



ΚΛΑΔΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

Απαγορεύεται η με κάθε μηχανικό, ηλεκτρονικό ή άλλο μέσο αντιγραφή, αναπαραγωγή ή ανατύπωση του παρόντος, η μετάφραση, διασκευή ή τροποποίηση αυτού, η θέση σε κυκλοφορία του πρωτοτύπου ή αντιτύπων του και γενικά η με οποιαδήποτε τρόπο δημοσίευσή του, ολόκληρου ή τμημάτων του, χωρίς την άδεια των δημιουργών του (Ν. 2121/1993 περί πνευματικής ιδιοκτησίας).

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΣΥΝΟΨΗ	i
Ζήτηση	i
Προσφορά	ii
Αγορά	ii
1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ – ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ	1
1.1 Αλυσίδες Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης	1
1.2 Άλλες Κατηγορίες Καταστημάτων που Δραστηριοποιούνται στη Λιανική Αγορά των Χρηστικών-Οικιακών Ειδών	3
• Σουπερμάρκετ	3
• Πολυκαταστήματα Οικιακού Εξοπλισμού	3
• Μεμονωμένα καταστήματα	4
• Ιδρύσεις-Διαλύσεις εμπορικών επιχειρήσεων του κλάδου	4
2 Η ΖΗΤΗΣΗ ΧΡΗΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ	5
2.1 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Ζήτηση Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσεως	5
2.2 Μέση Μηνιαία Δαπάνη για Χρηστικά Είδη Οικιακής Χρήσεως	6
Παράρτημα	
3 Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ	15
3.1 Απογραφικά Στοιχεία Επιχειρήσεων Λιανικής Πώλησης Επίπλων - Φωτιστικών και Ειδών Οικιακής Χρήσης	15
3.2 Επιχειρήσεις Εκμετάλλευσης Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης	16
3.2.1 Γενικά Πληροφοριακά Στοιχεία Επιχειρήσεων Εκμετάλλευσης Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης	16
3.2.2 Πωλήσεις Επιχειρήσεων Εκμετάλλευσης Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης	27
3.2.3 Χρηματοοικονομική Ανάλυση Επιχειρήσεων με Χρήση Αριθμοδεκτών	29
• Κερδοφορία των Επιχειρήσεων	30
➤ Επιχειρήσεις λιανικής πώλησης	30
➤ Επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης	31
• Αποδοτικότητα των Επιχειρήσεων	32
➤ Επιχειρήσεις λιανικής πώλησης	32
➤ Επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης	33
• Ρευστότητα των Επιχειρήσεων	34
➤ Επιχειρήσεις λιανικής πώλησης	34
➤ Επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης	34
• Χρηματοοικονομική Διάρθρωση των Επιχειρήσεων	36
➤ Επιχειρήσεις λιανικής πώλησης	36
➤ Επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης	36
• Ομαδοποιημένος Ισολογισμός Επιχειρήσεων Εκμετάλλευσης Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης	38
➤ Επιχειρήσεις που πραγματοποιούν κυρίως λιανική πώληση	38
➤ Επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης	39
3.3 Στοιχεία Ανταγωνισμού	40
3.3.1 Δίκτυα Καταστημάτων	40
3.3.2 Διαφημιστική Δαπάνη Καταστημάτων Οικιακών Ειδών, Κρυστάλλινων Ειδών και Δώρων	48

3.3.3	Άλλοι Τρόποι Προώθησης των Πωλήσεων από τις Αλυσίδες Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης	49
	• Λίστα γάμου	49
	• Τιμολογιακή πολιτική και πολιτική πιστωτικών διευκολύνσεων	50
	• Ποικιλία και ποιότητα των προσφερομένων ειδών	50
	• Υπηρεσίες κατά την πώληση	51
Παράρτημα		
4.	Η ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΑΛΥΣΙΔΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ	82
4.1	Μέγεθος Εγχώριας Λιανικής Αγοράς Μέσω Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης	82
4.2	Μερίδια Αγοράς Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης	84
4.3	Στατιστικά Στοιχεία Πωλήσεων – Μέσος Όρος Πωλήσεων ανά Κατάστημα Λιανικής	85
5.	Ο ΘΕΣΜΟΣ ΤΗΣ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗΣ (FRANCHISING) ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	87
5.1	Ορισμός του Franchising	87
5.2	Εφαρμοζόμενες Μορφές Συμφωνιών Franchising	87
	• Άμεσο Franchising (Direct Franchising)	87
	• Κύρια Συμφωνία Franchising (Master Franchising)	87
	• Συμφωνία για Δραστηριότητα Κοινής Επιχείρησης (Joining Venture)	89
5.3	Τυπολογική Διάκριση Συμφωνιών Franchising	90
	• Franchising Διανομής	90
	• Franchising Υπηρεσιών	90
	• Franchising Παραγωγής ή Βιομηχανικό Franchising	91
	• Μικτό Franchising	91
	• Franchising Υπαγωγής (Subjection Franchising)	91
	• Franchising Ισοτιμίας	92
5.4	Δομή της Σύμβασης Franchise	92
5.5	Πλεονεκτήματα για τους Franchisors και τους Franchisees	93
	• Τα Οφέλη για τον Franchisor	93
	• Τα Οφέλη για τον Franchisee	94
	• Μειονεκτήματα	95
	• Το Franchising ως Στρατηγική Ανάπτυξης	95
5.6	Έρευνα Franchising	96
5.6.1	Μεθοδολογία της Έρευνας	96
5.6.2	Ενεργοί Franchisors ανά Δραστηριότητα	98
5.6.3	Δραστηριότητες και Εμπορικά Σήματα	99
5.6.4	Προφίλ του Franchising το 2001	101
5.6.5	Τα Συστήματα Franchising	101
5.6.6	Λόγοι Εφαρμογής του Franchising	104
5.6.7	Ενεργοί Franchisors με Διεθνή Δραστηριότητα	106
5.6.8	Κύκλος Ζωής των Επιχειρήσεων	108
6.	ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΈΝΩΣΗΣ	110
7.	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	113

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι - ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ – ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΛΑΔΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ ΠΟΥ ΈΧΟΥΝ ΕΚΠΟΝΗΘΕΙ ΑΠΟ ΤΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΜΕΛΕΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ICAP ΑΕ

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

A/A Πίνακας

1.1 Ιδρύσεις-Διαλύσεις εμπορικών επιχειρήσεων του κλάδου «Επιτραπέζια - Μαγειρικά - Διακοσμητικά» (1/1/1994-30/6/2000)	4
2.1 Γάμοι που τελέστηκαν κατά το χρονικό διάστημα 1990-2000	5
2.2 Νέες κατοικίες και βελτιώσεις βάσει των εκδοθεισών αδειών (1990-2001)	5
3.1 Επιχειρήσεις Εκμετάλλευσης Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης	17
3.2 Πωλήσεις επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης (1997-2001, σε €)	27
3.3 Πωλήσεις επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης (1997-2001, σε €)	28
3.4 Επωνυμίες επιχειρήσεων για την ανάγνωση διαγραμμάτων	29
4.1 Μέγεθος λιανικής αγοράς μέσω αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών-οικιακών ειδών (1997-2001, σε € 'εκ.)	82
4.2 Μερίδια αγοράς ορισμένων εκ των κυριότερων αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης (2001)	84
4.3 Μέσος όρος πωλήσεων ανά κατάστημα λιανικής	85
5.1 Ενεργοί Franchisors ανά Δραστηριότητα	99
5.2 Περιβάλλον του Franchising: Δραστηριότητες, Εμπορικά Σήματα, Πολλαπλά Καταστήματα	100
5.3 Προφίλ του Franchising το 2001	101
5.4 Περιβάλλον του Franchising: Προέλευση του συστήματος, Τύπος ιδιοκτησίας μη αυτόχθονου συστήματος	103
5.5 Περιβάλλον του Franchising: Χώρες προέλευσης μη αυτόχθονου συστήματος	103
5.6 Περιβάλλον του Franchising: Λόγοι Εφαρμογής του Franchising	105
5.7 Διεθνής δραστηριότητα εγχωρίων δικτύων	107
6.1 Λιανικό εμπόριο ειδών οικιακής χρήσεως (% μεταβολής σε σχέση με τον ίδιο μήνα του προηγούμενου έτους)	111
6.2 Εξέλιξη του λιανικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσεως στις χώρες της ζώνης του ευρώ και στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με τον προηγούμενο μήνα)	112

A/A Διάγραμμα

2.1 Ποσοστό μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών για διαρκή αγαθά οικιακής χρήσεως στο σύνολο των μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών	7
2.2 Δαπάνη για οικιακά σκεύη στις μηνιαίες αγορές των νοικοκυριών	8
2.3 Ανάλυση των δαπανών για οικιακά σκεύη σε βασικές κατηγορίες	9
3.1 Γεωγραφική κατανομή επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου επίπλων – φωτιστικών και ειδών οικιακής χρήσης	16
3.2 Αριθμοδείκτες κερδοφορίας επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης	31
3.3 Αριθμοδείκτες κερδοφορίας επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης	31
3.4 Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης	33
3.5 Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης	33
3.6 Αριθμοδείκτες ρευστότητας επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης	35
3.7 Αριθμοδείκτες ρευστότητας χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης	35
3.8 Αριθμοδείκτες χρηματοοικονομικής διάρθρωσης επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης	37
3.9 Αριθμοδείκτες χρηματοοικονομικής διάρθρωσης επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης	37
3.10 Συνολικός αριθμός καταστημάτων ορισμένων αλυσίδων χρηστικών οικιακών ειδών (2000/2002)	41
3.11 Συνολικός αριθμός σημείων πώλησης ορισμένων από τις κυριότερες αλυσίδες καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης	42
3.12 Εταιρικά / Franchise καταστήματα ορισμένων από τις κυριότερες αλυσίδες καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης	43
3.13 Χωροταξική κατανομή των καταστημάτων στην περιοχή της Πρωτεύουσας (Ιούλιος 2002)	45

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ (συνέχεια)

3.14 Χωροταξική κατανομή των καταστημάτων στη Θεσσαλονίκη (Ιούλιος 2002)	46
3.15 Χωροταξική κατανομή των καταστημάτων ανά νομό (Ιούλιος 2002)	47
3.16 Διαφημιστική Δαπάνη Καταστημάτων Ειδών Νοικοκυριού, Κρυστάλλινων Ειδών και Δώρων	48
4.1 Μέγεθος λιανικής αγοράς μέσω αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών-οικιακών ειδών (1997-2001)	82
5.1 Κύκλος ζωής των επιχειρήσεων	109
6.1 Εξέλιξη του συνολικού λιανικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσης στις χώρες της Ευρωζώνης	110

ΣΥΝΟΨΗ

Στη συνολική αγορά των οικιακών-χρηστικών ειδών μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του '80 υπερίσχυαν τα μεμονωμένα-αυτόνομα καταστήματα. Έκτοτε, ακολουθώντας τις διεθνείς εξελίξεις, καθώς και ανάλογες τάσεις που εμφανίστηκαν σε όλους σχεδόν τους τομείς του λιανικού εμπορίου, σε σημαντική οδό λιανικής διάθεσης χρηστικών-οικιακών ειδών αναδείχθηκαν οι αλυσίδες καταστημάτων, οι οποίες και αποτελούν το αντικείμενο διερεύνησης της παρούσας μελέτης. Τα χαρακτηριστικά των αλυσίδων είναι ότι λειτουργούν με το ίδιο σήμα, διαθέτουν τα ίδια προϊόντα, ακολουθούν κοινή τιμολογιακή πολιτική, έχουν κοινή εμφάνιση των καταστημάτων και διέπονται από την ίδια φιλοσοφία ως προς τον τρόπο λειτουργίας και εξυπηρέτησης των καταναλωτών. Ορισμένες από αυτές αναπτύχθηκαν με ταχείς ρυθμούς και σύντομα απέκτησαν παρουσία σε μεγάλο αριθμό εμπορικών περιοχών της χώρας. Η γεωγραφική τους εξάπλωση επιτεύχθηκε σε σημαντικό βαθμό με την εφαρμογή του θεσμού της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος (franchising), ο οποίος λόγω των πλεονεκτημάτων που προσφέρει στις συμβαλλόμενες πλευρές αποτελεί την αποτελεσματικότερη οδό δημιουργίας πανελλαδικών δικτύων.

Η ταχεία γεωγραφική επέκταση των κυριοτέρων αλυσίδων, η εφαρμογή από μέρους τους προσφορών και πιστωτικών διευκολύνσεων, η καθιέρωση της λίστας γάμου και άλλων μεθόδων προώθησης των πωλήσεων, άλλαξαν ριζικά τη δομή του κλάδου και ανέδειξαν τις αλυσίδες στο κυρίαρχο κανάλι λιανικής πώλησης χρηστικών-οικιακών ειδών. Ωστόσο, η ισχυρή ακόμα παρουσία και άλλων σημείων διάθεσης των συγκεκριμένων προϊόντων, μεταξύ των οποίων των σούπερμάρκετ, των μεμονωμένων-αυτόνομων καταστημάτων και – πιο πρόσφατα – των από το εξωτερικό προερχόμενων πολυκαταστημάτων οικιακού εξοπλισμού, διαμορφώνουν ένα έντονα ανταγωνιστικό πλαίσιο, μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται οι εξεταζόμενες αλυσίδες καταστημάτων.

Ζήτηση

Δεδομένων των διαφοροποιήσεων μεταξύ των αλυσίδων που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια λιανική αγορά χρηστικών-οικιακών ειδών, οι παράγοντες κάτω από τους οποίους διαμορφώνεται η ζήτηση για τα προϊόντα του κλάδου, επηρεάζουν σε διαφορετικό βαθμό καθεμία από τις εξεταζόμενες αλυσίδες. Το βιοτικό επίπεδο και το διαθέσιμο εισόδημα των νοικοκυριών αποτελούν σημαντικούς παράγοντες επηρεασμού της ζήτησης, καθώς η βελτίωσή τους συμβάλλει στη συχνότερη ανανέωση του οικιακού εξοπλισμού. Επιπλέον, οικονομικές δυσκολίες και έλλειψη ρευστότητας κατευθύνουν σε ορισμένες περιπτώσεις τη ζήτηση προς τις οργανωμένες αλυσίδες καταστημάτων, οι οποίες παρέχουν μεγαλύτερες ευκολίες εξόφλησης των αγορών. Η μεταστροφή των καταναλωτικών προτιμήσεων προς τα επώνυμα προϊόντα ενισχύουν τη ζήτηση από τις αλυσίδες, οι οποίες διαθέτουν στην πλειοψηφία τους προϊόντα γνωστών οίκων σε ικανοποιητική σχέση ποιότητας/τιμής, ενώ παρακολουθούν στενότερα και τις τελευταίες εξελίξεις σε ότι αφορά τη μόδα για τον εξοπλισμό και τη διακόσμηση της οικίας.

Μεγάλο μέρος της ζήτησης από τις αλυσίδες αφορά τον εξοπλισμό νέων νοικοκυριών και την αγορά δώρων προς νέα ζευγάρια. Ο αριθμός των γάμων που τελούνται κάθε έτος αποτελεί παράγοντα ο οποίος σε

σταθερή βάση ενισχύει τη ζήτηση για τα προϊόντα του κλάδου. Αν και δεν παρουσιάζονται σημαντικές αποκλίσεις στον αριθμό των τελεσθέντων γάμων ανά έτος, η προώθηση της λίστας γάμου από τις αλυσίδες και ο συνεχής εμπλουτισμός της με νέες υπηρεσίες εκτιμάται ότι έχει συμβάλλει στην αύξηση της ζήτησής τους, έναντι των μεμονωμένων καταστημάτων.

Οι παράγοντες αυτοί κατευθύνουν σε σημαντικό βαθμό τη ζήτηση χρηστικών-οικιακών ειδών προς τις εξεταζόμενες αλυσίδες, τη στιγμή που οι συνολικές δαπάνες για τα συγκεκριμένα προϊόντα ως ποσοστό των συνολικών οικογενειακών αγορών έχουν περιοριστεί. Παράλληλα, διαπιστώνονται σημαντικές διαφοροποιήσεις ως προς την καταναλωτική συμπεριφορά των νοικοκυριών αναφορικά με τα εξεταζόμενα προϊόντα, ανάλογα με τη γεωγραφική τους προέλευση, την εισοδηματική τους κατάσταση, το μέγεθός τους κλπ.

Προσφορά

Οι επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται αλυσίδες καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης παρουσιάζουν σημαντικές διαφοροποιήσεις τόσο ως προς τη σύνθεση των πωλήσεών τους, όσο και ως προς το εισοδηματικό κοινό προς το οποίο απευθύνονται. Παράλληλα, στον κλάδο δραστηριοποιείται σημαντικός αριθμός αλυσίδων με περιορισμένο αριθμό καταστημάτων (λιγότερα από 5), το σύνολο των οποίων βρίσκεται πολλές φορές σε στενά γεωγραφικά όρια. Αντίθετα, περιορισμένος αριθμός αλυσίδων επεδίωξαν διευρυμένη γεωγραφικά παρουσία, με εφαρμογή – στο σύνολο των περιπτώσεων – του θεσμού της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος (franchising). Ο τελευταίος, λόγω των πλεονεκτημάτων που προσφέρει στις συμβαλλόμενες πλευρές αποτελεί τον πλέον αποδοτικό τρόπο για την επέκταση των αλυσίδων και τη δημιουργία πανελλαδικών δικτύων. Χαρακτηριστικό της διεύρυνσης των δικτύων τα τελευταία χρόνια είναι το ότι ο συνολικός αριθμός των καταστημάτων των αλυσίδων για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα συγκρίσιμα στοιχεία ανήλθε από 257 στα μέσα του 1999 σε 309 τον Ιούλιο του 2002. Αποτέλεσμα της παρουσίας αυτών των αλυσίδων σε σημαντικό αριθμό εμπορικών περιοχών της χώρας, ήταν η συνύπαρξη καταστημάτων με διαφορετικά εμπορικά σήματα σε μικρή απόσταση μεταξύ τους και η ανάπτυξη έντονου ανταγωνισμού για την απόσπαση του μεγαλύτερου δυνατού μεριδίου αγοράς.

Ο ανταγωνισμός αυτός εκδηλώθηκε στο επίπεδο της αντιπροσώπευσης επώνυμων οίκων του εξωτερικού, της διαφημιστικής προβολής των καταστημάτων του κλάδου και των προϊόντων που διαθέτουν, αλλά και στο επίπεδο της τιμολογιακής και πιστωτικής πολιτικής των αλυσίδων. Η σημασία της τελευταίας υπογραμμίζεται ιδιαίτερα από παράγοντες του κλάδου, καθώς οι αλυσίδες επιδιώκουν τη διεύρυνση των παρεχόμενων ευκολιών εξόφλησης, ενώ φροντίζουν για την ενίσχυσή τους με την έκδοση ειδικών καρτών προσφορών. Παράλληλα, επιδιώκουν τον συνεχή εμπλουτισμό των κάθε μορφής ποιοτικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές, μεγάλο μέρος των οποίων απευθύνεται σε νέα ζευγάρια μέσω της λίστας γάμου.

Αγορά

Αποτέλεσμα της συνεχούς διεύρυνσης της παρουσίας των αλυσίδων μέσω νέων καταστημάτων στο σύνολο της χώρας και της αποτελεσματικότητας των μεθόδων για την προσέλκυση των καταναλωτών ήταν

οι συνολικές τους πωλήσεις να ακολουθήσουν αυξητικούς ρυθμούς κατά τη διάρκεια της προηγούμενης πενταετίας. Συγκεκριμένα, το μέγεθος της εγχώριας λιανικής αγοράς χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης, μέσω των αλυσίδων, διαμορφώθηκε σε €164,3 εκ. το 2001, έναντι €147,0 εκ. το 2000, παρουσιάζοντας αύξηση της τάξης του 11,8%. Υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης επικράτησαν καθ' όλη τη διάρκεια της προηγούμενης πενταετίας, καθώς ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής το χρονικό διάστημα 1997-2001 διαμορφώθηκε σε 10,9%. Με θετικούς ρυθμούς αναμένεται να κινηθεί η αγορά των αλυσίδων και το τρέχον έτος (2002), καθώς το συνολικό μέγεθός της αναμένεται να παρουσιάσει περαιτέρω αύξηση κατά 8,9%, διαμορφούμενο στα €179 εκ.

Η ταχεία επέκταση και η διευρυμένη γεωγραφικά παρουσία των αλυσίδων καταστημάτων οδήγησε σε αύξηση των τάσεων συγκέντρωσης στην εγχώρια αγορά λιανικής και σε συρρίκνωση του μεριδίου των μεμονωμένων καταστημάτων. Δύο αλυσίδες καταστημάτων συγκεντρώνουν μερίδιο στη συνολική αγορά των αλυσίδων της τάξης του 38,6%. Συγκεκριμένα το μερίδιο της αλυσίδας Παρουσίαση στην αγορά του 2001 διαμορφώθηκε σε 25,7%, ενώ της Studio Kosta Boda Illum ήταν της τάξης του 12,9%. Ακολουθεί με σημαντική διαφορά η αλυσίδα Ο Κόσμος του Σπιτιού με μερίδιο αγοράς 3,6%, μεγάλο μέρος των πωλήσεων της οποίας προέρχεται ωστόσο από την πώληση μη χρηστικών οικιακών ειδών. Οι αλυσίδες Nikko Market, Ζαφειρόπουλος και Christofle απέσπασαν μερίδια 2,5%, 2,4% και 2,4% αντίστοιχα, ενώ οι αλυσίδες Ikia και Omnishop κατέλαβαν μερίδιο της τάξεως του 2,0% η καθεμία. Σημαντική παρουσία στην αγορά του 2001 είχαν και οι αλυσίδες Ανδρεάδης, Cook Shop, www.home.com και Pallet Stores. Ακολουθεί σημαντικός αριθμός αλυσίδων η συμμετοχή καθεμίας από τις οποίες στη συνολική αγορά του 2001 δεν ξεπέρασε το 2,0%.

Η παρουσία των πολυκαταστημάτων οικιακού εξοπλισμού με διεθνή εμπορικά σήματα στην ελληνική αγορά λιανικής, αναμένεται να εντείνει το ανταγωνιστικό πλαίσιο στο οποίο λειτουργούν οι αλυσίδες καταστημάτων. Δεδομένων ωστόσο των συνθηκών που επικρατούν στο εγχώριο λιανικό εμπόριο χρηστικών-οικιακών ειδών, των περιθωρίων απόσπασης επιπλέον μεριδίων από τα μεμονωμένα καταστήματα και των σχεδίων των αλυσίδων για ίδρυση νέων καταστημάτων, αναμένεται να συνεχιστεί η θετική πορεία των αλυσίδων στα πλαίσια της συνολικής αγοράς λιανικής και τα προσεχή έτη.

1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ - ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

1.1 Αλυσίδες Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης

Η παρούσα μελέτη εξετάζει την εγχώρια λιανική αγορά των αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης. Αν και στο λιανικό εμπόριο των χρηστικών-οικιακών ειδών δραστηριοποιείται μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων με σημαντικές διαφοροποιήσεις ως προς τα εμπορευόμενα προϊόντα, αντικείμενο διερεύνησης της μελέτης είναι τα δίκτυα λιανικής που λειτουργούν κάτω από το ίδιο εμπορικό σήμα και ασχολούνται με τη διάθεση των ακολούθων κατηγοριών προϊόντων:

- Επιτραπέζια είδη σερβιρίσματος και εστίασης.
- Μαγειρικά σκεύη και εργαλεία για την κουζίνα.
- Ηλεκτρικές μικροσυσκευές.
- Είδη για το μπάνιο.
- Διακοσμητικά προϊόντα.
- Είδη δώρου.
- Μικροέπιπλα.

Θα πρέπει να σημειωθεί ωστόσο, ότι δεν υπάρχει θεσμοθετημένος ορισμός ενός συνόλου καταστημάτων ως «αλυσίδα». Άτυπα και για τις ανάγκες της παρούσας μελέτης, ως «αλυσίδα» χαρακτηρίζεται το σύνολο τριών (3) τουλάχιστον καταστημάτων που λειτουργούν με το ίδιο εμπορικό σήμα, ανεξάρτητα από το νομικό πρόσωπο στο οποίο ανήκουν. Επιπλέον, για να χαρακτηριστεί ένα σύνολο καταστημάτων ως αλυσίδα του συγκεκριμένου κλάδου, ο κύκλος εργασιών της πρέπει να διαμορφώνεται σε ποσοστό 50% τουλάχιστον από την πώληση χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης.

Η ανάπτυξη των αλυσίδων τοποθετείται χρονικά στις αρχές της δεκαετίας του '90 ακολουθώντας τις διεθνείς τάσεις και εξελίξεις, ενώ συνδέεται τόσο με την ίδρυση νέων σημείων πώλησης από επιχειρήσεις με μακροχρόνια παρουσία (ως μεμονωμένα καταστήματα) στην εγχώρια λιανική αγορά, όσο και με την ανάπτυξη από ελληνικές επιχειρήσεις δικτύων κάτω από εμπορικά σήματα, προερχόμενα από το εξωτερικό.

Η ανάπτυξη εκτεταμένων δικτύων καταστημάτων, η διάθεση των προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές, η εκτεταμένη προβολή και η εφαρμογή προσφορών και πιστωτικών διευκολύνσεων προς τους καταναλωτές, ήταν οι βασικοί παράγοντες που καθιέρωσαν τις αλυσίδες καταστημάτων σε ισχυρή οδό λιανικής πώλησης χρηστικών-οικιακών ειδών. Οι ανταγωνιστικές τιμές των αλυσίδων σχετίζονται με το μικρότερο κόστος προμήθειας των εμπορευμάτων τους, λόγω μαζικών παραγγελιών και τις γενικότερες οικονομίες κλίμακας που επιτυγχάνουν. Στο σημείο αυτό θα πρέπει να σημειωθούν οι σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των επί μέρους αλυσίδων ως προς το εύρος των τιμών των διατιθέμενων προϊόντων και κατ' επέκταση ως προς το εισοδηματικό κοινό προς το οποίο απευθύνονται. Χαρακτηριστικό είναι ότι, σε ορισμένες περιπτώσεις οι ίδιες εταιρίες ή όμιλοι επιχειρήσεων έχουν αναπτύξει διαφορετικές αλυσίδες για τη διάθεση προϊόντων υψηλής και χαμηλότερης οικονομικής κατηγορίας. Στο σύνολό τους ωστόσο, οι εξεταζόμενες αλυσίδες επιδιώκουν τη διάθεση προϊόντων στην ικανοποιητικότερη δυνατή σχέση μεταξύ ποιότητας / τιμής.

Με τη διάθεση προϊόντων με ικανοποιητική σχέση ποιότητας/τιμής σχετίζονται και οι παρεχόμενες από τις αλυσίδες ευκολίες πληρωμής. Η συνεργασία με πιστωτικούς οργανισμούς για την εξόφληση των αγορών μέσω άτοκων δόσεων αποτελεί ένα ακόμα πλεονέκτημα που ισχυροποιεί τη θέση των αλυσίδων στην ευρύτερη λιανική αγορά. Μέσω αυτής δίνεται η δυνατότητα στους καταναλωτές για την αγορά επώνυμων προϊόντων που διαφορετικά δεν θα ήταν εφικτή, ενώ οι αλυσίδες επιτυγχάνουν την πραγματοποίηση μεγαλύτερου ύψους πωλήσεων. Επιπλέον, η έκδοση μηνιαίων περιοδικών από τις εταιρείες πιστωτικών καρτών, όπου αναφέρονται τα καταστήματα τα οποία παρέχουν εκπτώσεις και άτοκες δόσεις στους κατόχους τους αποτελεί ένα επιπλέον κίνητρο για την υιοθέτηση από πλευράς των αλυσίδων της συγκεκριμένης πρακτικής. Ο αριθμός των άτοκων δόσεων ποικίλει ανάλογα με την πολιτική του καταστήματος και το ύψος των αγορών. Ωστόσο, αναγνωρίζοντας τη συμβολή των εκπτώσεων και των κάθε μορφής παροχών προς τους καταναλωτές, πολλές αλυσίδες προχώρησαν περαιτέρω και στην έκδοση ειδικών καρτών-προνομίων προς τους πελάτες τους.

Η ύπαρξη μεγάλου αριθμού καταστημάτων σε όλη την Ελλάδα, με εσωτερικό σχεδιασμό και διαρρύθμιση που προσφέρουν υψηλό βαθμό αναγνωρισιμότητας για το εμπορικό σήμα συνιστά πλεονέκτημα για τις αλυσίδες έναντι των λοιπών καναλιών λιανικής. Η ενιαία πολιτική τιμών και προσφορών στο σύνολο των σημείων πώλησης ενισχύεται από τη συνεχή και οργανωμένη διαφημιστική προβολή και στρατηγική προώθησης του ονόματος της αλυσίδας και των προϊόντων της. Τα εκτεταμένα δίκτυα καταστημάτων και ο υψηλός βαθμός αναγνωρισιμότητας ακόμη και στις τοπικές αγορές, έχουν ως αποτέλεσμα οι αλυσίδες να απευθύνονται σε σημαντικό μέρος του πληθυσμού της χώρας. Επιπλέον, ενισχύουν και την αποτελεσματικότητα της λίστας γάμου ως μεθόδου προώθησης των πωλήσεων, καθώς η δυνατότητα αγοράς ή αλλαγής δώρων σε οποιοδήποτε κατάστημα, αποτελεί σημαντικό λόγο αποδοχής της συγκεκριμένης πρακτικής από τα νέα ζευγάρια.

Η συχνή ανανέωση των καταστημάτων και η άμεση προμήθεια των ειδών τους ανάλογα με τις απαιτήσεις και τις ανάγκες της αγοράς επιτρέπει τη διάθεση από τα καταστήματα προϊόντων, σύμφωνα με τις ισχύουσες τάσεις της μόδας σε ότι αφορά τον εξοπλισμό και τη διακόσμηση του σπιτιού. Το γεγονός αυτό συνδέεται και με τη συνεργασία των επιχειρήσεων εκμετάλλευσης των αλυσίδων με επώνυμους οίκους του εξωτερικού η οποία συμβάλλει στην ταχύτερη ενημέρωσή τους για τις επερχόμενες εξελίξεις.

Οι παράγοντες αυτοί συνέβαλλαν στο να καταστούν οι αλυσίδες κυρίαρχο κανάλι διανομής χρηστικών-οικιακών ειδών. Στο συγκεκριμένο κλάδο δραστηριοποιούνται – εκτός των αλυσίδων – και άλλες κατηγορίες επιχειρήσεων, οι οποίες παρουσιάζοντας κάποια πλεονεκτήματα έναντι των αλυσίδων, εντείνουν τον ανταγωνισμό στην εγχώρια λιανική αγορά. Η περιγραφή ορισμένων από αυτές είναι αναγκαία για την απόδοση της εικόνας του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιούνται τα τελευταία χρόνια οι εξεταζόμενες αλυσίδες καταστημάτων.

1.2 Άλλες Κατηγορίες Καταστημάτων που Δραστηριοποιούνται στη Λιανική Αγορά των Χρηστικών-Οικιακών Ειδών

Σούπερμάρκετ

Η πλειοψηφία πλέον των αλυσίδων σούπερμάρκετ διαθέτει από ειδικά τμήματα είδη για τον εξοπλισμό του σπιτιού. Η καθημερινή προσέλευση σε αυτά μεγάλου αριθμού καταναλωτών για την αγορά των λοιπών ειδών τους (τροφίμων κλπ) συνιστά πλεονέκτημα έναντι των εξειδικευμένων καταστημάτων του χώρου. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με τη διάθεση των προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές ενισχύει τη θέση του συγκεκριμένου καναλιού στη λιανική των χρηστικών ειδών.

Έναντι των αλυσίδων και των μεμονωμένων καταστημάτων μειονεκτούν στο βαθμό όπου υπάρχουν απαιτήσεις από πλευράς των καταναλωτών σε ότι αφορά το σχεδιασμό ή την επωνυμία του προϊόντος. Η διάθεση κατά κύριο λόγο προϊόντων χαμηλότερης τιμής, τα οποία προορίζονται περισσότερο για την κάλυψη των καθημερινών αναγκών και λιγότερο για την αγορά δώρων ή τον εξοπλισμό νέων νοικοκυριών, απομακρύνει τα συγκεκριμένα καταστήματα από ένα σημαντικό μέρος της αγοράς.

Πολυκαταστήματα Οικιακού Εξοπλισμού

Τα πρώτα πολυκαταστήματα ειδών οικιακού εξοπλισμού εμφανίστηκαν στην ελληνική αγορά με την εκχώρηση Master Franchise από πολυεθνικούς ομίλους του εξωτερικού σε ελληνικές επιχειρήσεις με εμπειρία από την προγενέστερη δραστηριοποίησή τους σε άλλους εμπορικούς κλάδους. Τα συγκεκριμένα καταστήματα στεγάζονται σε μεγάλους χώρους, φέρουν εμπορικά σήματα διεθνούς αναγνώρισης και περιλαμβάνουν προϊόντα που καλύπτουν το σύνολο των αναγκών του νοικοκυριού (είδη επίπλωσης, διακόσμησης, φωτισμού κλπ). Η ευρεία γκάμα των ειδών τους, συμβάλλει στην παροχή ολοκληρωμένων προτάσεων για τον εξοπλισμό και τη διακόσμηση του σπιτιού, ενώ η εφαρμογή μεθόδων προώθησης των πωλήσεων, ανάλογων με αυτούς των αλυσίδων (λίστα γάμου, εξόφληση μέσω καρτών κλπ) διευρύνει το πελατολόγιό τους σε αγοραστές ανεξαρτήτως οικονομικών δυνατοτήτων. Τα μεγάλα πολυκαταστήματα εμφανίζονται ωστόσο περισσότερο «απρόσωπα» έναντι των μικρότερων καταστημάτων, τα οποία παρουσιάζουν υψηλότερο βαθμό διαφοροποίησης, βασιζόμενα αρκετές φορές στην αντιπροσώπευση συγκεκριμένων εμπορικών οίκων του εξωτερικού.

Αν και ο αριθμός των σημείων πώλησης που λειτουργούν κάτω από τα συγκεκριμένα εμπορικά σήματα είναι περιορισμένος, η εμφάνιση των πρώτων πολυκαταστημάτων επηρέασε έντονα τη λιανική των χρηστικών ειδών, ενώ η πρόσφατη γνωστοποίηση των προθέσεων ορισμένων για επέκταση των δικτύων τους και τη δημιουργία αλυσίδων αναμένεται να διαμορφώσει σε σημαντικό βαθμό τις εξελίξεις και στο μέλλον.

Μεμονωμένα καταστήματα

Μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του 80 τα μεμονωμένα-αυτόνομα καταστήματα υπερίσχυαν και ήλεγχαν το μεγαλύτερο τμήμα της λιανικής αγοράς των χρηστικών-οικιακών ειδών. Έκτοτε, η επέκταση των αλυσίδων καταστημάτων και η εφαρμογή από μέρους τους προσφορών και πιστωτικών διευκολύνσεων, δημιούργησε σε πολλά μεμονωμένα καταστήματα αδυναμία ανταπόκρισης στον οξύμενο ανταγωνισμό, με αποτέλεσμα το μερίδιο της συγκεκριμένης κατηγορίας στην ευρύτερη λιανική αγορά να παρουσιάσει σταδιακή μείωση. Η εξέλιξη αυτή έγινε περισσότερο αισθητή στα μεγαλύτερα αστικά κέντρα, κυρίως την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη από όπου και ξεκίνησαν την ανάπτυξή τους οι οργανωμένες αλυσίδες.

Έναντι των αλυσίδων, αρκετά μεμονωμένα καταστήματα διαθέτουν το πλεονέκτημα των άμεσων και προσωπικών σχέσεων με τους καταναλωτές, της μακροχρόνιας παρουσίας στο χώρο και της γνώσης των συνθηκών της τοπικής αγοράς. Οι συγκεκριμένοι παράγοντες, έχουν ως αποτέλεσμα την αισθητή – ιδιαίτερα στην επαρχία – παρουσία των μεμονωμένων καταστημάτων στην ευρύτερη αγορά λιανικής των χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης. Ωστόσο, κάτω από τις έντονα ανταγωνιστικές συνθήκες που διαμορφώθηκαν τα προηγούμενα χρόνια, πολλές επιχειρήσεις που λειτουργούσαν ως μεμονωμένα-αυτόνομα καταστήματα οδηγήθηκαν στη συνεργασία τους (ως δικαιοδόχων) με κάποιο από τα οργανωμένα δίκτυα, ή και στη διακοπή των εργασιών τους.

Ιδρύσεις – Διαλύσεις εμπορικών επιχειρήσεων του κλάδου

Στον πίνακα 1.1 που ακολουθεί, παρουσιάζονται οι ιδρύσεις και διαλύσεις των εμπορικών επιχειρήσεων του κλάδου επιτραπέζιων, μαγειρικών και διακοσμητικών ειδών για το χρονικό διάστημα

1/1/1994 - 30/6/2000. Τα αναφερόμενα γεγονότα αφορούν Ανώνυμες Εταιρίες και Εταιρίες Περιορισμένης Ευθύνης, όπως έχουν καταχωρηθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως για το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Στον πίνακα καταγράφεται ο αριθμός των επιχειρήσεων, το αρχικό κεφάλαιο και το κεφάλαιο του 2000 για κάθε γεγονός.

Κατά το υπό εξέταση χρονικό διάστημα, συστάθηκαν 119 εμπορικές επιχειρήσεις, εκ των οποίων 6 προήλθαν από μετατροπή και 10 από συγχώνευση υφιστάμενων εταιριών. Το κεφάλαιο των ιδρυθέντων επιχειρήσεων ανήλθε σε €41,46 εκ. στις 30/6/2000.

Πίνακας 1.1 Ιδρύσεις-Διαλύσεις εμπορικών επιχειρήσεων του κλάδου «Επιτραπέζια - Μαγειρικά - Διακοσμητικά» (1/1/1994-30/6/2000)			
Γεγονός	Αριθμός επιχ/σεων	Κεφάλαιο 2000 (€)	Αρχικό Κεφάλαιο (€)
Ιδρυση	103	14.493.470	5.494.938
Σύσταση από μετατροπή	6	4.193.309	1.983.859
Σύσταση από συγχώνευση	10	22.771.886	17.395.862
Σύνολο Ιδρύσεων- συστάσεων	119	41.458.665	24.874.659
Διάλυση	26	1.596.625	575.202
Ανάκληση άδειας	11	463.683	302.274
Σύνολο διαλύσεων	37	2.060.308	877.476
Πηγή: ICAP			

Ο συνολικός αριθμός των εταιριών που διαλύθηκαν ή διέκοψαν τις εργασίες τους το ίδιο χρονικό διάστημα ήταν 37. Εξ' αυτών, 26 διαλύθηκαν, ενώ σε 11 από τις εταιρίες ανακλήθηκε η άδεια συστάσεως ή μετατροπής.

2. Η ΖΗΤΗΣΗ ΧΡΗΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ

Στην παρούσα ενότητα επιχειρείται η σκιαγράφηση των συνθηκών και παραγόντων κάτω από τις οποίες διαμορφώνεται η ζήτηση για τις κυριότερες κατηγορίες προϊόντων που διατίθενται από τις αλυσίδες καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσεως. Μεταξύ των εξεταζόμενων αλυσίδων παρουσιάζονται σημαντικές αποκλίσεις ως προς το φάσμα των προϊόντων που εντάσσουν στα καταστήματά τους, με αποτέλεσμα άλλες να διαθέτουν σε μεγαλύτερη κλίμακα κρυστάλλινα είδη, ενώ σε άλλες προτεραιότητα να έχουν τα μαγειρικά σκεύη και τα είδη κουζίνας, ή τα διακοσμητικά κλπ. Επιπλέον, οι αλυσίδες διαφοροποιούνται και ως προς το εύρος των τιμών των ειδών τους και επομένως ως προς το εισοδηματικό κοινό προς το οποίο απευθύνονται.

Υπό τις συνθήκες αυτές, είναι απαραίτητο να επισημανθεί ότι οι παράγοντες διαμόρφωσης της ζήτησης που παρατίθενται στην παρούσα ενότητα επηρεάζουν σε διαφορετικό βαθμό και με διαφορετικό τρόπο καθεμία από τις εξεταζόμενες αλυσίδες.

2.1 Παράγοντες που Επηρεάζουν τη Ζήτηση Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσεως

Το **βιοτικό επίπεδο** αποτελεί σημαντικό παράγοντα, η βελτίωση του οποίου όχι μόνο αυξάνει την πραγματοποιούμενη δαπάνη για την αγορά προϊόντων εξοπλισμού και διακόσμησης των νοικοκυριών, αλλά οδηγεί και σε συχνότερη ανανέωση του υπάρχοντος εξοπλισμού.

Σε ότι αφορά το **διαθέσιμο εισόδημα** των καταναλωτών σημειώνεται ότι, ενώ η οικονομική στενότητα και οι συνθήκες έλλειψης ρευστότητας στην αγορά λειτουργούν αρνητικά στη ζήτηση, επιβραδύνοντας τους ρυθμούς ανανέωσης του οικιακού εξοπλισμού, ευνοούν ωστόσο τις οργανωμένες αλυσίδες καταστημάτων, στο βαθμό που μεγαλύτερο μέρος των καταναλωτών στρέφεται προς αυτές για την εξόφληση των αγορών μέσω άτοκων δόσεων, προσφορών, εκπτώσεων κλπ.

Μεγάλο μέρος της ζήτησης για τα είδη οικιακής χρήσεως προέρχεται από την ανάγκη εξοπλισμού

Πίνακας 2.1 Γάμοι που τελέσθηκαν κατά το χρονικό διάστημα 1990-2000	
Έτος	Τελεσθέντες Γάμοι
1990	59.052
1991	65.568
1992	48.631
1993	62.195
1994	56.813
1995	63.987
1996	45.408
1997	59.814
1998	55.792
1999	59.940
2000 (Ιαν.-Μαρ.)	9.756
Πηγή: ΕΣΥΕ	

Πίνακας 2.2 Νέες κατοικίες και βελτιώσεις βάσει των εκδοθεισών αδειών (1990-2001)	
Έτος	Αριθμός Αδειών
1990	120.240
1991	100.339
1992	85.095
1993	79.150
1994	80.607
1995	70.862
1996	86.737
1997	89.651
1998	97.411
1999	88.545
2000	89.398
2001*	75.325
* Προσωρινά στοιχεία Πηγή: ΕΣΥΕ	

νέων νοικοκυριών, ενώ επιπλέον σημαντικό μέρος της αφορά την αγορά δώρων προς νέα ζευγάρια. Στην κατεύθυνση αυτή έχει συμβάλει και η δημιουργία λίστας γάμου από τις περισσότερες αλυσίδες και η υιοθέτηση της συγκεκριμένης πρακτικής από τα νέα ζευγάρια. Τα σχετικά διαθέσιμα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας της Ελλάδας αναφορικά με τον αριθμό των τελεσθέντων γάμων παρουσιάζονται στον πίνακα 2.1. Επισημαίνεται ότι τα έτη 1992 και 1996 κατά τα οποία τελέσθηκαν λιγότεροι από 50.000 γάμοι / έτος, ήταν δίσεκτα.

Μέρος της ζήτησης προέρχεται επίσης από την ανάγκη για εξοπλισμό **νέων κατοικιών**. Τα στοιχεία των αδειών οικοδομών (και προσθηκών) που εκδίδονται από τις πολεοδομίες, παρουσιάζονται στον πίνακα 2.2, έτσι όπως έχουν καταγραφεί από την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδας. Από τα στοιχεία του πίνακα διαπιστώνεται πτωτική τάση στις εκδοθείσες άδειες νέων κατοικιών και βελτιώσεων ο αριθμός των οποίων διαμορφώθηκε σε 75.325 με βάση τα προσωρινά στοιχεία του 2001, από 120.240 το 1990. Αναλυτικότερα στοιχεία αναφορικά με τον όγκο της οικοδομικής δραστηριότητας την τελευταία τριετία παρατίθενται στον πίνακα Π2.1 του παραρτήματος. Επισημαίνεται η υψηλή συγκέντρωση της οικοδομικής δραστηριότητας στο νομό της Αττικής, καθώς ο συγκεκριμένος νομός απορρόφησε το 30,8% των εκδοθέντων αδειών του 2001.

Οι **τάσεις της μόδας** σε ότι αφορά τον εξοπλισμό και τη διακόσμηση του σπιτιού ευνοούν τη συχνότερη ανανέωση του οικιακού εξοπλισμού και παράλληλα οδηγούν σε μεγαλύτερη ζήτηση από τις αλυσίδες καταστημάτων, οι οποίες (σε σχέση με τα μεμονωμένα καταστήματα) παρακολουθούν στενότερα τις τελευταίες εξελίξεις.

Η **διαφήμιση** αποτελεί παράγοντα ο οποίος δημιουργεί ζήτηση, πέρα από το να την κατευθύνει προς ορισμένα εμπορικά σήματα ή καταστήματα. Η δημιουργία της ζήτησης προέρχεται τόσο από την προβολή των νέων προϊόντων των καταστημάτων, όσο και από την ενημέρωση των καταναλωτών για τις διατιθέμενες δυνατότητες εξόφλησης.

Η ζήτηση από τα καταστήματα του κλάδου επηρεάζεται θετικά και από τις **καταναλωτικές συνήθειες** στο βαθμό που αυτές τα τελευταία χρόνια ευνοούν την αγορά επώνυμων προϊόντων, ιδίως στα αστικά κέντρα. Αντίθετα, τα καταναλωτικά πρότυπα στην αγορά της επαρχίας εξακολουθούν να ευνοούν τις άμεσες και προσωπικές σχέσεις, γεγονός που ενισχύει σε κάποιο βαθμό τα μεμονωμένα-αυτόνομα καταστήματα του κλάδου.

2.2 Μέση Μηνιαία Δαπάνη για Χρηστικά Είδη Οικιακής Χρήσεως

Στους πίνακες Π2.2 έως Π2.5 του παραρτήματος του παρόντος κεφαλαίου, παρουσιάζονται ορισμένα από τα αποτελέσματα της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών που πραγματοποίησε η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος κατά την περίοδο Νοεμβρίου 1998 – Οκτωβρίου 1999. Η έρευνα αυτή κάλυψε βάσει δείγματος τα νοικοκυριά όλης της χώρας, ανεξάρτητα από μέγεθος ή άλλα οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά τους. Ένας από τους σκοπούς της έρευνας είναι η συγκέντρωση πληροφοριών για την αξία των αγορών των νοικοκυριών για κάθε είδους αγαθό και υπηρεσία.

Από τη σύγκριση των αποτελεσμάτων μεταξύ της τελευταίας έρευνας και των αντίστοιχων που πραγματοποιήθηκαν τις χρονικές περιόδους 1981/82, 1987/88 και 1993/94 προκύπτει ότι το ποσοστό των μηνιαίων δαπανών των νοικοκυριών που προορίζονται για την αγορά διαρκών αγαθών οικιακής χρήσης στο σύνολο των μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών μειώθηκε από 9,7% το 1981/82 σε 9,0% το 1998/99 (διάγραμμα 2.1). Σημειώνεται ότι, στην κατηγορία των διαρκών αγαθών οικιακής χρήσης περιλαμβάνονται



εκτός από οικιακά σκεύη και έπιπλα, ηλεκτρικές οικιακές συσκευές, οικιακά είδη άμεσης κατανάλωσης και οικιακές και συναφείς υπηρεσίες.

Στο διάγραμμα 2.2 συνοψίζονται ορισμένα από τα συμπεράσματα της έρευνας, αναφορικά με τη μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών για πιατικά, υαλικά, μαχαιροπήρουνα και οικιακά σκεύη. Σημειώνεται ότι, η συγκεκριμένη κατηγορία δεν καλύπτει το σύνολο των προϊόντων που διατίθενται από τις εξεταζόμενες αλυσίδες, καθώς η πλειοψηφία τους περιλαμβάνει επιπλέον είδη διακόσμησης, μικροέπιπλα,

φωτιστικά, μικρές ηλεκτρικές συσκευές κτλ. Στο πρώτο μέρος του διαγράμματος απεικονίζονται οι αξιοσημείωτες αποκλίσεις στις πραγματοποιούμενες μέσες μηνιαίες δαπάνες για είδη οικιακής χρήσης ανάλογα με τη γεωγραφική προέλευση των νοικοκυριών. Συγκεκριμένα, ενώ τα νοικοκυριά της περιοχής της πρωτεύουσας δαπανούν κατά μέσο όρο €15,6 μηνιαίως για την αγορά πιατικών, υαλικών, μαχαιροπήρουνων και οικιακών σκευών, τα αντίστοιχα ποσά στα νοικοκυριά των ημιαστικών και των αγροτικών περιοχών είναι €8,0 και €8,3 αντίστοιχα.

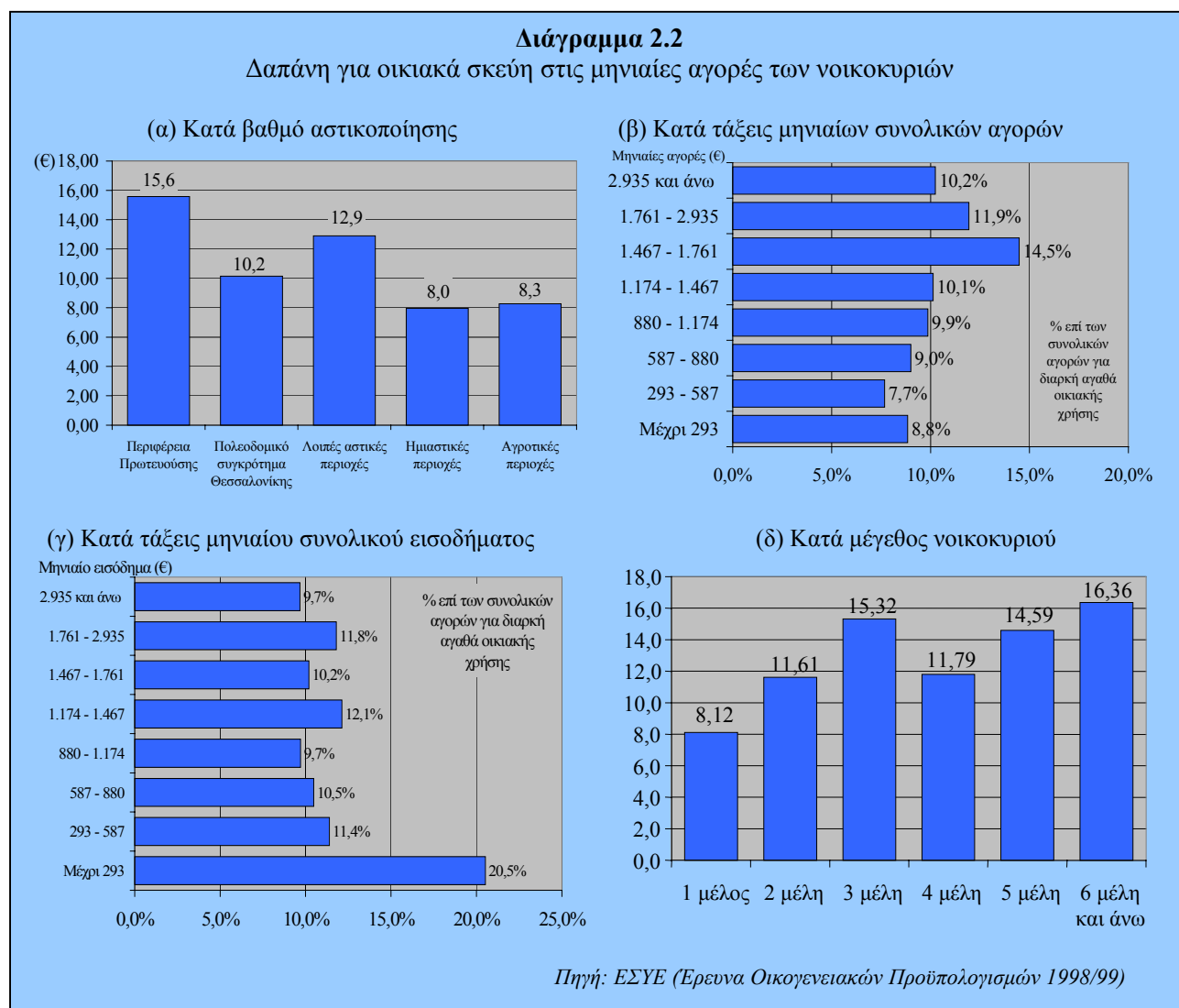
Στο δεύτερο μέρος του διαγράμματος απεικονίζεται το ποσοστό που καταλαμβάνουν οι δαπάνες για τα ίδια προϊόντα στις συνολικές μηνιαίες αγορές των νοικοκυριών για διαρκή αγαθά οικιακής χρήσης, κατά τάξεις μηνιαίων συνολικών αγορών των νοικοκυριών. Το συγκεκριμένο ποσοστό υπερβαίνει το 10% στις κατηγορίες των νοικοκυριών με μηνιαίο προϋπολογισμό €1.174 (400 χιλ. δρχ.) και άνω, ενώ είναι μεγαλύτερο (14,5%) στα νοικοκυριά με μηνιαίες συνολικές αγορές μεταξύ €1.467 - €1.761.

Σε ότι αφορά την καταναλωτική συμπεριφορά των διαφορετικών εισοδηματικών κατηγοριών των νοικοκυριών (διάγραμμα 2.2γ) διαπιστώνεται ότι, τα πιατικά, υαλικά και μαχαιροπήρουνα έχουν τη μεγαλύτερη συμμετοχή στις μηνιαίες δαπάνες για διαρκή αγαθά οικιακής χρήσης στο χαμηλότερο εισοδηματικό στρώμα (20,5%). Αντίθετα, το σχετικό ποσοστό είναι κατά πολύ χαμηλότερο στις υπόλοιπες εισοδηματικές κατηγορίες.

Όπως διαπιστώνεται από το διάγραμμα 2.2δ, μεγαλύτερο μέγεθος νοικοκυριού δεν συνεπάγεται κατ' ανάγκη και την πραγματοποίηση υψηλότερων δαπανών για την αγορά των εξεταζομένων ειδών,

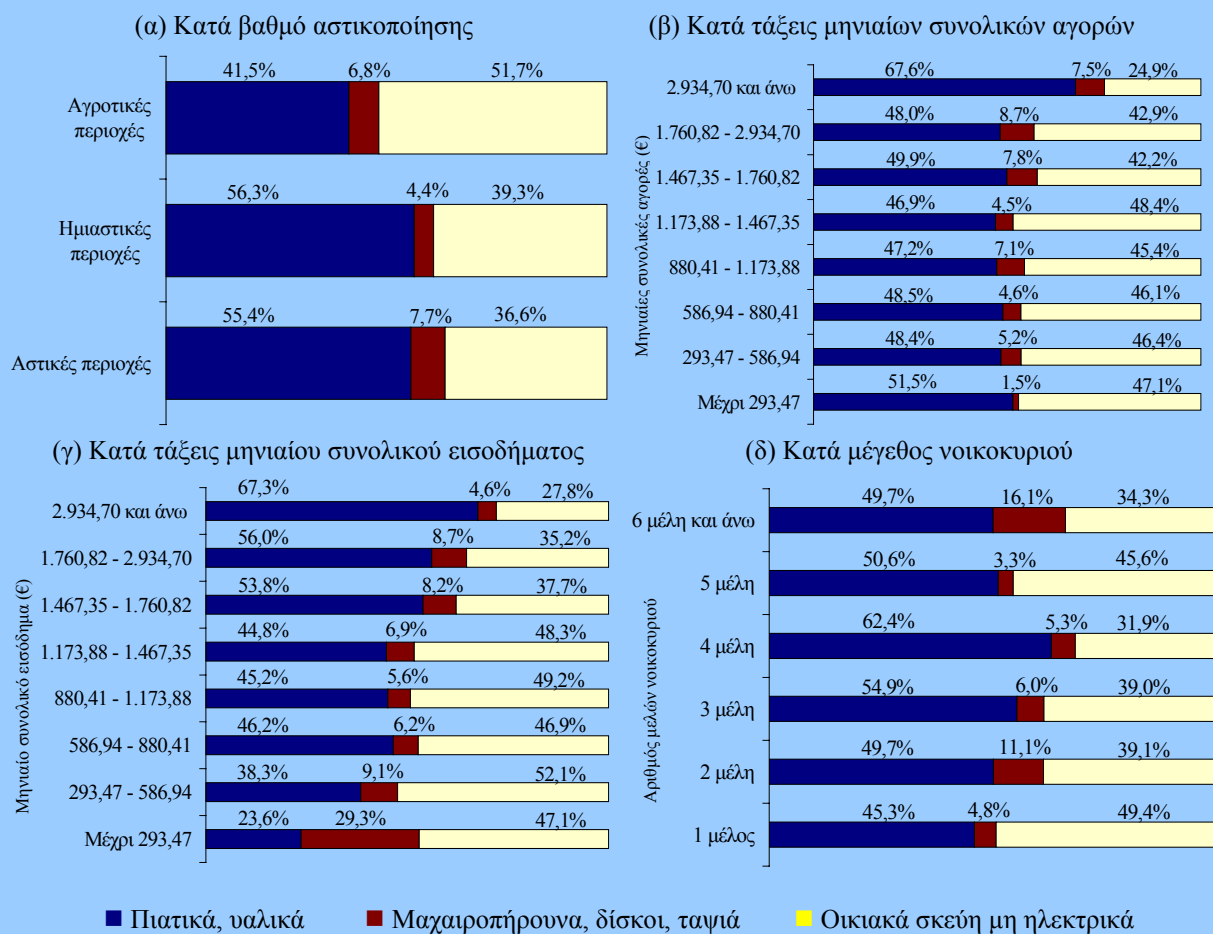
καθώς τα νοικοκυριά με τρία (3) μέλη διαθέτουν υψηλότερο ποσό (€15,3) για χρηστικά είδη σε σχέση με τα νοικοκυριά τεσσάρων (4) και πέντε (5) μελών (€11,8 και €14,6 αντίστοιχα). Τα νοικοκυριά με έξι και περισσότερα μέλη δαπανούν κατά μέσο όρο €16,4 μηνιαίως για την αγορά των συγκεκριμένων ειδών.

Το διάγραμμα 2.3 εμφανίζει την κατανομή των παραπάνω δαπανών μεταξύ των βασικών κατηγοριών οικιακών σκευών.



