



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΥΓΕΙΑΣ**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: ΖΑΧΑΡΑΚΗ ΕΥΑΝΘΙΑ & ΖΑΧΑΡΑΚΗ ΘΕΜΙΣ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ: ΕΠΙΚ.ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΑΡΒΑΝΙΤΗΣ ΣΤΑΥΡΟΣ

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2013

Περιεχόμενα

Περίληπτική Αναφορά (Executive Summary).....	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	7
1.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	7
1.1.1 Νομική Μορφή της Επιχείρησης.....	7
1.1.2 Ιστορία και Πεδία δράσης της Επιχείρησης.....	7
1.1.3 Υπάρχοντα προϊόντα και υπηρεσίες της επιχείρησης.....	9
1.1.4 Οργανωτική δομή της επιχείρησης.....	10
2. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	14
2.1 ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΟΜΙΛΟΥ.....	14
2.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΟΜΙΛΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	15
ΤΑ ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΚΑΤΑ ΤΟΜΕΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΝ 1/1-30/09/2012 ΚΑΙ 1/1-30/09/2011 ΕΧΟΥΝ ΩΣ ΕΞΗΣ:.....	19
2.3 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ	20
2.3.1 ΕΙΔΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ.....	21
2.3.1.1 Κυκλοφοριακή Ρευστότητα.....	21
2.3.1.2 Άμεση Ρευστότητα.....	22
2.3.1.3 Δείκτης αμυντικού διαστήματος ή βασικό διάστημα βιωσιμότητας.....	23
2.3.1.4 Δείκτης ταχύτητας εισπράξεων απαιτήσεων.....	24
2.3.1.5 Δείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων.....	25
2.3.1.6 Δείκτης μικτού περιθωρίου.....	26
2.3.1.6 Δείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους.....	27
2.3.1.7 Ίδια προς δανειακά κεφάλαια.....	28
2.3.1.8 Δείκτης EPS.....	29
2.3.1.9 Ταμειακή ροή κατά μετοχή.....	30
2.3.1.10 Μερισματική απόδοση ιδίων κεφαλαίων.....	31
3. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	34
3.1 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ.....	34
3.1.1 Πολιτική προϊόντος.....	34
3.1.2 Τιμολογιακή πολιτική.....	35
3.1.2.1 Ιδιωτική Ασφάλιση.....	35
3.1.2.2 Δημόσια Ασφάλιση.....	35
3.1.3 Πολιτική προώθησης.....	36
4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	38
4.1 ΣΥΝΗΚΕΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ.....	38
4.1.1 Εγχώρια Αγορά.....	40
4.1.2 Αποτελέσματα Μάρκετινγκ και Πωλήσεων.....	42
4.1.3 Κλάδος δραστηριοποίησης της επιχείρησης.....	43
4.1.4 Ανάλυση ανταγωνιστών.....	44
5. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΠΙΕΣΕΙΣ ΚΛΑΔΟΥ.....	47
5.1 ΑΠΕΙΛΗ ΕΙΣΟΔΟΥ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ.....	47
5.2 ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΙΚΗ ΔΥΝΑΜΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ.....	48
5.3 ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΙΚΗ ΔΥΝΑΜΗ ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ.....	48
5.4 ΑΠΕΙΛΗ ΑΠΟ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ.....	49

5.5 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΤΙΣ ΥΠΑΡΧΟΥΣΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΝΟΣ ΚΛΑΔΟΥ	49
6. ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T.....	50
6.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΔΥΝΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΤΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΙΑΣΩ ..	50
6.2 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΑΠΕΙΛΩΝ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	51
7. ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	53
7.1 ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	53
7.2 ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	53
8. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	55
9. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΡΑΣΗΣ.....	56
9.1 ΓΕΝΙΚΑ.....	56
9.2 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	56
9.3 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ	57
9.4 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ.....	58
9.5 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗΣ	58
9.6 ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ.....	59
9.7 ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ & ΕΠΙΔΕΙΞΕΙΣ.....	60
9.8 ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	60
9.9 ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	61
10.1 ΣΤΟΧΟΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ:	62
10.2 ΑΓΟΡΑ-ΣΤΟΧΟΣ:	62
10.3 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ:.....	62
10.4 ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ:	63
10.5 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΣΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ (MEDIA PLAN).....	63
10.6 ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ.....	65
10.7 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	65
10.8 ΥΛΙΚΕΣ ΑΠΟΔΕΙΞΕΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.....	66
11. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ	68
11.1 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ.....	68
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	69
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	71
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	73

Περιληπτική Αναφορά (Executive Summary)

Στην παρούσα μελέτη γίνεται μελέτη για την εταιρία ΙΑΣΩ Α.Ε. Η επιχείρηση ανήκει στον ιατρικό κλάδο στον οποίο λόγω των εισερχόμενων ιδιωτικών κλινικών έχει αυξηθεί ο ανταγωνισμός. Το ΙΑΣΩ αποτελεί έναν από τους κύριους «παίκτες» των μαιευτικών κλινικών παρόλο το συνεχώς αυξανόμενο ανταγωνισμό. Πρόκειται για μια ανώνυμη εταιρία, η οποία απευθύνεται κυρίως σε γυναικολογικές και μαιευτικές περιπτώσεις ασθενών, αλλά έχει επεκτείνει με την πάροδο των χρόνων τη δραστηριότητάς σε ποικίλους ιατρικούς τομείς. Σκοπός της εταιρίας είναι να διατηρήσει το μερίδιο αγοράς που διακατέχει και αν είναι εφικτό να το αυξήσει. Προτεραιότητά της είναι η καλή κατάσταση του έμψυχου δυναμικού της και η αρμονία μεταξύ αυτού διότι πιστεύει ότι κάθε επιχείρηση είναι ένας ζωντανός οργανισμός που εξελίσσεται και βελτιώνεται.

Η επιχείρηση πρέπει να μελετήσει τα χρηματοοικονομικά της στοιχεία των τελευταίων ετών προκειμένου να λάβει σημαντικές αποφάσεις για την πορεία και τις στρατηγικές που θα ακολουθήσει τα επόμενα έτη. Για αυτό το λόγο συντάσσει ανά τακτά χρονικά διαστήματα επιχειρηματικά σχέδια, όπως αυτό που παρουσιάζεται στην εν λόγω εργασία.

Τέλος, παρουσιάζεται η εκτίμηση της πορείας του οργανισμού με βάσει τα αναλυθέντα στοιχεία.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Κάθε επιχείρηση ξεκινά με μια ιδέα. Άσχετα με το τι είναι αυτή η ιδέα, ένα καλά μελετημένο επιχειρηματικό σχέδιο είναι αυτό που βοηθά στο να γίνει αυτή η ιδέα πραγματικότητα. Η δημιουργία της επιχειρηματικής ιδέας είναι ένα πολύ σημαντικό πρώτο βήμα στη δημιουργία μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας. Δεν παύει όμως να είναι μόνο το πρώτο βήμα. Η επιχειρηματική ιδέα μπορεί να υλοποιηθεί μόνο αν διατυπωθεί και οργανωθεί με τον κατάλληλο τρόπο (Κεφής Β., Παπαζαχαρίου Π., 2009). Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι αυτό που δίνει τη δυνατότητα στον εμπνευστή της ιδέας να διατυπώσει και παρουσιάσει τον τρόπο υλοποίησης της σε βιώσιμη και κερδοφόρα επιχειρηματική δραστηριότητα.

Η πλήρης ανάπτυξη του επιχειρηματικού σχεδίου είναι ιδιαίτερα σημαντική τόσο για τους επιχειρηματίες όσο και για τους δυνητικούς επενδυτές. Οι επενδυτές χρειάζονται το επιχειρηματικό σχέδιο προκειμένου να αναγνωρίσουν ενδιαφέρουσες προτάσεις που θα χρηματοδοτήσουν. Οι επιχειρηματίες χρειάζονται το επιχειρηματικό σχέδιο όχι μόνο για να αναζητήσουν χρηματοδότηση αλλά και για να ξεκαθαρίσουν τη στρατηγική τους από την αρχή και για να δημιουργήσουν ένα σχέδιο/ οδηγό ανάπτυξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας τους (Κεφής Β., Παπαζαχαρίου Π., 2009). Ο επιχειρηματίας πρέπει, πριν ξεκινήσει τη διαδικασία σύνταξης του επιχειρηματικού σχεδίου, να είναι ικανός να απαντήσει σε τρία ερωτήματα που θα καθοδηγήσουν τη διαδικασία του σχεδιασμού:

- Πού βρισκόμαστε τώρα;
- Πού θέλουμε να βρεθούμε;
- Πώς θα καταφέρουμε να βρεθούμε εκεί που θέλουμε;

Το επιχειρηματικό σχέδιο (business plan) αποτελεί ένα σχέδιο που περιγράφει μια δραστηριότητα για μια συγκεκριμένη μελλοντική περίοδο. Ο όρος δραστηριότητα μπορεί να αφορά στη λειτουργία μιας νέας ή μιας ήδη υπάρχουσας μικρής ή μεγάλης επιχείρησης (Παπανδρόπουλος Αθ., Χριστίδης Κ., Golema, 2012). Μπορεί να αναφέρεται σε ολόκληρη την επιχείρηση ή σε μια συγκεκριμένη δραστηριότητα αυτής. Μπορεί τέλος να αφορά εμπορική επιχείρηση ή μη-κερδοσκοπικό οργανισμό ή φιλανθρωπικό ίδρυμα. Η μελλοντική περίοδος ορίζεται συνήθως ως τρία ή πέντε χρόνια. Μπορεί να είναι π.χ. τα τρία πρώτα χρόνια λειτουργίας μιας νέας επιχείρησης της Νέας Οικονομίας ή τα επόμενα (5) πέντε χρόνια λειτουργίας μιας υπάρχουσας παραδοσιακής επιχείρησης κ.τ.λ. (Κεφής Β., Παπαζαχαρίου Π., 2009).

Στα ακόλουθα κεφάλαια θα αναλυθεί το επιχειρηματικό σχέδιο του «ΙΑΣΩ». Συντάχθηκε στα πλαίσια εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας και δόθηκε έμφαση στον προσδιορισμό και τη μελέτη των αριθμοδεικτών, όπως αυτοί αναλύονται διεξοδικά παρακάτω.

Όπως αναφέρθηκε ήδη, το επιχειρηματικό σχέδιο είναι το έγγραφο που περιγράφει τον τρόπο διαχείρισης μιας συγκεκριμένης δραστηριότητας σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Το ύφος που θα υιοθετηθεί κατά τη συγγραφή του επιχειρηματικού σχεδίου διαφοροποιείται ανάλογα με το είδος του παραλήπτη στον οποίο απευθύνεται. Επομένως πριν τη συγγραφή ενός επιχειρηματικού σχεδίου απαραίτητος είναι ο σαφής προσδιορισμός του παραλήπτη-αναγνώστη του. Ουσιαστικά το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα εργαλείο επικοινωνίας σχεδιασμένο έτσι ώστε να μεταδίδει πληροφορίες στους πιθανούς παραλήπτες του, που μπορεί να είναι οι ακόλουθοι (Ευθύμογλου Π, Πειραιάς 2001):

Δυνητικοί επενδυτές: Το επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την άντληση εξωτερικής χρηματοδότησης. Λειτουργεί ως το όχημα με το οποίο ο επιχειρηματίας θα προσελκύσει εταιρίες κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου ή ανεξάρτητους επενδυτές (π.χ. τράπεζες, «επιχειρηματικοί άγγελοι») καθώς και νέους μετόχους σε όλες τις φάσεις της επιχειρηματικής διαδικασίας. Ένα βασικό πλεονέκτημα του επιχειρηματικού σχεδίου είναι ότι βοηθά τον επιχειρηματία να προσεγγίσει μεγάλο αριθμό δυνητικών επενδυτών με ταχύτητα, κάτι που δεν θα ήταν εύκολο χωρίς την ύπαρξη του. Για τον επενδυτή, από την άλλη πλευρά, το επιχειρηματικό σχέδιο είναι απαραίτητο καθώς του δίνει τη δυνατότητα να εκτιμήσει την επιχειρηματική πρόταση και τις δυνατότητες υλοποίησης της πριν ακόμη πραγματοποιηθεί η επένδυση. Επιπλέον, μέσω των επιχειρηματικών σχεδίων, οι επενδυτές δύνανται να αξιολογήσουν και να συγκρίνουν μεγάλο αριθμό επιχειρηματικών προτάσεων σε μικρό χρονικό διάστημα.

Επιχειρηματίας, διοικητική ομάδα, προσωπικό: Το επιχειρηματικό σχέδιο αποτελεί την γραπτή έκφραση της στρατηγικής της επιχείρησης. Ως το αποτέλεσμα μιας διαδικασίας σχεδιασμού μπορεί να βοηθήσει τον επιχειρηματία να γνωρίσει καλύτερα την επιχείρηση του και να διευκολύνει τη διοικητική ομάδα στην πορεία προς τους στόχους. Μπορεί επίσης να αποτελέσει ένα μέσο για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων καθώς και τη βάση ελέγχου και παρακολούθησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας, ύστερα από την υλοποίησή της, ώστε να διαπιστώνεται η συμμόρφωση προς την επιλεγόμενη στρατηγική. Συνοπτικά λοιπόν το επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να συμβάλλει στη συνεχή βελτίωση της επιχείρησης.

Δυνητικοί συνεργάτες: Το επιχειρηματικό σχέδιο χρησιμοποιείται ως εργαλείο προώθησης με την έννοια ότι αποτελεί μια ολοκληρωμένη παρουσίαση της επιχείρησης σε προμηθευτές, πελάτες και συνεργάτες στρατηγικής σημασίας (συμμαχίες, συγχωνεύσεις, κ.τ.λ.). Υπό αυτήν την έννοια, ένα

επιχειρηματικό σχέδιο μπορεί να χρησιμοποιηθεί και για την προσέλκυση ικανών στελεχών από την αγορά εργασίας.

Τέλος, δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις που το επιχειρηματικό σχέδιο απευθύνεται σε κρατικούς φορείς είτε με σκοπό την άντληση χρηματοδότησης, είτε ως μέσο παρουσίασης της εταιρίας για τη σύναψη συνεργασιών, κ.τ.λ.

Για τη σύνταξη του εν λόγω επιχειρηματικού πλάνου πραγματοποιήθηκε συνέντευξη με στελέχη του Ιασώ. Έμφαση δόθηκε στα δεδομένα που αφορούσαν τόσο στοιχεία της αγοράς και του εξωτερικού της περιβάλλοντος (ανταγωνιστές, οικονομική κρίση) όσο και στους χρηματοοικονομικούς δείκτες.

Από τις πληροφορίες που συλλέχθηκαν σε συνδυασμό με στοιχεία που αντλήθηκαν από το διαδίκτυο και από τη βιβλιογραφία (όπως αναφέρονται στο τέλος της εργασίας) επιτεύχθηκε η δημιουργία του επιχειρηματικού πλάνου του ομίλου Ιασώ, όπως αναλύεται στα ακόλουθα κεφάλαια. Έτσι, στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στην σημερινή κατάσταση της επιχείρησης και στην πορεία της εντός του κλάδου, στο δεύτερο κεφάλαιο αναλύεται η χρηματοοικονομική κατάσταση τόσο του ομίλου όσο και της επιχείρησης, στο τρίτο κεφάλαιο περιγράφονται οι πολιτικές που ακολουθεί και τα αποτελέσματα του Μάρκετινγκ και των πωλήσεών της. Επίσης, ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος και των πιέσεων του κλάδου αναφέρονται στο τέταρτο και πέμπτο κεφάλαιο ενώ ακολουθεί παράλληλα η ανάλυση SWOT, ο προσδιορισμός της αποστολή και των στόχων της επιχείρησης και η ακολουθούμενη επιχειρηματική στρατηγική στα κεφάλαια έξι, επτά και οχτώ αντιστοίχως. Έπειτα, περιγράφεται το συνολικό ακολουθούμενο πρόγραμμα δράσης της με το κεφάλαιο εννιά ενώ ακολουθεί μια συγκεντρωτική αναφορά των βασικών συμπερασμάτων και των εκτιμήσεων, αναφορικά με τη μελλοντική πορεία του ΙΑΣΩ στον κλάδο υγείας. Τέλος, παρουσιάζεται θεωρητικό παράρτημα σχετικό με τους αριθμοδείκτες προκειμένου για ολοκληρωμένη ενημέρωση του αναγνώστη.

1. ΑΝΑΛΥΣΗ ΥΠΑΡΧΟΥΣΑΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

1.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1.1.1 Νομική Μορφή της Επιχείρησης

Η επιχείρηση ΙΑΣΩ Α.Ε. είναι ένα από τα πιο σύγχρονα μαιευτήρια της Ευρώπης που δραστηριοποιείται στην αγορά με τον διακριτικό τίτλο ΙΑΣΩ. Επίσημη έδρα της εταιρείας είναι η Αθήνα. Αποτελεί κεφαλαιουχική εταιρεία, της οποίας το κεφάλαιο της είναι διαιρεμένο σε μετοχές. Το νομικό της πλαίσιο διαμορφώθηκε από τον κωδικοποιημένο νόμο 2190/1920 «Περί Ανωνύμων Εταιρειών», που αποτέλεσε και το επιμέρους «Δίκαιο της Α.Ε.». Σύμφωνα με το Εμπορικό Δίκαιο η Α.Ε. είναι πάντα εμπορική εταιρεία ακόμα και όταν δεν ασκεί εμπορία. Για την σύσταση της πρέπει να είναι συγκεντρωμένο το κατώτατο όριο μετοχικού κεφαλαίου (60.000 ευρώ).

Η Ανώνυμη Εταιρεία πρέπει να διατηρεί ορισμένες διατυπώσεις δημοσιότητας, οι οποίες προστατεύουν τους καλόπιστους τρίτους και τους συναλλασσόμενους. Μέσα σε αυτές είναι η δημοσίευση των ετήσιων αποτελεσμάτων κατά ορισμένο τρόπο (δηλ. τον Ισολογισμό, τα Αποτελέσματα Χρήσεως και Αποτελέσματα Διαθέσεως τηρώντας το Ελληνικό Γενικό Λογιστικό Σχέδιο) στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως και σε μία πολιτική εφημερίδα. Στις Α.Ε. το εταιρικό κεφάλαιο διαιρείται σε ίσα μέρη, τις μετοχές, οι οποίες είναι ανώνυμες ή ονομαστικές, και μεταβιβάζονται ελεύθερα, εκτός αν το καταστατικό υποβάλλει το μεταβιβαστό σε ορισμένους περιορισμούς («δεσμευμένες μετοχές»). Κάθε μέτοχος ευθύνεται μέχρι και το ποσό της εισφοράς του.

1.1.2 Ιστορία και Πεδία δράσης της Επιχείρησης

Το Ιασώ ιδρύθηκε το Μάιο του 1996 από ιδιωτικούς φορείς. Σε διάστημα μόλις επτά μηνών (Ιούνιο-Δεκέμβριο), κατέλαβε τη δεύτερη θέση σε πωλήσεις μεταξύ των ιδιωτικών Μαιευτικών Κλινικών, με ποσοστό 23,4%. Έκτοτε διατηρεί σταθερά την πρώτη θέση.

Το ΙΑΣΩ λειτουργεί κυρίως στον κλάδο των μαιευτικών κλινικών. Τα τελευταία χρόνια η

επιχείρηση έχει μεγαλώσει κατά 10%. Οι επενδύσεις φτάνουν σε ύψους περίπου 40 εκατ. € σε νέες μονάδες (Ιασώ Παιδών, Ιασώ Θεσσαλίας). Είναι εγκατεστημένο στο Μαρούσι Αττικής και την παρούσα στιγμή απασχολεί 250 εργαζόμενους.

Το 1999 αποκτά τον έλεγχο του μαιευτηρίου «ΗΡΑ», το οποίο διαθέτει άδεια λειτουργίας Γενικής Κλινικής. Η εξαγορά αυτή επιτρέπει στο ΙΑΣΩ να διευρύνει τις δραστηριότητές του και να προσφέρει επιπλέον υπηρεσίες υγείας στους ασθενείς. Ένα χρόνο μετά και κατόπιν εγκρίσεως του Δ.Σ. του Χ.Α. εισάγεται στις 25/05/2000, η Ιασώ Α.Ε., στην Κύρια Αγορά του Χρηματιστηρίου Αθηνών. Η εταιρεία συμπεριλαμβάνεται στον δείκτη FTSE ASE 40.

Τον Ιούνιο του 2001, ιδρύονται δύο νέες θυγατρικές εταιρίες: Η εταιρεία με την επωνυμία «ΙΑΣΩ Νοτίων Προαστίων Γενική Κλινική Ιδιωτικό Μαιευτήριο Α.Ε.», με σκοπό τη δημιουργία μονάδας στα Νότια Προάστια, η οποία θα διαθέτει Μαιευτική, Γυναικολογική, Γενική Κλινική και Διαγνωστικό Κέντρο και η εταιρεία με την επωνυμία «Σύγχρονο Πολυδύναμο Κέντρο Αποθεραπείας – Αποκατάστασης Α.Ε.». Στόχος του Κέντρου Αποκατάστασης είναι η αποθεραπεία περιστατικών.

Τον Οκτώβριο του ίδιου έτους ξεκινούν τα έργα για την ανέγερση της Παιδιατρικής-Παιδοχειρουργικής Κλινικής, δυναμικότητας 65 κλινών. Το Νοέμβριο, η μετοχή της εταιρείας συμπεριλαμβάνεται στον Γενικό Δείκτη του Χ.Α.

Το Νοέμβριο του 2002, υπογράφεται μεταξύ της ΙΑΣΩ Α.Ε. και ιατρών της περιοχής της Θεσσαλίας μνημόνιο συνεργασίας με σκοπό την ίδρυση, ανέγερση και λειτουργία Γενικής και Μαιευτικής Κλινικής στην περιοχή, με την επωνυμία «ΙΑΣΩ Θεσσαλίας Α.Ε.». Ιδρύονται δύο επιπλέον νέες θυγατρικές εταιρίες: Η εταιρεία «ΙΑΣΩ Παιδιατρική Α.Ε.» και η εταιρεία «ΙΑΣΩ Services Α.Ε.», η οποία αναπτύσσει πρόσθετες δραστηριότητες του Ομίλου πέραν των ιατρικών. Τον Απρίλιο του 2003 πραγματοποιούνται τα επίσημα εγκαίνια της Κλινικής ΙΑΣΩ General.

Το 2005 η εταιρεία «ΙΑΣΩ Services Α.Ε.», μετονομάζεται σε «Medstem Services Α.Ε.». Στις δραστηριότητές της συγκαταλέγεται η λειτουργία της τράπεζας ομφαλοπλακουντιακού αίματος «Cryobanks International Services Athens».

Το 2008 επίσης επενδύθηκαν κεφάλαια συνολικής αξίας 29,8 εκατ. Ευρώ σε νέες μονάδες (ΙΑΣΩ Παιδών, ΙΑΣΩ Θεσσαλίας). Έναρξη του ΙΑΣΩ Παιδών. Τα επίσημα εγκαίνια

πραγματοποιήθηκαν τον Νοέμβριο του ίδιου έτους.

