

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ
& ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΑΛΥΣΙΔΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ
ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ**

**ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΔΑΝΙΟΛΟΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΣΚΛΗΜΠΟΣΙΟΣ
ΑΝΔΡΕΑΣ ΤΑΤΑΝΗΣ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ ΡΑΦΑΗΛΙΔΗΣ**

ΠΑΤΡΑ – 2009

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα μελέτη αναλύεται ο κλάδος αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης. Ο κλάδος προσεγγίζεται θεωρητικά από τη βιβλιογραφία και τις σχετικές έρευνες που έχουν γίνει μέχρι τώρα στον ελλαδικό χώρο. Εξετάσθηκαν λεπτομερειακά οι στόχοι της μελέτης που αναφέρονται παρακάτω ,ανατρέχοντας και σε διεθνή βιβλιογραφία και προέκυψαν συγκεκριμένα βασικά συμπεράσματα.

Με στατιστική ανάλυση προκύπτει ότι ο κλάδος των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης δεν επηρεάζεται άμεσα από την οικονομική κρίση, ενώ παράλληλα παρατηρούμε ότι κυρίως μικρές ηλικίες φανερώνουν σημαντικό καταναλωτικό ενδιαφέρον και κύριοι καταναλωτές είναι άτομα με μηνιαίο εισόδημα μέχρι και 700 ευρώ.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	3
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ.....	5
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	6
1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ.....	8
2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ.....	9
Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ.....	9
Ιστορικά στοιχεία του κλάδου των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης.....	9
Αλυσίδες εστιατορίων Burger.....	10
Αλυσίδες εστιατορίων Pizza.....	11
Αλυσίδες εστιατορίων Snack Sandwich.....	11
Αλυσίδες εστιατορίων με βάση το σουβλάκι και τύπου Ethnic.....	12
Θεσμικό πλαίσιο για την ασφάλεια τροφίμων.....	13
ΖΗΤΗΣΗ.....	16
Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης.....	16
Κοινωνικοί - Δημογραφικοί παράγοντες:.....	16
Οικονομικοί παράγοντες.....	19
Οικογενειακός προϋπολογισμός.....	20
ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ.....	21
Δομή του κλάδου.....	22
Ο ανταγωνισμός των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης.....	26
Διαφημιστική Δαπάνη Εστιατορίων.....	26
Τιμές Προσφορές.....	27
Υπηρεσίες Παράδοσης (delivery).....	27
Μενού και Ποιότητα Πρώτων Υλών.....	28
ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ (Franchising).....	30
Ορισμός δικαιοχρησίας (Franchising).....	30
Η δικαιοχρησία ως στρατηγική.....	30
Μορφές δικαιοχρησίας.....	31
Άμεση Δικαιοχρησία.....	32
Σύμβαση δικαιοχρησίας κατευθείαν σε ξένη χώρα.....	32
Ίδρυση υποκαταστήματος ή θυγατρικής.....	32
Συμφωνία για ανάπτυξη μίας περιοχής.....	33
Κύρια συμφωνία δικαιοχρησίας.....	33
Συμφωνία Δικαιοχρησίας Για Δραστηριότητα Κοινής Επιχείρησης (Joint Venture).....	33
Δικαιοχρησία διανομής.....	34

Δικαιοχρησία παραγωγής	35
Δικαιοχρησία παραγωγής	35
Μικτή δικαιοχρησία.....	36
Δικαιοχρησία Υπαγωγής (Subjection Franchising).....	36
Δικαιοχρησία ισοτιμίας.....	36
Πλεονεκτήματα για τον δικαιопάροχο και τον δικαιοδόχο	37
Μειονεκτήματα	38
Δομή Σύμβασης Franchise.....	39
3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ	42
Μεθοδολογία.....	42
Περιγραφή του δείγματος	42
4. ΚΕΦΑΛΑΙΟ	49
Συχνότητα αγοράς φαγητού από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης στο χώρο του εστιατορίου.	51
Συχνότητα αγοράς φαγητού από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης σε πακέτο	56
Συχνότητα αγοράς φαγητού από καντίνες κιλικά.....	59
5. ΚΕΦΑΛΑΙΟ	62
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	62
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	63
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α.....	64
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β.....	81

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Διάγραμμα 1: Απασχολούμενοι και ποσοστό εργαζομένων γυναικών – ανδρών το 2001.	17
Διάγραμμα 2: Κατανομή του συνόλου των νοικοκυριών ανά μέγεθος για το 2004-2005.	17
Διάγραμμα 3: Συνολικός πληθυσμός στο μέσο του έτους από το 1998 έως 2005.	19
Διάγραμμα 4: Κατά κεφαλή εθνικό εισόδημα σε € από το 1998 έως 2005.	19
Διάγραμμα 5: Καταναλωτική δαπάνη νοικοκυριών σε εκατομμύρια €	20
Διάγραμμα 6: Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών κατά μέγεθος νοικοκυριού για το 2004-2005.	20
Διάγραμμα 7: Ποσοστών εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης ανά κατηγορία για Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη για το (2004-2005), (Ανάλυση δεδομένων, Πηγή ΕΣΥΕ)	23
Διάγραμμα 8: Ποσοστά αλυσίδων εστιατορίων Fast food για Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη για 2004-2005, (Ανάλυση δεδομένων, Πηγή ΕΣΥΕ).	24
Διάγραμμα 9: Ποσοστά αλυσίδων εστιατορίων Pizza για Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη για 2004-2005, (Ανάλυση δεδομένων, Πηγή ΕΣΥΕ).	24
Διάγραμμα 10: Ποσοστά αλυσίδων εστιατορίων σουβλάκι για Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη για 2004-2005, (Ανάλυση δεδομένων, Πηγή ΕΣΥΕ).	25
Διάγραμμα 11: Ποσοστά αλυσίδων εστιατορίων Fast food για Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη για 2004-2005, (Ανάλυση δεδομένων, Πηγή ΕΣΥΕ).	25
Διάγραμμα 12: Φύλο δείγματος.	43
Διάγραμμα 13: Ηλικία δείγματος.	43
Διάγραμμα 14: Οικογενειακή κατάσταση δείγματος	44
Διάγραμμα 15: Διαμονή δείγματος.	44
Διάγραμμα 16: Παιδιά δείγματος	45
Διάγραμμα 17: Αριθμός παιδιών δείγματος	45
Διάγραμμα 18: Μορφωτικό επίπεδο δείγματος	46
Διάγραμμα 19: Μηνιαίο εισόδημα δείγματος.	46
Διάγραμμα 20: Spending δείγματος.	47
Διάγραμμα 21: Συχνότητα αγοράς φαγητού από ε.γ.ε.	48
Διάγραμμα 22: Επί τις εκατό ποσοστό της συνολικής δαπάνης των νοικοκυριών από ε.γ.ε. σε σχέση με το μηνιαίο εισόδημα του δείγματος	50
Διάγραμμα 23: Σχετική Συχνότητα αγοράς φαγητού από ε.γ.ε.	51
Διάγραμμα 24: Σχετική Συχνότητα αγοράς Σνακ, Σάντουιτς, Τοστ, Σουβλάκι Μπέργκερ, Πίτσες από ε.γ.ε.	52
Διάγραμμα 25: Σχετική Συχνότητα αγοράς Κρέπες, τυρόπιτες, σπανακόπιτες, αναψυκτικά, μπύρες από ε.γ.ε.	54
Διάγραμμα 26: Σχετική Συχνότητα αγοράς φαγητού από ε.γ.ε. σε πακέτο.	56
Διάγραμμα 27: Σχετική Συχνότητα αγοράς σουβλάκι, μπέργκερ, πίτσες, κρέπες, πεινιρλί, φαγητά διαίτης από ε.γ.ε. σε πακέτο.	57
Διάγραμμα 28: Σχετική Συχνότητα αγοράς αναψυκτικών, μπύρες από ε.γ.ε. σε πακέτο.	58
Διάγραμμα 29: Συχνότητα αγοράς φαγητού από καντίνες κλικιά.	59
Διάγραμμα 30: Συχνότητα αγοράς φαγητού από κλικιά στο χώρο εργασίας, στα σχολεία – πανεπιστήμια, στα γραφεία, στα γήπεδα και εξωτερικές καντίνες.	60
Διάγραμμα 31: Συχνότητα αγοράς φαγητού από κλικιά – καντίνες αεροδρομίων, τρενών, πλοίων.	61

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Είναι γεγονός, ότι στη σημερινή εποχή, οι ρυθμοί ανάπτυξης και οι ρυθμοί της καθημερινότητας των ανθρώπων ολοένα και αυξάνονται και οι απαιτήσεις μεγαλώνουν. Παράγοντες κοινωνικοί, οικονομικοί, πολιτικοί αλλά και πολιτισμικοί μεταβάλλονται συνεχώς, με συνέπεια να επηρεάζουν άμεσα και τις καθημερινές ανάγκες των ανθρώπων στους περισσότερους τομείς της ζωής τους, είτε μιλάμε το χώρο της οικογένειας, είτε για τον εργασιακό χώρο κλπ. Οι υποχρεώσεις και οι ανάγκες είναι πολλές, ο χρόνος όμως λίγος και περιορισμένος. Από τη μία παιδιά και μαθητές για παράδειγμα, με υπερβολικές μαθησιακές υποχρεώσεις χωρίς καθόλου ελεύθερο χρόνο και από την άλλη, οι μεγαλύτεροι οι οποίοι και αυτοί με τη σειρά τους απασχολούνται σε μία ή παραπάνω εργασίες, με αποτέλεσμα ο χρόνος που τους απομένει να είναι ελάχιστος.

Σε συνάρτηση με όλα τα παραπάνω, είναι εύκολο να κατανοήσει κανείς τις αιτίες και τους λόγους που τα εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης, έχουν εισβάλει για τα καλά στην καθημερινότητα μας και ίσως έχουν γίνει και ανάγκη. Τα είδη των εστιατορίων πολλά (Burger, Pizza Snack Sandwich, και σουβλάκι και τύπου Ethnic) και ο ανταγωνισμός μεγάλος. Ακολουθώντας τους καθημερινούς ρυθμούς και τα εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης, εξελίσσονται και αναπτύσσονται με στόχο την ικανοποίηση των αναγκών και των απαιτήσεων των καταναλωτών.

Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας που συμβάλει στην εξέλιξη του κλάδου και τη ραγδαία ανάπτυξη του, είναι ο θεσμός της δικαιοχρησίας. Μέσω της δικαιοχρησίας, τα εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης γίνονται ισχυρές και μεγάλες αλυσίδες, αποκτώντας σημαντικό μερίδιο αγοράς στον κλάδο και δυναμώνοντας το πρεστίτζ του ονόματος που εκπροσωπούν. Φυσικά και δεν είναι κάτι απλό. Σε μία δικαιοχρησία, υπάρχουν υποχρεώσεις εκατέρωθεν από το δικαιοπάροχο και τον δικαιούχο, ανάγκες και ευθύνες που πρέπει να τηρούνται. Μία σωστή και εποικοδομητική συμφωνία δικαιοχρησίας, προσφέρει υγεία και προοπτικές σε μία επιχείρηση. Αναλυτικότερα θα αναφερθούμε σε ξεχωριστό κεφάλαιο.

Η εν λόγω μελέτη θα ασχοληθεί με τον κλάδο αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης και θα συμπεριλάβει τα εξής κεφάλαια:

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Γίνεται σύντομη αναφορά στα εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης και το θεσμό της δικαιοχρησίας και καθορίζονται οι στόχοι της μελέτης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Θεωρητική προσέγγιση τόσο του κλάδου εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης όσο και του θεσμού της δικαιοχρησίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Σύντομη περιγραφή της μεθοδολογίας και του τρόπου μελέτης του ερωτηματολογίου της εργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Αναφέρεται και αναλύεται η στατιστική ανάλυση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: Σύνοψη συμπερασμάτων ανάλυσης.

Ακολουθεί βιβλιογραφία και παραρτήματα

1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ

Ο σύγχρονος τρόπος ζωής και η εξέλιξη των επαγγελματικών δραστηριοτήτων, οδήγησε στην κατακόρυφη ανάπτυξη του κλάδου των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης. Ο ανταγωνισμός, η ραγδαία ανάπτυξη του κλάδου και οι σύγχρονες στρατηγικές μάρκετινγκ, καθιέρωσαν το θεσμό της δικαιοχρησίας. Μελέτες του κλάδου αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης, εμφανίστηκαν το 2002 από την ICAP, γίνονται κάθε δύο χρόνια και τελευταία κάθε χρόνο, εξαιτίας της ανάπτυξης και της εξάπλωσης του κλάδου πανελλαδικά.

Σκοπός της μελέτης είναι να γίνει θεωρητική προσέγγιση των μελετών του κλάδου αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης, να προσδιορίσει τη συχνότητα αγοράς ανά είδος φαγητού και τέλος, να προσδιορίσει το προφίλ και τις καταναλωτικές προτιμήσεις των καταναλωτών.

Ο πρώτος στόχος προσεγγίζεται με θεωρητική ανάλυση από τη σχετική βιβλιογραφία, ενώ τους άλλους δύο τους προσεγγίζουμε με δεδομένα των χαρακτηριστικών που αφορούν τις απόψεις, τη συμπεριφορά και το προφίλ των καταναλωτών. Τα στοιχεία συλλέχθηκαν με τη μορφή ερωτηματολογίου, κατάλληλα σχεδιασμένο και σύμφωνο με τη βιβλιογραφία. Οι συγκεκριμένες μεταβλητές αναλύονται στατιστικά στο τέταρτο κεφάλαιο.

2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ

Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ

Ιστορικά στοιχεία του κλάδου των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης

Το γρήγορο φαγητό μέχρι το 1975 στην Ελλάδα, ήταν συνδεδεμένο με το σουβλάκι και με την ύπαρξη μικρών συνοικιακών καταστημάτων, που είχαν την μορφή οικογενειακής επιχείρησης. Το 1975 εμφανίζεται στην Ελλάδα η πρωτοπόρος εταιρεία Goody's με τη μορφή οργανωμένων αλυσίδων και από τότε εμφανίζονται οι αλυσίδες εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης. Οι επιχειρήσεις του κλάδου άλλαξαν ριζικά, δημιούργησαν γρήγορα μια πλήρη γκάμα προϊόντων και ανέπτυξαν ένα σύγχρονο προσεγμένο περιβάλλον. Οι επιχειρήσεις επένδυσαν περισσότερα κεφάλαια και ανέπτυξαν την απαραίτητη τεχνογνωσία, ώστε όλες οι λειτουργίες και οι διαδικασίες να γίνονται όσο το δυνατό με μικρότερο κόστος.

Στη δεκαετία του '90 εμφανίζονται οι επιχειρήσεις από το εξωτερικό, οι οποίες δεν επηρέασαν αρνητικά τις εγχώριες επιχειρήσεις, αλλά αντίθετα τις έκαναν ποιο ισχυρές και ποιο ανταγωνιστικές. Στον κλάδο της μαζικής εστίασης εμφανίζονται οι αλυσίδες εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης και διαδίδονται ευρέως. Οι έντονοι ρυθμοί ζωής, η αυξανόμενη συμμετοχή των γυναικών στην εργασία και η διεύρυνση των εργασιακών ωραρίων είχαν σαν αποτέλεσμα την αύξηση των αναγκών για γρήγορο φαγητό κατά την διάρκεια της ημέρας και οδήγησαν στην ανάπτυξη του κλάδου.

Τα Goody's εμφανίστηκαν σαν επιχειρήσεις στην κατηγορία των Burger και σιγά-σιγά εμφανίστηκαν επιχειρήσεις σε άλλες κατηγορίες όπως τύπου pizza, τύπου snack-sandwiches κ.λ.π. Σήμερα σύμφωνα με την Ε.Σ.Υ.Ε. οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης ασχολούνται με:

- Πώληση γευμάτων και ποτών για επιτόπια κυρίως κατανάλωση.
- Καταστήματα ταχείας εξυπηρέτησης.
- Εστιατόρια Self-Service.
- Ψητοπωλεία.

Αλυσίδες εστιατορίων Burger

Η συγκεκριμένη κατηγορία εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης λειτουργούσε μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 1970 με τη μορφή εστιατορίων τοπικού χαρακτήρα. Οι συννοικιακές αυτές επιχειρήσεις ήταν μικρού μεγέθους και προσέφεραν γεύματα με βασικό συστατικό το burger απευθυνόμενη κυρίως στη νεολαία και με το πέρασμα του χρόνου σε όλες τις ηλικιακές ομάδες προσφέροντας ποικιλία γευμάτων . Για αυτό το λόγο η εμπορικότητα αλλά και η δυνατότητα ανάπτυξης και εξέλιξης αυτών των καταστημάτων εξαρτιόταν σε τεράστιο βαθμό από το σημείο που βρισκόταν το κάθε μαγαζί, (Κλαδική Μελέτη ICAP 2002).

Παρόλα αυτά ο συγκεκριμένος τομέας γνωρίζει μεγάλη άνθιση μετά το 1975 όταν και ιδρύθηκε το πρώτο κατάστημα Goody's. Στην αρχή είχε ανοίξει πειραματικά, στη συνέχεια όμως άρχισε να αναπτύσσει πολύ δυναμικά το δίκτυο του, κάτι που είχε ως αποτέλεσμα όταν έκαναν την είσοδο τους ξένες αλυσίδες εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης, να υπάρχει ήδη μία ισχυρή παρουσία στον κλάδο στην εγχώρια αγορά. Μετά τη δεκαετία του 1990 αναπτύχθηκαν πολλές αλυσίδες εστιατορίων burger, ελληνικές και ξένες, όπως τα McDonald's, τα Wendy's, τα Simple οι οποίες αναπτύχθηκαν με το θεσμό της δικαιοχρησίας και μεγάλωσαν τον ανταγωνισμό.

Από τα βασικότερα χαρακτηριστικά που εμφανίζει ο κλάδος είναι ο έντονος ανταγωνισμός και τα μεγάλα ποσά που δίνονται για διαφημιστικές δαπάνες. Αξίζει να αναφερθεί ότι όσα από τα καταστήματα δεν κατάφεραν να ανταπεξέλθουν στην αγορά και στην γρήγορη και αποτελεσματική διαφήμιση του σήματος τους αναγκάστηκαν να κλείσουν. Οι αλυσίδες burger αντιμετωπίζουν τον ανταγωνισμό των λοιπών κατηγοριών και ως εκ τούτου τα τελευταία χρόνια έχουν διευρύνει την ποικιλία των γευμάτων που προσφέρουν και έχουν αυξήσει τις υπηρεσίες που παρέχουν στους πελάτες τους. Ένα συγκριτικό πλεονέκτημα που παρουσιάζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις του κλάδου σε σχέση με τις ξένες, είναι ότι μπορούν να διαμορφώσουν τα γεύματα που παρέχουν με βάση τις συνήθειες, την κουλτούρα και τις απαιτήσεις των ελλήνων καταναλωτών αφού όλα αυτά είναι κάτι που γνωρίζουν πολύ καλύτερα. Από την άλλη πλευρά βέβαια και οι ξένες επιχειρήσεις έχουν ένα βασικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις ελληνικές, αφού διαθέτουν ένα σχεδόν ενιαίο μενού στις χώρες που λειτουργούν γεγονός που προσφέρει ένα αίσθημα ασφάλειας όσον αφορά τη γεύση και την ποιότητα των υπηρεσιών για τους επισκέπτες από το εξωτερικό.

Αλυσίδες εστιατορίων Pizza

Οι αλυσίδες εστιατορίων Pizza αποτελούνται από μικρού και μεσαίου μεγέθους μαγαζιά και ανταγωνίζονται έμμεσα τα burger. Παρόλο που ξεκίνησαν έχοντας συνοικιακό χαρακτήρα σιγά-σιγά επέκτειναν τις δραστηριότητες τους και το δίκτυο τους για είναι περισσότερο ανταγωνιστικά, ειδικότερα και μετά την είσοδο και ξένων εστιατορίων, προκαλώντας πολλές αλλαγές σε ότι αφορά την οργάνωση των επιχειρήσεων και των υπηρεσιών που προσφέρουν. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το γεγονός ότι τώρα πια δε σερβίρονται μόνο πίτσες αλλά μία ποικιλία γευμάτων βασισμένα κυρίως στην ιταλική κουζίνα.

Επιπλέον τα συγκεκριμένα εστιατόρια έχουν αναπτύξει σε μεγάλο βαθμό την κατ' οίκον παράδοση (delivery) αφού αυτό αποτελεί μια πάρα πολύ σημαντική στρατηγική για την αύξηση των πωλήσεων και του κέρδους. Μάλιστα, το τελευταίο χρονικό διάστημα ολοένα μεγαλώνει η τάση για δημιουργία σημείων πώλησης pizza στο χέρι αφού παρέχει σημαντικά πλεονεκτήματα.

Πιο συγκεκριμένα, η επένδυση που απαιτείται για τη δημιουργία ενός καταστήματος delivery σε σχέση με το κόστος ενός καταστήματος που διαθέτει χώρο εστίασης είναι πολύ χαμηλότερη με λιγότερο ρίσκο, και έχει προσελκύσει πολλές επιχειρήσεις που θέλουν να ξεκινήσουν τη δραστηριότητα τους σε τοπικό επίπεδο. Οι επιχειρήσεις αυτές τις περισσότερες φορές διαθέτουν το πλεονέκτημα του χαμηλότερου λειτουργικού κόστους σε σύγκριση με τις μεγάλες αλυσίδες του κλάδου, (Κλαδική μελέτη, ICAP 2002). Οι τελευταίες συχνά επιβαρύνονται με το κόστος του ιδιόκτητου στόλου δικύκλων, τη λειτουργία αυτοματοποιημένων συστημάτων λήψης παραγγελιών, το υψηλότερο κόστος υλικών συσκευασίας κλπ, με αποτέλεσμα να μην είναι ανταγωνιστικές ως προς την τιμή των τελικών προϊόντων σε σχέση με τις μικρότερες επιχειρήσεις.

Αλυσίδες εστιατορίων Snack Sandwich

Οι αλυσίδες εστιατορίων Snack Sandwich απευθύνονται σε πελάτες οι οποίοι ενδιαφέρονται για άμεσο και γρήγορο φαγητό, κυρίως μεταξύ των γευμάτων, προσφέροντας σάντουιτς, τoστ, σαλάτες, καφέ και άλλα μικρά γεύματα που είναι κατάλληλα για γρήγορη κατανάλωση. Τα τελευταία χρόνια, παράγοντες όπως οι αυξημένες επαγγελματικές υποχρεώσεις, τα

μεγαλύτερα ωράρια εργασίας και ο περιορισμένος χρόνος, έχουν αυξήσει τη ζήτηση των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν τα εστιατόρια Snack Sandwich.

Τα συγκεκριμένα εστιατόρια εμφανίζουν μεγάλη παρουσία μεμονωμένων καταστημάτων, ενώ παράλληλα το τελευταίο διάστημα διακρίνεται η τάση για δημιουργία δικτύου από οργανωμένες αλυσίδες. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω του θεσμού της δικαιοχρησίας αποσκοπώντας στην απόκτηση όσο το δυνατόν μεγαλύτερου μεριδίου στην αγορά, αφού με αυτόν τον τρόπο οι επιχειρηματίες επεκτείνουν γρήγορα και εύκολα το δίκτυο τους σε πανελλαδικό επίπεδο.

Επιπλέον, ένας άλλος παράγοντας που συμβάλει στην ανάπτυξη αυτών των εστιατορίων είναι το μικρό αρχικό κεφάλαιο και το μικρότερο ρίσκο που απαιτείται για να ξεκινήσει η επένδυση σε σχέση με τα υπόλοιπα εστιατόρια που βρίσκονται στον ανταγωνισμό. Ο εξοπλισμός που χρειάζεται είναι μικρότερος ενώ η συνολική απαιτούμενη έκταση είναι επίσης μικρή και τα προϊόντα καταναλώνονται ευκολότερα. Επομένως μιλάμε για μία πολύ ελκυστική επένδυση.

Τέλος, ένα βασικό χαρακτηριστικό των συγκεκριμένων καταστημάτων σε σχέση με τον ανταγωνισμό, είναι η χωροθέτηση. Η τοποθεσία του καθενός πρέπει να είναι στο σωστό σημείο γιατί είναι καταλυτική για την επιτυχία και την ανάπτυξη του. Αυτός είναι και ο λόγος που θα τα συναντήσει κανείς σε περιοχές με αυξημένη εμπορικότητα και σε πολυσύχναστους χώρους, διότι απευθύνονται σε διερχόμενους, σε μαθητές- φοιτητές και εργαζόμενους της περιοχής. Για παράδειγμα έχουν έντονη παρουσία σε πλοία, σε αεροδρόμια, σε πανεπιστήμια, σε εμπορικά κέντρα κλπ.

Αλυσίδες εστιατορίων με βάση το σουβλάκι και τύπου Ethnic

Η αγορά των αλυσίδων εστιατορίων με βάση το σουβλάκι και την Ethnic κουζίνα, χαρακτηρίζεται από την παρουσία πάρα πολλών ψητοπωλείων που έχουν συνοικιακό χαρακτήρα κάτι που τα ισχυροποιεί και τα εδραιώνει στις αντίστοιχες περιοχές. Παρόλα αυτά την τελευταία δεκαετία έχει δημιουργηθεί η τάση από αρκετές επιχειρήσεις του χώρου να εξελιχθούν και να μεγαλώσουν την παρουσία τους, διευρύνοντας το δίκτυο των καταστημάτων τους προσφέροντας επώνυμα προϊόντα.

Ακόμη, παρατηρείται η είσοδος εστιατορίων τύπου Ethnic τα οποία βασίζονται στην ξένη κουζίνα και προσφέρουν γεύματα κινέζικης, μεξικάνικης, λιβανέζικης κουζίνας κλπ. Παράγοντες του κλάδου έχουν εντοπίσει τις γευστικές συνήθειες των ελλήνων καταναλωτών και τις καθημερινές τους συνήθειες σχετικά με την εστίαση. Οι έλληνες χαρακτηρίζονται στην πλειοψηφία τους ως παραδοσιακοί καταναλωτές γεγονός που επηρεάζει ιδιαίτερα την ανάπτυξη των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης τα οποία βασίζονται στην ethnic κουζίνα. Οι αλυσίδες εστιατορίων που προσφέρουν σαν βασικό είδος το σουβλάκι, αντιμετωπίζουν το συνεχή και δύσκολο ανταγωνισμό από τα συνοικιακά παραδοσιακά ψητοπωλεία. Τα τελευταία τις περισσότερες φορές εμφανίζουν μία ηγετική θέση στην περιοχή που δραστηριοποιούνται αφού εδώ και χρόνια έχουν δημιουργήσει τους δικούς τους πελάτες. Αυτό αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι οι δαπάνες που χρησιμοποιούν οι μεγάλες αλυσίδες για την διαφημιστική προβολή που επιδιώκουν συχνά δεν αποδίδουν τα αναμενόμενα οφέλη. Οι υπηρεσίες των νέων καταστημάτων δεν επηρεάζουν άμεσα τις συνήθειες των καταναλωτών που στην προκειμένη περίπτωση αφορούν το χώρο και όχι το προϊόν.

Ο βαθμός διεξόδου των αλυσίδων με βάση το σουβλάκι είναι πολύ υψηλός και έρχεται να ανταγωνιστεί τις ήδη ισχυρές αλυσίδες στο χώρο της εστίασης.

Πολλοί είναι οι παράγοντες που διαφοροποιούν το σουβλάκι από τις άλλες κατηγορίες, οι σημαντικότεροι εκ των οποίων είναι οι μεσογειακές γαστρονομικές προτιμήσεις των Ελλήνων και το γεγονός ότι το σουβλάκι απευθύνεται σε ολόκληρο το ηλικιακό φάσμα.

Θεσμικό πλαίσιο για την ασφάλεια τροφίμων

Όλες οι αλυσίδες εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης, όπως όλα τα καταστήματα, υπόκεινται σε κανόνες και σε θεσμικά πλαίσια για την ασφάλεια των τροφίμων και την ποιότητα των προϊόντων που προσφέρουν. Οι επιχειρηματίες είναι υποχρεωμένοι να ακολουθούν πιστά τους κανόνες και να είναι πρόθυμοι να περιέλθουν σε αλλαγές ανά τακτά χρονικά διαστήματα σχετικά με την βελτίωση των προϊόντων τους. Πρέπει να εφαρμόζουν, να διατηρούν και να αναθεωρούν μία μόνιμη διαδικασία των συστημάτων διασφάλισης ποιότητας τροφίμων με βάση τις αρχές των διεθνών προτύπων του Συστήματος Ανάλυσης κινδύνων και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου.

Πιο συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον κανονισμό 178/2002 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου καθορίζονται πέντε βασικές αρχές που υπερισχύουν όλων των διατάξεων άλλων κειμένων στον τομέα αυτό:

1. Η τροφική αλυσίδα διαθέτει κάποια στάδια. Το επίπεδο ασφαλείας πρέπει να είναι υψηλό σε όλα τα στάδια ξεκινώντας από την πρωτογενή παραγωγή έως τον καταναλωτή. Με αυτό τον τρόπο εξασφαλίζεται η αποδοτικότητα και η ποιότητα στο τελικό προϊόν.
2. Η ικανότητα για ανάλυση του κινδύνου παίζει πολύ μεγάλο ρόλο στην δημιουργία ποιοτικών προϊόντων. Πρώτα από όλα πρέπει να γίνεται αξιολόγηση του κινδύνου από ειδικούς επιστήμονες. Δεύτερον, με τη βοήθεια όλων και των δημόσιων αρχών ο κίνδυνος πρέπει να διαχειρίζεται με σωστό και αποτελεσματικό τρόπο ο κίνδυνος και τέλος πρέπει να κοινοποιείται ο κίνδυνος στο ευρύ κοινό.
3. Οποιαδήποτε επιχείρηση σχετίζεται με τρόφιμα είναι υπεύθυνη. Αυτό ισχύει είτε η επιχείρηση εισάγει προϊόντα, είτε τα παρασκευάζει, είτε τα μεταποιεί, είτε τα διανέμει, είτε τα μεταποιεί. Όταν εντοπιστεί ο κίνδυνος, η επιχείρηση πρέπει να δράσει αμέσως χωρίς καμία καθυστέρηση, να λάβει τα απαραίτητα μέτρα για να τον περιορίσει και να ενημερώσει τις αρμόδιες αρχές.
4. Η επιχείρηση είναι υποχρεωμένη σε όλα τα στάδια τις τροφικής αλυσίδας να ασκεί τους κατάλληλους ελέγχους για την ασφάλεια και την ποιότητα των προϊόντων. Ο εντοπισμός και η συλλογή πληροφοριών βοηθάει την επιχείρηση να βελτιώνεται και να αποφύγει παρόμοια λάθη στο μέλλον. Για αυτό το λόγο πρέπει εκτός από τον έλεγχο στο δικό της περιβάλλον να ελέγχει και τους συνεργάτες της που τυχόν την προμηθεύουν με προϊόντα.
5. Οι πολίτες πρέπει να ενημερώνονται με ανοιχτούς τρόπους και έχουν κάθε δικαίωμα στην σωστή και ακριβή ενημέρωση, η οποία γίνεται για την ασφάλεια των πολιτών, για την εκπαίδευσή τους, αλλά και για την εκπροσώπηση τους. Άλλωστε είναι γνωστό ότι υπάρχουν ομάδες που εκπροσωπούν τον πολίτη για την εξασφάλιση των συμφερόντων τους προστατεύοντας τους από τους κινδύνους.

Στην Ελλάδα αρμόδιος φορέας για τον έλεγχο της τήρησης των γενικών κανόνων υγιεινής των τροφίμων είναι ο Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων (Ε.Φ.Ε.Τ.) ο οποίος συστάθηκε το 1999 και τελεί υπό την εποπτεία του υπουργείου ανάπτυξης.

Η Κοινοτική πολιτική στον τομέα της υγιεινής των τροφίμων βασίζεται στις παρακάτω βασικές αρχές:

- Βασικότερο μέλημα είναι η προστασία της ανθρώπινης υγείας.
- Αξιολόγηση των κινδύνων και χρήση των αναλύσεων που προκύπτουν για την αποφυγή παρόμοιων καταστάσεων.
- Υιοθέτηση ειδικών μικροβιολογικών κριτηρίων και ελέγχου της θερμοκρασίας.
- Έλεγχο της υγιεινής των τροφίμων από αρμόδιες αρχές.
- Ευθύνη των επιχειρήσεων του κλάδου των τροφίμων για την ασφαλή διάθεση των τροφίμων στο εμπόριο.

