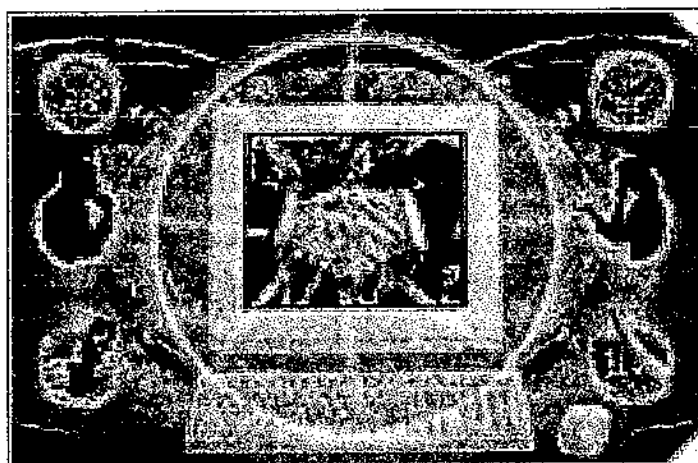


Τ.Ε.Ι. – ΠΑΤΡΑΣ
Τμήμα Λογιστικής

Πτυχιακή Εργασία

**Επιλογή κατάλληλου λογισμικού για εμπορική
επιχείρηση Super - Market**



Εισηγητής:

Ν.Τασσόπουλος



Σπουδαστές:

Π.Σταυροπούλου
Α.Ευαγγελάτου

Πάτρα - 2003

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6345
----------------------	------



Περιεχόμενα

Πρόλογος.....	7
Κεφάλαιο 1	
1.1 Γενικά για την μηχανοργάνωση.....	8
1.2 Εργασίες μιας οικονομικής μονάδας – οργανισμού.....	9
1.3 Το πλαίσιο του λιανικού εμπορίου.....	10
1.3.1 Οι λιανεμπορικές λειτουργίες της διανομής.....	11
1.3.2 Οι σχέσεις λιανεμπόρων και προμηθευτών.....	12
1.3.3 Ειδικά χαρακτηριστικά του λιανικού εμπορίου.....	12
1.4 Η πώληση στο κατάστημα super – market.....	13
1.4.1 Αλυσίδα καταστημάτων.....	13
1.4.2 Ομαδοποιήσεις προϊόντων.....	14
1.4.3 Τοποθέτηση τμημάτων.....	15
1.4.4 Τοποθέτηση των προϊόντων.....	16
1.5 Οι αλλαγές στα super – market.....	16
1.5.1 Αύξηση αλυσίδων super – market και μείωση μεμονωμένων καταστημάτων.....	18
1.5.2 Σύγκριση μεγάλων και μικρών super – market.....	19
1.5.3 Τάσεις παγκοσμιοποίησης στο λιανικό εμπόριο.....	20
1.6 Αύξηση μεριδίου διανομής των super – market.....	21
1.6.1 Δημιουργία τμημάτων πώλησης φρέσκων ψαριών.....	21
1.6.2 Δημιουργία τμημάτων πώλησης αυτοκινήτων.....	22
1.6.3 Δημιουργία τμημάτων πώλησης κινητών τηλεφώνων.....	23
1.6.4 Α.Τ.Μ.ς στα super – market.....	24
Κεφάλαιο 2	
2.1 Εξοπλισμός και συστήματα λιανικού εμπορίου.....	26
2.2 Ηλεκτρονικές μηχανές.....	27
2.2.1 Ηλεκτρονικός Υπολογιστής.....	27
2.2.2 Εκτυπωτές.....	27
2.2.3 Σαρωτές.....	28
2.2.4 Ταμειακή μηχανή.....	29
2.2.5 Ηλεκτρονικός ζυγός ετικέτας.....	30
2.2.6 Φορολογικό ταμειακό σύστημα.....	31
2.2.7 Fax – facsimill.....	32
2.3 Νέοι τρόποι συναλλαγής στα super – market.....	33



2.4 Εφαρμογή CRM στα super – market.....	33
--	----

Κεφάλαιο 3

3.1 Ολοκληρωμένα εμπορικά πακέτα.....	35
3.1.1 Γενικά.....	36
3.1.2 Κατηγορίες εμπορικών πακέτων.....	37
3.2 Ανάπτυξη ή αγορά λογισμικού.....	39
3.3 Παράγωγοι λογισμικού.....	42
3.4 Επιλογή – αξιολόγηση λογισμικού.....	43
3.5 Κατάλληλο λογισμικό για super – market.....	47

Κεφάλαιο 4

4.1 Λογιστικές εφαρμογές με Η/Υ.....	48
4.2 Σύγκριση χειρογραφικού – μηχανογραφικού συστήματος.....	49
4.3 Πανόραμα οικονομικών εφαρμογών.....	51
4.3.1 Γενική λογιστική με Η/Υ.....	51
4.3.2 Πρόγραμμα εμπορικής διαχείρισης με Η/Υ.....	53
4.3.3 Πρόγραμμα μισθοδοσίας.....	55
4.3.4 De facto.....	58
4.3.5 Eurofasma.....	60
4.3.5.1 Δομή της εφαρμογής.....	61
4.3.6 Win – Era.....	63
4.3.6.1 Εμπορική διαχείριση.....	65
4.3.6.2 Οικονομική διαχείριση.....	67
4.3.6.3 Πρόσθετες εφαρμογές.....	69

Κεφάλαιο 5

5.1 Το ηλεκτρονικό εμπόριο.....	71
5.1.1 Βασικές αρχές.....	71
5.1.2 Αμοιβαία οφέλη από το ηλεκτρονικό εμπόριο για τους προμηθευτές και τους αγοραστές.....	73
5.1.3 Αντιμετώπιση της πρόκλησης του ηλεκτρονικού εμπορίου.....	77
5.1.4 Αξιολόγηση της εισαγωγής του ηλεκτρονικού εμπορίου.....	79
5.2 Ηλεκτρονικό εμπόριο και Internet.....	80
5.2.1 Χρήση του Internet.....	81
5.2.2 Σημερινή κατάσταση και προοπτικές.....	81
5.2.3 Οφέλη από τη χρήση του Internet.....	83
5.2.4 Τύποι επιχειρηματικών εφαρμογών στο Internet.....	84
5.3 Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (E.D.I.).....	85



5.3.1	Οφέλη από τη χρήση του E.D.I.....	86
5.3.2	Αυτοματοποίηση των συναλλαγών στο κλάδο του λιανικού εμπορίου μέσω E.D.I.....	89
Κεφάλαιο 6		
6.1	Γενική ανάλυση μηχανογραφικών εφαρμογών.....	91
6.2	Ανάλυση γενικής λογιστικής.....	92
6.3	Ανάλυση εμπορικής διαχείρισης.....	97
6.3.1	Μορφές κωδικών.....	101
6.3.1.1	Κωδικός προμηθευτών.....	102
6.3.1.2	Κωδικός πελατών.....	102
6.3.1.3	Κωδικός ειδών.....	104
6.4	Γενικά για την καλή λειτουργία της εμπορικής διαχείρισης.....	106
6.5	Ανάλυση μισθοδοσίας.....	109
Κεφάλαιο 7		
7.1	Μηχανογραφική τήρηση βιβλίων και έκδοση στοιχείων.....	110
7.1.1	Άρθρο 22 Μηχανογράφηση γενικά.....	110
7.1.2	Άρθρο 23 Υποχρεώσεις χρηστών – τεχνικές προδιαγραφές λογισμικού (software).....	110
7.1.3	Άρθρο 24 Χρόνος και τρόπος μηχανογραφικής ενημέρωσης των βιβλίων και έκδοσης των στοιχείων.....	114
7.1.4	Άρθρο 25 Ειδικές διατάξεις.....	119
7.2	Αλλαγές στον Κ.Β.Σ. σύμφωνα με το Π.Δ. 134/1996.....	120
7.3	Ανάλυση με λίγα λόγια διαφόρων διατάξεων.....	122
7.3.1	Μηχανογραφική ενημέρωση και εκτύπωση των καταστάσεων.....	122
7.3.2	Υποχρεώσεις κατά την διενέργεια φορολογικού ελέγχου.....	122
7.3.3	Περίπτωση βλάβης του Η/Υ ή μη λειτουργίας του λογισμικού.....	123
7.3.4	Συγκεντρωτικές καταστάσεις τιμολογίων πώλησης και αγορών.....	124
7.3.5	Υποβολή τελευταίου προσωρινού ισοζυγίου.....	125
Κεφάλαιο 8		
8.1	Παραστατικά ενός super – market.....	126
8.1.1	Δελτίο αποστολής.....	126
8.1.2	Τιμολόγιο.....	128
8.1.2.1	Τιμολόγιο πώλησης.....	128
8.1.2.2	Δελτίο αποστολής – τιμολόγιο.....	129