Το 2009 το ΙΑΣΩ προέβη σε συνολικές επενδύσεις ύψους 9,82 εκατ. ευρώ, όπως στη δημιουργία του νέου υπερσύγχρονου συγκροτήματος των ψηφιακών χειρουργείων.

Τον Μάρτιο του 2011, πραγματοποιήθηκε η σύσταση της εταιρείας συμμετοχών «HOCO A.E.», όπου η μητρική εταιρεία ΙΑΣΩ, συμμετέχει με ποσοστό 59,6%, ενώ το υπόλοιπο ποσοστό μετοχών κατείχαν οι ιατροί μέτοχοι της "Φιλοκτήτης Α.Ε." τις οποίες εισέφεραν στη "HOCO A.E.". Μέσω της HOCO A.E. που κατέχει το 70,6% των μετοχών της Εταιρείας «Φιλοκτήτης Α.Ε.» ουσιαστικά εντάχθηκε τον Μάρτιο του 2011, στην οικογένεια του ΙΑΣΩ, το κέντρο Αποθεραπείας και Αποκατάστασης «Φιλοκτήτης Α.Ε.» που ξεκίνησε την λειτουργία του τον Μάρτιο του 2008. Με την επενδυτική κίνηση αυτή ο Όμιλος ΙΑΣΩ καλύπτει πλέον όλο το φάσμα των υπηρεσιών υγείας αλλά και της αποκατάστασης.

1.1.3 Υπάρχοντα προϊόντα και υπηρεσίες της επιχείρησης

Ο όμιλος Ιασώ χαρακτηρίζεται από σύγχρονη αντίληψη για την υγεία. Στις κλινικές του καλύπτεται ένα ευρύ φάσμα διαγνωστικών, θεραπευτικών και ερευνητικών υπηρεσιών και το όραμά του είναι να διευρυνθούν οι υπηρεσίες αυτές, προκειμένου να ικανοποιούνται όλο και περισσότερες από τις ανάγκες των πελατών, με την παροχή καινοτόμων υπηρεσιών σε υπερσύγχρονα νοσηλευτικά ιδρύματα και με την υποστήριξη άριστα εκπαιδευμένα ιατρικού, νοσηλευτικού και διοικητικού προσωπικού. Επιπλέον, ο βασικός του άξονας είναι να τίθεται ο πελάτης στο κέντρο όλων των πολιτικών και των εξελίξεων, εφαρμόζοντας καθαρά πελατοκεντρική στρατηγική προκειμένου να αυξηθεί η ήδη μεγάλη πελατειακή βάση του ομίλου.

Ο κύκλος εργασιών της επιχείρησης είναι (εκφρασμένα σε €)ως ακολούθως ανά επιμέρους επενδυτική δραστηριότητα:

Προϊόν / υπηρεσία	Κύκλος Εργασιών σε €	Κέρδος / Ζημία σε €
Μαιευτική κλινική	1.959.266.436	220.128.929
Ιασώ Παιδών	867.546.832	165.789.345
Ιασώ General	2.327.894.345	354.876.423
ΙΑΣΩ Θεσσαλίας	679.569.340	132.098.456
CRYOBANKS	846.342.387	432.927.546

Πίνακας 1: Ίδια Επεξεργασία

1.1.4 Οργανωτική δομή της επιχείρησης

Οι δραστηριότητες της επιχείρησης Ιασώ είναι οργανωμένες ως εξής:

- Διαγνωστικές
- Θεραπευτικές
- Ερευνητικές
- Μαιευτικές- γυναικολογικές υπηρεσίες.

Ο όμιλος ΙΑΣΩ απασχολεί σήμερα 1.860 άτομα προσωπικό και στελέχη, ενώ οι ιατροί όλων των ειδικοτήτων που συνεργάζονται με τις κλινικές του ομίλου ξεπερνούν τους 3.000. Ο όμιλος συνεργάζεται με ένα μεγάλο αριθμό προμηθευτών (στο προσωπικό των οποίων παρέχεται έμμεση απασχόληση) που ξεπερνά τους 2.950. Επιδιώκοντας τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των εργαζομένων, το Ιασώ φροντίζει να τους παρέχει ανταγωνιστικές αμοιβές και παροχές που υπερβαίνουν τους μέσους όρους του κλάδου. Έτσι, για το 2008, το σύνολο των δαπανών των εργαζομένων του ομίλου ανήλθε σε 44.15 εκατ. ευρώ, σε αποδοχές και εισφορές στα ασφαλιστικά ταμεία.

Το οργανόγραμμα του ομίλου απεικονίζεται στην ακόλουθη εικόνα:

Το Διοικητικό συμβούλιο της εταιρείας, η θητεία του οποίου λήγει στις 12/7/2013 απαρτίζεται από τους κάτωθι:

ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΑ ΜΕΛΗ	
Σταματίου Γεώργιος	Πρόεδρος
Ζουρντός Σαράντος	Αντιπρόεδρος Α'
Δουλγεράκης Εμμανουήλ	Αντιπρόεδρος Β'
Πετρόπουλος Παρασκευάς	Διευθύνων Σύμβουλος
Πλεύρης Εμμανουήλ	Διευθύνων Σύμβουλος
Μπουλινάκης Γεώργιος	Διευθύνων Σύμβουλος
ΜΗ ΕΚΤΕΛΕΣΤΙΚΑ ΜΕΛΗ	
Θεοφανάκης Παναγιώτης	
Μαμάς Λεωνίδας	
Χανδακάς Στέφανος	
Στρατάκης Νικόλαος	
Καρακαλάκης Λεωνίδας	
ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΑ ΜΕΛΗ	
Δημητρουλέας Σπυρίδων	
Μποτωνάκης Γεώργιος	

Πίνακας 2: Ίδια Επεξεργασία

Πρωταρχικό μέλημα του ομίλου είναι να προσελκύει και να διατηρεί στελέχη υψηλής απόδοσης με σύγχρονη επαγγελματική αντίληψη, και προσήλωση στην ομαδική εργασία. Πάνω από όλα όμως να επιζητεί συνεργάτες διατεθειμένους να μοιραστούν τις αξίες και το όραμά του.

Η επιλογή των συνεργατών πραγματοποιείται με τις πλέον σύγχρονες μεθόδους στελέχωσης και στόχο την από κοινού εξεύρεση του ατομικού πλάνου καριέρας εντός του ομίλου. Βασικοί κατευθυντήριοι άξονες είναι οι επιστημονικές και επαγγελματικές γνώσεις, η υψηλή εξειδίκευση, η

ηθική ακεραιότητα και η πελατοκεντρική αντίληψη, όπως αποτυπώνονται στα εξής επί μέρους κριτήρια:

- Άρτια εκπαίδευση και κατάρτιση
- Ετοιμότητα εφαρμογής των θεωρητικών γνώσεων στην καθημερινή εργασία
- Εμπειρία στο αντικείμενο εργασίας
- Έντονη επιθυμία για την επίτευξη στόχων
- Συγκροτημένο, ευέλικτο και σύγχρονο τρόπο σκέψης
- Προσαρμοστικότητα σε περιβάλλον αλλαγών και ικανότητα απόδοσης υπό συνθήκες πίεσης
- Ανεπτυγμένη ικανότητα επικοινωνίας και ομαδικής συνεργασίας
- Δεκτικότητα και ενδιαφέρον για περαιτέρω εκπαίδευση

2. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

2.1 ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΟΜΙΛΟΥ

Τα τελευταία χρόνια, και παρά τη σταδιακή εξάπλωση της «μάστιγας» της οικονομικής κρίσης, παρατηρήθηκε βελτίωση των μεγεθών του ομίλου που οφείλεται στην αύξηση του κύκλου εργασιών και της κερδοφορίας τόσο της μητρικής Εταιρείας ΙΑΣΩ Α.Ε. όσο και των άλλων ενεργών εταιριών του Ομίλου δηλαδή της θυγατρικής MedStem Services Α.Ε. και της θυγατρικής της ΙΑΣΩ General Α.Ε.

Πιο συγκεκριμένα:

ΙΑΣΩ Α.Ε.

Ο κύκλος εργασιών της Εταιρείας για τη χρήση του 2010 ανήλθε σε € 101,0 εκατ. Παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 13,8% σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή χρήση. (Περισσότερα στοιχεία αναφέρονται στην συνέχεια της παρούσας έκθεσης στην ειδική ενότητα που καλύπτει τα οικονομικά αποτελέσματα της μητρικής).

ΙΑΣΩ General Α.Ε.

Ο κύκλος εργασιών του ΙΑΣΩ General Α.Ε. για τη χρήση του 2010 ανήλθε σε € 64,5 εκατ. παρουσιάζοντας αύξηση της τάξεως του 23,5% σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή χρήση. Η αύξηση του κύκλου εργασιών οφείλεται στην αύξηση των εσωτερικών και εξωτερικών ασθενών κατά 23,5% και 29,8% αντίστοιχα. Τα κέρδη προ φόρων, χρηματοδοτικών, επενδυτικών αποτελεσμάτων και αποσβέσεων (EBITDA) διαμορφώθηκαν σε € 6,92 εκατ. και παρουσιάζουν αύξηση της τάξεως του 379,8% σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή χρήση. Επισημαίνουμε ότι το περιθώριο EBITDA ανήλθε σε 10,7% και παρουσιάζεται ενισχυμένο κατά 797 μονάδες βάσης σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή χρήση. Τα κέρδη προ φόρων της εταιρείας ανήλθαν σε € 0,11 εκατ. έναντι ζημιών € 5,15 εκατ. την αντίστοιχη περυσινή χρήση. Σε επίπεδο καθαρού αποτελέσματος μετά από φόρους, η εικόνα είναι επίσης βελτιωμένη παρουσιάζοντας μείωση των ζημιών κατά € 5,30, εμφανίζοντας ζημία της τάξεως των € 2,36 εκατ. (οφειλόμενη στην αναβαλλομένη φορολογία και τις διαφορές του φορολογικού ελέγχου), έναντι επίσης ζημίας € 7,66

εκατ. κατά την χρήση του 2010.

Σύμφωνα με τον προϋπολογισμό του 2011 η ΙΑΣΩ General A.E., συνεχίζοντας τη διαρκώς βελτιούμενη οικονομική της πορεία, θα παρουσιάσει ικανοποιητική βελτίωση των κερδών προ φόρων, χρηματοδοτικών, επενδυτικών αποτελεσμάτων και αποσβέσεων (EBITDA) καθώς επίσης και των Κερδών προ φόρων.

MedStem Services A.E.

Η θυγατρική εταιρεία MedStem Services A.E., που έχει ως κυριότερο αντικείμενό της τη συλλογή, επεξεργασία του ομφαλοπλακουντιακού αίματος και τη φύλαξη των βλαστοκυττάρων των νεογνών, στο δεύτερο πλήρες έτος λειτουργίας της παρουσίασε αύξηση κύκλου εργασιών της τάξεως του 43,7% σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή χρήση και ανήλθε σε € 4,6εκατ. Η αύξηση του κύκλου εργασιών οφείλεται κυρίως στην αύξηση των αποθηκευμένων δειγμάτων βλαστοκυττάρων κατά 44,3% γεγονός που οφείλεται στην ολοένα και μεγαλύτερη αναγνώριση της αναγκαιότητας αποθήκευσης βλαστοκυττάρων και αποδοχής της μεθόδου από τους νέους γονείς. Τα κέρδη προ φόρων, χρηματοδοτικών, επενδυτικών αποτελεσμάτων και αποσβέσεων (EBITDA) ανήλθαν σε € 1,37εκατ. παρουσιάζοντας αύξηση 29,6% σε σχέση με το 2006, ενώ τα καθαρά κέρδη μετά από φόρους ανήλθαν σε € 0,98εκατ. ενισχυμένα κατά 47,1%.

2.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΟΜΙΛΟΥ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησής αποτυπώνεται στους πίνακες που ακολουθούν, όπως αυτά αντλήθηκαν στα πλαίσια συνέντευξης με αρμόδιο στέλεχος του οικονομικού τμήματος:

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΘΕΣΗΣ ΟΜΙΛΟΥ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΤΗΝ 30/9/2012

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	Σημείωση	Ο ΟΜΙΛΟΣ	Ο ΟΜΙΛΟΣ	Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ	Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ
		30/9/2012	31/12/2011	30/9/2012	31/12/2011
Μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία					
Ενοίκια πάγια	5	286.173.329,90	293.251.090,74	138.820.165,26	142.545.230,80
Άλλα περιουσιακά στοιχεία	6	1.402.073,74	1.704.573,57	1.079.027,27	1.310.002,66
Επενδύσεις σε θυγατρικές επιχειρήσεις	7.2	0,00	0,00	132.297.303,87	132.297.303,87
Επενδύσεις σε συγγενείς επιχειρήσεις	7.3	3.000.327,65	1.891.601,55	0,00	0,00
Δάνεια και απαιτήσεις	28	4.500.000,00	4.500.000,00	450.000,00	450.000,00
Λοιπές μακροπρόθεσμες απαιτήσεις	23	833.825,93	870.203,23	99.806,16	101.164,16
		295.909.557,22	302.217.469,09	272.746.302,56	276.703.701,49
Κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία					
Αποθέματα	11	3.654.359,92	3.816.024,73	1.535.217,97	1.526.301,25
Πελάτες	10	55.846.168,50	38.652.519,83	18.216.021,10	8.658.368,40
Λοιπές απαιτήσεις	10	22.828.684,99	22.981.815,97	6.757.932,59	7.397.482,19
Διαθέσιμα προς πώληση χρηματοοικονομικά στοιχεία	8	4.189.927,64	4.189.927,64	4.189.927,64	4.189.927,64
Χρηματικά στοιχεία σε εύλογη αξία μέσω αποτελεσμάτων	9	191.415,36	166.473,00	191.415,36	166.473,00
Ταμιακά διαθέσιμα και ισοδύναμα	12	4.763.919,96	7.581.804,72	1.680.727,57	4.054.607,84
		91.474.476,37	77.388.565,89	32.571.242,23	25.993.160,32
Σύνολο περιουσιακών στοιχείων		387.384.033,59	379.606.034,98	305.317.544,79	302.696.861,81
		Ο ΟΜΙΛΟΣ	Ο ΟΜΙΛΟΣ	Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ	Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ
		30/9/2012	31/12/2011	30/9/2012	31/12/2011
ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ					
Μετοχικό κεφάλαιο (53.155.053μτχ X 0,44€)	22	23.388.223,32	23.388.223,32	23.388.223,32	23.388.223,32
Αποθεματικά Υπέρ το άρτιο	22	42.497.459,83	42.497.459,83	42.497.459,83	42.497.459,83
Αποθεματικά εύλογης αξίας	27	79.527.809,30	79.527.809,30	51.053.101,50	51.053.101,50
Λοιπά αποθεματικά	27	15.181.267,81	12.204.584,84	14.590.321,32	11.613.638,35
Κέρδη (ζημιές) εις νέον		-30.804.655,78	-28.525.771,38	61.233.632,62	61.165.853,85
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων μετόχων μητρικής		129.790.104,48	129.092.305,91	192.762.738,59	189.718.276,85
Δικαιώματα μειοψηφίας	7.2	7.496.389,21	8.734.393,05	0,00	0,00
Σύνολο ιδίων κεφαλαίων		137.286.493,69	137.826.698,96	192.762.738,59	189.718.276,85
ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ					
Μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις					
Δάνεια	13	145.395.000,00	83.333.398,00	67.035.000,00	40.250.000,00
Αναβαλλόμενες φορολογικές υποχρεώσεις	18	23.839.813,23	23.557.752,75	16.230.546,08	16.084.326,88
Υποχρεώσεις από συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης	29	55.892,72	0,00	0,00	0,00
Προβλέψεις παροχών προσωπικού λόγω έξοδου από την υπηρεσία	13	2.970.381,00	2.747.012,00	1.861.494,00	1.701.095,00
Λοιπές μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις	24	6.686.427,68	6.652.960,08	42.105,85	42.105,85
Λοιπές μακροπρόθεσμες Προβλέψεις	25	4.399.841,25	4.332.170,08	3.234.942,71	3.121.208,75
		183.347.355,88	120.623.292,91	88.404.088,64	61.198.736,48
Βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις					
Προμηθευτές και λοιπές υποχρεώσεις	14	52.030.987,68	47.565.811,79	15.108.877,17	14.563.429,77
Υποχρεώσεις από συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης	29	246.972,00	0,00	0,00	0,00
Τρέχων φόρος εισοδήματος	18	1.097.224,34	1.317.431,32	666.840,39	1.216.418,71
Βραχυπρόθεσμα Δάνεια	13	13.375.000,00	72.272.800,00	8.375.000,00	36.000.000,00
		66.750.184,02	121.156.043,11	24.150.717,56	51.779.848,48
Σύνολο Υποχρεώσεων		250.097.539,90	241.779.336,02	112.554.806,20	112.978.584,96
Σύνολο Ιδίων Κεφαλαίων και Υποχρεώσεων		387.384.033,59	379.606.034,98	305.317.544,79	302.696.861,81

Πίνακας 3: Οικονομική Έκθεση από το ΙΑΣΩ 2011/2012

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΕΣΟΔΩΝ ΟΜΙΛΟΥ ΚΑΙ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΔΟΥ 1/1/2012 – 30/9/2012

	Σημείωση	Ο ΟΜΙΛΟΣ		Ο ΟΜΙΛΟΣ	
		1/1 - 30/9/2012	1/1 - 30/9/2011	1/7 - 30/9/2012	1/7 - 30/9/2011
Κύκλος εργασιών	4	91.625.553,47	94.241.920,43	28.868.118,78	29.021.425,68
Κόστος πωληθέντων		78.919.178,49	83.065.848,44	24.856.968,45	27.475.959,09
Μικτά κέρδη / (ζημιές)		12.707.374,98	11.176.071,99	4.011.150,33	1.545.466,59
Λοιπά έσοδα εκμετάλλευσης	16	2.002.791,66	3.182.508,94	663.451,08	1.125.038,34
Εξοδα διοικητικής λειτουργίας		-3.226.577,18	-4.409.475,83	-813.732,14	-285.366,74
Εξοδα λειτουργίας διαθέσεως		-3.214.100,02	-3.590.666,44	-985.560,53	-1.039.689,19
Λοιπά έξοδα εκμετάλλευσης	26	-1.617.952,10	-926.144,31	-106.260,16	-137.039,01
Κέρδη / (ζημιές) προ φόρων, γρηματοδοτικών, επενδυτικών αποτ/ων και αποσβέσεων		15.301.999,71	14.305.583,15	5.636.536,28	4.146.626,30
Αποσβέσεις	5,6	-8.650.462,37	-8.873.288,80	-2.867.487,70	-2.938.216,31
Κέρδη / (ζημιές) προ φόρων, γρηματοδοτικών, επενδυτικών αποτελεσμάτων		6.651.537,34	5.432.294,35	2.769.048,58	1.208.409,99
Χρηματοοικονομικά Έσοδα	17	357.733,80	128.102,06	121.978,59	60.300,44
Χρηματοοικονομικά Έξοδα	17	-7.052.631,87	-4.453.130,97	-2.007.906,47	-2.173.976,33
Λοιπά χρηματοοικονομικά αποτελέσματα		0,00	0,00	0,00	0,00
Κέρδη/ζημιές από συνδεμένες επιχειρήσεις	7.3	1.108.726,10	-819.015,99	102.602,05	-301.428,86
Κέρδη / (ζημιές) προ φόρων		1.065.365,37	288.249,45	985.722,75	-1.206.694,76
Φόρος Εισοδήματος	18	-1.605.570,64	-1.153.725,90	-621.576,80	-239.026,24
Κέρδη / (ζημιές) μετά από φόρους (Α)		-540.205,27	-865.476,45	364.145,95	-1.445.721,00
Κατανέμονται σε:					
Ιδιοκτήτες μητρικής	19	697.776,08	675.800,45	721.408,78	-944.268,01
Δικαιώματα μειοψηφίας		-1.237.981,35	-1.541.276,90	-357.262,83	-501.452,99
Λοιπά συνολικά έσοδα μετά από φόρους (Β)		0,00	0,00	0,00	0,00
Συγκεντρωτικά συνολικά έσοδα μετά από φόρους (Α)+(Β)		-540.205,27	-865.476,45	364.145,95	-1.445.721,00
Κατανέμονται σε:					
Ιδιοκτήτες μητρικής	19	697.776,08	675.800,45	721.408,78	-944.268,01
Δικαιώματα μειοψηφίας		-1.237.981,35	-1.541.276,90	-357.262,83	-501.452,99
Κέρδη / (ζημιές) μετά από φόρους ανά μετοχή - βασικά σε €	19	0,0131	0,0127	0,0136	-0,0178

Πίνακας 4: Οικονομική Κατάσταση Συνολικών Εσόδων από το ΙΑΣΩ 2011/2012-Ομίλου

	Σημείωση	Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ		Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ	
		1/1 - 30/9/2012	1/1 - 30/9/2011	1/7 - 30/9/2012	1/7 - 30/9/2011
Κύκλος εργασιών	4	49.492.837,38	52.310.055,42	16.167.609,57	16.440.309,54
Κόστος πωληθέντων		39.457.634,14	41.502.634,13	12.795.505,99	12.886.167,41
Μικτά κέρδη / (ζημιές)		10.035.203,24	10.807.421,29	3.372.103,58	3.554.142,13
Λοιπά έσοδα εκμετάλλευσης	16	1.838.844,20	2.967.496,85	616.686,27	1.016.208,67
Εξοδα διοικητικής λειτουργίας		-2.230.866,31	-2.885.549,62	-660.029,42	-1.047.956,89
Εξοδα λειτουργίας διαθέσεως		-1.300.838,05	-1.258.717,73	-345.950,58	-609.518,10
Λοιπά έξοδα εκμετάλλευσης	26	-296.798,02	-77.345,78	-2.834,82	-2.280,19
Κέρδη / (ζημιές) προ φόρων, χρηματοδοτικών, επενδυτικών αποπ/των και αποσβέσεων		12.213.937,22	13.873.793,25	4.356.428,69	4.339.977,03
Αποσβέσεις	5,6	-4.168.392,16	-4.320.488,24	-1.376.453,66	-1.429.381,41
Κέρδη / (ζημιές) προ φόρων, χρηματοδοτικών, επενδυτικών αποτελεσμάτων		8.045.545,06	9.553.305,01	2.979.975,03	2.910.595,62
Χρηματοοικονομικά Έσοδα	17	216.510,12	137.999,58	62.693,77	6.603,96
Χρηματοοικονομικά Έξοδα	17	-4.313.129,52	-1.625.759,48	-998.272,85	-735.663,42
Λοιπά χρηματοοικονομικά αποτελέσματα		0,00	0,00	0,00	0,00
Κέρδη/ζημιές από συνδεδεμένες επιχειρήσεις		0,00	0,00	0,00	0,00
Κέρδη / (ζημιές) προ φόρων		3.948.925,66	8.065.545,11	2.044.395,95	2.181.536,16
Φόρος Εισοδήματος	18	-904.463,92	-1.897.307,01	-416.206,77	-526.024,63
Κέρδη / (ζημιές) μετά από φόρους (Α)		3.044.461,74	6.168.238,10	1.628.189,18	1.655.511,53
Κατανέμονται σε:					
Ιδιοκτήτες μητρικής	19	3.044.461,74	6.168.238,10	1.628.189,18	1.655.511,53
Δικαιώματα μειοψηφίας		-	-	-	-
Λοιπά συνολικά έσοδα μετά από φόρους (Β)		0,00	0,00	0,00	0,00
Συγκεντρωτικά συνολικά έσοδα μετά από φόρους (Α)+(Β)		3.044.461,74	6.168.238,10	1.628.189,18	1.655.511,53
Κατανέμονται σε:					
Ιδιοκτήτες μητρικής	19	3.044.461,74	6.168.238,10	1.628.189,18	1.655.511,53
Δικαιώματα μειοψηφίας		-	-	-	-
Κέρδη / (ζημιές) μετά από φόρους ανά μετοχή - βασικά σε €	19	0,0573	0,1160	0,0306	0,0311

