

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ

**Business Plan: Medi Cation - Portal Ιατρικού Τουρισμού**



Αλκίνοος – Θωμάς Κωνής (ΑΜ 17985)

ΠΡΕΒΕΖΑ 2019

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο δημοφιλείς τουριστικούς προορισμούς, τόσο στην Ευρώπη όσο και στην υφήλιο γενικότερα. Παράλληλα διαθέτει και πολλές υποδομές υγείας και κοσμητικής ιατρικής - τόσο στον ιδιωτικό όσο και στο δημόσιο τομέα- οι οποίες όμως δεν αξιοποιούνται στο βαθμό που θα μπορούσαν. Η δυναμικότητά τους είναι ιδιαίτερα υψηλή, όμως η χαμηλή ζήτηση σε συνδυασμό με την οικονομική κρίση που αντιμετωπίζει η χώρα μας αυτήν τη στιγμή, δεν δίνουν περιθώρια ανάπτυξης, ειδικά όσον αφορά στην εγχώρια ζήτηση.

Γι' αυτό το λόγο μάλιστα, υπάρχει συρρίκνωση των υποδομών υγείας, ειδικά όσον αφορά στο δημόσιο τομέα, ενώ πολλά διαγνωστικά κέντρα και ιδιωτικές κλινικές, αδυνατώντας να ανταπεξέλθουν στις δύσκολες συνθήκες της αγοράς, αναγκάζονται να κλείσουν. Όμως λόγω του χαμηλού κόστους σε σχέση με άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, και λόγω της υψηλής ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, η Ελλάδα διαθέτει ένα ιδιαίτερα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων χωρών: το συνδυασμό των παροχών υγείας με τουριστικές υπηρεσίες.

Η χώρα μας επομένως αποτελεί έναν πολύ καλό υποψήφιο για ανάπτυξη του ιατρικού τουρισμού. Με αφορμή τα παραπάνω, στην επιχειρηματική μου μελέτη θα εξετάσω την περίπτωση δημιουργίας ενός portal ιατρικού τουρισμού, που θα βρίσκεται στην σελίδα [www.medi-cation.gr](http://www.medi-cation.gr) και θα συνδέσει τις ιατρικές υπηρεσίες με τις ξενοδοχειακές παροχές. Ο χρήστης θα έχει τη δυνατότητα να επιλέξει τις υπηρεσίες που επιθυμεί και τον τόπο διαμονής του. Σκοπός του επιχειρηματικού πλάνου είναι να αναλυθεί η λειτουργία του portal, το είδος των υπηρεσιών που θα προσφέρονται και η διεξαγωγή μια τριετούς οικονομικής ανάλυσης.

## 1. Επιτελική Σύνοψη

Το ακόλουθο επιχειρηματικό σχέδιο αφορά στην ίδρυση και στην οικονομική ανάλυση μιας ιδιωτικής επιχείρησης που έχει να κάνει με τον ιατρικό τουρισμό. Αυτό θα γίνει με την δημιουργία ενός ηλεκτρονικού portal, όπου πελάτες από οποιοδήποτε σημείο του κόσμου θα μπορούν να επιλέξουν πακέτα διαμονής, περίθαλψης και μεταφοράς.

Η επιχείρηση αυτή ονομάζεται << Medi – Cation>> και ιδρύεται από έναν φοιτητή του τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής του Πανεπιστημίου Ιωαννίνων και δύο φίλους του. Τα γραφεία της επιχείρησης βρίσκονται στο κέντρο της Πρέβεζας και αποτελούνται από έναν χώρο στον οποίο θα στεγάζεται ο server της ιστοσελίδας και θα οργανώνονται και θα καταγράφονται τα πακέτα και οι υπηρεσίες της. Ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης θα εργάζεται σε αυτή, καθώς επίσης σταδιακά και με την οικονομική ανάπτυξη της επιχείρησης θα προσλαμβάνονται και νέοι υπάλληλοι.

Η επιχείρηση στοχεύει σε Έλληνες πελάτες αλλά θα δώσει μεγαλύτερη βαρύτητα σε πελάτες του εξωτερικού. Επίσης, στο πελατολόγιό της θα συμπεριλαμβάνει πελάτες οι οποίοι δεν έχουν ανάγκη από ιατρική περίθαλψη αλλά μπορούν να χρησιμοποιήσουν πακέτα προληπτικής ιατρικής, όπως τα λουτρά. Στόχος είναι η εκμετάλλευση των ιατρικών πόρων και κλινικών που προσφέρει η Ελλάδα καθώς και το φυσικό κάλλος που προσφέρει σαν χώρα.

Παρακάτω θα αναλυθεί η έννοια του ιατρικού τουρισμού, η σημασία της για την ελληνική οικονομία, το συγκριτικό πλεονέκτημα της χώρας μας στον ιατρικό τουρισμό σε σχέση με άλλες χώρες και οι λόγοι για τους οποίους όλο και περισσότεροι στρέφονται σε αυτή τη μορφή τουρισμού.

Τέλος, θα χρησιμοποιηθεί το πρόγραμμα BPlan της εταιρείας Specisoft, για να γίνει μια οικονομική πρόβλεψη και ανάλυση του εγχειρήματος. Η ανάλυση που θα γίνει αφορά στα πρώτα δύο έτη λειτουργίας, ελέγχοντας το αισιόδοξο αυτό σχέδιο που θεώρησα, καθώς και υπολογίζοντας τα πιθανά έσοδα, έξοδα και επιχειρηματικά ρίσκα που αφορούν στην επιχείρηση.

## 2. Εσωτερική ανάλυση

### 2.1 Περιγραφή της επιχείρησης

Η επιχείρηση ονομάζεται <<Medi – Cation>>. Το όνομα της επιλέχθηκε γιατί αποτελείται από τις λέξεις medical (ιατρικός) και vacation (διακοπές άρα και τουρισμός). Θα ιδρυθεί στην Πρέβεζας ως Medi – Cation ΕΠΕ. Ο τύπος της επιχείρησης, Εταιρεία περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.), επιλέχθηκε διότι αφενός διοικείται από τους μετόχους, αφετέρου οι μέτοχοι ευθύνονται μόνο για το ποσό με το οποίο συμμετέχουν στην επιχείρηση. Στην συγκεκριμένη εταιρεία, οι μέτοχοι θα είναι τρεις, οι οποίοι θα επενδύσουν το ίδιο ποσό για την ίδρυση της.

Η <<Medi-Cation>> θα λειτουργεί ως ένας ηλεκτρονικός τρίτος, που διαμεσολαβεί στην συναλλαγή ανάμεσα στον αγοραστή και στον πωλητή για την παροχή υπηρεσιών υγείας και διακοπών. Όραμα της εταιρείας είναι να εδραιωθεί η εταιρεία σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, στον χώρο του ιατρικού τουρισμού. Να κάνει την Ελλάδα κέντρο Ιατρικού τουρισμού που παρέχει εξαιρετικής ποιότητας ιατρικές υπηρεσίες, συνδυαζόμενες με διακοπές, με χαμηλό συγκριτικά κόστος. Αποστολή της εταιρείας είναι να ανταποκρίνεται στις ιδιαίτερες απαιτήσεις των πελατών της χρησιμοποιώντας καινοτόμες τεχνολογίες εξαλείφοντας παράγοντες ασυνεννοησίας, γραφειοκρατίας και των κατευθυνόμενων.

Όμως, τα ταξίδια αναψυχής δεν αφορούν την υγεία και συνεπώς τα πράγματα είναι πολύ πιο δύσκολα και απαιτητικά. Με αυτή τη προσθήκη, θα πρέπει να αντιληφθούμε ότι ο πελάτης θα εστιάσει εκτός από την τιμή και την ποιότητα των υπηρεσιών, στην εμπιστοσύνη που θα του υποσχεθούμε ότι όλα θα γίνουν σύμφωνα με αυτά που έχουν συμφωνηθεί εκ των προτέρων.

Για να γίνει αυτό η συνεργασία μας με τα συμβαλλόμενα μέρη πρέπει να είναι άμεση, σίγουρη, ποιοτική και συνεχής. Εφόσον δεν τηρούνται αυτοί οι παράγοντες η συνεργασία με νέους ή υπάρχοντες προμηθευτές θα πρέπει να μην πραγματοποιηθεί ή να σταματήσει. Θα παρέχουμε πολλών ειδών πακέτα ιατρικού τουρισμού σε μια δεδομένη τιμή, ανάλογα με τις ανάγκες του πελάτη.

Μέσω της εταιρείας μας, ο αγοραστής θα μπορέσει να έρθει σε επαφή με τις κλινικές που επιθυμεί να θεραπευτεί. Για να είναι ολοκληρωμένη και προσεγγίσιμη η υπηρεσία μας, θα πρέπει το προσφερόμενο πακέτο να είναι όσο το δυνατό πιο δυναμικό γίνεται. Το ολοκληρωμένο πακέτο θα περιλαμβάνει υπηρεσίες ιατρικού –

θεραπευτικού περιεχομένου, διαμονής, πτήσης, μεταφοράς και ταξιδιωτικής ασφάλισης. Θα πρέπει όμως, ο χρήστης με την προσθαφαίρεση υπηρεσιών να παίρνει την προσφορά σε πραγματικό χρόνο.

Συνεπώς, για να προσφέρουμε ολοκληρωμένο πακέτο θα πρέπει να συνεργαζόμαστε και να έχουμε πλήρη πρόσβαση στις συνεργαζόμενες κλινικές. Θα πρέπει να μπορούμε να κλείσουμε ραντεβού με γιατρό άμεσα και σε περίπτωση που χρειάζεται νοσηλεία να κλείσουμε άμεσα όλα τα απαραίτητα μέσα που απαιτούνται. Θα πρέπει να συνεργαζόμαστε με αεροπορικές εταιρείες, μέσω των οποίων θα μπορούμε να κλείσουμε άμεσα τα εισιτήρια. Με τα συνεργαζόμενα ξενοδοχεία, με μεταφορικές εταιρείες για ενδοχώριες αποδράσεις και με ασφαλιστικές εταιρείες για ταξιδιωτική κάλυψη.

Επίσης, οι επιχειρήσεις που θα θέλουν να συνεργαστούν μαζί μας θα πρέπει να συμμορφώνονται πλήρως με τις απαιτήσεις μας και τον τρόπο σχεδιασμού των προσφερόμενων πακέτων. Εφόσον, δεν πληρούν τις προϋποθέσεις δεν θα είναι δυνατή η συνεργασία.

## **2.2 Προσφερόμενες Υπηρεσίες**

Υπάρχουν κατηγορίες ιατρικών υπηρεσιών όπου υπάρχει ελληνικό συγκριτικό πλεονέκτημα. Σε αυτές θα μπορούσε να υπάρξει στο μέλλον εξειδίκευση. Στο πλαίσιο του Ιατρικού Τουρισμού είναι πολύ σημαντικό να αναδειχθούν στοχευμένες ιατρικές υπηρεσίες οι οποίες μπορούν πολύ συγκεκριμένα να συνδυαστούν με τον παραδοσιακό τουρισμό ενδεχομένως διευρύνοντας τις ομάδες- στόχους στις οποίες αυτός απευθύνεται. Όλες οι προσφερόμενες υπηρεσίες πραγματοποιούνται από τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά, οι υπηρεσίες μας είναι πιο περιορισμένες και προσεγμένες από τις υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει η εκάστοτε επιχείρηση. Οι προσφερόμενες ιατρικές υπηρεσίες χωρίζονται σε δύο υποκατηγορίες με βάση τις οποίες μπορούμε να καθορίσουμε την στρατηγική μας. Οι δύο κατηγορίες είναι το ενδο-νοσοκομειακό τμήμα και το εξω-νοσοκομειακό. Μεταξύ των δύο υποκατηγοριών του (ενδό - και εξω-νοσοκομειακό) το εξω-νοσοκομειακό τμήμα (π.χ., οδοντιατρικές επεμβάσεις, επιλεγμένες κατηγορίες πλαστικής χειρουργικής και οφθαλμολογίας) είναι το μεγαλύτερο, με αξία 3 - 4 φορές

μεγαλύτερη εκείνης του ενδο-νοσοκομειακού (π.χ., καρδιαγγειακές ή ορθοπεδικές επεμβάσεις).



Με περαιτέρω ανάλυση και εστιάζοντας σε ορισμένες υπηρεσίες οι οποίες θεωρείται ότι η Ελληνική οικονομία μπορεί να ανταπεξέλθει στα ποιοτικά πρότυπα και έχει συγκριτικό πλεονέκτημα, επιλέγουμε τις προσφερόμενες υπηρεσίες.

Για τις ενδο-νοσοκομειακές υπηρεσίες, προσφέρονται ορθοπεδικές υπηρεσίες, αποκατάσταση και αιμοκάθαρση. Σύμφωνα με την έκθεση της McKinsey και μελέτη που εκπονήθηκε από το Ινστιτούτο Κοινωνικής και Προληπτικής Ιατρικής για τις εξω-νοσοκομειακές υπηρεσίες που αποτελούν και τομέα εστίασης, οι κυριότερες υπηρεσίες αποτελούν οι θεραπείες γονιμότητας, οφθαλμολογικά, οδοντιατρικά, κοσμητική ιατρική και ιαματικά λουτρά.

Γενικότερα, όλες οι ιατρικές υπηρεσίες που έχουμε επιλέξει να προσφέρουμε θέλουμε να είναι όσο το δυνατό πιο αυτοματοποιημένες και τυποποιημένες θεραπείες γίνεται. Αυτό θα μας δώσει την δυνατότητα να προσφέρουμε real-time online

κράτηση χωρίς να υπάρχει προηγούμενη συνεννόηση και επικοινωνία. Επίσης, όσο πιο απλοποιημένες είναι οι προσφερόμενες θεραπείες τόσο μειώνεται ο διαγνωστικός έλεγχος που θα πρέπει να πραγματοποιηθεί. Φυσικά, ορισμένες θεραπείες απαιτούν προηγούμενη επικοινωνία προκειμένου να κλειστεί η συμφωνία. Η εταιρεία μας θα είναι σε συνεχή γραμμή επικοινωνίας για την επίλυση οποιουδήποτε θέματος. Συνεπώς, η κατεύθυνση που έχουμε επιλέξει τείνει προς τις εξω-νοσοκομειακές υπηρεσίες, για τις οποίες η επιλογή και η επικοινωνία πραγματοποιούνται πιο εύκολα.

Έπειτα θα ακολουθούν οι υπηρεσίες ηλεκτρονικών αεροπορικών εισιτηρίων, οι ενοικιάσεις αυτοκινήτων, οι κρατήσεις ξενοδοχείων και οι ταξιδιωτικές ασφαλίσεις. Όλες αυτές οι υπηρεσίες, παρουσιάζονται επιγραμματικά στην οικονομική ανάλυση ως πακέτα. Καθώς όμως, υπάρχουν πολλές μέθοδοι και ιατρικές επιλογές για την οποιαδήποτε θεραπεία, οι οποίες αναλύονται παρακάτω, επιλέγεται μια ενδεικτική τιμή κόστους ιατρικής περίθαλψης, για την δημιουργία των πακέτων υπηρεσιών, ώστε να μπορέσουμε να χρησιμοποιήσουμε το πρόγραμμα που χρησιμοποιήθηκε για την ανάλυση (Specisoft BPlan).

### **2.2.1. Ενδο-νοσοκομειακές Υπηρεσίες**

Παροχή υπηρεσίας όπου απαιτείται εισαγωγή και διαμονή σε νοσοκομείο (συνήθως αρκετές ημέρες ή εβδομάδες). Βαρύτερα, οξεία ή και επεμβατικά περιστατικά σε σχέση με τις έξω – νοσοκομειακές υπηρεσίες.

#### **2.2.1.1. Αποκατάσταση**

Τα κέντρα Αποκατάστασης που υπάρχουν στην χώρα μας χαρακτηρίζονται από εξαιρετικά υψηλού επιπέδου υποδομές, ειδικό - προηγμένης τεχνολογίας – εξοπλισμό και άρτιο επιστημονικό προσωπικό αποτελώντας μοναδικές στο είδος τους δομές στα Βαλκάνια και την Ευρώπη εν γένει.

Τα φερόμενα ως 'Κέντρα Αποθεραπείας' χωρών όπως η Σερβία και η Κροατία (οι οποίες κατέχουν υψηλά ποσοστά και θέση στην κλίμακα του ιατρικού τουρισμού για τις υπηρεσίες αποκατάστασης που παρέχουν οι οποίες όμως εμπίπτουν μάλλον στο πλαίσιο υπηρεσιών ευεξίας και όχι μόνον Φυσικής Ιατρικής και Αποκατάστασης)

έχουν ένα σημαντικά περιορισμένο εύρος υπηρεσιών συγκρινόμενα με των αντίστοιχων Κέντρων της Ελλάδας ενώ υστερούν σημαντικά από πλευράς κτιριακών υποδομών και σύγχρονων εγκαταστάσεων. Εντούτοις προβάλλονται ως κέντρα φυσικής αποκατάστασης και αθλητιατρικής σε πολλές περιπτώσεις.

Από την άλλη πλευρά υπάρχει μια καθιερωμένου κύρους αγορά υπηρεσιών φυσικής αποκατάστασης (Γερμανία, Ελβετία) με υψηλή εξειδίκευση αλλά ταυτόχρονα και υψηλό κόστος.

Οι κύριες υπηρεσίες αποκατάστασης που θα προσφέρουμε αναφέρονται στις παρακάτω παθήσεις:

- Μετά από Ορθοπεδικές
- Μετά από Νευροχειρουργικές επεμβάσεις
- Αγγειακά Εγκεφαλικά Επεισόδια
- Κρανιοεγκεφαλικές Κακώσεις
- Κακώσεις Νωτιαίου Μυελού
- Βλάβες περιφερικών νεύρων - Πολυνευροπάθειες
- Σκλήρυνση κατά πλάκας
- Γηριατρικοί ασθενείς
- Νόσος Parkinson - παθήσεις εξωπυραμιδικού συστήματος-
- Μυασθένεια - μυοπάθεια
- Εγκεφαλική Παράλυση
- Ογκολογικές παθήσεις
- Ακρωτηριασμοί
- Ρευματολογικές παθήσεις
- Αναπνευστικές παθήσεις
- Καρδιολογικές παθήσεις
- Αθλητιατρικό τμήμα



- ο Εργοσπιρόμετρο
- ο Μηχανήματα Ισοκίνησης και Ενδυνάμωσης Ασθενών
- ο Κολυμβητικές δεξαμενές
- ο Γυμναστήριο
- ο Αθλητικοί Χώροι
- Ορθοπεδικό τμήμα
- Τμήμα Αναπνευστικής αποκατάστασης
- Τμήμα Καρδιολογικής αποκατάστασης
- Τμήμα αντιμετώπισης πόνου (μυοσκελετικού, νευρογενούς, κλπ)
- Γηριατρικό Τμήμα
- Τμήματα ακράτειας
- Τμήμα Σπαστικότητα

#### **2.2.1.2. Αιμοκάθαρση**

Η χρόνια νεφρική νόσος, είναι ένα νόσημα που εξελίσσεται ουσιαστικά με δραματικά αυξητικούς ρυθμούς. Με βάση τα υπάρχοντα δεδομένα περίπου το 10% του πληθυσμού, είτε στην Ελλάδα, είτε παγκοσμίως έχει χρόνια νεφρική νόσο. Οι ασθενείς με χρόνια νεφρική ανεπάρκεια όπως και οι χρονίως πάσχοντες διαφόρων κατηγοριών (για παράδειγμα, στις περιπτώσεις άσθματος, διαβήτη ή καρκίνου), στη διάρκεια προσωρινής παραμονής τους σε άλλο κράτος μέλος, έχουν το δικαίωμα σε κάθε αγωγή που κρίνεται απαραίτητη, λαμβάνοντας υπόψη την ιατρική κατάστασή τους. Στις περιπτώσεις των νεφροπαθών ειδικότερα όπου απαιτείται ειδική ιατρική παρακολούθηση και ιδίως εξειδικευμένες τεχνικές και εξοπλισμός (στη θεραπεία αιμοκάθαρσης), θα πρέπει η παραμονή στην ξένη χώρα να οργανώνεται εκ των προτέρων ώστε να εξασφαλισθεί η πρόσβαση σε ένα ασφαλές, αξιόπιστο και κατάλληλα οργανωμένο κέντρο αιμοκάθαρσης.

Ήδη πολλοί από τους παρόχους αυτούς έχουν ήδη προσανατολιστεί επιχειρηματικά στην προσέλκυση τουριστών οι οποίοι χρήζουν υπηρεσιών χρόνιας

αιμοκάθαρσης. Μέσα από τις ιστοσελίδες τους - οι οποίες περιλαμβάνουν περιεχόμενο και στην αγγλική γλώσσα - αναδεικνύεται η δυνατότητα του ασθενή να συνδυάσει τις διακοπές του με μια ασφαλή λύση για τις τακτικές υγειονομικές του ανάγκες.

Αυτό που φαίνεται να λείπει εξολοκλήρου και εμείς επιδιώκουμε να προσφέρουμε είναι οι συνδυασμένες παροχές τουριστικών πακέτων φιλοξενίας και υπηρεσιών αιμοκάθαρσης καθώς και οι υποστηρικτικές υπηρεσίες προς τον τουρίστα αναφορικά με την μετακίνηση και την ψυχαγωγία του. Οι μονάδες στη μεγάλη πλειοψηφία τους δεν έχουν πιστοποιημένα συστήματα διασφάλισης ποιότητας.

Αποτελεί ένα σημαντικό τομέα αφού οι νεφροπαθείς αποτελούν μεγάλη ομάδα που το πιο βασικό κριτήριο τους για επιλογή τουριστικής περιοχής είναι η ύπαρξη οργανωμένων κέντρων αιμοκάθαρσης.

Μορφές των δομών που παρέχουν υπηρεσίες ιατρικού τουρισμού στους νεφροπαθείς

- Κέντρα αιμοκάθαρσης χωρίς διαμονή
- Κέντρα αιμοκάθαρσης με διαμονή
- Κέντρα αιμοκάθαρσης με διαμονή και ολοκληρωμένες υπηρεσίες προβολής
- Κέντρα αιμοκάθαρσης που υποστηρίζονται από ερευνητικό κέντρο με διαμονή και ολοκληρωμένες υπηρεσίες προβολής (Καθετοποιημένες επιχειρηματικές μονάδες)

## **2.2.2 Εξω- νοσοκομειακές**

Νοσηλεία για λιγότερο από 24 ώρες, όπου ο ασθενής επισκέπτεται το νοσοκομείο για διάγνωση ή θεραπεία. Συνήθως αναφέρεται σε ελαφρύτερα, προγραμματισμένα περιστατικά από τις ενδο – νοσοκομειακές.

### **2.2.2.1. Θεραπεία Γονιμότητας - Εξωσωματική**

Τα τελευταία χρόνια εκατοντάδες ζευγάρια από χώρες όπως η Αυστραλία, η Ιταλία, η Γερμανία, η Γαλλία, η Αγγλία ή οι ΗΠΑ επισκέπτονται την Ελλάδα για να κάνουν εξωσωματική γονιμοποίηση και να αποκτήσουν παιδί.

Ένας από τους λόγους για τους οποίους καταφεύγουν στη χώρα μας –εκτός από τα αντικειμενικά υψηλά ποσοστά επιτυχίας των ελληνικών μονάδων και το προοδευτικό ελληνικό νομοθετικό πλαίσιο- είναι οι αυξημένες πιθανότητες που έχουν στην Ελλάδα να βρουν ξένα ωάρια.

Όπως επισημαίνουν οι ειδικοί, τα ποσοστά των γυναικών που βρίσκονται σε εμμηνόπαυση και ψάχνουν δότριες ωαρίων για να κάνουν παιδί αυξάνονται τα τελευταία χρόνια, αν και οι κύκλοι (προσπάθειες) με ξένα ωάρια αποτελούν ακόμη μικρό ποσοστό στην πίτα της τεχνητής γονιμοποίησης. Η νομοθεσία στην Ελλάδα που επιτρέπει τη δωρεά ωαρίων επιβάλλει την ανωνυμία της δότριας και προβλέπει χρηματική αποζημίωση για τις υπηρεσίες της.

Ευνοεί έτσι τη διαδικασία, σε σύγκριση με τα ισχύοντα σε άλλες χώρες. Στην Ιταλία και στη Γερμανία, για παράδειγμα, η δωρεά ωαρίων απαγορεύεται. Στην Αυστραλία επιτρέπεται, αλλά ο νόμος απαγορεύει την ανωνυμία της δότριας (το παιδί μπορεί να την εντοπίσει), κάτι που έχει υποδιπλασιάσει τις δωρεές στη μακρινή ήπειρο τα τελευταία χρόνια.

Ο «τουρισμός της γονιμότητας» μετρήθηκε πρόσφατα και από την Ευρωπαϊκή Εταιρεία Ανθρώπινης Αναπαραγωγής και Εμβρυολογίας (ESHRE), η οποία ανακάλυψε σε έρευνα που διεξήγαγε σε έξι ευρωπαϊκές χώρες (Βέλγιο, Τσεχία, Δανία, Σλοβενία, Ισπανία και Ελβετία) την έντονη κινητικότητα υπογόνιμων ζευγαριών από την Ιταλία, τη Γερμανία, την Ολλανδία, τη Γαλλία και την Αγγλία προς χώρες όπως η Ισπανία και η Τσεχία.

Παρά ταύτα οι επιχειρηματικές ευκαιρίες στον κλάδο εξακολουθούν να παραμένουν σημαντικές, επεκτεινόμενες και εκτός της εγχώριας αγοράς. Όπως και στην περίπτωση των κέντρων αιμοκάθαρσης το πλαίσιο προβολής των κέντρων εξωσωματικής δεν διαφοροποιείται για την περίπτωση των αλλοδαπών πελατών τους. Οι κανόνες του διεθνούς marketing για τις συγκεκριμένες υπηρεσίες είναι σαφείς και θα πρέπει να περιλαμβάνουν την έννοια του πακέτου και τον συνδυασμό της θεραπείας με τις δυνατότητες που παρέχει η περιοχή αναφορικά με τον τουρισμό και τη φιλοξενία.

Οι κύριες υπηρεσίες που θα προσφέρουμε είναι:

- Κλασσική γονιμοποίηση IVF

- Μικρογονιμοποίηση PICSI (physiological ICSI)
- Μικρογονιμοποίηση IMSI

#### **2.2.2.2. Οφθαλμολογικά**

Οι προηγμένες τεχνολογίες έχουν οδηγήσει στη σημαντική διαφοροποίηση της επεμβατικότητας τόσο στον τομέα της Οφθαλμολογίας όσο και σε αυτόν της Πλαστικής Χειρουργικής.

Εμείς προσφέρουμε την Lasik - Χειρουργική επέμβαση για μυωπία, υπερμετρωπία, αστιγματισμός και FEMTOSECOND LASIK.