8.1.2.3 Πιστωτικό τιμολόγιο (για επιστροφές).....	129
8.1.2.4 Πιστωτικό τιμολόγιο (για εκπτώσεις).....	129
8.1.3 Αποδείξεις.....	130
8.1.3.1 Απόδειξη λιανικής πώλησης.....	130
8.1.3.2 Απόδειξη επιστροφής λιανικής πώλησης.....	130
8.1.4 Ακυρωτικό σημείωμα.....	130
8.2 Κίνηση των παραστατικών σε μια εμπορική εφαρμογή.....	131
8.2.1 Ενημερώσεις λογαριασμών εμπορικής διαχείρισης.....	133
8.2.2 Ενημερώσεις λογαριασμών γενικής λογιστικής.....	135
Κεφάλαιο 9	
9.1 Η αναγκαιότητα οργάνωσης λογιστηρίου.....	136
9.2 Ο εξοπλισμός του λογιστηρίου.....	138
9.2.1 Ο εξοπλισμός του λογιστηρίου σε έπιπλα και γραφεία....	138
9.2.2 Οι μηχανές γραφείου.....	138
9.2.3 Λογιστικές μηχανές.....	139
9.3 Ροή εργασιών στο μηχανογραφημένο λογιστήριο.....	140
9.3.1 Περίληψη εργασιών του λογιστή – μηχανογράφου.....	141
9.3.2 Φάκελος ημέρας.....	142
9.3.3 Καθημερινές εκτυπώσεις.....	144
9.3.4 Ασφάλεια Η/Υ και φύλαξη εφαρμογών και αρχείων.....	145
Επίλογος.....	147
Βιβλιογραφία.....	148



ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Μηχανογράφηση, ηλεκτρονική ευκολία ή ηλεκτρονική αγωνία.

Με το πέρασμα των χρόνων η ωριμότητα και η εμπειρία του hardware και του software αναλαμβάνουν να κάνουν τη ζωή της επιχείρησης ποιο καθαρή, και με μεγαλύτερη ακρίβεια στις πληροφορίες.

Η πτυχιακή αυτή αναφέρεται στην μηχανογράφηση, αναφέροντας μερικά από τα προγράμματα που υπάρχουν στην αγορά και μπορούν να χρησιμοποιηθούν από μια εμπορική επιχείρηση Super-Market αλλά και από οποιαδήποτε άλλη εμπορική επιχείρηση.

Αναλύει όλο το φάσμα των εφαρμογών που υπάρχουν για την μηχανογράφηση ενός Super-Market και δίδει τις βασικές γνώσεις για τους Η/Υ και τα περιφερειακά του, που εκμεταλλεύονται τις δυνατότητες που προσφέρουν οι εφαρμογές αυτές. Αναφέρεται επίσης στην νέα τεχνολογία που έχει αναπτυχθεί στα δίκτυα, τη χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου, Internet, αλλά και την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (EDI).

Απαραίτητη προϋπόθεση είναι να γνωρίζουμε βασικές έννοιες όπως, τα είδη των παραστατικών (Τιμολόγιο, Δελτίο αποστολής, Πιστωτικό τιμολόγιο κ.α.), έννοιες όπως (Χρέωση, Πίστωση, υπόλοιπα ειδών στην Αποθήκη, Ισοζύγιο πελατών κ.α.).

Αναφορά γίνεται στην οργάνωση του λογιστηρίου, εργασιών λογιστηρίου και στις διατάξεις του Κ.Β.Σ. που αφορούν την μηχανογράφηση.

Η μηχανογράφηση προσφέρει στην διοίκηση κάθε οικονομικής μονάδας πολύτιμες πληροφορίες οι οποίες για να ανακτηθούν με χειρόγραφο τρόπο είναι πολλές φορές έως και αδύνατο διότι απαιτεί πολύ χρόνο και κόπο.

Με την φιλοσοφία αυτή όπως και με την λογική ότι τα προγράμματα γεμίζουν από τις ανησυχίες και εμπειρίες των χρηστών, σε συνάρτηση με τις μεταβολές των νομοθετικών, οικονομικών και κοινωνικών πραγμάτων, έχουμε σαν αποτέλεσμα τα προγράμματα να αναπροσαρμόζονται συνεχώς, πλησιέστερα στους μελετημένους στόχους κάθε επιχείρησης.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗ ΜΗΧΑΝΟΡΓΑΝΩΣΗ

Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας της Πληροφορικής στον κλάδο των super-market και γενικότερα στον χώρο των επιχειρήσεων, παράλληλα με τις νέες εξελίξεις στον τομέα των τηλεπικοινωνιών και την ηλεκτρονικοποίηση των παραδοσιακών μηχανών ενός γραφείου προώθησαν την αυτοματοποίηση των περισσότερων εργασιών στον χώρο αυτό, οπότε έχουμε την έννοια της μηχανοργάνωσης ή όπως ορίζουν διάφοροι συγγραφείς τον κλάδο που ονομάζεται *Αυτοματισμός Γραφείου* (office automation).

Η διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες των super markets και των υπόλοιπων επιχειρήσεων για αποτελεσματική διαχείριση του συνεχώς αυξανόμενου όγκου πληροφοριών και η σωστή ροή και αξιολόγηση αυτών σε συνδυασμό με τις εξελίξεις που αφορούν τις τεχνολογίες επεξεργασίας πληροφοριών, των τηλεπικοινωνιών, των μηχανών γραφείου καθώς και η αυξανόμενη προσέγγιση ή και η ταύτιση των τεχνολογιών μεταξύ τους συντέιναν στην δημιουργία του κλάδου αυτού.

Οι τεχνολογίες που αναφέρουμε και τα εργαλεία που αναπτύχθηκαν και συνεχώς τελειοποιούνται πάντα σε συνδυασμό μεταξύ τους, με σειρά αρχαιότητας είναι οι ακόλουθες :

Γραφείου

1. Γραφομηχανές
2. Αριθμομηχανές
3. Φωτοαντιγραφικά

Τηλεπικοινωνιών

1. Φωνής
2. Εικόνας
3. Teletex
4. Fax

Πληροφορικής

1. Η/Υ
2. Λειτουργικά συστήματα
3. Λογισμικό επιχειρήσεων

Για τη Μηχανοργάνωση και τον αυτοματισμό του γραφείου ενός super market απαιτούνται :



- Εξοπλισμός σε υπολογιστικά μηχανήματα (hardware)
Δηλαδή Η/Υ, Εκτυπωτές, Αριθμομηχανές κ.τ.λ.
- Κατάλληλο λογισμικό (software)
Προγράμματα δηλαδή οικονομικά ή τεχνικά ή αυτοματισμού γραφείου
- Δίκτυο επικοινωνιών (communications networks)
Τηλεφωνικά κέντρα, ενδοεπικοινωνίες, modem κ.τ.λ.
- Διοικητικές αποφάσεις και ενέργειες
Τα στελέχη των διοικήσεων των εταιρειών πρέπει να συντονίζουν και να χρησιμοποιούν σωστά όλα τα εργαλεία που προσφέρει η εξέλιξη των τεχνολογιών για τη λήψη αποφάσεων.