Πίνακας 5: Οικονομική Κατάσταση Συνολικών Εσόδων από το ΙΑΣΩ 2011/2012-Εταιρεία

**ΤΑ ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΚΑΤΑ ΤΟΜΕΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΝ 1/1-30/09/2012 ΚΑΙ 1/1-30/09/2011
ΕΧΟΥΝ ΩΣ ΕΞΗΣ:**

01/01 - 30/9/2011	ΙΑΣΩ ΑΕ	ΙΑΣΩ GENERAL	MEDSTEM ΑΕ	ΙΑΣΩ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	Λοιπές Εταιρείες	ΣΥΝΟΛΟ	Απαιτήσεις Ενοποίησης	ΟΜΙΛΟΣ
ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΤΟΜΕΑ								
Εσοδα από εσωτερικούς	38.978.903,76	30.255.985,40	0,00	4.289.160,96	0,00	73.524.050,12		73.524.050,12
Εσοδα από εξωτερικούς	13.266.294,44	4.955.922,93	1.608.883,45	766.722,14	0,00	20.597.822,96		20.597.822,96
Λοιπά έσοδα πελατών	1.358,40	2.046,87	0,00	922,08	0,00	4.327,35		4.327,35
Λοιπές προσφ. υπηρεσίες	0,00	0,00	115.720,00	0,00	0,00	115.720,00		115.720,00
Σύνολο από πελάτες	52.246.556,60	35.213.955,20	1.724.603,45	5.056.805,18	0,00	94.241.920,43		94.241.920,43
Ενδοεταιρικές πωλήσεις	63.498,82	84.380,29	0,00	3.121,14	0,00	151.000,25	-151.000,25	0,00
Λοιπά Έσοδα/Έξοδα Εκμετάλλευσης	2.890.151,07	-476.200,58	5.307,88	-6.345,08	-3.870,01	2.409.043,28	-152.678,65	2.256.364,63
Οργανικά Έξοδα (*)	-45.646.901,48	-33.587.233,59	-1.251.458,09	-10.583.634,56	-300.441,89	-91.369.669,61	303.678,90	-91.065.990,71
Χρηματοοικονομικό κόστος	-1.487.759,90	-819.558,30	33.409,58	-1.966.909,72	54.449,43	-4.186.368,91	-138.660,00	-4.325.028,91
Κέρδη/ζημιές από συγγενείς επιχειρήσεις ενοποιούμενες με τη μέθοδο της καθαρής θέσης	0,00	0,00	0,00	0,00	-819.015,99	-819.015,99		-819.015,99
Κέρδη προ φόρων	8.065.545,11	415.343,02	511.862,82	-7.496.963,04	-1.068.878,46	426.909,45	-138.660,00	288.249,45
Φόροι εισοδήματος	-1.897.307,01	-567.362,91	-102.372,56	1.468.577,60	-55.261,01	-1.153.725,89		-1.153.725,89
Καθαρά Κέρδη / Ζημιές περιόδου (Α)	6.168.238,10	-152.019,89	409.490,26	-6.028.385,44	-1.124.139,47	-726.816,44	-138.660,00	-865.476,44
Λοιπά συνολικά έσοδα μετά από φόρους (Β)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
Συγκεντρωτικά συνολικά έσοδα μετά από φόρους (Α)+(Β)	6.168.238,10	-152.019,89	409.490,26	-6.028.385,44	-1.124.139,47	-726.816,44	-138.660,00	-865.476,44

01/01 - 30/9/2012	ΙΑΣΩ ΑΕ	ΙΑΣΩ GENERAL	MEDSTEM ΑΕ	ΙΑΣΩ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	Λοιπές Εταιρείες	ΣΥΝΟΛΟ	Απαιτήσεις Ενοποίησης	ΟΜΙΛΟΣ
ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΤΟΜΕΑ								
Εσοδα από εσωτερικούς	37.228.808,44	28.243.301,91	0,00	6.123.049,02	0,00	71.595.159,37		71.595.159,37
Εσοδα από εξωτερικούς	12.187.839,53	4.834.253,25	1.520.943,62	1.397.315,11	0,00	19.940.351,51		19.940.351,51
Λοιπά έσοδα πελατών	918,29	164,30	0,00	0,00	0,00	1.082,59		1.082,59
Λοιπές προσφ. υπηρεσίες	25.150,00	0,00	64.810,00	0,00	0,00	89.960,00		89.960,00
Σύνολο από πελάτες	49.442.716,26	33.077.719,46	1.585.753,62	7.520.364,13	0,00	91.626.553,47		91.626.553,47
Ενδοεταιρικές πωλήσεις	50.121,12	86.270,82	0,00	6.033,69	0,00	142.425,63	-142.425,63	0,00
Λοιπά Έσοδα/Έξοδα Εκμετάλλευσης	1.542.046,18	-906.730,16	-609,37	-125.222,12	3.332,83	512.817,36	-127.977,80	384.839,56
Οργανικά Έξοδα	-42.989.338,50	-31.284.313,66	-1.056.636,43	-10.268.685,45	-31.276,68	-85.630.250,72	270.395,03	-85.359.855,69
Χρηματοοικονομικό κόστος	-4.096.619,40	-659.527,23	28.131,62	-2.065.187,17	174.804,11	-6.618.398,07	-76.500,00	-6.694.898,07
Κέρδη/ζημιές από συγγενείς επιχειρήσεις ενοποιούμενες με τη μέθοδο της καθαρής θέσης	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1.108.726,10		1.108.726,10
Κέρδη προ φόρων	3.948.925,66	313.419,23	556.639,44	-4.932.696,92	146.860,26	1.141.873,77	-76.508,40	1.065.365,37
Φόροι εισοδήματος	-904.463,92	-125.044,58	-111.327,89	-387.607,47	-77.126,78	-1.605.570,64		-1.605.570,64
Καθαρά Κέρδη / Ζημιές περιόδου (Α)	3.044.461,74	188.374,65	445.311,55	-5.320.304,39	69.733,48	-463.696,87	-76.508,40	-540.205,27
Λοιπά συνολικά έσοδα μετά από φόρους (Β)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00		0,00
Συγκεντρωτικά συνολικά έσοδα μετά από φόρους (Α)+(Β)	3.044.461,74	188.374,65	445.311,55	-5.320.304,39	69.733,48	-463.696,87	-76.508,40	-540.205,27

Πίνακας 6: Οικονομική Κατάσταση Συνολικών Εσόδων ανά δραστηριότητα από το ΙΑΣΩ 2011/2012

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΕΣΟΔΩΝ ΟΜΙΛΟΥ				
ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΠΟΣΑ (σε Ευρώ)		ΑΝΑΤΑΞΙΝΟΜΗΜΕΝΑ ΠΟΣΑ (σε Ευρώ)	
	1/1-30/9/2011	1/7-30/9/2011	1/1-30/9/2011	1/7-30/9/2011
Κόστος πωληθέντων	82.707.668,63	27.117.779,28	83.065.848,44	27.475.959,09
Μικτά κέρδη / (ζημιές)	11.534.251,80	1.903.646,40	11.176.071,99	1.545.466,59
Εξοδα διοικητικής λειτουργίας	4.644.250,10	520.141,01	4.409.475,83	285.366,74
Εξοδα λειτουργίας διαθέσεως	3.714.071,98	1.163.094,73	3.590.666,44	1.039.689,19

Πίνακας 7: Ίδια Επεξεργασία

2.3 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

Η βελτίωση της οικονομικής κατάστασης του Ομίλου αποτυπώνεται και στην βελτίωση όλων των οικονομικών δεικτών, τους κυριότερους των οποίων παραθέτουμε στον πίνακα που ακολουθεί:

ΟΜΙΛΟΣ	2011	2012
Κυκλοφοριακή Ρευστότητα	1,16	0,75
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων (προ φόρων)	27,9%	16,1%
Περιθώριο ΕΒΙΤΔΑ	26,4%	23,5%
Περιθώριο Κερδών προ φόρων	19,7%	16,8%
Ίδια κεφάλαια / Συνολικά κεφάλαια	0,39	0,56
Ίδια κεφάλαια / Συνολικές Υποχρεώσεις	0,65	1,27
Ίδια κεφάλαια / Τραπεζικές Υποχρεώσεις	1,03	2,24

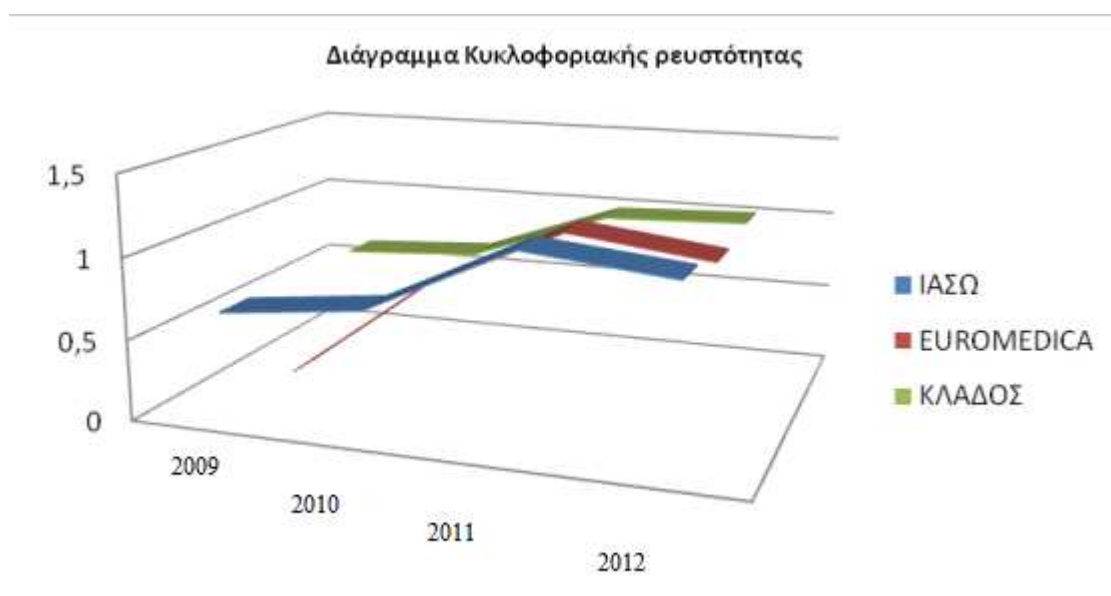
Πίνακας 8 : Ίδια Επεξεργασία

2.3.1 ΕΙΔΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΔΕΙΚΤΩΝ

2.3.1.1 Κυκλοφοριακή Ρευστότητα

Η κυκλοφοριακή ρευστότητα είναι ο δείκτης που φανερώνει κατά πόσο μια επιχείρηση έχει διαθέσιμους παραγωγικούς πόρους έτσι ώστε να καλύψει τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της. Με άλλα λόγια η κυκλοφοριακή ρευστότητα δείχνει πόσες φορές οι παραγωγικοί πόροι μιας επιχείρησης μπορούν να καλύψουν τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της. Ένας καλός δείκτης είναι εκείνος που είναι κοντά στη μονάδα ή την ξεπερνάει (Ευθύμογλου Π., Λαζαρίδης Ι., Πειραιάς 2000). Συγκρίνοντας τον κλάδο δραστηριοποίησης του ΙΑΣΩ με τον ίδιο τον όμιλο, αλλά και με έναν από τους βασικούς του ανταγωνιστές προκύπτει ο ακόλουθος πίνακας με το αντίστοιχο διάγραμμα ως προς την κυκλοφοριακή ρευστότητα.

	2009	2010	2011	2012
ΙΑΣΩ	0,643	0,74	1,17	1,08
EUROMEDICA	0,595	0,664	1,08	0,971
ΚΛΑΔΟΣ	0,62	0,67	0,99	1,02



Πηγή 1: Ίδια Επεξεργασία

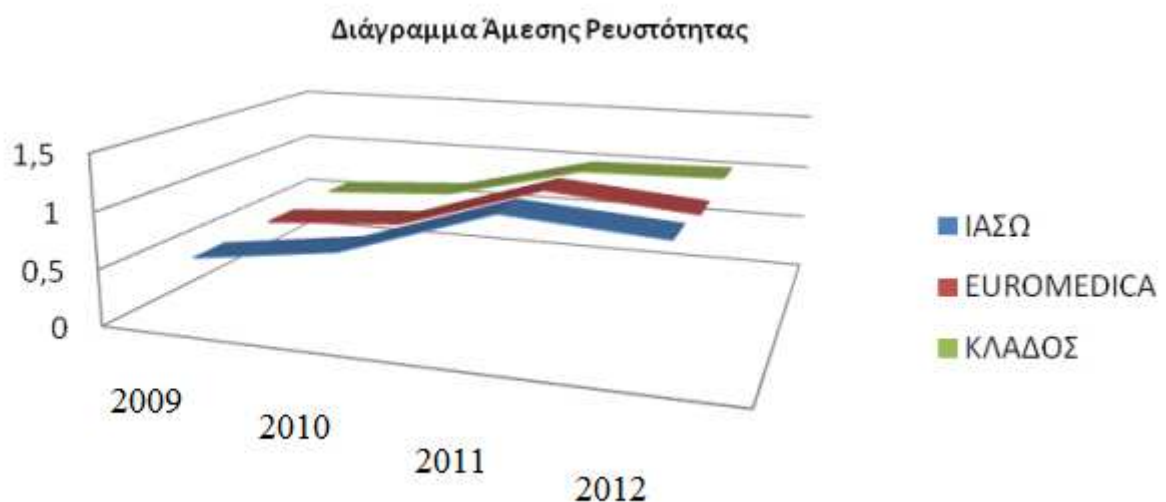
Σύμφωνα με τον προαναγραφόμενο πίνακα και το παρατιθέμενο διάγραμμα, η εταιρία ΙΑΣΩ ξεκινάει το 2009 με ένα κακό δείκτη (0,643) και με σταδιακή του αύξηση φτάνει το 2012 στο 1,08

που είναι ένας καλός δείκτης ρευστότητας καθώς ενημερώνει ότι οι διαθέσιμοι παραγωγικοί πόροι της επιχείρησης επαρκούν για να καλύψουν τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της 1,08 φορές. Έτσι η εταιρία ΙΑΣΩ δεν χρειάζεται να καταφύγει σε δανεισμό ούτε να εκποιήσει κάποιο πάγιο στοιχείο της για να καλύψει τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της. Ο κλάδος σε γενικότερη θεώρηση σύμφωνα και με τους μέσους όρους που παρουσιάζονται στο πίνακα των αριθμοδεικτών έχει παρόμοια πορεία με το δείκτη της εταιρίας ΙΑΣΩ. Αυξάνεται, προσεγγίζει και ξεπερνάει εν τέλει τη μονάδα γεγονός που μας φανερώνει ότι γενικά ο κλάδος της υγείας-και οι εταιρίες που τον απαρτίζουν-μπορούν σε γενικές γραμμές να αντιμετωπίσουν με τους παραγωγικούς τους πόρους τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις τους συνθήκη που δίνει μια σταθερή θέση στον οικονομικό κόσμο για τον κλάδο της υγείας.

2.3.1.2 Άμεση Ρευστότητα

Η άμεση ρευστότητα είναι ο δείκτης που ενημερώνει για τη δυνατότητα μιας επιχείρησης να ρευστοποιήσει αμέσως τα ρευστοποιήσιμα στοιχεία της, έτσι ώστε να καλύψει τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της. Ένας δείκτης με τιμή κοντά στη μονάδα θεωρείτε ένας καλός δείκτης (Ευθύμογλου Π., Λαζαρίδης Ι., Πειραιάς 2000).

	2009	2010	2011	2012
	0,56	1,006	1,08	0,67
	0,573	0,639	1,05	0,927
	0,59	0,6	0,62	0,74



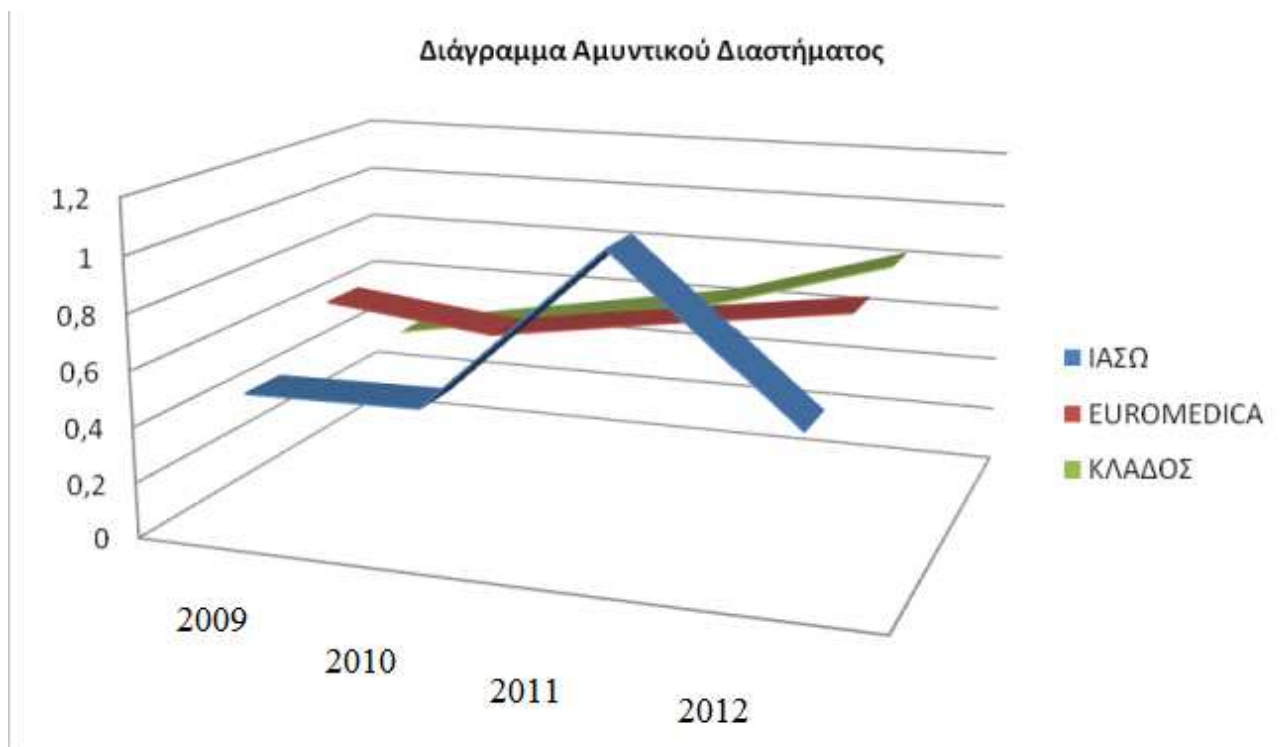
Πηγή 2: Ίδια Επεξεργασία

Σχετικά με την εταιρία ΙΑΣΩ παρατηρούμε στο πίνακα αριθμοδεικτών ότι ξεκινάει με μια μικρή τιμή το 2009 και καταλήγει τα δυο τελευταία έτη 2011 και 2012 να έχει έναν δείκτη άμεσης ρευστότητας πάνω από τη μονάδα. Έτσι αντιλαμβανόμαστε ότι η εταιρία ΙΑΣΩ με το πέρασμα των ετών βελτιώνει τη δυνατότητα της να καλύπτει τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της από τα ρευστοποιήσιμα στοιχεία της. Την ίδια πορεία ακολουθεί και ο γενικός δείκτης άμεσης ρευστότητας του κλάδου γεγονός που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι μειώνονται οι ανάγκες των εταιριών για δανεισμό έτσι ώστε να καλυφθούν οι βραχυχρόνιες ανάγκες και αφήνει περιθώρια, πιο ευνοϊκά για δανεισμό που αφορούν επενδύσεις.

2.3.1.3 Δείκτης αμυντικού διαστήματος ή βασικό διάστημα βιωσιμότητας

Ο δείκτης αυτός ενημερώνει πόσο μπορεί να λειτουργήσει μια επιχείρηση χρησιμοποιώντας τα ρευστοποιήσιμα-αμυντικά της στοιχεία για να καλύψει τα ημερήσια της λειτουργικά της έξοδα (Ευθύμογλου Π., Πειραιάς 2001).

2009	2010	2011	2012
0,50	0,51	1,1	0,56
0,684	0,613	0,71	0,80
0,42	0,53	0,64	0,83



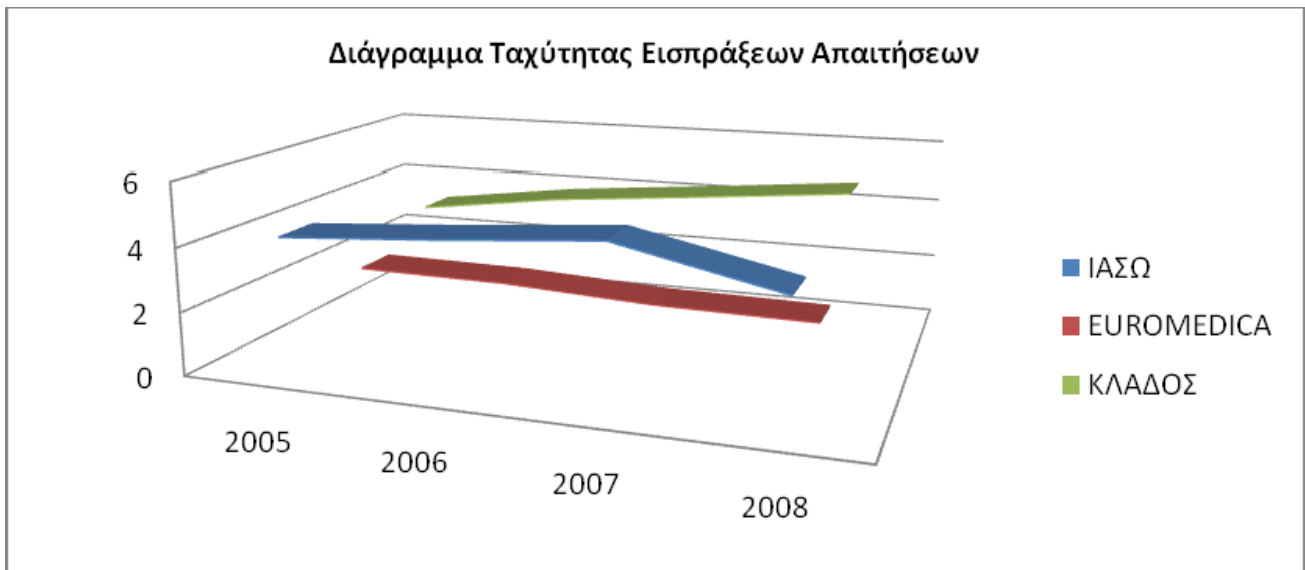
Πηγή 3: Ίδια Επεξεργασία

Από τον πίνακα προκύπτει ότι η εταιρία ΙΑΣΩ από το 2009 μέχρι το 2012 παρουσιάζει μια τεράστια διαφορά στο χρόνο επιβίωσης της (σχεδόν διπλάσιος) βασιζόμενη στα ρευστοποιήσιμα στοιχεία. Αυτή η συνεχιζόμενη αύξηση του δείκτη για την εταιρία ΙΑΣΩ φανερώνει μια ευνοϊκή εξέλιξη της οικονομικής της. Ο γενικός δείκτης του κλάδου τώρα παρουσιάζει μια γενική αύξηση φανερώνοντας την δυνατότητα των επιχειρήσεων που την απαρτίζουν να ανταποκρίνονται στα καθημερινά λειτουργικά τους έξοδα με τα δικά τους ρευστοποιήσιμα στοιχεία.