ΖΗΤΗΣΗ

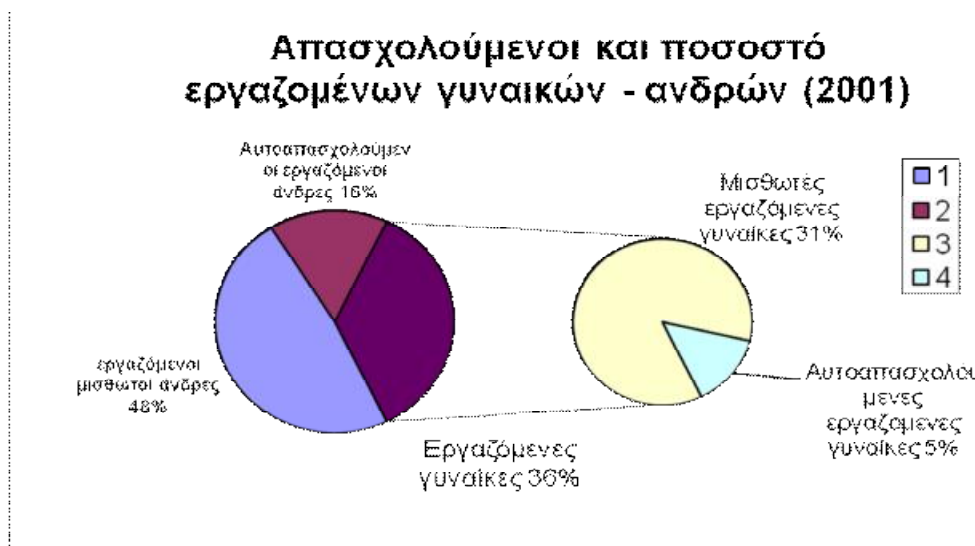
Ως ζήτηση κάποιου αγαθού ορίζεται η ποσότητα που επιθυμούν ν' αγοράσουν οι καταναλωτές από το αγαθό σε διάφορες τιμές. Σε κάθε τιμή ζητείται διαφορετική ποσότητα από το αγαθό. Έτσι όταν η τιμή είναι χαμηλή οι ποσότητες που ζητούνται από το αγαθό είναι μεγάλες, ενώ όταν η τιμή είναι υψηλή, οι ποσότητες που ζητούνται από το αγαθό είναι μικρές.

Παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης.

Τα εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης προσφέρουν ποικίλες υπηρεσίες στους πελάτες τους, των οποίων το μέγεθος της ζήτησης εξαρτάται από πολλούς παράγοντες και συγκεκριμένες τάσεις που χαρακτηρίζουν τη σύγχρονη κοινωνία και τον τρόπο ζωής, ο οποίος παρουσιάζει νέες ανάγκες καθημερινά. Οι παράγοντες αυτοί, οι οποίοι θα αναφερθούν παρακάτω (κοινωνικοί, δημογραφικοί, οικονομικοί), (ParsaH., Kwansa F.), είναι φυσικό να επηρεάζουν σε διαφορετικό βαθμό και με διαφορετικό τρόπο το συγκεκριμένο κλάδο εστιατορίων που εξετάζουμε.

Κοινωνικοί - Δημογραφικοί παράγοντες:

- Οι αυξανόμενες επαγγελματικές υποχρεώσεις και η μεγάλη αύξηση των γυναικών στην αγορά εργασίας είναι παράγοντες που έχουν συμβάλει στην ραγδαία ανάπτυξη του κλάδου των εστιατορίων, (DIPIETRO R., MILMAN A, 2004). Οι επαγγελματικές υποχρεώσεις των ανθρώπων αυξάνονται καθημερινά και σε συνδυασμό με τις οικονομικές συνθήκες που επικρατούν, αναγκάζουν τους εργαζόμενους να καταφεύγουν και σε δεύτερη εργασία ώστε να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις τους. Επιπλέον, για τους ίδιους λόγους, παρατηρείται ραγδαία αύξηση στην απασχόληση των γυναικών. Επομένως υπάρχει λιγότερη τάση για μαγείρεμα στο σπίτι αφού ο διαθέσιμος χρόνος είναι λιγότερος και το γρήγορο και εύκολο φαγητό τείνει να κυριαρχήσει στην καθημερινότητα μας.



Διάγραμμα 1: Απασχολούμενοι και ποσοστό εργαζομένων γυναικών – ανδρών το 2001.

- Ένας άλλος παράγοντας που επιδρά σημαντικά στην αύξηση της ζήτησης των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης είναι τα μονομελή νοικοκυριά, τα οποία αποτελούν βασική κατηγορία πελατών για τις εν λόγω επιχειρήσεις. Χαρακτηριστικό παράδειγμα που αποδεικνύει έμπρακτα το παραπάνω αποτελεί η κατηγορία των φοιτητών. Στα μεγάλα αστικά κέντρα (Πάτρα, Ηράκλειο, Λάρισα) που ο αριθμός των φοιτητών είναι πολύ μεγάλος, έχει παρατηρηθεί ότι σε πολύ μεγάλο ποσοστό καλύπτουν τις ανάγκες τους σε τέτοιου είδους εστιατόρια. Ειδικά αν συμπεριλάβουμε και τη διευκόλυνση που παρέχεται μέσω των παραγγελιών delivery.

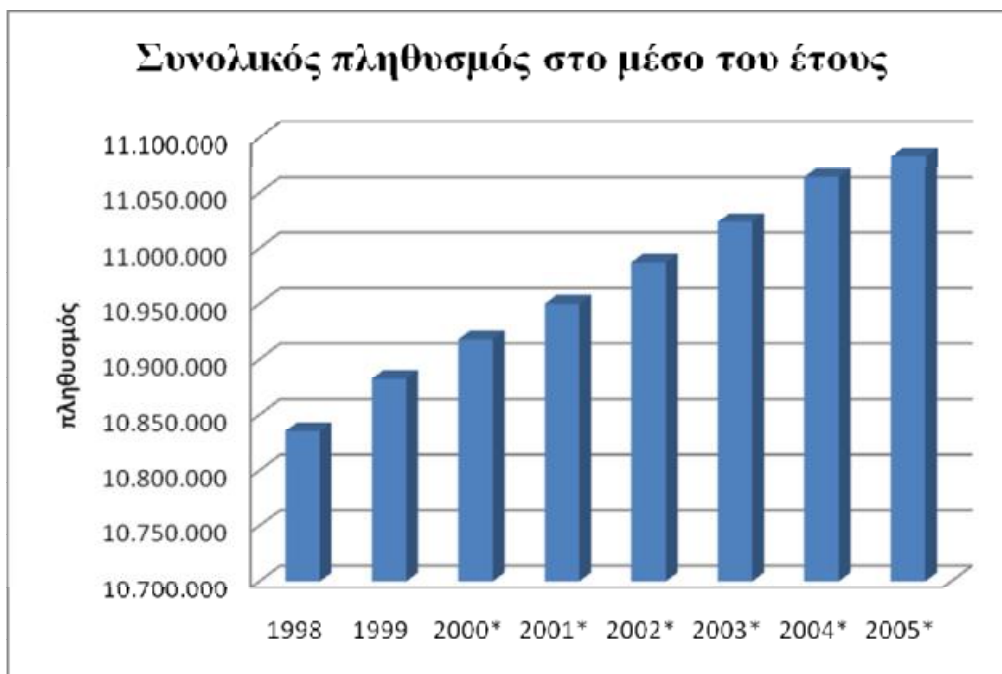


Διάγραμμα 2: Κατανομή του συνόλου των νοικοκυριών ανά μέγεθος για το 2004-2005.

- Η κατηγορία των σημαντικών ομάδων καταναλωτών αποτελεί εξίσου έναν ακόμη βασικό παράγοντα ζήτησης στο συγκεκριμένο κλάδο. Για αυτό το λόγο ,ειδικά τα τελευταία χρόνια δίνεται μεγάλη έμφαση στις επενδύσεις που θα προσελκύσουν περισσότερο αυτό τον παράγοντα.
- Ο χώρος των εστιατορίων αυτών και πιο συγκεκριμένα των εστιατορίων burger δεν αποτελούν απλά και μόνο ένα χώρο που καλύπτει τις ανάγκες σίτισης των πελατών. . Παρατηρούμε ότι οι νέοι αντιμετωπίζουν αυτούς τους χώρους σαν τρόπο διασκέδασης αλλά και σημεία συγκέντρωσης πριν ή μετά από κάποια βραδινή τους έξοδο. Με τη εύρεση των κατάλληλων στρατηγικών προώθησης και προβολής του προϊόντος τους, καθώς και την προσεκτική διαμόρφωση του μενού κατάφεραν να βελτιώσουν και να ενισχύσουν τη νεανική εικόνα των καταστημάτων τους προσελκύοντας ακόμα περισσότερο αυτές τις ηλικιακές ομάδες.

Επίσης τα συγκεκριμένα εστιατόρια έχουν δημιουργήσει συνθήκες οι οποίες εξυπηρετούν τους γονείς στο να πάρουν τα παιδιά τους μαζί σε μία οικογενειακή έξοδο. Για παράδειγμα υπάρχουν συγκεκριμένα μενού τα οποία προσφέρονται σε παιδιά μικρής ηλικίας, καθώς επίσης έχουν διαμορφωθεί και ειδικοί χώροι για παιδιά (παιδότοποι) καθιστώντας αυτά τα εστιατόρια πολύ ελκυστικά.

Οικονομικοί παράγοντες



Διάγραμμα 3: Συνολικός πληθυσμός στο μέσο του έτους από το 1998 έως 2005.

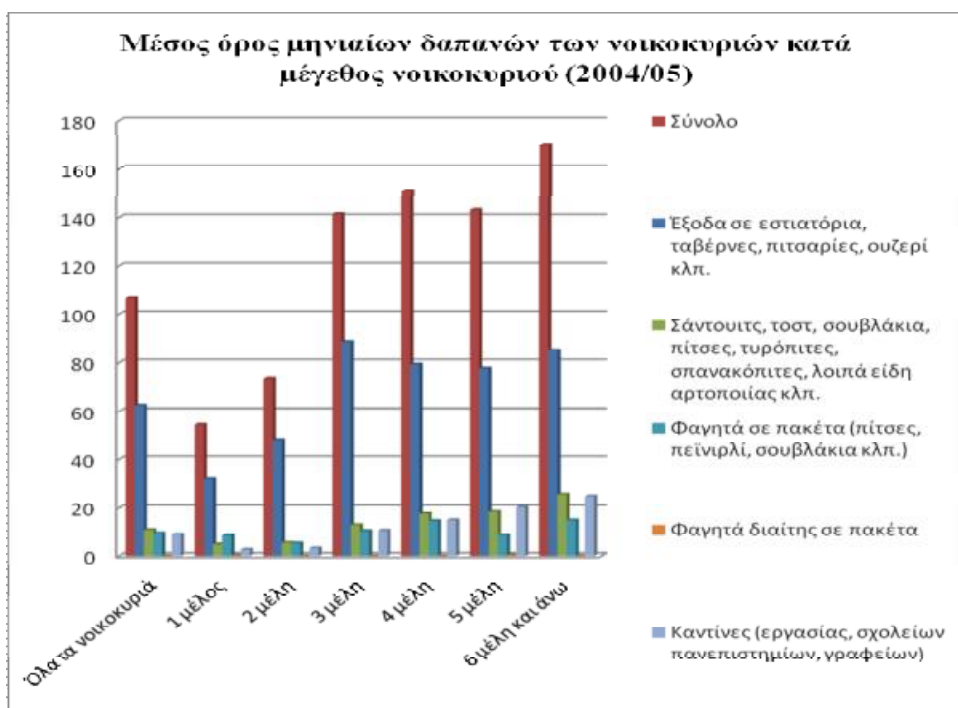


Διάγραμμα 4: Κατά κεφαλή εθνικό εισόδημα σε € από το 1998 έως 2005.



Διάγραμμα 5: Καταναλωτική δαπάνη νοικοκυριών σε εκατομμύρια €

Οικογενειακός προϋπολογισμός



Διάγραμμα 6: Μέσος όρος μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών κατά μέγεθος νοικοκυριού για το 2004-2005.

ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ

Στον κλάδο αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης, υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων, ο οποίος εκδηλώνεται με την εφαρμογή ποικίλων στρατηγικών (για παράδειγμα θα αναφέρουμε την συνεχόμενη αυξητική τάση πολλών επιχειρήσεων για αύξηση των διαφημιστικών αναγκών) .

Από την προηγούμενη δεκαετία υπήρχε πολύ σκληρός ανταγωνισμός στο συγκεκριμένο κλάδο. Στην Ελλάδα, από τότε η ευρύτερη αγορά γρήγορης εστίασης απασχολούσε μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων, οι οποίες άρχισαν να αναπτύσσονται και με τον καιρό να εξελίσσονται. Παρόλα αυτά, η υιοθέτηση και η χρήση του θεσμού της δικαιόχρησης από ελληνικές και ξένες εταιρείες και η είσοδος στον κλάδο ξένων εταιρειών με γνωστά εμπορικά σήματα είχαν ως συνέπεια τη σταδιακή ανάπτυξη του κλάδου, δημιουργώντας έντονο ανταγωνισμό.

Ως αποτέλεσμα αυτού του συνεχή και αυξανόμενου ανταγωνισμού κάποια καταστήματα απομονώθηκαν και σιγά - σιγά έκλεισαν, ενώ άλλες επιχειρήσεις ανέπτυξαν εκτεταμένα δίκτυα καταστημάτων , αύξησαν το μερίδιο τους στην πίτα της αγοράς και συνεχίζουν να υπάρχουν μέχρι σήμερα.

Πιο συγκεκριμένα αν παρατηρήσει κανείς τη σημερινή εικόνα του κλάδου θα διαπιστώσει την παρουσία ισχυρών ομίλων επιχειρήσεων, οι οποίες ελέγχουν ισχυρά εμπορικά σήματα του κλάδου. Χαρακτηριστικό είναι ότι επειδή στοχεύουν σε ακόμα μεγαλύτερη διασφάλιση ποιότητας των προϊόντων τους χρησιμοποιούν καθετοποιημένη προς τα πίσω στρατηγική. Δηλαδή ιδρύουν νέες εταιρείες, οι οποίες παράγουν τα τρόφιμα και τροφοδοτούν τα καταστήματα των ομίλων στους οποίους ανήκουν. Με αυτόν τον τρόπο διασφαλίζουν από μόνοι τους οι επιχειρηματίες την ποιότητα, πραγματοποιώντας συχνά ποιοτικούς ελέγχους, διορθώνοντας τα λάθη και βελτιώνοντας την παραγωγική διαδικασία.

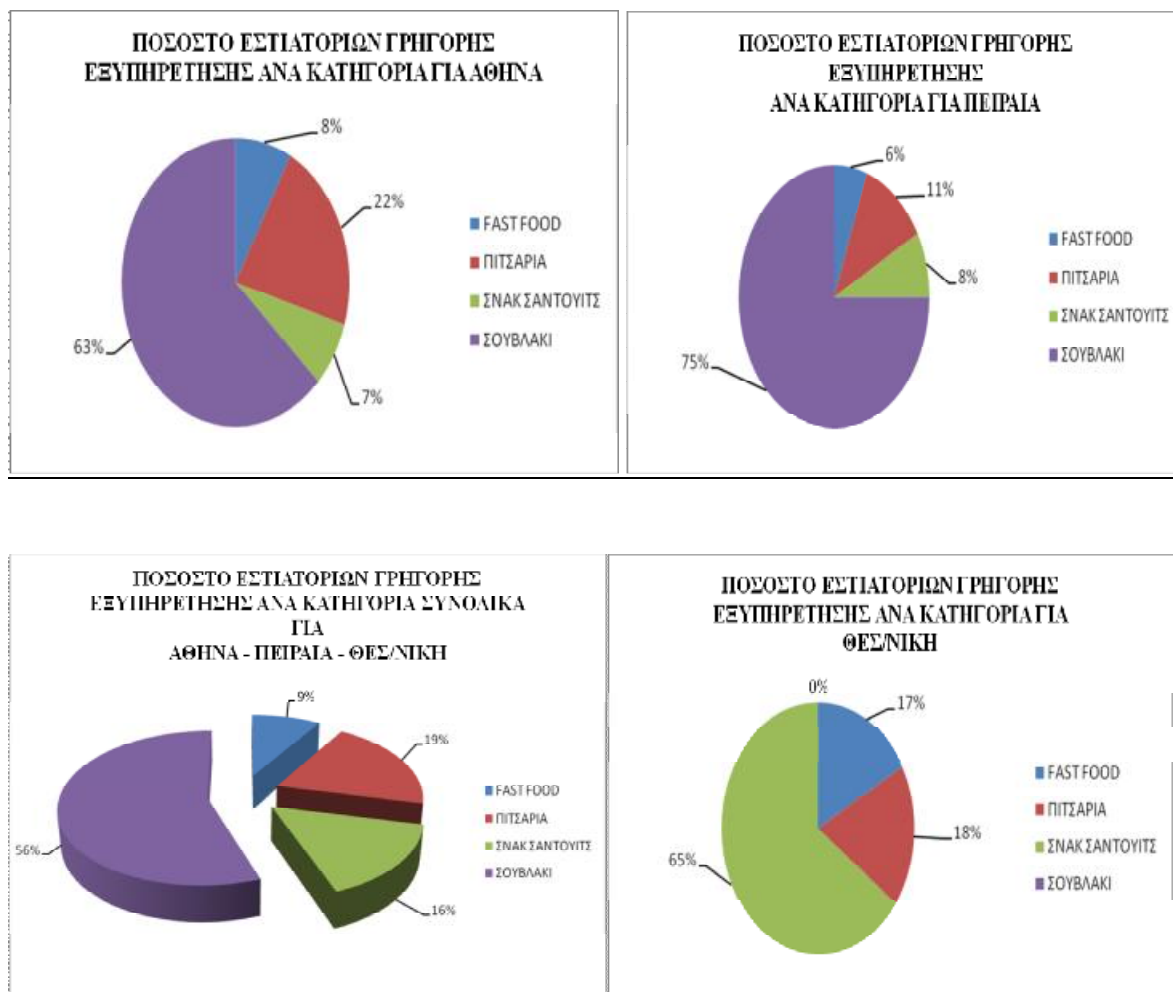
Η δικαιοχρησία συντελεί στην αποκέντρωση μίας επιχείρησης προωθώντας το εμπορικό σήμα όχι μόνο στα μεγάλα αστικά κέντρα, αλλά και στην ευρύτερη περιοχή της επαρχίας. Φανερό παράδειγμα αποτελεί η κατηγορία των burger, η οποία έχει παρουσία σε πάνω από τους μισούς νομούς της χώρας, ενώ ακολουθούν οι κατηγορίες pizza και snack- sandwich αντίστοιχα.

Επίσης οι μεγάλες αλυσίδες έχουν εισχωρήσει πλέον και σε κλειστές αγορές (κυλικεία επιχειρήσεων- σχολείων τάση η οποία τον τελευταίο καιρό ενισχύεται καθημερινά.

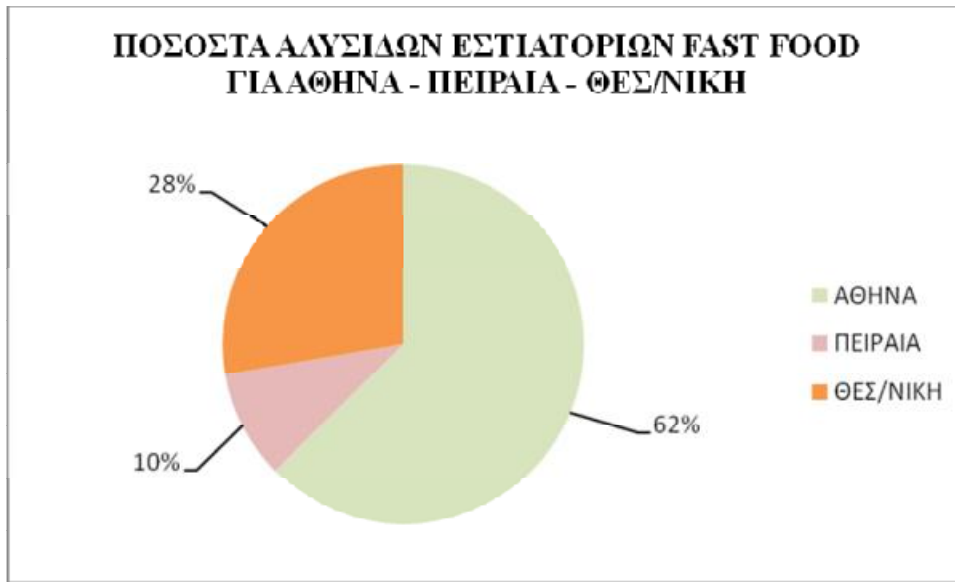
Δομή του κλάδου

Στον κλάδο των αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης, δραστηριοποιείται μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, οι οποίες ανάλογα με αυτό που προσφέρουν διακρίνονται σε τέσσερις ευρύτερες κατηγορίες , burger, pizza, snack-sandwich, σουβλάκι- ethnic.

Οι επιχειρήσεις του συγκεκριμένου κλάδου, έχοντας στην ιδιοκτησία τους διάφορα εμπορικά σήματα, παρουσιάζουν αρκετές διαφορές και σημαντικές αποκλίσεις σε σχέση με τη σύνθεση των πωλήσεων τους και σε ότι αφορά το ουσιαστικό αντικείμενο δραστηριότητας τους. Ο κύκλος εργασιών για την κάθε μία επιχείρηση προέρχεται κυρίως από τις πωλήσεις προς τους δικαιοδόχους και την είσπραξη δικαιωμάτων τους, ενώ σε άλλες κυρίως από την απευθείας εκμετάλλευση εταιρικών εστιατορίων. Επειδή κάθε επιχείρηση έχει διαφορετική έκταση στο δίκτυο της , διαφορετικό χρονικό διάστημα παρουσίας στη συγκεκριμένη αγορά και διαφορετική πολιτική γεωγραφική επέκταση που εφαρμόζει, θα έχει και διαφορετικό βαθμό τη χρησιμοποίηση του βαθμού της δικαιοχρησίας (Πηγή ΕΣΥΕ, Εθνικοί Λογαριασμοί).



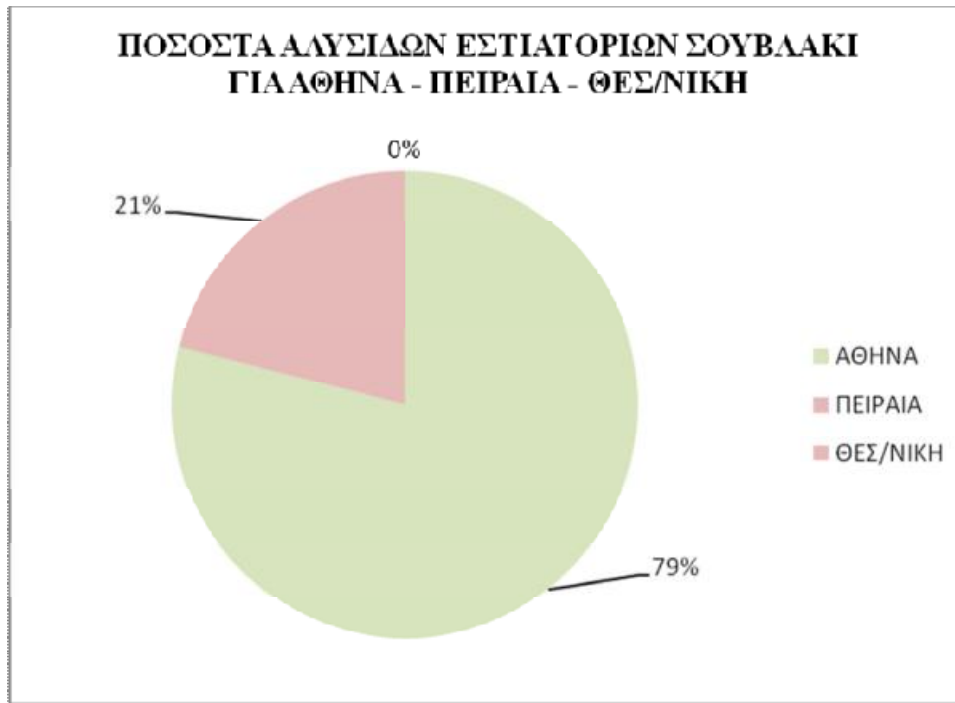
Διάγραμμα 7: Ποσοστών εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης ανά κατηγορία για Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη για το (2004-2005), (Ανάλυση δεδομένων, Πηγή ΕΣΥΕ)



Διάγραμμα 8: Ποσοστά αλυσίδων εστιατορίων Fast food για Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη για 2004-2005, (Ανάλυση δεδομένων, Πηγή ΕΣΥΕ).



Διάγραμμα 9: Ποσοστά αλυσίδων εστιατορίων Pizza για Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη για 2004-2005, (Ανάλυση δεδομένων, Πηγή ΕΣΥΕ).



Διάγραμμα 10: Ποσοστά αλυσίδων εστιατορίων σουβλάκι για Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη για 2004-2005, (Ανάλυση δεδομένων, Πηγή ΕΣΥΕ).



Διάγραμμα 11: Ποσοστά αλυσίδων εστιατορίων Fast food για Αθήνα, Πειραιά και Θεσσαλονίκη για 2004-2005, (Ανάλυση δεδομένων, Πηγή ΕΣΥΕ).

Ο ανταγωνισμός των εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης

Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, το καταναλωτικό κοινό στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται σε σχετικά μεγάλο ποσοστό από υψηλή επιλεκτικότητα στις γευστικές απαιτήσεις. Για αυτό το λόγο η δημιουργία πιστών πελατών κρίνεται απαραίτητη και η επιτυχία της είναι στενά συνδεδεμένη με την ορθή προώθηση και την προβολή του προϊόντος κάθε εμπορικού σήματος. Παρακάτω θα κάνουμε αναφορά σε κάποια στοιχεία από τα οποία εξαρτάται ο ανταγωνισμός μεταξύ των αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης.

Στο συγκεκριμένο κλάδο αλυσίδων εστιατορίων, έχει δημιουργηθεί ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Κάθε επιχείρηση προσπαθεί να διαφοροποιηθεί από τις άλλες δημιουργώντας επώνυμη ζήτηση και επιδιώκοντας όσο το δυνατό μεγαλύτερο βαθμό αναγνωρισιμότητας, κυρίως μέσω του εμπορικού σήματος. Στοιχεία όπως είναι η ποιότητα και η ταχύτητα των υπηρεσιών που παρέχουν, το προσφερόμενο μενού και η τιμή των προϊόντων, επηρεάζουν την εικόνα κάθε επιχείρησης θετικά ή αρνητικά και συμβάλουν και αυτά στον ανταγωνισμό, (Κλαδική Μελέτη, ICAP, 2006).

Επιπλέον, αξίζει να αναφέρουμε ότι ο συγκεκριμένος κλάδος δεν αντιμετωπίζει ανταγωνισμό μόνο από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ίδια κατηγορία, αλλά και από άλλα απλά καταστήματα με διαφορετικό προσανατολισμό. Υπάρχουν για παράδειγμα αρκετά αρτοποιεία που διαθέτουν πρόχειρα γεύματα και τα προσφέρουν στους πελάτες τους ανταγωνιζόμενα με αυτό τον τρόπο επιχειρήσεις τύπου Snack- Sandwich. Παράλληλα όμως, πολλές από τις αλυσίδες cafe παρέχουν γεύματα οξύνοντας έτσι περισσότερο τον άμεσο ανταγωνισμό.

Διαφημιστική Δαπάνη Εστιατορίων

Όπως αναφέραμε και προηγουμένως, η αναγνωρισιμότητα του εμπορικού σήματος στις αλυσίδες εστιατορίων αποτελεί μεγάλο στόχο για τις επιχειρήσεις, αφού τις κάνει περισσότερο ανταγωνιστικές. Μέσω της διαφήμισης λοιπόν. Οι επιχειρήσεις είναι ικανές να πετύχουν αυτή την αναγνωρισιμότητα, καθώς επίσης και την πληροφόρηση του

καταναλωτικού κοινού για τη διάθεση νέων προϊόντων, δωροδιαγωνισμών κλπ. Για αυτό το λόγο, τη σημερινή εποχή οι διαφημιστικές δαπάνες για οποιοδήποτε προϊόν είναι τεράστιες.

Η διαφήμιση σε συνδυασμό με το θεσμό της δικαιοχρησίας, είναι δύο στοιχεία τα οποία συμβάλουν τα μέγιστα στο να αποκτήσει επωνυμία μία εταιρεία. Αυτός είναι και ο λόγος που τα μεγάλα και οργανωμένα δίκτυα καταστημάτων επεκτείνονται κυρίως μέσω του συστήματος της δικαιοχρησίας. Παράλληλα, μικρότεροι και μεμονωμένοι επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στο ν κλάδο αποφασίζουν την προσχώρησή τους στις αλυσίδες, ώστε να επωφεληθούν από το σήμα και να προβληθούν συστηματικά και με οργανωμένο τρόπο.

Η διαφήμιση είναι αυτή, που κάτω από προσεγμένες κινήσεις μπορεί να προσδώσει κύρος στο εμπορικό σήμα και στην επωνυμία των προϊόντων μίας επιχείρησης. Επομένως, σε μεγάλο βαθμό, είναι δικαιολογημένα τα μεγάλα ποσά που δαπανούνται για διαφημιστικούς σκοπούς.

Τιμές Προσφορές

Οι τιμές και οι προσφορές στα προϊόντα και στις υπηρεσίες που προσφέρουν οι επιχειρήσεις, αποτελούν δύο πολύ σημαντικούς παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την προσέλκυση των καταναλωτών. Δεδομένου μάλιστα ότι αρκετές αλυσίδες απευθύνονται σε συγκεκριμένα καταναλωτικά κοινά, κυρίως μικρότερης ηλικίας και επιδιώκουν την προβολή τους ως τη φθηνότερη λύση διατροφής και διασκέδασης, οι τιμές αναδεικνύονται σε ισχυρό σημείο ανταγωνισμού μεταξύ των εταιριών του κλάδου. Επιπρόσθετα, εξ' αιτίας του ανταγωνισμού, οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν ως όπλο τους και τις προσφορές προς τον καταναλωτή, παρέχοντας του δωρεάν αναψυκτικά ή επιπλέον φαγητό πάνω από ορισμένο ύψος αγορών. Με αυτά τα δύο χαρακτηριστικά λοιπόν η επιχείρηση προσπαθεί να γίνει περισσότερο ελκυστική και να προσελκύσει με ευκολότερο τρόπο περισσότερους πελάτες.

Υπηρεσίες Παράδοσης (delivery)

Οι υπηρεσίες παράδοσης έκαναν την εμφάνισή τους κυρίως από επιχειρήσεις με συνοικιακό χαρακτήρα. Οι επιχειρήσεις αυτές, έπρεπε να επεκτείνουν σταδιακά τις δραστηριότητές τους στο συγκεκριμένο τομέα, ώστε να καλύπτουν με αποτελεσματικό τρόπο τις ανάγκες των

καταναλωτών για παράδοση φαγητού στο σπίτι και στο χώρο εργασίας. Με το πέρασμα του χρόνου, οι εγχώριες αλυσίδες που εξελίσσονταν συνεχώς αλλά και οι ξενόφερτες επιχειρήσεις διανομής pizza, συνέβαλαν στη συνολική ανάπτυξη και αναβάθμιση των συγκεκριμένων υπηρεσιών, η ποιότητα των οποίων σχετίζεται τόσο με την ταχύτητα παράδοσης, όσο και με την κατάσταση που παραδίδεται το φαγητό.

Σήμερα για διάφορους λόγους που έχουμε αναφέρει σε πιο πάνω κεφάλαιο, η ζήτηση για υπηρεσίες παράδοσης στο σπίτι ή στο χώρο εργασίας είναι ιδιαίτερα αυξημένη. Αποτέλεσμα αυτού του γεγονότος, εκτός από τις αλυσίδες pizza και το σύνολο των αλυσίδων που δραστηριοποιούνται στο σουβλάκι, έχουν κάνει την εμφάνιση τους και αλυσίδες τύπου burger καθώς επίσης και μεγάλος αριθμός καταστημάτων που δεν ανήκει στον κλάδο που εξετάζουμε.

Από οικονομικής άποψης, ο κύκλος εργασιών των υπηρεσιών παράδοσης μεταξύ των αλυσίδων διαφέρει σημαντικά. Μάλιστα το τελευταίο χρονικό διάστημα υπάρχει έντονη ανάπτυξη και παρουσία αλυσίδων οι οποίες αναπτύσσονται με τη δημιουργία κέντρων διανομής, με σκοπό την παροχή αποκλειστικά και μόνο υπηρεσιών παράδοσης.