1.2 ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΙΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΜΟΝΑΔΑΣ – ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ

Για την σωστή οργάνωση και λειτουργία μιας επιχείρησης ή ενός δημόσιου οργανισμού απαιτείται μια συνεχής ροή πληροφοριών προς τα άτομα που είναι επιφορτισμένα με τη διοίκηση.

Επιπρόσθετα τα στελέχη αυτά πρέπει να είναι σε διαρκή επικοινωνία με στελέχη άλλων επιχειρήσεων ή οργανισμών για τη λήψη ή την παροχή πληροφοριών ώστε μετά από σχετική επεξεργασία αυτών να είναι σε θέση για την ορθή λήψη αποφάσεων.

Αυτόματα λοιπόν βλέπουμε ότι δημιουργούνται οι ανάγκες για την διεκπεραίωση μιας σειράς από εργασίες που έχουν συνήθως σχέση με :

- Την λήψη των πληροφοριών (κείμενα, αριθμοί, εικόνες, γραφήματα)
- Την επεξεργασία, την διαμόρφωση και παρουσίαση αυτών
- Την αρχειοθέτηση και ταξινόμηση αυτών για εύκολη αναζήτηση τους όποτε χρειαστούν αυτές
- Την διανομή αυτών σε ένα ή περισσότερους χώρους ή θέσεις εργασίας
- την μεταβίβαση αυτών σε άλλες επιχειρήσεις, μέσω των τηλεπικοινωνιακών δικτύων.

Οι εργασίες αυτές όπως τις περιγράψαμε γίνονταν με το χειρογραφικό τρόπο και την χρήση συμβατικών τεχνολογιών, με συνέπεια την ανάγκη για πολύ προσωπικό, την ανάγκη μεγάλου χρόνου για την απαραίτητη πληροφόρηση, δυσκολότερο έλεγχο και μεγάλο φυσικά χρόνο και κόστος εργασίας.



Η πλήρης μηχανοργάνωση ενός γραφείου, μιας επιχείρησης με τη χρήση των προϊόντων και των μεθόδων της Πληροφορικής ξεπερνούν τα προβλήματα αυτά και τους περιορισμούς που υπάρχουν στο χειρογραφικό σύστημα.

Σήμερα πλέον στο περιβάλλον του σύγχρονου γραφείου συνυπάρχουν τα δίκτυα των Η/Υ, τα δεδομένα, οι επικοινωνίες, η φωνή, οι εικόνες, τα κείμενα, οι τράπεζες πληροφοριών, τα εργαλεία υποστήριξης γραφείου όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και το internet, η ηλεκτρονική ανταλλαγή παραστατικών Ε.Δ.Ι. κ.τ.λ.

Όπως σε μια πλήρως μηχανοργανωμένη επιχείρηση έτσι και σε ένα super market οι υπηρεσίες που προσφέρονται μέσω του λογισμικού που έχει αναπτυχθεί είναι :

- Οικονομικές και λογιστικές εφαρμογές
- Επεξεργασία κειμένων
- Βάσεις δεδομένων και Ηλεκτρονικοί πίνακες
- Υποστήριξη διοίκησης και στελεχών
- Γραφικά με Η/Υ
- Επιτραπέζια εκδοτικά συστήματα
- Δίκτυα τηλεπικοινωνιών
- Υπηρεσίες τηλεματικής

Όλες αυτές οι εργασίες που προαναφέραμε πραγματοποιούνται με τη χρήση των Η/Υ.

Η εκρηκτική εξέλιξη της τεχνολογίας των Η/Υ και των διάφορων περιφερειακών που υποστηρίζουν αυτούς καλύπτει πλέον όλο το φάσμα των επιμέρους τεχνολογιών που αναλύσαμε.

Οι εφαρμογές των Η/Υ έχουν πλέον αντικείμενο κάθε τομέα της οργάνωσης του σύγχρονου γραφείου και της επιχείρησης αντικαθιστώντας κάθε παλαιά τυπική συσκευή, ενσωματώνοντας πολλές ταυτόχρονα λειτουργίες με την δυνατότητα πολυεπεξεργασίας, άμεσης ενημέρωσης και πληροφόρησης για την λήψη αποφάσεων.

1.3 ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Λιανικό εμπόριο είναι οι επιχειρηματικές δραστηριότητες οι σχετικές με την πώληση αγαθών και υπηρεσιών προς τους καταναλωτές για προσωπική ή οικογενειακή χρήση.

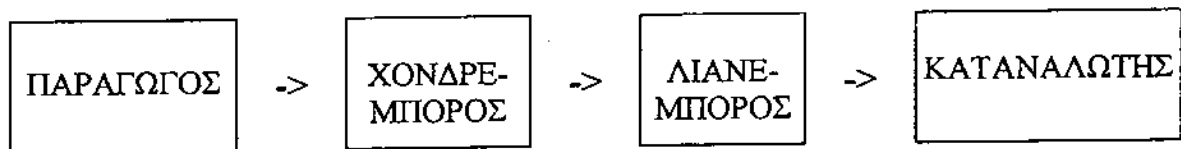
Το λιανικό εμπόριο δεν είναι εξαρτημένο μόνο από τη χρήση του



καταστήματος. Λιανικό εμπόριο είναι, επίσης και οι ταχυδρομικές και τηλεφωνικές παραγγελίες, η άμεση πώληση στα σπίτια των καταναλωτών και η πώληση από μηχανές. Τέλος, το λιανικό εμπόριο δεν είναι απαραίτητο να περιλαμβάνει ούτε και "λιανέμπορο". Οι κατασκευαστές, οι εισαγωγείς, οι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί και οι χονδρέμποροι μπορούν να λειτουργήσουν σα λιανέμποροι και να πωλούν αγαθά ή υπηρεσίες στους τελικούς καταναλωτές. Αντίθετα, οι αγορές που γίνονται από κατασκευαστές, χονδρεμπόρους και πολλούς οργανισμούς για να χρησιμοποιηθούν από αυτούς ή για επαναπώληση δεν είναι μέρος του λιανικού εμπορίου.

1.3.1 Οι Λιανεμπορικές Λειτουργίες Της Διανομής

Το λιανικό εμπόριο είναι το τελευταίο στάδιο ενός καναλιού διανομής το οποίο περιλαμβάνει, όλες τις επιχειρήσεις και τους ανθρώπους που συμμετέχουν στη φυσική μετακίνηση και μεταφορά της ιδιοκτησίας των αγαθών και υπηρεσιών από τον παραγωγό στον καταναλωτή. Ένα τυπικό παρουσιάζεται στο σχήμα κανάλι διανομής.



Ένα τυπικό κανάλι διανομής

Σε κάθε κανάλι διανομής, το λιανικό εμπόριο εκτελεί τη λειτουργία του ενδιάμεσου μεταξύ κατασκευαστών, χονδρεμπόρων και λοιπών προμηθευτών με τον τελικό καταναλωτή. Ο λιανέμπορος συλλέγει μια ποικιλία αγαθών και υπηρεσιών από τους προμηθευτές και την προσφέρει στους καταναλωτές. Για να μεγιστοποιηθεί η αποτελεσματικότητα, οι προμηθευτές θέλουν να διακινούν ένα κυρίως υλικό σε όσο το δυνατό λιγότερους αγοραστής. Αντίθετα οι καταναλωτές θέλουν να αγοράζουν πολλά προϊόντα σε περιορισμένες ποσότητες. Ο λιανέμπορος γεφυρώνει το χάσμα μεταξύ προμηθευτών και καταναλωτών.