Οι επεμβάσεις laser LASIK eye διενεργούνται σε κλινικές σε επίπεδο one-day or secondary care clinic με σπάνιες επιπλοκές ή άλλες κλινικές καταστάσεις. Η διαδικασία διαρκεί λιγότερο από 30 λεπτά γεγονός που απομειώνει σημαντικά τα κόστη της όλης θεραπευτικής παρέμβασης ενώ είναι εφικτή η ταυτόχρονη παρέμβαση και στα δυο μάτια του ασθενή αν και σε μερικές περιπτώσεις προτιμάται η επιλογή διαδοχικής θεραπευτικής παρέμβασης.

Οι δυνατότητες είναι σημαντικές και με περαιτέρω προοπτικές ιδίως με τη δρομολόγηση συγκεκριμένων εκστρατειών προβολής των συνεργασιών των κλινικών αυτών με συγκεκριμένα ξενοδοχεία σύγχρονων υποδομών και αισθητικής (boutique hotels) ακόμη και σε αστικά κέντρα προκειμένου να παρέχεται ένα ολοκληρωμένο πακέτο υπηρεσιών θεραπευτικής περίθαλψης αλλά και φιλοξενίας στη συνέχεια.

#### **2.2.2.3 Οδοντιατρικά**

Σε ότι αφορά τις οδοντιατρικές υπηρεσίες η θεραπεία που προσφέρουμε είναι τα οδοντικά εμφυτεύματα. Τα οδοντικά εμφυτεύματα αποτελούν μια εξαιρετική λύση για την αντικατάσταση δοντιών που λείπουν.

Το κόστος της αποκατάστασης εξαρτάται κατ' αρχήν από το πόσα δόντια πρόκειται να αντικατασταθούν. Η ακριβότερη περίπτωση είναι η αντικατάσταση ενός μεμονωμένου δοντιού. Όσο περισσότερα δόντια λείπουν, τόσο μειώνεται το κόστος ανά εμφύτευμα γιατί, επί παραδείγματι, για να τοποθετηθούν 10 δόντια μπορεί να

αρκούν 4 ή 5 εμφυτεύματα. Σε περιπτώσεις όπου γίνεται άμεση τοποθέτηση του εμφυτεύματος (το εμφύτευμα τοποθετείται την ημέρα της εξαγωγής του δοντιού) και άμεση φόρτιση (την ίδια μέρα της τοποθέτησης του εμφυτεύματος εφαρμόζεται και κάποιο προσωρινό δόντι σε αυτό), θα πρέπει να περιμένουμε ένα υψηλότερο κόστος.

Οι καλύτερες εταιρείες πρωτοπορούν στην έρευνα και την εξέλιξη και ακολουθούν άρτιες διαδικασίες και αυστηρά πρωτόκολλα για την κατασκευή των εμφυτευμάτων και των προσθετικών εξαρτημάτων τους. Υποστηρίζουν τα προϊόντα τους για πολλά χρόνια, εξασφαλίζοντας ότι θα υπάρχουν ανταλλακτικά εξαρτήματα όποτε χρειαστούν, ακόμη και δεκαετίες μετά την τοποθέτησή τους, και πολλές φορές δίνουν ακόμη και εγγύηση αντικατάστασης, για την περίπτωση που κάποιο εμφύτευμα αποτύχει.

#### **2.2.2.4 Κοσμητική Ιατρική**

Ο Τουρισμός Ομορφιάς (Κοσμητική Ιατρική) αποτελεί την πιο σύγχρονη μορφή Τουρισμού Υγείας παγκοσμίως, συνδυάζοντας υπηρεσίες υγείας και ομορφιάς. Απευθύνεται, στην ουσία, σε άτομα υγιή, ικανά να ταξιδέψουν και τα οποία επιθυμούν να συνδυάσουν την παροχή σχετικά ανώδυνων και σύντομων, επεμβατικών ή μη, ιατρικών υπηρεσιών ανανέωσης προσώπου και σώματος με ολιγοήμερη ανάρρωση και αναψυχή σε πολυτελείς ξενοδοχειακές μονάδες. Η νέα τάση, που δημιούργησαν πρωτίστως η βιομηχανία της μόδας και δευτερευόντως ιατρικοί λόγοι, εκτίναξαν τον "τουρισμό των πλαστικών επεμβάσεων " παγκοσμίως στα 10 δις ευρώ ετήσιο τζίρο.

Πρόκειται για θεραπείες σχετικά ανώδυνες και σύντομες, οι οποίες μπορούν να συνδυαστούν με ολιγοήμερη ανάρρωση σε διάφορα ήδη υπάρχοντα υπερπολυτελή θέρετρα. Συνήθως απευθύνονται σε επισκέπτες, που έχουν τη διάθεση να συνδυάσουν ιατρικές υπηρεσίες με τη δυνατότητα ανάρρωσης και διακοπών σε ένα ωραίο αισθητικά περιβάλλον, ενώ παράλληλα αποφεύγουν και τα αδιάκριτα βλέμματα του στενού τους περιβάλλοντος. Η Ελλάδα προσφέρεται για ξεκούραση, χαλάρωση, διασκέδαση μέσα σε ένα πανέμορφο περιβάλλον και ανανεωμένοι και ξεκούραστοι να επιστρέψουν, στη συνέχεια, στις κανονικές τους δραστηριότητες στην πατρίδα τους. Η χώρα μας συνδυάζει λογικές τιμές και υψηλό επίπεδο παροχής υπηρεσιών, ενώ το άριστο επιστημονικό προσωπικό, η ποιότητα και η άρτια τεχνολογική

υποδομή την καθιστούν εξαιρετικό πόλο έλξης για εκατοντάδες τουρίστες κάθε χρόνο.

Οι κύριες θεραπείες που θα προσφέρουμε είναι οι ακόλουθες:

1. Λιποαναρρόφηση
  - Λιποαναρρόφηση
  - Κοιλιοπλαστική
2. Μεταμόσχευση Μαλλιών
3. Χειρουργική Μαστού
  - 3.1. Άνδρες
    - Μείωση στήθους
    - Πλαστική στήθους
  - 3.2. Γυναίκες
    - Αύξηση μαστού
    - Μείωση μαστού
    - Ανόρθωση μαστού
  - 3.3. Ρινοπλαστική
  - 3.4. Βλεφαροπλαστική
  - 3.5. Ωτοπλαστική (πλαστική αυτιών)

#### **2.2.2.5. Ιαματικά Λουτρά**

Στη χώρα μας η αναζήτηση νερών με θεραπευτικές ιδιότητες δεν είναι καθόλου δύσκολη. Ολόκληρη η Ελλάδα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί «πηγή», αφού το έδαφός της απαριθμεί περί τις 80 ιαματικές πηγές, οι οποίες αναβλύζουν διάσπαρτες σε όλη της την έκταση.

Για την χρησιμοποίηση των λουτρών κρίνεται απαραίτητη η συμβουλή από τον ιατρό των λουτρών (καθώς και αναφέρετε και τα φάρμακα αν τυχόν παίρνετε)

σχετικά με την ύπαρξη αντενδείξεων, αν δηλαδή υπάρχει κάποιος σοβαρός λόγος που δεν σας επιτρέπει τη χρήση των Ιαματικών λουτρών.

Ένας κύκλος λουτροθεραπείας περιλαμβάνει 15 - 20 μπάνια, μέγιστης διάρκειας το καθένα είκοσι λεπτών, ανάλογα με τις οδηγίες του γιατρού.

Θα πρέπει να εστιάσουμε σε αυτό τον τομέα αφού εφόσον πραγματοποιηθεί αναγνώριση και πιστοποίηση των υδάτων, ως φυσικός θεραπευτικός ιαματικός πόρος, θα υπάρχουν πολύ μεγάλα περιθώρια για περαιτέρω αξιοποίηση τους. Ήδη για ορισμένες πηγές έχουν ξεκινήσει οι διαδικασίες πιστοποίησης.

Μια λίστα με τις πιο οργανωμένες ιαματικές πηγές στην Ελλάδα σύμφωνα με το «Εν Λευκό» (online ταξιδιωτικό περιοδικό) είναι οι ακόλουθες:

- Τα ιαματικά λουτρά της Αιδηψού. Στα Λουτρά λειτουργούν υδροθεραπευτήρια σε ξενοδοχεία. Ανάμεσά τους είναι και το υδροθεραπευτήριο του ΕΟΤ που θεωρείται ότι διαθέτει τις πιο σύγχρονες και πλήρεις εγκαταστάσεις υδροθεραπείας και φυσιοθεραπείας στον ελληνικό χώρο.
- Το υδροθεραπευτήριο του Τρύφου στην Αιτωλοακαρνανία προσφέρει και ποσιθεραπεία, μαζί με τις κλασικές μεθόδους υδροθεραπείας.
- Το υδροθεραπευτήριο στην Απολλωνία (απόσταση 55 χλμ. από τη Θεσσαλονίκη), στις όχθες της Βόλβης υδροθεραπευτήριο με σύγχρονες εγκαταστάσεις.
- Το υδροθεραπευτήριο στα Ψωρονέρια: Φτάνοντας λίγο μετά τη διασταύρωση της Άμφισσας στη πηγή Καλλιδρόμου ή Ψωρονέρια.
- Το υδροθεραπευτήριο στην Τραϊνούπολη στον Έβρος
- Στην Ζάκυνθος στην περιοχή Καρώνης
- Στην Θέρμη: Λίγα χλμ. έξω από τη Θεσσαλονίκη, υπάρχουν τα ομώνυμα λουτρά με θειούχες ιαματικές πηγές και εγκαταστάσεις διαμονής και λουτροθεραπείας
- Στις Θερμοπύλες. Σε πολλές σαλιγγίτιδες και σε περιπτώσεις στενώσεων ή υπερτροφικών ωοθηκών, οι γυναίκες ασθενείς καταφεύγουν σε ορμονικές θεραπείες με φάρμακα, ενώ το πρόβλημα τους είναι καθαρά ψυχολογικό. Δηλαδή, τους λείπει μία απαραίτητη μυοχαλάρωση προκειμένου όλος ο ορμονικός τους κύκλος να

λειτουργήσει φυσιολογικά. Ενδείκνυται για συνδυασμό με θεραπείες εξωσωματικής γονιμοποίησης.

- Τα ιαματικά λουτρά της Ικαρίας
- Τα ιαματικά λουτρά στα Καβάσιλα στην πόλη των Ιωαννίνων
- Τα ιαματικά λουτρά στις Ελευθερές στην Καβάλα
- Στο Σμόκοβο στην Καρδίτσα
- Τα ιαματικά λουτρά του Καϊάφα.
- Στα Καμένα Βούρλα:
- Στην Αμμουδάρα στην πόλη της Καστοριάς
- Κιλκίς - Στην Πικρολίμνη στο Κιλκίς
- Στην περιοχή του Λαγκαδά, 18 χλμ. από τη Θεσσαλονίκη.
- Λήμνος - Μύρινα:
- Τα Λουτρά της Ηραίας
- Στο Λουτράκι
- Τα ιαματικά λουτρά της Μυτιλήνης
- Τα ιαματικά λουτρά της Μήλου
- Τα ιαματικά λουτρά στην Νέα Απολλωνία
- Στο Πόζαρ: Λουτρόπολη της Αριδαίας πριν την Έδεσσα
- Τα Λουτρά στην Πρέβεζα
- Σέρρες - Σιδηρόκαστρο:
- Σουρωτή: Κοντά στη Θεσσαλονίκη, υπάρχει πηγή με πόσιμο θεραπευτικό νερό
- Φθιώτιδα - Υπάτη: Σε απόσταση 18χλμ. από τη Λαμία βρίσκονται τα Λουτρά



### **2.2.3. Λοιπές υπηρεσίες**

Το προσφερόμενο πακέτο περιλαμβάνει και την μεταφορά από και προς τον τόπο διαμονής του ασθενούς. Συνεπώς, μαζί με τις ιατρικές υπηρεσίες ο πελάτης αγοράζει και το αεροπορικό εισιτήριο. Εμείς, θα συνεργαζόμαστε με όλες τις διαθέσιμες αεροπορικές και θα προσφέρουμε δυναμική τιμολόγηση των αεροπορικών εισιτηρίων. Άρα, το κοινό που θα εξυπηρετήσουμε θα είναι άτομα τα οποία έχουν επιλέξει την αερομεταφορά. Δεν θα υπάρχει διαθέσιμο πακέτο χωρίς να περιλαμβάνει το αεροπορικό εισιτήριο.

Ακόμη θα συνεργαζόμαστε είτε με site για απευθείας κράτηση ξενοδοχείων, είτε θα δημιουργήσουμε δικό μας δίκτυο με συνεργαζόμενα ξενοδοχεία υψηλής ποιότητας.

### **2.3 Επιλογή τοποθεσίας της επιχείρησης και παράγοντες επιλογής τοποθεσίας**

Η επιλογή της τοποθεσίας της επιχείρησης μας δεν είναι ιδιαίτερα σημαντική μιας και τα γραφεία μας δεν θα τα επισκέπτονται οι πελάτες. Επίσης, ο χώρος που χρειάζεται είναι μικρός, καθώς εκεί θα εργάζονται δύο υπάλληλοι και οι τρεις μέτοχοι. Ωστόσο η τοποθεσία θα πρέπει να είναι προσβάσιμη και ευκόλως επισκέψιμη τόσο για τους συνεργάτες μας όσο και για τους υπαλλήλους μας. Γ' αυτόν τον λόγο επιλέξαμε να στεγάσουμε τα γραφεία στο κέντρο της Πρέβεζας στην Λεωφόρο Ειρήνης, εύκολα προσβάσιμη με τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

## **3. Εξωτερική ανάλυση (Περιγραφή της αγοράς)**

### **3.1 Ανάλυση καταναλωτή**

Η χώρα μας αποτελεί μια αξιόλογη επιλογή ιατρικού τουρισμού τόσο από άποψη τιμών αλλά και από την υψηλή ποιότητα που προσφέρεται.

Οι χώρες όμως στις οποίες θα εστιάσουμε κατά κύριο λόγο, για να προσφέρουμε τις υπηρεσίες μας είναι η Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, οι Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, η Ελβετία και η Σουηδία. Φυσικά, η χώρα μας έχει συγκριτικά πλεονεκτήματα σε ορισμένες θεραπείες σε σχέση με αυτές τις χώρες. Πρώτα, όμως, να δούμε τα γεωγραφικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά των αυτών.

Σύμφωνα με τον απολογισμό για τις διεθνείς αεροπορικές αφίξεις του έτους 2015 της Ελληνικής Στατιστικής υπηρεσίας τον Μάρτιο του 2015, το σύνολο των διεθνών αεροπορικών αφίξεων εκτιμάται σε 17,1 εκατ. παρουσιάζοντας αύξηση +7% σε σχέση με το 2014. Η Αθήνα παρουσίασε αύξηση +18% ενώ τα περιφερειακά αεροδρόμια παρουσίασαν = οριακή αύξηση +2%.

Σύμφωνα με την έκθεση αυτή το top 5 των αγορών απαρτίζεται από τις ακόλουθες χώρες: Ην. Βασίλειο, Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία και Ολλανδία. Η Ρωσία βρίσκεται πλέον στην 6 η θέση. Η Πολωνία βρίσκεται στην 8η θέση, ενώ την 7η θέση καταλαμβάνει η Κύπρος. Όλες οι αγορές που βρίσκονται στη πρώτη δεκάδα αυξήθηκαν σημαντικά, πλην Ρωσίας που παρουσίασε μείωση -44%. Η πτώση από Ρωσία και Ουκρανία επηρέασε μόνο τα περιφερειακά αεροδρόμια στα οποία, αν εξαιρέσουμε αυτές τις 2 χώρες παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση +8% (~760 χιλ). Οι 3 μεγαλύτερες αγορές για την Αθήνα είναι η Ιταλία, η Γερμανία και το Ην. Βασίλειο. Στους υπόλοιπους προορισμούς το Ην. Βασίλειο και η Γερμανία είναι πάντα στις 3 πρώτες χώρες με εξαίρεση τις Κυκλάδες όπου την 3η θέση κατέχει η Αυστρία (μετά από Ιταλία και Ην. Βασίλειο). Σε όλες τις άλλες περιπτώσεις, η Βρετανία και η Γερμανία καταλαμβάνουν τις 2 από τις 3 πρώτες θέσεις και διαφοροποιείται η 3η χώρα ανάλογα με το αεροδρόμιο: Θεσσαλονίκη: Κύπρος, Κρήτη: Γαλλία, Δωδεκάνησα: Ρωσία, Ιόνιο: Πολωνία, Πελοπόννησος: Ισραήλ

Ειδικότερα, η Ιταλία είναι μια χώρα που βρίσκεται σε πολύ κοντινή απόσταση με την Ελλάδα. Το κόστος μεταφοράς είναι αρκετά χαμηλό και ήδη η χώρα μας έχει υψηλή άφιξη Ιταλών. Αυτό σημαίνει ότι η χώρα μας διατηρεί ήδη ένα δίκτυο με τους Ιταλούς. Επίσης, ανήκει στην Ευρωπαϊκή Ένωση διευκολύνοντας ακόμη περισσότερο την μεταφορά των τουριστών ασθενών.

Το Ηνωμένο Βασίλειο βρίσκεται στην βορειοδυτική Ευρώπη. Το Ηνωμένο Βασίλειο είναι από τις χώρες που επιλέγουν πολύ συχνά την χώρα μας για διακοπές περίπου ( 2.400.000 αφίξεις για το 2018). Επίσης, οι ιατρικές υπηρεσίες της χώρας θεωρούνται αρκετά ακριβές. Είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης και το νόμισμά της είναι η λίρα Αγγλίας.

Οι Ηνωμένες Πολιτείες βρίσκονται στην ήπειρο της Αμερικής. Από άποψη τιμών στις ιατρικές υπηρεσίες θεωρείται η πλέον ακριβή χώρα παγκοσμίως. Ο δείκτης Consumer Price Index (CPI) είναι πάρα πολύ υψηλός (235.64) , ενώ της

Ελλάδας 108.42 ([www.tradingeconomics.com](http://www.tradingeconomics.com)). Εξάλλου είναι από τις πρωτοπόρες χώρες που χρησιμοποίησαν τον ιατρικό τουρισμό λόγω του υψηλού κόστους των υπηρεσιών. Σύμφωνα με το άρθρο « Οι Αμερικανοί ψηφίζουν Ελλάδα για διακοπές» της [www.bluebirds.gr](http://www.bluebirds.gr) ολοένα και κερδίζει έδαφος ο ελληνικός τουρισμός στις ΗΠΑ. «Το 2018 ήταν η πέμπτη συνεχής χρονιά ανάπτυξης με +11% για τη συνολική επιβατική κίνηση του αεροδρομίου της Αθήνας (σ.σ. στα 24,1 εκατομμύρια) με την αύξηση στην πενταετία της ανόδου να φθάνει το 93%, ενώ όσον αφορά την αύξηση των διεθνών αφίξεων το διάστημα 2013- 2018 ήταν στο 119%», τόνισαν τα στελέχη του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών. Δυσκολία, όμως υπάρχει στην μεταφορά των Αμερικάνων προς την Ελλάδα όπου μόνο εποχιακά υπάρχουν απευθείας πτήσεις και αποτελεί κομμάτι για το οποίο θα πρέπει να βελτιωθεί η κατάσταση. Το νόμισμα της χώρας είναι το δολάριο.

Τέλος, η Ελβετία και η Γερμανία αποτελούν κύριους στόχους μας κυρίως λόγω του υψηλού κόστους των ιατρικών υπηρεσιών εκεί.

### 3.2 Ανάλυση Ανταγωνισμού

Οι υπηρεσίες που προσφέρουμε εστιάζονται στις παραπάνω χώρες λόγω συγκριτικών πλεονεκτημάτων σε ορισμένους τομείς. Σύμφωνα με την λίστα [listcrux.com](http://listcrux.com) για τις 10 καλύτερες χώρες κοσμητικών εγχειρήσεων, η Ελλάδα βρίσκεται στην δεύτερη θέση. Ο λόγος είναι ο συνδυασμός της υψηλής τεχνολογίας, των νέων τάσεων, αλλά και του χαμηλού κόστους ([www.listcrux.com](http://www.listcrux.com)). Ένας ενδεικτικός κατάλογος από δημοσιογραφική έρευνα του VIVA σχετικά με τις τιμές των επεμβάσεων, αναφέρουμε ενδεικτικά:

- Λιποπλαστική: 1.500 έως 2.500 ευρώ

Country	Average Liposuction Price	
	GBP	EUR
Lithuania	1.000	1.300
Latvia	1.250	1.550
Estonia	1.360	1.700
Poland	1.100	1.375
Czech Republic	1.400	1.750
Slovakia	2.360	2.950
Slovenia	2.450	3.050
Belgium	1.200	1.500
France	2.100	2.600
Germany	2.400	3.000
Hungary	1.800	2.250
Sweden	2.400	3.000
Norway	3.250	4.050
Finland	1.800	2.250
Denmark	2.000	2.500
UK	2.650	3.300
Ireland	2.550	3.200

- Μειωτική μαστών: 3.500 έως 4.500 ευρώ
- Ανόρθωση: 3.500 έως 4.500 ευρώ
- Αυξητική: 3.000 έως 4.000 ευρώ.

Ενώ σύμφωνα με το ([www.liposuction-abroad.co.uk](http://www.liposuction-abroad.co.uk)) ενδεικτικές τιμές

Οι χώρες που θα εστιάσουμε σε αυτόν τον τομέα είναι το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, η Ελβετία και η Σουηδία.

### Οδοντιατρικά

Σύμφωνα με ([www.dentalimplantcostguide.com](http://www.dentalimplantcostguide.com) )

<b>Dental Implant Cost by Country</b>	
<b>United States</b>	\$4250
<b>UK</b>	\$3500
<b>Spain</b>	\$2750
<b>Italy</b>	\$1800
<b>Mexico</b>	\$1600
<b>Romania</b>	\$1400
<b>Lithuania</b>	\$1400
<b>Costa Rica</b>	\$1000
<b>Turkey</b>	\$1000
<b>Hungary</b>	\$900
<b>Thailand</b>	\$900
<b>India</b>	\$850
<b>Croatia</b>	\$850

© DentalImplantCostGuide.com

Στην Ελλάδα το κόστος είναι περίπου στα 1300€ (περίπου 1400\$). Φυσικά μονό κριτήριο για επιλογή της χώρας δεν είναι η τιμή. Οι ανταγωνίστριες χώρες είναι η Ινδία, Ουγγαρία Σερβία. Ο πιο σημαντικός ανταγωνιστής, όμως είναι η Τουρκία που είναι από τις πιο ανταγωνιστικές χώρες παγκοσμίως στον τομέα αυτό και βρίσκεται δίπλα στην χώρα μας.

Στις Ηνωμένες πολιτείες το κόστος των εμφυτευμάτων είναι το υψηλότερο στον κόσμο. Θα εστιάσουμε στις ΗΠΑ, στο Ηνωμένο Βασίλειο και στην Ελβετία.

## Τεχνητή γονιμοποίηση

Σύμφωνα με το ([www.magnamater.gr](http://www.magnamater.gr)) και το ([kiveli.gr](http://kiveli.gr))

Το κομμάτι της εξωσωματικής είναι το κύριο που θέλουμε να εστιάσουμε αφού η χώρας έχει συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ήδη πολλά ζευγάρια επιλέγουν να πραγματοποιήσουν ένα κύκλο θεραπειών στην Ελλάδα μακριά από αδιάκριτα βλέμματα και συνδυάζοντας τη διαδικασία με διακοπές.

Στην Ελλάδα, η εξωσωματική γονιμοποίηση διέπεται από εκτενές νομικό πλαίσιο, χωρίς να προβαίνει σε υπερβολικά αυστηρά μέτρα που να περιορίζουν την πιθανότητα θετικού αποτελέσματος. Ταυτόχρονα, ο κλάδος έχει αναπτυχθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια και οι επιστημονικές μέθοδοι που ακολουθούνται είναι υψηλού επιπέδου.

Ένας από τους λόγους για τους οποίους καταφεύγουν στη χώρα μας -εκτός από τα υψηλά ποσοστά επιτυχίας των ελληνικών μονάδων και το προοδευτικό ελληνικό νομοθετικό πλαίσιο- είναι οι αυξημένες πιθανότητες που έχουν στην Ελλάδα να βρουν ξένα ωάρια. Όπως επισημαίνουν οι ειδικοί, τα ποσοστά των γυναικών που βρίσκονται σε εμμηνόπαυση και ψάχνουν δότριες ωαρίων για να κάνουν παιδί αυξάνονται τα τελευταία χρόνια, αν και οι κύκλοι (προσπάθειες) με ξένα ωάρια αποτελούν ακόμη μικρό ποσοστό στην πίτα της τεχνητής γονιμοποίησης.


Η νομοθεσία στην Ελλάδα που επιτρέπει τη δωρεά ωαρίων επιβάλλει την ανωνυμία της δότριας και προβλέπει χρηματική αποζημίωση για τις υπηρεσίες της. Ευνοεί έτσι τη διαδικασία, σε σύγκριση με τα ισχύοντα σε άλλες χώρες. Στην Ιταλία και στη Γερμανία, για παράδειγμα, η δωρεά ωαρίων απαγορεύεται. Στην Αυστραλία επιτρέπεται, αλλά ο νόμος απαγορεύει την ανωνυμία της δότριας (το παιδί μπορεί να την εντοπίσει), κάτι που έχει υποδιπλασιάσει τις δωρεές στη μακρινή ήπειρο τα τελευταία χρόνια.

Στο κομμάτι που θα εστιάσουμε την προώθησή μας που αφορά την τεχνητή γονιμοποίηση είναι:

- Στην Ιταλία, η νομοθεσία είναι πολύ περιοριστική όσον αφορά την εξωσωματική γονιμοποίηση, με αποτέλεσμα αρκετά ζευγάρια να καταφεύγουν σε γειτονικές ευρωπαϊκές χώρες. Ένα συγκριτικό πλεονέκτημα που έχει η χώρα μας είναι ότι στην Ιταλία απαγορεύεται η δωρεά ωαρίων.
- Η Γερμανία που και σε αυτήν απαγορεύεται η δωρεά ωαρίων αποτελεί μια σημαντική αγορά.
- Το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελεί και αυτό σημαντικό κομμάτι της αγοράς. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε για τον «τουρισμό της γονιμότητας» από την Ευρωπαϊκή Εταιρεία Ανθρώπινης Αναπαραγωγής και Εμβρυολογίας (ESH RE) την έντονη κινητικότητα υπογόνιμων ζευγαριών από την Ιταλία, τη Γερμανία, την Ολλανδία, τη Γαλλία και την Αγγλία προς χώρες όπως η Ισπανία και η Τσεχία. Αυτό σημαίνει πως με προϋπόθεση την ελκυστικότητα της Ελλάδας προς το Ηνωμένο Βασίλειο και την κινητικότητα τους για τέτοιου είδους υπηρεσίες, θα πρέπει να γίνουν κατάλληλες προωθητικές ενέργειες για την προσέλκυση τους για τον σκοπό αυτό.

