



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ-
ΟΛΙΚΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ
ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ
ΤΩΝ ΑΘΗΝΩΝ

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΣΩΤΗΡΙΟΣ ΚΑΡΒΟΥΝΗΣ

Διπλωματική Εργασία της
ΕΛΕΝΗΣ-ΕΛΙΣΑΒΕΤ ΟΞΕΝΚΙΟΥΝ
ΜΔΕ – ΟΠ/0430

ΠΕΙΡΑΙΑΣ 2006

Το επιχειρηματικό αυτό σχέδιο έγινε για εκπαιδευτικούς και μόνο σκοπούς. Επομένως τα στοιχεία που περιέχει δεν πρέπει να θεωρούνται ακριβή.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

Στον Franz και την Gertrud,
το Θεόδωρο και την Ελένη.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα επιθυμούσα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής εργασίας μου, Πρύτανη κ. Σωτήρη Καρβούνη για την καθοδήγηση και τις συμβουλές του, και τους καθηγητές μου κ. Δημήτρη Γεωργακέλλο για την πολυτιμότερη βοήθειά του κατά τη διάρκεια εκπόνησης της μελέτης αυτής και κ. Μιχάλη Σφακιανάκη για την υποστήριξή του κατά τη διάρκεια των μεταπτυχιακών σπουδών μου.

Επίσης, θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στην κ. Αγγελίνα Αμανίτου, στέλεχος της Τράπεζας Ωμέγα για τις σημαντικές πληροφορίες που μου παραχώρησε, και τον συμφοιτητή μου Κωνσταντίνο Γεωργακόπουλο για την βοήθειά του στη συλλογή στοιχείων.

Τέλος, είμαι ευγνώμων στους γονείς μου για την υπομονή και την υποστήριξή τους.

Περιεχόμενα

	<i>Σελίδα</i>
Ευχαριστίες	
Κεφάλαιο 1	
Συμπεράσματα – Σύνοψη	1
1.1 Οράματα και αποστολή	1
1.2 Περιγραφή επιχειρήσεως	1
1.2.1 Ιστορικό	1
1.2.2 Στόχοι	1
1.2.3 Διευθυντική ομάδα και εξωτερικοί σύμβουλοι	1
1.3 Ανάλυση του κλάδου και της αγοράς	2
1.3.1 Τάσεις του κλάδου	2
1.3.2 Η υπηρεσία	2
1.3.3 Ανάλυση της αγοράς	3
1.3.4 Ανάλυση του ανταγωνισμού	3
1.4 Στρατηγική του μάρκετινγκ	4
1.4.1 Τιμολογιακή στρατηγική	4
1.4.2 Στρατηγική προώθησης	4
1.5 Σχέδιο λειτουργίας	5
1.5.1 Φορολογία και κανονισμοί λειτουργίας	5
1.5.2 Ανθρώπινος παράγοντας	5
1.6 Χρηματοοικονομική ανάλυση	6
1.6.1 Χρηματοοικονομικό σχέδιο	6
1.7 Χρηματοδότηση	6
Κεφάλαιο 2	
Οι υψηλοί στόχοι της επιχείρησης	7
2.1 Παρούσα κατάσταση	7
2.1.1 Η παρούσα εικόνα της επιχείρησης	7
2.1.2 Μάνατζμεντ της επιχείρησης	7
2.1.3 Υπηρεσίες	7
2.1.4 Περιγραφή του περιβάλλοντος της αγοράς	9
2.1.5 Τιμολογιακή πολιτική και κερδοφορία	9
2.1.6 Πελάτες	9
2.1.7 Χρηματοοικονομική κατάσταση	9
2.2 Οράματα και αποστολή της επιχείρησης	9
2.2.1 Περιγραφή οραμάτων	9
2.2.2 Περιγραφή αποστολής	10
2.2.3 Στόχοι της επιχείρησης	10
Κεφάλαιο 3	
Περιγραφή της επιχείρησης	11
3.1 Επωνυμία επιχειρήσεως	11
3.2 Νομική μορφή επιχειρήσεως	11
3.3 Τοποθεσία επιχειρήσεως	11
3.4 Ομάδα διευθυντών (μάνατζμεντ)	11
3.5 Οργανόγραμμα	12

3.6 Στρατηγικές συμμαχίες	13
3.7 Σύμβουλοι επιχειρήσεως	13
Κεφάλαιο 4	
Ανάλυση του κλάδου και της αγοράς	14
4.1 Τάσεις του κλάδου	14
4.1.1 Ιστορική εξέλιξη του κλάδου και της υπηρεσίας	14
4.1.2 Παρούσα κατάσταση του κλάδου και της υπηρεσίας	15
4.1.2.1 Ανάλυση ενοποιημένου ισολογισμού	15
4.1.2.2 Ανάλυση δεικτών	19
4.1.3 Μελλοντικές προβλέψεις	19
4.1.4 Κατάσταση του κλάδου	21
4.1.5 Κοινωνικές τάσεις ή προτιμήσεις που επηρεάζουν τον κλάδο	21
4.1.6 Αναγνώριση ευκαιριών στον κλάδο	21
4.2 Η υπηρεσία	22
4.2.1 Περιγραφή της υπηρεσίας	22
4.2.2 Η αγορά-στόχος και αποτελέσματα της έρευνας αγοράς	24
4.2.3 Ανάλυση ανταγωνισμού	26
4.2.3.1 Άμεσος και έμμεσος ανταγωνισμός	26
4.2.3.2 Τιμολογιακή πολιτική ανταγωνισμού	28
4.2.3.3 Χρόνοι εξυπηρέτησεως και διαθεσιμότητα	31
4.2.3.4 Χρόνοι ζωής επιχειρήσεων ανταγωνισμού και ανάπτυξη	32
4.2.3.5 Τρόποι διαφημίσεως ανταγωνιστών	32
Κεφάλαιο 5	
Στρατηγική μάρκετινγκ	34
5.1 Τιμολογιακή πολιτική	34
5.1.1 Τιμές υπηρεσιών και θέση στόχων	34
5.1.2 Στρατηγική χαμηλών, μεσαίων ή υψηλών τιμών	34
5.1.3 Αποδοχή από την αγορά των τιμών	35
5.1.4 Κέρδος που αφήνει η τιμή	38
5.1.5 Εκπτώσεις	38
5.1.6 Δικαιολόγηση της τιμής	39
5.2 Στρατηγική προώθησεως	39
5.2.1 Μέθοδοι προώθησης και δικαιολόγησή τους	39
5.2.2 Άλλοι μοναδικοί τρόποι προώθησης	40
5.2.3 Ανάλυση κόστους διαφήμισης	41
5.2.4 Ετήσιος προϋπολογισμός για διαφήμιση	41
5.2.5 Χρονοδιάγραμμα διαθέσεως ετήσιου ποσού	42
Κεφάλαιο 6	
Σχέδιο λειτουργίας	43
6.1 Διαδικασίες λειτουργίας	43
6.1.1 Περιγραφή εγκαταστάσεων	43
6.1.2 Ανάγκες σε εξοπλισμό	43
6.1.3 Χωροδιαγράμματα	43
6.1.4 Ωρες και διαδικασία λειτουργίας	45
6.2 Κανονισμοί λειτουργίας	46
6.2.1 Άδειες λειτουργίας	46

6.2.2 Δασμοί και φόροι (επί πωλήσεων) και κοινωνική ασφάλιση	46
6.2.3 Υποχρεώσεις σε συνδέσμους	46
6.3 Εγκαταστάσεις	46
6.3.1 Ασφάλιστρα	46
6.3.2 Διαθέσιμο ανθρώπινο δυναμικό, ειδικότητες, κόστος	47
6.3.3 Κόστος λειτουργίας	47
6.4 Ανθρώπινοι πόροι	47
6.4.1 Προσόντα	47
6.4.2 Ιστορικό του προσωπικού	47
6.4.3 Οργανωσιακή δομή	48
6.4.4 Περιγραφή εργασίας, ρόλοι και καθήκοντα	48
6.4.5 Λεπτομέρειες για συμβούλους	48
6.4.6 Μελλοντικές απαιτήσεις	49
Κεφάλαιο 7	
Χρηματοοικονομική ανάλυση	50
7.1 Χρηματοοικονομικό Σχέδιο	50
7.1.1 Προβλέψεις Πωλήσεων	50
7.1.2 Προβλέψεις Χρηματικών Ροών	50
7.1.3 Προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης	53
7.1.4 Προβλεπόμενοι Ισολογισμοί	55
Κεφάλαιο 8	
Χρηματοδότηση	59
Παράρτημα Α	60
Βιογραφικά σημειώματα στελεχών	
Παράρτημα Β	63
Ενοποιημένος ισολογισμός του κλάδου Υπηρεσίες προς Επιχειρήσεις	
Παράρτημα Γ	68
Διαφημιστικό folder της εταιρείας	
Παράρτημα Δ	69
ServQual	
Παράρτημα Ε	76
Πρότυπο βιογραφικό σημείωμα υποψήφιων μεταφραστών	
Βιβλιογραφία	77

Ε.Π.Ε. Technilingua

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ

TECHNILINGUA

Τριφυλίας 48 Κότσι Χολωνάρι
152 31 - Αττική

τηλ. 210 67 49 079

fax - 210 67 49 079

www.technilingua.gr

technilingua@otenet.gr

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ – ΣΥΝΟΨΗ

Η ‘Technilingua’ Ε.Π.Ε. είναι μια εταιρεία παροχής υπηρεσιών μετάφρασης με έδρα της το Κάτω Χαλάνδρι.

1.1 Οράματα και αποστολή

Όραμα της ‘Technilingua’ είναι να μπορέσει να προσφέρει στους πελάτες της ό,τι επιθυμούν με απόλυτη ακρίβεια και υψηλή ποιότητα.

Αποστολή μας είναι να βοηθήσουμε τον πελάτη να περάσει το μήνυμά του. Ένα μήνυμα στο οποίο αντικατοπτρίζεται το ενδιαφέρον και ο σεβασμός του για τον παραλήπτη του. Το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα είναι εξασφαλισμένο εφόσον δεν μεταφράζουμε απλά λέξη προς λέξη, αλλά εννοιολογικά, ωστόσο ποτέ εις βάρος της ακρίβειας.

1.2 Περιγραφή της επιχειρήσεως

1.2.1 Ιστορικό

Η εταιρεία ξεκίνησε το 2000 ως ατομική επιχείρηση της ιδιοκτήτριας Α. Πετροπούλου, ενώ το 2002 έγινε Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης. Από την ίδρυσή της, η εταιρεία δεν σταμάτησε να παραδίδει ποιοτικές μεταφράσεις σε ανταγωνιστικό κόστος, με αποτέλεσμα να αυξάνει συνεχώς το πελατολόγιο αλλά και τους συνεργάτες μεταφραστές της. Σήμερα, η εταιρεία συνεργάζεται με πάνω από 40 μεταφραστές, ενώ το έτος 2005 παρουσίασε κέρδη της τάξεως των 71500 €προ φόρων.

1.2.2 Στόχοι

Η επιχείρηση στοχεύει σε ένα μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς, σε προσελκύσεις περισσότερων μεταφραστών, εξειδικευμένων σε διάφορους τομείς, καθώς και σε προσέλκυση περισσότερων πελατών.

1.2.3 Διευθυντική ομάδα και εξωτερικοί σύμβουλοι

Το μάνατζμεντ αποτελείται από την Ιδιοκτήτρια και Υπεύθυνη του Μάρκετινγκ κα. Α. Πετροπούλου, τον Οικονομικό Διευθυντή Γ. Κωσταντόπουλο και την Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού, κα. Μ. Παπαδοπούλου. Στην ομάδα αυτή συγκαταλέγονται η κα. Ο. Βαρταλά, υπεύθυνη της ομάδας μεταφραστών, και ο κος. Ν. Δημητριάδης, υπεύθυνος της ομάδας γραφιστών και ο λογιστής Δ. Παπαδόπουλος. Η ομάδα υποστηρίζεται από τη εξωτερική συνεργάτιδα επί νομικών θεμάτων κα. Φ. Θωμάκου και τον τεχνικό κο. Ν. Βαλατσό.

1.3 Ανάλυση του κλάδου και της αγοράς

1.3.1 Τάσεις του κλάδου

Η αναγκαιότητα για ανάπτυξη επιχειρήσεων που να προσφέρουν μεταφραστικές υπηρεσίες στην Ελλάδα έγινε επιτακτική, όταν το 1951 η Ελλάδα προσχώρησε, παράλληλα με την Τουρκία, στο NATO, και φυσικά όταν το 1981, υπογράφηκε η εκκίνηση των διαδικασιών για προσχώρηση της Ελλάδας στην τότε Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (ΕΟΚ) και τη σημερινή πλέον Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ). Από τότε η πορεία του Κλάδου παρουσιάζεται συνεχώς αυξητική, στην αρχή σε πολύ αργούς ρυθμούς και από το 1995 και μετά γρηγορότερα (πηγή: Ωμέγα Bank). Αναλυτικότερα στοιχεία για την αγορά και την εξέλιξή της την τελευταία τριετία βρίσκονται στο αντίστοιχο κεφάλαιο μέσω ανάλυσης του ενοποιημένου ισολογισμού και δεικτών.

Η στροφή των καταναλωτών προς προϊόντα κινέζικης προέλευσης, λόγω χαμηλού κόστους, άνοιξε στις μεταφραστικές εταιρείες νέους ορίζοντες, δημιουργώντας μια επικερδή αγορά που τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει σημαντική ζήτηση μεταφραστικών υπηρεσιών. Επίσης, η διεύρυνση και η προσχώρηση νέων μελών στην Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελεί σημαντική πηγή μελλοντικών εσόδων, καθώς συνεπάγεται μεγάλους όγκους κειμένων για μεγάλα χρονικά διαστήματα.

1.3.2 Η υπηρεσία

Στο σύνολό τους, οι επιχειρήσεις γλωσσικής υποστήριξης περιλαμβάνουν υπηρεσίες μετάφρασης, τεχνικής και λογοτεχνικής, διερμηνείας, υποτιτλισμού και μεταγλώττισης.

Οι υπηρεσίες που προσφέρουν οι μεταφραστικές επιχειρήσεις όπως η 'Technilingua' συγκεκριμενοποιούνται ως υπηρεσίες μετάφρασης, κανονικής και αντίστροφης, τεχνικών, ακαδημαϊκών και εξειδικευμένων κειμένων. Οι γλώσσες από και προς τις οποίες οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του ανταγωνισμού μεταφράζουν, βρίσκονται σε αναλυτικό πίνακα στο κεφάλαιο IV. Η εταιρεία προσφέρει μεταφράσεις σε και από όλες τις γλώσσες, ενώ οι συνεργασίες της με ικανότατους μεταφραστές διασφαλίζουν την ποιότητα αυτών. Οι μεγάλες μεταφραστικές επιχειρήσεις δεν μπορούν να ρισκάρουν το ποιοτικό αποτέλεσμα των μεταφράσεών τους, γιατί αυτό συνεπάγεται απώλεια μακροχρόνιων συνεργασιών, που είναι τόσο σημαντικές για την διαβίωση τους.

Η 'Technilingua', για να μπορέσει να διαφοροποιηθεί από τις ανταγωνίστριες εταιρείες και να ικανοποιήσει συγκεκριμένες επιθυμίες των πελατών της, έχει εισάγει ως συνοδευτική δραστηριότητα στις υπηρεσίες μετάφρασης, υπηρεσίες γραφιστικού σχεδιασμού. Τονίζεται, ότι αυτές είναι απλώς συνοδευτικές, εφόσον δεν είναι κύρια δραστηριότητα της εταιρείας ο σχεδιασμός και το design. Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται ως «πακέτο» μαζί με τις μεταφράσεις και κοστολογούνται με ποσοστό του συνολικού κόστους της μετάφρασης.

1.3.3 Ανάλυση της αγοράς

Οι υπηρεσίες της 'Technilingua' στοχεύουν στον επιχειρηματικό τομέα και στους καταναλωτές που χρειάζονται επικυρωμένες νομικά μεταφράσεις αποκλειστικά. Αυτό συμβαίνει γιατί υπάρχουν εταιρείες που προσφέρουν χαμηλότερης ποιότητας και φθηνότερες μεταφράσεις, που ικανοποιούν τον απλό καταναλωτή. Άλλωστε, η τιμολογιακή πολιτική των εταιρειών αυτών καθιστά τις τιμές της 'Technilingua' απαγορευτικές για το καταναλωτικό κοινό, με αποτέλεσμα οι υπηρεσίες της να μην προτιμώνται από αυτό.

Η αγορά-στόχος στην περιοχή των Αθηνών είναι αρκετά μεγάλη για να μπορέσει να στηρίξει την υπηρεσία και να δημιουργήσει περαιτέρω ανάπτυξη των ήδη υπάρχουσών μεταφραστικών εταιρειών, αλλά και νέων.

1.3.4 Ανάλυση ανταγωνισμού

Ως έμμεσος ανταγωνισμός της 'Technilingua' λογίζονται οι επιχειρήσεις διερμηνείας, οι εκδοτικοί οίκοι και οι εταιρείες 'Αρχέτυπον' και 'Γλωσσικό Εργαστήρι'. Οι δυο τελευταίες όμως απασχολούνται από έναν και μόνο πελάτη.

Στον άμεσο ανταγωνισμό ανήκουν μεγάλες εταιρείες του χώρου που δραστηριοποιούνται σε ακριβώς το ίδιο αντικείμενο, όπως η 'Technilingua'. Όλοι αυτοί εδρεύουν στην περιοχή των Αθηνών, ενώ η στρατηγική τιμολόγησής τους κυμαίνεται σε συγκεκριμένα πλαίσια που εξαρτώνται από τις απαιτήσεις του μεταφραστή, του πελάτη και, αν υπάρχει, του μεσάζοντα. Οι χρόνοι παράδοσης είναι σχεδόν ίδιοι σε όλες τις εταιρείες, καθώς μικρά κείμενα αναλαμβάνονται από έναν και μόνο μεταφραστή για να έχουν ομοιομορφία στο λόγο. Ένας μεταφραστής μπορεί να εργαστεί πάνω σε 8 με 10 σελίδες την ημέρα.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις του αντικειμένου είναι σχετικά νεοσύστατες και συνεπώς δεν μπορεί να βγει συμπέρασμα για τον χρόνο ζωής τους.

Οι μεταφραστικές επιχειρήσεις συνηθίζουν να διαφημίζονται μέσω φυλλαδίων και γενικά απλών και φτηνών μέσων διαφήμισης, καθώς δεν ενδιαφέρονται για πελατεία από το καταναλωτικό κοινό. Ούτως ή άλλως, σημαντικότερο ρόλο όλων παίζουν οι γνωριμίες που έχουν οι επιχειρηματίες στο χώρο και οι στρατηγικές συμμαχίες, και όχι τόσο η διαφήμιση.

Οι άμεσοι ανταγωνιστές της ‘Technilingua’ φαίνονται αναλυτικότερα στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 1.1 – Οι άμεσοι ανταγωνιστές

Ad Verbum	Κολωνάκι
Concept Translations	Ζωγράφου
Contact	Μελίσσια
E-Translations	Μαρούσι
International Interpreter’s Services	Αθήνα
Interpreter	Αθήνα
Spontaneous	Ν. Ψυχικό
Translatum	Αμπελόκηποι
United	Κυψέλη

1.4 Στρατηγική του μάρκετινγκ

1.4.1 Τιμολογιακή στρατηγική

Οι τιμές της ‘Technilingua’ δεν αναμένεται να παρουσιάσουν μεγάλες διακυμάνσεις στην επόμενη πενταετία. Στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί, ότι, παρόλο που η εταιρεία έχει θέσει έναν μέσο όρο κοστολόγησης ανά λέξη, η τιμή αυτή δεν ισχύει σε όλες τις περιπτώσεις, αλλά εξαρτάται από παράγοντες όπως οι χρόνοι παράδοσης, η απλότητα ή δυσκολία του κειμένου και ο χρόνος πληρωμής.

Η εταιρεία ακολουθεί στρατηγική χαμηλών και μεσαίων τιμών για τις κοινές γλώσσες, και υψηλών τιμών για τις πιο σπάνιες. Αυτό οφείλεται στο γεγονός, ότι οι μεταφραστές των σπανίων γλωσσών είναι λίγοι, η ζήτηση για αυτές τις γλώσσες είναι μικρή και υπάρχουν επίσης μεταφραστικά γραφεία που εξειδικεύονται σε αυτές.

Η αγορά αποδέχεται τις τιμές, γιατί καταρχήν είναι ανταγωνιστικές αλλά και γιατί είναι πλέον γνωστό ότι η δουλειά της ‘Technilingua’ είναι πολύ υψηλής ποιότητας.

Οι τιμές αυτές επιτρέπουν εκπτώσεις με βάση τον όγκο παραγγελίας, ενώ τέλος αφήνουν ικανοποιητικό κέρδος.

1.4.2 Στρατηγική προώθησης

Τα μέσα που θα χρησιμοποιήσει η ‘Technilingua’ για την προώθηση της αφορούν διαφημιστικά φυλλάδια, συμμετοχή στην έκθεση «Ημέρες Καριέρας» για προσέλκυση νέων μεταφραστών και καταχώρηση ολοσέλιδης διαφήμισης στον ετήσιο οδηγό Marketing Guide, ώστε να γίνει γνωστή στις διαφημιστικές εταιρείες και γενικότερα τις μεγάλες βιομηχανίες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και είναι συνδρομητές του συγκεκριμένου οδηγού. Επίσης, θα τυπωθούν επιστολόχαρτα, φάκελοι και μπλοκ με το λογότυπο της εταιρείας, που θα είναι καινούριο από το 2006.

Το κόστος διαφήμισης ανέρχεται σε 12296 € και για τα 5 έτη. Παρακάτω δίνεται ο προϋπολογισμός για κάθε έτος και το διάγραμμα διαθέσεως:

Πίνακας 1.2 - Χρονοδιάγραμμα διαθέσεως ετήσιου κόστους διαφήμισης

	2006	2007	2008	2009	2010
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	650 €				1.250 €
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	1.250 €				
ΜΑΡΤΙΟΣ	373 €				
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €	1.000 €
ΜΑΪΟΣ					
ΙΟΥΝΙΟΣ					
ΙΟΥΛΙΟΣ					
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ					
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ					373 €
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ					
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €
ΣΥΝΟΛΟ	3.953 €	1.680 €	1.680 €	1.680 €	3.303 €

1.5 Σχέδιο λειτουργίας

1.5.1 Φορολογία και κανονισμοί λειτουργίας

Η 'Technilingua', ως Ε.Π.Ε., επιβαρύνεται με την αντίστοιχη φορολογία, που αυτή τη στιγμή είναι 35% και αναμένεται από το 2006 να μειωθεί σε 30%. Επειδή συνεργάζεται με ελεύθερους επαγγελματίες, καταβάλλει κάθε μήνα τον αντίστοιχο Φόρο Μισθωτών Υπηρεσιών 20% και κάθε τρίμηνο τον Φόρο Προστιθέμενης Αξίας 19% για τα τιμολόγια της. Επίσης έχει εργοδοτικές εισφορές στο ΙΚΑ για τους μισθωτούς 17% και δώρο Χριστουγέννων, Πάσχα και επίδομα αδείας.

Η επιχείρηση στεγάζεται σε ένα διώροφο επαγγελματικό χώρο 100 τ.μ. στο Κάτω Χαλάνδρι. Δεν έχει συγκεκριμένες μέρες και ώρες λειτουργίας, καθώς η φύση της δουλειάς επιβάλλει να είναι σχεδόν πάντα κάποιος διαθέσιμος για τυχόν μεταφράσεις που πρέπει για παράδειγμα να παραδοθούν το επόμενο πρωί της παραλαβής.

1.5.2 Ανθρώπινος παράγοντας

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ελεύθερων επαγγελματιών – συνεργατών δουλεύει με την εταιρεία από το 2000. Τα στελέχη και ο λογιστής προσλήφθηκαν το 2002. Πλην των στελεχών, οι ειδικότητες που απασχολεί η 'Technilingua' είναι μεταφραστές διαφόρων γλωσσών. Συγκεκριμένους ρόλους έχουν οι υπεύθυνοι των ομάδων, οι οποίοι καλούνται να συντονίσουν και να διαλέξουν την ομάδα τους, και να αναλάβουν πλήρη ευθύνη σε περίπτωση δυσαρέστησης του πελάτη, είτε για την ποιότητα, είτε για τους χρόνους παράδοσης.

Από το 2006, η εταιρεία σκοπεύει να προσλάβει έναν υπάλληλο για γραμματική υποστήριξη.

1.6 Χρηματοοικονομική ανάλυση

1.6.1 Χρηματοοικονομικό σχέδιο

Οι προβλέψεις πωλήσεων αναμένονται ως εξής:

Πίνακας 1.3 – Πρόβλεψη πωλήσεων

	2006	2007	2008	2009	2010
Πωλήσεις	410.000	420.000	430.000	440.000	450.000

Αντίστοιχα, οι προβλέψεις καθαρών κερδών μετά φόρων αναμένονται ως εξής:

Πίνακας 1.4 – Αναμενόμενα καθαρά κέρδη

	2006	2007	2008	2009	2010
Καθ. Κέρδη	50.153	50.764	57.484	60.354	62.088

Στο αντίστοιχο κεφάλαιο (7) υπάρχουν αναλυτικότερα οι προβλεπόμενες ταμιακές ροές, καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσης και προϋπολογισμοί.

1.7 Χρηματοδότηση

Η εταιρεία διαθέτει επαρκή δικά της κεφάλαια για χρηματοδότηση των παρόντων σχεδίων προώθησης πωλήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΟΙ ΥΨΗΛΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΣ

2.1 Παρούσα κατάσταση

2.1.1 Η παρούσα εικόνα της επιχειρήσεως

Η επιχείρηση 'Technilingua' ιδρύθηκε το έτος 2000 και βρίσκεται ουσιαστικά ακόμα στη φάση της ανάπτυξης, καθώς κάθε χρόνο παρουσιάζονται στην ελληνική αγορά όλο και περισσότεροι πελάτες αλλά και μεγαλύτερος όγκος κειμένων προς μετάφραση, λόγω της ένταξης νέων μελών στην Ευρωπαϊκή Ένωση και της εισαγωγής εμπορευμάτων από αναπτυσσόμενες στην εποχή μας χώρες. Η 'Technilingua' δραστηριοποιείται στον κλάδο της γλωσσικής υποστήριξης και ασχολείται γενικά με μεταφράσεις παντός είδους κειμένων, καθώς και με την επεξεργασία και διόρθωση κειμένων. Πιο συγκεκριμένα ασχολείται με τη μετάφραση τεχνικών κειμένων κάθε είδους περιεχομένου, καθώς και με τη διόρθωση παρόμοιων κειμένων. Επίσης ασχολείται και με τη μετάφραση λογοτεχνικών κειμένων και βιβλίων, αυτό όμως δεν είναι συχνό φαινόμενο, καθώς οι πελάτες που ενδιαφέρονται για τέτοιες υπηρεσίες απευθύνονται κυρίως σε εκδοτικούς οίκους ή ιδιώτες μεταφραστές που έχουν ξαναεργαστεί για αυτούς και γνωρίζουν καλά το γλωσσικό ύφος που απαιτεί ο κάθε συγγραφέας. Τέλος, η 'Technilingua' προσφέρει σε όσους πελάτες επιθυμούν, τον σχεδιασμό φυλλαδίων ή εγχειριδίων με τη βοήθεια μεταφραστών που έχουν και γνώση γραφιστικής.

