο Σύμβουλος Κοινωνικών Επιχειρήσεων, ο οποίος διαθέτει την αναγκαία εμπειρία και το κύρος στην αγορά, αποτελεί έναν σημαντικό συνεργάτη στην ανάπτυξη, προγραμματισμό και στρατηγικό σχεδιασμό μιας επιχείρησης που διερευνά το franchising ως τρόπο ανάπτυξης.

Οι κοινωνικές επιχειρήσεις που σκοπεύουν να αναπτυχθούν στη βάση της κοινωνικής δικαιοσύνης πρέπει να σχεδιάσουν σωστά τα βήματα ανάπτυξης και την υποδομή τους από την αρχή για να αποφύγουν τυχόν προβλήματα όταν αναπτύξουν το δίκτυό τους. Η ανάπτυξη του franchising στο μέλλον διεθνώς θεωρείται βέβαιη. Νέα franchise concepts θα αναδεικνύονται και παράλληλα οι υφιστάμενες επιχειρήσεις franchise θα αναπτύσσονται. Ο θεσμός δεν θα πρέπει να αντιμετωπίζεται σαν ένας ακόμη τρόπος γρήγορης ανάπτυξης και εύκολου κέρδους, σε βάρος μικροεπιχειρηματιών και μικροεπενδυτών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

8.1 Το Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης 2000-2006

Το Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης 2000-2006 (Γ'ΚΠΣ) αποτελεί το μεγαλύτερο αναπτυξιακό πρόγραμμα της χώρας. Πρόκειται για ένα φιλόδοξο πρόγραμμα που ανταποκρίνεται στις σημερινές ανάγκες και μελλοντικές συνθήκες ανταγωνισμού που θα αντιμετωπίσει η Ελλάδα στο διεθνές και ευρωπαϊκό περιβάλλον και της επιτρέπει να ολοκληρώσει όλα εκείνα τα έργα και τις παρεμβάσεις που είναι καθοριστικής σημασίας για την ανάπτυξή της.

Το Γ' Κ.Π.Σ. είναι το προϊόν της συμφωνίας στην οποία κατέληξαν η Ελληνική Κυβέρνηση και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τις κοινοτικές διαρθρωτικές παρεμβάσεις στην Ελλάδα το χρονικό διάστημα 2000-2006. Καταρτίστηκε με βάση το Σχέδιο Περιφερειακής Ανάπτυξης που υποβλήθηκε από την Ελλάδα στην Ε.Ε.

Οι στόχοι - προτεραιότητες του ΚΠΣ 2000-2006 εστιάζονται σε επενδύσεις στο φυσικό, ανθρώπινο και γνωστικό κεφάλαιο, που μπορούν να συμβάλουν περισσότερο στην αύξηση της παραγωγικότητας και στην εμβάθυνση της ανάπτυξης στην Ελλάδα:

1. Ανάπτυξη ανθρώπινων πόρων και προώθηση της απασχόλησης. Ανάπτυξη του συστήματος μεταφορών (οδικές, σιδηροδρομικές, αστικές μεταφορές, αερολιμένες, λιμένες, συνδυασμένες μεταφορές και εμπορευματικά κέντρα, ασφάλεια).
2. Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας με στόχο την αιεφόρο ανάπτυξη (περιλαμβάνει τους τομείς Μεταποίησης και Υπηρεσιών, Έρευνας και Τεχνολογίας, Τουρισμού, Ενέργειας – Φυσικών Πόρων).
3. Αγροτική ανάπτυξη και αλιεία.

4. Ποιότητα ζωής (παρεμβάσεις που αφορούν στο περιβάλλον και στη φυσική κληρονομιά, στον πολιτισμό και στον τομέα της υγείας – πρόνοιας).
5. Κοινωνία της πληροφορίας (παρεμβάσεις που αφορούν τομείς όπως εκπαίδευση, πολιτισμό, δημόσια διοίκηση, υγεία και πρόνοια, περιβάλλον, απασχόληση, ψηφιακή οικονομία, επικοινωνίες).
6. Περιφερειακή ανάπτυξη (με στόχο την μείωση των αποκλίσεων ανάπτυξης μεταξύ των περιφερειών, την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους και την αύξηση της απασχόλησης).

8.2 Κοινοτικές Πρωτοβουλίες

Τα Διαρθρωτικά Ταμεία της Ε.Ε. συγχρηματοδοτούν, εκτός από τα Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης και τα Ενιαία Έγγραφα Προγραμματισμού, και τις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες.

Οι **Κοινοτικές Πρωτοβουλίες** είναι διεθνικά προγράμματα τα οποία προτείνονται από την Επιτροπή στα κράτη- μέλη στην προσπάθεια επίλυσης ζητημάτων που αφορούν την Ένωση ως σύνολο και τα οποία αντιμετώπιση καλύτερα μέσω της συντονισμένης δράσης των κρατών- μελών

Σύμφωνα με τις διαδικασίες των άρθρων 48 έως 51 του Κανονισμού 1260/99 (περί γενικών διατάξεων για τα Διαρθρωτικά Ταμεία) και μετά από κοινοποίηση προς ενημέρωση στο **Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο**, η **Επιτροπή** εγκρίνει κατευθύνσεις, οι οποίες δημοσιεύονται στην Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, που περιγράφουν, για κάθε πρωτοβουλία, τους στόχους, το πεδίο εφαρμογής και τις ενδεδειγμένες διατάξεις εφαρμογής.

Οι τέσσερις κοινοτικές πρωτοβουλίες των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών Ταμείων για το χρονικό διάστημα 2000 - 2006 είναι :

1. **EQUAL**: διεθνική συνεργασία για την προώθηση νέων πρακτικών καταπολέμησης των πάσης φύσεως διακρίσεων και των ανισοτήτων στην πρόσβαση στην αγορά εργασίας
2. **LEADER+**: ανάπτυξη της υπαίθρου μέσω ολοκληρωμένων αναπτυξιακών προγραμμάτων και συνεργασίας ομάδων τοπικής δράσης
3. **URBAN II**: οικονομική και κοινωνική ανασυγκρότηση των πόλεων και των συνοικιών που αντιμετωπίζουν κρίση, ώστε να προωθηθεί η βιώσιμη αστική ανάπτυξη.
4. **INTERREG III**: διασυνοριακή, διεθνική και διαπεριφερειακή συνεργασία που αποβλέπει στην τόνωση της ανάπτυξης και σε ισόρροπη και αρμονική διευθέτηση του ευρωπαϊκού εδάφους.

Ο συνολικός προϋπολογισμός των Κοινοτικών Πρωτοβουλιών ανέρχεται σε 1,44 δις ευρώ, εκ των οποίων η κοινοτική συμμετοχή είναι 918 εκατ. ευρώ.

Το πεδίο εφαρμογής κάθε κοινοτικής πρωτοβουλίας που χρηματοδοτείται από ένα μόνο Διαρθρωτικό Ταμείο (το INTERREG III και το URBAN II από το ΕΤΠΑ, το EQUAL από το ΕΚΤ και το LEADER+ από το ΕΓΤΠΕ - Τμήμα Προσανατολισμού) μπορεί να διευρυνθεί ώστε να περιλαμβάνει όλα τα προβλεπόμενα μέτρα. Τα επιλέξιμα μέτρα για κάθε κοινοτική πρωτοβουλία ορίζονται στους Προσανατολισμούς της Επιτροπής.

8.2.1 Κοινοτική Πρωτοβουλία LEADER+

Η LEADER+ είναι μια πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που έχει ως βασικό σκοπό τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων της υπαίθρου και την προσέλκυση των νέων, μέσω της υλοποίησης πλέγματος δράσεων που ικανοποιούν παράλληλα τις εθνικές και κοινοτικές προτεραιότητες για τη Γ΄ Προγραμματική Περίοδο (απασχόληση, ισότητα, προστασία του περιβάλλοντος κ.λπ).

Επιδίωξη της πρωτοβουλίας είναι η ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας των αγροτικών περιοχών, με την καλύτερη αξιοποίηση των φυσικών, ανθρώπινων και οικονομικών πόρων τους, την ανακάλυψη νέων πηγών εισοδήματος και την παράλληλη προστασία της φυσικής και πολιτισμικής κληρονομιάς.

Στα πλαίσια της LEADER+, οι άνθρωποι της υπαίθρου:

- συμμετέχουν ενεργά και αποφασίζουν οι ίδιοι για την αναπτυξιακή προσπάθεια που γίνεται στην περιοχή τους,
- προβαίνουν σε μικρές επενδύσεις και δημιουργούν, παράλληλα, έναν ιδιαίτερα παραγωγικό ιστό,
- ενεργούν συλλογικά και μέσα από δίκτυα (clusters), στηρίζουν επιχειρηματικές δραστηριότητες και
- κάνουν οι ίδιοι πράξη όσα οραματίζονται για τον τόπο τους.

Για τους παραπάνω λόγους, τα κέντρα λήψης αποφάσεων δεν βρίσκονται σε κάποιο απομακρυσμένο από τα προβλήματα της υπαίθρου γραφείο κεντρικής υπηρεσίας αλλά εκεί, στη δική τους περιοχή.

Η σημασία του plus (+) στο LEADER

Παρά το γεγονός ότι το LEADER διατηρεί το περιεχόμενο των προηγούμενων εφαρμογών (LEADER I και LEADER II), ωστόσο, υπάρχει μια διαφοροποίηση που εκφράζεται με την προσθήκη του + (plus = επιπλέον). Το LEADER+ επιδιώκει, δηλαδή, κάτι επιπλέον απ' αυτό που πρόσφεραν οι προηγούμενες εφαρμογές και εξακολουθούν να δίνουν σήμερα τα υπόλοιπα προγράμματα του Γ' Κ.Π.Σ

Οι αναπτυξιακοί στόχοι του LEADER+

Το Εθνικό Πρόγραμμα LEADER+ έχει δύο γενικούς αναπτυξιακούς στόχους:

1ος ΣΤΟΧΟΣ: Η ολοκληρωμένη, υψηλής ποιότητας, αειφόρος ανάπτυξη της υπαίθρου, μέσω πιλοτικών εφαρμογών.

2ος ΣΤΟΧΟΣ: Η ενίσχυση της προσπάθειας για άρση της απομόνωσης των περιοχών, σε όλα τα επίπεδα της οικονομικής και κοινωνικής ζωής.

Οι στόχοι αυτοί επιτυγχάνονται τοπικά με την εφαρμογή μιας ολοκληρωμένης στρατηγικής, η οποία διαρθρώνεται γύρω από ένα σημαντικό θέμα, που χαρακτηρίζει την ταυτότητα της περιοχής, το "Θέμα Συσπείρωσης". Τα "θέματα συσπείρωσης" των τοπικών προγραμμάτων της χώρα μας είναι:

- των περιοχών κοινοτικού ενδιαφέροντος NATURA 2000. Η βελτίωση της ποιότητας ζωής στις περιοχές εφαρμογής.
- Η χρήση σύγχρονης τεχνολογίας και τεχνογνωσίας για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας προϊόντων και υπηρεσιών.
- Η αξιοποίηση των τοπικών προϊόντων και η διευκόλυνση της πρόσβασης στις αγορές με την ενδυνάμωση διακλαδικών και διατομεακών σχέσεων, κυρίως για μικρές παραγωγικές μονάδες.
- Η αξιοποίηση, προστασία και ανάδειξη φυσικών και πολιτιστικών πόρων, συμπεριλαμβανομένης της αξιοποίησης

8.2.2 Κοινοτική Πρωτοβουλία URBAN

Η URBAN είναι μία από τις τέσσερις ΚΟΙΝΟΤΙΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ στο πλαίσιο των διαρθρωτικών ταμείων της ΕΕ.

Στη σημερινή Ευρώπη πολλά ουσιαστικά προβλήματα – κοινωνικά, οικονομικά, περιβαλλοντικά - εμφανίζονται κυρίως στα αστικά κέντρα. Το 80% περίπου των Ευρωπαίων ζουν σε πόλεις. Αυτό καθιστά την Ευρωπαϊκή Ένωση την πλέον αστικοποιημένη περιοχή του κόσμου. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναγνωρίζοντας ότι απαιτείται να δοθεί, σε κοινοτικό επίπεδο, μεγαλύτερη προσοχή στα προβλήματα των πόλεων προχώρησε στην ανάληψη της

κοινοτικής πρωτοβουλίας URBAN που αφορά την οικονομική και κοινωνική αναζωογόνηση πόλεων και οικισμών σε κρίση, ώστε να προωθηθεί η αειφόρος αστική ανάπτυξη.

Οι στόχοι της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας URBAN

- η συμβολή στην αναζήτηση ολοκληρωμένων και βιώσιμων παρεμβάσεων, οι οποίες θα αντιμετωπίσουν το ιδιαίτερα οξύ κοινωνικό πρόβλημα της κρίσης των πολυάριθμων αστικών κέντρων, με ενέργειες κοινωνικής και οικονομικής εξυγίανσης, ανανέωσης των υποδομών και των εξοπλισμών και βελτίωσης του περιβάλλοντος.
- η προώθηση της διαμόρφωσης και εφαρμογής ιδιαίτερα καινοτόμων στρατηγικών για την αειφόρο οικονομική και κοινωνική αναζωογόνηση μικρού και μεσαίου μεγέθους κωμοπόλεων και πόλεων ή μειονεκτικών αστικών περιοχών σε μεγαλύτερες πόλεις,
- η ανάπτυξη της γνώσης και η ανταλλαγή εμπειριών και ορθών πρακτικών στον αστικό χώρο, σε σχέση με οικονομικά, κοινωνικά, περιβαλλοντικά και διοικητικά θέματα, για την αειφόρο αστική αναζωογόνηση και ανάπτυξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

8.2.3 Κοινοτική Πρωτοβουλία INTERREG III

Το INTERREG III είναι μια Κοινοτική Πρωτοβουλία που έχει ως στόχο να προωθήσει τη διασυνοριακή, τη διακρατική και τη διαπεριφερειακή συνεργασία στην Ευρωπαϊκή Ένωση για την χρηματοδοτική περίοδο 2000-2006 και συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ).

Αυτή η νέα φάση της Πρωτοβουλίας INTERREG σχεδιάστηκε για να ενισχύσει την οικονομική και κοινωνική συνοχή σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση, με την ενθάρρυνση της ισόρροπης ανάπτυξης της Ηπείρου. Ιδιαίτερη έμφαση

έχει δοθεί στην ενσωμάτωση απομακρυσμένων περιοχών και των περιοχών που συνορεύουν με τις υποψήφιες χώρες .

Η Κοινοτική Πρωτοβουλία INTERREG III διακρίνεται σε 3 Δέσμες:

- **Δέσμη Α'** - Διασυνοριακή συνεργασία, μεταξύ αρχών γειτονικών κρατών με στόχο την ανάπτυξη κοινών στρατηγικών και πολιτικών για μια ολοκληρωμένη περιφερειακή και αειφόρο χωροταξική ανάπτυξη.
- **Δέσμη Β'** - Διακρατική συνεργασία, μεταξύ κρατικών, περιφερειακών και τοπικών αυτοδιοικήσεων, ώστε να επιτευχθεί αειφόρος, αρμονική και ισόρροπη ανάπτυξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση και ικανοποιητικότερη χωροταξική ολοκλήρωση με υποψήφιες και άλλες γειτονικές χώρες.
- **Δέσμη Γ'** - Διαπεριφερειακή συνεργασία, με στόχο την βελτίωση της αποτελεσματικότητας των πολιτικών και μέσων για την περιφερειακή ανάπτυξη και συνοχή

8.3 Κοινοτική πρωτοβουλία EQUAL

Κατά την περίοδο 1994-1999, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο στήριξε δύο κοινοτικές πρωτοβουλίες :

- Την πρωτοβουλία ADAPT, η οποία είχε ως στόχο την προσαρμογή του εργατικού δυναμικού στη βιομηχανική αλλαγή και τη βελτίωση των μηχανισμών λειτουργίας της αγοράς εργασίας, με σκοπό την εκ νέου προώθηση της ανάπτυξης, της απασχόλησης και της ανταγωνιστικότητας
- Την πρωτοβουλία EMPLOYMENT, η οποία είχε ως στόχο την στήριξη ομάδων που αντιμετωπίζουν προβλήματα στην πρόσβασή τους στην αγορά εργασίας.

Για την περίοδο 2000-2006, η νέα κοινοτική πρωτοβουλία EQUAL, συνεχίζει τη δράση των πρωτοβουλιών ADAPT και EMPLOYMENT.

Το Πρόγραμμα έχει σχεδιαστεί για να στηρίζει μια οριζόντια προσέγγιση στις πολιτικές και τις υπηρεσίες προς τις οποίες θα έχουν πρόσβαση πολλαπλές κατηγορίες αποκλεισμένων ή απειλούμενων από αποκλεισμό από την αγορά εργασίας ομάδων και να αντιμετωπίσει την αποσπασματικότητα και την έλλειψη συντονισμού των εφαρμοζόμενων πολιτικών. Έχει δομηθεί πάνω σε εννέα θεματικά πεδία – μέτρα. Οκτώ από αυτά βασίζονται στους τέσσερις πυλώνες της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για την Απασχόληση, ενώ το ένατο καλύπτει τις ανάγκες των αιτούντων άσυλο.

Βασικές Αρχές Υλοποίησης του Προγράμματος αποτελούν :

- Οι Αναπτυξιακές Συμπράξεις (Α.Σ.) ως ισχυρές και δεσμευτικές συμφωνίες φορέων
- Η διακρατικότητα μέσω της ανταλλαγής εμπειριών και τεχνογνωσίας και της ανάπτυξης κοινών δράσεων στα θεματικά αντικείμενα της EQUAL
- Η καινοτομία ως προς τις διαδικασίες και τις μεθόδους, τους στόχους και το περιεχόμενο των ενεργειών
- Η ενδυνάμωση ως ενεργός συμμετοχή των ομάδων στόχου στην επιλογή και υλοποίηση των προτεινόμενων παρεμβάσεων
- Η οριζόντια προσέγγιση στην προώθηση της ισότητας ανδρών και γυναικών
- Η ενσωμάτωση (mainstreaming) των καινοτόμων προσεγγίσεων στον κεντρικό κορμό των εθνικών πολιτικών για την απασχόληση

Στόχοι

Ο αντικειμενικός στόχος της κοινοτικής πρωτοβουλίας EQUAL, όπως αυτός ορίζεται στο άρθρο 20 παράγραφος 1(δ) του νέου κανονισμού (ΕΚ) 1260/99 περί γενικών διατάξεων των Διαρθρωτικών Ταμείων, είναι:

Η ενίσχυση της διακρατικής συνεργασίας των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την προώθηση νέων μέσων καταπολέμησης όλων των μορφών αποκλεισμού, διακρίσεων και ανισοτήτων στην αγορά εργασίας.

Η νέα πρωτοβουλία EQUAL πρέπει επίσης :

1. Να προωθήσει ενεργά τη μεγαλύτερη συμμετοχή των επιχειρήσεων ή των δικτύων επιχειρήσεων, των κοινωνικών εταίρων και των τοπικών ή περιφερειακών ομάδων
2. Να εμποδίσει την κατασπατάληση των οικονομικών πόρων σε σχέδια μικρού μεγέθους που μπορεί να δυσχεράνει τη δημιουργία διεθνών εταιρικών σχέσεων και να μειώσει την αποτελεσματικότητα των σχεδίων
3. Να δημιουργήσει ένα κανονιστικό πλαίσιο, ώστε να προωθηθεί η καινοτομία και η διεθνής συνεργασία, και να μην επιτρέψει την εφαρμογή πολύπλοκων διαδικασιών με υψηλό κόστος διαχείρισης
4. Να λάβει υπόψη τα οριζόντια θέματα που αφορούν διάφορες ομάδες στόχους και ειδικές τοπικές ή περιφερειακές καταστάσεις.

Κοινώς, οι γενικοί στόχοι του Προγράμματος είναι:

- Η βελτίωση της απασχολησιμότητας μέσα από :
 - ❖ Τη διευκόλυνση της πρόσβασης και επιστροφής στην αγορά εργασίας των ομάδων που υφίστανται διακρίσεις
 - ❖ Την καταπολέμηση του ρατσισμού και της ξενοφοβίας σε σχέση με την αγορά εργασίας
- Η ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος μέσα από :
 - ❖ Τη βελτίωση της πρόσβασης στη διαδικασία δημιουργίας μιας επιχείρησης
 - ❖ Την ενίσχυση της κοινωνικής οικονομίας
- Η ενθάρρυνση της προσαρμοστικότητας των επιχειρήσεων και των απασχολουμένων μέσα από :

- ❖ Την προώθηση της δια βίου μάθησης και των εργασιακών πρακτικών ενσωμάτωσης
- ❖ Την υποστήριξη της προσαρμοστικότητας των εταιριών και των εργαζομένων
- Η ενίσχυση των πολιτικών ίσων ευκαιριών για άνδρες και γυναίκες μέσα από :
 - ❖ Τον συνδυασμό οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής
 - ❖ Την ενθάρρυνση της κατάργησης του επαγγελματικού διαχωρισμού
- Η υποστήριξη της κοινωνικής και επαγγελματικής ένταξης των αιτούντων άσυλο

Ενδεικτικά αναφέρεται ότι άμεσα επωφελούμενες ομάδες μπορούν να αποτελούν οι νέοι, οι γυναίκες, τα άτομα με ειδικές ανάγκες, οι απασχολούμενοι με ελλιπή εκπαίδευση, οι παλιννοστούντες, οι μετανάστες, οι πρόσφυγες, οι φυλακισμένοι, οι αποφυλακισμένοι, οι ανήλικοι παραβάτες, οι τσιγγάνοι, οι Πομάκοι και τα ανεξαρτημένα άτομα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

ΠΕΙΡΑΝ

ΠΕΙΡΑΝ* – Πρόγραμμα εφαρμογής κοινωνικής δικαιοχρησίας για άνεργους νέους

* ΠΕΙΡΑΝ, απαρέμφατο του αρχαίου ρήματος πειράω – ώ: Προχωρώ προς τα εμπρός, προσπαθώ, πειραματίζομαι.