Μια άλλη λειτουργία διανομής που εκτελεί ο λιανέμπορος είναι η επικοινωνία μεταξύ καταναλωτών, χονδρεμπόρων και λιανέμπορων. Μέσα από τις διαφημίσεις, τους πωλητές και τις εκθέσεις στα καταστήματα, οι πελάτες πληροφορούνται για τη διαθεσιμότητα, τα χαρακτηριστικά των αγαθών και υπηρεσιών, τις ειδικές προσφορές των



καταστημάτων κ.λπ. Οι προμηθευτές ενημερώνονται για τις προβλέψεις πωλήσεων, τις καθυστερήσεις στη μεταφορά, τα παράπονα των καταναλωτών, τα ελαττωματικά προϊόντα, την ταχύτητα κυκλοφορίας του αποθέματος κ.λπ.

Επίσης, οι λιανέμποροι ολοκληρώνουν τις συναλλαγές με τους καταναλωτές δηλαδή πρέπει να παραδίδουν άμεσα και σωστά τις παραγγελίες και να παρέχουν πίστωση στους πελάτες τους. Γι' αυτούς τους λόγους, συνήθως τα αγαθά πωλούνται από λιανεμπορικά καταστήματα, όπως super-market, που δεν ανήκουν στον κατασκευαστή. Έτσι ο κατασκευαστής προσεγγίζει περισσότερους πελάτες, μειώνει τα έξοδα του, βελτιώνει την χρηματοοικονομική του κατάσταση, αυξάνει γρηγορότερα τις πωλήσεις του και επικεντρώνεται στον τομέα της εξειδίκευσης.

1.3.2 Οι Σχέσεις Λιανέμπορων Και Προμηθευτών

Είναι βασικό να κατανοηθούν οι σύνθετες σχέσεις μεταξύ των λιανέμπορων και των προμηθευτών τους. Από τη μια, οι λιανέμποροι είναι μέρος του καναλιού διανομής και κατασκευαστές και χονδρέμποροι πρέπει να τους υπολογίζουν όταν εξετάζουν την κάλυψη της αγοράς των καταναλωτών, τις εκθέσεις προϊόντων, τις υπηρεσίες προς τους πελάτες και την πίστη του λιανέμπορου. Από την άλλη, οι λιανέμποροι είναι μεγάλοι πελάτες για τους προμηθευτές τους για αγαθά και υπηρεσίες όπως μεταπώληση εμπορευμάτων, εφοπλισμού, συμβουλών διοίκησης και ασφάλισης.

Συνήθως οι λιανέμποροι, έχουν διαφορετική θέση από τους προμηθευτές τους σε θέματα, όπως ο έλεγχος του καναλιού διανομής, η κατανομή των κερδών, ο αριθμός των ανταγωνιστών λιανέμπορων που διακινούν τα αγαθά και τις υπηρεσίες του προμηθευτή, ο χώρος και η θέση των εκθέσεων εντός των καταστημάτων, η διαφημιστική υποστήριξη, οι όροι πληρωμής. Τέλος εξαιτίας της αύξησης των τοπικών και εθνικών αλυσίδων καταστημάτων στις ημέρες μας, οι λιανέμποροι έχουν περισσότερη δύναμη από ποτέ άλλοτε στα κανάλια διανομής.

1.3.3 Ειδικά Χαρακτηριστικά Του Λιανικού Εμπορίου

Οι επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου όπως είναι το super-market έχουν μερικά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που τις διαφοροποιούν από τις άλλες



μορφές επιχειρήσεων. Το μέσο μέγεθος μιας συναλλαγής για το λιανέμπορο είναι πολύ μικρότερο από το αντίστοιχο για τον κατασκευαστή. Οι τελικοί καταναλωτές κάνουν πολλές απρογραμμάτιστες αγορές, ενώ οι επιχειρηματίες λειτουργούν πιο συστηματικά και προγραμματισμένα.

Συχνά, στις λιανικές πωλήσεις εμφανίζεται το φαινόμενο των παρορμητικών (απρογραμμάτιστων) αγορών. Αυτό τονίζει τη σημασία των εκθέσεων στα σημεία αγοράς, της ελκυστικής διακόσμησης των super-market και της σωστής οργάνωσής τους. Επειδή οι πελάτες αγοράζουν απρογραμμάτιστα πολλά αγαθά, οι λιανέμποροι χρειάζεται να έχουν την ικανότητα να προβλέπουν και να παραγγέλνουν εμπορεύματα αλλά και να διαθέτουν και το κατάλληλο προσωπικό στο χώρο πώλησης. Ένα άλλο χαρακτηριστικό των super-market είναι η μεγάλη πληθώρα πελατών, προμηθευτών, εμπορευμάτων και σταθμών εργασίας. Σε αντίθεση με άλλες, οι επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου, δεν έχουν α' ύλες, κατασκευές και κατ' επέκταση παραγωγή.

Και τέλος επειδή τα καταστήματα πρέπει να προσελκύουν τους πελάτες, οι λιανέμποροι πρέπει να εξετάζουν παράγοντες όπως η θέση, οι δυνατότητες μετακίνησης, οι ώρες λειτουργίας του καταστήματος, ο ανταγωνισμός, η ποικιλία των προϊόντων και η διαφήμιση.

1.4 Η ΠΩΛΗΣΗ ΣΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ SUPER MARKET

1.4.1 Αλυσίδα Καταστημάτων

Αλυσίδα καταστημάτων ονομάζονται διάφορες λιανεμπορικές μονάδες που βρίσκονται κάτω από κοινή ιδιοκτησία κάτι που συνεπάγεται υψηλό βαθμό συγκέντρωσης στις αγορές και στη λήψη αποφάσεων. Στη χώρα μας γνωστές αλυσίδες καταστημάτων είναι ο Όμιλος Βερόπουλος, ΑΒ Βασιλόπουλος Α.Ε., Όμιλος Μαρινόπουλος, Αστέρης Εμπορική Α.Ε., Όμιλος Ασπίδα, Ατλάντικ Α.Ε., Όμιλος Τροφό Α.Ε., Όμιλος Promodes (ΔΙΑ, Continent), Carrefour.

Οι αλυσίδες καταστημάτων super-market έχουν διαπραγματευτική ισχύ όταν συναλλάσσονται με τους προμηθευτές εξαιτίας των μεγάλων ποσοτήτων αγοραζομένων ειδών. Οι παραγγελίες τους ικανοποιούνται γρήγορα, απολαμβάνουν υψηλό επίπεδο υπηρεσιών και εξυπηρέτηση από τους προμηθευτές και έχουν τις καλύτερες δυνατές τιμές. Ακόμα, οι μεγάλες αλυσίδες αποκτούν αποκλειστικά δικαιώματα στην πώληση



ορισμένων ειδών και μπορεί να έχουν προμηθευτές που κατασκευάζουν προϊόντα με την φήμη του λιανέμπορου.

Σαν αποτέλεσμα του τρόπου λειτουργίας επέρχεται αποδοτικότητα στις λειτουργίες των καταστημάτων της αλυσίδας, μαζικές αγορές προτυποποιημένων επίπλων διακόσμησης, στολές για τους υπαλλήλους κλπ και λήψη αποφάσεων και άλλους παράγοντες. Είναι συνηθισμένο στις λιανεμπορικές αλυσίδες να δίνονται στα διευθυντικά στελέχη εξουσίες για τις γενικότερες πολιτικές του προσωπικού, όπως και για αγοραστικές, τιμολογιακές και διαφημιστικές αποφάσεις. Οι μεγάλες πωλήσεις και η απαιτούμενη γεωγραφική κάλυψη των αλυσίδων καταστημάτων τους επιτρέπει τη χρήση όλων των διαφημιστικών μέσων.