2.3.1.4 Δείκτης ταχύτητας εισπράξεων απαιτήσεων

Με το δείκτη αυτόν μπορεί να προσδιοριστεί σε πόσες μέρες προβλέπει η εταιρία να εισπράξει τις απαιτήσεις της (Ευθύμογλου Π., Πειραιάς 2001)..

	2009	2010	2011	2012
	4,2	4,52	4,9	3,82
	2,03	1,97	1,72	1,65
	3,15	3,80	4,23	4,68



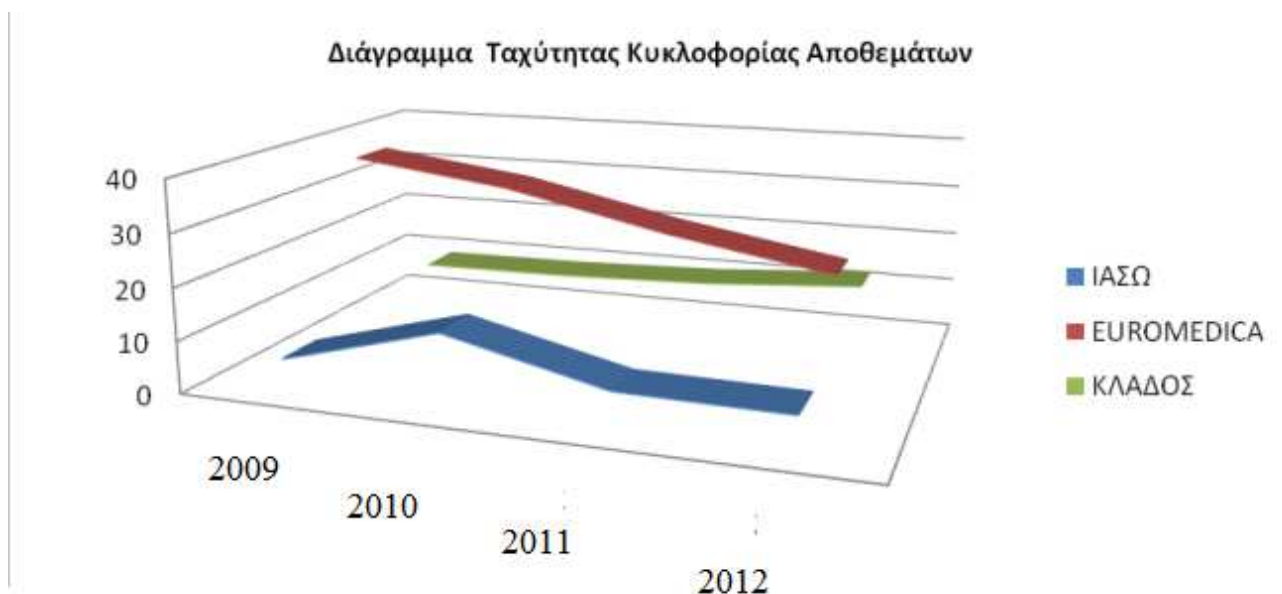
Πηγή 4: Ίδια Επεξεργασία

Από τον πίνακα προκύπτει ότι η εταιρία ΙΑΣΩ από το 2009 ως το 2012 προβλέπει μια σχεδόν σταθερή περίοδο αναμονής είσπραξης γύρω στις 4 με 5 μέρες. Δεν είναι το άριστο διάστημα αλλά δεν είναι και το χειρότερο. Βέβαια αυτή η σταθερότητα της περιόδου είσπραξης βοηθά την εταιρία και τους διαχειριστές της να διατηρούν μια σταθερή θέση της επιχείρησης γνωρίζοντας πότε θα εισπράξουν και έχοντας τη δυνατότητα να προσδιορίσουν τους επισφαλείς πελάτες της, σε κάποιο βαθμό, ενώ δεσμεύεται για λιγότερο χρόνο το κεφάλαιο της. Αναφορικά με το κλάδο, ο δείκτης αυτός τείνει να αυξάνεται κυρίως λόγω της καθυστέρησης είσπραξης των απαιτήσεων από τα συνεργαζόμενα ασφαλιστικά ταμεία καθώς τα τελευταία παρουσιάζουν μεγάλα χρέη.

2.3.1.5 Δείκτης ταχύτητας κυκλοφορίας αποθεμάτων

Ο δείκτης αυτός ενημερώνει για το πόσες φορές τα αποθέματα ανακυκλώθηκαν μέσα στη χρήση-διατέθηκαν και αντικαταστάθηκαν (Ευθύμογλου Π., Πειραιάς 1999). Με άλλα λόγια δείχνει σε πόσες μέρες τα αποθέματα μετατρέπονται σε πωλήσεις, δηλαδή κατά πόσο μια επιχείρηση μπορεί και μεγιστοποιεί τη παραγωγική της διαδικασία.

	2009	2010	2011	2012
	5,6	13,83	6,675	6,25
	38,08	34,06	27,49	22,22
	8,9	9,2	10,2	12,35



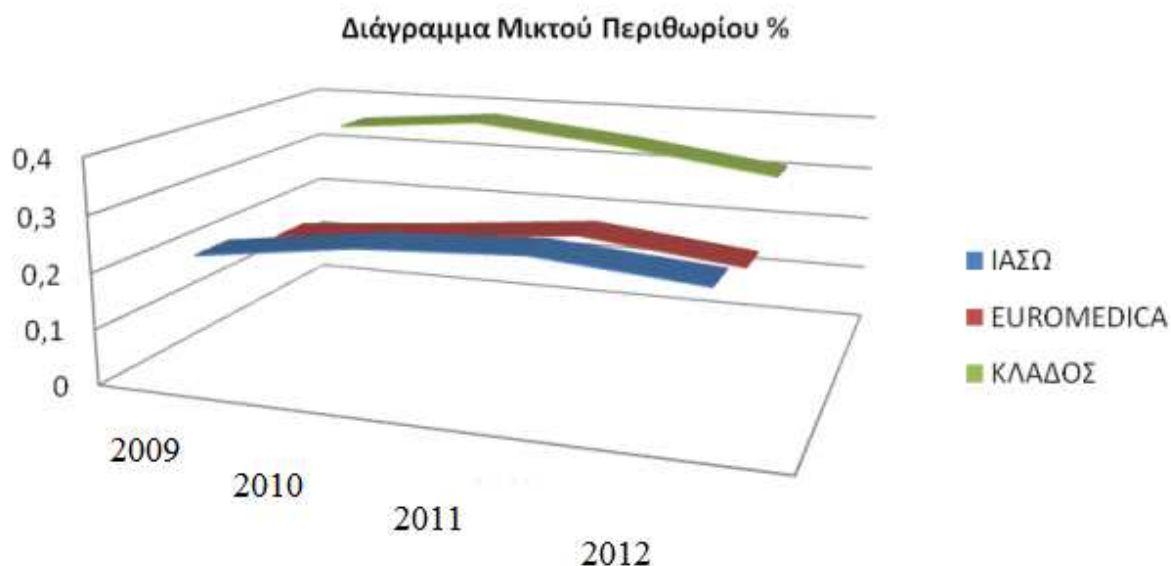
Πηγή 5: Ίδια Επεξεργασία

Η εταιρία, από τον πίνακα παρατηρούμε ότι παρουσιάζει μια αρκετά μεγάλη αύξηση του δείκτη για το έτος 2010 και στη συνέχεια επανέρχεται στα επίπεδα που είχε το 2009 μέχρι τη λήξη της περιόδου. Συμπερασματικά η εταιρία χρειάζεται γύρω στις 6 μέρες για να χρησιμοποιήσει όλα της τα αποθέματα στη παραγωγική της διαδικασία, με εξαίρεση το έτος 2010, κάτι που είναι πολύ θετικό στη προσπάθεια της να μεγιστοποιήσει τη παραγωγή της. Συνεπώς, η εταιρία ΙΑΣΩ χρειάζεται μόλις 6 μέρες για να παράγει το μέγιστο της απόδοσης της. Αυτό όμως δεν σημαίνει ότι η εταιρία αποκτά τα μέγιστα κέρδη καθώς μπορεί να συμπιέζονται από την προσπάθεια της επιχείρησης να εμφανίσει μεγαλύτερο όγκο πωλήσεων με μείωση της τιμής. Ο κλάδος, από την άλλη, παρουσιάζει μια σταδιακή αύξηση στο δείκτη, που σημαίνει είτε συγκέντρωση αποθεμάτων είτε μείωση της παραγωγικής διαδικασίας σε γενικότερη κλίμακα. Μπορεί να έχει προκληθεί και από την αύξηση του δείκτη είσπραξης των απαιτήσεων κυρίως λόγω της καθυστέρησης πληρωμής των ασφαλιστικών ταμείων και άρα αύξησης των προβλέψεων για επισφαλείς πελάτες.

2.3.1.6 Δείκτης μικτού περιθωρίου

Ο δείκτης αυτός μαρτυρά τη λειτουργική αποτελεσματικότητα της επιχείρησης και την πολιτική τιμών που ακολουθεί (Ευθύμογλου Π., Πειραιάς 1999).

2009	2010	2011	2012
0,223	0,26	0,274	0,25
0,19	0,213	0,24	0,208
0,356	0,38	0,35	0,31



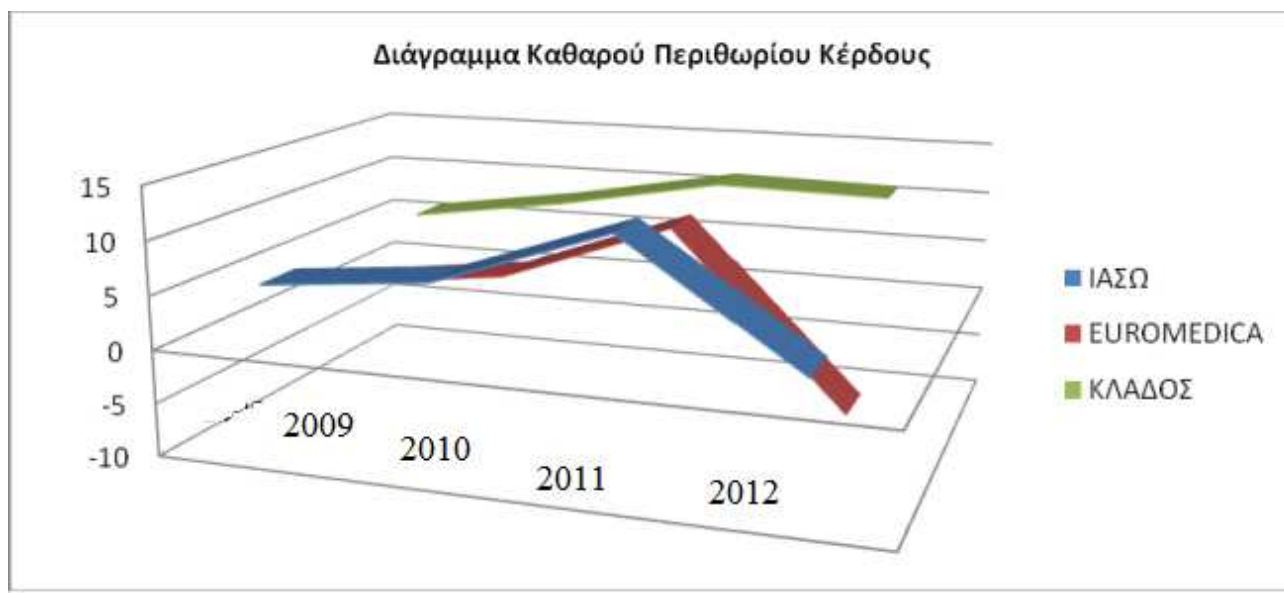
Πηγή 6: Ίδια Επεξεργασία

Ο δείκτης μικτού κέρδους της εταιρίας ΙΑΣΩ παρουσιάζει μια σταθερή πορεία μέσα στη περίοδο που μελετάμε χωρίς πολλές αυξομειώσεις. Βέβαια δεν είναι αρκετά υψηλός για να μπορέσουμε να πούμε ότι η δραστηριότητά της, της αφήνει αρκετά μεγάλο κέρδος παρότι μπορεί και καλύπτει τα λειτουργικά και τα διάφορα άλλα έξοδα της. Ένας χαμηλός δείκτης μικτού κέρδους μπορεί να έχει προέλθει από μια κακή πολιτική διοίκησης αγορών και πωλήσεων η οποία προώθησε επενδύσεις αδικαιολόγητες από τον πραγματοποιηθέν όγκο των πωλήσεων και οδήγησε σε μεγάλο κόστος παραγωγής. Ο κλάδος σύμφωνα με το δείκτη μικτού περιθωρίου κέρδους του παραμένει σχεδόν σταθερός με πολύ μικρές διακυμάνσεις κάτι που μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι γενικά οι εταιρίες του κλάδου υγείας δεν προσφέρουν τις υπηρεσίες τους αποκομίζοντας το μέγιστο των κερδών τους.

2.3.1.6 Δείκτης καθαρού περιθωρίου κέρδους

Ο δείκτης αυτός μας δείχνει το κέρδος της επιχείρησης που από τις πωλήσεις που πραγματοποιεί (Ευθύμογλου Π., Πειραιάς 1999).

2009	2010	2011	2012
5,63	7,18	12,73	1,92
2,07	4,07	9,94	-6,20
5,89	8,23	11,2	10,9



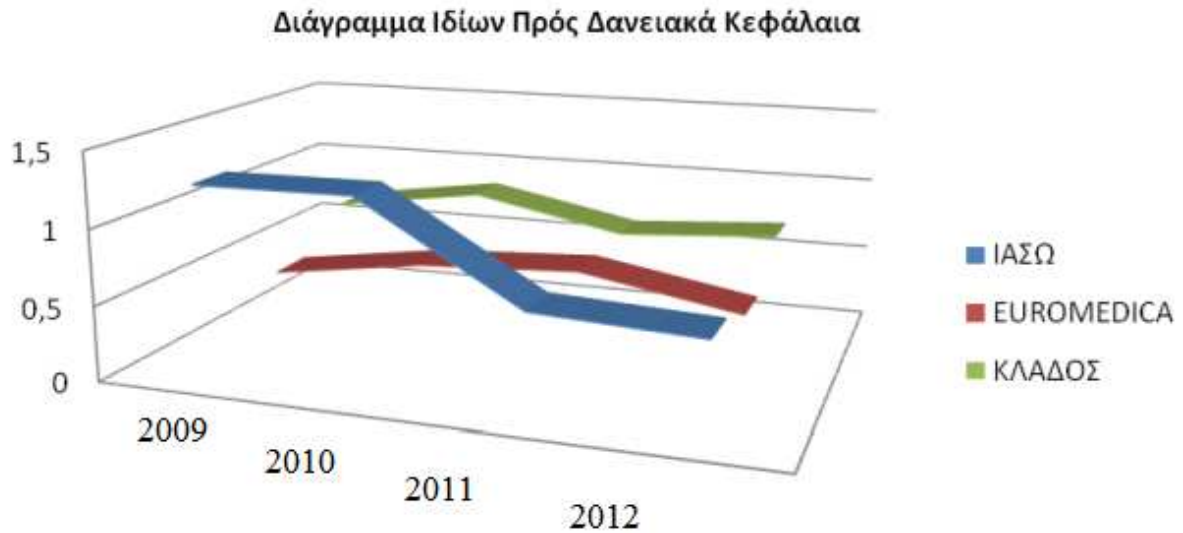
Πηγή 7: Ίδια Επεξεργασία

Η εταιρία ΙΑΣΩ παρουσιάζει, σύμφωνα με το πίνακα, αυξητικές τάσεις και μάλιστα αρκετά υψηλές μέχρι το 2010 ενώ δείχνει μια κατακόρυφη πτώση το 2012. Αυτό μας δείχνει ότι η εταιρία πουλάει τις υπηρεσίες της με αυξανόμενο ποσοστό καθαρού κέρδους μέχρι το 2011 ενώ το 2012 πουλάει τις υπηρεσίες της με πολύ μικρότερο ποσοστό κέρδους. Η κατακόρυφη πτώση που παρατηρείται κατά το έτος 2012 μπορεί να έχει προέλθει και από την δυσανάλογη αύξηση των εξόδων λειτουργίας των επιχειρήσεων σε σχέση με τις πωλήσεις τους. Ο κλάδος από την άλλη μεριά παρουσιάζει μια αυξανόμενη τάση στο καθαρό του κέρδος γεγονός που μας δείχνει ότι ο κλάδος της υγείας αποτελεί ένα επικερδές επιχειρηματικό σχέδιο.

2.3.1.7 Ίδια προς δανειακά κεφάλαια

Ο δείκτης αυτός παρουσιάζει την ασφάλεια που παρέχει η επιχείρηση στους επενδυτές της. Κατά πόσο δηλαδή οι φορείς της επιχείρησης συμμετέχουν με περισσότερα κεφάλαια ή όχι (Ευθύμογλου Π., Πειραιάς 2001).

2009	2010	2011	2012
1,26	1,27	0,652	0,60
0,42	0,57	0,624	0,438
0,69	0,84	0,63	0,70



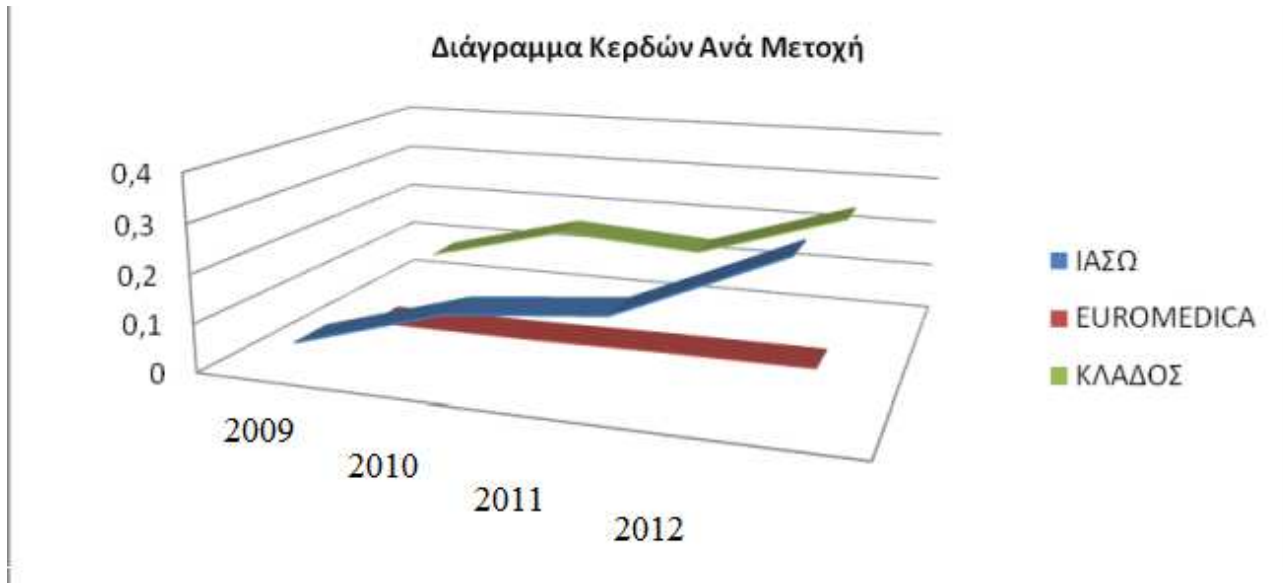
Πηγή 8: Ίδια Επεξεργασία

Η εταιρία ΙΑΣΩ τα έτη 2009 και 2010 έχει ένα δείκτη υψηλότερο της μονάδας, κάτι που δείχνει ότι οι φορείς όντως συμμετέχουν με περισσότερα κεφάλαια. Τα επόμενα δυο έτη όμως 2011 και 2012 η τιμή του δείκτη πέφτει κάτω από τη μονάδα γεγονός που μας ενημερώνει ότι οι πιστωτές συμμετέχουν περισσότερο με τα κεφάλαια τους. Ο δείκτης του κλάδου, μας ενημερώνει (αφού όπως παρατηρούμε μειώνεται) ότι οι εταιρίες που τον απαρτίζουν στηρίζονται περισσότερο σε ξένα κεφάλαια παρά σε κεφάλαια των φορέων τους. Από κει και πέρα εξαρτάται από την κάθε εταιρία αν θα εξασφαλίσει την φερεγγυότητα της απέναντι στους πιστωτές της.

2.3.1.8 Δείκτης EPS

Ο δείκτης παρουσιάζει τα κέρδη που αντιστοιχούν σε κάθε μετοχή (Ευθύμογλου Π., Πειραιάς 1999).

	2009	2010	2011	2012
	0,05	0,141	0,171	0,31
	0,0007	0,001	0,005	0,006
	0,08	0,16	0,14	0,24

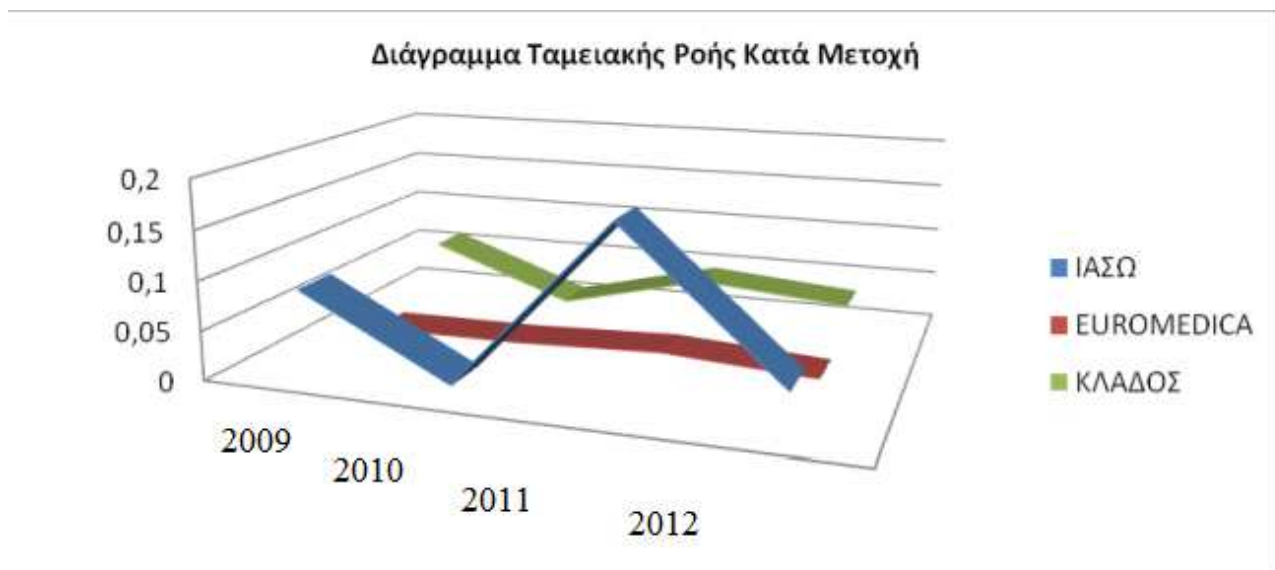


Πηγή 9: Ίδια Επεξεργασία

Σύμφωνα με τον πίνακα, μέσα στη περίοδο που μελετάται κάθε χρόνο δίνει περισσότερα κέρδη για κάθε μετοχή της κάτι που μαρτυρά την αύξηση της δυναμικότητας της κερδοφορίας της επιχείρησης. Ο κλάδος σε γενικές γραμμές δίνει κάθε χρόνο περισσότερα κέρδη ανά μετοχή έναν κανόνα που ακολουθεί και το Ιασώ.