Με ευθύνη της ΜΕΝΤΩΡ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ (Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης Εθνικής εμβέλειας) υποβλήθηκε στην Κοινοτική Πρωτοβουλία EQUAL (Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων) το σχέδιο ΠΕΙΡΑΝ – ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗΣ (FRANCHISING) ΓΙΑ ΑΝΕΡΓΟΥΣ ΝΕΟΥΣ.

Το ΠΕΙΡΑΝ υλοποιείται από τον Σεπτέμβριο του 2002. Η ΔΕΚΑ.Α είναι ένας από τους βασικούς εταίρους του φορέα, που θα υλοποιήσει το πρόγραμμα, στον οποίο συμμετέχουν αναπτυξιακοί και άλλοι φορείς από τις Περιφέρειες Δυτικής Ελλάδας, Πελοποννήσου Ηπείρου, και Βορείου Αιγαίου.

Σκοπός του ΠΕΙΡΑΝ είναι η ανάπτυξη μηχανισμών δημιουργίας και υποστήριξης εναλλακτικής κοινωνικής επιχειρηματικότητας, στους τομείς της παραγωγής, τυποποίησης και εμπορίας παραδοσιακών και εναλλακτικών προϊόντων, μέσω της ανάδειξης των τοπικών πολιτιστικών χαρακτηριστικών.

Η ιδέα του σχεδίου βασίστηκε στην εμπειρία που αποκτήθηκε από την δημιουργία τριών συνεταιρισμών στο Πλαίσιο της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ, του Συνεταιρισμού ΡΟΤΑ, του Συνεταιρισμού το Σπίτι του Κρασιού της Κεφαλλονιάς ΟΙΝΟΘΗΚΗ ΒΙΝΑΡΙΕΣ και του Συνεταιρισμού ΣΠΟΡΑ ΣΥΝ.ΠΕ (Αγρίνιο) που δημιουργήθηκε από το Πρόγραμμα Youthstart-ΣΠΟΡΑ (παραγωγή τυποποίηση, εμπόριο προϊόντων βιολογικής καλλιέργειας.

Πιο συγκεκριμένα μέσω του σχεδίου προβλέπεται να δημιουργηθούν νέοι κοινωνικοί συνεταιρισμοί, στις περιοχές εφαρμογής του σχεδίου, οι οποίοι θα λειτουργούν σύμφωνα με το μοντέλο της κοινωνικής δικαιοχρησίας.

Ομάδα στόχος του ΠΕΙΡΑΝ είναι άνεργοι νέοι με ελλιπή προσόντα, κάτοικοι απομακρυσμένων αστικών, ημιαστικών και αγροτικών περιοχών (με έμφαση στις άνεργες νέες γυναίκες και άτομα με κινητικές δυσκολίες)

9.1 Σύνθεση της ΔΙΑΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗΣ ΣΥΜΠΡΑΞΗΣ ΠΕΙΡΑΝ (ανά κατηγορία οργανισμών)

Η «ΠΕΙΡΑΝ ΕΠΕ» ιδρύθηκε το 2005 στο πλαίσιο της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας EQUAL, με τη χρηματοδότηση του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου. Όραμα της ΠΕΙΡΑΝ ΕΠΕ είναι η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, μέσω του συστήματος της κοινωνικής δικαιοχρησίας.

Η ΠΕΙΡΑΝ ΕΠΕ (Δικαιοπάροχος):

1. υποστηρίζει νέους ανέργους στη δημιουργία κοινωνικών επιχειρήσεων (Δικαιοδόχοι) που έχουν ως αντικείμενο την παραγωγή, τυποποίηση και εμπορία παραδοσιακών, βιολογικών και εναλλακτικών προϊόντων
2. συντονίζει και υποστηρίζει επιχειρηματικά το δίκτυο αυτών των κοινωνικών επιχειρήσεων, παρέχοντάς τους ενιαίο εμπορικό σήμα, επιχειρηματική τεχνογνωσία, διαφήμιση, σύστημα προμηθειών, χρηματοδοτήσεων κ.λ.π.
3. αναπτύσσει το δίκτυο με την ένταξη σε αυτό νέων Δικαιοδόχων.

Οι δραστηριότητες των μελών εξαντλούνται στην παραγωγή, τυποποίηση, χονδρική και λιανική εμπορία πιστοποιημένων βιολογικών προϊόντων Ελληνικών και εισαγωγής και παραδοσιακών ελληνικών προϊόντων. Επίσης

διοργανώνουν εκδηλώσεις και παρέχουν υπηρεσίες τουριστικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος.

Οργανισμοί / Ιδρύματα

- Μέντωρ Εκπαιδευτική – Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης (Συντονιστής της Αναπτυξιακής Σύμπραξης)
- Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πάτρας
- ΣΤΟΧΟΣ ΣΥΝ.ΠΕ. – Συνεταιριστική Τράπεζα Ιωαννίνων
- WEST NET – Δικτυακές Υπηρεσίες Δυτικής Ελλάδας
- THESIS – Ολοκληρωμένες Συμβουλευτικές Υπηρεσίες

Τοπική Αυτοδιοίκηση / Αναπτυξιακές επιχειρήσεις

- Γενική Γραμματεία Περιφέρειας Ηπείρου
- Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ιωαννίνων
- Δήμος Αγρινίου
- Δ.Ε.Κ.Α.Α. – Δημοτική Επιχείρηση Κοινωνικής Ανάπτυξης Αργοστολίου
- Α.Σ.Η.Κ. – Αγροτική Συνεταιριστική Ηπείρου – Κέρκυρας
- Κ.Τ.Α.Δ.Α. – Κέντρο Τοπικής Ανάπτυξης Δυτικής Αχαΐας
- ΑΕΝΑΑ – Αναπτυξιακή Εταιρεία Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Λέσβου
- Νομαρχιακή Επιχείρηση Ανάπτυξης Νομού Σάμου
- Αναπτυξιακή Εταιρεία Πάρνωνα

Συνεταιριστικές επιχειρήσεις (δημιουργήθηκαν στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής

Πρωτοβουλίας ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ)

- Συνεταιρισμός ΡΟΤΑ – Το Καφενείο της Καμπάνας HORIZON)
- Συνεταιρισμός Παραγωγής και Εμπορίας Βιολογικών Προϊόντων Νομού Αιτωλοακαρνανίας ΣΠΟΡΑ ΣΥΝ. ΠΕ. (YOUTHSTART)

- ΟΙΝΟΘΗΚΗ ΒΙΝΑΡΙΕΣ – Συνεταιρισμός εμπορίας, προβολής και προώθησης του κεφαλλονίτικου κρασιού (YOUTHSTART)

Η σύνθεση της Διαπεριφερειακής Αναπτυξιακής Σύμπραξης ΠΕΙΡΑΝ ανταποκρίνεται στο κεντρικό πρόβλημα που θα αντιμετωπιστεί και συγκεκριμένα στη διαμόρφωση του κατάλληλου επιχειρηματικού κλίματος και την ανάδειξη νέων καινοτόμων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στον τρίτο τομέα της οικονομίας σε απομακρυσμένες ημιαστικές και αγροτικές περιοχές των Διοικητικών περιφερειών Δυτικής Ελλάδας, Ιόνιων Νήσων, Ηπείρου, Πελοποννήσου και Βορείου Αιγαίου.

Συγκεκριμένα, το κεντρικό πρόβλημα οριοθετείται από :

1. Τη δυσκολία ανάληψης επιχειρηματικής δραστηριότητας στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας από νέους απομακρυσμένων περιοχών της χώρας
2. Την έλλειψη δομών στήριξης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας
3. Την ελλιπή πρόσβαση των ανέργων νέων αυτών των περιοχών στις υπηρεσίες ενημέρωσης, χρηματοδότησης και κάλυψης των ελλειμμάτων επαγγελματικής κατάρτισης
4. Την έλλειψη ποιοτικών θέσεων εργασίας σε εναλλακτικούς τομείς της κοινωνικής οικονομίας
5. Την απουσία επικοινωνίας και δικτύωσης των δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στους τομείς αυτούς

Η συγκρότηση της προτεινόμενης Αναπτυξιακής Σύμπραξης στοχεύει στην αντιμετώπιση των παραπάνω ζητημάτων, μέσω της πολυεπίπεδης και αντιπροσωπευτικής της σύνθεσης, ειδικά ως προς την προηγούμενη εμπειρία και τεχνογνωσία των φορέων που τη συγκροτούν, αλλά και τις δυνατότητές τους να συμβάλλουν αποτελεσματικά στην επίτευξη του κεντρικού σκοπού και

των βασικών στόχων της προτεινόμενης Αναπτυξιακής Σύμπραξης και ειδικότερα :

1. Στην προώθηση της εναλλακτικής κοινωνικής επιχειρηματικότητας ανέργων νέων με ελλιπή προσόντα, με έμφαση σε νέες γυναίκες και άτομα με κινητικές δυσκολίες, οι οποίοι ζουν σε απομακρυσμένες ημιαστικές και αγροτικές περιοχές των Περιφερειών Δυτικής Ελλάδας, Ιόνιων Νήσων, Ηπείρου, Πελοποννήσου και Βορείου Αιγαίου
2. Στη δημιουργία και λειτουργία νέων κοινωνικών επιχειρήσεων, με την εφαρμογή καινοτομικού συστήματος κοινωνικής δικαιοσύνης
3. Στην αξιοποίηση τοπικών πόρων και εναλλακτικών κοιτασμάτων απασχόλησης για την ανάπτυξη συνεταιριστικής επιχειρηματικής δραστηριότητας
4. Στην ανάπτυξη μηχανισμών προώθησης, μεταφοράς και ανταλλαγής της επιχειρηματικής τεχνογνωσίας στον τρίτο τομέα
5. Στην ενεργοποίηση φορέων άσκησης πολιτικής σε τοπικό, αλλά κυρίως σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο στην κατεύθυνση της ευρύτερης δυνατής διάδοσης των βασικών καινοτομικών στοιχείων του προτεινόμενου έργου, και κυρίως του συστήματος της κοινωνικής δικαιοσύνης.

Ως προς την καταλληλότητα των φορέων της προτεινόμενης Αναπτυξιακής Σύμπραξης να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα, να υλοποιήσουν τις προτεινόμενες δράσεις και να αξιοποιήσουν μελλοντικά τα αποτελέσματά του, σημειώνουμε τα ακόλουθα:

- Ο Συντονιστής εταίρος του έργου (Μέντωρ Εκπαιδευτική) διαθέτει προηγούμενη εμπειρία συντονισμού παρόμοιων έργων, τόσο σε εθνικό, όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Σημαντικό τμήμα των δραστηριοτήτων του Συντονιστή εταίρου παρουσιάζει άμεση

συνάφεια με τις επιμέρους δράσεις του προτεινόμενου έργου. Σημειώνουμε, επίσης την ευρεία γεωγραφική διασπορά τόσο των υποδομών, όσο και των δραστηριοτήτων του Συντονιστή εταιρού: κατά το παρελθόν έχει υλοποιήσει προγράμματα κατάρτισης, αλλά και ολοκληρωμένα προγράμματα σε όλες τις διοικητικές Περιφέρειες της χώρας, ενώ διαθέτει επτά μόνιμες δομές σε πέντε διοικητικές Περιφέρειες.

- Στην Αναπτυξιακή Σύμπραξη συμμετέχουν έξη αναπτυξιακές εταιρείες, οι οποίες καλύπτουν όλες τις Περιφέρειες παρέμβασης του προτεινόμενου έργου. Κατά τη συγκρότηση της προτεινόμενης Αναπτυξιακής Σύμπραξης δόθηκε ιδιαίτερη βαρύτητα στην κάλυψη της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου, λόγω της νησιωτικότητας και του γεωγραφικού ανάγλυφου των περιοχών που περιλαμβάνει. Για το λόγο αυτό συμμετέχουν στην προτεινόμενη Αναπτυξιακή Σύμπραξη οι αναπτυξιακές εταιρείες των δύο μεγαλύτερων νομών της Περιφέρειας (Αναπτυξιακή Εταιρεία Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Λέσβου και Νομαρχιακή Επιχείρηση Ανάπτυξης Νομού Σάμου). Όλες οι αναπτυξιακές εταιρείες διαθέτουν προηγούμενη εμπειρία και τεχνογνωσία σε σχέση με τους στόχους της Αναπτυξιακής Σύμπραξης και είναι σε θέση να κινητοποιήσουν το ανθρώπινο δυναμικό των περιοχών που καλύπτουν στην κατεύθυνση ανάληψης σχετικών δράσεων. Επίσης, οι παρεμβάσεις που υλοποιούν οι αναπτυξιακές εταιρείες χαρακτηρίζονται από συνέχεια στο χρόνο, συνέπεια στις βασικές στοχεύσεις και κατευθύνσεις, ευρεία και διαρκή αξιοποίηση των αποτελεσμάτων.
- Η συμμετοχή τριών συνεταιριστικών επιχειρήσεων («ΣΠΟΡΑ ΣΥΝ.ΠΕ.», «ΟΙΝΟΘΗΚΗ ΒΙΝΑΡΙΕΣ - Το σπίτι του Κεφαλλονίτικου κρασιού» και «ΡΟΤΑ - Το Καφενείο της

Καμπάνας») συνεισφέρει άμεσα στην υλοποίηση των βασικών στόχων του έργου. Οι συμμετέχοντες στους τρεις συνεταιρισμούς, καταρτιζόμενοι προγραμμάτων του β' κύκλου υλοποίησης της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ, αναμένεται να συνεισφέρουν στην ενεργοποίηση και ενδυνάμωση της ομάδας-στόχου. Επίσης, θα συνεισφέρουν στη διαρκή υποστήριξη προς τους συμμετέχοντες στις νέες επιχειρήσεις που θα δημιουργηθούν, μεταφέροντας την εμπειρία και την τεχνογνωσία που αποκτήθηκε από την ίδρυση και λειτουργία των συνεταιριστικών τους επιχειρήσεων.

- Οι δύο εταίροι που κατά κύριο λόγο έχουν την επιστημονική ευθύνη της διεξαγωγής των μελετών του προτεινόμενου έργου (Τ.Ε.Ι. Πάτρας και THESIS) διαθέτουν σημαντική εμπειρία στο πεδίο αυτό έχοντας αναλάβει κατά το παρελθόν μεγάλο αριθμό παρόμοιων μελετητικών έργων. Σημειώνουμε ότι από το ΤΕΙ Πάτρας συμμετέχει το τμήμα του οποίου το βασικό αντικείμενο αναφέρεται στον επιχειρηματικό σχεδιασμό (Τμήμα Επιχειρηματικού Σχεδιασμού και Πληροφορικών Συστημάτων). Επίσης, για την εκπόνηση της χρηματοοικονομικής μελέτης και την ανάπτυξη προτύπων εργαλείων χρηματοδότησης των συνεταιριστικών επιχειρήσεων που θα δημιουργηθούν με το σύστημα της κοινωνικής δικαιόχρησης, συμμετέχει στην Αναπτυξιακή Σύμπραξη η Συνεταιριστική Τράπεζα Ιωαννίνων «ΣΤΟΧΟΣ».
- Οι οργανισμοί πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας τοπικής αυτοδιοίκησης συμμετέχουν στην προτεινόμενη Αναπτυξιακή Σύμπραξη για τη στήριξη των νέων επιχειρήσεων, αλλά και την ευρύτερη δυνατή διάδοση του συστήματος της κοινωνικής δικαιόχρησης. Οι οργανισμοί αυτοί έχουν συμμετάσχει κατά το

παρελθόν στην υλοποίηση προγραμμάτων του β' κύκλου της Κοινοτικής Πρωτοβουλίας ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ και έχουν δημιουργήσει δομές πληροφόρησης και υποστήριξης οι οποίες συνεχίζουν να λειτουργούν. Τόσο η συμμετοχή των οργανισμών τοπικής αυτοδιοίκησης, όσο κυρίως η συμμετοχή της Γενικής Γραμματείας Περιφέρειας Ηπείρου, αποκεντρωμένης διοικητικής μονάδας του κρατικού μηχανισμού, αναμένεται να συνεισφέρει ιδιαίτερα στην υλοποίηση των στόχων της Αναπτυξιακής Σύμπραξης.

- Η συμμετοχή της εταιρείας νέων τεχνολογιών και παροχής υπηρεσιών Internet (West Net) στην προτεινόμενη Αναπτυξιακή Σύμπραξη διασφαλίζει από τεχνολογική άποψη την απρόσκοπτη υλοποίηση των επιμέρους δράσεων δικτύωσης και την ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών σε όσες από τις διαστάσεις της προτεινόμενης παρέμβασης κρίνεται αναγκαίο. Σημειώνουμε ότι η West Net διαθέτει περισσότερα από 100 σημεία πώλησης στις περιοχές εφαρμογής του προτεινόμενου έργου, υποστηρίζει περισσότερους από 3000 συνδρομητές Internet, παρέχει υπηρεσίες Internet σε 150 εταιρείες και οργανισμούς σε ολόκληρη τη χώρα, ενώ έχει αναπτύξει εξειδικευμένα προϊόντα λογισμικού.

Επιπροσθέτως, και με βάση τα όσα αναφέρθηκαν, σημειώνουμε ότι η σύνθεση της προτεινόμενης Αναπτυξιακής Σύμπραξης διακρίνεται από:

- Πληρότητα: ως προς το είδος, το πεδίο δραστηριότητας και την προηγούμενη εμπειρία και τεχνογνωσία των συμμετεχόντων εταίρων.
- Αντιπροσωπευτικότητα: στην προτεινόμενη Αναπτυξιακή Σύμπραξη συμμετέχουν 12 αντιπροσωπευτικοί φορείς των ομάδων-στόχου, σε

σύνολο 17 εταιρών (συνεταιριστικές επιχειρήσεις, αναπτυξιακές επιχειρήσεις, οργανισμοί τοπικής αυτοδιοίκησης).

- Επίσης η προτεινόμενη Αναπτυξιακή Σύμπραξη διακρίνεται από την ευρεία και ισόρροπη γεωγραφική κάλυψη των περιοχών παρέμβασης.

9.2 Αντικείμενο

Η προσαρμογή της επιχειρηματικότητας στις μεταβαλλόμενες κοινωνικές και οικονομικές συνθήκες αποτελεί βασικό παράγοντα εξοικείωσης του ανθρώπινου δυναμικού σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Στο πλαίσιο αυτό, ο τρίτος τομέας δημιουργεί νέες ευκαιρίες απασχόλησης για τους απειλούμενους από αποκλεισμό από την αγορά εργασίας και παρέχει διεξόδους για μια ανοικτή απασχόληση. Η οικονομική και κοινωνική σημασία της Κοινωνικής Οικονομίας αναγνωρίζεται ευρέως. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις καθίστανται πηγές επιχειρηματικότητας σε περιοχές όπου οι παραδοσιακές δομές απασχόλησης δεν είναι βιώσιμες.

Κεντρικός σκοπός του έργου «ΠΕΙΡΑΝ» είναι η ανάπτυξη ολοκληρωμένων μηχανισμών δημιουργίας και υποστήριξης εναλλακτικής κοινωνικής επιχειρηματικότητας στους τομείς της παραγωγής, τυποποίησης και εμπορίας παραδοσιακών και εναλλακτικών προϊόντων, με παράλληλες δράσεις ανάδειξης και αξιοποίησης των τοπικών πολιτιστικών και εναλλακτικών τουριστικών χαρακτηριστικών.

Επωφελούμενοι του έργου είναι άνεργοι νέοι και νέες, κάτοικοι απομακρυσμένων ορεινών και νησιωτικών περιοχών των Περιφερειών Δυτικής Ελλάδας, Ηπείρου, Ιονίων Νήσων, Πελοποννήσου, Βόρειου Αιγαίου, που αντιμετωπίζουν προβλήματα πρόσβασης στην αγορά εργασίας. Σε ένα τέτοιο πλαίσιο, το έργο ΠΕΙΡΑΝ συνιστά ολοκληρωμένη καινοτομική παρέμβαση στην κατεύθυνση της ανάπτυξης του συνεταιριστικού κοινωνικώς επιχειρείν, μέσω ενός συστήματος κοινωνικής δικαιοχρησίας. Πρόκειται για ένα σύστημα

προωθημένης προσέγγισης, μετεξέλιξης και επέκτασης παραδοσιακών αστικών συνεταιρισμών, με τη δημιουργία ενός πλέγματος κοινωνικών επιχειρήσεων - συνεταιρισμών (δικαιοδόχοι φορείς) που θα συντονίζονται και θα υποστηρίζονται από τον δικαιοπάροχο φορέα, στον οποίο θα συμμετέχουν ισότιμα όλοι οι δικαιοδόχοι.

