



**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

«FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ  
ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ»



**Σπουδαστής:** Πετροπούλου Λαμπρινή

**A.M.:** 14254

**Επιβλέπων καθηγητής:** Μπρίνη Δέσποινα

ΑΘΗΝΑ 2014

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΜΕΡΟΣ 1<sup>ο</sup></b> .....	4
<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	4
<b>ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ FRANCHISING</b> .....	5
<b>Ο θεσμός του Franchising</b> .....	8
Franchising και οι βασικοί όροι του.....	8
Προέλευση Franchising .....	8
Franchising σε Ευρώπη και Ελλάδα.....	9
<b>Σύμβαση Franchising και ρόλος τραπεζών</b> .....	10
Συμβατική σύνδεση εντολέα-εντολοδόχου .....	10
Σύμβαση Franchising .....	11
Ρόλος των τραπεζών στο Franchising .....	12
Διακρίσεις Franchising.....	12
<b>Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα του Franchising</b> .....	13
<b>Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα ως προς τον εντολέα και τον εντολοδόχο</b> .....	14
<b>Ανάπτυξη – Εφαρμογή και αξιολόγηση του Franchising</b> .....	15
<b>Αξιολόγηση του Franchising</b> .....	17
<b>Κανονισμοί franchise</b> .....	18
<b>Καθορισμός του Entry Fee και των Royalties</b> .....	20
Τιμή εισόδου (Entry Fee).....	21
Αρχική και συνεχή καθοδήγηση – υποστήριξη.....	22
On – going fees (Royalties ή συνεχή δικαιώματα) .....	23
<b>Συμμετοχή στη διαφήμιση</b> .....	25
<b>Συμπέρασμα</b> .....	25
<b>ΜΕΡΟΣ 2<sup>ο</sup></b> .....	26
<b>Ο αριθμός των φροντιστηρίων από το 1989 μέχρι σήμερα</b> .....	26

## FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ

Ο αριθμός των μαθητών ανά σχολική χρονιά από το 1989 μέχρι σήμερα .....	26
ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΠΛΑΝΟ .....	27
Γιατί φροντιστήριο Πουκαμισάς;.....	29
Διάγραμμα ροής ενεργειών για ένταξη στον Όμιλο.....	38
Franchise στην εκπαίδευση: 14 σημεία έρευνας.....	39
ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΟΡΩΝ .....	41
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	44

## **ΜΕΡΟΣ 1<sup>Ο</sup>**

### **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η διακaiόχρηση (franchising) είναι ένα επιχειρηματικό σύστημα που βασίζεται σε μια σύμβαση συνεργασίας μεταξύ δύο επιχειρήσεων, όπου ο δικαιoπάροχος (δότης, franchisor) παραχωρεί στον δικαιoδόχο (λήπτη, franchisee) έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος το δικαίωμα εκμετάλλευσης ενός πακέτου δικαιoχρησης. Το πακέτο περιέχει δικαιώματα βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας, διαφημιστική κάλυψη και την απαραίτητη τεχνογνωσία με σκοπό την εμπορική προώθηση συγκεκριμένων τύπων προϊόντων/υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες.

Στην εποχή που διανύουμε, η ελάττωση του κύκλου ζωής των προϊόντων/υπηρεσιών, η ένταση του ανταγωνισμού, οι διαγραφόμενες τάσεις συγκεντρωτισμού και η ανάγκη συνεχούς αλλαγής και προβολής δημιουργούν προβλήματα στις παραδοσιακές επιχειρήσεις. Η διακaiόχρηση αποτελεί την πιο σύγχρονη εξέλιξη των συστημάτων διανομής, και είναι αποτέλεσμα της τυποποίησης των αγαθών και υπηρεσιών. Επιτρέπει σε μια μεγάλη επιχείρηση να δημιουργήσει σε σχετικά σύντομο χρονικό διάστημα δίκτυα διανομής για τα προϊόντα της και στους αντισυμβαλλόμενους επιχειρηματίες να αποκομίζουν κέρδη από την εμπορική φήμη, την τεχνογνωσία και το μάρκετινγκ της μεγάλης επιχείρησης.

### ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ FRANCHISING

Η λέξη «franchise» έχει ρίζες από τη γαλλική γλώσσα και σημαίνει προνόμιο ή ελευθερία. Η τεχνική παραχώρησης αδειών εκμετάλλευσης (licensing), η οποία αποτελεί τον πυρήνα του franchising είναι σε χρήση εδώ και αρκετούς αιώνες. Ιστορικά υπήρξαν διάφορα συστήματα με βάση τα οποία παραχωρούνταν δικαιώματα ή εξουσίες αντί καταβολής χρηματικών ποσών. Υπήρξε π.χ. το σύστημα των βαρόνων (baronial system) στην Αγγλία, όπου ο βασιλιάς παραχωρούσε δικαιώματα στους βαρόνους για την είσπραξη των φόρων.

Μια μορφή franchising ήταν και το σύστημα των συντεχνιών που υπήρξε στο Λονδίνο κατά την διάρκεια του 12ο μ.Χ. αιώνα και πολλά άλλα που λειτουργούν μέχρι και σήμερα στην Αγγλία. Εκείνη την εποχή, ο τοπικός ηγεμόνας ή άρχοντας εκχωρούσε το δικαίωμα διεξαγωγής αγορών ή εκθέσεων, λειτουργίας του τοπικού πορθημείου ή κυνηγιού στην περιοχή του. Αυτή η ιδέα επεκτάθηκε στους βασιλείς που παραχωρούσαν ένα franchise για παντός είδους εμπορικές δραστηριότητες όπως κατασκευές δρόμων και παρασκευή μπίρας. Στην πραγματικότητα, ο βασιλιάς εκχωρούσε σε κάποιον το δικαίωμα στο μονοπώλιο για συγκεκριμένο τύπο εμπορικής δραστηριότητας.

Με το πέρασμα του χρόνου οι κανονισμοί των καταστημάτων franchise έγιναν μέρος του Ευρωπαϊκού Εθνικού Δικαίου. Με το πέρασμα αιώνων ο θεσμός του franchising εξελίχθηκε επειδή και οι οικονομίες των κρατών του κόσμου εξελίχθηκαν. Το 1840 στη Γερμανία ορισμένοι μεγάλοι παρασκευαστές μπίρας παραχωρούσαν franchises σε συγκεκριμένες ταβέρνες, εκχωρώντας τους το αποκλειστικό δικαίωμα να πωλούν την μύρα τους. Αυτή ήταν η έναρξη της ιδέας του franchising όπως τη γνωρίζουμε σήμερα.

Το franchising στη σύγχρονη μορφή του εμφανίστηκε για πρώτη φορά στις Η.Π.Α. το 1863 με την εταιρία ραπτομηχανών Singer (Singer Sewing Machine Co.) η οποία αποτέλεσε την πρώτη εμπορική εφαρμογή του franchising. Η Singer υπέγραψε συμβόλαια franchise που ήταν και η αρχή των νέων συμφωνιών franchise.

Μέχρι τα τέλη του 19ου αιώνα το franchising υιοθετήθηκε ως μέθοδος επιχειρηματικής ανάπτυξης από τις βιομηχανίες αυτοκινήτων, όταν η General Motors έκανε συμφωνίες franchise με dealers, μη αλκοολούχων ποτών και φαρμακείων. Περίπου στις αρχές της δεκαετίας του 1930 εφαρμόστηκε και από τις εταιρείες πετρελαιοειδών. Όσπου τον Β΄ Παγκόσμιο πόλεμο έχουμε την εφαρμογή και ανάπτυξη του λεγόμενου Franchising Πρώτης Γενιάς.

Έπειτα το franchising δεύτερης γενιάς (Business format franchising), που ισχύει μέχρι και σήμερα σε μορφή franchising, έκανε την εμφάνισή του μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο λόγω της επιστροφής των εκατομμυρίων αμερικανών στρατιωτικών ανδρών και γυναικών και την μετέπειτα αύξηση των γεννήσεων. Έτσι λόγω της μεγάλης

## FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ

ανάγκης για όλα τα είδη προϊόντων και υπηρεσιών, το franchising ήταν το πιο ιδανικό επιχειρηματικό μοντέλο για την γρήγορη εξάπλωση των ξενοδοχείων / μοτέλ και των βιομηχανιών ταχυφαγίας (fast food). Είναι βέβαια γνωστό πως μερικά από τα πιο γνωστά σήμερα επιχειρηματικά ονόματα άρχισαν να εξελίσσονται με τη μέθοδο του Franchising εκείνη την εποχή. Πρόκειται για τις ακόλουθες εταιρείες:

- ◆ Service Master 1949
- ◆ Holiday Inn 1952
- ◆ Burger King 1954
- ◆ Dunkin' Donuts 1954
- ◆ Mc Donald's 1955
- ◆ Budget Rent a Car 1958

Μέχρι το 1960 η ανάπτυξη του franchising στις Η.Π.Α. ήταν τόσο απότομη και γρήγορη που υπολογιζόταν ότι περίπου 700 συστήματα franchise λειτουργούσαν σε ολόκληρη τη χώρα.

Ένας πολύ σημαντικός αριθμός από επιχειρηματίες εκείνη την εποχή λαμβάνοντας υπόψιν τη μεγάλη ζήτηση και επιτυχία που είχε αυτή η μέθοδος, την επέλεξαν ώστε να αναπτυχθούν και να ενταχθούν στο δίκτυο του franchising. Βέβαια δεν έλειψαν και αυτοί οι οποίοι καταχράστηκαν με δόλιο τρόπο τα λεφτά του κόσμου καθώς και διάφορες εταιρείες με ελλιπές κεφάλαιο και ανίκανους διευθυντές οι οποίοι χρεοκόπησαν, δίνοντας το στίγμα των αποτυχημένων δικαιοδόχων που τα έχασαν όλα.

Από πλευράς βιομηχανίας, ιδρύθηκε το 1960 ο Διεθνής Οργανισμός Franchise (International Franchise Association) με απώτερο στόχο να αναβαθμίσει ολόκληρη τη βιομηχανία. Η IFA παρέχει εκπαίδευση σε όλες τις μορφές franchising στοχεύοντας σε μεγάλο βαθμό στον επαγγελματισμό της βιομηχανίας. Τα μέλη της IFA οφείλουν να συμμορφώνονται με τον Κώδικα Δεοντολογίας της που εξασφαλίζει υψηλό επίπεδο. Η IFA βρίσκεται σε στενή συνεργασία με το Κογκρέσο και την Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου (Federal Trade Commission), με στόχο να βελτιώσει τον τρόπο με τον οποίο η βιομηχανία σχετίζεται με τους δικαιοδόχους.

Την δεκαετία του 1950 στην Γαλλία έκανε την εμφάνιση του στην Ευρώπη για πρώτη φορά το franchising και μέχρι και σήμερα θεωρείται η καρδιά και η ψυχή του ευρωπαϊκού franchising. Τα πρώτα δίκτυα franchising που εμφανίστηκαν τότε ήταν:

- ◆ Simone Mahler 1950
- ◆ Natalys 1953
- ◆ Roche Bobois 1960

## **FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ**

### ◆ Prenatal 1963

Όμως, η ευρεία είσοδος του franchising στην ευρωπαϊκή αγορά χρονολογείται στις αρχές τις δεκαετίας του 1970.

## **Ο θεσμός του Franchising**

### **Franchising και οι βασικοί όροι του**

Είναι ένα σύστημα συνεργασίας μεταξύ δύο επιχειρήσεων οι οποίες συμφωνούν όπως η μια απ' αυτές δώσει στην άλλη, έναντι μιας πάγιας πληρωμής και ποσοστών, το δικαίωμα να εκμεταλλεύονται με βάση καθορισμένου όρους, το εμπορικό σήμα ή το όνομα.

Στη σύμβαση καθορίζεται επίσης η παρεχόμενη βοήθεια ή και άλλες υπηρεσίες για τη διευκόλυνση της διεξαγωγής των εργασιών.

Κάποιοι βασικοί παράγοντες που πρέπει να ισχύουν είναι οι:

#### **Εντολέας**

Είναι, κατά κανόνα μια μεγάλη επιχείρηση με καλό όνομα, κύρος και ευρεία τεχνογνωσία, η οποία επιθυμεί να διευρύνει το μερίδιό της στην αγορά χωρίς να προβεί σε μεγάλες δαπάνες επενδύσεων

#### **Εντολοδόχος**

Είναι το φυσικό ή νομικό πρόσωπο με κάποια ευχέρεια διαθέσιμου κεφαλαίου (ή κεφαλαίων), το οποίο επιθυμεί να διοικεί την επιχείρηση του και να διεξάγει τις εργασίες υπ' ευθύνη του αλλά με τη συνδρομή του εντολέα. Καθορίζεται επιπρόσθετα η

#### **Πάγια αμοιβή**

που είναι το ποσό που καταβάλλει ο εντολοδόχος για την ένταξή του στον όμιλο των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων. Επίσης ρυθμίζεται μια ποσοστιαία αμοιβή σύμφωνα με την οποία ο εντολοδόχος είναι υποχρεωμένος να καταβάλλει περιοδικά στον εντολέα έναντι της συνδρομής του τελευταίου και για την εκμετάλλευση των εμπορικών σημάτων του ομίλου. Η αμοιβή αυτή αποτελεί γενικά ένα ποσοστό επί του κύκλου εργασιών.

### **Προέλευση Franchising**



Το Franchising προήλθε από τις ΗΠΑ, η πρώτη εταιρεία που οργάνωσε το Franchising ήταν η “SINGER” εταιρεία ραπτομηχανών.