2.3.1.9 Ταμειακή ροή κατά μετοχή

	2009	2010	2011	2012
	0,087	0,008	0,179	0,04
	0,003	0,004	0,01	0,0002
	0,062	0,007	0,045	0,032

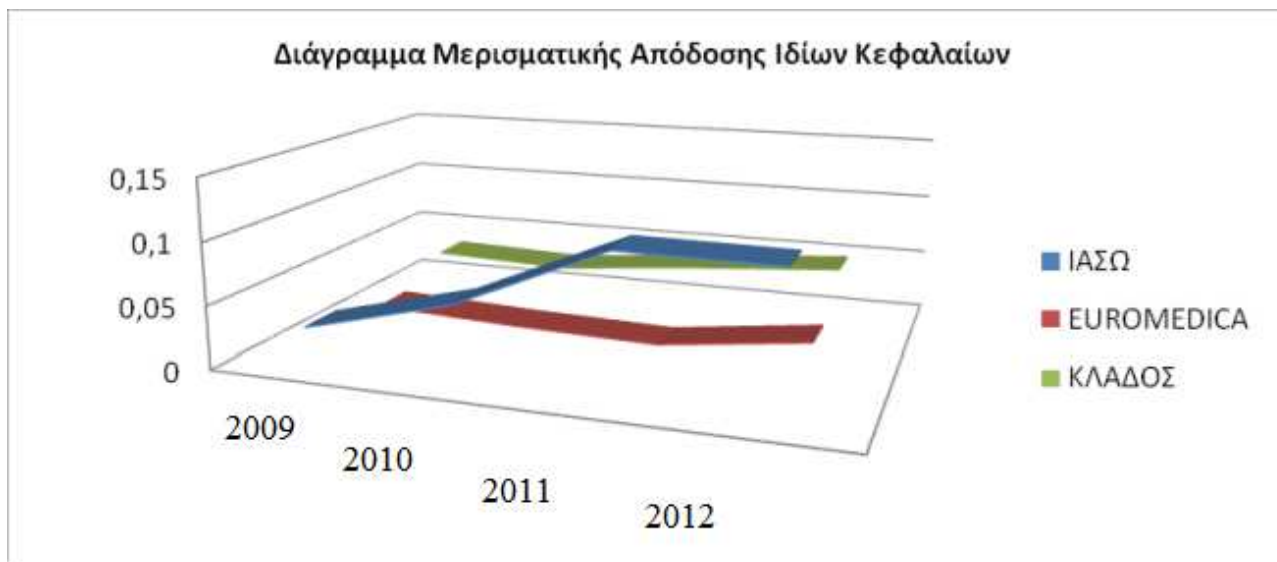


Πηγή 10: Ίδια Επεξεργασία

Από τον πίνακα αριθμοδεικτών παρατηρείτε ότι οι τιμές του δείκτη για την εταιρία ΙΑΣΩ παραμένουν σε χαμηλά επίπεδα κάτι που αποδεικνύει ότι δυσκολεύεται ιδιαίτερα να καλύψει τις ανάγκες τις που προκύπτουν από τη λειτουργία της. Την ίδια πορεία ακολουθεί και ο δείκτης του κλάδου επιβεβαιώνοντας το δείκτη ίδια κεφάλαια/ξένα κεφάλαια που θέλει τους πιστωτές να συμμετέχουν με περισσότερα κεφάλαια από ότι οι φορείς των επιχειρήσεων αφού δεν μπορούν από μόνοι τους να καλύψουν τις ανάγκες τους.

2.3.1.10 Μερισματική απόδοση ιδίων κεφαλαίων

	2009	2010	2011	2012
	0,029	0,059	0,111	0,11
	0,013	0,008	0,005	0,020
	0,032	0,028	0,039	0,048



Πηγή 11: Ίδια Επεξεργασία

Για την εταιρία ΙΑΣΩ η μερισματική απόδοση των ιδίων κεφαλαίων της παρουσιάζει αυξητική τάση μέσα στη περίοδο που μελετάτε κάτι που σημαίνει ότι έχουν τοποθετηθεί σωστά τα κεφάλαια της σε αποδοτικές επενδύσεις. Σε γενικές γραμμές ο κλάδος από τη μεριά του παρουσιάζει αυξητικές τάσεις και έτσι διαπιστώνουμε ότι οι εταιρίες που ανήκουν σ' αυτόν γενικά έχουν τοποθετήσει σε αποδοτικές επενδύσεις τα κεφάλαια τους.

Συμπεράσματα

Μέσα από την ανάλυση των αριθμοδεικτών εταιριών και κλάδου μπορούμε να εξάγουμε ασφαλώς κάποια πολύ σημαντικά συμπεράσματα. Καταρχήν η εταιρία ΙΑΣΩ στους περισσότερους αριθμοδείκτες αποδεικνύει ότι ακολουθεί την πορεία του κλάδου στην εξέλιξη και ανάπτυξη του. Επιπλέον, δείχνει να διατηρεί μια σταθερή πορεία ανάπτυξης και άρα ένα υψηλό επίπεδο φερεγγυότητας όπως ακριβώς συμβαίνει και με τον κλάδο. Τέλος οφείλουμε να επισημάνουμε ότι γενικά ο κλάδος της υγείας αποτελεί ένα επιχειρηματικό σχέδιο με κερδοφόρο μέλλον και σημαντικές προοπτικές εξέλιξης. Έχουν επενδυθεί πολλά κεφάλαια στον εκσυγχρονισμό των κλινικών και εν γένει στη προσπάθεια για παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών μιας και ο δημόσιος τομέας υγείας είναι ιδιαίτερος προβληματικός.

Συνοπτικά, από την ανωτέρω ανάλυση προκύπτουν τα ακόλουθα για την επιχειρηματική δραστηριότητα του ομίλου:

1. δεν υπάρχει ανάγκη να καταφύγει σε δανεισμό ούτε να εκποιήσει κάποιο πάγιο στοιχείο της για την κάλυψη των βραχυχρόνιων υποχρεώσεών της
2. με το πέρασμα των ετών βελτιώνεται η δυνατότητα της να καλύπτει τις βραχυχρόνιες υποχρεώσεις της από τα ρευστοποιήσιμα στοιχεία της-συνεπώς, μειώνονται η ανάγκη για δανεισμό έτσι ώστε να καλυφθούν οι βραχυχρόνιες ανάγκες και εμφανίζονται περιθώρια, πιο ευνοϊκά για δανεισμό που αφορούν επενδύσεις
3. ευνοϊκή εξέλιξη της οικονομικής της, φανερώνοντας τη δυνατότητά της να ανταποκρίνεται στα καθημερινά λειτουργικά της έξοδα με τα ρευστοποιήσιμα στοιχεία της
4. 2009 ως το 2012 παρουσιάζει μια σχεδόν σταθερή περίοδο αναμονής είσπραξης που συμβάλλει στη διατήρηση της σταθερής της θέσης της, γνωρίζοντας πότε θα εισπράξει και έχοντας τη δυνατότητα να προσδιορίσει τους επισφαλείς πελάτες της, σε κάποιο βαθμό, ενώ δεσμεύεται για λιγότερο χρόνο το κεφάλαιο της
5. χρειάζεται μόλις 6 μέρες για να παράγει το μέγιστο της απόδοσης της-αυτό όμως δεν σημαίνει ότι η εταιρία αποκτά τα μέγιστα κέρδη καθώς μπορεί να συμπιέζονται από την προσπάθεια της να εμφανίσει μεγαλύτερο όγκο πωλήσεων με μείωση της τιμής
6. παρουσιάζει μια σταθερή πορεία χωρίς πολλές αυξομειώσεις-δεν είναι αρκετά υψηλός ο δείκτης ώστε να προκύπτει ότι η δραστηριότητά της, της αφήνει αρκετά μεγάλο κέρδος παρότι μπορεί να καλύπτει τα λειτουργικά και τα διάφορα άλλα έξοδα της
7. κάθε χρόνο δίνει περισσότερα κέρδη για κάθε μετοχή της κάτι που μαρτυρά την αύξηση της δυναμικότητας της κερδοφορίας της
8. δυσκολεύεται ιδιαίτερα να καλύψει τις ανάγκες που προκύπτουν από τη λειτουργία της
9. η μερισματική απόδοση των ιδίων κεφαλαίων της παρουσιάζει αυξητική τάση κάτι που σημαίνει ότι έχουν τοποθετηθεί σωστά τα κεφάλαια της σε αποδοτικές επενδύσεις

3. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

3.1 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

3.1.1 Πολιτική προϊόντος

Από το 1996-99 τίθενται σε λειτουργία 7 νοσηλευτικές μονάδες 283 κλινών, υπερσύγχρονες αίθουσες τοκετού, 8 χειρουργικές αίθουσες εξοπλισμένες με σύστημα transfer ασθενών, τμήματα ενδοσκοπικής χειρουργικής και λαπαροσκοπήσεων, μονάδα εντατικής θεραπείας ενηλίκων, μονάδα εντατικής νοσηλείας νεογνών, εργαστήρια, καθώς και ένα από τα καλύτερα διαγνωστικά κέντρα στην Ευρώπη.

Το 2002 ιδρύονται δύο νέες εταιρίες που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους:

Η εταιρία «ΙΑΣΩ ΠΑΙΔΙΑΤΡΙΚΗ Α.Ε.», η οποία θα αποτελέσει το φορέα ίδρυσης και λειτουργίας Παιδιατρικής - Παιδοχειρουργικής Κλινικής, δυναμικότητας 65 κλινών.

Η εταιρία «ΙΑΣΩ SERVICES Α.Ε.», η οποία θα αναπτύξει πρόσθετες δραστηριότητες του Ομίλου πέραν των ιατρικών, που αρχίζουν σταδιακά να υλοποιούνται από το έτος 2003.

Το 2005 η εταιρεία "ΙΑΣΩ Services A.E" μετονομάζεται σε "Medstem Services A.E". Στις δραστηριότητές της συγκαταλέγεται η εκμετάλλευση των καταστημάτων που λειτουργούν στις κλινικές του ομίλου καθώς και η λειτουργία της τράπεζας ομφαλοπλακουντιακού αίματος με την εμπορική επωνυμία "Cryobanks International Services Athens". Η Cryobanks αποτελεί την επιστημονικά και τεχνολογικά αρτιότερα εξοπλισμένη μονάδα συλλογής επεξεργασίας, φύλαξης και κρυοσυντήρησης βλαστοκυττάρων στην Ελλάδα που φυλάσσει όλα τα μοσχεύματα στα εργαστήριά της. Λειτουργεί σύμφωνα με τις οδηγίες και τον έλεγχο μίας από τις μεγαλύτερες τράπεζες των Η.Π.Α., η οποία είναι πιστοποιημένη από το AABB (American Association of Blood Banks) και τα FDA (Food and Drugs Administration). Επιπλέον η Medstem Services σε συνεργασία με την Εθνική Τράπεζα, κυκλοφορεί μια νέα πιστωτική κάρτα visa, την My Club Card, με πολλά προνόμια για τους

κατόχους της, τόσο στις επιχειρήσεις του Ομίλου ΙΑΣΩ, όσο και στις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις.

3.1.2 Τιμολογιακή πολιτική

Η τιμολόγηση των προϊόντων βασίζεται στην τιμή των υπηρεσιών συν ένα ποσοστό κέρδους για την εταιρία. Επίσης, σε περίπτωση που ο πελάτης θα προπληρώσει τοις μετρητοίς θα έχει και κάποια έκπτωση της τάξεως του 5%.

Τα περιθώρια κέρδους για τα επιμέρους προϊόντα / υπηρεσίες είναι τα ακόλουθα:

Προϊόν / υπηρεσία	Περιθώριο κέρδους
Μαιευτήριο	10%
Νοσηλεία	7%
Διαγνωστικό κέντρο	8%

Πίνακας 9: Ίδια Επεξεργασία

Η επιχείρηση ΙΑΣΩ δεν ακολουθεί διαφοροποιήσεις στην τιμολογιακή της πολιτική. Παράλληλα, η πιστωτική πολιτική που ακολουθείται είναι προς όφελος των πελατών και μπορεί το τελικό ποσό νοσηλείας να χορηγηθεί σε 6 δόσεις.

3.1.2.1 Ιδιωτική Ασφάλιση

Το ΙΑΣΩ έχει υπογράψει συμβάσεις με Ιδιωτικές ελληνικές και ξένες Ασφαλιστικές εταιρείες για τη διευκόλυνση των ασθενών. Συγκεκριμένα συμφωνίες υπάρχουν με:

- ▶ AXA PPP
- ▶ BUPA
- ▶ INTERAMERICAN
- ▶ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΙΣΤΗ

3.1.2.2 Δημόσια Ασφάλιση

Η συνεργασία του ΙΑΣΩ με τον ΕΟΠΥΥ ξεκίνησε τον Ιανουάριο του 2012. Στον ΕΟΠΥΥ περιλαμβάνονται τα εξής ταμεία:

1. ΙΚΑ – ΕΤΑΜ
2. ΟΑΕΕ

3. ΟΠΑΔ / ΤΥΔΚΥ

4. ΟΓΑ

5. ΤΑΥΤΕΚΩ (ΚΑΠ-ΔΕΗ,ΤΑΠ-ΗΣΑΠ, ΤΑΠ-ΗΛΠΑΠ, ΤΑΠ-ΕΤΒΑ, ΤΑΑΠΤΠΓΑΕ, ΤΑΠ-ΟΤΕ)

6. ΕΤΑΑ (ΤΣΑΥ, ΤΣΜΕΔΕ, ΤΑΣ, ΤΠΔΑ, ΤΠΔΘ, ΤΥΔΠ, ΤΥΔΕ-ΤΠΔΕ)

7. ΝΑΤ

8. ΕΤΑΠ – ΜΜΕ

Οι ασφαλισμένοι του ΕΟΠΥΥ είναι δυνατόν να εξυπηρετηθούν από την Κλινική τόσο για τοκετούς – επεμβάσεις όσο και σαν εξωτερικοί ασθενείς για διαγνωστικές εξετάσεις.

3.1.3 Πολιτική προώθησης

Το Μάρκετινγκ βρίσκεται παντού. Από τα υλικά αντικείμενα και υπηρεσίες μέχρι τα ψηφιακά. Τυπικά ή άτυπα τόσο οι άνθρωποι όσο και οι επιχειρήσεις συμμετέχουν σε ένα μεγάλο αριθμό δραστηριοτήτων που θα μπορούσαν να ονομαστούν με μια λέξη «Μάρκετινγκ» (Βασαλάκη, Αθήνα, 2011). Συνιστά ως έννοια ένα συστατικό κρίσιμης σημασίας του σήμερα για τη διατήρηση της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων όλων των κλάδων δραστηριοποίησης. Η επιτυχημένη εφαρμογή του Μάρκετινγκ συνεπάγεται προσεκτικό σχεδιασμό (planning) και εκτέλεση αυτού (execution). Αποτελεί ταυτόχρονα «τέχνη» και «επιστήμη».

Τα εργαλεία προώθησης που έχουν χρησιμοποιηθεί τα τελευταία χρόνια και οι αντίστοιχοι προϋπολογισμοί έχουν ως εξής:

Η εταιρία διαφημίζεται μέσω των τοπικών περιοδικών και εφημερίδων αλλά και σε κεντρικά σημεία δρόμων και στην τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Η διαφήμιση θα αναληφθεί από διαφημιστική εταιρία. Οι στόχοι της διαφήμισης που θα ακολουθήσει η εταιρία είναι (Παπανδρόπουλος Αθ., Χριστίδης Κ., Golema, 2012):

- Η αύξηση της φήμης της
- Η προώθηση της ποιότητας των υπηρεσιών της
- Τα διαφημιστικά φυλλάδια άμεσης προώθησης για να γίνει η εταιρία ευρύτερα γνωστή

Η διαφημιστική εκστρατεία θα τονίζει τους στόχους της εταιρίας. Κύριο μήνυμα της

διαφήμισής είναι η παροχή προϊόντων που θα ικανοποιούν τον πελάτη. Η εταιρία θα προωθήσει τις δημόσιες σχέσεις με χορηγίες σε ιατρικά συνέδρια.

Εργαλείο προώθησης	Προϋπολογισμός σε €		
	2010	2011	2012
Διαφημίσεις στην τηλεόραση	354.346	456.780	650.000
Διαφημίσεις στο ραδιόφωνο	125.000	128.000	135.000
Διαφημιστικές καταχωρήσεις	45.000	48.000	53.000
Διαφημιστικά φυλλάδια	36.500	38.200	43.000
Αφίσες	65.000	73.500	84.000
Συμμετοχή σε εκθέσεις	123.000	165.000	178.000
Παρουσία στο Internet	6500	7200	7500
Ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων	87.000	98.000	132.000

Πίνακας 10: Ίδια Επεξεργασία

Επιπλέον, οι καταναλωτές σήμερα πληροφορούνται για μια εταιρεία μέσω διαφόρων σημείων επικοινωνίας (touch points), όπως το διαδίκτυο (on line communication), πρόσωπο με πρόσωπο (face-to-face communication), συναλλαγές και επαφές απ' ευθείας με την εταιρεία κλπ (Παπανδρόπουλος Αθ., Χριστίδης Κ., Golema, 2012). Η διαδικτυακή «τεχνική» προσφέρει για την εταιρεία διπλό όφελος, αφού εκτός από μηδενικού κόστους διαφήμιση συμβάλλει στην ανάπτυξη του πελατολογίου της. Άλλωστε σήμερα μόνο το 14% των πολιτών εμπιστεύεται τις διαφημίσεις, ενώ το 78% στηρίζεται στις απόψεις των καταναλωτών. Έτσι μέσα από τους πελάτες της, κάθε επιχείρηση μπορεί να διακρίνει τις τάσεις της εποχής και να καλύπτει τυχόν κενά του κλάδου της, αποκτώντας ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, κερδίζοντας μεγάλο μερίδιο αγοράς και διατηρώντας τη βιωσιμότητάς της.

4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

4.1 ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

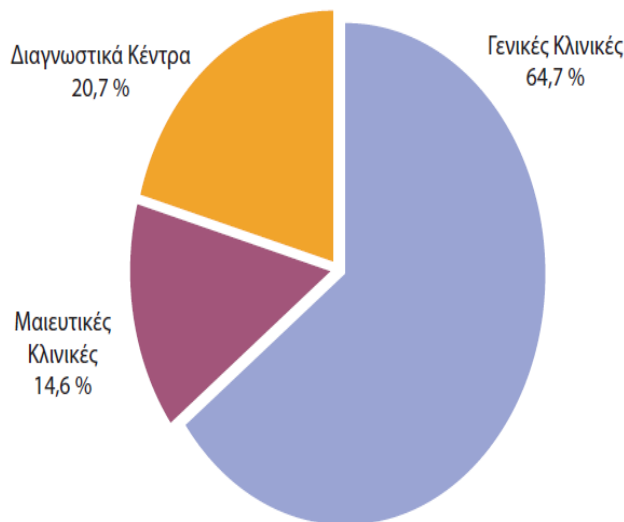
Οι συνθήκες που αναμένεται να επηρεάσουν το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση ΙΑΣΩ είναι οι ακόλουθες:

Πολιτικό / ρυθμιστικό περιβάλλον	Οικονομικό περιβάλλον	Κοινωνικό /πολιτιστικό περιβάλλον	Τεχνολογικό περιβάλλον
Φορολογική Νομοθεσία	Πληθωρισμός	Δημογραφικά χαρακτηριστικά	Ιδιαίτερα υψηλές δαπάνες σε έρευνα και ανάπτυξη λόγω του αυξημένου ανταγωνισμού
Δυνατότητα ανταγωνισμού μέσω της εισόδου νέων επιχειρήσεων στον κλάδο	Επιτόκια (όταν είναι υψηλά, γίνονται νέες επενδύσεις στη χώρα)	Κατανομή Εισοδήματος	Νέες ανακαλύψεις
Πολιτική σταθερότητα	Τάση του ΑΕΠ(όσο αυξάνεται, τόσο καλύτερη είναι η οικονομία της χώρας, οπότε αυξάνεται η ζήτηση για προϊόντα)	Καταναλωτικά πρότυπα	Πολύ αυξημένος ρυθμός μεταφοράς τεχνολογίας
	Ανεργία (υψηλή ανεργία δεν αυξάνει τη ζήτηση)	Η μεγαλύτερη σημασία που δίνεται στην υγεία	Ιδιαίτερα υψηλή τεχνολογική υποδομή
	Διαθέσιμο Εισόδημα (βελτίωση της ποιότητας ζωής έχει οδηγήσει σε υψηλότερο διαθέσιμο εισόδημα)	Η μεγαλύτερη μέση διάρκεια ζωής	Νέα προϊόντα / παραγωγικές διαδικασίες
	Υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης της των οικονομιών	Υψηλότερες δαπάνες για υγεία	
	Υψηλό κόστος λόγω διαφήμισης αλλά και μείωση κόστους λόγω των συγχωνεύσεων εταιριών		

Πίνακας 11: Ίδια Επεξεργασία

4.1.1 Εγχώρια Αγορά

Το μέγεθος της συνολικής εγχώριας αγοράς των ιδιωτικών υπηρεσιών υγείας, σύμφωνα με την πρόσφατη μελέτη της ICAP (Ιούλιος 2012), εκτιμάται κατά το 2011 σε €1.544,5 εκατ. έναντι €508 εκατ. το 1997, παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης (2007-2011) της τάξεως του 13,2%. Το μέγεθος αγοράς των ιδιωτικών γενικών κλινικών εκτιμάται για το 2011 σε €1.000 εκατ., ενώ το μέγεθος αγοράς των ιδιωτικών μαιευτικών κλινικών υπολογίζεται για το 2011 σε €225,5 εκατ. Στα ιδιωτικά διαγνωστικά κέντρα, η αξία της εν λόγω αγοράς εκτιμάται για το 2011 σε €319 εκατ. Στο γράφημα που ακολουθεί παρουσιάζεται η ποσοστιαία συμμετοχή της κάθε κατηγορίας στο σύνολο της υπό εξέτασης αγοράς για το 2011.