Ο δικαιοπάροχος φορέας προβλέπεται να συγκροτηθεί από τρεις ήδη υπάρχοντες συνεταιρισμούς νέων οι οποίοι θα είναι και οι πρώτοι δικαιοδόχοι φορείς. Οι τρεις αυτοί συνεταιρισμοί νέων έχουν δημιουργηθεί και λειτουργούν με επιτυχία έως σήμερα, στο πλαίσιο της προηγούμενης Κοινοτικής Πρωτοβουλίας «ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ». Στο πλαίσιο του έργου «ΠΕΙΡΑΝ» οι παραπάνω συνεταιρισμοί προβλέπεται να ομογενοποιήσουν κατ' αρχήν τις επιχειρηματικές τους φυσιογνωμίες διευρύνοντας την κάθε μια από αυτές και να δημιουργήσουν μια νέα κοινωνική επιχείρηση, τον φορέα δικαιοπαροχής στον οποίο θα συμμετέχουν και οι τρεις ισότιμα. Ο δικαιοπάροχος φορέας θα έχει τον κλασικό ρόλο του μητρικού φορέα σε ένα δίκτυο δικαιοπαροχής, με μέλη κοινωνικές επιχειρήσεις. Το δίκτυο θα επεκτείνεται και θα λειτουργεί με το σύστημα δικαιοχρησίας, με δικαιοδόχους φορείς του δικτύου νέες κοινωνικές επιχειρήσεις - συνεταιρισμούς νέων από τις περιοχές εφαρμογής του «ΠΕΙΡΑΝ».

Οι νέες αυτές κοινωνικές επιχειρήσεις θα χρησιμοποιούν ενιαίο όνομα, ενιαία επιχειρηματική τεχνογνωσία, ενιαία διαφήμιση, ενιαίο σύστημα προμηθειών και χρηματοδοτήσεων κ.λ.π., ώστε να αντιμετωπίσουν ευκολότερα τις συνήθεις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις νέων, και συνεπώς να αυξήσουν στο μέγιστο βαθμό τις πιθανότητες επιτυχίας τους. Κάθε μια νέα τέτοια επιχείρηση ταυτόχρονα με την έναρξη λειτουργίας της, θα συμμετέχει και στην επιχείρηση δικαιοπαροχής με ίσο μερίδιο με όλες τις υπόλοιπες κοινωνικές επιχειρήσεις του δικτύου.

Συνεπώς, η επιχείρηση δικαιοπαροχής θα είναι πάντοτε κοινή επιχείρηση των κοινωνικών επιχειρήσεων του δικτύου στη βάση της ισοτιμίας και θα

αποτελεί ένα μόνιμο φορέα συνεχούς δημιουργίας νέας επιχειρηματικότητας στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, η οποία θα στηρίζεται στην ίδια την επιχειρηματικότητα των νέων στον τομέα αυτό (ανάπτυξη της κοινωνικής επιχειρηματικότητας δια του κοινωνικού επιχειρείν).

Οι στόχοι, οι δραστηριότητες και τα προϊόντα του προτεινόμενου έργου «ΠΕΙΡΑΝ» περιλαμβάνουν:

- Προώθηση της εναλλακτικής κοινωνικής επιχειρηματικότητας ανέργων νέων με ελλιπή προσόντα, με έμφαση σε νέες γυναίκες και άτομα με κινητικές δυσκολίες που διαμένουν σε απομακρυσμένες ημιαστικές και αγροτικές περιοχές των Περιφερειών Δυτικής Ελλάδας, Ηπείρου, Ιονίων Νήσων, Πελοποννήσου και Βόρειου Αιγαίου.
- Ενίσχυση της συμμετοχής των πολιτών, της αλληλεγγύης και της κοινωνικής συνοχής.
- Αξιοποίηση νέων, εναλλακτικών κοιτασμάτων απασχόλησης στον τρίτο τομέα, σε επιχειρηματική βάση. Πρόκειται για αξιοποίηση των τοπικών πόρων στους τομείς των παραδοσιακών και εναλλακτικών προϊόντων, με παράλληλες δράσεις ανάδειξης των τοπικών πολιτιστικών και παραδοσιακών χαρακτηριστικών.
- Ανάδειξη νέων, ποιοτικών θέσεων εργασίας και επιχειρηματικών πεδίων σε τοπικό επίπεδο μέσω της εφαρμογής μεθόδων ελέγχου, αξιολόγησης και πιστοποίησής τους.
- Εφαρμογή ολιστικής στήριξης για δημιουργία και λειτουργία νέων κοινωνικών επιχειρήσεων με το καινοτομικό σύστημα της «κοινωνικής δικαιοχρησίας».
- Ανάπτυξη μηχανισμών προώθησης, μεταφοράς και ανταλλαγής της επιχειρηματικής τεχνογνωσίας στον τρίτο τομέα.

- Δημιουργία και στελέχωση κοινωνικών επιχειρήσεων με σκοπό την προώθηση και τη στήριξη της επιχειρηματικότητας στον τρίτο τομέα.
- Δικτύωση και ενεργοποίηση των αρμοδίων φορέων για την ανάπτυξη και τυποποίηση μηχανισμών πολυεπίπεδης στήριξης της επιχειρηματικότητας ανέργων νέων απομακρυσμένων περιοχών στον τρίτο τομέα και διάδοσή τους σε τοπικό, περιφερειακό, κεντρικό και ευρωπαϊκό επίπεδο με στόχο την προώθηση της αειφόρου ανάπτυξης μέσω του κοινωνικώς επιχειρείν.
- Δημοσιοποίηση και διάδοση της καινοτομικής επιχειρηματικής πρακτικής του συστήματος της «κοινωνικής δικαιοχρησίας» και προώθηση της ενσωμάτωσής του στις κεντρικές πολιτικές και πρακτικές απασχόλησης.
- Ανάπτυξη καινοτόμων εκπαιδευτικών εργαλείων και μεθοδολογιών για υποψήφιους επιχειρηματίες στον τρίτο τομέα με χρήση των Νέων Τεχνολογιών και της Πληροφορικής.
- Διερεύνηση και εφαρμογή καινοτόμων μέσων και μεθόδων για την εξασφάλιση της βιωσιμότητας και την ενδυνάμωση της ανταγωνιστικότητας νέων κοινωνικών επιχειρήσεων.
- Σχεδιασμό και ανάπτυξη καινοτόμου προγράμματος κατάρτισης αφενός για την ομάδα-στόχο και, αφετέρου για εξειδικευμένους συμβούλους επιχειρηματικότητας για νέους υποψήφιους επιχειρηματίες του τρίτου τομέα.

Προκειμένου να προσδιοριστεί με σαφήνεια η εσωτερική συνοχή, η εγγενής αλληλουχία και η λογική διαδοχή των επιμέρους δράσεων του έργου «ΠΕΙΡΑΝ», έχουν τεθεί έξι συγκεκριμένοι άξονες κατηγοριοποίησης του συνόλου των δράσεων:

1. Έρευνες – μελέτες

- Μελέτη ανάλυσης αναγκών - διερεύνηση κοινωνικοοικονομικού προφίλ της ομάδας-στόχου
- Εντοπισμός πεδίων - κλειδιών επιχειρηματικής δραστηριότητας στον τρίτο τομέα
- Καταγραφή Μη Κυβερνητικών Οργανώσεων και οργανώσεων εθελοντικής βάσης στις Περιφέρειες εφαρμογής του έργου
- Διερεύνηση ανάπτυξης εναλλακτικών χρηματοδοτικών εργαλείων για συνεταιρισμούς κοινωνικού σκοπού
- Διερεύνηση ενσωμάτωσης καλών πρακτικών του σχεδίου σε κεντρική πολιτική

2. Ανάπτυξη υποστηρικτικών υποδομών

- Ανάπτυξη δικτύου υποστήριξης, παρακολούθησης, τεχνικοοικονομικής ενίσχυσης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας
- Ίδρυση και υποστήριξη της λειτουργίας του δικαιοπάροχου φορέα στήριξης των κοινωνικών επιχειρήσεων

3. Ανάπτυξη εργαλείων και μεθοδολογιών

- Ανάπτυξη καινοτόμων εκπαιδευτικών εργαλείων (CD-ROM προσομοίωσης δραστηριοτήτων συνεταιριστικών επιχειρήσεων)
- Ανάπτυξη εργαλείων υποστήριξης κοινωνικών συνεταιρισμών, με βάση τις νέες τεχνολογίες
- Εκπόνηση επιχειρηματικών σχεδίων για δομές επιχειρηματικότητας στην Κοινωνική Οικονομία

4. Ίδρυση συνεταιριστικών επιχειρήσεων με βάση το μοντέλο κοινωνικής δικαιοχρησίας

- Ίδρυση και υποστήριξη της λειτουργίας νέων κοινωνικών επιχειρήσεων μέσω της κοινωνικής δικαιοχρησίας
- Σύνδεση οικονομικών δραστηριοτήτων (παραδοσιακά εναλλακτικά προϊόντα) με πολιτιστικές δραστηριότητες, μέσω πακέτου δράσεων που αποσκοπούν στην αξιοποίηση τοπικών πολιτιστικών χαρακτηριστικών

5. Επαγγελματική κατάρτιση

- Επαγγελματική κατάρτιση ανέργων νέων κατοίκων απομακρυσμένων ημιαστικών - αγροτικών περιοχών των Περιφερειών Δυτικής Ελλάδας, Ηπείρου, Ιονίων Νήσων, Πελοποννήσου και Βόρειου Αιγαίου
- Εκπαίδευση συμβούλων υποστήριξης της ανάπτυξης και λειτουργίας δομών κοινωνικής επιχειρηματικότητας
- 6. Διάχυση και αξιολόγηση
- Διοργάνωση forum για την κοινωνική οικονομία
- Ανάπτυξη συστήματος αξιολόγησης
- Δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων του έργου, διάδοση του μοντέλου κοινωνικής δικαιοχρησίας και ενσωμάτωση στις εθνικές πολιτικές και πρακτικές

Το έργο ΠΕΙΡΑΝ συνιστά καινοτομική προσέγγιση στην ενίσχυση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και την προώθηση νέων μηχανισμών με στόχο την ανάπτυξη βιώσιμων και ποιοτικών συνεταιριστικών επιχειρήσεων και υπηρεσιών.

Τα καινοτομικά στοιχεία του έργου εντοπίζονται στα εξής:

- Καινοτομία ως προς τη μεθοδολογία και τους επιχειρηματικούς στόχους: Το έργο «ΠΕΙΡΑΝ» στοχεύει στην δημιουργία κοινωνικών συνεταιρισμών, οι οποίοι θα λειτουργούν βάσει του συστήματος της κοινωνικής δικαιοχρησίας. Οι επιχειρηματικοί στόχοι στην περίπτωση αυτή ενέχουν και κοινωνικό χαρακτήρα, αφού προωθείται η συνεταιριστική επιχειρηματικότητα ανέργων νέων με ελλιπή προσόντα και ατόμων με κινητικές δυσκολίες, στους οποίους δίνεται η δυνατότητα να αναπτύξουν το δυναμικό τους, να επιμορφωθούν και να καλλιεργήσουν επιχειρηματική κουλτούρα. Μέσω του συστήματος αυτού, η κοινή επιχείρηση των δικαιούχων κοινωνικών επιχειρήσεων (δικαιοπάροχος) θα καθοδηγεί και θα υποστηρίζει επιχειρηματικά τις υπόλοιπες κοινωνικές επιχειρήσεις, θα τις εφοδιάζει με συγκεκριμένα διακριτικά χαρακτηριστικά, θα προωθεί τα προϊόντα τους σε ενιαίο δίκτυο πωλήσεων και θα εφαρμόζει κοινή στρατηγική ανάπτυξης. § Βασικό καινοτομικό στοιχείο του έργου ΠΕΙΡΑΝ αποτελεί η αξιοποίηση των υφιστάμενων δομών των τριών συνεταιριστικών επιχειρήσεων που δημιουργήθηκαν στο πλαίσιο της προηγούμενης πρωτοβουλίας. Με τον τρόπο αυτό, επιτυγχάνεται η αξιοποίηση της υπάρχουσας τεχνογνωσίας, εφαρμόζονται ευρύτερα οι διαπιστωμένες καλές πρακτικές έργων των προηγούμενων πρωτοβουλιών, ενδυναμώνεται στην πράξη η ομάδα-στόχος μέσω του αποδεδειγμένου προηγούμενου καλού παραδείγματος.
- Το έργο «ΠΕΙΡΑΝ» παρουσιάζει υψηλό βαθμό καινοτομίας στη θεματική των νέων πεδίων δράσης που ενσωματώνει στην κοινωνική οικονομία: έως σήμερα, οι ελάχιστοι οργανισμοί που δραστηριοποιούνται στο πεδίο της κοινωνικής οικονομίας, ασχολούνται με παραδοσιακά επαγγέλματα, όπως η προσφορά βοήθειας στο σπίτι για ανθρώπους τρίτης ηλικίας ή η διευκόλυνση ατόμων με ειδικές ανάγκες.

Τέτοιου τύπου δραστηριότητες, αν και ενέχουν τη διάσταση του κοινωνικού σκοπού και της προσφοράς στην κοινότητα, εντούτοις δεν αποφέρουν ιδιαίτερα οικονομικά οφέλη ώστε να διασφαλίζεται η επιχειρηματική υγεία των επιχειρήσεων. Στο πλαίσιο του έργου «ΠΕΙΡΑΝ», τα πεδία κοινωνικής επιχειρηματικότητας αφορούν σε εναλλακτικά προϊόντα και παραδοσιακά προϊόντα με πολιτιστική διάσταση, η επεξεργασία, προώθηση και προβολή των οποίων έχει προστιθέμενη αξία για τα μεμονωμένα άτομα αλλά και για την κοινότητα.

- Ανάπτυξη καινοτομικών υποστηρικτικών και εκπαιδευτικών εργαλείων και μεθόδων με τη χρήση των Τεχνολογιών της Πληροφορικής: καινοτομικό εκπαιδευτικό CD-ROM προσομοίωσης για δημιουργία και λειτουργία κοινωνικής επιχείρησης, οδηγός κοινωνικής επιχειρηματικότητας, δίκτυο κοινωνικής οικονομίας με χρήση υπηρεσιών Internet για υποστήριξη, πληροφόρηση και καθοδήγηση των κοινωνικών επιχειρηματιών, καθώς επίσης και χρηματοδοτικά εργαλεία ειδικά για κοινωνικούς συνεταιρισμούς.

Budget Action 2

1.500.000 – 2.000.000 €

Επωφελοούμενοι

Βλ. Πίνακα 21, Παράρτημα II

Ενδυνάμωση -Ενεργός συμμετοχή

Στο πλαίσιο του σχεδίου «ΠΕΙΡΑΝ», η προσέγγιση της απασχόλησης και της κοινωνικής ένταξης που βασίζεται στην ενδυνάμωση έχει διπλή δυναμική.

Αφενός στοχεύει στη βελτίωση του τρόπου με τον οποίο τα άτομα της ομάδας-στόχου οργανώνουν τη ζωή τους ώστε να καθίστανται ικανοί να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες, να επωμίζονται ευθύνες και να αποκτούν μεγαλύτερο έλεγχο της ζωής τους. Αφετέρου, η προσέγγιση του σχεδίου «ΠΕΙΡΑΝ» στοχεύει στο να δοθεί η δυνατότητα στους νέους, τις νέες και τα άτομα με κινητικές δυσκολίες που ζουν σε απομακρυσμένες από τα κέντρα λήψης αποφάσεων περιοχές, να συμμετάσχουν πλήρως στην κοινωνική ανάπτυξη του τόπου τους. Έτσι, η προοπτική της ενδυνάμωσης επιδιώκεται μέσω ενός συνόλου στόχων σε τρία διαφορετικά επίπεδα: στο ατομικό επίπεδο της ενεργητικής έκφρασης των ψυχολογικών, κοινωνικών, οικονομικών και πολιτισμικών αναγκών και προσδοκιών της ομάδας - στόχου, στο συλλογικό επίπεδο για την ανάπτυξη αισθήματος συλλογικής ευθύνης μέσω της αλληλοβοήθειας και στο επίπεδο διαχείρισης του σχεδίου (ενεργός συμμετοχή σε όλες τις φάσεις προγραμματισμού, σχεδιασμού και υλοποίησης των έργων και υποέργων του σχεδίου «ΠΕΙΡΑΝ»).

Πιο συγκεκριμένα, τα ειδικά πεδία εντοπισμού της ενδυνάμωσης στο προτεινόμενο σχέδιο προσδιορίζονται ως εξής:

- Απόκτηση γνώσεων και δεξιοτήτων μέσω του προγράμματος επαγγελματικής κατάρτισης (βασικές ικανότητες κοινωνικής συναλλαγής, επικοινωνιακές δεξιότητες, απόκτηση επαγγελματικών προσόντων).
- Ενεργός συμμετοχή στη συλλογή δεδομένων και στη μελέτη διερεύνησης του κοινωνικού και οικονομικού προφίλ της ομάδας-στόχου.
- Πρόσβαση των ατόμων της ομάδας-στόχου σε ευκαιρίες και πόρους που συνδέονται με την απασχόληση, μέσω Δικτύου υποστήριξης, παρακολούθησης και τεχνικοοικονομικής ενίσχυσης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

- Ενθάρρυνση προσωπικής εξέλιξης (καλλιέργεια αυτοπεποίθησης, αυτογνωσίας, απόκτηση κινήτρων, αυτονομία, ανάληψη πρωτοβουλιών, επίλυση προβλημάτων, απόκτηση οργανωτικών δεξιοτήτων).
- Καλλιέργεια ομαδικής διαχειριστικής ικανότητας, καθορισμός στόχων και προτεραιοτήτων σε επίπεδο κοινωνικών συνεταιρισμών, καθορισμός κοινών αρχών και στόχων, προσδιορισμός της εσωτερικής δυναμικής των σχέσεων των μελών των κοινωνικών συνεταιρισμών.
- Εκπροσώπηση της ομάδας-στόχου στην Αναπτυξιακή Σύμπραξη και ενεργός εμπλοκή της στο σχεδιασμό και την παρακολούθηση των δράσεων.
- Διερεύνηση αναγκών βασισμένη στην ενεργό συμμετοχή της ομάδας-στόχου.
- Συμμετοχή εκπροσώπων της ομάδας-στόχου στις διακρατικές συναντήσεις, ώστε να γνωρίσουν απευθείας πολιτικές και πρακτικές που τους αφορούν.
- Τα άτομα της ομάδας-στόχου προβλέπεται να εμπλακούν ενεργά στις ενέργειες διάχυσης των αποτελεσμάτων του σχεδίου μέσω:

α) συμμετοχής στη συλλογή υλικού πληροφόρησης και διάχυσης

β) συμμετοχής στην έκδοση περιοδικού για την Κοινωνική Οικονομία

γ) συμμετοχής στη διοργάνωση και λειτουργία forum Κοινωνικής Οικονομίας.

9.3 Μεταξύ εθνικών εταίρων

Στο πλαίσιο της υλοποίησης του σχεδίου ΠΕΙΡΑΝ ιδρύθηκε Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρία με την επωνυμία «Διαπεριφερειακή Αναπτυξιακή Σύμπραξη ΠΕΙΡΑΝ - ΑΣ ΠΕΙΡΑΝ» που αποτελεί Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου. Τα 17 μέλη της ΑΣ ΠΕΙΡΑΝ συμμετέχουν ισότιμα στην εταιρία η

διάρκεια της οποίας ορίζεται από την δημοσίευση του καταστατικού της έως την ολοκλήρωση του έργου ΠΕΙΡΑΝ. Τα όργανα διοίκησης της εταιρίας είναι: το Διοικητικό Συμβούλιο, ο Συντονιστής Εταίρος και ο Διαχειριστής. Το Διοικητικό Συμβούλιο, του οποίου η θητεία είναι ίση με τη διάρκεια της εταιρίας αποτελείται από 17 μέλη, ισάριθμα δηλαδή με τους εταίρους - μέλη. Κάθε εταίρος ορίζει από ένα μέλος για το Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο κατά τη διάρκεια λειτουργίας της εταιρίας μπορεί να αντικατασταθεί από τον φορέα τον οποίον εκπροσωπεί. Οι αρμοδιότητες του Διοικητικού Συμβουλίου είναι οι ακόλουθες:

- 1) Εκλέγει τον Διαχειριστή της Εταιρίας, με ομόφωνη απόφαση όλων των μελών, κατόπιν εισηγήσεως του Συντονιστή Εταίρου
- 2) Συγκροτεί ειδικές επιστημονικές επιτροπές με σκοπό την εύρυθμη και αποτελεσματική λειτουργία του Έργου
- 3) Επιλύει τυχόν διαφωνίες μεταξύ του Συντονιστή Εταίρου και του Διαχειριστή
- 4) Αποφασίζει για το μηχανισμό πιστοποίησης εκτέλεσης των πράξεων της Αναπτυξιακής Σύμπραξης, καθώς και για τον εσωτερικό μηχανισμό ελέγχου των πληρωμών αυτής.
- 5) Είναι αρμόδιο για κάθε ζήτημα που δεν εμπίπτει στις αρμοδιότητες του Συντονιστή Εταίρου και του Διαχειριστή.
- 6) Εγκρίνει τον ισολογισμό της εταιρίας.
- 7) Εκδίδει κανονισμούς λειτουργίας και δραστηριότητας της εταιρίας και εγκρίνει τον προϋπολογισμό δαπανών του προηγούμενου έτους.
- 8) Τροποποιεί το Καταστατικό της εταιρίας.