Οι περισσότερες αλυσίδες έχουν σαφώς προσδιορισμένες διοικητικές φιλοσοφίες είτε συγκεντρωτικές είτε αποκεντρωτικές. Οι γενικές στρατηγικές είναι σαφέστατες και οι υπευθυνότητες των εργαζομένων ξεκάθαρες. Ακόμα, δεν παρουσιάζεται διοικητικό κενό σε περιπτώσεις απουσίας ενός διοικητικού στελέχους. Τέλος οι αλυσίδες αφιερώνουν χρόνο και πόρους για το μακροχρόνιο προγραμματισμό.

Το πρώτο μειονέκτημα που εντοπίζουμε είναι η έλλειψη ευελιξίας. Είναι δύσκολο να βρεθούν καταστήματα με παρόμοια χαρακτηριστικά. Πρέπει να επιβληθεί μια σταθερή στρατηγική σε όλους τους κλάδους, πρέπει να είναι παρόμοιες οι τιμές, η προβολή και η ποικιλία των εμπορευμάτων σε όλα τα καταστήματα. Για τις αλυσίδες είναι υψηλό το κόστος αρχικής επένδυσης. Για καθένα από τα πολλά καταστήματα χρειάζονται άδειες, διακόσμηση, ποικιλίες εμπορευμάτων και εργαζόμενοι. Η αγορά εμπορευμάτων είναι δαπανηρή γιατί χρειάζονται πολλοί αποθηκευτικοί χώροι. Ο διοικητικός έλεγχος μπορεί να είναι προβληματικός για τις αλυσίδες με μεγάλη γεωγραφική διάσπαρση με συνεπακόλουθα προβλήματα την έλλειψη επικοινωνίας και τις χρονικές καθυστερήσεις στη λήψη και στην υλοποίηση αποφάσεων. Το προσωπικό στις αλυσίδες καταστημάτων έχει περιορισμένη ανεξαρτησία.

1.4.2 Ομαδοποιήσεις Προϊόντων

Τα προσφερόμενα είδη ενός καταστήματος χωρίζονται σε ομάδες προϊόντων. Μπορούν να εφαρμοστούν οι παρακάτω τέσσερις τύποι ομαδοποιήσεων και συνδυασμοί τους:

1. Με τη λειτουργική ομαδοποίηση προϊόντων, το εμπόρευμα, ενός καταστήματος χωρίζεται σε κατηγορίες και επιδεικνύεται βάση των κοινών χρήσεων του.



2. Η ομαδοποίηση προϊόντων επιτάχυνσης της συναλλαγής στηρίζεται στην ανάγκη του καταναλωτή να αγοράσει ένα προϊόν και στο χρόνο που αυτός είναι διατεθειμένος να καταναλώσει για αγορές.
3. Η ομαδοποίηση προϊόντων τμηματοποίησης αγοράς όλα τα προϊόντα που απευθύνονται σε μια δεδομένη αγορά στόχο ομαδοποιούνται σε κοινή ομάδα.
4. Για προϊόντα που απαιτούν ειδικούς χειρισμούς στην πώληση, χρησιμοποιείται η ομαδοποίηση τοποθέτησης προϊόντων.

Αρκετοί λιανέμποροι συχνά χρησιμοποιούν ένα συνδυασμό ομαδοποιήσεων προϊόντων και σχεδιάζουν την χωροταξία των καταστημάτων τους ανάλογα. Ακόμα πρέπει να εξεταστεί η ελαχιστοποίηση των απωλειών προϊόντων και μικροκλοπών. Αυτό σημαίνει τοποθέτηση των προϊόντων μακριά από γωνίες και εισόδους.

Υπάρχουν δύο ανεκμετάλλευτες πηγές προώθησης σχετικές με προϊόντα, ο συνδυασμός φαινομενικά άσχετων μεταξύ τους προϊόντων και η αξιοποίηση των υπολοίπων των εποχιακών προϊόντων και η αξιοποίηση των υπολοίπων των εποχιακών προϊόντων. Είναι γνωστό, ότι στο super-market υπάρχουν διαφορά είδη σκόρπια και ανόμοια που χρησιμοποιούνται για μια λειτουργία, π.χ. είδη για το πρωινό όπως κορν φλέικς, μαρμελάδα, καφές, γάλα, φλιτζάνια, κουταλάκια, κλπ. Ο συνδυασμός τέτοιων προϊόντων σε διπλανά ράφια μπορεί να γίνει εύκολα χωρίς μεγάλο κόστος και να αποδειχθεί ιδιαίτερα επικερδής.

Επίσης έχει παρατηρηθεί ότι τα περισσότερα super markets περιμένουν το τέλος μιας περιόδου για να προβάλλουν τα υπόλοιπα των σχετικών με την συγκεκριμένη περίοδο προϊόντων, με έκπτωση. Τις 2-3 τελευταίες μέρες, π.χ. πριν από τα Χριστούγεννα, μπορείτε να κάνετε μεγάλες και επιθετικές προβολές, χωρίς να χρειάζεται να περιμένετε το τέλος της γιορταστικής περιόδου. Το ίδιο μπορεί να γίνει σε κάθε μικρή ή μεγάλη χρονική περίοδο, (απόκριες ή καλοκαίρι).

Ακόμα, αν υπάρχει χώρος στο κατάστημα, μπορεί να δημιουργηθεί ένα μόνιμο "παζάρι ευκαιριών" με τα υπόλοιπα διάφορων προϊόντων.

1.4.3 Τοποθέτηση Τμημάτων

Σε αυτό το σημείο σχεδιάζονται και επιλέγονται οι θέσεις των τμημάτων. Για πολυεπίπεδα super markets, αυτή η διαδικασία περιλαμβάνει την κατανομή των τμημάτων ανά όροφο και τη διαμόρφωση της χωροταξίας του κάθε ορόφου. Ένα σημαντικό στοιχείο



που πρέπει να προσεχθεί είναι αυτό που αφορά τη διαφοροποίηση των τμημάτων.

Αν δεν υπάρχει κάποια στρατηγική στην τοποθέτηση των τμημάτων, όλα τα τμήματα τείνουν να γίνουν ένα. Γι' αυτό πρέπει, το κάθε τμήμα, να έχει το δικό του χαρακτήρα, με τη διαφορετική διακόσμηση, με κάποιο ιδιαίτερο "τυκ". Οι απλές και ομοιόμορφες πινακίδες είναι χρήσιμες, αλλά παράλληλα ισοπεδώνουν την εμφάνιση των τμημάτων. Επίσης, η μελέτη της κίνησης των πελατών, έχει αποδείξει ότι οι πωλήσεις αυξάνονται από την τοποθέτηση προϊόντων ευρείας κατανάλωσης στην αρχή κάθε συγκεκριμένου τμήματος. Όπως, επίσης, αρκετά super-markets υποδέχονται τους πελάτες τους με μια σειρά των προσφορών στην αρχή της διαδρομής.

1.4.4 Τοποθέτηση Των Προϊόντων

Μπορούν να χρησιμοποιηθούν διάφορα κριτήρια για την τοποθέτηση των προϊόντων μέσα στο κατάστημα. Τα πιο επικερδή είδη και μάρκες θα έχουν ευνοϊκές θέσεις εκεί όπου η κίνηση των καταναλωτών είναι υψηλή. Τα προϊόντα μπορούν επίσης να είναι διατεταγμένα ανά μέγεθος συσκευασίας, τιμή, χρώμα, μάρκα, απαιτούμενο επίπεδο προσωπικής εξυπηρέτησης, και επίπεδο ενδιαφέροντος πελατών,

Προϊόντα που βρίσκονται τοποθετημένα στο τέλος των διαδρόμων, σε θέσεις στο επίπεδο του ματιού και σε θέσεις κοντά στα ταμεία / εξόδους, λογικά θα αυξήσουν τις πωλήσεις τους. Η χρονική συνέχεια των θέσεων είναι επίσης σημαντική αφού αλλαγές στην χωροταξία του καταστήματος θα επιφέρουν μείωση των πωλήσεων. Η λιγότερο επιθυμητή θέση επίδειξης είναι στο επίπεδο του γονάτου ή του αστραγάλου, γιατί οι καταναλωτές δεν θέλουν να σκύβουν.