Μενού και Ποιότητα Πρώτων Υλών

Η επιτυχία μίας αλυσίδας εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από ακόμα δύο πολύ σημαντικούς παράγοντες, την επιλογή των μενού και την ποιότητα των εδεσμάτων που προσφέρει, οι οποίοι βοηθούν στην προσέλκυση των καταναλωτών. Ο τρόπος διαμόρφωσης του μενού διαφέρει μεταξύ των ελληνικών αλυσίδων και των πολυεθνικών.

Οι ξένες αλυσίδες προσφέρουν ένα κατάλληλα διαμορφωμένο μενού σύμφωνα με τις αρχές της μητρικής εταιρίας. Δηλαδή, ένα μενού που είναι ενιαίο σε όλα τα καταστήματα παγκοσμίως. Η πολιτική που ακολουθεί η κάθε μία από αυτές τις εταιρίες πρέπει να ακολουθεί πιστά τα πρότυπα της μητρικής γιατί με αυτόν τον τρόπο κατοχυρώνονται πλεονεκτήματα όπως, η σταθερή γεύση, η καθορισμένη ποιότητα και επικρατεί ένα αίσθημα ασφάλειας στους καταναλωτές, ανεξάρτητα από την τοποθεσία που βρίσκεται ο κάθε πελάτης. Αν σκεφτεί κανείς ότι η Ελλάδα κάθε χρόνο δέχεται τεράστιο αριθμό τουριστών από όλο τον κόσμο κατανοεί την σημαντικότητα των παραπάνω.

Από την άλλη πλευρά όμως, υπάρχει το πρόβλημα ότι από χώρα σε χώρα υπάρχουν διαφορετικές γευστικές προτιμήσεις. Για αυτό το λόγο και πιο συγκεκριμένα για να ανταποκριθούν στα ελληνικά δεδομένα και στις ελληνικές προτιμήσεις πραγματοποιήθηκαν οι ανάλογες προσαρμογές στους καταλόγους των καταστημάτων. Παρουσιάστηκαν ελληνικές γεύσεις και πιάτα που συμβαδίζουν με την ελληνική τοπική κουζίνα και συνήθειες, προσφέροντας εποχιακά μενού για την ικανοποίηση των αναγκών σε περιόδους νηστείας. Η παραπάνω κίνηση παρατηρείται κυρίως σε εστιατόρια τύπου burger και snack sandwich.

Πρέπει να επισημάνουμε ότι οι ελληνικές αλυσίδες διαθέτουν μεγαλύτερη ευελιξία και ευκολότερη προσαρμογή στις απαιτήσεις των πελατών, αφού γνωρίζουν πολύ καλύτερα τις εκάστοτε ανάγκες. Τα μενού προσαρμόζονται πάντα και με γρήγορο τρόπο στις νέες συνήθειες, ενώ έχουν τη δυνατότητα συχνότερης παρουσίασης νέων πιάτων ή και απόσυρσης τους όταν αυτά δεν τυγχάνουν την κατάλληλη ανταπόκριση.

ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ (Franchising)

Τα τελευταία χρόνια ο κλάδος μαζικής εστίασης γνωρίζει ιδιαίτερη εξέλιξη βασιζόμενος στην επέκταση αλυσίδων γρήγορης εξυπηρέτησης. Αυτό συμβαίνει με τη μέθοδο του Franchising (Δικαιοχρησία) όπου οργανωμένες αλυσίδες εστιατορίων τείνουν να αντικαταστήσουν σταδιακά τα μεμονωμένα καταστήματα προσφέροντας πλεονεκτήματα και παρέχοντας περισσότερες ευκολίες. Η δικαιοχρησία είναι μία οργανωτική μορφή η οποία δίνει τη δυνατότητα να ανταγωνιστεί η επιχείρηση τις βιομηχανίες στο λιανικό εμπόριο σε μια εκτεταμένη περιοχή.

Ορισμός δικαιοχρησίας (Franchising)

Με τον όρο δικαιοχρησία εννοούμε μία εμπορική συμφωνία μεταξύ δύο επιχειρήσεων βάσει της οποίας ο δικαιούχος (franchisor) παραχωρεί στο δικαιούχο (Franchisee) έναντι οικονομικού ανταλλάγματος το δικαίωμα εκμετάλλευσης των πνευματικών δικαιωμάτων αλλά και όλου του πακέτου Franchising με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων προϊόντων και υπηρεσιών. Δηλαδή του παραχωρεί την επωνυμία, τα διακριτικά γνωρίσματα του καταστήματος, σχέδια και υποδείγματα, τα πρότυπα χρήσης και ασφαλώς του παρέχει και την απαραίτητη τεχνογνωσία ώστε να λειτουργεί ομαλά η επιχείρηση και να μην αντιμετωπίσει προβλήματα βιωσιμότητας, (Mendelson M., 2004).

Η δικαιοχρησία ως στρατηγική

Η δικαιοχρησία αποτελεί μία αποτελεσματική μέθοδο, ιδιαίτερα για μικρομεσαίες επιχειρήσεις με περιορισμένο κεφάλαιο, που τις βοηθά να έχουν ταχεία ανάπτυξη. Χάρη στη δικαιοχρησία μία επιχείρηση αποκτά εμπορική υπεροχή και γίνεται εξ αρχής ανταγωνιστική στην αγορά, ενώ παράλληλα τις παρέχεται η δυνατότητα διεκδίκησης σημαντικού μεριδίου αγοράς στον κλάδο της, σε σύγκριση με την ανάπτυξη της μέσω ίδιων καταστημάτων. Είναι σημαντικό επίσης ότι με τη μέθοδο της δικαιοχρησίας δεν περιμένει κανείς να αποκτήσει κέρδη μόνο μέσω των πωλήσεων, αλλά αποκτά έσοδα από την αρχή μέσω της αμοιβής

εισόδου (entry fee), αλλά και μελλοντικά μέσω των περιοδικών αμοιβών (royalties) που έχουν συμφωνηθεί στη σύμβαση.

Επιπλέον η δικαιοχρησία εκτός ότι παρέχει ευκαιρίες και ενισχύει την επιχειρηματική δράση σε μία περιοχή, αποτελεί και ένα σημαντικό παράγοντα στην εύρεση εργασίας σε τοπικό, περιφερειακό αλλά και εθνικό επίπεδο. Για να λειτουργήσουν όλα τα παραπάνω η επιχείρηση πρέπει να διαθέτει αναγνωρισμένο εμπορικό σήμα, ανταγωνιστικό προϊόν δοκιμασμένο στην αγορά, να παρέχει εύκολο σε χρήση λειτουργικό και επιχειρηματικό σύστημα και να παρέχει άρτιο σύστημα εκπαίδευσης το οποίο θα διευκολύνει τους υπαλλήλους να είναι αποδοτικοί στην εργασία τους. Παράλληλα όμως θα πρέπει και ο δικαιούχος να έχει εξασφαλίσει τα απαραίτητα κεφάλαια για την αγορά και διαμόρφωση του καταστήματος, να μπορεί να καλύψει τυχόν λοιπά έξοδα και φυσικά να μπορεί να στους νόμους της δικαιοχρησίας.

Μορφές δικαιοχρησίας



Άμεση Δικαιοχρησία

Η συγκεκριμένη μορφή δικαιοχρησίας, η οποία είναι η απλούστερη και τη συναντάμε τις περισσότερες φορές, διαμορφώνεται απευθείας με τη σχέση δικαιοπάροχου και δικαιοδόχου, χωρίς την παρέμβαση από τρίτο άτομο ανεξάρτητα αν βρίσκεται ο τελευταίος σε ξένη χώρα. Συνήθως υλοποιείται με τις παρακάτω τρεις μορφές που θα παρουσιάσουμε συνοπτικά:

Σύμβαση δικαιοχρησίας κατευθείαν σε ξένη χώρα

Παραχωρείται στον δικαιοδόχο από τον δικαιοπάροχο το δικαίωμα εκμετάλλευσης του συμφωνηθέντος πακέτου δικαιοχρησίας, ακριβώς με τον ίδιο τρόπο που θα το παραχωρούσε σε κάποιον στη δική του χώρα χωρίς να επηρεάζεται από το γεγονός ότι συνεργάζεται με κάποιον από ξένη χώρα.

Η παραπάνω μορφή ενδείκνυται όταν:

- Οι δύο χώρες είναι κοντινές και έχουν καλές σχέσεις.
- Έχουν καλή επικοινωνία και συνεργάζονται αρμονικά.
- Έχουν ομοιότητες σε ήθη, έθιμα, συνήθειες, νόμους και εμπορικές πρακτικές.
- Ο δικαιοπάροχος δεν επιδιώκει άμεση και εκτεταμένη δραστηριότητα.
- Και τέλος για φορολογικούς λόγους.

Ίδρυση υποκαταστήματος ή θυγατρικής

Στην περίπτωση που ο δικαιοπάροχος έχει προβλέψει ότι θα έχει κάποιες ζημιές τα πρώτα χρόνια, τότε θα καταφύγει στην επιλογή του υποκαταστήματος αφού με αυτό τον τρόπο θα μπορέσει να συμψηφίσει τις ζημιές με τα κέρδη που θα προκύψουν από τις δραστηριότητες του στη χώρα του.

Στην περίπτωση της θυγατρικής δεν μπορεί να γίνει κανένας συμψηφισμός κερδών και ζημιών. Παρόλα αυτά όμως η θυγατρική παρουσιάζει το πλεονέκτημα ότι αποτελεί ξεχωριστό νομικό πρόσωπο που φέρει αποκλειστική ευθύνη για τις κινήσεις τους.

Επομένως είναι ολοφάνερο ότι και στις δύο περιπτώσεις τα κριτήρια είναι κυρίως φορολογικά. Τέλος, πρέπει να αναφέρουμε ότι παρόλο που υπάρχει δυνατότητα άμεσου ελέγχου ή απολαβή του συνόλου των κερδών από το δικαιούχο το κεφάλαιο και οι χρηματικές δαπάνες που απαιτούνται για ένα τέτοιο εγχείρημα είναι αρκετά μεγάλο.

Συμφωνία για ανάπτυξη μίας περιοχής

Κάτω από συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα και συμφωνία, ο δικαιούχος (συνήθως κάτοικος ξένης χώρας) αναλαμβάνει την υποχρέωση να ανοίξει μόνος του μία σειρά από καταστήματα του δικτύου σε συγκεκριμένη περιοχή για την ανάπτυξη της.

Κύρια συμφωνία δικαιοχρησίας

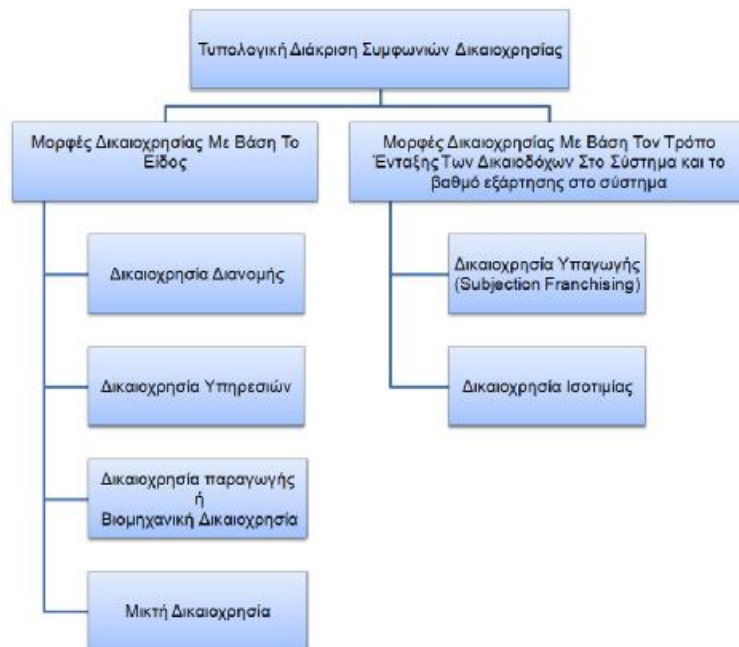
Ο δικαιούχος παραχωρεί αποκλειστικά δικαιώματα εκμετάλλευσης στον δικαιούχο, αφού ο τελευταίος του παραχωρήσει τα συμφωνηθέντα άμεσα ή έμμεσα οικονομικά ανταλλάγματα.

Σκοπός και επιθυμία του δικαιούχου είναι η επέκταση του δικτύου του σε πολλές ώρες μέσω σύναψης συμφωνιών με τρίτους δικαιούχους. Δηλαδή, ο δικαιούχος με τον οποίο θα κλειστεί η συμφωνία, θα μάθει περισσότερα μυστικά και θα αντικαταστήσει κατά κάποιο τρόπο τον δικαιούχο στη συγκεκριμένη χώρα. Επομένως θα προωθήσει αυτός το δίκτυο των καταστημάτων χορηγώντας υπο-άδειες σε τρίτους προς όφελος του κύριου δικαιούχου.

Συμφωνία Δικαιοχρησίας Για Δραστηριότητα Κοινής Επιχείρησης (Joint Venture)

Όταν αναφερόμαστε στον όρο κοινή επιχείρηση εννοούμε μία επιχείρηση, η οποία υπόκειται σε δύο ή περισσότερες οικονομικά ανεξάρτητες επιχειρήσεις. Στη συγκεκριμένη περίπτωση δηλαδή, ο δικαιούχος από κοινού με τον Joint Venture συνεταιρο του. Που συνήθως είναι κάτοικος ξένης χώρας, συνιστά μία εταιρία Joint Venture σε αυτή την ξένη χώρα. Αυτή η εταιρία στη συνέχεια συνάπτει με το δικαιούχο είτε συμφωνία ανάπτυξης μιας περιοχής είτε κύρια συμφωνία δικαιοχρησίας. Αυτή η μορφή δικαιοχρησίας ενδείκνυται όταν ο δικαιούχος επιθυμεί να επεκταθεί με το σύστημα δικαιοχρησίας σε χώρες με παραπλήσια νοοτροπία, ήθη, έθιμα και εμπορικές συμφωνίες. Η όταν ο δικαιούχος επιθυμεί να

συμμετέχει με κάποιο ποσοστό ιδιοκτησίας στην κοινή επιχείρηση μειώνοντας με αυτό τον τρόπο τον οικονομικό κίνδυνο.



Δικαιοχρησία διανομής

Βάση της συμφωνίας μεταξύ δικαιοπαρόχου και δικαιοδόχου, ο τελευταίος περιορίζεται να πουλάει σε λιανική τιμή, δηλαδή σε τελικούς καταναλωτές κάποια προϊόντα, σε κατάσταση που φέρουν τα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπαρόχου. Παρόλα αυτά τα προϊόντα δεν είναι απαραίτητο να φέρουν το σήμα του δικαιοπάροχου χωρίς βέβαια να αποκλείεται το αντίθετο.

Ο δικαιοπάροχος που συνήθως είναι παραγωγός ή μεγαλέμπορος, έχει ως στόχο να δημιουργήσει ένα μεγαλύτερο δίκτυο διανομής για τα προϊόντα – υπηρεσίες που παράγει και εμπορεύεται. Δηλαδή δεν αναφερόμαστε μόνο σε προϊόντα που έχουν υλική υπόσταση, αλλά και στις υπηρεσίες που παρέχονται στο χώρο της εστίασης, του καθαρισμού κτιρίων, των

αυτοκινήτων κλπ. Για αυτό το λόγο, ανάλογα με το προϊόν ή την υπηρεσία που εμπορεύεται χαρακτηρίζεται ως δικαιοχρησία διανομής εμπορευμάτων ή υπηρεσιών. Σπανιότερα συναντάμε τη δικαιοχρησία παραγωγής, στην οποία θα αναφερθούμε παρακάτω.

Δικαιοχρησία παραγωγής

Εδώ και μερικά χρόνια ο θεσμός της δικαιοχρησίας υπηρεσιών βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη. Στη συγκεκριμένη μορφή δικαιοχρησίας ο δικαιοδόχος παρέχει στους τελικούς χρήστες υπηρεσίες, υπό το διακριτικό γνώρισμα, την εμπορική επωνυμία και το εμπορικό σήμα του δικαιοπάροχου σύμφωνα με τις οδηγίες και τις προδιαγραφές που έχουν τεθεί στη συμφωνία. Αν και αντιπροσωπεύει το 20% περίπου του συνολικού κύκλου εργασιών των συστημάτων δικαιοχρησίας στη Δυτική Ευρώπη, είναι πολλοί εκείνοι που θεωρούν ότι η συγκεκριμένη κατηγορία αποτελεί την πλέον αυθεντική εφαρμογή αρχών δικαιοχρησίας επειδή δεν περιλαμβάνει πώληση προϊόντων. Μερικοί από τους κυρίαρχους τομείς εφαρμογής είναι οι παρακάτω:

- Εστιατόρια ταχείας εξυπηρέτησης (fast food)
- Αλυσίδες ξενοδοχείων
- Ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα
- Καθαριστήρια
- Οργάνωση υποδοχής
- Ταξιδιωτικά γραφεία
- Επιχειρήσεις καθαρισμού χώρων

Δικαιοχρησία παραγωγής

Οι αιτίες που ένας δικαιοπάροχος καταφεύγει σε αυτή τη μορφή δικαιοχρησίας, συνήθως είναι, είτε για οικονομικούς λόγους (έξοδα μεταφοράς), είτε για λόγους που σχετίζονται με τη φύση του προϊόντος (πχ κίνδυνος αλλοίωσης ή απώλειας της φρεσκάδας του προϊόντος). Στην περίπτωση αυτή λοιπόν, ο δικαιοπάροχος παρέχει τη δυνατότητα – άδεια στον δικαιοδόχο να παράγει ή να μεταποιεί κάποια προϊόντα σύμφωνα με τις προδιαγραφές που έχουν συμφωνηθεί και να τα πουλάει με το σήμα του δικαιοπάροχου. Ουσιαστικά ο

δικαιοδόχος είναι παραγωγός ή χονδρέμπορος , ανάλογα με το αν πουλάει ή μεταποιεί και μιλάμε για μία μορφή εκμετάλλευσης τεχνογνωσίας και εμπορικών σημάτων.

Μικτή δικαιοχρησία

Ο όρος μικτή δικαιοχρησία δημιουργήθηκε από την ύπαρξη συμφωνιών δικαιοχρησίας, οι οποίες αποτελούνταν από το συνδυασμό της δικαιοχρησίας διανομής και της δικαιοχρησίας υπηρεσιών. Μερικά χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτής της μορφής είναι τα εξής:

- Πώληση καλλυντικών σε συνδυασμό με την παροχή υπηρεσιών αισθητικού.
- Πώληση ηλεκτρονικών υπολογιστών σε συνδυασμό με την παροχή υπηρεσιών εκμάθησης διαφόρων προγραμμάτων και χειρισμού.
- Διδασκαλία ξένων γλωσσών σε συνδυασμό με την πώληση βιβλίων.
- Παροχή υπηρεσιών καθαρισμού χώρων και εγκαταστάσεων σε συνδυασμό με την πώληση υλικών καθαρισμού.

Δικαιοχρησία Υπαγωγής (Subjection Franchising)

Η δικαιοχρησία υπαγωγής αποτελεί την πιο διαδεδομένη μορφή δικαιοχρησίας. Ο δικαιοπάροχος επινοεί και αναπτύσσει τα πάντα. Διαδραματίζει ένα κυρίαρχο ρόλο καθώς είναι ο αρχικός δημιουργός, κατέχει την πλήρη τεχνογνωσία και συνδέεται ακτινωτά με κάθε έναν από τους δικαιοδόχους. Παράλληλα, είναι αυτός που καθορίζει την επιχειρηματική πολιτική του κάθε δικαιοδόχου που συνεργάζεται. Από την άλλη πλευρά, ο δικαιοδόχος αποτελεί απλά εκτελεστικό όργανο του δικαιοπαρόχου αφού ακολουθεί πιστά τις αυστηρές οδηγίες του τελευταίου και υπάγεται στον αυστηρό έλεγχο του και συμμόρφωση στις προδιαγραφές. Δηλαδή υπάρχει μονομερής υπαγωγή των δικαιοδόχων στην οργανωτική και επιχειρηματική καθοδήγηση του δικαιοπαρόχου.

Δικαιοχρησία Ισοτιμίας

Αποτελεί μία σπάνια μορφή δικαιοχρησίας που βασίζεται σε μία συνεταιριστική μορφή συνεργασίας στη βάση της ισοτιμίας μεταξύ όλων των εμπλεκομένων ανεξάρτητα αν κάποιος είναι δικαιοπάροχος ή δικαιοδόχος, χωρίς κάποιος να έχει κυρίαρχο ρόλο. Η συνεργασία, η

αλληλοβοήθεια και η συγκάλυψη εμπορευμάτων σε κάποιον που έχει έλλειμμα αποτελούν βασικά χαρακτηριστικά της συγκεκριμένης μορφής. Υπάρχει εναρμόνιση ενεργειών και όλοι μαζί συμμετέχουν στη Λήψη αποφάσεων με απώτερο σκοπό την προώθηση των πωλήσεων και την επιτυχία του συστήματος.

Πλεονεκτήματα για τον δικαιοπάροχο και τον δικαιούχο

Οφέλη για τον δικαιοπάροχο

- Η δικαιοχρησία παρέχει στον δικαιοπάροχο τη δυνατότητα επέκτασης και διαφοροποίησης των δραστηριοτήτων του περιορίζοντας σε πού μεγάλο βαθμό τους συνεπαγόμενους κινδύνους.
- Σε σύντομο χρονικό διάστημα ο δικαιοπάροχος ενισχύει τη ρευστότητα του αφού λαμβάνει την εφάπαξ αμοιβή εισόδου (entry fee) ενώ παράλληλα θα έχει λαμβάνει μελλοντικές αμοιβές και προμήθειες οι οποίες προκύπτουν από τη σύμβαση.
- Επιτυγχάνεται ταχεία διείσδυση σε μία ολόκληρη περιοχή αναπτύσσοντας νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και μάλιστα χωρίς επιχειρηματικό κίνδυνο. Αυτό συμβαίνει διότι ο δικαιούχος γνωρίζει τις τοπικές συνήθειες, το θεσμικό πλαίσιο και την κουλτούρα των ανθρώπων περιορίζοντας έτσι τον κίνδυνο που δημιουργείται όταν επεκτεινόμαστε σε νέες γεωγραφικές περιοχές.
- Επιπλέον ο δικαιοπάροχος δημιουργεί σταδιακά μία βάση δεδομένων και πληροφοριών σχετικά με τις νέες συνθήκες και τις τάσεις που επικρατούν σε διάφορες περιοχές. Αυτό είναι πολύ σημαντικό αφού του παρέχεται η δυνατότητα να μαθαίνει και να γνωρίζει τις ανάγκες και τις απαιτήσεις των καταναλωτών από περιοχή σε περιοχή και να είναι σε θέση να δημιουργήσει την κατάλληλη στρατηγική για κάθε περιοχή ξεχωριστά.
- Το γεγονός ότι οι συνεργάτες των δικαιοπαρόχων παρακινούνται από το κίνητρο της εμπορικής επιτυχίας παρέχει μία ασφάλεια στον δικαιοπάροχο ότι συνεργάζεται με άτομα ικανά να διαχειριστούν με αποτελεσματικότητα τα καταστήματα.

Οφέλη για τον δικαιοδόχο

- Η δικαιοχρησία παρέχει στους επιχειρηματίες την ευκαιρία να αποκτήσουν και να διαχειρίζονται μία επιχείρηση με μειωμένο κίνδυνο και ρίσκο αφού χρησιμοποιούν ένα ήδη αναγνωρισμένο εμπορικό σήμα, πολύτιμη τεχνογνωσία και δοκιμασμένο σύστημα λειτουργίας.
- Ο δικαιοδόχος διαχειρίζεται την ιδιοκτησία του καταστήματος ως ανεξάρτητη επιχειρηματική μονάδα, όμως η λειτουργία της καθορίζεται από όρους που έχουν υπογραφεί στην σύμβαση. Εισφέρει το κεφάλαιο του ώστε να διασφαλίσει την τοποθεσία, να διαμορφώσει το χώρο και να αποκτήσει τον απαραίτητο εξοπλισμό. Παράλληλα όμως, έχει εξασφαλίσει από τον δικαιοπάροχο την απαραίτητη τεχνογνωσία, το εμπορικό σήμα, τα πρότυπα λειτουργίας και την συνεχή εκπαίδευση και υποστήριξη.
- Ο δικαιοδόχος βασίζεται και επωφελείται από την εταιρική φήμη του δικαιοπάροχου και το brand name που έχει διαμορφώσει με το πέρασμα του καιρού. Αυτό το καταφέρνει με την εκμετάλλευση του εμπορικού σήματος, του λογότυπου του δικαιοπάροχου, της τεχνογνωσίας, της εκπαίδευσης και οτιδήποτε έχει υπογραφεί στη σύμβαση καθόλη τη διάρκειά της. Τα εμπορικά μυστικά του δικαιοπάροχου όπως και ολόκληρη η εμπειρία του στο χώρο, παρέχονται στο δικαιοδόχο για την αποφυγή κρίσιμων λαθών και προβλημάτων. Η υποστήριξη και η καθοδήγηση που λαμβάνει συμβάλλουν στην πρόσβαση σε νέες τεχνολογίες και εξελίξεις καθώς επίσης και στη δυνατότητα να αποκτήσει και να αναπτύξει νέες διεθνείς εμπειρίες.
- Ο δικαιοδόχος δεν είναι αναγκασμένος να ξοδέψει τεράστια ποσά για την προβολή του καταστήματος μέσω διαφημίσεων και την γενικότερη προώθηση του, αφού οι οικονομίες κλίμακας που έχει δημιουργήσει ο δικαιοπάροχος με τη επέκταση του δικτύου του δίνουν αυτή τη δυνατότητα. Με λίγα λόγια μειώνει το κόστος του.

Μειονεκτήματα

Παρόλα τα πλεονεκτήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω, η μέθοδος της δικαιοχρησίας μπορεί να παρουσιάσει και μειονεκτήματα σε περίπτωση που τεθεί σε κίνδυνο μέσω

λανθασμένων και καταχρηστικών πρακτικών και παραβίαση των βασικών αρχών. Τα μειονεκτήματα είναι τα εξής:

- Άνιση μεταχείριση του δικαιοπάροχου σε βάρος του δικαιοδόχου χρησιμοποιώντας τη μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη που έχει στην αγορά.
- Όταν παρουσιάζονται στην αγορά τάσεις για επικράτηση μονοπωλίων και ολιγοπωλίων. Αυτό σε συνδυασμό με την παραβίαση των νόμων και των συνθηκών δημιουργούν προβλήματα στον υγιή ανταγωνισμό.
- Λόγω της ισχύος του φορέα του, εμποδίζεται η ακριβοδίκαιη διαμόρφωση των τιμών.
- Το συμβόλαιο με την εταιρεία έχει ένα συγκεκριμένο χρονικό ορίζοντα και όταν λήξει ο δικαιοδόχος δεν είναι εξασφαλισμένος ότι θα συνεχιστεί η συνεργασία.
- Πρέπει ο δικαιοπάροχος να είναι ικανός και να μπορεί να ανταποκρίνεται στις αλλαγές της αγοράς ώστε να συμβουλεύει και να καθοδηγεί τον δικαιοδόχο καθώς επίσης και ο τελευταίος να είναι ικανός και αποδοτικός ώστε να μην φέρνει σε δύσκολη θέση την εταιρεία υποβαθμίζοντας την υστεροφημία του ονόματός της. Αυτό σημαίνει ότι ο ένας εξαρτάται από την απόδοση του άλλου και ότι οποιαδήποτε λάθος κίνηση ή πρακτική του ενός θα έχει αντίκτυπο και στον άλλο.

Δομή Σύμβασης Franchise

Τα τέσσερα μέρη που αποτελείται συνήθως η δομή της σύμβασης Franchise είναι τα εξής: το προοίμιο, οι υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου, οι υποχρεώσεις του δικαιοδόχου και τέλος οι λοιπές διατάξεις. Πιο αναλυτικά παρουσιάζονται παρακάτω.

- 1) Το προοίμιο αποτελεί πολύ σημαντικό μέρος αφού εκεί καθορίζεται λεπτομερώς ο σκοπός για τον οποίο πραγματοποιείται η συμφωνία, αλλά και το πλαίσιο συνεργασίας βάσει του οποίου θα κινηθούν οι δύο πλευρές. Επιπλέον υπογραμμίζεται η ανεξαρτησία των συμβαλλόμενων, γίνεται περιγραφή του περιεχομένου του ολόκληρου του πακέτου Franchise και των πνευματικών δικαιωμάτων ιδιοκτησίας που αφορούν τα εξής:

- Εμπορικό σήμα
- Επωνυμία

- Διακριτικά γνωρίσματα καταστήματος(πχ πινακίδες)
- Πρότυπα χρήσεων και σχέδια
- Δικαιώματα αναπαραγωγής
- Τεχνογνωσία

Όλα τα παραπάνω πρέπει να παρέχονται οπωσδήποτε από τον δικαιούχο στον δικαιούχο για να υπάρχει σωστή και εποικοδομητική εκμετάλλευση του καταστήματος.

2) Οι υποχρεώσεις του δικαιούχου αναφέρονται κυρίως σε συγκεκριμένες κινήσεις που αφορούν στη συμβολή του ως προς τον δικαιούχο. Οι υποχρεώσεις αυτές αναφέρονται παρακάτω:

- Παραχώρηση στον δικαιούχο ολόκληρο το πακέτο Franchising ώστε ο τελευταίος να το χρησιμοποιήσει και να το εκμεταλλευτεί για την εξέλιξη του καταστήματος.
- Παροχή τεχνικής και οργανωτικής υποδομής.
- Παροχή ανάλογης εκπαίδευσης, η οποία δεν θα υφίσταται μόνο για το ξεκίνημα αλλά και στο μέλλον με τη μορφή σεμιναρίων.
- Επιπλέον απαραίτητη είναι και η παροχή πρώτων υλών , έτοιμων και ημι-έτοιμων προϊόντων αλλά και εμπορευμάτων.
- Συνεχή υποστήριξη και συμβουλές καθόλη τη διάρκεια της σύμβασης.
- Τέλος πρέπει να του προσδιορίζει τη γεωγραφική περιοχή στην οποία πρέπει να δραστηριοποιείται διενεργώντας πωλήσεις με το δικό του όνομα για δικό του λογαριασμό.

3) Ο δικαιούχος πουλάει τα προϊόντα του και τις υπηρεσίες του συστήματος στο δικό του όνομα, για δικό του σκοπό και φυσικά με δικό του κίνδυνο. Παρόλα αυτά, είναι υποχρεωμένος να συμβάλει στην επιτυχημένη ολοκλήρωση του οικονομικού σκοπού του Franchising σε αντιπαροχή της αντίστοιχης συμβολής του δικαιούχου με συγκεκριμένες κινήσεις:

- Καταβάλλει ένα εφάπαξ ποσό (entry fee) δικαιούχο ώστε να του παραχωρήσει ο τελευταίος δικαιώματα χρήσης και εκμετάλλευσης της τεχνολογίας και δικαιωμάτων ιδιοκτησίας.
- Υποχρεούται να καταβάλλει περιοδικά στο δικαιούχο ένα συγκεκριμένο ποσό από τις εισπράξεις των πωλήσεων μετά την αφαίρεση των φόρων.
- Πρέπει να αξιοποιεί κάθε μέσο που του παρέχεται με τον πιο σωστό και αποδοτικό τρόπο ώστε να προωθεί και να αυξάνει τις πωλήσεις του. Για αυτό το λόγο ο σεβασμός ως προς την ομοιομορφία της αρχής και η συμμόρφωση ως προς τις ανάγκες της αρχής είναι αναγκαία και απαραίτητα.
- Τέλος είναι προφανές ότι σε μία γενικότερη μορφή ο σεβασμός ως προς το σύστημα και η αναλλοίωτη εικόνα (image) η οποία πρέπει να είναι πάντα ενιαία με την αρχή αποτελούν ίσως και τις σημαντικότερες υποχρεώσεις του.

4 Οι λοιπές διατάξεις αποτελούν το τελευταίο μέρος παρέχοντας κάποια πολύ σημαντικά στοιχεία και ρυθμίσεις σχετικά με την επιχείρηση. Περιλαμβάνονται ρυθμίσεις σχετικά, με τη διάρκεια της σύμβασης και μία ενδεχόμενη παράταση της συνεργασίας, στοιχεία σχετικά με την εκκαθάριση και την διαιτησία, την καταγγελία και το αρμόδιο δικαστήριο για την εκδίκαση τυχόν διαφορών που θα προκύψουν.