Οι αποφάσεις του Δ.Σ. λαμβάνονται με την απόλυτη πλειοψηφία του συνόλου των μελών του. Για την απαρτία του Δ.Σ. απαιτείται η παρουσία του ημίσεως συν ένα των μελών του. Σαν όργανο διοίκησης της εταιρίας, το

Διοικητικό της Συμβούλιο, συγκαλείται με γραπτές ατομικές προσκλήσεις, που αποστέλλονται από τον Πρόεδρό του, με τηλεομοιοτυπία (FAX) ή το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) στη διεύθυνση που έχει δηλωθεί. Κατόπιν, εγκύριως συνεδριάζει εκτός της έδρας του σε άλλο τόπο, εφόσον ο τόπος αυτός καθορίζεται στην πρόσκληση ή - αν δεν καθορίζεται - εφόσον στη συνεδρίαση αυτή παρίστανται ή αντιπροσωπεύονται όλα τα μέλη του και κανένα δεν αντιλέγει στην πραγματοποίηση της συνεδρίασης και στη λήψη αποφάσεων. Στην πρόσκληση απαραίτητα αναγράφονται με σαφήνεια τα θέματα της ημερήσιας διάταξης, διαφορετικά η λήψη αποφάσεων επιτρέπεται μόνο εφόσον παρίστανται ή αντιπροσωπεύονται όλα τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου και κανείς δεν αντιλέγει στη λήψη αποφάσεων.

Οι συνεδριάσεις του Δ.Σ. της εταιρίας είναι τακτικές και έκτακτες. Οι τακτικές πραγματοποιούνται δύο φορές το χρόνο. Οι έκτακτες όποτε το Δ.Σ. το κρίνει αναγκαίο ή σε περίπτωση που θα το ζητήσει το 1/3 τουλάχιστον των μελών με έγγραφη αίτηση προς το Δ.Σ. στην οποία θα αναγράφεται και το προς συζήτηση θέμα.

Το Δ.Σ. βρίσκεται σε απαρτία και προχωρεί νόμιμα στις εργασίες του, αν είναι παρόντα ή νόμιμα αντιπροσωπεύονται με έγγραφη εξουσιοδότηση που γνωστοποιείται στον Πρόεδρο του Δ.Σ. πριν από την συνεδρίαση, τα μισά πλέον ενός από τα μέλη. Αν δεν υπάρξει απαρτία, η σύνοδος του Δ.Σ. επαναλαμβάνεται σε δύο (2) ημέρες με τα ίδια θέματα και, τότε, θεωρείται το Δ.Σ. σε απαρτία αν είναι παρόντα ή νόμιμα αντιπροσωπεύονται με έγγραφη εξουσιοδότηση που γνωστοποιείται στον Πρόεδρο του Δ.Σ. πριν από την συνεδρίαση τα μισά πλέον ενός από τα μέλη.

Τις εργασίες του Δ.Σ. διευθύνει ο Πρόεδρός του, βοηθούμενος από Γραμματέα, ο οποίος και τηρεί τα πρακτικά τα οποία υπογράφονται από τον Πρόεδρο, το Γραμματέα και τους παριστάμενους συμβούλους ή τους αντιπροσώπους αυτών που απουσιάζουν. Η τυχόν άρνηση Συμβούλου ή Αντιπροσώπου να υπογράψει τα πρακτικά αναφέρεται σε αυτά. Αντίγραφα ή

αποσπάσματα των πρακτικών του Διοικητικού Συμβουλίου επικυρώνονται από τον Πρόεδρο ή τον αναπληρωτή του.

Οι αποφάσεις του Δ.Σ. λαμβάνονται με την απόλυτη πλειοψηφία των μελών του και σε εξαιρετικές περιπτώσεις με πλειοψηφία των 3/4. Ο Πρόεδρος του Δ.Σ., που εκλέγεται εκ των μελών του, έχει την ευθύνη της συγκλήσεως του Δ.Σ. και της εν γένει εύρυθμης λειτουργίας του και εκπροσωπεί την εταιρία ενώπιον κάθε δικαστικής ή διοικητικής αρχής και ενώπιον κάθε τρίτου.

Τον Πρόεδρο όταν απουσιάζει ή κωλύεται αναπληρώνει σε όλες τις αρμοδιότητές του ο Αντιπρόεδρος, ο οποίος επίσης εκλέγεται μεταξύ των μελών του Δ.Σ. Ο Γραμματέας, που εκλέγεται εκ των μελών του Δ.Σ., επιμελείται της αλληλογραφίας, τηρεί τα πρακτικά και υπογράφει μαζί με τον Πρόεδρο κάθε έγγραφο που αφορά την εταιρία.

Ο συντονιστής εταίρος της ΑΣ ΠΕΙΡΑΝ προετοιμάζει και υποβάλλει την πρόταση εκτέλεσης του έργου και τα απαιτούμενα για την εξέλιξη και παρακολούθηση του έργου έγγραφα στους εταίρους ανά τακτά χρονικά διαστήματα και έχει το γενικό συντονισμό των ενεργειών που απαιτούνται για την άρτια εκτέλεση του έργου. Καταρτίζει και εισηγείται στο Διοικητικό Συμβούλιο το μηχανισμό πιστοποίησης εκτέλεσης των πράξεων της Αναπτυξιακής Σύμπραξης με σκοπό την εξασφάλιση της ποιότητας των παρεχόμενων από αυτήν υπηρεσιών και του παραδοτέου προϊόντος και τον εσωτερικό μηχανισμό ελέγχου των πληρωμών, που θα εξασφαλίζει τη νομιμότητα και κανονικότητά τους, καθώς και παρακολουθεί τη λειτουργία των μηχανισμών σύμφωνα με την απόφαση του Δ.Σ. Ενημερώνει τους εταίρους ως προς τα αναγκαία έγγραφα και τις οδηγίες της Ειδικής Υπηρεσίας Διαχείρισης και των αρμόδιων οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τηρεί όλα τα διοικητικά και χρηματοοικονομικά στοιχεία του Έργου της Αναπτυξιακής Σύμπραξης σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις.

Ο Διαχειριστής της ΑΣ-ΠΕΙΡΑΝ εκλέγεται από το Δ.Σ. με ομόφωνη απόφαση όλων των μελών, κατόπιν εισηγήσεως του Συντονιστή Εταίρου. Οι

φορείς της ΑΣ ΠΕΙΡΑΝ μετέχουν ισότιμα στις διαδικασίες αποφάσεων του Διοικητικού Συμβουλίου και εκτελούν το έργο τους σύμφωνα με προεγκεκριμένο πλάνο το οποίο έχει συμφωνηθεί από όλους τους εταίρους ως προς το φυσικό αντικείμενο και τον προϋπολογισμό του και αποτελεί τμήμα του Οριστικού Αναλυτικού Σχεδίου Δράσης σύμφωνα με το οποίο η ΑΣ ΠΕΙΡΑΝ εκτελεί το έργο.

Η νομική συμμετοχή όλων των φορέων και των εκπροσώπων τους στην ΑΣ ΠΕΙΡΑΝ επιβάλλεται, όπως αποδεικνύεται από την ύπαρξη και την έγκαιρη προσκόμιση των προβλεπόμενων από τις ισχύουσες για κάθε φορά διατάξεις αποφάσεων των οργάνων τους. Η αποχώρηση ή αντικατάσταση εταίρου γίνεται με απόφαση που λαμβάνεται με την αυξημένη πλειοψηφία των 3/4 των μελών του Δ.Σ. και σύμφωνη γνώμη της αρχής που αποφασίζει την ένταξη του Έργου. Στην περίπτωση αυτή ισχύουν όλα όσα οριστούν από τις Υπουργικές αποφάσεις.

Ο κάθε Εταίρος έχει αυτός την ευθύνη της εκτέλεσης του τμήματος του Έργου που θα αναλάβει, οφείλει όμως να ενημερώνει σε τακτά χρονικά διαστήματα το Διοικητικό Συμβούλιο και τις Επιτροπές που θα συσταθούν για την υποβοήθηση της εφαρμογής του έργου, για την πρόοδο του τμήματος αυτού. Ο κάθε Εταίρος θα εκτελέσει τις εργασίες υλοποίησης του έργου που ανέλαβε με το κατάλληλο επιστημονικό προσωπικό που διαθέτει, θα εκτελεί έγκαιρα τα καθήκοντα και τις εργασίες που του ανατίθενται κατά αποκλειστικότητα από το Διοικητικό Συμβούλιο σύμφωνα με το σχέδιο δράσης του Έργου και θα διαθέτει στους άλλους Εταίρους δικαιώματα χρήσης και πληροφόρησης έγκαιρα.

Η απαίτηση της Διαχειριστικής Αρχής προς έναν Εταίρο, η οποία θα μπορούσε να επιφέρει πρόσθετες ευθύνες ή επιβαρύνσεις σε οποιοδήποτε άλλο Εταίρο, θα πρέπει να τίθεται υπόψη των άλλων Εταίρων για την ομόφωνη απάντησή τους πριν δοθεί απάντηση στη Διαχειριστική Αρχή του Προγράμματος. Κανείς από τους Εταίρους δεν δικαιούται να αναλαμβάνει

οποιοσδήποτε υποχρεώσεις και δεσμεύσεις για λογαριασμό των άλλων, εκτός αν έχει εξουσιοδοτηθεί εγγράφως γι' αυτό από το Διοικητικό Συμβούλιο.

Υποκαταστήματα ΠΕΙΡΑΝ : βλ. Πίνακας 22, Παράρτημα II

9.4 Βασικοί στόχοι του ΠΕΙΡΑΝ

Ο κεντρικός στόχος του έργου «ΠΕΙΡΑΝ» είναι η ανάπτυξη και υποστήριξη της επιχειρηματικότητας στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας. Πιο συγκεκριμένα, μέσω του σχεδίου «ΠΕΙΡΑΝ» προβλέπεται να δημιουργηθούν κοινωνικοί συνεταιρισμοί νέων, οι οποίοι θα λειτουργούν σύμφωνα με το μοντέλο της κοινωνικής δικαιόχρησης (social franchising) και θα δραστηριοποιούνται στους τομείς της παραγωγής, τυποποίησης και εμπορίας παραδοσιακών και εναλλακτικών προϊόντων, με παράλληλες δράσεις ανάδειξης των τοπικών πολιτιστικών και τουριστικών χαρακτηριστικών.

Τα κύρια καινοτομικά στοιχεία του έργου εντοπίζονται στα εξής:

Δημιουργία κοινωνικών συνεταιρισμών, οι οποίοι θα λειτουργούν βάσει του συστήματος της κοινωνικής δικαιόχρησης (social franchising). Οι επιχειρηματικοί στόχοι στην περίπτωση αυτή έχουν κοινωνικό χαρακτήρα, αφού προωθείται η συνεταιριστική επιχειρηματικότητα ανέργων νέων με ελλιπή προσόντα και ατόμων με κινητικές δυσκολίες, στους οποίους δίνεται η δυνατότητα να αναπτύξουν το δυναμικό τους, να επιμορφωθούν και να καλλιεργήσουν επιχειρηματική κουλτούρα. Μέσω του συστήματος αυτού οι κοινωνικοί συνεταιρισμοί που προβλέπεται να δημιουργηθούν (δικαιοδόχοι) θα αποτελούν κοινές επιχειρήσεις των ιδρυτών τους στη βάση της ισοτιμίας, ενώ η δράση τους θα συντονίζεται από μία «μητρική» επιχείρηση (δικαιοπάροχος) η οποία θα καθοδηγεί και θα υποστηρίζει επιχειρηματικά τις υπόλοιπες κοινωνικές επιχειρήσεις, θα τις εφοδιάζει με συγκεκριμένα διακριτικά

χαρακτηριστικά, θα προωθεί τα προϊόντα τους σε ενιαίο δίκτυο πωλήσεων και θα εφαρμόζει κοινή στρατηγική ανάπτυξης. Η καινοτομία του συγκεκριμένου μοντέλου έγκειται στη μεταφορά της επιτυχημένης επιχειρηματικής πρακτικής της δικαιόχρησης (franchising), από το πεδίο της ελεύθερης αγοράς στο χώρο της κοινωνικής οικονομίας, με όρους και προϋποθέσεις που εγγυώνται τον κοινωνικό προσανατολισμό του έργου, στην κατεύθυνση της άρσης των ανισοτήτων πρόσβασης στην αγορά εργασίας που αντιμετωπίζει η ομάδα - στόχος.

Αξιοποίηση των υφιστάμενων δομών των τριών συνεταιριστικών επιχειρήσεων που δημιουργήθηκαν στο πλαίσιο της προηγούμενης πρωτοβουλίας «ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ» :

- α) Συνεταιρισμός «ΣΠΟΡΑ ΣΥΝ.ΠΕ.» - Αγρίνιο Αιτωλοακαρνανίας
- β) Συνεταιρισμός «ΡΟΤΑ - Το Καφενείο της Καμπάνας» - Αργοστόλι Κεφαλλονιάς και
- γ) Συνεταιρισμός «Το σπίτι του κρασιού της Κεφαλλονιάς» - Αργοστόλι Κεφαλλονιάς.

Με τον τρόπο αυτό, επιτυγχάνεται η αξιοποίηση της υπάρχουσας τεχνογνωσίας, εφαρμόζονται ευρύτερα οι διαπιστωμένες καλές πρακτικές έργων των προηγούμενων πρωτοβουλιών και ενδυναμώνεται στην πράξη η ομάδα-στόχος μέσω του αποδεδειγμένου προηγούμενου καλού παραδείγματος.

9.5 Στόχοι του διακρατικού έργου

Το κοινό διακρατικό έργο “LE MAT - Decent work through Social Economy”, στο οποίο συμμετέχουν η Ελλάδα, η Μ. Βρετανία, η Ιταλία, η Σουηδία και η Γερμανία, έχει κεντρικό στόχο την ανάπτυξη μοντέλων και στρατηγικών για τη δημιουργία νέων κοινωνικών επιχειρήσεων και την ενίσχυση της βιωσιμότητάς τους.

Πιο συγκεκριμένα, το κοινό πρόγραμμα εργασίας των διακρατικών εταιρών περιλαμβάνει τις ακόλουθες δέσμες ενεργειών:

- Προσδιορισμός της κατάλληλης οργανωτικής δομής των κοινωνικών επιχειρήσεων, προκειμένου να ενισχυθεί η βιωσιμότητά τους.
- Διερεύνηση των παραγόντων (θεσμικού, χρηματοοικονομικού ή άλλου χαρακτήρα), οι οποίοι δυσχεραίνουν την ανάπτυξη της κοινωνικής οικονομίας στις συμμετέχουσες χώρες.
- Εντοπισμός και ανάδειξη των πεδίων επιχειρηματικής δραστηριότητας και των θέσεων εργασίας που ευνοούν την ανάπτυξη βιώσιμων κοινωνικών επιχειρήσεων.
- Προσδιορισμός του προφίλ των κοινωνικών επιχειρηματιών.
- Αξιοποίηση μεθοδολογιών και στρατηγικών οι οποίες θα μπορούσαν να έχουν ευρύτερη εφαρμογή στην κοινωνική οικονομία, σε ευρωπαϊκό επίπεδο.

Οι διακρατικές δράσεις του έργου «ΠΕΙΡΑΝ» ανταποκρίνονται τόσο στις προτεραιότητες του εθνικού σχεδίου σχετικά με την ανάπτυξη και εφαρμογή του μοντέλου της κοινωνικής δικαιοχρησίας, όσο και στους τεθέντες στόχους από την Αναπτυξιακή Σύμπραξη ΠΕΙΡΑΝ για επίτευξη προστιθέμενης αξίας στο εθνικό σχέδιο, ανταλλαγή εμπειριών και τεχνογνωσίας με τους διακρατικούς συνεργάτες, αλλά και αντιμετώπιση κοινών προβλημάτων με επεξεργασία και ανάπτυξη κοινών εργαλείων και μεθοδολογιών.

9.6 Ισότητα ευκαιριών

Η αρχή της ισότητας των ευκαιριών διατρέχει το έργο «ΠΕΙΡΑΝ», τόσο ως προς τη συνολική φιλοσοφία του, όσο και ως προς το σχεδιασμό των επιμέρους δράσεων.

Ειδικότερα:

- Όσον αφορά στον προσδιορισμό της ομάδας - στόχου, η έμφαση και η προτεραιότητα δίνεται στις νέες άνεργες γυναίκες με ελλιπή εκπαίδευση.
- Η μεθοδολογία προσδιορισμού και διερεύνησης των αναγκών και ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της ομάδας - στόχου περιλαμβάνει εργαλεία έρευνας με ειδικά πεδία και δείκτες αναφοράς σε νέες άνεργες γυναίκες.
- Έχει προβλεφθεί ανάλυση δεικτών παρακολούθησης του προγράμματος κατά φύλο.
- Η διάσταση της ισότητας των ευκαιριών έχει ενσωματωθεί στις παραμέτρους αξιολόγησης του σχεδίου και των προϊόντων που θα προκύψουν από αυτό, καθώς και στην αποτίμηση της επίπτωσης του προγράμματος στη μελέτη για εθνική πολιτική.
- Έχει προβλεφθεί η εφαρμογή της αρχής της ισότητας των ευκαιριών στη διαδικασία επιλογής των υποψηφίων καταρτιζομένων συμβούλων, αλλά και στη διαδικασία επιλογής των υποψηφίων καταρτιζομένων κοινωνικών επιχειρήσεων.
- Έχει ενσωματωθεί στις δράσεις του «ΠΕΙΡΑΝ» η αρχή της συμφιλίωσης οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής για τις γυναίκες που αναμένεται να συμμετάσχουν στο σχέδιο (δυνατότητα ευέλικτου ωραρίου κατά τη λειτουργία των κοινωνικών επιχειρήσεων, δυνατότητα τηλεργασίας και τηλεκατάρτισης για τις νέες μητέρες).

9.7 Προτεινόμενες δράσειςΕΝΕΡΓΕΙΑ Ι:

Δράσεις οριστικοποίησης της σύνθεσης της Αναπτυξιακής Σύμπραξης, σύστασης και υπογραφής καταστατικού, εσωτερικής οργάνωσης, συντονισμού των οργάνων της Αναπτυξιακής Σύμπραξης και ανάπτυξης προγράμματος

δράσης, καθώς και ενέργειες προπαρασκευής και οριστικοποίησης της διακρατικής συνεργασίας, σύναψης Συμφωνίας Διακρατικής Συνεργασίας και ανάπτυξης του διακρατικού προγράμματος δράσης.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ II :

I. Προπαρασκευαστικές δράσεις ανάπτυξης του κατάλληλου επιχειρηματικού περιβάλλοντος

- Διερεύνηση profile ομάδας - στόχου και εντοπισμός πεδίων - κλειδιών κοινωνικής επιχειρηματικότητας στις περιοχές παρέμβασης του σχεδίου.

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσεται η διακρατική Θεματική Ομάδα Εργασίας 1: «Ενέργειες δημιουργίας βιώσιμων κοινωνικών επιχειρήσεων», καθώς και το διακρατικό Σεμινάριο οργανωμένης μάθησης: «Σημαντικοί οικονομικοί τομείς στην κοινωνική οικονομία».

II. Δράσεις δημιουργίας μηχανισμού υποστήριξης της εναλλακτικής επιχειρηματικότητας στον τρίτο τομέα

- Διερεύνηση ανάπτυξης εναλλακτικών χρηματοδοτικών εργαλείων για συνεταιρισμούς κοινωνικού σκοπού.

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσεται η διακρατική Θεματική Ομάδα Εργασίας 3: «Αλληλεπίδραση μεταξύ συστημάτων και εμπειρογνομόνων για τη βελτίωση της ποιότητας - στρατηγικές ενσωμάτωσης».

- Ανάπτυξη δικτύου υποστήριξης, παρακολούθησης, τεχνικοοικονομικής ενίσχυσης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσεται το διακρατικό Σεμινάριο οργανωμένης μάθησης: «Μοντέλα δικτύωσης».

- Ανάπτυξη εργαλείων υποστήριξης κοινωνικών συνεταιρισμών.

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσεται το διακρατικό Σεμινάριο οργανωμένης μάθησης: «Μεθοδολογίες μάθησης / μεταφορά τεχνογνωσίας».

- Εκπαίδευση συμβούλων υποστήριξης της κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσεται η διακρατική Θεματική Ομάδα Εργασίας 1: «Ενέργειες δημιουργίας βιώσιμων κοινωνικών επιχειρήσεων», καθώς και ανταλλαγές για μεταφορά τεχνογνωσίας και εμπειριών.

- Εκπόνηση επιχειρηματικών σχεδίων για δομές κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσεται η διακρατική Θεματική Ομάδα Εργασίας 2: «Μοντέλα Franchising - Στρατηγικές δικτύωσης και marketing», καθώς και η Θεματική Ομάδα Εργασίας 3: «Αλληλεπίδραση μεταξύ συστημάτων και εμπειρογνομόνων για τη βελτίωση της ποιότητας - στρατηγικές ενσωμάτωσης».

III. Δράσεις ανάδειξης νέων ποιοτικών επαγγελμάτων στην κοινωνική οικονομία

- Ανάπτυξη καινοτόμων εκπαιδευτικών εργαλείων

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσεται η διακρατική Θεματική Ομάδα Εργασίας 2: «Μοντέλα Franchising - Στρατηγικές δικτύωσης και marketing».

- Επαγγελματική κατάρτιση ανέργων νέων

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσεται η διακρατική Θεματική Ομάδα Εργασίας 1: «Ενέργειες δημιουργίας βιώσιμων κοινωνικών επιχειρήσεων».

IV. Ολοκληρωμένες δράσεις δημιουργίας και υποστήριξης της λειτουργίας νέων κοινωνικών επιχειρήσεων.

- Ίδρυση και υποστήριξη της λειτουργίας του δικαιούχου φορέα στήριξης των κοινωνικών επιχειρήσεων

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσεται η διακρατική Θεματική Ομάδα Εργασίας 1: «Ενέργειες δημιουργίας βιώσιμων κοινωνικών επιχειρήσεων», καθώς και η Θεματική Ομάδα Εργασίας 2: «Μοντέλα Franchising - Στρατηγικές δικτύωσης και marketing».