2.1.2 Μάνατζμεντ επιχειρήσεως

Η φύση της εταιρείας είναι τέτοια που δεν απαιτεί, ακόμα τουλάχιστον, μεγάλο αριθμό στελεχών για τη διοίκησή της. Έτσι, το μάνατζμεντ αποτελείται από την Ιδιοκτήτρια και Υπεύθυνη του Μάρκετινγκ, τον Οικονομικό Διευθυντή και την Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού. Έχουν οριστεί επίσης δύο υπεύθυνοι, για το συντονισμό των μεταφραστών και τις ανάγκες γραφιστικής αντίστοιχα. Στην ομάδα της εταιρείας συγκαταλέγονται, τέλος, φυσικά και οι σύμβουλοί για νομικά και λογιστικά θέματα, οι οποίοι είναι όμως εξωτερικοί συνεργάτες.

Συζητάται ακόμα η μελλοντική πρόσληψη ενός Υπευθύνου Μάρκετινγκ που θα δραστηριοποιείται στο εξωτερικό και θα αναλαμβάνει να κλείνει συμφωνίες για συνεργασίες με μεταφραστικές επιχειρήσεις και γραφεία του εξωτερικού, αλλά αυτό προγραμματίζεται για μετά την πενταετία στην οποία αναφέρεται το συγκεκριμένο επιχειρηματικό σχέδιο.

2.1.3 Υπηρεσίες

Η εταιρεία 'Technilingua' προσφέρει υπηρεσίες μετάφρασης και γλωσσικής υποστήριξης, καθώς και σχεδιασμό των γραφικών που μπορεί να συνοδεύουν κάποιο κείμενο, όπως προαναφέρθηκε στο υποκεφάλαιο 2.1.1.

Συγκεκριμένα, η ‘Technilingua’ μπορεί να προσφέρει επεξεργασία και μετάφραση των κάτωθι γλωσσών:

Όλες οι γλώσσες της Ευρωπαϊκής Ένωσης	
Όλες οι γλώσσες της πρώην Γιουγκοσλαβίας	
Επίσης:	
Νορβηγικά	
Ρωσικά	
Ουκρανικά	
Πολωνικά	
Τσέχικα	
Ρουμανικά	
Βουλγαρικά	
Αλβανικά	
Τούρκικα	
Εβραϊκά	
Αραβικά	
Πέρσικα	
Ινδικά	
Κινέζικα	
Μογγολικά	
Ιαπωνικά	
Βιετναμέζικα	
Ταϊλανδέζικα	
Μαλαισιανά	
Ινδονησιακά	
Αφρικάνες	

Οι μεταφράσεις μπορούν να αφορούν κείμενα που είναι γραμμένα στα ελληνικά, αγγλικά, γερμανικά, γαλλικά ή πορτογαλικά και πρέπει να μεταφραστούν στις παραπάνω γλώσσες, ή το αντίστροφο, δηλαδή οι παραπάνω γλώσσες να είναι η πηγή και ο στόχος οι αναφερόμενες. Στην πρώτη περίπτωση οι υπηρεσίες κοστολογούνται ακριβότερα απ’ ότι στη δεύτερη, αυτό όμως αναλύεται παρακάτω, στο κεφάλαιο της τιμολογιακής πολιτικής.

Τέλος, όπως προαναφέρθηκε, η ‘Technilingua’ προσφέρει γραφιστική υποστήριξη, ως συμπλήρωμα και όχι ως μεμονωμένη υπηρεσία, σε κείμενα που κάτι τέτοιο είναι αναγκαίο. Για παράδειγμα, τα διαφημιστικά φυλλάδια ενός ξενοδοχείου, που απαιτείται να μπορούν να διαβαστούν από τους τουρίστες και συνεπώς χρήζουν μετάφρασης, συνήθως παρουσιάζονται στη μορφή κάποιου folder, με φωτογραφίες και απεικόνιση των διαφόρων υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει. Εάν ο πελάτης επιθυμεί, οι συνεργάτες της ‘Technilingua’ μπορούν να σχεδιάσουν ένα τέτοιο φυλλάδιο στα μέτρα του, κάτι που την φέρνει στη θέση του ισχυρού ανταγωνιστή για τις παρόμοιες εταιρείες, εφόσον ο πελάτης τις περισσότερες φορές θα προτιμήσει την εταιρεία αυτή και για τις δυο υπηρεσίες, εξοικονομώντας έτσι χρήματα.

2.1.4 Περιγραφή του περιβάλλοντος της αγοράς

Η ζήτηση για υπηρεσίες μετάφρασης εμφανίζεται ολοένα και αυξανόμενη, κάτι που προαναφέρθηκε στο υποκεφάλαιο 2.1.1 και θα αναλυθεί διεξοδικότερα στο κεφάλαιο 4. Η 'Technilingua' επιθυμεί να είναι συνεπής με τις απαιτήσεις της αγοράς και θέλει να αποκτήσει μελλοντικά μεγαλύτερο μερίδιο από αυτό που κατέχει τώρα. Στα σχέδια λοιπόν της επιχείρησης δεν περιλαμβάνεται η προσθήκη νέων υπηρεσιών, αλλά η ανάληψη μεγαλύτερου όγκου μεταφραστικών εργασιών.

2.1.5 Τιμολογιακή πολιτική και κερδοφορία

Οι τρέχουσες τιμές εμφανίζονται σταθερές, κυρίως λόγω του πολύ μεγάλου ανταγωνισμού. Παρόλα αυτά, τα κέρδη παρουσιάζονται ανωδικά, κάτι που οφείλεται στην αύξηση της ζήτησης.

2.1.6 Πελάτες

Οι υπηρεσίες της 'Technilingua' απευθύνονται μόνο σε επιχειρήσεις και οργανισμούς και όχι σε ιδιώτες ή μεμονωμένα άτομα. Ανάμεσα στους μεγάλους πελάτες της συγκαταλέγονται μεγάλες εταιρείες, οργανισμοί, Υπηρεσίες και ίες και Υπουργεία όπως η Kosmocar A.E., το Γενικό Επιτελείο Στρατού, η Hummel Hellas, η Daemmler Chrysler/ Mercedes Benz Hellas, το Υπουργείο Πολιτισμού, η Ευρωπαϊκή Ένωση, η ΔΕΗ, ο ΟΤΕ κ.α. Οι πελάτες της επιχείρησης δεν είχαν ποτέ παράπονα από τις υπηρεσίες της 'Technilingua'. Το Υπουργείο Πολιτισμού ωστόσο είχε εκφράσει την επιθυμία να παρέχει η εταιρεία ολοκληρωμένα πακέτα που να περιλαμβάνουν, εκτός από μετάφραση και σχεδιασμό φυλλαδίων, και εκτύπωσή τους, αλλά η εταιρεία δεν μπορεί αυτή τη στιγμή να εκτελέσει τέτοιου είδους έργα.

2.1.7 Χρηματοοικονομική κατάσταση επιχείρησης

Το έτος 2005 η 'Technilingua' εμφάνισε κύκλο εργασιών ύψους 400.000 € Τα καθαρά κέρδη της εταιρείας ανήλθαν σε 71500 €προ φόρων.

2.2 Οράματα και αποστολή επιχείρησης

2.2.1 Περιγραφή οραμάτων

Όραμα της 'Technilingua' είναι να μπορέσει να προσφέρει στους πελάτες της ό,τι επιθυμούν με απόλυτη ακρίβεια και υψηλή ποιότητα. Οι συνεργάτες της εταιρείας ενημερώνονται συνεχώς για τις εξελίξεις στον τομέα της πληροφορικής ώστε να μπορούν να κάνουν τη δουλειά των μεταφραστών όσο το δυνατόν ευκολότερη και να κρατήσουν τους πελάτες πλήρως ικανοποιημένους. Έτσι, φροντίζουμε οι μεταφραστές μας να εκπαιδεύονται μέσω σεμιναρίων για τα καινούρια μεταφραστικά προγράμματα και να τα εφαρμόζουν με απόλυτη επιτυχία.

2.2.2 Περιγραφή αποστολής

Η αποστολή της ‘Technilingua’ προέκυψε αφενός από τη διαπίστωση των ελλείψεων ιδεών στο χώρο και αφετέρου από τη διάθεσή μας να προσφέρουμε την όρεξη, την εμπειρία και την τεχνογνωσία μας στην υπηρεσία της ποιοτικής μετάφρασης. Οι μεταφράσεις μας γίνονται στη γλώσσα του αποδέκτη, οποιοσδήποτε κι αν είναι αυτός, χρήστης υπολογιστή, μηχανικός αυτοκινήτων, ιατρός ή αναγνώστης. Εμείς θα του μιλήσουμε στη γλώσσα του. Σκοπός μας είναι να βοηθήσουμε τον πελάτη να περάσει το μήνυμά του. Ένα μήνυμα στο οποίο αντικατοπτρίζεται το ενδιαφέρον και ο σεβασμός του για τον παραλήπτη του. Το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα είναι εξασφαλισμένο εφόσον δεν μεταφράζουμε απλά λέξη προς λέξη, αλλά εννοιολογικά, ωστόσο ποτέ εις βάρος της ακρίβειας.

2.2.3 Στόχοι επιχείρησης

Όπως προαναφέρθηκε, η επιχείρηση στοχεύει σε ένα μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς, σε στρατολόγηση περισσότερων μεταφραστών, εξειδικευμένων σε διάφορους τομείς, καθώς και σε προσέλκυση περισσότερων πελατών. Μακροπρόθεσμα, η ‘Technilingua’ επιθυμεί να διευρύνει τις δραστηριότητές της και να δραστηριοποιηθεί στο χώρο της εκτύπωσης αλλά και με την έκδοση κάποιου περιοδικού για τον κλάδο, αυτά όμως δεν αφορούν την πενταετία για την οποία εκπονείται το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΣ

3.1 Επωνυμία επιχείρησης

Η νομική επωνυμία της εταιρείας, όπως αναγράφεται στο καταστατικό της, είναι 'Technilingua' Γλωσσική Υποστήριξη Ε.Π.Ε. Η ονομασία αυτή προέκυψε από τον λατινικό όρο lingua, που σημαίνει «γλώσσα» και το πρόθεμα techni-, από την λέξη technical, που δηλώνει ότι κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης είναι η ενασχόληση (επιμέλεια και μετάφραση) με τεχνικά κείμενα οιασδήποτε γλώσσας.

3.2 Νομική μορφή επιχείρησης

Η εταιρεία 'Technilingua' είναι Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.) και μάλιστα μονοπρόσωπη, εφόσον η ιδιοκτησία ανήκει μόνο στην Α. Πετροπούλου και δεν υπάρχουν άλλοι συνεργάτες-ιδιοκτήτες ή μέτοχοι. Λόγω της μονοπροσωπίας η εταιρεία πραγματοποιεί τις Γενικές Συνελεύσεις της με τα στελέχη και τους συμβούλους της, παρουσία συμβολαιογράφου, όπως απαιτεί ο Νόμος Περί Εταιρειών 2000.

3.3 Τοποθεσία επιχείρησης

Η επιχείρηση εδρεύει στα όρια της πρωτεύουσας, στο Κάτω Χαλάνδρι, στην οδό Τριφυλίας 4β, ΤΚ 15231. Η έδρα της είναι ουσιαστικά ένα γραφείο 2 ορόφων, το οποίο στεγάζει την ιδιοκτήτρια και τα δύο στελέχη, καθώς και τους δύο υπεύθυνους των εργαζομένων και μια γραμματέα. Οι μεταφραστές δεν είναι αναγκαίο να προσέρχονται στο χώρο αυτό, καθώς μπορούν να εργαστούν στο σπίτι τους ή το δικό τους χώρο γενικά, παρόλα αυτά, υπάρχουν πάντα κάποιοι νέοι μεταφραστές που έρχονται για ένα μικρό χρονικό διάστημα, ώστε να μπορέσουν να εξοικιωθούν με τη φιλοσοφία και τον τρόπο εργασίας της εταιρείας.

3.4 Ομάδα διευθυντών (μάνατζμεντ)

Η διευθυντική μας ομάδα περιλαμβάνει έναν άντρα και δύο γυναίκες. Όπως προαναφέρθηκε, οι δραστηριότητες της εταιρείας είναι τέτοιες, που δεν απαιτείται πολυπληθής ομάδα στελεχών. Έτσι, το μάνατζμεντ αποτελείται από την Ιδιοκτήτρια και Υπεύθυνη του Μάρκετινγκ, η οποία πριν ιδρύσει την εταιρεία είχε εργαστεί ως Διευθύντρια Πωλήσεων στη διαφημιστική εταιρεία 'Sprint' A.E. για 7 χρόνια, τον Οικονομικό Διευθυντή, ο οποίος έχει να επιδείξει σημαντική πείρα, παρόλο το βραχύχρονο της παραμονής του ως εργαζόμενος στο Τμήμα Οικονομικών Υποθέσεων στην φαρμακευτική εταιρεία 'Pharmaceutics' A.E. και την Διευθύντρια Ανθρώπινου Δυναμικού, απόφοιτο του Πανεπιστημίου του Queen's, Ontario, Canada, όπου έκανε μεταπτυχιακές σπουδές στον συγκεκριμένο τομέα. Έχουν οριστεί επίσης οι δύο υπεύθυνοι για το συντονισμό των μεταφραστών και τις ανάγκες γραφιστικής αντίστοιχα.

Αναλυτικότερα, οι διευθυντές και τα άλλα βασικά στελέχη είναι οι εξής:

- * Α. Πετροπούλου, Διευθύντρια Μάρκετινγκ
- * Γ. Κωνσταντόπουλος, Οικονομικός Διευθυντής
- * Μ. Παπαδοπούλου, Διευθύντρια Ανθρωπίνου Δυναμικού
- * Ο. Βαρταλά, Υπεύθυνη Μεταφραστών
- * Ν. Δημητριάδης, Υπεύθυνος Γραφιστικής

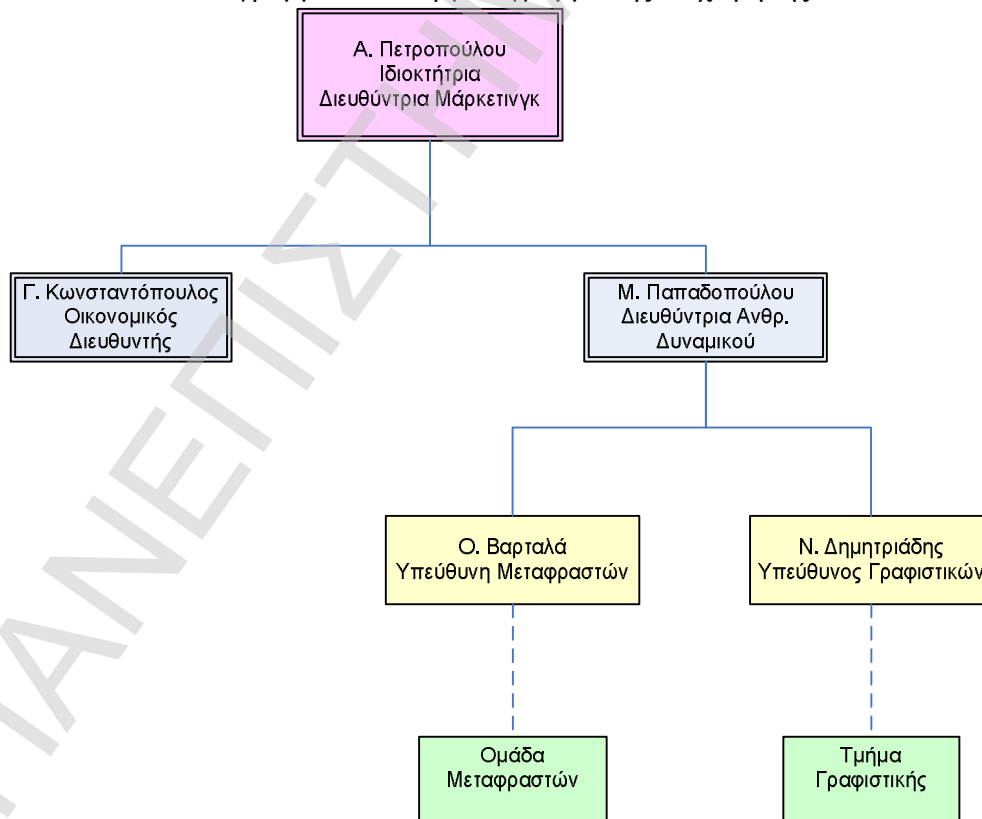
Από τα παραπάνω άτομα που αποτελούν το επιτελείο της εταιρείας, η κα. Α. Πετροπούλου είναι και η ιδρυτής και μοναδική ιδιοκτήτρια της εταιρείας.

Μέρος της φιλοσοφίας της 'Technilingua' είναι να βοηθήσει αλλά και να βοηθηθεί από νέους ανθρώπους, οι οποίοι έχουν να επιδείξουν μεγάλη δημιουργικότητα και θέληση για δουλειά, με αποτέλεσμα να αισθάνονται και οι ίδιοι την εταιρεία ως δικό τους κομμάτι. Γι' αυτό και το επιτελείο της επιχείρησης αποτελείται από νέους ανθρώπους, οι οποίοι έχουν αποδείξει την αξία τους και τις ικανότητές τους στις εργασίες που τους έχουν ανατεθεί.

Στο παράρτημα του επιχειρηματικού σχεδίου επισυνάπτονται τα βιογραφικά σημειώματα της Ιδιοκτήτριας, αλλά και των άλλων δυο Διευθυντών. Ακολουθεί το οργανόγραμμα λειτουργίας της επιχείρησης.

3.5 Οργανόγραμμα

Διάγραμμα 3.1 – Οργανόγραμμα της επιχείρησης



3.6 Στρατηγικές συμμαχίες

Η εταιρεία 'Technilingua' έχει αναπτύξει ορισμένες πολύ σπουδαίες σχέσεις με σημαντικές εταιρείες στον κλάδο των Υπηρεσιών προς Επιχειρήσεις και συγκεκριμένα στην κατηγορία της Γλωσσικής Υποστήριξης. Παρακάτω δίδεται ένας κατάλογος των σχέσεων που έχουν αναπτυχθεί και αφορούν συμφωνίες για κοινό μάρκετινγκ, αλλά και σχέσεις «αναπλήρωσης», σε περίπτωση που κάποια από τις συνεργαζόμενες εταιρείες δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν σε κάποια είδη κειμένων.

1. Πατρικής Ε.Π.Ε. Η εταιρεία αυτή δραστηριοποιείται στο χώρο των Υπηρεσιών προς Επιχειρήσεις και αναλαμβάνει να κάνει προσφορές και να βρίσκει εταιρείες που θα μπορούν να διεκπεραιώνουν έργα που απαιτεί ο Δημόσιος Τομέας. Η 'Technilingua' έχει συνάψει συμφωνία, ώστε να είναι η ίδια η εταιρεία που θα αναλαμβάνει να φέρει σε πέρας μεταφραστικές δουλειές που θα κερδίζει στους διαγωνισμούς του Δημοσίου η Πατρικής Ε.Π.Ε.
2. Hellenic Translations SA. Η μεταφραστική αυτή επιχείρηση δραστηριοποιείται στις Βρυξέλλες και αποτελεί μεσάζοντα μεταξύ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της εταιρείας 'Technilingua'. Οι ίδιοι δεν έχουν την δυνατότητα να πραγματοποιήσουν μεταφράσεις στα ελληνικά, γι' αυτό και απευθύνονται στην εταιρεία για τα επίσημα κείμενα της Ευρωπαϊκής Ένωσης που απαιτούν μετάφραση σε γλώσσες χωρών, κυρίως των Βαλκανίων.
3. Commitment O.E. Η εταιρεία αυτή δραστηριοποιείται επίσης στα πλαίσια των Αθηνών και πραγματοποιεί κυρίως λογοτεχνικές και ιατρικές μεταφράσεις. Η 'Technilingua' διαθέτει μόνο έναν μεταφραστή για κάθε ένα από τα προαναφερθέντα είδη κειμένων, γι' αυτό και σε περίπτωση μεγάλου όγκου τέτοιων εργασιών, απευθύνεται στην Commitment, για να αναπληρώσει τα κενά αυτά. Αντιστοίχως η τελευταία έχει προσφέρει εργασίες στην 'Technilingua' που αφορούν μηχανολογικά κείμενα αρκετές φορές, κάτι που την καθιστά μια πολύτιμη στρατηγική σύμμαχο.

3.7 Σύμβουλοι επιχείρησης

Στην ομάδα της εταιρείας συγκαταλέγονται, φυσικά, και οι σύμβουλοι για νομικά και λογιστικά θέματα, οι οποίοι είναι οι εξής: Νομική Σύμβουλος, εξωτερική συνεργάτις, η κα. Φ. Θωμάκου και Λογιστής ο κος. Δ. Παπαδόπουλος. Ο τελευταίος ασχολείται μόνον με τα λογιστικά θέματα της εταιρείας, για όλα τα υπόλοιπα είναι υπεύθυνος ο Οικονομικός Διευθυντής. Η κα. Θωμάκου ασχολείται εκτός από τα νομικά θέματα της επιχείρησης και με την επικύρωση επισήμων μεταφράσεων. Τέλος, η εταιρεία συνεργάζεται, όποτε υπάρχει ανάγκη με τον κο. Ν. Βαλατσό, ο οποίος είναι τεχνικός Η/Υ και έχει αναλάβει τη συντήρηση του τεχνολογικού εξοπλισμού της εταιρείας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

4.1 Τάσεις του κλάδου

Πριν ξεκινήσει η ανάλυση, πρέπει να τονιστεί ότι ο κλάδος στον οποίο υπάρχουν οι μεταφραστικές υπηρεσίες είναι οι 'Υπηρεσίες προς Επιχειρήσεις'. Παρόλα αυτά, στο παρόν σχέδιο θα γίνει αναφορά μόνο στις μεταφραστικές εταιρείες, ενώ συνολικά για τον κλάδο θα δοθούν οικονομικά στοιχεία.

Η χρησιμότητα των μεταφραστικών υπηρεσιών είναι κάτι που μπορεί να αποδειχτεί μέσα από το γρήγορο ρυθμό ανάπτυξης των εταιρειών που προσφέρουν μεταφραστικές υπηρεσίες τα τελευταία χρόνια. Διάφορες μελέτες δείχνουν ότι για το έτος 2004 και μόνο, ο κύκλος εργασιών από μεταφραστικές επιχειρήσεις και μεμονωμένους μεταφραστές σε όλη την Ελλάδα, συμπεριλαμβανομένης μιας εκτίμησης της «μαύρης εργασίας», άγγιξε σχεδόν το 500 εκ.€ με κάποια διαφορά λιγοστών εκατομμυρίων € από το 2003 (πηγή: Ωμέγα Bank).

4.1.1 Ιστορική εξέλιξη του κλάδου και της υπηρεσίας

Η αναγκαιότητα ανθρώπων που να γνωρίζουν παραπάνω από μια γλώσσες είναι κάτι που έχει αποδειχτεί ουκ ολίγες φορές στην ιστορία του κόσμου μας. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι ήδη από την αρχαιότητα η γλωσσομάθεια ήταν γνώρισμα των ναυτικών και των εμπόρων, οι οποίοι χρειάζονταν τις γνώσεις αυτές για να μπορέσουν να επεκταθούν εμπορικά με οικονομικά οφέλη. Στις εποχές των πολέμων της νεώτερης ιστορίας υπήρχε πάντα κάποιος που μπορούσε να συνεννοηθεί στη γλώσσα του αντιπάλου, ενώ οι σωστές μεταφραστικές υπηρεσίες αποδείχτηκαν το χρησιμότερο εργαλείο για τους ενασχολούμενους με την εξωτερική πολιτική και τις διπλωματικές σχέσεις, ιδιαίτερα την εποχή του Ψυχρού Πολέμου.

Συγκεκριμένα για τον Ελλαδικό χώρο, η αναγκαιότητα για ανάπτυξη επιχειρήσεων που να προσφέρουν μεταφραστικές υπηρεσίες έγινε επιτακτική, όταν το 1951 η Ελλάδα προσχώρησε, παράλληλα με την Τουρκία, στο NATO, και φυσικά όταν το 1981, υπογραφή η εκκίνηση των διαδικασιών για προσχώρηση της Ελλάδας στην τότε Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (ΕΟΚ) και τη σημερινή πλέον Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ).

Η μετάφραση έχει επανειλημμένα αποδειχτεί ένα από τα χρησιμότερα εργαλεία στις διακρατικές εμπορικές και οικονομικές συμφωνίες, ενώ στην Ελλάδα η ζήτηση για ακριβέστερες μεταφράσεις και σε γλώσσες μη ευρωπαϊκές ολοένα και αυξάνεται, καθώς προϊόντα από αναπτυσσόμενες χώρες εισχωρούν στην ελληνική αγορά. Παραδείγματος χάριν και ενδεικτικά αναφέρουμε ως ορόσημο στην εισαγωγή μεταφραστικών υπηρεσιών για κινέζικα την σύναψη εμπορικών σχέσεων της Κοινότητας με την Κίνα στις 26 Οκτωβρίου 1984.

Σήμερα, οι μεταφραστικές επιχειρήσεις, όπως και η έρευνα και η τεχνολογία που αφορούν μεταφράσεις και διερμηνεία αναπτύσσονται ραγδαία, ώστε να ανεβαίνει συνεχώς το επίπεδο της ποιότητας στις προσφερόμενες υπηρεσίες. Παρακάτω θα αναλυθεί διεξοδικότερα η οικονομική ανάπτυξη του κλάδου στην παρούσα φάση και οι μελλοντικές προβλέψεις για την πορεία του.