Διάγραμμα 2.3

Ανάλυση των δαπανών για οικιακά σκεύη σε βασικές κατηγορίες*



* Δεν περιλαμβάνονται οι επισκευές των συγκεκριμένων ειδών

Πηγή: ΕΣΥΕ (Ερευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών 1998/99)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 2

Π2.1 Ιδιωτική νόμιμη οικοδομική δραστηριότητα κατά διοικητική περιφέρεια (1999-2001)									
Διοικητική Περιφέρεια	Αριθμός Αδειών			Επιφάνεια (σε χιλ. m²)			Όγκος (σε χιλ. m³)		
	2001*	2000	1999	2001*	2000	1999	2001*	2000	1999
Αν. Μακεδ. & Θράκη	4.207	3.637	3.473	1.095	920	960	4.361	3.577	3.889
Κεντρ. Μακεδονία	10.055	9.353	9.822	3.490	3.144	3.018	13.698	13.224	12.013
Δυτ. Μακεδονία	2.034	1.941	2.581	591	529	673	1.902	1.776	2.126
Θεσσαλία	4.592	4.346	4.314	1.169	1.150	1.077	4.507	4.913	4.402
Ήπειρος	2.670	2.310	2.575	674	567	652	2.359	2.031	2.333
Ιόνια Νησιά	2.632	2.549	2.448	490	482	413	1.645	1.534	1.329
Δυτική Ελλάδα	4.693	4.166	4.541	985	855	880	3.495	3.087	3.053
Στερεά Ελλάδα	5.047	4.922	4.684	1.287	1.133	948	6.075	4.900	4.317
Πελοπόννησος	6.008	5.418	5.801	1.075	921	974	3.608	3.261	3.571
Αττική	23.173	20.013	16.465	6.012	5.132	4.440	21.311	17.858	16.339
Βόρειο Αιγαίο	2.490	2.729	2.628	265	248	233	934	883	824
Νότιο Αιγαίο	3.691	3.485	3.267	727	580	523	2.488	1.946	1.726
Κρήτη	4.033	3.711	3.728	1.125	1.057	997	3.995	3.821	3.488
Σύνολο Χώρας	75.325	68.580	66.327	18.985	16.718	15.789	70.378	62.812	59.410
Πηγή: ΕΣΥΕ									

Π2.2 Μέσος όρος μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών κατά αστικές, ημιαστικές και αγροτικές περιοχές (σε €)							
Χαρακτηριστικά Νοικοκυριών	Όλες οι περιοχές	Αστικές περιοχές				Ημιαστικές περιοχές	Αγροτικές περιοχές
		Σύνολο Αστικών περιοχών	Περιφέρεια Πρωτεύουσ.	Θεσ/κη	Λοιπές Αστικές Περιοχές		
Πιατικά, υαλικά	6,56	7,91	8,92	6,17	6,39	4,48	3,43
Μαχαιροπήρουνα, δίσκοι, ταψιά	0,90	1,11	1,29	0,09	1,05	0,35	0,56
Οικιακά σκεύη μη ηλεκτρικά	4,78	5,23	5,35	3,79	5,41	3,13	4,28
Επισκευές των παραπάνω	0,02	0,04	0,01	0,11	0,06	-	-
Σύνολο πιατικών, υαλικών μαχαιροπήρουνων και οικιακών σκευών	12,27	14,28	15,57	10,16	12,90	7,96	8,27
Κουρτίνες, κρετόν, καλύμματα επίπλων κλπ.	11,05	13,71	15,89	13,12	9,44	6,36	5,21
Στρώματα, μαξιλάρια, προσκέφαλα, παπλώματα	2,88	3,31	3,78	1,60	2,86	2,33	1,86
Κλινοσκεπάσματα και ασπρόρουχα	6,42	6,00	6,73	3,59	5,26	5,09	8,46
Ραπτικά καλυμμάτων και λοιπών ειδών	0,10	0,10	0,12	-	0,09	0,05	0,15
Επιδιορθώσεις ειδών επιπλώσεως και κλινοστρωμνής	0,13	0,19	0,31	-	0,00	-	-
Σύνολο ειδών επίπλωσης και ειδών κλινοστρωμνής	20,59	23,30	26,83	18,31	17,64	13,83	15,69
Έπιπλα ξύλινα, καινούργια ή μεταχειρισμένα, έπιπλα κήπου και κάμπινγκ	15,71	17,51	17,43	21,53	16,42	13,07	11,50
Έπιπλα μεταλλικά, καινούργια ή μεταχειρισμένα, έπιπλα κήπου και κάμπινγκ	0,07	0,09	0,13	0,03	0,03	0,04	0,01
Έπιπλα πλαστικά plexiglass , έπιπλα κήπου και κάμπινγκ	0,06	0,07	0,11	0,01	0,03	0,04	0,05
Φωτιστικά, καινούργια ή μεταχειρισμένα	0,97	1,13	1,43	0,43	0,75	1,00	0,45
Είδη διακόσμησης, καινούργια ή μεταχειρισμένα	0,68	0,86	0,99	0,81	0,60	0,48	0,23
Καλύμματα δαπέδου	2,49	2,86	2,91	3,05	2,70	1,91	1,61
Επισκευές των παραπάνω ειδών	1,04	1,28	1,11	0,38	1,89	0,86	0,38
Σύνολο επίπλων, καλυμμάτων δαπέδου, φωτιστικών και ειδών διακόσμησης	21,02	23,80	24,11	26,24	22,42	17,41	14,22
Σύνολο διαρκών αγαθών οικιακής χρήσης, οικιακών ειδών άμεσης κατανάλωσης και οικιακών υπηρεσιών	112,47	128,54	142,37	109,86	106,08	86,98	75,67
Όλα τα ποσά έχουν μετατραπεί σε ευρώ βάσει της επίσημης ισοτιμίας €1=340,75 δρχ. Τυχόν αποκλίσεις σε ορισμένους λογαριασμούς οφείλονται στην προσαρμογή στο νέο νόμισμα.							
Πηγή: Ε.Σ.Υ.Ε. (Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών) 1998/99							

Π2.3 Μέσος όρος μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών κατά τάξεις μηνιαίων συνολικών αγορών (σε €)									
Χαρακτηριστικά Νοικοκυριών	Όλα τα Νοικοκυριά	Νοικοκυριά με Μηνιαίες Συνολικές Αγορές (€):							
		Μέχρι 293	293- 587	587 - 880	880 - 1.174	1.174 - 1.467	1.467 - 1.761	1.761 - 2.935	2.935 και άνω
Πιατικά, υαλικά	6,56	0,41		2,19	3,32	5,03	8,98	10,25	30,42
Μαχαιροπήρουνα, δίσκοι, ταψιά	0,90	0,01	0,11	0,21	0,50	0,48	1,41	1,86	3,37
Οικιακά σκεύη μη ηλεκτρικά	4,78	0,38	0,99	2,08	3,19	5,19	7,60	9,16	11,18
Επισκευές των παραπάνω	0,02	0,00	0,00	0,03	0,01	0,03	0,00	0,06	0,02
Σύνολο πιατικών, υαλικών μαχαιροπήρουνων και οικιακών σκευών	12,27	0,80	2,14	4,50	7,03	10,73	18,00	21,32	44,99
Κουρτίνες, κρετόν, καλύμματα επίπλων κλπ.	11,05	0,08	0,41	1,11	3,46	5,88	7,11	18,81	73,99
Στρώματα, μαξιλάρια, προσκέφαλα, παπλώματα	2,88	0,01	0,63	1,31	1,17	2,85	2,94	5,36	11,05
Κλινοσκεπάσματα και ασπρόρουχα	6,42	0,73	1,93	3,33	3,15	6,05	5,90	8,45	30,69
Ραπτικά καλυμμάτων και λοιπών ειδών	0,10	0,00	0,00	0,00	0,01	0,10	0,04	0,42	0,13
Επιδιορθώσεις ειδών επιπλώσεως και κλινοστρωμνής	0,13	0,00	0,00	0,00	0,00	1,12	0,00	0,00	0,01
Σύνολο ειδών επίπλωσης και ειδών κλινοστρωμνής	20,59	0,82	2,97	5,76	7,78	16,00	16,00	33,04	115,86
Έπιπλα ξύλινα, καινούργια ή μεταχειρισμένα, έπιπλα κήπου και κάμπινγκ	15,71	0,21	1,06	4,95	7,73	15,77	17,90	27,42	69,01
Έπιπλα μεταλλικά, καινούργια ή μεταχειρισμένα, έπιπλα κήπου και κάμπινγκ	0,07	0,00	0,08	0,04	0,11	0,06	0,11	0,04	0,11
Έπιπλα πλαστικά plexiglass , έπιπλα κήπου και κάμπινγκ	0,06	0,01	0,01	0,04	0,05	0,04	0,07	0,04	0,41
Φωτιστικά, καινούργια ή μεταχειρισμένα	0,97	0,02	0,06	0,20	0,37	0,58	0,90	1,81	5,30
Είδη διακόσμησης, καινούργια ή μεταχειρισμένα	0,68	0,01	0,05	0,14	0,29	0,54	0,55	1,41	3,16
Καλύμματα δαπέδου	2,49	0,04	0,58	0,58	1,32	2,43	3,66	4,15	9,84
Επισκευές των παραπάνω ειδών	1,04	0,00	0,07	0,52	0,75	1,34	0,05	1,97	4,14
Σύνολο επίπλων, καλυμμάτων δαπέδου, φωτιστικών και ειδών διακόσμησης	21,02	0,30	1,91	6,47	10,61	20,78	23,24	36,84	91,98
Σύνολο διαρκών αγαθών οικιακής χρήσης, οικιακών ειδών άμεσης κατανάλωσης και οικιακών υπηρεσιών	112,47	9,02	27,83	50,02	71,20	105,90	124,31	178,52	439,17
Όλα τα ποσά έχουν μετατραπεί σε ευρώ βάσει της επίσημης ισοτιμίας €1=340,75 δρχ. Τυχόν αποκλίσεις σε ορισμένους λογαριασμούς οφείλονται στην προσαρμογή στο νέο νόμισμα.									
Πηγή: ΕΣΥΕ (Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών) 1998/99									

Π2.4 Μέσος όρος μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών κατά τάξεις μηνιαίου συνολικού εισοδήματος (σε €)									
Χαρακτηριστικά Νοικοκυριών	Όλα τα Νοικοκυριά	Νοικοκυριά με Μηνιαίο Συνολικό Εισόδημα (€):							
		Μέχρι 293	293- 587	587 - 880	880 - 1.174	1.174 - 1.467	1.467 - 1.761	1.761 - 2.935	2.935 και άνω
Πιατικά, υαλικά	6,56	1,06	1,64	2,61	3,77	5,49	6,59	11,08	16,50
Μαχαιροπήρουνα, δίσκοι, ταινιά	0,90	1,31	0,39	0,35	0,47	0,85	1,01	1,72	1,12
Οικιακά σκεύη μη ηλεκτρικά	4,78	2,11	2,24	2,66	4,11	5,92	4,62	6,97	6,81
Επισκευές των παραπάνω	0,02	-	0,02	0,04	-	-	0,03	0,02	0,07
Σύνολο πιατικών, υαλικών μαχαιροπήρουνων και οικιακών σκευών	12,27	4,48	4,30	5,66	8,35	12,26	12,24	19,79	24,50
Κουρτίνες, κρετόν, καλύμματα επίπλων κλπ.	11,05	1,05	2,25	2,47	5,61	13,20	11,10	19,71	24,76
Στρώματα, μαξιλάρια, προσκέφαλα, παπλώματα	2,88	0,50	0,33	1,68	2,43	2,09	4,75	3,50	7,12
Κλινοσκεπάσματα και ασπρόρουχα	6,42	2,39	3,40	2,65	5,60	5,99	8,11	9,37	10,86
Ραπτικά καλυμμάτων και λοιπών ειδών	0,10	-	-	0,03	0,25	0,08	0,02	0,18	0,10
Επιδιορθώσεις ειδών επιπλώσεως και κλινοστρωμνής	0,13	-	-	-	0,86	-	0,01	-	-
Σύνολο ειδών επίπλωσης και ειδών κλινοστρωμνής	20,59	3,94	5,98	6,83	14,74	21,35	23,99	32,76	42,84
Επιπλα ξύλινα, καινούργια ή μεταχειρισμένα, έπιπλα κήπου και κάμπινγκ	15,71	2,38	3,36	5,75	15,10	15,57	20,01	24,02	28,68
Επιπλα μεταλλικά, καινούργια ή μεταχειρισμένα, έπιπλα κήπου και κάμπινγκ	0,07	0,03	0,01	0,15	0,11	0,04	0,02	0,05	0,09
Επιπλα πλαστικά plexiglass , έπιπλα κήπου και κάμπινγκ	0,06	-	0,01	0,03	0,02	0,09	0,02	0,16	0,07
Φωτιστικά, καινούργια ή μεταχειρισμένα	0,97	0,11	0,07	0,41	0,47	0,81	1,61	1,45	2,49
Είδη διακόσμησης, καινούργια ή μεταχειρισμένα	0,68	0,09	0,05	0,18	0,21	0,45	0,85	1,04	2,58
Καλύμματα δαπέδου	2,49	0,31	0,73	0,87	1,48	1,94	2,76	3,78	7,15
Επισκευές των παραπάνω ειδών	1,04	-	0,46	0,31	1,35	0,26	1,00	1,30	3,41
Σύνολο επίπλων, καλυμμάτων δαπέδου, φωτιστικών και ειδών διακόσμησης	21,02	2,91	4,70	7,69	18,74	19,16	26,27	31,81	44,46
Σύνολο διαρκών αγαθών οικιακής χρήσης, οικιακών ειδών άμεσης κατανάλωσης και οικιακών υπηρεσιών	112,47	21,83	37,70	54,01	86,03	101,11	120,11	167,65	253,44
Όλα τα ποσά έχουν μετατραπεί σε ευρώ βάσει της επίσημης ισοτιμίας €1=340,75 δρχ. Τυχόν αποκλίσεις σε ορισμένους λογαριασμούς οφείλονται στην προσαρμογή στο νέο νόμισμα.									
Πηγή: Ε.Σ.Υ.Ε. (Ερευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών) 1998/99									

Π2.5 Μέσος όρος μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών κατά μέγεθος νοικοκυριού (σε €)							
	Νοικοκυριά με :						
Χαρακτηριστικά Νοικοκυριών	Όλα τα Νοικοκυριά	1 Μέλος	2 Μέλη	3 Μέλη	4 Μέλη	5 Μέλη	6 Μέλη Και Άνω
Πιατικά, υαλικά	6,56	3,68	5,77	8,42	7,36	7,38	8,13
Μαχαιροπήρουνα, δίσκοι, ταψιά	0,90	0,39	1,29	0,92	0,63	0,49	2,63
Οικιακά σκεύη μη ηλεκτρικά	4,78	4,01	4,54	5,98	3,77	6,66	5,61
Επισκευές των παραπάνω	0,02	0,03	0,01	0,01	0,05	0,06	-
Σύνολο πιατικών, υαλικών μαχαιροπήρουνων και οικιακών σκευών	12,27	8,12	11,61	15,32	11,79	14,59	16,36
Κουρτίνες, κρετόν, καλύμματα επίπλων κλπ.	11,05	3,07	7,42	17,00	17,02	8,02	7,27
Στρώματα, μαξιλάρια, προσκέφαλα, παπλώματα	2,88	2,34	2,09	3,23	3,50	4,84	2,48
Κλινοσκεπάσματα και ασπρόρουχα	6,42	3,03	4,45	10,55	5,57	11,37	8,38
Ραπτικά καλυμμάτων και λοιπών ειδών	0,10	0,18	0,03	0,08	0,04	0,54	0,16
Επιδιορθώσεις ειδών επιπλώσεως και κλινοστρωμνής	0,13	-	-	0,55	0,00	-	-
Σύνολο ειδών επίπλωσης και ειδών κλινοστρωμνής	20,59	8,62	13,98	31,42	26,14	24,77	18,29
Έπιπλα ξύλινα, καινούργια ή μεταχειρισμένα, έπιπλα κήπου και κάμπινγκ	15,71	8,40	16,92	17,92	15,69	17,55	22,28
Έπιπλα μεταλλικά, καινούργια ή μεταχειρισμένα, έπιπλα κήπου και κάμπινγκ	0,07	0,19	0,07	0,01	0,03	0,08	0,01
Έπιπλα πλαστικά plexiglass , έπιπλα κήπου και κάμπινγκ	0,06	0,02	0,04	0,17	0,03	0,02	0,06
Φωτιστικά, καινούργια ή μεταχειρισμένα	0,97	1,07	1,09	0,77	1,06	0,91	0,31
Είδη διακόσμησης, καινούργια ή μεταχειρισμένα	0,68	0,48	0,48	0,80	1,05	0,63	0,28
Καλύμματα δαπέδου	2,49	0,99	1,97	4,13	2,75	2,03	2,10
Επισκευές των παραπάνω ειδών	1,04	1,52	0,47	0,77	0,77	1,25	7,94
Σύνολο επίπλων, καλυμμάτων δαπέδου, φωτιστικών και ειδών διακόσμησης	21,02	12,68	21,03	24,58	21,38	22,47	32,98
Σύνολο διαρκών αγαθών οικιακής χρήσης, οικιακών ειδών άμεσης κατανάλωσης και οικιακών υπηρεσιών	112,47	69,16	95,03	141,71	131,37	124,04	132,98
Όλα τα ποσά έχουν μετατραπεί σε ευρώ βάσει της επίσημης ισοτιμίας €1=340,75 δρχ. Τυχόν αποκλίσεις σε ορισμένους λογαριασμούς οφείλονται στην προσαρμογή στο νέο νόμισμα.							
Πηγή: ΕΣΥΕ (Ερευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών) 1998/99							

3. Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΑΛΥΣΙΔΕΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

Σε συνέχεια της παρουσίασης των βασικών χαρακτηριστικών και προσδιοριστικών παραγόντων της ζήτησης για ορισμένες κατηγορίες χρηστικών-οικιακών ειδών παρατίθενται στην παρούσα ενότητα στοιχεία που σκιαγραφούν την πλευρά της προσφοράς. Πραγματοποιείται συνοπτική αναφορά σε ορισμένες από τις κυριότερες επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται αλυσίδες, τις συνθήκες ανταγωνισμού που επικρατούν, ενώ γίνεται ανάλυση των χρηματοοικονομικών στοιχείων ορισμένων επιχειρήσεων με τη χρήση αριθμοδεικτών.

Η γενική εικόνα που προκύπτει είναι αυτή ενός κλάδου που χαρακτηρίζεται από την παρουσία σημαντικού αριθμού επιχειρήσεων, οι οποίες ωστόσο παρουσιάζουν διαφοροποιήσεις, τόσο ως προς την έκταση των δικτύων τους, όσο και ως προς τη σύνθεση του κύκλου εργασιών τους. Παράλληλα, μεταξύ των επιχειρήσεων αναπτύσσεται έντονος ανταγωνισμός, ο οποίος εκδηλώνεται στο επίπεδο των μεθόδων προσέλκυσης των καταναλωτών και της ανάπτυξης εκτεταμένων δικτύων καταστημάτων.

3.1 Απογραφικά Στοιχεία Επιχειρήσεων Λιανικής Πώλησης Επίπλων - Φωτιστικών και Ειδών Οικιακής Χρήσης

Στον πίνακα Π3.1 του παραρτήματος του παρόντος κεφαλαίου, παρουσιάζεται η γεωγραφική κατανομή των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο επίπλων, φωτιστικών και ειδών οικιακής χρήσης. Συγκεκριμένα, τα στοιχεία του πίνακα αφορούν το σύνολο των επιχειρήσεων που ήταν εγγεγραμμένες στο Μητρώο Επιχειρήσεων το 1995, με αντικείμενο δραστηριότητας που υπάγεται στον κωδικό 524.4 σύμφωνα με τη νέα αναθεωρημένη Στατιστική Ταξινόμηση των Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας (ΣΤΑΚΟΔ 91). Ο κωδικός αυτός περιλαμβάνει:

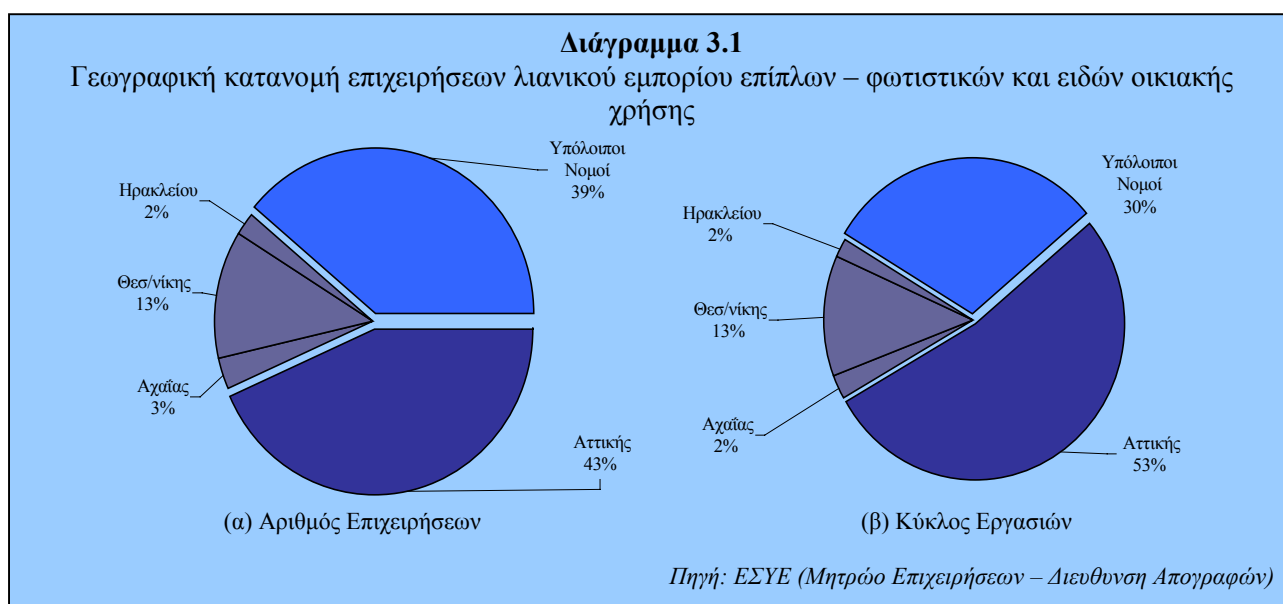
- Λιανικό εμπόριο επίπλων
- Λιανικό εμπόριο φωτιστικών ειδών
- Λιανικό εμπόριο διαφόρων οικιακών σκευών (κατσαρόλες, τηγάνια κλπ) και μαχαιροπήρουνων, πηλινών ειδών, γυάλινων ειδών, ειδών πορσελάνης και αγγειοπλαστικής
- Λιανικό εμπόριο κουρτινών, δικτυωτών κουρτινών και διαφόρων άλλων οικιακών ειδών από υφαντουργικά υλικά
- Λιανικό εμπόριο ξύλινων ειδών, ειδών από φελλό και ειδών καλαθοπλεκτικής
- Λιανικό εμπόριο οικιακών αντικειμένων και εξοπλισμού που δεν κατατάσσονται αλλού

Η απογραφή των επιχειρήσεων του κλάδου κατέδειξε τη δραστηριοποίηση 7.555 επιχειρήσεων στο σύνολο της χώρας, με μέση ετήσια απασχόληση 10.573 υπαλλήλων. Ο κύκλος εργασιών των καταγεγραμμένων επιχειρήσεων ανήλθε σε €601,8 εκ.

Η επιχειρηματική δραστηριότητα στο συγκεκριμένο τομέα παρουσιάζει έντονη συγκέντρωση γύρω από τα μεγάλα αστικά κέντρα. Από το σύνολο των 7.555 επιχειρήσεων, οι 3.265 ή ποσοστό 43,2% βρίσκονταν στην περιοχή της Αττικής, ενώ 957 εταιρίες ή ποσοστό 12,7% του συνόλου δραστηριοποιούνταν στο νομό Θεσσαλονίκης.

Επιπλέον οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνταν στους νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης, απασχολούσαν το 76,2% του απασχολούμενου προσωπικού στον κλάδο (65,1% για την περιοχή της Αττικής και 11,2% για το νομό Θεσσαλονίκης), ενώ οι πωλήσεις τους καλύπτουν το 65,4% περίπου των συνολικών πωλήσεων (52,8% για την περιοχή της Αττικής και 12,6% για τον νομό Θεσσαλονίκης).

Εκτός από τους δυο μεγαλύτερους σε πληθυσμό νομούς της Ελλάδας, έντονη δραστηριότητα στον τομέα του λιανικού εμπορίου οικιακών ειδών παρουσιάζεται επίσης στους νομούς Αχαΐας (230 επιχειρήσεις με συνολικό κύκλο εργασιών €13,92 εκ.), Λάρισας (159 επιχειρήσεις με συνολικό κύκλο εργασιών €10,78 εκ.) και Ηρακλείου (156 επιχειρήσεις με συνολικό κύκλο εργασιών €12,6 εκ.).



3.2 Επιχειρήσεις Εκμετάλλευσης Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης

Οι ενότητες που ακολουθούν εστιάζονται σε ένα υποσύνολο των επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται αλυσίδες καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης. Παρουσιάζονται πληροφοριακά στοιχεία για ορισμένες από αυτές, οι πωλήσεις τους και τα βασικά χρηματοοικονομικά τους στοιχεία.

3.2.1 Γενικά Πληροφοριακά Στοιχεία Επιχειρήσεων Εκμετάλλευσης Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης

Στην παρούσα ενότητα και συγκεκριμένα στον πίνακα 3.1 που ακολουθεί παρουσιάζονται ορισμένες από τις κυριότερες επιχειρήσεις εκμετάλλευσης αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης. Συγκεκριμένα, αναφέρονται επιχειρήσεις που διατηρούν αλυσίδες καταστημάτων με τρία (3) τουλάχιστον σημεία πώλησης κάτω από την ίδια επωνυμία-σήμα, ανεξάρτητα από το αν η εκμετάλλευσή τους πραγματοποιείται από το ίδιο νομικό πρόσωπο. Σημειώνεται ότι, για αλυσίδες που λειτουργούν με την εφαρμογή του θεσμού της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος, δεν αναφέρεται το σύνολο των

επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται καταστήματα της ίδιας αλυσίδας, αλλά μόνο η δικαιούχος εταιρία και τα παρουσιαζόμενα στοιχεία (διεύθυνση, αριθμός προσωπικού, κύκλος εργασιών κλπ) αφορούν μόνο αυτήν. Επιπλέον, στις περιπτώσεις που τα καταστήματα της ίδιας αλυσίδας εκμεταλλεύονται περισσότερες από μία συγγενείς μεταξύ τους επιχειρήσεις, αναφέρεται μόνο η εισαγωγική ή κεντρική εταιρία του ομίλου.

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι, η πλειοψηφία των αναφερόμενων επιχειρήσεων δραστηριοποιούνται σε τοπικό κατά κύριο λόγο επίπεδο, διαθέτοντας περιορισμένο αριθμό καταστημάτων – ιδιόκτητων ή υπό τον έλεγχο συγγενών επιχειρήσεων – σε στενά γεωγραφικά όρια. Αντίθετα, μικρότερος αριθμός επιχειρήσεων έχουν αναπτύξει εκτεταμένα δίκτυα σε μεγάλο αριθμό περιοχών της χώρας με εφαρμογή του θεσμού της δικαιόχρησης.

Το σύνολο σχεδόν των επιχειρήσεων που αναφέρονται στον πίνακα 3.1 πραγματοποιούν εισαγωγές ειδών οικιακής χρήσης από χώρες του εξωτερικού. Η διάθεση τους γίνεται κατά κύριο λόγο μέσω των καταστημάτων των αλυσίδων που εκμεταλλεύονται και τα οποία μπορεί να είναι είτε εταιρικά, είτε να βρίσκονται υπό τον έλεγχο συγγενών ή δικαιούχων εταιριών. Σε λίγες μόνο περιπτώσεις οι παρουσιαζόμενες επιχειρήσεις πραγματοποιούν σημαντικού ύψους χονδρικές πωλήσεις προς τρίτες επιχειρήσεις.

Ορισμένες από τις επιχειρήσεις του πίνακα δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο χρηστικών οικιακών ειδών μέσω περισσότερων της μιας αλυσίδων, οι οποίες κατά κανόνα απευθύνονται σε διαφορετικό κοινό. Η εταιρία Agelco AE εκμεταλλεύεται τόσο την αλυσίδα Studio Kosta Boda Illum, όσο και την αλυσίδα Happyland, ενώ στον ίδιο όμιλο επιχειρήσεων (Σαραφίδη) ανήκει τόσο η αλυσίδα Παρουσίαση, όσο και η Cook Shop. Αξιοσημείωτο είναι επιπλέον το γεγονός ότι, έξι (6) από τις παρουσιαζόμενες επιχειρήσεις βρίσκονται εκτός Αττικής.

Τα αναφερόμενα στοιχεία (διεύθυνση έδρας, προσωπικό, αριθμός καταστημάτων κλπ) αφορούν την περίοδο Ιουλίου 2002. Η επισημάνση αυτή κρίνεται απαραίτητη δεδομένης της κινητικότητας που παρατηρείται στον κλάδο και της συνεχούς επέκτασης των δικτύων.

Σημειώνεται ότι, οι διευθύνσεις των καταστημάτων των κυριότερων αλυσίδων που παρουσιάζονται στην παρούσα ενότητα, καταγράφονται στον πίνακα Π3.2 του παραρτήματος.

Πίνακας 3.1	
Επιχειρήσεις εκμετάλλευσης αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης	
AGELCO AE	
Επωνυμία Αλυσίδων	Studio Kosta Boda Illum, Happyland
Διεύθυνση	Θηβαΐδος 30 και Θεωρίδος, 145 64 Κηφισιά Τηλ: 010-819.8600, Φαξ: 010-819.8690 www.kostaboda.gr , www.happyland.gr
Προσωπικό	218
Δραστηριότητες	Αντιπροσωπείες, εισαγωγές και εμπόριο ειδών οικιακής χρήσης. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	17.197.348
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1992 και ξεκίνησε πλήρεις δραστηριότητες τον Μάιο του 1994. Το 1995 η επωνυμία της άλλαξε από Studio Kosta Boda Hellas AE σε Studio K&B Hellas AE. Από το 1996 μέχρι τα τέλη του 1999 παρέμεινε σε αδράνεια. Τον Ιούνιο του 2000 απορρόφησε την εταιρία Agelco AE και άλλαξε την επωνυμία της στη σημερινή. Η εταιρία εκμεταλλεύεται δύο αλυσίδες καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής

	χρήσης: Studio Kosta Boda Illum Η αλυσίδα Studio Kosta Boda Illum διαθέτει συνολικά 45 καταστήματα στην περιοχή της Αττικής (13), στη Θεσσαλονίκη (3), Αλεξανδρούπολη, τη Βέροια, το Βόλο, το Ηράκλειο, τα Ιωάννινα, την Καβάλα, την Καλαμάτα, την Καρδίτσα, την Κατερίνη, την Κεφαλονιά, την Κοζάνη, την Κομοτηνή, την Κω, τη Λαμία, τη Λάρισα, τη Λιβαδειά, το Ναύπλιο, την Ξάνθη, την Πάτρα, τον Πύργο, το Ρέθυμνο, τη Ρόδο, τις Σέρρες, τη Σπάρτη, την Τρίπολη, τα Τρίκαλα, τη Χαλκίδα, τα Χανιά και τη Χίο. Για την επέκταση της αλυσίδας χρησιμοποιείται σε ευρεία κλίμακα το σύστημα της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος, καθώς 30 καταστήματα εκμεταλλεύονται δικαιοδόχοι επιχειρήσεις. Στα εταιρικά καταστήματα της αλυσίδας απασχολούνται περίπου 112 άτομα προσωπικό. Οι οικονομικοί όροι συνεργασίας μέσω του συστήματος franchising για την αλυσίδα Studio Kosta Boda Illum περιλαμβάνουν κόστος επένδυσης €117,4 χιλ. - €205,4 χιλ., το οποίο συνίσταται σε κόστος αρχικής τοποθέτησης εμπορεύματος, το απαιτούμενο μέγεθος καταστήματος κυμαίνεται μεταξύ 100 τμ - 180 τμ, ενώ η εταιρία δεν εισπράττει entry fee ή royalties. Happyland Η αλυσίδα Happyland περιλαμβάνει δίκτυο 10 καταστημάτων εκ των οποίων τα δύο (2) είναι εταιρικά και τα οκτώ (8) λειτουργούν βάσει του θεσμού της δικαιόχρησης. Η πλειοψηφία των καταστημάτων (7) λειτουργεί στην περιοχή της Αττικής, ενώ από ένα κατάστημα βρίσκεται στη Ρόδο, το Αργος και τη Χαλκίδα. Στα καταστήματα Happyland της Agelco AE απασχολούνται περίπου 13 άτομα προσωπικό. Το κόστος αρχικής επένδυσης για την αλυσίδα Happyland ανέρχεται σε €44 χιλ. και περιλαμβάνει €8,8 χιλ. για αμοιβή εισόδου (entry fee) και €35,2 χιλ. για την αρχική τοποθέτηση του εμπορεύματος. Επιπλέον, απαιτείται 1% royalties και μέγεθος καταστήματος 70 τμ. Στα προϊόντα των οίκων που η Agelco AE αντιπροσωπεύει, περιλαμβάνονται τα Kosta Boda, Royal Copenhagen, Georg Jensen, Holmegaard, Boda Nova, Mikasa, Cutipol, Oneida, Noritake, Royal Porcelain, Spal, Eschenbach, Raul Da Bernarda, Arabia, Iittala, Hackman, Atlantis, Rogaska, Ivima, Ivv, Rosendahl, Domus & Design, Tiffani Boutique, United Gifts, De Martise, Robbe & Berking, Lladro, Ancap, και Free-Free Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP DATA BANK και τους δημοσιευμένους ισολογισμούς του έτους 2000, η Agelco AE, κατέλαβε τη δεύτερη θέση βάσει συνόλου ενεργητικού μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εμπορικών επιχειρήσεων του κλάδου «Επιτραπέζια-Μαγειρικά-Διακοσμητικά».
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ ΑΕΒΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Cook Shop
Διεύθυνση	Αγαμέμνωνος 47, 176 75 Καλλιθέα Τηλ: 010-947.8700, Φαξ: 010-942.8541 www.sarafidisgroup.gr
Προσωπικό	131
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	29.866.787
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο ειδών οικιακής χρήσης. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1980 με έδρα τη Θεσσαλονίκη για να αναλάβει τις εργασίες της επιχείρησης Berson Αφοί Κ. Σαραφίδη ΟΕ, η οποία προϋπήρχε από το 1976 με έδρα τη Θεσσαλονίκη. Στα πλαίσια των δραστηριοτήτων της εταιρίας εντάσσεται η εκμετάλλευση της αλυσίδας καταστημάτων Cook Shop με 55 σημεία πώλησης, την πλειοψηφία των οποίων (43) εκμεταλλεύονται δικαιοδόχοι επιχειρήσεις. Σημειώνεται ότι έξι (6) από τα σημεία πώλησης λειτουργούν με τη μορφή των shop in shop, εντός των πολυκαταστημάτων Hondos Center (Ομόνοια, Γλυφάδα, Καλλιθέα και Πειραιάς), Shopping House (Αλιμος) και Φωκάς (Θεσσαλονίκη). Σημειώνεται ότι, η εταιρία Berson Αφοί Κ. Σαραφίδη ΑΕΒΕ αποτελεί συγγενή επιχείρηση της Οικιακός Εξοπλισμός «Παρουσίαση» ΑΕΒΕ, η οποία και εκμεταλλεύεται την αλυσίδα καταστημάτων «Παρουσίαση».

CHRIST HELLAS M. ΠΕΣΚΕΤΖΗ – Α. ΝΗΣΙΩΤΗ – BOTTA AEE	
Επωνυμία Αλυσίδας	Christofle
Διεύθυνση	Νεοφ. Βάμβα 8, 106 74 Αθήνα Τηλ: 010-721.8491, Φαξ: 010-725.9047
Προσωπικό	27
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	4.027.481
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο διακοσμητικών και επιτραπέζιων ειδών.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1995 με έδρα την Κηφισιά, από συγχώνευση των ατομικών επιχειρήσεων Πεσκετζή Μαρία, η οποία είχε ιδρυθεί το 1962 και Νησιώτη-Βόττα Λεώνη, η οποία είχε ιδρυθεί το 1985. Η έδρα της μεταφέρθηκε στη σημερινή διεύθυνση το Νοέμβριο του 1996. Η εταιρεία αντιπροσωπεύει στην Ελλάδα τον Γαλλικό οίκο Christofle, ενώ το μεγαλύτερο μέρος του κύκλου εργασιών της αφορά πωλήσεις λιανικής μέσω εταιρικών καταστημάτων, που λειτουργούν με το ίδιο εμπορικό σήμα. Δύο από τα καταστήματα της αλυσίδας λειτουργούν στην περιοχή της Αττικής, ενώ ένα επιπλέον βρίσκεται στη Θεσσαλονίκη. Σε ότι αφορά την αγορά της επαρχίας, σημεία πώλησης που φέρουν την επωνυμία Christofle, λειτουργούν με τη μορφή των shop in shop στην Πάτρα, το Ηράκλειο, τα Χανιά, τη Ρόδο και την Καβάλα. Στα άμεσα σχέδια επέκτασης της αλυσίδας περιλαμβάνεται η λειτουργία καταστήματος εντός του Διεθνούς Αεροδρομίου Αθηνών.
IKIA AE	
Επωνυμία Αλυσίδας	Ikia
Διεύθυνση	Σμύρνης 17, 177 78 Ταύρος Τηλ: 010-483.6021, Φαξ: 010-483.9021
Προσωπικό	28
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	2.850.694
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο επιτραπέζιων και διακοσμητικών ειδών, φωτιστικών και λευκών ειδών, χαρτικών tissue, ηλεκτρικών συσκευών και επίπλων οικιακής χρήσης. Ενοικιάσεις επιτραπέζιων ειδών για catering. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1996 με έδρα την Αθήνα από μετατροπή της νομικής μορφής της εταιρίας Ikia Εισαγωγική-Εμπορική ΕΠΕ, η οποία προϋπήρχε από το 1985. Στο χώρο των λιανικών πωλήσεων η εταιρία εισήλθε το 1989 οπότε και λειτουργήσε το πρώτο κατάστημα με το εμπορικό σήμα Ikia στο Κολωνάκι. Σήμερα, η αλυσίδα αριθμεί 17 καταστήματα στην Ελλάδα, στα οποία απασχολούνται 55 άτομα προσωπικό. Τέσσερα (4) από τα καταστήματα εκμεταλλεύεται η κεντρική δικαιοπάροχος εταιρία, ενώ τα υπόλοιπα λειτουργούν με εφαρμογή του συστήματος της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος. Ένα σημείο πώλησης λειτουργεί με τη μορφή shop in shop εντός του πολυκαταστήματος Hondos Center (Ομόνοια), ενώ, κατάστημα της αλυσίδας λειτουργεί και στην Κύπρο (Λευκωσία). Στα σχέδια επέκτασης της αλυσίδας για την προσεχή διετία περιλαμβάνεται η ίδρυση ενός καταστήματος ανά έτος στην περιοχή της Αττικής και δύο καταστημάτων ανά έτος εκτός Αττικής.
K-MAX AE	
Επωνυμία Αλυσίδας	K-Max
Διεύθυνση	5 χλμ Οδού Θεσσαλονίκης – Λαγκαδά, 564 10 Σταυρούπολη Τηλ: 0310-682.955, Φαξ: 0310-681.907
Προσωπικό	32
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	1.866.193
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο επιτραπέζιων ειδών, μαγειρικών σκευών, ηλεκτρικών συσκευών, απορρυπαντικών, χαρτικών tissue, διακοσμητικών, μικροεπίπλων και ειδών οικιακής χρήσης.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1995 και διατηρεί την αλυσίδα καταστημάτων K-Max η οποία διαθέτει, μεταξύ άλλων, μαγειρικά σκεύη, διακοσμητικά, επιτραπέζια είδη, κλπ. Η αλυσίδα διαθέτει έξι (6) συνολικά καταστήματα, το σύνολο των οποίων βρίσκεται στην περιοχή της Θεσσαλονίκης.

NIKKO MARKET AE	
Επωνυμία Αλυσίδας	Nikko Market
Διεύθυνση	Εδέσσης 2, 546 25 Θεσσαλονίκη Τηλ: 0310-537.395, Φαξ: 0310-511.164
Προσωπικό	58
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	4.585.902
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο ειδών οικιακής χρήσης, διακοσμητικών, σκευών μαγειρικής, μικροσυσκευών, επιτραπέζιων και εποχιακών ειδών.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1997 με έδρα τον Εύοσμο Θεσσαλονίκης. Η έδρα της μεταφέρθηκε στη σημερινή διεύθυνση το Νοέμβριο του 1997. Η αλυσίδα καταστημάτων Nikko Market διαθέτει 10 καταστήματα, στη Θεσσαλονίκη (5), την Αθήνα, την Καβάλα, την Κατερίνη, τη Χαλκίδα και τη Βέροια. Το τελευταίο από αυτά ξεκίνησε τις δραστηριότητές του τον Απρίλιο του 2002 και το εκμεταλλεύεται δικαιοδόχος επιχείρηση. Στα σχέδια επέκτασης της αλυσίδας περιλαμβάνεται η ίδρυση τριών (3) νέων καταστημάτων στην Αττική, καθώς και η περαιτέρω επέκταση μέσω του συστήματος της δικαιόχρησης.
OMNISHOP AE	
Επωνυμία Αλυσίδας	Omnishop
Διεύθυνση	Μάτσα 17, 145 64 Κηφισιά Τηλ: 010-625.1930, Φαξ: 010-625.1936 www.omnishop.gr
Προσωπικό	23
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	2.095.265
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο επιτραπέζιων ειδών και ειδών οικιακής χρήσης. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1994 στην Αθήνα, ενώ η έδρα της μεταφέρθηκε στη σημερινή της διεύθυνση, στην Κηφισιά το Φεβρουάριο του 1997. Το πρώτο κατάστημα Omnishop λειτούργησε το 1992. Η αλυσίδα αριθμεί σήμερα 28 καταστήματα στον ελλαδικό χώρο, ενώ δύο επιπλέον σημεία πώλησης λειτουργούν στην Κύπρο. Η πλειοψηφία των καταστημάτων λειτουργεί με εφαρμογή του συστήματος της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος, ενώ στους στόχους της δικαιοπάροχου εταιρίας είναι ο συνολικός αριθμός των καταστημάτων να φθάσει τα 60. Για τη συνεργασία μέσω του συστήματος franchise απαιτείται αρχικό ύψος επένδυσης που δεν ξεπερνά τα €44.021, στο οποίο περιλαμβάνονται τα έξοδα ιδρύσεως και διαμόρφωσης ενός καταστήματος 50-70μ ² , ο μηχανογραφικός εξοπλισμός και το αρχικό εμπόρευμα. Παράλληλα παρέχεται αρχική και συνεχής υποστήριξη με σεμινάρια πωλήσεων, βοηθητικά εγχειρίδια και διαρκή πληροφόρηση για τα προϊόντα. Από το Μάρτιο του 1998 στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας συμμετέχει ως πλειοψηφών μέτοχος η Σ. Κωνσταντίνου Σ.Δ. & Υιός «Yalco», η οποία κατέλαβε την πρώτη θέση βάσει συνόλου ενεργητικού (2000), μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εμπορικών επιχειρήσεων του κλάδου, σύμφωνα με στοιχεία της ICAP DATA BANK.
PALLET STORES AE	
Επωνυμία Αλυσίδας	Pallet Stores
Διεύθυνση	Λεωφ. Λαυρίου 128, 153 54 Γλυκά Νερά Τηλ: 010-665.8912, Φαξ: 010-604.1901
Προσωπικό	70
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	6.403.166
Δραστηριότητες	Εμπόριο επιτραπέζιων και διακοσμητικών ειδών, φωτιστικών, μικροεπίπλων και ειδών οικιακής χρήσης. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.
Άλλα στοιχεία	Το πρώτο ιδιόκτητο κατάστημα Pallet Stores δημιουργήθηκε τον Οκτώβριο του 1996 στο Γαλάτσι με σκοπό την επέκταση και στην αγορά της λιανικής των εργασιών του ομίλου επιχειρήσεων Γρηγοριάδη, ο οποίος δραστηριοποιείται από το 1969 στην εισαγωγή και χονδρική διάθεση προϊόντων οικιακού εξοπλισμού, χρηστικού δώρου και επίπλου. Η εταιρία Pallet Stores AE ιδρύθηκε το 1998.

	Τα καταστήματα του δικτύου Pallet Stores διαθέτουν τόσο κουζινικά και γυαλικά, όσο και είδη μπάγιου, ηλεκτρικές μικροσυσκευές, διακοσμητικά, μικροέπιπλα, χρηστικά δώρα, πορσελάνες, κτλ. Το δίκτυο Pallet Stores περιλαμβάνει συνολικά 17 σημεία πώλησης, η πλειοψηφία των οποίων λειτουργεί με εφαρμογή του θεσμού της δικαιοχρήσης του εμπορικού σήματος.
VEFA'S HOUSE ΕΠΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Vefa's House
Διεύθυνση	Σοφ. Βενιζέλου 36 & Κρέσνας 1, 141 23 Λυκόβρυση Τηλ: 010-284.9360, Φαξ: 010-284.6984 www.vefashouse.gr
Προσωπικό	30
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	1.510.369
Δραστηριότητες	Αντιπροσωπείες, εισαγωγές και εμπόριο πρώτων υλών ζαχαροπλαστικής, σκευών κουζίνας και ειδών οικιακής χρήσης. Πωλήσεις με αλληλογραφία. Εκδόσεις βιβλίων. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιοχρήσης.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε από μετατροπή της νομικής μορφής της ατομικής επιχείρησης Ι. Ντόντορος, που προϋπήρχε από το 1993. Η αλυσίδα Vefa's House διαθέτει συνολικά 20 σημεία πώλησης, στην περιοχή της Αττικής (7), στο Άργος, την Έδεσσα, το Ηράκλειο της Κρήτης, την Κάλυμνο, τη Μυτιλήνη, τη Ναύπακτο, την Πάτρα, την Ρόδο, τη Σάμο, τα Τρίκαλα, τη Χαλκίδα και τη Χίο, ενώ πρόσφατα ξεκίνησε τη λειτουργία του νέο κατάστημα της αλυσίδας στο Αγρίνιο. Επισημαίνεται ότι, δύο από τα σημεία πώλησης, στο Χαλάνδρι και στην Ομόνοια λειτουργούν με τη μορφή των shop in shop στα καταστήματα Hondos Center. Δύο επιπλέον καταστήματα πρόκειται να ξεκινήσουν τη λειτουργία τους, τους προσεχείς μήνες, ενώ στους στόχους της εταιρίας είναι η ανάπτυξη δικτύου 60 σημείων πώλησης. Στα καταστήματα της αλυσίδας απασχολούνται περίπου 30 άτομα. Για τη συνεργασία με την αλυσίδα Vefa's House, μέσω του συστήματος της δικαιοχρήσης απαιτείται κατάστημα έκτασης 80-100μ² σε εμπορικό σημείο, ενώ το κόστος αρχικής επένδυσης (εξοπλισμός και εμπόρευμα) ανέρχεται σε €44.020 - €73.367 ανάλογα με την περιοχή.
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. ΑΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Ανδρεάδης Home Stores
Διεύθυνση	Θεσσαλονίκης 12, 183 45 Μοσχάτο Τηλ: 010-483.6233, Φαξ: 010-483.6236 www.andreadis.com
Προσωπικό	120
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	7.666.844
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο επιτραπέζιων και διακοσμητικών ειδών, μαγειρικών σκευών, εργαλείων κουζίνας, ειδών σεβρίσματος, οικιακών μικροσυσκευών, αξεσουάρ λουτρού, επίπλων, λευκών ειδών, κουρτινών, ταπέτων, τεχνητών ανθών και ειδών οικιακής χρήσης.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1995 με έδρα το Μοσχάτο από συγχώνευση των εταιριών Ανδρεάδης Εμμανουήλ & ΣΙΑ ΟΕ, η οποία είχε ιδρυθεί το 1980 και Ανδρεάδη Αρχοντούλα ΟΕ, η οποία είχε ιδρυθεί το 1984. Από τα καταστήματα Ανδρεάδης Home Stores διατίθενται είδη για τον εξοπλισμό του σπιτιού στα οποία περιλαμβάνονται σκεύη κουζίνας, είδη μπάγιου, κρύσταλλα, πορσελάνες, είδη δώρων και μικροέπιπλα. Η αλυσίδα περιλαμβάνει 10 καταστήματα στην περιοχή της Αττικής, με επίκεντρο τα Νότια προάστια και το κέντρο της Αθήνας (Γλυφάδα, Π.Φάληρο, Μοσχάτο, Καλλιθέα, Πειραιάς, Κορυδαλλός, Αιγάλεω, Ερμού, Κυψέλη, Χαλάνδρι), ενώ ένα επιπλέον σημείο πώλησης με το ίδιο εμπορικό σήμα λειτουργεί ως κατάστημα επίπλων. Σημειώνεται ότι, ένα κατάστημα της αλυσίδας (Πειραιάς) εκμεταλλεύεται συγγενής επιχείρηση του ομίλου (Ανδρεάδη Αφοί Εμπορική ΑΕ). Σε ότι αφορά την αλυσίδα Ανδρεάδης Home stores, στα αναπτυξιακά πλάνα της εταιρίας είναι η επέκταση της αλυσίδας στα Βόρεια Προάστια της Αθήνας, ενώ στα μελλοντικά σχέδια της συμπεριλαμβάνεται και η επαρχία. Το Μάιο του 2002 ανέλαβε την εκμετάλλευση του εμπορικού σήματος Sotrek, από την εταιρία Βέργος-Παπαγιαννοπούλου ΕΠΕ.

	Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP DATA BANK και τους δημοσιευμένους ισολογισμούς του έτους 2000, η εταιρία Ανδρεάδης Εμμ. ΑΕ κατέλαβε την 11η θέση βάσει συνόλου ενεργητικού μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εμπορικών επιχειρήσεων του κλάδου «Επιτραπέζια-Μαγειρικά-Διακοσμητικά».
BEN TOYPAKH A. & B. OE	
Επωνυμία Αλυσίδας	Βιργινία Βεντουράκη
Διεύθυνση	Λεωφ. Κηφισίας 184α, 152 31 Χαλάνδρι Τηλ: 010-677.5551, Φαξ: 010-677.5409 www.ventouraki.gr
Προσωπικό	15
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο διακοσμητικών, μικροεπίπλων, χαρτικών tissue, μικροσυσκευών, σκευών και ειδών οικιακής χρήσης.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1935 με την επωνυμία Βεντουράκη Αφοί ΟΕ. Η επωνυμία της άλλαξε στη σημερινή το 1979. Η επιχείρηση διατηρεί τρία (3) καταστήματα με την επωνυμία «Βιργινία Βεντουράκη», στην Αθήνα (Τσακάλωφ 5), την Κηφισιά και το Χαλάνδρι. Η εταιρία διαθέτει από τα καταστήματά της μεταξύ άλλων προϊόντα των οίκων Alessi, Kartell, Maisa, Golla, Mobil Metal, Authentics. Παράλληλα, πραγματοποιεί χονδρική πώληση των προϊόντων του ιταλικού οίκου Allesì και των άλλων προϊόντων που εισάγει σε περισσότερες από 95 επιχειρήσεις στο σύνολο της χώρας.
ΔΙΑΦΑΝΟ ΑΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Διάφανο
Διεύθυνση	22χλμ Λεωφ. Μαραθώνος (Θέση Έτος), 190 09 Πικέρμι Τηλ: 010-603.8711, Φαξ: 010-672.8008 www.diafano.gr
Προσωπικό	65
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	2.904.584
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο ειδών οικιακής χρήσης και δώρων, διακοσμητικών, επιτραπέζιων ειδών, δώρων και επίπλων. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1999 από συγχώνευση των εταιριών Γ. Φραγκιδάκης & ΣΙΑ ΕΕ, Διάφανο ΕΠΕ και Φραγκιδάκης Γεώργιος & ΣΙΑ ΟΕ. Η αλυσίδα καταστημάτων «Διάφανο» περιλαμβάνει συνολικά 12 καταστήματα, δύο εκ των οποίων ξεκίνησαν τη λειτουργία τους εντός του 2002. Την πλειοψηφία των καταστημάτων (7) εκμεταλλεύεται η Διάφανο ΑΕ, ενώ η εκχώρηση του δικαιώματος χρήσης του εμπορικού σήματος ξεκίνησε πιο πρόσφατα με τη λειτουργία των καταστημάτων στο Βύρωνα, το Πικέρμι, τη Λούτσα, την Καλαμάτα και τη Ν. Ιωνία. Σημειώνεται ότι ένα κατάστημα της αλυσίδας (Καλλιθέα) διαθέτει προϊόντα stock, ενώ εκτός του νομού Αττικής καταστήματα λειτουργούν στην Καλαμάτα και τη Θεσσαλονίκη.
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ ΑΕΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Εισαγωγική Κρυστάλλων
Διεύθυνση	Αχαρνών 481, 143 43 Νέα Χαλκηδόνα Τηλ: 010-252.4102, Φαξ: 010-251.9850
Προσωπικό	30
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	1.509.958
Δραστηριότητες	Αντιπροσωπείες, εισαγωγές και εμπόριο επιτραπέζιων ειδών, σκευών μαγειρικής, διακοσμητικών, φωτιστικών και ηλεκτρικών μικροσυσκευών.
Άλλα στοιχεία	Η εταιρία Εισαγωγική Κρυστάλλων ΑΕΕ ιδρύθηκε το 1971 και εκμεταλλεύεται τρία (3) καταστήματα που λειτουργούν με το ίδιο εμπορικό σήμα στην Αθήνα και τη Νέα Χαλκηδόνα, όπου βρίσκεται και η έδρα της επιχείρησης. Από τα καταστήματα της αλυσίδας διατίθενται κρυστάλλινα είδη Βοημίας καθώς και μία σειρά από είδη οικιακής χρήσης στα οποία περιλαμβάνονται σκεύη μαγειρικής, διακοσμητικά, φωτιστικά κλπ.
ΕΡΜΕΙΟΝ ΑΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Έρμειον
Διεύθυνση	Νυμφαίου 32, 562 24 Εύοσμος Τηλ: 0310-708.100, Φαξ: 0310-708.114
Προσωπικό	14
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	1.451.507

Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο επιτραπέζιων και διακοσμητικών ειδών, μικροεπίπλων και φωτιστικών
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1995 με έδρα τη Θεσσαλονίκη και την επωνυμία Ερμής ΑΕ, η οποία άλλαξε στη σημερινή το 1997. Η αλυσίδα καταστημάτων Έρμειον διαθέτει έξι (6) σημεία πώλησης, το σύνολο των οποίων βρίσκεται στην περιοχή της Θεσσαλονίκης. Από αυτά, τέσσερα (4) καταστήματα εκμεταλλεύεται η Έρμειον ΑΕ που αποτελεί και την εισαγωγική εταιρία του ομίλου, δύο (2) εκμεταλλεύεται η συγγενής επιχείρηση Ευσταθιάδου Α. – Καρτσουνίδης & ΣΙΑ ΟΕ, ενώ το κατάστημα της Καλαμαριάς εκμεταλλεύεται η νεοϊδρυθείσα ατομική επιχείρηση Ευσταθιάδης Ελευθέριος.
ΖΑΦΕΙΡΟΠΟΥΛΟΙ ΑΦΟΙ ΟΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Ζαφειρόπουλος
Διεύθυνση	Λεωφ. Αθηνών 374, 122 43 Αιγάλεω Τηλ: 010-575.0100, Φαξ: 010-576.2020
Προσωπικό	11
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο επιτραπέζιων ειδών, ειδών οικιακής χρήσης και ηλεκτρικών οικιακών μικροσυσκευών.
Άλλα στοιχεία	Τα καταστήματα της αλυσίδας Ζαφειρόπουλος εκμεταλλεύονται τέσσερις συγγενείς επιχειρήσεις: Η Ζαφειρόπουλοι Αφοί ΟΕ ιδρύθηκε το 1968 και εκμεταλλεύεται το κατάστημα της αλυσίδας στο Αιγάλεω. Η συγκεκριμένη εταιρία πραγματοποιεί τις εισαγωγές του ομίλου και απασχολεί 11 άτομα προσωπικό. Η εταιρία Ζαφειρόπουλος Βασ. & ΣΙΑ ΟΕ ιδρύθηκε το 1988. Εκμεταλλεύεται το κατάστημα της αλυσίδας στο Άργος και απασχολεί έξι (6) άτομα. Το κατάστημα της αλυσίδας στο Μενίδι εκμεταλλεύεται η επιχείρηση Ζαφειρόπουλοι Αφοί & ΣΙΑ ΟΕ. Ιδρύθηκε το 1991 και απασχολεί οκτώ (8) άτομα προσωπικό. Τέλος ένα κατάστημα στη Νίκαια εκμεταλλεύεται η ατομική επιχείρηση Ζαφειροπούλου Ελένη, η οποία απασχολεί τέσσερα (4) άτομα.
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ ΑΕΒΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Ζούλοβιτς
Διεύθυνση	Ερμού 23-25, 105 63 Αθήνα Τηλ: 010-325.2551, Φαξ: 010-323.7036
Προσωπικό	20
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	1.350.314
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο επιτραπέζιων ειδών και διακοσμητικών.
Άλλα στοιχεία	Τα καταστήματα της αλυσίδας Ζούλοβιτς εκμεταλλεύονται οι συγγενείς επιχειρήσεις Ζούλοβιτς Αθαν. Υιοί ΑΕΒΕ και Ζούλοβιτς Α. Υιοί ΟΕ. Η πρώτη ιδρύθηκε το 1983 με αντικείμενο δραστηριότητας τις εισαγωγές και το εμπόριο επιτραπέζιων και διακοσμητικών ειδών. Η διάθεση των ειδών της πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο λιανικώς, μέσω των καταστημάτων της αλυσίδας στη Χαρ. Τρικούπη, τη Γλυφάδα, το Μαρούσι και τον Πειραιά. Η Ζούλοβιτς Α. Υιοί ΟΕ ιδρύθηκε το 1947 με την επωνυμία Ζούλοβιτς Α. & Δ. ΟΕ. Το 1976 τροποποίησε την επωνυμία της στη σημερινή. Έχει συναφές αντικείμενο δραστηριότητας με την Ζούλοβιτς Αθαν. Υιοί ΑΕΒΕ και εκμεταλλεύεται δύο (2) καταστήματα της αλυσίδας στις διευθύνσεις Ερμού 23-25 και Ευαγγελιστρίας 12 στην Αθήνα. Οι δύο εταιρίες απασχολούν από 20 άτομα προσωπικό.
ΙΩΝΙΑ ΑΒΕΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Ιωνία
Διεύθυνση	Χαλκίδος 22α & Δοξαρά, 111 43 Αθήνα Τηλ: 010-259.1111, Φαξ: 010-259.1690 www.ionia.gr
Προσωπικό	250
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	8.406.458
Δραστηριότητες	Κατασκευή και εμπόριο πορσελάνινων επιτραπέζιων και διακοσμητικών ειδών.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1985 με την επωνυμία Ανώνυμος Εταιρία Οικιακού Εξοπλισμού ΑΕ, η οποία τροποποιήθηκε στη σημερινή το 1996. Παρέμεινε σε αδράνεια από το 1991 και επαναδραστηριοποιήθηκε το 1997, αναλαμβάνοντας τις δραστηριότητες της εταιρίας Ιωνία ΑΒΕ, η οποία προϋπήρχε από το 1982 και διαλύθηκε το 1997.

	Η εταιρία ασχολείται με την παραγωγή των πορσελάνινων επιτραπέζιων και διακοσμητικών ειδών με το εμπορικό σήμα Ιωνία, ενώ αποτελεί και τον επίσημο αδειούχο για την παραγωγή και εμπορία των προϊόντων Disney στην Ελλάδα και την Κύπρο. Η διάθεση των ειδών της γίνεται μέσω πανελλαδικού δικτύου αντιπροσώπων, ενώ η εταιρία πραγματοποιεί και λιανικές πωλήσεις μέσω πέντε (5) καταστημάτων στο Κολωνάκι, τη Ν. Ιωνία, την Κηφισιά, τη Γλυφάδα και τη Θεσσαλονίκη και δύο (2) shop in shop εντός των καταστημάτων Αφοί Λαμπρόπουλοι (Αθήνα) και Hondos Center (Ομόνοια).
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. ΑΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Καζακίδης
Διεύθυνση	Γεωργικής Σχολής 17 Φοίνικας, 570 01 Θέρμη Τηλ: 0310-471.910, Φαξ: 0310-471.919 www.kazakidis.gr
Προσωπικό	25
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	2.024.122
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο φωτιστικών, διακοσμητικών και επιτραπέζιων ειδών, μαγειρικών σκευών, εργαλείων κουζίνας και μικροεπίπλων.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1975 με έδρα τη Θεσσαλονίκη, για να αναλάβει μέρος των εργασιών της ατομικής επιχείρησης Σταύρος Καζακίδης που είχε ιδρυθεί το 1967 και τελικά απορροφήθηκε από την τιτλούχο τον Ιούλιο του 1991. Στις αρχές του 1994 ανέλαβε τις δραστηριότητες της ομορρύθμου εταιρίας Σ. Καζακίδης & ΣΙΑ ΟΕ, που είχε ιδρυθεί το 1983 και διαλύθηκε το 1993. Η εταιρία πραγματοποιεί τόσο χονδρικές, όσο και λιανικές πωλήσεις σε υαλικά, διακοσμητικά φωτιστικά και έπιπλα, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων εισάγεται από το εξωτερικό. Οι λιανικές πωλήσεις πραγματοποιούνται μέσω των τριών καταστημάτων που διατηρεί στη Θεσσαλονίκη, τη Θέρμη και την Τούμπα και τα οποία φέρουν το εμπορικό σήμα «Καζακίδης».
ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ Π. ΑΕΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Ο Κόσμος του Σπιτιού
Διεύθυνση	Ρόδου 187, 104 43 Σεπόλια Τηλ: 010-514.2920, Φαξ: 010-514.2045
Προσωπικό	35
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	5.709.680
Δραστηριότητες	Εμπόριο ειδών οικιακής χρήσης, επαγγελματικού εξοπλισμού και εποχιακών ειδών.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 2001 από συγχώνευση των εταιριών Κανελλόπουλος Π. & ΣΙΑ ΟΕ και Κανελλόπουλος Π & ΣΙΑ ΟΕ «Ο Κόσμος του Σπιτιού», ενώ ξεκίνησε πλήρεις δραστηριότητες τον Σεπτέμβριο του 2001. Η εταιρία συνεχίζει ουσιαστικά τις δραστηριότητες των δύο συγχωνευθέντων εταιριών, εκμεταλλευόμενη τα έξι καταστήματα που λειτουργούν με το διακριτικό «Ο Κόσμος του Σπιτιού», στα Σεπόλια, την Καλλιθέα, την Ηλιούπολη, το Γαλάτσι (2) και το Κιάτο Κορινθίας. Από τα καταστήματα διατίθεται ευρύ φάσμα προϊόντων στα οποία περιλαμβάνονται και εποχιακά, είδη ρουχισμού κλπ. Τα χρηστικά-οικιακά είδη καλύπτουν ωστόσο το μεγαλύτερο μέρος του κύκλου εργασιών των καταστημάτων.
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ ΑΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Casa Linea
Διεύθυνση	3 χλμ Οδού Λάρισας-Γιάννουλης, 415 00 Λάρισα Τηλ: 0410-592.444, Φαξ: 0410-591.949
Προσωπικό	18
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	1.614.087
Δραστηριότητες	Εμπόριο οικιακών ειδών, επίπλων, φωτιστικών και διακοσμητικών
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1990 με έδρα τη Λάρισα. Η εταιρία διαθέτει – κατά κύριο λόγο λιανικώς - κρυστάλλινα και πορσελάνινα είδη, σερβίτσια και είδη νοικοκυριού μέσω των καταστημάτων της αλυσίδας Casa Linea, τα οποία βρίσκονται στη Λάρισα. Στην ίδια πόλη η εταιρία διατηρεί και δύο καταστήματα με το εμπορικό σήμα Κρυστάλ με συναφές αντικείμενο δραστηριότητας.

ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ ΕΠΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Baccarat
Διεύθυνση	Βουκουρεστίου 21, 106 71 Αθήνα Τηλ: 010-362.5050, Φαξ: 010-362.4407 www.baccarat.gr
Προσωπικό	10
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	984.590
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο κρυστάλλινων και συναφών ειδών.
Άλλα στοιχεία	Η εταιρία Μπακαρά Ελλάς ΕΠΕ ιδρύθηκε το 1997 και αντιπροσωπεύει στην ελληνική αγορά τα προϊόντα του Γαλλικού οίκου Baccarat. Η λιανική πώληση των ειδών της πραγματοποιείται μέσω τριών (3) εταιρικών καταστημάτων που λειτουργούν με το εμπορικό σήμα Baccarat, στο κέντρο της Αθήνας (Βουκουρεστίου 21), στην Κηφισιά (εμπορικό κέντρο Μελά) και τη Θεσσαλονίκη (Παύλου Μελά 7).
ΜΠΕΝΡΟΥΜΠΗ Χ & ΥΙΟΣ ΑΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	www.home.com
Διεύθυνση	Αγ. Θωμά 27, 151 24 Μαρούσι Αττική Τηλ: 010-615.6400, Φαξ: 010-619.9316 www.home.com.gr
Προσωπικό	168
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	19.032.743
Δραστηριότητες	Αντιπροσωπείες, εισαγωγές και εμπόριο ηλεκτρικών συσκευών και μικροσυσκευών, οικιακού και ξενοδοχειακού εξοπλισμού και τηλεφώνων. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1969 από μετατροπή της ομόρρυθμης εταιρίας Μπενρουμπή Χ. ΟΕ, η οποία προϋπήρχε από το 1880. Το Μάρτιο του 2002 δημοσιεύθηκε σχέδιο σύμβασης απορρόφησης των εταιριών ΕΛΑΜΥΛ ΑΒΕΕ και ΑΝΕΛ ΑΕ Το πρώτο κατάστημα της αλυσίδας www.home.com ξεκίνησε τη λειτουργία του το Νοέμβριο του 1999 από την απορροφηθείσα συγγενή επιχείρηση ΑΝΕΛ ΑΕ. Σήμερα η αλυσίδα διατηρεί 16 συνολικά σημεία πώλησης στην Ελλάδα, τα 12 εκ των οποίων εκμεταλλεύονται δικαιοδόχοι επιχειρήσεις. Σημειώνεται ότι, ένα κατάστημα (Θέρμη Θεσσαλονίκης) ξεκίνησε τη λειτουργία του το Σεπτέμβριο του 2002, ενώ κατάστημα της αλυσίδας λειτουργεί και στην Κύπρο. Για τη συνεργασία μέσω του συστήματος franchising απαιτείται μέγεθος καταστήματος 80μ ² τουλάχιστον σε εμπορική περιοχή. Το αρχικό κόστος επένδυσης ανέρχεται σε €67,5 χιλ. περίπου, στο οποίο περιλαμβάνεται το αρχικό εμπόρευμα και η διαμόρφωση του καταστήματος, ενώ η αμοιβή εισόδου είναι €11,74 χιλ. Ταυτόχρονα η εταιρία παρέχει αποκλειστικότητα περιοχής, συνεχή υποστήριξη για την ομαλή λειτουργία του καταστήματος και εκπαίδευση του προσωπικού, ενώ απαιτεί την προσωπική απασχόληση του franchisee και την αποκλειστική προμήθεια των προϊόντων από την εταιρία Μπενρουμπή. Οι μετοχές της εταιρίας Μπενρουμπή Χ&Υιος ΑΕ διαπραγματεύονται στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών από τον Ιούνιο του 1990.
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ ΑΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Μυλωνάκης
Διεύθυνση	Ψαρομηλίγγων 2, 712 02 Ηράκλειο Τηλ: 0810-282.205, Φαξ: 0810-285.441
Προσωπικό	13
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	939.105 (κατά δήλωση)
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο διακοσμητικών και επιτραπέζιων ειδών, σκευών κουζίνας, φωτιστικών, ειδών δώρων, επίπλων οικιακής και επαγγελματικής χρήσης, μικροεπίπλων και μικροσυσκευών.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1991 στο Ηράκλειο. Τον Ιανουάριο του 1996 απορρόφησε την επιχείρηση Μυλωνάκης Ι. & ΣΙΑ ΟΕ, που είχε ιδρυθεί το 1976. Η εταιρία διαθέτει τα είδη της κατά κύριο λόγο λιανικώς, μέσω τριών (3) καταστημάτων που λειτουργούν στο Ηράκλειο και φέρουν το εμπορικό σήμα «Μυλωνάκης».

ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ «ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ» ΑΕΒΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Παρουσίαση
Διεύθυνση	Αγαμέμνωνος 47, 176 75 Καλλιθέα Τηλ: 010-947.8700, Φαξ: 010-942.8541 www.parousiasi.gr
Προσωπικό	120
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	21.655.422
Δραστηριότητες	Αντιπροσωπείες, εισαγωγές και εμπόριο ειδών οικιακής χρήσης. Οργάνωση επιχειρήσεων με το σύστημα της δικαιόχρησης.
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1983. Το 1999 απορρόφησε τις εταιρίες Σαραφίδη Μαρία & ΣΙΑ ΟΕ και Σαραφίδη Αντιγόνη & ΣΙΑ ΟΕ, ενώ το 2001 την εταιρία Σαραφίδη Ελένη & ΣΙΑ ΟΕ. Η εταιρία εκμεταλλεύεται τη μεγαλύτερη – βάσει συνολικού αριθμού σημείων πώλησης – αλυσίδα καταστημάτων χρηστικών – οικιακών ειδών στην Ελλάδα. Το δίκτυό της περιλαμβάνει 58 συνολικά καταστήματα και εκτείνεται σε 33 νομούς της χώρας με τα περισσότερα (21) να βρίσκονται στην περιοχή της Αττικής. Στο σύνολο των καταστημάτων απασχολούνται περίπου 250 άτομα. Σε ότι αφορά τα είδη οικιακής χρήσης, η εταιρία αντιπροσωπεύει, μεταξύ άλλων τους οίκους Rosenthal, Wedgwood, Waterford, Villeroy & Boch, J.G. Durand, Wmf, Hutschenreuther, Egizia, Cristal De Sevres, Riedel, Thomas, Rosle, Alf, Emsa, Scaroni, Zack, Le Creuset κ.α. Στα προσεχή σχέδια της αλυσίδας περιλαμβάνεται εκτός της περαιτέρω γεωγραφικής επέκτασης με τη δημιουργία νέων σημείων πώλησης και η ανακαίνιση παλαιότερων καταστημάτων. Η πλειοψηφία των καταστημάτων (48) λειτουργεί βάσει του συστήματος της δικαιόχρησης, για τη συνεργασία μέσω του οποίου η εταιρία δεν ζητάει entry fee ή royalties, ενώ η συνεργαζόμενη επιχείρηση επιβαρύνεται με το κόστος διαμόρφωσης του καταστήματος. Σύμφωνα με στοιχεία της ICAP DATA BANK και τους δημοσιευμένους ισολογισμούς του έτους 2000, η εταιρία κατέλαβε την τέταρτη θέση βάσει συνόλου ενεργητικού, μεταξύ των 15 μεγαλύτερων εμπορικών επιχειρήσεων του κλάδου «Επιτραπέζια-Μαγειρικά-Διακοσμητικά».
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΑΕΒΕ	
Επωνυμία Αλυσίδας	Arte
Διεύθυνση	12 χλμ οδού Θεσσαλονίκης – Πολύγυρου, 570 01 Θέρμη Τηλ: 0310-461429, Φαξ: 0310-461367
Προσωπικό	45
Κύκλος εργασιών 2001 (€)	2.794.004
Δραστηριότητες	Εισαγωγές και εμπόριο επίπλων, διακοσμητικών και επιτραπέζιων ειδών
Άλλα στοιχεία	Ιδρύθηκε το 1993 με έδρα τη Θεσσαλονίκη, ενώ η έδρα της μεταφέρθηκε στη σημερινή διεύθυνση τον Μάιο του 1995. Η αλυσίδα καταστημάτων Arte διατηρεί τρία (3) σημεία πώλησης, τα δύο εκ των οποίων λειτουργούν στη Θεσσαλονίκη, ενώ ένα βρίσκεται στην Καβάλα. Η εταιρία στο προσεχές μέλλον σχεδιάζει την επέκταση των δραστηριοτήτων της και στην περιοχή της Αττικής. Ο κύκλος εργασιών της εταιρίας διαμορφώνεται στο μεγαλύτερο μέρος του από τις πωλήσεις χρηστικών και διακοσμητικών ειδών, ενώ από τα καταστήματα της αλυσίδας διατίθενται επιπλέον σε σημαντικό βαθμό και έπιπλα. Επισημαίνεται ότι, τα καταστήματα της εταιρίας λειτουργούσαν στο παρελθόν με το εμπορικό σήμα China.
Πηγή: ICAP	

3.2.2 Πωλήσεις Επιχειρήσεων Εκμετάλλευσης Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης

Στους πίνακες 3.2 και 3.3 παρουσιάζονται οι πωλήσεις ορισμένων εκ των κυριοτέρων επιχειρήσεων οι οποίες εκμεταλλεύονται αλυσίδες καταστημάτων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης, για το χρονικό διάστημα 1997-2001. Τα στοιχεία προέρχονται από δημοσιευμένους ισολογισμούς και επομένως στον πίνακα δεν εμφανίζονται επιχειρήσεις, οι οποίες λόγω της νομικής τους μορφής (ομόρρυθμες, ετερόρρυθμες εταιρίες, ατομικές επιχειρήσεις) δεν υποχρεούνται στη δημοσίευση οικονομικών καταστάσεων.

Πίνακας 3.2					
Πωλήσεις επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης (1997-2001, σε €)					
Επωνυμία	2001	2000	1999	1998	1997
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. ΑΕ	7.666.844	5.400.164	4.297.802	3.572.235	3.327.692
ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ Π. ΑΕΕ ¹	5.709.680	-	-	-	-
ΝΙΚΚΟ ΑΕ ²	4.585.902	3.125.981	2.214.448	3.141.802	-
CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ – Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ ΑΕΕ	4.027.481	3.520.229	3.595.437	2.476.731	2.166.982
ΔΙΑΦΑΝΟ ΑΕ ³	2.904.584	1.242.192	-	-	-
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. ΑΕ	2.024.122	1.885.470	1.893.591	1.613.485	1.775.284
Κ - MAX ΑΕ	1.866.193	2.285.981	2.881.547	4.384.610	6.387.569
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ ΑΕ	1.433.211	1.419.064	1.387.437	1.325.350	1.413.822
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ ΑΕΕ	1.509.958	1.620.293	1.765.605	1.859.657	2.047.780
ΕΡΜΕΙΟΝ ΑΕ	1.451.507	1.417.203	1.348.678	1.310.321	889.368
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ ΑΕΒΕ	1.350.314	1.178.471	1.229.602	1.259.058	1.379.709
ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ ΕΠΕ	984.590	838.867	629.825	343.982	212.358
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ ΑΕ	914.091	561.415	705.189	665.626	662.685
Σύνολο	36.428.477	24.495.330	21.949.161	21.952.857	20.263.249
Όλα τα ποσά έχουν μετατραπεί σε ευρώ βάσει της επίσημης ισοτιμίας €1=340,75 δρχ. Τυχόν αποκλίσεις σε ορισμένους λογαριασμούς οφείλονται στην προσαρμογή στο νέο νόμισμα					
ΜΔ: Μή διαθέσιμα στοιχεία					
1. 2001: 1η εταιρική χρήση					
2. Οι πωλήσεις της εταιρίας του 1998 καλύπτουν το χρονικό διάστημα 1/6/1997-31/12/1998 (1η εταιρική χρήση)					
3. Οι πωλήσεις της εταιρίας του έτους 2000 καλύπτουν το χρονικό διάστημα 24/12/1999-30/6/2000 (1η εταιρική χρήση). Η χρήση του 2001 ξεκινάει την 1/7 του 2000 και λήγει στις 30/6 του 2001.					
Πηγή: ICAP - Δημοσιευμένοι ισολογισμοί					

Στον πίνακα 3.2 παρουσιάζονται επιχειρήσεις που πραγματοποιούν σε ποσοστό 50% τουλάχιστον λιανική πώληση των ειδών τους. Οι συνολικές τους πωλήσεις διαμορφώθηκαν σε €36,43 εκ. το 2001, από τις οποίες εκτιμάται ότι ποσοστό 88,6% αφορά κύκλο εργασιών λιανικής μέσω εταιρικών καταστημάτων. Οι πωλήσεις των συγκεκριμένων επιχειρήσεων παρουσίασαν αύξηση σε σχέση με το 2000 κατά 48,2%, ενώ ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης το χρονικό διάστημα 1997-2001 διαμορφώθηκε σε 15,8%. Μεταξύ των επιχειρήσεων που πραγματοποιούν κυρίως λιανική πώληση των ειδών τους, τις υψηλότερες πωλήσεις για το 2001 πραγματοποίησε η Ανδρεάδης ΑΕ η οποία και εμφάνισε τη μεγαλύτερη αύξηση των πωλήσεών της σε

Αλυσίδες Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης – Οκτώβριος 2002

απόλυτες τιμές. Σημαντική ποσοστιαία μεταβολή εμφάνισε ο κύκλος εργασιών της εταιρίας Διάφανο ΑΕ (133,8%), της οποίας η χρήση του 2000 καλύπτει ωστόσο εξάμηνη περίοδο δραστηριότητας. Αύξηση κατά 62,82% παρουσίασε η εταιρία Μυλωνάκης ΑΕ, η οποία εκμεταλλεύεται την ομώνυμη αλυσίδα καταστημάτων στην περιοχή της Κρήτης.

Πίνακας 3.3 Πωλήσεις επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης (1997-2001, σε €)					
Επωνυμία	2001	2000	1999	1998	1997
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ ΑΕ&ΒΕ	29.866.787	26.894.612	25.180.426	21.802.368	20.896.214
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΑΕΒΕ	21.655.422	19.399.909	20.158.764	14.135.677	11.515.862
ΜΠΕΝΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ ΑΕ	19.032.743	16.722.744	15.163.789	18.637.241	29.997.244
AGELCO ΑΕ ¹	17.197.348	15.041.189	16.058.932	0	229
ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	8.406.458	7.447.519	6.848.939	6.551.624	6.380.302
PALLET STORES ΑΕ ²	6.403.166	4.273.326	1.853.004	-	-
ΙΚΙΑ ΑΕ	2.850.694	1.924.478	1.637.729	1.475.331	1.246.280
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΑΒΕΕ	2.794.004	2.799.172	2.549.397	2.276.490	1.065.987
OMNISHOP ΑΕ	2.095.265	2.050.236	1.988.194	1.760.866	1.525.218
VEFA' S HOUSE ΕΠΕ ³	1.510.369	1.481.297	1.178.712	1.089.817	-
Σύνολο	111.812.256	98.034.482	92.617.886	67.729.414	72.627.336
<i>Όλα τα ποσά έχουν μετατραπεί σε ευρώ βάσει της επίσημης ισοτιμίας €1=340,75 δρχ. Τυχόν αποκλίσεις σε ορισμένους λογαριασμούς οφείλονται στην προσαρμογή στο νέο νόμισμα</i> <i>ΜΔ: Μη διαθέσιμα στοιχεία</i> <i>1: Η εταιρία βρισκόταν σε αδράνεια από το 1996 μέχρι τα τέλη του 1999</i> <i>2: Οι πωλήσεις της εταιρίας του 1999 καλύπτουν το χρονικό διάστημα 25/11/1998-31/12/1999 (1η εταιρική χρήση)</i> <i>3: 1998: 1η εταιρική χρήση</i>					
<i>Πηγή: ICAP - Δημοσιευμένοι ισολογισμοί</i>					

Στον πίνακα 3.3 παρατίθενται οι πωλήσεις επιχειρήσεων εκμετάλλευσης αλυσίδων, ο κύκλος εργασιών των οποίων διαμορφώνεται σε σημαντικό βαθμό από χονδρικές πωλήσεις. Πρόκειται για επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στον εξεταζόμενο κλάδο μέσω του συστήματος της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος, ή διαθέτουν τον κύριο όγκο των εμπορευμάτων τους χονδρικός προς συγγενείς ή/και τρίτες επιχειρήσεις και για το λόγο αυτό οι πωλήσεις τους δεν είναι αντιπροσωπευτικές της πορείας εργασιών των καταστημάτων του κλάδου. Ο συνολικός κύκλος εργασιών των συγκεκριμένων επιχειρήσεων διαμορφώθηκε το 2001 σε €111,81 εκ., από €98,03 εκ. το 2000 (ποσοστό αύξησης 14,05%), ενώ οι πωλήσεις τους αυξήθηκαν κατά τη διάρκεια του χρονικού διαστήματος 1997-2001 με μέσο ετήσιο ρυθμό της τάξης του 11,4%. Διευκρινίζεται ότι η εξέλιξη των συνολικών πωλήσεων της πενταετίας επηρεάζεται σε σημαντικό βαθμό από την παρουσιαζόμενη μείωση στην εταιρία Μπενρουμπή Χ. & Υιός ΑΕ μεταξύ των ετών 1997 και 1999, η οποία οφείλεται στην παραχώρηση της αντιπροσώπευσης ορισμένων οίκων του εξωτερικού σε συγγενείς επιχειρήσεις του ομίλου.

Μεταξύ των επιχειρήσεων του πίνακα 3.3, τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση των πωλήσεών της το 2001/00 πραγματοποίησε η Pallet Stores ΑΕ (49,8%) και ακολούθησε η Ikia ΑΕ, ενώ σε απόλυτες τιμές η μεγαλύτερη αύξηση πραγματοποιήθηκε από την Berson Αφοί Κ. Σαραφίδη ΑΕΒΕ.

3.2.3 Χρηματοοικονομική Ανάλυση Επιχειρήσεων με χρήση Αριθμοδεικτών

Για τη χρηματοοικονομική ανάλυση των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης χρησιμοποιούνται τα στοιχεία των δημοσιευμένων ισολογισμών από τις επιχειρήσεις εκείνες για τις οποίες υπάρχουν συγκρίσιμα οικονομικά

Πίνακας 3.4 Επωνυμίες επιχειρήσεων για την ανάγνωση διαγραμμάτων	
ΑΝΔ	ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. Α.Ε.
ΝΙΚ	ΝΙΚΚΟ Α.Ε.
CHR	CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.
ΔΙΑΦ	ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.
ΚΑΖ	ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. Α.Ε.
Κ-MAX	Κ - MAX Α.Ε.
ΜΚΠ	ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.
ΕΚ	ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.
ΕΡΜ	ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.
ΖΟΥΛ	ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.
ΜΠΑΚ	ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.
ΜΥΛ	ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.
BERS	BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε.
ΠΑΡ	ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α.Ε.Β.Ε.
ΜΠΕΝ	ΜΠΕΝΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.
ΑΓ	ΑΓΕΛΚΟ Α.Ε.
ΙΩΝ	ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.
PS	PALLET STORES Α.Ε.
ΙΚΙΑ	ΙΚΙΑ Α.Ε.
ΠΕ	ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.
OMNI	OMNISHOP Α.Ε.
VH	VEFA S HOUSE Ε.Π.Ε.

στοιχεία. Επομένως στην ανάλυση που ακολουθεί δεν περιλαμβάνονται επιχειρήσεις οι οποίες λόγω της νομικής τους μορφής δεν υποχρεούνται στη δημοσίευση ισολογισμού, καθώς και επιχειρήσεις η ίδρυση των οποίων πραγματοποιήθηκε μετά την 1/1/2000 και για τις οποίες υπάρχουν δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία μόνο του έτους 2001. Επιπλέον, για λόγους συγκρισιμότητας των χρηματοοικονομικών στοιχείων εξετάζονται χωριστά οι επιχειρήσεις, ο κύκλος εργασιών των οποίων διαμορφώνεται κατά κύριο λόγο από λιανική πώληση των εξεταζόμενων ειδών μέσω εταιρικών καταστημάτων και χωριστά οι επιχειρήσεις με σημαντικό ύψους χονδρικές πωλήσεις προς δικαιολόγους ή τρίτες επιχειρήσεις. Ιδιαίτερα σε ότι αφορά τη δεύτερη κατηγορία θα πρέπει να επισημανθούν οι σημαντικές διαφοροποιήσεις ως προς τη δραστηριότητα των εξεταζόμενων επιχειρήσεων, καθώς ορισμένες περιορίζονται στην

εκμετάλλευση μέσω δικαιοπαροχής των σχετικών αλυσίδων, ενώ άλλες ασχολούνται και με την εμπορία διαφορετικών προϊόντων (πχ Berson Αφοί Σαραφίδη ΑΕΒΕ, Μπενρουμπή ΑΕ), ή πραγματοποιούν κατά κύριο λόγο χονδρικές πωλήσεις, χωρίς να αποτελούν δικαιопάροχους εμπορικού σήματος (πχ Ιωνία ΑΒΕΕ). Το γεγονός αυτό περιορίζει σημαντικά τις δυνατότητες σύγκρισης μεταξύ των επιχειρήσεων, ωστόσο η παράθεση των σχετικών στοιχείων κρίνεται σκόπιμη για την παρουσίαση της διαχρονικής εξέλιξης των βασικών δεικτών ορισμένων σημαντικών επιχειρήσεων του κλάδου.

Ειδικά σε ότι αφορά την εταιρία Agelco ΑΕ, επισημαίνεται ότι, δεν αναφέρονται τα οικονομικά στοιχεία των ετών 1997-98, διάστημα κατά το οποίο παρέμεινε σε αδράνεια. Στους πίνακες Π3.3 έως Π3.10 του παραρτήματος παρατίθενται οι χρηματοοικονομικοί δείκτες για κάθε επιχείρηση ανά έτος, οι μέσοι ετήσιοι δείκτες (ΜΟΔ) της κάθε εταιρίας, καθώς και ο μέσος όρος των δεικτών του συνόλου των επιχειρήσεων για το χρονικό διάστημα 1997-2001.

Στο τέλος της παρούσας ενότητας παρατίθεται ο ομαδοποιημένος ισολογισμός ορισμένων επιχειρήσεων εκμετάλλευσης αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης οι οποίες έχουν δημοσιεύσει ισολογισμό τη διετία 2000-2001.

Σημειώνεται ότι, οι διαθέσιμοι δημοσιευμένοι ισολογισμοί των επιχειρήσεων του πίνακα 3.1 για τα τρία τελευταία χρόνια παρατίθενται σε συνοπτική μορφή στο παράρτημα της μελέτης.

Κερδοφορία των επιχειρήσεων

Επιχειρήσεις λιανικής πώλησης

Για την αξιολόγηση της κερδοφορίας των επιχειρήσεων του κλάδου χρησιμοποιούνται οι αριθμοδείκτες μικτού (gross), λειτουργικού (operating) και καθαρού περιθωρίου κέρδους (net profit margin), που εκφράζουν το ποσοστό των μικτών, λειτουργικών και προ φόρων κερδών στο σύνολο του κύκλου εργασιών της επιχείρησης (διάγραμμα 3.2).

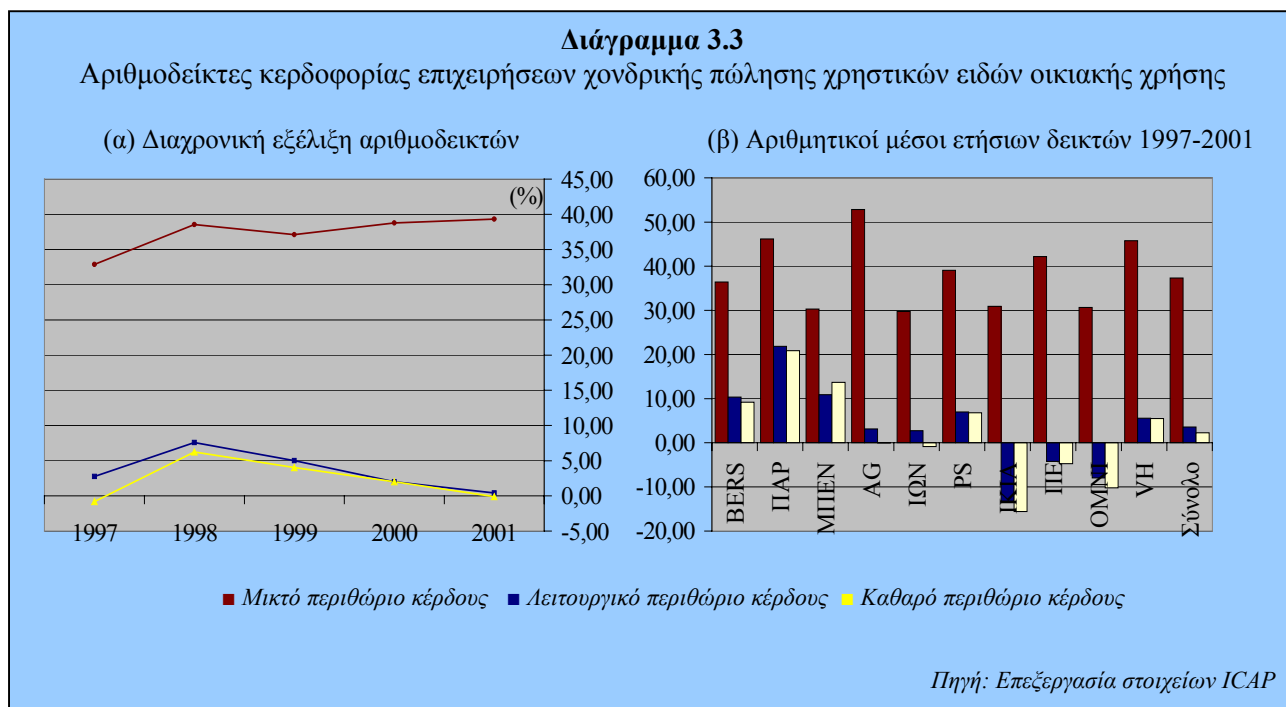
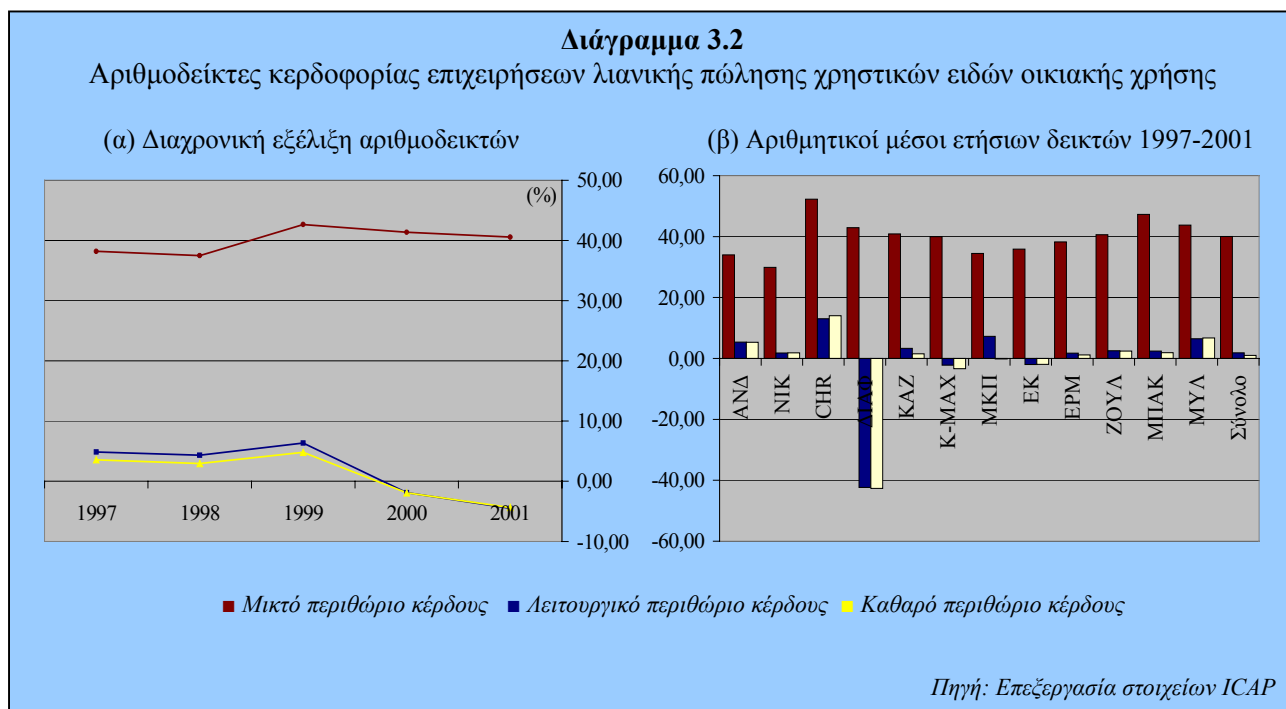
Βασικό συμπέρασμα που προκύπτει από την εικόνα των μέσων ετήσιων δεικτών κερδοφορίας των επιχειρήσεων λιανικής είναι η σημαντική διαφορά μεταξύ μικτού περιθωρίου και λειτουργικού περιθωρίου κέρδους. Συγκεκριμένα, ενώ οι εξεταζόμενες επιχειρήσεις εμφανίζουν ικανοποιητικό μικτό περιθώριο κέρδους, με μέσο όρο πενταετίας 40,12%, το μέσο λειτουργικό περιθώριο το ίδιο διάστημα διαμορφώθηκε σε 2,09% και το μέσο καθαρό περιθώριο σε 1,22%.

Σε ότι αφορά το περιθώριο λειτουργικού και καθαρού κέρδους, διαπιστώνεται επιδείνωση των δεικτών των εξεταζόμενων επιχειρήσεων τα τελευταία χρόνια. Συγκεκριμένα, το περιθώριο λειτουργικού κέρδους διαμορφώθηκε σε -3,17% το 2001 από 4,86% το 1997 και το περιθώριο καθαρού κέρδους σε -3,19% από 3,55% αντίστοιχα. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι η παρουσιαζόμενη στο διάγραμμα 3.2 διαχρονική εξέλιξη και οι μέσοι δείκτες του συνόλου των επιχειρήσεων της περιόδου 1997-2001 επηρεάζονται από τη Διάφανο ΑΕ, η οποία δημοσίευσε ισολογισμό πρώτης χρήσης το 2000. Μη λαμβανομένης υπόψη της συγκεκριμένης εταιρίας στους ετήσιους δείκτες, το λειτουργικό περιθώριο των υπολοίπων επιχειρήσεων διαμορφώνεται σε 0,29% το 2001 και το καθαρό περιθώριο σε 0,32%.

Οι επιχειρήσεις τα στοιχεία των οποίων παρατίθενται στον πίνακα Π3.3 παρουσιάζουν σχετική ανομοιογένεια ως προς την κερδοφορία τους με τους αντίστοιχους μέσους δείκτες να κυμαίνονται μεταξύ 29,88% και 52,25% (μικτό περιθώριο), -42,37% και 12,99% (λειτουργικό περιθώριο) και -42,70% έως 14,04% (καθαρό περιθώριο). Την υψηλότερη κερδοφορία το εξεταζόμενο χρονικό διάστημα εμφάνισε η εταιρία Christ Hellas ΑΕΕ, η οποία το χρονικό διάστημα 1997-2001 παρουσίασε μέσο ετήσιο μικτό περιθώριο κέρδους 52,25%, λειτουργικό περιθώριο 12,99% και καθαρό περιθώριο 14,04%.

Επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης

Αναφορικά με την κερδοφορία των επιχειρήσεων που πραγματοποιούν σημαντικού ύψους χονδρικές πωλήσεις, διαπιστώνεται ότι το μικτό περιθώριο εμφανίζει αύξηση από 32,88% το 1997, σε 39,32% το 2001,



ενώ το λειτουργικό περιθώριο το ίδιο διάστημα μειώθηκε σε 0,40% από 2,76% αντίστοιχα. Το περιθώριο καθαρού κέρδους διαμορφώθηκε σε -0,11% το 2001 από -0,81% το 1997 και 6,24% το 1998. Η συγκεκριμένη διαχρονική εξέλιξη απεικονίζεται στο πρώτο μέρος του διαγράμματος 3.3.

Στο δεύτερο μέρος του διαγράμματος απεικονίζονται οι μέσοι δείκτες της πενταετίας 1997-2001 ανά επιχείρηση. Επισημαίνεται ότι, αρκετές από τις παρουσιαζόμενες επιχειρήσεις διαφοροποιούνται σημαντικά

μεταξύ τους, καθώς ορισμένες δραστηριοποιούνται και στην εκμετάλλευση μέσω δικαιοπαροχής και αλυσίδων με διαφορετικό αντικείμενο δραστηριότητας από το εξεταζόμενο, ενώ άλλες ασχολούνται κατά κύριο λόγο με το χονδρικό εμπόριο των ειδών τους, χωρίς να αποτελούν δικαιοπάροχους εμπορικού σήματος, γεγονός που καθιστά τη σύγκριση μεταξύ των επιχειρήσεων δυσχερή.

Το μεγαλύτερο μέσο ετήσιο μικτό περιθώριο κέρδους μεταξύ των δώδεκα επιχειρήσεων εμφάνισε η Agelco ΑΕ (52,85%), για την οποία ωστόσο έχουν ληφθεί υπόψη μόνο τα στοιχεία της τριετίας 1999-2001, καθώς πριν το έτος αυτό η εταιρία βρισκόταν σε αδράνεια. Αντίστοιχα το μεγαλύτερο λειτουργικό και καθαρό περιθώριο εμφάνισε η Οικιακός Εξοπλισμός ΑΕΒΕ (Παρουσίαση) με 21,85% και 20,85% αντίστοιχα.

Αποδοτικότητα των επιχειρήσεων

Επιχειρήσεις Λιανικής

Ο πίνακας Π3.5 του παραρτήματος καθώς και το διάγραμμα 3.4 που ακολουθεί εμφανίζει την αποδοτικότητα των ιδίων κεφαλαίων (Return to equity), καθώς και των συνολικά απασχολούμενων κεφαλαίων (Return to assets) ορισμένων επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται αλυσίδες καταστημάτων χρηστικών-οικιακών ειδών και οι οποίες πραγματοποιούν κατά κύριο λόγο λιανική πώληση των ειδών τους. Η αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων εκφράζεται ως ποσοστό των προ φόρων κερδών στα ίδια κεφάλαια, ενώ η αποδοτικότητα των απασχολούμενων κεφαλαίων αποτυπώνει την απόδοση του κεφαλαίου ανεξαρτήτως προέλευσης (ίδια κεφάλαια ή υποχρεώσεις) και συνεπώς υπολογίζεται ως το ποσοστό των προ φόρων κερδών στο άθροισμα ιδίων κεφαλαίων και μεσομακροπρόθεσμων υποχρεώσεων.

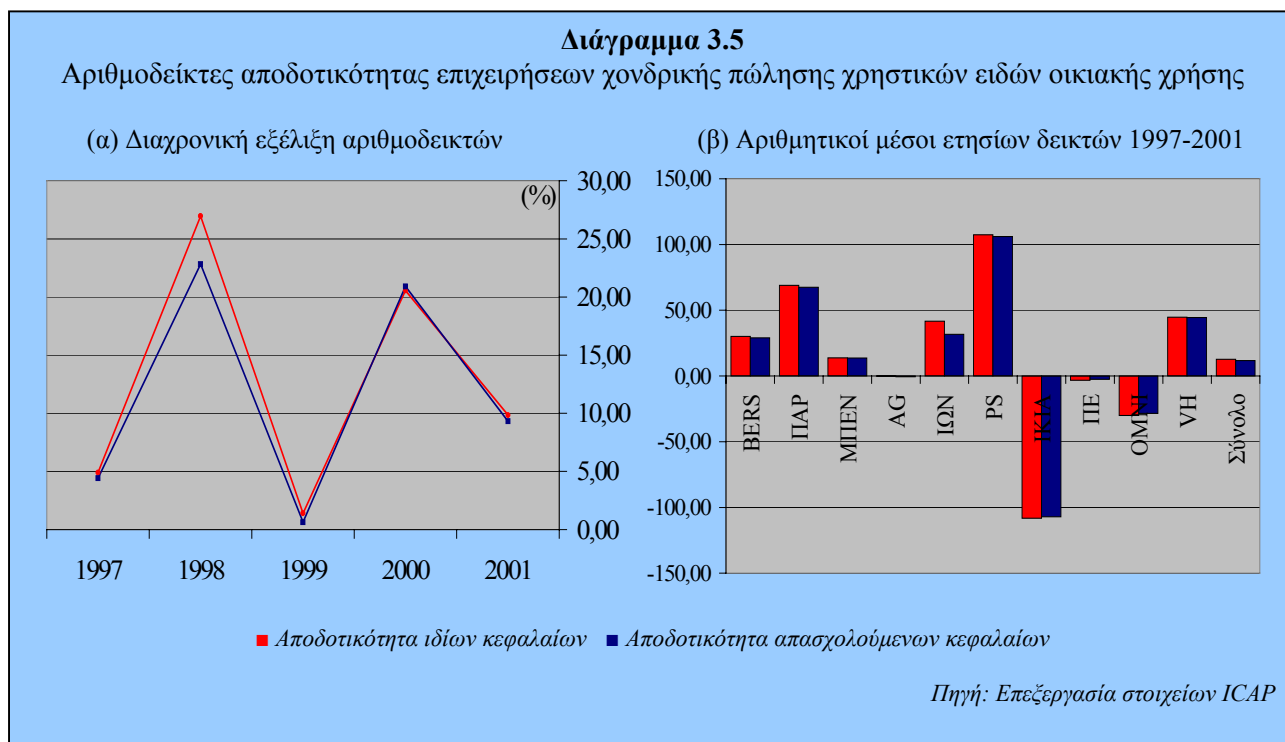
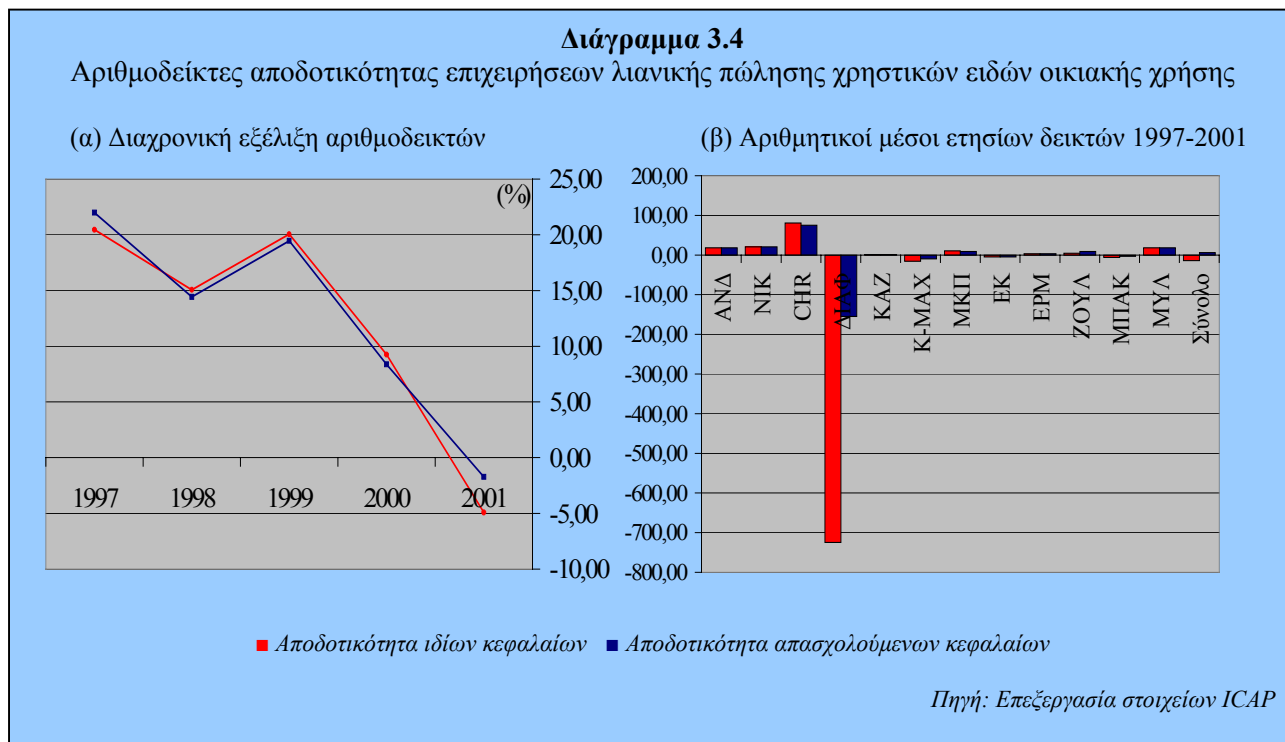
Η μέση ετήσια αποδοτικότητα των εξεταζόμενων επιχειρήσεων την πενταετία 1997-2001 διαμορφώθηκε σε -12,24% ως προς τα ίδια κεφάλαια και 7,24% ως προς τα απασχολούμενα. Οι μέσοι ετήσιοι δείκτες των ετών 2000 και 2001 επηρεάζονται σημαντικά από την εταιρία Διάφανο ΑΕ, η οποία εμφάνισε ζημιογόνα αποτελέσματα στις δύο πρώτες χρήσεις της.

Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι, εξαιρουμένης της συγκεκριμένης εταιρίας η μέση ετήσια αποδοτικότητα της περιόδου 1997-2001 για τις υπόλοιπες διαμορφώνεται σε 11,99% ως προς τα ίδια κεφάλαια και σε 12,51% ως προς τα απασχολούμενα. Η διαχρονική επιδείνωση της μέσης αποδοτικότητας των επιχειρήσεων του δείγματος είναι εμφανής στο πρώτο μέρος του διαγράμματος 3.4, όπου για λόγους συγκρισιμότητας μεταξύ των ετών, δεν περιλαμβάνονται τα αποτελέσματα της εταιρίας Διάφανο ΑΕ. Η αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων των υπόλοιπων έντεκα (11) επιχειρήσεων διαμορφώθηκε σε -4,92% το 2001 από 20,47% το 1997 και των συνολικά απασχολούμενων σε -1,75% από 21,99%.

Τους υψηλότερους μέσους δείκτες το χρονικό διάστημα 1997-2001 εμφάνισε η εταιρία Christ Hellas ΑΕΕ (80,95% και 75,03%) και ακολούθησε η Nikko ΑΕ (21,01% και 20,88%).

Επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης

Σε ότι αφορά τις κυριότερες επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης οι δείκτες αποδοτικότητας ιδίων και συνολικά απασχολούμενων κεφαλαίων απεικονίζονται στο διάγραμμα 3.5, καθώς και στον πίνακα Π3.6 του παραρτήματος. Η μέση ετήσια αποδοτικότητα των εξεταζόμενων επιχειρήσεων το συγκεκριμένο χρονικό



διάστημα διαμορφώθηκε σε 12,74% και των απασχολούμενων σε 11,63%. Επισημαίνεται ότι, τα στοιχεία των επιχειρήσεων Agelco AE και Pallet Stores AE έχουν ληφθεί υπόψη στον υπολογισμό των ετήσιων δεικτών από το έτος 1999 και μετά, γεγονός που επηρεάζει τη διαχρονική εικόνα του συνόλου των

εξεταζόμενων επιχειρήσεων. Επιπλέον, σε ότι αφορά την εταιρία Omnishop ΑΕ, σημειώνεται ότι παρουσίασε αρνητικά ίδια κεφάλαια το 2001 (αρνητική καθαρή θέση) και επομένως δεν είναι δυνατός ο υπολογισμός των δεικτών αποδοτικότητας για το συγκεκριμένο έτος.

Την υψηλότερη αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων εμφάνισε η Pallet Stores ΑΕ (μέσος όρος περιόδου 1999-2001: 107,33%) και ακολούθησε η Οικιακός Εξοπλισμός ΑΕΒΕ (68,91% το χρονικό διάστημα 1997-2001), ενώ σε ότι αφορά τα απασχολούμενα κεφάλαια, οι δύο εταιρίες εμφάνισαν αποδοτικότητα 105,97% και 67,44% αντίστοιχα.

Ρευστότητα των επιχειρήσεων

Επιχειρήσεις Λιανικής

Η ρευστότητα των επιχειρήσεων του κλάδου αξιολογείται με τη χρήση των αριθμοδεικτών γενικής (current), ειδικής (quick) και ταμειακής ρευστότητας (cash ratio), οι τιμές των οποίων για τις επιχειρήσεις που πραγματοποιούν κυρίως λιανική πώληση των ειδών τους παρατίθενται στον πίνακα Π3.7 του παραρτήματος. Επισημαίνεται ότι, η υψηλή ρευστότητα δεν αποτελεί αμιγώς θετική ένδειξη, αφού ενδεχομένως να αντικατοπτρίζει κακή κατανομή κεφαλαίων ή λιγότερο ευνοϊκούς όρους συναλλαγής με τους προμηθευτές ή πιστωτές.

Ο δείκτης γενικής ρευστότητας των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται κυρίως στη λιανική κυμάνθηκε σε ικανοποιητικά επίπεδα κατά το διάστημα 1997-2001 και ο μέσος όρος της πενταετίας διαμορφώθηκε σε 1,24. Αντίστοιχα, ο δείκτης άμεσης ρευστότητας διαμορφώθηκε σε 0,46 και η ταμειακή ρευστότητα σε 0,23. Σε ότι αφορά τη διαχρονική τους εξέλιξη θα πρέπει να επισημανθεί ότι οι σχετικοί δείκτες παρέμειναν σε σχετικά σταθερά επίπεδα, χωρίς να παρουσιάζουν αξιόλογες διακυμάνσεις μεταξύ των ετών (διάγραμμα 3.6α).

Μεταξύ των επιχειρήσεων του δείγματος δεν παρουσιάζονται ιδιαίτερα σημαντικές αποκλίσεις στη ρευστότητά τους. Οι επιχειρήσεις που εμφανίζουν τις υψηλότερες επιδόσεις είναι η Μιναρετζής Κρυστάλ Πρίσμα ΑΕ σε ότι αφορά τη γενική και την άμεση ρευστότητα (1,78 και 1,04 αντίστοιχα) και η Christ Hellas ΑΕ σε ότι αφορά την ταμειακή ρευστότητα (0,48). Οι μέσοι όροι της περιόδου 1997-2001 για κάθε επιχείρηση εμφανίζονται στο δεύτερο μέρος του διαγράμματος 3.6.

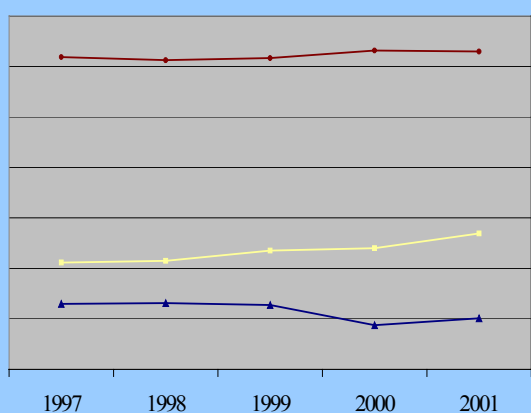
Επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης

Κατά τη διάρκεια της τελευταίας πενταετίας παρουσιάζεται επιδείνωση τόσο στη γενική όσο και στην άμεση ρευστότητα των επιχειρήσεων με τους αντίστοιχους δείκτες να διαμορφώνονται σε 1,23 και 0,78 το 2001, από 1,42 και 0,88 το 1997 αντίστοιχα. Η εξέλιξη αυτή απεικονίζεται στο πρώτο μέρος του διαγράμματος 3.7 όπου παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη των μέσων δεικτών του συνόλου των επιχειρήσεων του δείγματος.

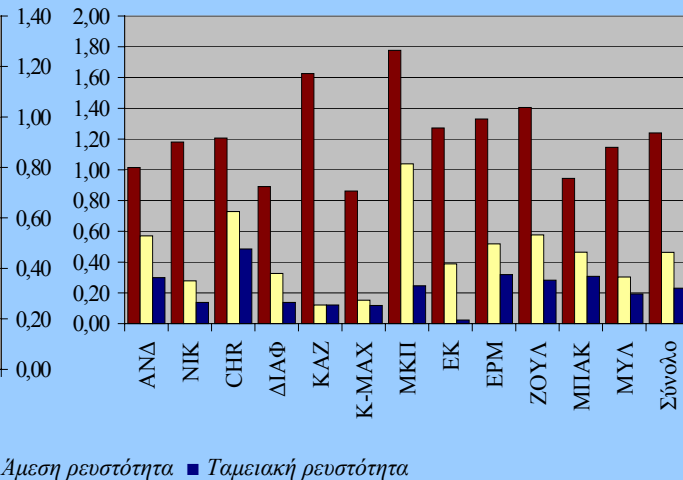
Διάγραμμα 3.6

Αριθμοδείκτες ρευστότητας επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης

(α) Διαχρονική εξέλιξη αριθμοδεικτών



(β) Αριθμητικοί μέσοι ετησίων δεικτών 1997-2001



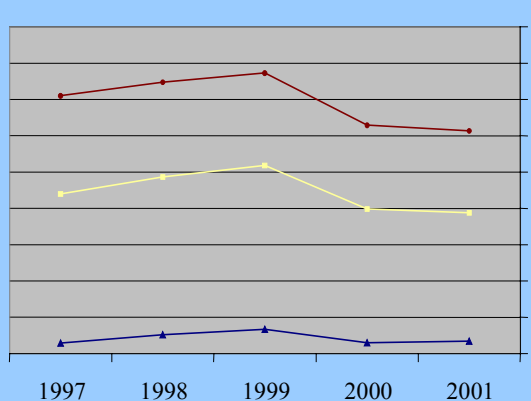
■ Γενική ρευστότητα ■ Άμεση ρευστότητα ■ Ταμειακή ρευστότητα

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ICAP

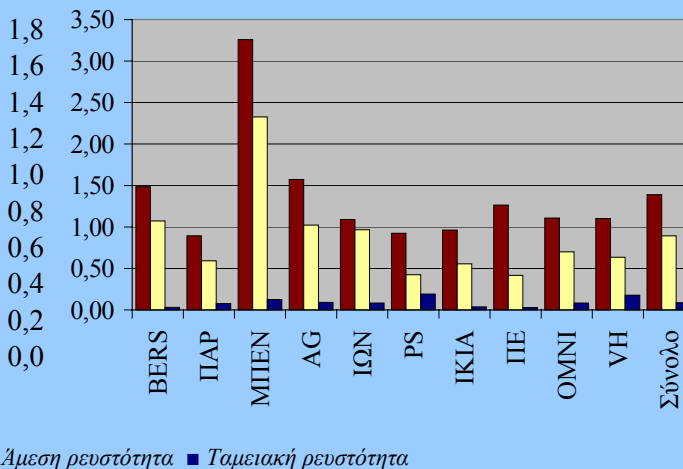
Διάγραμμα 3.7

Αριθμοδείκτες ρευστότητας χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης

(α) Διαχρονική εξέλιξη αριθμοδεικτών



(β) Αριθμητικοί μέσοι ετησίων δεικτών 1997-2001



■ Γενική ρευστότητα ■ Άμεση ρευστότητα ■ Ταμειακή ρευστότητα

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ICAP

Σε ότι αφορά τους μέσους διαχρονικούς δείκτες της κάθε επιχείρησης, σημειώνεται ότι η Μπενρουμπή ΑΕ εμφάνισε τους υψηλότερους δείκτες γενικής και άμεσης ρευστότητας (3,26 και 2,33 αντίστοιχα), ενώ σε ότι αφορά την ταμειακή ρευστότητα (η οποία δεν λαμβάνει υπόψη αποθέματα και απαιτήσεις) την υψηλότερη επίδοση παρουσίασαν οι Pallet Stores AE (0,19) και Vefa's House ΕΠΕ (0,18). Οι σχετικοί δείκτες για το σύνολο των εξεταζόμενων επιχειρήσεων παρατίθενται στον πίνακα Π3.8 του παραρτήματος και στο δεύτερο μέρος του διαγράμματος 3.7.

Χρηματοοικονομική διάρθρωση των επιχειρήσεων

Επιχειρήσεις Λιανικής

Η εκτίμηση του χρηματοοικονομικού κινδύνου δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί αποκλειστικά μέσω των λογιστικών στοιχείων των επιχειρήσεων και κατ' επέκταση η παρούσα ενότητα δεν προσπαθεί παρά να δώσει κάποια βασικά χαρακτηριστικά του κλάδου ως προς τον λόγο του συνολικού χρέους προς ίδια κεφάλαια (total debt to equity), το λόγο του μεσομακροπρόθεσμου χρέους προς τα ίδια κεφάλαια (debt to equity), αλλά και τον αριθμοδείκτη κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών (interest coverage), που δείχνει πόσες φορές τα κέρδη προ φόρων και τόκων καλύπτουν τις χρηματοοικονομικές δαπάνες της επιχείρησης.

Επισημαίνεται ότι, το ύψος των λόγων χρέους προς ίδια κεφάλαια δεν αποτελεί αμιγώς αρνητική παράμετρο, αφού ενδεχομένως να αντικατοπτρίζει διαφορές στην πιστοληπτική ικανότητα αλλά και τη στρατηγική στη διάρθρωση των πηγών κεφαλαίων των επιχειρήσεων. Οι σχετικοί αριθμοδείκτες για τις επιχειρήσεις, ο κύκλος εργασιών των οποίων διαμορφώνεται σε ποσοστό 50% τουλάχιστον από πωλήσεις λιανικής εμφανίζονται στον πίνακα Π3.9 του παραρτήματος, καθώς και στο διάγραμμα 3.8.

Ο λόγος συνολικού χρέους προς ίδια κεφάλαια της πενταετίας 1997-2001 είναι 4,22:1 για το σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος, ενώ καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου κυμάνθηκε σε επίπεδα ανώτερα του 2,3:1 υποδηλώνοντας σημαντική εξάρτηση των επιχειρήσεων από ξένα κεφάλαια. Ο δείκτης διαμορφώθηκε σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα το έτος 2000 (8,37:1), σε σημαντικό βαθμό υπό την επίδραση των αποτελεσμάτων της πρώτης χρήσης της εταιρίας Διάφανο ΑΕ (71,77:1). Τη χαμηλότερη σχέση ξένων / ίδια κεφάλαια το χρονικό διάστημα 1997-2001 παρουσίασε η εταιρία Καζακίδης ΑΕ (0,81:1).

Ειδικά για τον δείκτη κάλυψης χρηματοοικονομικών δαπανών επισημαίνεται ότι, τόσο οι μέσοι δείκτες της πενταετίας για κάθε εταιρία όσο και ο μέσος δείκτης κάθε έτους για το σύνολο των εταιριών, επηρεάζονται αυξητικά από το γεγονός ότι, ο συγκεκριμένος δείκτης δεν ορίζεται για τις περιπτώσεις όπου παρουσιάζονται αρνητικά προ φόρων και τόκων αποτελέσματα ή δεν πραγματοποιούνται χρηματοοικονομικές δαπάνες. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι στις εταιρίες Μυλωνάκης ΑΕ και Εισαγωγική Κρυστάλλων ΑΕΕ, ο συγκεκριμένος δείκτης παρουσιάζεται μόνο για δύο (2) από τα εξεταζόμενα έτη.

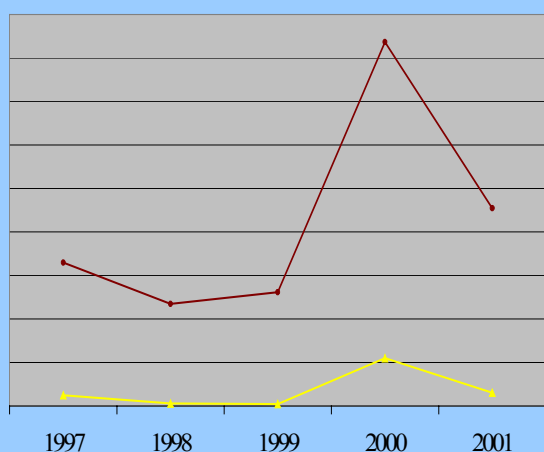
Επιπλέον, χαμηλές χρηματοοικονομικές δαπάνες επιχειρήσεων σε ορισμένες χρήσεις, οδηγούν σε πολύ υψηλές τιμές του συγκεκριμένου δείκτη και κάνουν αδύνατη την εξαγωγή συμπερασμάτων για τη διαχρονική εξέλιξη των τιμών του. Τα σχετικά στοιχεία δεν απεικονίζονται στο διάγραμμα 3.8, παρατίθενται ωστόσο στον πίνακα Π3.9 του παραρτήματος του παρόντος κεφαλαίου.

Επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης

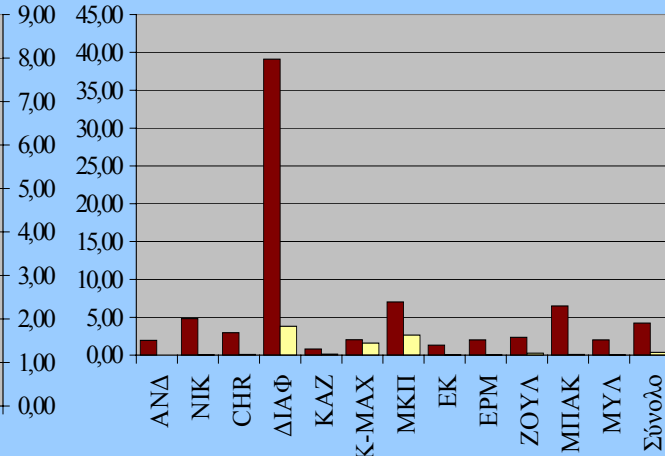
Σε ότι αφορά τη σχέση ξένων προς ίδια κεφάλαια για τις επιχειρήσεις που πραγματοποιούν κυρίως χονδρική πώληση των ειδών τους, σημειώνεται ότι ο μέσος δείκτης του συνόλου των επιχειρήσεων διαμορφώθηκε σε 2,90 για την πενταετία 1997-2001 (διάγραμμα 3.9α). Ο δείκτης παρέμενε σε επίπεδα υψηλότερα του 2,5:1 καθ' όλη τη διάρκεια της πενταετίας. Τη χαμηλότερη σχέση μεταξύ των εξεταζόμενων επιχειρήσεων εμφάνισε η Μπενρουμπή ΑΕ, για την οποία θα πρέπει να σημειωθεί επιπλέον ότι εμφάνισε και την υψηλότερη κάλυψη των χρηματοοικονομικών δαπανών της (330,46:1 μέσος όρος περιόδου 1997-2001).

Διάγραμμα 3.8
Αριθμοδείκτες χρηματοοικονομικής διάρθρωσης επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης

(α) Διαχρονική εξέλιξη αριθμοδεικτών



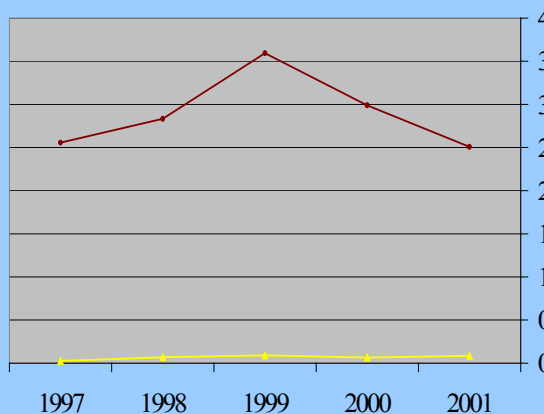
(β) Αριθμητικοί μέσοι ετήσιων δεικτών 1997-2001



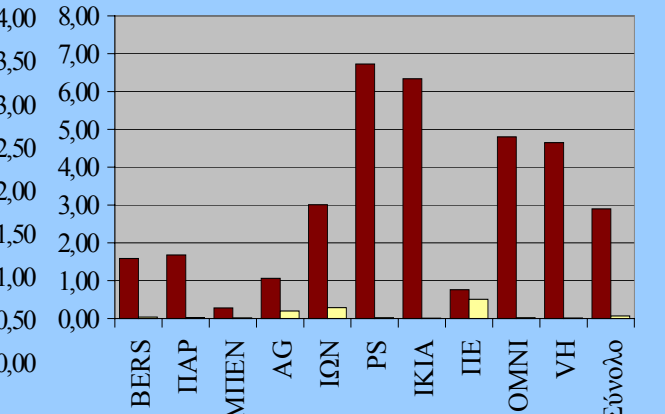
■ Σχέση ξένων προς ίδια κεφάλαια ■ Μεσομακροπρόθεσμο χρέος προς ίδια κεφάλαια

Διάγραμμα 3.9
Αριθμοδείκτες χρηματοοικονομικής διάρθρωσης επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης

(α) Διαχρονική εξέλιξη αριθμοδεικτών



(β) Αριθμητικοί μέσοι ετήσιων δεικτών 1997-2001



■ Σχέση ξένων προς ίδια κεφάλαια ■ Μεσομακροπρόθεσμο χρέος προς ίδια κεφάλαια

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ICAP

Αναλυτικά οι δείκτες χρηματοοικονομικής διάρθρωσης των δικαιοπάροχων επιχειρήσεων για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία, παρατίθενται στον πίνακα Π3.10 του παραρτήματος του παρόντος κεφαλαίου.