- Ίδρυση και υποστήριξη της λειτουργίας νέων κοινωνικών επιχειρήσεων μέσω της κοινωνικής δικαιοχρησίας

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσεται η διακρατική Θεματική Ομάδα Εργασίας 2: «Μοντέλα Franchising - Στρατηγικές δικτύωσης και marketing», καθώς και η Θεματική Ομάδα Εργασίας 3: «Αλληλεπίδραση μεταξύ συστημάτων και εμπειρογνομόνων για τη βελτίωση της ποιότητας - στρατηγικές ενσωμάτωσης». Επιπλέον, εντάσσεται το διακρατικό Σεμινάριο οργανωμένης μάθησης: «Παρουσίαση του μοντέλου franchising της αλυσίδας ξενοδοχείων».

- Ανάδειξη τοπικής πολιτιστικής φυσιογνωμίας μέσω κοινωνικής επιχειρηματικότητας.

V. Ολοκληρωμένες δράσεις δημοσιοποίησης των αποτελεσμάτων του έργου και πληροφόρησης του ευρύτερου κοινού.

- Δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων του έργου

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσεται η διακρατική Θεματική Ομάδα Εργασίας 2: «Μοντέλα Franchising - Στρατηγικές δικτύωσης και marketing», καθώς και το διακρατικό Σεμινάριο οργανωμένης μάθησης: «Παρουσίαση του μοντέλου του κοινωνικού franchising». Επίσης, εντάσσονται και δράσεις διάχυσης των αποτελεσμάτων και προϊόντων του διακρατικού έργου.

VI. Δράσεις συντονισμού και αξιολόγησης της υλοποίησης του έργου και διάδοσης των καλών πρακτικών, με προώθηση της ενσωμάτωσής τους στις εθνικές πολιτικές για τη νεανική επιχειρηματικότητα.

- Διερεύνηση ενσωμάτωσης καλών πρακτικών του έργου σε κεντρική πολιτική

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσονται δράσεις διάχυσης των αποτελεσμάτων και προϊόντων του διακρατικού έργου.

- Εξωτερική αξιολόγηση της υλοποίησης του έργου και των υποέργων

Στο υποέργο περιλαμβάνεται και η εξωτερική αξιολόγηση όλων των δράσεων της διακρατικής συνεργασίας που έχει αναλάβει και στις οποίες συμμετέχει η Αναπτυξιακή Σύμπραξη ΠΕΙΡΑΝ.

- Συντονισμός και εσωτερική αξιολόγηση της υλοποίησης του έργου και των υποέργων

Στο πλαίσιο της δράσης εντάσσονται δράσεις Συντονισμού και αξιολόγησης της υλοποίησης του διακρατικού έργου.

ΕΝΕΡΓΕΙΑ III :

Στο πλαίσιο της Ενέργειας III, η ΑΣ ΠΕΙΡΑΝ συμμετέχει στο Εθνικό Θεματικό Δίκτυο: «Δραστηριότητες στον τομέα της Κοινωνικής Οικονομίας»

Άξονας I: Δράσεις θεματικής δικτύωσης

Άξονας II: Διάχυση των αποτελεσμάτων και διάδοση καλών πρακτικών

Άξονας III : Επίτευξη αντίκτυπου στις εθνικές πολιτικές

9.8 Ευρύτερη εφαρμογή

Η προοπτική της ευρύτερης εφαρμογής των αποτελεσμάτων του «ΠΕΙΡΑΝ» διαμόρφωσε σε σημαντικό βαθμό τη συνολική του προσέγγιση αλλά και το περιεχόμενο και τη μεθοδολογία υλοποίησης των επιμέρους δράσεων. Έτσι, η περαιτέρω γενίκευση του μοντέλου της Κοινωνικής Δικαιόχρησης (social franchising) όσον αφορά στη δημιουργία βιώσιμων κοινωνικών επιχειρήσεων θεωρείται πως μπορεί να συμβάλλει σε σημαντικό βαθμό στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας ατόμων που ανήκουν σε ευπαθείς ομάδες, αξιοποιώντας παράλληλα τα ιδιαίτερα πολιτιστικά και παραδοσιακά χαρακτηριστικά κάθε περιοχής. Συγκεκριμένα:

Το μοντέλο της κοινωνικής δικαιοχρησης έχει σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να αναπτυχθεί μετά το τέλος της πρωτοβουλίας EQUAL αυτοδύναμα από τους ενδιαφερόμενους να δημιουργήσουν βιώσιμες κοινωνικές επιχειρήσεις.

Έχει δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στη διάχυση και δημοσιοποίηση των αποτελεσμάτων του ΠΕΙΡΑΝ, πράγμα που εκτιμάται πως είναι δυνατό να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην ευαισθητοποίηση και πληροφόρηση των δυνητικά ωφελουμένων και των τοπικών κοινωνιών, ώστε να ενισχυθεί στη βάση η όλη προσπάθεια της δημιουργίας κοινωνικών επιχειρήσεων, να αναπαραχθεί το μοντέλο της κοινωνικής δικαιοσύνης και να εξελιχθεί στη συνέχεια ως ένα νέο εναλλακτικό μοντέλο ανάπτυξης υγιούς επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Τέλος, σημαντικό παράγοντα προώθησης της ευρύτερης εφαρμογής του έργου αποτελεί η σύνδεση και θεματική δικτύωσή του με αντίστοιχα ευρωπαϊκά και εθνικά έργα στο πεδίο της κοινωνικής οικονομίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

10.1 ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΡΟΤΑ - Το καφενείο της Καμπάνας

Ο Συνεταιρισμός ΡΟΤΑ είναι το αποτέλεσμα αρκετών χρόνων δουλειάς και προβληματισμού στον τομέα της κοινωνικής και επαγγελματικής ένταξης των Κεφαλλονιτών που αντιμετωπίζουν προβλήματα ψυχικής υγείας. Δημιουργήθηκε στις 5.06.00 στο πλαίσιο του Προγράμματος ΡΟΤΑ II που υλοποιήθηκε σε συνεργασία με το Κέντρο Ψυχικής Υγιεινής, το Κ.Ε.Κ. ΜΕΝΤΩΡ και την Πρακτική Γεωργική Σχολή Αργοστολίου.

Αποτελεί ένα πραγματικό κοινωνικό πείραμα τόσο για την Ελληνική όσο και την Ευρωπαϊκή πραγματικότητα. Είναι από τις ελάχιστες περιπτώσεις που η ίδια η κοινωνία (η τοπική αυτοδιοίκηση) παίζει τόσο ενεργητικό ρόλο στην υποστήριξη συμπολιτών της με προβλήματα ψυχικής υγείας.

Χρηματοδοτήθηκε από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο, το Υπουργείο Εργασίας, το Πρόγραμμα Νέων Ελευθέρων Επαγγελματιών του Ο.Α.Ε.Δ. και τον Δήμο Αργοστολίου.

Είναι Αστικός Συνεταιρισμός περιορισμένης ευθύνης των μελών και διοικείται από πενταμελές Δ/Σ. Μέλη του Συνεταιρισμού είναι επτά (7) άτομα με προβλήματα ψυχικής υγείας που εκπαιδεύτηκαν στο πρόγραμμα κατάρτισης του ΡΟΤΑ II, μέλη του επιστημονικού προσωπικού και του διοικητικού Συμβουλίου της ΔΕΚΑΑ, καθώς και η ίδια η ΔΕΚΑΑ, μέσω του Προέδρου της.

Είναι σημαντικό να τονίσουμε εδώ ότι τα μέλη προέρχονται από όλο το Νομό και όχι μόνο από το Δήμο Αργοστολίου.

Σκοπός του Συνεταιρισμού είναι η κοινωνική και επαγγελματική ένταξη των ατόμων με προβλήματα ψυχικής υγείας.

Στόχος είναι η ενεργητική ένταξη των μελών του Συνεταιρισμού.

Να αποκτήσουν εμπειρίες από την επίλυση μιας σειράς προβλημάτων, αυτοπεποίθηση, αυτοεκτίμηση και σαν αποτέλεσμα να μπορούν να γίνουν περισσότερο ανεξάρτητοι και αυτόνομοι.

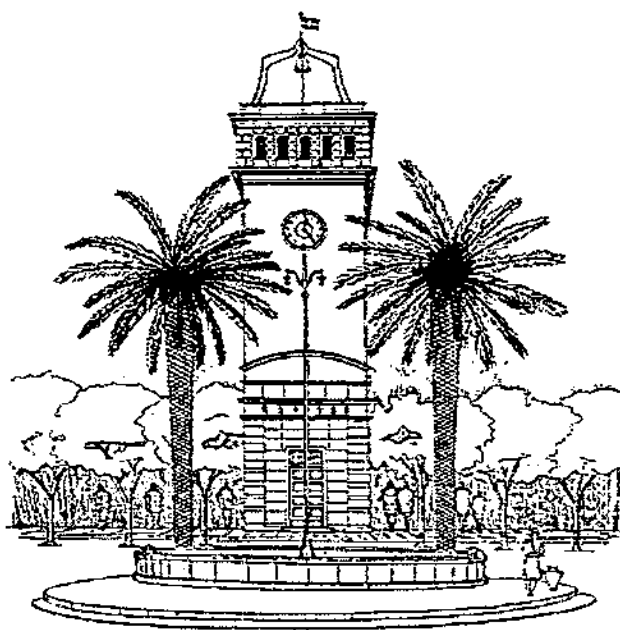
Επιμέρους στόχοι του Συνεταιρισμού είναι:

- Η προαγωγή με κοινή δραστηριότητα των μελών του, των οικονομικών και κοινωνικών συμφερόντων τους.
- Η επαγγελματική κατάρτιση και η υποστήριξη των ατόμων με προβλήματα ψυχικής υγείας.
- Η ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στον τομέα της παροχής τουριστικών υπηρεσιών καθώς και στον τομέα την τυποποίησης και προώθησης των τοπικών παραδοσιακών προϊόντων.
- Τρία χρόνια μετά την έναρξη λειτουργίας του Συνεταιρισμού αυξήθηκε ο αριθμός των μελών σε οκτώ, ενώ τρεις ακόμη συμπολίτες μας πραγματοποιούν πρόγραμμα απόκτησης επαγγελματικών δεξιοτήτων στο Καφενείο του Συνεταιρισμού.

Έδρα του Συνεταιρισμού είναι το παραδοσιακό κτίριο της Καμπάνας, το οποίο παραχωρήθηκε από τον Δήμο Αργοστολίου στη ΔΕΚΑΑ (Δημοτική Επιχείρηση Κοινωνικής Ανάπτυξης Αργοστολίου) ώστε να χρησιμοποιηθεί για τις ανάγκες του Συνεταιρισμού.

Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες του Συνεταιρισμού αφορούν:

- Στην λειτουργία παραδοσιακού καφενείου, στο ισόγειο του κτιρίου
- Στην καλλιέργεια, ξήρανση και τυποποίηση αρωματικών φυτών και βοτάνων
- Στην τυποποίηση τοπικών προϊόντων, όπως είναι οι μάντολες και το μέλι
- Στην αξιοποίηση του κτιρίου της Καμπάνας, κυρίως μέσω εκθέσεων και πολιτιστικών εκδηλώσεων



Η Δημοτική επιχείρηση Κοινωνικής Ανάπτυξης Αργοστολίου (Δ.Ε.Κ.Α.Α) δημιουργήθηκε από τον Δήμο Αργοστολίου το 1995 με στόχο την παρέμβαση στους τομείς της υγείας, πρόνοιας, απασχόλησης και οικονομικής ανάπτυξης.

Είναι ίσως η πρώτη Δημοτική επιχείρηση που δημιουργήθηκε με καθαρά κοινωνικό σκοπό.

Η Δ.Ε.Κ.Α.Α παίζει καθοριστικό υποστηρικτικό ρόλο στην λειτουργία του Συνεταιρισμού. Συγκεκριμένα έχει την ευθύνη για:

- Την συμβουλευτική και υποστηρικτική εργασία με τα μέλη και τις οικογένειες του
- Την διαχείριση και παρακολούθηση του επιχειρηματικού σχεδίου και των οικονομικών του Συνεταιρισμού
- Την γραμματειακή και λογιστική υποστήριξη

- Την εργασία με την ευρύτερη κοινότητα και την προώθηση των θεμάτων του Συνεταιρισμού

ΤΟ ΚΑΦΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΚΑΜΠΑΝΑΣ



ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΡΟΤΑ
ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΑΡΓΟΣΤΟΛΙΟΥ ΔΕΚΑ.Α.

ΛΙΘΟΣΤΡΩΤΟ 52Β, ΤΗΛ.: 0671-24456

Ειδικότερα στόχοι της Δημοτικής Επιχείρησης είναι:

1. Η κοινωνική και επαγγελματική ένταξη κοινωνικά αποκλεισμένων ομάδων του πληθυσμού.
2. Η συνεργασία με το Δημοτικό Γηροκομείο και το ΚΑΠΗ Αργοστολίου για την αποτελεσματικότερη παροχή υπηρεσιών για τους ηλικιωμένους, όπως και την ανάπτυξη νέων υπηρεσιών.
3. Η υποστήριξη και προώθηση της τοπικής απασχόλησης
4. Η προαγωγή της υγείας των κατοίκων κυρίως μέσω προγραμμάτων ενημέρωσης και πρόληψης.
5. Η συνεχής μελέτη των κοινωνικών συνθηκών και αναγκών.

Με άλλα λόγια η ΔΕΚΑΑ επιδιώκει:

- A. Την ανάληψη πρωτοβουλιών για την αντιμετώπιση των κοινωνικών προβλημάτων.
- B. Την συνεργασία με τις κοινωνικές υπηρεσίες του Δήμου Αργοστολίου και άλλους φορείς για την αποτελεσματικότερη παροχή υπηρεσιών στους συμπολίτες μας.
- Γ. Την κινητοποίηση των τοπικών φορέων και την αξιοποίηση των πόρων και του ανθρώπινου δυναμικού της μικρής μας κοινωνίας.
- Δ. Την αξιοποίηση των Ευρωπαϊκών Κοινωνικών Πόρων για την υποστήριξη των προγραμμάτων της.

Διοικείται από 7μελές Διοικητικό συμβούλιο στο οποίο συμμετέχουν οι:

- Κοψαχείλης Παναγής / Πρόεδρος
 Χέλμης Ανδρέας, Κουρής Γιώργος,, Χαλιώτη Βούλα. Πολλάτου Γεωργία,
 δημοτικοί σύμβουλοι
 Καρλής Σπύρος / Πρόεδρος του Συνεταιρισμού ΡΟΤΑ-Το Καφενείο της
 Καμπάνας Σκλάβος Διονύσης, εκπρόσωπος του συλλόγου Ατόμων με Ειδικές
 Ανάγκες.

Κατά την διάρκεια των οκτώ χρόνων λειτουργίας της η ΔΕΚΑΑ ανέπτυξε μια σημαντική δραστηριότητα, υλοποιώντας προγράμματα σε συνεργασία με το Δήμο Αργοστολίου, όπως και Ευρωπαϊκά Προγράμματα κυρίως στον τομέα της απασχόλησης ευάλωτων ομάδων του πληθυσμού.

Ανέπτυξε συνεργασία με το Δημοτικό Γηροκομείο Αργοστολίου, με την μορφή προγραμματικών συμβάσεων, με σκοπό την υποστήριξη του Ιδρύματος από επιστημονικό προσωπικό (κοινωνική λειτουργό, φυσιοθεραπευτή, νοσηλεύτρια, εργοθεραπεύτρια), στήριξε την αναδιοργάνωση της νοσηλευτικής υπηρεσίας, και οργάνωσε δραστηριότητες επιμόρφωσης του προσωπικού.

Μέσω του δικού της επιστημονικού προσωπικού στήριξε και αναδιοργάνωσε εξ' ολοκλήρου το ΚΑΠΗ Αργοστολίου, οργανώνοντας τις υπηρεσίες του ΚΑΠΗ όπως και τις ομάδες ενδιαφερόντων των μελών (εφημερίδας, χορωδίας κ.τ.λ.)

Απέκτησε σημαντική εμπειρία από την διαχείριση των προγραμμάτων, είχε την ευκαιρία να συμμετάσχει σε Εθνικές και Ευρωπαϊκές συναντήσεις και να αποκτήσει πολύτιμη γνώση από την ανταλλαγή εμπειριών και απόψεων με αντίστοιχους φορείς, την οποία διέθεσε στην ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της.

10.2 Η εμπειρία της ΔΕΚΑΑ στην υλοποίηση Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων.

- **Κοινοτική Πρωτοβουλία Horizon – Πρόγραμμα ΡΟΤΑ Ι την περίοδο 1996 – 1997**

Σε συνεργασία με το Κέντρο Ψυχικής Υγιεινής, την Τοπική Ένωση Δήμων και Κοινοτήτων Κεφαλονιάς & Ιθάκης και το Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης ΗΡΙΑΔΑΝΟΣ. Οι ενέργειες του προγράμματος αφορούσαν στην επαγγελματική κατάρτιση ατόμων με προβλήματα ψυχικής υγείας, την

ανταλλαγή εμπειριών και την διερεύνηση για την δημιουργία κοινωνικού συνεταιρισμού.

- Κοινοτική Πρωτοβουλία ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ – Άξονας HORIZON - Πρόγραμμα ΡΟΤΑ II.

Με κεντρικό στόχο την προετοιμασία και την δημιουργία δομής αυτοαπασχόλησης των ατόμων με προβλήματα ψυχικής υγείας συγκεκριμένα ενός αστικού συνεταιρισμού. Άλλες ενέργειες που υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο του προγράμματος που ολοκληρώθηκε τον Ιούλιο του 2000 αφορούσαν στην δημιουργία βάσης δεδομένων σχετικά με τις υπηρεσίες ψυχικής υγείας, τον πληθυσμό των ατόμων με προβλήματα ψυχικής υγείας και τέλος τα προγράμματα επαγγελματικής ένταξης. Περιελάμβανε επίσης επιμόρφωση των στελεχών του φορέα, ανταλλαγή εμπειριών και προώθηση των θεμάτων που αφορούν στην επαγγελματική και κοινωνική ένταξη του πληθυσμού στόχου σε εθνικό και διακρατικό επίπεδο. Εταίροι του προγράμματος ήταν το Κέντρο Ψυχικής Υγιεινής, το Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης ΜΕΝΤΩΡ Εκπαιδευτική και η Πρακτική Βαλλειάνειος Γεωργική Σχολή.

- Κοινοτική Πρωτοβουλία ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ – Άξονας HORIZON - Πρόγραμμα ΟΙΝΟΠΟΛΙΣ 98-99.

Στόχος αυτού του προγράμματος το οποίο ολοκληρώθηκε τον Ιούνιο του 2000, ήταν η προώθηση της απασχόλησης και συγκεκριμένα της αυτοαπασχόλησης δώδεκα ανειδίκευτων νέων ηλικίας 16 – 24 ετών μέσω της ίδρυσης μιας συνεταιριστικής επιχείρησης. Αντικείμενο της επιχείρησης ήταν η προβολή και η προώθηση του Κεφαλλονίτικου κρασιού. Εταίροι του σχεδίου ήταν η Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς, Το ΚΕΚ ΜΕΝΤΩΡ Εκπαιδευτική, η εταιρεία Marketing του κρασιού Οίνος ο Αγαπητός, και ο Αγροτοβιομηχανικός Συνεταιρισμός Παραγωγών Ρομπόλας Κεφαλονιάς.

10.3 Οι κύριες δραστηριότητες της ΔΕΚΑ.Α

σήμερα αφορούν:

- Στην επιστημονική, τεχνική και συμβουλευτική υποστήριξη του Συνεταιρισμού ΡΟΤΑ -Το ΚΑΦΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΚΑΜΠΙΑΝΑΣ
- Στην λειτουργία προγράμματος υποδοχής και προεπαγγελματικής εκπαίδευσης ατόμων με ειδικές ανάγκες, σε συνεργασία με την Πρακτική Βαλλιάνειο Γεωργική Σχολή.
- Στην υποστήριξη της κοινότητας των Τσιγγάνων – κατοίκων του Δήμου Αργοστολίου.
- Στην βελτίωση των υπηρεσιών για του ηλικιωμένους σε συνεργασία με το Δημοτικό Γηροκομείο και το ΚΑΠΗ Αργοστολίου, με σκοπό την ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου συστήματος φροντίδας για τους ηλικιωμένους συμπολίτες μας.
- Στην υποστήριξη της επιχείρησης ΟΙΝΟΘΗΚΗ ΒΙΝΑΡΙΕΣ- Συνεταιρισμός το Σπίτι του Κεφαλλονίτικου κρασιού, στην οποία συμμετέχουν έξι από τις εκπαιδευόμενες του προγράμματος ΟΙΝΟΠΟΛΙΣ 98-99(YOUTHSTART). Αντικείμενο της οποίας είναι η εμπορία, η προβολή και η προώθηση του Κεφαλλονίτικου κρασιού.
- Στην υποστήριξη οικογενειών αλλά και μεμονωμένων προσώπων που αντιμετωπίζουν από απλά προβλήματα παιδικής προσαρμογής και μαθησιακών λειτουργιών ως έντονα κοινωνικά προβλήματα ή προβλήματα ψυχικής υγείας μέσω της κοινωνικής της υπηρεσίας.