### Οφθαλμολογικά

Όσον αφορά τα οφθαλμολογικά και συγκεκριμένα το την μέθοδο laser lasik το κόστος στην Ελλάδα είναι περίπου 1200€ (περίπου 1300\$ ή περίπου £850 για το ένα) για επέμβαση και στα δύο μάτια. Ο παρακάτω πίνακας δείχνει το μέσο κόστος της επέμβασης lasik για το ένα μάτι (www.treatmentabroad.com).

Country	Treatment 
<a href="#">Czech Republic</a>	£625 * <a href="#">Get a quote</a>
<a href="#">Russia</a>	£487 * <a href="#">Get a quote</a>
<a href="#">Spain</a>	£798 * <a href="#">Get a quote</a>
<a href="#">United Kingdom</a>	£1,500 * <a href="#">Get a quote</a>

- Για τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής το κόστος ξεκινάει περίπου από \$2000 για το κάθε μάτι (<http://wiki.answers.com>).
- Το κόστος στην Γερμανία είναι περίπου από \$ 1200 - \$3000 ([www.carecredit.com](http://www.carecredit.com)).
- Στην Ελβετία ένα ενδεικτικό κόστος είναι 2000C για το κάθε μάτι ([www.visionlaser.ch](http://www.visionlaser.ch)).

Συνεπώς, στις υπηρεσίες αυτές θα στοχεύσουμε κατά κύριο λόγο στο Ηνωμένο Βασίλειο, στην Γερμανία, στην Ελβετία και στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Το σημαντικότερο θέμα με αυτή την θεραπεία είναι ότι μπορεί να συνδυαστεί άριστα με διακοπές στην χώρα μας, πράγμα που προσθέτει περισσότερη αξία στα πακέτα που προσφέρουμε.

Σε ότι αφορά τις ενδο-νοσοκομειακές και σε πρωταρχικό στάδιο δεν θα έχουμε χώρες - στόχους. Οι λόγοι είναι ότι η στρατηγική μας εστιάζει στην καθιέρωση μας στην αγορά των εξω-νοσοκομειακών υπηρεσιών που δεν προαπαιτούν πολυήμερη διαμονή στην κλινική, ακριβέστατη διάγνωση, υψηλής φήμης και αναγνωρισμένους γιατρούς και συνδυάζονται άριστα με διακοπές. Φυσικά, μελλοντικός στόχος μας είναι και η εστίαση σε αυτήν την κατηγορία έχοντας πρώτα αποκτήσει πολύτιμες γνώσεις και εμπειρία.

### **3.3 Ανάλυση Αγοράς**

Δεν υπάρχουν αξιόπιστα στοιχεία για το μέγεθος της αγοράς ιατρικού τουρισμού. Οι εκτιμήσεις ποικίλουν ευρέως μεταξύ κορυφαίων εταιριών παγκόσμιας εμβέλειας στον τομέα της έρευνας. Αυτή η αβεβαιότητα προκύπτει από τις ασυνέπειες στον προσδιορισμό του 'ιατρικού ταξιδιού' και εξαιτίας της έλλειψης επαληθεύσιμων στοιχείων σε επίπεδο χωρών.

Οι συντάκτες του Patients Beyond Borders ορίζουν τον ιατρικό ταξιδιώτη ως καθέναν που ταξιδεύει έξω από τα εθνικά σύνορα με σκοπό τη λήψη ιατρικής φροντίδας. Δεν προσμετρούνται οι αλλοδαποί κάτοικοι της χώρας, οι τουρίστες που έχουν ανάγκη από ιατρική φροντίδα έκτακτης ανάγκης, τα μέλη των οικογενειών που συνοδεύουν τους ιατρικούς ταξιδιώτες, ή οι πολλαπλές ιατρικές παρεμβάσεις που λαμβάνουν χώρα κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού.

Λαμβάνοντας υπόψη αυτές τις μεταβλητές πιστεύεται ότι το μέγεθος της αγοράς είναι περίπου 5 εκατομμύριο ασθενείς που ξοδεύουν παγκοσμίως έναν μέσο όρο \$3.000 ανά χειρουργική επέμβαση. Με βάση αυτόν τον αριθμό, υπολογίζεται ότι περίπου 550.000 Αμερικανοί ταξίδεψαν εκτός ΗΠΑ για να λάβουν υπηρεσίες ιατρικής φροντίδας το έτος . Αυτό περιλαμβάνει όλες τις δαπάνες σχετιζόμενες με ιατρικές υπηρεσίες και δεν περιλαμβάνει τις δαπάνες ταξιδιών, μεταφοράς και διαμονής.

Το 2009 η Deloitte σε σχετική μελέτη της με βάση τα δεδομένα της αρχόμενης τότε οικονομικής κρίσης προέβλεψε τους ρυθμούς αύξησης της αγοράς του Ιατρικού Τουρισμού έως το 2012.

		Actual			Estimate			
		Year	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Recession-adjusted Forecast	#Patients (000)		750	540	648	878	1,283	1,621
	Forward Growth Rate		-20%	-10%	+20%	+35%	+35%	+35%

Note: 2007 is actual experience as reported by:

[1] Baliga H. "Medical tourism is the new wave of outsourcing from India," India Daily, Dec 23, 2006.

Available at: [www.indiadaily.com/editorial/14858.asp](http://www.indiadaily.com/editorial/14858.asp)

[2] Horowitz MD and Rosensweig JA. "Medical Tourism - Health Care in the Global Economy," The Physician Executive, Nov/Dec 2007

2008 and beyond are projections by the Deloitte Center for Health Solutions, part of Deloitte LLP.

©2009 Deloitte Development LLC. All rights reserved.

Προσπαθώντας να διαπιστώσω το πόσο ενδιαφέρονται οι χρήστες για τον ιατρικό τουρισμό, χρησιμοποίησα την υπηρεσία της Google-Trends. Τα δεδομένα που παίρνουμε προκύπτουν από τα searches των χρηστών. Είναι πολύ σημαντικά μεγέθη αφού δείχνουν την πραγματική ζήτηση των χρηστών για πληροφορίες ιατρικού τουρισμού. Για να είμαστε πιο αντικειμενικοί βάζουμε ως keyword tourism για όλο τον κόσμο και βλέπουμε τον ιατρικό τουρισμό ( medical tourism ) να έχει μια μεταβολή σε ενδιαφέρον 400%. Δηλαδή, σε οτιδήποτε αφορά τον τουρισμό παγκοσμίως ο ιατρικός τουρισμός παρουσιάζει αύξηση 400%.




Ερωτήματα	Κορυφαίες	Ανερχόμενες
	medical tourism	
what is tourism		+150%
delhi tourism		+140%
kerala tourism		+140%
tourism in india		+120%
dubai tourism		+110%
goa tourism		+90%

[Ενσωμάτωση](#)

Με τα ίδια κριτήρια αλλά τα keywords που αφορούν την Αμερική βλέπουμε πως εκεί υπάρχει μεγαλύτερη αύξηση ενδιαφέροντος στο 450%.

Συναφείς αναζητήσεις ?

Θέματα	Κορυφαίες	Ανερχόμενες	Ερωτήματα	Κορυφαίες	Ανερχόμενες
	Tourism - Interest	100			medical tourism
			what is tourism		+160%
			delhi tourism		+140%
			kerala tourism		+140%
			tourism in india		+130%
			dubai tourism		+90%

Παρατηρούμε ότι ως κλάδος ο ιατρικός τουρισμό βρίσκεται σε τροχιά ανόδου του ενδιαφέροντος των χρηστών. Αυτό σημαίνει ότι το μέγεθος της αγοράς αυξάνεται και συνεπώς δημιουργούνται νέες ευκαιρίες.

### **3.4) Ανάλυση Περιβάλλοντος**

Η επιχείρηση μας ιδρύεται στην Ελλάδα, μια χώρα που αυτό το διάστημα βρίσκεται σε δυσχερή οικονομική κατάσταση αλλά υπάρχουν πολλές προοπτικές ανάπτυξης. Οι νέες επενδύσεις, όταν πραγματοποιούνται, έχουν πολλές δυσκολίες.

Αφενός, η φορολογία στην χώρα μας είναι αρκετά υψηλή σε σχέση με άλλων χωρών και αφετέρου, το κράτος δεν βοηθά τις νέες επιχειρήσεις να εξελιχθούν. Δεν δίνει προνόμια, μειωμένες πληρωμές, ελαφρύνσεις ή φορολογικές διευκολύνσεις. Συνεπώς, λειτουργεί όχι σαν βοηθός, αλλά σαν ανασταλτικός παράγοντας.

Η κρίση που προαναφέρθηκε, δεν εμφανίζεται μόνο στην Ελλάδα, αλλά σε πολλές χώρες του κόσμου. Ειδικά ο τομέας της υγείας, στις περισσότερες χώρες, διέρχεται από μεγάλη κρίση. Το φαινόμενο αυτό οδηγεί τους ασθενείς στο να αναζητούν μόνοι τους την ιατρική περίθαλψη που πρέπει να λάβουν, ανεξαρτήτως ασθένειας.

Συνεπώς, η επιχείρηση μας απευθύνεται κυρίως σε αυτό το κοινό. Βασιζόμενοι, λοιπόν, όχι μόνο σε τοπικούς πελάτες, αλλά σε ανθρώπους από όλο τον κόσμο, διευρύνουμε το πελατολόγιο μας, ξεπερνώντας τις δυσκολίες που τυχόν υπάρχουν. Συνδυάζοντας, λοιπόν, την ιατρική περίθαλψη, με μια πολύ καλή διαμονή, σε πακέτα πολύ λογικών τιμών, καθιστούμε την επιχείρηση έναν πόλο έλξης ιατρικού τουρισμού.

Καθώς οι ιατρικοί μας συνεργάτες προέρχονται αποκλειστικά από ιδιωτικές κλινικές και νοσοκομεία, διαθέτουμε ένα ιατρικό προσωπικό πολύ υψηλού επιπέδου, με καινοτόμες μεθόδους και προηγμένες υπηρεσίες. Έτσι, εγγυούμαστε άριστες ιατρικές παροχές και περίθαλψη στον οποιονδήποτε πελάτη, ενώ ταυτόχρονα, καθώς οι τιμές αυτές, όπως προαναφέρθηκε, είναι χαμηλές σε σχέση με τις τιμές άλλων χωρών, εξασφαλίζουμε μια οικονομική και συμφέρουσα διαμονή.

## **4) Επιλογή, Προσδιορισμός και Υλοποίηση Στρατηγικής**

### **4.1) Στρατηγική Προϊόντων**

Η εταιρεία μας σκοπεύει να διαφοροποιηθεί από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις του χώρου. Η πραγματική πρόκληση του τμήματος μάρκετινγκ είναι η τοποθέτηση της εικόνας και προσφοράς της επιχείρησης στο μυαλό του καταναλωτή, έτσι ώστε να καταλαμβάνει μια ξεχωριστή θέση αξίας σε σχέση με τον ανταγωνισμό.

Ειδικότερα, στόχος της επιχείρησης είναι οι προσφερόμενες υπηρεσίες, να αναγνωρίζονται για τη υψηλή ποιότητα και υψηλή προστιθέμενη αξία τους.

Η στρατηγική Marketing της επιχείρησης χωρίζεται σε δύο επιμέρους στρατηγικές. Η πρώτη στρατηγική επικεντρώνεται στην εξυπηρέτηση και υποστήριξη των πελατών, και η δεύτερη στρατηγική αφορά την προβολή, προώθηση και διαφήμιση των προϊόντων της εταιρίας στην διεθνή αγορά. Και οι δύο στρατηγικές εν τέλει θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη ενός ισχυρού brand name για την επιχείρηση. Λόγω της ξεχωριστής φύσης των υπηρεσιών που προσφέρουμε η πολιτική marketing που θα ακολουθήσουμε είναι καίριας σημασίας για την επιτυχία. Γι' αυτό το λόγο η πολιτική προώθησης που θα ακολουθήσουμε θα είναι επικεντρωμένη σε σημαντικό βαθμό σε εκστρατείες, ηλεκτρονικές και μη, ενημέρωσης του αγοραστικού κοινού.

Η στρατηγική marketing που θα ακολουθήσουμε στοχεύει στην παγκόσμια αγορά. Θα υπάρχει μια σταθερή πολιτική marketing, αλλά θα διαφοροποιείται ανάλογα με την χώρα - κατοίκους που θέλουμε να στοχεύσουμε.

## **4.2) Πλάνο Marketing**

### **4.2.1) Τιμολογιακή Πολιτική**

Η εταιρεία μας είναι ένας διαμεσολαβητής και η κερδοφορία της εξαρτάται από το ποσοστό της προμήθειας της κάθε υπηρεσίας. Το ακριβές ποσοστό προμήθειας θα καθοριστεί κατόπιν διαπραγματεύσεων και θα είναι διαφορετικό για το κάθε είδος της υπηρεσίας. Οι ιατρικές υπηρεσίες του πακέτου θα έχουν υψηλότερο ποσοστό προμήθειας, από ότι οι υπόλοιπες υπηρεσίες. Για τις ανάγκες της μελέτης θα υπολογίσουμε το συνολικό ποσοστό προμήθειας από τα πακέτα που προσφέρουμε. Υπολογίζουμε η προμήθεια από την κράτηση καταλύματος είναι περίπου 20%, για τα μεταφορικά είναι 10% και από τις ιατρικές υπηρεσίες περίπου 40 %. Υπολογίζουμε πως το ελάχιστο ποσοστό προμήθειας για το κάθε πακέτο είναι περίπου 30%.

#### 4.2.2) Προώθηση Προϊόντος

Οι τρόποι προώθησης και οι τακτικές που θα ακολουθήσει η επιχείρηση είναι οι εξής:

**Διαδίκτυο.** Η αναγνωρισιμότητα του διαδικτύου ως μέσο προβολής και προώθησης της επιχείρησής μας είναι πλέον αυτονόητη. Η φύση της εταιρείας μας και η προσφορά των υπηρεσιών μας είναι διαδικτυακές και συνεπώς η εκστρατεία προώθησης που θα ακολουθήσουμε θα εστιάσει σε αυτό το μέσο. Το γενικότερο κόστος διαφήμισης είναι αρκετά μειωμένο πλέον, σε σχέση με παλιότερα, ενώ η επιχείρηση με τη χρήση των κοινωνικών δικτύων έχει πρόσβαση σε αγορά τεράστιου μεγέθους, χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς. Στη πλειονότητά τους οι χρήστες χρησιμοποιούν σε υπερθετικό βαθμό τις μεγάλες μηχανές αναζήτησης - Google, Bing και Yahoo. Αυτό που θέλουμε να επιτύχουμε είναι η ιστοσελίδα μας να εμφανίζεται στα πρώτα 10 αποτελέσματα για συγκεκριμένες λέξεις (keywords) ιατρικού τουρισμού και στην πρώτη θέση στα keyword s ιατρικού τουρισμού στην Ελλάδα. Η ιστοσελίδα μας θα είναι εξαρχής SEO Optimized , δηλαδή ειδικά διαμορφωμένη έτσι ώστε να το πετύχουμε αυτό. Η κύρια διαφημιστική καμπάνια θα περιλαμβάνει πληρωμένη καταχώριση (Google AdWords), με στόχο την εμφάνιση της επιχείρησης στα αποτελέσματα του Google στη λίστα των διαφημιζόμενων συνδέσμων, που παρουσιάζονται στο πάνω μέρος και στα δεξιά της λίστας, μέσα σε διακριτό πλαίσιο. Η μέθοδος αυτή έχει συνεχές κόστος ανά επισκέπτη (Cost Per Click) αλλά έχει εγγυημένο αποτέλεσμα. Αυτό που επιδιώκουμε είναι η αύξηση της επισκεψιμότητας της σελίδας μας κάτι το οποίο θα αυξήσει και την απόδοση της εταιρείας.

**Social Media Plan.** Όσο αφορά στην επιχειρηματική στρατηγική, τα social media χρησιμοποιούνται ως μέσα δημιουργίας εταιρικής εικόνας, ενημέρωσης, επικοινωνίας και ανάπτυξης σχέσεων με τους πελάτες και έχουν απίστευτη δυναμική. Οι εταιρείες που χρησιμοποιούν σωστά τα social networks μπορούν να « χτίσουν» την εικόνα τους, να αναπτύξουν τις δημόσιες σχέσεις τους καθώς και να δημιουργήσουν και ή να επηρεάσουν θετικά τις συζητήσεις που γίνονται γύρω από το brand τους «εκτοξεύοντας» την αναγνωσιμότητα και αξιοπιστία τους.

Αν και social media συνηθίζεται να ονομάζονται μόνο τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social networks), όπως το Facebook, το Google+, το Twitter και το Linked in, τα συγκεκριμένα δεν είναι παρά μόνο μερικά από αυτά. Στα social media

περιλαμβάνονται και πολλά άλλα όπως τα blogs και media sharing sites (π.χ digg.com, delicious.com, blogger.com, tumblr.com, youtube.com, dailymotion.com, flickr.com κ.α). Η παρουσία της επιχείρησης στα μεγαλύτερα κοινωνικά δίκτυα κρίνεται επιβεβλημένη.

Οι καταναλωτές θεωρούν ότι η online αγορά έχει μια πιθανότητα οικονομικής ζημίας αφού ανησυχούν για την ασφάλεια των στοιχείων των πιστωτικών καρτών τους και ότι η υπηρεσία δεν θα φανεί αντάξια των προσδοκιών. Αυτό το φαινόμενο είναι αυξημένο στον τομέα της υγείας αφού η δυσπιστία είναι μεγαλύτερη. Για την μείωση αυτού του φαινομένου, θα επιδιώκουμε οι πελάτες - ασθενείς να αναρτούν την αξιολόγηση τους για τις παρεχόμενες υπηρεσίες στα social media. Αυτό θα αποτελεί από μόνο του ένα είδος διαφήμισης και μάλιστα πολύ στοχευμένη. Ο δυνητικός πελάτης που θα ενδιαφερθεί να διαβάσει τις αξιολογήσεις των άλλων χρηστών είναι πολύ πιθανόν να αναζητά την καλύτερη προσφερόμενη υπηρεσία ανάμεσα στους ανταγωνιστές.

**Διαφημιστική καταχώρηση σε περιοδικά.** Πιστεύουμε ότι το κόστος της τηλεοπτικής διαφήμισης είναι πολύ μεγάλο, με αποτέλεσμα να αφήνει περιθώρια για χρήση εναλλακτικών μέσων επικοινωνίας που μπορούν να έχουν μεγαλύτερη αποτελεσματικότητα. Ένα μέρος των χρημάτων που θα εξοικονομηθούν από τις δαπάνες για τηλεοπτική διαφήμιση κρίνουμε σκόπιμο να δαπανηθεί στην έντυπη διαφήμιση και πιο συγκεκριμένα σε διαφημίσεις σε τεχνολογικά περιοδικά και σε περιοδικά υγείας. Φυσικά θα επιλέγονται τα κατάλληλα μέσα για την κάθε χώρα στόχο. Εκτός από την τους ασθενείς, επιδίωξη μας είναι και η προβολή των υπηρεσιών μας και στο ιατρικό κοινό. Εφόσον κερδίσουμε την εμπιστοσύνη του ιατρικού κοινού μιας χώρας, είναι βέβαιο ότι θα έχουμε πετύχει τους στόχους μας για την χώρα αυτή.

**Εκθέσεις/Συνέδρια.** Συμμετοχή σε ιατρικά συνέδρια και συνέδρια τεχνολογικού ενδιαφέροντος και εκθέσεις. Έτσι θα έρθουμε σε επαφή με το ιατρικό κοινό που αποτελεί σημαντικό στόχο για εμάς. Επίσης, τα τεχνολογικά συνέδρια προσελκύουν αξιολογούς επενδυτές από όλο τον κόσμο, κάτι το οποίο θα ήταν ευκαιρία για μελλοντική συνεργασία και ανάπτυξη της επιχείρησης μας.

#### 4.2.3) Πωλήσεις

Όσον αφορά τις πωλήσεις, δεν μπορούμε να γνωρίζουμε εκ των προτέρων πως θα ανταποκριθεί η επιχείρηση στις ανάγκες της αγοράς. Γ' αυτό το λόγο, υποθέτουμε ένα ευνοϊκό πλάνο πωλήσεων, το οποίο φαίνεται στον παρακάτω πίνακα.

Πακέτο	1 <sup>ο</sup> έτος	2 <sup>ο</sup> έτος
Αποκατάστασης	20	25
Αιμοκάθαρσης	20	25
Εξωσωματικής	15	22
Οφθαλμολογικό	20	30
Οδοντιατρικό	20	30
Κοσμητικής Ιατρικής	30	35
Ιαματικών Λουτρών	40	50

Πίνακας 5.2.3. Αριθμός πωλήσεων ανά έτος

#### 4.2.4) Διοικητικό Πλάνο

Την <<Medi – Cation>> τη διαχειρίζονται 3 ισότιμοι μέτοχοι. Όλες οι σημαντικές αποφάσεις σχετικά με τη διοίκηση, ανάπτυξη και τη διαχείριση της εταιρίας παίρνονται από αυτούς. Η εταιρεία, μιας και εκ φύσεως ξεκινάει ως μικρή επιχείρηση απαιτεί απλή οργανωτική δομή. Αυτή η απλή δομή παρέχει μεγάλη ευελιξία και επιτρέπει την γρήγορη και άμεση επικοινωνία. Παράλληλα ο συντονισμός και συνεργασία μεταξύ όλων των στελεχών είναι καθοριστικής σημασίας προκειμένου να εξασφαλιστεί η εύρυθμη λειτουργία κάθε τμήματος. Για την επίτευξη του καλύτερου δυνατού αποτελέσματος θα χρειαστούμε ένα δυναμικό και ευέλικτο σύστημα διοίκησης όπου η κατανομή των ρόλων είναι ευθέως συνδεδεμένη με τις επιπλέον δεξιότητες του κάθε μέλους. Καταλαβαίνουμε λοιπόν πόσο σημαντικό είναι η διοικητική ομάδα να είναι ισχυρή και κατάλληλα δομημένη ώστε να μπορέσει να αντιμετωπίσει οποιαδήποτε πρόκληση. Επίσης, έχουμε εξασφαλίσει, μέσω του ΕΣΠΑ, επιδότηση 50% επί του αρχικού κεφαλαίου. Οι μετοχές θα ανήκουν ισότιμα σε τρεις διαφορετικούς εταίρους. Όλες οι αποφάσεις θα λαμβάνονται σύμφωνα με την πλειοψηφία των ψήφων.

Θα απασχοληθούν στην εταιρία συνολικά 4 άτομα το πρώτο έτος. Το σταθερό

εργατικό δυναμικό θα αποτελείται από τους τρεις μετόχους και έναν υπάλληλο πολύγλωσσο για τον συντονισμό και την επικοινωνία με τους πελάτες - ασθενείς. Το δεύτερο έτος προστίθεται στο ανθρώπινο δυναμικό και ένας προγραμματιστής με ειδίκευση στην οργάνωση επιχειρήσεων και ιστοσελίδων. Ο προγραμματιστής θα είναι υπεύθυνος για τη διαχείριση και συντήρηση της ιστοσελίδας καθώς επίσης και την ανάπτυξη των εφαρμογών που συνοδεύουν το προϊόν. Ο άλλος υπάλληλος θα επικοινωνεί με τους πελάτες για επίλυση ερωτημάτων, συντονισμό των διαδικασιών και παράθεση προσφορών (αφορούν κυρίως τις ενδο-νοσοκομειακές υπηρεσίες).

Ο ένας εταίρος θα αναλάβει τη Γενική Διεύθυνση της εταιρίας έχοντας τις εξής αρμοδιότητες:

- την οικονομική οργάνωση και διαχείριση των πόρων της εταιρίας.
- την επικοινωνία με τους προμηθευτές
- τη μελέτη των οικονομικών στοιχείων της εταιρίας
- την ενημέρωση για τις εξελίξεις που διαγράφονται στην τοπική και διεθνή αγορά
- την σύναψη συμφωνιών συνεργασίας

Ο δεύτερος εταίρος θα επωμιστεί επιπλέον τη διεύθυνση του οικονομικού τμήματος και του λογιστηρίου της εταιρίας.

Ο τρίτος εταίρος θα αναλάβει το τμήμα Marketing και Πωλήσεων έχοντας τις εξής αρμοδιότητες :

- το στήσιμο δικτύου πωλήσεων
- το σχεδιασμό πολιτικής marketing (διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων)
- τη καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση και ικανοποίηση των πελατών
- την αναγνώριση μεταβολών στις προτιμήσεις των καταναλωτών, εύρεση νέων ανικανοποίητων αναγκών
- μελέτες για είσοδο σε νέες αγορές

Για την επίλυση ζητημάτων νομικής φύσεως όπως κατοχύρωση λογοτύπων, βιομηχανικών σχεδίων, ευρεσιτεχνιών θα υπάρξει στενή συνεργασία και συνεχής

επαφή με έμπειρο δικηγόρο.

Οι ανθρώπινοι πόροι θα αναπροσαρμόζονται σύμφωνα με τις αλλαγές της ζήτησης και του εξωτερικού περιβάλλοντος.



## **5) Οικονομικό Πλάνο**

### **5.1) 1<sup>ος</sup> χ ρ ό ν ο ς**

#### **5.1.1) Ισολογισμός**

Στις αρχές του 1<sup>ου</sup> έτους η επιχείρηση ξεκινά την λειτουργία της με αρχικό κεφάλαιο 70.000 €, το οποίο προέρχεται από το ΕΣΠΑ (30.000 €), από δάνειο τραπεζής (10.000 €), το οποίο εξοφλείται στο πρώτο έτος (λόγω περιορισμού του προγράμματος) και από προσωπικά κεφάλαια των τριών μετόχων (10.000 € έκαστος). Οι πρώτες επενδύσεις της επιχείρησης είναι:

- Διαμόρφωση των γραφείων της επιχείρησης (5.000 €)
- Αγορά Η/Υ και εξοπλισμού γραφείου (15.000 €)
- Ανάπτυξη ιστοσελίδας (30.000 €)
- Μη αναμενόμενα κόστη (5.000 €)

Ο ισολογισμός είναι το χρηματοοικονομικό εργαλείο με το οποίο δίνεται μια συνοπτική εικόνα της οικονομικής κατάστασης και της υγείας της επιχείρησης. Υγιής επιχείρηση είναι αυτή που μπορεί να καλύπτει όλες τις υποχρεώσεις μέσω της ομαλής λειτουργίας της παρουσιάζοντας ταυτόχρονα κάποιο ικανοποιητικό επίπεδο κερδών. Χωρίζεται σε παθητικό και ενεργητικό μέρος.

### **ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ**

Σύμφωνα με τον ισολογισμό στο τέλος του πρώτου έτους, τα χρηματικά διαθέσιμα ποσά ανέρχονται στα 51,318.73 €. Τα πάγια έξοδα, δηλαδή τα έξοδα για την εγκατάσταση και τον εξοπλισμό είναι 55.000 €.