Ομαδοποιημένος ισολογισμός Επιχειρήσεων Εκμετάλλευσης Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης

Επιχειρήσεις που πραγματοποιούν κυρίως λιανική πώληση

Η παρουσίαση της συνολικής εικόνας του κλάδου κατά τη διάρκεια της τελευταίας διετίας γίνεται μέσω του ομαδοποιημένου ισολογισμού ορισμένων επιχειρήσεων εκμετάλλευσης αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης, ο οποίος εμφανίζεται στον πίνακα Π3.11 του παραρτήματος. Για τη σύνταξη του ομαδοποιημένου ισολογισμού χρησιμοποιήθηκαν δημοσιευμένα στοιχεία επιχειρήσεων, οι οποίες είχαν προβεί σε δημοσίευση ισολογισμού του έτους 2001 και των οποίων ο κύκλος εργασιών διαμορφώνεται σε ποσοστό 50% τουλάχιστον από τη λιανική πώληση χρηστικών-οικιακών ειδών. Στο δείγμα των επιχειρήσεων δεν έχει περιληφθεί η εταιρία Διάφανο ΑΕ, καθώς ο κύκλος εργασιών της εταιρίας του 2000 αφορά εξάμηνο διάστημα δραστηριότητας.

Θα πρέπει να επισημανθεί στο σημείο αυτό ότι, οι αριθμοδείκτες που εμφανίζονται στους ομαδοποιημένους ισολογισμούς διαφοροποιούνται ως προς τον τρόπο υπολογισμού σε σχέση με τους αντίστοιχους δείκτες που παρατίθενται στους πίνακες Π3.3 έως Π3.10. Το γεγονός αυτό οφείλεται στο ότι, στους μεν πίνακες Π3.3 έως Π3.10 οι μέσοι δείκτες του συνόλου των επιχειρήσεων για κάθε έτος προέκυψαν ως οι αριθμητικοί μέσοι των επί μέρους δεικτών, στους δε ομαδοποιημένους ισολογισμούς εμφανίζονται οι δείκτες που προκύπτουν από τα ενοποιημένα στοιχεία. Ενώ στην πρώτη περίπτωση όλες οι επιχειρήσεις σταθμίζονται ισότιμα, στη δεύτερη παίζει ρόλο το μέγεθος της κάθε επιχείρησης (ως προς τις μεταβλητές που ενσωματώνονται στο δείκτη).

Το σύνολο του ενεργητικού των επιχειρήσεων του δείγματος ανήλθε σε €27,04 εκ. το 2001 από €24,09 εκ. το 2000, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 12,24%. Η εν λόγω αύξηση προήλθε κατά κύριο λόγο από την άνοδο των ρευστών διαθεσίμων των επιχειρήσεων (κατά €980,05 χιλ.) και δευτερευόντως από την άνοδο των πάγιων περιουσιακών στοιχείων τους (κατά €657,34 χιλ.). Το χρονικό διάστημα 2001/2000 τα αποθέματα των επιχειρήσεων αυξήθηκαν κατά 0,19%.

Τα ίδια κεφάλαια των επιχειρήσεων του δείγματος ήταν της τάξεως των €8,58 εκ. το 2001, μειωμένα σε σχέση με το προηγούμενο έτος κατά 3,1%. Σημαντική ήταν η αύξηση των μέσο & μακροπρόθεσμων υποχρεώσεων των επιχειρήσεων, καθώς αυξήθηκαν κατά 18,23%, ενώ οι βραχυπρόθεσμες κατά 21,34% (από €9,8 εκ. το 2000 σε €11,06 εκ. το 2001). Σημειώνεται ότι οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις κάλυψαν το 93,4% των συνολικών υποχρεώσεων το 2001.

Οι συνολικές πωλήσεις των επιχειρήσεων του δείγματος ανήλθαν σε €27,8 εκ. το 2001, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 19,61% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Το λειτουργικό περιθώριο (κέρδος προ εξωλειτουργικών στοιχείων, αποσβέσεων και φόρων) διαμορφώθηκε σε €844,2 χιλ. το 2001 από €605,4 χιλ. το 2000, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 39,45%. Το καθαρό αποτέλεσμα (προ φόρων) των επιχειρήσεων του δείγματος ήταν κερδοφόρο και τα δύο έτη και τα συνολικά καθαρά τους κέρδη διαμορφώθηκαν σε €833,7 χιλ. το 2001, έναντι €567,8 το προηγούμενο έτος, σημειώνοντας αύξηση κατά 46,82%.

Σε ότι αφορά τους κυριότερους δείκτες οικονομικής δραστηριότητας, διαπιστώνεται ότι, ο δείκτης γενικής ρευστότητας διαμορφώθηκε σε 1,1 το 2001 από 1,17 το 2000, ενώ ο δείκτης άμεσης ρευστότητας παρουσίασε μικρή βελτίωση από 0,43 σε 0,47.

Η σχέση Ξένων προς Ίδια κεφάλαια κυμαίνεται σε σχετικά υψηλά επίπεδα για τις επιχειρήσεις του δείγματος, παρουσιάζοντας επιπλέον επιδείνωση στη διάρκεια της διετίας, καθώς διαμορφώθηκε σε 2,15:1 το 2001 έναντι 1,72:1 το 2000.

Η κυκλοφοριακή ταχύτητα των αποθεμάτων επιταχύνθηκε σε 213 ημέρες το 2001 από 256 ημέρες το προηγούμενο έτος, ενώ η αποδοτικότητα των ιδίων κεφαλαίων παρουσίασε βελτίωση από 6,41% το 2000 σε 9,71% το 2001, κυμαινόμενη ωστόσο σε χαμηλά επίπεδα και στις δύο εξεταζόμενες χρήσεις.

Ο μέσος όρος προθεσμίας είσπραξης των απαιτήσεων παρουσίασε επιδείνωση κατά το 2001 (60 ημέρες) σε σχέση με το 2000 (54 ημέρες), ενώ παρέμεινε και για τα δύο έτη σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από τον αντίστοιχο μέσο όρο προθεσμίας εξόφλησης των προμηθευτών (2001: 220 ημέρες, 1999: 225 ημέρες), γεγονός που επηρεάζει θετικά τη ρευστότητα των επιχειρήσεων.

Οκτώ (8) από τις επιχειρήσεις του δείγματος παρουσίασαν κερδοφόρα αποτελέσματα το 2000, ενώ μόνο έξι (6) εμφάνισαν καθαρό θετικό αποτέλεσμα το 2001. Ο ομαδοποιημένος ισολογισμός των κερδοφόρων επιχειρήσεων του δείγματος παρουσιάζεται στον πίνακα Π3.12 του παραρτήματος.

Οι πωλήσεις των κερδοφόρων επιχειρήσεων ανήλθαν σε €20,65 εκ. 2001, καλύπτοντας το 74,25% των αντίστοιχων πωλήσεων των επιχειρήσεων του συνολικού δείγματος. Τα συνολικά καθαρά κέρδη διαμορφώθηκαν στο ποσό των €1,16 εκ. το 2001.

Στον πίνακα Π3.13 παρουσιάζεται ο ομαδοποιημένος ισολογισμός των πέντε (5) για το 2001 ζημιολόγων επιχειρήσεων. Οι πωλήσεις τους ανήλθαν σε €7,16 εκ. το 2001 οι δε αντίστοιχες ζημιές διαμορφώθηκαν σε €323,98 χιλ.

Επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης

Ο ομαδοποιημένος ισολογισμός ορισμένων από τις κυριότερες επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται αλυσίδες καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης και οι οποίες πραγματοποιούν σημαντικού ύψους χονδρικές πωλήσεις των ειδών τους, εμφανίζεται στον πίνακα Π3.14 του παραρτήματος. Το δείγμα συντάχθηκε με βάση τα δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία της διετίας 2001-2000 εννέα (9) επιχειρήσεων, εκ των οποίων οκτώ (8) δραστηριοποιούνται στον εξεταζόμενο κλάδο μέσω του συστήματος της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος, ενώ μία (1) πραγματοποιεί κατά κύριο λόγο χονδρικές πωλήσεις των ειδών της προς τρίτες επιχειρήσεις.

Το σύνολο του ενεργητικού των εννέα (9) επιχειρήσεων διαμορφώθηκε σε €112,64 εκ. το 2001, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 7,93% σε σχέση με το 2000, η οποία προήλθε στο σύνολό της από την αύξηση των απαιτήσεων των επιχειρήσεων (κατά €8,01 εκ.), των αποθεμάτων (κατά €1,91 εκ.) και των ρευστών διαθεσίμων (κατά €669,05 χιλ.). Το ίδιο χρονικό διάστημα τα καθαρά πάγια περιουσιακά στοιχεία των επιχειρήσεων μειώθηκαν κατά €2,31 εκ.

Οι συνολικές πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 14,15% το 2001 έναντι του 2000 και διαμορφώθηκαν σε €103,4 το 2001. Σημειώνεται ότι, τα κέρδη των εταιριών του δείγματος ανήλθαν σε €7,66 το 2001, ενώ το 2000 είχαν διαμορφωθεί σε €7,11 εκ., σημειώνοντας αύξηση κατά 7,74%.

Η αποδοτικότητα ιδίου κεφαλαίου παρουσίασε αύξηση και διαμορφώθηκε σε 14,67% το 2001, ενώ το 2000 ήταν της τάξης 13,73%. Ο δείκτης δανειακής επιβάρυνσης δείχνει κάποια μικρή εξάρτηση των επιχειρήσεων από τα ξένα κεφάλαια, η οποία όμως βελτιώθηκε οριακά την τελευταία χρονιά (2001:1,16:1, 2000: 1,20:1). Η κυκλοφοριακή ταχύτητα των αποθεμάτων επιταχύνθηκε στις 153 ημέρες το 2001, από 159 ημέρες το 2000. Η γενική ρευστότητα το 2001 διαμορφώθηκε σε 1,32 και η άμεση σε 0,87.

Ο μέσος όρος προθεσμίας εισπράξεως απαιτήσεων αυξήθηκε από 152 ημέρες το 2000 σε 155 ημέρες το 2001, ενώ σταθερός παρέμεινε ο μέσος όρος προθεσμίας εξόφλησης προμηθευτών (133 ημέρες).

Στον πίνακα Π3.15 του παραρτήματος παρουσιάζεται ο ομαδοποιημένος ισολογισμός των κερδοφόρων επιχειρήσεων του δείγματος, οι οποίες μειώθηκαν σε πέντε (5) το 2001, από έξι (6) το 2000. Οι συνολικές πωλήσεις των πέντε επιχειρήσεων του 2001 διαμορφώθηκαν σε €78,47 εκ., εμφανίζοντας μείωση σε σχέση με τις αντίστοιχες των έξι (6) κερδοφόρων επιχειρήσεων του 2000 κατά 6,38%.

Στον πίνακα Π3.16 εμφανίζεται ο ομαδοποιημένος ισολογισμός των ζημιολόγων επιχειρήσεων στο σύνολο της χώρας. Οι συνολικές πωλήσεις των τεσσάρων (4) ζημιολόγων επιχειρήσεων διαμορφώθηκαν σε €24,94εκ., ενώ οι τρεις (3) ζημιολόγες επιχειρήσεις του 2000 πραγματοποίησαν συνολικές πωλήσεις €6,77 εκ. Οι συνολικές τους ζημιές διαμορφώθηκαν σε €2,05 εκ. το 2001, από €619,62 χιλ. το 2000.

3.3 Στοιχεία Ανταγωνισμού

Στη διάρκεια των προηγούμενων ετών αναπτύχθηκε έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των αλυσίδων για την απόσπαση μεγαλύτερου μεριδίου και την επικράτησή τους στην εγχώρια αγορά. Ο ανταγωνισμός επικεντρώθηκε στο επίπεδο της διαφημιστικής προβολής των καταστημάτων, της εξασφάλισης συμφωνιών για την αντιπροσώπευση οίκων του εξωτερικού, της εφαρμογής πιστωτικών διευκολύνσεων, καθώς και στην παροχή κάθε μορφής υπηρεσιών για την καλύτερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών. Σημαντικό ρόλο στην προσπάθεια των αλυσίδων για την απόσπαση μεριδίου αγοράς έναντι του ανταγωνισμού διαδραματίζει και η ανάπτυξη επαρκών δικτύων καταστημάτων με την ύπαρξη σημείων πώλησης που να καλύπτουν μεγάλο μέρος των εμπορικών περιοχών της χώρας.

3.3.1 Δίκτυα Καταστημάτων

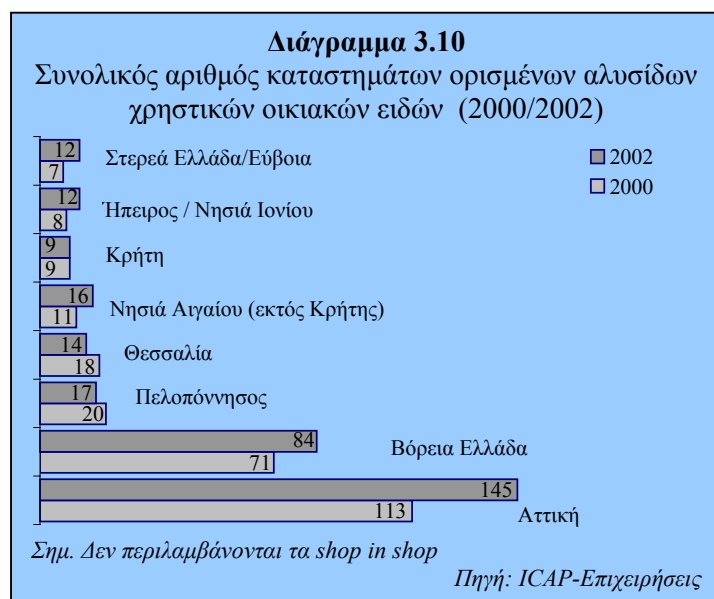
Η ανάπτυξη των δικτύων των κυριοτέρων αλυσίδων πραγματοποιήθηκε με ταχείς ρυθμούς από τις αρχές της δεκαετίας του '90 και μετά. Η γεωγραφική τους επέκταση συνέβαλλε στη συνύπαρξη καταστημάτων διαφορετικών αλυσίδων σε μικρή απόσταση μεταξύ τους στις εμπορικές περιοχές της χώρας, με τελικό αποτέλεσμα τον έντονο ανταγωνισμό για την απόσπαση του μεγαλύτερου δυνατού μεριδίου αγοράς και σε τοπικό επίπεδο.

Οι μεγαλύτερες αλυσίδες επεδίωξαν είτε την ταχεία επέκτασή τους με μεγάλο αριθμό σημείων πώλησης σε σημαντικό βαθμό με εφαρμογή του συστήματος της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος, είτε

την περισσότερο σταδιακή διεύρυνση της παρουσίας τους με τη δημιουργία μεγαλύτερων σε έκταση καταστημάτων, ελεγχόμενων από την ίδια εταιρία. Τέλος, οι μικρότερες αλυσίδες (αυτές που διαθέτουν λιγότερα από πέντε σημεία πώλησης) πραγματοποιούν την ανάπτυξη του δικτύου τους κατά κύριο λόγο

μέσω συγγενών επιχειρήσεων.

Ανεξάρτητα από την επιλεγόμενη στρατηγική επέκτασης και την υιοθέτηση ή όχι του θεσμού της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος, θα πρέπει να επισημανθεί η σημασία της κατάλληλης χωροθέτησης κάθε νέου καταστήματος, βάσει κριτηρίων όπως είναι η «εμπορικότητα» του σημείου πώλησης, η ύπαρξη ανταγωνιστικών καταστημάτων στην ευρύτερη περιοχή κλπ. Επιπλέον, σημασία αποδίδεται και στη συνολική εικόνα των καταστημάτων με τον



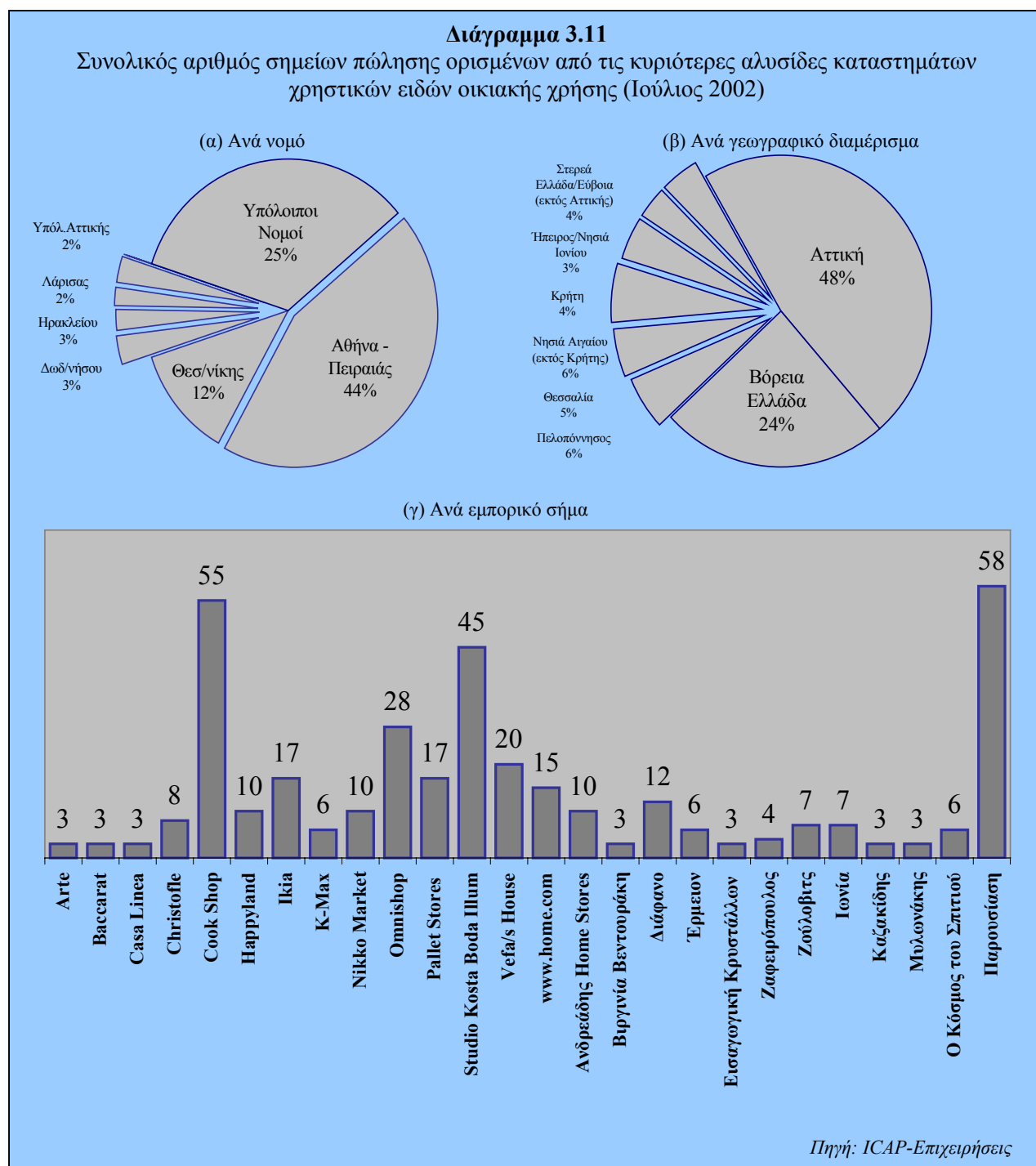
κατάλληλο σχεδιασμό των εσωτερικών και εξωτερικών χώρων και τη συχνή ανανέωσή τους.

Στο διάγραμμα 3.10 παρατίθεται ο συνολικός αριθμός των καταστημάτων ανά γεωγραφικό διαμέρισμα σε ορισμένες από τις κυριότερες αλυσίδες χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης, την περίοδο εκπόνησης της παρούσας μελέτης (Ιούλιος 2002) και τον Απρίλιο του 2000. Στον πίνακα έχουν ληφθεί υπόψη μόνον οι αλυσίδες για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα συγκρίσιμα στοιχεία και για τα δύο έτη, ενώ δεν περιλαμβάνονται αλυσίδες οι οποίες, είτε ανέστειλαν τη δραστηριότητά τους μεταξύ των δύο ετών, είτε ξεκίνησαν τη δραστηριότητά τους από το 2001 και μετά. Επιπλέον, στα απεικονιζόμενα μεγέθη δεν έχουν συνυπολογιστεί τα σημεία πώλησης shop in shop.

Από το διάγραμμα διαπιστώνεται ότι, ο συνολικός αριθμός των καταστημάτων των συγκεκριμένων αλυσίδων αυξήθηκε από 257 σε 309 το 2002. Η αύξηση επικεντρώθηκε κυρίως στην Αττική και τη Θεσσαλονίκη, με τη Θεσσαλία και την Πελοπόννησο να εμφανίζουν μικρότερο αριθμό καταστημάτων το 2002 σε σχέση με το 2000.

Η χωροταξική κατανομή των σημείων πώλησης για ορισμένες από τις κυριότερες αλυσίδες καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης, εμφανίζεται στον πίνακα Π3.17 του παραρτήματος. Τα στοιχεία προέρχονται από αλυσίδες με τρία (3) τουλάχιστον σημεία πώλησης, ενώ αναφέρονται τόσο τα shop in shop, όσο και τα καταστήματα που λειτουργούν με την εφαρμογή του συστήματος της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος. Στον πίνακα δεν περιλαμβάνονται καταστήματα που λειτουργούν στην Κύπρο προς την οποία έχουν επεκτείνει τις δραστηριότητές τους αρκετές από τις εξεταζόμενες αλυσίδες καταστημάτων.

Από τα συνολικά 362 καταστήματα που διατηρούσαν οι επιχειρήσεις για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία κατά την περίοδο εκπόνησης της παρούσας μελέτης, τα 160 (ποσοστό 44,2%) λειτουργούσαν στην ευρύτερη περιοχή της Αθήνας και του Πειραιά. Στη Θεσσαλονίκη βρίσκονταν 43 καταστήματα (ποσοστό 11,9%), ενώ οι αλυσίδες χρηστικών ειδών έχουν επιπλέον σημαντική παρουσία και



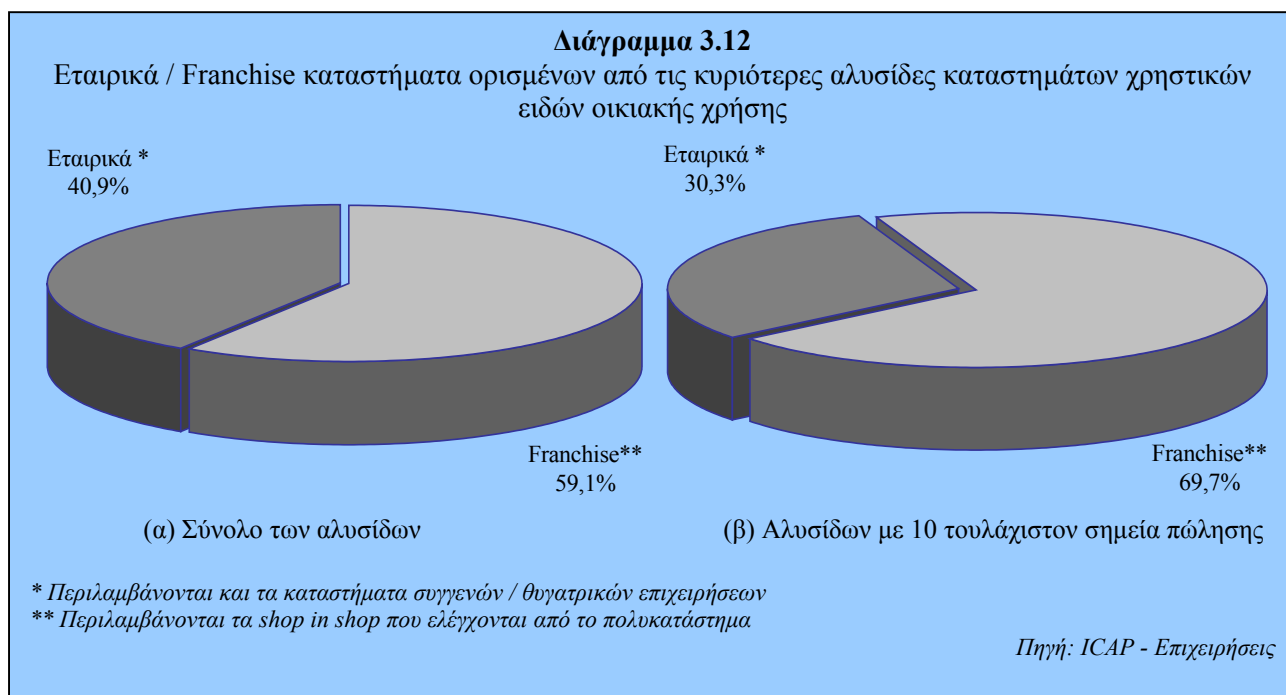
στους νομούς Δωδεκανήσου, Ηρακλείου και Λάρισας με έντεκα (11), οκτώ (8) και επτά (7) σημεία πώλησης αντίστοιχα (διάγραμμα 3.11α).

Εξετάζοντας τον αριθμό των καταστημάτων σε τοπικό επίπεδο, θα πρέπει να επισημανθεί η ύπαρξη αρκετών αλυσίδων οι οποίες διατηρούν το σύνολο των καταστημάτων τους αποκλειστικά στα πλαίσια ενός νομού ή της ίδιας πόλης (πχ Casa Linea στην περιοχή της Λάρισας, Μυλωνάκης στην περιοχή του Ηρακλείου, Έρμειον και Καζακίδης στη Θεσσαλονίκη). Επιπλέον σε ορισμένους νομούς της χώρας (πχ Λάρισας, Ηρακλείου) το μεγαλύτερο αριθμό καταστημάτων διαθέτουν αλυσίδες «τοπικού» κυρίως χαρακτήρα με λιγότερα από πέντε (5) σημεία πώλησης η καθεμία.

Σε ότι αφορά ειδικά το νομό Θεσσαλονίκης, σημαντική παρουσία έχουν αλυσίδες, οι οποίες είτε δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στο νομό (πχ Έρμειον, Καζακίδης, K-Max), είτε επέκτειναν σχετικά πιο πρόσφατα τα δίκτυά τους σε άλλες πόλεις της Β. Ελλάδας, ή και στο νομό της Αττικής (πχ Nikko Market). Αξιοσημείωτο είναι επιπλέον το γεγονός ότι παρά τη σημαντική επέκταση των αλυσίδων τα προηγούμενα χρόνια, αρκετοί νομοί της χώρας (Γρεβενών, Ευρυτανίας, Θεσπρωτίας, Καστοριάς, Λασιθίου, Λευκάδας, Χαλκιδικής) δεν φιλοξενούν κατάστημα αλυσίδας που λειτουργεί με κάποιο από τα εμπορικά σήματα του πίνακα Π3.17, γεγονός που υποδηλώνει την ύπαρξη κάποιων περιθωρίων επέκτασης των δικτύων σε νέες περιοχές.

Ο συνολικός αριθμός των σημείων πώλησης, ανά εμπορικό σήμα για ορισμένες από τις κυριότερες αλυσίδες καταστημάτων απεικονίζονται στο διάγραμμα 3.11γ. Μεταξύ των παρουσιαζόμενων αλυσίδων, το μεγαλύτερο αριθμό στο σύνολο της χώρας διατηρεί η Παρουσίαση (58), η πλειοψηφία των οποίων (43) λειτουργεί με την εφαρμογή του θεσμού της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος και ακολουθεί η Cook Shop με 55 καταστήματα, μέρος των οποίων (6) λειτουργούν με τη μορφή shop in shop στα καταστήματα Hondos Center (4), Shopping House (1) και Φωκάς (1). Ακολουθούν οι αλυσίδες Studio Kosta Boda Illum (45) και Omnishop (28). Οι δύο μεγαλύτερες βάσει δικτύου αλυσίδες (Παρουσίαση και Cook Shop) διαθέτουν και το μεγαλύτερο αριθμό σημείων πώλησης στο νομό της Αττικής με 21 και 22 καταστήματα αντίστοιχα. Στη Θεσσαλονίκη, το μεγαλύτερο αριθμό καταστημάτων διαθέτουν οι «τοπικές» αλυσίδες Έρμειον και K-Max, οι οποίες διατηρούν από έξι (6) καταστήματα η καθεμία. Σε ότι αφορά την έκταση των δικτύων, επισημαίνεται ότι η αλυσίδα Παρουσίαση έχει παρουσία σε 30 νομούς της χώρας (εκτός Αττικής και Θεσσαλονίκης), ενώ η Studio Kosta Boda Illum σε 28 και η Cook Shop σε 25.

Σημαντικός αριθμός των αλυσίδων του πίνακα έχουν υιοθετήσει για την επέκτασή τους το θεσμό της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος. Από το διάγραμμα 3.12α φαίνεται ότι από το σύνολο των 362

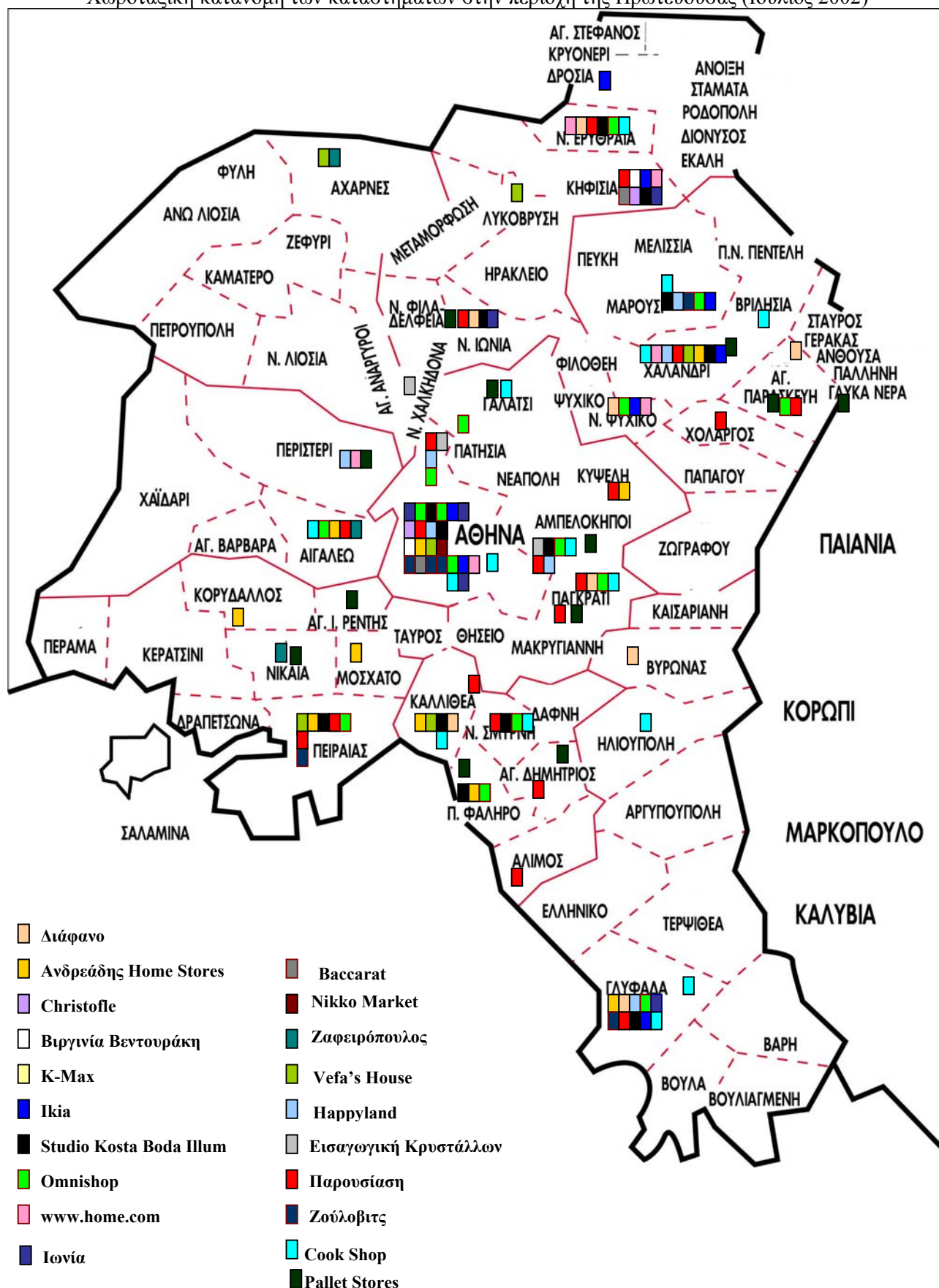


καταστημάτων των αλυσίδων του πίνακα Π3.17, τα 214 (ή ποσοστό 59,1%) εκμεταλλεύονται δικαιοδόχοι επιχειρήσεις, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό ανέρχεται σε 69,7% εξεταζομένων μόνο των αλυσίδων με 10 και περισσότερα καταστήματα (διάγραμμα 3.12β).

Η γενική εικόνα της κατανομής των καταστημάτων για ορισμένες από τις κυριότερες αλυσίδες καταστημάτων στην περιοχή της πρωτεύουσας, τη Θεσσαλονίκη και το σύνολο της χώρας δίνεται στα διαγράμματα 3.13-3.15

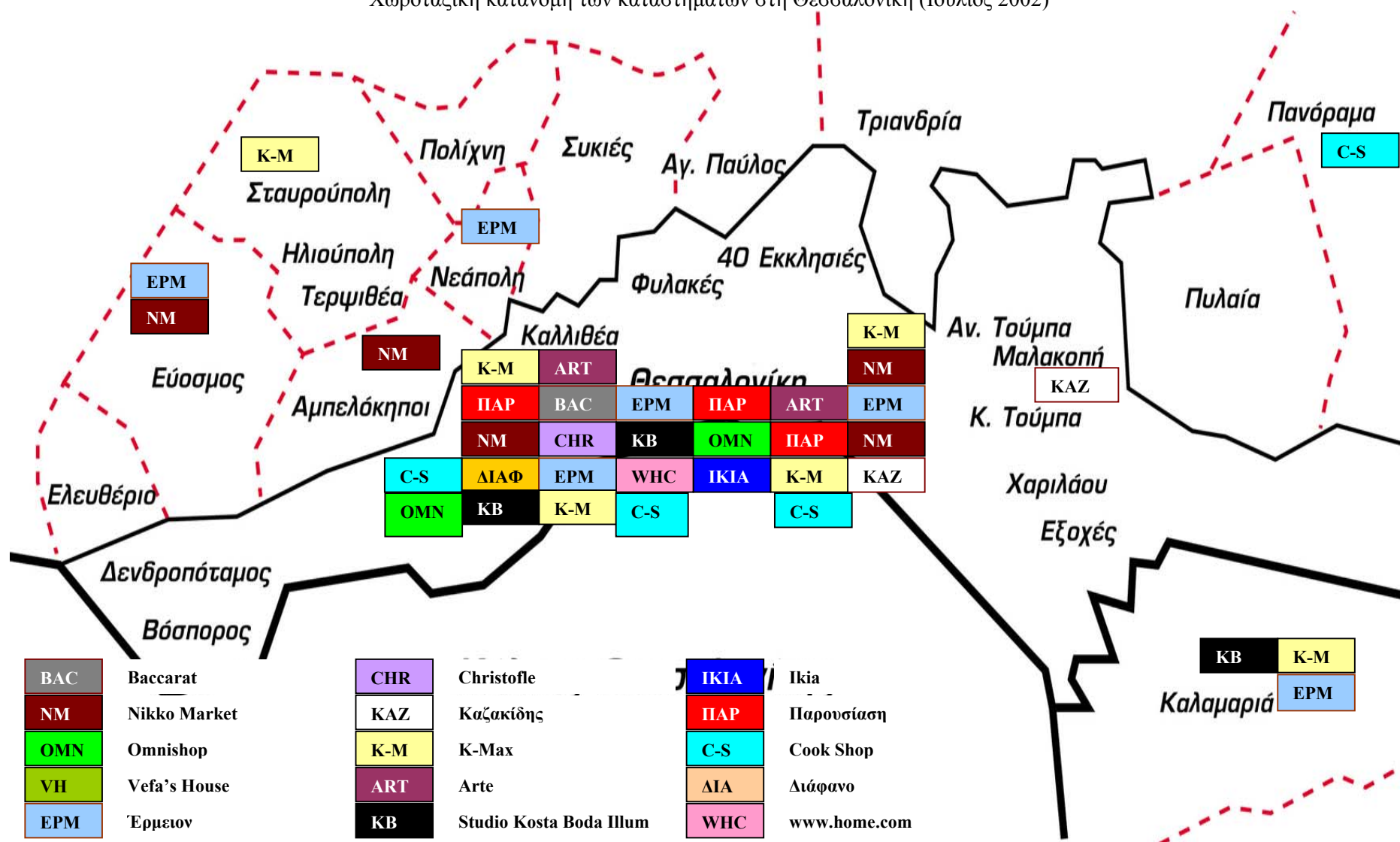
Διάγραμμα 3.13

Χωροταξική κατανομή των καταστημάτων στην περιοχή της Πρωτεύουσας (Ιούλιος 2002)



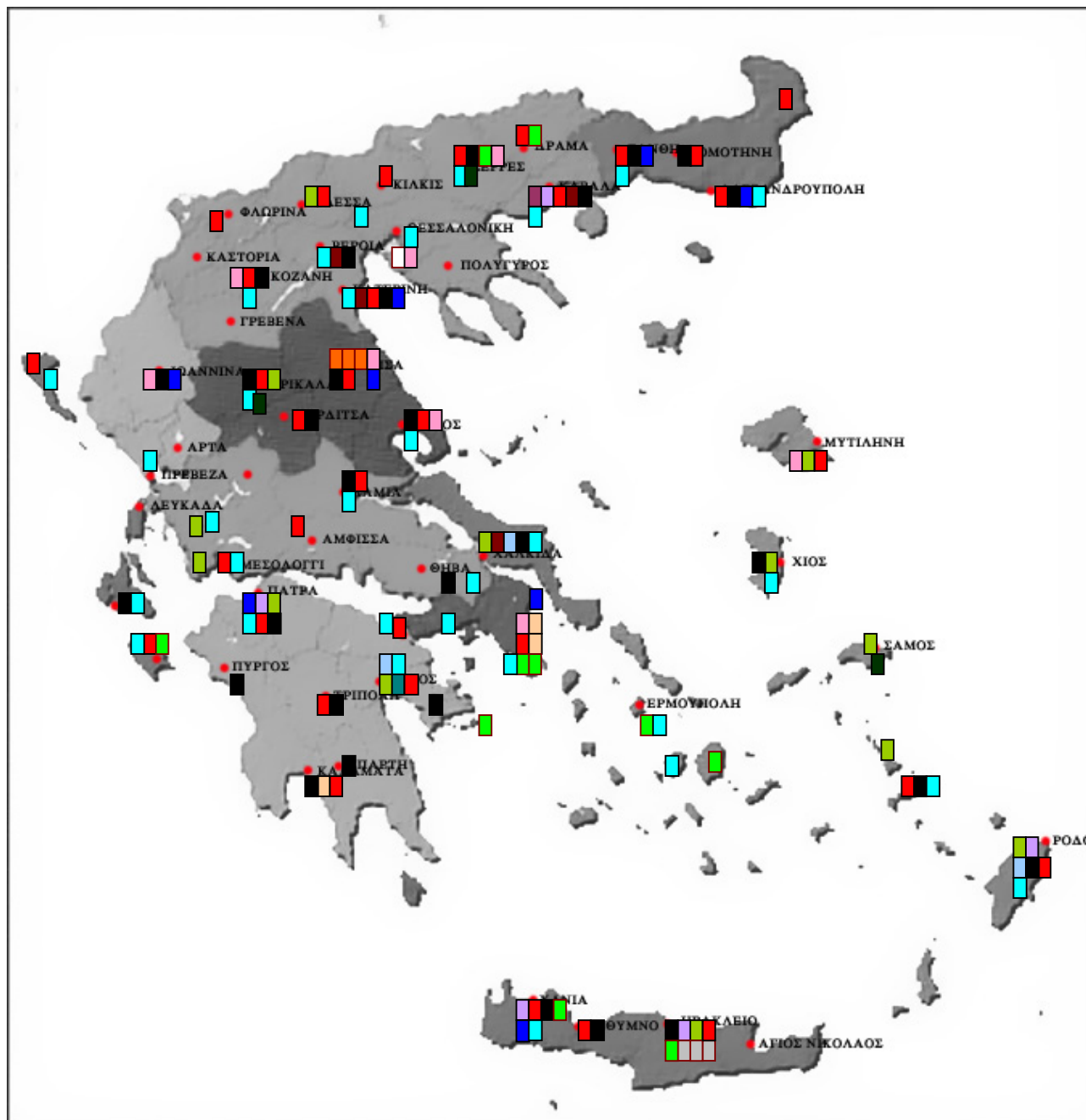
Διάγραμμα 3.14

Χωροταξική κατανομή των καταστημάτων στη Θεσσαλονίκη (Ιούλιος 2002)



Διάγραμμα 3.15

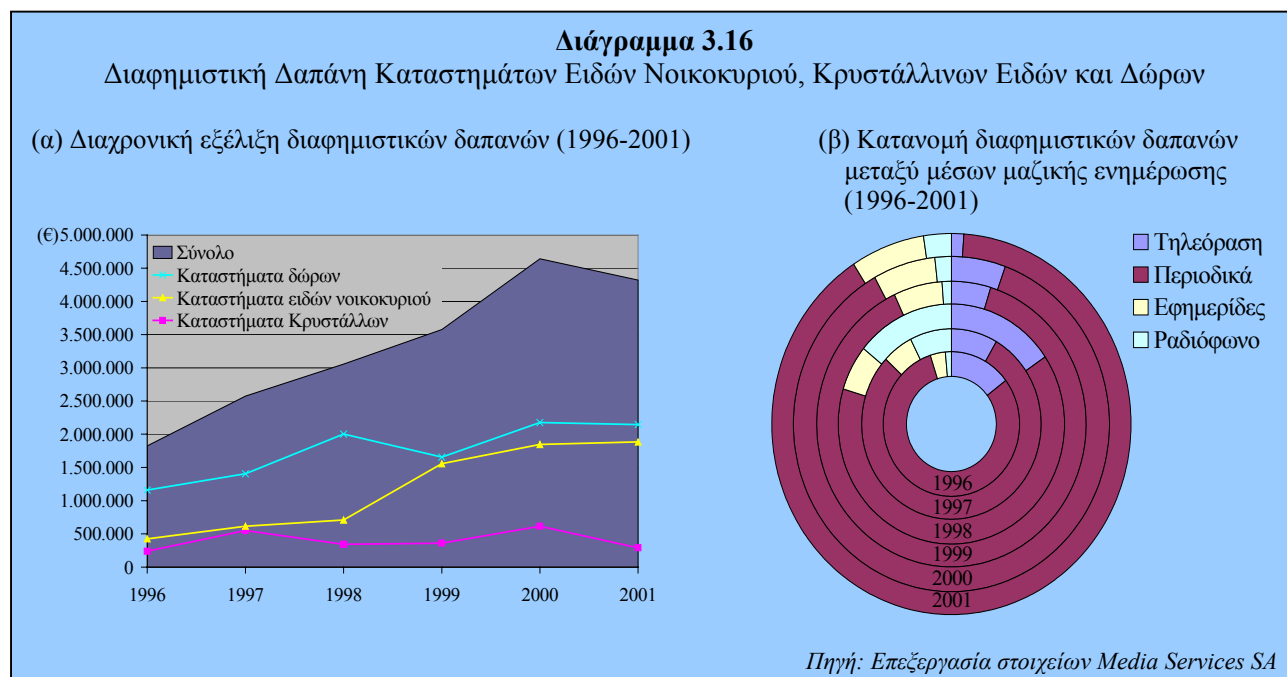
Χωροταξική κατανομή των καταστημάτων ανά νομό πλην Περιφέρειας πρωτεύουσας και Θεσσαλονίκης (Ιούλιος 2002)



■ Ikia	■ Διάφανο	■ Pallet Stores
■ Nikko Market	■ Cook Shop	
■ Ζαφειρόπουλος	■ Christofle	
■ Vefa's House	■ Καζακίδης	
■ Happyland	■ K-Max	
■ Μυλωνάκης	■ Arte	
■ Παρουσίαση	■ Studio Kosta Boda Illum	
■ www.home.com	■ Casa Linea	

3.3.2 Διαφημιστική Δαπάνη Καταστημάτων Ειδών Οικιακών Ειδών, Κρυστάλλινων Ειδών και Δώρων

Η διαφήμιση αποτελεί έναν από τους κυριότερους τρόπους προώθησης της επωνυμίας της αλυσίδας στο καταναλωτικό κοινό. Οι αλυσίδες καταστημάτων ειδών οικιακής χρήσης επενδύουν σημαντικά στη διαφήμιση, με σκοπό τη γνωστοποίηση του σήματός τους, τη συνεχή υπενθύμιση της παρουσίας τους και τη διαφοροποίησή τους έναντι των ανταγωνιστών. Χαρακτηριστικό είναι ότι το αναγνωρίσιμο και



υποστηριζόμενο από συνεχή διαφημιστική προβολή εμπορικό σήμα αποτελεί έναν από τους σημαντικούς λόγους προσχώρησης μεμονωμένων επιχειρήσεων σε κάποιο από τα οργανωμένα δίκτυα, μέσω του συστήματος της δικαιόχρησης.

Υπό τις συνθήκες αυτές τα τελευταία χρόνια (1996-2000) πραγματοποιήθηκε αύξηση των διατιθέμενων κονδυλίων για την προβολή των καταστημάτων του κλάδου (πίνακας Π3.18 του παραρτήματος). Η εξέλιξη αυτή απεικονίζεται στο διάγραμμα 3.16α, το οποίο εμφανίζει το σύνολο των διαφημιστικών δαπανών των καταστημάτων που δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο ειδών νοικοκυριού, κρυστάλλων και ειδών δώρου για το χρονικό διάστημα 1996-2001. Σημειώνεται ότι, στις τρεις κατηγορίες έχουν ληφθεί υπόψη καταστήματα που δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο των συγκεκριμένων ειδών, ανεξάρτητα από τον αριθμό των σημείων πώλησης κάτω από το ίδιο εμπορικό σήμα, με αποτέλεσμα ορισμένα από αυτά να μη συνιστούν αλυσίδες

Η συνολική διαφημιστική δαπάνη των καταστημάτων ειδών νοικοκυριού, κρυστάλλων και ειδών δώρου εμφάνισε συνολική αύξηση το χρονικό διάστημα 1996-2001 και διαμορφώθηκε σε €4,3 εκ. το 2001, από €1,8 εκ. το 1996, ενώ ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα διαμορφώθηκε σε 18,8%. Εξαίρεση στην ανοδική τάση των τελευταίων ετών αποτέλεσε μόνο το χρονικό διάστημα 2001/2000 οπότε και παρουσιάστηκε μείωση στα συνολικά διατιθέμενα κονδύλια κατά 6,9%.

Εξετάζοντας τις επί μέρους κατηγορίες καταστημάτων διαπιστώνεται ότι η διαφημιστική προβολή και των τριών εμφάνισε συνολική αύξηση το χρονικό διάστημα 1996-2001, με διαφορετικούς ωστόσο ρυθμούς

μεταξύ τους. Το μεγαλύτερο μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής παρουσίασαν τα καταστήματα ειδών νοικοκυριού (34,6%), ενώ η διαφημιστική δαπάνη των καταστημάτων ειδών δώρου αυξήθηκε με μέσο ετήσιο ρυθμό 13,1% και των κρυστάλλινων ειδών με 4,0%. Ειδικά σε ότι αφορά την τελευταία κατηγορία, θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα συνολικά διατιθέμενα κονδύλια για την προβολή τους μειώθηκαν το 2001 σε σχέση με το προηγούμενο έτος κατά 52,89%, ενώ μείωση κατά 1,4% παρουσίασε το ίδιο διάστημα και η διαφημιστική δαπάνη των καταστημάτων ειδών δώρων.

Αναφορικά με την κατανομή των διαφημιστικών δαπανών ανά μέσο διαπιστώνεται σταθερή προτίμηση των καταστημάτων του κλάδου προς τον περιοδικό τύπο (διάγραμμα 3.16). Καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου 1996-2001, ποσοστό άνω του 64% των συνολικά διατιθέμενων κονδυλίων ετησίως κατευθύνθηκε για την προβολή μέσω περιοδικών, ενώ το 2001 το ίδιο ποσοστό ανήλθε στο 95,2%. Στην κατεύθυνση αυτή συμβάλλει η ύπαρξη εξειδικευμένων περιοδικών για το σπίτι, τα οποία απευθύνονται κατά κύριο λόγο σε αναγνώστες που ενδιαφέρονται για τον εξοπλισμό ή/και τη διακόσμηση της οικίας τους.

Στους πίνακες Π3.19 έως Π3.21 του παραρτήματος παρατίθεται η διαφημιστική δαπάνη των καταστημάτων του κλάδου ανά εμπορικό σήμα. Το 94% του συνόλου των διαφημιστικών δαπανών από τα καταστήματα κρυστάλλινων ειδών το 2001 και το 88% το 2000 διατέθηκε από την αλυσίδα Kosta Boda Illum. Μεταξύ των καταστημάτων ειδών νοικοκυριού, για την προβολή της αλυσίδας Cook Shop διατέθηκαν συνολικά €564,7 χιλ το 2001 ή ποσοστό 30% των συνολικών δαπανών της κατηγορίας, ενώ για τα καταστήματα home.com και Sotrek διατέθηκαν το ίδιο έτος €275,7 χιλ. (μερίδιο 15%) και €228,5 χιλ. (μερίδιο 12%) αντίστοιχα. Τα μερίδια των τριών εμπορικών σημάτων στη συνολική διαφημιστική δαπάνη των καταστημάτων ειδών νοικοκυριού το προηγούμενο έτος (2000) διαμορφώθηκαν σε 39% 15% και 22% αντίστοιχα.

Η αλυσίδα Παρουσίαση με €1,65 εκ., διέθεσε το 2001 το 77% των συνολικά διατιθέμενων κονδυλίων από τα καταστήματα δώρων, ενώ το μερίδιο της αλυσίδας Βεντουράκη διαμορφώθηκε το ίδιο έτος σε 7%.

3.3.3 Άλλοι Τρόποι Προώθησης των Πωλήσεων από τις Αλυσίδες Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης

Εκτός από την ανάπτυξη επαρκών δικτύων καταστημάτων και τη διαφημιστική προώθησή τους, οι αλυσίδες καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης επιδίδονται σε έντονο ανταγωνισμό μεταξύ τους και στο πεδίο της παροχής διευκολύνσεων προς τους καταναλωτές. Οι κινήσεις αυτές αφορούν τόσο την τιμολογιακή και πιστωτική τους πολιτική, όσο και θέματα όπως η ποικιλία και ποιότητα των διατιθέμενων ειδών, η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών κλπ.

Λίστα γάμου

Η λίστα γάμου έχει υιοθετηθεί πλέον από την πλειοψηφία των αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης ως αποτελεσματική μέθοδος προώθησης των πωλήσεων. Δίνεται η δυνατότητα στα νέα ζευγάρια για εξοπλισμό του νοικοκυριού με είδη που ανταποκρίνονται στην αισθητική και τις ανάγκες

τους. Οι αλυσίδες προτιμώνται για τη δημιουργία λίστας γάμου, καθώς η ευρύτητα του δικτύου διευκολύνει τόσο τους αγοραστές των δώρων, όσο και τα νέα ζευγάρια κατά τη διαδικασία αντικατάστασης / αλλαγής.

Από την πλευρά τους, οι αλυσίδες προσελκύουν νέους πελάτες στα καταστήματα και επιτυγχάνουν σημαντικού ύψους πωλήσεις με κάθε λίστα γάμου. Αν και παρουσιάζονται διαφοροποιήσεις ως προς τον τρόπο εφαρμογής της συγκεκριμένης πρακτικής, οι κυριότερες αλυσίδες αναγνωρίζοντας τη σημασία της στην προώθηση των πωλήσεων επιδιώκουν τόσο τη συστηματική προβολή της, όσο και το συνεχή εμπλουτισμό της με διευκολύνσεις προς τα νέα ζευγάρια. Χαρακτηριστικά αναφέρεται εκτός της δυνατότητας αντικατάστασης σε ένα μόνο υποκατάστημα της αλυσίδας, η παροχή ευελιξίας ως προς τις δυνατότητες επιλογής «ανοιχτής» λίστας ή με αυστηρό προκαθορισμό δώρων, η παράδοση των δώρων σε προεπιλεγμένη μέρα και ώρα, η ενημέρωση για την πορεία των αγορών κτλ.

Τιμολογιακή πολιτική και πολιτική πιστωτικών διευκολύνσεων

Οι αλυσίδες διαφοροποιούνται ως προς τα είδη που διαθέτουν στα καταστήματά τους, στο εύρος των τιμών των προϊόντων τους και επομένως και ως προς το κοινό προς το οποίο απευθύνονται. Ορισμένες αποσκοπούν περισσότερο στην κάλυψη καθημερινών αναγκών των καταναλωτών, ενώ άλλες διαθέτοντας είδη υψηλότερης τιμής απευθύνονται σε ανώτερα εισοδηματικά στρώματα. Η παροχή ωστόσο εκπτώσεων και προσφορών αποτελεί πλέον συνήθη πρακτική προώθησης των πωλήσεων από το σύνολο σχεδόν των καταστημάτων του κλάδου. Επιπλέον, η πλειοψηφία των αλυσίδων προσφέρει και προγράμματα άτοκων δόσεων με τη χρήση πιστωτικών καρτών. Η εξόφληση των αγορών σε πολλές δόσεις παρέχει στους καταναλωτές τη δυνατότητα για την πραγματοποίηση αγορών που διαφορετικά θα ήταν ανέφικτες και συμβάλλει στην επίτευξη μεγαλύτερου ύψους πωλήσεων από τις αλυσίδες. Η προβολή μέσω των περιοδικών που εκδίδουν εταιρίες πιστωτικών καρτών, όπου αναφέρονται τα καταστήματα που παρέχουν εκπτώσεις και άτοκες δόσεις στους κατόχους τους, αποτελεί ένα ακόμα κίνητρο για την παροχή των συγκεκριμένων διευκολύνσεων προς τους καταναλωτές. Ο αριθμός των άτοκων δόσεων και οι εν γένει προσφορές και διευκολύνσεις προς τους καταναλωτές διαφοροποιούνται ανάλογα με την πολιτική του καταστήματος και το ύψος των αγορών.

Ορισμένες αλυσίδες εκδίδουν επιπλέον ειδικές πιστωτικές ή/και εκπωτικές κάρτες, οι οποίες παρέχουν στους πελάτες τους ειδικά προνόμια, όπως δωροεπιταγές με την πραγματοποίηση συγκεκριμένου ύψους αγορών εντός ορισμένης χρονικής περιόδου κλπ.

Ποικιλία και ποιότητα των προσφερομένων ειδών

Μεγάλη σημασία αποδίδεται στην ποικιλία και στην ποιότητα των προσφερομένων ειδών. Οι αλυσίδες επιδιώκουν την προσφορά επώνυμων προϊόντων, ενώ από παράγοντες του κλάδου επισημαίνεται ότι μεγάλο μέρος του ανταγωνισμού εκδηλώνεται στο επίπεδο της αντιπροσώπευσης επώνυμων οίκων του εξωτερικού.

Η συχνότητα ανανέωσης των προσφερομένων ειδών διαφοροποιείται ανάλογα με την πολιτική που ακολουθεί η κάθε αλυσίδα και ανάλογα με το είδος των διατιθέμενων προϊόντων (με διαφορετική συχνότητα

ανανεώνουν τα είδη τους αλυσίδες που δραστηριοποιούνται κατά κύριο λόγο στα σκεύη κουζίνας σε σχέση με αυτές που δραστηριοποιούνται περισσότερο στα κρυστάλλινα είδη κλπ). Σε γενικές γραμμές ωστόσο, η συχνή ανανέωση των προϊόντων θεωρείται ότι συμβάλλει στην προσέλκυση πελατείας και στη διατήρηση της υπάρχουσας, ενώ επιδιώκεται και η προσαρμογή των διατιθέμενων ειδών στις τάσεις της μόδας που αφορούν τον εξοπλισμό και τη διακόσμηση του σπιτιού. Ορισμένες αλυσίδες, παρά την επιδίωξή τους για συχνή ανανέωση της ποικιλίας, παρέχουν εγγύηση διαθεσιμότητας κάποιων ειδών τους για ορισμένο αριθμό ετών, έτσι ώστε να είναι δυνατή η συμπλήρωση των «σειρών» (κυρίως σερβίσιων και κρυστάλλων) με την αγορά μεμονωμένων τεμαχίων.