3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ

Μεθοδολογία

Για τη συγκεκριμένη μελέτη διαμορφώσαμε κατάλληλο ερωτηματολόγιο βασιζόμενοι και επικεντρωμένοι στους στόχους της έρευνας μας, το οποίο χωρίζεται σε τρία μέρη τα οποία περιλαμβάνουν :

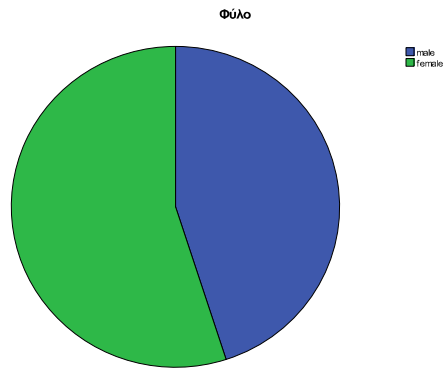
- Δημογραφικά στοιχεία (πχ διαμονή, αριθμός παιδιών, ύψος- βάρος, οικογενειακή κατάσταση κλπ)
- Συχνότητα και αγορά από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης
- Ποιοι παράγοντες και πόσο επηρεάζουν τους καταναλωτές στην αγορά γρήγορου φαγητού καθώς και ποιες ώρες κατά τη διάρκεια της ημέρας πραγματοποιούν αυτές τις αγορές.

Μοιράσαμε το ερωτηματολόγιο σε ικανοποιητικό αριθμό καταναλωτών και συγκεντρώσαμε αντιπροσωπευτικό δείγμα (90 ερωτηματολόγια). Αναλύσαμε στατιστικά τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου ακολουθώντας α) περιγραφή δείγματος , β) Συχνότητες αγοράς και γενική περιγραφική στατιστική και καταλήξαμε σε συμπεράσματα , τα οποία αναφέρονται σε συγκεκριμένο κεφάλαιο.

Περιγραφή του δείγματος

Το δείγμα που εξετάσαμε και αναλύσαμε έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά :

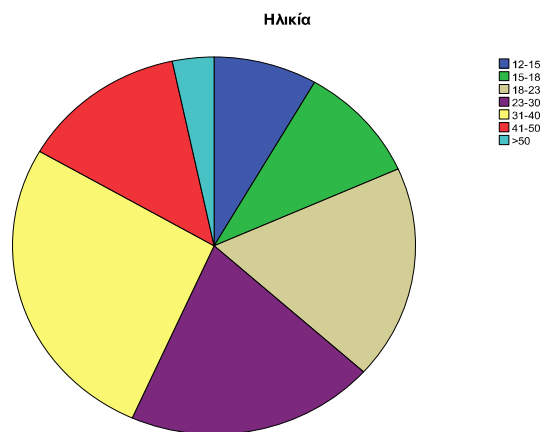
Σε ότι αφορά το φύλο, το 45% του δείγματος που εξετάσαμε αντιστοιχεί σε άνδρες, ενώ αντίστοιχα το 55% αντιστοιχεί σε γυναίκες.



Διάγραμμα 12: Φύλο δείγματος

Ηλικία

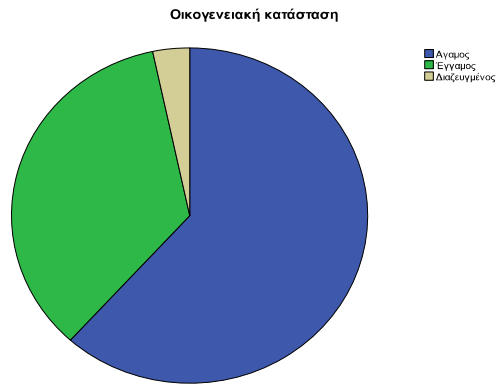
Σε ότι αφορά την ηλικία των ανθρώπων του δείγματος που εξετάσαμε έχουμε τις παρακάτω κατηγορίες με τα αντίστοιχα ποσοστά τους. Στην κατηγορία 12- 15 αντιστοιχεί το 8,3% του δείγματος. Στην κατηγορία 15- 18 αντιστοιχεί το 10%, στην 18- 23 το 18,3% , στην 23- 30 το 20%, στην 31- 40 το 26,7%, στην 41- 50 το 13,3% και τέλος στην κατηγορία >50 αντιστοιχεί το 3,3%.



Διάγραμμα 13: Ηλικία δείγματος

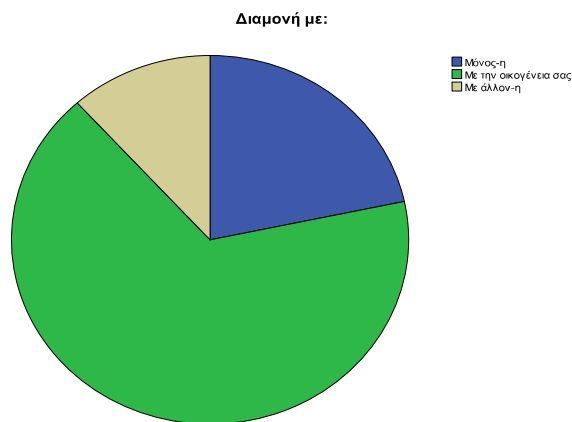
Οικογενειακή κατάσταση

Στο δείγμα μας εξετάσαμε και αναλύσαμε και την οικογενειακή κατάσταση του πληθυσμού του δείγματος. Το 61,7 % του δείγματος είναι άγαμοι, το 35% αφορά έγγαμους, ενώ το μικρό ποσοστό του 3,3% αντιστοιχεί σε διαζευγμένους.



Διάγραμμα 14: Οικογενειακή κατάσταση δείγματος

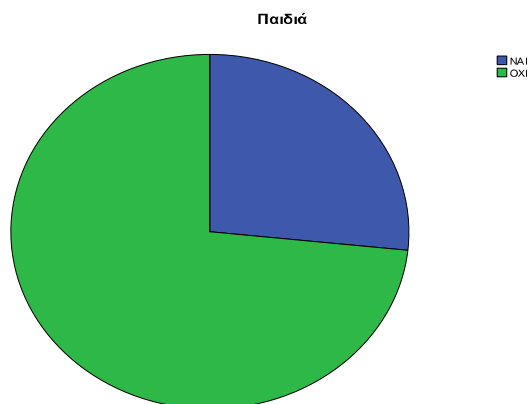
Σε ότι αφορά την διαμογή των ατόμων που εξετάσαμε καταλήξαμε στα εξής: Το 21,7% διαμένουν μόνοι τους, το 66,7% διαμένουν με την οικογένεια τους, ενώ το 11,7% διαμένει με άλλον.



Διάγραμμα 15: Διαμογή δείγματος

Παιδιά

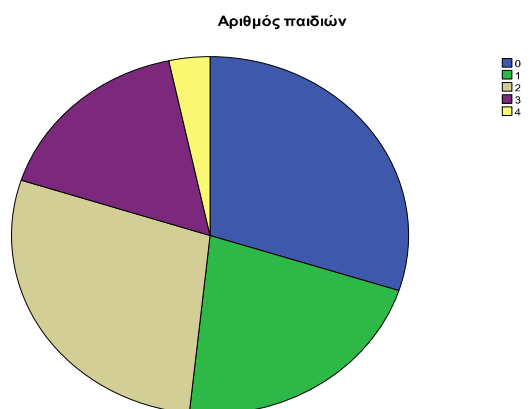
Στο δείγμα επίσης εξετάσαμε και το ποιοι έχουν παιδιά και ποιοι όχι. Το 26,7% έχει παιδιά, ενώ το 73,3% δεν έχει παιδιά.



Διάγραμμα 16: Παιδιά δείγματος

Αριθμός Παιδιών

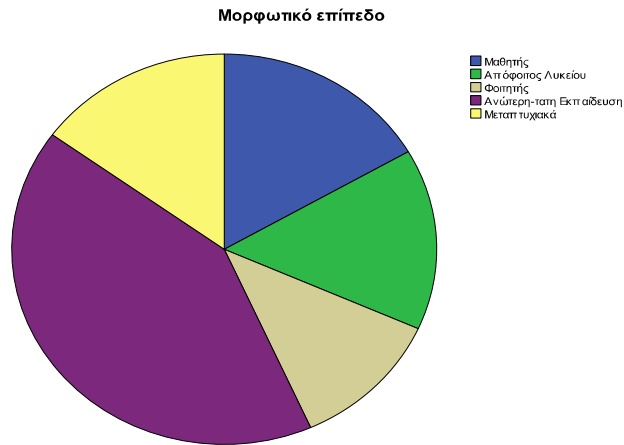
Στο δείγμα μας εξετάσαμε και τον αριθμό παιδιών που έχει η κάθε οικογένεια. Το 30% δεν έχει καθόλου παιδιά, το 21,7 έχει ένα παιδί, το 28,3% έχει 2 παιδιά, το 16,7 έχει τρία παιδιά, ενώ το 3,3% έχει 4 παιδιά.



Διάγραμμα 17: Αριθμός παιδιών δείγματος

Μορφωτικό επίπεδο

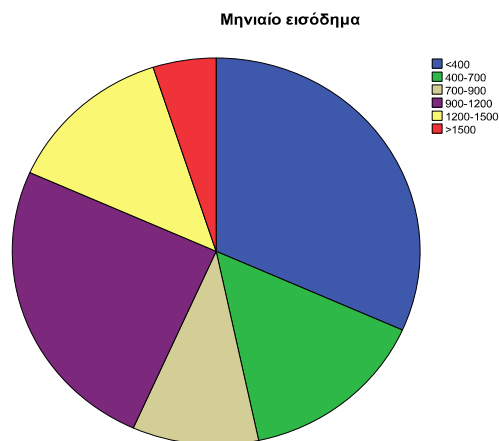
Σε ότι αφορά το μορφωτικό επίπεδο από το δείγμα που εξετάσαμε καταλήξαμε στα εξής ποσοστά: Το 16,7% αντιστοιχεί στην κατηγορία μαθητής, ενώ το 15% αντιστοιχεί στους απόφοιτους λυκείου. Παράλληλα υπάρχει ένα ποσοστό 11,7% που αφορά φοιτητές, ένα πολύ σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 41,7% που αφορά ανθρώπους ανώτερης εκπαίδευσης και τέλος ένα 15% που αντιστοιχεί στην κατηγορία των μεταπτυχιακών του δείγματος.



Διάγραμμα 18: Μορφωτικό επίπεδο δείγματος

Μηνιαίο εισόδημα

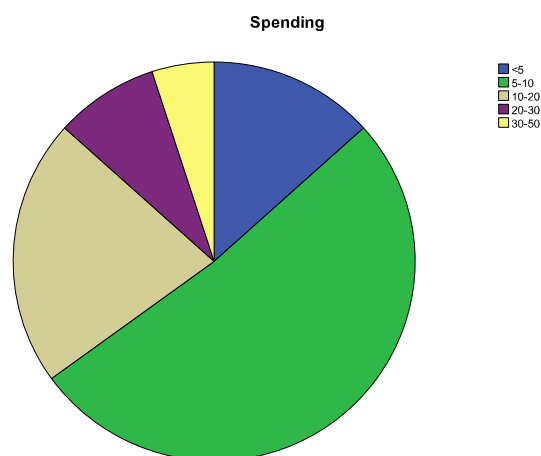
Στο δείγμα μας εξετάσαμε και την οικονομική κατάσταση του συγκεκριμένου πληθυσμού και καταλήξαμε στα εξής συμπεράσματα. Εκείνοι που έχουν εισόδημα <400 αντιστοιχούν στο 31,7%. Στην κατηγορία 400- 700 αντιστοιχεί το 15%, ενώ στην κατηγορία 700- 900 αντιστοιχεί το 10%. Επίσης υπάρχει ένα ποσοστό της τάξεως του 25% που αφορά την κατηγορία 900- 1200, ένα 13,3% που αφορά την κατηγορία 1200- 1500 και τέλος ένα μικρό ποσοστό 5% που αντιστοιχεί σε ανθρώπους με μηνιαίο εισόδημα >1500.



Διάγραμμα 19: Μηνιαίο εισόδημα δείγματος

Δαπάνη

Σε ότι αφορά την κατηγορία Spending μέσα από την εξέταση του δείγματος προκύπτει ότι: Το 13,3% ξοδεύει λιγότερο από 5 ευρώ κάθε φορά που επισκέπτεται κάποιο εστιατόριο. Το 51,7% ξοδεύει από 5 έως 10 ευρώ, ενώ το 21,7% ξοδεύει από 10 μέχρι 20 ευρώ. Τέλος υπάρχει ποσοστό 8,3% που ξοδεύει 20 έως 30 ευρώ και ένα ακόμα μικρότερο ποσοστό της τάξεως του 5% που ξοδεύει 30 μέχρι και 50 ευρώ.

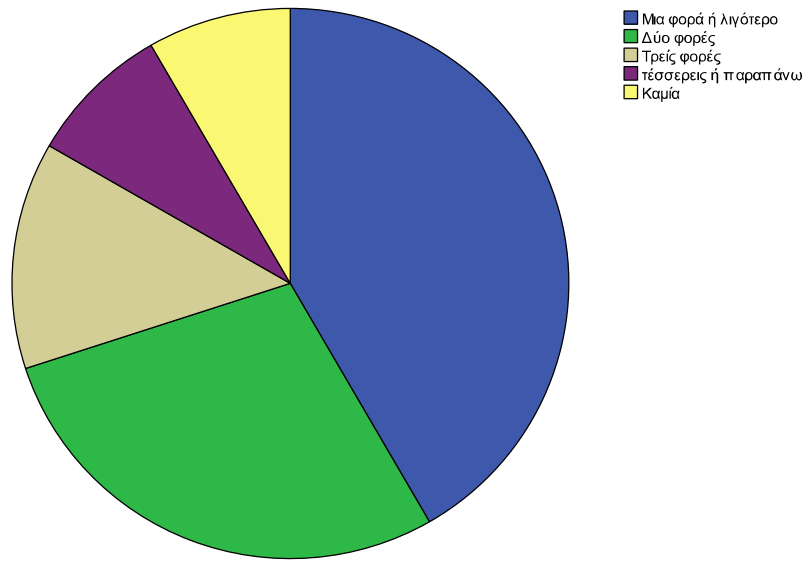


Διάγραμμα 20: Spending δείγματος

Συχνότητα αγοράς φαγητού από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης

Τέλος μέσα από το δείγμα εξετάσαμε και τη συχνότητα αγοράς φαγητού από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης. Η κατηγορία Μία φορά ή λιγότερο αντιστοιχεί σε ποσοστό 41,7%. Η κατηγορία Δύο φορές αντιστοιχεί σε το 28,3% ενώ η κατηγορία τρεις φορές αντιστοιχεί στο 13,3%. Τέλος, τέσσερις ή πάνω φορές επισκέπτεται το 8,3% ενώ ίδιο ποσοστό δεν επισκέπτεται καθόλου εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης.

συχνότητα αγοράς φαγητού από εσπατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης



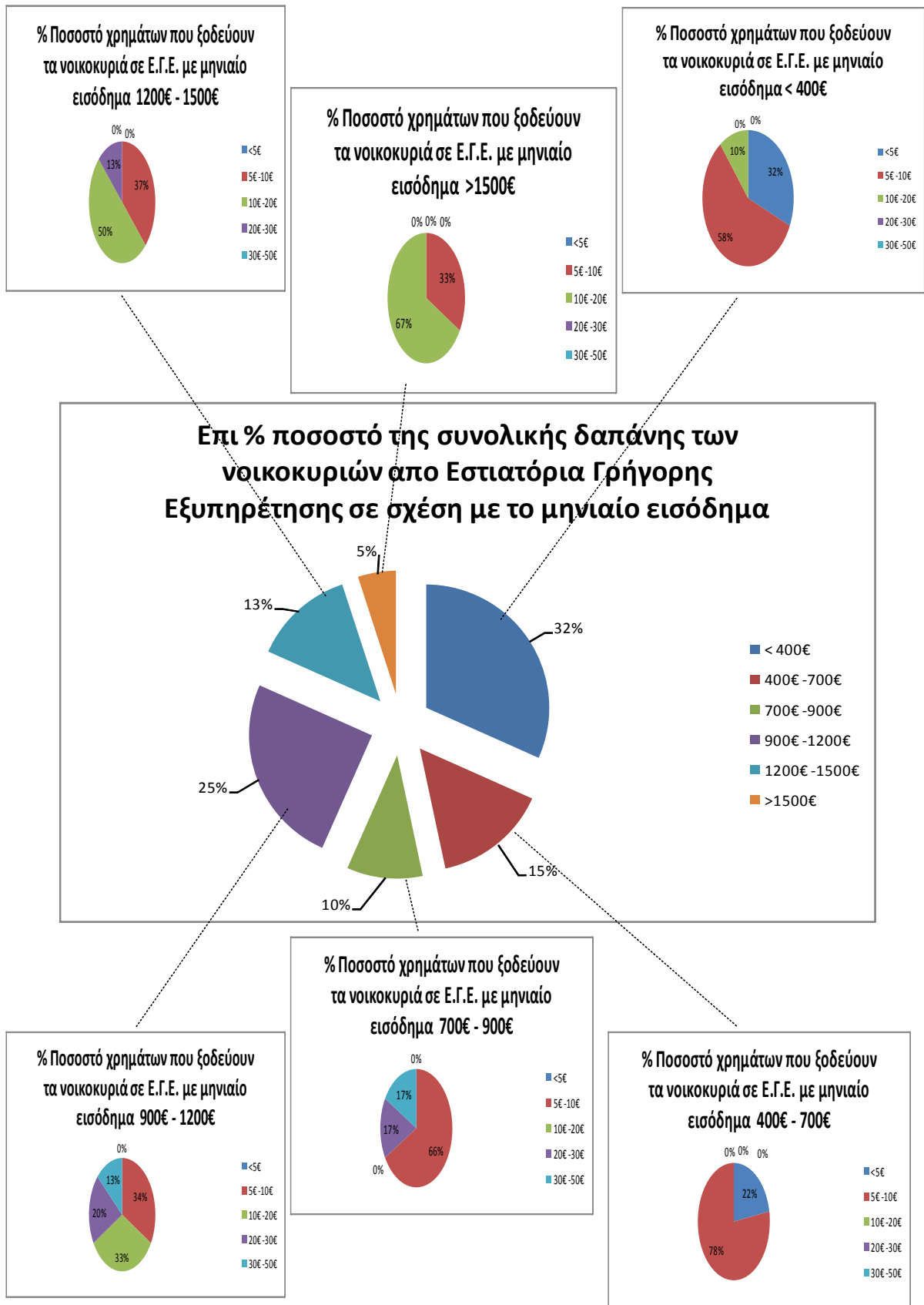
Διάγραμμα 21: Συχνότητα αγοράς φαγητού από ε.γ.ε.

4. ΚΕΦΑΛΑΙΟ

Στα παρακάτω διαγράμματα που προέκυψαν κατόπιν ανάλυσης των ερωτηματολογίων, παρουσιάζεται η ποσοστιαία συνολική δαπάνη των νοικοκυριών σε εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης γενικότερα, αλλά και συγκεκριμένα σε κάθε κατηγορία εισοδήματος, σε συνάρτηση με το μηνιαίο εισόδημα των καταναλωτών.

Παρατηρούμε ότι η κατηγορία που δαπανά το μεγαλύτερο μέρος του μηνιαίου εισοδήματος σε εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης με ποσοστό 32%, αφορά την κατηγορία με μηνιαίο εισόδημα <400, ενώ με 25% επί του συνόλου αντιστοιχεί η κατηγορία με μηνιαίο μισθό 900-1200 ευρώ. Ακολουθεί με 15% η κατηγορία με μηνιαίο εισόδημα 400 έως 700 ευρώ, την οποία ακολουθεί με μικρή διαφορά και ποσοστό 13% οι καταναλωτές με μηνιαίο εισόδημα 1200 έως 1500 ευρώ. Τέλος, με ποσοστό 10% εμφανίζεται η κατηγορία με μηνιαίο μισθό 700 έως 900 ευρώ, ενώ υπάρχει και ένα ποσοστό της τάξεως του 5% που αφορά την κατηγορία με μηνιαίο μισθό μεγαλύτερο από 1500 ευρώ.

Μέσα από τα μικρότερα διαγράμματα, μπορεί κανείς να μελετήσει ξεχωριστά και αναλυτικότερα την κάθε κατηγορία με το αντίστοιχο μηνιαίο εισόδημα. Δηλαδή, ποιο είναι το συγκεκριμένο ποσοστό χρημάτων που δαπανά η κάθε κατηγορία. Για παράδειγμα θα αναφέρουμε τι συμβαίνει με την κατηγορία με μηνιαίο μισθό 700 έως 900 ευρώ που δαπανά μέρος των χρημάτων σε εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης. Το 66% χαλάει 5 μέχρι 10 ευρώ, το 17% χαλάει 20 μέχρι 30 ευρώ, ενώ άλλο ένα ποσοστό του 17% χαλάει 30 έως 50 ευρώ.



Διάγραμμα 22: Επί τις εκατό ποσοστό της συνολικής δαπάνης των νοικοκυριών από ε.γ.ε. σε σχέση με το μηνιαίο εισόδημα του δείγματος

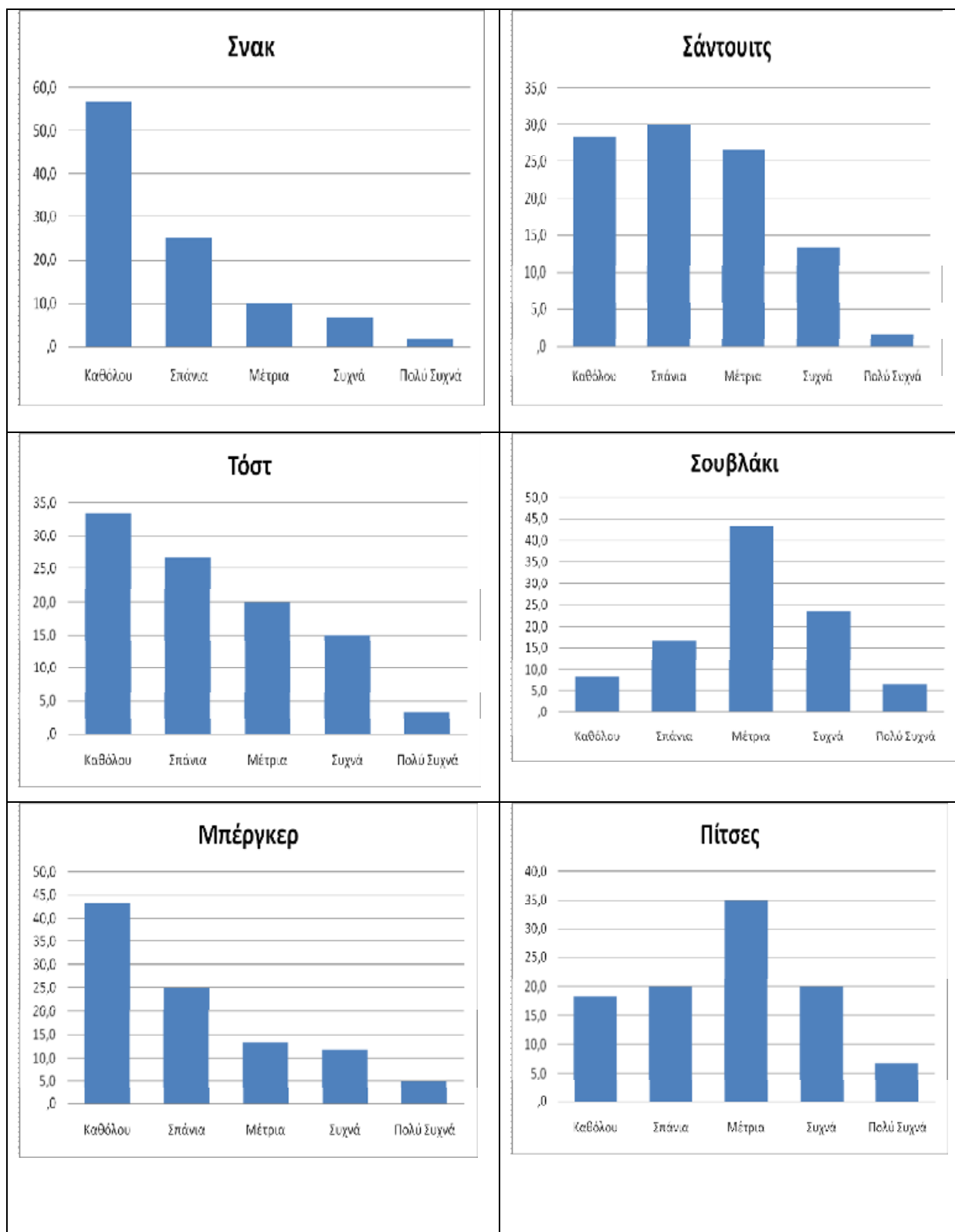
Συχνότητα αγοράς φαγητού από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης στο χώρο του εστιατορίου.



Διάγραμμα 23: Σχετική Συχνότητα αγοράς φαγητού από ε.γ.ε.

Μέσα από το παραπάνω διάγραμμα, το οποίο προέκυψε από τα ερωτηματολόγια, θα παρουσιάσουμε στοιχεία που αφορούν τη συχνότητα που οι καταναλωτές αγοράζουν φαγητό από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης.

Παρατηρούμε ότι, το 5% των καταναλωτών του δείγματος που ερωτήθηκε δεν αγοράζει καθόλου φαγητό από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης. Ακολουθεί ένα μεγάλο ποσοστό, που αντιστοιχεί στο 40% το οποίο αγοράζει σπάνια φαγητό από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης, ενώ ένα εξίσου σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 38,3% πραγματοποιεί μέτριες αγορές. Το επόμενο ποσοστό που υπάρχει είναι της τάξεως του 11,3% και αφορά καταναλωτές που πραγματοποιούν συχνά αγορές. Τέλος, παρουσιάζεται ένα μικρό ποσοστό 5% το οποίο πραγματοποιεί πολύ συχνά αγορές φαγητού από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης.



Διάγραμμα 24: Σχετική Συχνότητα αγοράς Σνακ, Σάντουιτς, Τόστ, Σουβλάκι Μπέργκερ, Πίτσες από ε.γ.ε.

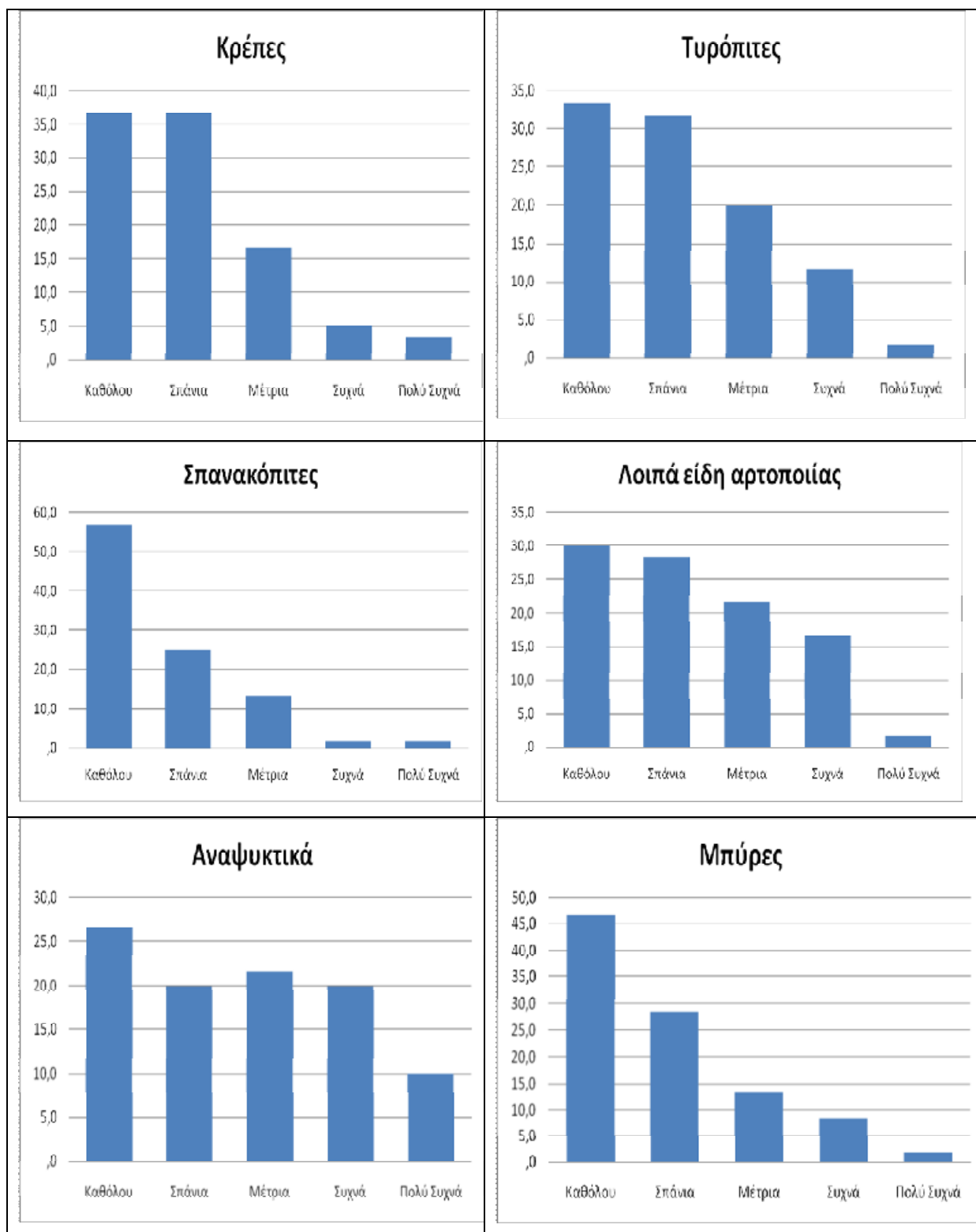
Παρατηρώντας τα διαγράμματα 24, ξεχωριστά και πιο αναλυτικά βγαίνουν κάποια σημαντικά συμπεράσματα.

Σε ότι αφορά τα σνακ το 57,3% των καταναλωτών δεν αγοράζουν καθόλου φαγητό, ενώ το αντίστοιχο συμβαίνει στο 34% στα τoστ , το 44% στα μπέργκερ και το 28% στα σάντουιτς. Αντίθετα, πιο μικρό είναι το ποσοστό στο σουβλάκι και στις πίτσες με 8,5% και 18% αντίστοιχα.

Παράλληλα, βλέπουμε ότι τα ποσοστά στην κατηγορία που κάποιος αγοράζει φαγητό τέσσερις φορές και πάνω την εβδομάδα είναι σχετικά πολύ μικρά. Τα σνακ και τα σάντουιτς αντιστοιχούν σε 1,7%, τα τoστ στο 4%, τα μπέργκερ στο 5% και τέλος το σουβλάκι με 6,5% και οι πίτσες με 7% αντίστοιχα.

Επίσης, στην κατηγορία σουβλάκι παρατηρούμε ότι το 17% αγοράζει μία φορά την εβδομάδα φαγητό, το 44% τρεις φορές και το 24% τέσσερις φορές την εβδομάδα. Παράλληλα , στην κατηγορία της πίτσας βλέπουμε ότι τα ποσοστά είναι κοντά με αυτή του σουβλάκι. Το 20% αγοράζει μία φορά την εβδομάδα, το 35% δύο φορές, ενώ το 20% τρεις φορές. Στην κατηγορία των σάντουιτς το 30% αγοράζει μία φορά την εβδομάδα, το 26,6% δύο φορές και το 13,7% τρεις φορές την εβδομάδα.

Τέλος, η κατηγορία των μπέργκερ έχει συγκριτικά τα μικρότερα αντίστοιχα ποσοστά. Το 25% αγοράζει μία φορά την εβδομάδα φαγητό , το 14% αγοράζει 2 φορές την εβδομάδα και μόλις το 12% αγοράζει 3 φορές.



Διάγραμμα 25: Σχετική Συχνότητα αγοράς Κρέμες, τυρόπιτες, σπανακόπιτες, αναψυκτικά, μπύρες από ε.γ.ε.

Παρατηρώντας και αναλύοντας και τα επόμενα έξι διαγράμματα 25 , τα οποία και αυτά προέκυψαν από τη μελέτη του ερωτηματολογίου, θα διαπιστώσουμε κάποια χρήσιμα συμπεράσματα, τα οποία θα αναφέρουμε επιγραμματικά παρακάτω.

Αρχικά, θα αναφέρουμε τι συμβαίνει στην κατηγορία δεν αγοράζω καθόλου φαγητό. Στις σπανακόπιτες και τις μύρες , παρατηρούνται τα μεγαλύτερα ποσοστά με 58% και 46% αντίστοιχα. Ακολουθούν με 36,5% οι κρέπες, 33% οι τυρόπιτες, 30% τα λοιπά είδη αρτοποιίας και 26% στα αναψυκτικά.