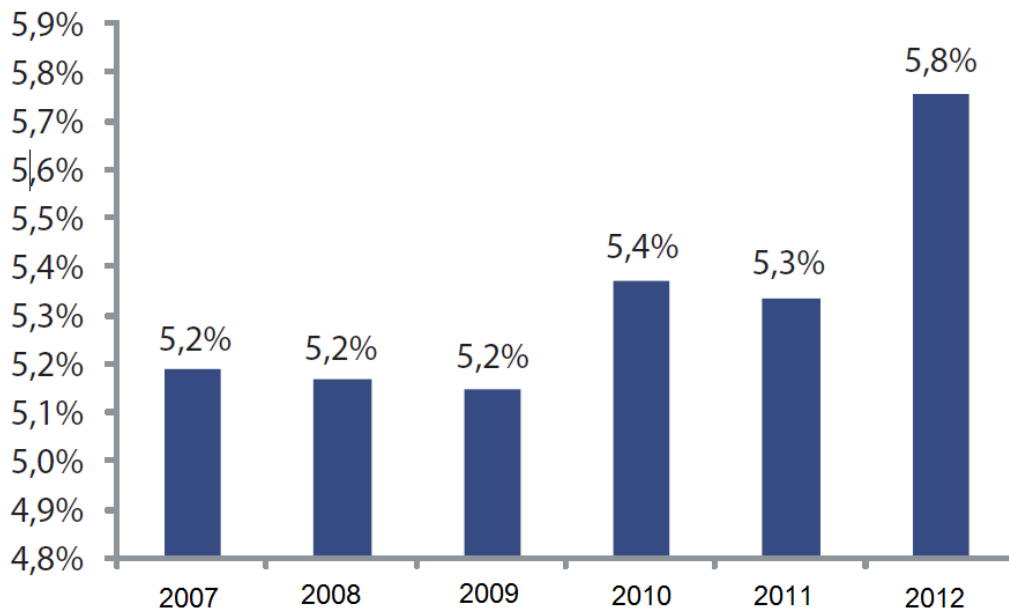


Πηγή 12: Ίδια Επεξεργασία

Η αγορά υγείας στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από:

- Υψηλούς ρυθμούς Ανάπτυξης. Το μέγεθος της συνολικής εγχώριας αγοράς των ιδιωτικών υπηρεσιών υγείας παρουσίασε για την περίοδο 2007 – 2011 Μέσο Ετήσιο Ρυθμό Ανάπτυξης 13,2%.
- Υψηλή τμηματοποίηση αφού ο μεγαλύτερος παροχέας κατέχει περίπου 16% της συνολικής ιδιωτικής αγοράς ενώ οι μικρότεροι παροχείς είναι λιγότερο ανταγωνιστικοί κυρίως λόγω της χαμηλής ποιότητας των υπηρεσιών τους και της αδυναμίας τους να επενδύσουν σε εξοπλισμό και ανθρώπινο δυναμικό.

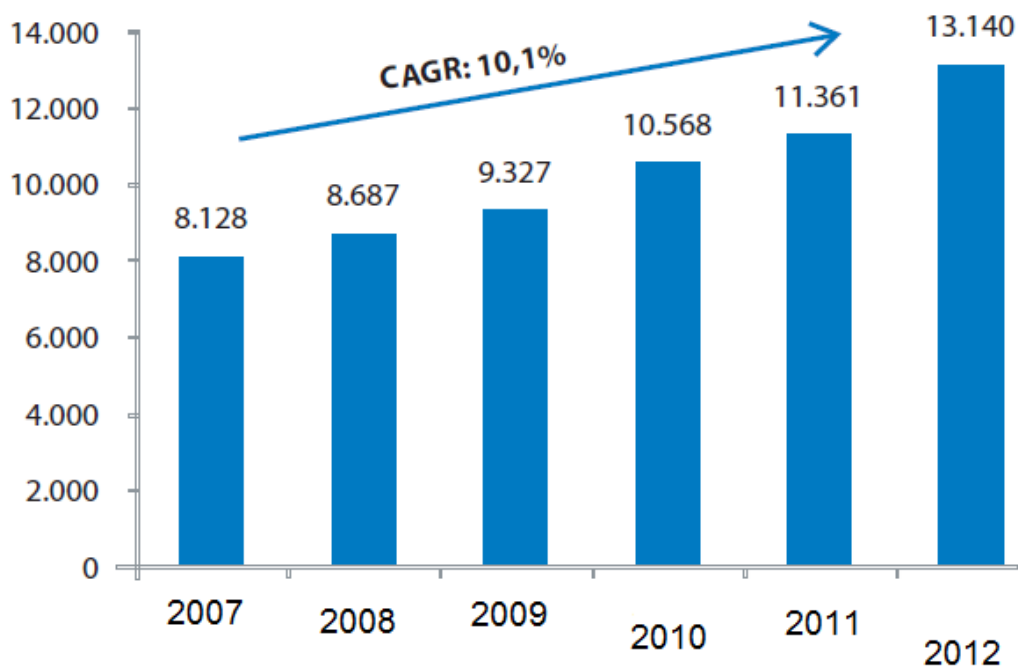
- Αυξανόμενη ζήτηση για ποιοτικές υπηρεσίες υγείας.
- Αλλαγή της σύνθεσης της ζήτησης λόγω μεταβολής των δημογραφικών στοιχείων (γήρανση πληθυσμού , εισροή μεταναστών).
- Περιορισμένη και χαμηλής ποιότητας παροχή υπηρεσιών εκτός Αθήνας και Θεσσαλονίκης.



Ιδιωτική Δαπάνη Υγείας ως Ποσοστό του ΑΕΠ

Πηγή 13: Ίδια Επεξεργασία

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία (2012) οι ιδιωτικές δαπάνες υγείας ανέρχονται σε € 13,1 δισ., παρουσιάζοντας Μέσο Ετήσιο Ρυθμό Αύξησης (CAGR) κατά την περίοδο 2007 – 2005 της τάξεως του 10,1% αντιστοιχώντας στο 5,8% του ΑΕΠ κατά το 2012 έναντι 5,2% το έτος 2007.



Ιδιωτική Δαπάνη Υγείας (2007-2012)

Πηγή 14: Ίδια Επεξεργασία

4.1.2 Αποτελέσματα Μάρκετινγκ και Πωλήσεων

Τα μερίδια αγοράς κατά τμήμα του ομίλου είναι τα ακόλουθα:

Προϊόν / υπηρεσία	Μερίδιο αγοράς
ΙΑΣΩ	40%
ΙΑΣΩ General	17%
ΙΑΣΩ Παιδών	38%
ΙΑΣΩ Θεσσαλίας	23%
CRYOBANKS	78%

Πηγή 15: Ποσοστά Μεριδίου Αγοράς από το ΙΑΣΩ 2012

Οι πωλήσεις και τα αποτελέσματα (κέρδη / ζημιές) ανά κλινική έχουν ως εξής:

Προϊόν / υπηρεσία	Πωλήσεις σε €	Αποτέλεσμα σε €
ΙΑΣΩ	1.959.266.436	220.128.929
ΙΑΣΩ General	2.327.894.345	354.876.423
ΙΑΣΩ Παίδων	867.546.832	165.789.345
ΙΑΣΩ Θεσσαλίας	679.569.340	132.098.456
CRYOBANKS	846.342.387	432.927.546

Πίνακας 12: Ίδια Επεξεργασία

4.1.3 Κλάδος δραστηριοποίησης της επιχείρησης

Ο κλάδος της υγείας θα συνεχίσει την ανάπτυξή του και τα επόμενα έτη. Οι εξελίξεις της ιατρικής επιστήμης, η άνοδος του βιοτικού επιπέδου των Ελλήνων και η αύξηση του μέσου όρου ηλικίας αναμένεται να ενεργήσουν σε αυτό. Ο αριθμός των συγχωνεύσεων και των εξαγορών αναμένεται να αυξηθεί με στόχο τη δημιουργία μεγάλων και πολυδύναμων μονάδων παροχής υπηρεσιών περίθαλψης. Οι μονάδες αυτές θα έχουν τη δυνατότητα επίτευξης οικονομιών κλίμακας και επέκτασης των δραστηριοτήτων τους σε χώρες του εξωτερικού. Επιπλέον, οι ασφαλιστικές εταιρίες ενδέχεται να δραστηριοποιηθούν στο χώρο παροχής υπηρεσιών υγείας ώστε να επιτύχουν αποκλιμάκωση του κόστους και διεύρυνση του μεριδίου στο χώρο των ασφαλειών με ταυτόχρονη διατήρηση των υπηρεσιών σε υψηλά επίπεδα.

Αξίζει, ωστόσο να σημειωθεί πως είναι ένας κλάδος που δεν θα μείνει ανεπηρέαστος λόγω της οικονομικής κρίσης που πλήττει την Ευρώπη και κυρίως την Ελλάδα. Όμως, η υγεία είναι ένα πολύτιμο «αγαθό» το οποίο οι καταναλωτές δεν βάζουν σε δεύτερη μοίρα, επομένως, δεν θα αλλάξει δραματικά η κατάσταση του Ιασώ. Αναμένεται και αύξηση των πωλήσεων του καθώς, οι πολίτες εμπιστεύονται ολοένα και λιγότερο τη δημόσια υγεία (λόγω οικονομικών ελλείψεων) και στρέφονται προς την ιδιωτική υγεία.

4.1.4 Ανάλυση ανταγωνιστών

Οι ιδιωτικές κλινικές είναι κατά κανόνα μικρές νοσηλευτικές μονάδες που στη μεγάλη πλειοψηφία τους διαθέτουν περιορισμένο αριθμό κλινών. Ο μέσος όρος κλινών ανά ιδιωτική κλινική ανέρχεται σε 77. Οι περισσότερες κλινικές εξαρτώνται από τους δημόσιους ασφαλιστικούς οργανισμούς οι οποίοι κρατούν χαμηλές τις τιμές ενώ δύσκολα προχωρούν στην σύναψη συμβάσεων με ιδιωτικούς ασφαλιστικούς οργανισμούς λόγω του ότι δεν μπορούν τις περισσότερες φορές να ανταποκριθούν στην ζήτηση υψηλής ποιότητας υπηρεσιών.

Έτσι, οι ιδιωτικές κλινικές είναι κυρίως δυο κατηγοριών. Στην πρώτη κατηγορία ανήκει το μεγαλύτερο μέρος των ιδιωτικών κλινικών. Ειδικότερα υπάρχει ένας πολύ μεγάλος αριθμός μικρών νοσηλευτικών μονάδων που η βιωσιμότητα τους είναι αμφίβολη λόγω της αδυναμίας τους να ανταποκριθούν στην αυξανόμενη ζήτηση για άρτιες και ποιοτικά αναβαθμισμένες υπηρεσίες υγείας. Οι κλινικές αυτές εξαρτώνται κυρίως από τα διάφορα δημόσια ταμεία όπου η τιμολόγηση των υπηρεσιών είναι χαμηλότερη του κόστους.

Επίσης λόγω των οικονομικών δυσκολιών που αντιμετωπίζουν δεν υπάρχουν οι απαιτούμενοι πόροι ώστε να αναβαθμιστεί ο ξενοδοχειακός, ιατρικός και μηχανολογικός εξοπλισμός τους, ενώ λόγω των παραπάνω, αναμένεται να είναι ιδιαίτερα δύσκολη η προσαρμογή τους στους κοινοτικούς κανονισμούς.

Όμως υπάρχουν, αν και ελάχιστες στο αριθμό, και μεγάλες πολυδύναμες κλινικές που βρίσκονται κυρίως στην Αθήνα και την Θεσσαλονίκη. Οι μονάδες αυτές είναι άρτια οργανωμένες με σύγχρονο εξοπλισμό εφάμιλλο με αυτών του εξωτερικού και προσφέρουν το σύνολο των υπηρεσιών τόσο σε πρωτοβάθμια όσο και σε δευτεροβάθμια περίθαλψη.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του παρακάτω πίνακα, μεταξύ των ιδιωτικών κλινικών για το 2010, το Ιατρικό Αθηνών καταλαμβάνει το μεγαλύτερο μερίδιο (26,2%). Ακολουθεί στη δεύτερη θέση το θεραπευτήριο Υγεία με μερίδιο αγοράς

11,1% και στην Τρίτη θέση η Περσεύς με μερίδιο 7,4%.

Από την πλευρά των μαιευτικών κλινικών, την πρώτη θέση κατέχει για το 2010 το Ιασώ, με μερίδιο 39,5%, και ακολουθούν το Μητέρα (30,4%) και το Λητώ (8,8%).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο δείκτης συγκέντρωσης μεριδίων αγοράς των παρουσιαζόμενων εταιριών του πίνακα που ακολουθεί. Συγκεκριμένα, οι εννέα (9) μεγαλύτερες επιχειρήσεις εκμετάλλευσης ιδιωτικών κλινικών παρουσιάζουν δείκτη συγκέντρωσης 71 % για το 2003, ενώ τα τρία (3) μεγαλύτερα ιδιωτικά μαιευτήρια παρουσιάζουν δείκτη συγκέντρωσης 78,7%. Μικρότερη είναι η συγκέντρωση των 14 διαγνωστικών κέντρων του πίνακα, με αντίστοιχο δείκτη 47,4%.

Ιδιωτικές Κλινικές	Μερίδιο
Ιατρικό Αθηνών Α.Ε.	26,2%
Υγεία Διαγνωστικό & Θεραπευτικό Κέντρο Αθηνών Α.Ε.	11,1%
Περσεύς Α.Ε.	7,4%
Euromedica Α.Ε.	6,7%
Ευρωκλινική Αθηνών Α.Ε.	5,8%
Νοσηλευτική Α.Ε	5,3%
Κεντρική Κλινική Αθηνών Α.Ε.	3,5%
Γενική Κλινική Θεσσαλονίκης Α.Ε.	3,4%
Κυανούς Σταυρός Α.Ε.	1,7%
Μαιευτικές Κλινικές	
Ιασώ Α.Ε.	39,5%
Μητέρα Ιδιωτική Μαιευτική & Χειρουργική Κλινική Α.Ε.	30,4%
Λητώ Α.Ε	8,8%

Πίνακας 13: Ίδια Επεξεργασία

Ο κυριότερος ανταγωνιστής είναι το Μητέρα με μερίδιο αγοράς 30,4%. Άλλος κύριος ανταγωνιστής είναι το Λητώ με μερίδιο αγοράς 8,8%. Ο ανταγωνισμός στον

κλάδο των μαιευτικών κλινικών δεν είναι τόσο υψηλός. Αυτό συμβαίνει επειδή υπάρχουν 2 βασικοί ανταγωνιστές (ΙΑΣΩ και Μητέρα) έναντι των δημοσίων μαιευτηρίων. Μόλις τα τελευταία έτη έχουν εισέλθει στον ανταγωνισμό η μαιευτική κλινική Γαία και η Ρέα. Στον κλάδο δεν υπάρχουν εμπόδια εισόδου νέων ανταγωνιστών.

Μέσα στα επόμενα έτη είναι οι δύο νέες μαιευτικές κλινικές στην περιοχή της Αττικής να απειλήσουν το μερίδιο αγοράς του ΙΑΣΩ καθώς επίσης και δημόσια μαιευτήρια, όπως το Αρεταίειο και το Αλεξάνδρας, λόγω της οικονομικής κρίσης.

Στο μέλλον, οι ανταγωνιστές είναι πιθανό να είναι και άλλες ιδιωτικές μαιευτικές κλινικές αλλά και ιδιωτικές κλινικές γενικότερα.

		ΙΑΣΩ		ΕΡΡΥΚΟΣ ΝΤΙΝΑΝ		ΥΓΕΙΑ	
		Σκορ (1-10)	Προς/νο Σκορ	Σκορ (1-10)	Προς/νο Σκορ	Σκορ (1-10)	Προς/νο Σκορ
Κρίσιμοι παράγοντες επιτυχίας	Συντελεστής βαρύτητας						
Ιατρικό προσωπικό	40%	9	3,6	8	3,2	9	3,6
Νοσηλευτικό προσωπικό	15%	8	1,2	6	0,9	8	1,2
Κατάσταση κλινικής	25%	9	2,25	7	1,75	10	2,5
Ιατρικός εξοπλισμός	17%	8	1,36	6	1,02	9	1,53
Φήμη	3%	9	0,27	8	0,24	9	0,27

Πίνακας 14: Ίδια Επεξεργασία

5. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΠΙΕΣΕΙΣ ΚΛΑΔΟΥ

Το συνολικό μέγεθος αγοράς των ιδιωτικών υπηρεσιών υγείας παρουσιάζει συνεχή άνοδο, με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 12,8%. Ειδικότερα, το συγκεκριμένο μέγεθος διαμορφώθηκε σε χιλ. € 1.049.000 το 2010, έναντι χιλ. € 944.800 το 2011, παρουσιάζοντας ποσοστιαία αύξηση 11,0%, ενώ το 2009 ανήλθε σε χιλ. € 833.500 (αύξηση 13,4% την περίοδο 2010/2009).

Διαχρονική αύξηση παρουσιάζει η αγορά των ιδιωτικών κλινικών κατά την περίοδο 2007-2011, με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 15,2%. Ειδικότερα, το 2011 εκτιμάται σε χιλ. € 620.700, έναντι χιλ. € 539.300 το 2010 (αύξηση 15,1%) και χιλ. € 455.800 το 2009 (αύξηση 18,3% την περίοδο 2009/2010). Σύμφωνα με τα στοιχεία του 2011, εκτιμάται ότι το 90% περίπου του συνολικού μεγέθους της συγκεκριμένης κατηγορίας προέρχεται από εσωτερικούς - νοσηλευόμενους ασθενείς. Οι ιδιωτικές κλινικές αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μερίδιο στο σύνολο της αγοράς των ιδιωτικών υπηρεσιών υγείας, με μερίδιο 59,2% κατά το 2011.

Το μέγεθος αγοράς των ιδιωτικών μαιευτηρίων καταγράφει διαχρονική αύξηση κατά την περίοδο 2007-2011, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 11,8%. Συγκεκριμένα, για το 2007 εκτιμάται σε χιλ. € 173.000, έναντι χιλ. € 164.000 το 2007, παρουσιάζοντας αύξηση 5,5%, ενώ ανήλθε σε χιλ. € 150.000 το 2008, σημειώνοντας αύξηση 9,3% κατά την περίοδο 2007/2008. Οι μαιευτικές κλινικές κάλυψαν το 16,5% του συνόλου της αγοράς ιδιωτικών υπηρεσιών υγείας για το 2011.

5.1 Απειλή Εισόδου Νέων Επιχειρήσεων στον Κλάδο

Η είσοδος νέων επιχειρήσεων σε έναν κλάδο τυπικά εισάγει νέα δυναμικότητα, την επιθυμία τους να αποκτήσουν μερίδιο αγοράς, καθώς και νέους πόρους. Έτσι, είναι μια απειλή για τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις στον κλάδο, οι οποίες θα επιδιώξουν να θέσουν φραγμούς εισόδου σε πιθανούς ανταγωνιστές. Στον κλάδο των

ιδιωτικών κλινικών και μαιευτικών κλινικών δραστηριοποιείται ένας αρκετά μεγάλος αριθμός εταιρειών. Οι πιο οργανωμένες ιδιωτικές κλινικές έχουν πλέον καθιερωθεί στην αγορά, πραγματοποιώντας αξιόλογες πωλήσεις. Σήμερα δεδομένων των συνθηκών που υφίστανται λόγω της οικονομικής κρίσης δεν αναμένεται να προκύψουν απειλές από την εμφάνιση και την είσοδο νέων επιχειρήσεων στον κλάδο ο οποίος τείνει να καλυφθεί πλήρως με τις ήδη υπάρχουσες δραστηριοποιημένες επιχειρήσεις.

5.2 ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΙΚΗ ΔΥΝΑΜΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

Οι προμηθευτές μπορούν να χρησιμοποιήσουν τη διαπραγματευτική τους δύναμη και να ασκήσουν πίεση στον κλάδο, απειλώντας να αυξήσουν τις τιμές ή να χαμηλώσουν την ποιότητα των προϊόντων που προμηθεύουν. Οι ισχυροί προμηθευτές μπορούν να συρρικνώσουν τα κέρδη του κλάδου όταν οι επιχειρήσεις τους δεν μπορούν να μετακυλήσουν το αυξημένο κόστος στις τιμές τους. Το Ιασώ δεν διατρέχει προσωρινώς τέτοιου είδους απειλές λόγω συμφωνητικών που έχει υπογράψει με τις προμηθευτές της ώστε να διασφαλίσει τόσο την ποιότητα των προϊόντων της και επομένως την αφέλεια των πελατών της όσο και τα ταμεία της.

5.3 ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΤΙΚΗ ΔΥΝΑΜΗ ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ

Οι ανταγωνιζόμενες στον κλάδο επιχειρήσεις επιθυμούν να μεγιστοποιήσουν την αποδοτικότητα των επενδυμένων κεφαλαίων. Οι αγοραστές ανταγωνίζονται με τις επιχειρήσεις του κλάδου καθώς προσπαθούν να αγοράσουν προϊόντα/υπηρεσίες στην κατώτερη τιμή, ενώ διαπραγματεύονται για υψηλότερη ποιότητα και καλύτερες υπηρεσίες, οπότε οι ανταγωνιζόμενες επιχειρήσεις έχουν την κατώτερη δυνατή απόδοση. Η δύναμη της κάθε αγοραστικής ομάδας εξαρτάται από έναν αριθμό χαρακτηριστικών, που αφορούν την κατάσταση της αγοράς και τη σχετική σημασία των αγορών από τον κλάδο. Μάλιστα για να αυξήσουν οι ανταγωνιζόμενες στον κλάδο επιχειρήσεις τη ζήτηση για τα προϊόντα τους, τα προωθούν μέσω διαφημίσεων όπου τονίζεται η ποιότητά τους. Το Ιασώ ως όμιλος (όπως αναλύεται και στα αντίστοιχα κεφάλαια) δείχνει ιδιαίτερη σημασία στη διαφήμιση. Καμπάνιες

κατάλληλες, διαφημιστικά φυλλάδια, μετάδοση από στόμα σε στόμα είναι μερικές από τις τεχνικές που χρησιμοποιεί προκειμένου να μεγιστοποιήσει τόσο την πελατειακή της βάση όσο και την αγοραστική της δύναμη και αξία.

5.4 ΑΠΕΙΛΗ ΑΠΟ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΑΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Το χαρακτηριστικό των υποκατάστατων προϊόντων είναι ότι θέτουν μια ανώτερη τιμή πώλησης των προϊόντων των ανταγωνιζόμενων στον κλάδο επιχειρήσεων. Υποκατάστατες υπηρεσίες στον κλάδο είναι οι δημόσιες κλινικές.