10.4 Σύντομη περιγραφή των επιμέρους δραστηριοτήτων

- ***Η υποστήριξη των ηλικιωμένων του Δήμου***

Η βελτίωση των υπηρεσιών για του ηλικιωμένους είναι ένας ακόμη σημαντικός τομέας εργασίας της Δημοτικής Επιχείρησης. Σε αυτό το πλαίσιο με πρωτοβουλία της ΔΕΚΑ.Α αναπτύχθηκε στενή συνεργασία μεταξύ των τριών Νομικών Προσώπων, με αντικείμενο την αξιολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών, και στην περίπτωση που χρειάζεται εφαρμογή νέων προγραμμάτων και πρακτικών, με γνώμονα τον σεβασμό στους ηλικιωμένους.

Στηριζόμενοι σε αυτή την αρχή προχωρήσαμε στην συνεργασία με εξειδικευμένο προσωπικό, οργανώθηκαν εκπαιδευτικές συναντήσεις με το υπάρχον προσωπικό, προωθήσαμε την τακτική συνεργασία μεταξύ των επιμέρους τμημάτων, και οργανώσαμε σε συνεργασία με την ΚΕΔΚΕ, το Υπουργείο Υγείας Πρόνοιας και το Υπουργείο Εσωτερικών το Πρόγραμμα Βοήθεια στο σπίτι. Αυτή τη στιγμή με την εφαρμογή του ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΒΟΗΘΕΙΑ ΣΤΟ ΣΠΙΤΙ που εφαρμόζεται από το ΚΑΠΗ ΑΡΓΟΣΤΟΛΙΟΥ μπορούμε να πούμε ότι υπάρχει ένα ολοκληρωμένο σύστημα φροντίδας των ηλικιωμένων στον Δήμο μας, το οποίο προσφέρει:

1. Πρωτοβάθμια ιατρική περίθαλψη
2. Κοινωνική εργασία με άτομα και ομάδες (συμβουλευτική, υποστηρικτική κοινωνική εργασία, κοινωνικά-προνοιακά θέματα όπως συντάξεις, συνεργασία με φορείς, παραπομπές κτλ.)
3. Οικογενειακή βοήθεια (καθαριότητα κατοικίας, εξωτερικές εργασίες όπως ψώνια, πληρωμές λογαριασμών κτλ.)
4. Νοσηλευτική φροντίδα στο σπίτι (συνοδεία σε υπηρεσίες, ατομική υγιεινή, θεραπευτικές παρεμβάσεις, αγωγή υγείας)
5. Δωρεάν φαγητό σε πακέτο από το Δημοτικό Γηροκομείο και παράδοση στο σπίτι ανάλογα με τις ανάγκες της περίπτωσης

6. Συντροφιά με την βοήθεια εθελοντών.

Εκτός από το προσωπικό του προγράμματος Βοήθεια στο Σπίτι, δεδομένων των αναγκών που προέκυψαν από την συνένωση του Δήμου με τις γύρω κοινότητες η ΔΕΚΑ.Α υποστηρίζει την λειτουργία του Προγράμματος με εξωτερικό γιατρό με ένα μέλος από το επιστημονικό προσωπικό την Επισκέπτρια Υγείας, η οποία ασχολείται καθημερινά με τις ανάγκες του προγράμματος.

- *Λειτουργία γραφείου κοινωνικών υποστηρικτικών υπηρεσιών στο Δήμο Αργοστολίου.*

Από 1η Απριλίου 2003 λειτουργεί γραφείο κοινωνικών υποστηρικτικών υπηρεσιών στο Δήμο μας στο πλαίσιο του Ε.Π «Υγεία – Πρόνοια 2000-2006 », άξονας προτεραιότητας 3, του Υπουργείου Υγείας Πρόνοιας. Σκοπός του γραφείου θα είναι η παροχή ψυχοκοινωνικής στήριξης και συμβουλευτικής σε άτομα και οικογένειες που εντάσσονται σε κοινωνικά ευπαθείς ομάδες και πλήττονται με αποκλεισμό από την αγορά εργασίας. Ενδεικτικά αναφέρονται: τα άτομα με αναπηρία, οι μονογονεϊκές οικογένειες, οι κακοποιημένες γυναίκες, οι αλλοδαποί, τα άτομα με γλωσσικές ή πολιτιστικές ιδιαιτερότητες, οι τσιγγάνοι.

- *Πρόγραμμα προεπαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης ατόμων με ειδικές ανάγκες*

Το πρόγραμμα αφορά ενήλικα άτομα με προβλήματα νοητικής καθυστέρησης και ψυχικής υγείας. Σήμερα αριθμεί 10 άτομα ηλικίας 18- 55 ετών. Το αντικείμενο ενασχόλησης του είναι η καλλιέργεια, αποξήρανση και συσκευασία αρωματικών φυτών και βοτάνων της Κεφαλονιάς, καθώς και παραδοσιακών προϊόντων (μάντολες, μέλι). Στο πρόγραμμα εντάσσεται ένα άτομο αφού αξιολογηθεί από το επιστημονικό προσωπικό της ΔΕΚΑΑ, όσον

αφορά τις ικανότητες του και τα κίνητρα τα δικά του αλλά και του περιβάλλοντος του για την συμμετοχή του στο πρόγραμμα. Η αξιολόγηση γίνεται στον χώρο του εργαστηρίου μια προκαθορισμένη χρονική περίοδο που έχει διάρκεια από ένα ως τρεις μήνες. Σε τακτά χρονικά διαστήματα γίνεται επαναξιολόγηση του κάθε ατόμου.

Κάνοντας μια μικρή αναδρομή στην ιστορία του προγράμματος και στην πορεία του αναφέρουμε, ότι ξεκίνησε τον Ιούνιο του 1995 με πρωταρχικό αντικείμενο την διαμόρφωση του κήπου του Δημοτικού Γηροκομείου.

Μετά την ολοκλήρωση της διαμόρφωσης συνέχισε με την συντήρηση του κήπου ενώ παράλληλα η ομάδα εγκαταστάθηκε σε χώρο που παραχωρήθηκε από την Γεωργική Σχολή και κτίστηκε ένας οικίσκος. Η συνεργασία με την γεωργική σχολή επικυρώθηκε με την παραχώρηση μικρού τμήματος από το θερμοκήπιο της και εξωτερικού χώρου έκτασης ενός στρέμματος. Εκεί ξεκίνησε η οργανωμένη καλλιέργεια , αποξήρανση και συσκευασία των προϊόντων. Μια ακόμα δραστηριότητα της ομάδας αποτέλεσε η διαμόρφωση παρτεριών του δήμου Αργοστολίου και των γύρω κοινοτήτων. Στο θερμοκήπιο καλλιεργήθηκαν τα φυτά που χρησιμοποιήθηκαν στην παραπάνω δραστηριότητα , από τα ίδια τα άτομα του εργαστηρίου. Η διαμόρφωση των παρτεριών είχε διάρκεια τρία έτη. Μετά το 1998 η ομάδα χωρίστηκε και τα άτομα με τα προβλήματα ψυχικής υγείας και αυξημένες ικανότητες παρακολούθησαν το πρόγραμμα ΡΟΤΑ II η κατάληξη του οποίου είναι σήμερα ο αστικός συνεταιρισμός ΡΟΤΑ με διακριτικό τίτλο "ΤΟ ΚΑΦΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΚΑΜΠΙΑΝΑΣ"

Παράλληλα με την εκπαίδευσή τους τα άτομα στα παραπάνω αντικείμενα, παρακολουθούν ατομικό πρόγραμμα εργοθεραπείας ανάλογα με τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει ο καθένας χωριστά .Τα ατομικά προγράμματα αφορούν την ικανότητα αυτοϋπηρετήσεως τους π.χ. ατομική υγιεινή, κατασκευή πρόχειρου φαγητού.

Για την κοινωνική τους ένταξη οργανώθηκε κοινωνική λέσχη, που

περιλαμβάνει εξόδους στην κοινότητα π.χ. παρακολούθηση θεατρικών παραστάσεων, εκδρομές, συμμετοχή σε γεύματα σε εστιατόρια και σε καφετέριες

Όλα τα χρόνια τις λειτουργίες του προγράμματος συνεργαστήκαν με διάφορους φορείς για την πολύπλευρη παροχή υπηρεσιών στα άτομα με ειδικές ανάγκες. Συγκεκριμένα

- με τον Αθλητικό οργανισμό Αργοστολίου και το γραφείο αθλητισμού για την πραγματοποίηση προγράμματος ψυχαγωγίας και άθλησης που λειτουργεί τα τελευταία πέντε χρόνια.
- Με την ΝΕΛΕ για την πραγματοποίηση προγράμματος αναλφαβητισμού και δημιουργικής απασχόλησης.
- Με την μαθητική εστία για την διευκόλυνση της διαμονής ατόμων που παρακολουθούν το πρόγραμμα και μένουν σε απομακρυσμένα χωριά της Κεφαλονιάς.

Πρέπει να σημειωθεί, ότι εκτός από την στήριξη των ατόμων, η ΔΕΚΑΑ στηρίζει και τις οικογένειες τους ψυχολογικά αλλά και σε πρακτικά θέματα όπως την διευκόλυνση τους στην πρόσβαση σε υπηρεσίες για επιδόματα.

- **ΤΣΙΓΓΑΝΟΙ – για μια κοινωνία με λιγότερους αποκλεισμούς**

Ξεκινήσανε να ασχολούνται με τους Τσιγγάνους κατοίκους του Δήμου μας από την στιγμή της δημιουργίας του προσωρινού οικισμού στην είσοδο της πόλης. Μετά από πολλές, ανεπιτυχείς δυστυχώς, ενέργειες αναζήτησης κατάλληλου οικοπέδου ο Δήμος Αργοστολίου τους στέγασε προσωρινά σε ένα οικόπεδο στην είσοδο της πόλης στην περιοχή των Σφαγείων. Μέχρι τότε ζούσαν σε σκηνές χωρίς νερό, αποχέτευση και ρεύμα στην περιοχή των Λυκιοδοπουλάτων. Με την στέγαση τους στο συγκεκριμένο <<προσωρινό καταυλισμό>> το 1996 σε προκατασκευασμένες κατοικίες λύθηκαν προσωρινά οι βασικές ανάγκες διαβίωσης των οικογενειών που κατοικούσαν στο Αργοστόλι. Κάθε οικογένεια στεγάστηκε σε ένα τύπο κοντέινερ από αυτά που

χρησιμοποιούνταν για τους σεισμόπληκτους, με κουζίνα τουαλέτα, κεντρικό αποχετευτικό δίκτυο και ηλεκτρικό ρεύμα.

Η εργασία τους επικεντρώθηκε στην διατήρηση ενός καλού επιπέδου διαβίωσης στο καταυλισμό στην αγωγή υγείας των Τσιγγάνων, στην υποστήριξη της ένταξης των παιδιών τους στο σχολείο, στην επίλυση θεμάτων σχετικών με την αστικό - δημοτική τους κατάσταση, στην συμβουλευτική και τέλος στην υποστήριξη των θεμάτων απασχόλησης.

Οι δυσκολίες που όλα αυτά τα χρόνια συνάντησαν είναι αμέτρητες και οφείλονται όχι μόνο στον τρόπο ζωής των Τσιγγάνων αλλά περισσότερο στον τρόπο σκέψης τους καθώς και στην παγιωμένη στάση της υπόλοιπης κοινότητας.

Συνοψίζοντας, τα βασικότερα προβλήματα των Τσιγγάνων θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι:

A. Η αλλαγή των στάσης των ίδιων των Τσιγγάνων απέναντι στα ίδια τους τα προβλήματα.

B. Το στεγαστικό πρόβλημα

Γ. Η ένταξη των παιδιών στο σχολείο

Παρά τις προσπάθειες που έχουν γίνει σε συνεργασία με την Α/θμια Εκπαίδευση δεν είναι ευχαριστημένοι με το επίπεδο ένταξης των παιδιών στο Δημοτικό σχολείο. Δεν υπάρχουν παιδιά που να έχουν φοιτήσει όλες τις χρονιές κανονικά και να έχουν ενταχθεί σε όλες τις δραστηριότητες του σχολείου όπως τα υπόλοιπα παιδιά. Οι λόγοι είναι πάρα πολλοί. Χρειάζεται πολλή υπομονή και προσπάθεια ακόμη από όλους όσους εμπλέκονται στην διαδικασία., τα παιδιά, τους γονείς αλλά και ολόκληρη την σχολική κοινότητα.

Δ. Η υποστήριξή τους με συγκεκριμένα μέτρα στο τομέα της απασχόλησης.

Αυτή την χρονική περίοδο γίνεται μεγάλη προσπάθεια από την πλευρά του Δήμου για την βελτίωση των συνθηκών στέγασης των Τσιγγάνων. Βρίσκονται στην διαδικασία για την δημιουργία ενός νέου προσωρινού οικισμού για το σύνολο των οικογενειών. Παράλληλα προωθούν την δανειοδότηση των κάποιων εκ των οικογενειών- κάνοντας χρήση ενός συγκεκριμένου προγράμματος του Υπουργείου Εσωτερικών ώστε να χτίσουν το δικό τους σπίτι. Διευκολύνοντας τις οικογένειες στην εύρεση αλλά και τον έλεγχο της καταλληλότητας του οικοπέδου.

Πρόγραμμα προεπαγγελματικής εκπαίδευσης εφήβων Τσιγγάνων

Σχεδιάζεται η λειτουργία προγράμματος Προεπαγγελματικής Εκπαίδευσης μιας ομάδας εφήβων Τσιγγάνων 5-8 ατόμων στην Γεωργική Σχολή. Πρόκειται για μια ομάδα εφήβων, οι οποίοι συμφωνούν κατ' αρχή για ένα τέτοιο πρόγραμμα, οι περισσότεροι από τους οποίους πήγαν στο Δημοτικό Σχολείο και αυτή τη στιγμή δεν έχουν απασχόληση. Μόνο τα μεγαλύτερα αγόρια εργάζονται κατά καιρούς περιστασιακά χωρίς ασφάλιση.

Σκοπός του προγράμματος θα είναι:

- Η απόκτηση επαγγελματικών γνώσεων και δεξιοτήτων στο αντικείμενο του φυτωρίου.
- Η απόκτηση εμπειρίας από την συμμετοχή σε ομάδα.
- Η εκπαίδευση σε θέματα που σχετίζονται με την στάση και την συμπεριφορά σε χώρους εργασίας- τήρηση ωραρίου, συνεργασία, υπευθυνότητα, κτλ.

Το πρόγραμμα θα μπορεί να εμπλουτιστεί και από πρόγραμμα κοινωνικών δεξιοτήτων και πρόγραμμα αναλφαβητισμού.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα το franchising παρουσιάζει αλματώδη ανάπτυξη. Πολλές επιχειρήσεις στρέφονται πλέον σε αυτόν τον θεσμό αναζητώντας σταθερότητα, ασφάλεια και ένα ικανοποιητικό κέρδος. Έτσι, δεν είναι τυχαία η τεράστια επιτυχία που παρουσιάζουν μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων όπως : Γερμανός, Γρηγόρης μικρογεύματα, Goody's κλπ.

Ταυτόχρονα, με αργά αλλά σταθερά βήματα γίνεται μια προσπάθεια από την πλευρά των κοινωνικών επιχειρήσεων να εισέλθουν στον κλάδο του franchising με αρωγό το Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το «Καφενείο της Καμπάνας» του συνεταιρισμού Ρότα στην Κεφαλλονιά.

Μέσω αυτής της εργασίας αποκτήσαμε μια ευρεία άποψη γύρω από το σύστημα της Δικαιόχρησης και πεποίθηση μας πλέον είναι ότι όχι μόνο θα συνεχίσει την ανοδική του πορεία αλλά ότι κάποια στιγμή θα αποτελεί τον πιο επιτυχημένο κλάδο στην αγορά.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Ορισμοί

Franchise: Το σύνολο των δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά συστήματα και επωνυμίες – brand names, σήμανση καταστημάτων, πρότυπα χρήσεως, σχέδια, δικαιώματα αντιγραφής, τεχνογνωσία σε θέματα οργάνωσης, ανάπτυξης, λειτουργίας, πωλήσεων και επικοινωνίας ή διπλώματα ευρεσιτεχνίας προς εκμετάλλευση με σκοπό τη μεταπώληση προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες.

Franchisor (δικαιοπάροχος ή δότης) : Η επιχείρηση, η οποία παρέχει έναντι οικονομικού ανταλλάγματος το δικαίωμα εκμετάλλευσης του συστήματος franchise στους franchisees.

Franchisee (δικαιοδόχος ή λήπτης) : Είναι η επιχείρηση ή το πρόσωπο στο οποίο παραχωρείται, από τον franchisor, το δικαίωμα εκμετάλλευσης – με προκαθορισμένους όρους- του πακέτου franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή / και παροχή υπηρεσιών.

Franchise package ή package deal (πακέτο franchising) : Περιλαμβάνει το σύνολο των δικαιωμάτων πνευματικής ή βιομηχανικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα ή επωνυμίες ή διακριτικά γνωρίσματα καταστημάτων, πρότυπα χρήσης, σχέδια, υποδείγματα, ευρεσιτεχνία, καθώς και την απαραίτητη τεχνογνωσία για εκμετάλλευση, που παραχωρεί ο franchisor στον franchisee, με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων και υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες.

Franchising (δικαιοχώρηση) : Η διαρκής εμπορική συνεργασία μεταξύ δύο επιχειρήσεων βάσει της οποίας η μία επιχείρηση, ο franchisor, παραχωρεί στον franchisee έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος το δικαίωμα εκμετάλλευσης του πακέτου franchising.

Δίκτυο franchising : Το σύνολο των καταστημάτων των franchisees, οι οποίοι συνδέονται με ιδιαίτερες συμβάσεις franchising με την επιχείρηση του franchisor. Στο ίδιο δίκτυο ανήκουν και τα καταστήματα του franchisor, εφόσον λειτουργούν με τη μέθοδο franchising.

Franchise contract (σύμβαση δικαιόχρησης) : Είναι η νομική σύμβαση μεταξύ δικαιοπάροχου και δικαιοδόχου, στην οποία περιγράφονται με λεπτομέρεια και σαφήνεια οι όροι της συνεργασίας τους, συμπεριλαμβανομένων των δικαιωμάτων και των υποχρεώσεων τους.

Franchise concept : Αποτελεί την επιχειρηματική πρόταση (σύλληψη) του δικαιοπαρόχου, μετουσιωμένη σε τεκμηριωμένη εμπορική πρόταση και πρακτική λειτουργία μιας επιχείρησης με συγκεκριμένη τεχνογνωσία και κατοχυρωμένη εταιρική ταυτότητα.

Entry Fee ή Initial Franchise Fee (δικαίωμα εισόδου) : Είναι το εφάπαξ ποσό που πληρώνει ο franchisee στον franchisor με την υπογραφή της σύμβασης franchise, για την ένταξη του πρώτου στο δίκτυο. Το entry fee αντιπροσωπεύει τις δαπάνες για την ανάπτυξη του concept, τη μεταφερόμενη τεχνογνωσία (know-how), τα δικαιώματα εμπορικής χρήσης σήματος, την καλή φήμη και πελατεία, την υποστήριξη στα αρχικά στάδια (παροχή εγχειριδίων, αρχική εκπαίδευση, οργάνωση καταστήματος, αγορά βασικού εξοπλισμού) κ.ο.κ.

Pilot Store (Πιλοτικό κατάστημα) : Το αρχικό κατάστημα (ή τα αρχικά καταστήματα), το οποίο ανήκει στον franchisor και κατά τη λειτουργία του οποίου έχει εφαρμοστεί και ελεγχθεί για ικανό χρονικό διάστημα η εμπορική αποδοχή του franchise concept, η βιωσιμότητα και η δυναμική του καταστήματος, η δυνατότητα τυποποίησης μεθόδων και διαδικασιών, ώστε να εφαρμοστεί και σε άλλα καταστήματα κατά ομοιόμορφο τρόπο.