Δεύτερον, παρατηρούμε ότι στην κατηγορία που οι καταναλωτές αγοράζουν φαγητό 4 φορές και περισσότερο την εβδομάδα, εμφανίζονται πολύ μικρά ποσοστά. Με 2% εμφανίζονται οι τυρόπιτες, οι σπανακόπιτες και τα λοιπά είδη αρτοποιίας. Οι μύρες έχουν ποσοστό 3%, ενώ συγκεντρώνεται ποσοστό 4,5% στις κρέπες στη συγκεκριμένη κατηγορία. Το καλύτερο ποσοστό με 10% εμφανίζεται στα αναψυκτικά.

Επιπλέον, στην κατηγορία που ο καταναλωτής αγοράζει δύο φορές την εβδομάδα, παρατηρούνται από όλα τα φαγητά και ποτά ποσοστά γύρω στο 20%. Συγκεκριμένα οι κρέπες 17,5%, οι τυρόπιτες 20%, τα λοιπά είδη αρτοποιίας 22%, οι μύρες και οι σπανακόπιτες 14% και τα αναψυκτικά 24%. Στην κατηγορία αγοράζω τρεις φορές την εβδομάδα, στα αναψυκτικά αντιστοιχεί ποσοστό της τάξεως του 20% και 9% αντίστοιχα για τις μύρες. Στο αγοράζω μία φορά την εβδομάδα στα αναψυκτικά αναλογεί 20% ενώ για τις μύρες αναλογεί 28%.

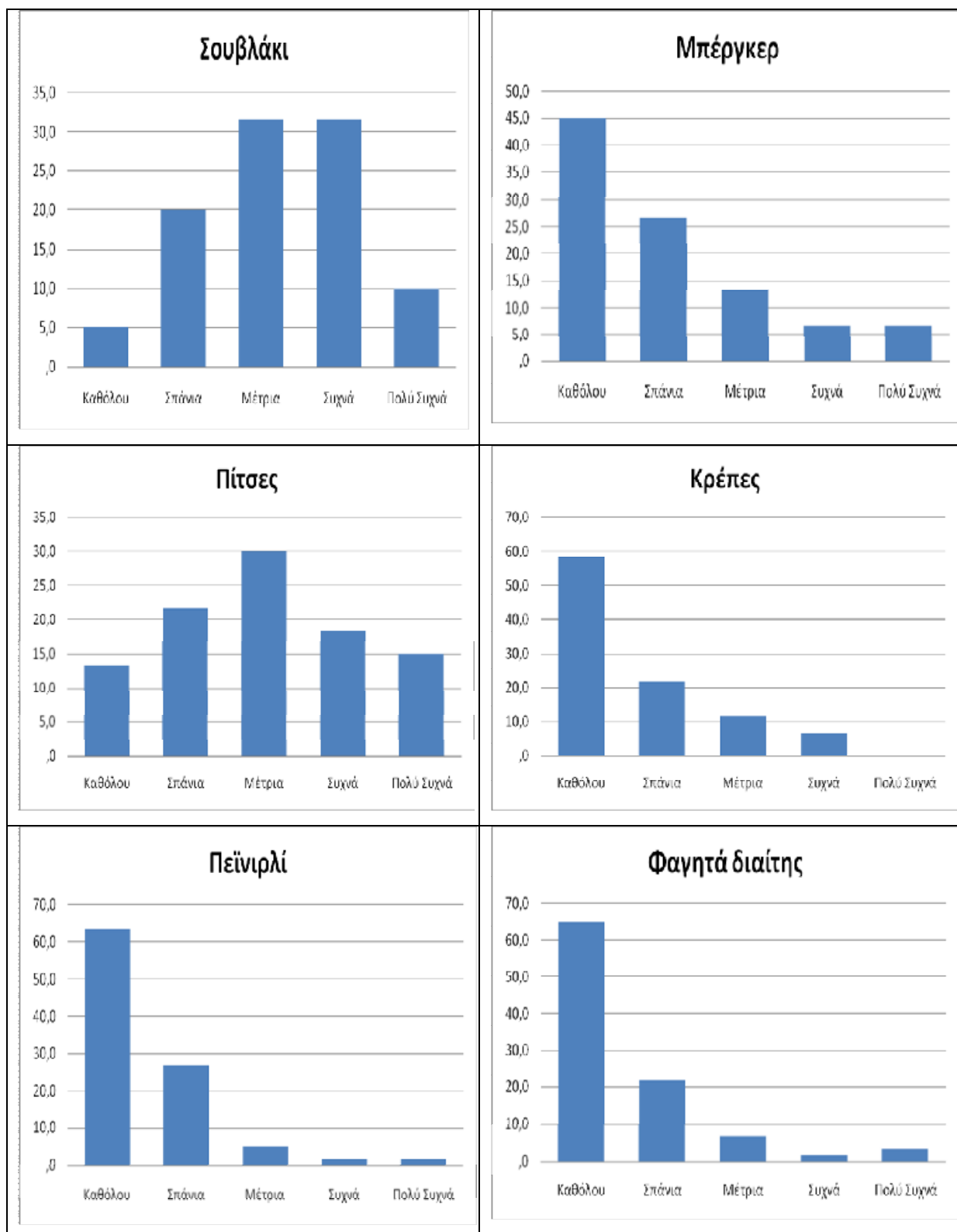
Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι υπάρχει ένα 13% στις τυρόπιτες και 18% στα λοιπά είδη αρτοποιίας που αφορά την κατηγορία που οι καταναλωτές αγοράζουν φαγητό τρεις φορές την εβδομάδα. Αξιοσημείωτο ποσοστό στην κατηγορία αγοράζω μία φορά την εβδομάδα, αποτελεί το 36,5% που αφορά στις κρέπες, το 24% στις σπανακόπιτες, το 32% στις τυρόπιτες και 28% στα λοιπά είδη αρτοποιίας.

Συχνότητα αγοράς φαγητού από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης σε πακέτο



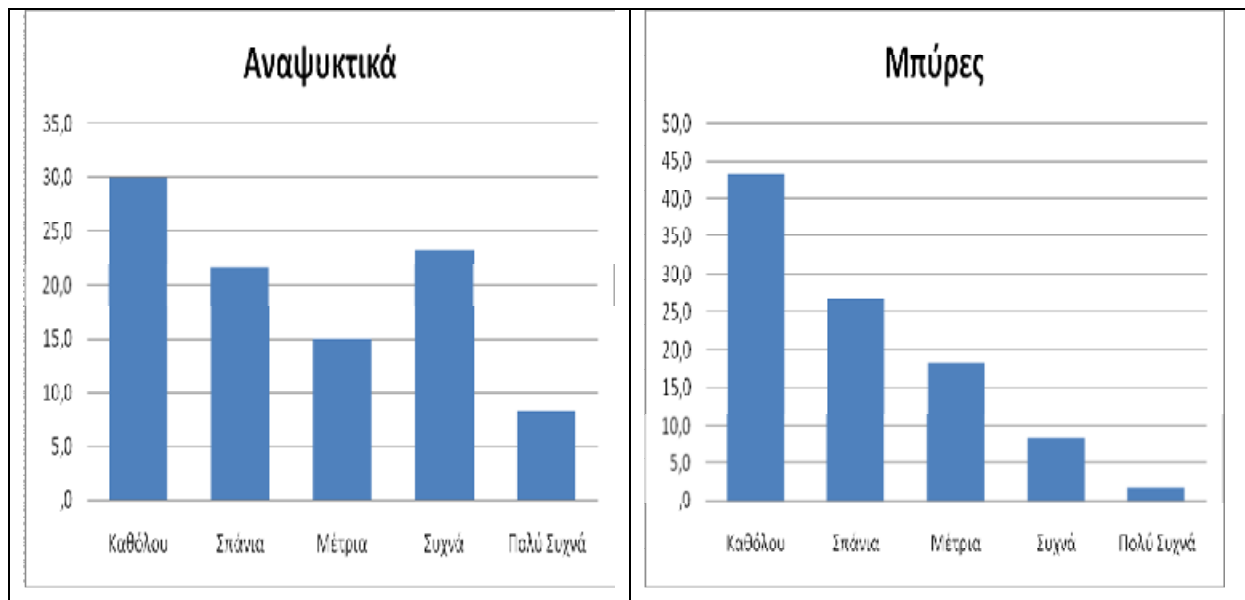
Διάγραμμα 26: Σχετική Συχνότητα αγοράς φαγητού από ε.γ.ε. σε πακέτο.

Το παραπάνω διάγραμμα 26 παρουσιάζει στοιχεία, που μας δείχνουν τη συχνότητα που οι καταναλωτές αγοράζουν φαγητό από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης σε πακέτο (delivery). Βλέποντας το διάγραμμα, παρατηρούμε ότι καταναλωτές σε ποσοστό 3% δεν αγοράζουν καθόλου φαγητό σε πακέτο, ενώ ένα επίσης μικρό ποσοστό 4% αγοράζει πάρα πολύ συχνά την εβδομάδα φαγητό σε πακέτο. Παράλληλα εμφανίζεται ένα ποσοστό της τάξεως του 35% το οποίο αφορά καταναλωτές που αγοράζουν τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα φαγητό σε πακέτο, ένα άλλο πολύ αξιόλογο ποσοστό της τάξεως του 46% που αντιστοιχεί σε καταναλωτές που αγοράζουν δύο φορές την εβδομάδα και τέλος ένα 12% που αφορά καταναλωτές που πραγματοποιούν αγορές τρεις φορές την εβδομάδα από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης.



Διάγραμμα 27: Σχετική Συχνότητα αγοράς σουβλάκι, μπέργκερ, πίτσες, κρέπες, πεϊνιρλί, φαγητά διαίτης από ε.γ.ε. σε πακέτο.

Τα διαγράμματα 27 και 28 αποτελούν συνέχεια της κατηγορίας που σχετίζεται με την αγορά φαγητού σε πακέτο από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης. Με μία πρώτη ματιά, συμπεραίνουμε ότι το σουβλάκι μοιάζει να έχει κυρίαρχη θέση στην προτίμηση των καταναλωτών.



Διάγραμμα 28: Σχετική Συχνότητα αγοράς αναψυκτικών, μπίρες από ε.γ.ε. σε πακέτο.

Αρχικά εμφανίζεται ένα μικρό ποσοστό της τάξεως του 5% που δεν αγοράζει καθόλου, όμως ακολουθούν ποσοστά όπως 20% που αντιστοιχεί σε άτομα που αγοράζουν μία φορά την εβδομάδα, 32,5% που αφορά αυτούς που αγοράζουν φαγητό σε πακέτο δύο και τρεις φορές την εβδομάδα, ενώ ένα 10% αγοράζει τέσσερις φορές και πάνω.

Ενδιαφέρον φαίνεται να δείχνουν οι καταναλωτές στην πίτσα και τα αναψυκτικά. Πίτσες αγοράζουν σε ποσοστό 30% δύο φορές την εβδομάδα και 15% αντίστοιχα αναψυκτικά. Στην κατηγορία αγοράζουμε τρεις φορές την εβδομάδα σε πακέτο εμφανίζεται ποσοστό της τάξεως του 18% που αντιστοιχεί στις πίτσες και 23% στα αναψυκτικά. Πιο χαμηλά βρίσκονται τα μπέργκερ αφού το 45% δεν αγοράζει καθόλου. Παράλληλα το 26% αγοράζει μία φορά, το 14% δύο φορές, ενώ 6% αγοράζει 3 φορές και πάνω την εβδομάδα φαγητό σε πακέτο.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι οι μπύρες κυμαίνονται σε μέτρια σχετικά ποσοστά σε προτίμηση (πχ 26% μία φορά και 18% δύο φορές) ενώ τα φαγητά διαίτης σε ποσοστό 66% δεν αγοράζονται καθόλου από τους καταναλωτές σε πακέτο.

Συχνότητα αγοράς φαγητού από καντίνες κυλικεία

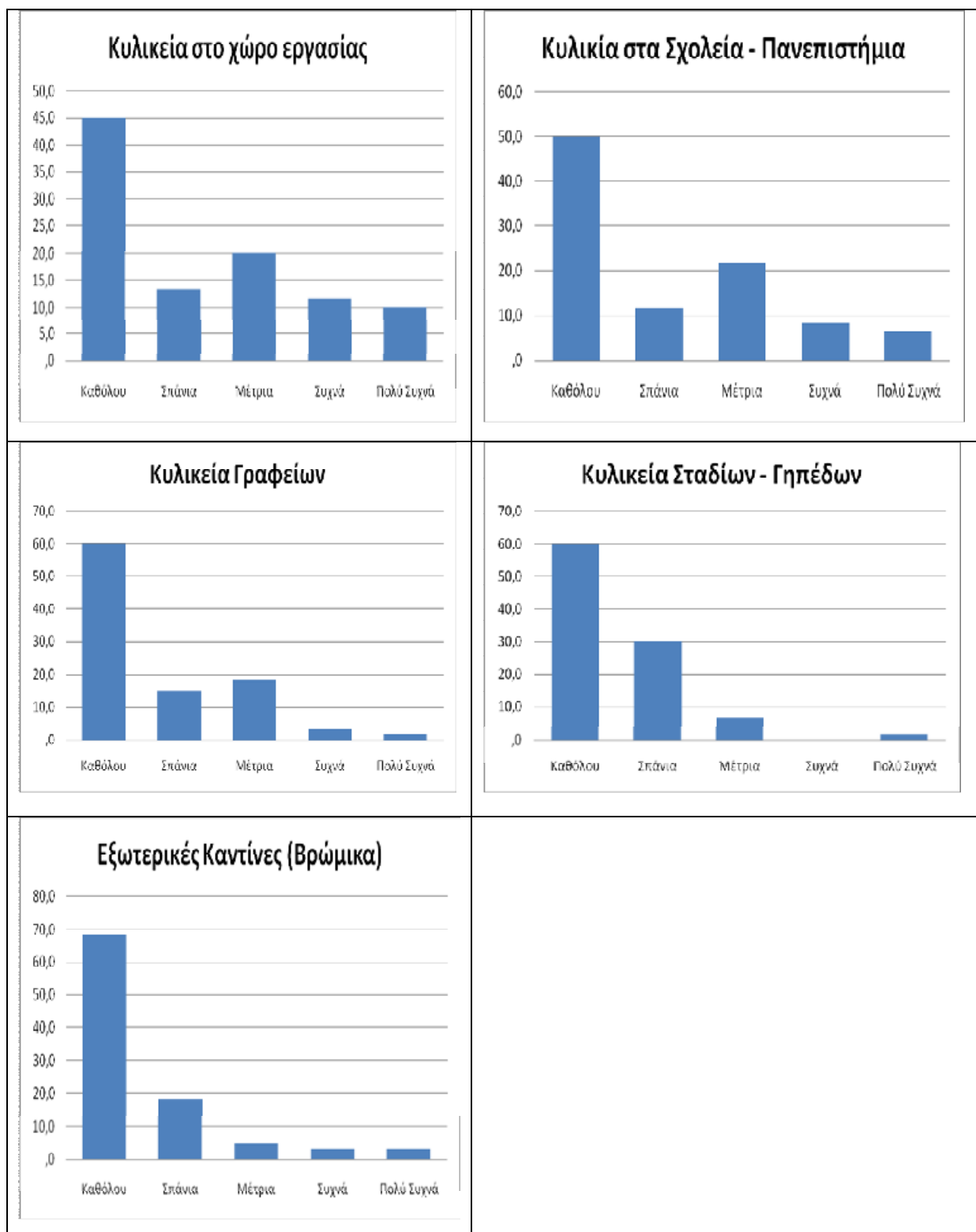


Διάγραμμα 29: Συχνότητα αγοράς φαγητού από καντίνες κυλικεία.

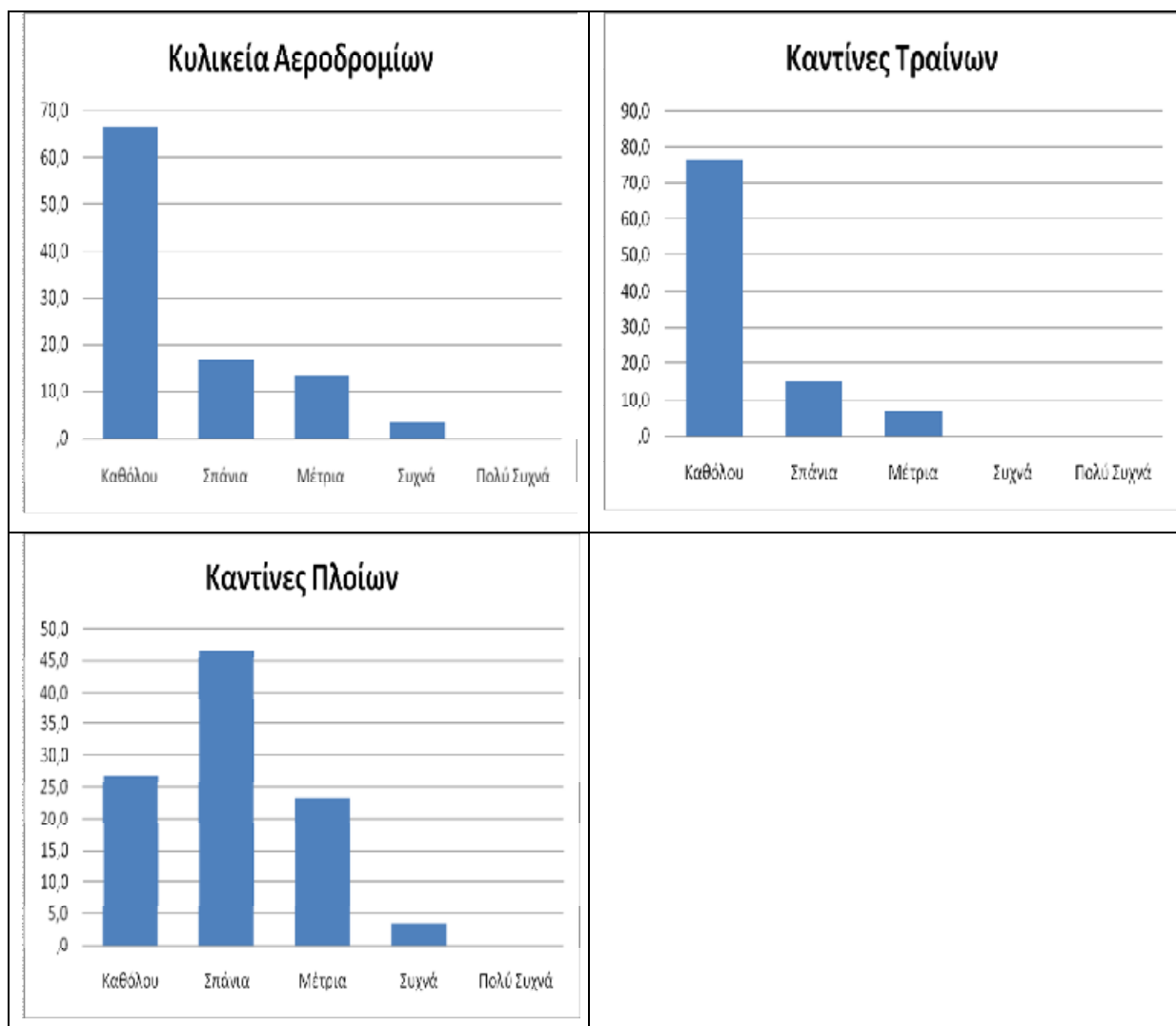
Η συγκεκριμένη κατηγορία διαγραμμάτων 29 ,30, 31 που παρουσιάζεται σε αυτό το σημείο , αφορά τη συχνότητα που οι καταναλωτές αγοράζουν φαγητό από καντίνες και κυλικεία σε εξωτερικούς χώρους, σε χώρους διασκέδασης και εργασίας και άλλα.

Στο διάγραμμα 29 παρατηρούμε ότι το 25% δεν πραγματοποιεί καθόλου αγορές από κυλικεία και καντίνες, το 35% πραγματοποιεί μία φορά την εβδομάδα, το 27% δύο φορές, το 5% τρεις φορές και το 9% τέσσερις φορές και περισσότερο την εβδομάδα.

Γενικότερα υπάρχει μέτρια κίνηση σε αυτό τον τομέα ενώ και τα ποσοστά σχεδόν σε όλες τις κατηγορίες δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλα. Με 47% περίπου ξεχωρίζουν μόνο κυλικεία σε πλοία αφού αυτό το ποσοστό αφορά ανθρώπους που αγοράζουν σπάνια ενώ μέτριες αγορές πραγματοποιεί το 24% σε πλοία. Τέλος , καλό ποσοστό συγκριτικά με τις άλλες κατηγορίες παρουσιάζουν οι αγορές από καντίνες σε γήπεδα με το 30% να αγοράζει όμως σπάνια , ενώ παράλληλα στους χώρους εργασίας αλλά και σχολείων και πανεπιστημίων οι αγορές και στις δύο περιπτώσεις αντιστοιχούν σε 22% περίπου.



Διάγραμμα 30: Συχνότητα αγοράς φαγητού από κυλικεία στο χώρο εργασίας, στα σχολεία – πανεπιστήμια, στα γραφεία, στα γήπεδα και εξωτερικές καντίνες.



Διάγραμμα 31: Συχνότητα αγοράς φαγητού από κιλικία – καντίνες αεροδρομίων, τραίνων, πλοίων.

5. ΚΕΦΑΛΑΙΟ

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο κλάδος των αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης δείχνει θετικές προοπτικές ακόμη και κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης. Το μισό του πληθυσμού (52%) ξοδεύει από 5 έως 10 ευρώ, ενώ μέχρι 20 ευρώ για αγορά φαγητού από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης ξοδεύει το 85% του πληθυσμού.

Το 91% του πληθυσμού αγοράζει τουλάχιστον πλέον της μίας ημέρας την εβδομάδα από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης.

Το 32% του πληθυσμού με εισόδημα κάτω των 400 ευρώ δαπανά 20 με 30 ευρώ σε ποσοστό 58% , ενώ 32% κάτω των 5 ευρώ. Αυτό δηλώνει ότι κυρίως οι νέοι που έχουν μικρό εισόδημα προτιμούν τα εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης.

Αυτοί που ανήκουν στη γενιά των 700 ευρώ (15%) ξοδεύουν κυρίως από 5 έως 10 ευρώ σε ποσοστό 78%. Το σύνολο αυτής της γενιάς δαπανά το πολύ 10 ευρώ σε εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης.

Όσοι διαθέτουν εισόδημα μέχρι 1200 ευρώ είναι οι κύριοι καταναλωτές που αγοράζουν από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης.

Συνοψίζοντας, η οικονομική κρίση δεν επηρεάζει άμεσα τον κλάδο αλυσίδων εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης και παρατηρούμε ότι όσο πιο μικρό εισόδημα διαθέτουν οι καταναλωτές δαπανούν περισσότερο σε παρόμοια εστιατόρια ποσά από 10 μέχρι 20 ευρώ.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Cheol Park, (2004), “Efficient or enjoyable? Consumer values of eating-out and fast food restaurant consumption in Korea”.
2. DIPIETRO R., MILMAN A., (2004), “Hourly employee retention factors in the quick service restaurant industry”, International journal of hospitality & tourism administration ISSN 1525-6480.
3. Judy A. Driskell, Brain R. Meckna, Narissa E. Scales, (2006), “Differences exist in the eating habits of university men and women at fast-food restaurants”.
4. Medelson M. (2005), “The guide to franchising”, by “Thomson Learning”.
5. Parsa H., Kwansa F., (2001), “Quick Service Restaurants, Franchising, and Multi-Unit Chain Management”, The Haworth Hospitality Press.
6. Weinberg P., (2008), “Fundamental of Franchising”, Barkoff, Selden, Co-editor.
7. Βασιλῆς Παπαδάκης, (2002), “Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική και Διεθνής εμπειρία”, Τόμος Β, Μελέτες Περιπτώσεων, , Εκδ. Μπένου,.
8. Βασιλική Αναγνωστάκη, (1995), “Διαχρονική εξέλιξη στην καταναλωτική συμπεριφοράτων Ελληνικών νοικοκυριών”.
9. Κατσανάκης Ι. Κατσανάκης Β., (2006), “Επιχειρησιακό σχέδιο La Playa”.
10. Κλαδικές μελέτες, ICAP, (2005), “Επιχειρησιακό πρόγραμμα του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης”.
11. Κλαδική Μελέτη της ICAP, (2002), “Αλυσίδες Εστιατορίων Γρήγορης Εξυπηρέτησης”.
12. Κλαδική Μελέτη της ICAP, (2006), “Αλυσίδες Εστιατορίων Γρήγορης Εξυπηρέτησης”.
13. Κλαδική Μελέτη της ICAP, (2008), “Αλυσίδες Εστιατορίων Γρήγορης Εξυπηρέτησης.
14. Κλαδική Μελέτη της ICAP, Franchising, Σεπτέμβριος 2002 Μελέτη της ICAP”.
15. Μελέτη της Hellastat, (2009), “ Αλυσίδες Εστιατορίων Γρήγορης Εξυπηρέτησης – Ανάλυση αγοράς”.
16. ΦαλέκαςΚ. Εμμανουηλίδης, (2007), “ Το Franchising στις αλυσίδες εστιατορίων γρήγορης εξυπηρέτησης. Η περίπτωση “Γρηγόρης Μικρογεύματα – Coffeeright”, Πτυχιακή εργασία ΤΕΙ ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ 2007.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

Οδηγία 93/43/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 14ης Ιουνίου 1993 για την υγιεινή των τροφίμων

Επίσημη Εφημερίδα αριθ. L 175 της 19/07/1993 σ. 0001 - 0011

ΟΔΗΓΙΑ 93/43/ΕΟΚ ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ της 14ης Ιουνίου 1993 για την υγιεινή των τροφίμων
ΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ,

Έχοντας υπόψη:

τη συνθήκη για την ίδρυση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής Κοινότητας, και ιδίως το άρθρο 100 Α, την πρόταση της Επιτροπής, Σε συνεργασία με το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (1), Έχοντας υπόψη τη γνώμη της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής (2),

Εκτιμώντας:

ότι η ελεύθερη κυκλοφορία των τροφίμων είναι ουσιώδης προϋπόθεση για την ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς- ότι η αρχή αυτή συνεπάγεται εμπιστοσύνη στο επίπεδο καταλληλότητας των τροφίμων για ανθρώπινη κατανάλωση που βρίσκονται σε ελεύθερη κυκλοφορία, και ιδίως στο επίπεδο υγιεινής σε όλα τα στάδια της παρασκευής, της μεταποίησης, της παραγωγής, της συσκευασίας, της αποθήκευσης, της μεταφοράς, της διανομής, της διακίνησης και της προσφοράς προς πώληση ή της διάθεσης στον καταναλωτή ότι η προστασία της ανθρώπινης υγείας αποτελεί στόχο πρωταρχικής σημασίας- ότι η προστασία αυτή ήδη αποτελεί το αντικείμενο της οδηγίας 89/397/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 14^{ης} Ιουνίου 1989 σχετικά με τον επίσημο έλεγχο των τροφίμων (3), όπως επίσης και ειδικότερων κανόνων στον τομέα αυτό- ότι ένας από τους κυριότερους σκοπούς των εν λόγω ελέγχων είναι η υγιεινή των τροφίμων- ότι, εξάλλου, η οδηγία 89/397/ΕΟΚ ρυθμίζει κυρίως την επιθεώρηση, τη δειγματοληψία και την ανάλυση και ότι πρέπει να συμπληρωθεί με διατάξεις που αποσκοπούν στη βελτίωση της υγιεινής των τροφίμων και στην αύξηση της εμπιστοσύνης προς το επίπεδο υγιεινής των τροφίμων που βρίσκονται σε ελεύθερη κυκλοφορία-ότι, για να προστατεύεται η ανθρώπινη υγεία, θα πρέπει να εναρμονισθούν οι γενικοί κανόνες υγιεινής των τροφίμων, οι οποίοι πρέπει να τηρούνται, κατά την παρασκευή, την επεξεργασία, τη μεταποίηση, την παραγωγή, τη συσκευασία, την αποθήκευση, τη μεταφορά, τη διανομή, τη διακίνηση και την προσφορά προς πώληση ή τη διάθεση στον καταναλωτή-ότι η χρήση μεθόδων προσδιορισμού κινδύνων και αξιολόγησης της επικινδυνότητας και άλλων μεθόδων για τον εντοπισμό, τον έλεγχο και την παρακολούθηση κρίσιμων σημείων ελέγχου είναι αναγνωρισμένη- ότι ενδέχεται να θεσπιστούν, για ορισμένες κατηγορίες τροφίμων, μικροβιολογικά κριτήρια και κριτήρια ελέγχου της θερμοκρασίας- ότι εάν θεσπισθούν αυτά τα κριτήρια πρέπει να είναι σύμφωνα με επιστημονικώς αναγνωρισμένες γενικές αρχές- ότι τα κράτη μέλη θα πρέπει να ενθαρρύνουν και να συμμετέχουν στη σύνταξη οδηγιών ορθής υγιεινής πρακτικής για την καθοδήγηση των επιχειρήσεων του τομέα των τροφίμων, με βάση, ενδεχομένως, το συνιστώμενο διεθνή κώδικα πρακτικής - γενικές αρχές υγιεινής των τροφίμων του Codex Alimentarius (4)- ότι η Επιτροπή, επικουρούμενη από τα κράτη μέλη και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς, πρέπει να ενθαρρύνει την εκπόνηση οδηγιών ορθής υγιεινής πρακτικής που θα καλύπτουν, αν συντρέχει λόγος, το σύνολο της Κοινότητας, προς καθοδήγηση των επιχειρήσεων του τομέα των τροφίμων- ότι, ωστόσο, οι υπεύθυνοι μιας επιχείρησης τροφίμων έχουν την ευθύνη για τις συνθήκες υγιεινής στην επιχείρηση αυτή- ότι η οδηγία δεν επιβάλλει, ως εκ τούτου, την τήρηση οδηγιών ορθής υγιεινής πρακτικής οι οποίοι δε έχουν ισχύ νόμου- ότι, προκειμένου να εφαρμόζονται οι γενικοί κανόνες υγιεινής των τροφίμων και οι οδηγοί ορθής υγιεινής πρακτικής, θα πρέπει να υποδεικνύεται η εφαρμογή των προτύπων της σειράς EN 29000- ότι η τήρηση των γενικών κανόνων υγιεινής τροφίμων πρέπει να ελέγχεται δυνάμει της οδηγίας 89/397/ΕΟΚ από τις αρμόδιες αρχές των κρατών μελών, με σκοπό να μη βλάπτεται ο καταναλωτής από τρόφιμα ακατάλληλα προς βρώση ή ενδεχομένως επικίνδυνα για την ανθρώπινη υγεία- ότι οι υπεύθυνοι μιας επιχείρησης τροφίμων πρέπει να εξασφαλίζουν ότι διατίθενται στην αγορά μόνον τα τρόφιμα που δεν παρουσιάζουν κίνδυνο για την υγεία, οι δε αρμόδιες αρχές θα πρέπει να διαθέτουν τις κατάλληλες εξουσίες για να προστατεύουν τη δημόσια υγεία- ότι θα πρέπει, ωστόσο, να κατοχυρώνονται τα νόμιμα δικαιώματα των επιχειρήσεων τροφίμων- ότι θα πρέπει να γνωστοποιούνται στην Επιτροπή οι αρμόδιες αρχές που είναι υπεύθυνες, στα κράτη μέλη, για τον επίσημο έλεγχο της υγιεινής των τροφίμων.

ΕΞΕΔΩΣΕ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΟΔΗΓΙΑ:

Άρθρο 1

1. Η παρούσα οδηγία θεσπίζει τους γενικούς κανόνες υγιεινής των τροφίμων και τις διαδικασίες για την εξακρίβωση της τήρησης των εν λόγω κανόνων.

2. Η παρούσα οδηγία εφαρμόζεται υπό την επιφύλαξη των διατάξεων που θεσπίζονται στα πλαίσια ειδικότερων κοινοτικών κανόνων στον τομέα της υγιεινής τροφίμων. Εντός τριετίας από την έκδοση της παρούσας οδηγίας, η Επιτροπή εξετάζει τη σχέση μεταξύ των ειδικών κοινοτικών κανόνων στον τομέα της υγιεινής τροφίμων και εκείνων της παρούσας οδηγίας, και, αν παρίσταται ανάγκη, υποβάλλει προτάσεις.