5.5 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΤΙΣ ΥΠΑΡΧΟΥΣΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΝΟΣ ΚΛΑΔΟΥ

Η εξασφάλιση μιας ισχυρής ανταγωνιστικής θέσης αποτελεί το σημαντικότερο ίσως σκοπό κάθε επιχείρησης μέσα σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Στον κλάδο των κλινικών, υπάρχουν οι μεγάλες δημόσιες κλινικές που υφίστανται χρόνια και μικρότερες ιδιωτικές κλινικές. Οι σημαντικότερες επιχειρήσεις στον κλάδο είναι παρόμοιας δυναμικότητας, επομένως ο ανταγωνισμός είναι έντονος. Οι επιχειρήσεις του κλάδου αντιμετωπίζουν ισχυρά σταθερά κόστη, με αποτέλεσμα να αυξάνει ο ανταγωνισμός. Οι επιχειρήσεις του κλάδου έχουν κάνει σημαντικές επενδύσεις που δεν τους επιτρέπουν εύκολα να φύγουν από τον κλάδο, με αποτέλεσμα την αύξηση του ανταγωνισμού.

Το γεγονός αυτό συνεπάγεται τη διαρκή επαγρύπνηση του ομίλου ώστε να αντιμετωπίζει άμεσα τυχόν κινδύνους ή απειλές και να εκμεταλλεύεται τυχόν προκύπτουσες ευκαιρίες και δυνατότητες έτσι ώστε να εξασφαλίσει τη μακροχρόνια βιωσιμότητά του στην κορυφή του κλάδου υγείας.

6. ΑΝΑΛΥΣΗ S.W.O.T.

6.1 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΔΥΝΑΤΩΝ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΤΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΙΑΣΩ

Τα δυνατά σημεία του ομίλου ΙΑΣΩ είναι η συνεχείς εξέλιξη και βελτίωση του ιατρικού εξοπλισμού της εταιρείας. Η κοινωνική ευθύνη και ο σεβασμό προς τον άνθρωπο αλλά και τα εξελιγμένα τεχνολογικά μηχανήματα που έχει για την παροχή των υπηρεσιών της. Τα μέτρα που λαμβάνει προκειμένου να ανταπεξέρχεται συνεχώς στους νέους νόμους/ κανόνες που υπάγονται στα πλαίσια της ιατρικής μέριμνας. Σεβασμός και αξιοπιστία είναι τα κύρια χαρακτηριστικά του ομίλου.

Επιπλέον, βασική αδυναμία που αντιμετωπίζει ο όμιλος ΙΑΣΩ είναι ότι δεν έχει κάποια συνεργασία με τους δημοσίου φορείς με αποτέλεσμα να μην είναι εύκολο για τους ασφαλισμένους σε αυτούς τους οργανισμούς ως προς τις τιμές των παρεχόμενων υπηρεσιών που έχουν στα κέντρα ΙΑΣΩ. Συνεπώς, γίνεται όλο και πιο επιτακτικός ο τρόπος αντιμετώπισης των αναμενόμενων υπηρεσιών αλλά και των τιμών ως προς αυτές.

Πιο αναλυτικά:

Δυνάμεις	Αδυναμίες
<ul style="list-style-type: none"> • Τεχνογνωσία • Καλή ποιότητα παραγωγής και προσφερόμενων υπηρεσιών. • Σημαντικές κτιριακές υποδομές • Σύγχρονος εξοπλισμός. • Ακρίβεια στο προκαθορισμένο χρονοδιάγραμμα και μικροί (σχετικά με τον ανταγωνισμό) χρόνοι ολοκλήρωσης εργασιών. • Συνέπεια + Ευελιξία – Καλή σχέση με τον πελάτη • Πιστοποιήσεις (ISO, κλπ) 	<ul style="list-style-type: none"> • Υψηλό κόστος εργατικών (αρκετοί το συσχετίζουν και με το ωράριο και τις υποχρεώσεις που απορρέουν από τις συμφωνίες με το συνδικάτο) • Χρηματοπιστωτικά (και εγγυήσεις τραπεζών που δεν δίνονται) • Έλλειψη ειδικοτήτων που χρειάζονται (αφορά κυρίως έκτακτο προσωπικό) • Έλλειψη ή δυσκολία χρηματοδότησης

Πίνακας 15 : Ίδια Επεξεργασία

6.2 ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΑΠΕΙΛΩΝ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

Η σταθερή και αποδοτική στρατηγική του Ομίλου ΙΑΣΩ σε συνδυασμό με την εμπιστοσύνη των πελατών, την αφοσίωση των ιατρών και του προσωπικού, επιτρέπουν την επίτευξη των μακρόπνοων ποσοτικών και ποιοτικών στόχων. Η αναπτυξιακή πορεία του κλάδου των υπηρεσιών υγείας, συνεχίστηκε και κατά το έτος 2006 με υψηλούς ρυθμούς. Το πλαίσιο ανάπτυξης του κλάδου διαμορφώνεται από μια σειρά ρυθμιστικών, τεχνολογικών, δημογραφικών, αλλά και αμιγώς επιχειρηματικών παραγόντων. Οι παρατηρούμενες περικοπές στις Δημόσιες δαπάνες υγείας στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες, κατά τη διάρκεια της τελευταίας 5ετίας, δημιουργεί μια τάση η οποία εκτιμούμε ότι πολύ πιθανόν θα υιοθετηθεί και από την Ελλάδα. Ως

εκ τούτου, οποιαδήποτε αλλαγή στη δομή της αγοράς υγείας θα είναι αρκετά επωφελής για τις καλά οργανωμένες μονάδες.

Επίσης, Ο όμιλος ΙΑΣΩ θα πρέπει να βρίσκεται σε συνεχή εγρήγορση για νέες τεχνολογικές δομές, νέους τρόπους.

Ευκαιρίες	Απειλές
<ul style="list-style-type: none">• Περισσότερη διαφήμιση• Αύξηση των πελατών ιδιωτικών κλινικών• Υιοθέτηση νέας τεχνολογίας	<ul style="list-style-type: none">• Έντονος ανταγωνισμός από ιδιωτικές και δημόσιες κλινικές• Οικονομική κρίση• Χρηματοπιστωτικά

Πίνακας 16: Ίδια Επεξεργασία

7. ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

7.1 ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Στον Όμιλο ΙΑΣΩ υπάρχει η σύγχρονη αντίληψη για την υγεία. Στις κλινικές του Ομίλου καλύπτεται ένα ευρύ φάσμα διαγνωστικών, θεραπευτικών και ερευνητικών υπηρεσιών και το όραμά του είναι να διευρυνθούν οι ήδη παρεχόμενες υπηρεσίες του, προκειμένου να αυξάνεται η χρησιμότητα και η ικανοποίηση τόσο των υφιστάμενων όσο και των εν δυνάμει πελατών. Βασικοί παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη αποτελούν οι καινοτόμες υπηρεσίες, και το ειδικά καταρτισμένο και πλήρως εξειδικευμένο και εκπαιδευμένο προσωπικό σε όλες τις βαθμίδες και τις κατηγορίες.

Ο όμιλος είναι πρωτοπόρος γιατί πιστεύει στη συνεχή αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών, στην ανάπτυξη νέων μεθόδων και στη συνεργασία με τα καλύτερα νοσοκομεία στον κόσμο. Το όραμα και η αποστολή του είναι να οικοδομεί ένα Πρότυπο Σύστημα Παροχής Ολοκληρωμένων Υπηρεσιών Υγείας.

7.2 ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Το ΙΑΣΩ έχει θέσει και προσπαθεί διαρκώς να επιτύχει τους ακόλουθους στόχους:

- Προσήλωση στις ανάγκες των ασθενών
- Σεβασμός στην ιατρική δεοντολογία και προαγωγή της επιστημονικής γνώσης
- Δημιουργικές πρωτοβουλίες στα άτομα που στελεχώνουν την κλινική
- Κοινωνική υπευθυνότητα και σεβασμός στο περιβάλλον
- Υψηλές Αποδόσεις στους μετόχους

Δίδει έμφαση στην εταιρική κοινωνική της ευθύνη, στους πελάτες της, στο προσωπικό της και φυσικά στο περιβάλλον. Στοιχεία που την ξεχωρίζουν από τις

υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου και την τοποθετούν αρκετά ψηλά στη λίστα των κορυφαίων παροχής υπηρεσιών υγείας.

8. ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Ο Όμιλος ΙΑΣΩ, ως πρότυπος, σύγχρονος οργανισμός, εφάμιλλος ανάλογων οργανισμών διεθνούς επιπέδου, έχει ήδη καθιερωθεί ως μία ηγετική επιχείρηση στο χώρο της υγείας και συνεχίζει την αναπτυξιακή του πορεία.

Αναγνωρίζοντας τη δραστηριότητα της μαιευτικής και γυναικολογίας ως τη βασική για τον Όμιλο, η στρατηγική ανάπτυξης του ΙΑΣΩ προβλέπει τα εξής:

- Διατήρηση της ηγετικής του θέσης στη βασική δραστηριότητα (Κλινική ΙΑΣΩ).
- Γεωγραφική επέκταση (ΙΑΣΩ Νοτίων Προαστίων).
- Επέκταση και ισχυροποίηση της θέσης του Ομίλου με την κάλυψη πλήρους φάσματος υπηρεσιών υγείας για όλη την οικογένεια (ΙΑΣΩ Παιδιατρική - ΙΑΣΩ General).
- Επιλεκτικές επενδύσεις σε τομείς στρατηγικού ενδιαφέροντος.

Αναφορικά με τις νέες δραστηριότητες θα εξετάζεται κατά περίπτωση η βέλτιστη στρατηγική ανάπτυξης με την ίδρυση νέας μονάδας ή/και με την εξαγορά και την αναβάθμιση υπάρχουσών μονάδων.

Η Εταιρία έχει υιοθετήσει τις Αρχές της Εταιρικής Διακυβέρνησης, όπως αυτές οριοθετούνται από την ισχύουσα ελληνική νομοθεσία (με τον Ν.3016/2002 και την απόφαση Επιτροπής Κεφαλαιαγοράς, αρ.5/204/2000) και τις βέλτιστες διεθνείς πρακτικές. Στόχοι αποτελούν: η διαφάνεια, η ισότιμη πληροφόρηση και η συνέπεια προς το επενδυτικό κοινό, καθώς επίσης η διασφάλιση των συμφερόντων των μετόχων της και όλων όσοι συνδέονται με τη λειτουργία της.

Θα πρέπει να γίνει αναβάθμιση των μονάδων νοσηλείας, καθώς και των χειρουργικών μονάδων, που θα επιφέρει, σε συνδυασμό με τα παραπάνω, μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα και ευελιξία στην αντιμετώπιση περιστατικών κάθε είδους και στη διατήρηση του υψηλού επιπέδου ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.

9. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΡΑΣΗΣ

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

9.1 ΓΕΝΙΚΑ

Το ΙΑΣΩ προσπαθεί να ικανοποιεί τις ανάγκες και επιθυμίες των ασθενών εφαρμόζοντας συγκεκριμένες τακτικές μάρκετινγκ. Καθώς αποτελεί μία κατ' εξοχήν επιχείρηση παροχής υπηρεσιών, το μίγμα μάρκετινγκ που υιοθετείτε, περιλαμβάνει στοιχεία για το ανθρώπινο δυναμικό, τις διαδικασίες και τις υλικές αποδείξεις των υπηρεσιών.

Τα στοιχεία του μίγματος μάρκετινγκ της επιχείρησης έχουν σχεδιαστεί προσεκτικά έτσι ώστε να συνδέονται το ένα με το άλλο και με τις συνολικότερες επιχειρησιακές και στρατηγικές Μάρκετινγκ.

9.2 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

Το ΙΑΣΩ προσφέρει ιατροφαρμακευτικές υπηρεσίες με έναν κύκλο εργασιών ύψους 1.959.266.436€ .Το ΙΑΣΩ θα προσφέρει τις ακόλουθες υπηρεσίες στις αγορές-στόχους της Αττικής και Θεσσαλίας: διαγνωστικό κέντρο, μονάδα τεχνητού νεφρού, μαιευτικές και γυναικολογικές υπηρεσίες, παιδιατρική και παιδοχειρουργική κλινική.

Παράλληλα εξετάζεται η πιθανότητα ίδρυσης μιας νέας νοσηλευτικής μονάδας ή η αντίστοιχη εξαγορά και επέκταση/αναβάθμιση υπάρχουσας μονάδας, με τη συμμετοχή ιατρών και άλλων επενδυτών στο μετοχικό σχήμα. Σκοπός της δημιουργίας του ΙΑΣΩ Νοτίων Προαστίων είναι η κάλυψη των αναγκών της ευρύτερης περιοχής. Η επένδυση βρίσκεται στο στάδιο της αξιολόγησης, με βασικό γνώμονα τη βιωσιμότητα και την αποδοτικότητά της για τον Όμιλο.

Σύμφωνα με δήλωση του προέδρου του ομίλου Ιασώ, στόχος της πολιτικής

τους είναι να μετατραπούν τα δάνεια του Ομίλου σε δεκαετή, ενώ χαρακτήρισε θετικές τις αναμενόμενες συγχωνεύσεις νοσοκομείων και καταργήσεις κλινικών του ΕΣΥ, σημειώνοντας πως ο ιδιωτικός τομέας πρέπει να βρίσκεται σε ετοιμότητα για να αδράξει τις ευκαιρίες που θα παρουσιαστούν. Τέλος, προσδιόρισε τους στόχους του Ιασώ στην ενίσχυση ρευστότητας, την προσέλκυση νέων γιατρών και τη βελτίωση της κερδοφορίας.

9.3 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ

Η επιχείρηση αποφάσισε να χρησιμοποιήσει αρχικά το πίνακα με τις στρατηγικές τιμολόγησης για να δράσει με τον καταλληλότερο και αποδοτικότερο τρόπο.

ΤΙΜΗ				
ΠΟΙΟΤΗΤΑ		ΥΨΗΛΗ	ΜΕΤΡΙΑ	ΧΑΜΗΛΗ
	ΥΨΗΛΗ	Στρατηγική ειδικής πολύ υψηλής τιμής	Στρατηγική υψηλής αξίας	Στρατηγική εξαιρετικής αξίας
	ΜΕΤΡΙΑ	Στρατηγική υπερβολικής τιμής	Στρατηγική μέτριας αξίας	Στρατηγική καλής αξίας
	ΧΑΜΗΛΗ	Στρατηγική «γδυσίματος»	Στρατηγική απατηλής οικονομίας	Οικονομική στρατηγική

Πίνακας 17: Σχέση Ποιότητας-Τιμής από το ΙΑΣΩ

Με βάση τον παραπάνω πίνακα αλλά και την επιθυμία των καταναλωτών για ποιότητα αλλά μέτρια τιμή επιλέχθηκε η στρατηγική υψηλής αξίας. Σε αυτή τη στρατηγική η τιμή του προϊόντος είναι μέτρια και η ποιότητα των υπηρεσιών πολύ υψηλή.

Σχεδιασμός προσαρμογής των τιμών με βάση έναν σταθερό ρυθμό αύξησης κατά τη διάρκεια κάθε τριετίας. Προβλέπεται ότι ενώ αυτή η προώθηση θα μειώσει τα περιθώρια κέρδους κατά 2%, οι πωλήσεις θα πρέπει να αυξηθούν κατά 8%, αυξάνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο το κέρδος κατά 5%.

Αναφορικά με την πιστωτική πολιτική, παρέχεται η δυνατότητα καταβολής των ποσών σε εξαμηνιαίες δόσεις. Επιπλέον, πραγματοποιείται έκπτωση, επί του

τιμοκαταλόγου 5%, για άμεση καταβολή του ποσού πριν την εξαγωγή από την κλινική. Τέλος, πραγματοποιείται έκπτωση 5% όταν ο πελάτης διαθέτει την κάρτα μέλους ΙΑΣΩ.

9.4 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Το κύριο κανάλι διανομής των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι οι ίδιες οι κλινικές. Αυτό αποτελείται από τους γιατρούς, το νοσηλευτικό προσωπικό και τους διοικητικούς υπαλλήλους.

Το ΙΑΣΩ χρησιμοποιεί συγκεκριμένους προμηθευτές για τα φάρμακα και τον υπόλοιπο ιατρικό εξοπλισμό που απαιτείται. Το ΙΑΣΩ διαθέτει έναν αριθμό συστημάτων τα οποία το καθιστούν ικανό να εξυπηρετεί και να διοικεί τους συνεργάτες των καναλιών διανομής αποτελεσματικά.

Το απόθεμα προϊόντων των καναλιών διανομής παρακολουθείται συνεχώς, επιβεβαιώνοντας με αυτόν τον τρόπο την ικανότητα ανταπόκρισης του ομίλου στη ζήτηση σε ικανοποιητικό χρονικό διάστημα. Τέλος, το απόθεμά ελέγχεται μηνιαίως από το τμήμα ελέγχου προμηθειών.

9.5 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Οι επικοινωνιακοί στόχοι για κάθε υπηρεσία είναι:

Υπηρεσία	Επικοινωνιακός στόχος
Διαγνωστικό κέντρο	Γνωστοποίηση
Μαιευτήριο	Αύξηση της αναγνωσιμότητας
Κλινικές υπηρεσίες	Υπενθύμιση

Πίνακας 18: Ίδια Επεξεργασία

Το ΙΑΣΩ θα χρησιμοποιήσει τη διαφήμιση, τις εμπορικές εκθέσεις και τις χορηγίες.

Οι επιμέρους ενέργειες προώθησής του θα γίνουν παρουσιάζονται αναλυτικά ακολούθως.

9.6 ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Η διαφήμιση θα γίνει σε περιοδικά με θέματα υγείας και υγιεινής ζωής καθώς και σε Κυριακάτικες εφημερίδες, που έχουν και την υψηλότερη ζήτηση. Οι διαφημίσεις θα είναι ολοσέλιδες τόσο στα περιοδικά όσο και στις εφημερίδες.

Έχουν επιλεγεί τα περιοδικά Vita, APMONIA, Prevention, Forma, Παιδί και Νέοι γονείς και οι εφημερίδες Καθημερινή, ΤΟ ΒΗΜΑ, Real News, ΤΟ ΘΕΜΑ επειδή έχουν μια κυκλοφορία της τάξεως του 45%.

Η διαφήμιση μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης ως σημεία αναφοράς παρέχουν τη δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με το επιλεγμένο target group. Στόχος της διαφήμισης πρέπει να είναι η γνωστοποίηση του προϊόντος, η διατήρηση των ήδη υπάρχοντων πελατών και η προσέλκυση νέων.

Επιπλέον, μπορεί να καλυφθεί η μεγάλη ομάδα αγοράς – στόχου αφού επεκτείνεται σε όλη την Αττική. Η διαφήμιση που θα σχεδιαστεί κατάλληλα, μπορεί να πείσει τους καταναλωτές (κυρίως ανταγωνιστών) για την πρώτη αγορά των υπηρεσιών του ομίλου. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των πωλήσεων της επιχείρησης. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στην επικοινωνιακή αποτελεσματικότητα της διαφήμισης, δηλαδή τον αντίκτυπο που θα έχει αυτή στο target group. Η συγκεκριμένη ενέργεια προώθησης θα κοστίσει περίπου 450€ ανά διαφήμιση.

Μεγάλο ρόλο θα διαδραματίσει στην προώθηση του Ιασώ η άποψη των καταναλωτών που έχουν ήδη «δοκιμάσει» τις υπηρεσίες που προσφέρει. Έτσι, θα μπορούν να διαδώσουν ανέξοδα και αποτελεσματικά τις εμπειρίες τους προσελκύοντας νέους πελάτες (Βασαλάκη, Αθήνα, 2011). Για το λόγο αυτό θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στη διαρκή ικανοποίηση των πελατών (ανεξαρτήτου συχνότητας) ώστε να διασφαλίζεται η μετάδοση από στόμα σε στόμα (word-of-mouth) θετικών σχολίων και όχι αρνητικών εμπειριών που θα μπορούσαν να βλάψουν τη φήμη του ομίλου.

9.7 ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ & ΕΠΙΔΕΙΞΕΙΣ

Σημαντικό ρόλο στην προώθηση της επιχείρησης θα διαδραματίσει η εμφάνισή της σε Πανελλήνιες Εκθέσεις Ιατρικής περίθαλψης. Με αυτό τον τρόπο θα γίνεται αισθητή στο κοινό η παρουσία του Ομίλου, δικαιολογώντας την υψηλή του θέση στον κλάδο της υγείας. Με τη μέθοδο του word of mouth (μετάδοση από στόμα σε στόμα) το ΙΑΣΩ, θα γίνεται γνωστό σε όλο και περισσότερο μερίδιο του καταναλωτικού κοινού αυξάνοντας την πελατειακή του βάση και εδραιώνοντας την ήδη υπάρχουσα (Βασαλάκη, Αθήνα, 2011).

Χαρακτηριστική και άμεση ενέργεια ανάλογη αυτού αποτέλεσε η ενοικίαση ενός μικρού περίπτερου στην Έκθεση για την Υγεία που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα την περίοδο του Οκτωβρίου 2011, λόγω της μεγάλης προσέλευσης ποικίλων δυνητικών καταναλωτών, που ενδιαφέρονται για διαφορετικά ζητήματα υγείας. Η συγκεκριμένη ενέργεια προώθησης κόστισε 10.000€ και αναμένετε να καταστήσουν πιο γνωστές τις υπηρεσίες που προσφέρει το ΙΑΣΩ στο ευρύ κοινό με σκοπό την προσέλκυση περισσότερων πελατών.

9.8 ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Ανά τακτά χρονικά διαστήματα ορίζονται διάφορες προωθητικές καμπάνιες πωλήσεων, όπως παροχή δωρεάν εξετάσεων αίματος, δωρεάν Τεστ ΠΑΠ, μειωμένες καρδιολογικές εξετάσεις κλπ Στόχος είναι κυρίως η word of mouth μετάδοση και η πραγματοποίηση επιπρόσθετων εξετάσεων εκτός από αυτές που συμπεριλαμβάνονται στην προσφορά. Τελικός στόχος είναι αύξηση των πωλήσεων τις τάξεως του 10-15%. Τέτοιου είδους διαδικασίες συνήθως κοστίζουν γύρω στις 40,000 ευρώ.

9.9 ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Το ΙΑΣΩ χρησιμοποιεί την υπηρεσία μιας εξειδικευμένης εταιρείας Δημοσίων Σχέσεων, της Heart Advertising. Η Heart Advertising επιλέχθηκε επειδή υπάρχει μακροχρόνια σύμβαση με την εταιρία. Ο στόχος των Δημοσίων Σχέσεων είναι η ανάγκη ιδιαίτερης επαφής με ειδικούς πελάτες για τη διαμόρφωση μιας εικόνας για την εταιρεία που προσέχει τους πελάτες της και συνοδεύει τα προϊόντα της, διότι εμπιστεύεται την επιτυχία τους. Δηλαδή, πρέπει να δημιουργηθεί εικόνα έμπιστης εταιρείας και εγγυημένων προϊόντων, όσον αφορά την ποιότητα και την εμπορευσιμότητά τους, ενώ πρέπει να εξαλειφθούν προβλήματα και προκαταλήψεις. Στοχεύοντας στην όσο το δυνατόν μεγαλύτερη κάλυψη, διανέμονται φυλλάδια σε δημοσιογράφους και γιατρούς καθώς και με χορηγίες και δελτία τύπων.