Υπηρεσίες κατά την πώληση

Η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών αφορά και την εξυπηρέτηση των καταναλωτών στα καταστήματα κάτι που ωθεί τις αλυσίδες στην κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού τους, με σκοπό την ικανοποιητικότερη «εικόνα» της αλυσίδας. Σε ότι αφορά την επικοινωνία με τους καταναλωτές σημειώνεται ότι, οι καταναλωτικές συνήθειες στην επαρχία ευνοούν τα μεμονωμένα καταστήματα και την ανάπτυξη προσωπικών σχέσεων με τους πελάτες, αντίθετα με τις μεγαλύτερες αλυσίδες που ευνοούνται περισσότερο στα αστικά κέντρα.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ 3

Π3.1 Διαρθρωτικά στοιχεία των επιχειρήσεων λιανικής πώλησης επίπλων, φωτιστικών και ειδών οικιακής χρήσης (1995)			
Νομός	Αριθμός Επιχειρήσεων	ΜΕΑ*	Κύκλος Εργασιών (σε € χιλ.)
Αιτωλ/νίας	108	27	4.434
Αργολίδας	51	52	3.607
Αρκαδίας	44	22	2.489
Αχαΐας	230	179	13.919
Ηλείας	74	46	4.449
Κορίνθιας	75	101	4.097
Λακωνίας	40	13	3.181
Μεσσηνίας	88	81	4.085
Αττικής	3.265	6.879	318.048
Ζακύνθου	28	4	1.300
Κέρκυρας	55	24	3.114
Κεφαλ/νίας	24	5	1.890
Λευκάδας	7	1	167
Βοιωτίας	68	58	3.577
Άρτας	30	37	1.359
Θεσπρωτίας	19	1	910
Ιωαννίνων	107	66	7.313
Πρέβεζας	44	20	1.488
Ευβοίας	123	69	8.566
Καρδίτσας	39	2	1.726
Λάρισας	159	208	10.776
Μαγνησίας	135	103	7.765
Τρικάλων	70	80	6.638
Ευρυτανίας	6	5	346
Γρεβενών	20	8	499
Δράμας	71	70	3.900
Ημαθίας	102	101	6.700
Θεσ/νίκης	957	1.181	75.762
Καβάλας	111	52	6.327
Καστοριάς	23	14	1.447
Κιλκίς	32	23	1.626
Κοζάνης	121	125	8.828
Πέλλας	83	29	6.180
Φθιώτιδας	76	37	3.671
Πιερίας	96	47	6.230
Σερρών	71	90	4.599
Φλώρινας	29	7	1.635
Χαλκιδικής	51	39	4.029
Φωκίδας	7	11	244
Έβρου	94	68	5.139
Ξάνθης	52	11	1.884
Ροδόπης	51	58	3.061
Δωδ/νήσου	130	77	8.059
Κυκλάδων	71	52	3.704

Π3.1 (συνέχεια)			
Νομός	Αριθμός Επιχειρήσεων	ΜΕΑ *	Κύκλος Εργασιών (σε € χιλ.)
Λέσβου	38	35	2.879
Σάμου	21	15	1.262
Χίου	31	50	3.410
Ηρακλείου	156	143	12.625
Λασιθίου	36	19	1.617
Ρεθύμνης	46	40	3.883
Χανίων	84	80	6.885
Διάφοροι Νομοί	6	8	470
Σύνολο Χώρας	7.555	10.573	601.799
<i>*Μέση Ετήσια Απασχόληση Μισθωτών Υπαλλήλων (δεν περιλαμβάνονται οι εποχιακοί και ο ιδιοκτήτης της κάθε επιχείρησης).</i> <i>Πηγή: ΕΣΥΕ (Δ/ση Απογραφών-Μητρώο Επιχειρήσεων)</i>			

Π3.2 Διευθύνσεις καταστημάτων αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης			
Arte			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Θεσσαλονίκη	Μητροπόλεως 79	
2	Θεσσαλονίκη	Τσιμισκή 66	
3	Καβάλα	Υδρας 8	
Baccarat			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλ.
1	Αθήνα	Βουκουρεστίου 21	010-362.5050
2	Κηφισιά	Εμπορικό Κέντρο Μελά	010-623.6698
3	Θεσσαλονίκη	Παύλου Μελά 7	0310-235.706
Casa Linea			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Λάρισα	Μεγ. Αλεξάνδρου 41	
2	Λάρισα	Βενιζέλου 62	
3	Λάρισα	Εμπορική Στοά Continent	
Christofle			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Αθήνα	Κούμπαρη 5	
2	Κηφισιά	Λ. Κηφισίας 293	
3	Θεσσαλονίκη	Παύλου Μελά 9	
4	Πάτρα	Shop In Shop	
5	Ηράκλειο	Shop In Shop	
6	Χανιά	Shop In Shop	
7	Ρόδος	Shop In Shop	
8	Καβάλα	Shop In Shop	
Cook Shop			
A/A	Περιοχή		
1	Αθήνα - Κέντρο		
2	Κολωνάκι		
3	Ν. Ερυθραία		
4	Μαρούσι		
5	Βριλήσσια		
6	Χαλάνδρι		
7	Γαλάτσι		
8	Αμπελόκηποι		
9	Παγκράτι		
10	Καλλιθέα		
11	Ν. Σμύρνη		
12	Ηλιούπολη		
13	Γλυφάδα		
14	Άνω Γλυφάδα		
15	Αιγάλεω		
16	Ν. Μάκρη		
17	Μέγαρα		
18	Θεσσαλονίκη, Τσιμισκή 23		
19	Θεσσαλονίκη, 25ης Μαρτίου		
20	Θεσσαλονίκη, Θέρμη		
21	Θεσσαλονίκη Πανόραμα		

Π3.2 (συνέχεια)			
22	Γιαννιτσά		
23	Ξάνθη		
24	Αλεξανδρούπολη		
25	Καβάλα		
26	Σέρρες		
27	Βέροια		
28	Κοζάνη		
29	Πρέβεζα		
30	Αγρίνιο		
31	Μεσολόγγι		
32	Κατερίνη		
33	Τρίκαλα		
34	Βόλος		
35	Λαμία		
36	Χαλκίδα		
37	Λειβαδιά		
38	Πάτρα		
39	Κόρινθος		
40	Άργος		
41	Χανιά		
42	Κέρκυρα		
43	Σύρος		
44	Κεφαλλονιά		
45	Ζάκυνθος		
46	Χίος		
47	Κως		
48	Ρόδος		
49	Πάρος		
50	Shop in shop Θεσσαλονίκης (Φωκάς)		
51	Shop in shop Αλίμου (Shopping House)		
52	Shop in shop Γλυφάδας (Hondos Center)		
53	Shop in shop Καλλιθέας (Hondos Center)		
54	Shop in shop Πειραιά (Hondos Center)		
55	Shop in shop Ομόνοιας (Hondos Center)		
Happyland			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Αθήνα	Σταδίου 21	
2	Αθήνα	Αγ. Μελετίου 109	
3	Αμπελόκηποι	Λεωφ. Κηφισίας 29	
4	Άργος	Βασ. Κων/νου 3	
5	Γλυφάδα	Ι. Μεταξά 39	
6	Μαρούσι	Διονύσου 26	
7	Ρόδος	Αντιστάσεως 59 & Μουσών	
8	Ρούσβελτ 3	Περιστερί	
9	Χαλάνδρι	Αριστοφάνους 15-17	
10	Χαλκίδα	Αβάντων 54	
Ikia			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλ.
1	Κολωνάκι	Λουκιανού 5	010-724.5746

Π3.2 (συνέχεια)			
2	Κηφισιά	Κυριαζή 20	010-801.8878
3	Μαρούσι	Βασ. Σοφίας 68	010-614.0550
4	Θεσσαλονίκη	Μητροπόλεως 96	0310-231.598
5	Γλυφάδα	Πλ. Εσπερίδων 2α	010-968.0264
6	Κατερίνη	Μ. Αλεξάνδρου 59	03510-30762
7	Ψυχικό	Λ. Δημοκρατίας 4-6	010-671.9106
8	Χανιά	Κριάρι 25	08210-70353
9	Hondos Center (Ομόνοιας)	Πλατεία Ομοנוίας 4 Αθήνα	010-528.2800
10	Χαλάνδρι	Αγ. Παρασκευής 13-15	010-685.3005
11	Λάρισα	Ελ. Βενιζέλου 91-93	0410-257.656
12	Πάτρα	Ερμού 34	0610- 222.651
13	Αλεξανδρούπολη	Λ. Δημοκρατίας 288	05510-81877
14	Ξάνθη	Μπρωκούμη 30β	05410-77575
15	Δροσιά	ΜΔ	ΜΔ
16	Μαρκόπουλο	ΜΔ	ΜΔ
17	Ιωάννινα	Χαρ. Τρικούπη 19	06510-29233
K-Max			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Θεσσαλονίκη	Αιγαίου 22-24	
2	Θεσσαλονίκη, Σταυρούπολη	5 Χλμ Οδού Θεσσαλονίκης-Λαγκαδά	
3	Καλαμαριά	Γεωργ. Σχολής 133	
4	Θεσσαλονίκη	Δελφών 47	
5	Θεσσαλονίκη	Κλαυδιανού 29	
6	Θεσσαλονίκη	Κασσάνδρου 111	
Nikko Market			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Θεσσαλονίκη	Πλαταιών 35α	
2	Θεσσαλονίκη	Βενιζέλου 24	
3	Καβάλα	Βενιζέλου 38	
4	Κατερίνη	Ζαλόγγου 31	
5	Θεσσαλονίκη	Βασ. Όλγας 58	
6	Θεσσαλονίκη, Εύοσμος	Καραολή Δημητρίου 123	
7	Θεσσαλονίκη, Αμπελόκηποι	Βενιζέλου 74	
8	Αθήνα	Φιλολάου 157	
8	Χαλκίδα	Κριεζώτου 45	
9	Βέροια	ΜΔ	
Omnishop			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλ.
1	Αθήνα	Hondos Center (Ομόνοια)	010-528.2881
2	Αθήνα	Κολοκοτρώνη 11	010-322.4681
3	Αθήνα, Κολωνάκι	Τσακάλωφ 32	010-363.1908
4	Αγ. Παρασκευή	Αγ. Ιωάννου 35	010-601.7651
5	Αθήνα, Αμπελόκηποι	Λεωφ. Κηφισίας 105	010-698.1110
6	Άνω Πατήσια	Πατησίων 370	010-202.3577
7	Αιγάλεω	Σμύρνης 37	010-598.2849
8	Γλυφάδα	Ιωάννου Μεταξά Και Δούσμανη 16	010-898.0255
9	Λαύριο	Ματειδη 7	02920-24377
10	Μαρκόπουλο	Λεωφ. Σουνίου 22-24	02990-40679
11	Μαρούσι	Διονύσου 20	010-612.9918

Π3.2 (συνέχεια)			
12	N. Ερυθραία	Χαρ. Τρικούπη & Πεντέλης (Εμπ.Κέντρο «Στέγες»)	010-625.3591
13	N. Σμύρνη	Ομήρου 34	010-931.1535
14	N. Ψυχικό	Εμπ. Κέντρο Ψυχικού "Jumbo"	010-677.1120
15	Παγκράτι	Φρόνης 6 & Ασπασίας	010-756.4848
16	Πατησίων	Πατησίων 111 & Τροίας 47	010-821.0366
17	Π. Φάληρο	Αμφιτρίτης 8	010-988.8626
18	Πειραιάς	Καραϊσκού 114	010-429.7545
19	Σέρρες	Ηράκλεια Σερρών	ΜΔ
20	Δράμα	Γεωργίου Παπανδρέου 40B	05210-25008
21	Ζάκυνθος	Άλεν. Ρώμα 4	06950-43683
22	Θεσσαλονίκη	Τσιμισκή 107	0310-228.562
23	Θεσσαλονίκη	ΜΔ	ΜΔ
24	Νάξος	ΜΔ	ΜΔ
25	Σπέτσες	Πλατεία Λιμεναρχείου	02980-72289
26	Σύρος, Ερμούπολη	Πλ. Βαρδάκα	02810-82090
27	Χανιά	Κ. Χιωτάκη 4	08210-20105
28	Ηράκλειο	Hondos Center	ΜΔ
Pallet Stores			
A/A	Περιοχή	Τηλ.	
1	Γλυκά Νερά	010-604.1504	
2	Αθήνα	010-323.2344	
3	Αμπελόκηποι	010-691.0292	
4	N. Ιωνία	010-271.7547	
5	Π. Φάληρο	010-9834.263	
6	Αγ. Παρασκευή	010-601.0287	
7	Παγκράτι	010-729.1137	
8	Ρέντη	010-569.5714	
9	Γαλάτσι	010-293.0783	
10	Χαλάνδρι	010-684.8880	
11	Περιστέρι	010-575.1869	
12	Αγ. Δημήτριος	010-971.8251	
13	Νίκαια	010-494.2224	
14	Ιωάννινα	06510-27.008	
15	Τρίκαλα	04310-78.336	
16	Σάμος	02730-87.381	
17	Σέρρες	ΜΔ	
Studio Kosta Boda Illum			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Αθήνα	Σταδίου 19	
2	Γλυφάδα	Α. Λαζαράκη 16	
3	Αμπελόκηποι	Κηφισίας 30	
4	Καλλιθέα	Ελ. Βενιζέλου 106	
5	Κηφισιά	Λεβίδου 14 & Αργυροπούλου	
6	Κολωνάκι	Πατρ. Ιωακείμ 40	
7	Μαρούσι	Λεωφ. Κηφισίας 41-43	
8	Νέα Ερυθραία	Λεωφ. Κηφισίας 375	
9	Νέα Σμύρνη	Ομήρου 68	
10	Νέα Ιωνία	Λεωφ. Ηρακλείου 320	

Π3.2 (συνέχεια)			
11	Παλαιό Φάληρο	Καραολή Δημητρίου 2	
12	Πειραιάς	Ανδρούτσου 146	
13	Χαλάνδρι	Αγ. Παρασκευής 8	
14	Αλεξανδρούπολη	14ησ Μαΐου 22	
15	Βέροια	Μητροπόλεως 57	
16	Βόλος	Κ. Καρτάλη 150	
17	Ηράκλειο	Αγ. Μηνά 10	
18	Θεσσαλονίκη	Καρόλου Ντηλ 20	
19	Θεσσαλονίκη	Τσιμισκή 95	
20	Καλαμαριά	Καθ. Ρωσσίδη 3	
21	Ιωάννινα	Χαρ. Τρικούπη 26	
22	Καβάλα	Ομονοίας 102	
23	Καλαμάτα	Αριστομένους 59	
24	Καρδίτσα	Γρ. Λαμπράκη 12	
25	Κατερίνη	Ανδρούτσου 7	
26	Αργιστόλι - Κεφαλονιά	Αντώνη Τρίτση 79	
27	Κοζάνη	Κ. Δρίζη 16	
28	Κομοτηνή	Σοφία Βέμπο 17	
29	Κως	Περίδου 4 - Πλ. Κονίτσης	
30	Λαμία	Λεωνίδου 3	
31	Λάρισα	Κούμα 17	
32	Λιβαδειά	Μπουφίδου 22	
33	Ναύπλιο	Βασ. Κωνσταντίνου 30	
34	Ξάνθη	28ησ Οκτωβρίου 206	
35	Πάτρα	Μαιζώνος 95	
36	Πύργος	28ησ Οκτωβρίου 8	
37	Ρέθυμνο	Αρκαδίου 101	
38	Ρόδος	Εθν. Δωδεκανήσιων 28	
39	Σέρρες	Μεραρχίας 30	
40	Σπάρτη	Ευαγγελιστρίας 69	
41	Τρίπολη	Εθν. Αντίστασης 61	
42	Τρίκαλα	Βύρωνος 12	
43	Χαλκίδα	Φαρμακίδου 2	
44	Χανιά	Κυδωνιάς 7	
45	Χίος	Αγέλαστου 12	
Vefa's House			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλ.
1	Λυκόβρυση	Σοφ. Βενιζέλου 36 & Κρέσνας 1	010-284.6984
2	Μέγαρο	Γ. Σίνα 60	02960-24462
3	Πειραιάς	Κουντουριώτου 143 & Βασ. Γεωργίου Α'	010-412.0806
4	Αχαρνές	Δεκέλειας 11	010-246.4864
5	Άργος	Δαναού 18	07510-62764
6	Έδεσσα	Αριστοτέλους 2	03810-25160
7	Ηράκλειο Κρήτης	Έβανς 26	0810-280.154
8	Κάλυμνος	Ενορία Χρίστου	02430-23995
9	Μυτιλήνη	Ερμού 196	02510-28638
10	Ναύπακτος	Αθηνών 20	06340-20103
11	Πάτρα	Μαιζώνος & Πατρέως 31	0610-624.444
12	Ρόδος	Αλεξ. Παπάγου 25-26	02410-39333
13	Σάμος	Καπετάν Σταμάτη 9	02730-23201

Π3.2 (συνέχεια)			
14	Τρίκαλα	Απόλλωνος 15	04310-76566
15	Χαλκίδα	Φαβιέρου 40	02210-23398
16	Χίος	Ευστρατίου Αργέντη	02710-43226
17	Αγρίνιο	ΜΔ	ΜΔ
18	Shop in shop Ομόνοιας	Πλατεία Ομονοίας 4 (Hondos Center)	010-528.2800 εσ.732
19	Shop in Shop Χαλανδρίου	Πεντέλης 4 (Hondos Center)	010-685.1166 εσ.111
20	Shop in Shop Καλλιθέας	Θησέως 108-110 (Hondos Center)	010-954.6600
www.home.com			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλ.
1	Αθήνα, Κολωνάκι	Σπενσιόπου 7	010-723.8442
2	Κηφισιά	Λεβίδου 16 & Αργυροπούλου 1-3	010-623.3520
3	Χαλάνδρι	Πεντέλης 10	010-683.1820
4	Ψυχικό	Ομήρου 10 & Στρατήγη 7	010-672.1710
5	Ν. Ερυθραία	Κ. Βάρναλη 42	010-620.0667
6	Περιστέρι	Πελασγίας 9 & Θηβών 137	010-578.5740
7	Ν. Μάκρη	Λιβυσίου 44	02940-90844
8	Θεσσαλονίκη	Καρ. Ντηλ 20	0310-284.157
9	Θέρμη Θεσσαλονίκης	Καραολή 3& Πολυτεχνείου 3	0310-311.409
10	Βόλος	Δημητριάδος 185	04210-21788
11	Λάρισα	Παπαναστασίου 20	0410-255.922
12	Ιωάννινα	Μιχαήλ Αγγέλου 18	06510-75580
13	Σέρρες	Π. Κωστόπουλου 10	03210-65320
14	Κοζάνη	Χαρισίου Μεγδόνη 9	04610-34326
15	Μυτιλήνη	Ερμού 41	02510-22655
Ανδρεάδης Home Stores			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλ.
1	Αθήνα	Ευαγγελιστριάς & Μητροπόλεως	010-331.0962
2	Αιγάλεω	Σμύρνης 28	010-591.4790
3	Γλυφάδα	Ι. Μεταξά 43	010-968.1377
4	Καλλιθέα	Σκρά 57 & Σοφοκλέους	010-959.3106
5	Μοσχάτο	Θεσσαλονίκης 12	010-483.6233
6	Παλαιό Φάληρο	Αγ. Αλεξάνδρου & Αμφιτίτης 6	010-988.8581
7	Πειραιάς	Ηρώων Πολυτεχνείου 6	010-413.4488
8	Κορυδαλλός	Δημητράκοπούλου 54-56	010-497.1950
9	Κυψέλη	Κυψέλης 58 & Ζακύνθου	ΜΔ
10	Χαλάνδρι	Αγίας Παρασκευής 70	010-680.1164
Βιργινία Βεντουράκη			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλ.
1	Αθήνα, Κολωνάκι	Τσακάλωφ 5	
2	Κηφισιά	Λεβίδου 11	
3	Χαλάνδρι	Λ. Κηφισίας 184α	
Διάφανο			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλ.
1	Ψυχικό	Κηφισίας 180	010-672.8008
2	Γλυφάδα	Κύπρου 61	010-898.6118
3	Νέα Ερυθραία	Χαρ. Τρικούπη 135	010-625.2970
4	Παγκράτι	Ασπασίας 5 Εμπορ. Κέντρο "Athens Millennium"	010-756.7270
5	Αγ. Παρασκευή	Μεσογείων 488	010-601.3710
6	Καλλιθέα (Stock)	Γρυπάρη 143	010-953.6135

Π3.2 (συνέχεια)			
7	Θεσσαλονίκη	Τομπάζη 15	0310-475.742
8	Βύρωνας	Καραολή & Δημητρίου 51	010-765.7339
9	Πικέρμι	Εμπορικό Κέντρο Πικερμίου	010-603.8480
10	Λούτσα	Αρτέμιδος 31 & Αύρας	02940-873.592
11	Καλαμάτα	ΜΔ	ΜΔ
12	Ν. Ιωνία	ΜΔ	ΜΔ
Εισαγωγική Κρυστάλλων			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Νέα Χαλκηδόνα	Αχαρνών 481	
2	Αθήνα	Λ. Κηφισίας 83	
3	Αγίου Μελετίου	ΜΔ	
Έρμειον			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Θεσσαλονίκη, Εύοσμος	Νυμφαίου 32	
2	Θεσσαλονίκη, Νεάπολη	Ελ. Βενιζέλου 100	
3	Θεσσαλονίκη	Ερμού 100	
4	Θεσσαλονίκη, Καλαμαριά	Πασσαλίδη 50	
5	Θεσσαλονίκη	Μ. Μπότσαρη 110	
6	Θεσσαλονίκη	Κωνσταντινουπόλεως 18	
Ζαφειρόπουλος			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Αιγάλεω	Λ. Αθηνών 374	
2	Αχαρές	Πάρνηθος 78	
3	Νίκαια	Ανωγείων & Καβάλας 1	
4	Άργος	Β. Σοφίας 33	
Ζούλοβιτς			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Γλυφάδα	Ι. Μεταξά 15	
2	Μαρούσι	Αγ. Κωνσταντίνου 40	
3	Αθήνα	Σκουφά 24	
4	Πειραιάς	Β. Γεωργίου	
5	Αθήνα	Ερμού 23-25	
6	Αθήνα	Ευαγγελιστρίας 12	
7	Αθήνα	Χαρ. Τρικούπη 6-10	
Καζακίδης			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Θεσσαλονίκη	Γεωργικής Σχολής 19	
2	Θεσσαλονίκη, Θέρμη	Αντιγονιδών 11	
3	Θεσσαλονίκη, Τούμπα	Επταλόφου 7	
Μυλωνάκης			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Ηράκλειο	Ψαρομηλίγγων 2	
2	Ηράκλειο	Μιχελιδάκη 7	
3	Ηράκλειο	Λ. Δημοκρατίας 65	
Ο Κόσμος του Σπιτιού			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	
1	Σεπόλια	Ρόδου 187	

Π3.2 (συνέχεια)			
2	Ελ. Βενιζέλου 16	Γαλάτσι	
3	Ελ. Βενιζέλου 52	Καλλιθέα	
4	Πρωτοπαπά 1	Ηλιούπολη	
5	Ελ. Βενιζέλου 18-20	Γαλάτσι	
6	Εθν. Αντιστάσεως 81	Κιάτο	
Παρουσίαση			
A/A	Περιοχή	Διεύθυνση	Τηλ.
1	Αγ. Δημήτριος	Αγ. Δημητρίου 11	010-970.8315
2	Αγ. Μελετίου	Αγ. Μελετίου 63	010-865.3245
3	Αγ. Παρασκευή	Αγ. Ιωάννου 51	010-600.7496
4	Αιγάλεω	Ν. Πλαστήρα 9	010-598.3980
5	Άλιμος	Λ. Ποσειδώνος 83	010-981.9086
6	Αμπελόκηποι	Κηφισίας 35	010-698.5100
7	Γλυφάδα	Ι. Μεταξά 16	010-894.5413
8	Αθήνα Ερμού	Ερμού 45α	010-324.1504
9	Καλλιθέα	Θησέως 193	010-959.5170
10	Κηφισιά	Κολοκοτρώνη 11	010-808.2256
11	Κολωνάκι	Π. Ιωακείμ 33	010-723.7656
12	Μαρκόπουλο	Παπακωνσταντίνου 17	02990-23473
13	Ν. Ερυθραία	Λ. Κηφισίας 324	010-623.1306
14	Ν. Ιωνία	Ηρακλείου 269	010-279.8144
15	Ν. Σμύρνη	Ομήρου 52	010-935.5698
16	Παγκράτι	Φρύνης 43	010-752.0970
17	Παγκράτι	Υμηττού 68-70	010-756.8110
18	Πειραιάς	Ηρ. Πολυτεχνείου 31	010-417.0857
19	Πειραιάς	Ι. Δραγάτση 2-4	010-413.7971
20	Χαλάνδρι	Αριστοφάνους 19 & Χαϊμαντά	010-685.4345
21	Χολαργός	Μεσογείων 196	010-652.0271
22	Αλεξ/πολη	14ης Μαΐου 66	05510-32579
23	Αμφισσα	Γιαγτζή 33	02650-28484
24	Αργος	Κορίνθου 146	07510-24922
25	Βόλος	Αντωνοπούλου 38	04210-25700
26	Γιαννιτσά	Βενιζέλου 196	03820-28173
27	Δράμα	Αρμεν 11	05210-21116
28	Έδεσσα	Αριστοτέλους 4	03810-25053
29	Ζάκυνθος	Α. Ταβουλάρη 6	06950-48440
30	Ηράκλειο	Πλ. Αρκαδίου 10	0810-342.434
31	Θεσ/νίκη	Τσιμισκή 26	0310-220.933
32	Θεσ/νίκη	Τσιμισκή 90	0310-251.595
33	Θεσ/νίκη	Βασ. Όλγας 205	0310-415.080
34	Καβάλα	Βενιζέλου 29	0510-837.049
35	Καλαμάτα	Αριστοδήμου 91	07210-20139
36	Καρδίτσα	Αθ. Μπλατσούκα 8	04410-76011
37	Κατερίνη	Εθν. Αντιστάσεως 8	03510-28758
38	Κέρκυρα	Μαρασλή 31	06610-23150
39	Κιλκίς	21 Ιουνίου 55	03410-25530
40	Κοζάνη	Τράντα 10	04610-25038
41	Κομοτηνή	Βενιζέλου 16	05310-36775
42	Κόρινθος	Περίανδρου 13-15	07410-85163
43	Κως	Κανάρη 35	02420-21234

Π3.2 (συνέχεια)			
44	Λαμία	Ροζάκη Αγγελή 23	02310-22157
45	Λάρισα	Ρούσβελτ 31	0410-253.414
46	Μεσολόγγι	Αλεξανδροπούλου 9	06310-55300
47	Μυτιλήνη	Καβέτσου 3	02510-37363
48	Ξάνθη	Αγ. Ελευθερίου 4	05410-22694
49	Ορεστιάδα	Ασκρά 27	05520-22522
50	Πάτρα	Αγ. Νικολάου 63	0610-279.232
51	Πτολεμαΐδα	Εθν. Αντιστάσεως 7	04630-80906
52	Ρέθυμνο	Γερακάρη 65	08310-28388
53	Ρόδος	Αμμοχώστου 11	02410-76005
54	Σέρρες	Τσαλοπούλου 5	03210-58111
55	Τρίκαλα	Απόλλωνος 36	04310-24761
56	Τρίπολη	Εθν. Αντιστάσεως 16	0710-222.442
57	Φλώρινα	Στ. Δραγούμη 21	03850-46737
58	Χανιά	Στρ. Τζανακάκη 4	08210-44415
ΜΔ: Μη διαθέσιμα στοιχεία			
Πηγή: ICAP - Επιχειρήσεις			

Π3.3 Αριθμοδείκτες κερδοφορίας ορισμένων επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης

Περιθώριο μικτού κέρδους (%)						
Επωνυμία	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. Α.Ε.	37,60	38,87	38,55	28,38	26,60	34,00
ΝΙΚΚΟ Α.Ε.	35,03	25,60	34,14	24,74	-	29,88
CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.	47,09	50,85	54,90	53,78	54,64	52,25
ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.	44,76	41,13	-	-	-	42,95
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. Α.Ε.	39,56	39,78	42,70	41,38	40,89	40,86
Κ - MAX Α.Ε.	42,39	43,23	43,31	37,21	33,92	40,01
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.	39,98	42,03	44,09	17,06	34,76	35,58
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.	33,89	35,58	37,29	36,82	35,98	35,91
ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.	40,11	39,86	41,34	43,01	26,97	38,26
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	37,78	39,71	40,48	41,40	43,66	40,61
ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.	47,09	47,69	47,20	49,66	44,75	47,28
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.	46,61	51,86	44,88	38,70	39,59	43,76
Σύνολο	40,99	41,35	42,63	37,47	38,18	40,12
Περιθώριο λειτουργικού κέρδους (%)						
Επωνυμία	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. Α.Ε.	6,07	4,58	10,33	2,89	2,76	5,33
ΝΙΚΚΟ Α.Ε.	1,47	2,28	1,86	1,58	-	1,80
CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.	13,42	7,83	24,40	9,36	9,96	12,99
ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.	-41,16	-43,58	-	-	-	-42,37
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. Α.Ε.	4,19	2,12	2,55	3,62	4,27	3,35
Κ - MAX Α.Ε.	-2,15	-1,68	2,76	-5,34	-4,78	-2,24
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.	2,14	3,50	11,99	9,06	4,47	6,23
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.	-11,73	-5,63	0,32	2,65	4,57	-1,96
ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.	-1,61	-0,43	0,66	5,57	4,49	1,74
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	-6,63	-2,74	0,68	8,83	12,44	2,52
ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.	-7,05	5,58	9,28	6,06	-1,79	2,42
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.	5,04	5,40	5,00	3,32	12,17	6,47
Σύνολο	-3,17	-1,90	6,35	4,33	4,86	2,09
Περιθώριο καθαρού κέρδους (%)						
Επωνυμία	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. Α.Ε.	5,82	4,94	10,35	2,96	2,38	5,29
ΝΙΚΚΟ Α.Ε.	2,41	1,91	1,54	1,51	-	1,84
CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.	12,76	8,91	26,24	11,05	11,25	14,04
ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.	-41,84	-43,56	-	-	-	-42,70
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. Α.Ε.	1,23	1,72	1,67	1,54	1,49	1,53
Κ - MAX Α.Ε.	-2,57	-3,14	1,87	-6,89	-6,07	-3,36
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.	0,38	1,69	-4,73	-0,26	2,60	-0,06
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.	-5,30	-9,06	1,05	0,88	2,74	-1,94
ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.	-1,55	0,27	0,46	3,16	3,50	1,17
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	-7,21	-2,29	0,82	8,68	11,96	2,39
ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.	-7,46	5,06	8,42	5,04	-1,60	1,89
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.	5,04	10,33	5,00	4,37	7,20	6,73
Σύνολο	-3,19	-1,94	4,79	2,91	3,55	1,22

*ΜΟΔ: Μέσος όρος των δεικτών πενταετίας

Πηγή: ICAP - Ισολογισμοί των επιχειρήσεων

Π3.4 Αριθμοδείκτες κερδοφορίας ορισμένων επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης						
<i>Περιθώριο μικτού κέρδους (%)</i>						
Επωνυμία	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε.	36,18	34,05	37,86	38,39	35,58	36,41
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α.Ε.Β.Ε.	48,78	48,17	45,18	44,37	44,42	46,18
ΜΠΕΝΠΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	31,90	28,30	29,83	31,70	29,63	30,27
AGELCO Α.Ε.	55,13	58,10	45,31	-	-	52,85
ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	33,63	28,78	27,76	33,23	25,36	29,75
PALLET STORES Α.Ε.	37,85	36,15	43,14	-	-	39,05
ΙΚΙΑ Α.Ε.	37,97	37,45	28,00	31,15	19,83	30,88
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.	42,05	41,05	39,04	44,32	44,39	42,17
OMNISHOP Α.Ε.	30,68	34,22	30,12	27,27	30,93	30,64
VEFA' S HOUSE Ε.Π.Ε.	39,02	41,46	44,73	57,91	-	45,78
Σύνολο	39,32	38,77	37,10	38,54	32,88	37,32
<i>Περιθώριο λειτουργικού κέρδους (%)</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε.	7,69	5,91	11,41	13,74	12,83	10,32
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α.Ε.Β.Ε.	17,51	19,27	24,75	22,05	25,66	21,85
ΜΠΕΝΠΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	9,64	9,57	12,68	11,48	11,07	10,89
AGELCO Α.Ε.	-3,26	4,70	7,87	-	-	3,10
ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	1,73	-0,85	1,43	4,47	6,77	2,71
PALLET STORES Α.Ε.	6,09	6,55	8,27	-	-	6,97
ΙΚΙΑ Α.Ε.	-10,10	-14,28	-14,73	-11,06	-15,98	-13,23
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.	-6,79	-5,38	3,73	7,36	-20,15	-4,25
OMNISHOP Α.Ε.	-19,81	-10,86	-7,39	-0,90	-0,90	-7,97
VEFA' S HOUSE Ε.Π.Ε.	1,30	5,42	2,07	13,43	-	5,56
Σύνολο	0,40	2,01	5,01	7,57	2,76	3,55
<i>Περιθώριο καθαρού κέρδους (%)</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε.	6,37	4,66	10,73	11,76	12,29	9,16
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α.Ε.Β.Ε.	17,25	18,20	23,68	20,30	24,80	20,85
ΜΠΕΝΠΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	17,79	13,45	15,06	11,03	10,99	13,66
AGELCO Α.Ε.	-5,29	0,57	4,57	-	-	-0,05
ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	1,32	-0,76	1,05	3,98	-9,81	-0,84
PALLET STORES Α.Ε.	5,62	6,51	8,24			6,79
ΙΚΙΑ Α.Ε.	-12,59	-10,96	-16,12	-14,65	-23,73	-15,61
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.	-9,40	-5,66	3,06	7,32	-19,09	-4,75
OMNISHOP Α.Ε.	-23,16	-11,45	-11,88	-3,53	-1,14	-10,23
VEFA' S HOUSE Ε.Π.Ε.	1,04	5,42	1,86	13,67	-	5,50
Σύνολο	-0,11	2,00	4,03	6,24	-0,81	2,27
*ΜΟΔ: Μέσος όρος των δεικτών πενταετίας						
Πηγή: ICAP - Ισολογισμοί των επιχειρήσεων						

Π3.5 Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας ορισμένων επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης						
<i>Αποδοτικότητα ιδίου Κεφαλαίου (%)</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. Α.Ε.	24,98	14,95	25,04	15,43	11,86	18,45
ΝΙΚΚΟ Α.Ε.	19,30	11,81	20,47	32,47		21,01
CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.	67,14	42,36	128,93	68,68	97,66	80,95
ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.	-266,75	-1182,62	-	-	-	-724,69
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. Α.Ε.	1,08	1,38	1,81	1,70	1,81	1,56
Κ - MAX Α.Ε.	-3,61	-5,22	3,73	-24,90	-47,67	-15,53
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.	1,97	8,65	-25,91	-1,07	61,19	8,97
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.	-13,76	-21,59	2,49	2,21	7,56	-4,62
ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.	-6,75	1,09	1,76	11,65	8,80	3,31
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	-45,16	-8,63	3,13	29,32	44,58	4,65
ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.	-118,80	32,41	44,11	17,87	-3,64	-5,61
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.	19,47	24,57	15,11	12,41	22,50	18,81
Σύνολο	-26,74	-90,07	20,06	15,07	20,47	-12,24
<i>Αποδοτικότητα απασχολούμενου Κεφαλαίου (%)</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. Α.Ε.	24,95	14,90	25,01	15,37	11,82	18,41
ΝΙΚΚΟ Α.Ε.	19,30	11,29	20,47	32,47	-	20,88
CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.	64,05	40,36	122,78	62,88	85,10	75,03
ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.	-161,33	-148,19	-	-	-	-154,76
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. Α.Ε.	1,01	1,27	1,57	1,41	1,60	1,37
Κ - MAX Α.Ε.	-3,61	-5,22	3,73	-24,90	-18,35	-9,67
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.	0,55	2,37	-25,91	-1,07	61,19	7,43
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.	-13,47	-21,20	2,45	2,18	7,41	-4,53
ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.	-6,75	1,09	1,73	11,44	8,67	3,24
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	-20,71	-8,41	3,05	28,69	43,62	9,25
ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.	-103,84	31,12	44,11	17,87	-3,64	-2,88
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.	19,47	24,57	15,11	12,41	22,50	18,81
Σύνολο	-15,03	-4,67	19,46	14,43	21,99	7,24
*ΜΟΔ: Μέσος όρος των δεικτών πενταετίας						
Πηγή: ICAP - Ισολογισμοί των επιχειρήσεων						

Π3.6 Αριθμοδείκτες αποδοτικότητας ορισμένων επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης						
<i>Αποδοτικότητα ιδίου Κεφαλαίου (%)</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε.	22,99	16,03	36,57	36,10	38,98	30,13
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α.Ε.Β.Ε.	51,45	60,76	95,78	64,19	72,39	68,91
ΜΠΕΝΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	17,18	11,92	12,27	10,80	16,84	13,80
AGELCO Α.Ε.	-7,80	0,65	6,81	-	-	-0,11
ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	21,50	-14,56	26,75	132,58	-	41,57
PALLET STORES Α.Ε.	57,63	165,38	98,97	-	-	107,33
ΙΚΙΑ Α.Ε.	-73,56	-27,21	-244,44	-121,15	-74,53	-108,18
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.	-10,54	-5,57	2,81	8,86	-11,73	-3,23
OMNISHOP Α.Ε.	-	-53,29	-36,19	-18,22	-12,52	-30,06
VEFA' S HOUSE Ε.Π.Ε.	9,84	51,52	14,70	102,52	-	44,65
Σύνολο	9,85	20,56	1,40	26,96	4,91	12,74
<i>Αποδοτικότητα απασχολούμενου Κεφαλαίου (%)</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε.	22,25	15,51	35,44	34,52	37,43	29,03
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α.Ε.Β.Ε.	50,80	59,70	93,99	62,28	70,44	67,44
ΜΠΕΝΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	17,17	11,92	11,90	10,48	16,58	13,61
AGELCO Α.Ε.	-7,45	0,53	5,14	-	-	-0,59
ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	17,21	-11,76	19,89	101,14	-	31,62
PALLET STORES Α.Ε.	54,82	164,22	98,86	-	-	105,97
ΙΚΙΑ Α.Ε.	-73,35	-27,16	-241,22	-119,68	-74,10	-107,10
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.	-7,00	-5,57	2,81	8,86	-11,73	-2,53
OMNISHOP Α.Ε.	-	-49,54	-34,97	-17,53	-12,09	-28,53
VEFA' S HOUSE Ε.Π.Ε.	9,48	51,24	14,62	102,52	-	44,47
Σύνολο	9,33	20,91	0,65	22,82	4,42	11,63
*ΜΟΔ: Μέσος όρος των δεικτών πενταετίας						
Πηγή: ICAP - Ισολογισμοί των επιχειρήσεων						

Π3.7 Αριθμοδείκτες ρευστότητας επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης						
<i>Γενική ρευστότητα</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. Α.Ε.	0,86	0,81	1,36	1,03	1,01	1,01
ΝΙΚΚΟ Α.Ε.	1,24	1,26	1,10	1,12	-	1,18
CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.	1,20	1,33	1,25	1,14	1,11	1,21
ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.	0,93	0,85	-	-	-	0,89
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. Α.Ε.	1,78	1,77	1,55	1,51	1,52	1,63
Κ - MAX Α.Ε.	0,82	0,84	0,87	0,75	1,03	0,86
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.	2,94	2,66	1,12	1,19	0,97	1,78
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.	1,33	1,07	1,33	1,30	1,33	1,27
ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.	1,21	1,26	1,32	1,43	1,43	1,33
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	0,77	1,33	1,38	1,83	1,71	1,40
ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.	0,77	0,77	1,02	0,98	1,18	0,94
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.	0,99	1,21	1,26	1,19	1,08	1,15
Σύνολο	1,24	1,26	1,23	1,22	1,24	1,24
<i>Άμεση ρευστότητα</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. Α.Ε.	0,50	0,38	0,71	0,67	0,59	0,57
ΝΙΚΚΟ Α.Ε.	0,34	0,27	0,29	0,21	-	0,28
CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.	0,73	0,86	0,82	0,64	0,59	0,73
ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.	0,29	0,36	-	-	-	0,33
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. Α.Ε.	0,06	0,24	0,08	0,16	0,06	0,12
Κ - MAX Α.Ε.	0,16	0,07	0,17	0,06	0,30	0,15
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.	1,70	1,65	0,74	0,81	0,29	1,04
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.	0,67	0,26	0,33	0,30	0,38	0,39
ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.	0,66	0,50	0,50	0,45	0,48	0,52
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	0,36	0,52	0,56	0,72	0,72	0,58
ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.	0,45	0,34	0,56	0,42	0,55	0,46
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.	0,23	0,31	0,41	0,29	0,27	0,30
Σύνολο	0,51	0,48	0,47	0,43	0,42	0,46
<i>Ταμειακή ρευστότητα</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. Α.Ε.	0,09	0,15	0,41	0,29	0,55	0,30
ΝΙΚΚΟ Α.Ε.	0,24	0,05	0,19	0,07	-	0,14
CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.	0,54	0,54	0,58	0,38	0,38	0,48
ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.	0,10	0,18	-	-	-	0,14
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. Α.Ε.	0,06	0,24	0,08	0,16	0,06	0,12
Κ - MAX Α.Ε.	0,09	0,04	0,15	0,04	0,27	0,12
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.	0,13	0,09	0,12	0,78	0,11	0,25
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.	0,02	0,03	0,01	0,02	0,03	0,02
ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.	0,51	0,38	0,38	0,20	0,12	0,32
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	0,11	0,15	0,30	0,42	0,43	0,28
ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.	0,33	0,10	0,36	0,31	0,43	0,31
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.	0,16	0,16	0,23	0,21	0,20	0,19
Σύνολο	0,20	0,17	0,25	0,26	0,26	0,23
*ΜΟΔ: Μέσος όρος των δεικτών πενταετίας						
Πηγή: ICAP - Ισολογισμοί των επιχειρήσεων						

Π3.8 Αριθμοδείκτες ρευστότητας επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης						
<i>Γενική ρευστότητα</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε.	1,37	1,43	1,45	1,63	1,55	1,49
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α.Ε.Β.Ε.	0,90	0,83	0,85	0,87	1,01	0,89
ΜΠΕΝΠΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	2,30	2,61	3,64	4,03	3,72	3,26
AGELCO Α.Ε.	1,26	1,27	2,19	-	-	1,57
ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	1,32	1,41	1,26	1,01	0,45	1,09
PALLET STORES Α.Ε.	1,06	0,79	0,92	-	-	0,92
ΙΚΙΑ Α.Ε.	0,89	0,99	0,89	0,92	1,12	0,96
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.	1,25	1,03	1,79	1,15	1,10	1,26
OMNISHOP Α.Ε.	0,84	1,16	1,34	1,21	0,99	1,11
VEFA' S HOUSE Ε.Π.Ε.	1,08	1,07	1,12	1,14		1,10
Σύνολο	1,23	1,26	1,55	1,50	1,42	1,39
<i>Άμεση ρευστότητα</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε.	0,99	1,02	1,09	1,14	1,12	1,07
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α.Ε.Β.Ε.	0,57	0,53	0,60	0,57	0,69	0,59
ΜΠΕΝΠΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	1,66	1,78	2,61	2,97	2,62	2,33
AGELCO Α.Ε.	0,74	0,70	1,63	-	-	1,02
ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	1,09	1,29	1,13	0,90	0,43	0,97
PALLET STORES Α.Ε.	0,62	0,21	0,44	-	-	0,42
ΙΚΙΑ Α.Ε.	0,56	0,59	0,59	0,58	0,46	0,56
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.	0,31	0,50	0,70	0,35	0,22	0,42
OMNISHOP Α.Ε.	0,54	0,65	0,94	0,75	0,62	0,70
VEFA' S HOUSE Ε.Π.Ε.	0,68	0,70	0,63	0,53	-	0,64
Σύνολο	0,78	0,80	1,04	0,97	0,88	0,89
<i>Ταμειακή ρευστότητα</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε.	0,04	0,02	0,02	0,02	0,06	0,03
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α.Ε.Β.Ε.	0,10	0,07	0,09	0,03	0,10	0,08
ΜΠΕΝΠΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	0,02	0,11	0,10	0,29	0,10	0,12
AGELCO Α.Ε.	0,06	0,05	0,16	-	-	0,09
ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	0,14	0,10	0,10	0,04	0,04	0,08
PALLET STORES Α.Ε.	0,03	0,15	0,39	-	-	0,19
ΙΚΙΑ Α.Ε.	0,04	0,06	0,05	0,02	0,01	0,04
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.	0,02	0,00	0,07	0,03	0,02	0,03
OMNISHOP Α.Ε.	0,10	0,02	0,20	0,03	0,07	0,08
VEFA' S HOUSE Ε.Π.Ε.	0,13	0,03	0,16	0,38	-	0,18
Σύνολο	0,07	0,06	0,13	0,10	0,06	0,09
*ΜΟΔ: Μέσος όρος των δεικτών πενταετίας						
Πηγή: ICAP - Ισολογισμοί των επιχειρήσεων						

Π3.9 Αριθμοδείκτες χρηματοοικονομικού κινδύνου επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης						
<i>Σχέση ξένων προς ίδια κεφάλαια (:1)</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. Α.Ε.	2,62	1,78	1,52	2,06	1,78	1,95
ΝΙΚΚΟ Α.Ε.	3,13	3,59	6,73	5,91	-	4,84
CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.	3,00	2,47	2,89	2,52	3,96	2,97
ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.	6,43	71,77	-	-	-	39,10
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. Α.Ε.	0,56	0,61	0,92	1,04	0,91	0,81
Κ - MAX Α.Ε.	1,27	1,24	1,23	1,68	4,74	2,03
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.	4,17	4,64	5,29	4,18	13,95	6,45
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.	1,75	1,51	1,06	1,23	1,07	1,32
ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.	2,81	2,24	1,99	1,46	1,57	2,01
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	6,03	1,78	1,64	1,03	1,21	2,34
ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.	17,86	6,20	3,51	2,98	1,96	6,50
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.	4,18	2,56	1,99	1,73	1,82	2,46
Σύνολο	4,48	8,37	2,62	2,35	3,30	4,22
<i>Κάλυψη χρηματοοικονομικών δαπανών (:1)</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. Α.Ε.	5,64	-	688,56	425,58	17,36	284,29
ΝΙΚΚΟ Α.Ε.	3,48	8,33	28,43	50,93	-	22,79
CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.	55,48	41,85	185,39	52,50	22,43	71,53
ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.	-	-	-	-	-	-
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. Α.Ε.	1,36	1,32	1,34	1,25	1,25	1,30
Κ - MAX Α.Ε.	0,03	0,29	1,32	-	-	0,55
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.	1,16	10,81	-	0,90	1,55	3,61
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.	-	-	1,36	1,30	-	1,33
ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.	0,15	1,17	1,35	3,27	6,48	2,48
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	-	-	13,48	918,43	27620,00	9517,30
ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.	-	8,22	13,75	23,01	-	14,99
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.	-	-	-	2,34	2,30	2,32
Σύνολο	9,61	10,28	103,89	147,95	3953,05	844,96
<i>Μεσομακροπρόθεσμο χρέος προς ίδια κεφάλαια (:1)</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ ΕΜΜ. Α.Ε.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ΝΙΚΚΟ Α.Ε.	-	0,05	-	-	-	0,05
CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.	0,05	0,05	0,05	0,09	0,15	0,08
ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.	0,65	6,98	-	-	-	3,82
ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ ΣΤ. Α.Ε.	0,07	0,08	0,15	0,21	0,13	0,13
Κ - MAX Α.Ε.	-	-	-	-	1,60	1,60
ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.	2,55	2,64	-	-	-	2,60
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02	0,02
ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.	-	-	0,02	0,02	0,02	0,02
ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ ΑΘΑΝ. ΥΙΟΙ Α.Ε.Β.Ε.	1,18	0,03	0,03	0,02	0,02	0,26
ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.	0,14	0,04	-	-	-	0,09
ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.	-	-	-	0,02	0,02	0,02
Σύνολο	0,58	1,10	0,04	0,05	0,24	0,41

*ΜΟΔ: Μέσος όρος των δεικτών πενταετίας

Πηγή: ICAP - Ισολογισμοί των επιχειρήσεων

Π3.10 Αριθμοδείκτες χρηματοοικονομικού κινδύνου χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης						
<i>Σχέση ξένων προς ίδια κεφάλαια (:1)</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε.	1,79	1,63	1,68	1,34	1,49	1,59
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α.Ε.Β.Ε.	1,64	1,81	2,02	1,54	1,37	1,68
ΜΠΕΝΠΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	0,40	0,31	0,23	0,20	0,26	0,28
AGELCO Α.Ε.	1,13	1,06	0,99	-	-	1,06
ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	2,02	2,71	3,55	3,75	-	3,01
PALLET STORES Α.Ε.	4,31	10,35	5,52			6,73
ΙΚΙΑ Α.Ε.	4,55	2,34	14,59	8,00	2,22	6,34
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.	1,18	0,82	0,43	0,72	0,65	0,76
OMNISHOP Α.Ε.	-	4,25	2,46	3,14	9,35	4,80
VEFA' S HOUSE Ε.Π.Ε.	5,55	4,62	4,46	3,97		4,65
Σύνολο	2,51	2,99	3,59	2,83	2,56	2,90
<i>Κάλυψη χρηματοοικονομικών δαπανών (:1)</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε.	7,44	5,58	20,14	21,10	13,82	13,62
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α.Ε.Β.Ε.	30,94	32,55	53,15	45,47	156,40	63,70
ΜΠΕΝΠΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	39,48	78,57	683,82	619,78	230,66	330,46
AGELCO Α.Ε.	-	1,15	3,43	-	-	2,29
ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	34,46	-	15,56	62,71	-	37,58
PALLET STORES Α.Ε.	4,07	5,00	5,58			4,88
ΙΚΙΑ Α.Ε.	-	-	-	-	-	-
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.	-	-	2,34	3,05	0,00	1,80
OMNISHOP Α.Ε.	-	-	-	0,20	0,83	0,52
VEFA' S HOUSE Ε.Π.Ε.	1,37	3,35	1,55	12,33		4,65
Σύνολο	19,63	21,03	98,20	109,23	80,34	65,69
<i>Μεσομακροπρόθεσμο χρέος προς ίδια κεφάλαια (:1)</i>						
	2001	2000	1999	1998	1997	ΜΟΔ*
BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε.	0,03	0,03	0,03	0,05	0,04	0,04
ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Α.Ε.Β.Ε.	0,01	0,02	0,02	0,03	0,03	0,02
ΜΠΕΝΠΡΟΥΜΠΗ Χ. & ΥΙΟΣ Α.Ε.	0,00	0,00	0,03	0,03	0,02	0,02
AGELCO Α.Ε.	0,05	0,21	0,33	-	-	0,19
ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.	0,25	0,24	0,34	0,31	-	0,29
PALLET STORES Α.Ε.	0,05	0,01	0,00			0,02
ΙΚΙΑ Α.Ε.	0,00	0,00	0,01	0,01	0,01	0,01
ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.	0,50	-	-	-	-	0,50
OMNISHOP Α.Ε.	-	0,08	0,03	0,04	0,04	0,02
VEFA' S HOUSE Ε.Π.Ε.	0,04	0,01	0,01	0,00	-	0,01
Σύνολο	0,09	0,07	0,09	0,07	0,03	0,07
*ΜΟΔ: Μέσος όρος των δεικτών πενταετίας						
Πηγή: ICAP - Ισολογισμοί των επιχειρήσεων						

Π3.11 Ομαδοποιημένος ισολογισμός επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης				
Λογαριασμός	2001	2000	Διαφορά	Ποσοστό
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	8.081.175	7.423.835	657.340	8,85
ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	2.648.700	2.215.899	432.801	19,53
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	9.795.576	9.776.971	18.605	0,19
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	5.620.535	4.327.638	1.292.897	29,88
ΤΑΜΕΙΟ & ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ	3.547.165	2.567.118	980.047	38,18
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	27.044.451	24.095.561	2.948.890	12,24
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	8.585.799	8.857.527	-271.728	-3,07
ΜΕΤΟΧΙΚΟ/ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	9.041.848	9.041.848	0	0
ΜΑΚΡΟ. & ΜΕΣΟ. ΥΠΟΧ. ΣΥΝ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	1.210.655	1.024.004	186.651	18,23
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	17.247.996	14.214.032	3.033.964	21,34
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΤ./ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	475.513	439.783	35.730	8,12
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	27.814.213	23.253.138	4.561.075	19,61
ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	16.769.447	13.928.438	2.841.009	20,4
ΜΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	11.044.764	9.324.702	1.720.062	18,45
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	288.724	300.751	-12.027	-4
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	396.327	304.736	91.591	30,06
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	10.092.974	8.715.343	1.377.631	15,81
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	844.186	605.382	238.804	39,45
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	199.015	137.708	61.307	44,52
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	148.226	149.565	-1.339	-0,9
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	457.221	320.612	136.609	42,61
ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘΕΙΣΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	395.943	294.907	101.036	34,26
ΜΗ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘΕΙΣΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	61.278	25.705	35.573	138,39
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	833.700	567.819	265.881	46,82
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	627.987	491.927	136.060	27,66
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ¹	9,71	6,41		51,48
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ¹	8,51	5,75		48
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	39,71	40,1		-0,97
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	3	2,57		16,73
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2,15	1,72		-25
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,1	1,17		-5,98
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,47	0,43		9,3
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΣΕ € '000	1.715	2.457		-30,2
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΣΕ € '000	9.796	9.881		-0,86
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΙΣΠΡΑΞ.ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	60	54		-11,11
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ./ΠΙΣΤΩΤ.	220	225		-2,22
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	213	256		16,8
*** ΔΕΙΓΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ***	11	11		
<i>1: Πρό φόρου εισοδήματος</i> <i>Πηγή: ICAP-Ισολογισμοί των επιχειρήσεων</i>				

Π3.12 Ομαδοποιημένος ισολογισμός κερδοφόρων επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης				
Λογαριασμός	2001	2000	Διαφορά	Ποσοστό
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	4.995.883	5.007.665	-11.782	-0,24
ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	1.916.642	1.754.261	162.381	9,26
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	6.734.246	7.205.417	-471.171	-6,54
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	4.296.339	3.814.247	482.092	12,64
ΤΑΜΕΙΟ & ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ	2.415.719	2.389.393	26.326	1,1
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	18.442.188	18.416.721	25.467	0,14
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	6.058.452	6.479.102	-420.650	-6,49
ΜΕΤΟΧΙΚΟ/ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	5.102.039	5.551.048	-449.009	-8,09
ΜΑΚΡΟ. & ΜΕΣΟ. ΥΠΟΧ. ΣΥΝ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	933.904	1.002.886	-68.982	-6,88
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	11.449.830	10.934.733	515.097	4,71
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΤ./ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	475.513	439.783	35.730	8,12
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	20.651.651	18.168.393	2.483.258	13,67
ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	12.465.790	10.876.491	1.589.299	14,61
ΜΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	8.185.859	7.291.903	893.956	12,26
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	247.562	270.964	-23.402	-8,64
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	255.876	150.070	105.806	70,5
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	6.930.096	6.644.014	286.082	4,31
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	1.247.449	768.786	478.663	62,26
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	93.573	131.548	-37.975	-28,87
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	122.064	58.997	63.067	106,9
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	317.858	271.042	46.816	17,27
ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘΕΙΣΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	256.580	245.337	11.243	4,58
ΜΗ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘΕΙΣΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	61.278	25.705	35.573	138,39
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	1.157.680	815.632	342.048	41,94
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	627.987	491.927	136.060	27,66
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ¹	19,11	12,59		51,79
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ¹	16,56	10,9		51,93
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	39,64	40,14		-1,25
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	5,97	4,17		43,17
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2,04	1,84		-10,87
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,17	1,23		-4,88
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,5	0,49		2,04
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΣΕ € '000	1.996	2.474		-19,32
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΣΕ € '000	6.992	7.481		-6,54
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΙΣΠΡΑΞ.ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	58	59		1,69
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ./ΠΙΣΤΩΤ.	181	227		-20,26
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	197	242		18,6
*** ΔΕΙΓΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ***	6	8		
<i>I: Πρό φόρου εισοδήματος</i> <i>Πηγή: ICAP-Ισολογισμοί των επιχειρήσεων</i>				

Π3.13 Ομαδοποιημένος ισολογισμός ζημιογόνων επιχειρήσεων λιανικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης				
Λογαριασμός	2001	2000	Διαφορά	Ποσοστό
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	3.085.292	2.416.170	669.122	27,69
ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	732.058	461.638	270.420	58,58
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	3.061.330	2.571.554	489.776	19,5
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.324.196	513.391	810.805	157,93
ΤΑΜΕΙΟ & ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ	1.131.446	177.725	953.721	536,63
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	8.602.263	5.678.840	2.923.423	51,48
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2.527.347	2.378.425	148.922	6,26
ΜΕΤΟΧΙΚΟ/ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3.939.809	3.490.800	449.009	12,86
ΜΑΚΡΟ. & ΜΕΣΟ. ΥΠΟΧ. ΣΥΝ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	276.751	21.118	255.633	1210,5
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	5.798.166	3.279.299	2.518.867	76,81
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΤ./ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	0	0	0	
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	7.162.562	5.084.745	2.077.817	40,86
ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	4.303.657	3.051.947	1.251.710	41,1
ΜΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	2.858.905	2.032.799	826.106	40,64
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	41.162	29.787	11.375	38,19
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	140.451	154.666	-14.215	-9,19
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	3.162.878	2.071.329	1.091.549	52,7
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	-403.263	-163.404	-239.859	146,79
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	105.442	6.160	99.282	1611,72
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	26.162	90.568	-64.406	-71,11
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	139.363	49.570	89.793	181,14
ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘΕΙΣΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	139.363	49.570	89.793	181,14
ΜΗ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘΕΙΣΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	0	0	0	
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	-323.980	-247.813	-76.167	30,74
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	0	0	
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ¹	-12,82	-10,42		-23,3
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ¹	-11,55	-10,33		-11,81
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	39,91	39,98		-0,18
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-5,6	-3,19		-75,55
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2,4	1,39		-72,66
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,95	0,99		-4,4
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,42	0,21		100
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΣΕ € '000	-282	-17		-1558,8
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΣΕ € '000	2.804	2.399		16,88
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΙΣΠΡΑΞ.ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	67	36		-86,11
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ./ΠΙΣΤΩΤ.	334	218		53,21
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	260	308		15,58
*** ΔΕΙΓΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ***	5	3		
<i>I: Πρό φόρου εισοδήματος</i>				
<i>Πηγή: ICAP-Ισολογισμοί των επιχειρήσεων</i>				

Π3.14 Ομαδοποιημένος ισολογισμός επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης				
Λογαριασμός	2001	2000	Διαφορά	Ποσοστό
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	3.085.292	2.416.170	669.122	27,69
ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	732.058	461.638	270.420	58,58
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	3.061.330	2.571.554	489.776	19,05
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.324.196	513.391	810.805	157,93
ΤΑΜΕΙΟ & ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ	1.131.446	177.725	953.721	536,63
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	8.602.263	5.678.840	2.923.423	51,48
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2.527.347	2.378.425	148.922	6,26
ΜΕΤΟΧΙΚΟ/ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	3.939.809	3.490.800	449.009	12,86
ΜΑΚΡΟ. & ΜΕΣΟ. ΥΠΟΧ. ΣΥΝ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	276.751	21.118	255.633	1210,5
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	5.798.166	3.279.299	2.518.867	76,81
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΤ./ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	0	0	0	
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	7.162.562	5.084.745	2.077.817	40,86
ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	4.303.657	3.051.947	1.251.710	41,01
ΜΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	2.858.905	2.032.799	826.106	40,64
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	41.162	29.787	11.375	38,19
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	140.451	154.666	-14.215	-9,19
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	3.162.878	2.071.329	1.091.549	52,7
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	-403.263	-163.404	-239.859	146,79
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	105.442	6.160	99.282	1611,72
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	26.162	90.568	-64.406	-71,11
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	139.363	49.570	89.793	181,14
ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘΕΙΣΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	139.363	49.570	89.793	181,14
ΜΗ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘΕΙΣΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	0	0	0	
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	-323.980	-247.813	-76.167	30,74
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	0	0	
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ¹	12,82	10,42		-23,03
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ¹	11,55	10,33		-11,81
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	39,91	39,98		-0,18
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	5,6	3,19		-75,55
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2,4	1,39		-72,66
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,95	0,99		-4,04
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,42	0,21		100
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΣΕ € '000	-282	-17		-1558,82
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΣΕ € '000	2.804	2.399		16,88
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΙΣΠΡΑΞ.ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	67	36		-86,11
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ./ΠΙΣΤΩΤ.	334	218		53,21
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	260	308		15,58
*** ΔΕΙΓΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ***	5	3		
<i>1: Πρό φόρου εισοδήματος</i> <i>Πηγή: ICAP-Ισολογισμοί των επιχειρήσεων</i>				

Π3.15 Ομαδοποιημένος ισολογισμός κερδοφόρων επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης				
Λογαριασμός	2001	2000	Διαφορά	Ποσοστό
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	22.490.456	34.460.591	-11.970.135	-34,74
ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	15.144.303	15.117.339	26.964	0,18
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	15.789.111	20.469.051	-4.679.940	-22,86
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	36.261.610	36.514.720	-253.110	-0,69
ΤΑΜΕΙΟ & ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ	2.142.499	2.544.411	-401.912	-15,8
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	76.683.676	93.988.772	-17.305.096	-18,41
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	37.491.527	47.590.296	-10.098.769	-21,22
ΜΕΤΟΧΙΚΟ/ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	9.626.559	23.128.053	-13501494	-58,38
ΜΑΚΡΟ. & ΜΕΣΟ. ΥΠΟΧ. ΣΥΝ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	417.719	3.152.942	-2.735.223	-86,75
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	38.774.428	43.245.534	-4.471.106	-10,34
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΤ./ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	4.338.441	4.430.459	-92.018	-2,8
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	78.468.487	83.813.077	-5.344.590	-6,38
ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	48.014.373	49.679.312	-1.664.939	-3,35
ΜΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	30.454.113	34.133.764	-3.679.651	-10,78
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	2.195.228	2.208.279	-13.051	-0,59
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	682.113	1.107.455	-425.342	-38,41
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	23.401.650	27.015.551	-3.613.901	-13,38
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	8.565.577	8.219.036	346.541	4,22
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	2.142.859	1.667.627	475.232	28,5
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	883.894	2.044.392	-1.160.498	-56,76
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	2.236.336	2.845.170	-608.834	-21,4
ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘΕΙΣΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	2.121.969	2.730.802	-608.833	-22,3
ΜΗ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘΕΙΣΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	114.367	114368	-1	0
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	9.710.177	7.727.903	1.982.274	25,65
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	3.277.218	3.910.220	-633.002	-16,19
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ¹	25,9	16,24		59,48
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ¹	25,61	15,23		68,15
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	38,81	40,73		-4,71
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	10,62	9,55		11,2
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,5	0,97		-8,25
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,4	1,38		1,45
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,97	0,89		8,99
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΣΕ € '000	15.418	16.282		-5,31
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΣΕ € '000	37.909	50.743		-25,29
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΙΣΠΡΑΞ.ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	153	150		-2
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ./ΠΙΣΤΩΤ.	119	131		-9,16
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	120	150		20
*** ΔΕΙΓΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ***	5	6		
<i>1: Πρό φόρου εισοδήματος</i>				
<i>Πηγή: ICAP-Ισολογισμοί των επιχειρήσεων</i>				

Π3.16 Ομαδοποιημένος ισολογισμός ζημιογόνων επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης				
Λογαριασμός	2001	2000	Διαφορά	Ποσοστό
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	13.502.461	3.842.588	9.659.873	251,39
ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	4.950.544	972.537	3.978.007	409,3
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	9.596.189	3.004.740	6.591.449	219,37
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	11.639.866	3.378.360	8.261.506	244,54
ΤΑΜΕΙΟ & ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ	1.216.285	145.323	1.070.962	736,95
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	35.954.800	10.371.011	25.583.789	246,69
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	14.720.502	4.182.236	10.538.266	251,98
ΜΕΤΟΧΙΚΟ/ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	19.035.569	4.724.491	14311078	302,91
ΜΑΚΡΟ. & ΜΕΣΟ. ΥΠΟΧ. ΣΥΝ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	1.880.392	36.126	1.844.266	5105,9
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	19.353.906	6.152.648	13.201.258	214,56
ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ ΠΛΗΡΩΤ./ ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	0	0	0	
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	24.937.311	6.773.886	18.163.425	268,14
ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	12.557.097	4.202.503	8.354.594	198,8
ΜΙΚΤΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	12.380.213	2.571.384	9.808.829	381,46
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	273.309	183.616	89.693	48,85
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	1.200.629	380.702	819.927	215,37
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	12.933.668	3.037.236	9.896.432	325,84
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	-1.480.776	-662.935	-817.841	123,37
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	563.005	90.268	472.737	523,7
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.134.003	46.953	1.087.050	2315,19
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	1.358.635	350.365	1.008.270	287,78
ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘΕΙΣΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	1.358.635	350.365	1.008.270	287,78
ΜΗ ΚΟΣΤΟΛΟΓΗΘΕΙΣΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	0	0	0	
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	-2.051.775	-619.618	-1.432.157	231,14
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	0	0	
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ¹	-13,94	-14,82		5,94
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ¹	-12,36	-14,69		15,86
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	49,65	37,96		30,8
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	-5,87	-9,53		38,41
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,44	1,48		2,7
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,16	1,6		9,43
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,65	0,57		14,4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΣΕ € '000	3.098	375		726,13
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΣΕ € '000	16.600	4.218		293,55
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΙΣΠΡΑΞ.ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	162	182		10,99
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ./ΠΙΣΤΩΤ.	188	147		27,89
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	279	261		-6,9
*** ΔΕΙΓΜΑ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ***	4	3		
<i>I: Πρό φόρου εισοδήματος</i> <i>Πηγή: ICAP-Ισολογισμοί των επιχειρήσεων</i>				