Άρθρο 2

Για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας, νοούνται ως:

- "υγιεινή των τροφίμων", εφεξής καλούμενη "υγιεινή": όλα τα μέτρα που απαιτούνται για να είναι τα τρόφιμα ασφαλή και υγιεινά- τα μέτρα καλύπτουν όλα τα στάδια μετά την πρωτογενή παραγωγή (η οποία περιλαμβάνει, για παράδειγμα, τη συγκομιδή, τη σφαγή, το άρμεγμα), δηλαδή την παρασκευή, μεταποίηση, παραγωγή, συσκευασία, αποθήκευση, μεταφορά, διανομή, διακίνηση ή την προσφορά προς πώληση ή τη διάθεση στον καταναλωτή,

- "επιχείρηση τροφίμων": κάθε επιχείρηση δημόσια ή ιδιωτική, που ασκεί μία ή περισσότερες από τις παρακάτω δραστηριότητες κερδοσκοπικές ή μη: παρασκευή, μεταποίηση, παραγωγή, συσκευασία, αποθήκευση, μεταφορά, διανομή, διακίνηση και προσφορά προς πώληση ή διάθεση τροφίμων,

- "υγιεινή τροφή": τροφή η οποία, από άποψη υγιεινής, είναι κατάλληλη προς βρώση από τον άνθρωπο.

Άρθρο 3

1. Η παρασκευή, η μεταποίηση, η παραγωγή, η συσκευασία, η αποθήκευση, η μεταφορά, η διανομή, η διακίνηση και η προσφορά προς πώληση ή η διάθεση των τροφίμων πραγματοποιούνται με υγιεινό τρόπο.

2. Οι επιχειρήσεις τροφίμων επισημαίνουν κάθε στοιχείο των δραστηριοτήτων τους που είναι κρίσιμο για την εξασφάλιση της ασφάλειας των τροφίμων και μεριμνούν ώστε οι κατάλληλες διαδικασίες για την ασφάλεια να καθορίζονται, να εφαρμόζονται, να τηρούνται και να προσαρμόζονται σύμφωνα με τις ακόλουθες αρχές που χρησιμοποιήθηκαν για την ανάπτυξη του συστήματος HACCP (αναλύσεις κινδύνων και κρίσιμα σημεία ελέγχου):

- ανάλυση των δυνητικών κινδύνων για τα τρόφιμα κατά τις διαδικασίες παραγωγής μιας επιχείρησης τροφίμων,

- επισήμανση του σταδίου και της χρονικής στιγμής ("σημεία") κατά τις διαδικασίες κατά τις οποίες μπορούν να ανακύψουν τέτοιοι κίνδυνοι,

- καθορισμός των επισημανθέντων σημείων που έχουν κρίσιμη σημασία για την ασφάλεια των τροφίμων ("κρίσιμα σημεία"),

- καθορισμός και εφαρμογή αποτελεσματικών διαδικασιών ελέγχου και παρακολούθησης στα εν λόγω κρίσιμα σημεία και

- επανεξέταση, κατά περιόδους και όποτε μεταβάλλεται η δραστηριότητα της επιχείρησης τροφίμων, της ανάλυσης των κινδύνων των τροφίμων, των κρίσιμων σημείων ελέγχου και των διαδικασιών ελέγχου και παρακολούθησης.

3. Οι επιχειρήσεις τροφίμων συμμορφώνονται προς τους κανόνες υγιεινής που παρατίθενται στο παράρτημα.

Παρεκκλίσεις από ορισμένες διατάξεις του παραρτήματος μπορούν να εγκριθούν σύμφωνα με τη διαδικασία που προβλέπεται στο άρθρο 14.

Άρθρο 4

Με την επιφύλαξη ειδικότερων κοινοτικών κανόνων, είναι δυνατόν να θεσπίζονται μικροβιολογικά κριτήρια και κριτήρια ελέγχου της θερμοκρασίας για ορισμένες κατηγορίες τροφίμων, σύμφωνα με τη διαδικασία του άρθρου 14 και αφού ζητηθεί η γνώμη της επιστημονικής επιτροπής τροφίμων, η οποία έχει συσταθεί με την απόφαση 74/234/ΕΟΚ (5).

Άρθρο 5

1. Τα κράτη μέλη ενθαρρύνουν τη σύνταξη οδηγών ορθής υγιεινής πρακτικής, τους οποίους μπορούν να χρησιμοποιούν, αν θέλουν, οι επιχειρήσεις τροφίμων και οι οποίοι μπορούν να τους χρησιμεύουν ως οδηγός για τη συμμόρφωση προς τις διατάξεις του άρθρου 3.

2. Η εκπόνηση των οδηγών ορθής υγιεινής πρακτικής που αναφέρονται στην παράγραφο 1 γίνεται:

- από τους κλάδους των επιχειρήσεων τροφίμων και από τους αντιπροσώπους άλλων ενδιαφερομένων φορέων, όπως π.χ. αρμόδιων αρχών και ενώσεων καταναλωτών,

- σε διαβούλευση με τους ενδιαφερομένους των οποίων τα συμφέροντα θίγονται ουσιαστικά, συμπεριλαμβανομένων και των αρμόδιων αρχών,
- κατά περίπτωση, με αναφορά στο συνιστώμενο διεθνή κώδικα πρακτικής - γενικές αρχές υγιεινής τροφίμων του Codex Alimentarius.

3. Οι αναφερόμενοι στις παραγράφους 1 και 2 οδηγοί μπορούν να συνταχθούν υπό την αιγίδα του εθνικού οργανισμού τυποποίησης που αναφέρεται στον κατάλογο 2 του παραρτήματος της οδηγίας 83/189/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 28ης Μαρτίου 1983 για την καθιέρωση μιας διαδικασίας πληροφόρησης στον τομέα των τεχνικών προτύπων και προδιαγραφών (6).

4. Τα κράτη μέλη αξιολογούν τους οδηγούς ορθής υγιεινής πρακτικής που αναφέρονται στις παραγράφους 1 και 2, προκειμένου να καθορίσουν το βαθμό συμμόρφωσης προς τις διατάξεις του άρθρου 3.

5. Τα κράτη μέλη διαβιβάζουν στην Επιτροπή τους οδηγούς ορθής υγιεινής πρακτικής, οι οποίοι θεωρούνται ότι πληρούν τις διατάξεις του άρθρου 3.

Η Επιτροπή θέτει τους οδηγούς αυτούς στη διάθεση των κρατών μελών.

6. Όταν ένα ή περισσότερα κράτη μέλη ή η Επιτροπή θεωρούν ότι για σκοπούς εναρμόνισης ίσως χρειάζεται να εκπονηθούν σε ευρωπαϊκή βάση οι οδηγοί ορθής υγιεινής πρακτικής (εφεξής ονομαζόμενοι "ευρωπαϊκοί οδηγοί ορθής υγιεινής πρακτικής"), η Επιτροπή συμβουλεύεται τα κράτη μέλη στα πλαίσια της μόνιμης επιτροπής τροφίμων, σύμφωνα με το άρθρο 14, προκειμένου να εξετάσει κατά πόσον χρειάζεται να υπάρξουν τέτοιοι προαιρετικοί οδηγοί στους οικείους τομείς ή δραστηριότητες και εάν κρίνει ότι όντως χρειάζονται:

- να ορίσει την έκταση εφαρμογής, το αντικείμενο και το χρονοδιάγραμμα για την εκπόνηση αυτών των προαιρετικών οδηγών, λαμβάνοντας υπόψη το χρονικό διάστημα που απαιτούν οι διαβουλεύσεις με τους ενδιαφερομένους των οποίων τα συμφέροντα επηρεάζονται ουσιαστικά και

- να αναθέσει την εκπόνηση ή/και αξιολόγηση των εν λόγω προαιρετικών οδηγών υπό την αιγίδα ενός ευρωπαϊκού οργανισμού τυποποίησης.

7. Κατά την εκπόνηση ευρωπαϊκών οδηγών ορθής υγιεινής πρακτικής που αναφέρονται στην παράγραφο 6, λαμβάνονται όλα τα αναγκαία μέτρα ώστε να εξασφαλίζεται ότι:

- οι οδηγοί αυτοί εκπονούνται από εκπροσώπους του τομέα των επιχειρήσεων τροφίμων και από εκπροσώπους άλλων κλάδων, τα συμφέροντα των οποίων επηρεάζονται ουσιαστικά, όπως, για παράδειγμα, οι αρμόδιες αρχές και οι ενώσεις καταναλωτών,

- το περιεχόμενο των οδηγών αυτών δεν αντιβαίνει στις διατάξεις του άρθρου 3 και ότι, ενδεχομένως, λαμβάνεται υπόψη ο συνιστώμενος διεθνής κώδικας πρακτικής-γενικές αρχές υγιεινής τροφής του Codex Alimentarius,

- ως εκ του περιεχομένου των, οι οδηγοί αυτοί έχουν πρακτική χρησιμότητα για τους κλάδους της βιομηχανίας τροφίμων στους οποίους αναφέρονται, και δη σε κοινοτική κλίμακα,

- λαμβάνονται υπόψη οι σχετικοί οδηγοί ορθής υγιεινής πρακτικής οι οποίοι έχουν εκπονηθεί σύμφωνα με τις παραγράφους 1 έως 3,

- ζητείται η γνώμη όλων όσων τα συμφέροντα επηρεάζονται αισθητά από αυτούς τους οδηγούς, συμπεριλαμβανομένων των κρατών μελών, και ότι λαμβάνονται υπόψη οι παρατηρήσεις τους.

8. Οι τίτλοι και τα βιβλιογραφικά στοιχεία των ευρωπαϊκών οδηγών ορθής υγιεινής πρακτικής που καταρτίζονται σύμφωνα με τη διαδικασία των παραγράφων 6 και 7 δημοσιεύονται στη σειρά C της Επίσημης Εφημερίδας των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Τα κράτη μέλη φροντίζουν ώστε η δημοσίευση αυτών των οδηγών να φέρεται υπόψη των σχετικών επιχειρήσεων τροφίμων και των αρμόδιων αρχών στο έδαφός τους.

Άρθρο 6

Τα κράτη μέλη συνιστούν, εφόσον το κρίνουν σκόπιμο, στις επιχειρήσεις τροφίμων να εφαρμόζουν τα ευρωπαϊκά πρότυπα της σειράς EN 29000, ώστε να τηρούνται οι γενικοί κανόνες υγιεινής, και οι κανόνες των οδηγών ορθής υγιεινής πρακτικής.

Άρθρο 7

1. Τα κράτη μέλη μπορούν, τηρουμένων των διατάξεων της συνθήκης, να διατηρούν, να τροποποιούν ή να θεσπίζουν εθνικές διατάξεις για την υγιεινή, ειδικότερες από τις προβλεπόμενες στην παρούσα οδηγία, με την προϋπόθεση ότι αυτές οι διατάξεις:

- δεν είναι λιγότερο αυστηρές από αυτές που αναφέρονται στο παράρτημα,

- δεν συνιστούν απαγόρευση, εμπόδιο ή φραγμό για το εμπόριο τροφίμων που παράγονται σύμφωνα με την παρούσα οδηγία.

2. Έως ότου θεσπιστούν λεπτομερείς διατάξεις σύμφωνα με το άρθρο 4, τα κράτη μέλη μπορούν να διατηρούν, να τροποποιούν ή να θεσπίζουν κατάλληλες εθνικές διατάξεις τηρουμένων των διατάξεων της συνθήκης.

3. Στις περιπτώσεις των παραγράφων 1 και 2 όπου ένα κράτος μέλος κρίνει αναγκαίο να θεσπίσει νέες νομοθετικές ρυθμίσεις ή να τροποποιήσει τις ήδη υπάρχουσες, κοινοποιεί στην Επιτροπή και στα άλλα κράτη μέλη τα μέτρα που προτίθεται να λάβει, εξηγώντας τους λόγους που τα δικαιολογούν. Η Επιτροπή ζητεί τη γνώμη των κρατών μελών στα πλαίσια της μόνιμης επιτροπής τροφίμων που συγκροτήθηκε με την απόφαση 69/414/ΕΟΚ (7), εφόσον το κρίνει σκόπιμο η ίδια ή εφόσον το ζητήσει κάποιο κράτος μέλος.

Το κράτος μέλος μπορεί να θεσπίσει τα μέτρα αυτά μόνο μετά πάροδο τριών μηνών από την κοινοποίηση και εφόσον δεν έχει λάβει αντίθετη γνώμη της Επιτροπής.

Στην τελευταία αυτή περίπτωση και πριν από το τέλος της προθεσμίας που προβλέπεται στο δεύτερο εδάφιο, η Επιτροπή θέτει σε εφαρμογή τη διαδικασία του άρθρου 14 προκειμένου να αποφασίσει εάν τα προτεινόμενα μέτρα μπορούν να τεθούν σε εφαρμογή, ενδεχομένως, μετά από κατάλληλες τροποποιήσεις.

Άρθρο 8

1. Οι αρμόδιες αρχές διεξάγουν ελέγχους, σύμφωνα με την οδηγία 89/397/ΕΟΚ, για να εξασφαλίζουν τη συμμόρφωση των επιχειρήσεων τροφίμων προς τις διατάξεις του άρθρου 3 της παρούσας οδηγίας, και, ενδεχομένως, προς κάθε διάταξη που έχει θεσπιστεί σύμφωνα με το άρθρο 4 της παρούσας οδηγίας. Κατά τους ελέγχους αυτούς λαμβάνονται δεόντως υπόψη οι αναφερόμενοι στο άρθρο 5 της παρούσας οδηγίας οδηγοί ορθής υγιεινής πρακτικής, εφόσον υπάρχουν.

2. Οι επιθεωρήσεις των αρμόδιων αρχών περιλαμβάνουν γενική αξιολόγηση των κινδύνων των σχετικών με την ασφάλεια των τροφίμων που συνδέονται με την άσκηση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Οι αρμόδιες αρχές δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στα κρίσιμα σημεία ελέγχου που επισημαίνουν οι επιχειρήσεις τροφίμων, προκειμένου να κρίνουν αν η εποπτεία και οι εξακριβώσεις εκτελούνται δεόντως.

Τα κράτη μέλη ορίζουν ότι όλοι οι χώροι στους οποίους διακινούνται τρόφιμα επιθεωρούνται με συχνότητα ανάλογη προς τον κίνδυνο που εγκυμονούν οι χώροι αυτοί.

3. Οι αρμόδιες αρχές φροντίζουν ώστε οι έλεγχοι των τροφίμων που εισάγονται στην Κοινότητα να διεξάγονται σύμφωνα με την οδηγία 89/397/ΕΟΚ, ώστε να εξασφαλίζεται η τήρηση των διατάξεων του άρθρου 3 της παρούσας οδηγίας και, ενδεχομένως, κάθε διάταξης που έχει θεσπιστεί σύμφωνα με το άρθρο 4 της παρούσας οδηγίας.

Άρθρο 9

1. Εάν, κατά τη διεξαγωγή των ελέγχων που αναφέρονται στο άρθρο 8 της παρούσας οδηγίας, οι αρμόδιες αρχές διαπιστώνουν ότι με τη μη τήρηση των διατάξεων του άρθρου 3 ή, ενδεχομένως, των διατάξεων που έχουν θεσπιστεί σύμφωνα με το άρθρο 4, διακυβεύεται η ασφάλεια ή η υγιεινή των τροφίμων, λαμβάνουν τα δέοντα μέτρα που μπορεί να περιλαμβάνουν, παραδείγματος χάριν, την απόσυρση ή/και την καταστροφή των τροφίμων ή την αναστολή της λειτουργίας ολόκληρης ή μέρους της επιχείρησης για κατάλληλη χρονική περίοδο.

Για τον προσδιορισμό του κινδύνου για την ασφάλεια ή την υγιεινή των τροφίμων, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η φύση των τροφίμων, ο τρόπος με τον οποίον έχει γίνει η επεξεργασία και η συσκευασία τους και κάθε άλλη διαδικασία στην οποία έχουν υποβληθεί τα τρόφιμα προτού διατεθούν στον καταναλωτή, καθώς και οι συνθήκες έκθεσης ή/και αποθήκευσης.

2. Τα κράτη μέλη λαμβάνουν τα αναγκαία μέτρα ώστε να εξασφαλίζεται ότι κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο το οποίο αφορά ο έλεγχος έχει δικαίωμα προσφυγής κατά των μέτρων που λαμβάνει η αρμόδια αρχή μετά τον έλεγχο.

Άρθρο 10

1. Εάν στο έδαφος μιας τρίτης χώρας εμφανισθεί ή εξαπλωθεί πρόβλημα υγιεινής, που μπορεί να αποτελέσει σοβαρό κίνδυνο για την ανθρώπινη υγεία, η Επιτροπή, εξ ιδίας πρωτοβουλίας ή κατόπιν αιτήσεως κράτους μέλους, λαμβάνει αμελλητί, ανάλογα με την σοβαρότητα της κατάστασης τα ακόλουθα μέτρα:

- αναστολή των εισαγωγών που προέρχονται εν όλω ή εν μέρει από τη συγκεκριμένη τρίτη χώρα και ενδεχομένως, από την τρίτη χώρα διαμετακόμισης ή/και

- καθορισμός ειδικών όρων για τα τρόφιμα που προέρχονται εν όλω ή εν μέρει από τη συγκεκριμένη τρίτη χώρα.

2. Η Επιτροπή μπορεί, στην περίπτωση που προβλέπεται στην παράγραφο 1, να λάβει συντηρητικά μέτρα έναντι των συγκεκριμένων τροφίμων.

3. Η Επιτροπή μπορεί, εκτός από επείγουσες περιπτώσεις, να ζητεί τη γνώμη των κρατών μελών προτού λάβει τα μέτρα που αναφέρονται στις παραγράφους 1 και 2.

4. Η Επιτροπή κοινοποιεί αμελλητί, στο Συμβούλιο και τα κράτη μέλη, κάθε απόφαση που λαμβάνει σύμφωνα με τις παραγράφους 1 και 2.

Κάθε κράτος μέλος μπορεί, εντός προθεσμίας τριάντα ημερών από την κοινοποίηση που αναφέρεται στο πρώτο εδάφιο, να παραπέμψει στο Συμβούλιο την απόφαση της Επιτροπής. Το Συμβούλιο, αποφασίζοντας με ειδική πλειοψηφία, μπορεί να επικυρώσει, να τροποποιήσει ή να ακυρώσει την απόφαση της Επιτροπής.

Εάν το Συμβούλιο δεν λάβει απόφαση εντός τριάντα ημερών, η απόφαση της Επιτροπής θεωρείται άκυρη.

5. Σε περίπτωση που ένα κράτος μέλος έχει ενημερώσει επίσημα την Επιτροπή για την ανάγκη να ληφθούν μέτρα διασφάλισης και εφόσον η Επιτροπή δεν έχει προσφύγει στις διατάξεις των παραγράφων 1 και 2, το κράτος αυτό μπορεί να λάβει συντηρητικά μέτρα έναντι των εισαγωγών των εν λόγω τροφίμων.

Όταν ένα κράτος μέλος λαμβάνει συντηρητικά μέτρα, ενημερώνει σχετικά τα άλλα κράτη μέλη και την Επιτροπή.

Εντός δέκα εργασίμων ημερών, η Επιτροπή υποβάλλει το εν λόγω θέμα στη μόνιμη επιτροπή τροφίμων, με τη διαδικασία του άρθρου 14, για την παράταση, τροποποίηση ή κατάργηση των εθνικών συντηρητικών μέτρων.

Άρθρο 11

1. Όταν ένα κράτος μέλος, μετά από νέες πληροφορίες ή μετά από επανεκτίμηση υαρχουσών πληροφοριών, έχει βάσιμους λόγους να υποψιάζεται ότι η εφαρμογή των διατάξεων που θεσπίζονται σύμφωνα με το άρθρο 4 της παρούσας οδηγίας αποτελεί κίνδυνο για την υγεία, μπορεί να αναστέλλει ή να περιορίζει προσωρινά την εφαρμογή των εν λόγω διατάξεων στο έδαφός του. Το κράτος μέλος αυτό ενημερώνει αμέσως σχετικά τα υπόλοιπα κράτη μέλη και την Επιτροπή και αιτιολογεί την απόφασή του.

2. Η Επιτροπή εξετάζει, το συντομότερο δυνατόν, στα πλαίσια της μόνιμης επιτροπής τροφίμων, τους λόγους του κράτους μέλους που αναφέρεται στην παράγραφο 1, γνωμοδοτεί και λαμβάνει τα δέοντα μέτρα με τη διαδικασία του άρθρου 14.

Άρθρο 12

Τα κράτη μέλη ορίζουν τις αρμόδιες αρχές που είναι υπεύθυνες για τον επίσημο έλεγχο υγιεινής και τις γνωστοποιούν στην Επιτροπή.

Άρθρο 813

Οι παραπομπές στις διεθνείς προδιαγραφές, όπως αυτές του Codex Alimentarius, οι οποίες περιλαμβάνονται στην παρούσα οδηγία, μπορούν να τροποποιηθούν με τη διαδικασία του άρθρου 14.

Άρθρο 14

Η Επιτροπή επικουρείται από τη μόνιμη επιτροπή τροφίμων, εφεξής καλουμένη "επιτροπή".

Ο αντιπρόσωπος της Επιτροπής υποβάλλει στην επιτροπή σχέδιο των μέτρων που πρέπει να ληφθούν.

Η επιτροπή διατυπώνει τη γνώμη της για το σχέδιο αυτό μέσα σε προθεσμία που μπορεί να ορίσει ο πρόεδρος ανάλογα με τον επείγοντα χαρακτήρα του θέματος. Η γνώμη διατυπώνεται με την πλειοψηφία που προβλέπεται στο άρθρο 148 παράγραφος 2 της συνθήκης για τις αποφάσεις που καλείται να λάβει το Συμβούλιο βάσει πρότασης της Επιτροπής. Κατά την ψηφοφορία στην επιτροπή, οι ψήφοι των αντιπροσώπων των κρατών μελών σταθμίζονται σύμφωνα με το προαναφερόμενο άρθρο. Ο πρόεδρος δεν λαμβάνει μέρος στην ψηφοφορία.

Η Επιτροπή θεσπίζει τα σχεδιαζόμενα μέτρα όταν είναι σύμφωνα με τη γνώμη της επιτροπής.

Όταν τα σχεδιαζόμενα μέτρα δεν είναι σύμφωνα με τη γνώμη της επιτροπής, ή ελλείψει γνώμης, η Επιτροπή υποβάλλει χωρίς καθυστέρηση στο Συμβούλιο πρόταση σχετικά με τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν. Το Συμβούλιο αποφασίζει με ειδική πλειοψηφία. Εάν το Συμβούλιο δεν αποφασίσει εντός προθεσμίας τριών μηνών από την ημερομηνία υποβολής του θέματος, τα προτεινόμενα μέτρα θεσπίζονται από την Επιτροπή, εκτός εάν το Συμβούλιο έχει αποφασίσει, με απλή πλειοψηφία, ότι αντιτίθεται προς τα εν λόγω μέτρα.

Άρθρο 15

Η Επιτροπή υποβάλλει στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και το Συμβούλιο, το αργότερο στις 31 Δεκεμβρίου 1998, έκθεση, μαζί με ενδεχόμενες προτάσεις, σχετικά με την εμπειρία από την εφαρμογή της παρούσας οδηγίας.

Άρθρο 16

Τα κράτη μέλη θέτουν σε ισχύ τις νομοθετικές, κανονιστικές και διοικητικές διατάξεις που είναι αναγκαίες για να συμμορφωθούν με την παρούσα οδηγία το αργότερο τριάντα μήνες μετά την έκδοσή της.

Ενημερώνουν αμέσως την Επιτροπή σχετικά.

Οι διατάξεις αυτές, όταν θεσπίζονται από τα κράτη μέλη, αναφέρονται στην παρούσα οδηγία ή συνοδεύονται από την αναφορά αυτή κατά την επίσημη δημοσίευσή τους. Οι λεπτομερείς διατάξεις της αναφοράς αυτής εκδίδονται από τα κράτη μέλη. Τα κράτη μέλη ανακοινώνουν στην Επιτροπή το κείμενο των διατάξεων εσωτερικού δικαίου τις οποίες θεσπίζουν στον τομέα που διέπεται από την παρούσα οδηγία.

Άρθρο 17

Η παρούσα οδηγία απευθύνεται στα κράτη μέλη.

Λουξεμβούργο 14 Ιουνίου 1993.

Για το Συμβούλιο

Ο Πρόεδρος

J. TROJBJORG

(1) ΕΕ αριθ. C 174 της 23. 11. 1992 και ΕΕ αριθ. C 150 της 31. 5. 1993.(2) ΕΕ αριθ. C 223 της 31. 8. 1992,

σ. 16.(3) ΕΕ αριθ. L 186 της 30. 6. 1989, σ. 23.(4) Codex Alimentarius, Τόμος Α: Recommended International Code of Practice, General Principles of Food Hygiene, Δεύτερη αναθεώρηση (1985).

ΟΗΕ/FAO: Ρώμη, 1988.(5) ΕΕ αριθ. L 136 της 20. 5. 1974, σ. 1.(6) ΕΕ αριθ. L 109 της 26. 4. 1983, σ. 8.

Οδηγία που τροποποιήθηκε τελευταία από την απόφαση 90/400/ΕΟΚ (ΕΕ αριθ. L 221 της 6. 8. 1992, σ.

55).(7) ΕΕ αριθ. L 291 της 19. 11. 1969, σ. 9.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Εισαγωγή 1. Τα κεφάλαια V έως X του παραρτήματος ισχύουν για όλα τα στάδια μετά την αρχική παραγωγή, κατά την παρασκευή, τη μεταποίηση, την παραγωγή, τη συσκευασία, την αποθήκευση, τη μεταφορά, τη διανομή, τη διακίνηση και την προσφορά προς πώληση ή τη διάθεση στον καταναλωτή. Από τα λοιπά κεφάλαια του παραρτήματος:

- το κεφάλαιο I ισχύει για όλους τους χώρους, εκτός εκείνων που καλύπτονται από το κεφάλαιο III,
- το κεφάλαιο II ισχύει για όλους τους χώρους εντός των οποίων παρασκευάζονται και υφίστανται επεξεργασία ή μεταποίηση τα τρόφιμα, εκτός εκείνων που καλύπτονται από το κεφάλαιο III και των τραπεζαριών,
- το κεφάλαιο III ισχύει για όλους τους χώρους που απαριθμούνται στον τίτλο του κεφαλαίου,
- το κεφάλαιο IV ισχύει για όλες τις μεταφορές.

2. Οι λέξεις "ενδεχομένως" και "εν ανάγκη" που χρησιμοποιούνται στο παρόν παράρτημα σημαίνουν "με σκοπό την εξασφάλιση της ασφάλειας και της υγιεινής των τροφίμων."

I Γενικές απαιτήσεις για τους χώρους (εκτός όσων ορίζονται στο κεφάλαιο III) 1. Οι χώροι τροφίμων διατηρούνται καθαροί και σε καλή κατάσταση.

2. Ο σχεδιασμός, η διαρρύθμιση, η κατασκευή και οι διαστάσεις των χώρων τροφίμων πρέπει:

- α) να επιτρέπουν τον κατάλληλο καθαρισμό ή/και απολύμανση-
- β) να προστατεύουν από τη συσσώρευση ρύπων, την επαφή με τοξικά υλικά, την πτώση σωματιδίων μέσα στα τρόφιμα και το σχηματισμό υγρασία ή ανεπιθύμητης μούχλας στις επιφάνειες-
- γ) να επιτρέπουν την εφαρμογή ορθής υγιεινής πρακτικής, ιδίως δε την πρόληψη της αλληλομόλυνσης, μεταξύ των χειρισμών και κατά τη διάρκεια αυτών, από τρόφιμα, εξοπλισμό, υλικά, νερό, παρεχόμενο αέρα ή εργαζομένους, και εξωτερικές πηγές μόλυνσης, όπως έντομα και λοιπά επιβλαβή ζώα-
- δ) να παρέχουν, εν ανάγκη, τις κατάλληλες συνθήκες θερμοκρασίας για την υγιεινή επεξεργασία και αποθήκευση των προϊόντων.

3. Πρέπει να υπάρχει επαρκής αριθμός νιπτήρων, εγκατεστημένων στα κατάλληλα σημεία και προοριζόμενων ειδικά για το πλύσιμο των χεριών. Πρέπει να υπάρχουν επαρκή αποχωρητήρια με καζανάκια, συνδεδεμένα με κατάλληλο αποχετευτικό σύστημα. Τα αποχωρητήρια δεν πρέπει να οδηγούν απευθείας στους χώρους όπου υπάρχουν τρόφιμα.

4. Οι νιπτήρες πρέπει να είναι εφοδιασμένοι με ζεστό και κρύο τρεχούμενο νερό και με υλικά για το καθάρισμα των χεριών και το υγιεινό τους στέγνωμα. Όταν είναι αναγκαίο, οι διατάξεις για το πλύσιμο των τροφίμων πρέπει να διαχωρίζονται από τις διατάξεις για το πλύσιμο των χεριών.

5. Πρέπει να υπάρχουν κατάλληλα και επαρκή μέσα μηχανικού ή φυσικού αερισμού. Πρέπει να αποφεύγεται η μηχανική ροή αέρα από μολυσμένους σε καθαρούς χώρους. Τα συστήματα αερισμού πρέπει να είναι κατασκευασμένα κατά τρόπο που να προσφέρουν εύκολη πρόσβαση σε φίλτρα και άλλα εξαρτήματα που χρειάζονται καθαρισμό ή αντικατάσταση.

6. Όλες οι εγκαταστάσεις υγιεινής στους χώρους τροφίμων πρέπει να διαθέτουν κατάλληλο φυσικό ή μηχανικό εξαερισμό.

7. Οι χώροι τροφίμων πρέπει να διαθέτουν επαρκή φυσικό ή/και τεχνητό φωτισμό.

8. Οι αποχετευτικές εγκαταστάσεις πρέπει να είναι επαρκείς για τον επιδιωκόμενο σκοπό και σχεδιασμένες και κατασκευασμένες με τρόπο που να μη δημιουργείται κίνδυνος μόλυνσης των τροφίμων.

9. Εν ανάγκη, πρέπει να προβλέπονται αποδυτήρια σε επαρκή αριθμό για το προσωπικό.

II Ειδικές απαιτήσεις για τους χώρους παρασκευής, επεξεργασίας ή μεταποίησης τροφίμων (εξαιρουμένων των τραπεζαριών και των χώρων που ορίζονται στο κεφάλαιο III) 1. Σε χώρους όπου γίνεται παρασκευή, επεξεργασία ή μεταποίηση τροφίμων (εξαιρουμένων των τραπεζαριών):

α) οι επιφάνειες των δαπέδων πρέπει να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και να καθαρίζονται και, εν ανάγκη, να απολυμαίνονται εύκολα, πράγμα που απαιτεί τη χρήση στεγανών, μη απορροφητικών, μη τοξικών υλικών, τα οποία να πλένονται, εκτός αν οι επιχειρηματίες του τομέα των τροφίμων μπορούν να αποδείξουν στις αρμόδιες αρχές ότι τυχόν άλλα χρησιμοποιηθέντα υλικά είναι κατάλληλα.

Ενδεχομένως, τα πατώματα πρέπει να επιτρέπουν επαρκή αποστράγγιση της επιφάνειας-

β) οι επιφάνειες των τοίχων πρέπει να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και να καθαρίζονται και, εν ανάγκη, να απολυμαίνονται εύκολα, πράγμα που απαιτεί τη χρήση στεγανών, μη απορροφητικών, μη τοξικών υλικών, τα οποία να πλένονται. Πρέπει επίσης να είναι λείες μέχρι ύψους καταλλήλου για τις εργασίες εκτός εάν οι επιχειρηματίες του τομέα των τροφίμων μπορούν να αποδείξουν στις αρμόδιες αρχές ότι τυχόν άλλα χρησιμοποιηθέντα υλικά είναι κατάλληλα-

γ) οι οροφές, ψευδοροφές και ό,τι είναι στερεωμένο σ'αυτές πρέπει να είναι σχεδιασμένες, κατασκευασμένες και επιστρωμένες έτσι ώστε να μην συσσωρεύονται ρύποι και να περιορίζεται η συμπίκνωση υδρατμών, η ανάπτυξη ανεπιθύμητης μούχλας και η απόπτωση σωματιδίων-

δ) τα παράθυρα και τα άλλα ανοίγματα πρέπει να σχεδιάζονται κατά τρόπο που να αποφεύγεται η συσσώρευση ρύπων. Εκείνα τα οποία ανοίγουν προς το ύπαιθρο πρέπει, εν ανάγκη, να είναι εφοδιασμένα με δικτυωτά πλέγματα προστασίας από τα έντομα, τα οποία να μπορούν να αφαιρεθούν εύκολα για να καθαριστούν. Όταν το άνοιγμα των παραθύρων μπορεί να προκαλέσει μόλυνση των τροφίμων, τα παράθυρα πρέπει να παραμένουν κλειστά και σφραγισμένα κατά τη διάρκεια της παραγωγής-

ε) ο καθαρισμός και, εν ανάγκη, η απολύμανση των θυρών πρέπει να μπορεί να γίνεται εύκολα. Αυτό απαιτεί να χρησιμοποιούνται λείες και μη απορροφητικές επιφάνειες, εκτός αν οι επιχειρηματίες του τομέα των τροφίμων μπορούν να αποδείξουν στις αρμόδιες αρχές ότι τυχόν άλλα χρησιμοποιηθέντα υλικά είναι κατάλληλα-

στ) οι επιφάνειες (συμπεριλαμβανομένων των επιφανειών εξοπλισμού) που έρχονται σε επαφή με τα τρόφιμα πρέπει να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και να καθαρίζονται και, εν ανάγκη, να απολυμαίνονται εύκολα. Αυτό απαιτεί τη χρήση λείων, μη τοξικών υλικών που να πλένονται, εκτός εάν οι επιχειρηματίες του τομέα των τροφίμων μπορούν να αποδείξουν στις αρμόδιες αρχές ότι τυχόν άλλα χρησιμοποιηθέντα υλικά είναι κατάλληλα.