Αργότερα το Franchising εξαπλώθηκε σε όλους τους κλάδους αυτοκινήτων (τεχνική συντήρηση, επισκευές, Service κλπ.) και στους κλάδους ξενοδοχείων, μπουτίκ, διαφήμισης, λογιστικών υπηρεσιών, τον κλάδο τροφίμων κλπ.

Ιδιαίτερη στροφή προς το Franchising έγινε μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο ως αποτέλεσμα των περιστάσεων που επικρατούσαν τότε, δηλαδή της ανάπτυξης της μαζικής παραγωγής σε συνδυασμό με την έλλειψη δικτύων διανομής και των ανάλογων οικονομικών μέσων για τις απαιτούμενες επενδύσεις.

### **Franchising σε Ευρώπη και Ελλάδα**

Το FR μεταφέρεται και στην Ευρώπη.

Διευθετήσεις του τύπου Franchising στην Ευρώπη εφαρμόζονται κυρίως από αμερικανικές επιχειρήσεις, ενώ οι ευρωπαϊκές είναι πολύ λίγες.

Οι προοπτικές του συστήματος Franchising για την Ευρώπη εξαρτώνται από διάφορους παράγοντες όπως:

1. Στα Ευρωπαϊκά νομικά και άλλα μέτρα που τείνουν στην υπερπροστασία του εντολοδόχου.
2. Στο σύστημα που μπορεί να μην κινεί πλέον το ενδιαφέρον των εντολέων.

Στην Ελλάδα έχουμε πολλά παραδείγματα διεθνών ρυθμίσεων Franchising σε ότι αφορά τη χρήση και εκμετάλλευση ξένων σημάτων μεγάλων διεθνών εταιρειών διαθέσεως προϊόντων και υπηρεσιών.

Σημαντικό ρόλο στην περιορισμένη χρησιμοποίηση του FR στην Ευρώπη και στην Ελλάδα παίζει το γεγονός ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα θεωρείται επιτυχής όταν αυξάνει η περιουσία της επιχειρήσεως και όχι τόσο όταν αυξάνει ο κύκλος εργασιών της πράγμα που αντιβαίνει στην ανάπτυξη του συστήματος Franchising.

Υπάρχει συμβατική σύνδεση μεταξύ εντολέα-εντολοδόχου η οποία επιφέρει ορισμένα δικαιώματα αλλά και κάποιες υποχρεώσεις, που η συμβατική σύνδεση επιβάλλει στον εντολέα να είναι:

1. διαθέτει στον εντολοδόχο:
    - ◆ μεθόδους εργασίας
    - ◆ εμπορικά σήματα
    - ◆ σύμβολα προϊόντων
  2. παρέχει στον εντολοδόχο:
    - ◆ τεχνογνωσία στον τομέα διοίκησης
    - ◆ τεχνογνωσία στον τομέα εμπορίας
    - ◆ τεχνογνωσία στον τομέα διαφήμισης
    - ◆ τεχνογνωσία στον τομέα χρηματοοικονομικής διαχείρισης
- Ενώ οι κύριες υποχρεώσεις του εντολοδόχου είναι:
- ◆ να χρηματοδοτεί τις απαραίτητες επενδύσεις.
  - ◆ να ταυτίζεται με τους όρους της σύμβασης συνεργασίας.
  - ◆ να τηρεί τις οικονομικές του υποχρεώσεις.

### **Σύμβαση Franchising και ρόλος τραπεζών**

#### **Συμβατική σύνδεση εντολέα-εντολοδόχου**

Η βασική συμφωνία Franchising μεταξύ του εντολέα και του εντολοδόχου παίρνει πάντοτε τη μορφή γραπτής ιδιωτικής σύμβασης και ρυθμίζεται με τον εξής τρόπο.

Τι περιλαμβάνει μια σύμβαση Franchising:

- \* Μέθοδο πληρωμής αρχικής και ποσοστιαίας αμοιβής
- \* Διάρκεια σύμβασης/ημερομηνίας λήξης
- \* Όροι και δυνατότητα ανανέωσης
- \* Δικαίωμα αποκλειστικότητας εντολοδόχου για τη συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή

Όροι επέκτασης για τον εντολοδόχο

- \* Όροι καταγγελίας σύμβασης
- \* Τρόπος εκκαθάρισης της συνεργασίας ανάλογα με τη συμβολή των μερών συνεργασίας

- \* Ειδικές διατάξεις σχετικά με τις αγορές εμπορευμάτων, τους προμηθευτές και τα διάφορα είδη εμπορευμάτων
- \* Πως θα μεταφερθούν τα εμπορεύματα ιδιοκτησίας του εντολέα
- \* Όροι πληρωμής των αγοραζομένων εμπορευμάτων
- \* Υπηρεσίες που προσφέρονται από τον εντολέα στον εντολοδόχο
- \* Καθήκοντα του εντολοδόχου προς τον εντολέα σε ότι αφορά την παροχή στοιχείων σχετικά με την επιχείρηση.

### **Σύμβαση Franchising**

Υπάρχουν κάποιοι ρυθμιστικοί κανόνες όπως:

#### **A. Τι γίνεται πριν την ισχύ της σύμβασης Franchising;**

Ο εντολέας σιγουρεύεται ότι το προσωπικό του εντολοδόχου είναι κατάλληλα εκπαιδευμένο και αν αυτό δεν συμβαίνει ο εντολέας είναι υποχρεωμένος να βοηθήσει στη σχετική εκπαίδευση.

#### **B. Τι γίνεται κατά τη διάρκεια της σύμβασης;**

Ο εντολέας θα παρέχει στους εντολοδόχους, του κάθε αναγκαία συνδρομή στον τομέα της πληροφόρησης, σε όλα τα θέματα συνεργασίας μέσω ικανών και υπεύθυνων συνδέσμων.

#### **Τι γίνεται πριν την υπογραφή της σύμβασης;**

- \* Ο εντολέας παρέχει στον εντολοδόχο πλήρη ενημέρωση για τις έρευνες αγοράς, την κατάσταση του ανταγωνισμού, τα στοιχεία Marketing και τις προοπτικές της περιοχής όπου ο εντολοδόχος θα αναπτύξει την επιχειρηματική του δραστηριότητα.
- \* Ο εντολέας δίνει στον εντολοδόχο κάθε συνδρομή για τον κατάλληλο εξοπλισμό και τις εγκαταστάσεις της επιχείρησης.
- \* Ο εντολέας θα αξιολογήσει με ακρίβεια το ύψος των αναγκαίων επενδύσεων σε εξοπλισμό, υλικά και αποθέματα εμπορευμάτων και θα ενημερώσει σχετικά τον εντολοδόχο.

#### **Τι γίνεται με τη λύση της σύμβασης;**

Ο εντολοδόχος παύει αμέσως να χρησιμοποιεί τα εμπορικά σήματα και τα μοντέλα ή πρότυπα που συνδέονται με τα σήματα αυτά.

### **Ρόλος των τραπεζών στο Franchising**

Οι περισσότερες συμβάσεις Franchising δεν προβλέπουν οικονομικές παροχές από τον εντολέα και ο εντολοδόχος δεν έχει συνήθως ικανά κεφάλαια για τη χρηματοδότηση των επενδύσεων του και το κεφάλαιο κίνησης.

Η τράπεζα λοιπόν, έχει κάθε λόγο και συμφέρον να προσελκύσει ως πελάτες τόσο τους εντολείς όσο και τους εντολοδόχους ομίλων καταστημάτων.

Από τους εντολείς η τράπεζα προσδοκά την ανάπτυξη σχέσεων πλήρους συνεργασίας σε όλους τους τομείς τραπεζικών εργασιών. Όπως καταθέσεις, κίνηση κεφαλαίων, απλές μεσολαβητικές εργασίες, χορηγήσεις εμπορικών πιστώσεων και δανείων.

Οι εντολοδόχοι οι οποίοι αν και είναι μικρότεροι για την τράπεζα πελάτες, έχουν δυνατότητες ανάπτυξης τις οποίες μπορεί να εξασφαλίσει η εμπορικότητα των πωλουμένων προϊόντων ή υπηρεσιών η επιτυχημένη στρατηγική και τακτική του ομίλου, η καλή διοίκηση και διαχείριση σύμφωνα με τα πρότυπα του ομίλου.

### **Διακρίσεις Franchising**

Το Franchising διακρίνεται με:

#### **A. Βάση τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες ως εξής:**

##### **1. ΔΙΑΝΟΜΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ**

Πώληση του προϊόντος του εντολέα στις τοπικές αγορές εντολοδόχων χωρίς επιπλέον επεξεργασία.

##### **2. ΔΙΑΝΟΜΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**

#### **B. Με βάση το είδος των αποκλειστικών δικαιωμάτων:**

##### **1. FRANCHISING ΚΑΤΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ**

Ο εντολέας παρέχει αποκλειστικά δικαιώματα Franchising για μια ορισμένη γεωγραφική περιοχή στον εντολοδόχο.

Ο εντολοδόχος εδώ έχει την ευχέρεια να αναθέσει δικαιώματα και σε άλλους τοπικούς υπό-εντολοδόχους για τους οποίους ενεργεί ως εντολέας.

### 2. FRANCHISING ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ

Παρόμοιο με το franchising κατά γεωγραφική περιοχή με τη διαφορά ότι δεν υπάρχει η ευχέρεια διορισμού υπό-εντολοδόχων.

### 3. FRANCHISING ΚΙΝΗΤΟ

Αποκλειστικά δικαιώματα για ορισμένα προϊόντα ή υπηρεσίες που πωλούνται από όχημα το οποίο ενοικιάζεται από τον εντολοδόχο.

### 4. FRANCHISING ΑΤΟΜΙΚΟ

Περιορίζεται σε ένα φυσικό ή νομικό πρόσωπο .

Η επιμελής εφαρμογή και επιτυχία του συνιστάται στο ότι και σε διάκριση με βάση τον επενδυτή.<sup>1</sup>

◆ Κοινή ιδιοκτησία εντολέα/εντολοδόχου.\*

◆ Κοινή διοίκηση

Επένδυση από τον εντολέα και διοίκηση από τον εντολοδόχο.

◆ Μίσθωση.

Ο εντολέας μισθώνει τους χώρους και εμπιστεύεται τον εντολοδόχο για τη διοίκηση.

### **Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα του Franchising**

Όπως κάθε νόμισμα έχει δύο όψεις έτσι και το FR διακρίνουμε πλεονεκτήματα;

+ Δημιουργία αλυσίδας διανομής με περιορισμένο κόστος.

+ Δυνατότητα για ουσιαστική και γρήγορη αύξηση του κύκλου εργασιών.

+ Βελτίωση σημαντική στην απόδοση των ίδιων κεφαλαίων.

+ Δημιουργία ισχυρής οικονομικής θέσης έναντι του εντολοδόχου λόγω οικονομικής υπεροχής.

---

<sup>1</sup> Διάκριση σύμφωνα με τις σχέσεις των συνεργατών.

1. Λιανοπωλητής-Χονδρέμπορος
2. Λιανοπωλητής-Παραγωγός (κατασκευαστής)
3. Χονδρέμπορος-Παραγωγός

Και η άλλη όψη, τα μειονεκτήματα:

- Μια ανωμαλία στην εξέλιξη μιας ή περισσότερων επιχειρήσεων που ανήκουν στην αλυσίδα Franchising του εντολέα, υπονομεύουν το κύρος του εντολέα.
- Δυσκολία για τον εντολέα στον έλεγχο των εντολοδόχων παρά τα ιδιόκτητα καταστήματα.
- Ο εντολέας περιορίζεται στην παροχή οδηγιών προς τους εντολοδόχους χωρίς να μπορεί να τις επιβάλλει ή να ελέγξει για την εφαρμογή τους.

### **Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα ως προς τον εντολέα και τον εντολοδόχο**

Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα επεκτείνονται και στους εντολοδόχους ως εξής:

#### **ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ**

- + Ο εντολοδόχος εξακολουθεί αν έχει την ιδιοκτησία και διοίκηση της επιχείρησης του.
- + Δυνατότητα περιορισμού του αναγκαίου κεφαλαίου κίνησης του.
- + Βοήθεια ειδικών για τις πωλήσεις και την ανάπτυξη των εργασιών του.
- + Αξιοποιεί τα εμπορικά σήματα του ομίλου, για προσέλκυση πελατείας.
- + Αγοράζει τα εμπορεύματα του σε καλύτερες τιμές μέσω των μαζικών αγορών του εντολέα.
- + Εξασφαλίζει πιστώσεις ευκολότερα με τη συμμετοχή του στον όμιλο επιχειρήσεων.

#### **ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ**

- Εξάρτηση από τον εντολέα για την τεχνογνωσία, το κύρος και το όνομά τους στην αγορά.
- Δεν έχει δικαιώματα αποκλειστικότητας στην περιοχή του για τα πωλούμενα προϊόντα του ομίλου.
- Υποχρεωμένος να συμμορφώνεται με τους όρους του εντολέα.
- Έχει νομική ανεξαρτησία αλλά αυτή δεν πρέπει να συγχέεται με την οικονομική ανεξαρτησία.

– Οι συμβάσεις γίνονται συνήθως με προσανατολισμό προστασίας του εντολέα.

### **Ανάπτυξη – Εφαρμογή και αξιολόγηση του Franchising**

#### **Ανάπτυξη Franchising**

- 1. Προσδιορισμός θέλησης και ικανότητα για ανάπτυξη Franchising**
- 2. Καθορισμός στόχου**
- 3. Πρώτος προϋπολογισμός**
- 4. Έρευνα αγοράς**
- 5. Μελέτη σκοπιμότητας**
- 6. Προετοιμασία**
- 7. Δοκιμή**
- 8. Προσέλκυση / Αξιολόγηση**
- 9. Ξεκίνημα**
- 10. Συνεχής έλεγχος**

Τα θεμέλια πάνω στα οποία θα χτιστεί ένα Franchise είναι η όρεξη και η ικανότητα του ιδρυτή και των στελεχών του, όχι μόνο να δουλεύουν με άλλους ανθρώπους, αλλά και να τους καθοδηγήσουν και να τους βοηθήσουν να επιλύουν τα προβλήματά τους.