Π3.17 Χωροταξική κατανομή καταστημάτων ορισμένων από τις κυριότερες αλυσίδες καταστημάτων χρηστικών-οικιακών ειδών (Ιούλιος 2002)																											
Νομός / Περιοχή	Arte	Baccarat	Casa Linea	Christofle	Cook Shop	Happyland	Ikia	K-Max	Nikko Market	Omnishop	Pallet Stores	Studio Kosta Boda Illum	Vefa's House	www.home.com	Ανδρεάδης Home Stores	Βιργινία Βεντουράκη	Διάφανο	Έρμειον	Εισαγωγική Κρυστάλλων	Ζαφειρόπουλος	Ζούλοβιτς	Ιωνία	Καζακίδης	Μυλωνάκης	Ο Κόσμος του Σπιτιού	Παρουσίαση	Σύνολο
Αθήνα-Πειραιάς		2		2	20	7	8		1	16	13	13	7	6	10	3	8		3	3	7	6			5	20	160
Θεσσαλονίκης	2	1		1	5		1	6	5	2		3		2			1	6				1	3			3	42
Δωδεκανήσου				1	2	1						2	3													2	11
Υπόλοιπο Αττικής					2		1			3				1			2									1	10
Ηρακλείου				1						1		1	1												3	1	8
Λάρισας			3				1					1		1												1	7
Εβρου					1		1		1			1														2	6
Αχαΐας				1	1		1					1	1													1	6
Καβάλας	1			1	1				1			1														1	6
Σερρών					1					1	1	1		1												1	6
Χανίων				1	1		1			1		1														1	6
Αιτωλ/νίας					2								2													1	5
Αργολίδας					1	1						1	1							1						1	6
Κοζάνης					1							1		1												2	5
Πιερίας					1		1		1			1														1	5
Τρικάλων					1						1	1	1													1	5
Εύβοιας					1	1						1	1														4
Ιωαννίνων							1				1	1		1													4
Κυκλάδων					2					2																	4
Μαγνησίας					1							1		1												1	4
Ξάνθης					1		1					1														1	4
Πέλλας					1								1													2	4
Ζακύνθου					1					1							1									1	3
Ημαθίας					1				1			1															3
Κορινθίας					1																				1	1	3
Λέσβου													1	1												1	3
Μεσσηνίας												1					1									1	3
Φθιώτιδας					1							1														1	3
Χίου					1							1	1														3
Αρκαδίας												1														1	2
Βοιωτίας					1							1															2
Δράμας										1																1	2
Καρδίτσας												1														1	2
Κερκύρας					1																					1	2
Κεφαλληνίας					1							1															2
Ρεθύμνης												1														1	2
Ροδόπης												1														1	2
Ηλείας												1															1

Π3.17 (συνέχεια)																											
Νομός / Περιοχή	Arte	Baccarat	Casa Linea	Christofle	Cook Shop	Happyland	Ikia	K-Max	Nikko Market	Omnishop	Pallet Stores	Studio Kosta Boda Illum	Vefa's House	www.home.com	Ανδρεάδης Home Stores	Βιργινία Βεντουράκη	Διάφανο	Έρμειον	Εισαγωγική Κρυστάλλων	Ζαφειρόπουλος	Ζούλοβιτς	Ιωνία	Καζακίδης	Μυλωνάκης	Ο Κόσμος του Σπιτιού	Παρουσίαση	Σύνολο
Κιλκίς																										1	1
Λακωνίας												1															1
Πρέβεζας					1																						1
Σάμου											1																1
Φλώρινας																										1	1
Φωκίδας																										1	1
Σύνολο	3	3	3	8	55	10	17	6	10	28	17	45	20	15	10	3	12	6	3	4	7	7	3	3	6	58	362
Πηγή: ICAP - Επιχειρήσεις																											

Π3.18 Συγκεντρωτική διαφημιστική δαπάνη καταστημάτων κρυστάλλων, ειδών νοικοκυριού και δώρων							
Κατηγορία	Έτος	Τηλεόραση	Περιοδικά	Εφημερίδες	Ραδιόφωνο	Σύνολο	Ποσοστό
Καταστήματα Κρυστάλλων	1996	20.804	218.996	0	0	239.800	13%
	1997	138.668	385.092	11.161	15.260	550.180	21%
	1998	10.712	318.829	7.607	7.281	344.429	11%
	1999	214	343.947	12.872	5.203	362.236	10%
	2000	0	548.129	10.298	59.495	617.922	13%
	2001	0	259.246	31.865	0	291.111	7%
Καταστήματα ειδών νοικοκυριού	1996	0	390.621	24.754	11.504	426.879	23%
	1997	188	592.652	24.728	47	617.615	24%
	1998	18.022	625.153	45.532	21.746	710.453	23%
	1999	59.401	1.415.974	47.442	34.588	1.557.405	44%
	2000	218.492	1.575.569	50.040	2.741	1.846.842	40%
	2001	52.073	1.641.576	113.230	77.975	1.884.854	44%
Καταστήματα δώρων	1996	248.992	854.298	43.032	13.347	1.159.668	63%
	1997	75.812	1.043.457	106.186	180.687	1.406.142	55%
	1998	448.657	1.020.067	130.703	404.041	2.003.469	66%
	1999	110.811	1.395.721	148.625	2.503	1.657.661	46%
	2000	64.646	2.197.714	263.809	17.799	2.177.268	47%
	2001	0	2.212.496	160.464	36.478	2.146.650	50%
Σύνολο	1996	269.796	1.463.915	67.786	24.851	1.826.348	100%
	1997	214.668	2.021.200	142.075	195.994	2.573.937	100%
	1998	477.391	1.964.050	183.842	433.068	3.058.351	100%
	1999	170.427	3.155.642	208.939	42.295	3.577.303	100%
	2000	283.137	4.321.412	324.147	80.035	4.642.031	100%
	2001	52.073	4.113.318	305.558	114.453	4.322.615	100%
Πηγή: Media Services SA							

Π3.19 Διαφημιστική δαπάνη καταστημάτων κρυστάλλων							
Επωνυμία	Έτος	Τηλεόραση	Περιοδικά	Εφημερίδες	Ραδιόφωνο	Σύνολο	Ποσοστό
Λ. Ορφανουδάκης	2000	0	27.789	0	0	27.789	4%
	2001	0	6.988	0	0	6.988	2%
Εισαγωγική Κρυστάλλων	2000	0	2.662	0	0	2.662	0%
	2001	0	1.497	0	0	1.497	1%
Studio Kosta Boda	2000	0	510.524	10.298	59.495	580.317	94%
	2001	0	224.869	31.865	0	256.734	88%
Studio N24	2000	0	2.662	0	0	2.662	0%
	2001	0	20.235	0	0	20.235	7%
Κρύσταλλο Décor	2000	0	4.493	0	0	4.493	1%
	2001	0	0	0	0	0	0%
Διάφορα Καταστ. Κρυστάλλων	2000	0	0	0	0	0	0%
	2001	0	5.658	0	0	5.658	2%
Σύνολο	2000	0	548.129	10.298	59.495	617.922	100%
	2001	0	259.246	31.865	0	291.111	100%
Πηγή: Media Services SA							

Π3.20 Διαφημιστική δαπάνη καταστημάτων ειδών νοικοκυριού							
Επωνυμία	Έτος	Τηλεόραση	Περιοδικά	Εφημερίδες	Ραδιόφωνο	Σύνολο	Ποσοστό
Sotrek	2000	0	402.351	0	0	402.351	22%
	2001	0	227.099	1.415	0	228.514	12%
Ζούλοβιτς	2000	0	0	2.430	0	2.430	0%
	2001	0	69.720	4.326	70.571	144.616	8%
Μουράνο	2000	0	0	0	0	0	0%
	2001	0	4.660	17.638	0	22.298	1%
Christofle	2000	0	0	0	0	0	0%
	2001	0	6.988	0	0	6.988	0%
Ασημακοπούλου	2000	0	42.597	0	0	42.597	2%
	2001	0	24.293	0	0	24.293	1%
Κωνσταντόπουλος	2000	0	11.648	2.662	2.741	17.051	1%
	2001	0	15.674	0	0	15.674	1%
Ikia ΕΠΕ	2000	0	101.503	1.731	0	103.234	6%
	2001	0	105.162	0	0	105.162	6%
Εμφαση	2000	0	17.139	5.931	0	23.070	1%
	2001	0	89.855	0	0	89.855	5%
Nuova Linea	2000	0	40.103	0	0	40.103	2%
	2001	0	9.485	23.296	0	32.781	2%
Omnishop	2000	68.998	16.971	0	0	85.969	5%
	2001	0	26.292	0	0	26.292	1%
Περίτεχνον	2000	0	9.984	0	0	9.984	1%
	2001	0	7.654	0	0	7.654	0%
Cook Shop	2000	149.494	569.746	1.764	0	721.004	39%
	2001	52.073	504.716	7.956	0	564.745	30%
Εν Οίκω	2000	0	2.330	0	0	2.330	0%
	2001	0	5.491	0	0	5.491	0%
Στ & Γ Κλαουδάτος	2000	0	34.944	0	0	34.944	2%
	2001	0	89.189	0	0	89.189	5%
Pukka	2000	0	1.664	0	0	1.664	0%
	2001	0	0	0	0	0	0%
Bodum	2000	0	4.825	10.230	0	15.055	1%
	2001	0	40.434	0	0	40.434	2%
Arisko	2000	0	11.648	0	0	11.648	1%
	2001	0	4.992	0	0	4.992	0%
Vefa's House	2000	0	65.027	0	0	65.027	4%
	2001	0	131.654	40.628	7.404	179.686	10%
Home.com/ Μπενρουμπή	2000	0	243.090	25.291	0	268.382	15%
	2001	0	275.721	0	0	275.721	15%
Pallet Stores	2000	0	0	0	0	0	0%
	2001	0	2.497	17.972	0	20.470	1%
Σύνολο	2000	218.492	1.575.569	50.040	2.741	1.846.841	100%
	2001	52.073	1.641.576	113.230	77.975	1.884.854	100%
Πηγή: Media Services SA							

Π3.21 Διαφημιστική δαπάνη καταστημάτων δώρων							
Επωνυμία	Έτος	Τηλεόραση	Περιοδικά	Εφημερίδες	Ραδιόφωνο	Σύνολο	Ποσοστό
Passepartout	2000	0	18.970	0	0	18.970	1%
	2001	0	5.324	0	0	5.324	0%
Παρουσίαση	2000	64.646	1.416.426	3.457	17.799	1.502.327	69%
	2001	0	1.599.081	14.908	36.478	1.650.468	77%
Βεντουράκη	2000	0	117.312	32.214	0	149.526	7%
	2001	0	159.909	0	0	159.909	7%
Αρμαός	2000	0	71.551	9.503	0	81.054	4%
	2001	0	15.809	13.579	0	29.388	1%
Ψαρρός	2000	0	43.263	11.971	0	55.234	3%
	2001	0	34.277	3.994	0	38.271	2%
Herend	2000	0	0	0	0	0	0%
	2001	0	17.972	0	0	17.972	1%
Sandra Center	2000	0	108.076	0	0	108.076	5%
	2001	0	106.362	0	0	106.362	5%
Προμότα Ελλάς Α.Ε.	2000	0	0	0	0	0	0%
	2001	0	0	666	0	666	0%
Camel Shop	2000	0	0	3.933	0	3.933	0%
	2001	0	0	0	0	0	0%
Εικαστικός Κύκλος	2000	0	0	0	0	0	0%
	2001	0	9.236	0	0	9.236	0%
Antique Center	2000	0	10.315	0	0	10.315	0%
	2001	0	2.497	0	0	2.497	0%
Αφισόγραμμα	2000	0	105.796	0	0	105.796	5%
	2001	0	0	0	0	0	0%
Gallerie Μπενάκη	2000	0	5.324	0	0	5.324	0%
	2001	0	0	0	0	0	0%
Heineken Collection	2000	0	15.076	0	0	15.076	1%
	2001	0	7.322	0	0	7.322	0%
Glass Studio	2000	0	121.638	0	0	121.638	6%
	2001	0	100.654	13.045	0	113.699	5%
Biche de Bere	2000	0	0	0	0	0	0%
	2001	0	0	5.535	0	5.535	0%
Διάφορα καταστήματα δώρων	2000	0	163.968	202.732	0	366.700	17%
	2001	0	154.051	108.737	0	262.788	12%
Σύνολο	2000	64.646	2.197.714	263.809	17.799	2.177.268	100%
	2001	0	2.212.496	160.464	36.478	2.146.650	100%
Πηγή: Media Services SA							

4. Η ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ ΑΛΥΣΙΔΩΝ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ

Μετά την εξέταση βασικών χαρακτηριστικών της ζήτησης για τις κυριότερες κατηγορίες προϊόντων που διατίθενται από τα καταστήματα του εξεταζόμενου κλάδου και την παρουσίαση ορισμένων εκ των κυριότερων επιχειρήσεων που εκμεταλλεύονται αλυσίδες καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης, η παρούσα ενότητα εστιάζεται στην παρουσίαση της συνολικής εικόνας της αγοράς των αλυσίδων.

Στα πλαίσια αυτά γίνεται εκτίμηση της συνολικής εγχώριας λιανικής αγοράς που πραγματοποιείται μέσω των αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης για το χρονικό διάστημα 1997-2001. Οι εκτιμήσεις αφορούν αλυσίδες με τουλάχιστον τρία (3) καταστήματα λιανικής, ενώ περιλαμβάνονται και τα καταστήματα που λειτουργούν βάσει του θεσμού της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος. Τέλος, δεν περιλαμβάνονται πωλήσεις χονδρικής, ανεξάρτητα από το αν αφορούν πωλήσεις προς δικαιοδόχους εταιρίες ή προς επαγγελματίες ή επιχειρήσεις.

4.1 Μέγεθος Εγχώριας Αγοράς Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης

Οι συνολικές λιανικές πωλήσεις χρηστικών-οικιακών ειδών, μέσω των αλυσίδων ακολούθησαν ανοδική πορεία το χρονικό διάστημα 1997-2001, όπως προκύπτει από τον πίνακα 4.1 και το αντίστοιχο διάγραμμα. Το 2001 διαμορφώθηκαν σε €164,3 εκ., έναντι €147,0 εκ. το 2000 (ποσοστό αύξησης 11,8%) και €108,6 εκ. το 1997. Σημειώνεται ότι, τα συγκεκριμένα μεγέθη αφορούν τις πωλήσεις που πραγματοποιούνται αποκλειστικά και μόνο μέσω των αλυσίδων και δεν αντικατοπτρίζουν μεταβολές στο συνολικό λιανικό εμπόριο των χρηστικών-οικιακών ειδών στο οποίο δραστηριοποιούνται επιπλέον αυτόνομα-μεμονωμένα καταστήματα, σούπερ-μάρκετς, κλπ. Η συγκεκριμένη εξέλιξη που απεικονίζεται στο διάγραμμα 4.1 διαμορφώνεται σε μεγάλο βαθμό από τη βαθμιαία συρρίκνωση του μεριδίου των μεμονωμένων-αυτόνομων καταστημάτων υπέρ των οργανωμένων αλυσίδων. Η τάση αυτή συνδέεται με την

Πίνακας 4.1 Μέγεθος λιανικής αγοράς μέσω αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών-οικιακών ειδών (1997-2001, σε € 'εκ.)		
Έτος	Μέγεθος αγοράς	Ρυθμός μεταβολής
1997	108,6	-
1998	117,4	8,1%
1999	132,0	12,4%
2000	147,0	11,4%
2001	164,3	11,8%
Πηγή: ICAP - Εκτιμήσεις αγοράς		



επέκταση των δικτύων των κυριότερων αλυσίδων και τη δημιουργία νέων καταστημάτων, κυρίως μέσω του συστήματος της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος, ενώ έγινε περισσότερο εμφανής στην αγορά της επαρχίας, όπου οι αλυσίδες είχαν μειωμένη παρουσία μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του '90.

Αντίθετα, στην αγορά των μεγάλων αστικών κέντρων οι μεγαλύτερες αλυσίδες έχουν καθιερώσει την παρουσία τους και ακολουθώντας τις ενδεδειγμένες στρατηγικές προώθησης των πωλήσεών τους αποτελούν το κυρίαρχο κανάλι διανομής χρηστικών-οικιακών ειδών. Σε αυτές τις περιοχές διαπιστώνεται όξυνση του μεταξύ τους ανταγωνισμού και η απόσπαση μεγαλύτερου μεριδίου διεκδικείται ολοένα και περισσότερο σε βάρος ανταγωνιστικών αλυσίδων και λιγότερο σε βάρος των μεμονωμένων καταστημάτων.

Η βαθμιαία συρρίκνωση του μεριδίου των μεμονωμένων-αυτόνομων καταστημάτων και η επέκταση των δικτύων των κυριότερων αλυσίδων σε νέες γεωγραφικές περιοχές είχε ως αποτέλεσμα το μέγεθος της εξεταζόμενης αγοράς να ακολουθήσει ιδιαίτερα θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης καθ' όλη τη διάρκεια της τελευταίας πενταετίας (1997-2001), κατά την οποία ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης των πωλήσεών τους διαμορφώθηκε σε 10,9%.

Στα συγκεκριμένα μεγέθη περιλαμβάνονται οι συνολικές πωλήσεις που πραγματοποιούν οι εξεταζόμενες αλυσίδες καταστημάτων, περιλαμβανομένων των πωλήσεων που προέρχονται από την εμπορία συναφών-συμπληρωματικών ειδών οικιακής χρήσης (διακοσμητικά, είδη δώρων, μικροέπιπλα, κλπ.). Ο βαθμός στον οποίο τα συγκεκριμένα προϊόντα εντάσσονται στα καταστήματα παρουσιάζει σημαντικές διαφοροποιήσεις μεταξύ των επί μέρους αλυσίδων, στην πλειοψηφία των περιπτώσεων όμως αποτελούν μικρό σχετικά μέρος του συνολικού κύκλου εργασιών. Ο διαχωρισμός των επιμέρους κατηγοριών των οικιακών ειδών δεν είναι ευχερής, καθώς πολλές αλυσίδες δεν τηρούν αναλυτικά στοιχεία πωλήσεων ανά κύρια κατηγορία προϊόντων. Επιπλέον, σύμφωνα με εκπροσώπους του κλάδου, για τον προσδιορισμό του μεγέθους της αγοράς θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ο συνολικός κύκλος εργασιών των αλυσίδων.

Σε ότι αφορά το τρέχον έτος 2002, εκτιμάται ότι το συνολικό μέγεθος της αγοράς των αλυσίδων θα ακολουθήσει θετικούς ρυθμούς αύξησης. Οι προθέσεις αρκετών αλυσίδων για περαιτέρω γεωγραφική επέκταση, μέσω της ίδρυσης νέων καταστημάτων ιδίως στην αγορά της επαρχίας, σε συνδυασμό με τις δυνατότητες απόσπασης επιπλέον μεριδίων από τα μεμονωμένα καταστήματα του κλάδου αναμένεται να οδηγήσουν το συνολικό μέγεθος της αγοράς σε περαιτέρω αύξηση κατά 8,9%, με το συνολικό της μέγεθος να διαμορφώνεται σε επίπεδα της τάξης των €179 εκ. Η συγκεκριμένη τάση αναμένεται να συνεχιστεί και την επόμενη διετία 2003-2004, καθώς παράγοντες του κλάδου προβλέπουν ότι με βάση τις ισχύουσες συνθήκες το μέγεθος της αγοράς των αλυσίδων θα αυξηθεί με μέσο ετήσιο ρυθμό 6%-8% περίπου (σε αξία), δεδομένου του ανταγωνισμού που αναμένεται να αναπτυχθεί μεταξύ των αλυσίδων.

4.2 Μερίδια Αγοράς Αλυσίδων Καταστημάτων Χρηστικών Ειδών Οικιακής Χρήσης

Η γεωγραφική εξάπλωση των αλυσίδων καταστημάτων οδήγησε σε αύξηση των τάσεων συγκέντρωσης στη λιανική αγορά οικιακών ειδών με τη βαθμιαία «περιθωριοποίηση» των μεμονωμένων καταστημάτων που μέχρι τα τέλη της δεκαετίας του '80 αποτελούσαν τα κύρια κανάλια διάθεσης των συγκεκριμένων ειδών.

Οι τάσεις συγκέντρωσης είχαν ως αποτέλεσμα τη διαμόρφωση του μεριδίου των δύο (2) μεγαλύτερων αλυσίδων σε 38,6% με βάση το συνολικό μέγεθος της αγοράς του 2001. Συγκεκριμένα, το μερίδιο της αλυσίδας καταστημάτων Παρουσίαση διαμορφώθηκε σε επίπεδα της τάξης του 25,7%, ενώ της Studio Kosta Boda Illum σε 12,9%. Τα μερίδια αγοράς ορισμένων εκ των κυριοτέρων αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης, για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα οικονομικά στοιχεία του 2001 παρουσιάζονται στον πίνακα 4.2.

Επισημαίνεται ότι, ο υπολογισμός των μεριδίων πραγματοποιήθηκε βάσει του συνολικού μεγέθους της εγχώριας λιανικής αγοράς των αλυσίδων με τρία (3) τουλάχιστον σημεία πώλησης έτσι όπως απεικονίζεται στον πίνακα 4.1, ενώ στο μερίδιο αγοράς κάθε αλυσίδας συνυπολογίζονται και οι πωλήσεις των καταστημάτων που λειτουργούν μέσω του θεσμού της δικαιόχρησης (franchising). Επιπλέον, έχουν ληφθεί υπόψη οι συνολικές τους πωλήσεις οι οποίες προέρχονται τόσο από το εμπόριο χρηστικών ειδών, όσο και άλλων συναφών-συμπληρωματικών προϊόντων, το ποσοστό συμμετοχής των οποίων παρουσιάζει σημαντική διαφοροποίηση από αλυσίδα σε αλυσίδα.

Από τα στοιχεία του πίνακα 4.2 προκύπτει ότι τα μερίδια αγοράς των υπολοίπων (πλην των δύο

μεγαλύτερων) αλυσίδων, για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία του έτους 2001, κυμαίνονται σε επίπεδα χαμηλότερα του 4% για την καθεμία. Συγκεκριμένα, η αλυσίδα Ο Κοσμος του Σπιτιού κατέλαβε μερίδιο της τάξης του 3,6%, μεγάλο μέρος των πωλήσεων της οποίας ωστόσο προέρχεται από μη χρηστικά-οικιακά είδη. Το μερίδιο συμμετοχής των αλυσίδων Nikko Market, Ζαφειρόπουλος και Christofle στην αγορά του 2001 διαμορφώθηκε σε 2,5%, 2,4% και 2,4% για την καθεμία, ενώ οι αλυσίδες Ikia και Omnishop κατέλαβαν μερίδιο αγοράς 2,0% η καθεμία. Το ίδιο έτος, η αλυσίδα Διάφανο απέσπασε μερίδιο της τάξεως του 1,7%, χωρίς να περιλαμβάνονται τα καταστήματα franchise. Οι αλυσίδες Ζούλοβιτς, K-Max, Vefa's House, Arte και Happyland κατέλαβαν μερίδια 1,4%, 1,3%, 1,2%,

Πίνακας 4.2 Μερίδια αγοράς ορισμένων εκ των κυριοτέρων αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης (2001)	
Αλυσίδα	Μερίδιο
Παρουσίαση	25,7%
Studio Kosta Boda Illum	12,9%
Ο Κόσμος Του Σπιτιού	3,6%
Nikko Market	2,5%
Ζαφειρόπουλος	2,4%
Christofle	2,4%
Ikia	2,0%
Omnishop	2,0%
Διάφανο*	1,7%
Ζούλοβιτς	1,4%
K-Max	1,3%
Vefa's House	1,2%
Arte	1,2%
Happyland	1,1%
* Δεν περιλαμβάνονται τα καταστήματα franchise	
Πηγή: ICAP-Εκτιμήσεις αγοράς	

1,2% και 1,1% αντίστοιχα. Όπως διαπιστώνεται, οι παρουσιαζόμενες στον πίνακα 4.2 αλυσίδες, καλύπτουν το 61,4% του συνολικού μεγέθους της αγοράς κατά το 2001. Πέραν αυτών, αξιόλογη παρουσία έχουν επιπλέον και οι αλυσίδες, Ανδρεάδης Home Stores, www.home.com, Pallet Stores και Cook Shop.

4.3 Στατιστικά Στοιχεία Πωλήσεων – Μέσος Όρος Πωλήσεων ανά Κατάστημα Λιανικής

Ο πίνακας 4.3 παρουσιάζει το μέσο όρο πωλήσεων ανά κατάστημα το 2001 και το 1999 για τις αλυσίδες του πίνακα 4.2. Ο υπολογισμός έγινε βάσει του μεριδίου που καταλαμβάνουν οι αλυσίδες στη συνολική αγορά λιανικής του 2001 και του 1999 αντίστοιχα, καθώς και του συνολικού αριθμού των καταστημάτων στο τέλος των δύο ετών, ανεξάρτητα από το χρονικό σημείο έναρξης λειτουργίας των καταστημάτων. Το στοιχείο αυτό ενδέχεται να διαφοροποιεί τις μέσες πωλήσεις ανά κατάστημα, με αποτέλεσμα να υπάρχουν αποκλίσεις από τα πραγματικά μεγέθη το κάθε έτος. Ωστόσο, η παράθεση των στοιχείων κρίνεται σκόπιμη αφενός μεν για την παρουσίαση της συνολικής εικόνας του κλάδου και αφετέρου για την απεικόνιση των τάσεων και εξελίξεων της εξεταζόμενης αγοράς. Σημειώνεται ότι, για τον υπολογισμό των μέσων πωλήσεων ανά κατάστημα έχουν ληφθεί υπόψη και τα καταστήματα που λειτουργούν βάσει της μεθόδου franchising.

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του πίνακα την υψηλότερη θέση το 2001 κατέλαβε η αλυσίδα Christofle κάθε κατάστημα της οποίας πραγματοποίησε συνολικές πωλήσεις €1.329 χιλ. κατά μέσο όρο, ενώ ακολούθησε η Ζαφειρόπουλος με μέσες πωλήσεις ανά κατάστημα €1.005 χιλ.

Πίνακας 4.3 Μέσος όρος πωλήσεων ανά κατάστημα λιανικής		
Αλυσίδα	Μέσος όρος πωλήσεων / κατάστημα 2001 (€ 'χιλ)	Μέσος όρος πωλήσεων / κατάστημα 1999 (€ 'χιλ)
Christofle	1.329	976
Ζαφειρόπουλος	1.005	1.039
Ο Κόσμος Του Σπιτιού	978	ΜΔ
Παρουσίαση	755	624
Studio Kosta Boda Illum	494	436
Arte	489	212
Nikko Market	450	312
Διάφανο	407	ΜΔ
K-Max	362	528
Ζούλοβιτς	340	421
Ikia	215	125
Happyland	204	124
Vefa's House	115	ΜΔ
Omnishop	108	110
ΜΔ: Μη διαθέσιμα στοιχεία		
Πηγή: ICAP - Δημοσιευμένοι ισολογισμοί		

Οι αλυσίδες με μεγάλο αριθμό καταστημάτων ανά την Ελλάδα επιτυγχάνουν συχνά χαμηλότερες πωλήσεις ανά σημείο σε σχέση με αυτές που διαθέτουν μικρότερο αριθμό καταστημάτων. Το γεγονός αυτό αποδίδεται, στο ότι οι αλυσίδες με περιορισμένο αριθμό σημείων αποτελούνται συχνά από καταστήματα μεγαλύτερης έκτασης, με μεγάλη ποικιλία διατιθέμενων προϊόντων σε επιλεγμένα εμπορικά σημεία τα οποία εκμεταλλεύεται συνήθως η ίδια εταιρία. Επιπλέον διαπιστώνεται ότι, μεταξύ των πρώτων τεσσάρων αλυσίδων βάσει μέσων πωλήσεων ανά κατάστημα, μόνο

μία επεκτείνεται μέσω του θεσμού του franchising.

Σε ότι αφορά τη διαχρονική εικόνα των καταστημάτων του κλάδου διαπιστώνεται η μείωση του μέσο όρου πωλήσεων ανά κατάστημα σε αρκετές από τις αλυσίδες, γεγονός που ενισχύει την άποψη ότι η επέκταση των πωλήσεων των αλυσίδων πραγματοποιήθηκε κυρίως μέσω της ίδρυσης νέων καταστημάτων και λιγότερο μέσω της αύξησης των πωλήσεων των υπαρχόντων, στα οποία έγινε εμφανής η επίδραση του ανταγωνισμού από τη συνύπαρξη μεγάλου αριθμού καταστημάτων σε μικρή απόσταση μεταξύ τους.

5. Ο ΘΕΣΜΟΣ ΤΗΣ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗΣ (FRANCHISING) ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Όπως αναφέρθηκε σε προηγούμενα κεφάλαια της παρούσας μελέτης, μια μέθοδος επέκτασης των δικτύων καταστημάτων των αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης, είναι αυτή της δικαιόχρησης (franchising). Στο παρόν κεφάλαιο παρατίθενται στοιχεία που περιλαμβάνονται στην κλαδική μελέτη Franchising που εκπονήθηκε από την ICAP το Σεπτέμβριο του 2002.

5.1 Ορισμός του Franchising

Ο επικρατέστερος ορισμός της Δικαιόχρησης (εφεξής Franchising όπως είναι ευρύτερα γνωστό) που είναι δεκτός και σε κοινοτικό επίπεδο ορίζεται ως σύμβαση συνεργασίας μεταξύ δύο επιχειρήσεων, βάσει της οποίας η μια επιχείρηση (Δικαιοπάροχος ή Franchisor), παραχωρεί στον Δικαιοδόχο (Franchisee) έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος το δικαίωμα εκμετάλλευσης του πακέτου Franchising δηλ. ενός συνόλου δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα ή επωνυμίες, διακριτικά γνωρίσματα (πινακίδες) καταστημάτων, πρότυπα χρήσης, σχέδια, υποδείγματα, ευρεσιτεχνία καθώς και την απαραίτητη τεχνογνωσία προς εκμετάλλευση με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/ και υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες.

Η σύμβαση Franchising διακρίνεται από άλλες μορφές συνεργασίας μεταξύ ανεξάρτητων επιχειρήσεων όπως: η σύμβαση αποκλειστικής προμήθειας και η σύμβαση αποκλειστικής ή επιλεκτικής διανομής.

Παρότι συχνά συνδυάζεται με την προμήθεια αγαθών, η σύμβαση Franchising βασικά στοχεύει στην παροχή τεχνογνωσίας, στη χορήγηση σημάτων, μέσων οργάνωσης και διοίκησης της επιχείρησης, στην εκμετάλλευση φήμης και πελατείας και στη λειτουργία κάτω από το γενικότερο όνομα του δικαιοπαρόχου και ό,τι αυτό εγγυάται. Η σύμβαση διανομής, αν και συνδυάζεται με τη χρήση σημάτων και την προμήθεια αγαθών, βασικά αποσκοπεί στη διασφάλιση ενός μόνιμου δικτύου διοχετεύσεως των προϊόντων στην αγορά και παροχής υπηρεσιών εξυπηρέτησης των πελατών. Η σύμβαση προμήθειας αν και περιλαμβάνει συχνά τη χρήση σημάτων, ιδίως όταν έχει μακρά διάρκεια, αποβλέπει βασικά στην αγορά προς μεταπώληση αγαθών, ενώ όλα τα λοιπά στοιχεία είναι δευτερεύοντα (παρακολουθηματικά).

5.2 Εφαρμοζόμενες Μορφές Συμφωνιών Franchising

Το Franchising προσφέρεται για τη διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών σε διεθνές επίπεδο. Ανάλογα με τους γεωγραφικούς περιορισμούς και τη μορφή της τυχόν επιβαλλόμενης από τον δικαιοπάροχο ανάπτυξης του δικαιοδόχου μέσα σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, διακρίνουμε τις εξής μορφές συμφωνιών:

- i) Άμεσο Franchising που περιλαμβάνει: α) τη σύμβαση Franchising κατευθείαν σε μια ξένη χώρα β) την ίδρυση υποκαταστήματος ή θυγατρικής εταιρίας γ) τη συμφωνία ανάπτυξης μιας περιοχής.
- ii) Κύρια Συμφωνία Franchising (Master Franchising).
- iii) Συμφωνία για Δραστηριότητα Κοινής Επιχείρησης (Joint Venture)

Ειδικότερα:

i) Άμεσο Franchising (Direct Franchising). Αποτελεί την απλούστερη και συνηθέστερη μορφή Franchising, στην οποία διαμορφώνεται απευθείας σχέση μεταξύ του δικαιοπαρόχου και του δικαιοδόχου που βρίσκεται στην ξένη χώρα, χωρίς την παρεμβολή τρίτου. Αυτή η σχέση μπορεί να υλοποιηθεί με τις εξής μορφές:

α) Σύμβαση Franchising κατευθείαν σε μια ξένη χώρα. Ο δικαιοπάροχος παραχωρεί το δικαίωμα εκμετάλλευσης του πακέτου Franchising κατευθείαν από τη χώρα του κατά τον ίδιο τρόπο που θα το παραχωρούσε μέσα στην ίδια του τη χώρα, παρότι ο δικαιοδόχος και το σημείο λιανικής πώλησης βρίσκονται σε ξένη χώρα.

Αυτή η μορφή Franchising ενδείκνυται όταν: οι δύο χώρες βρίσκονται γεωγραφικά κοντά ή μια στην άλλη με καλή και εύκολη επικοινωνία μεταξύ τους και χωρίς σημαντικές διαφορές στη γλώσσα, ήθη και έθιμα, συνήθειες, νόμους και εμπορικές πρακτικές ή όταν ο δικαιοπάροχος σκοπεύει σε περιορισμένη δραστηριότητα στην ξένη χώρα ή για φορολογικούς λόγους.

β) Ίδρυση Υποκαταστήματος ή Θυγατρικής Εταιρίας. Η επιλογή ανάμεσα στους δύο αυτούς τύπους βασίζεται κυρίως σε φορολογικά κριτήρια. Αν για παράδειγμα ο δικαιοπάροχος αναμένει ότι η επέκτασή του σε ξένη χώρα με τη μορφή Franchising θα του προξενήσει ζημιές κατά τα πρώτα χρόνια τουλάχιστον, πιθανότατα θα ήταν σκόπιμη η επιλογή του υποκαταστήματος αφού έτσι θα μπορούσε να συμψηφίσει τις ζημιές με τα κέρδη που θα αποκόμιζε στη χώρα του (συμψηφισμός που δεν είναι δυνατόν να γίνει στην περίπτωση της θυγατρικής εταιρίας). Ωστόσο, από άποψη ευθύνης η επιλογή της θυγατρικής είναι προτιμότερη γιατί αποτελεί χωριστό νομικό πρόσωπο που φέρει τη δική του ευθύνη χωριστή από τα μέλη του.

Και οι δυο μορφές παρουσιάζουν σημαντικά πλεονεκτήματα, όπως η δυνατότητα για απόκτηση άμεσου ελέγχου εκ μέρους του δικαιοπαρόχου ή απολαβή του συνόλου των κερδών χωρίς συμμετοχή του δικαιοδόχου. Ωστόσο, οι λύσεις αυτές απαιτούν τη δαπάνη σημαντικών κεφαλαίων για τη σύσταση των υποκαταστημάτων - θυγατρικών εταιριών αλλά και επάρκεια διαθέσιμου προσωπικού που θα τις στελεχώσει.

γ) Συμφωνία Ανάπτυξης μιας Περιοχής (Area Development Agreement). Ο δικαιοδόχος, συνήθως κάτοικος ξένης χώρας, αναλαμβάνει την υποχρέωση να ανοίξει μόνος του και να διατηρήσει σε λειτουργία μια σειρά από καταστήματα του δικτύου σε προκαθορισμένη περιοχή (σε ξένη χώρα) βάσει συγκεκριμένου χρονοδιαγράμματος.

ii) Κύρια Συμφωνία Franchising (Master Franchising). Στην περίπτωση αυτή ο δικαιοπάροχος (master franchisor) παρέχει στον κύριο δικαιοδόχο (master franchisee) έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος το αποκλειστικό δικαίωμα εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising, με σκοπό τη σύναψη περαιτέρω συμφωνιών Franchising με τρίτους δικαιοδόχους (sub-franchising).

Αυτή η μορφή Franchising είναι ιδιαίτερα συνηθισμένη στις περιπτώσεις που ο δικαιοπάροχος επιθυμεί να επεκτείνει το δίκτυό του σε πολλές χώρες. Εξυπακούεται ότι ο κύριος δικαιοδόχος πληροφορείται πολύ περισσότερα μυστικά (από έναν απλό δικαιοδόχο), έτσι ώστε να μπορεί να τον υποκαθιστά πλήρως δρώντας

αυτός πλέον ως δικαιοπάροχος στην προκαθορισμένη περιοχή που συνήθως καλύπτει όλη την επικράτεια μιας χώρας.

Είναι όμως δυνατό ο δικαιοπάροχος να μην είναι ο ίδιος κάτοχος του Franchise αλλά κύριος δικαιοδόχος ενός Franchise, η άδεια εκμετάλλευσης του οποίου του έχει παραχωρηθεί από τον κάτοχο (αρχικό δικαιοπάροχο), του franchise. Ο κύριος δικαιοδόχος χορηγεί στη συνέχεια υπό-άδειες εκμετάλλευσης σε τρίτους, τους απλούς δικαιοδόχους. Η περίπτωση αυτή χαρακτηρίζεται ως «κύρια συμφωνία franchise» (Master Franchise). Αυτή η μορφή Franchising είναι ιδιαίτερα σημαντική για όσους δικαιοπαρόχους θέλουν να επεκτείνουν το δίκτυό τους σε πολλές χώρες. Αυτό γίνεται συνήθως με την ανάθεση σε μια μόνο επιχείρηση (κύριο δικαιοδόχο) της ανάπτυξης δικτύου Franchising σε μια προκαθορισμένη περιοχή, που συνήθως καλύπτει όλη την επικράτεια ενός κράτους, συνάπτοντας συμφωνίες Franchising με τους απλούς δικαιοδόχους. Στην περίπτωση αυτή ισχύουν, τηρουμένων των αναλογιών για τις σχέσεις δικαιοπαρόχου-κύριου δικαιοδόχου και κύριου δικαιοδόχου-απλών δικαιοδόχων, τα όσα ισχύουν για τη σχέση δικαιοπαρόχου-δικαιοδόχων.

Η κύρια συμφωνία Franchising διαφέρει από τη «συμφωνία ανάπτυξης μιας περιοχής» (Area Development Agreement) όπου ο δικαιοδόχος αναλαμβάνει να ανοίξει μόνος του μια σειρά από καταστήματα του δικτύου Franchising σε μια προκαθορισμένη περιοχή και για μια ορισμένη περίοδο. Οι Κατευθυντήριες Οδηγίες της Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς (C 291/13.10.2000) ρυθμίζουν επίσης ρητά την περίπτωση των συμφωνιών Franchising χονδρικού εμπορίου (wholesale franchising), ενός συστήματος δηλαδή όπου οι δικαιοδόχοι δεν πωλούν σε τελικούς χρήστες αλλά σε χονδρική βάση.

iii) Συμφωνία για Δραστηριότητα Κοινής Επιχείρησης (Joint Venture). Κοινή επιχείρηση-εταιρία είναι εκείνη που υπόκειται στον κοινό έλεγχο δυο ή περισσότερων οικονομικά ανεξάρτητων επιχειρήσεων. Στην περίπτωση αυτή δηλαδή, ο δικαιοπάροχος από κοινού με τον joint venture συνεταιρό του, που είναι συνήθως κάτοικος της ξένης χώρας, συνιστά μια εταιρία joint venture σε αυτή την ξένη χώρα. Η εταιρία joint venture στη συνέχεια συνάπτει με τον δικαιοπάροχο είτε Συμφωνία Ανάπτυξης μιας Περιοχής είτε Κύρια Συμφωνία Franchising. Αυτή η μορφή Franchising ενδείκνυται συνήθως όταν ο δικαιοπάροχος επιθυμεί να επεκταθεί με το σύστημα Franchising σε χώρες (π.χ. Βαλκάνια, Ανατολική Ευρώπη, Άπω Ανατολή, Νότια Αμερική) όπου τα ήθη, τα έθιμα και οι εμπορικές συνήθειες απαιτούν τη συμμετοχή προσώπων με βαθιά γνώση της αντίστοιχης αγοράς, ή όταν ο δικαιοπάροχος επιθυμεί να συμμετέχει με κάποιο ποσοστό ιδιοκτησίας στην κοινή επιχείρηση μειώνοντας παράλληλα τους κινδύνους (οικονομικούς ή άλλους) από τη συμμετοχή του αυτή.

Η δημιουργία μιας τέτοιας εταιρίας παρουσιάζει σημαντικά πλεονεκτήματα όπως: επιμερισμό του επιχειρηματικού κινδύνου, ευκολότερη πρόσβαση σε εθνικές-κυβερνητικές επιδοτήσεις-επιχορηγήσεις, δημιουργία ισχυρής οικονομικά εταιρίας με άμεση γνώση της αγοράς και ισχυρή κεφαλαιακή βάση, σύμπραξη με συνεταίρο που γνωρίζει τους νόμους, τις εμπορικές πρακτικές, τα ήθη, τα έθιμα, τη γλώσσα και γενικά την κουλτούρα της ξένης χώρας και πιθανόν ευνοϊκότερη φορολογική αντιμετώπιση. Ωστόσο, δεν λείπουν και τα σημαντικά μειονεκτήματα που καθιστούν τη λειτουργία της δυσχερή και πάντως

εξαιρετικά δαπανηρή όπως: αδυναμία συμψηφισμού εξαιρετικά των τυχόν δαπανών και ζημιών που θα προκύψουν από τη λειτουργία της επιχείρησης κατά τα πρώτα έτη με τα κέρδη των μετόχων-εταίρων της, ή η πιθανή δυσκολία να εξαχθούν τα κέρδη χωρίς τη σύμφωνη γνώμη όλων των συνεταίρων.

5.3 Τυπολογική Διάκριση Συμφωνιών Franchising

Ι) Με βάση το αντικείμενο του Franchising, διακρίνουμε τρεις κατηγορίες συμφωνιών: α) Franchising Διανομής, β) Franchising Υπηρεσιών, γ) Franchising Παραγωγής ή Βιομηχανικό Franchising.

α) Franchising Διανομής. Ο δικαιοδόχος περιορίζεται στο να πωλεί, εκμεταλλευόμενος το Franchise, σε τελικούς καταναλωτές (λιανικώς) ορισμένα προϊόντα μέσα σε κατάστημα που φέρει το διακριτικό γνώρισμα του δικαιοπαρόχου. Τα ίδια τα προϊόντα δεν είναι απαραίτητο να φέρουν το σήμα του δικαιοπαρόχου χωρίς όμως και να αποκλείεται αυτό.

Σύμφωνα με την πιο συνηθισμένη μορφή εμφάνισης του Franchising στις συναλλαγές, ο δικαιοπάροχος είναι παραγωγός ή μεγαλέμπορος, ο οποίος με την εν λόγω συνεργασία αποβλέπει στην ίδρυση ενός εκτεταμένου δικτύου διανομής του προϊόντος που παράγει ή εμπορεύεται. Ως προϊόν νοείται όχι μόνο το εμπόρευμα με την υλική υπόσταση, αλλά και η παροχή υπηρεσιών ιδίως στον τομέα της εστίασης, των ξενοδοχείων, του καθαρισμού και της περιποίησης κτιρίων, αυτοκινήτων, εκπαίδευσης κ.α. Στις περιπτώσεις αυτές πρόκειται κατ' εξοχήν για το λεγόμενο Franchising διανομής, το οποίο -ανάλογα με το προϊόν στο οποίο αναφέρεται το αντικείμενο της συνεργασίας Franchising- χαρακτηρίζεται ως Franchising διανομής εμπορευμάτων ή υπηρεσιών. Σπανιότερα συναντάται και το λεγόμενο παραγωγικό ή βιομηχανικό Franchising. Η άδεια χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising αφορά όχι τη διανομή αλλά κυρίως την παραγωγή ή τη μεταποίηση ενός προϊόντος σύμφωνα με τη μέθοδο παραγωγής, την οποία εφαρμόζει ο δότης.

β) Franchising Υπηρεσιών. Στο Franchising Υπηρεσιών, ο δικαιοπάροχος παρέχει υπηρεσίες στους τελικούς χρήστες υπό το διακριτικό γνώρισμα, την εμπορική επωνυμία, ή και το σήμα του δικαιοπαρόχου σύμφωνα με τις οδηγίες και τις προδιαγραφές του τελευταίου. Το Franchising Υπηρεσιών βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη εδώ και μερικά χρόνια. Προς το παρόν πάντως αντιπροσωπεύει μόλις 20% του συνολικού κύκλου εργασιών των συστημάτων Franchising στη Δυτική Ευρώπη. Πολλοί θεωρούν ότι η κατηγορία αυτή αποτελεί «την πλέον αυθεντική εφαρμογή των αρχών του franchising», διότι δεν περιλαμβάνει πώληση προϊόντων. Οι κύριοι τομείς εφαρμογής του franchising υπηρεσιών είναι: τα εστιατόρια ταχείας εξυπηρέτησης (fast food), οι αλυσίδες ξενοδοχείων πολυτελείας (HOLIDAY-INN, NOVOTEL), οι ενοικιάσεις ή επισκευές αυτοκινήτων, τα γραφεία συννοικεσίων, η εκμάθηση ξένων γλωσσών, τα φροντιστήρια, τα καθαριστήρια, οι βιντεολέσχες, τα ταξιδιωτικά γραφεία, η οργάνωση υποδοχών, οι επιχειρήσεις καθαρισμού χώρων & εγκαταστάσεων κλπ.

Ειδικά στην περίπτωση του Franchising υπηρεσιών είναι δυνατόν οι υπηρεσίες να μην παρέχονται μόνο στο κατάστημα αλλά και εκτός καταστήματος. Στην περίπτωση αυτή πρόκειται για το λεγόμενο «κινητό Franchising».

γ) Franchising Παραγωγής ή Βιομηχανικό Franchising. Στην περίπτωση αυτή, ο δικαιοπάροχος παρέχει στο δικαιοδόχο την άδεια να παράγει ή να μεταποιεί ορισμένα προϊόντα σύμφωνα με τις οδηγίες του και να τα πωλεί με το σήμα του δικαιοπαρόχου. Στην περίπτωση αυτή πρόκειται στην πραγματικότητα για μια ιδιαίτερη μορφή εκμετάλλευσης τεχνογνωσίας (ή διπλώματος ευρεσιτεχνίας) και σήματος. Ο δικαιοδόχος είναι είτε παραγωγός (όταν παράγει τα προϊόντα) είτε χονδρέμπορος (όταν τα μεταποιεί και τα μεταπωλεί).

Ο λόγος που συνήθως οδηγεί στη σύναψη μιας συμφωνίας Franchising Παραγωγής είναι ότι ο δικαιοπάροχος επιδιώκει να αποφύγει τη μεταφορά των προϊόντων του στον τόπο τελικής διάθεσης είτε για λόγους οικονομικούς (έξοδα μεταφοράς) είτε για λόγους που σχετίζονται με τη φύση του προϊόντος, π.χ. κίνδυνος αλλοίωσης ή απώλειας της φρεσκάδας των προϊόντων.

δ) Μικτό Franchising. Υπάρχουν μορφές συμφωνιών Franchising που συνδυάζουν τόσο στοιχεία του Franchising Διανομής όσο και του Franchising Υπηρεσιών, όπως: η πώληση Η/Υ σε συνδυασμό με την παροχή υπηρεσιών εκμάθησης προγραμμάτων (software) και χειρισμού. Επίσης, η πώληση καλλυντικών σε συνδυασμό με την παροχή υπηρεσιών αισθητικού, η παροχή υπηρεσιών καθαρισμού χώρων και εγκαταστάσεων σε συνδυασμό με την πώληση υλικών καθαρισμού, η διδασκαλία ξένων γλωσσών σε συνδυασμό με την πώληση βιβλίων και οπτικοακουστικών μέσων. Η ύπαρξη και των δυο στοιχείων σε πολλές συμφωνίες Franchising οδήγησε την Επιτροπή της ΕΟΚ στο να συμπεριλάβει στον κανονισμό αριθ. 4087/88 τόσο τις συμφωνίες Franchising Διανομής όσο και τις συμφωνίες Franchising Υπηρεσιών.

Είναι επίσης δυνατή η ύπαρξη Μικτών Μορφών Franchising που περιέχουν στοιχεία όλων των παραπάνω τύπων: δηλαδή του Franchising Διανομής ή/ και Υπηρεσιών όσο και του Franchising Παραγωγής ή Βιομηχανικού Franchising.

II) Με βάση τον τρόπο ένταξης των δικαιοδόχων στο σύστημα και το βαθμό εξάρτησής τους από τον δικαιοπάροχο, διακρίνουμε δύο τύπους Franchising:

α) Franchising Υπαγωγής (Subjection Franchising). Στην περίπτωση αυτή που είναι και η πλέον διαδεδομένη, ο δικαιοπάροχος ο οποίος είναι και ο αρχικός δημιουργός και κάτοχος της τεχνογνωσίας (know-how) διαδραματίζει κυρίαρχο ρόλο όχι απλώς δίνοντας κατευθυντήριες γραμμές, αλλά καθορίζοντας ουσιαστικά την επιχειρηματική πολιτική των δικαιοδόχων του. Χαρακτηριστικό της μορφής αυτής είναι η μονομερής υπαγωγή των δικαιοδόχων στην οργανωτική και επιχειρηματική καθοδήγηση του δικαιοπαρόχου. Τούτο σημαίνει απλά, συμμόρφωση προς τις αυστηρές οδηγίες του δικαιοπαρόχου και υπαγωγή στον έλεγχό του ως προς τη συμμόρφωση με τις αυστηρές συνήθως οδηγίες και προδιαγραφές που θέτει στα πλαίσια του συστήματος που ο ίδιος επινόησε και ανέπτυξε. Οι δικαιούχοι αποτελούν απλώς εκτελεστικά όργανα του

δικαιοπαρόχου, έστω και αν έχουν αυτοτελή επιχειρηματική οντότητα. Ο δικαιοπάροχος συνδέεται ακτινωτά με καθέναν από τους δικαιοδόχους ενώ οι ίδιοι δεν συνδέονται μεταξύ τους.

β) Franchising Ισοτιμίας. Στη μορφή αυτή που απαντάται σπάνια δεν υπάρχει κυρίαρχη θέση του δικαιοπαρόχου, αλλά μια μορφή συνεταιριστικής συνεργασίας στη βάση της ισοτιμίας μεταξύ δικαιοπαρόχου και δικαιοδόχων καθώς και δικαιοδόχων μεταξύ τους. Χαρακτηριστικό του τύπου αυτού είναι η συνεργασία με σκοπό την προώθηση των πωλήσεων και την επιτυχία του συστήματος. Οι δικαιοδόχοι συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων και υπάρχει εναρμόνιση ενεργειών για την επίτευξη των στόχων του συστήματος. Στα πλαίσια αυτής της εναρμόνισης αναπτύσσονται μεταξύ των δικαιοδόχων διάφορες μορφές συνεργασίας και αλληλοβοήθειας όπως π.χ. ανταλλαγή πληροφοριών και προσωπικού, κάλυψη περιοδικών αναγκών σε εμπορεύματα, κλπ. με τις οποίες επιδιώκεται η τελική επιτυχία του συστήματος.

5.4 Δομή της Σύμβασης Franchise

Η σύμβαση Franchise αποτελείται συνήθως από τέσσερα μέρη: α) προοίμιο, β) υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου, γ) υποχρεώσεις του δικαιοδόχου, δ) λοιπές διατάξεις.

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

β. Οι υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου αναφέρονται στα στοιχεία εκείνα που συνιστούν τη συμβολή του τελευταίου για την επίτευξη του οικονομικού σκοπού του Franchising, όπως: παραχώρηση στο δικαιοδόχο της χρήσης και εκμετάλλευσης του «πακέτου» Franchising, ένταξη του δικαιοδόχου στο σύστημα με την παροχή σ' αυτόν της απαιτούμενης τεχνικής και οργανωτικής υποδομής και της ανάλογης εκπαίδευσής του, εφοδιασμό του δικαιοδόχου με πρώτες ύλες, ημιέτοιμα ή έτοιμα εμπορεύματα (ιδίως όταν τα προϊόντα του συστήματος παράγονται από τον ίδιο το δικαιοπάροχο), συνεχή υποστήριξη του δικαιοδόχου καθ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης, προσδιορισμό της γεωγραφικής περιοχής μέσα στην οποία ο δικαιοδόχος θα διενεργεί τις πωλήσεις με το δικό του όνομα και για δικό του λογαριασμό.

γ. Ο δικαιοδόχος πωλεί τα προϊόντα του συστήματος στο δικό του όνομα, για δικό του λογαριασμό και με δικό του κίνδυνο. Οι υποχρεώσεις του δικαιοδόχου αναφέρονται στα στοιχεία εκείνα που συνιστούν τη συμβολή του τελευταίου στην επίτευξη του οικονομικού σκοπού του Franchising, σε αντιπαροχή της αντίστοιχης συμβολής του δικαιοπαρόχου. Ειδικότερα, περιλαμβάνονται οι ακόλουθες υποχρεώσεις: την καταβολή ενός εφάπαξ ποσού (entry fee) για την παραχώρηση από μέρους του δικαιοπαρόχου της χρήσης και εκμετάλλευσης τεχνογνωσίας και δικαιωμάτων βιομηχανικής ιδιοκτησίας, την περιοδική καταβολή στο

δικαιοπάροχο ενός ορισμένου ποσοστού από τις εισπράξεις των πωλήσεων μετά την αφαίρεση των φόρων (σπανιότερα ορισμένου ποσοστού συμμετοχής στα κέρδη από τις πωλήσεις), την ενεργό προώθηση των πωλήσεων με την καλύτερη δυνατή αξιοποίηση της προσωπικής εργασίας και των άλλων μέσων που έχει στη διάθεσή του ο δικαιοδόχος, τη συμμόρφωση στις οργανωτικές αρχές του συστήματος και ιδίως τον σεβασμό της αρχής της ομοιομορφίας σύμφωνα με την οποία η σύνθεση, η παρασκευή, τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα και γενικά η εικόνα (image) των προϊόντων του συστήματος πρέπει να είναι πάντα ενιαία, ανεξάρτητα από τον τόπο ή την αγορά στην οποία γίνεται η διάθεσή τους.

δ. Στις «λοιπές διατάξεις» περιλαμβάνονται ρυθμίσεις που αναφέρονται στη διάρκεια της σύμβασης, την παράτασή της, την καταγγελία, την εκκαθάριση μετά τη λήξη της σύμβασης της συμμετοχής του δικαιοδόχου στο λεγόμενο «Συμβούλιο των Δικαιοδόχων», τη διαιτησία, το εφαρμοστέο δίκαιο (όταν οι συμβαλλόμενοι προέρχονται από διαφορετικές χώρες), το αρμόδιο για την εκδίκαση των διαφορών δικαστήριο κλπ. Επίσης, περιλαμβάνονται ρυθμίσεις που αναφέρονται στην αποζημίωση του δικαιοδόχου μετά τη λύση της σύμβασης (με καταγγελία ή άλλο τρόπο), στην αγορά από το δικαιοπάροχο μη πωληθέντων προϊόντων ή ακόμα και του καταστήματος, στους λόγους που δικαιολογούν καταγγελία της σύμβασης πριν από τη λήξη της (παύση πληρωμών, πτώχευση, βλάβη της φήμης του δικτύου κλπ).

5.5 Πλεονεκτήματα για τους Franchisors και τους Franchisees

Τα Οφέλη για τον Franchisor

- Το Franchising προσφέρει στους Franchisors τη δυνατότητα να επεκτείνουν και να διαφοροποιήσουν τη δραστηριότητά τους ενώ ταυτόχρονα περιορίζει τους συνεπαγόμενους κινδύνους.
- Ο Franchisor λαμβάνει την εφάπαξ αμοιβή εισόδου (entry fee) και περιοδικές αμοιβές ή προμήθειες (royalties), ενισχύοντας τη ρευστότητά του.
- Ο Franchisor επιτυγχάνει ταχεία επέκταση του δικτύου διανομής με λιγότερα κεφάλαια απ' ότι στην περίπτωση ιδιόκτητων καταστημάτων. Το Franchising απαιτεί μικρότερο κεφάλαιο εκκίνησης και ανθρώπινους πόρους σε σύγκριση με ιδιόκτητες μονάδες ή κοινοπραξίες σε περίπτωση επέκτασης στο εξωτερικό, διότι ο Franchisee αναλαμβάνει να προσπορίσει το κεφάλαιο κίνησης αλλά και το μεγαλύτερο τμήμα της αρχικής επένδυσης.
- Αντίστοιχα όμως, ο Franchisor δεν καρπούται το σύνολο των κερδών του συστήματος εφόσον δεν έχει τον έλεγχο των επιμέρους μονάδων.
- Ο Franchisor επιτυγχάνει την ανάπτυξη επιχειρηματικών ευκαιριών για μια ολόκληρη περιοχή, ταχεία διείσδυση και μακρόχρονη παρουσία στην αγορά με περιορισμένο επιχειρηματικό κίνδυνο. Η οικειότητα του Franchisee με τις τοπικές συνθήκες αγοράς, το επιχειρηματικό περιβάλλον, το θεσμικό πλαίσιο και την κουλτούρα περιορίζει τον κίνδυνο που συνδέεται με επέκταση σε νέες και απομακρυσμένες γεωγραφικές περιοχές.
- Ο Franchisee αναλαμβάνει την ευθύνη της καθημερινής διαχείρισης, έτσι ώστε να περιορίζεται ο κίνδυνος πιθανών μελλοντικών υποχρεώσεων για τον Franchisor. Το Franchising προσφέρει στον

Franchisor τη δυνατότητα κατανομής του κόστους διαφήμισης και προώθησης λόγω οικονομικών κλίμακας, με άμεσο όφελος στη ρευστότητα της επιχείρησης.

- Το Franchising εξασφαλίζει ότι τα καταστήματα (σημεία διανομής) διαχειρίζονται από ικανούς επιχειρηματίες-managers σε τοπικό επίπεδο, διότι οι συνεργάτες αυτοί παρακινούνται από το κίνητρο της εμπορικής επιτυχίας.
- Η ανάπτυξη ενός δικτύου μέσω Franchising αποφέρει σταδιακά οικονομίες κλίμακας. Δηλαδή, ενισχύεται η διαπραγματευτική ικανότητα του Franchisor έναντι των προμηθευτών, με αποτέλεσμα ανταγωνιστικές τιμές για όλο το δίκτυο.

Ο δικαιούχος δημιουργεί σταδιακά ένα δίκτυο πληροφοριών, σχετικά με τις επικρατούσες τάσεις και συνθήκες. Έτσι, έχει τη δυνατότητα να γνωρίζει άμεσα τις ανάγκες των καταναλωτών σε κάθε περιοχή και είναι σε θέση να χαράζει σωστή εμπορική πολιτική, βασισμένη στα δεδομένα της αγοράς.

Τα Οφέλη για τον Franchisee

- Το Franchising προσφέρει στους επιχειρηματίες-managers την ευκαιρία να αποκτήσουν και να διαχειρίζονται με μειωμένο κίνδυνο μια επιχείρηση με δοκιμασμένο σύστημα λειτουργίας, το δικαίωμα να χρησιμοποιούν ένα αναγνωρισμένο εμπορικό σήμα και πολύτιμη τεχνογνωσία.
- Ο Franchisee έχει την ιδιοκτησία και τη διαχείριση του καταστήματος σαν ανεξάρτητη επιχειρηματική μονάδα, η λειτουργία της οποίας διέπεται από τους όρους που καθορίζονται στη σύμβαση δικαιόχρησης. Ο Franchisee εισφέρει το κεφάλαιο που εξασφαλίζει την τοποθεσία, την κατασκευή ή τη διαμόρφωση και τον εξοπλισμό του καταστήματος. Ο Franchisor προμηθεύει προϊόντα, αναπτύσσει υπηρεσίες και εφοδιάζει τον Franchisee με την τεχνογνωσία, τα πρότυπα λειτουργίας, αρχική εκπαίδευση και συνεχή υποστήριξη.
- Το Franchising βασίζεται στην αρχή ότι ο Franchisee ακολουθεί ένα δοκιμασμένο πρότυπο λειτουργίας το οποίο έχει αναπτύξει ο Franchisor, ώστε οι Franchisees δεν έχουν την ελευθερία να αποφασίσουν μονομερώς για θέματα που ενδέχεται να επηρεάσουν την επιχείρηση ή την εικόνα και τη φήμη του Franchisor και των υπολοίπων καταστημάτων του δικτύου.
- Ο Franchisee απολαμβάνει το δικαίωμα εκμετάλλευσης του εμπορικού σήματος (σημάτων), του ονόματος, του λογότυπου και κάθε άλλης μορφής εμπορικού συμβόλου του Franchisor και επωφελείται από την εταιρική φήμη και την καλή εικόνα του Franchisor.
- Η επιχειρηματική δραστηριότητα, η τεχνογνωσία, η εκπαίδευση αλλά και τα πρότυπα λειτουργίας του Franchisor είναι στη διάθεση του Franchisee όπως αποτυπώνονται στο εγχειρίδιο λειτουργίας και δανείζονται στον Franchisee καθ' όλη την ισχύ της σύμβασης δικαιόχρησης. Ο Franchisor κοινοποιεί στον Franchisee εμπορικά μυστικά, εμπειρία και τεχνογνωσία τα οποία βοηθούν στην αποφυγή των προβλημάτων που σχετίζονται με το ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης. Σύμφωνα με διεθνείς μελέτες στο χώρο του λιανεμπορίου, το ποσοστό θνησιμότητας των επιχειρήσεων Franchise είναι περίπου στο 20% του αντίστοιχου για ανεξάρτητες επιχειρήσεις.