### **ΠΑΘΗΤΙΚΟ**

Η επιχείρηση μας στην αρχή της λειτουργίας της πήρε ένα δάνειο ύψους 10.000€ με σταθερό επιτόκιο 8.5 % το οποίο θα αποπληρώνεται κατά τη διάρκεια του πρώτου έτους σε δόσεις των 1000€ για τους πρώτους 5 μήνες και 1170 € για τους υπόλοιπους 5 μήνες ( θεωρούμε ότι τους πρώτους 2 μήνες της επιχείρησης δεν θα χρειαστεί να αποπληρώσουμε το δάνειο) . Οι πωλήσεις των εμπορευμάτων ανέρχονται στο ποσό των 268.500 €, ενώ το κόστος τους συυπολογίζεται στα μεταβλητά έξοδα. Έτσι, προκύπτει το μικτό κέρδος της επιχείρησης για τον 1ο χρόνο που ανέρχεται σε 268,500.00€. Τα συνολικά σταθερά έξοδα για όλο τον χρόνο είναι

35.000 € και τα μεταβλητά 197,270.00 €. Από τα προηγούμενα προκύπτει τελικά το κέρδος χρήσης, ύψους 36,230.00 €. Ο ισολογισμός του πρώτου χρόνου λειτουργίας της επιχείρησης δίνεται στο παρακάτω πίνακα (6.1.1):

Πίνακας 6.1.1:

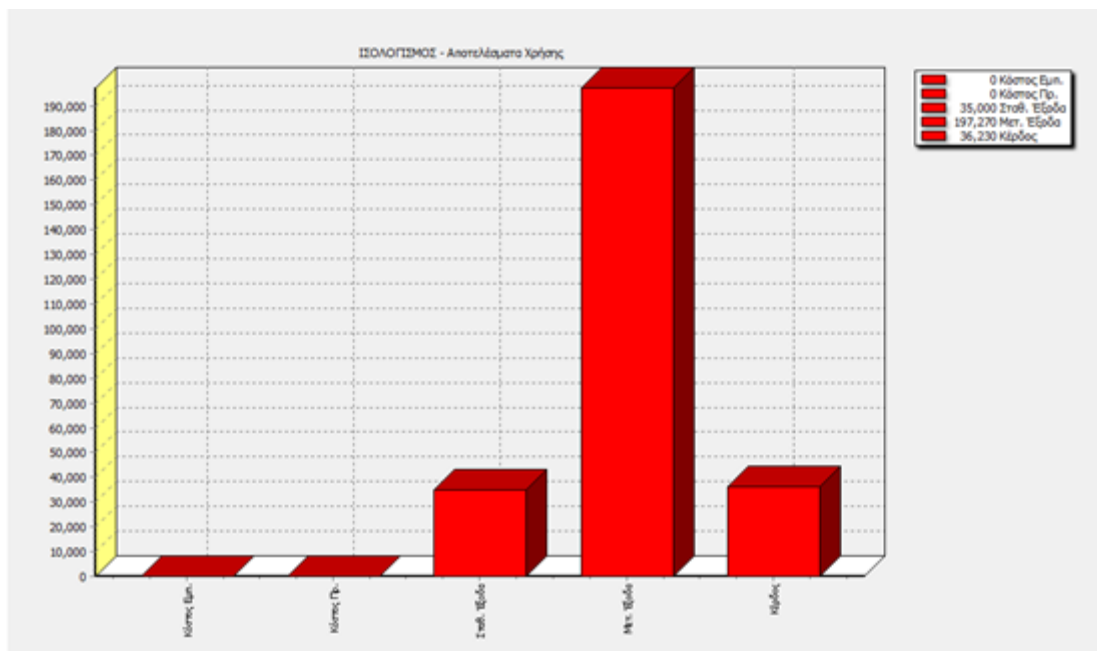
## Ι Σ Ο Λ Ο Γ Ι Σ Μ Ο Σ

<b>Ε Ν Ε Ρ Γ Η Τ Ι Κ Ο</b>		<b>Π Α Θ Η Τ Ι Κ Ο</b>	
Πάγια Αποθέματα	55,000.00	Κεφάλαιο	70,000.00
Χρεώστες Διαθέσιμα-Ταμείο	51,318.73	Μακροπρόθεσμα Δάνεια Βραχυπρόθεσμα Δάνεια Προμηθευτές Πιστωτές	88.73
		Κέρδη Χρήσης	36,230.00
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106,318.73</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>106,318.73</b>

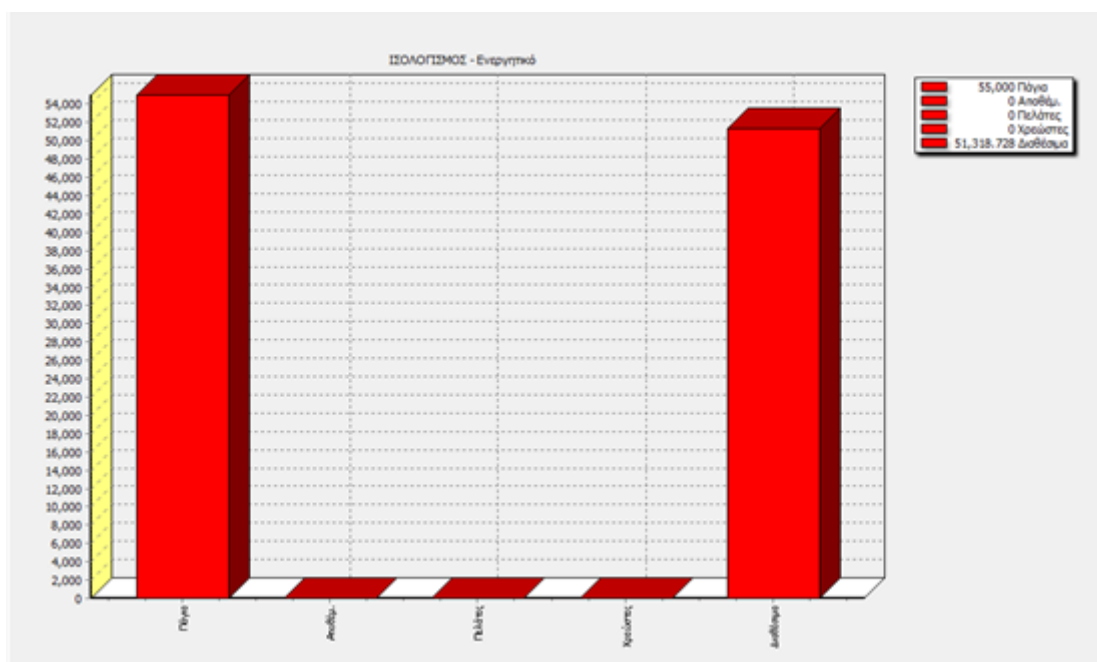
### ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ

Πωλήσεις Εμπορευμάτων	268,500.00
Πωλήσεις προϊόντων	
Κόστος εμπορευμάτων	
Κόστος προϊόντων	
Μικτό κέρδος	268,500.00
Σταθερά έξοδα	35,000.00
Μεταβλητά έξοδα	197,270.00
Σύνολο εξόδων	232,270.00
<b>Κέρδος</b>	<b>36,230.00</b>

Το παρακάτω διάγραμμα μας δείχνει τα αποτελέσματα χρήσης του ισολογισμού. Οι δύο πρώτες στήλες συμβολίζουν το κόστος των εμπορευμάτων και προϊόντων αντίστοιχα, το οποίο είναι μηδενικό διότι η προμήθεια των συνεργατών μας συνυπολογίστηκε στα μεταβλητά έξοδα, τα οποία φαίνεται να είναι αυξημένα. Η τρίτη στήλη δηλώνει τα σταθερά έξοδα της επιχείρησης, η τέταρτη τα μεταβλητά και η πέμπτη το κέρδος.

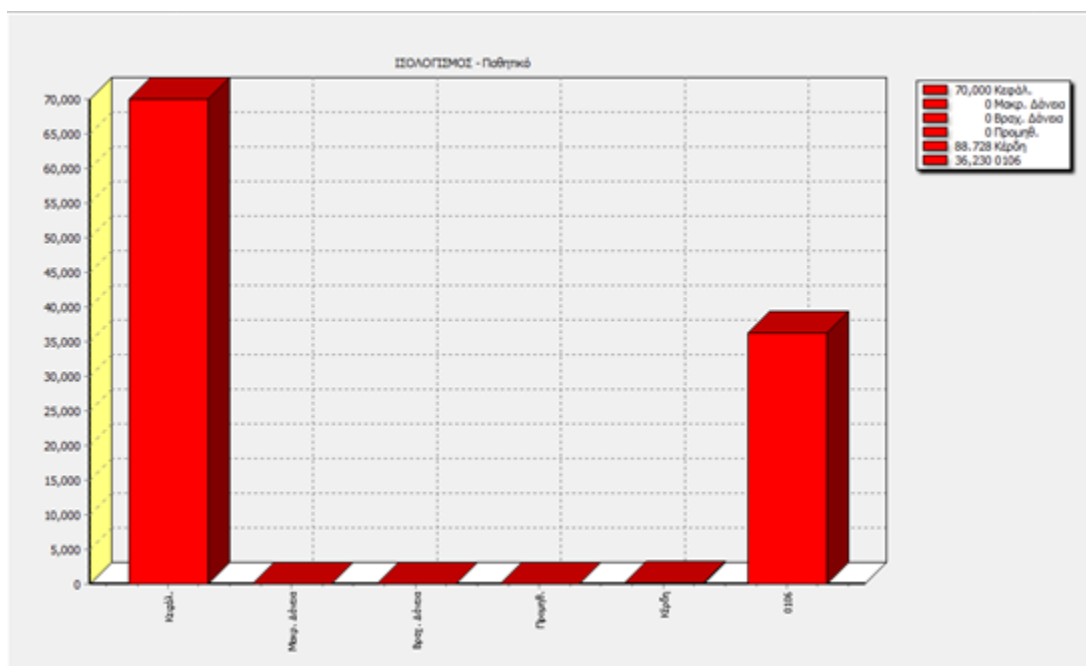


**Γράφημα 6.1.1.α: Αποτελέσματα χρήσης**



**Γράφημα 6.1.1.β: Ισολογισμός – Ενεργητικό**

Το παραπάνω διάγραμμα αναφέρεται στο ενεργητικό μέρος του ισολογισμού. Η πρώτη στήλη δείχνει τα πάγια έξοδα, η τρίτη ποσά που χρωστούν οι πελάτες και πέμπτη το διαθέσιμο ποσό.



**Γράφημα 6.1.1.γ: Ισολογισμός – Παθητικό**

Το παραπάνω διάγραμμα αναφέρεται στο παθητικό σκέλος του ισολογισμού. Η πρώτη στήλη μας δείχνει το αρχικό κεφάλαιο και η τελευταία το κέρδος χρήσης.

### 5.1.2) Ανάλυση σταθερών εξόδων προς πωλήσεις

**Πίνακας 6.1.2**

<b>ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ</b>					
<b>A/A</b>	<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>	<b>ΠΟΣΟ</b>	<b>% ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>	<b>% ΣΤΑΘ.ΕΞΟΔΩΝ</b>	<b>% ΣΥΝ.ΕΞΟΔΩΝ</b>
<b>1</b>	<b>ΕΝΟΙΚΙΟ</b>	6,000.00	2.23	17.14	2.58
<b>2</b>	<b>ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ</b>	24,000.00	8.94	68.57	10.33
<b>3</b>	<b>ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ</b>	5,000.00	1.86	14.29	2.15
	<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>	<b>35,000.00</b>	<b>13.04</b>	<b>100.00</b>	<b>15.07</b>

Συγκεκριμένα, όπως φαίνεται στον Πίνακα 6.1.2 τα σταθερά έξοδα αγγίζουν το ποσό των 35000 € ετησίως και αναφέρονται στους μισθούς των εργαζομένων, το ενοίκιο και την δημιουργία της ιστοσελίδας. Αποτελούν το 13,04% των πωλήσεων και το 15,07% των συνολικών εξόδων.

### 5.1.3) Ανάλυση μεταβλητών εξόδων προς πωλήσεις

**Πίνακας 6.1.3**

<b>ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ</b>					
<b>A/A</b>	<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>	<b>ΠΟΣΟ</b>	<b>% ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>	<b>% ΜΕΤ.ΕΞΟΔΩΝ</b>	<b>% ΣΥΝ.ΕΞΟΔΩΝ</b>
1	ΔΕΗ	960.00	0.36	0.49	0.41
2	ΤΗΛΕΦΩΝΟ - ΙΝΤΕΡΝΕΤ	600.00	0.22	0.30	0.26
3	ΝΕΡΟ	240.00	0.09	0.12	0.10
4	ΑΕΡΙΟ	600.00	0.22	0.30	0.26
5	ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ	1,920.00	0.72	0.97	0.83
6	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	5,000.00	1.86	2.53	2.15
7	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ- ΦΑΓΗΤΟ	53,700.00	20.00	27.22	23.12
8	ΜΕΤΑΦΟΡΑ	26,850.00	10.00	13.61	11.56
9	ΚΛΙΝΙΚΗ	107,400.00	40.00	54.44	46.24
	<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>	<b>197,270.00</b>	<b>73.47</b>	<b>100.00</b>	<b>84.93</b>

Τα μεταβλητά έξοδα (Πίνακας 6.1.3) καταλαμβάνουν το 84,93% των συνολικών εξόδων ενώ αποτελούν το 73,47% των πωλήσεων. Αναφέρονται σε λειτουργικά έξοδα όπως Δ.Ε.Η., ύδρευση, τηλεπικοινωνίες, φυσικό αέριο, υπηρεσίες καθαρισμού, διαφήμιση καθώς επίσης και στην προμήθεια από της πωλήσεις του ξενοδοχείου, της μεταφοράς και της κλινικής.

### 5.1.4) Ανάλυση νεκρού σημείου της επιχείρησης

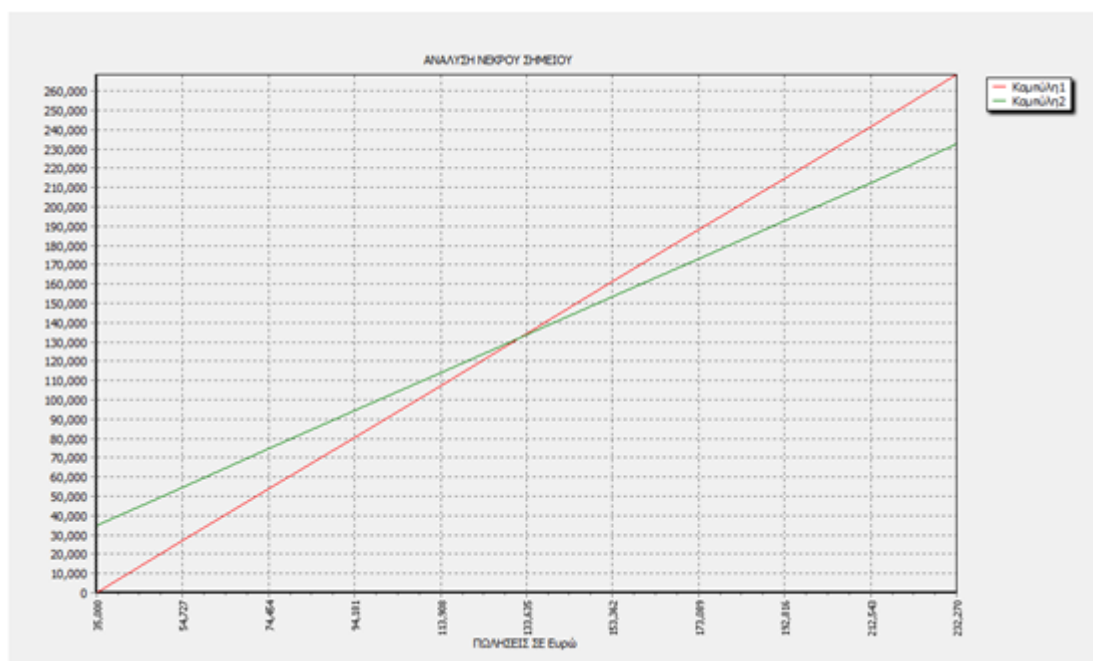
Νεκρό σημείο (break even point) ονομάζεται το ποσό ακριβώς των πωλήσεων (κύκλου εργασιών), που μια επιχείρηση καλύπτει το σύνολο των εξόδων της, σταθερά και μεταβλητά, μη πραγματοποιώντας ούτε κέρδος ούτε ζημιά. Η συγκεκριμένη έννοια αποτελεί σημαντικό αντικείμενο μελέτης και ανάγεται στη σφαίρα ανάλυσης των πωλήσεων μιας επιχείρησης. Εκφράζεται ως αξία επί των πωλήσεων (μας δείχνει πόση είναι η χρηματική αξία των πωλήσεων που πρέπει να κάνει η επιχείρηση ώστε να μην έχει ούτε κέρδος ούτε ζημιά), ως ποσοστό επί των πωλήσεων (μας δείχνει σε ποιο ποσοστό επί των πωλήσεων που έκανε ή αναμένεται να κάνει η επιχείρηση, δεν έχει ούτε κέρδος ούτε ζημιά), ως ποσότητα πωλήσεων (μας δείχνει πόσα τεμάχια από το παραγόμενο προϊόν πρέπει να πουλήσει η επιχείρηση ώστε να μην έχει ούτε κέρδος αλλά ούτε και ζημιά) και ως χρόνος (πόσο χρόνο αναμένεται ότι θα χρειαστεί

η επιχείρηση ώστε να πουλήσει τον απαραίτητο αριθμό μονάδων προϊόντος, τέτοιον ώστε να μην έχει ούτε κέρδος ούτε ζημία).

**Πίνακας 6.1.4**

<b>ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ</b>	
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	268500
ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	35000
ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	197270
<b>ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ</b>	<b>131932</b>
<b>ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ (% των πωλήσεων)</b>	<b>49.14</b>
<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΥΑΙΣΘΗΣΙΑΣ %</b>	
- Ως Προς Πωλήσεις %	13.49
- Ως Προς Μεταβλητές Δαπάνες %	18.37

Το **νεκρό σημείο** (Πίνακας 6.1.4) σε αξία υπολογίζεται ίσο με **131.932 €** αξιοποιώντας το **49.14%** της **συνολικής δραστηριότητας της επιχείρησης**. Μετά το σημείο αυτό για κάθε πακέτο το οποίο πουλά η επιχείρηση υπάρχει κέρδος. Κάτω από το συγκεκριμένο σημείο σημειώνεται ζημία. Αν λοιπόν η **επιχείρηση δεν καταφέρει πωλήσεις ίσες με 131.932 €** λειτουργεί με **αρνητικό κέρδος**.



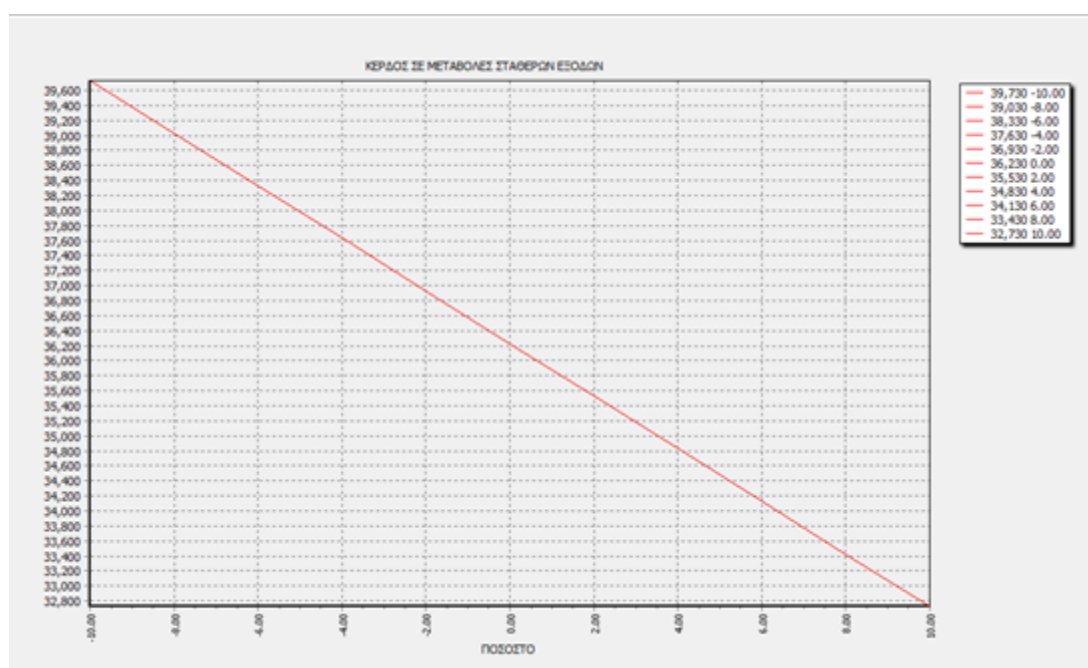
**Γράφημα 6.1.4:** Ανάλυση Νεκρού Σημείου

Επιπροσθέτως, σύμφωνα με το Γράφημα 6.1.4 της ανάλυσης του νεκρού σημείου, είναι φανερό ότι η εταιρεία, κατά την παραγωγική διαδικασία, προσεγγίζει σχετικά γρήγορα το σημείο που εμφανίζει μηδενικό κέρδος, γεγονός το οποίο συνεπάγεται με σύντομη μετέπειτα κερδοφορία. Γραφικά το νεκρό σημείο βρίσκεται στο σημείο που τέμνονται τα συνολικά έσοδα (καμπύλη 1) με τα συνολικά έξοδα (καμπύλη 2). Μετά το νεκρό σημείο η επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδη διότι μετά το σημείο αυτό τα συνολικά έσοδα της επιχείρησης καλύπτουν τόσο το σταθερό όσο και το μεταβλητό κόστος και αφήνει επιπλέον ένα περίσσειμα κέρδους. Το κέρδος προσδιορίζεται ως η διαφορά μεταξύ της γραμμής των συνολικών εσόδων και της γραμμής του συνολικού κόστους. Τα **καθαρά κέρδη** της επιχείρησης εμφανίζονται με **κόκκινο χρώμα**, ενώ τα **συνολικά έξοδα** με **πράσινο**. Η ανάλυση νεκρού σημείου είναι άμεσα συνδεδεμένη με τις συνολικές δαπάνες. Μία αύξηση στις συνολικές δαπάνες

μετατοπίζει τη καμπύλη συνολικών εξόδων σε πιο κάθετη θέση και όπως είναι αναμενόμενο επηρεάζει τη θέση του νεκρού σημείου μετακινώντας το σε υψηλότερο σημείο.

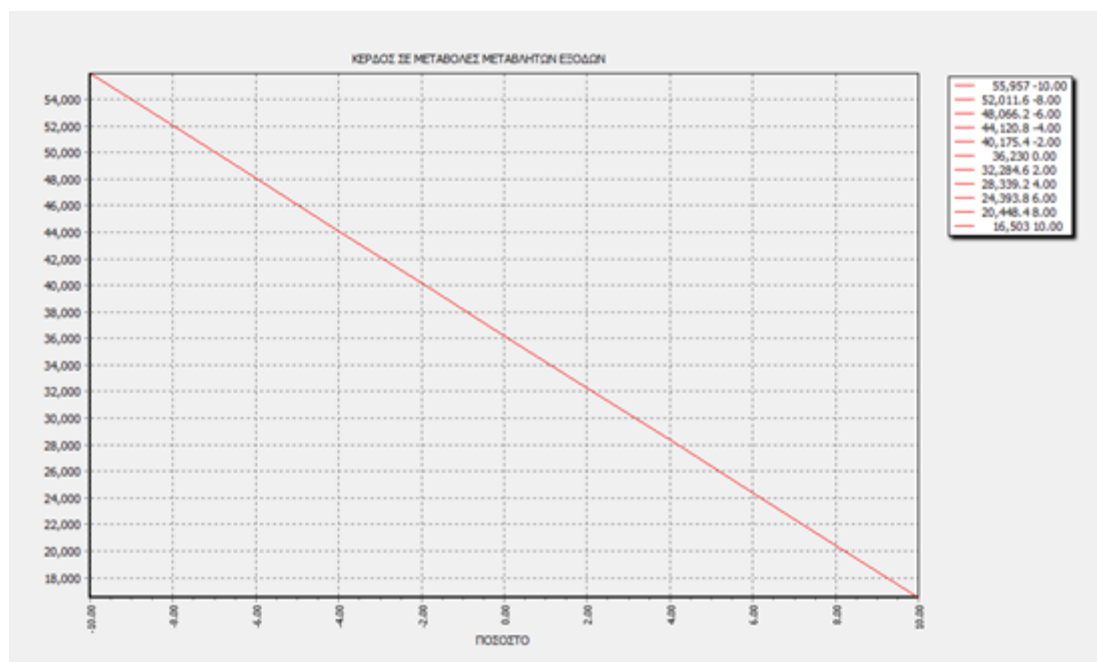
### 5.1.5) Ανάλυση στις μεταβολές των κερδών ανάλογα με τις μεταβολές των σταθερών εξόδων, μεταβλητών εξόδων, πωλήσεων και τιμών πώλησης

Τα κέρδη της εταιρείας όπως φαίνεται από τα παρακάτω Γραφήματα 6.1.5.α και 6.1.5.β με τη σειρά τους επηρεάζονται σημαντικά από τις μεταβολές των συνολικών εξόδων. Υπάρχει μία αρνητική σχέση ανάμεσα στο κέρδος και τα σταθερά έξοδα και αντίστοιχα, ανάμεσα στο κέρδος και τα μεταβλητά έξοδα (είναι δύο ποσά αντιστρόφως ανάλογα). Όσο πιο πολύ αυξάνονται τα έξοδα - είτε είναι σταθερά είτε μεταβλητά - τόσο περισσότερο μειώνονται τα κέρδη. Αυτό άλλωστε φαίνεται από την αρνητική κλίση των καμπυλών που δείχνουν τη συμπεριφορά του κέρδους στις μεταβολές των σταθερών και μεταβλητών εξόδων.



Γράφημα 6.1.5.α : Κέρδος σε Μεταβολές Σταθερών Εξόδων





**Γράφημα 6.1.5.β :** Κέρδος σε Μεταβολές Μεταβλητών Εξόδων

Τα παραπάνω γραφήματα απεικονίζουν το κέρδος σε σχέση με τις μεταβολές των σταθερών και μεταβλητών εξόδων.