Ένα Franchise βασίζεται αποκλειστικά στην καλή πίστη και τη συνεργασία και πολύ λίγο σε ιεραρχικές σχέσεις που επικρατούν μέσα σε μια «κοινή» επιχείρηση.

Θα πρέπει να αποφασισθεί ο στόχος προς τον οποίο θα κινηθεί η ανάπτυξη του Franchise το είδος, ο τόπος και το μέγεθος.

Υπολογισμοί για το τι θα κοστίσει το στήσιμο ενός Franchise – έξοδα οργάνωσης, τυποποίησης προϊόντων και διαδικασιών, πιθανώς νέες προσλήψεις και τι θα αποφέρει.

Το επόμενο στάδιο είναι η εκπόνηση μιας έρευνας αγοράς, με σκοπό τον καθορισμό του που ακριβώς στέκεται στην αγορά το σχεδιασμένο Franchise και τι είδους ανταγωνισμό θα αντιμετωπίσει.

## FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ

Στην αρχή με πρόχειρους υπολογισμούς και κατόπιν με εμπειριστατωμένες αναλύσεις αγοράς και των οικονομικών στοιχείων ότι το υπό ανάπτυξη Franchise θα είναι βιώσιμο δηλαδή κερδοφόρο για την επιχείρηση Franchise και τους εντολοδόχους.

Περιλαμβάνει τον προσδιορισμό του κέρδους, τις ανάγκες για χρηματοδότηση και σε τελική ανάλυση τη βιωσιμότητα και τη σκοπιμότητα της ανάπτυξης του Franchise.

Όπως κάθε εμπορική συνεργασία έτσι και η συνεργασία Franchise βασίζεται στο αμοιβαίο κέρδος.

Συνεπώς η μελέτη βιωσιμότητας και σκοπιμότητας του Franchise δεν έχει ολοκληρωθεί, αν δεν αποδειχθεί η βιωσιμότητα και η σκοπιμότητα της επένδυσης και για τον Franchise.

Η ανάπτυξη ενός σωστού Franchise απαιτεί την κατάλληλη προετοιμασία. Για να γίνει κάτι τέτοιο θα πρέπει να οργανωθεί το Franchise προσλαμβάνοντας το αναγκαίο – πιθανώς εξειδικευμένο προσωπικό και να ετοιμαστεί το εγχειρίδιο με βάση το οποίο θα λειτουργούν ο εντολέας και οι εντολοδόχοι, το εγχειρίδιο θα είναι το θεμέλιο για το Franchise.

Το εγχειρίδιο θα πρέπει να καλύπτει θέματα όπως:

1. Marketing
2. Καθημερινή λειτουργία
3. Σχέσεις με πελάτες
4. Τρόπο τήρησης λογιστικών βιβλίων
5. Προσωπικό
6. Σχετική νομοθεσία
7. Αμοιβαία δικαιώματα και υποχρεώσεις εντολέα και εντολοδόχων.

Στα πλαίσια της προετοιμασίας είναι και ο τρόπος με τον οποίο θα εκπαιδευτούν οι εντολοδόχοι και το προσωπικό τους, όχι μόνο στο ξεκίνημα αλλά και στη συνέχεια.

Σε αυτή την περίπτωση θα πρέπει το σχεδιασμένο Franchise να δοκιμαστεί και μόνο αφού περάσει το τεστ αυτό της δοκιμής με επιτυχία, να βγει στον αέρα.



## **FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ**

Η δοκιμή θα πραγματοποιηθεί από τα καταστήματα πλότους, χωρίς καμία παρέκκλιση, όπως αναφέρεται στο εγχειρίδιο που θα δοθεί στους εντολοδόχους.

Με επιβεβαιωμένη την αποτελεσματικότητα του Franchise και από την δοκιμή, μπορεί ο εντολέας να απευθυνθεί στον ευρύ επιχειρηματικό κόσμο και να προσελκύσει εντολοδόχους.

Είναι πολύ σημαντικό, κατά την διάρκεια της επιλογής ο υποψήφιος εντολοδόχος να γνωρίζει καλά το Franchise και ο εντολέας εκείνον.

Με τους κατάλληλους ανθρώπους το Franchise μπορεί πια να ξεκινήσει. Το αν το δίκτυο Franchise θα λειτουργεί αποδοτικά και θα αναπτύσσεται, εξαρτάται από τον καλό έλεγχο του. Ένα δίκτυο Franchise αφημένο στην τύχη του, στην καλύτερη περίπτωση θα μείνει στάσιμο. Στη χειρότερη θα δημιουργήσει μεγάλα οικονομικά προβλήματα και προστριβές ή και δικαστικές διαμάχες για τον εντολέα και τους εντολοδόχους.

Αντίθετα ένα δίκτυο που θα βρίσκεται υπό συνεχή έλεγχο και αξιολόγηση, που θα ανανεώνει τα προϊόντα του και θα βελτιώνει και αναπτύσσει τις σχέσεις μεταξύ των εντολοδόχων της εταιρίας, δεν μπορεί παρά να ευδοκιμήσει.

### **Αξιολόγηση του Franchising**

Προσέγγιση του θέματος του FR καταδεικνύει πόσο επικερδής είναι η εφαρμογή του και τι αναμένουμε μελλοντικά.

Με την ολοκλήρωση της ανάπτυξης του θεσμού στο εξωτερικό και κυρίως στις ΗΠΑ, την λειτουργική εφαρμογή του στο χώρο του λιανικού εμπορίου, καθώς και την εφαρμογή του τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα, από επιχειρήσεις που έχουν να δείξουν επιτυχημένα αποτελέσματα. Θα λέγαμε ότι το Franchising αποτελεί μια ευφυή μορφή επιχειρηματικής συνεργασίας, με πλεονεκτήματα για τους αμφοτέρους συμβαλλομένους.

Οι ιδιαιτερότητες της Ελληνικής αγοράς θα υποστηρίζαμε ότι επιβάλλουν την ανάπτυξη τους, γιατί το Franchising είναι πραγματικά ο πιο αποτελεσματικός, ποιοτικά και αποδοτικά τρόπος, για να αναπτυχθεί μια δραστηριότητα. Ντόπιες ή ξένες μελέτες, καθώς και η εφαρμογή του από τις ελληνικές επιχειρήσεις, δείχνουν την πολύ καλή προοπτική ανάπτυξης του, γενικότερα στο χώρο παροχής υπηρεσιών.

Συμπερασματικά λοιπόν, μπορούμε να καταλήξουμε στις εξής βασικές διαπιστώσεις:

Η Ελληνική Αγορά θα χαρακτηρίζεται από έντονη κινητικότητα γύρω από την πρακτική του Franchising, καθώς ολοένα ή περισσότερες επιχειρήσεις θα αντιλαμβάνονται τα πλεονεκτήματά της, προβλέποντας σ' αυτή για ανάπτυξη ή επιτυχή αντιμετώπιση του ανταγωνισμού της Ενιαίας Ευρωπαϊκής αγοράς. Αποτέλεσμα της κινητικότητας αυτής μπορεί να αποτελέσει, η επίδραση στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, το οποίο δεν έχει αντιμετωπίσει ακόμη σε οργανωμένη βάση τη χρηματοδοτική υποστήριξη του Franchising, σε αντίθεση με την ευρωπαϊκή τραπεζική πρακτική που έχει περιβάλλει το θεσμό με έντονο ενδιαφέρον ή ιδιαίτερη προσοχή. Τούτο μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη μιας πιο συγκροτημένης κι οργανωμένης προσπάθειας από την μεριά των επιχειρήσεων καθώς και την θέσπιση ειδικού νομοθετικού πλαισίου, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι υφίσταται αυτή η ανάγκη, για τον λόγο ότι αρκεί μια προσεκτική ή εξειδικευμένη τεχνική επεξεργασία των στοιχείων που περιλαμβάνονται στις συμβάσεις, και ρυθμίζουν τις σχέσεις των συμβαλλομένων μερών.

### **Κανονισμοί franchise**

Η προσφορά και η πώληση ενός franchise ρυθμίζονται τόσο από πολιτειακούς όσο και από ομοσπονδιακούς νόμους. Στο ομοσπονδιακό επίπεδο, τα ελάχιστα πρότυπα υποχρέωσης πληροφόρησης καθορίζονται από τον Κανόνα 436 της Ομοσπονδιακής Επιτροπής Εμπορίου. Ο Κανόνας, με επίσημη ονομασία, «Απαιτήσεις Υποχρέωσης πληροφόρησης και Απαγορεύσεις Σχετικά με το Franchising και τις Επιχειρηματικές Ευκαιρίες», τέθηκαν σε ισχύ τον Οκτώβριο του 1979. Ακολουθεί μια σύντομη περιγραφή του Κανόνα, όπως παρέχεται από την σελίδα Internet της Ομοσπονδιακής Επιτροπής Εμπορίου:

1. Βασική Απαίτηση: Οι δικαιοπάροχοι πρέπει να προμηθεύσουν στους πιθανούς δικαιοδόχους γραπτά κείμενα που θα παρέχουν σημαντικές πληροφορίες για τον δικαιοπάροχο, την επιχείρηση franchise, και να τους δώσουν τουλάχιστον δέκα εργάσιμες ημέρες για εξέταση πριν την επένδυση.

2. Υποχρέωση Πληροφόρησης: Οι δικαιούχοι ίσως χρειαστεί να παρέχουν τις απαιτούμενες πληροφορίες ακολουθώντας είτε τη μορφή γνωστοποίησης του Κανόνα είτε τις Κατευθυντήριες Γραμμές Εγκυκλίου Προσφοράς Ομοιόμορφου Franchise (Uniform Franchise Offering Circular Guidelines) που έχει ετοιμαστεί από τους νομικούς αξιωματούχους του κράτους για το franchise.
3. Κάλυψη: Ο Κανόνας πρωταρχικά καλύπτει τα franchise με επιχειρηματική μορφή, τα franchises προϊόντων και τις επιχειρηματικές ευκαιρίες σχετικά με μηχανήματα πώλησης ή ραφιών παρουσίασης.
4. Μη Υποβολή: Ο Κανόνας απαιτεί μόνο υποχρέωση πληροφόρησης. Αντίθετα με τους πολιτειακούς νόμους περί υποχρέωσης γνωστοποίησης, δεν απαιτείται καμία καταγραφή, υποβολή δικαιολογητικών, αναθεώρηση ή έγκριση των όποιων υποχρεώσεων πληροφόρησης, διαφημίσεων ή συμφωνιών από την Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου.
5. Αποκαταστάσεις: Ο Κανόνας είναι ένας κανόνας εμπορικής ρύθμισης με πλήρη ισχύ και επίδραση στο ομοσπονδιακό δίκαιο. Τα δικαστήρια έχουν αποφασίσει ότι μπορεί να εφαρμοστεί μόνο από την Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου, όχι από ιδιωτικά μέρη. Η Ομοσπονδιακή Επιτροπή Εμπορίου ίσως επιδιώξει διατάξεις λήψης περιοριστικών μέτρων, ποινικές κυρώσεις και κατανωτική επανόρθωση για παραβιάσεις.
6. Σκοπός: Ο Κανόνας έχει σχεδιαστεί για να διευκολύνει τους επίδοξους δικαιούχους να προστατεύονται πριν επενδύσουν παρέχοντάς τους πληροφορίες ουσιαστικές για την αξιολόγηση των ενδεχόμενων κινδύνων και οφελών, για τις ουσιαστικές συγκρίσεις με άλλες επενδύσεις, και για περαιτέρω διερεύνηση της ευκαιρίας franchise.

Επιπλέον, 15 πολιτείες έχουν απαιτήσεις υποχρέωσης πληροφόρησης πριν από την πώληση οι οποίες επηρεάζουν την προσφορά και πώληση ενός franchise. Οι διευθύνσεις των κρατικών υπηρεσιών που ασχολούνται με τους νόμους υποχρέωσης πληροφόρησης στο franchise μπορούν να βρεθούν στην σελίδα της Ομοσπονδιακής Επιτροπής Εμπορίου στο [www.ftc.gov/bcp/franchise/netdiscl.htm](http://www.ftc.gov/bcp/franchise/netdiscl.htm) .

Ένα έγγραφο που ονομάζεται **Εγκύκλιος Προσφοράς Ομοιόμορφου Franchise (UFOC)** παρέχει την αποδεκτή μορφή για την ικανοποίηση των απαιτήσεων υποχρέωσης πληροφόρησης franchise της Ομοσπονδιακής Επιτροπής Εμπορίου. Η

## FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ

αρχική μορφή της UFOC τροποποιήθηκε το 1993 από τον δημιουργό της, την North American Securities Administrators' Association (NASAA). Με ισχύ από την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου 1996, όλοι οι franchisors που χρησιμοποιούν τη μορφή υποχρέωσης πληροφόρησης της UFOC πρέπει να συμμορφώνονται με τις νέες τροποποιήσεις. Τα σημεία που καλύπτονται στην UFOC καταγράφονται στον Πίνακα 1.