Οι λιανέμποροι πρέπει να πραγματοποιούν τις δικές τους έρευνες και πειράματα για να μετρήσουν την επίδραση διαφορετικών θέσεων προϊόντος στις πωλήσεις.

1.5 ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΑ SUPER-MARKET

Υπάρχει ένα ζωνφό λιανεμπορικό δίκτυο, που διαθέτει ένα μεγάλο αριθμό καταστημάτων με ενδιαφέρουσες ιδιοτυπίες, από τα μεγάλα πολυκαταστήματα μέχρι και τα ανεξάρτητα «μπακαλικάκια». Με εκπληκτική λιανεμπορική ευλυγισία, επινοήσεις, προωθητικότητα,



αναζητήσεις, δημιουργική ανησυχία και βεβαίως λογικό κέρδος. Φθάνουν σε κάθε γωνιά, αρκεί οι επαγγελματίες να ξέρουν σε ποιο σημείο πώλησης διατίθενται.

Η βάσιμη προοπτική δείχνει καθαρά ότι και το ευρωπαϊκό και το ελληνικό λιανεμπόριο ήδη ηρεμεί. Στα επόμενα στάδια θα ηρεμήσει ακόμη περισσότερο, καθώς θα αναπροσαρμόζεται επιδιώκοντας συνεχώς την καλύτερη σχέση εμπορικής επινοητικότητας, ποιότητας και κέρδους. Είναι σαφές ότι η εικόνα του μέχρι τώρα κλασικού super-market θα αλλάξει.

Η επεκτατικότητα που διέκρινε τις ενέργειες της τελευταίας πενταετίας ανακόπηκε. Το μεγάλο σοκ των Δίδυμων Πύργων, της διεθνούς οικονομικής ύφεσης και των αποτυχημένων συστημάτων επιδρούν αναγκαστικά και στο λιανεμπόριο. Στη χώρα μας οι μεταβολές στα super-market θα χρειαστούν τώρα χρόνο για «νοικοκυρέματα».

Η πρόοδος είναι η κινητήρια δύναμη της αγοράς. Όχι η στασιμότητα. Το λιανεμπόριο πρέπει να έχει αναζητήσεις, εφευρετικότητα, αλλά και σταθερότητα. Η δυνατότητα πώλησεως αυτοκινήτων και από τα super-market, που ανακοίνωσε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, είναι ένα δείγμα των μεγάλων μεταβολών. Η προοπτική δείχνει ότι μερικά super-market μπορούν βάσιμα να εξελιχθούν γρήγορα σε πολυκέντρα και να αποκτήσουν σύντομα μερίδιο αγοράς.

Η απελευθέρωση ορισμένων κλάδων, όπως για παράδειγμα των φαρμακείων ή των πρατηρίων βενζίνης, ενδέχεται να επεκταθεί και σε άλλους τομείς.

Θα οδηγηθούμε σε άλλες μορφές λιανεμπορίου. Η αλόγιστη πτώση τιμών είναι πια πεντακάθαρο ότι βλάπτει την ποιότητα και την προβολή νέων καινοτόμων προϊόντων. Η πτώχευση του «K-mart» στις Ην. Πολιτείες, οι δυσκολίες της «Wal-Mart», οι χαμηλότερες τιμές στη Γερμανία, αλλά και η πτώση των πραγματικών κερδών των δικών μας super-market, είναι συμπτώματα μεταβολών που καταδεικνύουν ότι το λιανεμπόριο πρέπει να στραφεί προς άλλες κατευθύνσεις.

Η πολεοδομική αναρχία της Αθήνας «προστατεύει» επί του παρόντος το κλασικό super-market, αλλά και συγχρόνως θα είναι επιτυχές, αν αναπροσαρμοσθεί στις νέες μορφές. Η παλιά διάκριση σε πολυκέντρα, σε υπερμάρκετ, σε κλασικά super-market και οικογενειακά παντοπωλεία θα πάψει να υφίσταται και θ' αναζητηθούν νέες μορφές σε άλλες βάσεις.



1.5.1 Αύξηση Αλυσίδων Super-Market Και Μείωση Μεμονωμένων Καταστημάτων

Σύμφωνα με τα στοιχεία που συγκεντρώνει όλο το χρόνο η DATA BANK ο κλάδος των super-market συνεχίζει να αναπτύσσεται αριθμητικά, παρόλη την κρίση που πλήττει την αγορά. Στο σύνολό τους, τα ελληνικά super-market (με τουλάχιστον επιφάνεια πωλήσεων 200τ.μ. και 2 ταμιακές μηχανές) αυξήθηκαν από 2.134 το 1996 σε 2.331 το 1997 - αύξηση 9%. Πρέπει σημειωθεί ότι στην απογραφή του 1996 είχαν περιληφθεί 35 super-market που δεν πληρούσαν τους όρους του κανονικού super-market.

Η αύξηση πραγματοποιήθηκε και στις αλυσίδες, δηλαδή τις επιχειρήσεις με τρία και περισσότερα καταστήματα, που από 1.345 super-market έφθασαν στα 1.573 ενώ μειώθηκαν τα "μεμονωμένα" από 789 σε 758, μεταξύ των ετών 1996-1997. Είναι αξιοσημείωτο ότι η μείωση των "μεμονωμένων" ήταν σημαντική στην Πρωτεύουσα, στη Θεσσαλονίκη και την Κρήτη ενώ αύξηση παρουσίασαν η Πελοπόννησος και τα νησιά του Αιγαίου. Οι αλυσίδες αυξήθηκαν σε όλες σχεδόν τις περιοχές, με πιο έντονη την αύξηση του αριθμού των super-market στη Πρωτεύουσα, Θεσσαλονίκη, κεντρική και δυτική Μακεδονία και Θεσσαλία.

Πρέπει να σημειωθεί ότι η αύξηση των αλυσίδων οφείλεται επίσης και στο γεγονός ότι όταν μια επιχείρηση με δύο καταστήματα ιδρύει ένα τρίτο super-market, τότε μεταπηδά στην κατηγορία των αλυσίδων.

Η συμπύκνωση του κλάδου συνεχίστηκε και το 1997 και παρατηρούμε ότι οι επιχειρήσεις με περισσότερα των 20 καταστημάτων συγκεντρώνουν 1.016 super-market το 1997 από 828 το 1996, αν και ο αριθμός των αλυσίδων είναι 15 και στα δύο αυτά χρόνια. Οι μικρές αλυσίδες (3-5 καταστήματα) μετά μια κορύφωση το 1994 αρχίζουν να καταφορίζουν και έφθασαν, το 1997, στις 39. Το ίδιο αρχίζει να γίνεται και στις αλυσίδες 6-10 μονάδων, που έχουν τάσεις μείωσης το 1997. Αντίθετα, όλες οι άλλες οι ομαδοποιήσεις, (άνω των 11 καταστημάτων) δείχνουν αύξηση του αριθμού των αλυσίδων). Άλλωστε, σαν σύνολο παρατηρούμε τάση μείωσης του συνόλου των αλυσίδων super-market.