Continuing fees ή Royalties (συνεχή δικαιώματα) : Χρηματικά ποσά τα οποία καταβάλλει ο δικαιοδόχος στον δικαιοπάροχο, σε τακτά χρονικά διαστήματα, καθ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης. Οι καταβολές αυτές αντισταθμίζουν τη συνεχή υποστήριξη του δικαιοπαρόχου στον δικαιοδόχο ή τη

συνεχή ανανέωση, εξέλιξη και προσαρμογή της τεχνογνωσίας ή ό,τι αντιστοιχεί στη διαρκή ή περιοδικά επαναλαμβανόμενη εκπαίδευση. Τα ποσά αυτά εκφράζονται συνήθως με τους ακόλουθους τρόπους :

- Ως ποσοστό (%) επί των καθαρών πωλήσεων
- Ως ποσοστό επί των καθαρών αγορών.
- Ενσωματωμένα στο κόστος αγορών.
- Ως καταβολή πάγιας χρηματικής αμοιβής.
- Συνδυασμός των παραπάνω.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

Πίνακας 1

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

<u>Μικροεπισκευές Αυτοκινήτων</u> AUTOMAGIC	<u>Διακόσμηση</u> ΜΠΟΥΚΕΤΟ ΜΠΑΛΟΝΙΑ ΜΟΝΑ ΛΙΖΑ	<u>Κτηματομεσιτικές Υπηρεσίες</u> RE/MAX ERA	<u>Στεγνοκαθαριστήρια</u> PRESSTO SSEC
<u>Ανεπιμόσχευ- Μεζαντιών</u> INK CENTER	<u>Διαφημιστικά Είδη</u> SHORTRUN	<u>Ταχυμεταφορές</u> SPEEDEX	<u>Διαχείριση Υγρασίας</u> HUMITECH

ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ

<u>Γυναικεία - Ενδύση</u> CURVES	<u>Κομμωτήρια</u> NICOLAS COIFFURE EXPRESSIONS MOD'S HAIR	<u>Φυτικά Καλλυντικά</u> FRESH LINE NATURA BOMB	
<u>Solarium</u> EASY SUN SOLARIUM	<u>Λατρική Δισθητική</u> LASERLINE CLINICS	<u>Περιποίηση Νυχιών</u> MARIELLA NAILS	<u>Ινδοαγιόση</u> JKALMED

ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

<u>Είδη Σπιτιού</u> LE SHOP BERLONI	<u>Χρηστικά Είδη</u> EUROMANIA BANTEL OMNISHOP	<u>Convenience Stores</u> OLA!STORES ERSI SHOPS	<u>Σούπερ Μάρκετ</u> DIA ΑΒ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ
---	---	---	--

TELEMARKETING

<u>Πληροφορική</u> MULTIRAMA	<u>Pet Shops</u> ΖΩΟΦΙΛΙΑ	<u>Χαλιά</u> ΑΙΩΝ	<u>Δουκά Είδη</u> BED&BATH
<u>Στρώματα</u> ELITE STROM			

ΕΝΔΥΣΗ

<u>Δξέπουάρ</u>	<u>Γυνακκία Ένδύση</u>	<u>Παιδική Ένδύση</u>	<u>Παιδικά Υποδήματα</u>
MABO SENSUAL FX	BSB	MINI RAXEVSKI	FORMENTINI
HAREM		RAMMER	CROCODILINO
OBRE		MATOU FRANCE	
LOISIR			
OXETTE			

<u>Είδη Ευκαιρισμένης</u>	<u>Παιχνίδια</u>	<u>Εσώρουχα</u>	<u>Unisex</u>
PREMAMAN	COMFUZIO TOYS ACADEMY	VERO by Aslanis	PRONOMIO

<u>Λημιότινα Είδη</u>	<u>Ανδρικά Ποικύμια</u>	<u>Υποδήματα</u>
G. SAHINI HUNTER	RANIAMI	SIDYER

ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ

<u>Video Clubs</u>	<u>Video Clubs - 24ωρα</u>	<u>Internet Stations</u>	<u>Παιδότοποι</u>
SEVEN VIDEO NET	24 HRS SELF VIDEO	INSPOT	SUPERLAND
VIDEORAMA		GNET	
DIGITAL		BITS&BYTES	
ROBOVIDEO		IQ STATION NET	
MOVIELAND		GAME BUSTER	
VIDEOINN			
FUNDVD			

ΕΣΤΙΑΣΗ

Καφέ - Εστιατόρια

PALMIE BISTRO

Ριζα

PORTOFINO

Ψητοποιεία

ΔΡΟΣΟΠΗΓΗ

SnacksΓΡΗΓΟΡΗΣ
ΜΙΚΡΟΓΕΥΜΑΤΑ

SNACKERS PLACE

Φρέσκο Παγωτό

CREMERIA VIENNA

Κρέπες

CREPALAND

Καφωποιεία

COFFEE ISLAND

ΦαίρνοιΚΑΤΣΕΛΗΣ
ΑΡΤΟΠΟΙΗΜΑΤΑ

ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Εμπλοτισιακή
Εκπαίδευση

FASTRACKIDS

Ξένες Γλώσσες

INTERLINGUA

Εκπαίδευση
Πληροφορικής

WEBWONDERS

Ενδοεπιχειρησιακή

INTERSEMINAR

SO EASY

WIN.NET

ΟΜΙΛΟΣ ΓΡΑΦΑ

TECHNOKIDS -
TECHNOPLUS

NEXT LANGUAGE

SMARTWAY

ISON

e-studies

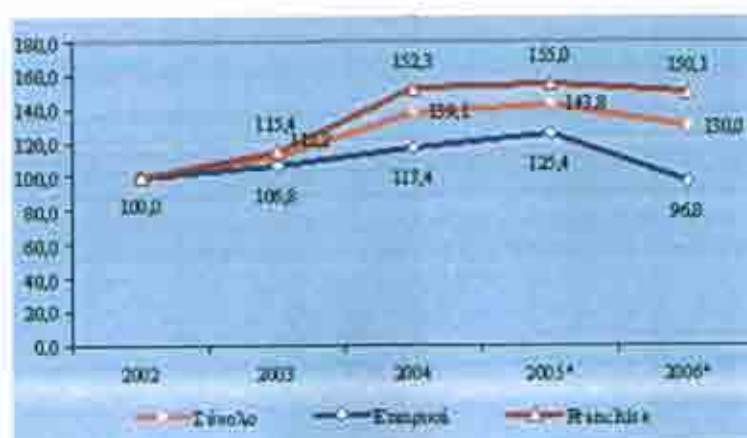
ΕΥΡΩΓΝΩΣΗ

IMS

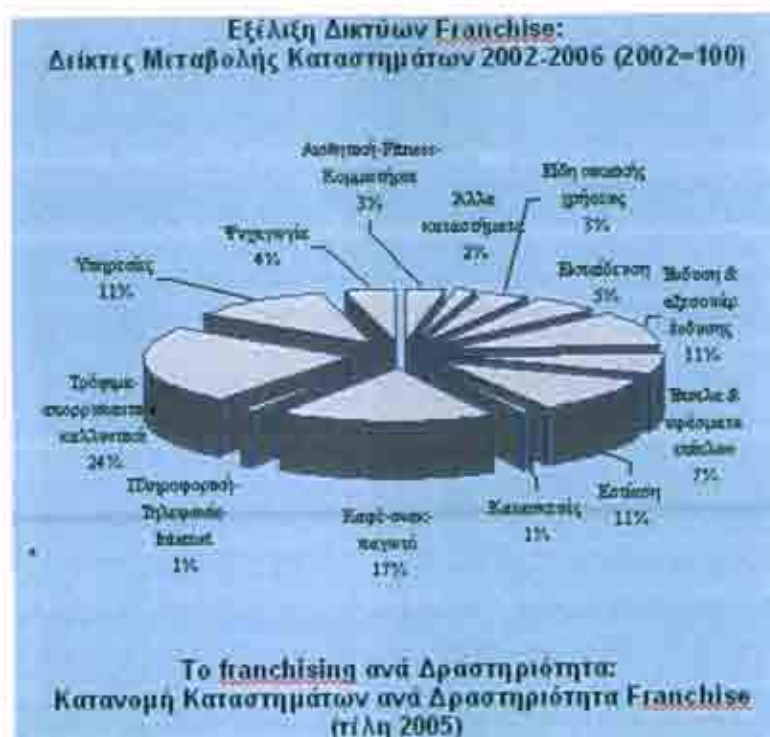
AXON

INTERED

Πίνακας 2



Πίνακας 3



Πίνακας 4

ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ		
ΕΝΔΥΣΗ	118	23,4%
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	49	9,7%
ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΤΑ	26	5,1%
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ	53	10,5%
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	56	11,1%
ΛΙΑΝΙΚΗ	84	16,6%
ΕΣΤΙΑΣΗ	60	11,9%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	59	11,7%
ΣΥΝΟΛΟ	505	100,0%

Πηγή: FRANCHISE SUCCESS - ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2005

Πίνακας 5

ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΔΙΚΤΥΩΝ					
	ΕΤΑΙΡΙΚΑ	FRANCHISE	SHOP IN A SHOP	CORNER	ΣΥΝΟΛΟ
1999	1505	2612	99	56	4272
2000	1924	3809	166	101	6000
2001	2474	4737	298	110	7619
2002	2726	5642	421	112	8901
2003	2979	6132	593	148	9852
2004	3345	6978	962	99	11384

Πηγή: FRANCHISE SUCCESS - ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2005

Πίνακας 6

ΣΥΝΘΕΣΗ ΝΕΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ ΠΩΔΗΣΗΣ					
	ΕΤΑΙΡΙΚΑ	FRANCHISE	SHOP IN A SHOP	CORNER	ΣΥΝΟΛΟ
2000	419	1197	67	45	1728
2001	550	928	132	9	1619
2002	252	905	123	2	1282
2003	253	490	172	36	951
2004	366	846	369	-49	1532

Πηγή: FRANCHISE SUCCESS - ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2005

Πίνακας 7

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΚΑΤΑΝΟΜΗ						
	1999	2000	2001	2002	2003	2004
ΕΤΑΙΡΙΚΑ	35%	32%	32%	31%	30%	29%
FRANCHISE	61%	63%	62%	63%	62%	61%
SHOP IN A SHOP	2%	3%	4%	5%	6%	8%
CORNER	1%	2%	1%	1%	2%	1%
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Πηγή: FRANCHISE SUCCESS - ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2005

Πίνακας 8

ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ - ΠΟΣΟΣΤΟ ΑΝΑ ΤΥΠΟ ΣΗΜΕΙΟΥ ΠΩΛΗΣΗΣ					
	ΕΤΑΙΡΙΚΑ	FRANCHISE	SHOP IN A SHOP	CORNER	ΣΥΝΟΛΟ
ΕΝΔΥΣΗ	30%	50%	15%	4%	100%
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	9%	73%	18%		100%
ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΤΑ	53%	43%	5%	0%	100%
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ	19%	71%	10%	0%	100%
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	30%	62%	8%	0%	100%
ΛΙΑΝΙΚΗ	31%	68%	1%	0%	100%
ΕΣΤΙΑΣΗ	35%	63%	2%	0%	100%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	20%	62%	18%	0%	100%
ΣΥΝΟΛΟ	29%	61%	8%	1%	100%

Πηγή : FRANCHISE SUCCESS - ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2005

Πίνακας 9

ΝΕΑ ΕΤΑΙΡΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΑΝΑ ΕΤΟΣ					
	2000	2001	2002	2003	2004
ΕΝΔΥΣΗ	133	59	103	11	66
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	48	-10	1	-14	-25
ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΤΑ	57	69	48	154	88
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ	-2	-4	12	-13	-5
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	13	19	42	30	60
ΛΙΑΝΙΚΗ	121	305	-36	29	142
ΕΣΤΙΑΣΗ	20	76	82	79	-10
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	29	36	0	-23	50
	419	550	252	253	366

Πηγή : FRANCHISE SUCCESS - ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2005

ΠΙΝΑΚΑΣ 10

ΝΕΑ ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ					
	2000	2001	2002	2003	2004
ΕΝΔΥΣΗ	359	221	265	171	324
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	172	193	368	239	256
ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΤΑ	147	181	83	217	187
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ	177	12	57	15	14
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	100	15	182	47	86
ΛΙΑΝΙΚΗ	499	724	177	118	429
ΕΣΤΙΑΣΗ	155	185	141	130	-19
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	119	88	9	14	255
	1728	1619	1282	951	1532

Πηγή : FRANCHISE SUCCESS - ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2005

ΠΙΝΑΚΑΣ 11

ΝΕΑ ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ-FRANCHISE					
	2000	2001	2002	2003	2004
ΕΝΔΥΣΗ	141	90	129	84	178
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	122	156	342	218	133
ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΤΑ	91	111	1	53	89
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ	177	13	43	15	13
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	74	3	116	-9	19
ΛΙΑΝΙΚΗ	377	418	208	83	269
ΕΣΤΙΑΣΗ	129	104	59	39	-14
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	86	33	7	7	159
	1197	928	905	490	846

Πηγή : FRANCHISE SUCCESS - ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2005

ΠΙΝΑΚΑΣ 12

ΝΕΑ ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ-SHOP IN A SHOP & CORNERS					
	2000	2001	2002	2003	2004
ΕΝΔΥΣΗ	85	72	33	76	80
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	2	47	25	35	148
ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΤΑ	1	0	1	35	45
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ		3	2	13	6
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	13	-7	24	26	7
ΛΙΑΝΙΚΗ	1	1	5	6	18
ΕΣΤΙΑΣΗ	6	5	0	12	5
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	4	19	2	30	46
	114	140	92	233	355

Πηγή : FRANCHISE SUCCESS - ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2005

ΠΙΝΑΚΑΣ 13**ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΗΜΕΙΩΝ ΠΩΛΗΣΗΣ - ΑΥΞΗΣΗ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟ 1999**

	ΕΤΑΙΡΙΚΑ	FRANCHISE	SHOP IN A SHOP	CORNER	ΣΥΝΟΛΟ
1999	100%	100%	100%	100%	100%
2000	128%	146%	168%	180%	140%
2001	164%	181%	301%	196%	178%
2002	181%	216%	425%	200%	208%
2003	198%	235%	599%	264%	231%
2004	222%	267%	972%	177%	266%

Πηγή : FRANCHISE SUCCESS - ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2005 [ΔΕΙΓΜΑ 505 ΔΙΚΤΥΑ FRANCHISE]

ΠΙΝΑΚΑΣ 14**ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΗΜΕΙΩΝ ΠΩΛΗΣΗΣ: ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΤΗΣΙΑΣ ΑΥΞΗΣΗΣ**

	ΕΤΑΙΡΙΚΑ	FRANCHISE	SHOP IN A SHOP	CORNER	ΣΥΝΟΛΟ
2000	27,8%	45,8%	67,7%	80,4%	40,4%
2001	28,6%	24,4%	79,5%	8,9%	27,0%
2002	10,2%	19,1%	41,3%	1,8%	16,8%
2003	9,3%	8,7%	40,9%	32,1%	10,7%
2004	12,3%	13,8%	62,2%	-33,1%	15,6%

Πηγή : FRANCHISE SUCCESS - ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2005 [ΔΕΙΓΜΑ 505 ΔΙΚΤΥΑ FRANCHISE]

ΠΙΝΑΚΑΣ 15**ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΣΗΜΕΙΩΝ ΠΩΛΗΣΗΣ ΑΝΑ ΔΙΚΤΥΟ ΚΑΙ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ**

	ΕΤΑΙΡΙΚΑ	FRANCHISE	SHOP IN A SHOP	ΣΥΝΟΛΟ
ΕΝΔΥΣΗ	5,7	9,4	3,7	18,8
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	3,1	24,1	5,9	33,1
ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΤΑ	24,8	20,0	2,1	46,9
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΦΡΟΝΤΙΔΑ	1,6	6,0	0,9	8,5
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	5,3	10,8	1,4	17,4
ΛΙΑΝΙΚΗ	10,8	24,1	0,4	35,4
ΕΣΤΙΑΣΗ	7,9	14,5	0,5	22,9
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	1,9	5,8	1,7	9,4
ΣΥΝΟΛΟ	6,6	13,8	2,1	22,5

Πηγή : FRANCHISE SUCCESS - ΠΑΝΟΡΑΜΑ 2005

Πίνακας 16**Γεωγραφική κατανομή επιχειρήσεων**

Περιοχή	Αριθμός επιχειρήσεων
Αττική	330
Θεσσαλονίκη	66
Λοιπή Μακεδονία/ Θράκη	9
Κρήτη	13
Θεσσαλία/Λοιπή Στερεά Ελλάδα	10
Ήπειρος/Ιόνια νησιά	2
Πελοπόννησος	6
Λοιπά νησιά	3
Σύνολο	438

Πίνακας 17**Τομείς δραστηριότητας**

Αντικείμενο δραστηριότητας	Αριθμός επιχειρήσεων
Εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων	52
Εμπόριο παιδικών ενδυμάτων	14
Εμπόριο αθλητικών ειδών	6
Εμπόριο αξεσουάρ ένδυσης και δερματίνων ειδών	8
Εμπόριο υποδημάτων	11
Εμπόριο εσφορούχων, μαγιό και νυχτικών	12
Εμπόριο ειδών οικιακής χρήσης, χρηστικών και διακοσμητικών ειδών και ειδών δώρων	17
Εμπόριο καλλυντικών	9
Εμπόριο κοσμημάτων, ρολογιών	6
Εμπόριο βιντεοκασετών, DVDs	14
Εμπόριο επίπλων	18
Εμπόριο υφασμάτων επίπλωσης, χαλιών, κουρτινών, λευκών ειδών και στρωμάτων	8
Εμπόριο ηλεκτρονικών ειδών (κινητή τηλεφωνία, Η/Υ, μηχανές γραφείου, αναλώσιμα κλπ)	13
Εμπόριο ηλεκτρικών οικιακών συσκευών	3
Εμπόριο φωτογραφικών ειδών	6
Εμπόριο παιχνιδιών	4
Εστιατόρια	24
Καφέ - ζαχαροπλαστεία	11
Εμπόριο ειδών αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής	9
Εμπόριο ειδών διατροφής	12
Σουπερμάρκετ, μίνι μάρκετ	10
Ιδιωτική εκπαίδευση (ξένες γλώσσες, πληροφορική, σεμινάρια)	22
Υπηρεσίες internet / internet cafe	6
Γυμναστήρια, κομμωτήρια, ινστιτούτα αισθητικής, σχολές χορού και λοιπά κέντρα	22
Μισθώσεις αυτοκινήτων	8
Παιδότοποι	4
Μεσίτες ακινήτων	4
Στεγνοκαθαριστήρια	5
Ταχυμεταιφορές	3
Τεχνική βοήθεια -υπηρεσίες υγιεινής	3
Λοιποί τομείς δραστηριότητας	94
Σύνολο	438

Πίνακας 18

ΤΥΠΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΣΥΝΟΛΟ	ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ FRANCHISE	
		ΕΛΛΗΝΙΚΟ	ΑΛΛΟΔΑΠΟ
Εστίαση	21,1 %	18,6 %	28,0 %
Καταστήματα Τροφίμων	16,8 %	20,0 %	8,0 %
Ενδουση και Υπόδηση	13,7 %	12,9 %	16,0 %
Οικιακός Εξοπλισμός / Υπηρεσίες	6,3 %	8,6 %	0,0 %
Άλλα Καταστήματα Λιανικής	22,1 %	25,7 %	12,0 %
Προσωπική Φροντίδα & Αναψυχή	5,3 %	5,7 %	4,0 %
Business Services / Λοιπές Υπηρεσίες	5,3 %	2,9 %	12,0 %
Εκπαίδευση	9,5 %	5,7 %	20,0 %
ΣΥΝΟΛΟ	100,0 %	100,0 %	100,0 %
Κατανομή μεταξύ Ελληνικών - Αλλοδαπών franchises		73,7 %	26,3

Πίνακας 19
Κατανομή προσωπικού

Κατανομή προσωπικού	Αριθμός επιχειρήσεων
Πάνω από 100 άτομα	70
Μεταξύ 50-99	60
Μεταξύ 20-49	73
Μεταξύ 1-19	133
Μη διαθέσιμο	102
Σύνολο	438

Πίνακας 20**Η ανεργία κατά φύλο και ηλικία**

Ηλικία	Άρρενες	Θήλειες	Σύνολο
15-29	16,0%	28,0%	21,3%
30-44	5,4%	16,1%	10,1%
45-64	4,5%	8,4%	5,9%
65+	1,0%	1,0%	1,0%
Σύνολο	7,3%	16,8%	11,2%

Πηγή: ΕΣΥΕ, Α' τρίμηνο 2004

Πίνακας 21Επωφελούμενοι

	M	Φ
Βοήθεια σε άτομα		
Άνεργοι	35.0%	65.0%
Εργαζόμενοι	0.0%	0.0%
Άλλοι (χωρίς νομική κατάσταση, δικαιούχοι κοινωνικών παροχών..)	0.0%	0.0%
	100.0%	
Μετανάστες, εθνικές μειονότητες...	0.0%	0.0%
Αιτούντες άσυλο	0.0%	0.0%
Πληθυσμός όχι μετανάστες και όχι αιτούντες άσυλο	35.0%	65.0%
	100.0%	
Σωματική μειονεξία	10.0%	10.0%
Διανοητική μειονεξία	0.0%	0.0%
Διανοητική νόσος	0.0%	0.0%
Πληθυσμός χωρίς αναπηρία	25.0%	55.0%
	100.0%	
Χρήστες ουσιών	0.0%	0.0%
Άστεγοι	0.0%	0.0%
Πρώην φυλακισμένοι	0.0%	0.0%
Άλλα άτομα που υφίστανται διακρίσεις (λόγω θρησκείας, γενετήσιου προσανατολισμού)	0.0%	0.0%
Χωρίς τέτοιες συγκεκριμένες διακρίσεις	35.0%	65.0%
	100.0%	
< 25 ετών	15.0%	25.0%
25 - 50 ετών	20.0%	40.0%
> 50 ετών	0.0%	0.0%
	100.0%	

Πίνακας 22

ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ	ΤΚ	ΤΗΛΕΦΩΝΟ	FAX	E-MAIL
ΑΤΤΙΚΗ						
Αγ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ	Αγ. Δημητρίου 90	17393	210-97 56 418	210-97 53 905	
ΑΘΗΝΑ	PASSIFLORA	Βεΐκου 53 Κουκάκι	11742	210-92 44 620		
	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΛΙΒΑΣ Δ. ΠΕΡΙΚΛΗΣ	Ακαδημίας 84	10678	210-38 21 805	210-38 21 805	
	ΠΕΡΙΒΟΛΙ ΤΗΣ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΗ ΑΓΟΡΑ - ΧΑΡ. ΚΟΡΟΓΩΝΑΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.	Αν. Μεταξιά 13-15	10681	210-38 47 766 210-33 04 647	210-33 04 647	
	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΜΟΝ ΕΠΕ	Σκουρά 52 Κολωνάκι	10672	210-36 08 611	210-36 08 611	
	GREEN FARM	Δημοκρίτου 13 Κολωνάκι	10671	210-36 14 001	210-36 14 311	
ΑΙΓΑΛΕΩ	ΜΕΛΕΝΙΟ ΓΚΑΡΑΒΕΛΟΥ ΝΑΝΑ	Σμόρνης 69	12242	210-59 10 426		
ΒΡΙΑΝΣΣΙΑ	ΑΓΝΗ ΓΗ Ι.ΦΕΡΤΑΚΗΣ - Μ.ΜΠΟΜΠΟΥ Ο.Ε.	Α. Πεντέλης 104	15235	210-81 04 825	210-80 35 152	pureearth@bol.gr