1. Ο δικαιούχος, οι προκάτοχοί του και οι συνεργάτες του	14. Ευρεσιτεχνίες και δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας
2. Επιχειρηματική εμπειρία	15. Υποχρεώσεις συμμετοχής στην πραγματική λειτουργία της επιχείρησης franchise
3. Δίκες	16. Περιορισμοί στα αγαθά και τις υπηρεσίες που μπορεί να πουλήσει ο franchisee
4. Πτώχευση	17. Ανανέωση, λήξη, μεταβίβαση και επίλυση διαφορών
5. Αρχική πληρωμή του franchise	18. Δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία
6. Άλλες αμοιβές	19. Αξιώσεις κερδών
7. Αρχική επένδυση	20. Κατάλογος καταστημάτων
8. Περιορισμοί στους πόρους των προϊόντων και υπηρεσιών	21. Οικονομικές καταστάσεις
9. Υποχρεώσεις του Δικαιοδόχου	22. Συμβάσεις
10. Χρηματοδότηση	23. Απόδειξη
11. Υποχρεώσεις του Δικαιούχου	
12. Περιοχή	
13. Εμπορικά σήματα	

Πίνακας 1

Πηγή: από το υλικό της NASAA

Η υποχρέωσης πληροφόρησης της UFOC πρέπει να συμπεριλαμβάνει πληροφορίες για μια σειρά στοιχείων, συμπεριλαμβανομένων του ιστορικού δικών και πτώχευσης, των απαιτήσεων επένδυσης, και των όρων οι οποίοι θα μπορούσαν να επηρεάσουν την ανανέωση, τον τερματισμό ή την πώληση του franchise.

### Καθορισμός του Entry Fee και των Royalties

Η βασική ιδέα του Franchise είναι απλή – και οι δύο πλευρές πρέπει να κερδίσουν. Όχι όμως ο ένας εις βάρος του άλλου. Η επίτευξη του σκοπού αυτού, δεν είναι εύκολη υπόθεση. Και οι δύο πλευρές (δικαιούχος και δικαιοδόχος) πρέπει να αποκομίσουν αμοιβαίο όφελος από τη συμμετοχή τους στο σύστημα ανάπτυξης franchising.

Για τον δικαιούχο δεν έχει σημασία μόνο το κέρδος καθ' αυτό. Πρέπει να έχει ικανοποιητικά έσοδα, έτσι ώστε να είναι σε θέση να παρέχει όλη την απαραίτητη

υποστήριξη, για την οποία δεσμεύτηκε, με την υπογραφή της σύμβασης δικαιόχρησης.

Ας δούμε την περίπτωση, κατά την οποία ο δικαιοπάροχος ορίζει την τιμή εισόδου ή εφ' άπαξ πληρωμή (entry fee) στο δίκτυο franchise.

Η μετατροπή μιας επιχείρησης σε σύστημα λειτουργίας με franchising μπορεί να είναι μια χρονοβόρα και πολυέξοδη διαδικασία για τον δικαιοπάροχο, σε βραχυπρόθεσμο ορίζοντα.

Πιο συγκεκριμένα, ο δικαιοπάροχος έχει να αντιμετωπίσει διάφορα έξοδα όπως: Συμβουλευτικές υπηρεσίες από ειδικευμένους συμβούλους franchise, δικηγόρους, λογιστές και φοροτεχνικούς, διαφημιστές, αρχιτέκτονες κ.λπ.

Θα πρέπει να επενδύσει σε χρόνο και χρήμα, στην προετοιμασία και την εκπαίδευση των δικαιοδόχων, εξασφαλίζοντας έτσι την βιωσιμότητα της επιχείρησής του. Θα πρέπει να έχει εξασφαλίσει τα εργαλεία εκείνα, τα οποία θα προετοιμάσουν κατάλληλα τον δικαιοδόχο για την έναρξη δραστηριότητας του καταστήματός του και θα του δώσουν τις γνώσεις για να εκπαιδεύσει το νέο-προσλαμβανόμενο προσωπικό.

Είναι σπάνιο το φαινόμενο, μία franchise επιχείρηση να είναι κερδοφόρα, πριν αρχίσουν να εισρέουν τα πρώτα έσοδα από την τιμή εισόδου (entry fee) και από τα royalties. Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, ο δικαιοπάροχος να αρχίσει να καταγράφει τα πρώτα κέρδη, μετά τον τρίτο χρόνο λειτουργίας του δικτύου του.

### **Τιμή εισόδου (Entry Fee)**

Η επιχειρηματική συνένωση μεταξύ δικαιοπάροχου και δικαιοδόχου, θα πρέπει να εκλαμβάνεται από τον δικαιοπάροχο ως η αρχή μιας πετυχημένης και μακροχρόνιας συνεργασίας και όχι ως ένα βραχυπρόθεσμο κέρδος από την τιμή εισόδου που καταβάλει ο δικαιοδόχος με την είσοδό του στο δίκτυο franchise. Ο franchisor θα αποκομίσει το πραγματικό κέρδος σε βάθος χρόνου από την συμβολή του franchisee στην διαφήμιση, από την μεταπώληση προϊόντων, από τα royalties, κ.ο.κ. .

Η τιμή εισόδου (entry fee), καταβάλλεται συνήθως εφάπαξ με την υπογραφή της σύμβασης συνεργασίας. Η τιμή εισόδου θα πρέπει να είναι τεκμηριωμένη και όχι αυθαίρετη.

Πρόκειται στην πραγματικότητα, για την συνεισφορά του δικαιοδόχου στα έξοδα αρχικής εκπαίδευσης και υποστήριξης και στην κατοχύρωση της αποκλειστικότητας της γεωγραφικής περιοχής δραστηριοποίησής του.

Η δυσκολία για τον δικαιοπάροχο, είναι ο καθορισμός του ύψους της τιμής εισόδου. Ιδανικό, θεωρείται η τιμή εισόδου, να αντιπροσωπεύει το 5 – 10% του συνολικού κόστους του πακέτου franchise.

Επίσης, η τιμή εισόδου θα πρέπει να είναι σταθερή, ανεξάρτητα από διάφορες παραμέτρους, όπως γεωγραφική περιοχή, κ.λπ.

Εάν, η νέο-εισερχόμενη στο χώρο του franchise επιχείρηση αναπτυχθεί και εδραιωθεί, τότε μπορεί να εξεταστεί πιθανή αύξηση στο entry fee. Επιπλέον, το ύψος της τιμής εισόδου δε θα πρέπει να «τρομάξει» και να απομακρύνει τους υποψήφιους δικαιοδόχους.

Ενθαρρυντικό στοιχείο για τον δικαιοπάροχο είναι ότι όσο μεγαλύτερο είναι το κεφάλαιο το οποίο επενδύεται στην σωστή υποδομή του δικτύου, τόσο μεγαλύτερο είναι το όφελος για κάθε μέλος του δικτύου. Το προσωπικό που αρχικά θα χρειαζόταν για την υποστήριξη πέντε (5) franchisees μπορεί κάλλιστα να είναι αρκετό για την υποστήριξη είκοσι πέντε (25) franchisees, εφόσον βέβαια το σύστημα ανάπτυξης του δικτύου διαθέτει σωστούς μηχανισμούς υποστήριξης των μελών του. Κάθε αύξηση των εσόδων του δικαιοδόχου, σημαίνει και αντίστοιχα αύξηση εσόδων για τον δικαιοπάροχο και το αντίστροφο.

Ο δικαιοδόχος είναι για τον δικαιοπάροχο μία σταθερή πηγή εσόδων, αφού ο πρώτος, λόγω των οικονομικών μιας ζωής που επένδυσε για την είσοδό του στο δίκτυο, θα επενδύσει όλη την ενέργεια και τον χρόνο του, για να αυξήσει τα κέρδη της franchised επιχείρησής του και κατά συνέπεια τα κέρδη του δικτύου και του δικαιοπάροχου.

Άλλος ένας παράγοντας που θα πρέπει να εξεταστεί με προσοχή, είναι ο αρχικός εξοπλισμός, του δικαιοδόχου. Συχνά, ο δικαιοπάροχος θέλει ο ίδιος να προμηθεύει τον δικαιοδόχο με τον αρχικό εξοπλισμό, βλέποντάς το, ως μία επιπλέον πηγή εσόδων. Κάτι τέτοιο όμως, θεωρείται μη ηθικό και θα πρέπει να αποφεύγεται.

Η πρακτική αυτή, εμπεριέχει κινδύνους για την αμοιβαία εμπιστοσύνη. Τέτοιου είδους συναλλαγές θα πρέπει να αποφεύγονται. Είναι προτιμότερο ο franchisor να επιλέγει συναλλαγές που διαφυλάσσουν το όφελος και την ανάπτυξη του Franchisee και αναδεικνύουν την εικόνα του δικτύου, αφού το franchising αποτελεί αμοιβαία συνεργασία των δύο μελών η οποία αποβαίνει στην κοινή ανάπτυξη και κερδοφορία. Συνιστάται, λοιπόν, ο δικαιοπάροχος να αποφεύγει τέτοιες πρακτικές κέρδους και να δείχνει αναλυτικό τιμολόγιο του εξοπλισμού στον δικαιοδόχο.

### **Αρχική και συνεχή καθοδήγηση – υποστήριξη**

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η τιμή εισόδου θα πρέπει να προσδιορίζεται ως η συμμετοχή του δικαιοδόχου στα έξοδα αρχικής υποστήριξης και εκπαίδευσής του.

Αντίστοιχα, τα royalties θα πρέπει να αντιστοιχούν στην διαρκή και αδιάλειπτη καθοδήγηση και υποστήριξη του δικαιοδόχου από τον δικαιοπάροχο κατά την διάρκεια συνεργασίας τους.

## FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ

Η αρχική υποστήριξη περιλαμβάνει, καθοδήγηση για την εύρεση κατάλληλου χώρου, αρχιτεκτονικό σχεδιασμό, προμήθεια εξοπλισμού, marketing, διαφήμιση και εκπαίδευση.

Η εκπαίδευση, είναι πιο κρίσιμος και σημαντικός παράγοντας για την σωστή λειτουργία της νέας επιχείρησης κατά το πρότυπο του πιλοτικού. Ο δικαιοδόχος εκτός της θεωρητικής κατάρτισης, είναι καλό να πραγματοποιήσει και πρακτική εξάσκηση, σε κάποιο από τα εταιρικά καταστήματα.

Η θεωρητική κατάρτιση περιλαμβάνει θέματα όπως χειρισμό ειδικών προγραμμάτων software, λειτουργικά θέματα της επιχείρησης, λογιστική, έλεγχο εμπορεύματος, πρόσληψη και εκπαίδευση προσωπικού, γενικές αρχές management κ.λπ.

Ανάλογα με το είδος της επιχείρησης, η συνεχής υποστήριξη του δικαιοδόχου, πρέπει να περιλαμβάνει τομείς, όπως:

- ◆ Τακτικές επισκέψεις από Area Manager
- ◆ Συνέδρια
- ◆ Σχεδιασμό νέων προϊόντων και υπηρεσιών
- ◆ Συνεχή εκπαίδευση των δικαιοδόχων
- ◆ Έρευνες αγοράς
- ◆ Διαφήμιση και προωθητικές ενέργειες
- ◆ Διοικητική και λογιστική υποστήριξη
- ◆ Δελτία τύπου
- ◆ Έρευνα και ανάπτυξη

### **On – going fees (Royalties ή συνεχή δικαιώματα)**

Το franchise, θα πρέπει να εξελίσσεται και να βελτιώνεται συνεχώς. Αντίστοιχα θα πρέπει και η υποστήριξη προς τον δικαιοδόχο, να βελτιώνεται και να διευρύνεται.

Σε ανταπόδοση γι' αυτήν την υποστήριξη, ο δικαιοπάροχος έχει έσοδα είτε από τα royalties, είτε από το κέρδος που προκύπτει από την προμήθεια των προϊόντων στον δικαιοδόχο. Και για τις δύο πηγές εσόδων υπάρχουν «υπέρ» και «κατά».

Στην περίπτωση που το κόστος προμήθειας των προϊόντων από τον δικαιοπάροχο, είναι ανταγωνιστικό σε σύγκριση με ανεξάρτητους προμηθευτές, τότε ο δικαιοδόχος θα αισθάνεται ικανοποιημένος.

Στην περίπτωση, που ο κύριος προμηθευτής της αλυσίδας franchise είναι ο ίδιος ο δικαιοπάροχος, η επιχείρησή του θα πρέπει να έχει την δομή εταιρείας

## FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ

χονδρεμπορίου. Ενδεχομένως να έχει αποθήκη, δίκτυο διανομής και κατά περίπτωση και μονάδα παραγωγής.

Η κύρια μορφή εσόδων όμως για τον δικαιούχο είναι τα συνεχή δικαιώματα. Ο καθορισμός του ύψους εξαρτάται από τον τζίρο και τα κέρδη, που πραγματοποιήθηκαν από το πιλοτικό κατάστημα.

Έχοντας την εμπειρία από το πιλοτικό ή τα εταιρικά καταστήματα, το on-going-fee καθορίζεται έτσι, ώστε και ο δικαιούχος και ο δικαιολόγος να έχουν κέρδος σε μακροχρόνια βάση. Επίσης, θα πρέπει τα royalties να είναι ανταγωνιστικό σε σχέση με άλλες franchised επιχειρήσεις του ίδιου τομέα δραστηριοποίησης.

Το ύψος των royalties διαφέρει από κλάδο σε κλάδο, ανάλογα με τον τζίρο και τα κέρδη που πραγματοποιούν, αλλά και με τη φύση του προϊόντος ή της υπηρεσίας που προωθείται.

Για παράδειγμα, ένα κατάστημα λιανικής στον χώρο των τροφίμων (convenience store), έχει on-going fee 2 – 3 % του τζίρου, γιατί το μεικτό κέρδος είναι χαμηλό, ο τζίρος όμως υψηλός. Αντίθετα, υπηρεσίες όπως π.χ. τα στεγνοκαθαριστήρια, έχουν υψηλότερα royalties, γιατί αφενός τα περιθώρια μεικτού κέρδους είναι υψηλότερα, αφετέρου τα on-going fees αποτελούν τη μόνη πηγή εσόδων για τις Κεντρικές Υπηρεσίες (στις υπηρεσίες δεν υπάρχει κέρδος από την προμήθεια προϊόντων).