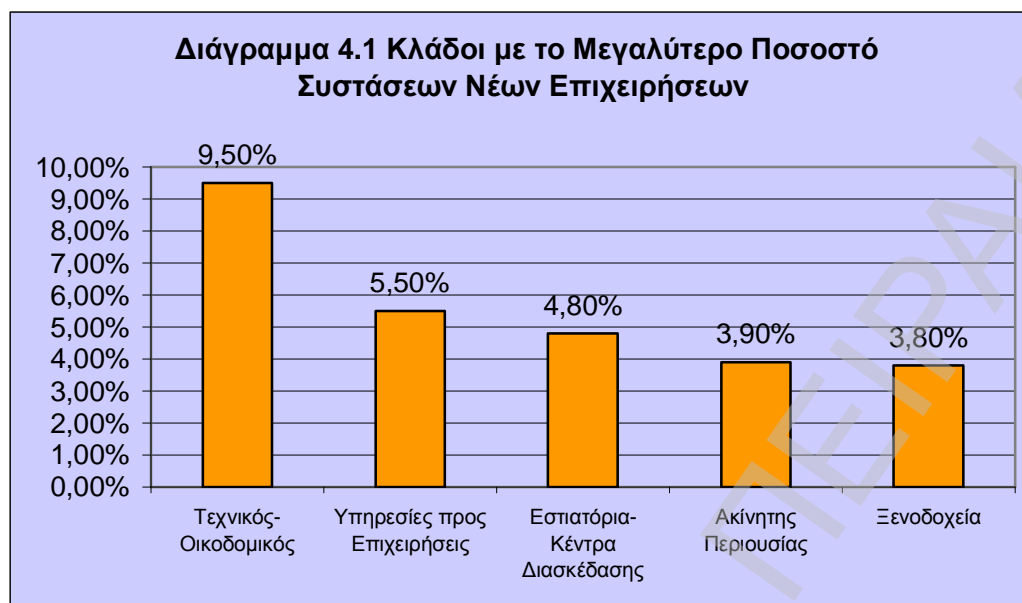
4.1.2 Παρούσα κατάσταση του κλάδου και της υπηρεσίας

4.1.2.1 Ανάλυση ενοποιημένου ισολογισμού

Όπως έχει αναφερθεί οι μεταφραστικές επιχειρήσεις ανήκουν στον κλάδο των Υπηρεσιών προς επιχειρήσεις. Στον κλάδο αυτό δεν ανήκουν μόνο οι εταιρείες παροχής υπηρεσιών μετάφρασης και γενικότερα γλωσσικής υποστήριξης, αλλά και άλλες που δεν έχουν να κάνουν με αυτό τον τομέα. Παρόλα αυτά η παρούσα κατάσταση του κλάδου θα αναλυθεί, λαμβάνοντας πάντα υπόψη, ότι δεν αφορά αμιγώς τις μεταφραστικές επιχειρήσεις.

Ο συγκεκριμένος κλάδος εμφανίζεται ιδιαίτερα δυναμικός με μεγάλη κινητικότητα αφού κάθε χρόνο ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων εισέρχεται στον κλάδο αυτό, ενώ ένας άλλος παύει την λειτουργία του. Σύμφωνα με την μελέτη της ICAP για τη νέα επιχειρηματική δραστηριότητα, που δημοσιεύτηκε τον Ιούνιο του 2004, από το 1999-2003 ιδρύθηκαν 24.681 νέες επιχειρήσεις στην Ελληνική οικονομία εκ των οποίων 22.913 συνέχιζαν την λειτουργία τους έως και τον Δεκέμβριο του 2003. Το 46,4% των 22.913 νεοσύστατων επιχειρήσεων δραστηριοποιήθηκε στον ευρύτερο κλάδο των υπηρεσιών (πλην του τουρισμού ο οποίος απέσπασε το 7,2% των νεοσύστατων επιχειρήσεων). Για την ίδια περίοδο (1999-2003) οι συνολικές διαλύσεις επιχειρήσεων ανήλθαν σε 9.685 εκ των οποίων οι 3.680 αφορούσαν επιχειρήσεις του ευρύτερου κλάδου των υπηρεσιών (πλην του τουρισμού).

Σύμφωνα πάντα με ίδια μελέτη της ICAP, για την περίοδο 1999-2003 οι πέντε κλάδοι που εμφάνισαν το μεγαλύτερο αριθμό νέων συστάσεων επιχειρήσεων (η μελέτη αφορούσε νεοσύστατες Ανώνυμες Επιχειρήσεις και Επιχειρήσεις Περιορισμένης Ευθύνης) είναι αυτοί που παρουσιάζονται στο διάγραμμα που ακολουθεί.



Σύμφωνα με τα στοιχεία αυτά, το 9,5% των νέων επιχειρήσεων που δημιουργήθηκαν την περίοδο 1999-2003 αφορούσε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνταν στον κλάδο των τεχνικών-οικοδομικών εταιριών ενώ το 5,5% των νέων επιχειρήσεων που συστάθηκαν δραστηριοποιήθηκαν στον κλάδο των υπηρεσιών προς επιχειρήσεις. Η περιοχή της Αττικής συγκεντρώνει το 59,8% των νέων επιχειρήσεων του κλάδου.

Στον πίνακα που ακολουθεί έχουμε παραθέσει μερικούς βασικούς λογαριασμούς του ενοποιημένου ισολογισμού του κλάδου σύμφωνα με την μορφή της ανάλυσης δεικτών, η οποία εκφράζει τα στοιχεία των διαδοχικών ισολογισμών ως ποσοστό των αντίστοιχων στοιχείων του αρχικού ισολογισμού (2002) ο οποίος εκλαμβάνεται ως ισολογισμός βάσης. Επίσης εμφανίζονται και τα ποσοστά των ετήσιων μεταβολών (στο παράρτημα Β παρατίθεται ο ενοποιημένος ισολογισμός του κλάδου για την τριετία 2002-2004).

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΜΕ ΒΑΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ (INDEX ANALYSIS)					
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ	ΧΡΗΣΕΙΣ			ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ (%)	
	2004	2003	2002	2003-2004	2002-2003
ΑΠΑΙΤ. ΠΕΛΑΤΩΝ - ΓΡΑΜΜ. ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	113,47	114,61	100,00	-1,00%	14,61%
ΤΑΜΕΙΟ-ΤΡΑΠΕΖΕΣ	120,79	111,09	100,00	8,74%	11,09%
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	113,79	87,19	100,00	30,51%	-12,81%
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	101,89	114,04	100,00	-10,66%	14,04%
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	90,90	134,15	100,00	-32,24%	34,15%
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	138,33	123,93	100,00	11,62%	23,93%

Με βάση τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι οι απαιτήσεις που έχουν οι επιχειρήσεις του κλάδου από τους πελάτες τους αυξάνουν (οριακή μείωση για το 2004). Όπως θα δούμε και παρακάτω η αύξηση των πωλήσεων δικαιολογεί, μέχρι ενός σημείου, αυτή την αύξηση αφού χαρακτηριστικό των εταιριών του χώρου της μετάφρασης είναι ο

υψηλός όγκος απαιτήσεων που έχουν εξαιτίας του τρόπου πληρωμής. Επίσης τα διαθέσιμα εμφανίζονται να έχουν μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης περίπου 10% ετησίως. Οι μεσομακροπρόθεσμες υποχρεώσεις εμφανίζουν έντονη μεταβλητότητα. Αφού σημείωσαν πτώση 12,81% το 2003 σε σχέση με το 2001, την επόμενη χρονιά (2004) αυξήθηκαν κατά 30,51%. Αυξομείωση εμφανίζει και το σύνολο των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων με αποτέλεσμα το 2004 οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις να αγγίζουν τα επίπεδα του 2002.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΜΕ ΒΑΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ (COMMON SIZE ANALYSIS)			
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ	ΧΡΗΣΕΙΣ		
	2004	2003	2002
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ - ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	13,95%	15,49%	14,59%
ΤΑΜΕΙΟ-ΤΡΑΠΕΖΕΣ	15,01%	15,18%	14,74%
ΜΕΣΟΜΑΚΡ.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	18,17%	15,27%	18,90%
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	25,21%	30,95%	29,28%
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	5,90%	9,54%	7,68%
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	8,55%	8,39%	7,31%

Στον παραπάνω πίνακα έχουμε παραθέσει τα ίδια στοιχεία του ισολογισμού όπως και στον προηγούμενο ακολουθώντας αυτή τη φορά την ανάλυση κοινού μεγέθους όπου κάθε στοιχείο του ενεργητικού εκφράζεται ως ποσοστό του συνόλου του ενεργητικού και κάθε στοιχείο του παθητικού ως ποσοστό του συνόλου του παθητικού. Οι απαιτήσεις των πελατών αντιπροσωπεύουν καθόλη τη διάρκεια της τριετίας ποσοστό μεταξύ 13,98%-15,49% του συνόλου του παθητικού. Συνολικά οι απαιτήσεις το 2004 αντιπροσωπεύουν το 20,64% της αξίας του συνόλου του ενεργητικού (βλ. Παράρτημα Β) ενώ το ταμείο το 15,01%. Το πάγιο αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο ποσοστό της αξίας του ενεργητικού σημειώνοντας μάλιστα αύξηση καθόλη τη διάρκεια της τριετίας, αύξηση που οφείλεται κατά κύριο λόγο στη ραγδαία αύξηση των συμμετοχών από €ιδις το 2002 σε σχεδόν €ιδις το 2004. Τα ίδια κεφάλαια των επιχειρήσεων του κλάδου αντιπροσωπεύουν πάνω από το 50% του παθητικού και είναι ικανά να καλύψουν το μεγαλύτερο μέρος των παγίων. Οι μεσομακροπρόθεσμες υποχρεώσεις εμφανίζεται να παραμένουν στα ίδια επίπεδα συμμετοχής ενώ μειώνεται το επίπεδο συμμετοχής των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων.

Τέλος θα παρουσιάσουμε την ανάλυση των αποτελεσμάτων χρήσης για τα έτη 2002-2004 χρησιμοποιώντας τις ίδιες μεθόδους ανάλυσης όπως και προηγουμένως.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ				ΕΤΗΣΙΟΣ ΡΥΘΜΟΣ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ	
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ	2004	2003	2002	2003-2004	2002-2003
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	112,05	106,15	100,00	5,56%	6,15%
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	113,46	106,90	100,00	6,14%	6,90%
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	110,40	104,26	100,00	5,89%	4,26%

ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	121,43	117,79	100,00	3,10%	17,79%
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	122,51	126,55	100,00	-3,19%	26,55%
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	112,37	104,47	100,00	7,56%	4,47%
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	110,00	114,49	100,00	-3,92%	14,49%
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	121,72	101,37	100,00	20,07%	1,37%
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	116,72	93,43	100,00	24,93%	-6,57%
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	85,15	102,79	100,00	-17,16%	2,79%
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	85,91	86,19	100,00	-0,32%	-13,81%
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	87,25	85,09	100,00	2,53%	-14,91%
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	111,99	116,06	100,00	-3,51%	16,06%

Οι πωλήσεις του κλάδου παρουσιάζουν αύξηση της τάξεως 6% περίπου ετησίως (6,15% αύξηση το 2003 και 5,55% το 2004). Ετήσια αύξηση με μέσο ρυθμό %6,5 παρουσιάζει και το κόστος πωληθέντων. Τα κέρδη προ φόρων αν και παρουσιάζουν μια μικρή μείωση το 2004 έχουν αυξηθεί σε σχέση με το 2002 κατά 12% περίπου.

Τέλος, στον παρακάτω πίνακα, παρουσιάζονται τα αποτελέσματα χρήσης της περιόδου 2002-2004 με τη μέθοδο της ανάλυσης κοινού μεγέθους. Παρατηρούμε ότι το κόστος πωληθέντων πλησιάζει το 69%-70% του όγκου των πωλήσεων παραμένοντας σταθερό σε όλη τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Τα λοιπά λειτουργικά έξοδα αντιπροσωπεύουν ένα υψηλό ποσοστό του όγκου των ετήσιων πωλήσεων (30% περίπου του όγκου των ετήσιων πωλήσεων και στα τρία έτη). Τα κέρδη προ φόρων αντιπροσωπεύουν το 7,00% - 7,50% περίπου του συνολικού όγκου των πωλήσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ			
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ	2004	2003	2002
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	100,00%	100,00%	100,00%
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	69,78%	69,40%	68,91%
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	30,55%	30,46%	31,01%
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	7,61%	7,79%	7,02%
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	1,04%	1,13%	0,95%
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	30,56%	29,99%	30,47%
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	6,64%	7,29%	6,76%
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	2,26%	1,98%	2,08%
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	1,82%	1,54%	1,75%
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0,15%	0,19%	0,20%
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	4,37%	4,63%	5,70%
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	4,19%	4,31%	5,38%
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	6,94%	7,59%	6,95%

4.1.2.2 Ανάλυση δεικτών

Στο παράρτημα Β παρατίθεται ο πίνακας με τους βασικότερους χρηματοοικονομικούς δείκτες που μας βοηθούν προκειμένου να εξετάσουμε την κατάσταση του κλάδου.

Ο δείκτης της συνολικής αποδοτικότητας, δηλαδή η ικανότητα του κλάδου να πραγματοποιεί κέρδη, κυμαίνεται σε σχετικά χαμηλά επίπεδα αν και από το 2002 παρουσιάζει αύξηση (11,58% το 2004 έναντι 9,12% το 2002). Ο δείκτης του μεικτού περιθωρίου κέρδους κυμαίνεται μεταξύ 7,89%-8,72% ενώ του καθαρού περιθωρίου μεταξύ 6,94%-7,59%. Παρόλο που για το σύνολο του κλάδου, οι δείκτες αυτοί είναι χαμηλοί, δεν ισχύει το ίδιο για τις εταιρείες παροχής υπηρεσιών μετάφρασης προς επιχειρήσεις, όπου οι αντίστοιχοι δείκτες βρίσκονται περίπου στο 35% για το μικτό περιθώριο και στο 30% για το καθαρό περιθώριο, εφόσον οι επιχειρήσεις αυτές δεν έχουν υψηλά λειτουργικά έξοδα και μη λειτουργικές ροές. Εξετάζοντας τους δείκτες της κυκλοφοριακής ταχύτητας βλέπουμε ότι η κυκλοφοριακή ταχύτητα του ενεργητικού αυξάνει από το 2002 και έπειτα, γεγονός που δείχνει την εντατικότερη εκμετάλλευση στοιχείων του ενεργητικού, προκειμένου να αυξηθούν οι πωλήσεις. Η κυκλοφοριακή ταχύτητα του κυκλοφορούντος ενεργητικού, παρ' ότι είναι μικρότερη της μονάδος καθόλη τη διάρκεια της τριετίας, βαίνει και αυτή αύξουσα. Η συχνότητα ανανέωσης των απαιτήσεων είναι σταθερή και πάνω από 2 και για τα τρία έτη. Ο σχετικά χαμηλός δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας των απαιτήσεων δείχνει μια σε γενικές γραμμές χαλαρή πολιτική πιστώσεων που επικρατεί στον κλάδο, πράγμα που ισχύει και για τις μεταφραστικές επιχειρήσεις. Η κυκλοφοριακή ταχύτητα των διαθεσίμων κυμαίνεται πάνω από 2 γεγονός που μπορεί να μας οδηγήσει στο συμπέρασμα ότι ορισμένες επιχειρήσεις του κλάδου δεν εισπράττουν ικανοποιητικά μέσα στο χρόνο.

Η αποδοτικότητα των ιδίων κεφαλαίων κυμαίνεται μεταξύ του 4%-5% περίπου, ενώ η μέση διάρκεια είσπραξης των απαιτήσεων είναι μεταξύ 5 και 5,5 μηνών γεγονός που επιβεβαιώνει την υιοθέτηση μιας πιο χαλαρής πολιτικής από τον κλάδο έναντι των πελατών. Συγκεκριμένα, για τις μεταφραστικές επιχειρήσεις του κλάδου το μέσο χρονικό διάστημα είσπραξης των απαιτήσεων αγγίζει τις 120 μέρες. Οι δείκτες ρευστότητας είναι σταθερά πάνω από τη μονάδα, ειδικότερα ο δείκτης της τρέχουσας ρευστότητας είναι μεγαλύτερος από 1,5 (με εξαίρεση το 2003) ενώ της άμεσης σταθερά πάνω από 1. Αυτό αποτελεί μια ένδειξη ότι ο κλάδος στο σύνολο του μπορεί να καλύψει ικανοποιητικά τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις. Τέλος, η δανειακή επιβάρυνση βαίνει μειούμενη από το 2002 αλλά παραμένει σε υψηλά επίπεδα (78% το 2004). Στο σημείο αυτό να υπενθυμίσουμε ότι τα στοιχεία του κλάδου αφορούν όχι μόνο μεταφραστικές επιχειρήσεις αλλά κάθε φύσεως επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες προς άλλες επιχειρήσεις.

4.1.3 Μελλοντικές προβλέψεις

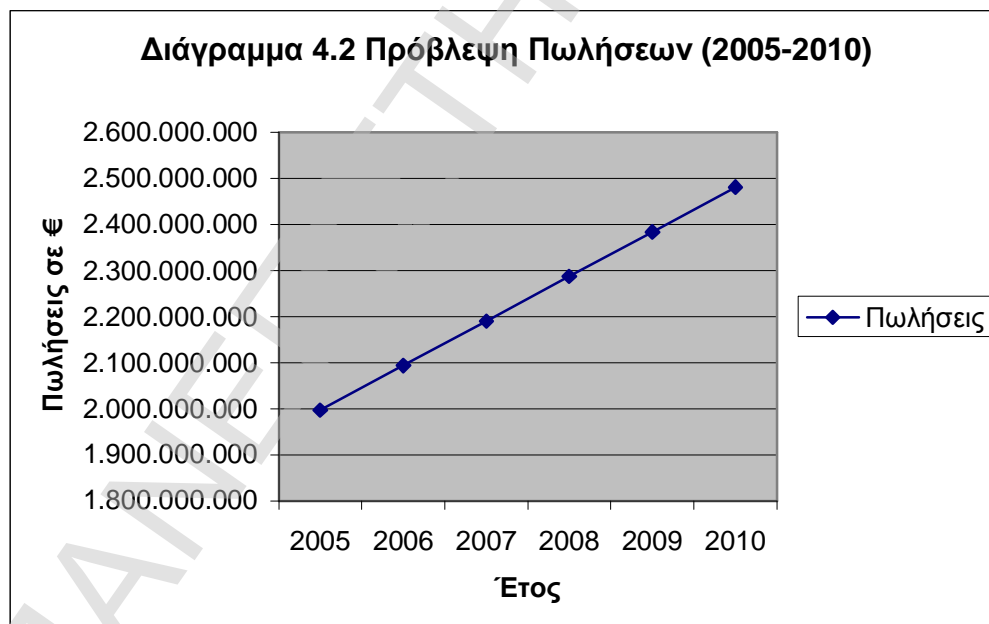
Στο τμήμα αυτό θα προσπαθήσουμε να προβλέψουμε την εξέλιξη των συνολικών πωλήσεων του κλάδου. Στον πίνακα που ακολουθεί βλέπουμε τις πωλήσεις για τα έτη 2000-2004. Να σημειώσουμε ότι για τα έτη 2000 και 2001 δεν έχουμε επίσημα στοιχεία

αλλά σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της αγοράς οι πωλήσεις κυμάνθηκαν για το 2000 στα €1,5δισ περίπου και το 2001 στα €1,6δισ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.5 Πωλήσεις Επιχειρήσεων του Κλάδου (2000-2004)	
Έτος	Πωλήσεις
2000	1.512.478.125
2001	1.601.428.104
2002	1.695.635.114
2003	1.799.844.456
2004	1.899.981.884
Ποσά: σε € Πηγή: Ωμέγα Bank	
ΠΙΝΑΚΑΣ 4.6 Πρόβλεψη Πωλήσεων (2005-2010)	
2005	1.996.860.000
2006	2.093.730.000
2007	2.190.610.000
2008	2.287.490.000
2009	2.384.360.000
2010	2.481.240.000
Ποσά:σε €	

Χρησιμοποιώντας την μέθοδο της προβολής της τάσης (με τη χρήση του στατιστικού πακέτου Statgraphics 5.1) μπορούμε να πάρουμε μια γενική εικόνα για την εξέλιξη των πωλήσεων για την επόμενη εξαετία (2005-2010). Έτσι, σύμφωνα με τον πίνακα, οι πωλήσεις θα ανέλθουν μεταξύ των €2δισ (το 2005) και €2,5δισ (το 2010) περίπου παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 4,4% περίπου.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί μπορούμε να δούμε την εξέλιξη των πωλήσεων από το 2005 μέχρι και το 2010. Όπως γίνεται φανερό και από το διάγραμμα οι πωλήσεις παρουσιάζουν ανοδική τάση (μέχρι το 2004) οπότε και οι μελλοντικές πωλήσεις φαίνεται να αυξάνουν επίσης.



4.1.4 Κατάσταση κλάδου

Ως συμπέρασμα από τα προηγούμενα δυο υποκεφάλαια, η κατάσταση του κλάδου φαίνεται να είναι ανοδική με σταθερό ρυθμό, ενώ όπως θα παρατηρηθεί και παρακάτω, η ζήτηση αναμένεται να αυξηθεί, επίσης με σταθερό ρυθμό.

4.1.5 Κοινωνικές τάσεις ή προτιμήσεις που επηρεάζουν τον κλάδο

Η ανοδική μελλοντική τάση στον κλάδο, και ιδιαίτερα στο κομμάτι που επηρεάζει και την 'Technilingua', δηλαδή τις τεχνικές μεταφράσεις, επηρεάζεται κυρίως από παράγοντες της εξωτερικής πολιτικής. Διακρίνονται όμως και κάποιες κοινωνικές τάσεις που παίζουν ρόλο στην αύξηση της ζήτησης για μεταφράσεις.

Τα τελευταία χρόνια, και λόγω της αύξησης των τιμών βασικών και δευτερευόντων προϊόντων, παρατηρείται μια στροφή προς τα προϊόντα που προέρχονται από χώρες αναπτυσσόμενες και με φτηνό εργατικό δυναμικό, που κοστίζουν λιγότερο. Έτσι, βλέπουμε να γίνεται διείσδυση στην ελληνική αγορά από κινέζικα προϊόντα παντός τύπου, από ρουχισμό μέχρι αυτοκίνητα. Για να μπορέσουν τα προϊόντα αυτά να γίνουν αποδεκτά από τον Έλληνα καταναλωτή, πρέπει οι προδιαγραφές τους, τουλάχιστον των ηλεκτρικών συσκευών και των οχημάτων, να είναι στη ελληνική γλώσσα, αλλά και των υπολοίπων κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι ελληνικές μεταφραστικές επιχειρήσεις, προσφέροντας χαμηλότερες τιμές από τους συναδέλφους τους στο εξωτερικό, έχουν καταφέρει να κλείσουν δουλειές με τις κινέζικες βιομηχανίες αυτοκινήτων και τις επιχειρήσεις παραγωγής ηλεκτρικών συσκευών, για μετάφραση των εγχειριδίων και των πιστοποιητικών εγγύησης όχι μόνο στην ελληνική αλλά και στις υπόλοιπες βασικές ευρωπαϊκές γλώσσες, όπως είναι τα Αγγλικά, τα Γερμανικά, τα Γαλλικά και τα Ισπανικά. Οι συμφωνίες αυτές προσφέρουν ήδη στον κλάδο ετήσιο όγκο προς μετάφραση περί τις 100.000 σελίδες, το οποίο μπορεί να μεταφραστεί σε τουλάχιστον 70.000€. Ο όγκος αυτός αναμένεται να αυξηθεί μέσα στα επόμενα 5 χρόνια έως και 200%, αυξάνοντας άλλο τόσο και τις πωλήσεις.

4.1.6 Αναγνώριση ευκαιριών στον κλάδο

Όπως προαναφέρθηκε, η ανοδική μελλοντική τάση στον κλάδο και συγκεκριμένα στον τομέα των τεχνικών μεταφράσεων, επηρεάζεται κυρίως από την εξωτερική πολιτική και τα δρώμενα στην Ευρωπαϊκή Ένωση, καθώς και από τις διακρατικές εμπορικές συμφωνίες και τις δραστηριότητες ξένων επιχειρήσεων και επενδυτών στη χώρα μας. Έτσι, είναι φυσιολογικό ότι στην παρούσα ζήτηση που υπάρχει για μεταφράσεις σε γλώσσες των χωρών-μελών της ΕΕ, θα προστεθεί και η ζήτηση για τις γλώσσες των νεοεισερχομένων κρατών, όπως είναι οι Βαλτικές, η Πολωνία και η Μάλτα. Εώς το 2010 θα προστεθούν επίσης και τα βουλγαρικά και τα ρουμανικά, ως γλώσσες που θα αποφέρουν σημαντικό κέρδος στις επιχειρήσεις γλωσσικής υποστήριξης. Στο σημείο αυτό πρέπει να τονιστεί ότι ο όγκος δουλειάς που καταφτάνει από τα Όργανα της ΕΕ είναι πηγή εσόδων για το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων που έχουν ως κύρια δραστηριότητα τις τεχνικές μεταφράσεις, δημιουργώντας ετήσιο συνολικό τζίρο περίπου

100 εκ.€ ο οποίος αναμένεται να αυξηθεί, και γι' αυτό και η ΕΕ, επηρεάζει τόσο σημαντικά την εξέλιξη του κλάδου.

Από εμπορικής άποψης, εκτός από την εισαγωγή κινέζικων προϊόντων αναμένεται εάν επιχειρήσεις από την Ιαπωνία ενδιαφέρονται να εξάγουν τα προϊόντα τους ή οι Ιάπωνες καταναλωτές ενδιαφέρονται για εισαγωγή ελληνικών προϊόντων, αύξηση του όγκου δουλειάς και συνεπώς των πωλήσεων.

4.2 Η υπηρεσία

4.2.1 Περιγραφή υπηρεσίας

Οι υπηρεσίες γλωσσικής υποστηρίξης χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες:

1. Μετάφραση
 - α. Λογοτεχνικών κειμένων
 - β. Τεχνικών κειμένων
2. Διερμηνεία
3. Υποτιτλισμός
4. Μεταγλώττιση

Κάθε μια από τις παραπάνω κατηγορίες έχει τα δικά της χαρακτηριστικά και διαφορές. Η λογοτεχνική μετάφραση συνίσταται στην απόδοση λογοτεχνικού κειμένου σε μια άλλη γλώσσα, συνήθως σε αυτήν στην οποία σκοπεύει να πουληθεί το λογοτεχνικό δημιούργημα. Οι μεταφράσεις αυτές απαιτούν ιδιαίτερο ύφος και περίτεχνες εκφράσεις για να μπορεί να αποδοθεί το νόημα καλύτερα, γι' αυτό και ονομάζονται αλλιώς «ελεύθερες» μεταφράσεις. Αντίθετα, οι τεχνικές μεταφράσεις αφορούν κείμενα τεχνικού, επιστημονικού ή ακαδημαϊκού περιεχομένου, που απαιτούν καλή γνώση της ορολογίας, με σχετικά όμως λιτό και ευθύ λόγο, εφόσον το περιεχόμενο είναι ήδη περίπλοκο από μόνο του. Οι τελευταίες είναι και οι λεγόμενες «ακριβείς» μεταφράσεις.