**Πίνακας 6.1.5.α**

<b>ΚΕΡΔΟΣ ΣΕ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΕΞΟΔΩΝ (%)</b>			
<b>A/A</b>	<b>ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΕΞΟΔΩΝ %</b>	<b>ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ</b>	<b>ΚΕΡΔΗ</b>
1	-10.00	31500	39730
2	-9.50	31675	39555
3	-9.00	31850	39380
4	-8.50	32025	39205
5	-8.00	32200	39030
6	-7.50	32375	38855
7	-7.00	32550	38680
8	-6.50	32725	38505
9	-6.00	32900	38330
10	-5.50	33075	38155
11	-5.00	33250	37980
12	-4.50	33425	37805
13	-4.00	33600	37630
14	-3.50	33775	37455
15	-3.00	33950	37280
16	-2.50	34125	37105
17	-2.00	34300	36930

18	-1.50	34475	36755
19	-1.00	34650	36580
20	-0.50	34825	36405
21	0.00	35000	36230
22	0.50	35175	36055
23	1.00	35350	35880
24	1.50	35525	35705
25	2.00	35700	35530
26	2.50	35875	35355
27	3.00	36050	35180
28	3.50	36225	35005
29	4.00	36400	34830
30	4.50	36575	34655
31	5.00	36750	34480
32	5.50	36925	34305
33	6.00	37100	34130
34	6.50	37275	33955
35	7.00	37450	33780
36	7.50	37625	33605
37	8.00	37800	33430
38	8.50	37975	33255
39	9.00	38150	33080
40	9.50	38325	32905
41	10.00	38500	32730

**Βασική Παραδοχή : Οι μικρές μεταβολές δεν επηρεάζουν ουσιαστικά τα υπόλοιπα στοιχεία.**

**Πίνακας 6.1.5.β**

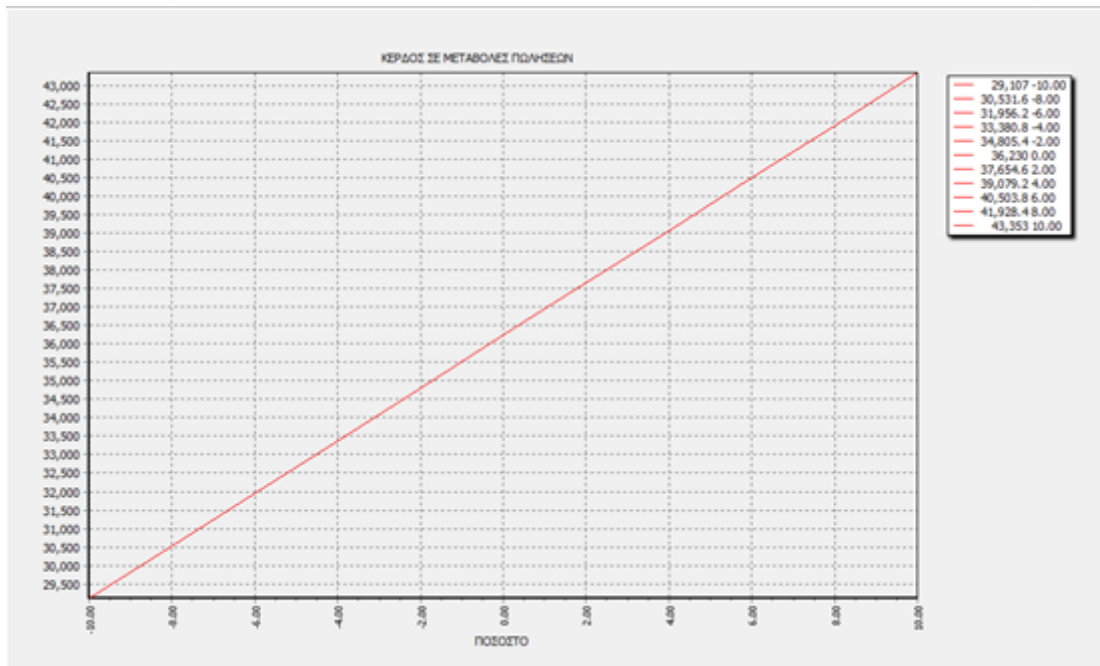
<b>ΚΕΡΔΟΣ ΣΕ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΕΞΟΔΩΝ (%)</b>			
<b>Α/Α</b>	<b>ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΕΞΟΔΩΝ %</b>	<b>ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ</b>	<b>ΚΕΡΔΗ</b>
1	-10.00	177543	55957
2	-9.50	178529	54971
3	-9.00	179516	53984
4	-8.50	180502	52998
5	-8.00	181488	52012
6	-7.50	182475	51025
7	-7.00	183461	50039
8	-6.50	184447	49053
9	-6.00	185434	48066
10	-5.50	186420	47080
11	-5.00	187407	46094

12	-4.50	188393	45107
13	-4.00	189379	44121
14	-3.50	190366	43134
15	-3.00	191352	42148
16	-2.50	192338	41162
17	-2.00	193325	40175
18	-1.50	194311	39189
19	-1.00	195297	38203
20	-0.50	196284	37216
21	0.00	197270	36230
22	0.50	198256	35244
23	1.00	199243	34257
24	1.50	200229	33271
25	2.00	201215	32285
26	2.50	202202	31298
27	3.00	203188	30312
28	3.50	204174	29326
29	4.00	205161	28339
30	4.50	206147	27353
31	5.00	207134	26367
32	5.50	208120	25380
33	6.00	209106	24394
34	6.50	210093	23407
35	7.00	211079	22421
36	7.50	212065	21435
37	8.00	213052	20448
38	8.50	214038	19462
39	9.00	215024	18476
40	9.50	216011	17489
41	10.00	216997	16503

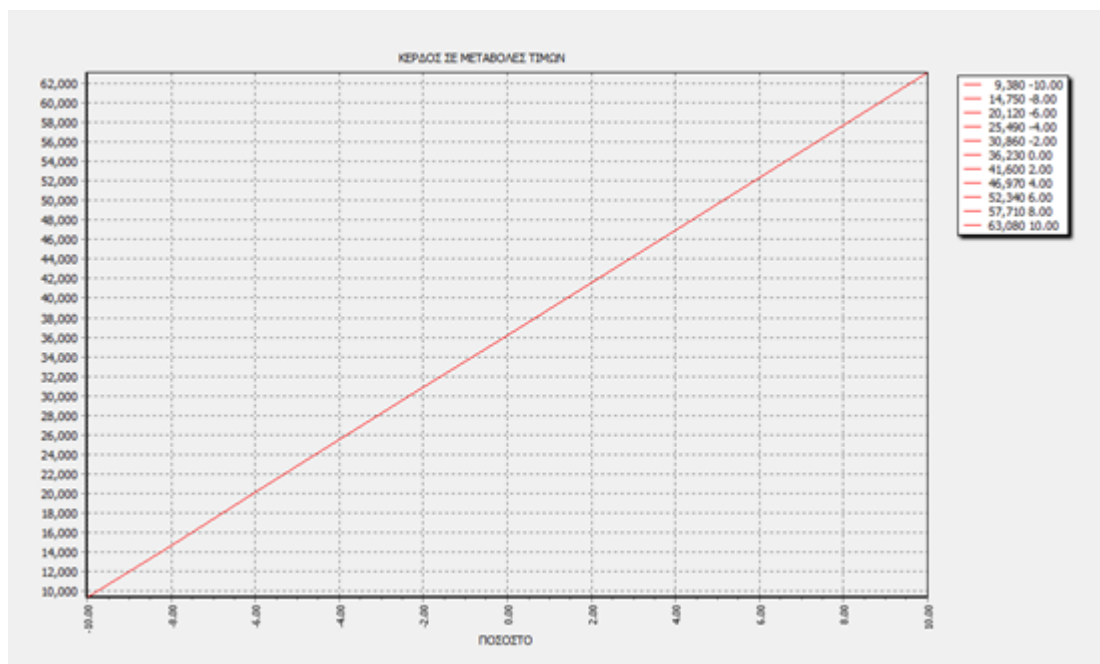
**Βασική Παραδοχή : Οι μικρές μεταβολές δεν επηρεάζουν ουσιαστικά τα υπόλοιπα στοιχεία.**

Στους Πίνακες 6.1.5.α και 6.1.5.β φαίνονται αναλυτικά τα κέρδη σε σχέση με τις μεταβολές σταθερών και μεταβλητών εξόδων. Έκτος όμως από τις μεταβολές των δαπανών, το κέρδος επηρεάζεται και από άλλους παράγοντες, όπως είναι το επίπεδο των πωλήσεων και η τιμή των προϊόντων. Μεταξύ τους υπάρχει θετική σχέση. Δηλαδή, όσο περισσότερο αυξάνονται οι πωλήσεις τόσο αυξάνονται και τα κέρδη. Το ίδιο ισχύει και για τη τιμή των προϊόντων της επιχείρησης δηλαδή μία ενδεχόμενη αύξηση της τιμής επιφέρει μία ανάλογη αύξηση στα κέρδη. Τα σχεδιαγράμματα που ακολουθούν (Γράφημα 6.1.5.γ και 6.1.5.δ) απεικονίζουν το κέρδος για κάθε

μεταβολή των πωλήσεων ή της τιμής, ενώ οι μετέπειτα πίνακες, το ποσό των κερδών για μεταβολή αυτών από -10% έως και +10%.



**Γράφημα 6.1.5.γ:** Κέρδος σε Μεταβολές Πωλήσεων



**Γράφημα 6.1.5.δ:** Κέρδος σε Μεταβολές Τιμών

Πίνακας 6.1.5.γ

<b>ΚΕΡΔΟΣ ΣΕ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (%)</b>			
<b>A/A</b>	<b>ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ %</b>	<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ</b>	<b>ΚΕΡΔΗ</b>
1	-10.00	241650	29107
2	-9.50	242993	29463
3	-9.00	244335	29819
4	-8.50	245678	30175
5	-8.00	247020	30532
6	-7.50	248363	30888
7	-7.00	249705	31244
8	-6.50	251048	31600
9	-6.00	252390	31956
10	-5.50	253733	32312
11	-5.00	255075	32669
12	-4.50	256418	33025
13	-4.00	257760	33381
14	-3.50	259103	33737
15	-3.00	260445	34093
16	-2.50	261788	34449
17	-2.00	263130	34805
18	-1.50	264473	35162
19	-1.00	265815	35518
20	-0.50	267158	35874
21	0.00	268500	36230
22	0.50	269843	36586
23	1.00	271185	36942
24	1.50	272528	37298
25	2.00	273870	37655
26	2.50	275213	38011
27	3.00	276555	38367
28	3.50	277898	38723
29	4.00	279240	39079
30	4.50	280583	39435
31	5.00	281925	39792
32	5.50	283268	40148
33	6.00	284610	40504
34	6.50	285953	40860
35	7.00	287295	41216
36	7.50	288638	41572
37	8.00	289980	41928
38	8.50	291323	42285
39	9.00	292665	42641
40	9.50	294008	42997
41	10.00	295350	43353

Βασική Παραδοχή : Οι μικρές μεταβολές δεν επηρεάζουν ουσιαστικά τα υπόλοιπα στοιχεία.

Πίνακας 6.1.5.δ:

<b>ΚΕΡΔΟΣ ΣΕ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΤΙΜΩΝ (%)</b>			
<b>A/A</b>	<b>ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΤΙΜΩΝ %</b>	<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ</b>	<b>ΚΕΡΔΗ</b>
1	-10.00	241650	9380
2	-9.50	242993	10723
3	-9.00	244335	12065
4	-8.50	245678	13408
5	-8.00	247020	14750
6	-7.50	248363	16093
7	-7.00	249705	17435
8	-6.50	251048	18778
9	-6.00	252390	20120
10	-5.50	253733	21463
11	-5.00	255075	22805
12	-4.50	256418	24148
13	-4.00	257760	25490
14	-3.50	259103	26833
15	-3.00	260445	28175
16	-2.50	261788	29518
17	-2.00	263130	30860
18	-1.50	264473	32203
19	-1.00	265815	33545
20	-0.50	267158	34888
21	0.00	268500	36230
22	0.50	269843	37573
23	1.00	271185	38915
24	1.50	272528	40258
25	2.00	273870	41600
26	2.50	275213	42943
27	3.00	276555	44285
28	3.50	277898	45628
29	4.00	279240	46970
30	4.50	280583	48313
31	5.00	281925	49655
32	5.50	283268	50998
33	6.00	284610	52340
34	6.50	285953	53683
35	7.00	287295	55025
36	7.50	288638	56368
37	8.00	289980	57710

38	8.50	291323	59053
39	9.00	292665	60395
40	9.50	294008	61738
41	10.00	295350	63080

**Βασική Παραδοχή : Οι μικρές μεταβολές δεν επηρεάζουν ουσιαστικά τα υπόλοιπα στοιχεία.**

Στους παραπάνω Πίνακες 6.1.5.γ και 6.1.5.δ παρουσιάζονται αναλυτικά οι μεταβολές του κέρδους σε σχέση με τις μεταβολές πωλήσεων και τιμών αντίστοιχα. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι το κέρδος επηρεάζεται αρνητικά από τα έξοδα αλλά επηρεάζεται θετικά από την αύξηση των πωλήσεων και από την αύξηση της τιμής. Δηλαδή όσο αυξάνονται οι πωλήσεις ή όσο αυξάνεται η τιμή τόσο αυξάνεται το κέρδος.

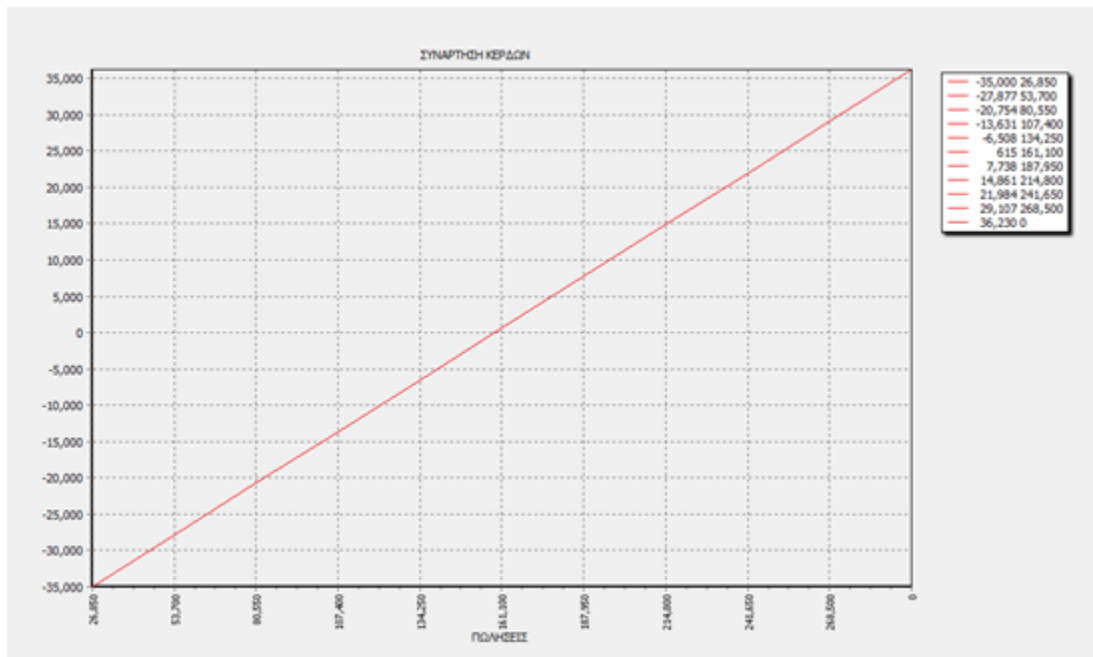
### 5.1.6) Συνάρτηση κέρδους

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα κέρδη της επιχείρησης μας ανάλογα με το πόσες πωλήσεις εμπορευμάτων μπορούν να γίνουν και ανάλογα με τα μεταβλητά και σταθερά έξοδα. Ξεκινάει με μηδενικές πωλήσεις, μηδενικά μεταβλητά έξοδα και τα σταθερά έξοδα και τελειώνει με τις μέγιστες πωλήσεις που μπορούν να γίνουν, τα μέγιστα μεταβλητά έξοδα που μπορεί να γίνουν και τα ίδια σταθερά έξοδα. Ο πίνακας αυτός μπορεί να βοηθήσει την επιχείρηση να συλλέξει πληροφορίες για από πιο επίπεδο πωλήσεων και μεταβλητών εξόδων έχει κέρδος. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να βάλει ένα όριο στα έξοδα και ένα στόχο στις πωλήσεις που πρέπει να επιτευχθούν.

**Πίνακας 6.1.6**

<b>ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΚΕΡΔΟΥΣ</b>					
<b>A/A</b>	<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ %</b>	<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ</b>	<b>ΜΕΤ.ΔΑΠΑΝΕΣ</b>	<b>ΣΤΑ.ΔΑΠΑΝΕΣ</b>	<b>ΚΕΡΔΗ</b>
1	0.00	0	0	35000	-35000
2	5.00	13425	9864	35000	-31439
3	10.00	26850	19727	35000	-27877
4	15.00	40275	29591	35000	-24316
5	20.00	53700	39454	35000	-20754
6	25.00	67125	49318	35000	-17193
7	30.00	80550	59181	35000	-13631

8	35.00	93975	69045	35000	-10070
9	40.00	107400	78908	35000	-6508
10	45.00	120825	88772	35000	-2947
11	50.00	134250	98635	35000	615
12	55.00	147675	108499	35000	4177
13	60.00	161100	118362	35000	7738
14	65.00	174525	128226	35000	11300
15	70.00	187950	138089	35000	14861
16	75.00	201375	147953	35000	18423
17	80.00	214800	157816	35000	21984
18	85.00	228225	167680	35000	25546
19	90.00	241650	177543	35000	29107
20	95.00	255075	187407	35000	32669
21	100.00	268500	197270	35000	36230



Γράφημα 6.1.6: Συνάρτηση κερδών

### 5.1.7) Χρηματοοικονομικοί Δείκτες

Οι αριθμοδείκτες ή χρηματοοικονομικοί δείκτες ( financial ratio ή accounting ratio) είναι το πηλίκο μεταξύ επιλεγμένων αριθμητικών τιμών που λαμβάνονται από τις οικονομικές καταστάσεις μιας επιχείρησης. Καταρτίζονται με σκοπό τον προσδιορισμό της πραγματικής θέσεως ή της αποδοτικότητας των διάφορων τμημάτων ή ολόκληρων τομέων οι οποίοι αφορούν μία οικονομική μονάδα και σε



τελική ανάλυση της πραγματικής καταστάσεως ολόκληρης της οικονομικής μονάδας ή και γενικότερα του κλάδου στον οποίο ανήκει η μονάδα αυτή. Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται οι κυριότεροι αριθμοδείκτες που υπολογίστηκαν:

**Πίνακας 6.1.7**

<b>ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ</b>	
<b>A. ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ</b>	
1. Κυκλοφοριακής (%) <b>(ενεργητικό-πάγια/βραχ.υποχρεώσεις)</b>	57,838.26
2. Άμεσης (%) <b>(πελάτες+διαθέσιμα/βραχ.υποχρεώσεις)</b>	57,838.26
<b>B. ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗΣ ΤΑΧΥΤΗΤΑΣ</b>	
1. Αποθεμάτων (ημέρες) <b>(κόστος πωληθ/μέσο απόθεμα)</b>	0
2. Απαιτήσεων (ημέρες) <b>(απαιτήσεις/πωλήσεις)</b>	0
3. Πιστώσεων προμηθευτών (ημέρες) <b>(προμηθευτές/αγορές)</b>	0
<b>Γ. ΔΑΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ</b>	
1. Συνολικής (%) <b>(συν.υποχρεώσεων/ενεργητικό)</b>	0.08
2. Μεσομακροπρόθεσμης (%) <b>(μεσομακροπρόθεσμα δάνεια/ενεργητικό)</b>	0.00

#### Δ. ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1. Ιδίων κεφαλαίων (%) <b>(αποτελέσματα/ίδια κεφάλαια)</b>	51.76
2. Συνολικών (%) <b>(αποτελέσματα/ίδια+ξένα κεφάλαια)</b>	34.08
3. Πωλήσεων (%) <b>(αποτελέσματα/πωλήσεις)</b>	13.49

#### 5.1.8) Χρηματοροές – Cash Flow

Οι χρηματοροές χρησιμοποιούνται για να επεξηγήσουν τα έσοδα ("εισροές χρημάτων") και τα έξοδα ("εκροές χρημάτων") της επιχείρησης. Οι χρηματοροές για το οικονομικό μας μοντέλο φαίνονται στον παρακάτω πίνακα, όπως και στο παρακάτω διάγραμμα.

**Πίνακας 6.1.8**

#### ΧΡΗΜΑΤΟΡΟΕΣ - CASH FLOW

Για  
Νόμισμα :  
Ευρώ

Α. ΕΙΣΠΡΑΞΕ ΙΣ ΑΠΟ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑ Ρ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥ Ν	ΙΟΥ Λ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕ	ΔΕΚ
Πωλήσεις Εμπορευμά των	13,4 25	13,4 25	13,4 25	26,8 50	26,8 50	40,2 75	40,2 75	40,2 75	26,8 50	13,4 25	6,71 3	6,71 3
Πωλήσεις Προϊόντων	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Πελάτες	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Γραμμάτια Εισπρακτέα	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπά Έσοδα	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Δάνεια	10,0 00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπές Εισπροές	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Εισπράξεις Φόρων	2,55 1	2,55 1	2,55 1	5,10 2	5,10 2	7,65 2	7,65 2	7,65 2	5,10 2	2,55 1	1,27 5	1,27 5

<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>25,976</b>	<b>15,976</b>	<b>15,976</b>	<b>31,952</b>	<b>31,952</b>	<b>47,927</b>	<b>47,927</b>	<b>47,927</b>	<b>31,952</b>	<b>15,976</b>	<b>7,988</b>	<b>7,988</b>
---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	--------------	--------------

<b>Α. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΓΙΑ</b>	<b>ΙΑΝ</b>	<b>ΦΕΒ</b>	<b>ΜΑΡ</b>	<b>ΑΠΡ</b>	<b>ΜΑΙ</b>	<b>ΙΟΥΝ</b>	<b>ΙΟΥΛ</b>	<b>ΑΥΓ</b>	<b>ΣΕΠ</b>	<b>ΟΚΤ</b>	<b>ΝΟΕ</b>	<b>ΔΕΚ</b>
Αγορές Εμπορευμάτων	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Αγορές Υλών Παραγωγής	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Γραμμάτια Πληρωτέα	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Προμηθευτές	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπές Υποχρεώσεις	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Σταθερά Έξοδα	7,499	2,499	2,499	2,499	2,499	2,499	2,499	2,499	2,499	2,499	2,499	2,499
Μεταβλητά Έξοδα	18,046	16,546	16,521	16,216	16,196	16,186	16,286	16,276	16,186	16,216	16,251	16,266
Φόροι Εισφορές	2,551	2,551	2,551	5,102	5,102	7,652	7,652	7,652	5,102	2,551	1,275	1,275
Αγορές Παγίων	52,000	0	0	0	1,000	0	2,000	0	0	0	0	0
Λοιπές Εκροές	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Δάνεια	0	0	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>80,096</b>	<b>21,596</b>	<b>22,571</b>	<b>24,817</b>	<b>25,797</b>	<b>27,337</b>	<b>29,437</b>	<b>27,427</b>	<b>24,787</b>	<b>22,266</b>	<b>21,026</b>	<b>21,041</b>

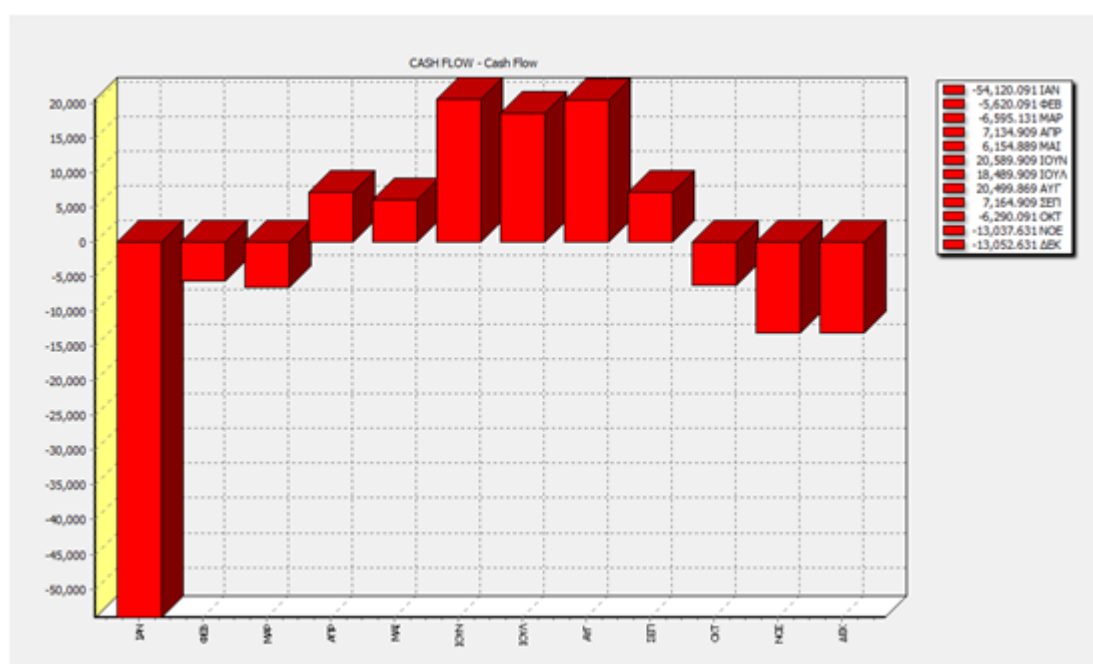
<b>CASH FLOW</b>	<b>-54,120</b>	<b>-5,620</b>	<b>-6,595</b>	<b>7,135</b>	<b>6,155</b>	<b>20,590</b>	<b>18,490</b>	<b>20,500</b>	<b>7,165</b>	<b>-6,290</b>	<b>-13,038</b>	<b>-13,053</b>
------------------	----------------	---------------	---------------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------	--------------	---------------	----------------	----------------

<b>ΤΑΜΕΙΑΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΟΣ</b>	<b>ΙΑΝ</b>	<b>ΦΕΒ</b>	<b>ΜΑΡ</b>	<b>ΑΠΡ</b>	<b>ΜΑΙ</b>	<b>ΙΟΥΝ</b>	<b>ΙΟΥΛ</b>	<b>ΑΥΓ</b>	<b>ΣΕΠ</b>	<b>ΟΚΤ</b>	<b>ΝΟΕ</b>	<b>ΔΕΚ</b>
Διαθέσιμα Αρχής	70,000	15,880	10,260	3,665	10,800	16,954	37,544	56,034	76,534	83,699	77,409	64,371
Εισπράξεις	25,976	15,976	15,976	31,952	31,952	47,927	47,927	47,927	31,952	15,976	7,988	7,988
Πληρωμές	80,096	21,596	22,571	24,817	25,797	27,337	29,437	27,427	24,787	22,266	21,026	21,041
Κεφάλαιο Κίνησης Αρχής	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Τόκοι Κεφαλαίου	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Κίνησης												
Κεφάλαιο Κίνησης Τέλους	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Διάθεσιμα Τέλους	15,880	10,260	3,665	10,800	16,954	37,544	56,034	76,534	83,699	77,409	64,371	51,319

<b>ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
-----------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Ποσά σε Ευρώ (€)



Γράφημα 6.1.8: Cash – Flow

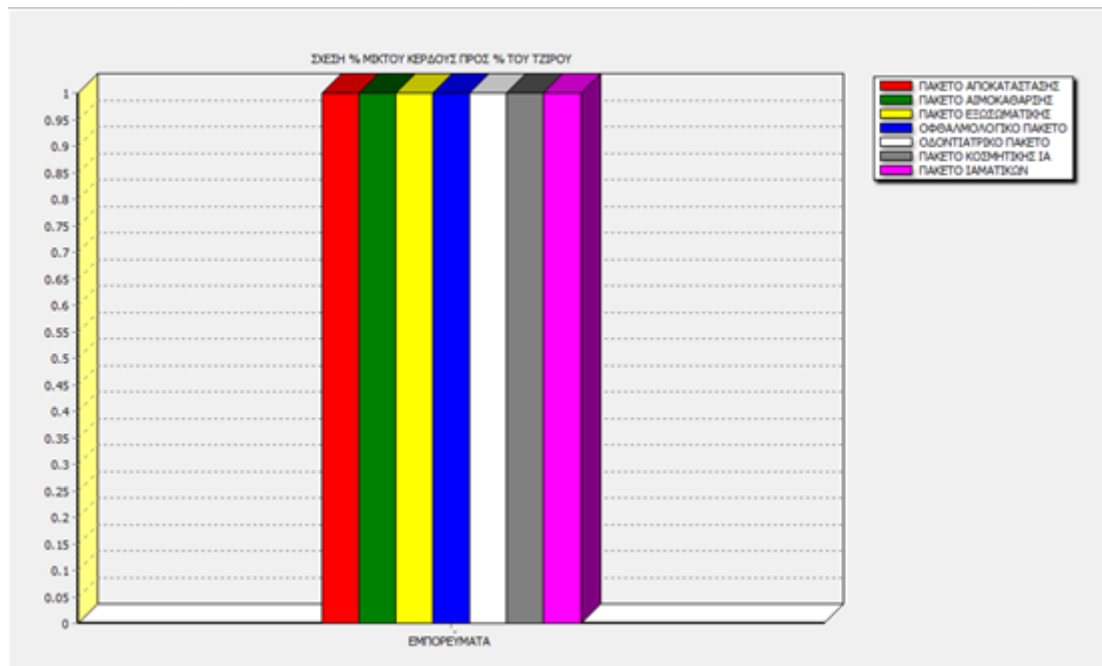
### 5.1.9) Εμπορεύματα - Αξιολόγηση εμπορευμάτων

Οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που προσφέρει η επιχείρησή μας είναι ήδη γνωστές. Στον παρακάτω πίνακα γίνεται μια αξιολόγηση των εμπορευμάτων μας. Από ότι μπορούμε να δούμε το εμπόρευμα το οποίο θα μας εξασφαλίσει τα περισσότερα κέρδη σε σχέση με τον συνολικό τζίρο είναι οι ασύρματοι αισθητήρες. Με όχι μεγάλη διαφορά έρχεται η διαδικτυακή παρουσία που πρόκειται για υπηρεσία. Οι ποσότητες που μπορούμε να προσφέρουμε στους πελάτες μας αναγράφονται στον

παρακάτω πίνακα και είναι ανάλογες με τους στόχους κερδών της επιχείρησης μας και την εικόνα της αγοράς.