- Το κόστος διαφήμισης και προώθησης της μονάδας Franchise αλλά και των άλλων λειτουργικών εξόδων περιορίζεται λόγω των οικονομιών κλίμακας που επιτυγχάνει ο Franchisor με την επέκταση του δικτύου.
- Ο Franchisee απολαμβάνει της συνεχούς υποστήριξης και καθοδήγησης του Franchisor και αποκτά πρόσβαση σε τεχνολογικές καινοτομίες και εξελίξεις.
- Ο Franchisee επωφελείται από τις γνώσεις, τις εμπειρίες και τις γνωριμίες που απορρέουν από το τοπικό δίκτυο και τη διεθνή παρουσία που αναπτύσσει ο Franchisor.

Μειονεκτήματα

Τα μειονεκτήματα του Franchising απορρέουν από τη λανθασμένη ή καταχρηστική πρακτική του θεσμού, παρά τις βασικές επιχειρηματικές αρχές. Ειδικότερα, το Franchising τίθεται σε κίνδυνο όταν:

- Οι αγορές κατανέμονται βάσει μονοπωλιακής ή ολιγοπωλιακής δύναμης.
- Παραβιάζονται οι νόμοι και οι συνθήκες περί υγιούς ανταγωνισμού.
- Λόγω της ισχύος του φορέα του, εμποδίζεται η ακριβοδίκαιη διαμόρφωση των τιμών.
- Υπάρχει άνιση μεταχείριση μεταξύ του δικαιοπαρόχου και του δικαιοδόχου σε βάρος του τελευταίου, με άνιση χρησιμοποίηση της διαπραγματευτικής δύναμης.

Τα παραπάνω ενδέχεται να δημιουργήσουν διαφορές και προβλήματα μεταξύ δικαιοπάροχου και δικαιοδόχων. Στη χώρα μας, η έλλειψη νομοθετικής ρύθμισης των συμφωνιών Franchising παρά τη σχετική πρόβλεψη στο άρθρο 2 του Ν. 703/77 και η καθυστέρηση ρύθμισης των σχέσεων δικαιοπάροχου - δικαιοδόχου, σύμφωνα με τους κοινοτικούς κανόνες για τις ρήτρες εδαφικής προστασίας, τον καθορισμό των τιμών, τις ρήτρες αποκλειστικότητας κλπ. (αρ. 85 Συνθήκης ΕΟΚ, Κανονισμός 2790/99) συνιστούν μειονέκτημα για την εύρυθμη λειτουργία του θεσμού.

Το Franchising ως Στρατηγική Ανάπτυξης

Το Franchising είναι αποτελεσματική μέθοδος ταχείας ανάπτυξης, ιδιαίτερα για μεσαίες και μικρές επιχειρήσεις όταν υφίστανται περιορισμοί κεφαλαίων. Προσφέρει τη δυνατότητα διεκδίκησης εμπορικής υπεροχής και ανταγωνιστικότητας σε νέες αγορές και την απόκτηση σημαντικών μεριδίων αγοράς σε σύγκριση με την ανάπτυξη μέσω ιδίων καταστημάτων. Επιπλέον, προσφέρει τη δυνατότητα διαφοροποίησης των πηγών εσόδων της επιχείρησης μέσω της αμοιβής εισόδου και των περιοδικών προμηθειών (royalties), πέρα από την πώληση αγαθών και υπηρεσιών.

Η ανάπτυξη μιας επιχείρησης με Franchising:

- Επιτυγχάνει οικονομίες κλίμακας για τον Franchisor και τους Franchisees λόγω του αυξανόμενου όγκου αγορών προϊόντων.
- Συμβάλει στην αύξηση των θέσεων εργασίας και ενισχύει την επιχειρηματικότητα των οικονομιών σε εθνικό, περιφερειακό και παγκόσμιο επίπεδο.

Προκειμένου να επιτύχει το Franchising, η επιχείρηση θα πρέπει να διαθέτει:

- Διακεκριμένο, δοκιμασμένο και ανταγωνιστικό προϊόν,
- Αναγνωρισμένο και κατοχυρωμένο εμπορικό σήμα,
- Άρτια αποτυπωμένο λειτουργικό και επιχειρηματικό σύστημα το οποίο να αναπαράγεται εύκολα για την αποτελεσματική μεταφορά γνώσεων στους Franchisees,
- Άρτιο σύστημα εκπαίδευσης και κατάρτισης των Franchisees και των υπαλλήλων τους. Επειδή το Franchising λειτουργεί στα πλαίσια ενός δυναμικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος η εκπαίδευση θα πρέπει να συμπληρώνεται από διαρκή ενημέρωση και κατάρτιση των Franchisees στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς,
- Δυνατότητα εξασφάλισης ικανοποιητικών αποτελεσμάτων (απόδοσης) για τους Franchisees,
- Πιλοτικό κατάστημα το οποίο λειτουργεί σαν δυναμικό όχημα ανάπτυξης, τεκμηρίωσης και βελτίωσης του συστήματος και της απόδοσης των καταστημάτων.

Χαρακτηριστικά, το πακέτο του Franchisor περιλαμβάνει: τα πρότυπα αρχιτεκτονικά σχέδια των καταστημάτων, τις προδιαγραφές των προϊόντων, τις διαδικασίες λειτουργίας, εκπαιδευτικά προγράμματα για τους Franchisees και τους υπαλλήλους τους, έλεγχο διαχείρισης και υποστήριξη εφοδιασμού των καταστημάτων, διαχείριση αποθεμάτων, εμπορία και διαφήμιση, κοστολόγηση της επένδυσης του καταστήματος και τεκμηριωμένα στοιχεία απόδοσης του καταστήματος.

Προκειμένου να επιτύχει, ο υποψήφιος Franchisee πρέπει να διαθέτει:

- Κατάστημα κατάλληλο για τη συγκεκριμένη επιχείρηση,
- Κεφάλαιο ικανό για την διαμόρφωση του καταστήματος και των λοιπών εξόδων που θα απαιτηθούν για την εγκατάσταση. Ο Franchisee μπορεί να εξασφαλίσει το αρχικό κεφάλαιο από ίδιους πόρους ή να απευθυνθεί σε επενδυτές και χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς όπως για κάθε νεοϊδρυόμενη επιχείρηση.
- Διοικητικές ικανότητες.

5.6 Έρευνα Franchising

Στη συνέχεια παρατίθενται στοιχεία έρευνας γύρω από το θεσμό του Franchising, τα πλήρη αποτελέσματα της οποίας περιλαμβάνονται στην σχετική κλαδική μελέτη της ICAP. Σκοπός της έρευνας είναι η καταγραφή της εξέλιξης του Franchising στην Ελλάδα, των πρακτικών που ήδη εφαρμόζονται και ο προσδιορισμός των τάσεων που αναδεικνύουν τη δυναμική και τις προοπτικές για το εγγύς μέλλον. Η έρευνα απευθύνθηκε σε Franchisors ως ιδιοκτήτες του επιχειρηματικού συστήματος, παρά σε Franchisees.

5.6.1 Μεθοδολογία της Έρευνας

Η έρευνα έγινε με δομημένο ερωτηματολόγιο κατά το διάστημα Οκτώβριος-Δεκέμβριος 2001. Το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε σύμφωνα με διεθνή πρότυπα για αντίστοιχες μελέτες του Franchising. Σύμφωνα με την έρευνα που έγινε ο ενεργός πληθυσμός των Franchisors της χώρας εκτιμάται σε 230. Για τον προσδιορισμό του ενεργού πληθυσμού χρησιμοποιήθηκαν διάφορες πηγές, μεταξύ των οποίων: ο

κατάλογος των μελών του Συνδέσμου Franchise της Ελλάδος, η βάση δεδομένων ICAP DATA BANK και κλαδικά έντυπα. Από αυτές τις πηγές προέκυψαν 326 επιχειρήσεις οι οποίες είχαν «δηλώσει» ότι δραστηριοποιούνται στο Franchising.

Στη συνέχεια έγινε τηλεφωνική επιβεβαίωση της δραστηριότητας, κατά την οποία επαληθεύτηκε ο αριθμός των επιχειρήσεων που διαθέτουν τουλάχιστον ένα κατάστημα Franchise. Το κριτήριο αυτό συμφωνεί με τον τρόπο προσδιορισμού των ενεργών Franchisors σε διεθνείς μελέτες του Franchising και ιδιαίτερα όσες εκπονούνται υπό την αιγίδα των εκάστοτε εθνικών συνδέσμων. Συνεπώς, στον τελικό πληθυσμό της έρευνας εξαιρούνται όσες επιχειρήσεις έπαψαν να εφαρμόζουν Franchising και όσες βρίσκονται σε στάδιο προετοιμασίας.

Στο χρονικό διάστημα Οκτώβριος-Δεκέμβριος 2001 έγινε αποστολή των ερωτηματολογίων με φαξ και e-mail. Τα ερωτηματολόγια απευθύνθηκαν στον υπεύθυνο δικτύου Franchise της κάθε εταιρίας. Ακολούθησε τηλεφωνική επιβεβαίωση της παραλαβής και όπου χρειάστηκε, μια επιπλέον αποστολή με σκοπό την εξασφάλιση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού αποκρίσεων. Ακολούθησε τηλεφωνική επιβεβαίωση και επαλήθευση των συμπληρωμένων ερωτηματολογίων για τυχόν διευκρινήσεις, με σκοπό την ομοιομορφία και την ακεραιότητα των πρωτογενών στοιχείων. Από το σύνολο των ενεργών Franchisors απάντησαν 94, δηλαδή ποσοστό ανταπόκρισης 41%.

Από τους αποκρινόμενους ζητήθηκε να παραθέσουν τα βασικά στοιχεία περιγραφής της επιχειρηματικής δραστηριότητας με βάση 66 αναλυτικούς κωδικούς, τα βασικά στοιχεία της δραστηριότητας Franchise, τα ιστορικά στοιχεία της συνολικής δραστηριότητας κατά την περίοδο 1998-2001 και εκτιμήσεις για την εξέλιξη της δραστηριότητάς τους για το διάστημα 2002-2003. Τα ιστορικά στατιστικά στοιχεία στο διάστημα 1998-2001 αφορούν τα εξής θέματα: εγχώρια δραστηριότητα, διεθνής δραστηριότητα, ποσοτική εξέλιξη του δικτύου, μεγέθη του Franchisor και μεγέθη του δικτύου. Επίσης, ζητήθηκε να παραθέσουν στοιχεία που αφορούν τη χρηματοδότηση και τη λειτουργία του συστήματος, τον τρόπο προσέλκυσης υποψηφίων Franchisees και την πρακτική των συμβάσεων.

Η επεξεργασία των ερωτηματολογίων έγινε με ειδικό λογισμικό στατιστικής που χρησιμοποιείται για έρευνες αγοράς. Η επεξεργασία έγινε σε δύο φάσεις για την εξασφάλιση της αριότητας των αποτελεσμάτων. Μετά την πρώτη φάση έγινε διακρίβωση της ορθότητας και της ποιότητας των στοιχείων (π.χ. εντοπισμός ακραίων τιμών) σε συνεργασία με τους αποκριθέντες και έγιναν οι απαιτούμενες διορθώσεις. Οι 94 επιχειρήσεις του τελικού δείγματος αντιπροσωπεύουν 32 από τους 66 αναλυτικούς κωδικούς δραστηριότητας. Οι κωδικοί αυτοί έχουν προσδιορισθεί από την ομάδα συμβούλων Franchising της ICAP που παρακολουθεί τις εξελίξεις του Franchising τα τελευταία 4 χρόνια και δεν αντιπροσωπεύουν την επίσημη στατιστική κωδικοποίηση του εμπορίου και της βιομηχανίας. Κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων οι 32 αναλυτικοί κωδικοί δραστηριότητας ομαδοποιήθηκαν σε 8 κατηγορίες, η σύνθεση των οποίων παρατίθεται στον παρακάτω πίνακα.

Ομαδοποιημένες Κατηγορίες Δραστηριότητας	
Εστίαση: Εστιατόρια	Οικιακός Εξοπλισμός - Υπηρεσίες: Υφάσματα Επιπλώσεων & Χαλιά Καταστήματα Λιανικής Ειδικά Καταστήματα Χρηστικών & Ειδών Δώρου Διάφορα Άλλα Καταστήματα-Υπηρεσίες
Καταστήματα Τροφίμων - Ποτών: Αρτοποιεία Ζαχαροπλαστεία Καφεκοπτεία - Ζαχαρώδη Παγωτό - Καφέ Καταστήματα Τροφίμων & Σουπερμάρκετ Καταστήματα Ποτών & Αναψυκτικών	Άλλα Καταστήματα Λιανικής: Βιβλιοπωλεία Ζωοτροφές & Αξεσουάρ Κατοικιδίων Κατασκευές - Επισκευές Υπηρεσίες Τηλεφωνίας: Διάθεση & Service Υπολογιστές, Ηλεκτρονικά, Πληροφορική Φωτογραφικά Είδη Κοσμήματα & Αξεσουάρ
Ένδυση & Υπόδηση: Ενδύματα & Υποδήματα Ανδρικά Ενδύματα & Υποδήματα Γυναικεία Ενδύματα & Υποδήματα Παιδικά	Business Services - Λοιπές Υπηρεσίες: Business Services Άλλες Υπηρεσίες Ασφαλειομεσιτικές Υπηρεσίες Ενοικίαση Αυτοκινήτων - Φορητών
Προσωπική Φροντίδα & Αναψυχή: Καλλυντικά Κέντρα Αδυνατίσματος Κομμωτήρια, Ινστιτούτα Αισθητικής Γραφεία Ταξιδιών Γυμναστήρια, Χορός, Λέσxes Home Entertainment, Video κλπ	Εκπαιδευτικές Υπηρεσίες
Πηγή: Έρευνα ICAP	

Τα αποτελέσματα της στατιστικής επεξεργασίας παρουσιάζονται αναλυτικά στις επόμενες ενότητες του κεφαλαίου 5 της μελέτης.

Οι 94 επιχειρήσεις του δείγματος για τις οποίες έχουν συλλεχθεί αναλυτικά ποιοτικά και ποσοτικά στοιχεία, συνθέτουν την εικόνα του Franchising στα τέλη του περασμένου έτους. Παρότι το δείγμα αντιστοιχεί στο 41% του επιβεβαιωμένου πληθυσμού των Franchisors, είναι αντιπροσωπευτικό του κλάδου διότι χαρακτηρίζεται από μεγάλη διασπορά δραστηριοτήτων.

5.6.2 Ενεργοί Franchisors ανά Δραστηριότητα

Βάσει της έρευνας, ο συνολικός αριθμός των ενεργών Franchisors στην Ελλάδα στα τέλη του 2001 ήταν 230, σε σύγκριση με 187 κατά την αμέσως προηγούμενη έρευνα που πραγματοποίησε η ICAP (Μάιος-Ιούλιος 1998). Συνεπώς, ο αριθμός των επιχειρήσεων αυξήθηκε κατά 23% σε διάστημα 3 ετών περίπου. Λαμβάνοντας υπόψη ότι ο αριθμός των αποκριθέντων επιχειρήσεων το 1998 αναλογούσε στο 50,8% του συνόλου των ενεργών επιχειρήσεων, εκτιμάται ότι η αναλογική αύξηση των ενεργών Franchisors κατά το διάστημα 1995-2001 ήταν 117% συνολικά. Η τάση αυτή αναμένεται να συνεχισθεί και στο εγγύς μέλλον, με την είσοδο νέων εταιριών, εγχώριων και ξένων. Στον πίνακα 5.1 παρουσιάζεται η κατανομή του αριθμού των ενεργών επιχειρήσεων ανά ομάδα δραστηριότητας κατά το διάστημα 1995-2001.

Από πλευράς αριθμού επιχειρήσεων, κυριαρχούν τα άλλα καταστήματα λιανικής (22,6%). Ακολουθούν οι τομείς «οικιακός εξοπλισμός-υπηρεσίες» (18,6%), «ένδυση-υπόδηση» (18,1%), «καταστήματα τροφίμων-ποτών» (11,5%), «προσωπική φροντίδα & αναψυχή» (9,7%), «εστίαση» (7,1%), «business services-λοιπές υπηρεσίες» (7,1%) και εκπαίδευση (5,3%). Στο διάστημα 1995-2001 αναπτύχθηκαν νέοι τομείς δραστηριότητας

5.1 Ενεργοί Franchisors ανά Δραστηριότητα	1995	1996	1997	1998	2001
Εστίαση	20,4%	21,2%	21,4%	21,1%	7,1%
Καταστήματα Τροφίμων-Ποτών	20,4%	19,7%	15,5%	16,8%	11,5%
Ένδυση & Υπόδηση	18,5%	15,2%	14,3%	13,7%	18,1%
Οικιακός Εξοπλισμός - Υπηρεσίες	7,4%	7,6%	7,1%	6,3%	18,6%
Άλλα Καταστήματα Λιανικής	20,4%	19,7%	23,8%	22,1%	22,6%
Προσωπική Φροντίδα & Αναψυχή	3,7%	4,5%	6,0%	5,3%	9,7%
Business Services - Λοιπές Υπηρεσίες	3,7%	6,1%	6,0%	5,3%	7,1%
Εκπαίδευση	5,6%	6,1%	6,0%	9,5%	5,3%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Σύνολο Επιχειρήσεων	106	130	165	187	230
<i>Πηγή: Έρευνα ICAP</i>					

τας οι οποίοι δεν ήταν ακόμη διακριτοί το 1998. Ειδικότερα, δυναμική ανάπτυξη παρουσιάζουν οι υπηρεσίες που αφορούν τις κατοικίες (καθαρισμός, επισκευές, βελτιώσεις), οι υπηρεσίες τηλεφωνίας (διάθεση & service), οι τομείς Ηλεκτρονικών Υπολογιστών και πληροφορικής, φωτογραφικών ειδών, καλλυντικών και αλυσίδων παγωτού-καφέ, οι ασφαλειομεσιτικές υπηρεσίες, τα γυμναστήρια και οι λέσχες.

5.6.3 Δραστηριότητες και Εμπορικά Σήματα

Οι 70 από τις 94 επιχειρήσεις του δείγματος (74,5%) δήλωσαν 107 εμπορικά σήματα συνολικά. Οι 13 από αυτές τις επιχειρήσεις (ποσοστό 18,6%) διαθέτουν 2^ο εμπορικό σήμα, που σημαίνει ότι αναπτύσσουν δύο δίκτυα Franchise (επιχειρηματικά συστήματα). Στο σύνολο του δείγματος, 86 επιχειρήσεις έχουν κατοχυρώσει νομικά τα εμπορικά τους σήματα. Πέντε επιχειρήσεις απάντησαν αρνητικά και 3 επιχειρήσεις δεν απάντησαν. Η κατοχύρωση ή μη του εμπορικού σήματος διαφέρει ανάλογα με το βαθμό ωρίμανσης και το είδος της κάθε δραστηριότητας (π.χ. εστίαση 100%).

Επίσης, 33 επιχειρήσεις στο δείγμα αναπτύσσουν και άλλη δραστηριότητα (π.χ. παραγωγική). Ακόμη, περίπου ένας στους τρεις Franchisees (32%) διαθέτει περισσότερα από 1 καταστήματα, ενώ το ποσοστό αυτό είναι υψηλότερο στον τομέα της προσωπικής φροντίδας και αναψυχής (75%).

5.2 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥ FRANCHISING: Δραστηριότητες, Εμπορικά Σήματα, Πολλαπλά Καταστήματα					
Δραστηριότητα	Πληθυσμός της Έρευνας	Αρ. Εμπορικών Σημάτων	Κατοχυρωμένα Σήματα	Δεύτερη Δραστηριότητα	Franchisees με >1 καταστήματα
Εστίαση	12	12	12	4	12,9%
Καταστήματα Τροφίμων-Ποτών	11	14	11	7	44,3%
Ένδυση & Υπόδηση	15	18	15	7	37,3%
Οικιακός Εξοπλισμός - Υπηρεσίες	24	27	21	8	15,8%
Άλλα Καταστήματα Λιανικής	11	13	8	2	17,0%
Προσωπική Φροντίδα & Αναψυχή	8	10	8	2	75,0%
Business Services - Λοιπές Υπηρεσίες	8	8	6	2	50,6%
Εκπαίδευση	5	5	5	1	3,4%
Σύνολο	94	107	86	33	32,0%
Ποσοστά	100,0%	152,9%	94,5%	84,6%	
Ποσοστά Ανταπόκρισης	100,0%	74,5%	96,8%	41,5%	
<i>Πηγή: Έρευνα ICAP</i>					

5.6.4 Προφίλ του Franchising το 2001

Το 2001 ο αριθμός των καταστημάτων Franchise, που αντιστοιχεί στον πληθυσμό των Franchisors που ανταποκρίθηκαν στην έρευνα (94 επιχειρήσεις) ήταν 1.796. Λαμβάνοντας υπόψη το ποσοστό των Franchisees που διατηρούν περισσότερα του ενός καταστήματα, εκτιμάται ότι ο αριθμός των Franchisees που αντιστοιχεί στο δείγμα είναι περίπου 1.300.

5.3 ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ FRANCHISING ΤΟ 2001				
	Αριθμός Franchisors	Ιδιόκτητα Καταστήματα	Καταστήματα Franchise	Σύνολο Καταστημάτων
Δραστηριότητα	2001	2001	2001	2001
Εστίαση	12	158	364	522
Καταστήματα Τροφίμων-Ποτών	11	258	318	576
Ένδυση & Υπόδηση	15	99	118	217
Οικιακός Εξοπλισμός - Υπηρεσίες	24	72	343	415
Άλλα Καταστήματα Λιανικής	11	38	270	308
Προσωπική Φροντίδα & Αναψυχή	8	14	124	138
Business Services - Λοιπές Υπηρεσίες	8	46	125	171
Εκπαίδευση	5	20	134	154
Σύνολο	94	705	1.796	2.501

Πηγή: Έρευνα ICAP

Το σύνολο των καταστημάτων που αντιστοιχεί στο δείγμα των επιχειρήσεων το 2001 είναι 2.501 και κατά μέσο όρο αναλογούν 26-27 καταστήματα ανά Franchisor (δίκτυο). Από πλευράς αριθμού καταστημάτων, η πολυπληθέστερη κατηγορία το 2001 είναι τα καταστήματα τροφίμων-ποτών (23% του συνόλου των καταστημάτων). Ακολουθεί η κατηγορία της εστίασης (20,9%), τα καταστήματα και οι υπηρεσίες οικιακού εξοπλισμού (16,6%) και τα άλλα καταστήματα λιανικής. Το ίδιο ισχύει για τα έτη 1999 και 2000. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται στην είσοδο στην εγχώρια αγορά μιας μεγάλης πολυεθνικής αλυσίδας σουπερμάρκετ.

Στο διάστημα 1998-2001 το σύνολο των καταστημάτων των δικτύων του δείγματος παρουσίασε αύξηση 97,6%, ενώ ο συνολικός αριθμός των ενεργών Franchisors αυξήθηκε κατά 20,9%.

5.6.5 Τα Συστήματα Franchising

Παρά το περιορισμένο μέγεθος της ελληνικής αγοράς σε σύγκριση με τους κυριότερους εμπορικούς της εταίρους στην Ευρώπη και παρά τη δημοτικότητα των επιχειρηματικών ιδεών και προϊόντων «δυτικής» προέλευσης, η πλειοψηφία των συστημάτων Franchise που λειτουργούν σήμερα, είναι εγχώρια. Στο δείγμα των επιχειρήσεων το ποσοστό αυτό είναι 84,8% ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στη Γαλλία είναι 89,3% και στη Βρετανία 75%.

Από τα συστήματα που δεν είναι αυτόχθονα (15,2%), το μεγαλύτερο ποσοστό τους (63,6%) είναι Master Franchises, τα οποία παραχωρούν διεθνείς franchisors σε τοπικούς επιχειρηματίες. Ποσοστό 9,1% είναι θυγατρικές εταιρίες επιχειρήσεων της αλλοδαπής και ποσοστό 27,3% λειτουργεί με άλλη μορφή (joint-venture, Direct Franchise, Area Development, υποκατάστημα). Στη Βρετανία αντίστοιχα, το ποσοστό που

λειτουργεί με τη μορφή Master Franchise είναι 12%, ενώ 13% είναι θυγατρικές εταιρίες επιχειρήσεων της αλλοδαπής.

Η πλειοψηφία των μη αυτόχθονων επιχειρήσεων Franchise (50%) προέρχεται από τις Η.Π.Α. Αυτό είναι αναμενόμενο, καθώς οι Η.Π.Α. είναι η πλέον ανεπτυγμένη αγορά Franchising παγκοσμίως και η κοιτίδα του θεσμού. Ακολουθούν η Ιταλία (30%), η Ισπανία (10%) και η Γερμανία (10%). Το ποσοστό που αναλογεί στις ΗΠΑ είναι διαχρονικά χαρακτηριστικό της εξέλιξης του θεσμού, αλλά τα ποσοστά για τις υπόλοιπες χώρες είναι χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου δείγματος. Ειδικότερα το 1998, η κυριότερη χώρα μετά τις ΗΠΑ ήταν η Γαλλία που είναι η μεγαλύτερη αγορά Franchising της ΕΕ βάσει πωλήσεων.

5.4 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥ FRANCHISING:		Προέλευση του Συστήματος				Τύπος Ιδιοκτησίας Μη Αυτόχθονου Συστήματος	
Δραστηριότητα		Αυτόχθονο	Μη Αυτόχθονο	Master Franchise	Θυγατρική Διεθνούς	Άλλος Τύπος	
Εστίαση		10	2	1	1	0	
Καταστήματα Τροφίμων-Ποτών		9	1	1	0	0	
Ένδυση & Υπόδηση		13	2	0	0	0	
Οικιακός Εξοπλισμός - Υπηρεσίες		22	2	2	0	0	
Άλλα Καταστήματα Λιανικής		9	2	1	0	1	
Προσωπική Φροντίδα & Αναψυχή		6	1	0	0	1	
Business Services - Λοιπές Υπηρεσίες		6	2	1	0	0	
Εκπαίδευση		3	2	1	0	1	
Σύνολο		78	14	7	1	3	
Ποσοστά		84,8%	15,2%	63,6%	9,1%	27,3%	

Πηγή: Έρευνα ICAP

5.5 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥ FRANCHISING: Χώρες Προέλευσης Μη Αυτόχθονου Συστήματος				
Δραστηριότητα	Ιταλία	ΗΠΑ	Ισπανία	Γερμανία
Εστίαση	0	2	0	0
Καταστήματα Τροφίμων-Ποτών	0	0	1	0
Ένδυση & Υπόδηση	2	0	0	0
Οικιακός Εξοπλισμός - Υπηρεσίες	0	0	0	0
Άλλα Καταστήματα Λιανικής	0	0	0	0
Προσωπική Φροντίδα & Αναψυχή	0	0	0	1
Business Services - Λοιπές Υπηρεσίες	1	1	0	0
Εκπαίδευση	0	2	0	0
Σύνολο	3	5	1	1
Ποσοστά	30,0%	50,0%	10,0%	10,0%

Πηγή: Έρευνα ICAP

5.6.6 Λόγοι Εφαρμογής του Franchising

Οι κυριότεροι λόγοι εφαρμογής του Franchising για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων του δείγματος είναι:

- Ευρεία αναγνωρισιμότητα του εμπορικού σήματος
- Δυναμικά αυξανόμενη ζήτηση από το καταναλωτικό κοινό
- Περιορισμός ιδίων κεφαλαίων για ανάπτυξη με ιδιόκτητα καταστήματα
- Δοκιμασμένο σύστημα λειτουργίας, εγχειρίδια και δυνατότητες υποστήριξης
- Ανάπτυξη εξειδικευμένου, αποκλειστικού συστήματος διανομής

Τα κριτήρια αυτά εκφράζουν το 90% και πλέον των επιχειρήσεων του δείγματος. Όπως είναι φυσικό, οι επιχειρήσεις επιλέγουν το Franchising για περισσότερους από έναν λόγους, αλλά πάντα προέχει ένα συγκεκριμένο κριτήριο.

5.6 ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥ FRANCHISING: Λόγοι Εφαρμογής του Franchising						
Δραστηριότητα	Ευρεία Αναγνωρισιμότητα Σήματος	Αυξανόμενη Ζήτηση	Περιορισμοί Κεφαλαίων	Δοκιμασμένο Σύστημα	Ανάπτυξη Εξειδικευμένου Δικτύου Διανομής	
					Άλλοι Λόγοι	
Εστίαση	9	6	3	10	4	0
Καταστήματα Τροφίμων-Ποτών	6	7	3	4	5	1
Ένδυση & Υπόδηση	10	11	1	7	9	2
Οικιακός Εξοπλισμός - Υπηρεσίες	19	17	8	14	13	0
Άλλα Καταστήματα Λιανικής	8	8	2	5	6	1
Προσωπική Φροντίδα & Αναψυχή	5	6	4	2	4	1
Business Services - Λοιπές Υπηρεσίες	3	3	2	4	3	2
Εκπαίδευση	5	3	2	4	3	0
Σύνολο	65	61	25	50	47	7
Ποσοστά	69,1%	64,9%	26,6%	53,2%	50,0%	7,4%
Πηγή: Έρευνα ICAP						

5.6.7 Ενεργοί Franchisors με Διεθνή Δραστηριότητα

Στο σύνολο του δείγματος, ποσοστό 30,9% των Franchisors έχουν επεκταθεί στο εξωτερικό και το 57,4% δεν το έχει πραγματοποιήσει ακόμη. Στο ζήτημα της διεθνούς δραστηριότητας απάντησαν 83 επιχειρήσεις, από τις οποίες το 34,9% έχει αναπτύξει διεθνή δραστηριότητα και ποσοστό 65,1% είτε σχεδιάζει να το πραγματοποιήσει μελλοντικά ή δεν το εξετάζει καθόλου (πίνακας 5.7). Από τις επιχειρήσεις αυτές, ποσοστό 53,7% δήλωσε πρόθεση ανάπτυξης διεθνούς παρουσίας, ποσοστό 42,6% δηλώνει αρνητική πρόθεση και 3,7% δεν απάντησε. Η αύξηση του ποσοστού των επιχειρήσεων που έχουν διεθνή δραστηριότητα, από 21% κατά την προηγούμενη έρευνα (1998) σε 30,9% (2001), οφείλεται τόσο στην ωρίμανση των δικτύων όσο και στην αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων στο διάστημα 1998-2001.

Η κατηγορία με τη δυναμικότερη παρουσία στο εξωτερικό (πίνακας 5.7) είναι η εκπαίδευση (60%). Ακολουθούν οι κατηγορίες οικιακός εξοπλισμός & υπηρεσίες (39,1%), τα καταστήματα τροφίμων-ποτών (36,4%), η εστίαση (36,4%) και τα καταστήματα ένδυσης-υπόδησης (36,4%). Οι κατηγορίες με το μεγαλύτερο ποσοστό πρόθεσης για επέκταση στο εξωτερικό (πίνακας 4.8) είναι: άλλα καταστήματα λιανικής (83,3%), εστίαση (71,4%), ένδυση-υπόδηση (71,4%).

Οι επιχειρήσεις προσεγγίζουν τις αγορές του εξωτερικού κυρίως με συμφωνίες Master Franchise (54,5%), με συμφωνίες Joint Venture (9,1%) και άλλου τύπου συμφωνίες (18,2%) όπως αναφέρονται σε προηγούμενη ενότητα. Η υλοποίηση της επέκτασης γίνεται κατά κύριο λόγο με καταστήματα Franchise (78,6%) και σε μικρότερο ποσοστό με ιδιόκτητα καταστήματα (21,4%). Το τελευταίο ανταποκρίνεται στις περιπτώσεις συμφωνιών joint-venture και άλλου τύπου συμφωνιών, αλλά και σε περιπτώσεις όπου ο Franchisor επιθυμεί τον πλήρη έλεγχο του καταστήματος τουλάχιστον στην αρχή.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων (58,6%) ξεκίνησαν τη διεθνή δραστηριότητα στο διάστημα 1991-2000, το 13,8% ξεκίνησαν προ του 1990 και ποσοστό 17,2% δεν προσδιόρισε τη χρονολογία έναρξης. Σε απόλυτα μεγέθη ο αριθμός των επιχειρήσεων που ξεκίνησε διεθνή δραστηριότητα κατά την περασμένη δεκαετία είναι 17 σε σύνολο 94. Αν ληφθεί υπόψη ότι 73 επιχειρήσεις στο δείγμα ξεκίνησαν το franchising κατά την περασμένη δεκαετία, η προοπτική για ανάπτυξη σε αγορές του εξωτερικού τα αμέσως επόμενα χρόνια είναι σημαντική.

Η δημοφιλέστερη χώρα για τις επιχειρήσεις που ήδη έχουν παρουσία στο εξωτερικό είναι η Κύπρος (54,1%), λόγω των κοινών πολιτιστικών δεσμών και της εγγύτητας με την Ελλάδα, αλλά και λόγω του σταθερού οικονομικού και επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Όπως είναι φυσικό, κάποιες επιχειρήσεις έχουν αναπτύξει παρουσία σε περισσότερες από μια χώρες. Όσον αφορά το μέγεθος της διεθνούς παρουσίας, 20 από τις 29 επιχειρήσεις, έχουν αναπτύξει 46 καταστήματα στην Κύπρο, δηλαδή το 45,1% του συνόλου των καταστημάτων στο εξωτερικό.

Όσον αφορά τις προτιμώμενες χώρες για επέκταση στο εξωτερικό κυριαρχούν οι Βαλκανικές χώρες (29,8% συνολικά) και η Κύπρος (27,7%).

5.7 ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΓΧΩΡΙΩΝ ΔΙΚΤΥΩΝ								
Διεθνής Παρουσία των Franchisors			Τύποι Καταστημάτων			Τύποι Συμφωνιών		
Δραστηριότητα	Υφιστάμενη	Σχεδιαζόμενη	Καμία	Ιδιότητα	Franchise	Master Franchise	Joint Venture	Άλλου τύπου
Εστίαση	36,4%	71,4%	28,6%	40,0%	60,0%	33,3%	66,7%	0,0%
Καταστήματα Τροφίμων-Ποτών	36,4%	28,6%	57,1%	0,0%	100,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Ένδυση & Υπόδηση	36,4%	71,4%	28,6%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	66,7%
Οικιακός Εξοπλισμός - Υπηρεσίες	39,1%	50,0%	42,9%	0,0%	700,0%	71,4%	0,0%	0,0%
Άλλα Καταστήματα Λιανικής	25,0%	83,3%	16,7%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%
Προσωπική Φροντίδα & Αναψυχή	33,3%	50,0%	50,0%	50,0%	50,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Business Services - Λοιπές Υπηρεσίες	12,5%	28,6%	71,4%	50,0%	50,0%	100,0%	0,0%	0,0%
Εκπαίδευση	60,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%	66,7%	0,0%	33,3%
Σύνολο	34,9%	53,7%	42,6%	21,4%	78,6%	54,5%	9,1%	18,2%
Πηγή: Έρευνα ICAP								

5.6.8 Κύκλος Ζωής των Επιχειρήσεων

Το Franchising στη χώρα μας αποτελεί σχετικά νέα πραγματικότητα. Το 56% των επιχειρήσεων του δείγματος ξεκίνησαν τη δραστηριότητά τους μετά το 1990 και μόλις 24% πριν από το 1980. Ακόμη, το 87,1% των επιχειρήσεων ξεκίνησε το Franchising μετά το 1990 και μόλις 5,4% πριν από το 1980, ενώ το 8,6% των επιχειρήσεων ξεκίνησε το Franchising μετά το 2000.

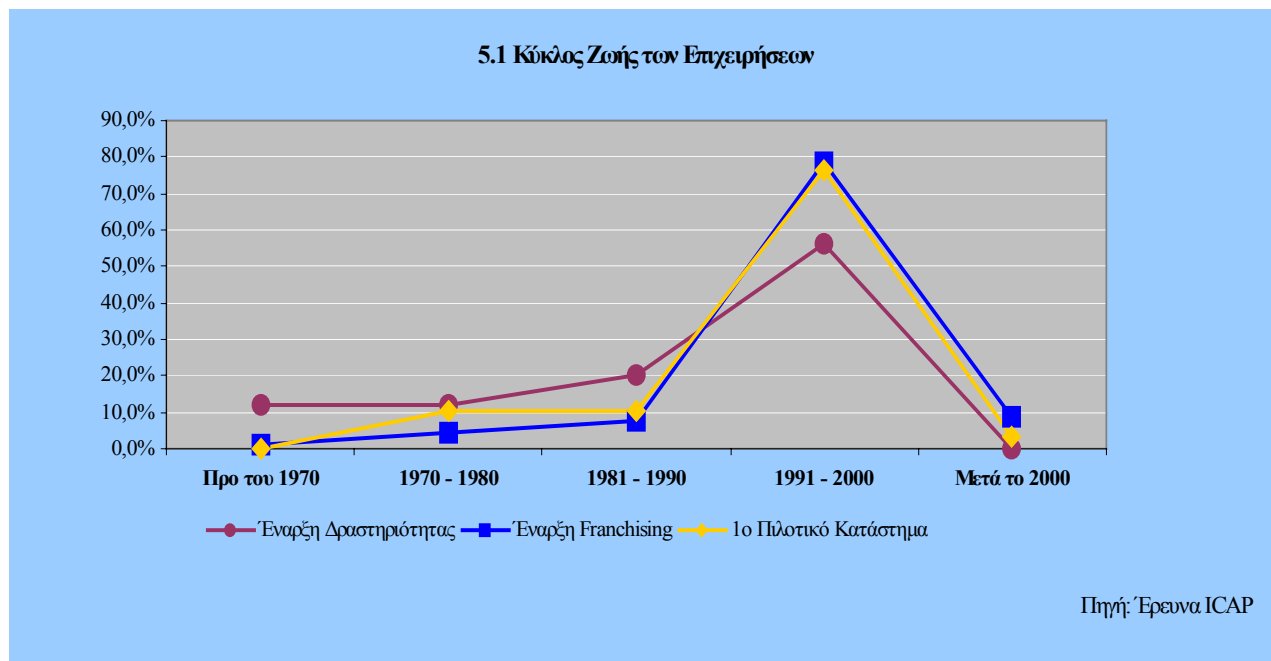
Η γρήγορη αποδοχή του θεσμού στη χώρα μας τα τελευταία 20 χρόνια αποδίδεται σε πολλούς παράγοντες όπως:

- Τον αυξανόμενο ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων που οδήγησε τις μικρότερες και αυτόνομες μονάδες σε συσπείρωση μέσω οργανωμένων δικτύων, προκειμένου να αντεπεξέλθουν στον ανταγωνισμό των διεθνών αλυσίδων.
- Την περιορισμένη αγοραστική δύναμη των μικρότερων και αυτόνομων μονάδων απέναντι στη δύναμη των μεγάλων αλυσίδων, δεδομένης της αυξανόμενης εγρήγορσης των καταναλωτών στο θέμα των τιμών.
- Τη ροπή των καταναλωτών προς τα επώνυμα προϊόντα και υπηρεσίες.
- Τη γεωγραφική θέση της χώρας που αποτελεί εφελκυστήρα για Franchisors που επιθυμούν την εμπορική τους επέκταση στα Βαλκάνια και σε γείτονες αγορές όπως η Ανατολική Ευρώπη και η Μέση Ανατολή.
- Στο παραπάνω προστίθεται και το γεγονός ότι η χώρα, σαν μέλος της ΕΕ, απέκτησε ένα πιο ευέλικτο τραπεζικό σύστημα και επιχειρηματικό περιβάλλον, τα οποία την καθιστούν ιδιαίτερα ελκυστική στους ξένους επενδυτές.
- Τη διεύρυνση της μεσαίας τάξης τα τελευταία 20 χρόνια που επέφερε αύξηση της καταναλωτικής ζήτησης.
- Την αλλαγή στον τρόπο ζωής με την εφαρμογή της εβδομάδας εργασίας πέντε ημερών, η οποία έδωσε στους καταναλωτές μια επιπλέον ημέρα για ανάπαυση ή αγορές. Σαν αποτέλεσμα, είχαμε δυναμική ανάπτυξη των εμπορικών κέντρων στα προάστια των μεγάλων αστικών κέντρων, που επηρέασε θετικά την ανάπτυξη οργανωμένων και επώνυμων αλυσίδων.
- Ο περιορισμένος ελεύθερος χρόνος των εργαζομένων γυναικών επέφερε αλλαγές και στα νοικοκυριά, ιδιαίτερα στον τομέα του γρήγορου φαγητού και του έτοιμου φαγητού στο σπίτι («home delivery»).

Η δημιουργία ενός ή περισσότερων πιλοτικών καταστημάτων αποτελεί το πρώτο βήμα για τη δοκιμή της αποτελεσματικής λειτουργίας ενός συστήματος Franchise. Έτσι εντοπίζονται και βελτιώνονται τυχόν αδυναμίες ώστε να εξασφαλισθεί η μετέπειτα επιτυχία του συστήματος. Ακόμη, ο Franchisor πρέπει να είναι σε θέση να τεκμηριώσει σε υποψήφιους Franchisees την επιτυχία μιας μονάδας και την αποτελεσματικότητα του συστήματος (business format) πριν την ανταλλαγή συμβολαίων. Τα πιλοτικά καταστήματα χρησιμεύουν και ως ένδειξη ότι ο Franchisor έχει δεσμεύσει ίδια κεφάλαια στη μελλοντική επιτυχία του συστήματος.

Το 79,8% των επιχειρήσεων δημιούργησε το πρώτο πιλοτικό κατάστημα μετά το 1990. Η ανάπτυξη του πρώτου πιλοτικού καταστήματος κατά την περίοδο 1990-2000 σχεδόν ταυτίζεται χρονικά με την έναρξη του Franchising. Σε γενικές γραμμές, σύμφωνα με το δείγμα της έρευνας, ο κύκλος ανάπτυξης των συστημάτων δικαιόχρησης ακολουθεί την καμπύλη ανάπτυξης των επιχειρήσεων όπως φαίνεται στο διάγραμμα 5.1.

Επειδή το Franchising αναπτύχθηκε κυρίως μετά το 1990, η πλειοψηφία των franchisees (66,3%) που είναι ενταγμένοι στα δίκτυα των επιχειρήσεων του δείγματος δραστηριοποιούνται για διάστημα μικρότερο των 5 ετών. Ποσοστό 19,8% δραστηριοποιείται για 6 έως 10 έτη και 14% δραστηριοποιείται για περισσότερα από 10 έτη.



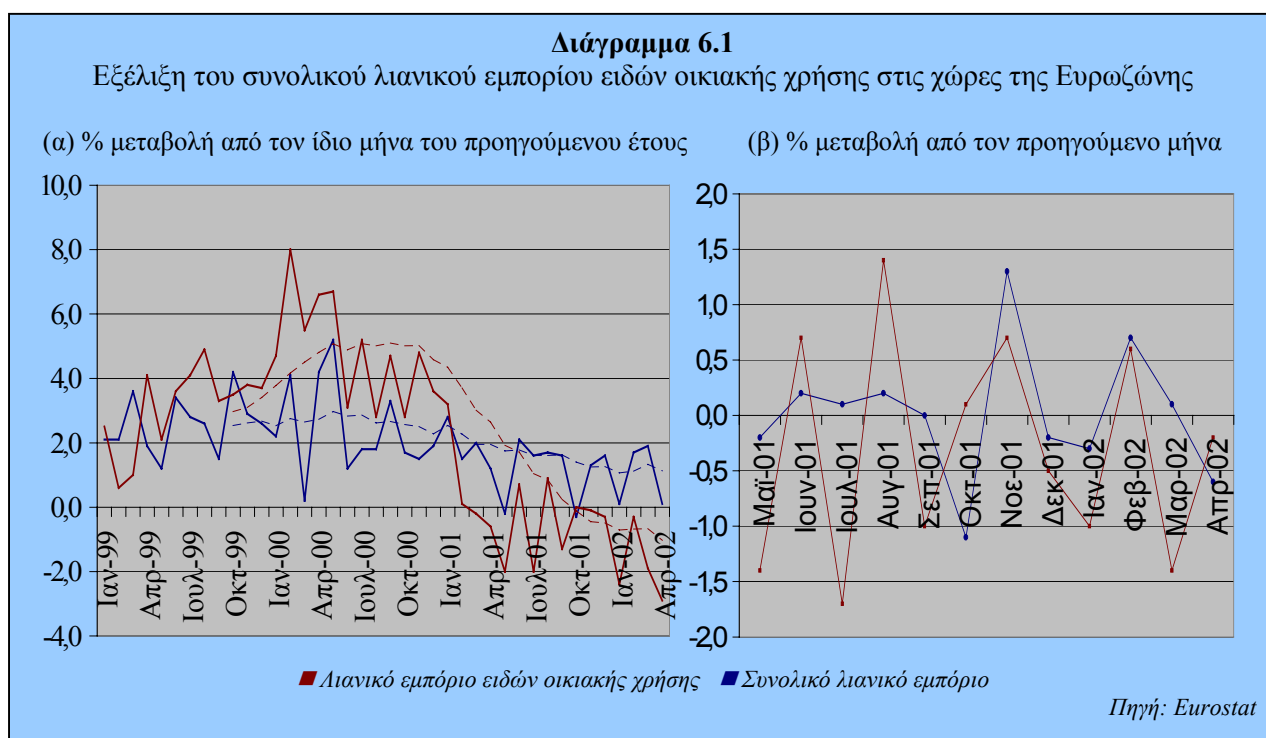
6. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΙΔΩΝ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΕΩΣ ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΈΝΩΣΗΣ

Ο πίνακας 5.1, καθώς και το διάγραμμα 5.1α εμφανίζουν την ποσοστιαία μεταβολή στη συνολική αξία του λιανικού εμπορίου και του λιανικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσεως στις χώρες της ζώνης του ευρώ σε σύγκριση με τον αντίστοιχο μήνα του προηγούμενου έτους, σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat.

Σημειώνεται ότι, στην κατηγορία του λιανικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσεως περιλαμβάνεται :

- Το λιανικό εμπόριο επίπλων
- Το λιανικό εμπόριο φωτιστικών ειδών
- Το λιανικό εμπόριο διαφόρων οικιακών σκευών (κατσαρόλες, τηγάνια κλπ) και μαχαιροπήρουνων, πηλινών ειδών, γυάλινων ειδών, ειδών πορσελάνης και αγγειοπλαστικής
- Το λιανικό εμπόριο κουρτινών, δικτυωτών κουρτινών και διαφόρων άλλων οικιακών ειδών από υφαντουργικά υλικά
- Το λιανικό εμπόριο ξύλινων ειδών, ειδών από φελλό και ειδών καλαθοπλεκτικής
- Το λιανικό εμπόριο διαφόρων οικιακών αντικειμένων και εξοπλισμού
- Το λιανικό εμπόριο ηλεκτρικών οικιακών συσκευών, ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών συσκευών, καθώς και μουσικών οργάνων και συναφών ειδών
- Το λιανικό εμπόριο ειδών κιγκαλερίας, χρωμάτων και τζαμιών

Η αξία του συνολικού λιανικού εμπορίου στις δώδεκα χώρες αυξήθηκε το πρώτο τετράμηνο του 2002 σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του προηγούμενου έτους, ωστόσο οι ρυθμοί αύξησης ήταν πιο συγκρατημένοι σε σχέση με αντίστοιχους του παρελθόντος (ιδιαίτερα του δωδεκαμήνου Οκτώβριος 1999-



Σεπτέμβριος 2000). Θετική εικόνα παρουσιάζεται το Μάρτιο του 2002, οπότε και η αξία των λιανικών πωλήσεων παρουσιάζεται αυξημένη κατά 1,9% σε σχέση με τον ίδιο μήνα του προηγούμενου έτους.

Πίνακας 6.1 Λιανικό εμπόριο ειδών οικιακής χρήσεως (% μεταβολής σε σχέση με τον ίδιο μήνα του προηγούμενου έτους)		
Μήνας	Συνολικό Λιανικό Εμπόριο	Λιανικό εμπόριο ειδών οικιακής χρήσεως*
Ιαν-99	2,1	2,5
Φεβ-99	2,1	0,6
Μαρ-99	3,6	1,0
Απρ-99	1,9	4,1
Μαϊ-99	1,2	2,1
Ιουν-99	3,4	3,6
Ιουλ-99	2,8	4,1
Αυγ-99	2,6	4,9
Σεπ-99	1,5	3,3
Οκτ-99	4,2	3,5
Νοε-99	2,9	3,8
Δεκ-99	2,6	3,7
Ιαν-00	2,2	4,7
Φεβ-00	4,1	8,0
Μαρ-00	0,2	5,5
Απρ-00	4,2	6,6
Μαϊ-00	5,2	6,7
Ιουν-00	1,2	3,1
Ιουλ-00	1,8	5,2
Αυγ-00	1,8	2,8
Σεπ-00	3,3	4,7
Οκτ-00	1,7	2,8
36831	1,5	4,8
Δεκ-00	1,9	3,6
Ιαν-01	2,8	3,2
Φεβ-01	1,5	0,1
Μαρ-01	2,0	-0,2
Απρ-01	1,2	-0,6
Μαϊ-01	-0,2	-2,0
Ιουν-01	2,1	0,7
Ιουλ-01	1,6	-2,0
Αυγ-01	1,7	0,9
Σεπ-01	1,6	-1,3
Οκτ-01	-0,3	0,0
Νοε-01	1,3	-0,1
Δεκ-01	1,6	-0,3
Ιαν-02	0,1	-2,4
Φεβ-02	1,7	-0,3
Μαρ-02	1,9	-1,9
Απρ-02	0,1	-2,9
<i>*Στην κατηγορία των ειδών οικιακής χρήσεως περιλαμβάνονται: Έπιπλα, φωτιστικά, ηλεκτρικές συσκευές οικιακής χρήσεως, ηλεκτρονικές συσκευές, χρώματα και γυαλί.</i>		
<i>Πηγή: Eurostat</i>		

Το λιανικό εμπόριο ειδών οικιακής χρήσης δεν ακολούθησε αντίστοιχους ρυθμούς, με αποτέλεσμα η αξία του τους πρώτους μήνες του 2002 όπως και το τελευταίο τετράμηνο του προηγούμενου έτους να παρουσιάζει σημεία ύφεσης. Η σύγκριση των ετήσιων μεταβολών (ανά μήνα) στην αξία του λιανικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσης με τις αντίστοιχες μεταβολές στο συνολικό λιανικό εμπόριο απεικονίζεται στο διάγραμμα 5.1, από το οποίο προκύπτει ότι η αξία του λιανικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσεως ακολουθεί σε γενικές γραμμές χαμηλότερους ρυθμούς μεταβολής σε σχέση με τη συνολική αξία του λιανικού εμπορίου.

Ο πίνακας 5.2 και το διάγραμμα 5.1β εμφανίζουν τις μηνιαίες μεταβολές (%) ανά μήνα στην αξία του λιανικού εμπορίου για τα ίδια προϊόντα στις δώδεκα χώρες της Ευρωζώνης. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός των σημαντικότερων διακυμάνσεων που παρουσιάζονται στην εξέλιξη του λιανικού εμπορίου ειδών οικιακής συγκριτικά με το συνολικό λιανικό εμπόριο.

Πίνακας 6.2 Εξέλιξη του λιανικού εμπορίου ειδών οικιακής χρήσεως στις χώρες της ζώνης του ευρώ και στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ποσοστιαία μεταβολή σε σχέση με τον προηγούμενο μήνα)				
Μήνας	Χώρες της Ευρωζώνης		Ε.Ε.	
	Συνολικό Λιανικό Εμπόριο	Είδη Οικιακής Χρήσεως*	Συνολικό Λιανικό Εμπόριο	Είδη Οικιακής Χρήσεως*
Μαϊ-01	-0,2	-1,4	0,0	0,2
Ιουν-01	0,2	0,7	0,1	1,9
Ιουλ-01	0,1	-1,7	0,3	-0,3
Αυγ-01	0,2	1,4	0,2	3,1
Σεπ-01	0,0	-1,0	0,2	0,9
Οκτ-01	-1,1	0,1	-0,8	2,0
Νοε-01	1,3	0,7	1,4	0,3
Δεκ-01	-0,2	-0,5	-0,1	0,0
Ιαν-02	-0,3	-1,0	-0,3	-1,0
Φεβ-02	0,7	0,6	0,7	0,6
Μαρ-02	0,1	-1,4	0,1	-0,8
Απρ-02	-0,6	-0,2	-0,1	-0,3
*Στην κατηγορία των ειδών οικιακής χρήσεως περιλαμβάνονται: Έπιπλα, φωτιστικά, ηλεκτρικές συσκευές οικιακής χρήσεως, ηλεκτρονικές συσκευές, χρώματα και γυαλί.				
Πηγή: Eurostat				

7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η ουσιαστική ανάπτυξη των αλυσίδων καταστημάτων χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης τοποθετείται χρονικά στις αρχές της δεκαετίας του '90 για την κάλυψη της αυξανόμενης ζήτησης σε επώνυμα είδη οικιακής χρήσης μέσα από εξειδικευμένα καταστήματα. Τα καταστήματα αυτά λειτουργούν με το ίδιο σήμα, διαθέτουν τα ίδια προϊόντα, ακολουθούν κοινή τιμολογιακή πολιτική, έχουν κοινή εμφάνιση των καταστημάτων τους και διέπονται από την ίδια φιλοσοφία ως προς τον τρόπο λειτουργίας και εξυπηρέτησης των καταναλωτών. Η εμφάνισή τους στο λιανικό εμπόριο χρηστικών ειδών οικιακής χρήσης άλλαξε ριζικά τη δομή του κλάδου.

Σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνταν στη λιανική αγορά μέσω μεμονωμένων-αυτόνομων καταστημάτων, επέκτειναν τη δραστηριότητά τους με τη δημιουργία νέων σημείων πώλησης, προκειμένου να εκμεταλλευτούν την αναδυόμενη τάση. Παράλληλα, επιχειρήσεις με δραστηριοποίηση στις εισαγωγές από επώνυμους οίκους του εξωτερικού και το χονδρικό εμπόριο των εξεταζόμενων ειδών, επεδίωξαν τη δημιουργία δικτύων λιανικής. Οι αλυσίδες αυτές αναπτύχθηκαν με ταχείς ρυθμούς στη διάρκεια των προηγούμενων ετών και απέκτησαν πανελλαδικά δίκτυα καταστημάτων. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι, ο αριθμός σημείων πώλησης των εξεταζόμενων αλυσίδων ανήλθε από 257 σημεία το 2000, σε 309 το 2002 (για τις ίδιες αλυσίδες) μη περιλαμβανομένων των shop in shop. Πολλές από τις αλυσίδες διαφοροποιούνται σημαντικά ως προς τα είδη που διαθέτουν, με αποτέλεσμα να διακρίνονται σε υψηλής ή χαμηλότερης οικονομικής κατηγορίας. Ωστόσο ανεξάρτητα από το κοινό στο οποίο απευθύνονται η διεύρυνση των δικτύων τους διαμόρφωσε ένα έντονα ανταγωνιστικό πλαίσιο στο λιανικό εμπόριο οικιακών ειδών.

Η ανάπτυξη των εν λόγω δικτύων σε σύντομο χρονικό διάστημα πραγματοποιήθηκε στην πλειοψηφία των περιπτώσεων με εφαρμογή του θεσμού της δικαιόχρησης του εμπορικού σήματος (franchising). Λόγω των πλεονεκτημάτων που προσφέρει στις συμβαλλόμενες πλευρές, ο θεσμός αναδείχθηκε σε αποδοτική μέθοδο για τη γεωγραφική επέκταση των αλυσίδων και σε ουσιαστικό τρόπο ανταπόκρισης στον οξυμένο ανταγωνισμό για τα μεμονωμένα καταστήματα. Θα πρέπει ωστόσο να σημειωθεί ότι, ο τρόπος εφαρμογής του συστήματος και οι λόγοι υιοθέτησής του διαφέρουν κατά περίπτωση, καθώς κάποιες αλυσίδες προσβλέπουν στην ταχεία επέκτασή τους με μεγάλο αριθμό καταστημάτων στο σύνολο της χώρας, ενώ άλλες στην προσεκτική επιλογή περιορισμένου αριθμού συνεργατών, με γνώση των συνθηκών της τοπικής αγοράς.

Αποτέλεσμα της ταχείας επέκτασης των δικτύων ήταν η συνύπαρξη μεγάλου αριθμού υποκαταστημάτων, πολλές φορές σε μικρή απόσταση μεταξύ τους, με τελικό επακόλουθο τον έντονο ανταγωνισμό για την απόσπαση του μεγαλύτερου δυνατού μεριδίου αγοράς. Ο ανταγωνισμός αυτός εκτυλίχθηκε στο επίπεδο της αντιπροσώπευσης επώνυμων οίκων του εξωτερικού, καθώς και των διαφόρων μεθόδων προώθησης των πωλήσεων. Η προσέλκυση καταναλωτών από τις κυριότερες αλυσίδες του κλάδου επιδιώκεται μέσω της συστηματικής προβολής της επωνυμίας της αλυσίδας και των αντιπροσωπευόμενων

προϊόντων (κυρίως μέσω περιοδικών), καθώς και της παροχής διευκολύνσεων προς τους καταναλωτές για την εξόφληση των αγορών.

Οι τελευταίες αναδεικνύονται τα τελευταία χρόνια σε ένα από τα σημαντικότερα πεδία εκδήλωσης του ανταγωνισμού, καθώς οι επικρατούσες οικονομικές συνθήκες και η εντεινόμενη έλλειψη ρευστότητας στην αγορά δημιουργεί προβλήματα, στο σύνολο σχεδόν του λιανικού εμπορίου. Υπό τις συνθήκες αυτές οι άτοκες δόσεις μέσω πιστωτικών καρτών, οι εκπτώσεις, οι προσφορές, οι κάρτες προνομίων κλπ. προβάλλονται συστηματικά από τα καταστήματα του κλάδου, προκειμένου να ενημερωθούν οι καταναλωτές για τη δυνατότητα αγοράς επώνυμων προϊόντων με μεγάλες ευκολίες εξόφλησης. Θα πρέπει να σημειωθεί ωστόσο ότι, τα προβλήματα ρευστότητας στην αγορά πλήττουν περισσότερο τα μεμονωμένα καταστήματα, καθώς οι μεγαλύτερες αλυσίδες έχουν περισσότερες δυνατότητες για συνεργασία με πιστωτικούς οργανισμούς και για χρηματοδότηση των αγορών τους.

Σε πρόβλημα για τα καταστήματα του κλάδου, που σχετίζεται με το έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, αναδεικνύεται τα τελευταία χρόνια και το σημαντικό ύψος των ενοικίων. Συγκεκριμένα, η παρουσία πολλών ανταγωνιστικών καταστημάτων σε μικρή απόσταση μεταξύ τους ανέδειξε σε ουσιαστικό παράγοντα επιτυχίας των αλυσίδων την κατάλληλη και κατόπιν έρευνας επιλογή των σημείων πώλησης. Η χωροθέτηση όμως των καταστημάτων σε εμπορικές περιοχές οι οποίες πλέον χαρακτηρίζονται από υψηλά ενοίκια, καθιστά το κόστος λειτουργίας των επί μέρους καταστημάτων ιδιαίτερα υψηλό.

Οι συνθήκες αυτές ευνοούν την παρουσία αρκετών αλυσίδων με τη μορφή shop in shop εντός πολυκαταστημάτων. Τα shop in shop μπορεί να λειτουργούν είτε ως υποκαταστήματα της επιχείρησης εκμετάλλευσης της αλυσίδας, είτε να λειτουργούν στη βάση των χονδρικών πωλήσεων προς το πολυκατάστημα. Σε κάθε περίπτωση πάντως, η συγκεκριμένη οδός επέκτασης προσφέρει τη δυνατότητα επαφής του εμπορικού σήματος της αλυσίδας και των προϊόντων της με μεγάλο αριθμό καταναλωτών, οι οποίοι προσέρχονται στα πολυκαταστήματα για την πραγματοποίηση ολοκληρωμένων αγορών. Εξασφαλίζει επομένως η αλυσίδα την παρουσία της σε ένα «εγγυημένα» εμπορικό σημείο του οποίου η διαμόρφωση, διακόσμηση και οι όροι εξυπηρέτησης κλπ γίνονται στα πρότυπα των υπολοίπων καταστημάτων της.

Μια επιπλέον τάση που έχει αρχίσει να κάνει την εμφάνισή της είναι η διεύρυνση της ποικιλίας των προσφερομένων από τα καταστήματα προϊόντων. Η συγκεκριμένη τάση δεν σχετίζεται μόνο με την προσπάθεια για εξασφάλιση συμφωνιών αντιπροσώπευσης εμπορικών οίκων του εξωτερικού, αλλά και με την προσφορά από πλευράς αλυσίδων ολοκληρωμένων προτάσεων σε ότι αφορά τον εξοπλισμό και τη διακόσμηση του σπιτιού. Στα πλαίσια αυτής, αλυσίδες εντάσσουν στα καταστήματά τους έπιπλα, φωτιστικά κλπ, ή δημιουργούν αυτόνομα καταστήματα κάτω από το ίδιο εμπορικό σήμα για τα συγκεκριμένα προϊόντα.