Η διερμηνεία συνίσταται στην επί τόπου λεκτική μετάφραση λεγομένων. Σε αυτή την περίπτωση απαιτείται εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, ικανό να μπορεί να αποδώσει με ακρίβεια και ταχύτητα τα λόγια του ομιλητή σε διάφορες γλώσσες και τομείς. Κοστολογικά, η διερμηνεία είναι η πιο ακριβή υπηρεσία, εφόσον το κόστος για έναν διερμηνέα για μια ώρα στις κοινές γλώσσες (Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά, Ισπανικά) είναι μ.ο. 400€ Στην Ελλάδα, οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με διερμηνεία είναι περίπου δέκα (10) και η δραστηριότητα αυτή είναι η κύρια τους. Αιτία για την τόσο μικρή ανάπτυξη αυτού του τομέα είναι αφενός η μικρή σχετικά ζήτηση που υπάρχει για διερμηνεία στη χώρα μας, και αφετέρου η έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού, εφόσον ο μοναδικός εκπαιδευτικός οργανισμός που ασχολείται με την εκμάθηση της τέχνης της διερμηνείας είναι το Ιόνιο Πανεπιστήμιο της Κέρκυρας, που έχει 20 απόφοιτους διερμηνείς ανά έτος. Ένας άλλος λόγος για την ύπαρξη μικρού αριθμού επιχειρήσεων διερμηνείας είναι ότι οι τελευταίες μπορούν να απασχοληθούν μόνο με ιδιωτικούς φορείς, εφόσον ο Δημόσιος Τομέας διαθέτει τους δικούς του διερμηνείς.

Ο υποτιτλισμός συνίσταται στην μετάφραση κινηματογραφικών έργων και τηλεοπτικών προγραμμάτων μέσω της αποτύπωσης υποτίτλων που συμπίπτουν με τα λεγόμενα που διαδραματίζονται στην ταινία ή σειρά. Οι εταιρείες που πραγματοποιούν υποτιτλισμό στην Ελλάδα είναι δυο, εκ των οποίων η μία είναι ενσωματωμένη στην Ελληνική Ραδιοτηλεόραση και η άλλη είναι ιδιωτική. Αυτές οι δυο εταιρείες κατέχουν το συνολικό μερίδιο της αγοράς στον συγκεκριμένο τομέα. Αυτό οφείλεται στο ότι καταρχήν η τεχνολογία που απαιτείται είναι ακριβή και απαιτεί πολυδάπανη εκπαίδευση των ανθρώπων που θα ασχοληθούν με τον υποτιτλισμό, ενώ επιπλέον οι συμφωνίες που έχουν συνάψει αυτές οι επιχειρήσεις με τις εταιρείες διανομής κινηματογραφικών και τηλεοπτικών θεαμάτων τις φέρνουν σε σχέση ισχύος και δεν επιτρέπουν ουσιαστικά τη δημιουργία νέων εταιρειών σε αυτό το είδος.

Η μεταγλώττιση, η οποία συνίσταται στην λεκτική αποτύπωση πάνω στα λεγόμενα μιας ταινίας ή σειράς, πραγματοποιείται στην Ελλάδα επίσης από τις δύο προαναφερθείσες εταιρείες που προσφέρουν και υποτιτλισμό. Και σε αυτή την περίπτωση, οι συμφωνίες που έχουν συνάψει καθιστούν σχεδόν αδύνατη τη δημιουργία και επιβίωση μιας εταιρείας που θα δραστηριοποιηθεί σε αυτό το χώρο. Γι' αυτούς τους λόγους και παρόλο που ο υποτιτλισμός και η μεταγλώττιση ανήκουν στον κλάδο της γλωσσικής υποστήριξης, οι εταιρίες αυτές θα θεωρηθούν εκτός συναγωνισμού και όχι ανταγωνιστικές, εφόσον η αγορά που δραστηριοποιούνται είναι πλέον μονοπώλειο.

Η 'Technilingua' απασχολείται μόνο με τον πρώτο τομέα, και ιδιαίτερα με τις τεχνικές μεταφράσεις. Το ανθρώπινο δυναμικό ή καλύτερα οι συνεργάτες της εταιρείας έχουν τη δυνατότητα να μεταφράσουν παντός είδους τεχνικά κείμενα, παρόλο που η ζήτηση περιορίζεται μέχρι στιγμής σε συγκεκριμένα θεματικά περιεχόμενα τα οποία φαίνονται στον παρακάτω πίνακα:

Πίνακας 4.7 – Θεματικά περιεχόμενα

Ορολογία Ευρωπαϊκής Ένωσης
Μηχανολογία/Μηχανική αυτοκινήτων
Μηχανολογία/Μηχανική λεωφορείων
Μηχανολογία/Μηχανική δίκυκλων
Λογισμικά
Ηλεκτρικές Συσκευές
Πυρίμαχα
Αμυντικός Εξοπλισμός/ Οπλικά συστήματα
Ρουχισμός
Έπιπλα
Λογιστική
Ιατρικά κείμενα
Νομικά κείμενα
Οικονομικά
Διαφημιστικά κείμενα

Η 'Technilingua' θεωρείται από τους ανταγωνιστές της ότι υπερέχει, εφόσον προσφέρει παράλληλα και υπηρεσίες γραφιστικής. Οι υπηρεσίες αυτές συνοδεύουν συνήθως μεταφράσεις διαφημιστικού περιεχομένου προσφέροντας έτσι ολοκληρωμένα πακέτα υπηρεσιών στον πελάτη. Τα πακέτα αυτά προτιμούνται από δυο είδη πελατών: τις τουριστικές επιχειρήσεις και εταιρείες που ενδιαφέρονται για σχεδιασμό ιστοσελίδας. Στη δεύτερη περίπτωση, και αφού ο πελάτης έχει αποφασίσει και συντάξει τα κείμενα που θα περιέχονται στην ιστοσελίδα του, η 'Technilingua' αναλαμβάνει να την σχεδιάσει, εφόσον όμως ο πελάτης επιθυμεί το περιεχόμενο της να μεταφραστεί και σε άλλες γλώσσες.

Η 'Technilingua' σχεδίασε πέρυσι μια υπηρεσία για καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της, που ευελπιστεί ότι θα αποτελέσει εφελκυστικό για εξάπλωση στο εξωτερικό. Έτσι, στον δικτυακό τόπο της εταιρείας σχεδιάστηκε και μια σελίδα η οποία επιτρέπει στον πελάτη να επισυνάπτει το κείμενο (σε ηλεκτρονική μορφή) και να παίρνει άμεσα προσφορά και ημερομηνία παράδοσης του κειμένου του. Με αυτό τον τρόπο, ο πελάτης δεν χρειάζεται να έρχεται άμεσα σε επαφή με το γραφείο και να χρονοτριβεί, ενώ η πληρωμή γίνεται με εντολή μέσω πιστωτικής κάρτας και η απόδειξη αποστέλλεται ταχυδρομικά.

Η εταιρεία προσπαθεί και επιτυγχάνει να προσφέρει στον πελάτη πάντα μεταφράσεις υψηλής ποιότητας. Αυτό οφείλεται καταρχήν στην σωστή επιλογή συνεργατών. Η 'Technilingua' αναγνωρίζει ότι οι απόφοιτοι της σχολής μετάφρασης και των ξενόγλωσσων φιλολογιών απαιτούν υψηλότερη πληρωμή από απλούς μεταφραστές που έχουν απλά πτυχία γλωσσομάθειας, αναγνωρίζει όμως και την ποιοτική διαφορά στα αποτελέσματα της δουλειάς των πρώτων από τους τελευταίους, γι' αυτό και τους προτιμά. Φροντίζει επίσης να διαθέτει στο χώρο της πάντα τον κατάλληλο τεχνολογικό εξοπλισμό, ώστε η δουλειά του μεταφραστή να γίνεται ευκολότερη και καλύτερη.

Έτσι, παρόλο το μεγάλο κόστος, η 'Technilingua' έχει αγοράσει το μεταφραστικό πρόγραμμα Trados από το ΙΕΛ (Ινστιτούτο Ελληνικού Λόγου), το οποίο και χρησιμοποιείται σε περιπτώσεις δύσκολων μεταφράσεων με πολλή ορολογία (π.χ. Αμυντικά Συστήματα), οπότε οι μεταφραστές απαιτείται να δουλεύουν στο χώρο της εταιρείας.

4.2.2 Η αγορά – στόχος και αποτελέσματα της έρευνας αγοράς

Σε γενικά πλαίσια, οι πελάτες που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες μεταφραστικών γραφείων ποικίλλουν: μπορεί να είναι ένας φοιτητής, ο οποίος χρειάζεται να μεταφράσει τη διπλωματική του εργασία ή ένας απλός τελικός καταναλωτής που θέλει μια πιστοποιημένη μετάφραση του πιστοποιητικού γλωσσομάθειας, αλλά μπορεί να είναι και μια πολυεθνική εταιρεία ή ένας δημόσιος φορέας. Οι υπηρεσίες της 'Technilingua' απευθύνονται αποκλειστικά σε εταιρείες, δημόσιους φορείς και γενικά στον επιχειρηματικό τομέα, αφορούν δηλαδή μαζικές «παραγγελίες».

Οι πελάτες-εταιρείες θα μπορούσε κανείς να πει ότι παρουσιάζουν κάποια κοινά χαρακτηριστικά μεταξύ τους. Συνήθως αναφερόμαστε σε εταιρείες του εξωτερικού, που διαθέτουν τα προϊόντα τους στην ελληνική αγορά, όπως για παράδειγμα οι βιομηχανίες

αυτοκινήτων. Επίσης, οι μεταφραστικές υπηρεσίες ζητούνται από ελληνικές επιχειρήσεις που απευθύνουν τα προϊόντα τους στο εξωτερικό, ενώ τέλος οτιδήποτε έχει να κάνει με ξένες γλώσσες θεωρείται πλέον επιτακτική ανάγκη στον τουριστικό τομέα, ο οποίος αποτελεί έναν επίσης πολύ καλό πελάτη. Δεν πρέπει βέβαια να ξεχάσουμε και την Ευρωπαϊκή Ένωση, της οποίας τα πρακτικά, οι εισηγήσεις και τα θέματα προς συζήτηση μεταφράζονται όλα, κάτι το οποίο γίνεται από ιδιωτικούς φορείς της κάθε χώρας-μέλος. Με αυτά τα δεδομένα είναι αδύνατον να προσδιοριστεί ακριβής τοποθεσία της αγοράς-στόχου, θα μπορούσαμε όμως να πούμε ότι οι περισσότεροι από τους βασικούς και μεγάλους πελάτες εδρεύουν στο νομό Αττικής και κυρίτερα στα πλαίσια της Αθήνας. Επειδή αναφερόμαστε μόνο στον επιχειρηματικό τομέα, είναι πολύ δύσκολο να προσδιορίσουμε το μέγεθος της αγοράς που θα μπορούσε να στηρίξει τις μεταφραστικές υπηρεσίες και να δημιουργήσει κέρδος. Το μόνο σίγουρο είναι ότι οι επιχειρήσεις τέτοιου είδους αναπτύσσονται, ενώ οι προσπάθειες της Ελλάδας για προώθηση της χώρας και των προϊόντων της στο εξωτερικό μεγαλώνει τη ζήτηση για τέτοιου είδους υπηρεσίες.

Η απαιτούμενη στρατηγική για πωλήσεις σε αυτή την αγορά έγκειται σε δύο παράγοντες: στην φήμη και πελατεία της κάθε επιχείρησης και στις γνωριμίες που έχει ο Υπεύθυνος του Μάρκετινγκ της κάθε εταιρείας με επιχειρήσεις μεσαζόντων, που παίρνουν μέρος στους διάφορους διαγωνισμούς. Η φήμη και πελατεία της κάθε εταιρείας παίζει πολύ σημαντικό ρόλο, γιατί οι επιχειρήσεις τέτοιου είδους σπάνια χρησιμοποιούν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης για την προβολή τους. Μέσω της καλής φήμης μπορούν όμως να κλείσουν δουλειές με καινούριες εταιρείες, εφόσον η καλή ποιότητα των υπηρεσιών είναι κάτι που και διαδίδεται γρήγορα αλλά είναι και πολύ εύκολο να αποδειχτεί από το ίδιο το πελατολόγιο μιας εταιρείας. Επιπλέον, η γνωριμία με επιχειρήσεις μεσαζόντων είναι ουσιώδης, εφόσον η μεταφραστική εταιρεία ενδιαφέρεται να αναλαμβάνει μεγάλα και μακροχρόνια έργα εκ μέρους του δημοσίου. Οι επιχειρήσεις αυτές αναλαμβάνουν να κατεβαίνουν στους διαγωνισμούς του δημοσίου και να προωθούν τις εταιρείες με τις οποίες συνεργάζονται, λαμβάνοντας για την επιτυχία τους ένα μικρό ποσοστό των συνολικών κερδών. Η 'Technilingua', όπως αναφέρθηκε και στο κεφάλαιο III, συνεργάζεται με την εταιρεία Πατρικής Ε.Π.Ε., η οποία έχει κλείσει για λογαριασμό της επιχείρησης σημαντικές συνεργασίες με το Υπουργείο Πολιτισμού και το Γενικό Επιτελείο Στρατού, που θα συνεχίζουν να αποφέρουν σημαντικά κέρδη μέχρι και το 2010.

Όλες οι παραπάνω πληροφορίες έχουν εξαχθεί ως συμπέρασμα από συζητήσεις με τους ιδιοκτήτες ή στελέχη εταιρειών παροχής υπηρεσιών μετάφρασης στα πλαίσια των Αθηνών, κάποιοι από τους οποίους αποτελούν τους κυριότερους ανταγωνιστές της 'Technilingua', και θα αναφερθούν παρακάτω.

4.2.3 Ανάλυση ανταγωνισμού

4.2.3.1 Άμεσος και έμμεσος ανταγωνισμός

Η 'Technilingua', ως εταιρεία που δραστηριοποιείται στα πλαίσια της πρωτεύουσας, επηρεάζεται από αντίστοιχους άμεσους και έμμεσους ανταγωνιστές που επίσης δραστηριοποιούνται στην Αθήνα.

Οι έμμεσοι ανταγωνιστές μπορούν να χωριστούν στις τρεις ακόλουθες κατηγορίες:

1. Επιχειρήσεις διερμηνείας
 2. Εκδοτικοί Οίκοι
 3. Οι εταιρείες 'Αρχέτυπον' και 'Γλωσσικό Εργαστήρι'
1. Οι περισσότερες επιχειρήσεις διερμηνείας στην Ελλάδα, έχουν αυτή τη δραστηριότητα ως κύρια και μοναδική τους. Παρόλα αυτά, παράλληλα έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιούν μεταφράσεις, γιατί διαθέτουν το κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό. Οι μεταφράσεις όμως δεν μπορούν να αποφέρουν τόσα κέρδη, όσο η άμεση διερμηνεία, γι' αυτό και οι εταιρείες αυτές αποφεύγουν να χρησιμοποιήσουν τους υπαλλήλους τους για αυτό το σκοπό. Δεν παύουν όμως να αποτελούν έμμεσο ανταγωνισμό, και μάλιστα τον σημαντικότερο, γιατί σίγουρα οι μεταφράσεις τους θα έχουν υψηλή ποιότητα, αν αποφασίσουν να ασχοληθούν με αυτές. Παρακάτω δίνεται αναλυτικότερος πίνακας των επιχειρήσεων διερμηνείας και της περιοχής στην οποία εδρεύουν:

Πίνακας 4.8 – Επιχειρήσεις διερμηνείας

Ad Verbum	Κολωνάκι
Concept Translations	Ζωγράφου
Contact	Μελίσσια
E-Translations	Μαρούσι
International Interpreter's Services	Αθήνα
Interpreter	Αθήνα
Spontaneous	N. Ψυχικό
Translatum	Αμπελόκηποι
United	Κυψέλη

2. Οι εκδοτικοί οίκοι, εκτός από λογοτεχνικά βιβλία, παραλαμβάνουν κάθε χρόνο εκατοντάδες βιβλία επιστημονικού και ακαδημαϊκού περιεχομένου, τα οποία και μεταφράζουν οι ίδιοι, χρησιμοποιώντας συνήθως γι' αυτή τη δουλειά φοιτητές, οι οποίοι πληρώνονται με απόδειξη δαπανών και απαιτούν πολύ χαμηλή πληρωμή. Σπάνια τέτοια είδη συγγραμάτων θα καταφτάσουν σε μεταφραστικό γραφείο, και αυτό γίνεται μόνον όταν το περιεχόμενό τους είναι τόσο περίπλοκο και εξεζητημένο, που η πιθανότητα λαθεμένης μετάφρασης να είναι πολύ μεγάλη.

Παρακάτω δίνεται ένας ενδεικτικός πίνακας με κάποιους από τους εκδοτικούς οίκους που πραγματοποιούν τέτοιου είδους μεταφράσεις:

Πίνακας 4.9 – Εκδοτικοί οίκοι που πραγματοποιούν μεταφράσεις

Συλλογή	Ζωγράφου
Όγδοη	Αθήνα
Γκούτενμπεργκ	Αθήνα
Νέα Θέσις	Αθήνα
Έλλην	Ιλίσια
Νέα Ακρόπολη	Αθήνα

3. Η εταιρείες ‘Αρχέτυπον’ στην Καλλιθέα και ‘Γλωσσικό Εργαστήρι’ στη Ν. Σμύρνη είναι αμιγώς μεταφραστικές. Αυτό που τις κατατάσσει στον έμμεσο ανταγωνισμό είναι το γεγονός ότι από την αρχή της σύστασής τους δουλεύουν για έναν και μόνο πελάτη, ο οποίος τους αποφέρει πολύ μεγάλα κέρδη. Στην περίπτωση της ‘Αρχέτυπον’, πελάτης είναι η Microsoft, το οποίο σημαίνει πως, οτιδήποτε εισάγει αυτή η μεγάλη εταιρεία πρώτα μεταφράζεται από την ‘Αρχέτυπον’. Η εταιρεία ‘Γλωσσικό Εργαστήρι’ έχει αποκλειστική συνεργασία με την αλυσίδα σουπερμάρκετ ‘Carre Four’ στην Ελλάδα, δηλαδή οποιαδήποτε έγγραφα που αφορούν την επιχείρηση ή και τα ίδια προϊόντα που εισάγει, όπως απορρυπαντικά ή η αποκλειστική διάθεση των ηλεκτρικών συσκευών Blue Sky, μεταφράζονται μόνο από αυτήν.

Από τον μεγάλο αριθμό μεταφραστικών επιχειρήσεων, η ‘Technilingua’ έχει ξεχωρίσει μερικούς ως τους άμεσους ανταγωνιστές της. Το κοινό χαρακτηριστικό όλων είναι καταρχήν, όπως προαναφέρθηκε, ότι δραστηριοποιούνται στην Αθήνα, ενώ ασχολούνται και αυτές μόνο με τεχνικές μεταφράσεις και ουσιαστικά με μακροχρόνιες συνεργασίες. Παρακάτω δίνεται ένας πίνακας με τους άμεσους ανταγωνιστές της ‘Technilingua’ και την περιοχή στην οποία εδρεύουν:

Πίνακας 4.10 – Άμεσοι ανταγωνιστές της ‘Technilingua’

Alphabet	Μαρούσι
Bici	Χαλάνδρι
Commit	Χαλάνδρι
E-Language	Πεύκη
ICC	Αθήνα
Intertranslations	Γαλάτσι
Interverbum	Αθήνα
Logos Associates	Αθήνα
Observer	Αγ. Δημήτριος
Spider Events	Ν. Ιωνία
Texto	Αθήνα

Παρόλο που οι περισσότερες επιχειρήσεις του ανταγωνισμού είναι τοπικά κοντά στην 'Technilingua', αυτό δεν αποτελεί ανησυχητικό παράγοντα, καθώς η τοποθεσία δεν παίζει κανένα ρόλο στις εταιρείες παροχής υπηρεσιών μετάφρασης. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι, αν όχι το 100%, το 99% των περιπτώσεων παραγγελιών και παράδοσης έτοιμων μεταφράσεων προτιμάται να γίνεται ηλεκτρονικά, ώστε να μπορεί και ο πελάτης αν θέλει, να επέμβει στο κείμενο.

Η 'Technilingua' είναι 4^η ανάμεσα στις μεγάλες μεταφραστικές επιχειρήσεις της Αθήνας, πίσω από τις E-Language, Observer και Intertranslations. Παρακάτω δίνεται διάγραμμα με την κατάταξη των πρώτων έξι (6) εταιρειών, ανάλογα με το τζίρο τους κατά το έτος 2004.



Ως ανταγωνιστές μπορούν να θεωρηθούν και άλλες μικρότερες εταιρείες, αλλά μόνο λόγω του ότι αποτελούν εταιρείες παροχής υπηρεσιών μετάφρασης. Γνώρισμα των εταιρειών αυτών είναι η χαμηλή τιμολογιακή πολιτική που ακολουθούν και το γεγονός ότι στοχεύουν σε τελικούς καταναλωτές και όχι στον επιχειρηματικό τομέα. Οι χαμηλές τιμές τους οφείλονται στο ότι δεν χρησιμοποιούν κανονικούς μεταφραστές, αλλά νεαρούς ανθρώπους με γνώσεις ξένων γλωσσών. Το αποτέλεσμα είναι να παρουσιάζουν συχνή ανανέωση του ανθρώπινου δυναμικού τους και να μην μπορούν να παράγουν μεταφράσεις του ίδιου επιπέδου ποιότητας, όπως οι μεταφραστικές υπηρεσίες που απασχολούν ανθρώπους που έχουν εκπαιδευτεί στην τέχνη της μετάφρασης.

Για τους παραπάνω λόγους, στο παρόν επιχειρηματικό σχέδιο δεν θα γίνει καμία αναφορά σε αυτές τις εταιρείες, και κυρίως για το ότι έχουν άλλη αγορά-στόχο.

4.2.3.2 Τιμολογιακή πολιτική ανταγωνισμού

Η τιμολογιακή πολιτική του ανταγωνισμού κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα με την 'Technilingua'. Ο τρόπος με τον οποίο είναι διαμορφωμένη η αγορά δεν επιτρέπει

μεγάλες διαφοροποιήσεις. Για παράδειγμα, μια εταιρεία μπορεί να χρεώνει 0,07€ ανά λέξη. Από αυτά, τα 0,03€ θα πάνε στο μεταφραστή και σε περίπτωση ύπαρξης μεσάζοντα, αυτός θα εισπράξει το 0,01€ συνεπώς στην εταιρεία απομένει το 0,03€ Αν αποφασιστεί να αυξηθεί η αρχική τιμή, τότε είναι σίγουρο, ότι οι πελάτες της εταιρείας αυτής θα δυσαρεστηθούν και θα αναζητήσουν φθηνότερες υπηρεσίες. Αν μειωθεί το ποσοστό του μεταφραστή, τότε αυτός δεν θα επιθυμεί να διεκπεραιώσει τη μετάφραση (οι περισσότερες μεταφραστικές εταιρείες δουλεύουν με ελεύθερους επαγγελματίες – συνεργάτες και όχι με υπαλλήλους). Παρακάτω δίνεται αναλυτικός πίνακας με την τιμολογιακή πολιτική του ανταγωνισμού στο σύνολο. Δεν είναι αναγκαίο να αναλυθεί η τιμολόγηση για κάθε μια από τις εταιρείες, εφόσον για τους προαναφερθέντες λόγους, οι τιμές κυμαίνονται στα ίδια επίπεδα.

Πίνακας 4.11 Μετάφραση από τις παρακάτω γλώσσες προς τα ελληνικά

Γλώσσα	Τιμή ανά λέξη €
Όλες οι γλώσσες της Ευρωπαϊκής Ένωσης	0,07-0,1
Όλες οι γλώσσες της πρώην Γιουγκοσλαβίας	0,08-0,1
Νορβηγικά	0,1-0,12
Ρωσικά	0,1-0,12
Ουκρανικά	0,1-0,12
Πολωνικά	0,1-0,12
Τσέχικα	0,1-0,12
Ρουμανικά	0,1-0,12
Βουλγαρικά	0,1-0,12
Αλβανικά	0,09-0,12
Τούρκικα	0,1-0,12
Εβραϊκά	0,15-0,2
Αραβικά	0,17-0,25
Πέρσικα	0,17-0,25
Ινδικά	0,25-0,35
Κινέζικα	0,2-0,35
Μογγολικά	0,4-0,5
Ιαπωνικά	0,3-0,35
Βιετναμέζικα	0,4-0,7
Ταϊλανδέζικα	0,4-0,7
Μαλαισιανά	0,4-0,7
Ινδονησιακά	0,4-0,7
Αφρικάανς	0,45-1

Πίνακας 4.12 - Μετάφραση από τις παρακάτω γλώσσες προς Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά, Ισπανικά

Γλώσσα	Τιμή ανά λέξη €
Όλες οι γλώσσες της πρώην Γιουγκοσλαβίας	0,09-0,11
Νορβηγικά	0,12-0,15
Ρωσικά	0,12-0,15
Ουκρανικά	0,12-0,15
Πολωνικά	0,12-0,15
Τσέχικα	0,12-0,15
Ρουμανικά	0,12-0,15
Βουλγαρικά	0,12-0,15
Αλβανικά	0,09-0,12
Τούρκικα	0,12-0,15
Εβραϊκά	0,2-0,25
Αραβικά	0,2-0,25
Πέρσικα	0,2-0,25
Ινδικά	0,3-0,4
Κινέζικα	0,3-0,4
Μογγολικά	0,5-0,9
Ιαπωνικά	0,5-0,8
Βιετναμέζικα	1
Ταϊλανδέζικα	1
Μαλαισιανά	1
Ινδονησιακά	1
Αφρικάανς	1-1,2

Πίνακας 4.13 - Μετάφραση από τα ελληνικά προς τις παρακάτω γλώσσες

Γλώσσα	Τιμή ανά λέξη €
Όλες οι γλώσσες της Ευρωπαϊκής Ένωσης	0,08-0,11
Όλες οι γλώσσες της πρώην Γιουγκοσλαβίας	0,09-0,11
Νορβηγικά	0,12-0,15
Ρωσικά	0,12-0,15
Ουκρανικά	0,12-0,15
Πολωνικά	0,12-0,15
Τσέχικα	0,12-0,15
Ρουμανικά	0,12-0,15
Βουλγαρικά	0,12-0,15
Αλβανικά	0,09-0,12
Τούρκικα	0,12-0,15
Εβραϊκά	0,2-0,25
Αραβικά	0,2-0,25
Πέρσικα	0,2-0,25

(συνεχίζεται)

(συνέχεια)

Ινδικά	0,3-0,4
Κινέζικα	0,3-0,4
Μογγολικά	0,5-0,9
Ιαπωνικά	0,5-0,8
Βιετναμέζικα	1
Ταϊλανδέζικα	1
Μαλαισιανά	1
Ινδονησιακά	1
Αφρικάανς	1-1,2

Όπως προαναφέρθηκε, η τιμολογιακή πολιτική του ανταγωνισμού δεν παρουσιάζει διαφορές. Στη στήλη όπου αναφέρεται η τιμή ανά λέξη βρίσκεται ένα πλαίσιο στο οποίο η τιμή μπορεί να κυμαίνεται και όχι ο μέσος όρος γιατί η τιμολόγηση εξαρτάται από διάφορους παράγοντες. Η χαμηλότερη τιμή συναντάται όταν αφορά κείμενο, όχι ιδιαίτερα πολύπλοκο, για του οποίου τη μετάφραση διατίθεται αρκετός χρόνος. Η μέγιστη τιμή συναντάται σε κείμενα δύσκολα, όπου απαιτείται και εξειδικευμένος μεταφραστής, ή όταν ο πελάτης απαιτεί τη μετάφραση σε πολύ μικρό χρονικό διάστημα σε σχέση με τον όγκο της.