Το ΙΑΣΩ θα επιδιώξει χορηγίες όπως σε ιατρικά συνέδρια, σε εκθέσεις για την υγιεινή διατροφή και τον υγιεινό τρόπο ζωής. Επίσης θα αυξηθεί η παρουσία του σε εκδηλώσεις και σεμινάρια εξασφαλίζοντας περισσότερες δημόσιες εμφανίσεις για εξειδικευμένο προσωπικό της εταιρίας.

10. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

ΙΑΣΩ

10.1 ΣΤΟΧΟΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ:

- Αύξηση των πωλήσεων 15%
- Αύξηση των κερδών 10%
- Αύξηση του μεριδίου αγοράς

10.2 ΑΓΟΡΑ-ΣΤΟΧΟΣ:

Από νεογέννητα έως ενήλικες στην τρίτη ηλικία, ανεξαρτήτου οικονομικού επιπέδου σε ολόκληρη την Ελλάδα.

10.3 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ:

- Πρώτη θέση στο μερίδιο αγοράς των μαιευτικών κλινικών
- Τον πιο σύγχρονο εξοπλισμό που υπάρχει
- Άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό
- Πολύ καλή φήμη

10.4 ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ:

Πωλήσεις		2,500,000 (*προβλεπόμενες)
Μείον Κόστος Πωληθέντων		400,000
Μικτό Κέρδος		1,900,000
Δαπάνες Μάρκετινγκ		
-Μέσα		90,000
-Κόστος παραγωγής μέσων		15,000
- Κόστος προώθησης		120,000
-Έρευνα		35,000
-Δημόσιες σχέσεις		12,000
Σύνολο	Δαπανών	272,000
Μάρκετινγκ		
Γενικά έξοδα		10,000
ΚΕΡΔΗ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ		1,618,000

10.5 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΣΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ (MEDIA PLAN)

ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Μέσο	Περιγραφή	Μέγεθος	Συχνότητα/ Ημερομηνίες	Κόστος
Εφημερίδες		Ολοσέλιδη	1 φορά την εβδομάδα	65.000€
Περιοδικά		Ολοσέλιδη	1 φορά το μήνα	45.000€
Τηλεόραση			3 φορές την εβδομάδα	250.000€
Ραδιόφωνο			Καθημερινά	120.000€

Πίνακας 19: Ίδια Επεξεργασία

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ (P.R.)

Ενέργεια P.R.	Χρονική περίοδος	Κόστος
Χορηγία σε συνέδρια	1 έτος	45.000€

Πίνακας 20: Ίδια Επεξεργασία

ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Προωθητική ενέργεια	Χρονική περίοδος	Κόστος
Εκπρωτικά κουπόνια σε περιοδικά και εφημερίδες	6 μήνες	120.000€

Πίνακας 21: Ίδια Επεξεργασία

10.6 Ανθρώπινο δυναμικό

Το μάρκετινγκ της κλινικής και μαιευτικής περίθαλψης περιλαμβάνει έντονα το ανθρώπινο στοιχείο επειδή συχνά έρχεται σε άμεση επαφή με τον πελάτη. Η εκπαίδευση του προσωπικού και η ανάπτυξη ικανοτήτων αποτελούν ένα σημαντικό μέρος των δραστηριοτήτων μάρκετινγκ. Η επιλογή των συνεργατών πραγματοποιείται με τις πλέον σύγχρονες μεθόδους στελέχωσης και στόχο την από κοινού εξεύρεση του ατομικού πλάνου καριέρας εντός του Ομίλου ΙΑΣΩ. Βασικοί κατευθυντήριοι άξονες είναι οι επιστημονικές και επαγγελματικές γνώσεις, η υψηλή εξειδίκευση, η ηθική ακεραιότητα και η πελατοκεντρική αντίληψη, όπως αποτυπώνονται στα εξής επί μέρους κριτήρια:

- Άρτια εκπαίδευση και κατάρτιση
- Ετοιμότητα εφαρμογής των θεωρητικών γνώσεων στην καθημερινή εργασία
- Εμπειρία στο αντικείμενο εργασίας
- Έντονη επιθυμία για την επίτευξη στόχων
- Συγκροτημένο, ευέλικτο και σύγχρονο τρόπο σκέψης
- Προσαρμοστικότητα σε περιβάλλον αλλαγών και ικανότητα απόδοσης υπό συνθήκες πίεσης
- Ανεπτυγμένη ικανότητα επικοινωνίας και ομαδικής συνεργασίας
- Δεκτικότητα και ενδιαφέρον για περαιτέρω εκπαίδευση

Η επαγγελματική καταξίωση στην εταιρία διασφαλίζεται σύμφωνα με ένα αξιολογικό σύστημα αξιολόγησης. Το σύστημα αξιολόγησης απορρέει από τη βασική αρχή Διαχείρισης του Ανθρώπινου Κεφαλαίου του Ομίλου που είναι «η κατάλληλη θέση για τον κατάλληλο συνεργάτη».

10.7 Διαδικασίες παροχής υπηρεσιών

Η παροχή ολοκληρωμένων ιατρικών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου, με σεβασμό στην ανθρώπινη αξιοπρέπεια, αποτελεί το όραμα και την αποστολή του Ομίλου ΙΑΣΩ. Συνεπεί με τις αξίες του, όλοι οι άνθρωποι που στελεχώνουν και απαρτίζουν το ΙΑΣΩ πιστεύουν πως η σωστή διάγνωση, περίθαλψη και θεραπεία των ασθενών, δεν επιτυγχάνεται μόνο με τις επιστημονικές γνώσεις, αλλά με την παράλληλη ανάπτυξη

σχέσης εμπιστοσύνης με τους ασθενείς.

Βασική αντίληψη συνιστά η ανάπτυξη των δραστηριοτήτων ώστε να επιτυγχάνονται τα βέλτιστα αποτελέσματα όταν συντελείται σε ένα εύρωστο κοινωνικό περιβάλλον. Έχοντας ως στόχο τη λειτουργία σε αρμονία με την κοινωνία, αποδίδεται ιδιαίτερη σημασία σε θέματα Εταιρικής Υπευθυνότητας. Η ξεκάθαρη δομή και οι αρχές εταιρικής διακυβέρνησης, οι σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες και τους προμηθευτές, η συστηματική εφαρμογή πολιτικών ίσων ευκαιριών και αξιοκρατικών κριτηρίων στο ανθρώπινο δυναμικό, οι σημαντικοί πόροι που διοχετεύονται για τη διοργάνωση ή τη συμμετοχή σε ιατρικά συνέδρια, οι διακριτικές κοινωνικές παρεμβάσεις και η περιβαλλοντική πολιτική, συνθέτουν τους πυλώνες του προγράμματός του ομίλου.

10.8 Υλικές αποδείξεις υπηρεσιών

Ο Όμιλος ΙΑΣΩ επιδεικνύει υψηλό ενδιαφέρον για το ιατρικό, επιστημονικό και παραϊατρικό προσωπικό παρέχοντάς τους τη δυνατότητα να παραμείνουν στην κορυφή της ιατρικής επιστήμης. Για το λόγο αυτό, διοργανώνει ανά τακτά χρονικά διαστήματα σεμινάρια, συνέδρια και επιστημονικές ημερίδες, στα οποία Έλληνες και ξένοι επιστήμονες παρουσιάζουν τις νεότερες εξελίξεις στον ιατρικό χώρο. Το Ενδοσκοπικό Σεμινάριο και το Συμπόσιο της Ουρογυναικολογίας έχουν πλέον καθιερωθεί στην ιατρική κοινότητα και αποτελούν κάθε χρόνο σταθμό στον ιατρικό εκπαιδευτικό χώρο.

Ο Όμιλος ΙΑΣΩ συμβάλλει επίσης και στη συνεχιζόμενη μετεκπαίδευση των ιατρών συνεργατών του Ομίλου με ειδικό πρόγραμμα επιστημονικών συναντήσεων που πραγματοποιούνται κάθε δεύτερη Τετάρτη στο ΙΑΣΩ και κάθε Τρίτη και Πέμπτη στο ΙΑΣΩ General. Το 2008 πραγματοποιήθηκαν πάνω από 30 εκπαιδευτικές συναντήσεις στο ΙΑΣΩ και πάνω από 50 στο ΙΑΣΩ General και διοργανώθηκαν 3 επιστημονικά συμπόσια στο ΙΑΣΩ. Παράλληλα, ο Όμιλος ΙΑΣΩ συμμετείχε σε σημαντικά συνέδρια όπως:

- το 4ο Διεθνές Συνέδριο Βιοτεχνολογίας

- το 2ο Διεθνές Forum Φοιτητών Ιατρικής και Νέων Ιατρών
- το 6ο Ευρωπαϊκό Σεμινάριο Κολποσκόπησης και Παθολογίας Τραχήλου-1ο Hands on

Η εκπαίδευση του προσωπικού αποτελεί βασική προτεραιότητα για την εταιρεία. Ο όμιλος επενδύει σε αυτόν τον τομέα, έχοντας προσφέρει την τελευταία δωδεκαετία 44.000 ώρες εκπαίδευσης τους εργαζομένους του. Η κοινωνική μέριμνα προς το προσωπικό περιλαμβάνει, ανάμεσα σε άλλα, ειδικές παροχές στις ιατρικές υπηρεσίες των κλινικών του Ομίλου για τους ίδιους και τις οικογένειές τους, πρόσθετη ομαδική ασφάλιση, δωρεάν ετήσιο check up και επιβράβευση των παιδιών των εργαζομένων που εισάγονται σε ΑΕΙ και ΤΕΙ.

Πραγματοποιούνται ομιλίες σε Συνέδρια Δήμων και Κοινοτήτων με σκοπό την ενημέρωση του ευρύτερου κοινού σε ευαίσθητα θέματα υγείας. Συμμετοχές σε ερευνητικά ιατρικά προγράμματα σε μια προσπάθεια για την ανάπτυξη νέων μεθόδων και τεχνικών που θα βοηθήσουν στην έγκαιρη διάγνωση και θεραπεία. Διοργανώνονται ειδικές ημερίδες και σεμινάρια για την προώθηση του μητρικού Θηλασμού και γίνονται προσπάθειες εντατικά προς την κατεύθυνση να χαρακτηριστεί του ΙΑΣΩ ως «Νοσοκομείο Φιλικό προς τα Βρέφη». Παρέχεται δωρεάν περίθαλψη σε επιλεγμένες άπορες επίτοκες γυναίκες (σε συνεργασία με την Αρχιεπισκοπή Αθηνών και με τους κατά τόπους Μητροπόλεις), σε συνανθρώπους μας που κατοικούν σε παραμεθόριες ή πληγείσες περιοχές, καθώς και σε πολύτεκνες οικογένειες, σε συνεργασία με την Ένωση Πολυτέκνων Ελλάδος. Με την ίδια ευαισθησία, θα νοσηλεύονται με χαμηλό νοσήλιο ή και δωρεάν τα παιδιά των οικογενειών αυτών, όπως και άλλα παιδιά που η οικογένειά τους δεν διαθέτει τους απαραίτητους οικονομικούς πόρους, μετά από συνεννόηση με τις πολιτικές, δημοτικές και εκκλησιαστικές αρχές. Τέλος, γεγονός αποτελεί και η συμμετοχή με εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό και ασθενοφόρα σε πολλές αθλητικές διοργανώσεις.

11. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Όπως δείχνει αυτό το επιχειρηματικό σχέδιο, η μακροπρόθεσμη επιτυχία της επιχείρησης στηρίζεται σε βραχυπρόθεσμη επένδυση προκειμένου να επιτύχει αύξηση των πωλήσεων. Η χρηματοοικονομική ενότητα αυτού του επιχειρηματικού σχεδίου δείχνει πώς το ΙΑΣΩ θα αναπτυχθεί με ένα σταθερό και συνεπή τρόπο μέσα στα επόμενα έτη, δεδομένης και της υπάρχουσας οικονομικής κατάστασης. Αυτή η ανάπτυξη οφείλεται στην προσεκτική οικονομική διαχείριση σε συνδυασμό με σταθερές αυξήσεις των πωλήσεων και αποτελεσματικό έλεγχο του κόστους. Τα μεγέθη των πωλήσεων που δίνονται προβλέπουν μέτριες αυξήσεις καθ' όλη τη διάρκεια του σχεδίου. Έχουν υπολογιστεί συντηρητικά στη βάση συστηματικής έρευνας και προηγούμενης εμπειρίας. Στόχος των νέων επενδύσεων που θα γίνουν είναι η αύξηση των πωλήσεων σε 10% τα επόμενα έτη.

11.1 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ

Στο σημείο αυτό παρουσιάζουμε το χρονοδιάγραμμα των επιμέρους ενεργειών μάρκετινγκ στις οποίες θα προβεί ο όμιλος.

Ιανουάριος	Συγκέντρωση ομάδας
Ιανουάριος- Φεβρουάριος	Ανάλυση υπάρχουσας κατάστασης, αγοράς, μεριδίων αγοράς, ανταγωνισμού, πωλήσεων
Μάρτιος-Απρίλιος	Πρόβλεψη
Μάιος-Ιούλιος	Καθορισμός στόχων καθώς και τμηματοποίηση της αγοράς, Διαφήμιση, προώθηση πωλήσεων
Αύγουστος	Εξαγωγή συμπερασμάτων αναφορικά με το πρόγραμμα, αν τα πήγαμε καλά ή όχι – παρουσίαση στα στελέχη και στους υπαλλήλους

Πίνακας 22 : Ίδια Επεξεργασία

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η πολιτική του Ομίλου όπως έχει ήδη γίνει σαφές αφορά στη συνεχή παρακολούθηση των εξελίξεων τόσο στο χώρο της ελληνικής επικράτειας όσο και στο διεθνώς. Λόγω της οικονομικής, πολιτικής και κοινωνικής θα λέγαμε αστάθειας που επικρατεί τόσο στην Ελλάδα όσο και στον υπόλοιπο κόσμο μπορεί να επηρεάσουν τον όμιλο ως εξής:

- A) *ζήτηση υπηρεσιών* – είτε λόγω μείωσης εισοδήματος πολιτών είτε λόγω πλήγματος των ασφαλιστικών εταιρειών και ταμείων
- B) *πληθωρισμός και επιτόκια*- με αύξηση των εξόδων του ομίλου σε περίπτωση πληθωρισμού και αύξησης των επιτοκίων
- Γ) *χρηματοπιστηριακός κίνδυνος*-αλλαγή δομών και συμπεριφοράς λόγω του γενικότερου κλίματος στον οικονομικό κύκλο
- Δ) *λειτουργικός κίνδυνος*-αλλαγές στο νομοθετικό πλαίσιο μπορούν να επηρεάσουν την αναπτυξιακή πολιτική του ομίλου

Με την πολιτική που ακολουθεί μέχρι τώρα και τις συνθήκες που υπάρχουν ο όμιλος μπορεί όχι μόνο να επιβιώσει, αλλά και να επεκταθεί δεδομένου πως ο κλάδος υγείας χαρακτηρίζεται από ανελαστική ζήτηση. Θ πρέπει να δοθεί (όπως και δίδεται) ιδιαίτερη έμφαση και προσοχή στο θέμα της διαφήμισης δεδομένου πως ένας από τους βασικούς στόχους αποτελεί η αύξηση και η ισχυροποίηση της πελατειακής βάσης.

Πρόκειται για έναν Όμιλο κερδοφόρο, με πολλές προοπτικές και επενδυτικές δυνατότητες, αν αναλογιστεί κανείς και το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται. Ξεχωρίζει από τους ανταγωνιστές κατέχοντας μεγάλο ποσοστό της αγοράς και έχοντας στο επίκεντρο όλων των ενεργειών και των στρατηγικών του τον άνθρωπο.

Από τη χρηματοοικονομική ανάλυση της εταιρίας ΙΑΣΩ φαίνεται ότι η εταιρία πρέπει να ενισχύσει τη ρευστότητά της, να προσελκύσει νέους ιατρούς, να βελτιώσει τα περιθώρια κερδοφορίας και να βελτιώσει τα αποτελέσματα των νέων επενδύσεων. Σήμερα, επικρατούν νέες συνθήκες στην αγορά υγείας και λόγω των συνεπειών της

οικονομικής κρίσης. Στόχος πρέπει να είναι η μείωση των λειτουργικών εξόδων, ενώ θα πρέπει να εξεταστεί εκτενέστερα το θέμα μείωσης των τιμών και αναβάθμισης των κλινών, που έχει ήδη αρχίσει να γίνεται εδώ και κάποια έτη.

Η εταιρία βρίσκεται σε καλή οικονομική κατάσταση, ενώ η πρόσφατη αύξηση του μετοχικού της κεφαλαίου κατά 15εκ.€ κατάφερε να μειώσει τις υποχρεώσεις της προς τραπεζικά δάνεια που είχε λάβει. Η εταιρία για να κρατήσει την κερδοφορία και την ηγετική θέση που κατέχει στον τομέα της μαιευτικής κλινικής (κατέχει το 40% των γεννήσεων στην Αττική την τελευταία 15ετία) θα πρέπει να κάνει επενδύσεις σε καινοτόμες σε νέα μηχανήματα αλλά και στην εκπαίδευση του προσωπικού. Επίσης, θα πρέπει να προσέξει να μην καταφύγει σε νέες δανειακές συμβάσεις και αυτό μπορεί να γίνει με εκ νέου αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου.

Η εταιρία ΙΑΣΩ όπως μελετήθηκε παραπάνω αναδεικνύεται σε μια εταιρία με συνεχή ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της. Παρατηρήθηκε αύξηση επενδύσεων σε πάγια έτσι ώστε να προσφέρει καλύτερες υπηρεσίες στους πελάτες της εκμεταλλευόμενη την γενικότερη ανάπτυξη του κλάδου της ιδιωτικής παροχής υπηρεσιών υγείας με αφορμή την αδυναμία των δημοσίων φορέων να ανταπεξέλθουν πλήρως στις ανάγκες του κοινού. Μέσα από όλες τις διαδικασίες της γίνεται αισθητή η ικανότητά της να ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις της και να μπορεί να συντηρεί τη μετοχή της με καλό κέρδος και να απολαμβάνει την εμπιστοσύνη του επενδυτικού κοινού. Καταληκτικά θα λέγαμε ότι η εταιρία ΙΑΣΩ «χτίζει» μια σταθερή οικονομική θέση παρουσιάζοντας μια συνεχιζόμενη αυξητική τάση σε όλους τους τομείς της δραστηριότητάς της και αποτελεί μια πολύ εύστοχη επιλογή εταιρίας για δυνητικούς επενδυτές.

Τέλος, το μέλλον του Ομίλου είναι ευοίωνο, καθώς η ισχυρή κεφαλαιακή της βάση, η πρόσβαση της στον τραπεζικό δανεισμό και τις αγορές κεφαλαίου σε συνδυασμό με την κυκλοφορία της, της επιτρέπουν να προχωρούν σε σημαντικές επενδύσεις, οι οποίες αναμένεται να αυξήσουν τα έσοδά της σημαντικά τα επόμενα χρόνια. Επιπλέον, αποτελεί την καλύτερη, από πλευράς δεικτών χρηματοοικονομικής ανάλυσης, εταιρεία του κλάδου. Οι δείκτες της είναι πολύ κοντά σε αυτούς που θεωρούνται ιδανικοί στη θεωρία της χρηματοοικονομικής ανάλυσης.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A) ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ:

1. Ευθύμογλου Πρόδρομος, “Χρηματοοικονομική Λογιστική”, Πειραιάς 2001.
2. Ευθύμογλου Πρόδρομος , “Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοικήσεως”, Πειραιάς 1999.
3. Ευθύμογλου Πρόδρομος, Λαζαρίδης Ιωάννης, “Χρηματοοικονομική Ανάλυση Λογιστικών Καταστάσεων”, Πειραιάς 2000.
4. Βασιλάκη Μαρία, “Η συμβολή του Μάρκετινγκ και των Δικτυακών Εξωτερικοτήτων στην Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση”, Διπλωματική Εργασία,Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Διατμηματικό Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα, Νοέμβριος 2011.
5. Παπανδρόπουλος Αθανάσιος, Χριστίδης Κώστας, “Το ευ επιχειρείν”, Europress Media Group, Golema, 2012.
6. Κεφής Βασίλης Παπαζαχαρίου Πέτρος, “Το επιχειρηματικό όραμα σε business plan”, Εκδόσεις Κριτική, 2009.

B) ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ-ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ:

7. www.iaso.gr
8. www.iaso.gr/gr/iaso/
9. www.iaso.gr/gr/group/content.astx?PID=16&BC=0,1,2
10. www.iaso.gr/gr/group/content.astx?PID=17&BC=0,1,3

11. <http://www.epiheirimatikotita.gr/joomla157/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C-%CF%83%CF%87%CE%AD%CE%B4%CE%B9%CE%BF-business-plan.html>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ

Οι χρηματοοικονομικοί δείκτες μπορούν να χωριστούν σε πέντε μεγάλες κατηγορίες (Ευθύμογλου Π., Λαζαρίδης Ι., Πειραιάς 2000):

1. Δείκτες Ρευστότητας (Liquidity Ratios).

Παρουσιάζουν την ικανότητα της εταιρίας να ανταπεξέρχεται στις ληξιπρόθεσμες βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της και γενικότερα την ικανότητα της να καλύπτει τις τρέχουσες υποχρεώσεις της. Στοιχεία για τον υπολογισμό αυτών των δεικτών μπορούν να εξασφαλιστούν από τον ισολογισμό όσο και από τα αποτελέσματα χρήσεως της επιχείρησης.

2. Δείκτες Δραστηριότητας (Activity Ratios).

Μετρούν το βαθμό αποτελεσματικής χρησιμοποίησης των πόρων της επιχείρησης.

3. Δείκτες Διάρθρωσης Κεφαλαίων ή Μόχλευσης (Leverage Ratios).

Μετρούν το βαθμό, στον οποίο η επιχείρηση έχει χρηματοδοτηθεί με δανειακά κεφάλαια. Στοιχεία για τον υπολογισμό αυτών των δεικτών βρίσκονται στον ισολογισμό και στην κατάσταση αποτελεσμάτων χρήσεως.

4. Δείκτες Αποδοτικότητας (Profitability Ratios).

Μετρούν την αποτελεσματικότητα της διοίκησης, όπως εμφανίζεται από τις αποδόσεις που αποφέρουν οι πωλήσεις και οι επενδύσεις. Οι δείκτες αυτοί χωρίζονται πιο συγκεκριμένα σε δείκτες που εκφράζουν την αποδοτικότητα των πωλήσεων της εταιρείας και σε δείκτες που μετρούν την αποδοτικότητα των επενδύσεων της. Επίσης χωρίζονται σε γενικούς και ειδικούς.

5. Επενδυτικοί αριθμοδείκτες.

Οι επενδυτικοί αριθμοδείκτες χρησιμοποιούνται για το συσχετισμό του αριθμού των μετοχών μιας επιχείρησης και της χρηματιστηριακής τους τιμής με τα κέρδη, μερίσματα και τα άλλα περιουσιακά της. Με βάση αυτούς οι

επενδυτές λαμβάνουν αποφάσεις σχετικά με το αν πρέπει να αγοράσουν, να πουλήσουν ή να διατηρήσουν την επένδυσή τους σε μετοχικούς τίτλους μιας επιχείρησης .