Στο σύνολο τους έγιναν ιδρύσεις νέων super-market σχεδόν του ίδιου αριθμού το 1996 (147) και το 1997 (156). Τα περισσότερα νέα super-market ιδρύθηκαν στην περιοχή της Πρωτεύουσας και στο Υπόλοιπο Αττικής (σχεδόν το 1/3), γεγονός φυσιολογικό, αν σκεφτούμε ότι στην Αττική κατοικεί σχεδόν το 40% του πληθυσμού της Ελλάδας. Αλλά είναι περίπου ο ίδιος αριθμός γι



την Αττική το 1996 (59) και το 1997 (61), Η μεγαλύτερη αύξηση παρατηρείται στη Θεσσαλονίκη, το 1996 ιδρύθηκαν 11 super-market και το 1997 18, στην Πελοπόννησο 12 και 20, αντίστοιχα. Οι εξαγορές ήταν ελάχιστες, μόλις 5 καταστήματα, γεγονός που δείχνει ότι οι μεσαίες και οι μεγάλες αλυσίδες δεν προχωρούν σε εξαγορές άλλων μικρότερων αλυσίδων και προτιμούν ν' ανοίγουν δικά τους καταστήματα.

1.5.2. Σύγκριση Μεγάλων Και Μικρών Super-Market

Σε μια βραδέως έως καθόλου αναπτυσσόμενη αγορά τροφίμων και οικιακών καταναλωτικών αγαθών, οι αλυσίδες super-market που λειτουργούν στην ελληνική αγορά καταφέρνουν κάθε χρόνο να αυξάνουν την οικονομική τους παρουσία, με επέκταση των δραστηριοτήτων τους, που εκφράζεται κυρίως με αύξηση του κύκλου εργασιών τους. Έτσι το 1997, οι 25 μεγάλες αλυσίδες και οι 34 μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που αντιπροσωπεύουν τη συντριπτική πλειοψηφία του κλάδου, πέτυχαν να προωθήσουν τις πωλήσεις τους ακόμα και εις βάρος των καθαρών τους κερδών, όπως έγινε στην περίπτωση των "μεγάλων". Αντίθετα, οι μικρές αλυσίδες του λιανεμπορίου τροφίμων σημείωσαν μία θεαματική αύξηση των κερδών τους κατά 68,64% το 1997, σε σύγκριση με το 1996, ενώ το αντίστοιχο μέγεθος για τους 25 μεγάλους του κλάδου ήταν αρνητικό κατά -9,71%. Συνολικά πάντως και οι 58 επιχειρήσεις είχαν ένα τζίρο που άγγιξε το εκπληκτικό μέγεθος του 1,4 τρισ. δρχ. περίπου, δηλαδή ένα σεβαστό ποσοστό του συνόλου των τελικών λιανικών πωλήσεων τροφίμων στη χώρα που υπολογίζονται σε 5 έως 6 τρισ. δρχ. Μάλιστα και το 1998 δεν είναι από τις χειρότερες χρονιές, αφού οι λιανικές πωλήσεις τροφίμων εκτιμάται ότι θα αυξηθούν σε πραγματικούς όρους όγκων.

Σύμφωνα δε με την τελευταία έρευνα του Ινστιτούτου Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE), οι πωλήσεις τροφίμων προβλέπονται και μακροχρονίως θετικές. Σε ένα τέτοιο περιβάλλον, οι συγκρίσεις μεταξύ των μικρών και των μεγάλων αλυσίδων super-market δεν μπορεί παρά να έχουν στατικό και όχι δυναμικό χαρακτήρα. Παρόλα αυτά, ορισμένα πράγματα όπως τα καθαρά και τα μεικτά κέρδη, ο τζίρος και η δανειακή επιβάρυνση ορίζουν τις σχέσεις των μικρών με τους μεγάλους και μάλιστα σε μία περίοδο όπου η επέκταση, οι εξαγορές και οι συγχωνεύσεις είναι στην ημερησία διάταξη. Με τα δεδομένα αυτά, η πολύ υψηλή κερδοφορία των μικρών σε σύγκριση με τη μειωθείσα το 1997 κερδοφορία των μεγάλων, δεν μπορεί παρά να έχει σχετική μόνο



αξία. Εξάλλου, το ενδεχόμενο της εξαγοράς δεν αλλάζει κατεύθυνση και μάλιστα όταν αυτό αξίζει τον κόπο, όπως συμβαίνει με περιορισμένο αριθμό μικρών επιχειρήσεων.

Όσον αφορά τώρα στη δανειακή επιβάρυνση και εδώ οι συγκρίσεις έχουν σχετική μόνο αξία, διότι η χαμηλή παρουσία ξένου κεφαλαίου στους ισολογισμούς των μικρών επιχειρήσεων δεν είναι ποιοτικά όμοια με εκείνη των μεγάλων, η οποία μάλιστα είναι και στη δεύτερη αυτή περίπτωση κατά πολύ υψηλότερη. Έτσι, το 1996, τα ίδια κεφάλαια των μεγάλων αλυσίδων παραμένουν περίπου αμετάβλητα, ενώ στους μικρούς το αντίστοιχο μέγεθος αυξάνεται κατά 21,45%. Παρόλα αυτά, οι δύο κατηγορίες επιχειρήσεων είναι ελάχιστα συγκρίσιμες μεταξύ τους, αφού οι ποσοτικές διαφορές κρύβουν και ποιοτικά στοιχεία, με την έννοια ότι οι μεγάλες εταιρίες έχουν πρόσβαση σε θεσμούς όπως το χρηματιστήριο και τις μεγάλες αγορές στελεχών. Αυτός είναι και ο λόγος για τον οποίο έχουν υπολογισθεί και διαφορετικοί οικονομικοί δείκτες για τις δύο κατηγορίες επιχειρήσεων.

1.5.3. Τάσεις Παγκοσμιοποίησης Στο Λιανικό Εμπόριο

Οι πιέσεις που δέχονται σήμερα οι λιανεμπορικές εταιρίες από την παγκόσμια οικονομική ύφεση τις έχουν οδηγήσει σε πιο προσεκτικές επιλογές ως προς την επεκτατική τους πολιτική. Όμως οι διαρκώς αυξανόμενες προσπάθειες των κυρίαρχων τουλάχιστον εταιριών να υπερκεράσουν τα τοπικά σύνορα επιβεβαιώνουν πλέον την τάση για διεθνοποίηση του λιανεμπορίου τροφίμων:

* Η Κίνα έχει γίνει πόλος έλξης των σπουδαιότερων εταιριών super-market, μετά από την πρόσφατη είσοδο της στον Π.Ο.Ε. (Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου) : η Wal-Mart, η Metro και η Dairy Farm σχεδιάζουν την επέκταση του δικτύου των καταστημάτων τους στη χώρα.

* Η Ρωσία υποδέχτηκε το πρώτο κατάστημα Spar στη Μόσχα και περιμένει σύντομα τη Metro και την Auchan.

* Η Βόρεια Ευρώπη ενθαρρύνει τις εμπορικές εξελίξεις, τόσο με τη δημιουργία του παν-σκανδιναβικού ομίλου Coop Norden όσο και με την εγκατάσταση νέων μονάδων των εταιριών ICA/ Ahold και Kesko στις χώρες της Βαλτικής.

* Στη νοτιοανατολική Ασία αυξάνονται μέρα με την ημέρα οι επενδύσεις της Carrefour, της Tesco (Νότια Κορέα και Ταϊλάνδη) και της Dairy Farm (Ινδονησία, Σιγκαπούρη και Ταϊβάν).

* Στη Λατινική Αμερική η Wal-Mart ανοίγει καινούργια πολυκατα-



στήματα στο Μεξικό και καταστήματα της γειτονιάς στη Βραζιλία, συναγωνιζόμενη την Ahold και την Carrefour.

* Στην Αυστραλία αμέσως μετά την αποχώρηση της Dairy Farm έκαναν την εμφάνιση τους η Aldi και η Pick 'n Pay.

Η ανάγκη για εξάπλωση σε διεθνές επίπεδο, η οποία κυριάρχησε στο εμπόριο κατά τον τελευταίο χρόνο, οδήγησε τις μεγάλες λιανεμπορικές εταιρείες να αυξήσουν τις επενδύσεις τους στο εξωτερικό.