Οι παραπάνω αναφερθείσες τιμές αφορούν μικρά κείμενα, το μέγιστο των 100 σελίδων. Στην περίπτωση παραπάνω σελίδων, οι εταιρείες συνήθως κάνουν προσφορά ως «πακέτο», δεν χρεώνουν δηλαδή τη λέξη, αλλά το συνολικό κείμενο.

4.2.3.3 Χρόνοι εξυπηρέτησεως και διαθεσιμότητα

Οι χρόνοι εξυπηρέτησεως του ανταγωνισμού δεν παρουσιάζουν επίσης διαφορές. Αυτό οφείλεται στο ότι, στις περισσότερες των περιπτώσεων, μια μετάφραση γίνεται από έναν μόνο μεταφραστή, ώστε το γλωσσικό ύφος να είναι ενιαίο και να μην υπάρχουν διαφορετικές μεταφράσεις της ορολογίας. Ένας μεταφραστής έχει τη δυνατότητα να μεταφράσει 10 μέχρι 12 ολόκληρες σελίδες κειμένου (χωρίς εικόνες) την ημέρα. Ένα κείμενο 20 σελίδων χρειάζεται συνεπώς 2 ημέρες για να μεταφραστεί.

Πολλές από τις επιχειρήσεις ασχολούνται με μερικές μόνο από τις προαναφερθείσες γλώσσες. Παρακάτω δίνεται πίνακας με στοιχεία για την κάθε εταιρεία:

Πίνακας 4.14 – Οι γλώσσες με τις οποίες ασχολούνται οι ανταγωνιστές

Alphabet	Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά, Ιταλικά, Ισπανικά, Κινέζικα
Bici	Όλες οι ασιατικές
Commit	Όλες της ΕΕ και της πρώην Γιουγκοσλαβίας
E-Language	Όλες
ICC	Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά, Ιταλικά, Ισπανικά, Φλαμανδικά, Κινέζικα

(συνεχίζεται)

(συνέχεια)

Intertranslations	Όλες
Interverbum	Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά
Logos Associates	Αγγλικά, Γερμανικά
Observer	Όλες
Spider Events	Όλες της ΕΕ, Σκανδιναβικές γλώσσες
Texto	Όλες της ΕΕ, Εβραϊκά, Ιαπωνικά, Κινέζικα

Όπως παρατηρείται από τον παραπάνω πίνακα, μόνο 3 εταιρείες προσφέρουν μετάφραση σε όλες τις γλώσσες που παρέχει και η 'Technilingua'. Η ποιότητα των μεταφράσεων διαφέρει μεταξύ των εταιρειών που απασχολούν ως μεταφραστές ανθρώπους που έχουν απλά πιστοποιητικά γλωσσομάθειας και σε αυτές που απασχολούν κανονικούς μεταφραστές. Οι εταιρείες E-Language, Intertranslations και Observer έχουν στο ανθρώπινο δυναμικό τους ανθρώπους με αρκετά καλή γνώση της τέχνης της μετάφρασης και ξένων γλωσσών. Η 'Technilingua' μάλιστα συνεργάζεται αυτή τη στιγμή με πρώην μεταφραστές της Intertranslations και Observer, οι οποίοι προτίμησαν την εταιρεία λόγω καλύτερων πληρωμών.

4.2.3.4 Χρόνοι ζωής επιχειρήσεων ανταγωνισμού και ανάπτυξή τους

Επειδή οι περισσότερες μεταφραστικές επιχειρήσεις είναι σχετικά νεοσύστατες εκτός ελαχίστων εξαιρέσεων, δεν είναι δυνατόν να βγει συμπέρασμα για τους χρόνους ζωής μιας μεταφραστικής επιχείρησης. Ο ουσιαστικός παράγοντας που επηρεάζει τον χρόνο ζωής μιας τέτοιας επιχείρησης είναι οι πελάτες και οι μακροχρόνιες συμφωνίες μαζί τους. Άπαξ και μια εταιρεία κλείσει μια τέτοια συμφωνία τότε το χρονικό διάστημα της συνεργασίας τους είναι και ο ελάχιστος χρόνος ζωής. Οι συνεργασίες αυτές όμως αυξάνουν τη φήμη, με αποτέλεσμα οι εταιρείες αυτές να αυξάνουν και το πελατολόγιό τους. Συνεπώς, και σύμφωνα με τη ζήτηση των τελευταίων ετών, που προβλέπεται να είναι αύξουσα τουλάχιστον για την επόμενη 5ετία, οι χρόνοι ζωής είναι τουλάχιστον 15 χρόνια.

Η ανάπτυξη των μεταφραστικών εταιρειών κυμαίνεται στα ίδια πλαίσια με της 'Technilingua', εμφανίζουν δηλαδή κοινή πορεία. Κάθε μια από τις προαναφερθείσες εταιρείες έχει κλείσει συμφωνίες με μεγάλες επιχειρήσεις για μακροχρόνια συνεργασία, ενώ παράλληλα πραγματοποιεί μικρότερες περιστασιακές μεταφράσεις.

Κάθε έτος εμφανίζονται καινούριες επιχειρήσεις στον κλάδο, αυτές όμως παίρνουν μερίδιο από τα καινούρια κομμάτια της αγοράς που εμφανίζονται με συχνό ρυθμό για τους λόγους που αναφέραμε στο κεφάλαιο της «Κατάστασης του κλάδου».

4.2.3.5 Τρόποι διαφήμισης των ανταγωνιστών

Στο χώρο των μεταφραστικών επιχειρήσεων, όπως έχει προαναφερθεί, η διαφήμιση μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης δεν παίζει τόσο μεγάλο ρόλο στην προβολή τους. Πολύ σημαντικό ρόλο παίζει η φήμη και η πελατεία (βλ. Κεφ.V), και η γνωριμία με μεσάζοντες. Άλλα μέσα προβολής που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις αυτές είναι η

καταχώρησή τους σε οδηγούς μάρκετινγκ ή στο ιντερνετ, ή η παρουσία τους σε εκθέσεις είτε ξένων πανεπιστημίων, είτε γενικότερου εκπαιδευτικού περιεχομένου. Η σημαντικότερη διαφήμισή τους όμως είναι η παρουσία του ονόματος της εταιρείας σε μεταφράσεις που δημοσιεύονται.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η στρατηγική του μάρκετινγκ της εταιρείας είναι να αυξήσει, να προωθήσει και να στηρίξει τη φήμη ότι οι υπηρεσίες της είναι υψηλής ακρίβειας και ποιότητας, κάτι που φαίνεται και από την εδραιωμένη θέση της 'Technilingua' στην αγορά.

Σκοπός μας είναι να μπορέσουμε να φτάσουμε στο κατώτατο όριο τιμών που μπορεί να προσφέρει μια μεταφραστική εταιρεία.

Για την περίοδο 2006-2010 υπολογίζεται ότι θα γίνει ανάληψη μεταφραστικών έργων όγκου περισσότερο από 100.000 σελίδες. Παρακάτω θα αναληθούν η τιμολογιακή στρατηγική και η στρατηγική προωθήσεως.

5.1 Τιμολογιακή στρατηγική

5.1.1 Τιμές υπηρεσιών και θέση στόχων

Στον παρακάτω πίνακα παρατίθεται ο τιμοκατάλογος των υπηρεσιών της 'Technilingua', έτσι όπως διαμορφώθηκε κατά το έτος 2004.

Πίνακας 5.1 - Τιμοκατάλογος μετάφρασης από τις παρακάτω γλώσσες προς τα Ελληνικά

Γλώσσα	Τιμή ανά λέξη €
Όλες οι γλώσσες της Ευρωπαϊκής Ένωσης	0,07
Όλες οι γλώσσες της πρώην Γιουγκοσλαβίας	0,09
Νορβηγικά	0,12
Ρωσικά	0,12
Ουκρανικά	0,12
Πολωνικά	0,12
Τσέχικα	0,11
Ρουμανικά	0,11
Βουλγαρικά	0,11
Αλβανικά	0,09
Τούρκικα	0,1
Εβραϊκά	0,2
Αραβικά	0,25
Πέρσικα	0,25
Ινδικά	0,3
Κινέζικα	0,3
Μογγολικά	0,45
Ιαπωνικά	0,35

(συνεχίζεται)

(συνέχεια)

Βιετναμέζικα	0,6
Ταϋλανδέζικα	0,6
Μαλαισιανά	0,6
Ινδονησιακά	0,6
Αφρικάανς	0,6

Πίνακας 5.2 - Τιμοκατάλογος μετάφρασης από τις παρακάτω γλώσσες προς Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά, Ισπανικά

Γλώσσα	Τιμή ανά λέξη €
Όλες οι γλώσσες της πρώην Γιουγκοσλαβίας	0,1
Νορβηγικά	0,12
Ρωσικά	0,12
Ουκρανικά	0,12
Πολωνικά	0,12
Τσέχικα	0,12
Ρουμανικά	0,12
Βουλγαρικά	0,12
Αλβανικά	0,1
Τούρκικα	0,15
Εβραϊκά	0,25
Αραβικά	0,25
Πέρσικα	0,25
Ινδικά	0,35
Κινέζικα	0,35
Μογγολικά	0,9
Ιαπωνικά	0,5
Βιετναμέζικα	1
Ταϋλανδέζικα	1
Μαλαισιανά	1
Ινδονησιακά	1
Αφρικάανς	1,2

Πίνακας 5.3 - Τιμοκατάλογος μετάφρασης από τα Ελληνικά προς τις παρακάτω γλώσσες

Γλώσσα	Τιμή ανά λέξη €
Όλες οι γλώσσες της Ευρωπαϊκής Ένωσης	0,08
Όλες οι γλώσσες της πρώην Γιουγκοσλαβίας	0,11

(συνεχίζεται)

(συνέχεια)

Νορβηγικά	0,15
Ρωσικά	0,15
Ουκρανικά	0,15
Πολωνικά	0,15
Τσέχικα	0,15
Ρουμανικά	0,15
Βουλγαρικά	0,15
Αλβανικά	0,1
Τούρκικα	0,12
Εβραϊκά	0,25
Αραβικά	0,25
Πέρσικα	0,25
Ινδικά	0,35
Κινέζικα	0,4
Μογγολικά	0,9
Ιαπωνικά	0,5
Βιετναμέζικα	1
Ταϊλανδέζικα	1
Μαλαισιανά	1
Ινδονησιακά	1
Αφρικάανς	1,2

Πίνακας 5.4 - Χρεώσεις συνοδευτικών υπηρεσιών γραφιστικής

Υπηρεσία	Τιμή σε ποσοστό του συνολικού κόστους μετάφρασης
Γραφιστική επιμέλεια διαφημιστικών φυλλαδίων ή folders μέχρι 20 σελίδες	35%
Γραφιστική επιμέλεια διαφημιστικών φυλλαδίων ή folders άνω των 20 σελίδων	45%
Γραφιστική επιμέλεια εγχειριδίων	25%
Γραφιστική επιμέλεια ιστοσελίδας	35%

Οι παραπάνω τιμές αποτελούν τον μέσο όρο που απαιτεί η 'Technilingua', δεν είναι όμως πάντα η βάση τιμολόγησης. Σε περίπτωση μεγάλου όγκου κειμένου, ο οποίος να πρέπει να παραδοθεί άμεσα, η τιμή μπορεί να διπλασιαστεί, ή ακόμα και να τριπλασιαστεί, ενώ σε περίπτωση απλού και μικρού σε όγκο κειμένου, η τιμή μπορεί να φτάσει και τα 0,02€τη λέξη.

Στόχος της 'Technilingua' είναι να μπορέσει να φτάσει στο κατώτατο όριο τιμολόγησης των υπηρεσιών της, κάτι το οποίο έχει ήδη επιτευχθεί όσον αφορά όλες τις γλώσσες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για να γίνει αυτό θα πρέπει να επιτευχθούν ευνοϊκότερες για την εταιρεία συμφωνίες με τους συνεργάτες μεταφραστές των πιο σπάνιων γλωσσών, κάτι το οποίο αυτή τη στιγμή είναι δύσκολο και δεν αναμένεται να γίνει μέσα στην επόμενη

πεντατετία, εξαιτίας του μικρού όγκου που παραλαμβάνει η εταιρεία για μεταφράσεις αυτών των γλωσσών, αλλά και λόγω του ότι υπάρχουν γραφεία που οι υπηρεσίες τους αφορούν μόνο αυτές τις γλώσσες και εξειδικεύονται σε αυτές.

Η εταιρεία δεν ενδιαφέρεται να προβάλλει και να αλλάξει τις τιμές που αφορούν τις συνοδευτικές υπηρεσίες γραφιστικής, εφόσον αυτές δεν είναι η κύρια δραστηριότητά της και δεν αποφέρουν σημαντικά κέρδη σε σχέση με το σύνολο του τζίρου.

5.1.2 Στρατηγική χαμηλών, μεσαίων ή υψηλών τιμών

Η εταιρεία, συγκρινόμενη με τους ανταγωνιστές της, ακολουθεί στρατηγική χαμηλών και μεσαίων τιμών για τις πιο κοινές γλώσσες, και υψηλών τιμών για τις πιο εξεζητημένες. Η τιμολόγηση δεν εξαρτάται τόσο από τις απαιτήσεις του πελάτη, όσο από αυτές του μεταφραστή, ο οποίος ορίζει το ποσοστό του από τον συνολικό κόστος της λέξης. Έτσι, παρατηρείται, ότι π.χ. για την γλώσσα των Νορβηγικών, η τιμή προς τα Ελληνικά, Αγγλικά, Γερμανικά, Γαλλικά και Ισπανικά είναι 0,12 € ανά λέξη, ενώ από τα Ελληνικά προς τα Νορβηγικά είναι 0,15 €. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι μεταφραστές είναι Έλληνες που γνωρίζουν νορβηγικά ως ξένη γλώσσα και μπορούν να αποδώσουν το νόημα των κειμένων καλά στα ελληνικά και στις υπόλοιπες βασικές γλώσσες. Στην περίπτωση όμως της αντίστροφης μετάφρασης, οι μεταφραστές θεωρούν ότι δυσκολεύονται πολύ περισσότερο για να πετύχουν το ποιοτικό αποτέλεσμα που επιθυμεί η εταιρεία και ο πελάτης, γι' αυτό και οι ίδιοι απαιτούν μεγαλύτερο ποσοστό.

5.1.3 Αποδοχή από την αγορά των τιμών

Κατά κανόνα, οι επιχειρήσεις που αποτελούν τους πελάτες των μεταφραστικών εταιρειών δεν δίνουν τόση σημασία στην τιμή, όσο στο αποτέλεσμα. Για παράδειγμα, μια βιομηχανία αυτοκινήτων, που σχεδιάζει ειδικά φυλλάδια παρουσίασης των καινούριων οχημάτων της για τους καταναλωτές, δεν δίνει τόση σημασία στην τιμή. Αντιθέτως, ενδιαφέρεται το αποτέλεσμα της μετάφρασης του αρχικού κειμένου των φυλλαδίων να είναι τέτοιο, που να δίνει στον καταναλωτή τα ερεθίσματα να αγοράζει το αυτοκίνητο, και να μην είναι μια απλή παρουσίαση των χαρακτηριστικών και των πλεονεκτημάτων του. Συνεπώς, η μετάφραση θα πρέπει να είναι σε ύφος μαρκετίστικο, κάτι που εκλαμβάνεται από τον μεταφραστή ως δημιουργική μετάφραση. Η ίδια εταιρεία μπορεί να ζητήσει και μετάφραση των εγχειριδίων των αυτοκινήτων της, τα οποία θα χρησιμοποιηθούν από τις αντιπροσωπίες και τα συνεργεία. Ούτε και εδώ δεν θα δώσουν σημασία στην τιμή, καθώς πιο πολύ τους ενδιαφέρει η σωστή μετάφραση των ορολογιών και η σωστή περιγραφή των διαδικασιών, κάτι που δεν μπορούν να καταφέρουν όλων των ειδών οι μεταφραστές.

Έτσι, παρατηρείται ότι το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς το κατέχουν εταιρείες που ακολουθούν στρατηγική μεσαίων και υψηλών τιμών στον κλάδο, καθώς αυτές που τιμολογούν φθηνότερα δεν πληρούν όλες τις προϋποθέσεις για παροχή ποιοτικών υπηρεσιών, κυρίως λόγω του ανθρώπινου δυναμικού που επιλέγουν, το οποίο δεν τους επιτρέπει να συνεργαστούν με μεγάλες εταιρείες (βλ. Κεφ. Κυριότεροι ανταγωνιστές).

Συνεπώς, η αγορά-στόχος της 'Technilingua' αποδέχεται τις παρούσες τιμές, πιθανώς και υψηλότερες. Ο λόγος για τον οποίο η εταιρεία θα προσπαθήσει να μειώσει τις τιμές είναι για να γίνει ακόμα πιο ανταγωνιστική, δεδομένης της ανάπτυξης των μεταφραστικών επιχειρήσεων.

5.1.4 Κέρδος που αφήνει η τιμή

Σε γενικά πλαίσια, το κέρδος που αφήνει η τιμή εξαρτάται από το ποσοστό που απαιτεί ο μεταφραστής και από αυτό που ζητά ο μεσάζοντας (εφόσον υπάρχει). Στις βασικές γλώσσες, οι μεταφραστές ζητούν περίπου το 40%, ενώ στις σπάνιες το ποσοστό τους μπορεί να αγγίζει και το 70%. Το ποσοστό των μεσαζόντων κυμαίνεται από το 5-15% και εξαρτάται από το ύψος της τελικής τιμής που θα δώσει η εταιρεία-πελάτης.

Οι τιμές που έχει θέσει η 'Technilingua' αφήνουν κέρδος, συνήθως το 50%. Αυτό μεταφράζεται σε 0,03 έως 0,08 €ανά λέξη, αναλόγως τη γλώσσα, το είδος μετάφρασης και τις χρονικές απαιτήσεις του πελάτη. Οι ακριβείς προβλέψεις για τα μικτά και τα καθαρά κέρδη της εταιρείας γίνονται στο κεφάλαιο της Χρηματοοικονομικής Ανάλυσης.

5.1.5 Εκπτώσεις

Οι τιμές που έχει θέσει η εταιρεία για κοστολόγηση των υπηρεσιών της επιτρέπουν εκπτώσεις. Αυτές δίνονται επί του όγκου παραγγελίας και δεν αφορούν την τιμή ανά λέξη, αλλά το συνολικό κόστος της μετάφρασης. Όπως έχει προαναφερθεί, η θέση της τιμολογιακής πολιτικής εξαρτάται άμεσα από τους μεταφραστές και το ποσοστό που ζητάνε. Τις περισσότερες φορές είναι αδιάλλακτοι και αυτό οφείλεται στο γεγονός, ότι είναι ελεύθεροι επαγγελματίες και τα κέρδη τους παρουσιάζουν μεγάλη μεταβλητότητα. Αν η εταιρεία όμως μπορέσει να τους εξασφαλίσει δουλειά για κάποιους μήνες ή ακόμα και πάνω από χρόνο, τότε και οι ίδιοι δέχονται να κάνουν εκπτώσεις στο ποσοστό τους. Παρακάτω δίνεται ένας αναλυτικός πίνακας των εκπτώσεων επί του όγκου:

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5 - Χορηγούμενες Εκπτώσεις

Όγκος σε σελίδες	Έκπτωση %*
1000	5%
5000	10%
10000	20%
50000	25%
Πάνω από 60000	30 μέχρι και 40%

(* οι παραπάνω εκπτώσεις δίνονται όταν ο πελάτης ζητάει τη μετάφραση σε ένα λογικό χρονικό διάστημα)

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, οι εκπτώσεις είναι δελεαστικές για τους πελάτες. Η εταιρεία, λόγω των χαμηλών λειτουργικών εξόδων, παράγει πολύ ικανοποιητικό κέρδος όσο μεγαλύτερος είναι ο όγκος δουλειάς, γι' αυτό και δύναται να

μειώσει την τιμή της έως 40, και μερικές φορές 50%, ώστε και ο πελάτης και ο μεταφραστής και ο μεσάζων να είναι ικανοποιημένοι.

Η εταιρεία δεν προσφέρει συμπληρωματικές υπηρεσίες γραφιστικής για τόσο μεγάλους όγκους σελίδων.

Στο σημείο αυτό πρέπει να γίνει σαφές, ότι όλος ο αριθμός σελίδων δεν παραλαμβάνεται από την πρώτη μέρα. Ο πελάτης αποστέλλει ανά τακτά χρονικά διαστήματα (περίπου κάθε βδομάδα) καινούριες σελίδες, συνήθως την ίδια στιγμή που παραλαμβάνει τις μεταφρασμένες. Ανά μήνα κόβεται το τιμολόγιο, το οποίο εξοφλείται κατά μέσο όρο μετά από 100 μέρες.

5.1.6 Δικαιολόγηση της τιμής

Οι τιμές με τις οποίες έχει αποφασίσει η 'Technilingua' να κοστολογήσει τις υπηρεσίες της είναι τέτοιες που επιτρέπουν και στον μεταφραστή και στην εταιρεία να έχει κέρδος, χωρίς να είναι πολύ υψηλές, ώστε να μπορεί ο πελάτης να ανταποκριθεί στο κόστος. Η εταιρεία έφτασε το νεκρό σημείο από τους πρώτους μήνες της λειτουργίας της, εφόσον δεν έχει υψηλά λειτουργικά και μη έξοδα. Από τότε τα κέρδη της αυξάνονται με σταθερό ρυθμό. Εξαιτίας αυτής της ιδιαιτερότητας των μεταφραστικών εταιρειών, δεν είναι πιθανό οι επιχειρήσεις αυτές συμπεριλαμβανομένης της 'Technilingua', οι οποίες έχουν εδραιωθεί στην αγορά και ως εκ τούτου έχουν σταθερή πελατεία, να επανέλθουν σε πωλήσεις που αντιστοιχούν σε νεκρό σημείο.

5.2 Στρατηγική προώθησως

5.2.1 Μέθοδοι προώθησης και δικαιολόγησή τους

Η 'Technilingua' αντιλαμβάνεται ότι η επιτυχία της στο χώρο των μεταφράσεων εξαρτάται απόλυτα από τις συμφωνίες που συνάπτει με πελάτες.

Τα μέσα που χρησιμοποιεί η εταιρεία για να προωθήσει τις πωλήσεις της είναι η διαφήμιση, η φήμη και πελατεία της. Η διαφήμιση χρησιμοποιείται ως μέσο για την προβολή της εταιρείας, σε επιχειρήσεις-πελάτες που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ακόμα υπηρεσίες μετάφρασης και ενδιαφέρονται να γνωρίσουν κάποιες από τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό. Γενικά, είναι πολύ δύσκολο να παρθεί κομμάτι της αγοράς από μια άλλη μεταφραστική εταιρεία του χώρου που έχει συνάψει συμφωνίες. Έτσι, πλην των βασικών συνεργασιών με τις ήδη υπάρχουσες ιδιωτικές επιχειρήσεις-πελάτες, πιθανούς καινούριους πελάτες αποτελούν ο Δημόσιος Τομέας και επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν για πρώτη φορά αυτές τις υπηρεσίες.

Σημαντικότερος παράγοντας από την διαφήμιση αποτελεί όμως η φήμη και η πελατεία. Είναι σίγουρο, ότι μια επιχείρηση που έχει μείνει ευχαριστημένη από τις μεταφραστικές υπηρεσίες μιας εταιρείας, θα φροντίσει όλες οι δουλειές τέτοιου είδους να αναλαμβάνονται από την ίδια. Έτσι, για παράδειγμα, όταν η Kosmocar A.E.(εταιρεία προώθησης πωλήσεων VW και Audi) είδε τα πρώτα δείγματα δουλειάς της 'Technilingua' για τα εγχειρίδια της Volkswagen, έκανε πρόταση συνεργασίας και για τα

εγχειρίδια της Audi. Ο αναγνώστης μπορεί να θεωρεί ότι αυτό ήταν αυτονόητο, όμως γεγονότα που έχουν συμβεί σε άλλες εταιρείες το διαψεύδουν. Ενδεικτικά αναφέρουμε, ότι η Volvo, μη έχοντας μείνει ικανοποιημένη από τη μετάφραση εγχειριδίων των αυτοκινήτων της από μια ανταγωνίστρια εταιρεία, αποφάσισε να δώσει τα εγχειρίδια των λεωφορείων στην 'Technilingua'.

Η διαφήμιση της εταιρείας θα γίνει με διάφορους τρόπους. Καταρχήν, θα δημιουργηθούν διαφημιστικά φυλλάδια σε μορφή folder (βλ. Παράρτημα Γ), τα οποία θα σταλούν ταχυδρομικά σε υποψήφιους πελάτες. Τα ονόματα των υποψήφιων αυτών πελατών θα συλλεχθούν από τον ετήσιο κατάλογο διαφημιστικών εταιρειών 'Marketing Guide', το οποίο περιέχει και τις σημαντικότερες διαφημιζόμενες εταιρείες για κάθε έτος, από τις οποίες μπορούμε να δούμε τις νέες εταιρείες που εισέρχονται στην ελληνική αγορά. Στον ίδιο κατάλογο, η 'Technilingua' θα κάνει καταχώρηση μιας ολοσέλιδης διαφήμισης, ώστε να γίνει γνωστή στις διαφημιστικές εταιρείες, οι οποίες μπορούν να φέρουν μεγάλους όγκους δουλειάς.

Η εταιρεία σκοπεύει επίσης από το 2006 να παίρνει μέρος κάθε χρόνο στις «Ημέρες Καριέρας», το οποίο είναι μια έκθεση παρουσίασης εταιρειών της ελληνικής αγοράς και δίνει την ευκαιρία σε νέους ανθρώπους να έρθουν σε επαφή με τις επιχειρήσεις και να τους υποδείξουν τα βιογραφικά τους. Εξασφαλίζοντας μια θέση σε αυτή την έκθεση, η 'Technilingua' επιδιώκει αφενός τη γνωριμία με νέους μεταφραστές και αφετέρου με τις υπόλοιπες εταιρείες της έκθεσης.