Επιπλέον, ορισμένες αλυσίδες καταστημάτων βρίσκονται υπό την εκμετάλλευση της ίδιας εταιρίας ή ομίλου επιχειρήσεων. Η ανάπτυξη ξεχωριστών δικτύων για τη διάθεση προϊόντων διαφορετικής οικονομικής κατηγορίας, αποσκοπεί στη διεύρυνση του καταναλωτικού κοινού στο οποίο απευθύνονται. Κινητικότητα παρατηρείται και στον τομέα των συνεργασιών, εξαγορών και συγχωνεύσεων, προκειμένου να βελτιωθεί η ανταγωνιστικότητα και η ευελιξία των επιχειρήσεων του κλάδου.

Η διεύρυνση των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων του κλάδου σχετίζεται σε σημαντικό βαθμό και με τον επερχόμενο ανταγωνισμό από την έλευση και στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια μεγάλων πολυκαταστημάτων οικιακού εξοπλισμού. Τα συγκεκριμένα καταστήματα, στεγάζονται σε μεγάλους χώρους και περιλαμβάνουν προϊόντα που καλύπτουν το σύνολο των αναγκών του νοικοκυριού. Στην πλειοψηφία των περιπτώσεων η δραστηριοποίησή τους στη χώρα μας γίνεται με την εκχώρηση σε ελληνικές επιχειρήσεις master franchise από πολυεθνικούς ομίλους του εξωτερικού. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με τα διεθνούς αναγνώρισης εμπορικά σήματα είχε ως αποτέλεσμα να προσελκύσουν από πολύ νωρίς το ενδιαφέρον μεγάλου μέρους του καταναλωτικού κοινού. Η παρουσία τους αποτέλεσε την ουσιαστικότερη αλλαγή τα τελευταία χρόνια στο χώρο του λιανικού εμπορίου οικιακών ειδών, ενώ η αναμενόμενη επέκτασή τους πρόκειται να εντείνει περισσότερο τον ανταγωνισμό τα προσεχή έτη.

Παρά τον ανταγωνισμό που αναμένεται να δεχθούν οι αλυσίδες από την πλευρά των καταστημάτων αυτής της κατηγορίας και της διευρυνόμενης παρουσίας των σούπερμάρκετ στη λιανική αγορά των χρηστικών-οικιακών ειδών, οι τάσεις συγκέντρωσης αναμένεται να ενισχυθούν και στο μέλλον. Τα πλεονεκτήματα που διαθέτουν οι οργανωμένες αλυσίδες σε επίπεδο προσφορών, δόσεων, επωνυμίας των προϊόντων και εξυπηρέτησης τις φέρνουν σε πλεονεκτική θέση έναντι των μεμονωμένων καταστημάτων. Οι τάσεις περιθωριοποίησης των τελευταίων αναμένεται να συνεχιστούν και στο μέλλον με αποτέλεσμα τη περαιτέρω διεύρυνση του μεριδίου των αλυσίδων καταστημάτων στη συνολική αγορά λιανικής των χρηστικών-οικιακών ειδών. Το έτος 2001 η συνολική αξία της λιανικής αγοράς μέσω αλυσίδων καταστημάτων διαμορφώθηκε σε € 164,3 εκ. παρουσιάζοντας αύξηση σε σχέση με το προηγούμενο έτος κατά 11,8%. Για το τρέχον έτος 2002, με βάση τις ισχύουσες συνθήκες και τάσεις το μέγεθός της αναμένεται ότι θα παρουσιάσει περαιτέρω αύξηση κατά 8,9 %, διαμορφούμενο σε €179 εκ.

Δεδομένων των σχεδίων για δημιουργία νέων καταστημάτων από την πλειοψηφία των αλυσίδων και των υπαρκτών περιθωρίων για περαιτέρω περιθωριοποίηση των μεμονωμένων καταστημάτων, παράγοντες του κλάδου προβλέπουν ότι το μέγεθος της εγχώριας αγοράς των αλυσίδων αναμένεται να κινηθεί με αυξητικούς ρυθμούς και τη διετία 2003-2004 της τάξης του 6%-8% (σε αξία) ετησίως. Η επέκταση των πωλήσεων των αλυσίδων αναμένεται να παρουσιάσει υψηλότερους ρυθμούς στην αγορά της επαρχίας, όπου η παρουσία των μεμονωμένων-αυτόνομων καταστημάτων εξακολουθεί να είναι ισχυρή.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι
ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

ICAP Α.Ε.		28/9/2002	
ΕΤΑΙΡΙΑ: 202994 AGELCO Α.Ε.			
ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	8.934.765	12.944.138	5.812.153
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	144.993	412.147	421.611
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	4.431.110	7.437.450	4.581.599
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	4.803.917	4.264.282	1.947.698
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	3.548.404	2.217.438	1.151.912
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	1.678.694	1.523.199	1.069.22
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	1.869.710	694.239	82.691
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	3.088.475	3.047.698	13.156
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	14.674	0	0
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	6.394.620	6.210.025	4.090.674
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	5.666.418	5.749.139	3.881.840
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	728.202	460.886	208.833
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	8.796.922	7.559.891	10.682.770
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	8.239.426	6.679.249	9.044.170
ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	330.382	686.559	1.625.561
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	227.115	194.084	13.039
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	817.628	532.050	1.168.921
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	24.943.935	27.246.104	21.754.518
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	11.708.007	13.251.586	10.918.794
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	14.240.646	14.240.646	5.482.025
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	90.926	90.926	5.644.261
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	2.623.564-	1.079.984-	207.491-
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	550.321	2.776.737	3.557.972
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	550.321	2.776.737	3.547.111
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	10.861
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	12.685.607	11.217.781	7.277.752
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	7.253.375	5.982.996	2.773.230
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	3.637.305	3.923.853	3.169.482
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.794.927	1.310.932	1.335.040
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	24.943.935	27.246.104	21.754.518
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	17.197.348	15.041.189	16.058.932
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	7.717.002	6.302.999	8.781.852
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	9.480.346	8.738.189	7.277.080
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	50.675	60.490	223.569
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	772.695	577.588	306.236
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	9.320.743	7.510.999	5.913.142
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	562.417-	710.092	1.281.271
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	533.277	163.043	166.483
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	883.916	787.395	704.299
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	892.066	724.261	397.796
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	892.066	724.261	397.796
ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝΩΝ			
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	913.057-	85.740	743.454
--	-----	-----	-----
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0	46.990	287.654

ΕΤΑΙΡΙΑ: 202994 AGELCO A.E.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	7,80-%	0,65%	6,81%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	1,15-%	4,14%	7,25%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	7,45-%	0,53%	5,14%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	55,13%	58,10%	45,31%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	3,26-%	4,70%	7,87%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	0,81-%	4,39%	6,45%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	5,29-%	0,57%	4,57%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	1,41 X	0,94 X	1,12 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	1,47 X	1,14 X	1,49 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	2,10 :1	1,62 :1	2,50 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,13 :1	1,06 :1	0,99 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	---	1,15 :1	3,43 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑΙΑ	0,96 :1	0,83 :1	0,75 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,26 X	1,27 X	2,19 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,74 X	0,70 X	1,63 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	3.324	3.084	8.665
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	12.258	16.028	14.477
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	175 ΗΜ.	162 ΗΜ.	206 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	172 ΗΜ.	227 ΗΜ.	132 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	302 ΗΜ.	360 ΗΜ.	170 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 2013215 BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	3.218.419	2.749.869	2.125.550
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	717.561	717.561	574.905
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	4.512.213	3.756.963	3.094.794
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	1.162.888	867.143	383.792
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	3.362.431	2.737.723	2.003.064
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	2.684.911	2.278.897	1.872.701
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	677.520	458.826	130.362
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	188.187	145.925	75.123
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	5.311.608	5.130.251	4.392.370
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	5.311.608	5.130.251	4.392.370
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	14.502.631	12.903.768	13.219.636
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	14.199.476	12.820.590	13.185.095
ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	0	10.750	10.750
ΛΟΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	303.155	72.428	23.792
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	555.503	268.514	201.658
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	23.588.161	21.052.402	19.939.213
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	8.447.931	8.002.401	7.430.477
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	463.390	463.390	463.390
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	7.984.542	7.539.011	6.967.087
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	281.994	266.462	236.522
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	281.994	266.462	236.522
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	14.858.236	12.783.539	12.272.214
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	4.488.724	4.515.727	3.314.844
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	8.163.254	7.056.992	5.500.505
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗΜΗ	293.470	293.470	1.320.616
ΛΟΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.912.788	917.350	2.136.249
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	23.588.161	21.052.402	19.939.213
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	29.866.787	26.894.612	25.180.426
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	19.061.023	17.735.938	15.647.633
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	10.805.765	9.158.674	9.532.792
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	615.745	626.674	145.758
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	301.628	280.114	141.969
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	8.775.202	7.878.327	6.646.148
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	2.344.680	1.626.905	2.890.433
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	123.323	193.274	221.778
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	411.309	423.114	284.076
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	114.367	114.368	111.137
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	636.755	725.288	353.461
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	522.388	610.920	242.324
ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝΩΝ			
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	1.942.328	1.282.697	2.716.998
--	-----	-----	-----
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	293.470	293.470	1.320.616
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	778.341	519.695	1.090.894
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 2013215 BERSON ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.&Β.Ε

ΔΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	22,99%	16,03%	36,57%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	25,70%	18,90%	37,29%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	22,25%	15,51%	35,44%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	36,18%	34,05%	37,86%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	7,69%	5,91%	11,41%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	7,36%	5,68%	11,29%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	6,37%	4,66%	10,73%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	3,49 X	3,33 X	3,30 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	3,61 X	3,44 X	3,41 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	2,88 :1	3,18 :1	3,74 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,79 :1	1,63 :1	1,68 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	7,44 :1	5,58 :1	20,14 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑΙΑ	0,97 :1	0,97 :1	0,97 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,37 X	1,43 X	1,45 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,99 X	1,02 X	1,09 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	5.512	5.519	5.541
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	8.730	8.269	7.667
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	174 ΗΜ.	174 ΗΜ.	191 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	156 ΗΜ.	145 ΗΜ.	128 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	102 ΗΜ.	106 ΗΜ.	102 ΗΜ.

1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.

ΕΤΑΙΡΙΑ: 217162 CHRIST HELLAS Μ. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	353.991	192.860	245.905
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	468.239	442.668	440.182
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	161.409	0	0
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	311.749	273.878	216.126
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	311.749	273.878	216.126
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	36.093	24.070	21.849
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1.061.770	841.473	916.035
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1.061.770	841.473	916.035
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	433.208	587.554	506.213
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	416.739	585.403	505.153
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	16.469	2.151	1.059
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	1.236.377	983.501	1.213.591
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.085.346	2.605.388	2.881.743
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	770.651	750.888	741.259
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	337.491	337.491	337.491
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	432.728	413.165	403.624
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	432	232	144
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	37.095	37.095	37.095
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	37.095	37.095	37.095
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	2.277.601	1.817.406	2.103.390
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	1.328.271	963.272	1.096.496
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗΜΗ	169.354	139.985	293.470
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	779.976	714.148	713.423
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	3.085.346	2.605.388	2.881.743
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	4.027.481	3.520.229	3.595.437
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	2.130.761	1.730.163	1.621.459
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	1.896.719	1.790.066	1.973.978
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	26.259	51.037	46.471
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	9.496	7.786	5.183
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.369.319	1.553.635	1.126.676
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	544.163	279.683	888.590
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1	55.557	68.120
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	26.787	17.183	1.036
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	47.689	65.790	68.006
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	47.689	65.790	68.006
ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝΩΝ			
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	517.377	318.057	955.674
--	-----	-----	-----
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	278.797	139.985	293.470
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	212.949	168.299	311.431
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 217162 CHRIST HELLAS M. ΠΕΣΚΕΤΖΗ - Λ. ΝΗΣΙΩΤΗ - ΒΟΤΤΑ Α.Ε.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	67,14%	42,36%	128,93%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	65,23%	41,35%	123,45%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	64,05%	40,36%	122,78%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	47,09%	50,85%	54,90%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	13,42%	7,83%	24,40%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	13,00%	9,12%	26,38%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	12,76%	8,91%	26,24%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	5,02 X	4,53 X	4,68 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	5,26 X	4,76 X	4,91 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	2,54 :1	4,67 :1	3,47 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	3,00 :1	2,47 :1	2,89 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	55,48 :1	41,85 :1	185,39 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑΑΙΑ	0,95 :1	0,95 :1	0,95 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,20 X	1,33 X	1,25 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,73 X	0,86 X	0,82 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	454	595	532
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	808	788	778
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	38 ΗΜ.	61 ΗΜ.	51 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	228 ΗΜ.	203 ΗΜ.	247 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	182 ΗΜ.	178 ΗΜ.	206 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 51865 ΙΚΙΑ Α.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	725.830	790.324	278.606
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	11.052	0	0
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	583.527	562.621	137.312
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	167.991	196.869	14.486
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	261.786	194.471	78.362
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	191.945	129.966	72.285
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	69.841	64.505	6.078
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	31.362	31.621	11.486
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	193.685	193.685	193.685
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	738.987	731.933	477.899
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	738.987	731.933	477.899
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.155.291	967.208	861.743
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	1.155.291	966.585	858.718
ΛΟΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	0	622	3.026
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	92.134	106.773	85.423
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	2.712.242	2.596.238	1.703.671
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	488.642	777.435	109.282
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	830.139	759.707	311.079
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	1.106.577	1.106.342	678.726
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	1.448.075-	1.088.612-	880.521-
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	1.409	1.461	1.461
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	440	440	440
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	968	1.021	1.021
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	2.222.192	1.817.341	1.592.927
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	1.370.175	1.205.324	1.083.143
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	647.428	540.285	438.480
ΛΟΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	204.588	71.733	71.304
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	2.712.242	2.596.238	1.703.671
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	2.850.694	1.924.478	1.637.729
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	1.768.421	1.203.815	1.179.169
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	1.082.272	720.663	458.559
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	3.869	5.576	19.117
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	161.461	146.826	156.525
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	1.213.006	854.932	565.238
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	288.326-	275.518-	244.087-
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	0	82.550	21.362
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	71.137	18.577	44.405
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	104.282	77.978	22.292
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	104.282	77.978	22.292
ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝΩΝ			
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	359.463-	211.544-	267.130-
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 51865 ΙΚΙΑ Α.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	73,56-%	27,21-%	244,44-%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	40,40-%	8,31-%	99,87-%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	73,35-%	27,16-%	241,21-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	37,97%	37,45%	28,00%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	10,10-%	14,28-%	14,73-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	6,94-%	3,35-%	6,68-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	12,59-%	10,96-%	16,12-%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	5,83 X	2,48 X	14,96 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	5,84 X	2,48 X	15,16 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	0,98 :1	1,38 :1	1,51 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	4,55 :1	2,34 :1	14,59 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	---	---	---
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,00 :1	1,00 :1	0,99 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,89 X	0,99 X	0,89 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,56 X	0,59 X	0,59 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	236-	11-	168-
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	490	779	111
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	148 ΗΜ.	183 ΗΜ.	191 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	134 ΗΜ.	164 ΗΜ.	136 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	153 ΗΜ.	222 ΗΜ.	148 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 216766 Κ - MAX Α.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	1.638.633	1.648.701	1.687.143
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	1.563.966	1.574.034	1.612.475
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	52.357	52.358	52.358
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	22.310	22.310	22.310
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1.100.010	1.294.629	1.242.013
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1.094.097	1.287.651	1.234.985
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	5.913	6.979	7.029
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	123.791	70.157	37.984
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	119.858	61.491	33.227
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	3.933	8.666	4.757
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	149.007	64.754	264.147
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.011.440	3.078.242	3.231.287
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1.327.539	1.375.528	1.447.348
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	2.641.233	2.641.233	2.641.233
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	1.313.694-	1.265.704-	1.193.883-
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.683.902	1.702.715	1.783.938
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	557.286	578.351	838.539
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	1.015.014	1.033.796	849.955
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	111.601	90.568	95.445
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	3.011.440	3.078.242	3.231.287
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	1.866.193	2.285.981	2.881.547
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	1.075.038	1.297.737	1.633.649
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	791.155	988.244	1.247.897
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	0	4.663	267
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	49.372	101.729	170.668
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	781.871	929.729	997.869
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	40.087-	38.549-	79.627
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	2.884	273	17.027
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	10.785	33.544	42.627
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	0	0	2.315
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	0	0	2.315
ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝΩΝ			
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	47.988-	71.820-	54.028
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 216766 Κ - MAX Α.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	3,61-%	5,22-%	3,73%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	0,10%	2,17%	15,52%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	3,61-%	5,22-%	3,73%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	42,39%	43,23%	43,31%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	2,15-%	1,68-%	2,76%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	0,07%	1,31%	7,80%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	2,57-%	3,14-%	1,87%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	1,41 X	1,67 X	1,99 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	1,41 X	1,67 X	1,99 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	0,82 :1	0,85 :1	0,87 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,27 :1	1,24 :1	1,23 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	0,03 :1	0,29 :1	1,32 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,00 :1	1,00 :1	1,00 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,82 X	0,84 X	0,87 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,16 X	0,07 X	0,17 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	311-	273-	240-
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	1.328	1.376	1.447
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	23 ΗΜ.	10 ΗΜ.	4 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	345 ΗΜ.	291 ΗΜ.	190 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	373 ΗΜ.	364 ΗΜ.	277 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 227409 ΝΙΚΚΟ Α.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	147.174	72.217	49.024
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	181.880	117.608	90.471
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	36.396	25.165	21.024
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	156.599	119.123	91.648
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	124.752	95.228	74.110
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	31.847	23.894	17.538
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	85.498	48.566	29.177
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1.616.031	1.775.331	915.143
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1.607.905	1.773.834	913.808
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	8.127	1.497	1.335
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	184.912	390.198	112.745
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	179.553	390.195	112.745
ΛΟΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	5.360	3	0
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	440.640	95.821	208.059
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	2.388.758	2.333.567	1.284.971
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	577.831	508.126	166.245
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	469.552	469.552	117.388
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	7.941	4.423	2.533
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	100.338	34.151	46.324
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	23.572	0
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	23.572	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.810.926	1.801.869	1.118.726
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	591.159	120.332	0
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	1.008.355	1.564.335	918.841
ΛΟΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	211.412	117.203	199.886
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	2.388.758	2.333.567	1.284.971
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	4.585.902	3.125.981	2.214.448
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	2.979.460	2.325.822	1.458.515
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	1.606.442	800.158	755.933
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	49.469	9.620	211
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	44.890	8.182	1.241
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	1.542.894	730.098	713.617
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	68.126	71.498	41.285
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	68.413	2.949	569
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	25.004	14.442	7.818
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	46.313	27.475	0
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	46.313	27.475	0
ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝΩΝ			
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	111.536	60.006	34.037
--	-----	-----	-----
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0	23.968	13.579
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 227409 ΝΙΚΚΟ Α.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	19,30%	11,81%	20,47%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	27,07%	12,82%	21,22%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	19,30%	11,29%	20,47%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	35,03%	25,60%	34,14%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	1,47%	2,28%	1,86%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	3,37%	2,17%	1,59%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	2,41%	1,91%	1,54%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	8,02 X	5,90 X	13,32 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	8,02 X	6,17 X	13,32 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	9,37 :1	22,48 :1	8,38 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	3,13 :1	3,59 :1	6,73 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	3,48 :1	8,33 :1	28,43 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,00 :1	0,96 :1	1,00 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,24 X	1,26 X	1,10 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,34 X	0,27 X	0,29 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	431	459	117
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	578	532	166
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	14 ΗΜ.	46 ΗΜ.	19 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	124 ΗΜ.	245 ΗΜ.	230 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	198 ΗΜ.	279 ΗΜ.	229 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 214698 OMNISHOP Α.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	347.193	189.265	149.682
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	491.637	266.183	181.494
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	19.076	0	0
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	202.686	116.446	68.367
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	200.583	116.446	68.367
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	2.103	0	0
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	39.166	22.624	19.651
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	0	16.904	16.904
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	812.034	971.677	631.316
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	812.034	971.677	631.316
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.172.968	1.213.024	1.298.647
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	1.172.968	1.213.024	1.255.296
ΛΟΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	0	0	43.351
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	272.278	30.418	347.272
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	2.604.473	2.404.384	2.426.917
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	91.717-	457.875	701.899
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	1.030.081	1.030.081	1.030.081
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	939	939	939
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	1.122.737-	573.144-	329.120-
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	8.046	34.665	24.414
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	8.046	34.665	24.414
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	2.688.143	1.911.844	1.700.605
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	919.241	1.017.908	908.402
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	1.680.798	842.486	739.445
ΛΟΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	88.105	51.451	52.757
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	2.604.473	2.404.384	2.426.917
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	2.095.265	2.050.236	1.988.194
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	1.452.498	1.348.660	1.389.326
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	642.767	701.576	598.867
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	79.187	81.095	149.893
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	85.203	82.536	106.060
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	1.067.453	931.642	800.725
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	430.702-	231.506-	158.024-
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	27.448	2.010	1.561
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	100.309	14.527	97.526
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	86.241	48.079	32.129
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ	86.241	48.079	32.129
ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝΩΝ			
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	503.563-	244.022-	253.989-
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 214698 OMNISHOP Α.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	---	53,29-%	36,19-%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	---	32,79-%	20,37-%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	---	49,54-%	34,97-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	30,68%	34,22%	30,12%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	19,81-%	10,86-%	7,39-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	19,24-%	7,58-%	6,92-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	23,16-%	11,45-%	11,88-%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	---	4,33 X	2,94 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	---	4,65 X	3,05 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	---	3,29 :1	6,42 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	---	4,25 :1	2,46 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	---	---	---
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	---	0,93 :1	0,97 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,84 X	1,16 X	1,34 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,54 X	0,65 X	0,94 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	431-	303	577
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	84-	493	726
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	204 ΗΜ.	216 ΗΜ.	230 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	422 ΗΜ.	228 ΗΜ.	194 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	204 ΗΜ.	263 ΗΜ.	166 ΗΜ.

1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.

ΕΤΑΙΡΙΑ: 234322 PALLET STORES A.E.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	505.914	528.194	222.920
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	679.376	577.931	177.189
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	235.958	230.838	168.596
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	488.886	360.041	156.549
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	307.079	228.927	120.364
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	181.807	131.114	36.185
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	79.466	79.466	33.685
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1.141.813	1.017.993	400.869
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1.128.599	1.008.525	396.828
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	13.215	9.467	4.041
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.588.224	104.625	53.608
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	1.575.149	98.641	47.304
ΛΟΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	13.075	5.984	6.304
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	92.100	260.138	328.948
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.328.051	1.910.949	1.006.345
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	626.605	168.326	154.383
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	586.941	146.735	146.735
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	39.613	21.558	7.639
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	51	32	9
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	32.030	1.191	164
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	32.030	1.191	164
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	2.669.415	1.741.432	851.798
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	1.428.361	743.058	367.915
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	448.732	590.010	246.210
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗΜΗ	444.050	236.831	83.903
ΛΟΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	348.273	171.533	153.770
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	3.328.051	1.910.949	1.006.345
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	25/11/1998
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	6.403.166	4.273.326	1.853.004
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	3.979.835	2.728.475	1.053.526
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	2.423.330	1.544.851	799.478
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	25.452	511	508
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	117.770	69.585	33.365
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	1.939.702	1.195.842	613.250
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	391.310	279.935	153.371
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	533	0	41
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	30.753	1.552	625
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	128.845	203.492	156.549
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	128.845	203.492	156.549
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	361.090	278.383	152.787
--	-----	-----	-----
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	207.219	152.927	83.903
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	135.798	111.513	61.236
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 234322 PALLET STORES A.E.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	57,63%	165,38%	98,97%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	72,70%	205,27%	120,45%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	54,82%	164,22%	98,86%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	37,85%	36,15%	43,14%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	6,09%	6,55%	8,27%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	7,45%	8,14%	10,04%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	5,62%	6,51%	8,24%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	9,76 X	25,21 X	11,99 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	10,26 X	25,39 X	12,01 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	1,54 :1	0,38 :1	0,82 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	4,31 :1	10,35 :1	5,52 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	4,07 :1	5,00 :1	5,58 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,95 :1	0,99 :1	1,00 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,06 X	0,79 X	0,92 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,62 X	0,21 X	0,44 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	153	359-	68-
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	659	170	155
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	90 ΗΜ.	8 ΗΜ.	9 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	41 ΗΜ.	79 ΗΜ.	85 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	105 ΗΜ.	136 ΗΜ.	139 ΗΜ.

1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.

ΕΤΑΙΡΙΑ: 162007 VEFA'S HOUSE Ε.Π.Ε

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	97.465	109.092	72.625
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	217.520	198.729	131.290
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	8.132	7.483	5.467
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	133.228	102.163	66.357
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	126.710	96.696	60.889
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	6.519	5.467	5.467
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	5.040	5.042	2.225
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	353.390	277.303	342.503
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	353.390	277.303	342.503
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	486.350	493.177	324.517
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	486.350	493.177	324.517
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	117.339	20.989	111.759
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.054.544	900.561	851.404
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	161.032	160.241	155.839
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	146.735	146.735	146.735
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	14.297	13.506	9.103
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	6.197	872	872
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	6.197	872	872
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	887.315	739.448	694.694
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	407.896	277.869	212.050
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	422.438	376.649	436.364
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	56.981	84.930	46.280
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	1.054.544	900.561	851.404
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	1.510.369	1.481.297	1.178.712
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	921.051	867.222	651.525
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	589.318	614.075	527.187
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	19.782	42.395	56.343
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	42.398	35.058	41.614
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	546.754	538.858	516.370
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	19.947	82.553	25.547
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	2.839	0	197
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	6.940	0	2.829
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	0	1.423	0
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	1.423	0
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	15.846	82.553	22.914
--	-----	-----	-----
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	11.345	63.486	17.561
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	3.709	14.668	4.179
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 162007 VEFA'S HOUSE Ε.Π.Ε**ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ**

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	9,84%	51,52%	14,70%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	34,83%	73,00%	41,18%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	9,48%	51,24%	14,62%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	39,02%	41,46%	44,73%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	1,30%	5,42%	2,07%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	3,81%	7,72%	5,22%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	1,04%	5,42%	1,86%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	9,15 X	9,46 X	7,88 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	9,50 X	9,51 X	7,93 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	1,81 :1	1,55 :1	2,23 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	5,55 :1	4,62 :1	4,46 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	1,37 :1	3,35 :1	1,55 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,96 :1	0,99 :1	0,99 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,08 X	1,07 X	1,12 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,68 X	0,70 X	0,63 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	70	52	84
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	167	161	157
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	118 ΗΜ.	122 ΗΜ.	100 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	167 ΗΜ.	159 ΗΜ.	244 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	140 ΗΜ.	117 ΗΜ.	192 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 217652 ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ, ΕΜΜ., Α.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	2.487.397	2.449.403	803.081
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	336.092	336.091	240.065
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	1.493.935	1.280.285	894.295
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	39.068	39.070	25.435
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	709.640	525.209	386.418
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	690.521	512.070	377.570
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	19.119	13.139	8.848
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	64.846	56.070	29.705
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	1.263.096	1.263.096	0
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1.206.583	1.108.831	876.687
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1.187.526	1.082.057	865.491
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	19.057	26.773	11.196
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	2.389.252	1.039.598	1.725.412
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	1.899.377	754.066	579.331
ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	0	0	255.319
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	489.875	285.532	890.762
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	448.932	476.475	1.105.547
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	6.532.163	5.074.307	4.510.726
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1.803.671	1.828.202	1.790.342
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	1.565.723	1.565.723	1.565.723
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	237.948	223.868	44.170
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	0	38.612	180.449
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	2.386	5.010	2.386
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	2.386	5.010	2.386
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	4.726.106	3.241.095	2.717.999
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	832.086	315.413	0
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	3.040.829	2.241.596	2.126.873
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗΜΗ	306.159	297.579	46.075
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	547.033	386.506	545.051
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	6.532.163	5.074.307	4.510.726
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	7.666.844	5.400.164	4.297.802
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	4.783.882	3.300.954	2.641.106
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	2.882.962	2.099.211	1.656.696
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	75.384	135.014	32.775
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	97.094	0	652
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	2.391.389	1.980.810	1.241.643
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	469.863	253.415	447.175
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	13.704	29.335	5.655
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	32.961	9.520	4.540
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	158.420	88.622	100.995
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	158.420	88.622	100.995
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	450.605	273.230	448.291
--	-----	-----	-----
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	306.159	297.579	0
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	168.977	109.291	169.417

ΕΤΑΙΡΙΑ: 217652 ΑΝΔΡΕΑΔΗΣ, ΕΜΜ., Α.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	24,98%	14,95%	25,04%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	30,33%	14,90%	25,04%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	24,95%	14,90%	25,01%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	37,60%	38,87%	38,55%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	6,07%	4,58%	10,33%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	7,07%	4,94%	10,37%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	5,82%	4,94%	10,35%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	4,29 X	3,02 X	2,42 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	4,29 X	3,03 X	2,42 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	1,56 :1	1,62 :1	2,32 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2,62 :1	1,78 :1	1,52 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	5,64 :1	---	688,56 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,00 :1	1,00 :1	1,00 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,86 X	0,81 X	1,36 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,50 X	0,38 X	0,71 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	681-	616-	990
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	1.806	1.833	1.793
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	90 ΗΜ.	51 ΗΜ.	49 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	232 ΗΜ.	248 ΗΜ.	294 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	92 ΗΜ.	123 ΗΜ.	121 ΗΜ.

1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.

ΕΤΑΙΡΙΑ: 239482 ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	30/6/2001	30/6/2000
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	937.177	823.595
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	1.012.420	751.340
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	57.905	57.171
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ		
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	214.679	59.428
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	196.657	52.810
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	18.022	6.618
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ		
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	81.532	74.512
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1.670.662	1.427.114
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1.670.662	1.427.114
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	530.867	550.718
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	522.157	550.718
ΛΟΠΙΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	8.710	0
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	255.551	528.508
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.394.257	3.329.934
--	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ		
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	456.587	45.761
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	1.614.087	293.470
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	601.614	293.470
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	1.759.113-	541.179-
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	298.357	319.439
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	264.382	319.439
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	33.975	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	2.639.313	2.964.734
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	920.745	656.555
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	1.571.111	2.236.707
ΛΟΠΙΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	147.457	71.472
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	3.394.257	3.329.934
--	-----	-----
	1/7/2000	24/12/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	30/6/2001	30/6/2000
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	2.904.584	1.242.192
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	1.604.546	731.299
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	1.300.038	510.894
--	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	6.257	226
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	98.715	86.245
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	2.405.811	966.307
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	1.198.229-	541.431-
--	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.629	252
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	21.332	0
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	156.158	55.181
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	156.158	55.181
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	1.217.933-	541.179-
--	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 239482 ΔΙΑΦΑΝΟ Α.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	266,75-%	1182,62-%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	148,25-%	124,57-%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	161,33-%	148,19-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	44,76%	41,13%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	41,16-%	43,58-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	38,45-%	36,62-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	41,84-%	43,56-%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	3,86 X	3,40 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ		
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	6,38 X	27,15 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	0,88 :1	0,49 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	6,43 :1	71,77 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	---	---
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,60 :1	0,13 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,93 X	0,85 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,29 X	0,36 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	182-	458-
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	755	365
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	66 ΗΜ.	162 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	357 ΗΜ.	---
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	380 ΗΜ.	712 ΗΜ.

1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.

ΕΤΑΙΡΙΑ: 2025080 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	270.692	629.999	504.766
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	0	54.383	44.942
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	307.286	618.718	509.679
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	163.936	159.827	129.024
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	202.309	204.643	179.310
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	107.215	121.940	106.615
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	95.094	82.703	72.696
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.780	1.714	431
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	668.806	832.414	783.211
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	665.579	826.336	779.982
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	3.227	6.078	3.228
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	653.068	235.795	250.489
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	653.068	235.795	250.489
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	22.976	32.161	6.753
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.615.542	1.730.368	1.545.218
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	588.265	689.799	749.373
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	588.114	588.114	588.114
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	266.531	266.533	161.259
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	266.381-	164.847-	0
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	12.935	12.933	12.933
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	12.935	12.933	12.933
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.014.343	1.027.636	782.911
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	518.009	557.775	463.316
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	455.224	428.252	264.558
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗΜΗ	0	0	8.804
ΛΟΠΙΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	41.109	41.608	46.233
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	1.615.542	1.730.368	1.545.218
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	1.509.958	1.620.293	1.765.605
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	998.198	1.043.748	1.107.240
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	511.760	576.546	658.365
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	17.608	23.331	13.353
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	51.328	44.426	51.134
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	657.196	648.021	614.923
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	179.156-	92.568-	5.661
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	98.855	528	17.978
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	654	56.921	4.992
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	22.717	19.551	16.361
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	22.717	19.551	16.361
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	80.954-	148.962-	18.647
--	-----	-----	-----
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	0	8.804
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0	0	7.457

ΕΤΑΙΡΙΑ: 2025080 ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΡΥΣΤΑΛΛΩΝ Α.Ε.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	13,76-%	21,59-%	2,49%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	4,93-%	14,88-%	9,15%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	13,47-%	21,20-%	2,45%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	33,89%	35,58%	37,29%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	11,73-%	5,63-%	0,32%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	1,94-%	6,36-%	3,92%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	5,30-%	9,06-%	1,05%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	2,54 X	2,34 X	2,33 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	2,60 X	2,38 X	2,37 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	2,24 :1	1,12 :1	1,51 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,75 :1	1,51 :1	1,06 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	---	---	1,36 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,98 :1	0,98 :1	0,98 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,33 X	1,07 X	1,33 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,67 X	0,26 X	0,33 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	331	73	258
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	601	703	762
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	158 ΗΜ.	53 ΗΜ.	52 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	166 ΗΜ.	150 ΗΜ.	87 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	245 ΗΜ.	291 ΗΜ.	258 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 216299 ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	139.522	146.433	137.544
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	230.167	210.679	177.673
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	0	1.353	1.353
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	110.706	86.541	61.106
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	110.706	85.189	60.023
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	0	1.353	1.083
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	20.061	20.942	19.624
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	510.987	607.284	564.150
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	510.987	607.284	564.150
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	137.844	94.025	92.781
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	137.844	91.023	83.938
ΛΟΠΙΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	0	3.002	8.842
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	478.051	303.516	265.987
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.266.404	1.151.258	1.060.461
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	332.582	355.043	354.952
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	352.164	352.164	352.164
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	2.863	2.861	2.747
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	22.445-	18	41
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	6.307
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	0	0	6.307
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	933.822	796.214	699.202
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	258.300	110.404	153.635
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	611.742	625.139	494.920
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗΜΗ	0	2.219	3.522
ΛΟΠΙΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	63.779	58.453	47.125
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	1.266.404	1.151.258	1.060.461
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	1.451.507	1.417.203	1.348.678
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	869.343	852.329	791.084
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	582.164	564.875	557.594
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	446	0	0
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	26.395	23.228	17.623
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	579.565	547.733	531.073
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	23.350-	6.086-	8.898
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.233	12.522	1.423
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	346	2.583	4.073
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	26.208	25.435	25.743
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	26.208	25.435	25.743
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	22.462-	3.853	6.248
--	-----	-----	-----
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	0	2.219	3.522
ΦΟΡΟΣ ΕΙΔΟΔΗΜΑΤΟΣ	0	1.541	2.500
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 216299 ΕΡΜΕΙΟΝ Α.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	6,75-%	1,09%	1,76%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	1,18%	7,63%	6,61%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	6,75-%	1,09%	1,73%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	40,11%	39,86%	41,34%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	1,61-%	0,43-%	0,66%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	0,27%	1,91%	1,77%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	1,55-%	0,27%	0,46%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	4,37 X	3,99 X	3,73 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	4,37 X	3,99 X	3,80 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	2,78 :1	2,83 :1	3,06 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2,81 :1	2,24 :1	1,99 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	0,15 :1	1,17 :1	1,35 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,00 :1	1,00 :1	0,98 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,21 X	1,26 X	1,32 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,66 X	0,50 X	0,50 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	193	209	224
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	333	355	361
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	35 ΗΜ.	23 ΗΜ.	23 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	257 ΗΜ.	268 ΗΜ.	228 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	215 ΗΜ.	260 ΗΜ.	260 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 2000839 ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ, ΑΘΑΝ.,ΥΙΟΙ, Α.Ε.Β.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	705.991	137.470	135.569
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	113.186	41.118	29.371
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	782.413	324.141	300.649
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	96.234	25.444	15.583
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	289.729	256.995	213.699
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	269.752	241.350	198.219
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	19.977	15.645	15.481
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	3.886	3.762	3.665
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	428.382	444.511	430.662
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	407.781	429.987	421.714
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	20.601	14.524	8.948
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	271.323	207.439	134.110
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	270.848	206.993	131.701
ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	123	123	1.526
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	352	323	883
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	110.025	80.810	158.685
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.515.721	870.230	859.026
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	215.688	313.098	325.379
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	261.453	261.453	261.453
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	123.928	123.930	109.180
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	169.693-	72.284-	45.252-
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	254.699	8.185	8.185
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	246.515	0	0
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	8.184	8.185	8.185
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.045.334	548.948	525.461
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	88.041	88.041	44.719
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	849.422	362.600	391.040
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	107.871	98.307	89.702
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	1.515.721	870.230	859.026
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	1.350.314	1.178.471	1.229.602
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	840.140	710.462	731.827
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	510.174	468.009	497.775
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	563	1.793	8.050
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	6.686	8.511	816
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	593.676	493.579	496.593
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	89.626-	32.287-	8.417
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	217	5.359	2.043
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	8.000	103	276
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	32.735	30.019	32.963
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	32.735	30.019	32.963
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	97.409-	27.031-	10.183
--	-----	-----	-----
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0	0	1.103
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 2000839 ΖΟΥΛΟΒΙΤΣ, ΑΘΑΝ.,ΥΙΟΙ, Α.Ε.Β.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	45,16-%	8,63-%	3,13%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	19,29-%	5,76-%	3,30%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	20,71-%	8,41-%	3,05%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	37,78%	39,71%	40,48%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	6,63-%	2,74-%	0,68%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	6,72-%	1,57-%	0,89%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	7,21-%	2,29-%	0,82%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	2,87 X	3,67 X	3,71 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	6,26 X	3,77 X	3,80 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	0,67 :1	2,40 :1	2,53 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	6,03 :1	1,78 :1	1,64 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	---	---	13,48 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,46 :1	0,97 :1	0,98 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,77 X	1,33 X	1,38 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,36 X	0,52 X	0,56 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	236-	184	198
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	470	321	334
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	73 ΗΜ.	64 ΗΜ.	39 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	369 ΗΜ.	186 ΗΜ.	195 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	186 ΗΜ.	228 ΗΜ.	215 ΗΜ.

1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.

ΕΤΑΙΡΙΑ: 51212 ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	358.267	86.682	139.759
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	172.151	131.255	96.467
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣ	598.490	302.204	282.251
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	444.509	370.037	257.191
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	117.216	88.669	65.729
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	327.293	281.368	191.463
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	32.135	23.260	18.233
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	205.113	102.973	108.681
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	205.113	102.973	108.681
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	858.258	1.156.801	888.534
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	856.124	1.145.655	887.698
ΛΟΠΙΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	2.134	11.146	836
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	135.655	91.231	83.704
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.557.294	1.437.687	1.220.678
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	516.080	387.798	268.185
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	780.000	763.023	586.941
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	263.920-	375.224-	318.755-
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	130.668	92.537	92.537
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	130.668	92.537	92.537
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	910.545	957.353	859.956
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	271.133	242.632	215.768
ΛΟΠΙΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	639.413	714.720	644.188
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	1.557.294	1.437.687	1.220.678
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	8.406.458	7.447.519	6.848.939
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	5.579.624	5.304.029	4.947.979
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	2.826.834	2.143.489	1.900.960
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΞΟΔΑ	449	9.952	2.556
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	3.327	4.693	4.927
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	2.678.897	2.212.499	1.800.916
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	145.060	63.750-	97.673
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	4.773	7.501	5.963
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	38.529	220	31.888
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	74.472	112.845	125.981
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	74.472	112.845	125.981
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	111.305	56.469-	71.748
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 51212 ΙΩΝΙΑ Α.Β.Ε.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	21,57%	14,56-%	26,75%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	17,72%	10,78-%	21,26%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	17,21%	11,76-%	19,89%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	33,63%	28,78%	27,76%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟ	1,73%	0,85-%	1,43%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	1,36%	0,69-%	1,12%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	1,32%	0,76-%	1,05%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦ.	13,00 X	15,53 X	18,99 X
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦ.	16,29 X	19,23 X	25,55 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	1,98 :1	7,57 :1	2,97 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2,02 :1	2,71 :1	3,55 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	34,46 :1	---	15,56 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,80 :1	0,81 :1	0,74 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,32 X	1,41 X	1,26 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,09 X	1,29 X	1,13 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ - ΣΕ € '000	288	394	221
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ - ΣΕ € '000	647	480	361
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	37 ΗΜ.	56 ΗΜ.	47 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	18 ΗΜ.	17 ΗΜ.	16 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	13 ΗΜ.	7 ΗΜ.	8 ΗΜ.

1= ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2=ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.

ΕΤΑΙΡΙΑ: 2040680 ΚΑΖΑΚΙΑΗΣ, ΣΤ., Α.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	1.643.131	1.606.480	1.268.898
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	1.834.830	1.763.334	1.524.872
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	238.456	237.796	142.876
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	430.155	394.650	398.850
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	382.177	355.598	359.798
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	47.978	39.052	39.052
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1.518.318	1.399.789	1.466.591
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1.518.318	1.399.789	1.466.591
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	497.764	527.299	512.461
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	497.764	527.299	512.461
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	64.345	303.234	112.411
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	3.723.559	3.836.801	3.360.361
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2.382.130	2.381.271	1.748.901
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	2.201.027	2.201.027	1.716.801
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	181.103	180.244	32.100
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	172.365	197.825	262.844
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	163.950	189.412	254.430
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	8.415	8.414	8.414
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.169.063	1.257.705	1.348.616
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.169.063	1.257.705	1.348.616
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	3.723.559	3.836.801	3.360.361
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	2.024.122	1.885.470	1.893.591
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	1.223.460	1.135.519	1.085.054
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	800.662	749.952	808.537
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	64.499	18.489	0
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	70.574	102.210	94.004
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	707.154	625.937	666.195
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	87.434	40.293	48.337
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	11.059	2.503	1.280
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	37.312	10.031	7.953
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	35.504	0	10.072
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	35.504	0	10.072
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	25.676	32.766	31.592
--	-----	-----	-----
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	15.187	18.600	18.007
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	9.628	13.106	12.637
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 2040680 ΚΑΖΑΚΙΔΗΣ, ΣΤ., Α.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	1,08%	1,38%	1,81%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	3,77%	5,23%	6,24%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	1,01%	1,27%	1,57%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	39,56%	39,78%	42,70%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	4,19%	2,12%	2,55%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	4,61%	7,09%	6,63%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	1,23%	1,72%	1,67%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	0,82 X	0,74 X	0,94 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	0,88 X	0,80 X	1,08 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	1,55 :1	1,61 :1	1,59 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,56 :1	0,61 :1	0,92 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	1,36 :1	1,32 :1	1,34 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,93 :1	0,92 :1	0,87 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,78 X	1,77 X	1,55 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,06 X	0,24 X	0,08 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	911	973	743
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	2.554	2.579	2.012
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	---	---	---
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	---	---	---
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	453 ΗΜ.	450 ΗΜ.	493 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 248157 ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ, Π., Α.Ε.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ (€)

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ 31/12/2001

ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	718.135
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	925.157
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	274.144
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	556.543
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	528.426
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠ.	28.117
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	75.377
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1.002.752
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1.002.752
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	171.298
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	171.298
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	858.633
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	2.750.818

ΠΑΘΗΤΙΚΟ

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	305.709
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	300.000
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	5.709
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	2.445.109
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	154.225
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	1.977.161
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	37.858
ΛΟΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	275.865
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	2.750.818

1/1/2001

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ

31/12/2001

ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	5.709.680
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	3.932.108
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	1.777.572

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	8.619
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	1.600.834
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	168.120

ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	179.008
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	179.008
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	168.120

ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	37.858
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	70.748

ΕΤΑΙΡΙΑ: 248157 ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ, Π., Α.Ε.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

2001

ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	54,99%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	57,81%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	54,99%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	31,13%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	2,94%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	3,10%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	2,94%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦ.	18,68 X
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦ.	18,68 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.Π	0,48 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	8,00 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	20,51 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,00 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,83 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,42 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	412-
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	306
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	11 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	184 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	93 ΗΜ.

1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.

ΕΤΑΙΡΙΑ: 36772 ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	115.207	90.045	91.422
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	253.440	202.110	178.776
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	8.426	8.426	7.431
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	150.896	124.728	99.023
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	143.466	117.297	91.592
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	7.431	7.431	7.431
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	4.238	4.238	4.238
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	568.355	563.093	510.374
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	568.355	563.093	510.374
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	719.322	865.324	832.079
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	719.322	865.324	832.079
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	62.122	47.528	161.441
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.465.006	1.565.990	1.595.316
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	283.166	277.594	253.588
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	293.470	293.470	293.470
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	29.229	29.230	29.230
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	39.533-	45.105-	69.111-
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	722.058	733.676	0
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	722.058	733.676	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	459.782	554.720	1.341.729
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	23.624	89.611	859.393
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	325.750	353.984	388.085
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	110.409	111.125	94.251
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	1.465.006	1.565.990	1.595.316
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	1.433.211	1.419.064	1.387.437
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	860.183	822.632	775.748
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	573.028	596.431	611.689
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	16.045	0	1.071
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	33.822	2.448	42.087
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	524.300	544.273	404.176
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	30.951	49.711	166.497
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	396	0	0
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	205.781
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	25.774	25.705	26.418
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	25.774	25.705	26.418
--	5.574	24.006	65.701-

ΕΤΑΙΡΙΑ: 36772 ΜΙΝΑΡΕΤΖΗΣ ΚΡΥΣΤΑΛ ΠΡΙΣΜΑ Α.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	1,97%	8,65%	25,91-%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	3,92%	2,62%	9,31-%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	0,55%	2,37%	25,91-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	39,98%	42,03%	44,09%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	2,14%	3,50%	11,99%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	2,72%	1,86%	1,70-%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	0,38%	1,69%	4,73-%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	1,44 X	1,40 X	5,48 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	5,12 X	5,11 X	5,48 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	9,06 :1	11,79 :1	2,91 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	4,17 :1	4,64 :1	5,29 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	1,16 :1	10,81 :1	---
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,28 :1	0,27 :1	1,00 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	2,94 X	2,66 X	1,12 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,70 X	1,65 X	0,74 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	890	921	162
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	1.005	1.011	254
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	183 ΗΜ.	223 ΗΜ.	219 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	138 ΗΜ.	157 ΗΜ.	183 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	241 ΗΜ.	250 ΗΜ.	240 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 226579 ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	330.454	338.638	113.749
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	423.305	383.454	136.053
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	6.891	6.891	6.891
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	129.314	76.552	40.725
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	122.998	71.613	37.165
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	6.317	4.939	3.560
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	29.572	24.845	11.530
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	353.145	365.817	202.192
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	353.145	365.817	202.192
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	138.170	210.286	85.373
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	138.170	210.286	85.373
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	371.387	81.676	157.767
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.193.156	996.417	559.081
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	63.273	138.442	124.094
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	96.845	96.845	96.845
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	2.348	2.348	0
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	35.920-	39.249	27.249
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	9.117	5.708	0
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	9.117	5.708	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.120.765	852.267	434.988
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	1.007.428	801.212	349.564
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	113.337	51.055	85.423
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	1.193.156	996.417	559.081
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	984.590	838.867	629.825
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	520.938	438.820	332.540
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	463.652	400.047	297.285
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	22.545	48.660	19.900
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	6.670	6.216	4.293
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	550.570	392.989	252.599
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	71.044-	49.503	60.293
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	2.253	602	916
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	6.377	5.238	6.477
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	57.703	29.508	25.332
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	57.703	29.508	25.332
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	75.167-	44.866	54.732
--	-----	-----	-----
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	0	13.426	16.379
	-	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 226579 ΜΠΑΚΑΡΑ ΕΛΛΑΣ Ε.Π.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	118,80-%	32,41%	44,11%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	94,62-%	35,44%	47,57%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	103,83-%	31,12%	44,11%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	47,09%	47,69%	47,20%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	7,05-%	5,58%	9,28%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	6,80-%	5,76%	9,08%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	7,46-%	5,06%	8,42%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	13,91 X	6,16 X	5,24 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	15,92 X	6,41 X	5,24 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	0,24 :1	0,46 :1	1,21 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	17,86 :1	6,20 :1	3,51 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	---	8,22 :1	13,75 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,87 :1	0,96 :1	1,00 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,77 X	0,77 X	1,02 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,45 X	0,34 X	0,56 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	258-	194-	10
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	72	144	124
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	51 ΗΜ.	91 ΗΜ.	49 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	706 ΗΜ.	666 ΗΜ.	384 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	247 ΗΜ.	304 ΗΜ.	222 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 2059910 ΜΠΕΝΡΟΥΜΠΗ, Χ., & ΥΙΟΣ Α.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	10.005.515	10.232.517	9.598.858
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	2.017.063	2.017.062	1.536.288
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	10.180.616	9.897.051	9.737.224
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	717.228	714.087	703.569
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	7.764.171	7.248.511	6.717.324
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	7.089.154	6.592.252	6.090.644
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	675.017	656.258	626.679
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	18.755	16.804	21.990
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	4.836.023	4.836.023	4.317.112
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	5.073.069	4.707.202	3.854.436
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	5.073.069	4.707.202	3.854.436
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	13.930.336	10.583.809	10.064.561
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	10.919.233	9.468.109	7.710.301
ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	2.705.757	763.712	2.193.467
ΛΟΠΙΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	305.346	351.988	160.792
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	186.260	683.175	385.508
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	29.195.180	26.206.703	23.903.363
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	20.853.313	20.073.805	19.376.382
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	8.027.955	7.731.944	7.606.750
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	12.825.358	12.341.861	11.769.632
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	2.474	2.365	591.927
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	2.474	2.365	591.927
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	8.339.393	6.130.533	3.935.055
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	2.536.146	1.483.762	0
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	1.078.672	958.647	667.721
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	2.720.510	2.432.807	1.797.957
ΛΟΠΙΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	2.004.065	1.255.316	1.469.376
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	29.195.180	26.206.703	23.903.363
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	19.032.743	16.722.744	15.163.789
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	12.961.005	11.990.207	10.639.780
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	6.071.738	4.732.537	4.524.009
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	1.103.579	1.069.643	618.480
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	93.077	30.853	3.481
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	5.140.468	4.068.185	3.138.480
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	1.941.772	1.703.143	2.000.528
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	1.902.509	1.214.383	599.363
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	262.397	524.214	223.008
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	521.997	567.959	636.983
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	521.997	567.959	636.983
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	3.581.885	2.393.312	2.376.883
--	-----	-----	-----
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	1.884.773	1.932.986	0
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	1.022.206	685.200	825.629
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 2059910 ΜΠΕΝΡΟΥΜΠΗ, Χ., & ΥΙΟΣ Α.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	17,18%	11,92%	12,27%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	17,62%	12,07%	11,92%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	17,17%	11,92%	11,90%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	31,90%	28,30%	29,83%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	9,64%	9,57%	12,68%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	18,25%	13,62%	15,08%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	17,79%	13,45%	15,06%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	0,97 X	0,89 X	0,79 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	0,97 X	0,89 X	0,81 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	4,05 :1	3,73 :1	3,80 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,40 :1	0,31 :1	0,23 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	39,48 :1	78,57 :1	683,82 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,00 :1	1,00 :1	0,97 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	2,30 X	2,61 X	3,64 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,66 X	1,78 X	2,61 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	10.850	9.844	10.369
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	20.856	20.076	19.968
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	209 ΗΜ.	207 ΗΜ.	186 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	30 ΗΜ.	29 ΗΜ.	23 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	143 ΗΜ.	143 ΗΜ.	132 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 41884 ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2000	31/12/1999	31/12/1998
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	248.983	111.589	115.677
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	20.380	20.380	20.382
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	386.206	244.789	246.230
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	157.603	153.580	150.935
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	157.603	153.580	150.935
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	763.189	543.799	403.859
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	762.315	541.304	403.859
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	874	2.494	0
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	71.881	99.963	83.677
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	42.584	53.812	44.610
ΧΡΕΩΓΡΑΦΑ	29.297	40.924	39.067
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	0	5.227	0
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	163.303	97.642	108.358
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	1.247.356	852.993	711.572
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	241.003	239.536	237.761
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	234.776	234.776	234.776
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	6.227	4.760	2.985
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.006.352	613.457	473.811
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	485.553	362.540	200.379
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	478.042	204.649	237.579
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	42.757	46.268	35.853
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	1.247.356	852.993	711.572
--	-----	-----	-----
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	914.091	561.415	705.189
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	488.044	270.252	388.698
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	426.046	291.163	316.490
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	15.906	8.144	13.896
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	395.040	268.539	294.456
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	46.912	30.769	35.930
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	-----	-----	-----
--	0	28.080	0
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	0	0	0
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	4.158	8.507	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	4.158	8.507	0
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	46.912	58.848	35.930
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	-----	-----	-----
--	27.844	33.544	0
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	17.592	23.539	0
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	914.091	561.415	705.189
--	-----	--	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 41884 ΜΥΛΩΝΑΚΗΣ Α.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	19,47%	24,57%	15,11%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	19,47%	24,57%	15,11%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	19,47%	24,57%	15,11%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	46,61%	51,86%	44,88%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	5,04%	5,40%	5,00%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	5,04%	10,33%	5,00%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	5,04%	10,33%	5,00%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ			
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	3,86 X	2,38 X	3,02 X
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	0,97 :1	2,15 :1	2,06 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	4,18 :1	2,56 :1	1,99 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	---	---	---
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,00 :1	1,00 :1	1,00 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,99 X	1,21 X	1,26 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,23 X	0,31 X	0,41 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	8-	128	122
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	241	240	238
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	17 ΗΜ.	35 ΗΜ.	23 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	358 ΗΜ.	276 ΗΜ.	223 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	571 ΗΜ.	734 ΗΜ.	379 ΗΜ.

1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.

ΕΤΑΙΡΙΑ: 2000272 ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ "ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ" Α.Ε.Β.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	8.663.143	7.896.781	6.655.985
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	928.504	928.505	850.891
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	8.138.131	6.921.620	5.742.624
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	843.585	337.740	141.315
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	3.395.587	2.451.463	1.818.236
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	3.110.250	2.404.822	1.693.007
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	285.337	46.641	125.230
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	209.376	221.244	158.028
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	1.939.133	1.939.134	1.581.365
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	3.909.231	3.126.277	2.300.778
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	3.909.231	3.126.277	2.300.778
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	5.754.069	4.869.450	5.445.908
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	5.663.830	4.809.614	5.209.001
ΛΟΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	90.239	59.836	236.907
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	1.191.297	779.545	916.346
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	19.517.740	16.672.053	15.319.017
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	7.402.646	5.933.937	5.067.853
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	401.538	398.603	398.603
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	7.001.109	5.535.334	4.669.250
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	95.024	105.315	96.440
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	0	8.434	0
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	95.024	96.880	96.440
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	12.020.069	10.632.801	10.154.723
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	1.858.861	1.847.131	842.747
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	5.540.423	4.968.951	3.734.354
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ.-ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	880.411	1.467.351	2.347.762
ΛΟΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	3.740.374	2.349.368	3.229.861
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	19.517.740	16.672.053	15.319.017
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	21.655.422	19.399.909	20.158.764
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	11.091.459	10.054.471	11.050.767
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	10.563.962	9.345.438	9.107.997
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	430.670	408.566	339.369
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	127.240	114.257	93.086
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	6.999.524	5.823.340	4.281.004
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	3.867.868	3.816.408	5.073.277
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	113.655	96.927	139.363
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	172.495	308.117	358.500
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	948.739	622.747	464.232
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	948.739	622.747	464.232
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	3.809.028	3.605.218	4.854.139
--	-----	-----	-----
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	880.411	1.467.351	2.347.762
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	1.408.026	1.457.761	1.950.213
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 2000272 ΟΙΚΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ "ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ" Α.Ε.Β.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	51,45%	60,76%	95,78%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	52,50%	61,59%	95,80%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	50,80%	59,70%	93,99%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	48,78%	48,17%	45,18%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	17,51%	19,27%	24,75%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	17,82%	18,78%	24,14%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	17,25%	18,20%	23,68%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	2,95 X	3,28 X	3,97 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	2,98 X	3,34 X	4,04 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	1,15 :1	1,05 :1	1,05 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,64 :1	1,81 :1	2,02 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	30,94 :1	32,55 :1	53,15 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,99 :1	0,98 :1	0,98 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,90 X	0,83 X	0,85 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,57 X	0,53 X	0,60 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	1.165-	1.858-	1.492-
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	7.498	6.039	5.164
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	95 ΗΜ.	90 ΗΜ.	94 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	182 ΗΜ.	180 ΗΜ.	123 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	129 ΗΜ.	113 ΗΜ.	76 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΕΤΑΙΡΙΑ: 207546 ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.

ΤΑ ΠΟΣΑ ΣΕ	(€)	(€)	(€)
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	3.494.673	2.862.999	1.902.069
ΓΗΠΕΔΑ - ΟΙΚΟΠΕΔΑ	1.625.065	891.390	280.346
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	2.425.738	2.351.275	1.841.872
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-	380.484	280.901	178.547
ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ			
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	937.668	661.620	399.751
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	712.591	491.093	269.682
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-	225.077	170.527	130.069
ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ/ΝΗΤΟΠΟΙΗΣΕΙΣ			
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.053	1.054	1.054
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	1.650.548	1.301.130	903.448
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	1.650.548	1.301.130	903.448
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	514.685	1.198.128	1.209.015
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ-ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	514.685	1.198.128	765.209
ΛΟΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	0	0	443.806
ΤΑΜΕΙΟ - ΤΡΑΠΕΖΕΣ	34.245	8.132	91.167
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	5.694.150	5.370.389	4.105.699
--	-----	-----	-----
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2.615.570	2.946.926	2.876.059
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	2.934.703	2.934.703	2.934.703
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	236.549	236.549	1.629
ΑΔΙΑΝ. ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	555.682-	224.325-	60.272-
ΜΕΣΟ.& ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ.& ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	1.320.616	0	0
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.320.616	0	0
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.757.964	2.423.463	1.229.640
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	1.148.687	1.658.107	879.968
ΓΡΑΜ. ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	489.894	312.543	280.249
ΛΟΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	119.383	452.813	69.423
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	5.694.150	5.370.389	4.105.699
--	-----	-----	-----
	1/1/2001	1/1/2000	1/1/1999
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΕΩΣ	31/12/2001	31/12/2000	31/12/1999
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	2.794.004	2.799.172	2.549.397
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	1.619.176	1.650.028	1.554.154
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	1.174.828	1.149.145	995.243
--	-----	-----	-----
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ & ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ. ΕΣΟΔΑ	139.578	96.945	95.225
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	181.270	151.340	60.138
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	1.332.466	1.250.662	931.654
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	199.331-	155.911-	98.676
--	-----	-----	-----
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	2.280	5.708	10.459
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	78.641	13.849	28.282
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0	0	0
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	276.046	224.308	161.095
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	276.046	224.308	161.095
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	275.692-	164.052-	80.854
--	-----	-----	-----

ΕΤΑΙΡΙΑ: 207546 ΠΟΛΥΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ Α.Β.Ε.Ε.

ΑΡΙΘΜΟΔΕΙΚΤΕΣ

	2001	2000	1999
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	10,54-%	5,57-%	2,81%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	2,40-%	0,43-%	4,90%
ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	7,00-%	5,57-%	2,81%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΜΙΚΤΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	42,05%	41,05%	39,04%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ	6,79-%	5,38-%	3,73%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ²	3,22-%	0,44-%	5,33%
ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΑΘΑΡΟΥ ΚΕΡΔΟΥΣ ¹	9,40-%	5,66-%	3,06%
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ	0,75 X	0,98 X	0,92 X
ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ			
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΙΔΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ	1,12 X	0,98 X	0,92 X
ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ/ΚΑΘ.ΠΑΓΙΑ	1,13 :1	1,03 :1	1,51 :1
ΣΧΕΣΗ ΞΕΝΩΝ ΠΡΟΣ ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	1,18 :1	0,82 :1	0,43 :1
ΚΑΛΥΨΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚ. ΔΑΠΑΝΩΝ ²	---	---	2,34 :1
ΣΧΕΣΗ ΙΔΙΩΝ ΠΡΟΣ ΑΠΑΣΧ.ΚΕΦΑΛΑΙΑ	0,66 :1	1,00 :1	1,00 :1
ΓΕΝΙΚΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	1,25 X	1,03 X	1,79 X
ΑΜΕΣΗ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑ	0,31 X	0,50 X	0,70 X
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ (ΣΕ € '000)	442	84	974
ΑΠΑΣΧΟΛ.ΚΕΦΑΛΑΙΟ (ΣΕ € '000)	3.936	2.947	2.876
Μ.Ο.ΠΡΟΘΕΣ.ΕΙΣΠΡΑΞΕΩΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	67 ΗΜ.	156 ΗΜ.	110 ΗΜ.
Μ.Ο.ΠΡΟΘ.ΕΞΩΦΛ.ΠΡΟΜΗΘ.& ΠΙΣΤΩΤΩΝ	110 ΗΜ.	69 ΗΜ.	66 ΗΜ.
ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗ ΤΑΧΥΤΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	372 ΗΜ.	288 ΗΜ.	212 ΗΜ.
1 = ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ 2 =ΠΡΟ ΤΟΚΩΝ & ΠΡΟ Φ. ΕΙΣ.			

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΛΑΔΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΕΚΠΟΝΗΘΕΙ
ΑΠΟ ΤΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΜΕΛΕΤΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ICAP ΑΕ