Τα royalties θα πρέπει να αντικατοπτρίζουν το μέγεθος της παρεχόμενης υποστήριξης στον δικαιολόγο. Επίσης, γενικό φαινόμενο είναι ότι όσο μεγαλύτερο είναι το ποσό των royalties που πρέπει να καταβληθούν, τόσο δυσκολότερη είναι η είσπραξή τους από τους δικαιολόγους.

Στην διαδικασία είσπραξης των συνεχών δικαιωμάτων, καλό θα ήταν ο δικαιολόγος να ετοιμάζει, σε εβδομαδιαία βάση, ένα report πωλήσεων και τζίρου, όπου θα συνοπλογίζεται και το ποσοστό που αντιστοιχεί για τον δικαιούχο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, την άμεση είσπραξη του fee από τον δικαιούχο, αλλά και μία σαφή εικόνα της πορείας της franchised επιχείρησης.

Τα royalties προσδιορίζονται συνήθως από συμβούλους franchise, ανάλογα με τις επιδιώξεις του δικαιούχου. Πιθανόν, ο δικαιούχος, να θέλει ένα σταθερό εισόδημα (σταθερό ποσό) ανεξάρτητα από το μέγεθος της υποστήριξης που προσφέρει ή της οικονομικής δυνατότητας του δικαιολόγου. Είναι προτιμότερο, όμως, ο δικαιούχος να απαιτεί ως royalties ένα ποσοστό επί των πωλήσεων, δίνοντας τη δυνατότητα στο δικαιολόγο να καταβάλει μικρότερες εισφορές σε περίοδο χαμηλών πωλήσεων.

Ο καθορισμός των royalties ως ποσοστό επί των πωλήσεων (ή του κόστους πωληθέντων) με την καθιέρωση ελάχιστου σταθερού ποσού είναι η προτιμότερη μέθοδος, γιατί σε διαφορετική περίπτωση μπορεί να δημιουργηθούν προβλήματα εμπιστοσύνης και συνεργασίας μεταξύ του δικαιούχου και των δικαιολόγων.



### **Συμμετοχή στη διαφήμιση**

Ο δικαιопάροχος δικαιούται να εισπράξει δικαιώματα για την παρεχόμενη διαφημιστική υποστήριξη του δικτύου.

Από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα ενός δικαιοδόχου είναι το ισχυρό όνομα και η εικόνα του δικτύου, που πρέπει να υποστηρίζεται από ένα ολοκληρωμένο πλάνο marketing και προώθησης.

Η συνεισφορά του δικαιοδόχου στην διαφήμιση αποβαίνει αρχικά προς όφελός του. Ωστόσο είναι αναγκαία η διασφάλιση του μηχανισμού και του κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού στον τομέα του marketing και της διαφήμισης, που θα εξασφαλίσουν τον πλέον δίκαιο καταμερισμό του διαφημιστικού budget στα μέλη του δικτύου. Ο franchisor οφείλει να διασφαλίσει την οργάνωση του τμήματος, έτσι ώστε να διασφαλιστεί η διαφημιστική προβολή τόσο του κάθε franchisee όσο και του δικτύου γενικότερα.

### **Συμπέρασμα**

Στη σχέση που δημιουργείται μεταξύ του δικαιοπάροχου και του δικαιοδόχου, υπάρχουν πολλές οικονομικές συναλλαγές. Συγκεκριμένα, είναι: Η τιμή εισόδου, τα royalties και η συμμετοχή στη διαφήμιση.

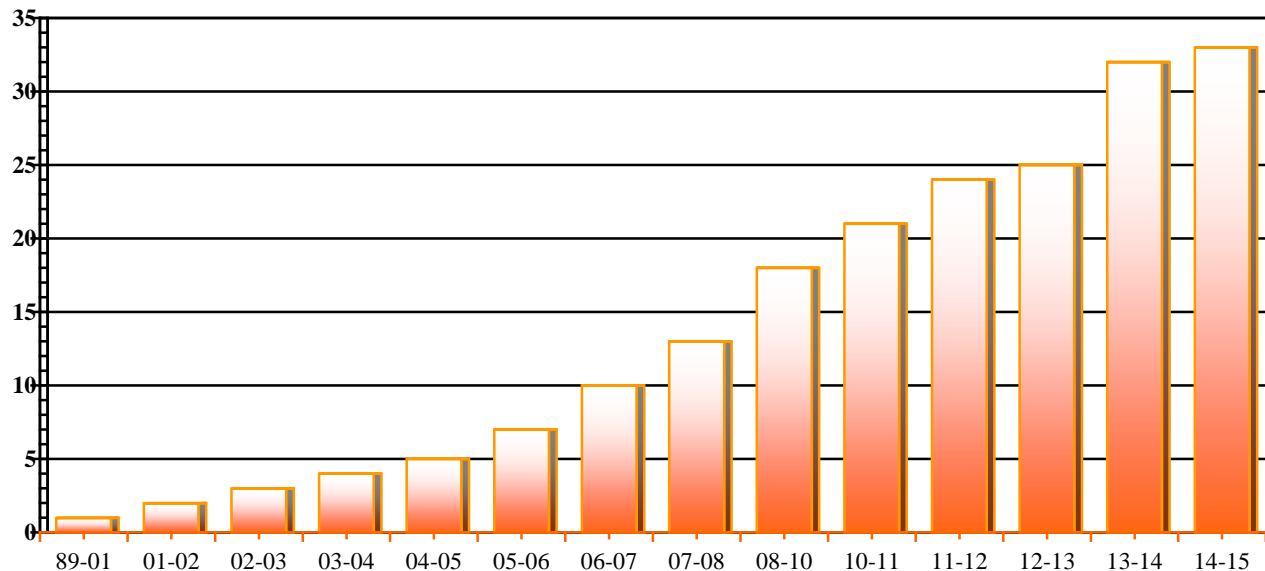
Η τιμή εισόδου είναι σταθερό ποσό και εξαρτάται από την συνολική επένδυση που απαιτείται για το πακέτο franchise, από τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται η franchised επιχείρηση.

Τα royalties είναι περιοδικές καταβολές επί του συνόλου των πωλήσεων ή ποσοστό επί της mark- up τιμής του προϊόντος κ.ο.κ.. Σε αντάλλαγμα γι' αυτά τα συνεχή δικαιώματα, ο δικαιοδόχος απαιτεί από τον δικαιοπάροχο, εκπαίδευση, υποστήριξη σε διοικητικό, λογιστικό και διαφημιστικό επίπεδο.

Είναι σημαντικό, τα fees να είναι προς όφελος και των δύο συμβαλλομένων μερών. Βραχυπρόθεσμα, να είναι προς όφελος του δικαιοδόχου και μακροχρόνια του δικαιοπάροχου.

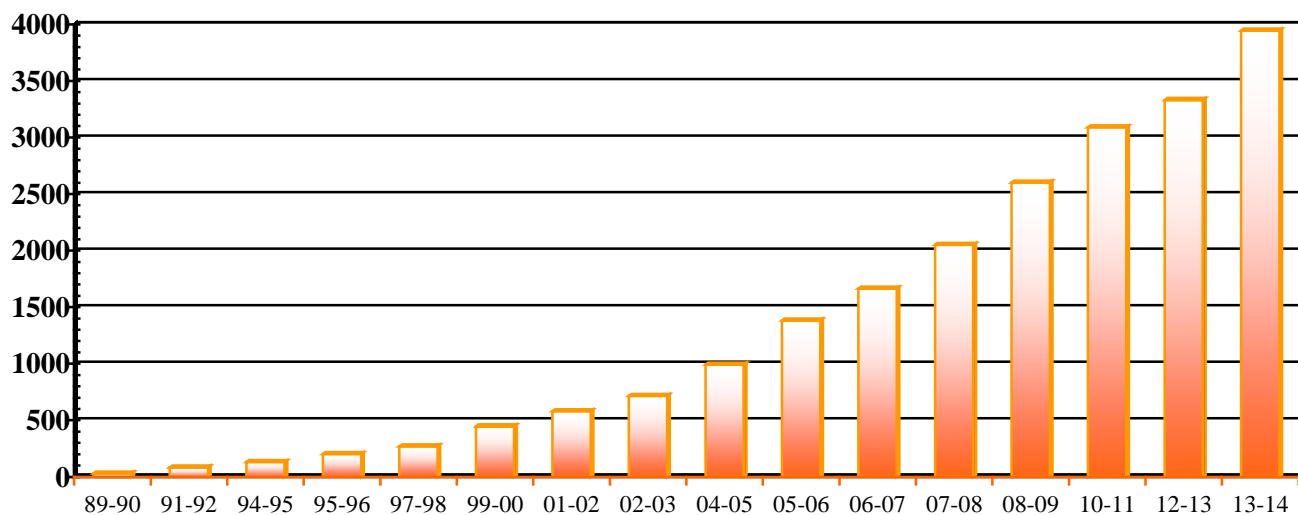
## ΜΕΡΟΣ 2<sup>ο</sup>

### Ο αριθμός των φροντιστηρίων από το 1989 μέχρι σήμερα



Πίνακας 2

### Ο αριθμός των μαθητών ανά σχολική χρονιά από το 1989 μέχρι σήμερα



Πίνακας 3

**FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ**

**ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΠΛΑΝΟ**

	<b>1989</b>	<b>2003</b>	<b>2006</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
<b>Φροντιστήρια</b>	Έναρξη δραστηριότητας <b>1</b> Φροντιστήριο	<b>4</b> Φροντιστήρια	Έναρξη Franchise <b>10</b> Φροντιστήρια	21 Φροντιστήρια	<b>25</b> Φροντιστήρια	<b>27</b> Φροντιστήρια	<b>35</b> Φροντιστήρια
<b>Ξένες Γλώσσες</b>		Έναρξη δραστηριότητας <b>1</b> Κέντρο					Έναρξη Franchise
<b>Πληροφορική</b>		Έναρξη δραστηριότητας <b>1</b> Κέντρο		Έναρξη Franchise <b>3</b> Κέντρα			
<b>Εκδόσεις</b>			Έναρξη δραστηριότητας	<b>33</b> Βιβλία		<b>41</b> Βιβλία	<b>55</b> Βιβλία
<b>Πρωτοβάθμια εκπαίδευση</b>				Έναρξη δραστηριότητας			
<b>Σεμινάρια καθηγητών</b>					Έναρξη δραστηριότητας		

## FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ



Πίνακας

4

## **Γιατί φροντιστήριο Πουκαμισάς;**

### **1. Πρότυπο σύστημα ποιότητας**

Όλα τα φροντιστήρια του Ομίλου, με την έναρξη της λειτουργίας τους, πιστοποιούνται με 2 έγκυρα πρότυπα ποιότητας:

- ◆ το διεθνές πρότυπο **EN ISO 9001:2008**
- ◆ την ειδική για τα φροντιστήρια μέσης εκπαίδευσης και τα κέντρα ξένων γλωσσών τεχνική προδιαγραφή **ΕΛΟΤ 1433:2008**

Και τα 2 πρότυπα πιστοποιούνται από τον διεθνή φορέα TÜV HELLAS για τον σχεδιασμό και την παροχή των εκπαιδευτικών μας υπηρεσιών.

Το σύστημα ποιότητας των φροντιστηρίων υλοποιείται από το 2001, αναβαθμίζεται συνεχώς και αποτελεί το πλέον δοκιμασμένο και ολοκληρωμένο σύστημα ποιότητας στο χώρο της εκπαίδευσης. Με συστηματικές διαδικασίες και μετρήσιμους δείκτες, ο εκπαιδευτικός Όμιλος αξιολογεί τους καθηγητές, το διοικητικό προσωπικό και το σύνολο των δράσεων και των λειτουργιών του, λαμβάνοντας συνεχώς στοιχεία προς ανάλυση, διόρθωση και βελτίωση.

### **2. Εγγύηση ποιοτικών υπηρεσιών**

Την παραγωγή ποιοτικών υπηρεσιών εγγυώνται πρωτίστως ο ιδρυτής του Ομίλου, Αθανάσιος Πουκαμισάς, και οι άμεσοι συνεργάτες του, οι οποίοι διευθύνουν το δίκτυο και ταυτόχρονα είναι franchisee αυτού. 17 από τα 33 φροντιστήρια του δικτύου έχουν ως κύριους μετόχους τον Πρόεδρο του Ομίλου και τους άμεσους συνεργάτες του, οι οποίοι είναι αυτονόητο πως ενδιαφέρονται για την ποιοτική λειτουργία των μονάδων τους.

### **3. Κορυφαία ακαδημαϊκή υποστήριξη**

Η εκπαιδευτική διεργασία που συντελείται στις τάξεις των φροντιστηρίων καθοδηγείται πλήρως από ένα εξαιρετο Ακαδημαϊκό τμήμα, μία ομάδα κορυφαίων επιστημόνων και εκπαιδευτικών, οι οποίοι εργάζονται καθημερινά για την παραγωγή εκπαιδευτικού υλικού, την επιμόρφωση, την εκπαίδευση και την υποστήριξη όλων των καθηγητών του Ομίλου.