2. Εν ανάγκη, προβλέπονται κατάλληλες εγκαταστάσεις για τον καθαρισμό και την απολύμανση των εργαλείων και του εξοπλισμού εργασίας. Οι εγκαταστάσεις αυτές πρέπει να είναι κατασκευασμένες από υλικό ανθεκτικό στη διάβρωση, να καθαρίζονται εύκολα και να διαθέτουν επαρκή παροχή ζεστού και κρύου νερού.

3. Ενδεχομένως, λαμβάνονται κατάλληλα μέτρα για το πλύσιμο των τροφίμων. Κάθε νεροχύτης ή άλλη παρόμοια εγκατάσταση για το πλύσιμο των τροφίμων πρέπει να διαθέτει επαρκή παροχή ζεστού ή/και κρύου πόσιμου νερού, ανάλογα με τις ανάγκες, και να καθαρίζεται τακτικά.

III Απαιτήσεις για κινητούς ή/και προσωρινούς χώρους (όπως σκηνές πανηγυριών, περίπτερα σε αγορές, οχήματα πώλησης τροφίμων) για χώρους που χρησιμοποιούνται κυρίως ως ιδιωτικές κατοικίες, για χώρους που χρησιμοποιούνται περιστασιακά προς τροφοδοσία και για αυτόματους πωλητές.

1. Οι χώροι και οι αυτόματοι πωλητές πρέπει να είναι κατάλληλα χωροθετημένοι, σχεδιασμένοι και κατασκευασμένοι, να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και καθαροί, ούτως ώστε να αποφεύγεται, κατά το δυνατόν, η μόλυνση των τροφίμων και η παρουσία εντόμων και άλλων επιβλαβών ζώων.

2. Ειδικότερα, και όπου χρειάζεται:

α) προβλέπονται οι κατάλληλες εγκαταστάσεις για τη διατήρηση του πρέποντος επιπέδου ατομικής υγιεινής (μεταξύ άλλων, για να μπορούν οι ενδιαφερόμενοι να πλένουν και να στεγνώνουν τα χέρια τους και να εκτελούν τις σωματικές τους ανάγκες με υγιεινό τρόπο, καθώς και κατάλληλα αποδυτήρια)-

β) οι επιφάνειες που έρχονται σε επαφή με τρόφιμα πρέπει να είναι σε καλή κατάσταση και να καθαρίζονται και, εν ανάγκη, να απολυμαίνονται εύκολα. Αυτό απαιτεί τη χρήση λειών, μη τοξικών υλικών που να πλένονται, εκτός εάν οι επιχειρηματίες του τομέα των τροφίμων μπορούν να αποδείξουν στις αρμόδιες αρχές ότι τυχόν άλλα χρησιμοποιηθέντα υλικά είναι κατάλληλα-

γ) πρέπει να υπάρχουν κατάλληλα μέσα για τον καθαρισμό και, εν ανάγκη, την απολύμανση των σκευών και του εξοπλισμού-

δ) πρέπει να υπάρχουν κατάλληλα μέσα για να διατηρούνται τα τρόφιμα καθαρά-

ε) πρέπει να υπάρχει επαρκής παροχή ζεστού ή/και κρύου πόσιμου νερού-

στ) πρέπει να υπάρχουν κατάλληλες διατάξεις ή/και εγκαταστάσεις για την υγιεινή αποθήκευση και διάθεση των τυχόν επικίνδυνων ή/και μη βρώσιμων ουσιών και αποβλήτων, στερεών ή υγρών-

ζ) πρέπει να υπάρχουν κατάλληλες εγκαταστάσεις ή/και διατάξεις για τη διατήρηση των τροφίμων υπό κατάλληλες συνθήκες θερμοκρασίας και για τον έλεγχο αυτών-

η) τα τρόφιμα πρέπει να τοποθετούνται σε χώρους και κατά τρόπο ώστε να αποφεύγεται, κατά το δυνατόν, ο κίνδυνος μόλυνσης.

IV Μεταφορά

1. Τα μεταφορικά οχήματα ή/και οι περιέκτες που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά τροφίμων πρέπει να διατηρούνται καθαρά, και σε καλή κατάσταση, ώστε να προφυλάσσονται τα τρόφιμα από μολύνσεις, πρέπει δε, εν ανάγκη, να είναι σχεδιασμένα και κατασκευασμένα έτσι ώστε να μπορούν να καθαρίζονται ή/και να απολυμαίνονται δεόντως.

2. Τα βυτία στα οχήματα ή/και οι περιέκτες δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά άλλου πράγματος πλην τροφίμων, αν τα άλλα φορτία μπορούν να μολύνουν τα τρόφιμα.

Τα χύδην τρόφιμα σε υγρή κατάσταση, σε κόκκους ή σκόνη πρέπει να μεταφέρονται σε βυτία ή/και περιέκτες/ δεξαμενές που χρησιμοποιούνται μόνον για τη μεταφορά τροφίμων. Στους περιέκτες πρέπει να αναγράφεται καθαρά, ευανάγνωστα και ανεξίτηλα, σε μία ή περισσότερες κοινοτικές γλώσσες, ότι χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά τροφίμων ή να υπάρχει η ένδειξη "μόνον για τρόφιμα".

3. Όταν τα μεταφορικά οχήματα ή/και οι περιέκτες χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά άλλων προϊόντων και όχι τροφίμων, ή για τη μεταφορά διαφορετικών ειδών τροφίμων, πρέπει τα προϊόντα, όπου απαιτείται, να διατηρούνται χωριστά για να προφυλάσσονται από τυχόν μόλυνση.

4. Όταν μεταφορικά οχήματα ή/και περιέκτες έχουν χρησιμοποιηθεί για τη μεταφορά προϊόντων εκτός των τροφίμων ή για τη μεταφορά διαφορετικών ειδών τροφίμων, πρέπει να γίνεται αποτελεσματικός καθαρισμός μεταξύ των φορτώσεων ώστε να αποφεύγεται ο κίνδυνος μόλυνσης.

5. Τα τρόφιμα πρέπει να τοποθετούνται μέσα στα μεταφορικά οχήματα ή/και στους περιέκτες και να προστατεύονται κατά τρόπον ώστε να ελαχιστοποιούνται οι κίνδυνοι μόλυνσης.

6. Εν ανάγκη, τα μεταφορικά οχήματα ή/και οι περιέκτες που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά τροφίμων πρέπει να έχουν την ικανότητα να τα διατηρούν στην κατάλληλη θερμοκρασία και να είναι σχεδιασμένα έτσι ώστε, αν χρειαστεί, να ελέγχεται το επίπεδο θερμοκρασίας.

V Απαιτήσεις εξοπλισμού Κάθε αντικείμενο, εγκατάσταση ή εξοπλισμός, με τα οποία έρχονται σε επαφή οι τροφές, πρέπει να διατηρούνται καθαρά και,

α) να κατασκευάζονται και να συντηρούνται έτσι ώστε να ελαχιστοποιείται ο κίνδυνος μόλυνσης των τροφίμων-

β) με εξαίρεση τα δοχεία και τις συσκευασίες μιας χρήσεως, να κατασκευάζονται και να συντηρούνται έτσι ώστε να μπορούν να καθαρίζονται σε βάθος και, εν ανάγκη, να απολυμαίνονται, σε βαθμό ικανοποιητικό για τους σκοπούς για τους οποίους προορίζονται-
γ) να είναι εγκατεστημένα κατά τρόπο που να επιτρέπει επαρκή καθαρισμό των πέριξ χώρων.

VI Απορρίμματα τροφών

1. Απορρίμματα τροφών και άλλα απορρίμματα δεν πρέπει να αφήνονται να συσσωρεύονται σε χώρους τροφίμων, παρά μόνο στο βαθμό που αυτό είναι αναπόφευκτο για τη σωστή λειτουργία της επιχείρησης.

2. Τα απορρίμματα τροφίμων και τα άλλα απορρίμματα πρέπει να εναποτίθενται σε περιέκτες που να κλείνουν, εκτός εάν οι επιχειρηματίες του τομέα των τροφίμων μπορούν να αποδείξουν στις αρμόδιες αρχές ότι τυχόν χρησιμοποιηθέντες άλλοι τύποι περιεκτών είναι κατάλληλοι. Αυτοί οι περιέκτες πρέπει να είναι κατάλληλα κατασκευασμένοι, να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και, εφόσον απαιτείται, να καθαρίζονται και να απολυμαίνονται εύκολα.

3. Πρέπει να υπάρχει κατάλληλη πρόβλεψη για την απομάκρυνση και την αποθήκευση απορριμμάτων τροφών ή άλλων απορριμμάτων. Οι χώροι αποθήκευσης απορριμμάτων πρέπει να σχεδιάζονται και να χρησιμοποιούνται κατά τρόπο που να διατηρούνται πάντα καθαροί και να προλαμβάνεται η διείσδυση εντόμων και λοιπών επιβλαβών ζώων, καθώς και η μόλυνση των τροφίμων, του ποσίμου νερού, του εξοπλισμού και των χώρων.

VII Παροχή νερού 1. Πρέπει να υπάρχει επαρκής παροχή πόσιμου νερού, όπως ορίζεται στην οδηγία 80/778/ΕΟΚ του Συμβουλίου της 15ης Ιουλίου 1980 περί της ποιότητας του πόσιμου νερού (1). Το πόσιμο αυτό νερό πρέπει να χρησιμοποιείται, αν παραστεί ανάγκη, ώστε να μη μολύνονται τα τρόφιμα.

2. Όπου χρειάζεται πάγος, πρέπει να παράγεται από νερό που πληροί τους όρους της οδηγίας 80/778/ΕΟΚ. Αυτός ο πάγος πρέπει να χρησιμοποιείται κάθε φορά που χρειάζεται, ώστε να μην μολύνονται τα τρόφιμα. Πρέπει να παράγεται, να διακινείται και να αποθηκεύεται υπό συνθήκες που προφυλάσσουν από κάθε μόλυνση.

3. Ο ατμός που χρησιμοποιείται σε άμεση επαφή με τα τρόφιμα πρέπει να είναι απαλλαγμένος από κάθε ουσία που παρουσιάζει κίνδυνο για την υγεία ή ενδέχεται να μολύνει το προϊόν.

4. Το μη πόσιμο νερό, το οποίο χρησιμοποιείται για παραγωγή σιμού, ψύξη, κατάσβεση πυρκαγιάς και άλλους παρεμφερείς σκοπούς που δεν σχετίζονται με τρόφιμα, πρέπει να διοχετεύεται μέσω χωριστών δικτύων, τα οποία να αναγνωρίζονται εύκολα και να μη συνδέονται καθόλου με τα συστήματα ποσίμου νερού, ούτε να υπάρχει δυνατότητα αναρροής στα συστήματα ποσίμου νερού.

VIII Ατομική υγιεινή

1. Απαιτείται υψηλός βαθμός ατομικής καθαριότητας από κάθε πρόσωπο που κινείται σε χώρους όπου γίνονται εργασίες με τρόφιμα, το οποίο πρέπει να φορά κατάλληλο, καθαρό και, ενδεχομένως προστατευτικό ρουχισμό.

2. Απαγορεύεται η, με οποιαδήποτε ιδιότητα, απασχόληση, σε χώρους εργασίας με τρόφιμα οποιουδήποτε ατόμου είναι γνωστό ή υπάρχουν υπόνοιες ότι πάσχει από νόσημα που μεταδίδεται δια των τροφών, ή ατόμου που πάσχει π.χ. από μολυσμένα τραύματα ή έχει προσβληθεί από δερματική μόλυνση, έλκη ή διάρροια, όταν υφίσταται άμεσος ή έμμεσος κίνδυνος μόλυνσης των τροφίμων από παθογόνους μικροοργανισμούς.

IX Διατάξεις που εφαρμόζονται στα τρόφιμα.

1. Η επιχείρηση τροφίμων δεν πρέπει να δέχεται καμία πρώτη ύλη ή συστατικό, εάν γνωρίζει ή έχει βάσιμους λόγους να υποπτεύεται ότι έχει προσβληθεί από παράσιτα, παθογόνους μικροοργανισμούς ή τοξικές, αποσυντεθειμένες ή ξένες ουσίες σε βαθμό που, μετά τη συνήθη διαλογή ή/και τις προπαρασκευαστικές διαδικασίες ή διαδικασίες επεξεργασίας που εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις τροφίμων σύμφωνα με τους κανόνες της υγιεινής, θα είναι και πάλι ακατάλληλο προς βρώση.

2. Οι πρώτες ύλες και τα συστατικά που αποθηκεύονται στην επιχείρηση πρέπει να διατηρούνται υπό κατάλληλες συνθήκες, ούτως ώστε να αποφεύγεται κάθε επιβλαβής αλλοίωση και να προφυλάσσονται από μολύνσεις.

3. Όλα τα τρόφιμα τα οποία διακινούνται, αποθηκεύονται, συσκευάζονται, εκτίθενται και μεταφέρονται, προφυλάσσονται από κάθε μόλυνση, η οποία ενδέχεται να τα καταστήσει ακατάλληλα προς βρώση, επιβλαβή για την υγεία ή μολυσμένα κατά τρόπο που δεν θα ήταν λογικό να αναμένεται κατανάλωσή τους σε αυτή την κατάσταση. Ιδιαίτερα τα τρόφιμα πρέπει να τοποθετούνται ή να

προστατεύονται κατά τρόπο που να ελαχιστοποιεί τον οποιοδήποτε κίνδυνο μόλυνσης. Πρέπει να θεσπιστούν επαρκείς διαδικασίες για να διασφαλιστεί ότι ελέγχονται τα ζώφια.

4. Οι πρώτες ύλες, τα συστατικά, τα ενδιάμεσα προϊόντα και τα τελικά προϊόντα, τα οποία ενδέχεται να προσφέρονται για τον πολλαπλασιασμό παθογόνων μικροοργανισμών ή το σχηματισμό τοξινών πρέπει να διατηρούνται σε θερμοκρασίες που να μην συνεπάγονται κίνδυνο για την υγεία. Όσο το επιτρέπει η ασφάλεια των τροφίμων, επιτρέπεται η παραμονή τροφίμων εκτός χώρων, ελεγχόμενης θερμοκρασίας επί περιορισμένο χρονικό διάστημα όταν αυτό επιβάλλεται για πρακτικούς λόγους ειρισμού, κατά την παρασκευή, τη μεταφορά, την αποθήκευση, την έκθεση και το σερβίρισμα των τροφίμων.

5. Όταν τα τρόφιμα πρέπει να διατηρούνται ή να σερβίρονται σε χαμηλή θερμοκρασία, πρέπει να ψύχονται το συντομότερο δυνατό μετά το τελευταίο στάδιο επεξεργασίας υπό θερμότητα, ή, εάν δεν χρησιμοποιείται θερμότητα, μετά το τελικό στάδιο παρασκευής, σε θερμοκρασία που να μην προκαλεί κινδύνους για την υγεία.

6. Οι επικίνδυνες ή/και μη εδώδιμες ουσίες, συμπεριλαμβανομένων των ζωοτροφών πρέπει να φέρουν την κατάλληλη σήμανση και να αποθηκεύονται σε χωριστούς και ασφαλείς περιέκτες.

X Κατάρτιση

Οι υπεύθυνοι των επιχειρήσεων τροφίμων εξασφαλίζουν την επίβλεψη και την καθοδήγηση και κατάρτιση σχετικά με την υγιεινή των τροφίμων όσων χειρίζονται τρόφιμα, ανάλογα με τις εκτελούμενες εργασίες.

(1) ΕΕ αριθ. L 229 της 30. 8. 1990, σ. 11. Οδηγία που τροποποιήθηκε τελευταία από την οδηγία 91/692/ΕΟΚ (ΕΕ αριθ. L 377 της 31. 12. 1991, σ. 48).

ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ Αρ. Φύλλου 1219

4 Οκτωβρίου 2000

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Υγιεινή των τροφίμων σε συμμόρφωση με την προς την οδηγία 93/43/ΕΟΚ του Συμβουλίου.....1

ΔΙΟΡΘΩΣΕΙΣ ΣΦΑΛΜΑΤΩΝ

Διόρθωση Σφάλματος στην
ΥΠΠΟ/ΑΡΧ/Α1/Φ16/63893/353π.ε./9.2.1996.....2

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθ. 487
(1)

Υγιεινή των τροφίμων σε συμμόρφωση με την προς την οδηγία 93/43/ΕΟΚ του Συμβουλίου.

ΟΙ ΥΠΟΥΡΓΟΙ

ΕΘΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ –

ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ – ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗΣ

Έχοντας υπόψη:

1. Τις διατάξεις του άρθρου 1 παρ. 1, 2 και 3 του Ν. 1338/1983 «Εφαρμογή του Κοινοτικού Δικαίου» (ΦΕΚ Α΄ 34), όπως τροποποιήθηκε από το άρθρο 6 του Ν. 1440/1984 (ΦΕΚ Α΄ 70) καθώς και το άρθρο 65 του Ν. 1892/1990 (ΦΕΚ Α΄ 101).
2. Τις διατάξεις του άρθρου 14 παράγραφος 4 του Ν. 2251/1994 (ΦΕΚ Α΄ 191).
3. Τις διατάξεις του Π.Δ. 27/1996 «Συγχώνευση των υπουργείων Τουρισμού, Βιομηχανίας, Ενέργειας και Τεχνολογίας και Εμπορίου στο Υπουργείο Ανάπτυξης» (ΦΕΚ Α 19).
4. Τις διατάξεις των άρθρων 1 έως 6 του Ν. 2741/1999 (ΦΕΚ Α΄ 199).
5. Τις διατάξεις του άρθρου 29^Α του Ν. 1558/1985 (ΦΕΚ Α΄ 137), όπως το άρθρο αυτό προστέθηκε με το άρθρο 27 του Ν. 2081/1992 (ΦΕΚ Α΄ 154) και αντικαταστάθηκε από το άρθρο 1 παρ. 2α του Ν. 2469/1997 (ΦΕΚ Α΄ 38) και το γεγονός ότι από την παρούσα απόφαση δεν προκαλείται δαπάνη σε βάρος του Κρατικού Προϋπολογισμού, αποφασίζουμε:

Άρθρο 1

(άρθρο 1 και 12 της Οδηγίας 93/43/ΕΟΚ)

Η παρούσα απόφαση εναρμονίζει το Ελληνικό δίκαιο προς την 93/43/ΕΟΚ Οδηγία του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε. L 175/19.7.93) και θεσπίζει τους γενικούς κανόνες υγιεινής των τροφίμων και τις διαδικασίες για την εξακρίβωση της τήρησης των κανόνων αυτών, υπό τη ρητή επιφύλαξη των κανόνων που θεσπίζονται στα πλαίσια ειδικότερων κοινοτικών κανόνων στον τομέα της υγιεινής των τροφίμων.

Αρμόδιος Φορέας για τον έλεγχο της τήρησης των γενικών κανόνων υγιεινής των τροφίμων σύμφωνα με την παρούσα απόφαση είναι το ΝΠΔΔ «Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων – ΕΦΕΤ».

Άρθρο 2

(άρθρο 2 της Οδηγίας 93/43/ΕΟΚ)

Για τους σκοπούς της παρούσας απόφασης νοούνται ως:

- «υγιεινή των τροφίμων», εφεξής καλούμενη «υγιεινή»:

όλα τα μέτρα που απαιτούνται για να είναι τα τρόφιμα ασφαλή και υγιεινά. Τα μέτρα αυτά καλύπτουν όλα τα στάδια με την πρωτογενή παραγωγή (η οποία περιλαμβάνει, για παράδειγμα, τη συγκομιδή, τη σφαγή, το άρμεγα), δηλαδή την Παρασκευή, μεταποίηση, παραγωγή, συσκευασία, αποθήκευση, μεταφορά, διανομή, διακίνηση ή την προσφορά προς πώληση ή τη διάθεση στον καταναλωτή.

- «επιχείρηση τροφίμων»: κάθε επιχείρηση δημόσια ή ιδιωτική, που ασκεί μία ή περισσότερες από τις παρακάτω δραστηριότητες κερδοσκοπικές ή μη: παρασκευή, μεταποίηση, παραγωγή, συσκευασία, αποθήκευση, μεταφορά, διανομή, διακίνηση και προσφορά προς πώληση ή διάθεση τροφίμων.

- «υγιεινή τροφίμων»: τροφή η οποία, από άποψη υγιεινής, είναι κατάλληλη προς βρώση από τον άνθρωπο.

Άρθρο 3

(άρθρο 3 της Οδηγίας 93/43/ΕΟΚ)

1. Η παρασκευή, η μεταποίηση, η παραγωγή, η συσκευασία, η αποθήκευση, η μεταφορά, η διανομή, η διακίνηση και η προσφορά προς πώληση ή η διάθεση των τροφίμων οφείλουν να πραγματοποιούνται με υγιεινό τρόπο.

2. Οι υπεύθυνοι των επιχειρήσεων τροφίμων, όπως αυτές ορίζονται στο άρθρο 2 της παρούσας, οφείλουν να εφαρμόζουν, να διατηρούν και να αναθεωρούν μια μόνιμη διαδικασία, η οποία αναπτύσσεται και υλοποιείται σύμφωνα με τις ακόλουθες αρχές του συστήματος Ανάλυσης Κινδύνων και Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου (HACCP):

α) Εντοπίζονται οι τυχόν κίνδυνοι για την ασφάλεια των τροφίμων, οι οποίοι πρέπει να προληφθούν, να εξαλειφθούν ή να μειωθούν σε αποδεκτά επίπεδα, με σκοπό την παραγωγή ασφαλών τροφίμων.

β) Εντοπίζονται τα κρίσιμα σημεία ελέγχου στο στάδιο ή στα στάδια, στα οποία ο έλεγχος είναι ουσιαστικής σημασίας για την πρόληψη ή την εξάλειψη ενός κινδύνου για την ασφάλεια των τροφίμων ή για την μείωσή του, ώστε να καταστεί δυνατή η επίτευξη του στόχου παραγωγής ασφαλών τροφίμων.

γ) Καθορίζονται κρίσιμα όρια στα κρίσιμα σημεία ελέγχου, με τα οποία χωρίζεται το αποδεκτό από το μη αποδεκτό, όσον αφορά την πρόληψη, την εξάλειψη ή τη μείωση των κινδύνων που έχουν εντοπιστεί.

δ) Καθορίζονται και εφαρμόζονται αποτελεσματικές διαδικασίες παρακολούθησης στα κρίσιμα σημεία ελέγχου.

ε) Καθορίζονται τα διορθωτικά μέτρα, όταν η παρακολούθηση υποδεικνύει ότι ένα κρίσιμο σημείο ελέγχου βρίσκεται εκτός ελέγχου.

3. Οι υπεύθυνοι των επιχειρήσεων τροφίμων καθορίζουν διαδικασίες για να επαληθεύεται ότι τα μέτρα που αναφέρονται στην παράγραφο 2 λειτουργούν αποτελεσματικά. Οι διαδικασίες επαλήθευσης πρέπει να εκτελούνται περιοδικά και κάθε φορά που η λειτουργία της επιχείρησης τροφίμων μεταβάλλεται με τρόπο που θα μπορούσε να επηρεάσει δυσμενώς την ασφάλεια των τροφίμων.

4. Οι υπεύθυνοι των επιχειρήσεων τροφίμων προβλέπουν τη χρήση εγγράφων και την τήρηση αρχείων, ανάλογων με την φύση και το μέγεθος της επιχείρησης τροφίμων ώστε να εξασφαλίζεται η ουσιαστική εφαρμογή των μέτρων που αναφέρονται στις παραγράφους 2 και 3 και να καθίσταται δυνατοί οι επίσημοι έλεγχοι.

5. Οι επιχειρήσεις τροφίμων συμμορφώνονται προς τους κανόνες υγιεινής που παρατίθενται στο παράρτημα. Παρεκκλίσεις από ορισμένες διατάξεις του παραρτήματος μπορούν να εγκριθούν σύμφωνα με τη διαδικασία που προβλέπεται στο άρθρο 14 της οδηγίας 93/43/ΕΟΚ.

6. Ο ΕΦΕΤ ελέγχει την προσήκουσα ανάπτυξη, εφαρμογή και τήρηση των παραπάνω αρχών και υποχρεώσεων των παραγράφων 2, 3, 4 και 5.

7. Στο πλαίσιο του συστήματος που αναφέρεται στις παραγράφους 2, 3 και 4 οι υπεύθυνοι των επιχειρήσεων τροφίμων μπορούν να χρησιμοποιούν οδηγούς ορθής υγιεινής πρακτικής σε συνδυασμό με τους οδηγούς εφαρμογής του συστήματος HACCP. Οι οδηγοί αυτοί πρέπει να είναι κατάλληλα για τις εργασίες και για τα τρόφιμα στα οποία θα εφαρμοστούν από τους υπεύθυνους των επιχειρήσεων τροφίμων.

Άρθρο 4

(άρθρο 4 και άρθρο 7 παρ. 2 της Οδηγίας 93/43/ΕΟΚ)

1. Με την επιφύλαξη ειδικότερων κοινοτικών διατάξεων, είναι δυνατόν να θεσπίζονται μικροβιολογικά κριτήρια και κριτήρια ελέγχου της θερμοκρασίας για ορισμένες κατηγορίες τροφίμων, σύμφωνα με τη διαδικασία του άρθρου 14 της οδηγίας 93/43/ΕΟΚ. Μέχρι να θεσπιστούν τα ανωτέρω κριτήρια διατηρούνται σε ισχύ τα κριτήρια ελέγχου της θερμοκρασίας και τα μικροβιολογικά κριτήρια που προβλέπονται από την κείμενη νομοθεσία.

Άρθρο 5

(άρθρο 5 της Οδηγίας 93/43/ΕΟΚ)

1. Ο ΕΦΕΤ ενθαρρύνει τη σύνταξη οδηγιών ορθής υγιεινής πρακτικής από τις επιχειρήσεις τροφίμων, οι οποίοι μπορούν να χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις τροφίμων ως οδηγοί συμμόρφωσης με τις απαιτήσεις του άρθρου 3 της παρούσας απόφασης.

2. Η εκπόνηση οδηγιών ορθής υγιεινής πρακτικής γίνεται:

- από τους κλάδους των επιχειρήσεων τροφίμων ή από άλλους ενδιαφερομένους φορείς με τη συνδρομή του ΕΦΕΤ.

- από τον ΕΦΕΤ.

3. Οι οδηγοί συντάσσονται, όπου αρμόζει, με βάση το συνιστώμενο διεθνή κώδικα πρακτικής – γενικές αρχές υγιεινής τροφίμων του Codex Alimentarius.

4. Οι οδηγοί ορθής υγιεινής πρακτικής μετά την ολοκλήρωση της σύνταξής τους υποβάλλονται στον Ε.Φ.Ε.Τ. για την αξιολόγησή τους. Ελέγχονται από ειδική επιτροπή αξιολόγησης που συγκροτείται στο πλαίσιο του ΕΦΕΤ και αποτελείται από επιστήμονες που ορίζονται από τον ΕΦΕΤ, από εκπροσώπους του επαγγελματικού κλάδου που υποβάλλει τους προς αξιολόγηση οδηγούς, των καταναλωτών, του Ελληνικού Οργανισμού Τυποποίησης (ΕΛΟΤ) και του Οργανισμού Πιστοποίησης Γεωργικών Προϊόντων (ΟΠΕΓΕΠ). Η επιτροπή αυτή αξιολογεί τους οδηγούς ορθής υγιεινής πρακτικής προκειμένου να καθορίσει το βαθμό συμμόρφωσης προς τις διατάξεις του άρθρου 3 της παρούσας απόφασης.

5. Οι οδηγοί επικυρώνονται με απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου του ΕΦΕΤ.

6. Ο ΕΦΕΤ διαβιβάζει στην Επιτροπή τους οδηγούς ορθής υγιεινής πρακτικής, οι οποίοι πληρούν τις απαιτήσεις των διατάξεων του άρθρου 3 και έχουν επικυρωθεί σύμφωνα με τα παραπάνω.

7. Ο ΕΦΕΤ προτείνει στην Επιτροπή την εκπόνηση οδηγών ορθής υγιεινής πρακτικής σε ευρωπαϊκή βάση, εάν κρίνει ότι είναι αναγκαίοι για λόγους εναρμόνισης.

8. Ο ΕΦΕΤ μεριμνά για την ενημέρωση των επιχειρήσεων τροφίμων και των αρμοδίων αρχών για τους δημοσιευμένους οδηγούς.

Άρθρο 6

(άρθρο 6 της Οδηγίας 93/43/ΕΟΚ)

Ο ΕΦΕΤ συνιστά, εφόσον το κρίνει σκόπιμο, στις επιχειρήσεις τροφίμων να εφαρμόζουν τα ευρωπαϊκά πρότυπα της σειράς EN 29000, ώστε να τηρούνται οι γενικοί κανόνες υγιεινής, και οι κανόνες των οδηγών ορθής υγιεινής πρακτικής.

Άρθρο 7

(άρθρο 7 της Οδηγίας 93/43/ΕΟΚ)

Ειδικότερες τυχόν ισχύουσες εθνικές διατάξεις ή διατάξεις που θεσπίζονται για την υγιεινή των τροφίμων ισχύουν, εφόσον δεν είναι λιγότερα αυστηρές από αυτές που αναφέρονται στο παράρτημα του άρθρου 12 της παρούσας και δεν συνιστούν απαγόρευση ή φραγμό για το εμπόριο τροφίμων που παράγονται σύμφωνα με τις διατάξεις της.

Άρθρο 8

(άρθρο 8 της Οδηγίας 93/43/ΕΟΚ)

1. Ο ΕΦΕΤ διενεργεί ελέγχους σύμφωνα με την διάταξη της παραγράφου 5 το άρθρου 1 του Ν. 2741/1999 (ΦΕΚ Α΄ 199) ή συντονίζει και διευθύνει τις άλλες υπάρχουσες αρχές ελέγχου κατά τη διενέργεια τέτοιων ελέγχων σύμφωνα με την ΚΥΑ 11/92 (Β 313), για να εξασφαλίζει τη συμμόρφωση των επιχειρήσεων τροφίμων προς τις διατάξεις του άρθρου 3 και του παραρτήματος του άρθρου 12 της παρούσας απόφασης, και, όπου απαιτείται, προς κάθε διάταξη που έχει θεσπίσει σύμφωνα με το άρθρο 4 της παρούσας απόφασης. Κατά τους ελέγχους αυτούς λαμβάνονται δεόντως υπόψη οι αναφερόμενοι στο άρθρο 5 της παρούσας απόφασης οδηγοί ορθής υγιεινής πρακτικής, εφόσον υπάρχουν.

2. κατά τις επιθεωρήσεις του ΕΦΕΤ, που διενεργούνται με βάση το τηρούμενο από αυτόν μητρώο επιχειρήσεων τροφίμων, αξιολογούνται οι κίνδυνοι οι σχετικοί με την ασφάλεια των τροφίμων που συνδέονται με την άσκηση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Ο Ε.Φ.Ε.Τ. δίνει ιδιαίτερη προσοχή στα κρίσιμα σημεία ελέγχου που επισημαίνουν οι επιχειρήσεις τροφίμων, προκειμένου να κρίνει αν η εποπτεία και ο έλεγχος τους εκτελούνται δεόντως.

Ο ΕΦΕΤ καθορίζει ελέγχους και επιθεωρήσεις στους χώρους των επιχειρήσεων τροφίμων με συχνότητα ανάλογη προς τους κινδύνους που εγκυμονούν οι χώροι αυτοί.