**Πίνακας 6.1.9**

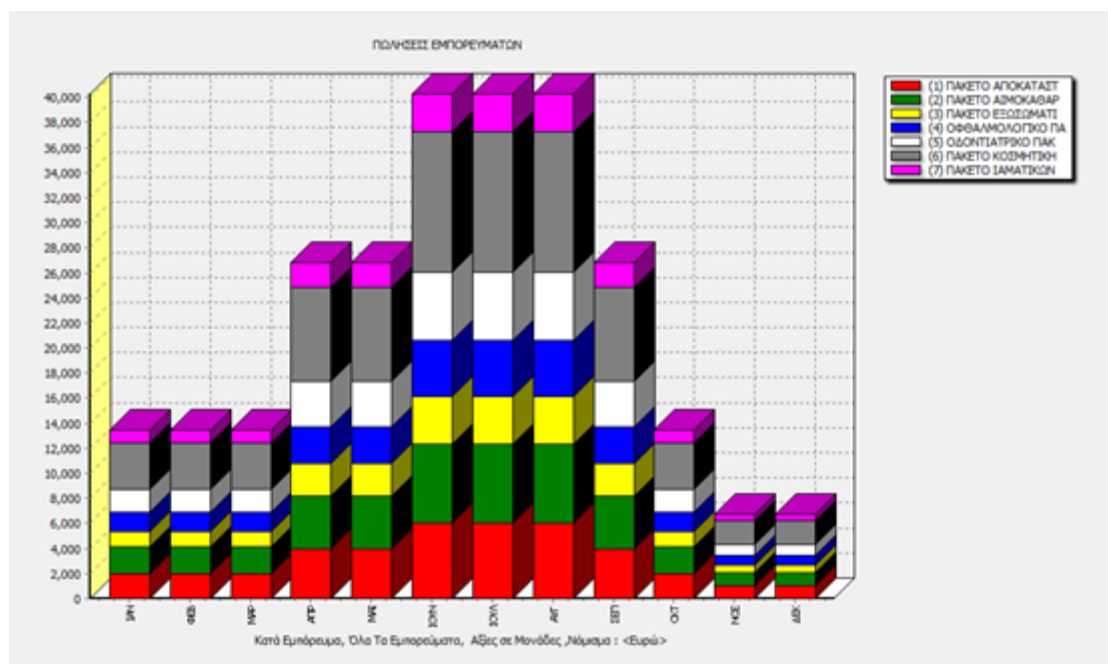
<b>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ</b>						
<b>ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ</b>	<b>ΠΟΣΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΤΖΙΡΟΣ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ</b>	<b>Μ.ΚΕΡΔΟΣ</b>	<b>% ΤΖΙΡΟΣ</b>	<b>% Μ.ΚΕΡΔΟΣ</b>
<b>ΠΑΚΕΤΟ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ</b>	20	40000	0	40000	14.90	14.90
<b>ΠΑΚΕΤΟ ΑΙΜΟΚΑΘΑΡΣΗΣ</b>	20	42000	0	42000	15.64	15.64
<b>ΠΑΚΕΤΟ ΕΞΩΣΩΜΑΤΙΚΗΣ</b>	15	25500	0	25500	9.50	9.50
<b>ΟΦΘΑΛΜΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ</b>	20	30000	0	30000	11.17	11.17
<b>ΟΔΟΝΤΙΑΤΡΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ</b>	20	36000	0	36000	13.41	13.41
<b>ΠΑΚΕΤΟ ΚΟΣΜΗΤΙΚΗΣ ΙΑΤΡΙΚΗΣ</b>	30	75000	0	75000	27.93	27.93
<b>ΠΑΚΕΤΟ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ</b>	40	20000	0	20000	7.45	7.45
<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>		<b>268500</b>	<b>0</b>	<b>268500</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>



**Γράφημα 6.1.9:** Αξιολόγηση Εμπορευμάτων

#### 5.1.10) Ανάλυση πωλήσεων εμπορευμάτων κατά εμπόρευμα

Οι πωλήσεις της επιχείρησης κατά εμπορεύματα, είναι αυξημένες κατά την θερινή περίοδο, ιδιαίτερα τους μήνες Ιούνιο, Ιούλιο και Αύγουστο, λόγω της αυξημένης ζήτησης που υπάρχει στην αγορά (άδειες για διακοπές). Κατά τους μήνες Απρίλιο, Μάιο και Σεπτέμβριο η πορεία των πωλήσεων παραμένει σταθερή χωρίς διακυμάνσεις και σε σχετικά υψηλά επίπεδα συγκριτικά με του υπόλοιπους μήνες του έτους. Στο γράφημα που ακολουθεί (**Γράφημα 6.1.10**), παρουσιάζεται η πορεία των πωλήσεων στα εμπορεύματα. Κατά τους μήνες Νοέμβρη και Δεκέμβρη υπάρχει πτώση των πωλήσεων στους κλάδους της επιχείρησης λόγω της μειωμένης κινητικότητας που παρατηρείται στην αγορά.



Γράφημα 6.1.10: Πωλήσεις Εμπορευμάτων κατά Εμπόρευμα

Πίνακας 6.1.10

**ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ**

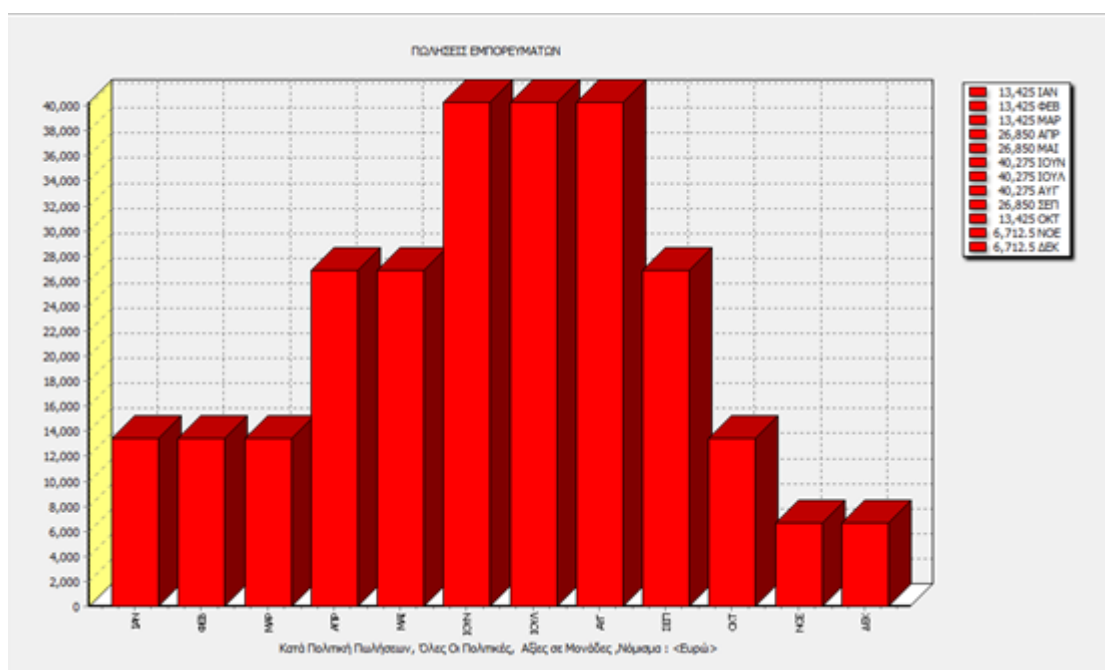
Κατά Εμπόρευμα, Όλα Τα Εμπορεύματα, Αξίες σε Μονάδες, Νόμισμα : <Ευρώ>

A / A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΟΛΟ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕ	ΔΕΚ
1	ΠΑΚΕΤΟ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	40,000	2,00 0,00	2,00 0,00	2,00 0,00	4,00 0,00	4,00 0,00	6,00 0,00	6,00 0,00	6,00 0,00	4,00 0,00	2,00 0,00	1,00 0,00	1,00 0,00
2	ΠΑΚΕΤΟ ΑΙΜΟΚΑΘΑΡΣΗΣ	42,000	2,10 0,00	2,10 0,00	2,10 0,00	4,20 0,00	4,20 0,00	6,30 0,00	6,30 0,00	6,30 0,00	4,20 0,00	2,10 0,00	1,05 0,00	1,05 0,00
3	ΠΑΚΕΤΟ ΕΞΩΣΩΜΑΤΙΚΗΣ	25,500	1,27 5,00	1,27 5,00	1,27 5,00	2,55 0,00	2,55 0,00	3,82 5,00	3,82 5,00	3,82 5,00	2,55 0,00	1,27 5,00	637. 50	637. 50
4	ΟΦΘΑΛΜΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ	30,000	1,50 0,00	1,50 0,00	1,50 0,00	3,00 0,00	3,00 0,00	4,50 0,00	4,50 0,00	4,50 0,00	3,00 0,00	1,50 0,00	750. 00	750. 00
5	ΟΔΟΝΤΙΑΤΡΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ	36,000	1,80 0,00	1,80 0,00	1,80 0,00	3,60 0,00	3,60 0,00	5,40 0,00	5,40 0,00	5,40 0,00	3,60 0,00	1,80 0,00	900. 00	900. 00
6	ΠΑΚΕΤΟ ΚΟΣΜΗΤΙΚΗΣ ΙΑΤΡΙΚΗΣ	75,000	3,75 0,00	3,75 0,00	3,75 0,00	7,50 0,00	7,50 0,00	11,2 50,0	11,2 50,0	11,2 50,0	7,50 0,00	3,75 0,00	1,87 5,00	1,87 5,00
7	ΠΑΚΕΤΟ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ	20,000	1,00 0,00	1,00 0,00	1,00 0,00	2,00 0,00	2,00 0,00	3,00 0,00	3,00 0,00	3,00 0,00	2,00 0,00	1,00 0,00	500. 00	500. 00
	<b>ΣΥΝΟΛ</b>	<b>268,</b>	<b>13,4</b>	<b>13,4</b>	<b>13,4</b>	<b>26,8</b>	<b>26,8</b>	<b>40,2</b>	<b>40,2</b>	<b>40,2</b>	<b>26,8</b>	<b>13,4</b>	<b>6,7</b>	<b>6,7</b>

	<b>A</b>	<b>500.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>25.00</b>	<b>50.00</b>	<b>50.00</b>	<b>75.00</b>	<b>75.00</b>	<b>75.00</b>	<b>50.00</b>	<b>25.00</b>	<b>12.50</b>	<b>12.50</b>
<b>Ποσά σε Ευρώ (€)</b>														

### 5.1.11) Ανάλυση πωλήσεων εμπορευμάτων κατά πολιτική

Οι πωλήσεις της επιχείρησης κατά πολιτική, ακολουθούν την ίδια ανοδική ή καθοδική πορεία όπως και κατά εμπόρευμα, ανάλογα τον μήνα στον οποίο αναφερόμαστε. Στο γράφημα που ακολουθεί (**Γράφημα 6.1.11**), παρουσιάζεται η πορεία των πωλήσεων στα εμπορεύματα κατά πολιτική πωλήσεων. Κατά τους μήνες Νοέμβρη και Δεκέμβρη υπάρχει πτώση των πωλήσεων στους κλάδους της επιχείρησης λόγω της μειωμένης κινητικότητας που παρατηρείται στην αγορά.



**Γράφημα 6.1.11: Πωλήσεις Εμπορευμάτων κατά Πολιτική Πωλήσεων**

### Πίνακας 6.1.11

#### ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ

Κατά Πολιτική Πωλήσεων, Όλες Οι Πολιτικές, Αξίες σε Μονάδες, Νόμισμα : <Ευρώ>

A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΟΛΟ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕ	ΔΕΚ
1	ΓΕΝΙΚΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	268,500.00	13,425.00	13,425.00	13,425.00	26,850.00	26,850.00	40,275.00	40,275.00	40,275.00	26,850.00	13,425.00	6,712.50	6,712.50
	<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>	<b>268,500.00</b>	<b>13,425.00</b>	<b>13,425.00</b>	<b>13,425.00</b>	<b>26,850.00</b>	<b>26,850.00</b>	<b>40,275.00</b>	<b>40,275.00</b>	<b>40,275.00</b>	<b>26,850.00</b>	<b>13,425.00</b>	<b>6,712.50</b>	<b>6,712.50</b>

Ποσά σε Ευρώ (€)



## **5.2) 2<sup>ος</sup> Χρόνος**

Οι υπολογισμοί στο δεύτερο έτος έγιναν όπως και στο πρώτο, με την διαφορά ότι η εταιρία μας λόγω διαφήμισης πούλησε περισσότερα πακέτα από ότι στον πρώτο χρόνο. Επίσης προσλήφθηκε ένας ακόμα υπάλληλος ο οποίος θα διαχειρίζεται και θα ανανεώνει την ιστοσελίδα μας, και θα αναλαμβάνει όλη την ηλεκτρονική υποστήριξη της επιχείρησης.

Στον δεύτερο χρόνο η επιχείρησή μας στοχεύει και επενδύει στο τμήμα του μάρκετινγκ και της διαφήμισης, προκειμένου στον τρίτο χρόνο να αυξήσει το πελατολόγιό της. Για το σκοπό αυτό αυξάνει τον προϋπολογισμό της διαφήμισης κατά 5.000 € (συνολικό διατιθέμενο ποσό 10.000 €).

### **5.2.1) Ισολογισμός**

**Ο 2<sup>ος</sup> χρόνος ξεκινάει με κέρδος απο προηγούμενη χρήση 36,230.00 €.**

#### **ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ**

Σύμφωνα με τον ισολογισμό στο τέλος του πρώτου έτους, τα χρηματικά διαθέσιμα ποσά ανέρχονται στα 94,685.00 €, ποσό μεγαλύτερο του πρώτου έτους λειτουργίας της επιχείρησης κατά 43,366.27 €. Αυτό δείχνει ότι η εταιρεία μας είχε μια επιτυχημένη και ανοδική πορεία κατά το πρώτο έτος λειτουργίας της.

#### **ΠΑΘΗΤΙΚΟ**

Η επιχείρησή μας ξεκινάει το δεύτερο έτος με κέρδη που ανέρχονται στα 36,230.00 € από το πρώτο έτος. Οι πωλήσεις των εμπορευμάτων ανέρχονται στο ποσό των 351,400.00 €, ενώ το κόστος τους συυπολογίζεται στα μεταβλητά έξοδα. Έτσι, προκύπτει το μικτό κέρδος της επιχείρησης για τον 2<sup>ο</sup> χρόνο που ανέρχεται σε 351,400.00 €. Τα συνολικά σταθερά έξοδα για όλο τον χρόνο είναι 47,000.00 € και τα μεταβλητά 260,300.00 €. Από τα προηγούμενα προκύπτει τελικά το κέρδος χρήσης, ύψους 44,100.00 €. Ο ισολογισμός του δεύτερου χρόνου λειτουργίας της επιχείρησης δίνεται στον παρακάτω πίνακα (6.2.1):

Πίνακας 6.2.1

**Ι Σ Ο Λ Ο Γ Ι Σ Μ Ο Σ**

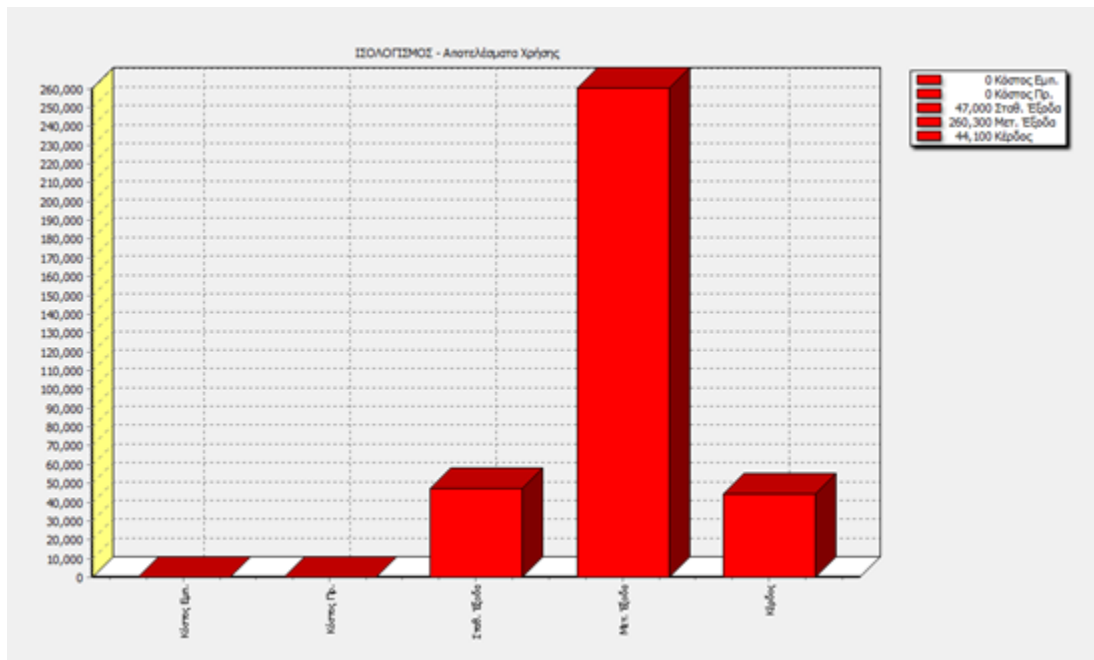
<b>Ε Ν Ε Ρ Γ Η Τ Ι Κ Ο</b>		<b>Π Α Θ Η Τ Ι Κ Ο</b>	
Πάγια Αποθέματα	55000	Κεφάλαιο	70000
		Μακροπρόθεσμα Δάνεια	-850
		Βραχυπρόθεσμα Δάνεια	
Χρεώστες Διαθέσιμα- Ταμείο	94685	Προμηθευτές Πιστωτές	205
		Κέρδη Προηγούμενης Χρήσης	36230
		Κέρδη Χρήσης	44100
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>149685</b>	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>149685</b>

**ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ**

Πωλήσεις Εμπορευμάτων	351400
Πωλήσεις προϊόντων	
Κόστος εμπορευμάτων	
Κόστος προϊόντων	
<b>Μικτό κέρδος</b>	<b>351400</b>
Σταθερά έξοδα	47000
Μεταβλητά έξοδα	260300
Σύνολο εξόδων	307300
<b>Κέρδος</b>	<b>44100</b>

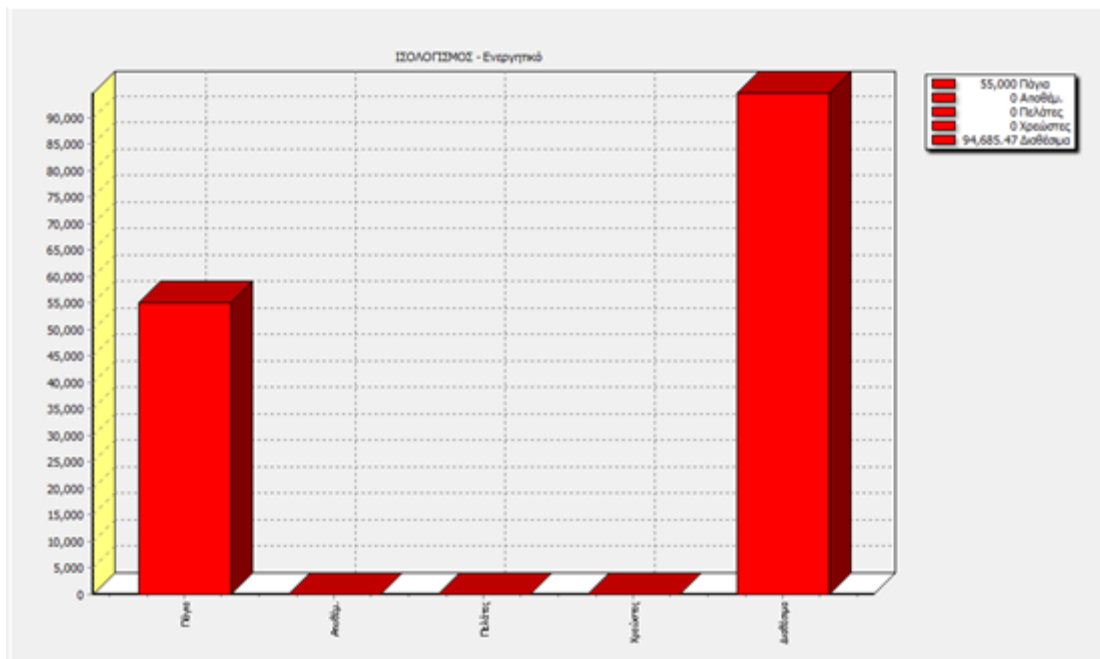
Κατά το 2<sup>ο</sup> έτος λειτουργίας της επιχείρησης υπάρχει σταθερότητα στις τιμές πώλησης των προϊόντων ενώ παρατηρείται αύξηση στις πωλήσεις ως συνέπεια της διαφήμισης και του σταθερού πελατολογίου που αρχίζει να σχηματίζει η εταιρία.

Στη συνέχεια παρατίθενται τα γραφήματα του ισολογισμού.



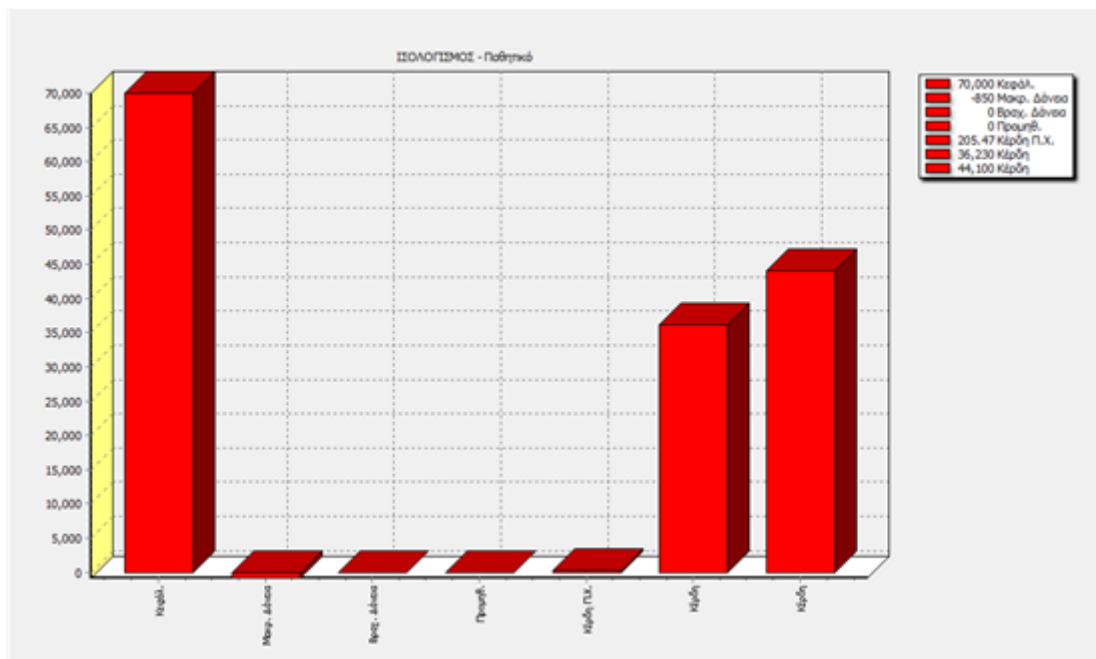
**Γράφημα 6.2.1.α:** Ισολογισμός – Αποτελέσματα Χρήσης

Οι δύο πρώτες στήλες συμβολίζουν το κόστος των εμπορευμάτων και προϊόντων αντίστοιχα, το οποίο είναι μηδενικό διότι η προμήθεια των συνεργατών μας συνυπολογίστηκε στα μεταβλητά έξοδα, τα οποία φαίνεται να είναι αυξημένα. Η τρίτη στήλη δηλώνει τα σταθερά έξοδα της επιχείρησης, η τέταρτη τα μεταβλητά και η πέμπτη το κέρδος.