### **4. Ενιαία εκπαιδευτική πολιτική**

Η παραγωγή εκπαιδευτικών υπηρεσιών υψηλών προδιαγραφών είναι αποτέλεσμα ενός λειτουργικού οργανογράμματος, με καταγραμμένες αρμοδιότητες, τμήματα marketing,

ποιότητας, ακαδημαϊκού και ανάπτυξης, που λειτουργεί υποστηριζόμενο από 38 δοκιμασμένα στελέχη, τα οποία εργάζονται αποκλειστικά προς αυτό τον σκοπό. Η Διεύθυνση Λειτουργίας Δικτύου κατευθύνει και συντονίζει την αποτελεσματική έκφραση μίας κοινής και ενιαίας εκπαιδευτικής πολιτικής σε κάθε τομέα και σε κάθε δράση των εκπαιδευτικών μας δομών.

### **5. Σπουδαίο εκπαιδευτικό έργο**

Η διδασκαλία των καθηγητών του Ομίλου σε όλα τα μαθήματα καθοδηγείται με εβδομαδιαίους προγραμματισμούς ύλης, αναλυτικά σχέδια μαθήματος και πλήρες εκπαιδευτικό υλικό. Επιπρόσθετα, οι καθηγητές εκπαιδεύονται συνεχώς ανά διδασκόμενο μάθημα σε διδακτικές πρακτικές, στο γνωστικό αντικείμενο και σε σύγχρονες παιδαγωγικές μεθόδους κατά τις Συνελεύσεις Ειδικοτήτων του Ομίλου.

### **6. Αξιόπιστο σύστημα σύγχρονης τηλεκπαίδευσης**

Το σύνολο των επιμορφωτικών συνελεύσεων των καθηγητών του Ομίλου αναμεταδίδεται μέσω πλατφόρμας σύγχρονης τηλεκπαίδευσης και στις πλέον απομακρυσμένες εκπαιδευτικές μας μονάδες. Με τον τρόπο αυτό, το δίκτυο διαθέτει το πλέον ενημερωμένο και αξιόμαχο διδακτικό προσωπικό της φροντιστηριακής εκπαίδευσης.

### **7. Υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας**

Οι εκπαιδευτικές δομές σχεδιάζουν και παράγουν θεματικά σεμινάρια υψηλού επιπέδου για μαθητές και γονείς, με αποτέλεσμα τα φροντιστήρια να διαφοροποιούνται αισθητά από τον ανταγωνισμό. Οι εκδηλώσεις της συμβουλευτικής, του επαγγελματικού προσανατολισμού, των τεχνικών μελέτης και της ψυχολογικής καθοδήγησης των μαθητών αποτελούν σημείο αναφοράς στη φροντιστηριακή εκπαίδευση και προσθέτουν ιδιαίτερη αξία παράλληλα με το διδακτικό έργο.

### **8. Νέες τεχνολογίες στην εκπαίδευση**

Τα φροντιστήρια αξιοποιούν δημιουργικά τις νέες τεχνολογίες και οι καθηγητές παράγουν εκπαιδευτικό υλικό προσομοιώσεων σε ψηφιακή μορφή, που επιτρέπει την καλύτερη εμβάθυνση και κατανόηση της διδακτέας ύλης.

### **9. Δομές εκπαιδευτικού ελέγχου**

Το δίκτυο των φροντιστηρίων διαθέτει δομές εκπαιδευτικού ελέγχου, όπως ο Σύμβουλος καθηγητής και οι συχνές διαδικασίες της ουσιαστικής ενημέρωσης των γονέων, που εξασφαλίζουν τη μέγιστη συσπείρωση των μαθητών και ελαχιστοποιούν τις διαγραφές.

### **10.Επαφή με τις εξελίξεις**

Ο Όμιλος παρακολουθεί με συστηματικό τρόπο τις διαγραφόμενες εξελίξεις στην παιδεία και τις επερχόμενες μεταρρυθμίσεις με στόχο την κατάλληλη προετοιμασία των εκπαιδευτικών μας δομών. Η έρευνα και η συνεχής παραγωγή υπηρεσιών προσαρμοσμένων στις νέες εκπαιδευτικές πολιτικές εξασφαλίζει τη δεσπόζουσα θέση του Ομίλου σε όλο το φάσμα της σχολικής στήριξης.

### **11.Δημοσιεύσεις στον ημερήσιο και περιοδικό Τύπο**

Το Ακαδημαϊκό τμήμα του Ομίλου δημοσιεύει σταθμισμένα και πρωτότυπα θέματα στον ημερήσιο Τύπο για 10 συνεχή έτη. Επιπλέον, το ακαδημαϊκό έτος 2011-2012, ο Όμιλος εισέρχεται δυναμικά στο χώρο του περιοδικού Τύπου, εκδίδοντας στην εφημερίδα *Έθνος* το περιοδικό «Διδασκαλία στο σπίτι». Η απήχηση των θεμάτων και του περιοδικού τόσο στην εκπαιδευτική κοινότητα όσο και στους μαθητικούς κύκλους αποδεικνύει την επιστημονική πληρότητα του συνόλου των δημοσιεύσεων και αποτελεί αναγνώριση του εκπαιδευτικού έργου.

### **12.Βιβλία του Εκδοτικού Οίκου**

Οι εκπαιδευτικές μονάδες χρησιμοποιούν ως εκπαιδευτικό υλικό τα υψηλά επιπέδου βιβλία του Εκδοτικού Οίκου και τα φροντιστηριακά βιβλία σε όλα τα μαθήματα όλων των τάξεων, εξασφαλίζοντας ισχυρό πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού που διαθέτει συνήθως αποσπασματικές εκδόσεις.

### **13.Μάθημα στο τραπέζι**

Η επιτυχημένη λειτουργία όλων των φροντιστηρίων στηρίζεται σε ένα συγκριτικό πλεονέκτημα με τεράστια αποδοχή: το μάθημα στο τραπέζι. Η πρωτοποριακή μέθοδος διδασκαλίας γύρω από το ελλειπτικό τραπέζι, με τον καθηγητή στο κέντρο δίπλα στους μαθητές, ισχυροποιεί το συναίσθημα της ομάδας και πολλαπλασιάζει τη δυναμική της.

### **14.Καινοτομία φύλλων εργασίας**

Σημαντική καινοτομία της εκπαιδευτικής πρότασης αποτελούν τα φύλλα εργασίας, τα οποία εντάσσονται στο Πρόγραμμα Σπουδών και η συμπλήρωσή τους προάγει θεαματικά την αυτενέργεια των μαθητών.

### **15.Ετήσιο πρόγραμμα διαγωνισμάτων προσομοίωσης**

Στο σύνολο των φροντιστηρίων του δικτύου, στη διάρκεια κάθε ακαδημαϊκού έτους, πραγματοποιούνται σταθμισμένα διαγωνίσματα προσομοίωσης σε κάθε τάξη (28

διαγωνίσματα για την Γ' Λυκείου, 21 για τη Β' Λυκείου και 15 για τις τάξεις του Γυμνασίου). Με τον τρόπο αυτό, οι μαθητές εξοικειώνονται με την εξεταστική φιλοσοφία των Πανελλαδικών Εξετάσεων, καθώς διαγωνίζονται όλοι σε κοινά θέματα, τα οποία επιμελείται το Ακαδημαϊκό Τμήμα.

#### **16. Διαρκής εκπαίδευση διευθυντών**

Οι διευθυντές των φροντιστηρίων εκπαιδεύονται συνεχώς στην παρουσίαση των εκπαιδευτικών διαδικασιών και πλεονεκτημάτων. Η εκπαίδευση αυτή ενισχύει την ηγεσία των μονάδων και επιφέρει αποτελεσματικές πωλήσεις νέων εγγραφών και επανεγγραφών.

#### **17. Διαρκής υποστήριξη δικτύου**

Οι διδακτικές και διοικητικές λειτουργίες των φροντιστηρίων υποστηρίζονται καθημερινά από το πολυάριθμο επιτελείο των στελεχών της Κεντρικής Διοίκησης.

#### **18. Άρτιος λειτουργικός σχεδιασμός**

Το δίκτυο του Ομίλου στηρίζεται στην άρτια οργάνωση και την αυστηρή τήρηση του λειτουργικού του σχεδιασμού και, ως εκ τούτου, δεν απαιτείται «επιχειρηματικό δαιμόνιο» από τους υποψήφιους συνεργάτες του, αλλά η συνεπής εφαρμογή ενός δοκιμασμένου συστήματος. Στην περίπτωση, βέβαια, που οι συνεργάτες είναι ιδιαίτερος χαρισματικοί εκπαιδευτικοί ηγέτες, η επιτυχία μεγιστοποιείται.

#### **19. Ανοιχτό συμβούλιο Διευθυντών**

Όλοι οι συνεργάτες του Ομίλου συνδιαμορφώνουν με κανόνες εταιρικής κουλτούρας, έμπνευσης και δημιουργίας το δυναμικό εκπαιδευτικό πρότυπο, το οποίο εξελίσσεται και αναβαθμίζεται συνεχώς. Οι Διευθυντές όλων των φροντιστηρίων συμμετέχουν στην ανοιχτή συζήτηση της εκπαιδευτικής πολιτικής του Ομίλου στο θεσμοθετημένο ανά δεκαπενθήμερο συμβούλιο Διευθυντών, στο οποίο παίρνουν μέρος με άμεσο τρόπο και οι Διευθυντές των πλέον απομακρυσμένων μονάδων μέσω τηλεδιάσκεψης.

#### **20. Κέντρα Ξένων Γλωσσών, Πληροφορικής και Πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης**

Ο Όμιλος αναπτύσσεται με σταθερά βήματα σε όλες τις υπηρεσίες της παράλληλης υποστηρικτικής εκπαίδευσης: ξένες γλώσσες, πληροφορική, κέντρα μελέτης δημοτικού σχολείου κ.ά. Ήδη στον Όμιλο, πέραν των 33 φροντιστηρίων μέσης εκπαίδευσης, λειτουργούν: ένα πρότυπο κέντρο ξένων γλωσσών και δύο κέντρα πληροφορικής, ενώ



παρακολουθείται η πιλοτική λειτουργία ενός κέντρου μελέτης πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης στον νομό Λασιθίου.

### **21.Ισχυρό και αναγνωρισμένο brand name**

Τα νέα φροντιστήρια που δημιουργούνται, καθώς και τα ιστορικά φροντιστήρια που εντάσσονται στον Όμιλο, απολαμβάνουν τα οφέλη ενός ισχυρού και αναγνωρισμένου brand name σε όλο το φάσμα της υποστηρικτικής εκπαίδευσης.

### **22.Πανελλαδική τηλεοπτική προβολή**

Το δίκτυο των φροντιστηρίων προβάλλεται πανελλαδικά με τηλεοπτική διαφήμιση κύρους δύο φορές τον χρόνο στις κρίσιμες περιόδους των εγγραφών, με αποτέλεσμα να μεγιστοποιείται η προσέλευση των ενδιαφερομένων σε όλες τις μονάδες.

### **23.Ιστοσελίδα υψηλής επισκεψιμότητας**

Ο εκπαιδευτικός Όμιλος προβάλλει το σύνολο των υπηρεσιών του μέσω της ιστοσελίδας [www.poukamisas.gr](http://www.poukamisas.gr). Η διαδικτυακή πύλη έχει υψηλή επισκεψιμότητα και προβάλλεται εντυπωσιακά σε όλες τις μηχανές αναζήτησης, μέσω των οποίων μαθητές, γονείς και κηδεμόνες ενημερώνονται για τις εκπαιδευτικές υπηρεσίες.

### **24.Στοχευμένη διαφήμιση στο διαδίκτυο**

Σε κρίσιμες περιόδους εγγραφών, τα φροντιστήρια διαθέτουν στοχευμένη διαφήμιση στο διαδίκτυο με ποικίλους τρόπους: μηχανές αναζήτησης (Google, Yahoo), ιστοσελίδες και εφαρμογές κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter, Msn), μουσικά – πολιτιστικά σάιτ (mad.gr, mtvgreece.gr, Youtube, platform.gr, music892.gr), viral marketing κ.ά.

### **25.Διαφημιστικές συνέργειες κύρους**

Το δίκτυο συμμετέχει σε πανελλαδικές διαφημίσεις με τεράστια αξία και ισχύ, όπως η διαφημιστική καμπάνια της Εθνικής Τράπεζας για τις πιστωτικές κάρτες GO. Στο πλαίσιο της διαφήμισης, ο Όμιλος προβλήθηκε τηλεοπτικά και χιλιάδες συνδρομητές των καρτών έλαβαν, μέσω ταχυδρομείου, ειδικά διαφημιστικά έντυπα.

### **26.Μηχανογραφική και λογιστική υποστήριξη**

Όλες οι μονάδες του δικτύου λειτουργούν με ένα σύγχρονο μηχανογραφικό σύστημα, το PMIS, το οποίο έχει σχεδιαστεί ειδικά για τα εκπαιδευτήρια. Η καθοδήγηση των συνεργατών του Ομίλου είναι καθημερινή σε κάθε λογιστικό και εργασιακό ζήτημα,

καθώς το λογιστήριο της Κεντρικής Διοίκησης παρέχει, με εξειδικευμένη τεχνογνωσία, άμεσες και αξιόπιστες απαντήσεις σε κάθε ζήτημα που τυχόν προκύπτει.

### **27.Υψηλό διαφημιστικό budget**

Το 2% του ετήσιου τζίρου των φροντιστηρίων αποτελεί ένα ιδιαίτερος σημαντικό διαφημιστικό budget, το οποίο επενδύεται σε μέσα πανελλαδικής προβολής. Η πυκνή διαφήμιση στις κρίσιμες περιόδους πολλαπλασιάζει θεαματικά το πλήθος των εγγραφών στα φροντιστήρια του Ομίλου.