Τέλος, η εταιρεία αποφάσισε να ανανεώσει το λογότυπό της και να το χρησιμοποιήσει σε επιστολόχαρτα, φακέλους και μπλοκ, και φυσικά και στις κάρτες του μόνιμου προσωπικού της.

5.2.2 Άλλοι μοναδικοί τρόποι προώθησης

Η εταιρεία προς το παρόν δεν θέλει να χρησιμοποιήσει άλλες μεθόδους προώθησης. Παρόλα αυτά, έχουν γίνει κάποια μακροχρόνια σχέδια επένδυσης των κερδών της εταιρείας σε τέτοιες μεθόδους που δεν επηρεάζουν την πενταετία στην οποία αναφέρεται το παρόν επιχειρηματικό σχέδιο, για αυτό και θα γίνει απλή αναφορά σε αυτά.

Η 'Technilingua' για να μπορέσει να εκμεταλλευτεί την εμπειρία της στο χώρο των εγχειριδίων αυτοκινήτων, μηχανών και λεωφορείων, έχει καλέσει τους μεταφραστές της να φτιάχνουν γλωσσάρια με την ορολογία που συναντούν. Ευελπιστούμε, ότι μέχρι το 2010 θα έχει μαζευτεί ικανοποιητικός αριθμός λυμμάτων, ώστε από το 2011 να ξεκινήσει η δημιουργία πολυγλωσσικών λεξικών μηχανολογικής ορολογίας οχημάτων. Η ανάγκη για αυτού του είδους τα λεξικά είναι επιτακτική, καθώς δεν υπάρχει κάτι ανάλογο στην αγορά και μπορούν να χρησιμοποιηθούν όχι μόνο για τη μετάφραση των εγχειριδίων, αλλά και για σχετικά με οχήματα κείμενα. Τα λεξικά αυτά θα χρησιμοποιηθούν από μελλοντικούς μεταφραστές της εταιρείας και θα διατίθενται προς πώληση σε άλλες εταιρείες παροχής υπηρεσιών μετάφρασης.

Επιπλέον, η εταιρεία έχει παρατηρήσει ότι ο χώρος δεν έχει κανένα περιοδικό με κεντρικό θέμα τη μετάφραση. Έτσι, επιθυμεί κάποια στιγμή να εκδώσει ένα που θα έχει ως αποδέκτες τις μεταφραστικές επιχειρήσεις και όσους μεμονωμένους μεταφραστές το επιθυμούν, έναντι συνδρομής.

5.2.3 Ανάλυση κόστους διαφημίσεως

A. Διαφημιστικά folders

Του σχεδιασμού των διαφημιστικών folders θα επιλυθεί η γραφιστική ομάδα της εταιρείας. Η εταιρεία έχει κλείσει συμφωνία με τυπογραφείο για εκτύπωση 250 folders, η οποία θα κοστίσει 373€ Τα folders αυτά θα αγοραστούν 2 φορές κατά τη διάρκεια της πενταετίας, το 2006 και το 2010.

B. Marketing Guide

Καταχώρηση ολοσέλιδης διαφήμισης στον ετήσιο οδηγό 'Marketing Guide'. Η εταιρεία συμφώνησε να πληρώσει το ποσό των 600€ ετησίως για τη διαφήμισή της για τουλάχιστον 5 έτη.

Γ. Ημέρες Καριέρας

Η εταιρεία κατέληξε στο ότι ένα περίπτερο στην έκθεση 4 τ.μ. είναι επαρκές. Αυτό κοστολογείται με 1000€για όλη τη διάρκεια της έκθεσης.

Δ. Καινούριο λογότυπο

Το καινούριο λογότυπο της εταιρείας θα κοστίσει 650€ και θα περιλαμβάνεται σε επιστολόχαρτα, φακέλους και μπλοκ.

Ε. Γραφική ύλη με λογότυπο

Η εταιρεία έχει συμφωνήσει με τυπογραφείο τις ακόλουθες τιμές:

Επιστολόχαρτα και φάκελοι: 1500 κομμάτια, 600€

Μπλοκ: 500 κομμάτια, 650€

Χριστουγεννιάτικες κάρτες: 200 κομμάτια, 80€

5.2.4 Ετήσιος προϋπολογισμός για διαφήμιση

Ο ετήσιος προϋπολογισμός για διαφήμιση για το έτος 2006 ανέρχεται στα 3953€ για το 2007, 2008 και 2009 αναμένεται να μειωθεί στα 1680 € ενώ το 2010 να αυξηθεί στα 3303 €. Ο λόγος για τις προαναφερθείσες αυξομειώσεις είναι ότι ποσά που θα δαπανηθούν κατά το 2006 και το 2010, δεν χρειάζεται να δαπανηθούν τα υπόλοιπα έτη, καθώς αφορούν το καινούριο λογότυπο, το οποίο θα αποκτηθεί κατά το 2006 και τα folders και τη γραφική ύλη, των οποίων η αγορά το 2006 θεωρείται ότι θα καλύψει τις ανάγκες μέχρι και το 2009.

5.2.5 Χρονοδιάγραμμα διαθέσεως ετήσιου ποσού

	2006	2007	2008	2009	2010
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	650 €				1,250 €
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	1,250 €				
ΜΑΡΤΙΟΣ	373 €				
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	1,000 €	1,000 €	1,000 €	1,000 €	1,000 €
ΜΑΪΟΣ					
ΙΟΥΝΙΟΣ					
ΙΟΥΛΙΟΣ					
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	600 €	600 €	600 €	600 €	600 €
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ					
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ					373 €
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ					
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €
ΣΥΝΟΛΟ	3,953 €	1,680 €	1,680 €	1,680 €	3,303 €

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΧΕΔΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ

6.1 Διαδικασίες λειτουργίας

6.1.1 Περιγραφή εγκαταστάσεων

Η 'Technilingua' στεγάζεται σε έναν ενοικιαζόμενο διώροφο χώρο στο Κάτω Χαλάνδρι, στην οδό Τριφυλίας 4β. Ο χώρος αυτός είναι 100 τ.μ., 50 τ.μ. κάθε όροφος και συνδέονται μεταξύ τους με εσωτερική σκάλα. Το ενοίκιο αντιστοιχεί σε 600 €/μηνιαίως.

Στον πρώτο όροφο βρίσκονται οι χώροι των μεταφραστών και των γραφιστών, οι οποίοι είναι ενιαίοι. Οι χώροι αυτοί είναι ουσιαστικά 5 γραφεία, εκ των οποίων τα τέσσερα εξοπλισμένα με ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Δύο από τα γραφεία είναι για τους Ο. Βαρταλά και Ν. Δημητριάδη, τους υπεύθυνους για κάθε ομάδα ανθρώπινου δυναμικού, δηλαδή τους μεταφραστές και τους γραφίστες. Το πέμπτο γραφείο που βρίσκεται κοντά στην είσοδο χρησιμοποιείται πολλές φορές για επιμέλεια κειμένων, αναμένεται όμως από το 2006 να προσληφθεί ένας υπάλληλος για τη θέση του γραμματέα, που η εταιρεία θεωρεί ότι είναι πλέον απαραίτητος.

Ο δεύτερος όροφος στεγάζει τα γραφεία των τριών στελεχών.

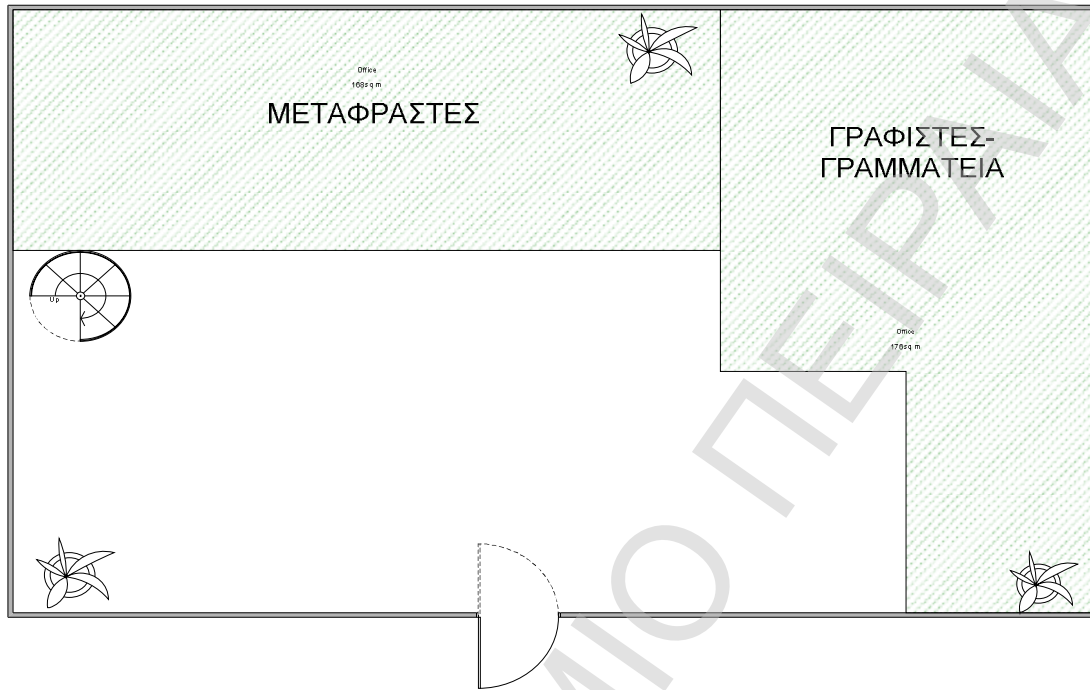
6.1.2 Ανάγκες σε εξοπλισμό

Η εταιρεία για τη σωστή λειτουργία της χρειάζεται αναβαθμισμένους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Αυτή τη στιγμή διαθέτει επτά (7) υπολογιστές, εκ των οποίων οι τέσσερις είναι πλήρως αναβαθμισμένοι, ενώ οι άλλοι τρεις (3) είναι παλαιότερης τεχνολογίας. Οι υπολογιστές αυτοί αναμένεται να αντικατασταθούν το 2007 με καινούριους και το κόστος αυτών υπολογίζεται στα 5500 €. Περαιτέρω, ο αναγκαίος εξοπλισμός περιλαμβάνει έπιπλα γραφείου και συστήματα κλιματισμού.

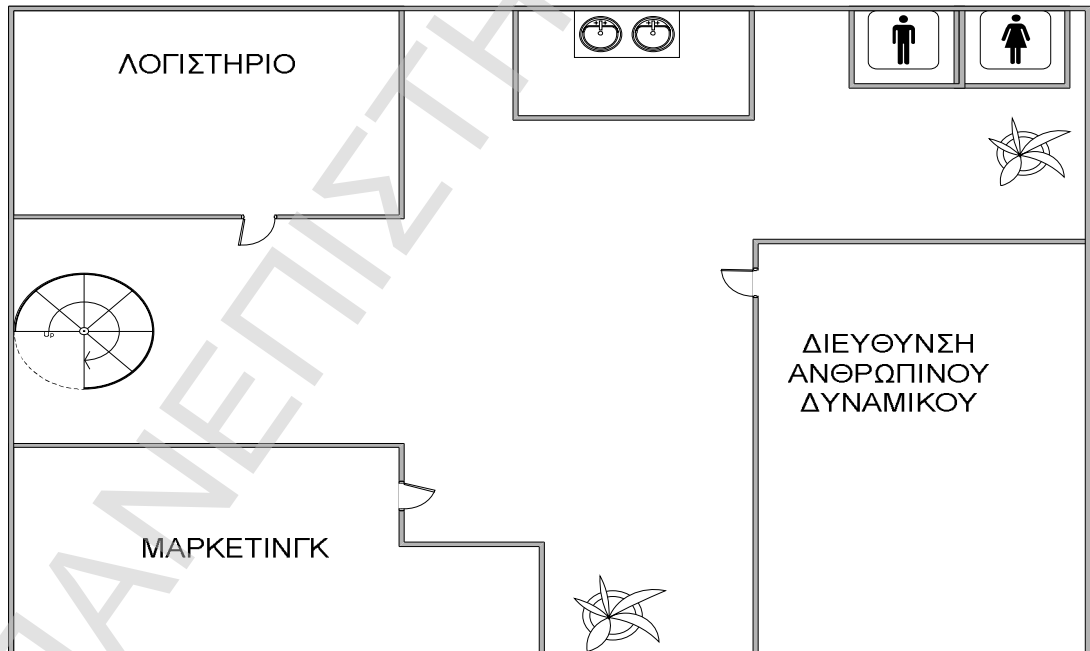
6.1.3 Χωροδιαγράμματα

Παρακάτω δίνονται τα χωροδιαγράμματα των δύο ορόφων, δείχνοντας την ακριβή θέση των γραφείων και τη διαμόρφωση του χώρου.

Όροφος 1^{ος}



Όροφος 2^{ος}

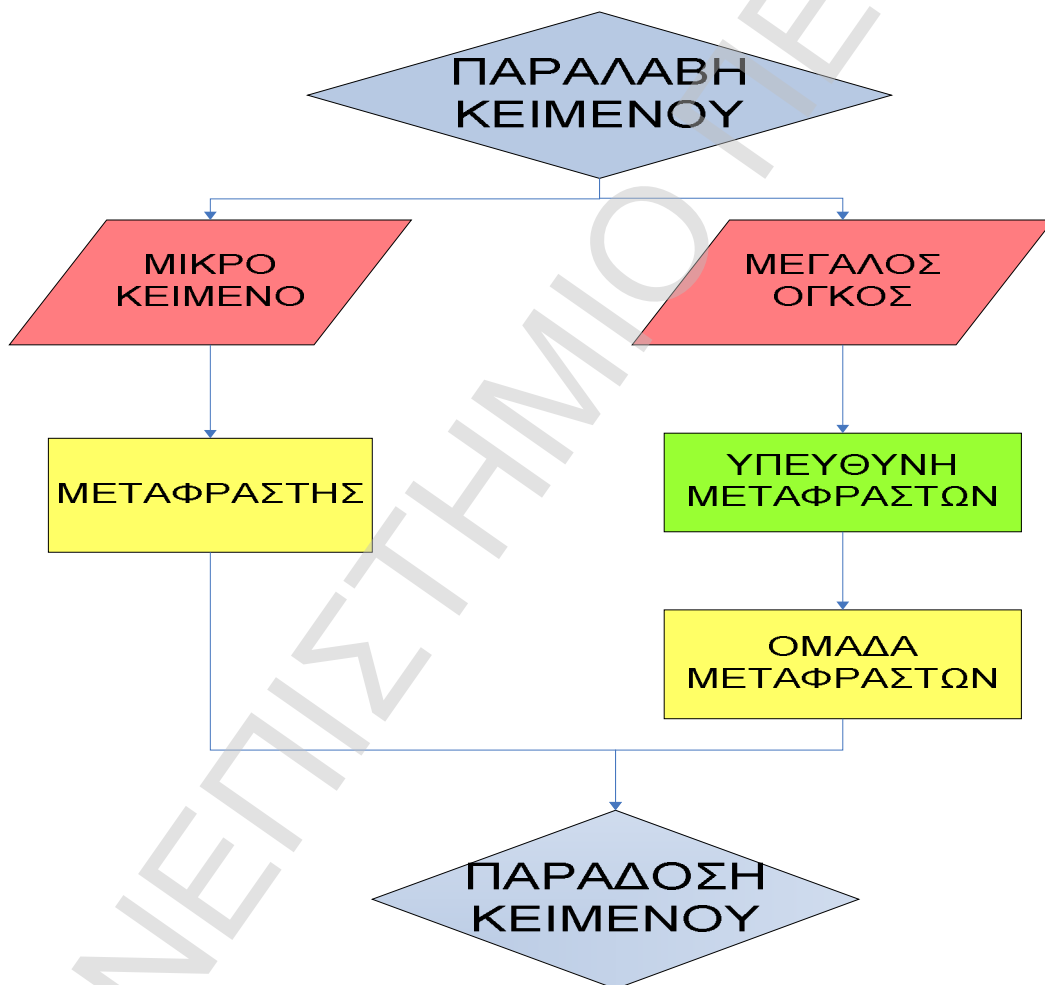


6.1.4 Ώρες και διαδικασία λειτουργίας

Η εταιρεία δεν έχει ούτε συγκεκριμένες ώρες ούτε μέρες λειτουργίας. Συνήθως ανοίγει κάθε πρωί στις 9.00 π.μ. και κλείνει στις 11.00 μ.μ. κάθε μέρα της εβδομάδας, ενώ πολλές φορές υπάρχει κάποιος μεταφραστής που εργάζεται όλη τη νύχτα (αν το κείμενο πρέπει να παραδοθεί άμεσα) ακόμα και Κυριακές (αν είναι παραδοτέο τη Δευτέρα το πρωί).

Η διαδικασία λειτουργίας απεικονίζεται στο παρακάτω διάγραμμα ροής:

Διάγραμμα 6.1 – Διαδικασία λειτουργίας



Η πληρωμή των υπηρεσιών ακολουθεί την εξής διαδικασία: με την παράδοση του κειμένου, ο πελάτης παραλαμβάνει και ένα τιμολόγιο με το ποσό που πρέπει να καταβάλλει. Κατά μέσο όρο, μετά από 100 με 120 μέρες, ο πελάτης καταθέτει το αντίστοιχο ποσό. Έπειτα, η εταιρεία πληρώνει και τους μεταφραστές.

Η εταιρεία, για να μπορέσει να ικανοποιήσει τους πελάτες της χρησιμοποιεί ετησίως το ερωτηματολόγιο ServQual, το οποίο μετράει την εικόνα που έχουν για την επιχείρηση και υποδεικνύει ποιά σημεία πρέπει να διορθωθούν. Αντίγραφο του ερωτηματολογίου βρίσκεται στο παράρτημα Δ.

6.2 Κανονισμοί λειτουργίας

6.2.1 Άδειες λειτουργίας

Η 'Technilingua' ιδρύθηκε το 2000 με έναρξη επιτηδεύματος της ιδιοκτήτριας και ίδρυση ατομικής επιχείρησης. Το 2002 μετατράπηκε σε Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης.

6.2.2 Δασμοί και φόροι (επί πωλήσεων) και κοινωνική ασφάλιση

Η 'Technilingua', ως εταιρεία περιορισμένης ευθύνης παροχής υπηρεσιών μετάφρασης που συνεργάζεται με ελεύθερους επαγγελματίες, έχει τις ακόλουθες υποχρεώσεις:

- Κάθε μήνα πρέπει να καταβάλλεται ο Φόρος Μισθωτών Υπηρεσιών (ΦΜΥ), ο οποίος αντιστοιχεί στο 20% του ποσού των αποδείξεων παροχής υπηρεσιών που παραλαμβάνει η εταιρεία από τους μεταφραστές.
- Κάθε τρίμηνο πρέπει να καταβάλλεται ο Φόρος Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ), που αντιστοιχεί στο 19% των τιμολογίων της εταιρείας.
- Κάθε χρόνο πρέπει να καταβάλλεται το 35% των κερδών της εταιρείας, ως Ε.Π.Ε., το οποίο αναμένεται από το 2006 να μειωθεί στο 30%.

Όσον αφορά τους μισθωτούς υπαλλήλους, η εταιρεία έχει τις ακόλουθες υποχρεώσεις:

- Μηνιαίες εργοδοτικές εισφορές που αντιστοιχούν στο 17% του μισθού κάθε υπαλλήλου.
- Δώρο Χριστουγέννων, το οποίο αντιστοιχεί σε έναν ολοκληρο μισθό, και δώρο Πάσχα, το οποίο αντιστοιχεί σε μισό.
- Επίδομα αδείας, που αντιστοιχεί στο μισό του μισθού.

6.2.3 Υποχρεώσεις σε συνδέσμους

Δεν υπάρχει επίσημος αντίστοιχος σύνδεσμος που να αφορά μεταφραστές. Η ιδιοκτήτρια της εταιρείας ανήκει στο Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο (ΕΒΕΑ), όπου πληρώνει ανά έτος 86 €

6.3 Εγκαταστάσεις

6.3.1 Ασφάλιστρα

Η εταιρεία έχει ασφαλίσει τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές της στην Εθνική Ασφαλιστική, για κλοπή και φωτιά, έναντι 100 €ανά έτος.

6.3.2 Διαθέσιμο ανθρώπινο δυναμικό, ειδικότητες, κόστος

Οι μισθωτοί υπάλληλοι μαζί με τους συνεργάτες ελεύθερους επαγγελματίες της εταιρείας είναι στο σύνολο 40 άτομα. Οι ελεύθεροι επαγγελματίες που είναι 32 μεταφραστές που δίνουν αποδείξεις παροχής υπηρεσιών και πληρώνονται με το 40% του συνολικού ποσού είσπραξης για τη μετάφραση που κάνουν.

Τα στελέχη και οι υπεύθυνοι της εταιρείας είναι μισθωτοί, με μικτές αποδοχές 1000 € έκαστος, πλην του λογιστή, ο οποίος έχει μικτές αποδοχές 900 €.

Οι ειδικότητες των στελεχών και των υπευθύνων αναφέρονται στο κεφάλαιο III, στο μάρνατζμεντ της επιχείρησης.

6.3.3 Κόστος λειτουργίας

Το κόστος λειτουργίας συνίσταται στα κοινόχρηστα και στα έξοδα ΔΕΗ, ΟΤΕ, ΕΥΔΑΠ. Το συνολικό κόστος λειτουργίας μηνιαίως ανέρχεται στα 400 €.

6.4 Ανθρώπινοι πόροι

6.4.1 Προσόντα

Οι ελεύθεροι επαγγελματίες που συνεργάζονται με την εταιρεία πρέπει να είναι όλοι μεταφραστές. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να είναι απόφοιτοι είτε Ξενόγλωσσης Φιλολογίας, είτε του Ιονίου Πανεπιστημίου, ή κάποιου άλλου μεταφραστικού τμήματος του εξωτερικού. Θα πρέπει να έχουν πολύ καλές γνώσεις ηλεκτρονικών υπολογιστών και διαδικτύου, ενώ είναι απαραίτητη και η διάθεση αποδείξεων παροχής υπηρεσιών. Η προϋπηρεσία αυτών δεν παίζει τόσο σημαντικό ρόλο, εφόσον μπορούν να εκπαιδευτούν από την υπεύθυνη των μεταφραστών Ο. Βαρταλά, στον τομέα στον οποίο καλούνται να μεταφράσουν. Εάν η υπεύθυνη δεν μπορεί να πραγματοποιήσει την εκπαίδευση, τότε αναλαμβάνει κάποιος άλλος μεταφραστής.

Στο παράρτημα Ε δίνεται ένα πρότυπο βιογραφικό με τις βασικές απαιτήσεις τις εταιρείας από τους συνεργάτες της.

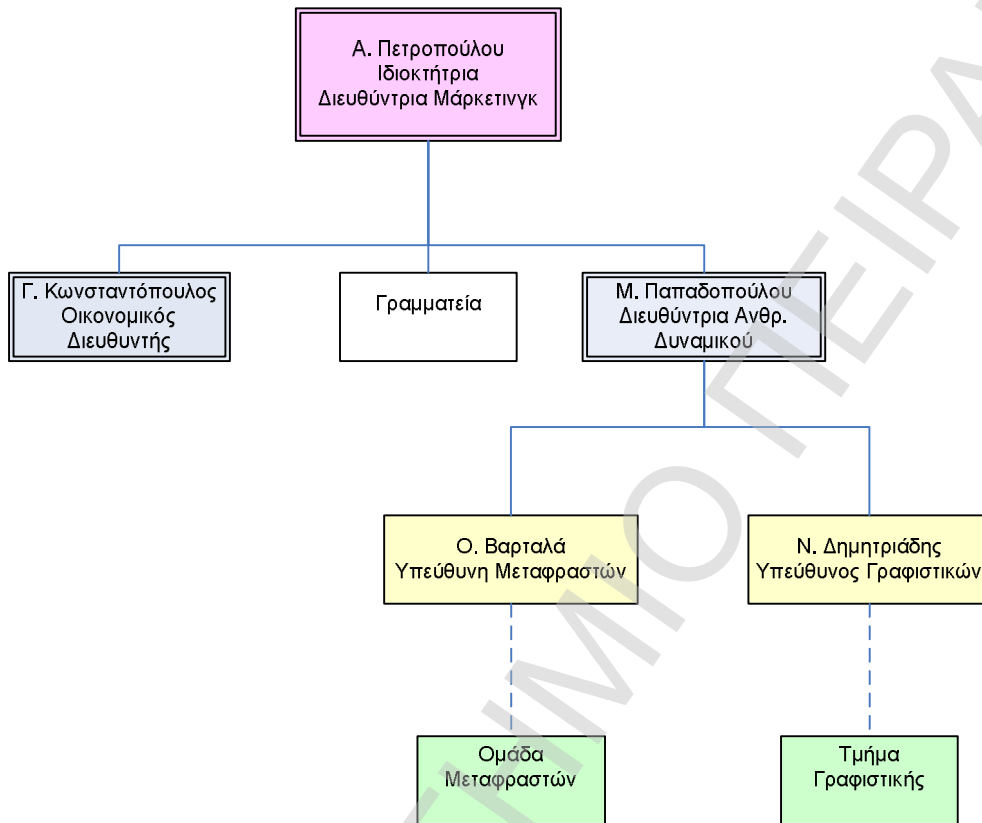
6.4.2 Ιστορικό του προσωπικού

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ελεύθερων επαγγελματιών (80), συνεργάζεται με την 'Technilingua' από το 2000.

Τα στελέχη προσλήφθηκαν το 2002, ενώ οι τωρινοί Υπεύθυνοι, ήταν από το 2000 μέχρι το 2002 απλοί συνεργάτες μεταφραστές.

6.4.3 Οργανωσιακή δομή

Διάγραμμα 6.2 - Μελλοντικό οργανόγραμμα της επιχείρησης.



6.4.4 Περιγραφή εργασίας, ρόλοι και καθήκοντα

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα αναλυθούν διεξοδικότερα τα καθήκοντα των Υπευθύνων και των απλών μεταφραστών και όχι των στελεχών.

Η Υπεύθυνη των μεταφραστών αναλαμβάνει τη σύσταση ομάδων μεταφραστών, ικανών να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις ενός μεγάλου έργου. Η ίδια πρέπει να τους συντονίζει και να επιμελείται των κειμένων τους, ώστε να τους προσδίδει ομοιομορφία, ενώ αν θελήσει μπορεί και να μεταφράζει. Σε γενικές γραμμές, αφού το κείμενο δοθεί στην κα. Ο. Βαρταλά, τότε αυτή φέρει την πλήρη ευθύνη για την ομαλή διεκπεραίωση της εργασίας.