3. Ο ΕΦΕΤ μεριμνά ώστε οι έλεγχοι των τροφίμων που εισάγονται στην Κοινότητα από τρίτες – μη κοινοτικές – χώρες να διεξάγονται σύμφωνα με την ΚΥΑ 11/92 (Β 313) ώστε να εξασφαλίζεται η τήρηση των διατάξεων του άρθρου 3 της παρούσας απόφασης και όπου απαιτείται, κάθε διάταξης που έχει θεσπισθεί σύμφωνα με το άρθρο 4 της παρούσας απόφασης.

Άρθρο 9

(άρθρο 9 της Οδηγίας 93/43/ΕΟΚ)

1. Εάν, κατά τη διεξαγωγή των ελέγχων που αναφέρονται στο άρθρο 8 της παρούσας απόφασης, διαπιστωθεί ότι με τη μη τήρηση των διατάξεων του άρθρου 3 και, όπου απαιτείται των διατάξεων που έχουν θεσπιστεί σύμφωνα με το άρθρο 4, διακυβεύεται η ασφάλεια ή η υγιεινή των τροφίμων, ο ΕΦΕΤ μεριμνά για τη λήψη των αναγκαίων μέτρων που μπορεί να περιλαμβάνουν την απόσυρση ή / και την καταστροφή των τροφίμων ή την αναστολή της λειτουργίας ολόκληρης ή μέρους της επιχείρησης για κατάλληλη χρονική περίοδο, σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

Τα φυσικά ή νομικά πρόσωπα τα οποία αφορά ο έλεγχος, έχουν δικαίωμα προσφυγής κατά των μέτρων της προηγούμενης παραγράφου σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

Για τον προσδιορισμό του κινδύνου για την ασφάλεια ή την υγιεινή των τροφίμων, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η φύση των τροφίμων, ο τρόπος με τον οποίον έχει γίνει η επεξεργασία και η συσκευασία τους και κάθε άλλη διαδικασία στην οποία έχουν υποβληθεί τα τρόφιμα προτού διαθέτουν στον καταναλωτή, καθώς και οι συνθήκες έκθεσης ή / και αποθήκευσης.

Άρθρο 10

(Άρθρο 10 της Οδηγίας 93/43/ΕΟΚ)

1. Εάν στο έδαφος μιας τρίτης χώρας εμφανισθεί ή εξαπλωθεί πρόβλημα υγιεινής, που μπορεί να αποτελέσει σοβαρό κίνδυνο για την ανθρώπινη υγεία, ο ΕΦΕΤ, μπορεί να εισηγηθεί στην Επιτροπή την λήψη μέτρων διασφάλισης σύμφωνα με το άρθρο 10, παράγραφος 1 της οδηγίας 93/43/ΕΟΚ.

2. Σε περίπτωση που ο ΕΦΕΤ έχει ενημερώσει επίσημα την Επιτροπή για την ανάγκη να ληφθούν μέτρα διασφάλισης και εφόσον η Επιτροπή δεν έχει προσφύγει στις διατάξεις των παραγράφων 1 και 2 του άρθρου 10 της Οδηγίας 93/43/ΕΟΚ ο ΕΦΕΤ μπορεί να λάβει μέτρα διασφάλισης, που μπορεί να περιλαμβάνουν την αναστολή των εισαγωγών ή τον καθορισμό ειδικών όρων για τα τρόφιμα που προέρχονται εν' όλο ή εν μέρει από Τρίτη χώρα.

3. Στην περίπτωση της παραγράφου 2, ο ΕΦΕΤ ενημερώνει την Επιτροπή και τα άλλα κράτη μέλη για τα μέτρα που λαμβάνει.

4. Στην περίπτωση που η Επιτροπή με ειδική της πρωτοβουλία αποφασίζει να λάβει μέτρα διασφάλισης, ο ΕΦΕΤ παρέχει τη γνώμη του πριν την λήψη των μέτρων, εκτός από τις επείγουσες περιπτώσεις.

5. Ο ΕΦΕΤ μπορεί να παραπέμψει στο Συμβούλιο απόφαση της Επιτροπής με την οποία επιβάλλονται μέτρα, εντός προθεσμίας τριάντα ημερών από την κοινοποίηση σε αυτόν της απόφασης από την Επιτροπή.

Άρθρο 11

(άρθρο 11 της οδηγίας 93/43/ΕΟΚ)

Όταν ο ΕΦΕΤ, μετά από νέες πληροφορίες ή μετά από επανεκτίμηση υπαρχουσών πληροφοριών, έχει βάσιμους λόγους να υποψιάζεται ότι η εφαρμογή των διατάξεων που θεσπίζονται σύμφωνα με το άρθρο 4 της παρούσας απόφασης αποτελεί κίνδυνο για την υγεία, μπορεί να εισηγηθεί την προσωρινή αναστολή ή περιορισμό της εφαρμογής των εν λόγω διατάξεων στο έδαφός του, με απόφαση του Υπουργείου Ανάπτυξης. Ο ΕΦΕΤ ενημερώνει αμέσως σχετικά τους αρμόδιους φορείς στα υπόλοιπα κράτη μέλη και την Επιτροπή και αιτιολογεί την απόφαση του.

Άρθρο 12

Προσαρτάται και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του παρόντος άρθρου το παρακάτω παράρτημα:

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Εισαγωγή

1. Τα κεφάλαια V έως X του παραρτήματος ισχύουν για όλα τα στάδια μετά την αρχική παραγωγή, κατά την παρασκευή, τη μεταποίηση, την παραγωγή, τη συσκευασία, την αποθήκευση, τη μεταφορά, τη διανομή, τη διακίνηση και την προσφορά προς πώληση ή τη διάθεση στον καταναλωτή.

Από τα λοιπά κεφάλαια του παραρτήματος:

- το κεφάλαιο I ισχύει για όλους τους χώρους, εκτός εκείνων που καλύπτονται από το κεφάλαιο III,

- το κεφάλαιο II ισχύει για όλους τους χώρους εντός των οποίων παρασκευάζονται και υφίστανται επεξεργασία ή μεταποίηση τα τρόφιμα, εκτός εκείνων που καλύπτονται από το κεφάλαιο III και των τραπεζαριών,

- το κεφάλαιο III ισχύει για όλους τους χώρους που απαριθμούνται στον τίτλο του κεφαλαίου,

- το κεφάλαιο IV ισχύει για όλες τις μεταφορές.

2. Οι λέξεις «όπου αρμόζει» και «όπου είναι αναγκαίο» που χρησιμοποιούνται στο παρόν παράρτημα σημαίνουν «με σκοπό την εξασφάλιση της ασφάλειας και της υγιεινής των τροφίμων».

I. Γενικές απαιτήσεις για χώρους (εκτός όσων ορίζονται στο κεφάλαιο III)

1. Οι χώροι τροφίμων διατηρούνται καθαροί και σε καλή κατάσταση.

2. Ο σχεδιασμός, η διαρρύθμιση, η κατασκευή και οι διαστάσεις των χώρων τροφίμων πρέπει:

- α) να επιτρέπουν τον κατάλληλο καθαρισμό ή / και απολύμανση,
- β) να προστατεύουν από τη συσσώρευση ρύπων, την επαφή με τοξικά υλικά, την πτώση σωματιδίων μέσα στα τρόφιμα και το σχηματισμό υγρασίας ή ανεπιθύμητης μούχλας στις επιφάνειες,
- γ) να επιτρέπουν την εφαρμογή ορθής υγιεινής πρακτικής, ιδίως δε την πρόληψη της επιμόλυνσης, μεταξύ των χειρισμών και κατά τη διάρκεια αυτών, από τρόφιμα, εξοπλισμό, υλικά, νερό, παρεχόμενο αέρα ή εργαζόμενους και εξωτερικές πηγές μόλυνσης, όπως έντομα και λοιπά επιβλαβή ζώα,
- δ) να παρέχουν, όπου είναι αναγκαίο, τις κατάλληλες συνθήκες θερμοκρασίας για την υγιεινή επεξεργασία και αποθήκευση των προϊόντων.

3. Πρέπει να υπάρχει επαρκής αριθμός νιπτήρων, εγκατεστημένων στα κατάλληλα σημεία και προοριζόμενων ειδικά για το πλύσιμο των χεριών. Πρέπει να υπάρχουν επαρκή αποχωρητήρια με καζανάκια, συνδεδεμένα με κατάλληλο αποχετευτικό σύστημα. Τα αποχωρητήρια δεν πρέπει να οδηγούν απευθείας στους χώρους όπου υπάρχουν τρόφιμα.

4. Οι νιπτήρες πρέπει να είναι εφοδιασμένοι με ζεστό και κρύο τρεχούμενο νερό και με υλικά για το καθάρισμα των χεριών και το υγιεινό τους στέγνωμα. Όταν είναι αναγκαίο, οι εγκαταστάσεις για το πλύσιμο των τροφίμων πρέπει να διαχωρίζονται από τις εγκαταστάσεις για το πλύσιμο των χεριών.

5. Πρέπει να υπάρχουν κατάλληλα και επαρκή μέσα μηχανικού ή φυσικού αερισμού. Πρέπει να αποφεύγεται η μηχανική ροή αέρα από μολυσμένους σε καθαρούς χώρους. Τα συστήματα αερισμού πρέπει να είναι κατασκευασμένα κατά τρόπο που να προσφέρουν εύκολη πρόσβαση σε φίλτρα και άλλα εξαρτήματα που χρειάζονται καθαρισμό ή αντικατάσταση.

6. Όλες οι εγκαταστάσεις υγιεινής στους χώρους τροφίμων πρέπει να διαθέτουν κατάλληλο φυσικό ή μηχανικό εξαερισμό.

7. Οι χώροι τροφίμων πρέπει να διαθέτουν επαρκή φυσικό ή / και τεχνητό φωτισμό.

8. Οι αποχετευτικές εγκαταστάσεις πρέπει να είναι επαρκείς για τον επιδιωκόμενο σκοπό και σχεδιασμένες και κατασκευασμένες με τρόπο που αν μη δημιουργείται κίνδυνος μόλυνσης των τροφίμων.

6. Όπου είναι αναγκαίο, πρέπει να προβλέπονται αποδυτήρια σε επαρκή αριθμό για το προσωπικό.

II. Ειδικές απαιτήσεις για τους χώρους παρασκευής, επεξεργασίας ή μεταποίησης τροφίμων (εξαιρουμένων των τραπεζαριών και των χώρων που ορίζονται στο κεφάλαιο III).

1. Σε χώρους όπου γίνεται παρασκευή, επεξεργασία ή μεταποίηση τροφίμων (εξαιρουμένων των τραπεζαριών):

α) οι επιφάνειες των δαπέδων πρέπει να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και να καθορίζονται και, όπου είναι αναγκαίο, να απολυμαίνονται εύκολα, πράγμα που απαιτεί τη χρήση στεγανών, μη απορροφητικών, μη τοξικών υλικών, τα οποία να πλένονται, εκτός αν οι επιχειρηματίες του τομέα των τροφίμων μπορούν να αποδείξουν στις αρμόδιες αρχές ότι τυχόν άλλα χρησιμοποιηθέντα υλικά είναι κατάλληλα. Όπου αρμόζει, τα πατώματα πρέπει να επιτρέπουν επαρκή αποστράγγιση της επιφάνειας.

β) οι επιφάνειες των τοίχων πρέπει να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και να καθορίζονται και, όπου είναι αναγκαίο, να απολυμαίνονται εύκολα, πράγμα που απαιτεί τη χρήση στεγανών, μη απορροφητικών, μη τοξικών υλικών, τα οποία να πλένονται. Πρέπει επίσης να είναι λείες μέχρι ύψους καταλλήλου για τις εργασίες εκτός εάν οι επιχειρηματίες του τομέα των τροφίμων μπορούν να αποδείξουν στις αρμόδιες αρχές ότι τυχόν άλλα χρησιμοποιηθέντα υλικά είναι κατάλληλα.

γ) οι οροφές ψευδοροφές και ότι είναι στερεωμένο σ' αυτές πρέπει να είναι σχεδιασμένες, κατασκευασμένες και επιστρωμένες έτσι ώστε να μην συσσωρεύονται ρύποι και να περιορίζεται η συμπίκνωση υδρατμών, η ανάπτυξη ανεπιθύμητης μούχλας και η αποκόλληση σωματιδίων,

δ) τα παράθυρα και τα άλλα ανοίγματα πρέπει να σχετίζονται κατά τρόπο που να αποφεύγεται η συσσώρευση ρύπων. Εκείνα τα οποία ανοίγουν προς το ύπαιθρο πρέπει, όπου είναι αναγκαίο, να είναι εφοδιασμένα με δικτυωτά πλέγματα προστασίας από τα έντομα, τα οποία να μπορούν να αφαιρεθούν εύκολα για να καθαριστούν. Όταν το άνοιγμα των παραθύρων μπορεί να προκαλέσει μόλυνση των τροφίμων τα παράθυρα πρέπει να παραμένουν κλειστά και σφραγισμένα κατά τη διάρκεια της παραγωγής,

ε) ο καθαρισμός και όπου είναι αναγκαίο, η απολύμανση των θυρών τρέχει να μπορεί να γίνεται εύκολα. Αυτό απαιτεί να χρησιμοποιούνται λείες και μη απορροφητικές επιφάνειες, εκτός αν οι επιχειρηματίες του τομέα των τροφίμων μπορούν να αποδείξουν στις αρμόδιες αρχές ότι τυχόν άλλα χρησιμοποιηθέντα υλικά είναι κατάλληλα.

στ) οι επιφάνειες (συμπεριλαμβανομένων των επιφανειών εξοπλισμού) που έρχονται σε επαφή με τα τρόφιμα πρέπει να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και να καθαρίζονται και, όπου είναι αναγκαίο, να απολυμαίνονται εύκολα. Αυτό απαιτεί τη χρήση λειών, μη τοξικών υλικών που να πλένονται, εκτός εάν οι επιχειρηματίες του τομέα των τροφίμων μπορούν να αποδείξουν στις αρμόδιες αρχές ότι τυχόν άλλα χρησιμοποιηθέντα υλικά είναι κατάλληλα.

2. Όπου είναι αναγκαίο, προβλέπονται κατάλληλες εγκαταστάσεις για τον καθαρισμό και την απολύμανση των εργαλείων και του εξοπλισμού εργασίας. Οι εγκαταστάσεις αυτές πρέπει να είναι κατασκευασμένες από υλικό ανθεκτικό στη διάβρωση, καθαρίζονται εύκολα και να διαθέτουν επαρκή παροχή ζεστού και κρύου νερού.

3. Όπου αρμόζει, λαμβάνονται κατάλληλα μέτρα για το πλύσιμο των τροφίμων. Κάθε νεροχύτης ή άλλη παρόμοια εγκατάσταση για το πλύσιμο των τροφίμων πρέπει να διαθέτει επαρκή παροχή ζεστού ή / και κρύου πόσιμου νερού, ανάλογα με τις ανάγκες, και να καθαρίζεται τακτικά.

III. Απαιτήσεις για κινητούς ή / και προσωρινούς χώρους (όπως σκηνές πανηγυριών, περίπτερα σε αγορές, οχήματα πώλησης τροφίμων) για χώρους που χρησιμοποιούνται κυρίως ως ιδιωτικές κατοικίες, για χώρους που χρησιμοποιούνται περιστασιακά προς τροφοδοσία και για αυτόματους πωλητές.

1. Οι χώροι και οι αυτόματοι πωλητές πρέπει να είναι κατάλληλα χωροθετημένοι, σχεδιασμένοι και κατασκευασμένοι, να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και καθαροί, ούτως ώστε να αποφεύγεται, κατά το δυνατόν, η μόλυνση των τροφίμων και η παρουσία εντόμων και άλλων επιβλαβών ζώων.

2. Ειδικότερα, και όπου χρειάζεται:

α) προβλέπονται οι κατάλληλες εγκαταστάσεις για τη διατήρηση επαρκούς ατομικής υγιεινής (μεταξύ άλλων, για να μπορούν οι ενδιαφερόμενοι να πλένουν και να στεγνώνουν τα χέρια τους και να εκτελούν τι σωματικές τους ανάγκες με υγιεινό τρόπο, καθώς και κατάλληλα αποδυτήρια),

β) οι επιφάνειες που προέρχονται σε επαφή με τρόφιμα πρέπει να είναι σε καλή κατάσταση και να καθαρίζονται και, όπου είναι αναγκαίο, να απολυμαίνονται εύκολα. Αυτό απαιτεί τη χρήση λειών, μη τοξικών υλικών που να πλένονται, εκτός εάν οι επιχειρηματίες του τομέα των τροφίμων μπορούν να αποδείξουν στις αρμόδιες αρχές τυχόν άλλα χρησιμοποιηθέντα υλικά είναι κατάλληλα,

γ) πρέπει να υπάρχουν κατάλληλα μέσα για τον καθαρισμό και, όπου είναι αναγκαίο, την απολύμανση των σκευών και του εξοπλισμού,

δ) πρέπει να υπάρχουν κατάλληλα μέσα για να διατηρούνται τα τρόφιμα καθαρά,

ε) πρέπει να υπάρχει επαρκής παροχή ζεστού ή / και κρύου πόσιμου νερού,

στ) πρέπει να υπάρχουν κατάλληλες εγκαταστάσεις ή σχετικές διευθετήσεις που διασφαλίζουν την υγιεινή αποθήκευση και διάθεση των τυχόν επικίνδυνων ή / και μη βρώσιμων ουσιών και αποβλήτων, στερεών ή υγρών,

ζ) πρέπει να υπάρχουν κατάλληλες εγκαταστάσεις ή / και σχετικές διευθετήσεις που διασφαλίζουν τη διατήρηση τροφίμων υπό κατάλληλες συνθήκες θερμοκρασίας και για τον έλεγχο αυτών,

η) τα τρόφιμα πρέπει να τοποθετούνται σε χώρους και κατά τρόπο ώστε να αποφεύγεται, κατά το δυνατόν, ο κίνδυνος μόλυνσης.

IV Μεταφορά

1. Τα μεταφορικά οχήματα ή / και οι περιέκτες που χρησιμοποιούν για την μεταφορά τροφίμων πρέπει να διατηρούνται καθαρά, και σε καλή κατάσταση, ώστε να προφυλάσσονται τα τρόφιμα από μολύνσεις, πρέπει δε, όπου είναι αναγκαίο, να είναι σχεδιασμένα και κατασκευασμένα έτσι ώστε να μπορούν να καθαρίζονται ή / και να απολυμαίνονται δεόντως.

2. Τα βυτία στα οχήματα ή / και οι περιέκτες δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά άλλου πράγματος πλην τροφίμων, αν τα άλλα φορτία μπορούν να μολύνουν τα τρόφιμα.

Τα χύδην τρόφιμα σε υγρή κατάσταση, σε κόκκους ή σκόνη πρέπει να μεταφέρονται σε βυτία ή / και περιέκτες / δεξαμενές που χρησιμοποιούνται μόνον για τη μεταφορά τροφίμων. Στους περιέκτες πρέπει να αναγράφεται καθαρά, ευανάγνωστα και ανεξίτηλα, σε μια ή περισσότερες κοινοτικές γλώσσες, ότι χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά τροφίμων ή να υπάρχει η ένδειξη « μόνον για τρόφιμα».

3. Όταν τα μεταφορικά οχήματα ή / και οι περιέκτες χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά άλλων προϊόντων και όχι τροφίμων, ή για τη μεταφορά διαφορετικών ειδών τροφίμων, πρέπει, τα προϊόντα, όπου απαιτείται, να διατηρούνται χωριστά για να προφυλάσσονται από τυχόν μόλυνση.

4. Όταν μεταφορικά οχήματα ή / και περιέκτες έχουν χρησιμοποιηθεί για τη μεταφορά προϊόντων εκτός των τροφίμων ή για τη μεταφορά διαφορετικών ειδών τροφίμων, πρέπει να γίνεται αποτελεσματικός καθορισμός μεταξύ των φορτώσεων ώστε να αποφεύγεται ο κίνδυνος μόλυνσης.

5. Τα τρόφιμα πρέπει να τοποθετούνται μέσα στα μεταφορικά οχήματα ή / και στους περιέκτες και να προστατεύονται κατά τρόπον ώστε να ελαχιστοποιούνται οι κίνδυνοι μόλυνσης.

6. Όπου είναι αναγκαίο, τα μεταφορικά οχήματα ή / και οι περιέκτες που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά τροφίμων πρέπει να έχουν την ικανότητα να τα διατηρούν στην κατάλληλη θερμοκρασία και να είναι σχεδιασμένα έτσι ώστε, αν χρειαστεί, να ελέγχεται το επίπεδο θερμοκρασίας.

V Απαιτήσεις εξοπλισμού

Κάθε αντικείμενο, εγκατάσταση ή εξοπλισμός, με τα οποία έρχονται σε επαφή οι τροφές, πρέπει να διατηρούνται καθαρά και,

α) να κατασκευάζονται και να συντηρούνται έτσι ώστε να ελαχιστοποιείται ο κίνδυνος μόλυνσης των τροφίμων,

β) με εξαίρεση τα δοχεία και τις συσκευασίες μιας χρήσεως, να κατασκευάζονται και να συντηρούνται έτσι ώστε να μπορούν να καθαρίζονται σε βάθος και, όπου είναι αναγκαίο, να απολυμαίνονται, σε βαθμό ικανοποιητικό για τους σκοπούς για τους οποίους προορίζονται,

γ) να είναι εγκαταστημένα κατά τρόπο που να επιτρέπει επαρκή καθαρισμό των πέριξ χώρων.

VI Απορρίμματα τροφών

1. Απορρίμματα τροφών και άλλα απορρίμματα δεν πρέπει να αφήνονται να συσσωρεύονται σε χώρους τροφίμων, παρά μόνο στο βαθμό που αυτό είναι αναπόφευκτο για τη σωστή λειτουργία της επιχείρησης.

2. Τα απορρίμματα τροφίμων και τα άλλα απορρίμματα πρέπει να εναποτίθενται σε περιέκτες που να κλείνουν, εκτός εάν οι επιχειρηματίες του τομέα των τροφίμων μπορούν να αποδείξουν στις αρμόδιες αρχές ότι τυχόν χρησιμοποιηθέντες άλλοι τύποι περιεκτών είναι κατάλληλοι. Αυτοί οι περιέκτες πρέπει να είναι κατάλληλα κατασκευασμένοι, να διατηρούνται σε καλή κατάσταση και εφόσον απαιτείται, να καθορίζονται και να απολυμαίνονται εύκολα.

3. Πρέπει να υπάρχει κατάλληλη πρόβλεψη για την απομάκρυνση και την αποθήκευση απορριμμάτων τροφών ή άλλων απορριμμάτων. Οι χώροι αποθήκευσης απορριμμάτων πρέπει να σχεδιάζονται και να χρησιμοποιούνται κατά τρόπο που να διατηρούνται πάντα καθαροί και να προλαμβάνεται η διείσδυση εντόμων και λοιπών επιβλαβών ζώων, καθώς και η μόλυνση των τροφίμων, του ποσίμου νερού, του εξοπλισμού και των χώρων.

VII Παροχή νερού

1. Πρέπει να υπάρχει επαρκής παροχή πόσιμου νερού, όπως ορίζεται στην Υπουργική Απόφαση Α5/288/23.1.1986 (ΦΕΚ 53/Β/20.2.1986, ΦΕΚ 379/Β/10.6.1986) περί της ποιότητας του πόσιμου νερού

(1). Το πόσιμο αυτό νερό πρέπει να χρησιμοποιείται, ώστε να διασφαλίζεται η μη μόλυνση των τροφίμων.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Δημογραφικά Στοιχεία

1. Φύλο:

Άνδρας	<input type="checkbox"/>	Γυναίκα	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------	---------	--------------------------

2. Ηλικία:

12-15	<input type="checkbox"/>	15-18	<input type="checkbox"/>	18-23	<input type="checkbox"/>	23-30	<input type="checkbox"/>	31-40	<input type="checkbox"/>	41-50	<input type="checkbox"/>	>51	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	-------	--------------------------	-------	--------------------------	-------	--------------------------	-------	--------------------------	-------	--------------------------	-----	--------------------------

3. Ύψος σε (cm):

<150	<input type="checkbox"/>	150-155	<input type="checkbox"/>	155-160	<input type="checkbox"/>	160-165	<input type="checkbox"/>	165-170	<input type="checkbox"/>	170-175	<input type="checkbox"/>	175-180	<input type="checkbox"/>	180-185	<input type="checkbox"/>
185-190	<input type="checkbox"/>	190-195	<input type="checkbox"/>	195-200	<input type="checkbox"/>	200-205	<input type="checkbox"/>	205-210	<input type="checkbox"/>	210-215	<input type="checkbox"/>	215-220	<input type="checkbox"/>	>220	<input type="checkbox"/>

4. Μέσο βάρος σε (Kg):

<40	<input type="checkbox"/>	40-45	<input type="checkbox"/>	45-50	<input type="checkbox"/>	50-55	<input type="checkbox"/>	55-60	<input type="checkbox"/>	60-65	<input type="checkbox"/>	65-70	<input type="checkbox"/>	70-75	<input type="checkbox"/>
75-80	<input type="checkbox"/>	80-85	<input type="checkbox"/>	85-90	<input type="checkbox"/>	90-95	<input type="checkbox"/>	95-100	<input type="checkbox"/>	100-105	<input type="checkbox"/>	105-110	<input type="checkbox"/>	>110	<input type="checkbox"/>

5. Οικογενειακή κατάσταση:

Άγαμος	<input type="checkbox"/>	Έγγαμος	<input type="checkbox"/>	Διαζευγμένος -η	<input type="checkbox"/>	Σε χηρεία	<input type="checkbox"/>
--------	--------------------------	---------	--------------------------	-----------------	--------------------------	-----------	--------------------------

6. Διαμένεται:

Μόνος	<input type="checkbox"/>	Με την οικογένεια σας	<input type="checkbox"/>	Με άλλον -η	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	-----------------------	--------------------------	-------------	--------------------------

7. Έχετε παιδιά:

Ναι	<input type="checkbox"/>	Όχι	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	-----	--------------------------

8. Ο αριθμός παιδιών στην οικογένεια σας είναι:

1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5 και πάνω	<input type="checkbox"/>
---	--------------------------	---	--------------------------	---	--------------------------	---	--------------------------	------------	--------------------------

9. Μορφωτικό επίπεδο:

Μαθητής	<input type="checkbox"/>	Απόφοιτος Λυκείου	<input type="checkbox"/>	Φοιτητής	<input type="checkbox"/>	Ανώτερη - Ανώτατη εκπαίδευση	<input type="checkbox"/>	Μεταπτυχιακά	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	-------------------	--------------------------	----------	--------------------------	------------------------------	--------------------------	--------------	--------------------------

10. Μηνιαίο εισόδημα:

<400€	<input type="checkbox"/>	400€- 700€	<input type="checkbox"/>	700€- 900€	<input type="checkbox"/>	900€- 1200€	<input type="checkbox"/>	1200€-1500€	<input type="checkbox"/>	>1500€	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	------------	--------------------------	------------	--------------------------	-------------	--------------------------	-------------	--------------------------	--------	--------------------------

11. Ποια είναι η μέση συχνότητα αγοράς φαγητού από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης ανά εβδομάδα:

Μία φορά ή λιγότερο Δύο φορές Καμία
 τρεις φορές τέσσερις ή παραπάνω

12. Πόσα χρήματα (σε ευρώ €) διαθέτετε τη φορά κατά μέσο όρο για φαγητό σε εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης;

<5€	<input type="checkbox"/>	5€- 10€	<input type="checkbox"/>	10€- 20€	<input type="checkbox"/>	20€- 30€	<input type="checkbox"/>	30€-50€	<input type="checkbox"/>	50€-100€	<input type="checkbox"/>	>100€	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	---------	--------------------------	----------	--------------------------	----------	--------------------------	---------	--------------------------	----------	--------------------------	-------	--------------------------

Άλλο

<1€	<input type="checkbox"/>	1€- 2€	<input type="checkbox"/>	2€- 3€	<input type="checkbox"/>	3€- 4€	<input type="checkbox"/>	4€-5€	<input type="checkbox"/>
-----	--------------------------	--------	--------------------------	--------	--------------------------	--------	--------------------------	-------	--------------------------

Προφίλ πελάτη

13. Πόσο συχνά:

A/A	Περιγραφή	Καθόλου	Σπάνια	Μέτρια	Συχνά	Πολύ συχνά
		1	2	3	4	5
1	Αγοράζετε φαγητό από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<i>Αναλυτικά:</i>					
	Σνακ;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Σάντουιτς;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Τοστ;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Σουβλάκια;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Μπέργκερ;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Πίτσες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Κρέπες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Τυρόπιτες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Σπανακόπιτες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Λοιπά είδη αρτοποιίας;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Αναψυκτικά;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Μπύρες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Αγοράζετε φαγητό σε πακέτο;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<i>Αναλυτικά:</i>					
	Σουβλάκια;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Μπέργκερ;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Πίτσες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Κρέπες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Πεινιρλί;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Αναψυκτικά;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Μπύρες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Φαγητά διαίτης;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Αγοράζετε φαγητό από καντίνες – κιλικία στο χώρο:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<i>Αναλυτικά:</i>					
	Εργασίας;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Σχολείων – Πανεπιστημίων;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Γραφείων;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Σταδίων;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Αεροδρομίων;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Πλοίων;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A/A	Περιγραφή	Καθόλου	Σπάνια	Μέτρια	Συχνά	Πολύ συχνά
		1	2	3	4	5
	Τραίνων;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Εξωτερικές καντίνες;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Από τους παρακάτω παράγοντες πόσο σας επηρεάζουν στην αγορά φαγητού από εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης:

A/A	Περιγραφή	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
		1	2	3	4	5
1	Είναι πολύ γρήγορο.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Είναι εύκολο να το έχεις.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Δεν είναι ακριβό.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Μου αρέσουν οι γεύσεις.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Μου αρέσει η συσκευασία και η παρουσίαση των γευμάτων.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Μου αρέσουν οι ευανάγνωστες πληροφορίες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Επιδρούν στην υγεία.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Οδηγούν στην παχυσαρκία.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Περιλαμβάνουν πρόσθετες ουσίες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Δεν περιέχουν αρκετά θρεπτικά συστατικά.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Τα τρόφιμα δεν είναι ασφαλή.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	Είμαι πολύ απασχολημένος/η για να μαγειρεύω.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	Δεν μου αρέσει να μαγειρεύω.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Είναι μια απόλαυση για τον εαυτό μου.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Μου αρέσει το περιβάλλον και η γενική εμφάνιση του χώρου.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	Αρέσει στους φίλους μου.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Αρέσει στην οικογένεια μου.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Είναι ένας κοινωνικός τρόπος και χώρος επικοινωνίας με τους φίλους μου.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Είναι χώρος συνάντησης.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Είναι διασκέδαση και ευχαρίστηση.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Είναι μόδα.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Είναι επώνυμο.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Έχουν πολλές θρεπτικές τροφές να προσφέρουν.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	Η καλή φήμη.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Η προβολή και διαφήμιση.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	Το καλό service.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	Το φιλικό, ευχάριστο και ευγενικό προσωπικό.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	Το προσωπικό ακολουθεί μόνο τυποποιημένες εργασίες.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	Το χαμόγελο του προσωπικού είναι ψεύτικο.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

A/A	Περιγραφή	Καθόλου	Λίγο	Μέτρια	Πολύ	Πάρα πολύ
		1	2	3	4	5
30	Βρίσκεται σε κεντρική – κατάλληλη τοποθεσία.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	Έχει εύκολη πρόσβαση σε μέσα μαζικής μεταφοράς (λεωφορεία, ΚΤΕΛ, κλπ).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	Παρέχει εύκολη πρόσβαση, σε όλες τις εγκαταστάσεις, σε άτομα με ειδικές ανάγκες (ΑμΕΑ).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	Διαθέτει χώρο στάθμευσης (Parking).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	Διαθέτει παιδότοπο.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	Η ασφάλεια στον εσωτερικό και εξωτερικό χώρο.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15.Αγοράζετε από τα εστιατόρια γρήγορης εξυπηρέτησης για/όταν:

A/A	Περιγραφή	Καθόλου	Σπάνια	Μέτρια	Συχνά	Πολύ συχνά
		1	2	3	4	5
1	Πρωινό;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Ενδιάμεσο γεύμα (δεκατιανό);	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Μεσημεριανό γεύμα;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Απογευματινό γεύμα;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Βραδινό γεύμα;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Κολατσιό;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Παρακολουθείτε ταινία στην TV;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Παρακολουθείτε αθλητικούς αγώνες στην TV;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Σας επισκέφθηκε φιλική παρέα στο σπίτι;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Άλλο;	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Τι;.....