**Γράφημα 6.2.1.β:** Ισολογισμός Ενεργητικό

Το παραπάνω διάγραμμα αναφέρεται στο ενεργητικό μέρος του ισολογισμού. Η πρώτη στήλη δείχνει τα πάγια έξοδα και η πέμπτη το διαθέσιμο ποσό.



Γράφημα 6.2.1.γ: Ισολογισμός Παθητικό

## 5.2.2) Ανάλυση σταθερών εξόδων προς πωλήσεις

Πίνακας 6.2.2

ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ					
A/A	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΠΟΣΟ	% ΠΩΛΗΣΕΩΝ	% ΣΤΑΘ.ΕΞΟΔΩΝ	% ΣΥΝ.ΕΞΟΔΩΝ
1	ΕΝΟΙΚΙΟ	6000	1.71	12.77	1.95
2	ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ	36000	10.24	76.60	11.71
3	ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ	5000	1.42	10.64	1.63
	<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>	<b>47000</b>	<b>13.38</b>	<b>100.00</b>	<b>15.29</b>

Στα σταθερά έξοδα αγγίζουν το ποσό των 47,000.00 € και σε αυτά περιλαμβάνονται το ενοίκιο που είναι στα 6,000.00 € ετησίως, οι μισθοί των υπαλλήλων που ανέρχεται στα 36,000.00 € (αύξηση λόγω προσθήκης ενός ακόμη υπαλλήλου) και το κόστος συντήρησης της ιστοσελίδας που είναι 5,000.00 €. Αποτελούν το 13,38 % των πωλήσεων και το 15,29 % των συνολικών εξόδων.

### 5.2.3) Ανάλυση μεταβλητών εξόδων προς πωλήσεις

Πίνακας 6.2.3

<b>ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ ΠΡΟΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ</b>					
<b>A/A</b>	<b>ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ</b>	<b>ΠΟΣΟ</b>	<b>% ΠΩΛΗΣΕΩΝ</b>	<b>% ΜΕΤ.ΕΞΟΔΩΝ</b>	<b>% ΣΥΝ.ΕΞΟΔΩΝ</b>
1	ΔΕΗ	960	0.27	0.37	0.31
2	ΤΗΛΕΦΩΝΟ - ΙΝΤΕΡΝΕΤ	600	0.17	0.23	0.20
3	ΝΕΡΟ	240	0.07	0.09	0.08
4	ΑΕΡΙΟ	600	0.17	0.23	0.20
5	ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ	1920	0.55	0.74	0.62
6	ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	10000	2.85	3.84	3.25
7	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ- ΦΑΓΗΤΟ	70280	20.00	27.00	22.87
8	ΜΕΤΑΦΟΡΑ	35140	10.00	13.50	11.44
9	ΚΛΙΝΙΚΗ	140560	40.00	54.00	45.74
	<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>	<b>260300</b>	<b>74.08</b>	<b>100.00</b>	<b>84.71</b>

Τα μεταβλητά έξοδα (Πίνακας 6.2.3) καταλαμβάνουν το 84,71 % των συνολικών εξόδων ενώ αποτελούν το 74,08 % των πωλήσεων. Αναφέρονται σε λειτουργικά έξοδα όπως Δ.Ε.Η., ύδρευση, τηλεπικοινωνίες, φυσικό αέριο, υπηρεσίες καθαρισμού, διαφήμιση καθώς επίσης και στην προμήθεια από της πωλήσεις του ξενοδοχείου, της μεταφοράς και της κλινικής.

### 5.2.4) Ανάλυση νεκρού σημείου της επιχείρησης

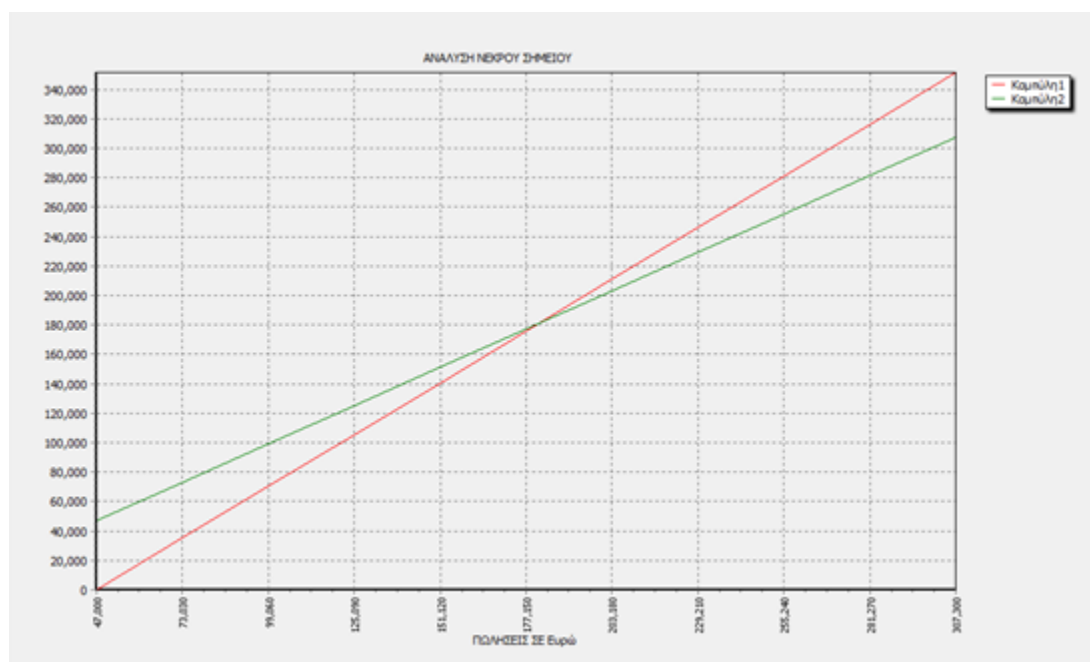
Πίνακας 6.2.4

<b>ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ</b>	
ΠΩΛΗΣΕΙΣ	351400
ΣΤΑΘΕΡΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	47000
ΜΕΤΑΒΛΗΤΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	260300

ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ	181293
ΝΕΚΡΟ ΣΗΜΕΙΟ (% των πωλήσεων)	51.59
<b>ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΥΑΙΣΘΗΣΙΑΣ %</b>	
- Ως Προς Πωλήσεις %	12.55
- Ως Προς Μεταβλητές Δαπάνες %	16.94

Στον πίνακα αυτόν παρατηρούμε ότι το νεκρό σημείο της επιχείρησης, δηλαδή το σημείο εκείνο στο οποίο δεν υπάρχει κέρδος αλλά δεν προκύπτει και ζημία είναι όταν οι πωλήσεις φτάνουν στα 181,293.00 € δηλαδή στο ποσοστό του 51,59 % επί των πωλήσεων.

Στη συνέχεια δίνεται η γραφική παράσταση του νεκρού σημείου (Γράφημα 6.2.4) όπου με πράσινη γραμμή συμβολίζεται η ζημία και με κόκκινη τα κέρδη. Το σημείο τομής των δύο ευθειών είναι και το νεκρό σημείο.

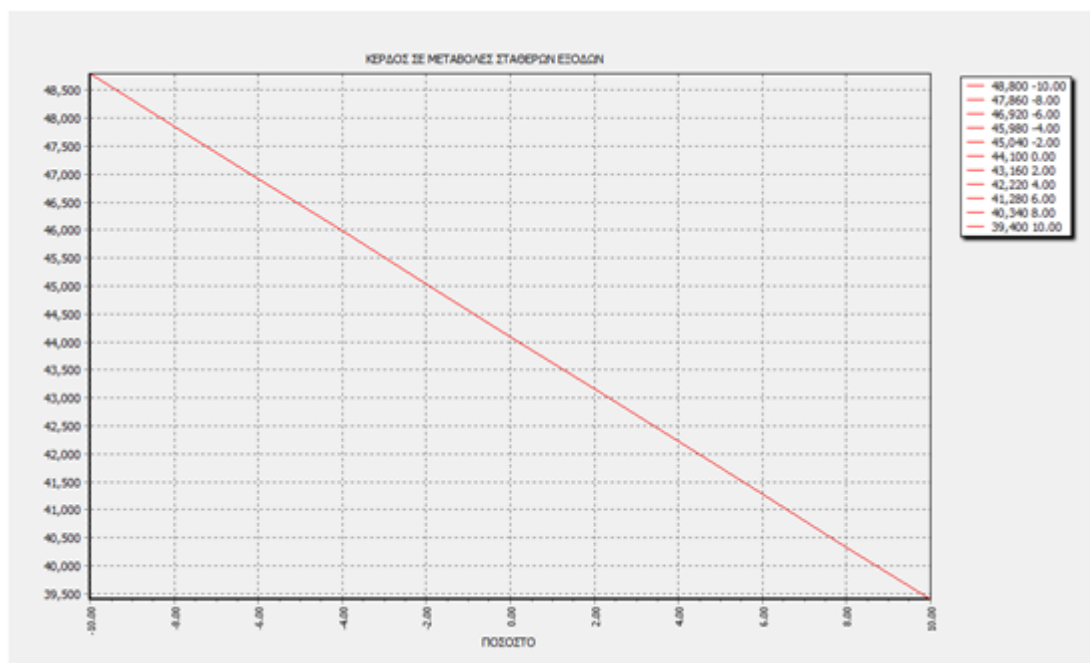


**Γράφημα 6.2.4:** Ανάλυση Νεκρού Σημείου

Γραφικά το νεκρό σημείο βρίσκεται στο σημείο που τέμνονται τα συνολικά έσοδα (καμπύλη 1) με τα συνολικά έξοδα (καμπύλη 2). Μετά το νεκρό σημείο η επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδη διότι μετά το σημείο αυτό τα συνολικά έσοδα της επιχείρησης καλύπτουν τόσο το σταθερό όσο και το μεταβλητό κόστος και αφήνει επιπλέον ένα περίσσευμα κέρδους.

### 6.2.5) Ανάλυση στις μεταβολές των κερδών ανάλογα με τις μεταβολές των σταθερών εξόδων, μεταβλητών εξόδων, πωλήσεων και τιμών πώλησης

Τα κέρδη της επιχείρησης δεν παραμένουν ανεπηρέαστα στις μεταβολές εξόδων. Υπάρχει μια αρνητική σχέση ανάμεσα στο κέρδος και στα σταθερά έξοδα, όπως αναφέρθηκε και στο πρώτο έτος.



Γράφημα 6.2.5.α: Κέρδος σε Μεταβολές Σταθερών Εξόδων

### Πίνακας 6.2.5.α

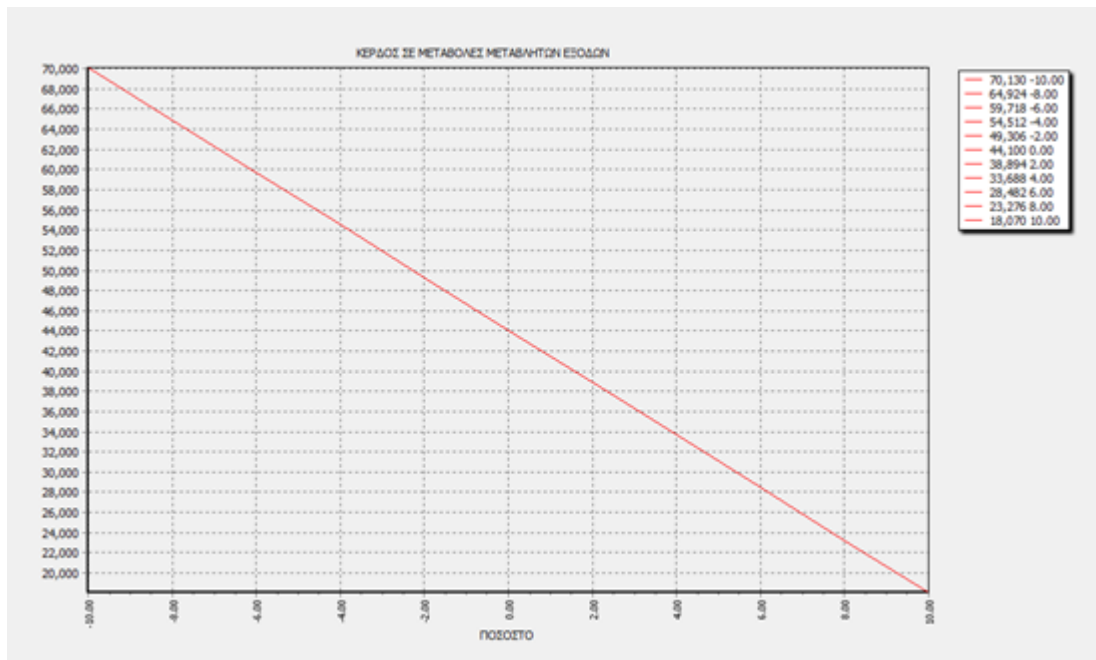
ΚΕΡΔΟΣ ΣΕ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΕΞΟΔΩΝ (%)			
A/A	ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΣΤΑΘΕΡΩΝ ΕΞΟΔΩΝ %	ΣΤΑΘΕΡΑ ΕΞΟΔΑ	ΚΕΡΔΗ
1	-10.00	42300	48800
2	-9.50	42535	48565
3	-9.00	42770	48330
4	-8.50	43005	48095
5	-8.00	43240	47860

6	-7.50	43475	47625
7	-7.00	43710	47390
8	-6.50	43945	47155
9	-6.00	44180	46920
10	-5.50	44415	46685
11	-5.00	44650	46450
12	-4.50	44885	46215
13	-4.00	45120	45980
14	-3.50	45355	45745
15	-3.00	45590	45510
16	-2.50	45825	45275
17	-2.00	46060	45040
18	-1.50	46295	44805
19	-1.00	46530	44570
20	-0.50	46765	44335
21	0.00	47000	44100
22	0.50	47235	43865
23	1.00	47470	43630
24	1.50	47705	43395
25	2.00	47940	43160
26	2.50	48175	42925
27	3.00	48410	42690
28	3.50	48645	42455
29	4.00	48880	42220
30	4.50	49115	41985
31	5.00	49350	41750
32	5.50	49585	41515
33	6.00	49820	41280
34	6.50	50055	41045
35	7.00	50290	40810
36	7.50	50525	40575
37	8.00	50760	40340
38	8.50	50995	40105
39	9.00	51230	39870
40	9.50	51465	39635
41	10.00	51700	39400

**Βασική Παραδοχή : Οι μικρές μεταβολές δεν επηρεάζουν ουσιαστικά τα υπόλοιπα στοιχεία.**

Τα κέρδη της επιχείρησης δεν παραμένουν ανεπηρέαστα στις μεταβολές εξόδων. Υπάρχει μια αρνητική σχέση ανάμεσα στο κέρδος και στα μεταβλητά έξοδα, όμοια με το πρώτο έτος.





Γράφημα 6.2.5.β: Κέρδος σε Μεταβολές Μεταβλητών Εξόδων

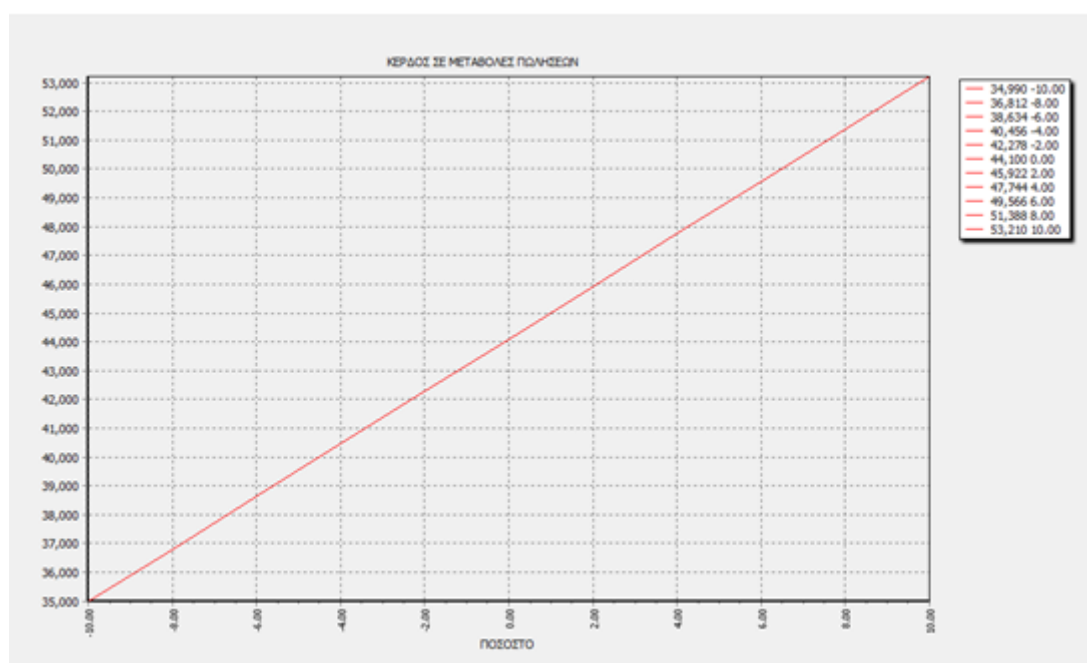
Πίνακας 6.2.5.β

ΚΕΡΔΟΣ ΣΕ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΕΞΟΔΩΝ (%)			
A/A	ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ ΕΞΟΔΩΝ %	ΜΕΤΑΒΛΗΤΑ ΕΞΟΔΑ	ΚΕΡΔΗ
1	-10.00	234270	70130
2	-9.50	235572	68829
3	-9.00	236873	67527
4	-8.50	238175	66226
5	-8.00	239476	64924
6	-7.50	240778	63623
7	-7.00	242079	62321
8	-6.50	243381	61020
9	-6.00	244682	59718
10	-5.50	245984	58417
11	-5.00	247285	57115
12	-4.50	248587	55814
13	-4.00	249888	54512
14	-3.50	251190	53211
15	-3.00	252491	51909
16	-2.50	253793	50608
17	-2.00	255094	49306
18	-1.50	256396	48005
19	-1.00	257697	46703
20	-0.50	258999	45402
21	0.00	260300	44100
22	0.50	261602	42799

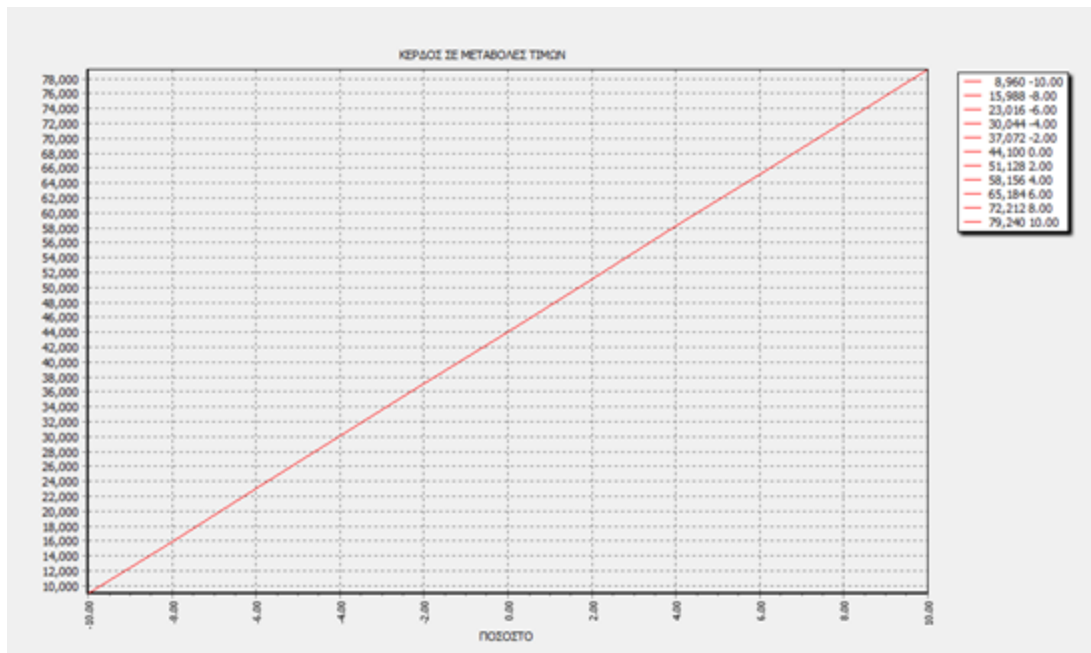
23	1.00	262903	41497
24	1.50	264205	40196
25	2.00	265506	38894
26	2.50	266808	37593
27	3.00	268109	36291
28	3.50	269411	34990
29	4.00	270712	33688
30	4.50	272014	32387
31	5.00	273315	31085
32	5.50	274617	29784
33	6.00	275918	28482
34	6.50	277220	27181
35	7.00	278521	25879
36	7.50	279823	24578
37	8.00	281124	23276
38	8.50	282426	21975
39	9.00	283727	20673
40	9.50	285029	19372
41	10.00	286330	18070

**Βασική Παραδοχή : Οι μικρές μεταβολές δεν επηρεάζουν ουσιαστικά τα υπόλοιπα στοιχεία.**

Τα σχεδιαγράμματα που ακολουθούν (Γράφημα 6.2.5.γ και 6.2.5.δ) απεικονίζουν το κέρδος για κάθε μεταβολή των πωλήσεων ή της τιμής, ενώ οι μετέπειτα πίνακες, το ποσό των κερδών για μεταβολή αυτών από -10% έως και +10%.



**Γράφημα 6.2.5.γ:** Κέρδος σε Μεταβολές Πωλήσεων



Γράφημα 6.2.5.δ: Κέρδος σε Μεταβολές Τιμών

Πίνακας 6.2.5.γ

ΚΕΡΔΟΣ ΣΕ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ (%)			
A/A	ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ %	ΠΩΛΗΣΕΙΣ	ΚΕΡΔΗ
1	-10.00	316260	34990
2	-9.50	318017	35445
3	-9.00	319774	35901
4	-8.50	321531	36356
5	-8.00	323288	36812
6	-7.50	325045	37267
7	-7.00	326802	37723
8	-6.50	328559	38178
9	-6.00	330316	38634
10	-5.50	332073	39089
11	-5.00	333830	39545
12	-4.50	335587	40000
13	-4.00	337344	40456
14	-3.50	339101	40911
15	-3.00	340858	41367
16	-2.50	342615	41822
17	-2.00	344372	42278
18	-1.50	346129	42733
19	-1.00	347886	43189
20	-0.50	349643	43644
21	0.00	351400	44100
22	0.50	353157	44555

23	1.00	354914	45011
24	1.50	356671	45466
25	2.00	358428	45922
26	2.50	360185	46377
27	3.00	361942	46833
28	3.50	363699	47288
29	4.00	365456	47744
30	4.50	367213	48199
31	5.00	368970	48655
32	5.50	370727	49110
33	6.00	372484	49566
34	6.50	374241	50021
35	7.00	375998	50477
36	7.50	377755	50932
37	8.00	379512	51388
38	8.50	381269	51843
39	9.00	383026	52299
40	9.50	384783	52754
41	10.00	386540	53210

**Βασική Παραδοχή : Οι μικρές μεταβολές δεν επηρεάζουν ουσιαστικά τα υπόλοιπα στοιχεία.**

**Πίνακας 6.2.5.δ**

**ΚΕΡΔΟΣ ΣΕ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΤΙΜΩΝ (%)**

<b>A/A</b>	<b>ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΤΙΜΩΝ %</b>	<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ</b>	<b>ΚΕΡΔΗ</b>
1	-10.00	316260	8960
2	-9.50	318017	10717
3	-9.00	319774	12474
4	-8.50	321531	14231
5	-8.00	323288	15988
6	-7.50	325045	17745
7	-7.00	326802	19502
8	-6.50	328559	21259
9	-6.00	330316	23016
10	-5.50	332073	24773
11	-5.00	333830	26530
12	-4.50	335587	28287
13	-4.00	337344	30044
14	-3.50	339101	31801
15	-3.00	340858	33558
16	-2.50	342615	35315
17	-2.00	344372	37072
18	-1.50	346129	38829
19	-1.00	347886	40586

20	-0.50	349643	42343
21	0.00	351400	44100
22	0.50	353157	45857
23	1.00	354914	47614
24	1.50	356671	49371
25	2.00	358428	51128
26	2.50	360185	52885
27	3.00	361942	54642
28	3.50	363699	56399
29	4.00	365456	58156
30	4.50	367213	59913
31	5.00	368970	61670
32	5.50	370727	63427
33	6.00	372484	65184
34	6.50	374241	66941
35	7.00	375998	68698
36	7.50	377755	70455
37	8.00	379512	72212
38	8.50	381269	73969
39	9.00	383026	75726
40	9.50	384783	77483
41	10.00	386540	79240

**Βασική Παραδοχή : Οι μικρές μεταβολές δεν επηρεάζουν ουσιαστικά τα υπόλοιπα στοιχεία.**

Στους παραπάνω Πίνακες 6.2.5.γ και 6.2.5.δ παρουσιάζονται αναλυτικά οι μεταβολές του κέρδους σε σχέση με τις μεταβολές πωλήσεων και τιμών αντίστοιχα. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι το κέρδος επηρεάζεται αρνητικά από τα έξοδα αλλά επηρεάζεται θετικά από την αύξηση των πωλήσεων και από την αύξηση της τιμής. Δηλαδή όσο αυξάνονται οι πωλήσεις ή όσο αυξάνεται η τιμή τόσο αυξάνεται το κέρδος.