### **28.Βραβεία αριστείας, συνέπειας και βελτίωσης**

Ο Όμιλος θεσπίζει κάθε χρόνο σημαντικά βραβεία αριστείας, συνέπειας και βελτίωσης για τους μαθητές. Τα βραβεία που απονέμει ο Όμιλος (αυτοκίνητο, χρηματικό έπαθλο, iPad) αποτελούν τόσο ένα ισχυρό κίνητρο προσέλκυσης των άριστων μαθητών όσο και μία σύγχρονη πολιτική marketing αξιών, δίνοντας ένα σπουδαίο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στα φροντιστήρια.

### **29.Αποτελεσματική πολιτική διδάκτρων**

Τα φροντιστήρια ακολουθούν μία δοκιμασμένη πολιτική διδάκτρων, η οποία αφενός είναι αξιόπιστη, αφετέρου διατηρεί τα δίδακτρα σε επίπεδα υψηλής κερδοφορίας. Οι Διευθυντές των εκπαιδευτικών μονάδων υπερασπίζονται με αποτελεσματικό τρόπο και ισχυρά επιχειρήματα τον κατάλογο των υπηρεσιών.

### **30.Στοχευμένο τοπικό marketing**

Κάθε φροντιστήριο του Ομίλου αναπτύσσει στρατηγικές προσέλκυσης μαθητών, καθώς καθοδηγείται συστηματικά από τη Διεύθυνση Marketing του Ομίλου στη διαμόρφωση πλάνου τοπικού marketing.

### **31.Σημαντικές οικονομίες κλίμακος**

Κάθε φροντιστήριο απολαμβάνει σημαντικές οικονομίες κλίμακος, καθώς εξασφαλίζει με ιδιαίτερα χαμηλό κόστος ποιοτικές υπηρεσίες, όπως τα σήματα ποιότητας, το σύστημα διαχείρισης πελατών PMIS, τα διαφημιστικά έντυπα και το υλικό των θεματικών σεμιναρίων.

### **32.Ενιαία αισθητική εικόνα**

Η ενιαία αισθητική εικόνα των φροντιστηρίων αποπνέει σεβασμό στους μαθητές και διασφαλίζει ιδανικές συνθήκες διδακτικής λειτουργίας. Η υψηλή αισθητική των χώρων

ενισχύει την προσοχή, εξασφαλίζει την άνεση και εκφράζει τη διαφορετική παιδαγωγική αντίληψη.

### **33. Το συνεργατικό μέλλον των φροντιστηρίων**

Η συμμετοχή ολοένα και περισσότερων φροντιστηρίων σε συνεργατικά δίκτυα είναι μία διαρκώς ενισχυόμενη τάση σε παγκόσμιο επίπεδο. Η φροντιστηριακή αγορά των μεμονωμένων δομών θα μετεξελιχθεί σύντομα σε μορφές δικτύων – διεθνών ή εγχώριων-όπως, άλλωστε, συνέβη με την ξενόγλωσση εκπαίδευση την τελευταία δεκαετία.

### **34. Υψηλοί αναπτυξιακοί στόχοι**

Η Ανώνυμη Εταιρεία που παράγει και διαχειρίζεται τις εκπαιδευτικές μας υπηρεσίες έχει υψηλούς αναπτυξιακούς στόχους σε όλους τους τομείς της παράλληλης στήριξης, από την πρωτοβάθμια μέχρι και την τριτοβάθμια εκπαίδευση.

### **35. Επιχειρηματικό σχέδιο**

Ο Όμιλος διαθέτει επιχειρηματικό σχέδιο για τη δημιουργία μονάδων μας σε όλους τους μεγάλους δήμους μέχρι το έτος 2015, εξασφαλίζοντας με τον τρόπο αυτό τεράστια προβολή και ηγετική θέση στον χώρο της φροντιστηριακής εκπαίδευσης.

### **36. Νέες προοπτικές δράσης και επέκτασης**

Κάθε έμπειρος ή νέος φροντιστής, προσχωρώντας στο δίκτυο, εξασφαλίζει μία ολοκληρωμένη σειρά ποιοτικών παροχών που του επιτρέπουν την ενασχόληση με την ανάπτυξη του φροντιστηρίου του και την επέκτασή του. Το ποιοτικό και αποτελεσματικό σύστημα που εξασφαλίζει το δίκτυό μας απελευθερώνει όλες τις δυνάμεις των συνεργατών στη δημιουργία, τη διοίκηση και την επέκταση των φροντιστηρίων τους στις γειτονικές τους περιοχές.

### **37. Franchise δυναμικό και επώνυμο**

Οι εκπαιδευτικές υπηρεσίες του Ομίλου προβάλλονται στις ετήσιες εκθέσεις franchise που προσελκύουν χιλιάδες ενδιαφερόμενους από όλη την χώρα, εξασφαλίζοντας ιδιαίτερη δυναμική ανάπτυξης.

### **38. Ιστορία και αξιοπιστία**

Κάθε νέος συνεργάτης του Ομίλου, που αξιολογείται με βάση τις διοικητικές και διδακτικές του αρετές αλλά και την αφοσίωση στο εκπαιδευτικό λειτούργημα, αποτελεί σημαντικό μέλος μίας φροντιστηριακής ιστορίας 25 ετών με διαπιστευτήρια κύρους και

ποιότητας και με εντυπωσιακή εξέλιξη, τόσο σε αριθμό διδακτηρίων όσο και σε αριθμό μαθητών.

### **39. Δυνατοί στη νέα εποχή**

Η ένταση της οικονομικής ύφεσης αφήνει το αποτύπωμά της και στον εκπαιδευτικό χώρο και διαμορφώνει μία νέα κατάσταση στη φροντιστηριακή πραγματικότητα. Η επιχειρηματική επιβίωση των φροντιστηρίων πλέον απαιτεί πληθώρα ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων, τα οποία μόνο οργανωμένα δίκτυα μπορούν να εξασφαλίσουν. Το μοντέλο της μικρής και αυτόνομης επιχείρησης, με βάση την ποιοτική και προσωπική εργασία, δέχεται μεγάλες πιέσεις και απειλείται με κατάρρευση.

### **40. Επιχειρηματικό σχέδιο για κάθε μονάδα**

Κάθε φροντιστήριο του Ομίλου διαμορφώνει, με τη βοήθεια του Area Manager, τεκμηριωμένο επιχειρηματικό σχέδιο ανάλογα με τις τοπικές ιδιαιτερότητες και συνθήκες. Ο Area Manager, με την εμπειρία και τις προτάσεις του, λειτουργεί ως επιθεωρητής και σύμβουλος και συνεργάζεται με τους Διευθυντές των μονάδων στην αντιμετώπιση και διαχείριση εκπαιδευτικών προβλημάτων και κρίσεων. Οι Area Manager του Ομίλου είναι έμπειρα στελέχη με αποδεδειγμένη διοικητική και διδακτική ικανότητα και υποβοηθούν τη λειτουργία όλων των μονάδων του δικτύου.

### **41. Αξία στην επιχείρηση**

Τα φροντιστήρια του Ομίλου εξασφαλίζουν την επιχειρηματική τους αξία και διαχρονικότητα. Η εκπαιδευτική τους λειτουργία και διοίκηση στηρίζεται πρωτίστως στο αποτελεσματικό και δοκιμασμένο σύστημα, γεγονός που επιτρέπει τη διαδοχή των ανθρώπων χωρίς κλυδωνισμούς.

### **42. Η υπεραξία των εκδόσεων**

Τα φροντιστήρια του δικτύου μας επωφελούνται από την υπεραξία που προσδίδει η λειτουργία του Εκδοτικού Οίκου του Ομίλου. Τα βιβλία κυκλοφορούν στα βιβλιοπωλεία σε όλη την Ελλάδα, εκτίθενται στον ποιοτικό ανταγωνισμό και αξιολογούνται από το σύνολο της εκπαιδευτικής κοινότητας.

### **43. Σεμινάρια για εκπαιδευτικούς που επιθυμούν να εργαστούν σε φροντιστήρια**

Ο Όμιλος υλοποιεί σεμινάρια εκπαίδευσης νέων καθηγητών που φιλοδοξούν να σταδιοδρομήσουν στην απαιτητική φροντιστηριακή εκπαίδευση. Η υπηρεσία αυτή

αποτελεί σημαντική εκπαιδευτική πρόταση, μέσω της οποίας ο Όμιλος επαυξάνει την απήχηση του και επιλέγει στελέχη για την ανάπτυξή του.

### **44. Έρευνα και καινοτομίες**

Οι συνεργάτες του Ομίλου επωφελούνται από τη διαρκή επένδυση στο marketing, την έρευνα νέων υπηρεσιών και την εφαρμογή καινοτόμων δράσεων στην εκπαίδευση.

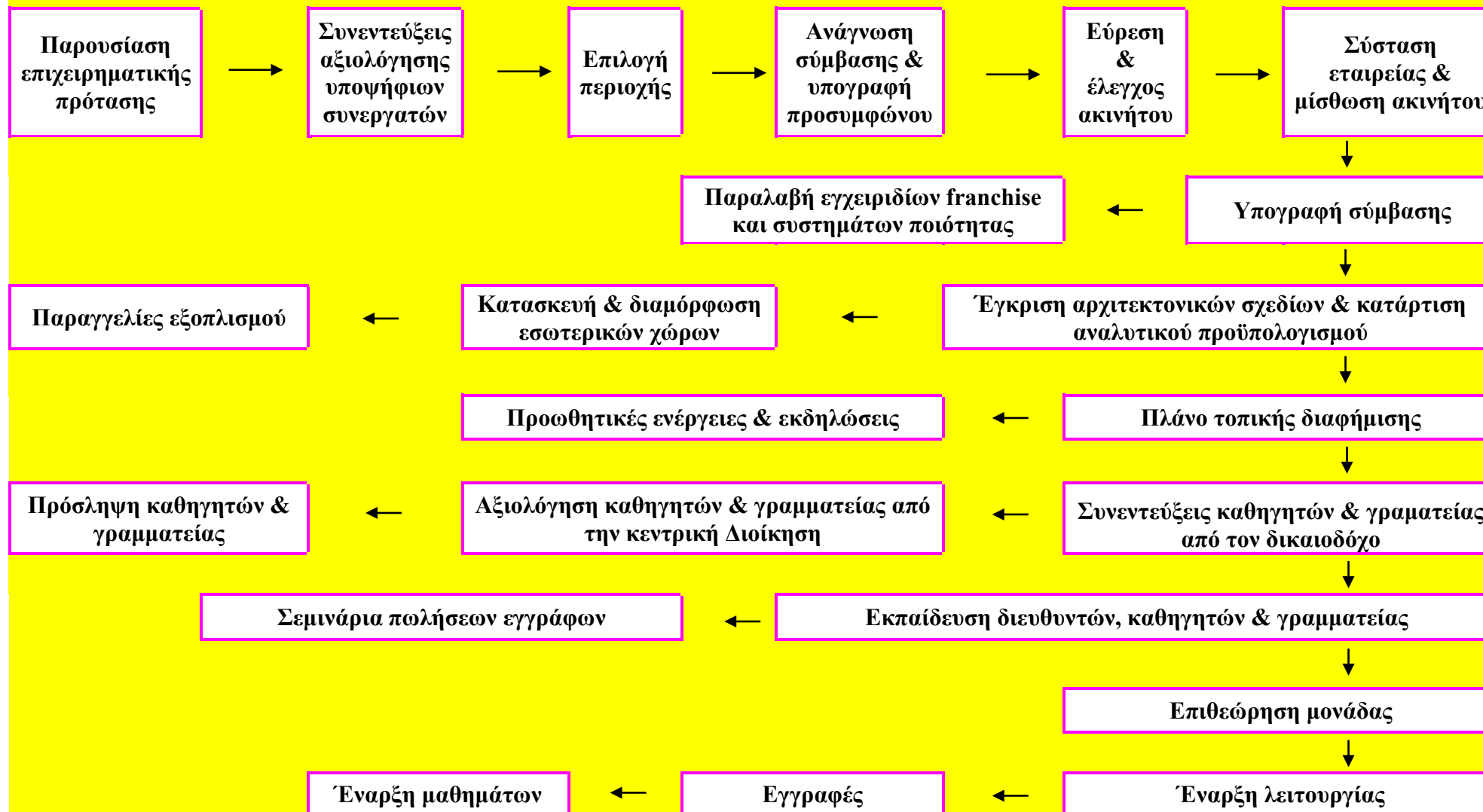
### **45. Υψηλή κερδοφορία**

Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός των φροντιστηρίων, καρπός πολύχρονης αναζήτησης και εμπειρίας, διασφαλίζει αποδεδειγμένα την υψηλή κερδοφορία των μονάδων.

### **46. Δυναμική αρχική υποστήριξη**

Η αρχική υποστήριξη υλοποίησης του επιχειρηματικού σχεδιασμού κάθε νέας μονάδας συνάδει με τη βασική φιλοσοφία ότι η αρχή αποτελεί το ήμισυ του παντός. Από την επιλογή του κατάλληλου σημείου λειτουργίας μέχρι και τις τελευταίες κατασκευαστικές λεπτομέρειες, η Κεντρική Διοίκηση παρέχει ολοκληρωμένη καθοδήγηση στους franchisee με στόχο το βέλτιστο αποτέλεσμα από την πρώτη χρονιά λειτουργίας του φροντιστηρίου.