Ο Υπεύθυνος των γραφιστών, ο οποίος είναι ουσιαστικά ένας μεταφραστής που γνωρίζει να χειρίζεται πολύ καλά το πρόγραμμα Photoshop, παραλαμβάνει από τους μεταφραστές έτοιμο κείμενο και το μετατρέπει στη μορφή που επιθυμεί ο πελάτης. Στην ομάδα του έχει άλλους δυο ελεύθερους επαγγελματίες μεταφραστές γραφίστες, οι οποίοι μπορούν να βοηθήσουν στην διεκπεραίωση μεγάλων εργασιών, και τους έχει επιλέξει ο ίδιος. Και

εδώ, ο κος. Ν. Δημητριάδης φέρει την απόλυτη ευθύνη για την ύπαρξη τυχόν παραπόνων από πλευράς του πελάτη για τη γραφιστική δουλειά.

Κάθε μεμονωμένος μεταφραστής υποχρεούται να παραδώσει τις μεταφράσεις του στο ποιοτικό επίπεδο και στο χρονικό διάστημα που απαιτεί ο πελάτης. Σε περίπτωση δυσαρέσκειας του πελάτη, αυτό δεν θα έχει οικονομικές επιπτώσεις στο μεταφραστή, απλώς η εταιρεία ρητά δεν θα ξανασυνεργαστεί μαζί του.

6.4.5 Λεπτομέρειες για συμβούλους

Οι σύμβουλοι της επιχείρησης είναι δύο: η κα. Φ. Θωμάκου για τις νομικές υποθέσεις και ο κος. Ν. Βαλατσός για τα τεχνικά θέματα των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Η νομική σύμβουλος, που εργάζεται σε δικηγορικό γραφείο του Αμαρουσίου ως δικηγόρος, πληρώνεται με 10 € για κάθε μεταφρασμένη σελίδα που επικυρώνει, ενώ μέχρι στιγμής η εταιρεία δεν έχει χρειαστεί τη συμβουλή της για νομικά θέματα.

Ο τεχνικός, που εργάζεται σε εταιρεία επιδιόρθωσης ηλεκτρονικών υπολογιστών, πληρώνεται ανάλογα με τις υπηρεσίες που προσφέρει.

6.4.6 Μελλοντικές απαιτήσεις

Η εταιρεία θεωρεί ότι χρήζει των υπηρεσιών ενός γραμματέα, του οποίου η πρόσληψη αναμένεται να γίνει το 2006. Υπάρχει ακόμα η σκέψη πρόσληψης ενός ατόμου για την προώθηση πωλήσεων στο εξωτερικό, αυτό όμως υπολογίζεται για μετά το 2010.

Τέλος, η επιχείρηση πάντα αναζητά νέους και καλούς μεταφραστές ως συνεργάτες, τους οποίους και επιθυμεί να γνωρίσει από την έκθεση «Ημέρες Καριέρας».

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

7.1 Χρηματοοικονομικό Σχέδιο

7.1.1 Προβλέψεις πωλήσεων

Η εταιρεία παρουσιάζει κατά μέσο όρο μια ετήσια αύξηση των πωλήσεων των 10.000 € Έτσι, οι προβλέψεις διαμορφώνονται ως εξής:

Πίνακας 7.1 – Προβλέψεις Πωλήσεων για την πενταετία 2006-2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Πωλήσεις	410.000	420.000	430.000	440.000	450.000

7.1.2 Προβλέψεις χρηματικών ροών

Οι χρηματικές εισροές, σε αντίθεση με τις χρηματικές εκροές, δεν μπορούν να υπολογιστούν ακριβώς σε ποιούς μήνες θα λάβουν χώρα, γι' αυτό και το ποσό των πωλήσεων έχει καταναμηθεί ισόποσα στους 12 μήνες του έτους.

2006

	Πωλήσεις	Μεταφραστές	Φ.Π.Α.	Μισθωτοί	Ενοίκιο	ΔΕΗ, ΟΤΕ κλπ.	MRK	Ασφάλ.	Ταμείο	ΣΥΝΟΛΟ
ΙΑΝ	34166.67	13666.66667		5600	600	400	650		3000	10250
ΦΕΒ	34166.67	13666.66667		5600	600	400	1250		3000	9650
ΜΑΡ	34166.67	13666.66667	19475	5600	600	400	373		3000	-8948
ΑΠΡ	34166.67	13666.66667		8400	600	400	1000		3000	7100
ΜΑΙ	34166.67	13666.66667		5600	600	400			3000	10900
ΙΟΥΝ	34166.67	13666.66667	19475	5600	600	400			3000	-8575
ΙΟΥΛ	34166.67	13666.66667		5600	600	400			3000	10900
ΑΥΓ	34166.67	13666.66667		8400	600	400	600		3000	7500
ΣΕΠ	34166.67	13666.66667	19475	5600	600	400			3000	-8575
ΟΚΤ	34166.67	13666.66667		5600	600	400			3000	10900
ΝΟΕ	34166.67	13666.66667		5600	600	400			3000	10900
ΔΕΚ	34166.67	13666.66667	19475	11200	600	400	80	100	3000	-14355
ΣΥΝΟΛΟ	410000	164000	77900	78400	7200	4800	3953	100	3000	70647

2007

	Πωλήσεις	Μεταφραστές	Φ.Π.Α.	Μισθωτοί	Ενοίκιο	ΔΕΗ, ΟΤΕ κλπ.	MRK	Ασφάλ.	Ταμείο	ΣΥΝΟΛΟ
ΙΑΝ	35000	14000		5600	600	400	5500		3000	11400
ΦΕΒ	35000	14000		5600	600	400			3000	11400
ΜΑΡ	35000	14000	19950	5600	600	400			3000	-8550
ΑΠΡ	35000	14000		8400	600	400	1000		3000	7600
ΜΑΙ	35000	14000		5600	600	400			3000	11400
ΙΟΥΝ	35000	14000	19950	5600	600	400			3000	-8550
ΙΟΥΛ	35000	14000		5600	600	400			3000	11400
ΑΥΓ	35000	14000		8400	600	400	600		3000	8000
ΣΕΠ	35000	14000	19950	5600	600	400			3000	-8550
ΟΚΤ	35000	14000		5600	600	400			3000	11400
ΝΟΕ	35000	14000		5600	600	400			3000	11400
ΔΕΚ	35000	14000	19950	11200	600	400	80	100	3000	-14330
ΣΥΝΟΛΟ	420000	168000	79800	78400	7200	4800	7180	100	3000	71620

2008

	Πωλήσεις	Μεταφραστές	Φ.Π.Α.	Μισθωτοί	Ενοίκιο	ΔΕΗ, ΟΤΕ κλπ.	MRK	Ασφάλ.	Ταμείο	ΣΥΝΟΛΟ
ΙΑΝ	35833.33	14333.33		5600	600	400			3000	11900
ΦΕΒ	35833.33	14333.33		5600	600	400			3000	11900
ΜΑΡ	35833.33	14333.33	20425	5600	600	400			3000	-8525
ΑΠΡ	35833.33	14333.33		8400	600	400	1000		3000	8100
ΜΑΙ	35833.33	14333.33		5600	600	400			3000	11900
ΙΟΥΝ	35833.33	14333.33	20425	5600	600	400			3000	-8525
ΙΟΥΛ	35833.33	14333.33		5600	600	400			3000	11900
ΑΥΓ	35833.33	14333.33		8400	600	400	600		3000	8500
ΣΕΠ	35833.33	14333.33	20425	5600	600	400			3000	-8525
ΟΚΤ	35833.33	14333.33		5600	600	400			3000	11900
ΝΟΕ	35833.33	14333.33		5600	600	400			3000	11900
ΔΕΚ	35833.33	14333.33	20425	11200	600	400	80	100	3000	-14305
ΣΥΝΟΛΟ	430000	172000	81700	78400	7200	4800	1680	100	3000	71620

2009

	Πωλήσεις	Μεταφραστές	Φ.Π.Α.	Μισθωτοί	Ενοίκιο	ΔΕΗ, ΟΤΕ κλπ.	MRK	Ασφάλ.	Ταμείο	ΣΥΝΟΛΟ
ΙΑΝ	36666.67	14666.66667		5600	600	400			3000	12400
ΦΕΒ	36666.67	14666.66667		5600	600	400			3000	12400
ΜΑΡ	36666.67	14666.66667	20900	5600	600	400			3000	-8500
ΑΠΡ	36666.67	14666.66667		8400	600	400	1000		3000	8600
ΜΑΙ	36666.67	14666.66667		5600	600	400			3000	12400
ΙΟΥΝ	36666.67	14666.66667	20900	5600	600	400			3000	-8500
ΙΟΥΛ	36666.67	14666.66667		5600	600	400			3000	12400
ΑΥΓ	36666.67	14666.66667		8400	600	400	600		3000	12000
ΣΕΠ	36666.67	14666.66667	20900	5600	600	400			3000	-8500
ΟΚΤ	36666.67	14666.66667		5600	600	400			3000	12400
ΝΟΕ	36666.67	14666.66667		5600	600	400			3000	12400
ΔΕΚ	36666.67	14666.66667	20900	11200	600	400	80	100	3000	-14280
ΣΥΝΟΛΟ	440000	176000	83600	78400	7200	4800	1680	100	3000	85220

2010

	Πωλήσεις	Μεταφραστές	Φ.Π.Α.	Μισθωτοί	Ενοίκιο	ΔΕΗ, ΟΤΕ κλπ.	MRK	Ασφάλ.	Ταμείο	ΣΥΝΟΛΟ
ΙΑΝ	37500	15000		5600	600	400	1250		3000	11650
ΦΕΒ	37500	15000		5600	600	400			3000	12900
ΜΑΡ	37500	15000	21375	5600	600	400			3000	-8475
ΑΠΡ	37500	15000		8400	600	400	1000		3000	9100
ΜΑΙ	37500	15000		5600	600	400			3000	12900
ΙΟΥΝ	37500	15000	21375	5600	600	400			3000	-8475
ΙΟΥΛ	37500	15000		5600	600	400			3000	12900
ΑΥΓ	37500	15000		8400	600	400	600		3000	9500
ΣΕΠ	37500	15000	21375	5600	600	400			3000	-8475
ΟΚΤ	37500	15000		5600	600	400	373		3000	12527
ΝΟΕ	37500	15000		5600	600	400			3000	12900
ΔΕΚ	37500	15000	21375	11200	600	400	80	100	3000	-14255
ΣΥΝΟΛΟ	450000	180000	85500	78400	7200	4800	3303	100	3000	87697

7.1.3 Προβλεπόμενες καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεων

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ (1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2006 - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2006)	
Κύκλος Εργασιών (Πωλήσεις Υπηρεσιών)	410000
Μείον: Κόστος παροχής υπηρεσιών	241900
Μικτά αποτ/τα εκμεταλλεύσεως	168100
Μείον: Αμοιβές προσωπικού	78400
Έξοδα προώθησης πωλήσεων	3953
Λειτουργικά έξοδα	12000
Ασφάλιστρα	100
Μείον: Αποσβέσεις Παγίων	2000
ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	71647
Μείον: Φορολογία	21494.1
ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΕΩΣ ΜΕΤΑ ΦΟΡΩΝ	50152.9

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ (1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2007 - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2007)	
Κύκλος Εργασιών (Πωλήσεις Υπηρεσιών)	420000
Μείον: Κόστος παροχής υπηρεσιών	247800
Μικτά αποτ/τα εκμεταλλεύσεως	172200
Μείον: Αμοιβές προσωπικού	78400
Έξοδα προώθησης πωλήσεων	1680
Λειτουργικά έξοδα	12000
Ασφάλιστρα	100
Λοιπά έξοδα	5500
Μείον: Αποσβέσεις Παγίων	2000
ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	72520
Μείον: Φορολογία	21756
ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΕΩΣ ΜΕΤΑ ΦΟΡΩΝ	50764

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ (1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2008 - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2008)	
Κύκλος Εργασιών (Πωλήσεις Υπηρεσιών)	430000
Μείον: Κόστος παροχής υπηρεσιών	253700
Μικτά αποτ/τα εκμεταλλεύσεως	176300
Μείον: Αμοιβές προσωπικού	78400
Έξοδα προώθησης πωλήσεων	1680
Λειτουργικά έξοδα	12000
Ασφάλιστρα	100
Μείον: Αποσβέσεις Παγίων	2000
ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	82120
Μείον: Φορολογία	24636
ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΕΩΣ ΜΕΤΑ ΦΟΡΩΝ	57484

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ (1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2009 - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2009)	
Κύκλος Εργασιών (Πωλήσεις Υπηρεσιών)	440000
Μείον: Κόστος παροχής υπηρεσιών	259600
Μικτά αποτ/τα εκμεταλλεύσεως	180400
Μείον: Αμοιβές προσωπικού	78400
Έξοδα προώθησης πωλήσεων	1680
Λειτουργικά έξοδα	12000
Ασφάλιστρα	100
Μείον: Αποσβέσεις Παγίων	2000
ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	86220
Μείον: Φορολογία	25866
ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΕΩΣ ΜΕΤΑ ΦΟΡΩΝ	60354

ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΧΡΗΣΕΩΣ (1 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2010 - 31 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2010)	
Κύκλος Εργασιών (Πωλήσεις Υπηρεσιών)	450000
Μείον: Κόστος παροχής υπηρεσιών	265500
Μικτά αποτ/τα εκμεταλλεύσεως	184500
Μείον: Αμοιβές προσωπικού	78400
Έξοδα προώθησης πωλήσεων	3303
Λειτουργικά έξοδα	12000
Ασφάλιστρα	100
Μείον: Αποσβέσεις Παγίων	2000
ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΕΩΣ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ	88697
Μείον: Φορολογία	26609.1
ΚΕΡΔΗ ΧΡΗΣΕΩΣ ΜΕΤΑ ΦΟΡΩΝ	62087.9

7.1.4 Προβλεπόμενοι ισολογισμοί

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2006			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
			4935
Ενσωματες Ακίνητοποιήσεις		Καθαρή θέση	0
Μηχανήματα & λοιπός μηχαν/κος εξοπλισμός	5000		
Έπιπλα & λοιπός εξοπλισμός	9000		
Μείον: Αποσβέσεις Παγίων	2000		
	1200	ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ	7825
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	0	ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	0
		ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	
Απαιτήσεις		Υποχρεώσεις από φόρους	6650
Χρεώστες διάφοροι	3500		1400
	0	Πιστωτές διάφοροι	0
Διαθέσιμα			2065
Ταμείο	3000	ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	0
	2000		
Καταθέσεις όψεως	0		
	5800		
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	0		
	7000	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	7000
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	0		0

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2007			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
			5319
Ενσωματες Ακίνητοποιήσεις		Καθαρή θέση	1
Μηχανήματα & λοιπός μηχαν/κος εξοπλισμός	9500		
Έπιπλα & λοιπός εξοπλισμός	8000		
Μείον: Αποσβέσεις Παγίων	2000		
	1550	ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ	5319
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	0	ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	1
		ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	
Απαιτήσεις		Υποχρεώσεις από φόρους	6809
Χρεώστες διάφοροι	3583		1433
	4	Πιστωτές διάφοροι	4
		(συνέχεια)	

Διαθέσιμα			
Ταμείο	3000		
	2000		2114
Καταθέσεις όψεως	0	ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	3
	5883		
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	4		
	7433		7433
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	4	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	4

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2008			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
Ενσωματες Ακίνητοποιήσεις		Καθαρή θέση	5153
Μηχανήματα & λοιπός μηχαν/κος εξοπλισμός	8500		3
Έπιπλα & λοιπός εξοπλισμός	7000		
Μείον: Αποσβέσεις Παγίων	2000		
	1350	ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	5153
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	0		3
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
Απαιτήσεις		Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	
Χρεώστες διάφοροι	3666	Υποχρεώσεις από φόρους	6967
	7		1466
		Πιστωτές διάφοροι	7
Διαθέσιμα			
Ταμείο	3000		
	2000		2163
Καταθέσεις όψεως	0	ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	4
	5966		
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	7		
	7316		7316
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	7	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	7

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2009

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
			4987
Ενσωματες Ακίνητοποιήσεις		Καθαρή θέση	5
Μηχανήματα & λοιπός μηχαν/κος εξοπλισμός	7500		
Έπιπλα & λοιπός εξοπλισμός	6000		
Μείον: Αποσβέσεις Παγίων	2000		
	1150	ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ	4987
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	0	ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	5
		ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	
Απαιτήσεις			
	3750	Υποχρεώσεις από φόρους	7125
Χρεώστες διάφοροι	0		1500
		Πιστωτές διάφοροι	0
Διαθέσιμα			2212
Ταμείο	3000	ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	5
	2000		
Καταθέσεις όψεως	0		
	6050		
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	0		
	7200	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	7200
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	0		0

ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΗΣ 31ης ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2010

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΠΑΘΗΤΙΚΟ	
ΠΑΓΙΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	
			4821
Ενσωματες Ακίνητοποιήσεις		Καθαρή θέση	7
Μηχανήματα & λοιπός μηχαν/κος εξοπλισμός	6500		
Έπιπλα & λοιπός εξοπλισμός	5000		
Μείον: Αποσβέσεις Παγίων	2000		
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΓΙΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	9500	ΣΥΝΟΛΟ ΙΔΙΩΝ	4821
		ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ	7
ΚΥΚΛΟΦΟΡΟΥΝ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ		ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	
Απαιτήσεις		Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	
	3833		
Χρεώστες διάφοροι	4	Υποχρεώσεις από φόρους	7283
			1533
Διαθέσιμα		Πιστωτές διάφοροι	4
Ταμείο	3000		

(συνέχεια)

Καταθέσεις όψεως	2000 0	ΣΥΝΟΛΟ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΩΝ	2261 7
ΣΥΝΟΛΟ ΚΥΚΛ. ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	6133 4		
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	7083 4	ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	7083 4

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Η εταιρεία διαθέτει επαρκή δικά της κεφάλαια για χρηματοδότηση των παρόντων σχεδίων προώθησης πωλήσεων.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

Παράρτημα Α

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Προσωπικές πληροφορίες	<ul style="list-style-type: none">• Όνοματεπώνυμο: Αφροδίτη Πετροπούλου• Ημερομηνία γέννησης: 12-10-1960• Τηλ: 210-80 565 89 Κινητό τηλ: 6935 87 90 87• E-mail: aretropoulou@otenet.gr• Διεύθυνση κατοικίας: Δωδεκανήσων 14, Βριλήσσια, Τ.Κ.11526• Υπηκοότητα: Ελληνική
ΣΠΟΥΔΕΣ	<ul style="list-style-type: none">• 1983 – 1984: University of Kent, Business School, Master in Business Administration• 1978-1982: Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Αγγλικής Φιλολογίας – Κατεύθυνση: Μετάφραση
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ	<ul style="list-style-type: none">• 2000- σήμερα: Ιδιοκτήτρια εταιρείας παροχής υπηρεσιών μετάφρασης (Technilingua) και κατοχή θέσης Διευθύντριας Πωλήσεων.• 1993-1999: Διευθύντρια Πωλήσεων στην διαφημιστική εταιρεία “Sprint”.• 1990-1993: Ιδιωτική Υπάλληλος στη εταιρεία “Miele”, τμήμα πωλήσεων.• 1985-1990: Ελεύθερη επαγγελματίας ως μεταφράστρια
Ξένες Γλώσσες	<ul style="list-style-type: none">• Αγγλικά (Proficiency of Cambridge)• Γερμανικά (Grosses Sprachdiplom)• Ιταλικά (Celi 3)
Γνώσεις Ηλεκτρονικών Υπολογιστών	<ul style="list-style-type: none">• Λειτουργικά συστήματα Microsoft Windows 98,2000,XP• Αυτοματισμός γραφείου: Microsoft Office (Word, Excel, Power Point)• Χρήση Internet και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (MS Outlook, Outlook Express)• Οικονομετρικό πακέτο Microfit, Statgraphics.• Γνώση πακέτου Navision
Χρήση ελεύθερου χρόνου	Ταξίδια, Διάβασμα, Κινηματογράφος και κιθάρα.

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Προσωπικές πληροφορίες	<ul style="list-style-type: none">• Όνοματεπώνυμο: Γιώργος Κωνσταντόπουλος• Ημερομηνία γέννησης: 22-06-1974• Τηλ: 210-64 55 187 Κινητό τηλ: 6944 456 234• E-mail: gkonsta@otenet.gr• Διεύθυνση κατοικίας: Ασραπόγιαννου 12, Ελληνορώσων, Τ.Κ.117 84• Υπηκοότητα: Ελληνική
ΣΠΟΥΔΕΣ	<ul style="list-style-type: none">• 1997-1999: Πανεπιστήμιο Πειραιώς, τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Μεταπτυχιακές σπουδές στη Διοίκηση Επιχειρήσεων – Διοίκηση Ολικής Ποιότητας.• 1992-1997: Πανεπιστήμιο Πειραιώς, τμήμα Οικονομικής Επιστήμης.
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ	<ul style="list-style-type: none">• 2000- σήμερα: Οικονομικός διευθυντής εταιρείας παροχής υπηρεσιών μετάφρασης (Technilingua).• 1999: Βοηθός λογιστή στην τεχνική εταιρεία «Pharmaceutics».
Σεμινάρια – Διαβίου εκπαίδευση	<ul style="list-style-type: none">• Τα Δικαιώματα του Ανθρώπου και η Διεθνής Προστασία τους, (2000)• Παγκόσμιες Κεφαλαιαγορές: Κρίσεις, Επιπτώσεις και Προοπτικές, (1998)
Ξένες Γλώσσες	<ul style="list-style-type: none">• Αγγλικά (Proficiency of Cambridge)
Γνώσεις Ηλεκτρονικών Υπολογιστών	<ul style="list-style-type: none">• Λειτουργικά συστήματα Microsoft Windows 98,2000,XP• Αυτοματισμός γραφείου: Microsoft Office (Word, Excel, Power Point)• Χρήση Internet και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (MS Outlook, Outlook Express)• Γνώση λογιστικού πακέτου
Χρήση ελεύθερου χρόνου	Μουσική, βιβλία, κινηματογράφος, φωτογραφία.

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Προσωπικές πληροφορίες	<ul style="list-style-type: none">• Όνοματεπώνυμο: Μαρία Παπαδοπούλου• Ημερομηνία γέννησης: 22-06-1977• Τηλ: 210-62 45 634 Κινητό τηλ: 6944 143 609• E-mail: mrapado@otenet.gr• Διεύθυνση κατοικίας: Γεωργίου Παπανδρέου 43, Κηφισιά, Τ.Κ.113 45• Υπηκοότητα: Ελληνική
ΣΠΟΥΔΕΣ	<ul style="list-style-type: none">• 1998-2000: University of Ontario, Department of Business Administration, MSc in Human Resource Management.• 1995-1998: Oxford University, Department of Human Resource Management.
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ	<ul style="list-style-type: none">• 2000- σήμερα: Υπεύθυνη Ανθρώπινου Δυναμικού στην εταιρεία παροχής υπηρεσιών μετάφρασης Technilingua.
Ξένες Γλώσσες	<ul style="list-style-type: none">• Αγγλικά (Proficiency of Cambridge)• Γαλλικά (Sorbonne 2)
Γνώσεις Ηλεκτρονικών Υπολογιστών	<ul style="list-style-type: none">• Λειτουργικά συστήματα Microsoft Windows 98,2000,XP• Αυτοματισμός γραφείου: Microsoft Office (Word, Excel, Power Point)• Χρήση Internet και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (MS Outlook, Outlook Express)
Χρήση ελεύθερου χρόνου	Μουσική, ποίηση, ζωγραφική, πιάνο.