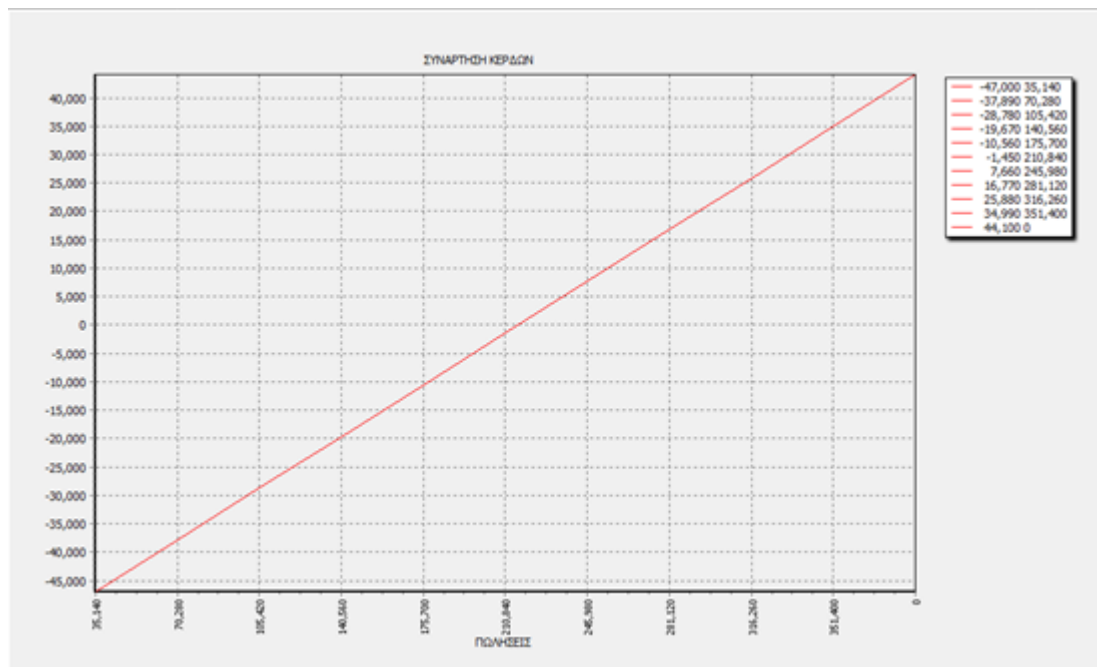
#### 5.2.6) Ανάλυση συνάρτησης κέρδους

**Πίνακας 6.2.6**

<b>ΣΥΝΑΡΤΗΣΗ ΚΕΡΔΟΥΣ</b>					
<b>Α/Α</b>	<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ %</b>	<b>ΠΩΛΗΣΕΙΣ</b>	<b>ΜΕΤ.ΔΑΠΑΝΕΣ</b>	<b>ΣΤΑ.ΔΑΠΑΝΕΣ</b>	<b>ΚΕΡΔΗ</b>
1	0.00	0	0	47000	-47000
2	5.00	17570	13015	47000	-42445
3	10.00	35140	26030	47000	-37890

4	15.00	52710	39045	47000	-33335
5	20.00	70280	52060	47000	-28780
6	25.00	87850	65075	47000	-24225
7	30.00	105420	78090	47000	-19670
8	35.00	122990	91105	47000	-15115
9	40.00	140560	104120	47000	-10560
10	45.00	158130	117135	47000	-6005
11	50.00	175700	130150	47000	-1450
12	55.00	193270	143165	47000	3105
13	60.00	210840	156180	47000	7660
14	65.00	228410	169195	47000	12215
15	70.00	245980	182210	47000	16770
16	75.00	263550	195225	47000	21325
17	80.00	281120	208240	47000	25880
18	85.00	298690	221255	47000	30435
19	90.00	316260	234270	47000	34990
20	95.00	333830	247285	47000	39545
21	100.00	351400	260300	47000	44100

Σε αυτό τον πίνακα μας δίνονται οι διαδοχικές τιμές των Κερδών σε σχέση με τις Πωλήσεις.



Γράφημα 6.2.6: Συνάρτηση Κερδών

## 5.2.7) Χρηματοοικονομικοί Δείκτες

Πίνακας 6.2.7

<b>ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΔΕΙΚΤΕΣ</b>	
<b>A. ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ</b>	
1. Κυκλοφοριακής (%) <b>(ενεργητικό-πάγια/βραχ.υποχρεώσεις)</b>	46,082.38
2. Άμεσης (%) <b>(πελάτες+διαθέσιμα/βραχ.υποχρεώσεις)</b>	46,082.38
<b>B. ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΚΗΣ ΤΑΧΥΤΗΤΑΣ</b>	
1. Αποθεμάτων (ημέρες) <b>(κόστος πωληθ/μέσο απόθεμα)</b>	0
2. Απαιτήσεων (ημέρες) <b>(απαιτήσεις/πωλήσεις)</b>	0
3. Πιστώσεων προμηθευτών (ημέρες) <b>(προμηθευτές/αγορές)</b>	0
<b>Γ. ΔΑΝΕΙΑΚΗΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΗΣ</b>	
1. Συνολικής (%) <b>(συν.υποχρεώσεων/ενεργητικό)</b>	-0.43
2. Μεσομακροπρόθεσμης (%) <b>(μεσομακροπρόθεσμα δάνεια/ενεργητικό)</b>	-0.57
<b>Δ. ΑΠΟΔΟΤΙΚΟΤΗΤΑΣ</b>	

1. Ιδίων κεφαλαίων (%) <b>(αποτελέσματα/ίδια κεφάλαια)</b>	63.00
2. Συνολικών (%) <b>(αποτελέσματα/ίδια+ξένα κεφάλαια)</b>	29.46
3. Πωλήσεων (%) <b>(αποτελέσματα/πωλήσεις)</b>	12.55

### 6.2.8) Χρηματοροές – Cash Flow

Οι χρηματοροές χρησιμοποιούνται για να επεξηγήσουν τα έσοδα ("εισροές χρημάτων") και τα έξοδα ("εκροές χρημάτων") της επιχείρησης. Οι χρηματοροές για το οικονομικό μας μοντέλο φαίνονται στον παρακάτω πίνακα, όπως και στο παρακάτω διάγραμμα.

#### Πίνακας 6.2.8

#### ΧΡΗΜΑΤΟΡΟΕΣ - CASH FLOW

Για  
Νόμισμα :  
Ευρώ

Α. ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ Σ ΑΠΟ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕ	ΔΕΚ
Πωλήσεις Εμπορευμάτων	17,5 70	17,5 70	17,5 70	35,1 40	35,1 40	52,7 10	52,71 0	52,71 0	35,14 0	17,57 0	8,785	8,785
Πωλήσεις Προϊόντων	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Πελάτες	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Γραμμάτια Εισπρακτέα	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπά Έσοδα	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Δάνεια	10,0 00	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπές Εισπροές	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Εισπράξεις Φόρων	3,33 8	3,33 8	3,33 8	6,67 7	6,67 7	10,0 15	10,01 5	10,01 5	6,677	3,338	1,669	1,669
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>30,9 08</b>	<b>20,9 08</b>	<b>20,9 08</b>	<b>41,8 17</b>	<b>41,8 17</b>	<b>62,7 25</b>	<b>62,7 25</b>	<b>62,7 25</b>	<b>41,8 17</b>	<b>20,9 08</b>	<b>10,4 54</b>	<b>10,4 54</b>

Α. ΠΛΗΡΩΜΕΣ ΓΙΑ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕ	ΔΕΚ
-----------------------	-----	-----	-----	-----	-----	------	------	-----	-----	-----	-----	-----



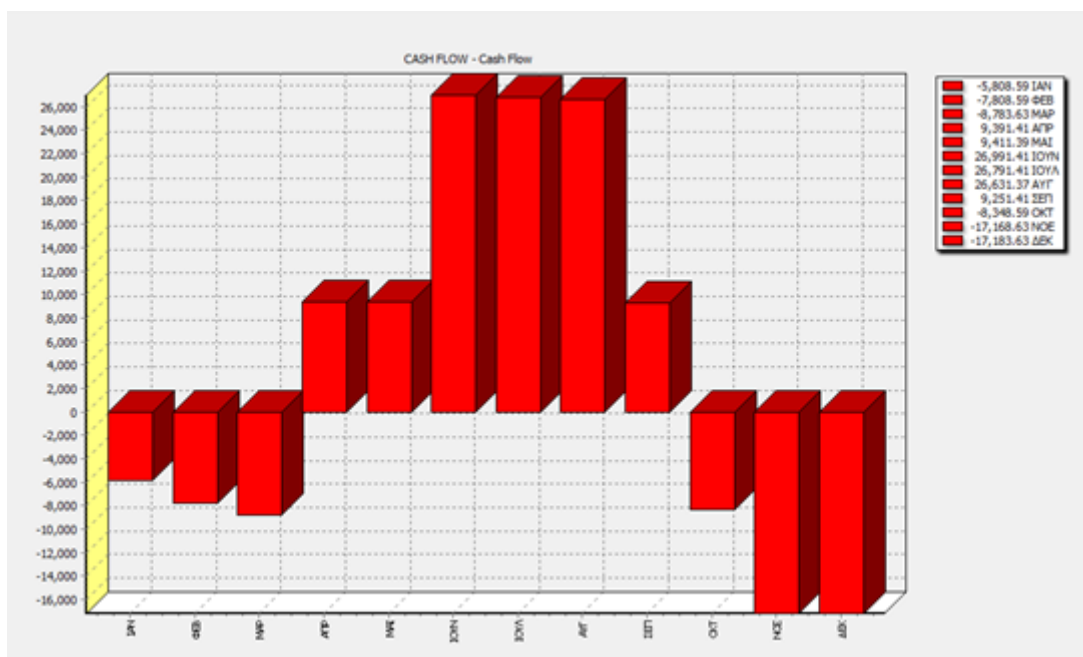
Αγορές Εμπορευμάτων	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Αγορές Υλών Παραγωγής	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Γραμμάτια Πληρωτέα	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Προμηθευτές	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπές Υποχρεώσεις	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Σταθερά Έξοδα	8,499	3,499	3,499	3,499	3,499	3,499	3,499	3,499	3,499	3,499	3,499	3,499
Μεταβλητά Έξοδα	24,880	21,880	21,855	21,250	21,230	21,220	21,420	21,410	21,220	21,250	21,285	21,300
Φόροι Εισφορές	3,338	3,338	3,338	6,677	6,677	10,015	10,015	10,015	6,677	3,338	1,669	1,669
Αγορές Παγίων	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Λοιπές Εκροές	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Δάνεια	0	0	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,170	1,170	1,170	1,170	1,170
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>36,717</b>	<b>28,717</b>	<b>29,692</b>	<b>32,425</b>	<b>32,405</b>	<b>35,733</b>	<b>35,933</b>	<b>36,094</b>	<b>32,565</b>	<b>29,257</b>	<b>27,623</b>	<b>27,638</b>

<b>CASH FLOW</b>	<b>-5,809</b>	<b>-7,809</b>	<b>-8,784</b>	<b>9,391</b>	<b>9,411</b>	<b>26,991</b>	<b>26,791</b>	<b>26,631</b>	<b>9,251</b>	<b>-8,349</b>	<b>-17,169</b>	<b>-17,184</b>
------------------	---------------	---------------	---------------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------	--------------	---------------	----------------	----------------

<b>ΤΑΜΕΙΑΚΟ Σ ΠΡΟΓΡΑΜ/ ΣΜΟΣ</b>	<b>ΙΑΝ</b>	<b>ΦΕΒ</b>	<b>ΜΑΡ</b>	<b>ΑΠΡ</b>	<b>ΜΑΙ</b>	<b>ΙΟΥΝ</b>	<b>ΙΟΥΛ</b>	<b>ΑΥΓ</b>	<b>ΣΕΠ</b>	<b>ΟΚΤ</b>	<b>ΝΟΕ</b>	<b>ΔΕΚ</b>
Διαθέσιμα Αρχής	51,319	45,510	37,702	28,918	38,309	47,721	74,712	101,504	128,135	137,386	129,038	111,869
Εισπράξεις	30,908	20,908	20,908	41,817	41,817	62,725	62,725	62,725	41,817	20,908	10,454	10,454
Πληρωμές	36,717	28,717	29,692	32,425	32,405	35,733	35,933	36,094	32,565	29,257	27,623	27,638
Κεφάλαιο Κίνησης Αρχής	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Τόκοι Κεφαλαίου Κίνησης	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Κεφάλαιο Κίνησης Τέλους	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Διάθεσιμα Τέλους	45,510	37,702	28,918	38,309	47,721	74,712	101,504	128,135	137,386	129,038	111,869	94,685

<b>ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΚΕΦΑΛΑΙΟ Υ ΚΙΝΗΣΗΣ</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
------------------------------------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------

Ποσά σε Ευρώ (€)



Γράφημα 6.2.8: Cash – Flow

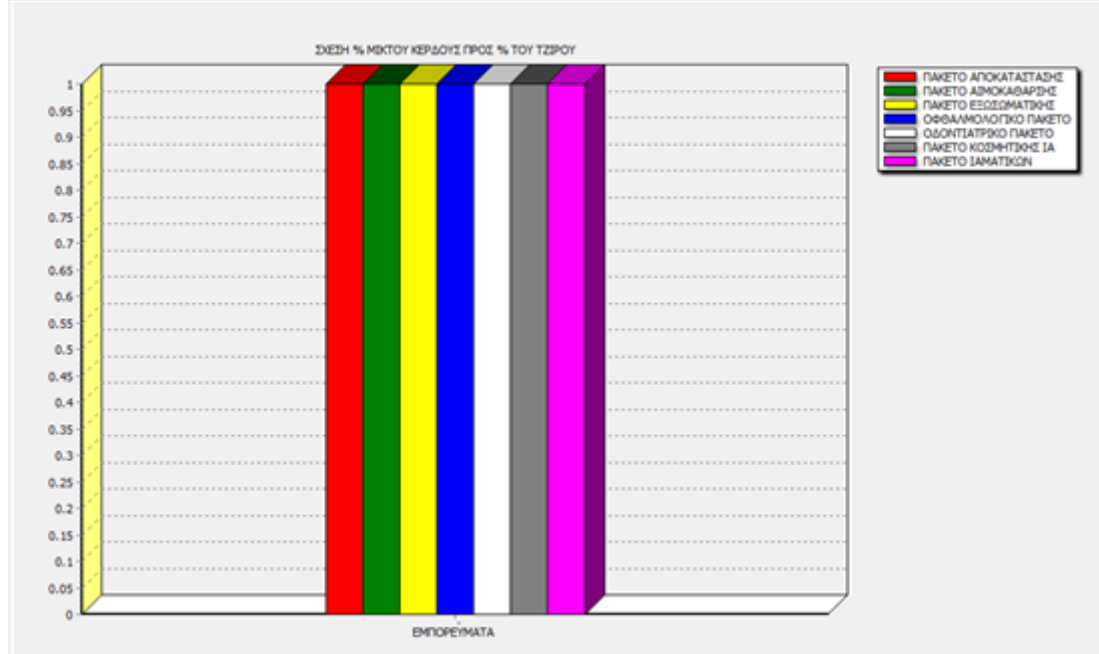
### 5.2.9) Εμπορεύματα - Αξιολόγηση εμπορευμάτων

Οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που προσφέρει η επιχείρησή μας είναι ήδη γνωστές. Στον παρακάτω πίνακα γίνεται μια αξιολόγηση των εμπορευμάτων μας. Από ότι μπορούμε να δούμε το εμπόρευμα το οποίο θα μας εξασφαλίσει τα περισσότερα κέρδη σε σχέση με τον συνολικό τζίρο είναι οι ασύρματοι αισθητήρες. Με όχι μεγάλη διαφορά έρχεται η διαδικτυακή παρουσία που πρόκειται για υπηρεσία. Οι ποσότητες που μπορούμε να προσφέρουμε στους πελάτες μας αναγράφονται στον παρακάτω πίνακα και είναι ανάλογες με τους στόχους κερδών της επιχείρησής μας και την εικόνα της αγοράς.

Πίνακας 6.2.9

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ						
ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	ΠΟΣΟΤΗΤΑ	ΤΖΙΡΟΣ	ΚΟΣΤΟΣ	Μ.ΚΕΡΔΟΣ	% ΤΖΙΡΟΣ	% Μ.ΚΕΡΔΟΣ
ΠΑΚΕΤΟ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	25	50000	0	50000	14.23	14.23
ΠΑΚΕΤΟ ΑΙΜΟΚΑΘΑΡΣΗΣ	25	52500	0	52500	14.94	14.94
ΠΑΚΕΤΟ ΕΞΩΣΩΜΑΤΙΚΗΣ	22	37400	0	37400	10.64	10.64
ΟΦΘΑΛΜΟΛΟΓΙΚΟ	30	45000	0	45000	12.81	12.81
ΠΑΚΕΤΟ ΟΔΟΝΤΙΑΤΡΙΚΟ	30	54000	0	54000	15.37	15.37

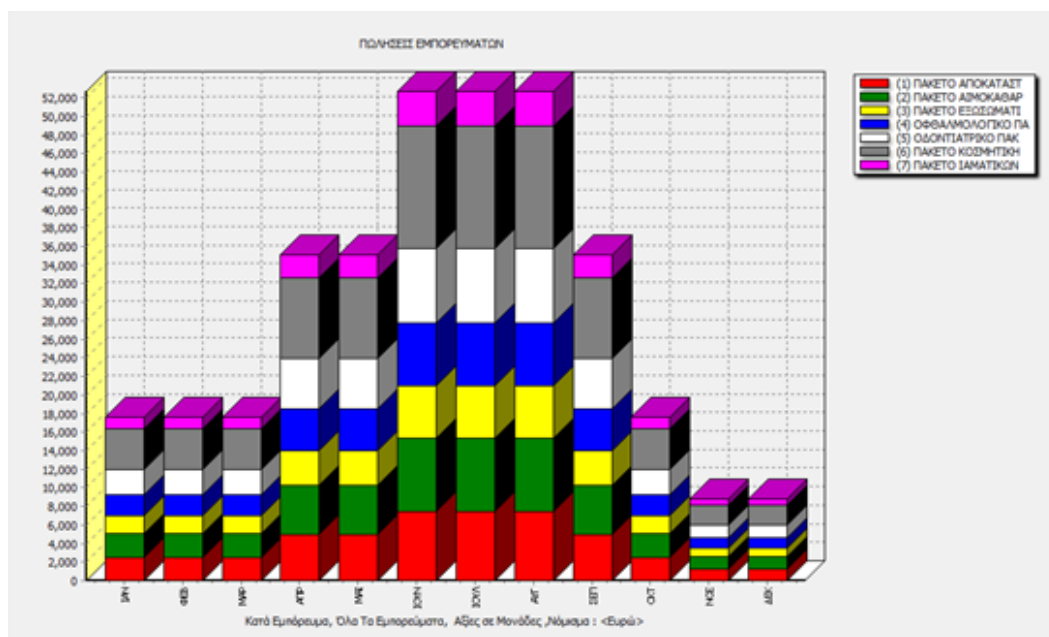
ΠΑΚΕΤΟ ΠΑΚΕΤΟ ΚΟΣΜΗΤΙΚΗΣ ΙΑΤΡΙΚΗ ΠΑΚΕΤΟ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ	35	87500	0	87500	24.90	24.90
	50	25000	0	25000	7.11	7.11
<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>		<b>351400</b>	<b>0</b>	<b>351400</b>	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>



Γράφημα 6.2.9: Αξιολόγηση Εμπορευμάτων

### 5.2.10) Ανάλυση πωλήσεων εμπορευμάτων κατά εμπόρευμα

Οι πωλήσεις της επιχείρησης κατά εμπορεύματα, ακολουθούν την ίδια περίπου πορεία κατά την διάρκεια του 2<sup>ου</sup> έτους, με τη διαφορά ότι αυξήθηκαν σε σχέση με το πρώτο έτος.



Γράφημα 6.2.10: Πωλήσεις Εμπορευμάτων κατά Εμπόρευμα

**Πίνακας 6.2.10**  
**ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ**

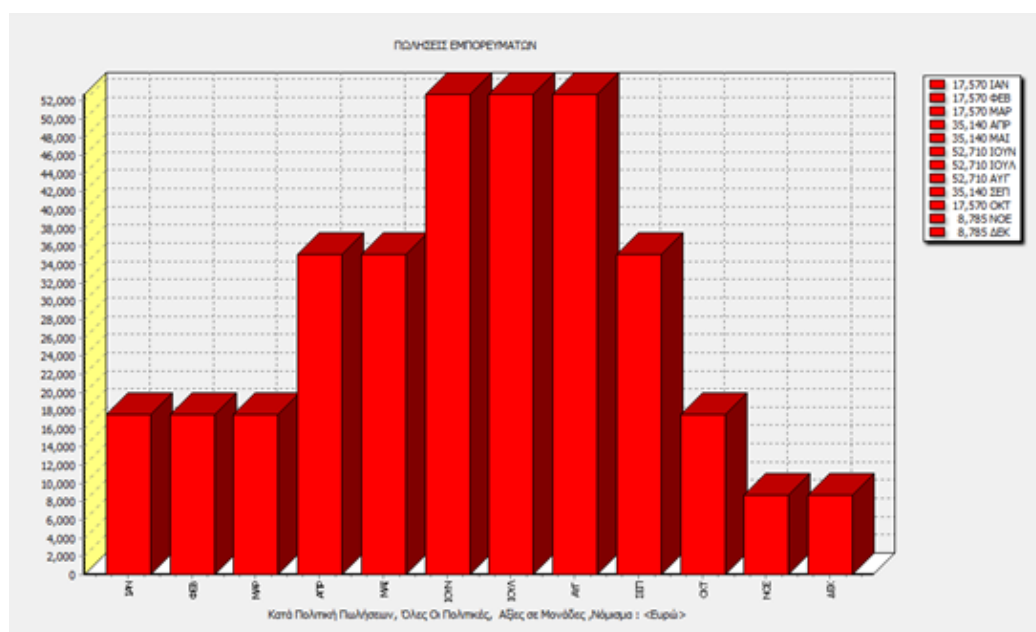
Κατά Εμπόρευμα, Όλα Τα Εμπορεύματα, Αξίες σε Μονάδες, Νόμισμα : <Ευρώ>

Α / Α	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΟΛΟ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕ	ΔΕΚ
1	ΠΑΚΕΤΟ ΑΠΟΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ	50,000.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	5,000.00	5,000.00	7,500.00	7,500.00	7,500.00	5,000.00	2,500.00	1,250.00	1,250.00
2	ΠΑΚΕΤΟ ΑΙΜΟΚΑΘΑΡΣΗΣ	52,500.00	2,625.00	2,625.00	2,625.00	5,250.00	5,250.00	7,875.00	7,875.00	7,875.00	5,250.00	2,625.00	1,312.50	1,312.50
3	ΠΑΚΕΤΟ ΕΞΩΣΩΜΑΤΙΚΗΣ	37,400.00	1,870.00	1,870.00	1,870.00	3,740.00	3,740.00	5,610.00	5,610.00	5,610.00	3,740.00	1,870.00	935.00	935.00
4	ΟΦΘΑΛΜΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ	45,000.00	2,250.00	2,250.00	2,250.00	4,500.00	4,500.00	6,750.00	6,750.00	6,750.00	4,500.00	2,250.00	1,125.00	1,125.00
5	ΟΔΟΝΤΙΑΤΡΙΚΟ ΠΑΚΕΤΟ	54,000.00	2,700.00	2,700.00	2,700.00	5,400.00	5,400.00	8,100.00	8,100.00	8,100.00	5,400.00	2,700.00	1,350.00	1,350.00
6	ΠΑΚΕΤΟ ΚΟΣΜΗΤΙΚΗΣ ΙΑΤΡΙΚΗΣ	87,500.00	4,375.00	4,375.00	4,375.00	8,750.00	8,750.00	13,125.00	13,125.00	13,125.00	8,750.00	4,375.00	2,187.50	2,187.50
7	ΠΑΚΕΤΟ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ	25,000.00	1,250.00	1,250.00	1,250.00	2,500.00	2,500.00	3,750.00	3,750.00	3,750.00	2,500.00	1,250.00	625.00	625.00
	<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>	<b>351,400.00</b>	<b>17,570.00</b>	<b>17,570.00</b>	<b>17,570.00</b>	<b>35,140.00</b>	<b>35,140.00</b>	<b>52,710.00</b>	<b>52,710.00</b>	<b>52,710.00</b>	<b>35,140.00</b>	<b>17,570.00</b>	<b>8,785.00</b>	<b>8,785.00</b>

Ποσά σε Ευρώ (€)

**6.2.11) Ανάλυση πωλήσεων εμπορευμάτων κατά πολιτική**

Οι πωλήσεις της επιχείρησης κατά πολιτική, είναι αυξημένες σε σχέση με το πρώτο έτος, ακολουθούν όμως περίπου την ίδια μηνιαία διακύμανση. Στο γράφημα που ακολουθεί (Γράφημα 6.2.11), παρουσιάζεται η πορεία των πωλήσεων στα εμπορεύματα κατά πολιτική πωλήσεων.



**Γράφημα 6.2.11: : Πωλήσεις Εμπορευμάτων κατά Πολιτική Πωλήσεων**

## Πίνακας 6.2.11

### ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ

Κατά Πολιτική Πωλήσεων, Όλες Οι Πολιτικές, Αξίες σε Μονάδες, Νόμισμα : <Ευρώ>

Α / Α	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ	ΣΥΝΟΛΟ	ΙΑΝ	ΦΕΒ	ΜΑΡ	ΑΠΡ	ΜΑΙ	ΙΟΥΝ	ΙΟΥΛ	ΑΥΓ	ΣΕΠ	ΟΚΤ	ΝΟΕ	ΔΕΚ
1	ΓΕΝΙΚΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ	<b>351,400.00</b>	17,570.00	17,570.00	17,570.00	35,140.00	35,140.00	52,710.00	52,710.00	52,710.00	35,140.00	17,570.00	8,785.00	8,785.00
	<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>	<b>351,400.00</b>	<b>17,570.00</b>	<b>17,570.00</b>	<b>17,570.00</b>	<b>35,140.00</b>	<b>35,140.00</b>	<b>52,710.00</b>	<b>52,710.00</b>	<b>52,710.00</b>	<b>35,140.00</b>	<b>17,570.00</b>	<b>8,785.00</b>	<b>8,785.00</b>

Ποσά σε Ευρώ (€)

## **6. Βιβλιογραφία**

**Δοξιάδης Αρ., Κατσάπη Αγγ., Σουλιώτης Κ., Τούντας Γ. (2012). <<ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΙΑΤΡΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ>>, ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΡΟΛΗΠΤΙΚΗΣ**

**Λαζαρίδης, Γ. Τ., Παπαδόπουλος, Δ. Α. (2005). Χρηματοοικονομική Δίοικηση Α ' Τόμος.**

**Λαζαρίδης, Γ. Τ., & Παπαδόπουλος, Δ. Α. (2006). Χρηματοοικονομική Δίοικηση Β ' Τόμος.**

**Μαλλιάρης, Π. (2001). Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ. Αθ.Σταμούλης: Αθήνα.**

**Οικονόμου Γ.Σ., Γεωργίου Κ.Α. (2011) Επιχειρησιακή έρευνα για την λήψη διοικητικών αποφάσεων, Εκδόσεις Γ.Μπένου.**

## **Ηλεκτρονική Βιβλιογραφία**

[www.ehow.com](http://www.ehow.com)

[www.google.com/trends](http://www.google.com/trends)

[www.isoqar.gr](http://www.isoqar.gr)

[www.gonimotis.gr](http://www.gonimotis.gr)

[www.blog.smile-clinic.gr](http://www.blog.smile-clinic.gr)

[www.healthpages.gr](http://www.healthpages.gr)

[www.royalesthetic.com](http://www.royalesthetic.com)

[www.apn.gr](http://www.apn.gr)

[www.tradingeconomics.com](http://www.tradingeconomics.com)

[dealnews.gr](http://dealnews.gr)

[www.listcrux.com](http://www.listcrux.com)

[www.liposuction-abroad.co.uk](http://www.liposuction-abroad.co.uk)

[www.prevention-center.com](http://www.prevention-center.com)

[www.dentalimplantcostguide.com](http://www.dentalimplantcostguide.com)

[www.kiveli.gr](http://www.kiveli.gr)

[wiki.answers.com](http://wiki.answers.com)

[www.treatmentabroad.com](http://www.treatmentabroad.com)

[www.carecredit.com](http://www.carecredit.com)

[www.iatronet.gr](http://www.iatronet.gr)

[www.visionlaser.ch](http://www.visionlaser.ch)

[www.ivf-embryo.gr](http://www.ivf-embryo.gr)

[www.opam.gr](http://www.opam.gr)

[www.magnamater.gr](http://www.magnamater.gr)