Διάγραμμα ροής ενεργειών για ένταξη στον Όμιλο



**Franchise στην εκπαίδευση: 14 σημεία έρευνας**

Κάθε υποψήφιος δικαιοδόχος οφείλει να:

1. Έρχεται σε επαφή με τον ανθρώπινο δυναμικό ενός δικτύου φροντιστηριακής δικαιόχρησης. Το ισχυρό δίκτυο είναι οι άνθρωποι που το στελεχώνουν και δίνουν πνοή στο οργανόγραμμά του. Παράλληλα, θα πρέπει να συναντά τους Ακαδημαϊκούς υπεύθυνους των μαθημάτων και τα στελέχη των Διευθύνσεων Ανάπτυξης, Marketing, Ποιότητας, Εκδοτικού Οίκου, Οικονομικών, Εκπαιδευτικής Πολιτικής και Λειτουργίας Δικτύου.
2. Επισκέπτεται πολλές εκπαιδευτικές μονάδες κατά την ώρα λειτουργίας τους, ώστε να διαμορφώσει προσωπική άποψη για τη δυναμική του δικτύου.
3. Διασφαλίζει ότι τα προγράμματα του δικαιοπαρόχου καλύπτουν όλες τις πτυχές της λειτουργίας ενός εκπαιδευτηρίου. Παρακολουθεί σεμινάρια εκπαίδευσης καθηγητών, διευθυντικών στελεχών και γραμματέων. Ακόμη, διερευνά την παρεχόμενη εκπαίδευση και υποστήριξη σε λογιστικά και φοροτεχνικά θέματα, καθώς και σε θέματα πωλήσεων και τοπικού marketing.
4. Ζητεί από τον δικαιοπάροχο αμοιβή και τεκμηριωμένα στοιχεία για το ετήσιο διαφημιστικό budget του 2% των τελευταίων ετών και τον τρόπο διάθεσής του· ειδικότερα, θα πρέπει να ζητεί το κόστος της πανελλαδικής τηλεοπτικής προβολής. Με επίγνωση των οικονομικών μεγεθών του 2%, ο δικαιοδόχος θα είναι σε θέση να αξιολογήσει τον ετήσιο τζίρο του δικτύου και τον κύκλο εργασιών του.
5. Αξιολογεί τόσο τη μορφή και το μέγεθος της εταιρείας που πραγματοποιεί το franchise όσο και την αξιοπιστία της, όταν πρόκειται για ΑΕ.
6. Ελέγχει τις πιστοποιήσεις ποιότητας ISO – ή άλλων προτύπων – όλων των μονάδων του δικτύου στο οποίο διερευνά την πιθανή του είσοδο.
7. Ενημερώνεται για τη δυνατότητα τηλεεκπαίδευσης των καθηγητών και των στελεχών του φροντιστηρίου του, καθώς και για τον βαθμό παρέμβασης που μπορεί να έχει στην εκπαιδευτική και οικονομική πολιτική του Ομίλου μέσω ανοιχτών συμβουλίων.
8. Διερευνά αν το δίκτυο στο οποίο εντάσσεται του δίνει τη δυνατότητα επέκτασης σε παρεμφερείς εκπαιδευτικές υπηρεσίες, όπως Κέντρα Ξένων Γλωσσών, Πληροφορικής κ.ά.
9. Επιζητεί ακριβή και αδιάψευστα στοιχεία για τον αριθμό των εκπαιδευτηρίων, τα έτη λειτουργίας κάθε εκπαιδευτικής μονάδας, τον αριθμό των μαθητών και την κερδοφορία

## FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ

των επιχειρήσεων με βάση τις φορολογικές τους δηλώσεις και τους επίσημους ισολογισμούς.

10. Διαβάζει με επιμέλεια το πλήρες εκπαιδευτικό υλικό για όλες τις βαθμίδες και να διερευνά αν, στο πλαίσιο του δικτύου, λειτουργεί εκδοτικός οίκος με παρουσία και εκδόσεις στην ανταγωνιστική αγορά του βιβλίου.
11. Μελετά το πρόγραμμα σπουδών, τη δομή των μαθημάτων και τη νομιμότητα της διάρκειάς τους, τους προγραμματισμούς της ύλης ανά μάθημα, τα σχέδια μαθημάτων σε κάθε διδασκόμενο αντικείμενο και σε κάθε βαθμίδα.
12. Επικοινωνεί κατά τις επισκέψεις του σε μονάδες του δικτύου με άλλους δικαιοδόχους, με σκοπό να εξακριβώσει το επίπεδο της υποστήριξης της δικαιοπάροχης εταιρείας και να ελέγξει τις υποδομές τόσο των εκπαιδευτηρίων όσο και της έδρας της εταιρείας· σε ένα υγιές εκπαιδευτικό δίκτυο, το σύνολο των δικαιοδόχων είναι ιδιαίτερος ικανοποιημένο με τη συνεργασία.
13. Λαμβάνει ιδιαίτερος υπόψη του τον αριθμό των εκπαιδευτικών μονάδων που ανήκουν στους βασικούς μετόχους της εταιρείας που παρέχει τη δικαιοχρηση. Σε ποιόν βαθμό, δηλαδή, οι δικαιοπάροχοι είναι ταυτοχρόνως και δικαιοδόχοι του δικτύου.
14. Αφουγκράζεται την ευρύτερη και μετρήσιμη απήγηση της εταιρείας στο κοινωνικό περιβάλλον: η επισκεψιμότητα της ιστοσελίδας της στο διαδίκτυο, η παρουσία της στα ΜΜΕ, η επαγγελματική και άμεση αντίδραση από τις πρώτες επαφές γνωριμίας με τους υποψηφίους δικαιοδόχους, η ετοιμότητα λύσεων και προτάσεων, η προσήλωση στο πρότυπο της ομοιόμορφης λειτουργίας, οι ανοιχτές διαδικασίες λειτουργίας που δεν επιτρέπουν αρνητικές σκέψεις για «κρυφά» ψεγάδια.



## ΕΠΕΞΗΓΗΣΗ ΟΡΩΝ

*(Οι ορισμοί είναι του συνδέσμου Franchise της Ελλάδος (ΣΦΕ). Μέσα στις παρενθέσεις είναι η απόδοση τους στα ελληνικά από τον ΣΦΕ.)*

### **Franchising (†):** (Δικαιόχρηση)

Είναι η εμπορική μέθοδος με την οποία μια επιχείρηση, ο δικαιούχος, παραχωρεί στην άλλη, τον δικαιούχο, έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών.

### **Franchise (\*):**

Το σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα και επωνυμίες, πινακίδες καταστημάτων, πρότυπα χρήσεως, σχέδια, δικαιώματα αντιγραφής, τεχνογνωσίες ή διπλώματα ευρεσιτεχνίας προς εκμετάλλευση για τη μεταπώληση προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες.

Χαρακτηρίζει επίσης κάθε τι που έχει σχέση με το Franchise (Σύμβαση Franchise).

**Business Format Franchise:** (Δικαιόχρηση Επιχειρηματικού Συστήματος, Επιχειρηματικός Τύπος Franchise)

Ολοκληρωμένο επιχειρηματικό σύστημα Franchise.

### **Δικαιούχος :** (Δότης , Franchisor)

Η επιχείρηση που παραχωρεί στην άλλη, τον δικαιούχο, έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος το δικαίωμα εκμετάλλευσης του Franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών.

### **Δικαιούχος:** (Λήπτης, Franchisee)

---

† Ορισμός προβλεπόμενος από τον Κανονισμό (ΕΟΚ) αριθμ. 4087/80 της επιτροπής της 30ής Νοεμβρίου 1988 για την εφαρμογή του άρθρου 85 §3 της συνθήκης της Ρώμης σε κατηγορίες συμφωνιών franchise (Ε.Ε. της 28.12.1988, αριθμ. L 359, σελ.46)

## FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ

Η επιχείρηση στην οποία παραχωρείται από τον δικαιούχο το δικαίωμα εκμετάλλευσης του Franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών.

### **Disclosure:** (Γνωστοποίηση, Υποχρέωση πληροφόρησης)

Η υποχρέωση του δικαιούχου να παρέχει εγγράφως σε κάθε υποψήφιο δικαιούχο, και μέσα σε εύλογο χρόνο πριν από την υπογραφή ενός δεσμευτικού εγγράφου, πλήρη και ακριβή πληροφόρηση σχετικά με την εταιρική και οικονομική του κατάσταση, το επιχειρηματικό του ιστορικό, την περιγραφή της επιχείρησης που είναι αντικείμενο του franchise, την περιγραφή των κύριων χαρακτηριστικών της τεχνογνωσίας, την παροχή τεχνικής υποστήριξης προς τον δικαιούχο, το προβλεπόμενο κόστος εγκατάστασης μίας επιχείρησης franchise, τη βιωσιμότητα του συστήματος, τα βασικά στοιχεία της σύμβασης franchise, τα ονόματα και τις διευθύνσεις των μελών του δικτύου και με άλλα στοιχεία που προβλέπονται είτε από ειδική νομοθεσία είτε από τον Εθνικό Κώδικα Δεοντολογίας για το Franchising.

### **Franchise Fee:** (Δικαίωμα εισόδου, Entry Fee)

Η εφάπαξ (συνήθως) αμοιβή που καταβάλλει ο δικαιούχος στον δικαιούχο για την παραχώρηση του δικαιώματος εκμετάλλευσης του franchise.

### **Royalties:** (Περιοδικά Δικαιώματα)

Το συνεχές οικονομικό αντάλλαγμα που καταβάλλει περιοδικά ο δικαιούχος στον δικαιούχο για την παραχώρηση του δικαιώματος εκμετάλλευσης του franchise καθ' όλη την διάρκεια της συμβατικής τους σχέσης.

### **Area Development:** (Ανάπτυξη Περιοχής)

Η περίπτωση όπου ο δικαιούχος παρέχει σε μια επιχείρηση, τον δικαιούχο ανάπτυξης περιοχής, την άδεια να εκμεταλλευθεί μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή μέσω της από τον ίδιο δημιουργίας και εκμετάλλευσης περισσότερων της μιας μονάδων εκμετάλλευσης βάσει ενός δεδομένου χρονικού σχεδίου ανάπτυξης.

### **Master Franchisee:** (Sub-Franchisor, Βασικός Δικαιούχος)

Η επιχείρηση, στην οποία ο δικαιούχος παρέχει την άδεια εκμετάλλευσης μιας συγκεκριμένης γεωγραφικής περιοχής, μέσω της από τον βασικό δικαιούχο περαιτέρω παραχώρησης σε τρίτους του δικαιώματος εκμετάλλευσης του franchise από συγκεκριμένες μονάδες εκμετάλλευσης (καταστήματα), που καθένας από αυτούς δημιουργεί μέσα στην ίδια

## FRANCHISE ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΦΡΟΝΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΠΟΥΚΑΜΙΣΑΣ

γεωγραφική περιοχή βάσει ενός δεδομένου χρονικού σχεδίου ανάπτυξης, χωρίς να αποκλείεται η πιθανότητα της παράλληλης δημιουργίας και εκμετάλλευσης από τον βασικό δικαιοδόχο μιας η περισσότερων μονάδων εκμετάλλευσης στην ίδια γεωγραφική περιοχή.

### **Industrial Franchise:** (Βιομηχανικό Franchise)

Είναι μια μορφή franchising όπου μια επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος, παρέχει σε μια άλλη επιχείρηση, τον δικαιοδόχο, την άδεια να παράγει ή να μεταποιεί συγκεκριμένα προϊόντα σύμφωνα με τις οδηγίες του δικαιοπαρόχου και να τα πωλεί με το σήμα του.

### **Distribution Franchise:** (Franchise Διανομής)

Είναι μια μορφή franchising όπου μια επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος, παρέχει σε μια άλλη επιχείρηση, τον δικαιοδόχο, την άδεια να εκμεταλλεύεται το franchise μέσω τις λιανικής πώλησης σε τελικούς καταναλωτές συγκεκριμένων προϊόντων μέσα από το κατάστημα του και κάτω από τα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπαρόχου.

### **Services Franchise:** (Franchise Υπηρεσιών)

Είναι μια μορφή franchising όπου μια επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος, παρέχει σε μια άλλη επιχείρηση, τον δικαιοδόχο, την άδεια να εκμεταλλεύεται το franchise μέσω της παροχής σε τελικούς καταναλωτές συγκεκριμένων υπηρεσιών μέσα από το κατάστημα του και κάτω από τα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπαρόχου.

### **Direct Franchise:** (Άμεσο Franchise)

Είναι η περίπτωση όπου ο δικαιοπάροχος παρέχει σε κάθε επιμέρους δικαιοδόχο τη συμβατική δυνατότητα να λειτουργήσει το franchise από μια και συγκεκριμένη μονάδα εκμετάλλευσης που βρίσκεται σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή μέσα στη χώρα ανάπτυξης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Justin G. Longebeker, Carlos W. Moore, J. William Petty (2005), **Μάνατζεμεντ Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων**, Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα.
2. Βασίλειος Γαλάνης, (2000), **Η λειτουργία των σύγχρονων χρηματοοικονομικών θεσμών στη χώρα μας**, Εκδόσεις Αθαν. Σταμούλης, Αθήνα.
3. Δ. ΚΑΖΗ, Θ. ΤΣΑΓΚΟΥΡΗ, (2004), **Franchising: αξιολόγηση και προοπτικές της δικαιόχρησης στον Ελληνικό χώρο**, Εκδόσεις ΚΕΠΕ, Αθήνα.
4. Φροντιστήρια Πουκαμισάς, (2013), **Ενημερωτικός Φάκελος**, Εκδόσεις φροντιστηρίου Πουκαμισάς, Αθήνα.
5. [www.soeasyfranchise.gr/index.php/el/nea/articles/289-2013-01-16-15-48-42](http://www.soeasyfranchise.gr/index.php/el/nea/articles/289-2013-01-16-15-48-42)
6. [www.franchise-success.gr/htmlsite/greek/successdetails.asp?id=1197&pstring=80,105,367](http://www.franchise-success.gr/htmlsite/greek/successdetails.asp?id=1197&pstring=80,105,367)
7. [www.poukamisas.gr](http://www.poukamisas.gr)