<i>ΓΕΡΑΚΑΣ</i>	ΑΓΝΗ ΓΗ ΚΑΡΑΠΑΝΟΣ Ν. & ΣΙΑ Ε.Ε.	Μαραθώνος 176	15344	210-66 15 610	210-66.11 901	
<i>ΓΛΥΦΑΔΑ</i>	ΒΙΟΜΑΡΚΕΤ ΚΑΜΠΟΣ Α.Ε.	Αρτέμιδος 9	16674	210-89 85 304	210-89 85 304	
	GREEN FARM	Δούσμανη 5	16675	210-89 85 191	210-89 80 330	
<i>ΗΛΙΟΥΠΟΛΗ</i>	ΑΣΣΑΝΑΚΙΔΗΣ	Μ. Αντόπα 84	16346	210-99 16 107 210-96 01 645	210-96 01 645	
	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ	Βύρωνος 19 & Θέτιδος 2	16342	210-99 33 931	210-99 19 141	
<i>Κ. ΠΕΥΚΗ</i>	ΒΙΩΡΑΜΑ Τ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ - Ε. ΤΖΑΧΡΗΣΤΑΣ Ο.Ε.	Ελ. Βενιζέλου 4	15121	210-80 62 489 210-32 48 856	210-80 62 489	
<i>ΚΑΛΛΙΘΕΑ</i>	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ	Μαντζαριωτάκη 50	17672	210-95 37 415 210-95 25 806	210-95 37 746	
<i>ΚΥΨΕΛΗ</i>	MIRABILIS	Αγ. Μελετίου 12	11361	210-82 21 206	210-82 21 749	
<i>ΜΑΡΚΟΠΟΥΛΟ ΜΕΣΟΓΑΙΑΣ</i>	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ	Παπαβασιλείου 44 & Δραγωνέα	19003	22990-49 327	22990- 49 327	
<i>ΜΑΡΟΥΣΙ</i>	GREEN FARM	Δ. Ράλλη 8 & Χατζηαντωνίου 14	15124	210-61 41 914	210-61 41 094	
<i>Ν. ΕΡΥΘΡΑΙΑ</i>	GREEN FARM	Λεωφ. Ελ. Βενιζέλου 134	14671	210-62 04 044	210-62 04 544	
<i>Ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟ</i>	ΒΙΩΡΑΜΑ Κ.Δ. ΜΑΡΓΑΡΩΝΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.	Στ. Καραγιώργη 7 & Παλλάδος	14121	210-27 59 904 210-32 48 858	210-27 59 904	
<i>Ν. ΙΩΝΙΑ</i>	ΒΙΟΠΟΛΙΣ	Αγ. Σοφίας 5	14231	210-27 96 011	210-27 96 011	

<i>Ν. ΣΜΥΡΝΗ</i>	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ	Ομήρου 71	17131	210-9310468		
	GREEN FARM	Πλατεία Αθανασίου Καρύλλου 9	17121	210-93 14 467 210-93 56 994	210-93 56 994	
<i>Π. ΦΑΛΗΡΟ</i>	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ	Αγ. Βαρβάρας 45	17563	210-98 50 445	210-98 51 028	
	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ	Τρίτωνος 35-37	175 63	210-98 32 701	210-98 32 279	
<i>ΠΑΓΚΡΑΤΙ</i>	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΠΑΠΑΓΡΗΓΟΡΑΚΗΣ	Φυλολάου 88-90	11633	210-75 68 883	210-75 68 884	
<i>ΠΕΙΡΑΙΑΣ</i>	GREEN FARM	Μπουμπουλίνας 30	18535	210-42 97 124	210- 42 96 264	
	ΕΥΟΙ ΕΥΑΝ Μ.ΑΔΑΜΑΝΤΟΠΟΥΛΟΣ - Ε. ΑΡΥΦΑΚΗ Ο.Ε.	Αριστοτέλους 9	18535	210-42 97 073	210-42 97 073	evievan@compulink.gr
	ΒΙΟCENTER ΣΠΑΝΟΣ Σ. ΠΕΤΡΟΣ	Τσαμαδού 71	18532	210-41 73 700	210-41 73 700	biocenter@biocenter.gr
<i>ΠΕΡΙΣΤΕΡΙ</i>	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ	Δημητρίου Γούναρη 9	12131	210-57 86 922	210-57 87 072	tde-7@hotmail.com
	ΘΕΟΧΑΡΙΔΟΥ Ε. – ΜΑΝΔΡΩΝΗ Θ. Ο.Ε.	Πίνδου 11	12132	210-57 13 988		
<i>ΚΑΤΩ ΧΑΛΑΝΑΡΙ</i>	ΚΗΠΟΣ ΑΓΓΕΛΩΝ Π.ΑΜΟΛΟΧΙΤΗΣ – Ρ.ΒΙΣΚΑΛΟΥΡΑΚΗ Ο.Ε.	Χίου 18	15231	210-6777114	210 6777164	info@kiposaggelon.gr
<i>ΧΑΛΑΝΑΡΙ</i>	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ	Κώστα Βαρνάλη 26	15233	210-68 25 275	210-68 96 503	marbi@otenet.gr

<i>ΧΟΛΑΡΓΟΣ</i>	ΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΚΥΚΛΟΣ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ - ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑ ΧΑΪΚΑΛΗ & ΣΙΑ Ε.Ε.	Περικλέους 20	15561	210-65 37 099	210-65 37 099	
<u>ΑΙΤΩΛΟΑΚΑΡΝΑΝΙΑ</u>						
<i>ΑΓΡΙΝΙΟ</i>	ΠΕΙΡΑΝ ΑΓΡΙΝΙΟ Ε.Π.Ε	Πάνου Σούλου 16	30100	26410-58 064		
<u>ΑΡΚΑΔΙΑ</u>						
<i>ΛΕΩΝΙΔΙΟ</i>	ΠΕΙΡΑΝ ΛΕΩΝΙΔΙΟ Ε.Π.Ε	Λεωνίδιο	22300	27570-29 004	27570-29 004	
<u>ΑΧΑΪΑ</u>						
<i>ΠΑΤΡΑ</i>	ΠΕΙΡΑΝ ΠΑΤΡΑ Ε.Π.Ε	Κορίνθου 125	26223	2610-42 03 03	2610-42 03 03	
<u>ΗΛΕΙΑ</u>						
<i>ΠΥΡΓΟΣ ΗΛΕΙΑΣ</i>	ΑΡΤΟΠΟΙΕΙΟ ΤΣΑΓΚΡΗ-ΜΠΕΛΟΥΣΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ	Γορτυνίας & Κωνσταντινουπόλεως	27100	26210-32 571		
<u>ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</u>						
<i>ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ</i>	ΠΕΡΙ ΦΥΣΕΩΣ & ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΚΑΜΟΥΚΑΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ	Επιδάφρου 9	54352	2310-328 513		
<i>ΚΑΛΑΜΑΡΙΑ</i>	GREEN HOUSE ΑΦΟΙ ΣΜΥΡΛΑΚΗ Ο. Ε.	Πόντου 91	55133	2310-443 794		smyrl@theforthnet.gr
<i>ΠΑΝΟΡΑΜΑ</i>	ΒΙΩΡΑΜΑ ΣΤΕΦΑΝΙΔΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ	Ιασωνίδου 4	55236	2310-332 003		
<i>ΠΕΡΑΙΑ</i>	GREEN HOUSE ΑΦΟΙ ΣΜΥΡΛΑΚΗ Ο. Ε.	Ιονίας 11 (εν. Εμπορικού Κέντρου)	54453	23920-21271		

<u>ΙΩΑΝΝΙΝΑ</u>						
<i>ΙΩΑΝΝΙΝΑ</i>	ΠΕΙΡΑΝ ΙΩΑΝΝΙΝΑ Ε.Π.Ε.	Σουλίου 35	45332	26510-48883	26510-48883	
	ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΕΥΑΓ. ΚΟΥΡΟΣ - ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ	Ν. Ζέρβα 53	45332	26510-66001	26510-75138	
<u>ΚΕΡΚΥΡΑ</u>						
<i>ΚΕΡΚΥΡΑ</i>	ΟΙΚΟΖΩΗ ΣΥΝ.Π.Ε. ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ-ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΟΙΚΟΛ. ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	Ι. Θεοτόκη 104	49100	26610-49294	26610-49294	
<i>ΚΕΡΚΥΡΑ</i>	ΟΙΚΟΖΩΗ ΣΥΝ.Π.Ε. ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ-ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΟΙΚΟΛ. ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	Δελβινιώτη 6-8	49100	26610-49294	26610-49294	
<i>ΚΕΡΚΥΡΑ</i>	ΒΙΟΓΩΝΙΑ	Ε.Ο. Λευκίμης (Βρυώνης) Αχιλλείων	49084	26610-47515		
<u>ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ</u>						
<i>ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ</i>	ΠΕΙΡΑΝ ΑΡΓΟΣΤΟΛΙ Ε.Π.Ε.	Σιτεμπόρων & Λουκάτου 1	28100	26710-26 085		
<u>ΚΟΡΙΝΘΙΑ</u>						
<i>ΚΟΡΙΝΘΟΣ</i>	ΑΜΑΛΘΕΙΑ	Αδεμάντου 38	20100	24710-75 150	24710-76 543	
<u>ΚΡΗΤΗ</u>						
<i>ΧΑΝΙΑ</i>	ΦΑΡΜΑ ΑΜΑΛΘΕΙΑ	Ζομβρακάκηδων 36	73100	28210-94 041		
	ΚΤΗΜΑ ΔΛΣΚΑΛΑΚΗ	Κυδωνίας 144	73100	28210-36 009 28210-62 375	28210-36 009	
	ΓΑΙΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ Π.Ε.	Δημητρακάκη 2	73132	28210-28 783		

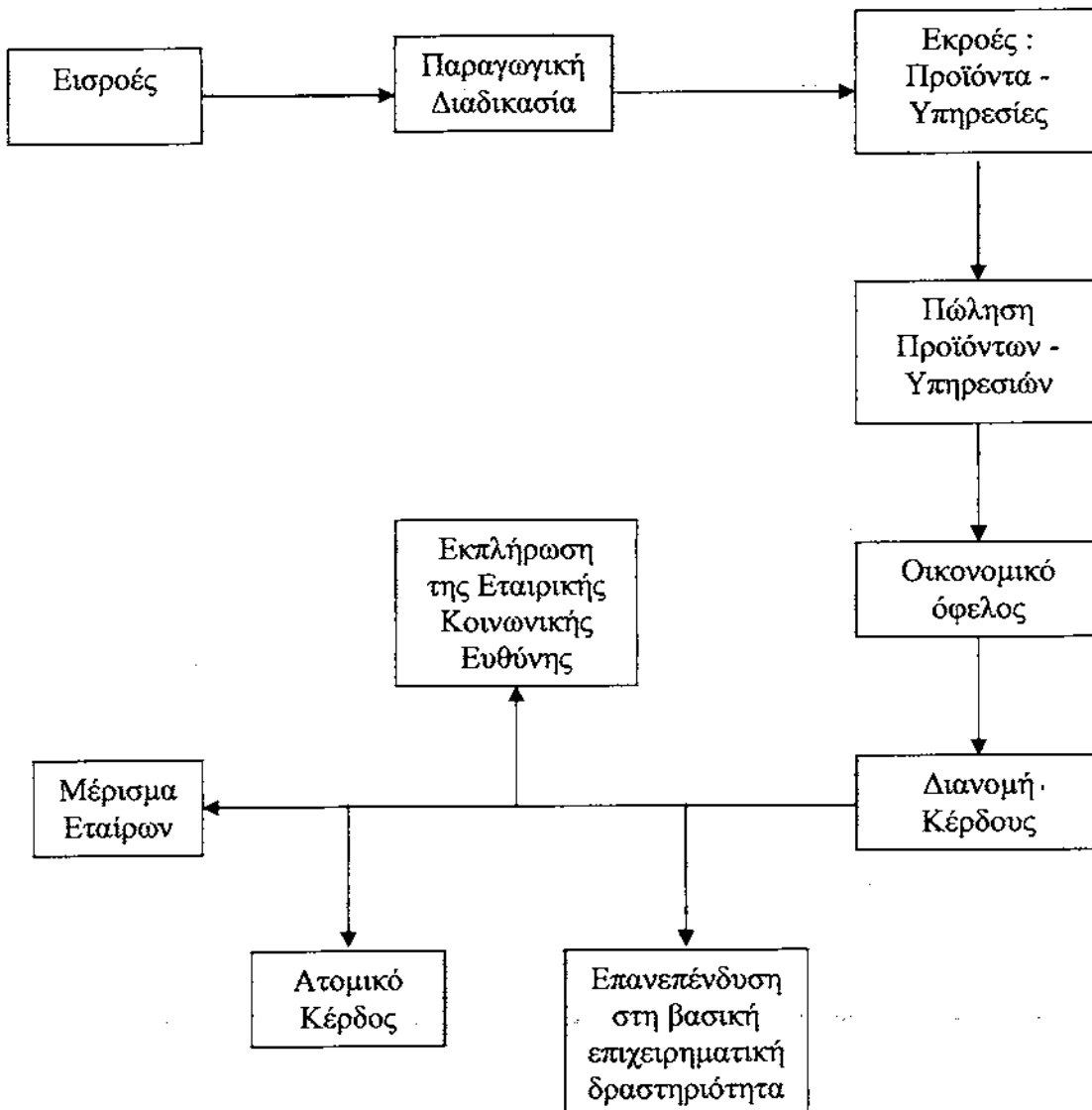
ΚΥΚΛΑΔΕΣ

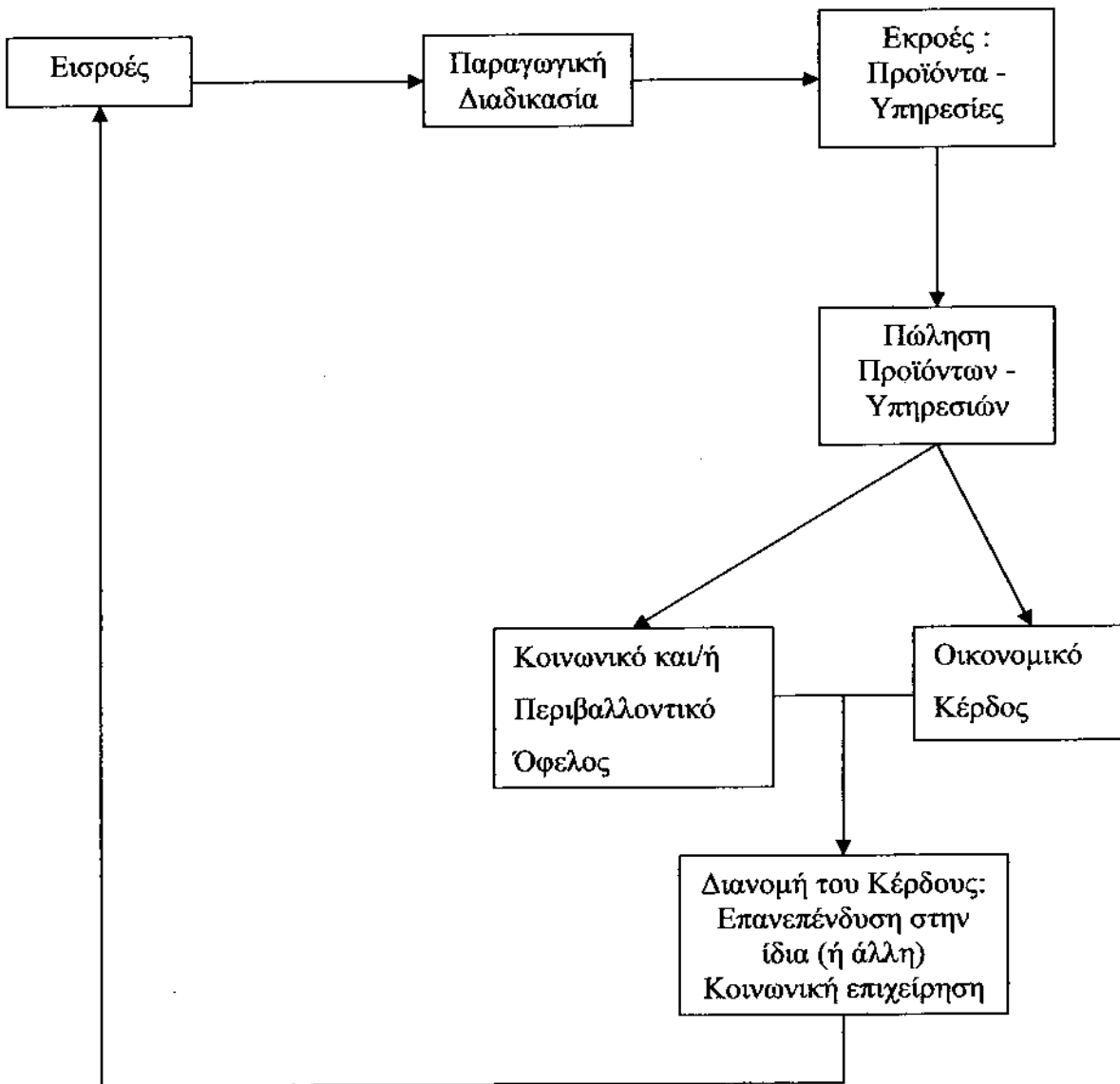
<i>ΜΥΚΟΝΟΣ</i>	ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟ – ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΒΙΟΛΟΓΙΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΑΣ	Ν. Καλογερά 24	84600	22890-22 078 22890-24 659		bio-myk@otenet.gr
<u>ΔΑΚΩΝΙΑ</u>						
<i>ΣΠΑΡΤΗ</i>	ΠΕΙΡΑΝ ΣΠΑΡΤΗΣ Ε.Π.Ε.	Θερμοπυλών 113	23100	27310-24 130	27310-24 136	
<u>ΔΕΣΒΟΣ</u>						
<i>ΜΥΤΙΑΗΝΗ</i>	ΒΙΟΘΑΣΗ	Χρυσομαλλούσης 2Α	81100	22510-45 905 22510-37 707		
<u>ΣΑΜΟΣ</u>						
<i>ΒΑΘΥΣΑΜΟΥ</i>	ΠΕΙΡΑΝ ΣΑΜΟΣ Ε.Π.Ε.	Πλατεία Αγ. Νικολάου	83100	22730-87 444	22730-87 445	

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ

Σχήμα 1: Η κοινωνική επιχείρηση σε σχέση με το παραδοσιακό επιχειρηματικό μοντέλο

• ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ



• ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- **ΝΕΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΣΥΜΒΑΣΕΩΝ ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**
 ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ Σ. ΓΕΩΡΓΙΑΔΗΣ
 ΕΚΔΟΣΕΙΣ «ΑΝΤ. Ν. ΣΑΚΚΟΥΛΑ» - 4^η ΕΚΔΟΣΗ
 ΑΘΗΝΑ – ΚΟΜΟΤΗΝΗ 2000

- **ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΟΙΝΟΤΙΚΗΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗ ΤΩΝ ΔΙΑΚΡΙΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΝΙΣΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (EQUAL) ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**
 ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΑΣΦΑΛΙΣΕΩΝ
 ΑΘΗΝΑ 2001

- **GOWER MARKETING 5 ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ**
 MICHAEL J. THOMAS
 ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ: Ν. ΣΑΡΡΗΣ
 ΕΚΔΟΣΕΙΣ «ΕΛΛΗΝ» - 4^η ΕΚΔΟΣΗ

- **FRANCHISING - LEASING**
Π. ΜΑΛΑΚΟΣ
 ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
 ΑΘΗΝΑ 1991

- **Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΘΕΣΜΟΣ ΤΟΥ FRANCHISING ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**
 ΦΟΙΤ. ΔΗΜΗΤΡΙΑΔΗ ΜΑΡΙΑ – ΘΩΜΑ ΣΟΦΙΑ

ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ

- ❖ «Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ»
“FRANCHISING – LEASING – FACTORING”
ΕΤΗΣΙΑ ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ
ΑΠΡΙΛΙΟΣ 1996
- ❖ «ΕΞΠΡΕΣ»
“FRANCHISING & RETAIL”
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2006
- ❖ «ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ»
“FRANCHISE”
ΕΙΔΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ
11 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2006

ΠΗΓΕΣ

- ΕΘΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΕΛΛΑΔΟΣ (ΕΣΥΕ)
ΠΕΙΡΑΙΩΣ 46, ΠΕΙΡΑΙΑΣ τηλ. 210-4853000

ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΩΝ

- [http : //www.peiran.gr](http://www.peiran.gr)
- [http : //www.icap.gr](http://www.icap.gr)
- [http : //www.dionet.gr](http://www.dionet.gr)
- [http : //www.interreg.gr](http://www.interreg.gr)
- [http : //www.aueb.gr](http://www.aueb.gr)
- [http : //www.minagric.gr](http://www.minagric.gr)
- [http : //www.info3kps.gr](http://www.info3kps.gr)

- [http : //www.franchise-success.gr/htmlsite/greek](http://www.franchise-success.gr/htmlsite/greek)
- [http : //www.topsites.gr/sites/](http://www.topsites.gr/sites/)
- [http : //www.statistics.gr](http://www.statistics.gr)
- [http : //www.franchise.gr](http://www.franchise.gr)
- [http : //www.kathimerini.gr/4dcgi](http://www.kathimerini.gr/4dcgi)