Παράρτημα Β

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ

**ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΡΟΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (2002-2004)**

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	2004	'03-'04	2003	'02-'03	2002
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	3.452.471.308	18,93%	2.903.020.504	12,88%	2.571.798.249
ΓΗΠΕΔΑ-ΟΙΚΟΠΕΔΑ	163.785.397	13,74%	143.994.776	7,74%	133.648.684
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	669.737.862	-2,34%	685.820.177	7,21%	639.668.301
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	2.861.019	1,70%	2.813.172	-0,06%	2.814.729
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ -ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	192.759.145	-9,18%	212.254.497	11,22%	190.843.915
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	423.342.875	13,02%	374.562.236	17,12%	319.810.856
ΑΠΟΣΒ. ΚΤΙΡΙΩΝ –ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	295.340.079	15,28%	256.203.166	13,88%	224.969.954
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ.ΕΞΟΠΛ.	2.430.498	11,11%	2.187.537	13,23%	1.931.933
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	125.572.273	8,15%	116.108.023	25,26%	92.695.723
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	850.706.768	11,80%	760.929.225	-12,62%	870.815.368
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	1.997.095.571	33,54%	1.495.519.584	38,95%	1.076.306.064
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	305.207.459	15,12%	265.128.376	13,40%	233.790.455
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	27.510.072	2,36%	26.875.623	-8,13%	29.255.205
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓ.ΠΡΟΪΟΝΤΑ	249.811.931	14,14%	218.861.316	10,95%	197.269.422
ΑΎΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	28.151.252	35,51%	20.774.662	152,12%	8.239.854
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	1.205.518.066	-10,04%	1.340.032.796	-3,85%	1.393.724.363
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ - ΓΡΑΜΜ. ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	814.648.824	-1,00%	822.859.850	14,61%	717.939.378
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	56.359.558	-8,60%	61.664.075	-79,96%	307.713.879
ΛΟΠΙΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	335.470.542	-29,04%	472.758.360	23,20%	383.728.195
ΤΑΜΕΙΟ-ΤΡΑΠΕΖΕΣ	876.417.209	8,74%	805.996.976	11,09%	725.560.591
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	5.839.554.067	9,95%	5.311.160.563	7,90%	4.922.176.727
ΠΑΘΗΤΙΚΟ					
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	3.247.172.385	16,44%	2.788.657.937	12,10%	2.487.643.983
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	2.364.885.807	11,16%	2.127.551.873	15,74%	1.838.290.824
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	392.535.416	-40,93%	664.491.659	-12,61%	760.398.195
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ- ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	490.476.675		15.706.262		-31.047.705
ΜΕΣΟ. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	1.120.131.215	27,98%	875.236.522	-11,63%	990.410.120
ΜΕΣΟΜΑΚΡ.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.061.316.356	30,51%	813.210.891	-12,81%	932.656.742
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	58.430.373	-4,19%	60.984.293	8,02%	56.455.730
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	1.472.634.958	-10,66%	1.648.265.662	14,04%	1.445.378.476
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.- ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	344.458.098	-32,24%	508.353.475	34,15%	378.943.141
ΓΡΑΜ.ΠΛΗΡΩΤΕΑ- ΠΡΟΜ/ΤΕΣ- ΠΙΣΤΩΤΕΣ	514.222.456	-9,35%	567.281.651	-2,72%	583.167.480

ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	65.674.574	1,19%	64.903.617	42,21%	45.638.570
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΜΕΤΟΧΩΝ-ΕΤΑΙΡΩΝ	49.498.239	-19,79%	61.707.327	-20,60%	77.719.694
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	499.065.426	11,62%	447.111.713	23,93%	360.768.197
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	5.840.383.858	9,65%	5.326.315.150	7,91%	4.935.850.208

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ	2004	'03-'04	2003	'02-'03	2004
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	1.899.981.884	5,56%	1.799.844.456	6,15%	1.695.635.114
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	1.325.794.000	6,14%	1.249.145.447	6,90%	1.168.507.290
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΛΟΣ	580.512.015	5,89%	548.218.950	4,26%	525.820.491
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	144.500.707	3,10%	140.162.003	17,79%	118.994.799
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	19.671.761	-3,19%	20.320.081	26,55%	16.057.180
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	580.549.798	7,56%	539.743.331	4,47%	516.634.061
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	126.117.762	-3,92%	131.265.880	14,49%	114.653.397
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	42.861.193	20,07%	35.695.796	1,37%	35.214.020
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	34.559.023	24,93%	27.662.782	-6,57%	29.608.592
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	2.895.454	-17,16%	3.495.207	2,79%	3.400.345
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	83.064.963	-0,32%	83.333.749	-13,81%	96.686.426
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	79.583.019	2,53%	77.619.652	-14,91%	91.215.523
ΚΕΡΛΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	131.897.339	-3,51%	136.689.207	16,06%	117.776.567
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	63.076.402	4,08%	60.604.872	44,07%	42.065.089
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	50.653.582	-3,38%	52.428.139	4,15%	50.338.032

ΕΝΟΠΙΟΗΜΕΝΟΣ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ			
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ	2004	2003	2002
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	134,24	112,88	100,00
ΓΗΠΕΔΑ-ΟΙΚΟΠΕΔΑ	122,55	107,74	100,00
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	104,70	107,21	100,00
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	101,64	99,94	100,00
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	101,00	111,22	100,00
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	132,37	117,12	100,00
ΑΠΟΣΒ.ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	131,28	113,88	100,00
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ.ΕΞΟΠΛ.	125,81	113,23	100,00
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	135,47	125,26	100,00
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	97,69	87,38	100,00
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	185,55	138,95	100,00
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	130,55	113,40	100,00
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	94,03	91,87	100,00

ΗΜΙΚΑΤΕΡΓ.ΠΡΟΙΟΝΤΑ	126,63	110,95	100,00
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	341,65	252,12	100,00
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	86,50	96,15	100,00
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ - ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	113,47	114,61	100,00
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	18,32	20,04	100,00
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	87,42	123,20	100,00
ΤΑΜΕΙΟ-ΤΡΑΠΕΖΕΣ	120,79	111,09	100,00
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	118,64	107,90	100,00
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	130,53	112,10	100,00
ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	128,65	115,74	100,00
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	51,62	87,39	100,00
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	-1579,75	-50,59	100,00
ΜΕΣΟ. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	113,10	88,37	100,00
ΜΕΣΟΜΑΚΡ.ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	113,79	87,19	100,00
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	103,50	108,02	100,00
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	101,89	114,04	100,00
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	90,90	134,15	100,00
ΓΡΑΜ.ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	88,18	97,28	100,00
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	143,90	142,21	100,00
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΜΕΤΟΧΩΝ-ΕΤΑΙΡΩΝ	63,69	79,40	100,00
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	138,33	123,93	100,00
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	118,33	107,91	100,00

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΕΙΚΤΩΝ	ΕΤΗΣΙΟΣ ΡΥΘΜΟΣ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ				
	2004	2003	2002	'03-'04	'02-'03
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ					
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	112,05	106,15	100,00	5,56%	6,15%
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	113,46	106,90	100,00	6,14%	6,90%
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	110,40	104,26	100,00	5,89%	4,26%
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	121,43	117,79	100,00	3,10%	17,79%
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	122,51	126,55	100,00	-3,19%	26,55%
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	112,37	104,47	100,00	7,56%	4,47%
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	110,00	114,49	100,00	-3,92%	14,49%
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	121,72	101,37	100,00	20,07%	1,37%

ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	116,72	93,43	100,00	24,93%	-6,57%
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	85,15	102,79	100,00	-17,16%	2,79%
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	85,91	86,19	100,00	-0,32%	-13,81%
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	87,25	85,09	100,00	2,53%	-14,91%
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	111,99	116,06	100,00	-3,51%	16,06%
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	149,95	144,07	100,00	4,08%	44,07%
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	100,63	104,15	100,00	-3,38%	4,15%

ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΟΣ ΙΣΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ			
	2004	2003	2002
ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ			
ΚΑΘΑΡΑ ΠΑΓΙΑ	59,12%	54,66%	52,25%
ΓΗΠΕΔΑ-ΟΙΚΟΠΕΔΑ	2,80%	2,71%	2,72%
ΚΤΙΡΙΑ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	11,47%	12,91%	13,00%
ΜΗΧΑΝΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ	0,05%	0,05%	0,06%
ΑΣΩΜΑΤΕΣ ΑΚΙΝΗΤΟΠ.-ΔΑΠ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.	3,30%	4,00%	3,88%
ΜΕΙΟΝ ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ	7,25%	7,05%	6,50%
ΑΠΟΣΒ.ΚΤΙΡΙΩΝ-ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ	5,06%	4,82%	4,57%
ΑΠΟΣΒΕΣΕΙΣ ΜΗΧΑΝ.ΕΞΟΠΛ.	0,04%	0,04%	0,04%
ΑΠΟΣΒ.ΔΑΠΑΝ.ΠΟΛ.ΑΠΟΣΒ.-ΑΣΩΜ.ΑΚΙΝ.	2,15%	2,19%	1,88%
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	14,57%	14,33%	17,69%
ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ	34,20%	28,16%	21,87%
ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	5,23%	4,99%	4,75%
ΕΤΟΙΜΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ-ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	0,47%	0,51%	0,59%
ΗΜΙΚΑΤΕΡΓ.ΠΡΟΙΟΝΤΑ	4,28%	4,12%	4,01%
ΥΛΕΣ & ΥΛΙΚΑ	0,48%	0,39%	0,17%
ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	20,64%	25,23%	28,32%
ΑΠΑΙΤ.ΠΕΛΑΤΩΝ - ΓΡΑΜΜ.ΕΙΣΠΡΑΚΤΕΑ	13,95%	15,49%	14,59%
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ	0,97%	1,16%	6,25%
ΛΟΙΠΕΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ	5,74%	8,90%	7,80%
ΤΑΜΕΙΟ-ΤΡΑΠΕΖΕΣ	15,01%	15,18%	14,74%
ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ	100,00%	100,00%	100,00%
ΠΑΘΗΤΙΚΟ			
ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	55,60%	52,36%	50,40%

ΜΕΤΟΧΙΚΟ-ΕΤΑΙΡΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	40,49%	39,94%	37,24%
ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ	6,72%	12,48%	15,41%
ΑΔΙΑΝ.ΚΕΡΔΗ-ΣΥΣΣΩΡΕΥΜΕΝΕΣ ΖΗΜΙΕΣ	8,40%	0,29%	
ΜΕΣΟ. & ΜΑΚΡΟ. ΥΠΟΧ. & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	19,18%	16,43%	20,07%
ΜΕΣΟΜΑΚΡ. ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	18,17%	15,27%	18,90%
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ	1,00%	1,14%	1,14%
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	25,21%	30,95%	29,28%
ΟΦΕΙΛΕΣ ΣΕ ΤΡΑΠ.-ΔΟΣΕΙΣ Μ.ΔΑΝΕΙΩΝ	5,90%	9,54%	7,68%
ΓΡΑΜ.ΠΛΗΡΩΤΕΑ-ΠΡΟΜ/ΤΕΣ-ΠΙΣΤΩΤΕΣ	8,80%	10,65%	11,81%
ΜΕΡΙΣΜ.ΠΛΗΡΩΤ. ΚΕΡΔΗ ΠΡΟΣ ΔΙΑΝΟΜΗ	1,12%	1,22%	0,92%
ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΜΕΤΟΧΩΝ-ΕΤΑΙΡΩΝ	0,85%	1,16%	1,57%
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ	8,55%	8,39%	7,31%
ΣΥΝΟΛΟ ΠΑΘΗΤΙΚΟΥ	100,00%	100,00%	100,00%

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΟΙΝΟΥ ΜΕΓΕΘΟΥΣ			
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ	2004	2003	2002
ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (ΠΩΛΗΣΕΙΣ)	100,00%	100,00%	100,00%
ΜΕΙΟΝ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	69,78%	69,40%	68,91%
ΜΙΚΤΟ ΚΕΡΔΟΣ	30,55%	30,46%	31,01%
ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤ.ΕΣΟΔΑ	7,61%	7,79%	7,02%
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	1,04%	1,13%	0,95%
ΛΟΙΠΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	30,56%	29,99%	30,47%
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ	6,64%	7,29%	6,76%
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΣΟΔΑ	2,26%	1,98%	2,08%
ΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΑ ΕΞΟΔΑ	1,82%	1,54%	1,75%
ΑΠΟΣΒ. ΕΚΤΟΣ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	0,15%	0,19%	0,20%
ΣΥΝΟΛΟ ΑΠΟΣΒΕΣΕΩΝ	4,37%	4,63%	5,70%
ΑΠΟΣΒ. ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΠΩΛΗΘΕΝΤΩΝ	4,19%	4,31%	5,38%
ΚΕΡΔΟΣ ΠΡΟ ΦΟΡΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	6,94%	7,59%	6,95%
ΚΑΘΑΡΑ ΜΕΡΙΣΜΑΤΑ	3,32%	3,37%	2,48%
ΦΟΡΟΣ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ	2,67%	2,91%	2,97%

ΔΕΙΚΤΕΣ	2004	2003	2002
Συνολική Αποδοτικότητα			
Συνολικά Κέρδη / Σύνολο καθαρού ενεργητικού	11,58%	11,59%	9,12%
Περιθώριο Κέρδους			
Μικτό Περιθώριο Κέρδους	7,98%	8,72%	7,89%

Καθαρό Περιθώριο Κέρδους	6,94%	7,59%	6,95%
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα			
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού	1,45	1,33	1,16
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Κυκλοφορούντος Ενεργ.	0,80	0,75	0,72
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Απαιτήσεων	2,33	2,19	2,36
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Διαθεσίμων	2,17	2,23	2,34
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων			
	4,06%	4,90%	4,73%
Μέση διάρκεια είσπραξης των απαιτήσεων	156,50μ.	166,87μ.	154,54μ.
Ρευστότητα			
Γενική Ρευστότητα	1,62	1,46	1,63
Άμεση Ρευστότητα	1,41	1,30	1,47
Δανειακή Επιβάρυνση			
Ξένα Κεφάλαια / Ίδια Κεφάλαια	78,04%	88,27%	95,59%
Ξένα Μακροπρόθεσμα / Απασχοληθέντα Κεφάλαια	24,30%	22,11%	26,72%

Παράρτημα Γ - Διαφημιστικό folder

Ε.Π.Ε.

Technilingua

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΗΣ

TECHNILINGUA
Τριφυλίας 49 Καποί Χαλάνδρι
152 31, Αττική
τηλ. 210 67 49 079
fax. 210 67 49 079
www.technilingua.gr
technilingua@otenet.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Δ

ServQual

Οδηγίες: Βασισμένοι στη εμπειρία σας ως καταναλωτή υπηρεσιών μετάφρασης παρακαλούμε εκτιμήστε τι είδους μεταφραστική εταιρεία θα μπορούσε να προσφέρει άριστη ποιότητα υπηρεσιών. Αναλογιστείτε το είδος της μεταφραστικής εταιρείας με την οποία θα θέλατε εσείς να έχετε συνεργασία. Παρακαλούμε σημειώστε τον βαθμό στον οποίο, μια τέτοιου είδους μεταφραστική εταιρεία, έχει τα χαρακτηριστικά που περιγράφονται σε κάθε μια από τις παρακάτω προτάσεις. Αν νομίζεται πως ένα χαρακτηριστικό από αυτά που περιγράφονται δεν είναι καθόλου απαραίτητο για τις άριστες μεταφραστικές εταιρείες κυκλώστε τον αριθμό 1. Αν νομίζεται πως ένα χαρακτηριστικό είναι απολύτως απαραίτητο κυκλώστε τον αριθμό 7. Αν η γνώμη σας δεν είναι τόσο ισχυρή (ούτε για το 1 ούτε για το 7) κυκλώστε έναν από τους ενδιάμεσους αριθμούς. Δεν υπάρχουν σωστές και λάθος απαντήσεις. Πρέπει μόνο να επιλέξετε έναν αριθμό, ο οποίος να αντιπροσωπεύει την πραγματική σας γνώμη και αντίληψη σχετικά με εταιρείες που προσφέρουν άριστης ποιότητας υπηρεσίες.

	Ισχυρά Διαφωνώ			Ισχυρά Συμφωνώ			
1. Οι άριστες μεταφραστικές εταιρείες θα έχουν σύγχρονο εξοπλισμό.	1	2	3	4	5	6	7
2. Οι κτιριακές εγκαταστάσεις στις άριστες εταιρείες θα είναι οπτικά καλαίσθητες	1	2	3	4	5	6	7
3. Οι υπάλληλοι των άριστων μεταφραστικών υπηρεσιών θα έχουν προσεγμένη εμφάνιση	1	2	3	4	5	6	7
4. Υλικά σχετιζόμενα με την υπηρεσία (όπως φυλλάδια ή έγγραφα) θα είναι οπτικά καλαίσθητα στις άριστες εταιρείες.	1	2	3	4	5	6	7
5. Όταν οι άριστες μεταφραστικές εταιρείες υπόσχονται να κάνουν κάτι μέχρι μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή, το τηρούν.	1	2	3	4	5	6	7
6. Όταν ένας πελάτης αντιμετωπίζει ένα πρόβλημα, οι άριστες μεταφραστικές εταιρείες θα δείξουν ειλικρινές ενδιαφέρον για την επίλυση του.	1	2	3	4	5	6	7

(συνεχίζεται)

	Ισχυρά Διαφωνώ					Ισχυρά Συμφωνώ	
7. Οι άριστες μεταφραστικές εταιρείες θα εκτελέσουν την υπηρεσία που προσφέρουν σωστά την πρώτη φορά.	1	2	3	4	5	6	7
8. Οι άριστες μεταφραστικές εταιρείες θα προσφέρουν τις υπηρεσίες τους μέσα στο χρονικό διάστημα που έχουν υποσχεθεί.	1	2	3	4	5	6	7
9. Οι άριστες μεταφραστικές εταιρείες θα επιμένουν σε επιδόσεις χωρίς λάθη.	1	2	3	4	5	6	7
10. Οι υπάλληλοι των άριστων μεταφραστικών εταιρειών ενημερώνουν τους πελάτες πότε ακριβώς θα διεκπεραιωθεί η υπηρεσία που έχουν ζητήσει.	1	2	3	4	5	6	7
11. Οι υπάλληλοι των άριστων μεταφραστικών εταιρειών θα εξυπηρετούν άμεσα τους πελάτες.	1	2	3	4	5	6	7
12. Οι υπάλληλοι των μεταφραστικών εταιρειών θα είναι πάντα πρόθυμοι να βοηθούν τους πελάτες.	1	2	3	4	5	6	7
13. Οι υπάλληλοι των άριστων μεταφραστικών εταιρειών δεν θα είναι ποτέ πολύ απασχολημένοι ώστε να μην μπορούν να ανταποκριθούν στα αιτήματα των πελατών.	1	2	3	4	5	6	7
14. Η συμπεριφορά των υπαλλήλων στις άριστες μεταφραστικές εταιρείες θα αποπνέει εμπιστοσύνη στους πελάτες.	1	2	3	4	5	6	7
15. Οι πελάτες των άριστων μεταφραστικών εταιρειών θα νιώθουν ασφαλή στις συναλλαγές τους.	1	2	3	4	5	6	7

16. Οι υπάλληλοι των άριστων μεταφραστικών εταιρειών θα είναι συνεχώς ευγενικοί με τους πελάτες.

1 2 3 4 5 6 7
(συνεχίζεται)

	Ισχυρά Διαφωνώ						Ισχυρά Συμφωνώ
17. Οι υπάλληλοι των άριστων μεταφραστικών εταιρειών θα έχουν την γνώση να απαντούν στις ερωτήσεις των πελατών.	1	2	3	4	5	6	7
18. Οι άριστες μεταφραστικές εταιρείες θα δίνουν προσοχή σε κάθε μεμονωμένο πελάτη τους.	1	2	3	4	5	6	7
19. Οι άριστες μεταφραστικές εταιρείες θα έχουν ωράριο λειτουργίας που θα είναι βολικό σε όλους τους πελάτες τους.	1	2	3	4	5	6	7
20. Οι άριστες μεταφραστικές εταιρείες θα έχουν υπαλλήλους που θα απασχολούνται αποκλειστικά με τον πελάτη τους.	1	2	3	4	5	6	7
21. Οι άριστες μεταφραστικές εταιρείες θα ενδιαφέρονται από καρδιάς για τους πελάτες τους.	1	2	3	4	5	6	7
22. Οι υπάλληλοι των άριστων μεταφραστικών εταιρειών θα κατανοούν τις συγκεκριμένες ανάγκες των πελατών.	1	2	3	4	5	6	7

Οδηγίες: Παρακάτω παρατίθεται ένας κατάλογος με πέντε χαρακτηριστικά που αναφέρονται σε μεταφραστικές εταιρείες και στις υπηρεσίες που αυτές προσφέρουν. Θα θέλαμε να ξέρουμε πόσο σημαντικό είναι για εσάς κάθε ένα από τα χαρακτηριστικά αυτά όταν αξιολογείται την ποιότητα υπηρεσιών που προσφέρει μια μεταφραστική εταιρεία. Παρακαλούμε κατανείμετε συνολικά 100 βαθμούς μεταξύ αυτών των πέντε χαρακτηριστικών σύμφωνα με το πόσο σημαντικό είναι το κάθε ένα από αυτά για εσάς. Όσο πιο σημαντικό είναι ένα χαρακτηριστικό τόσο πιο πολλούς βαθμούς πρέπει να του δώσετε. Παρακαλούμε βεβαιωθείτε ότι οι βαθμοί που κατανέμεται στα πέντε χαρακτηριστικά που περιγράφονται παρακάτω αθροίζουν στο 100.

1. Η εμφάνιση που έχουν οι εγκαταστάσεις, ο εξοπλισμός, το προσωπικό και το υλικό επικοινωνίας των μεταφραστικών εταιρειών.

_____ άάέϊβ

2. Η δυνατότητα που έχει η μεταφραστική εταιρεία να διαικπεραιώνει τις υποσχόμενες υπηρεσίες αξιόπιστα και με ακρίβεια.

_____ άάέϊβ

3. Η θέληση της μεταφραστικής εταιρείας να βοηθήσει τους πελάτες και να παρέχει άμεση υπηρεσία.

_____ άάέϊβ

4. Η γνώση και καταδεκτικότητα των υπαλλήλων των μεταφραστικών εταιρειών και η ικανότητά τους να αποπνέουν σιγουριά και αυτοπεποίθηση.

_____ άάέϊβ

5. Το ενδιαφέρον, η εξατομικευμένη προσοχή που παρέχει στους πελάτες της η μεταφραστική εταιρεία.

_____ άάέϊβ

ΣΥΝΟΛΙΚΗ κατανομή βαθμών

100 βαθμοί

Ποιο από τα παραπάνω πέντε χαρακτηριστικά είναι το *πιο σημαντικό* για εσάς;(Παρακαλούμε σημειώστε τον αριθμό του χαρακτηριστικού)

Ποιο από τα χαρακτηριστικά είναι το *δεύτερο πιο σημαντικό* για εσάς;

Ποιο από τα χαρακτηριστικά είναι το *λιγότερο σημαντικό* για εσάς;

Οδηγίες: Το επόμενο γκρουπ προτάσεων έχει να κάνει με την αίσθηση που εσείς έχετε για την εταιρεία Technilingua. Στην κάθε μία πρόταση δείξτε μας την πεποίθηση σας στο κατά πόσο η Technilingua πληροί το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό που περιγράφεται από την πρόταση. Όπως και προηγούμενος αν κυκλώσετε το 1 θα σημαίνει πως διαφωνείτε ισχυρά ότι η Technilingua έχει το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό, αν κυκλώσετε το 7 θα σημαίνει πως συμφωνείται ισχυρά. Μπορείτε να κυκλώσετε οποιονδήποτε από τους μεσαίους αριθμούς που δείχνουν πόσο ισχυρή είναι η γνώμη για το εάν η Technilingua έχει (πληροί) το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό. Δεν υπάρχουν σωστές και λάθος απαντήσεις, το μόνο για το οποίο ενδιαφερόμαστε είναι να επιλέξετε

εκείνον τον αριθμό που ανταποκρίνεται καλύτερα στις αντιλήψεις σας για την εταιρεία της Technilingua.

	Ισχυρά Διαφωνώ						Ισχυρά Συμφωνώ
1. Η εταιρεία Technilingua έχει σύγχρονο εξοπλισμό.	1	2	3	4	5	6	7
2. Οι κτιριακές εγκαταστάσεις της Technilingua είναι οπτικά καλαίσθητες	1	2	3	4	5	6	7
3. Οι υπάλληλοι της Technilingua έχουν προσεγμένη εμφάνιση	1	2	3	4	5	6	7
4. Υλικά που χρησιμοποιεί η Technilingua σχετιζόμενα με την υπηρεσία (όπως φυλλάδια ή έγγραφα) είναι οπτικά καλαίσθητα	1	2	3	4	5	6	7
5. Όταν η Technilingua υπόσχεται να κάνει κάτι μέχρι μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή, το κάνει.	1	2	3	4	5	6	7
6. Όταν αντιμετωπίζεται ένα πρόβλημα η Technilingua επιδεικνύει ειλικρινή ενδιαφέρον στην αντιμετώπιση του.	1	2	3	4	5	6	7
7. Η Technilingua προσφέρει τις υπηρεσίες της σωστά την πρώτη φορά.	1	2	3	4	5	6	7
8. Η Technilingua προσφέρει τις υπηρεσίες της μέσα στο χρονικό διάστημα που έχει υποσχεθεί.	1	2	3	4	5	6	7

9. Η Technilingua
επιμένει σε επιδόσεις
χωρίς λάθη.

1 2 3 4 5 6 7
(συνεχίζεται)

Ισχυρά
Διαφωνώ

Ισχυρά
Συμφωνώ

10. Οι υπάλληλοι της
Technilingua σας
ενημερώνουν πότε
ακριβώς θα
διεκπεραιωθούν οι
υπηρεσίες που έχετε
ζητήσει.

1 2 3 4 5 6 7

11. Οι υπάλληλοι της
Technilingua σας
εξυπηρετούν άμεσα.

1 2 3 4 5 6 7

12. Οι υπάλληλοι της
Technilingua είναι
πάντα πρόθυμοι να σας
βοηθήσουν.

1 2 3 4 5 6 7

13. Οι υπάλληλοι της
Technilingua δεν είναι
ποτέ πολύ
απασχολημένοι ώστε να
μην μπορούν να
ανταποκριθούν στα
αιτήματα σας.

1 2 3 4 5 6 7

14. Η συμπεριφορά των
υπαλλήλων της
Technilingua σας
αποπνέει εμπιστοσύνη.

1 2 3 4 5 6 7

15. Νιώθετε ασφάλεια
στις συναλλαγές σας με
την Technilingua.

1 2 3 4 5 6 7

16. Οι υπάλληλοι της
Technilingua δείχνουν
ευγένεια με συνέπεια
προς εσάς.

1 2 3 4 5 6 7

17. Οι υπάλληλοι της Technilingua έχουν την γνώση να απαντούν στις ερωτήσεις σας.

1 2 3 4 5 6 7

18. Η Technilingua σας δείχνει εξατομικευμένο ενδιαφέρον.

1 2 3 4 5 6 7

(συνεχίζεται)

	Ισχυρά Διαφωνώ						Ισχυρά Συμφωνώ
19. Η Technilingua έχει ωράριο λειτουργίας που είναι βολικό για όλους τους πελάτες της.	1	2	3	4	5	6	7
20. Η Technilingua έχει υπαλλήλους που απασχολούνται μόνο με εσάς.	1	2	3	4	5	6	7
21. Η Technilingua ενδιαφέρεται από καρδιάς να σας ικανοποιήσει.	1	2	3	4	5	6	7
22. Οι υπάλληλοι της Technilingua κατανοούν τις συγκεκριμένες σας ανάγκες.	1	2	3	4	5	6	7

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ε

ΠΡΟΤΥΠΟ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Προσωπικές πληροφορίες	<ul style="list-style-type: none">• Ονοματεπώνυμο:• Ημερομηνία γέννησης:• Τηλ: Κινητό τηλ:• E-mail• Διεύθυνση κατοικίας:• Υπηκοότητα:
ΣΠΟΥΔΕΣ	<ul style="list-style-type: none">• 19??-19??: Σπουδές σε ξενόγλωσσο Τμήμα Πανεπιστημίου της Ελλάδας ή του εξωτερικού ή στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο ή σε αντίστοιχο τσ εξωτερικού.• 19??-19??: Μεταπτυχιακά σχετικά με τη μετάφραση ή κάτι άλλο
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΡΟΫΠΗΡΕΣΙΑ	<ul style="list-style-type: none">• Δεν είναι απαραίτητη
Ξένες Γλώσσες	<ul style="list-style-type: none">• Απαραίτητο το τελευταίο πτυχίο γλωσσομάθειας
Γνώσεις Ηλεκτρονικών Υπολογιστών	<ul style="list-style-type: none">• Λειτουργικά συστήματα Microsoft Windows 98,2000,XP• Αυτοματισμός γραφείου: Microsoft Office (Word, Excel, Power Point)• Χρήση Internet και ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (MS Outlook, Outlook Express
Χρήση ελεύθερου χρόνου	

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Καρβούνης, Σ., Οικονομοτεχνικές Μελέτες – Μεθοδολογία – Τεχνικές – Θεωρία, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2000.
- Καρβούνης, Σ., Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Υποδείγματα Μελετών, Μελέτες Περιπτώσεως, Προβλήματα και Ασκήσεις, Εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα 2000.
- Kotler P., Kotler on Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets, Simon & Schuster Ltd, UK.
- Κουρεμένος Γ., Ποιότητα Υπηρεσιών, Σημειώσεις από το αντίστοιχο μάθημα του Μεταπτυχιακού.
- Horne, James C. van, Financial Management and Policy, 12th edition, Prentice-Hall Inc., 2002.
- Ναούμ, Χ., Εισαγωγή στη Χρηματοοικονομική Λογιστική, Β' Έκδοση, Αθήνα 2002.
- Ευθύμογλου Γ. Π., Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοικήσεως, Τεύχος Α', Χρηματοοικονομική Επιχειρήσεων, Πειραιάς 1999.