Η διεθνοποίηση του κλάδου προχωράει λοιπόν με ταχύτατο βηματισμό, παρά το ότι βρισκόμαστε σε μια νέα εποχή όπου η επιλογή του χρόνου για την εκάστοτε επένδυση γίνεται με ιδιαίτερη προσοχή, ενώ παράλληλα των ενδιαφερόντων εταιρειών στρέφεται και προς τις τοπικές αγορές. Με άλλα λόγια η τάση της θεαματικής ανάπτυξης ανά τον κόσμο που κυριάρχησε την προηγούμενη δεκαετία έχει δώσει σήμερα τη θέση της σε μικρότερες επεκτατικές κινήσεις που απευθύνονται κυρίως σε συγκεκριμένου είδους αγοραστικά πεδία. Και μολονότι η οικονομική κρίση στις ημέρες μας έχει καταπονήσει τους περισσότερους τομείς του εμπορίου, το λιανικό εμπόριο στοχεύει απτόητο στην εδραίωση της θέσης του παγκοσμίως. Το 2000 λειτούργησε κατά κάποιο τρόπο ως περίοδος προσαρμογής για τις λιανεμπορικές εταιρείες, έπειτα από το ευρύ κύμα επεκτάσεων που σημειώθηκε στα τέλη δεκαετίας του 1990.

1.6 ΑΥΞΗΣΗ ΜΕΡΙΔΙΟΥ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΤΩΝ SUPER-MARKET

Ένα Super-Market χωρίζεται σε πολλές μεγάλες κατηγορίες προϊόντων οι οποίες είναι τα τρόφιμα, τα ποτά, τα χαρτικά, τα απορυπαντικά, η ένδυση. Σε αυτούς τους κλάδους περιλαμβάνονται τα προϊόντα Ελαιολάδου, Γαλακτοκομίας, Πτηνοτροφίας, Κρέατος, Αλλαντικών, Οίνου, Ούζου, Μπύρας, Αλκοολούχων ποτών, Χυμών – Αναψυκτικών, Εμφιαλωμένου Νερού, κατεψυγμένων τροφίμων, οσπρίων και παραδοσιακών προϊόντων.

Εκτός από τα παραπάνω καθιερωμένα τμήματα πωλήσεων στο μέλλον θα δημιουργηθούν και νέα τμήματα, μεταξύ των οποίων, τμήμα πώλησης φρέσκων ψαριών, αυτοκινήτων και κινητών τηλεφώνων.

1.6.1 Δημιουργία Τμήματος Πώλησης Φρέσκων Ψαριών

Οι αλυσίδες super-market προχωρούν πλέον στη δημιουργία τμημάτων πώλησης φρέσκων ψαριών σε όλο και περισσότερα καταστήματα τους.



Το εμπόριο των φρέσκων ψαριών είναι αρκετά δύσκολο και με πολλές ιδιαιτερότητες. Η τιμή αγοράς και διάθεσης, η ποικιλία των ψαριών, η ασφάλεια της ποιότητας και η συντήρηση τους αποτελούν ζητήματα που απασχολούν καθημερινά τους υπεύθυνους αυτών των τμημάτων.

Το παραδοσιακό ιχθυοπωλείο παραμένει ο μεγάλος ανταγωνιστής του super-market, αφού, όπως διαπιστώνεται, η προσωπική γνωριμία του ιχθυοπώλη με τον καταναλωτή παρέχει ισχυρότερες εγγυήσεις για την ποιότητα και την προέλευση των ψαριών. Για το λόγο αυτό οι μεγάλες αλυσίδες εισάγουν τέτοια τμήματα μόνο στις περιοχές όπου η σχέση πελάτη-ιχθυοπώλη δεν είναι έντονα αναπτυγμένη.

Ωστόσο θεωρείται βέβαιο ότι τα επόμενα χρόνια τα super-market θα αυξήσουν το μερίδιο τους στη διανομή των φρέσκων ψαριών, δεδομένου ότι, εξασφαλίζοντας χαμηλότερες τιμές από τους παραγωγούς, προσελκύουν όλο και περισσότερους καταναλωτές, ενώ ταυτόχρονα ως κέντρα αγορών ανταποκρίνονται περισσότερο στην κάλυψη των αναγκών του σύγχρονου τρόπου ζωής από ότι τα παραδοσιακά σημεία πώλησης.

Όπως υπολογίζεται, σήμερα η ζήτηση φρέσκων ψαριών ικανοποιείται κατά 50% από τις ιχθυαγορές και τα ιχθυοπωλεία, κατά 30% από τους χονδρεμπόρους και κατά 20% από τα super-market. Οι υπεύθυνοι των σχετικών τμημάτων των super-market εκτιμούν ότι πολλές φορές οι πωλήσεις τους κινούνται πάνω από τις αρχικές προβλέψεις. Πάντως υπάρχουν αρκετά προβλήματα προς επίλυση, καθώς η αγορά των φρέσκων ψαριών δεν είναι ακόμα ιδιαίτερα γνωστή στα super-market.

1.6.2 Δημιουργία Τμημάτων Πώλησης Αυτοκινήτων

Η προοπτική πώλησης αυτοκινήτων από τα δίκτυα των super-market θα αρχίσει να κυριαρχεί στην αγορά στο μέλλον.

Μπορεί η πραγματικότητα να είναι διαφορετική (αφού το καθεστώς για τις πωλήσεις αυτοκινήτων από super-market δεν τροποποιείται με το νέο Κανονισμό), όμως η προσμονή για φθηνότερα αυτοκίνητα μέσω super-market οδηγεί σε ενδιαφέροντα συμπεράσματα για την εικόνα που έχει η ελληνική κοινή γνώμη σχετικά με τον ρόλο των αλυσίδων λιανικής στην αγορά και τη διαμόρφωση των τιμών.

Πάντως ο σύνδεσμος των super-markets υποστηρίζει ότι ο κλάδος θα προτιμούσε να επιτραπεί η πώληση τσιγάρων, γάλακτος βρεφικής ηλικίας και ψωμιού και στη συνέχεια ν' ανοίξει η συζήτηση για τα αυτοκίνητα.

Οι πωλήσεις αυτοκινήτων από super-market επιτρέπονται και με τον



ισχύοντα Κανονισμό και ορισμένα super-market στην Ευρώπη ήδη πωλούν αυτοκίνητα. Το «κλειδί» είναι όμως ότι και τα super-market προμηθεύονται τα αυτοκίνητα μέσω των αντιπροσωπειών και όχι απ' ευθείας από τις αυτοκινητοβιομηχανίες. Το σημείο αυτό δεν αλλάζει με τον καινούργιο Κανονισμό, που σημαίνει ότι δεν αλλάζουν οι όροι προμήθειας, άρα δεν ενθαρρύνονται οι πωλήσεις από τα super-market (όπως και από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται μέσω Διαδικτύου).

Αυτό σημαίνει ότι υπάρχουν περιθώρια δραστηριοποίησης των αλυσίδων super-market στην αγορά αυτοκινήτου. Για παράδειγμα, η αλυσίδα «Colruyt» του Βελγίου, ανακοίνωσε ότι διαθέτει τρία συγκεκριμένα μοντέλα αυτοκινήτων σε είκοσι από τα εκατόν πενήντα καταστήματά της, σε τιμές έως και 25% χαμηλότερες από αυτές που ισχύουν στα επίσημα δίκτυα των αντιπροσωπιών.

Σήμερα η αγορά των αυτοκινήτων και των ανταλλακτικών τους, παρά την απελευθέρωση της, δεν φαίνεται να έλκει, προς το παρόν τουλάχιστον, τον κλάδο του οργανωμένου λιανεμπορίου. Με δεδομένο ότι τα δίκτυα πώλησης της συγκεκριμένης αγοράς απαιτούν ειδική τεχνογνωσία αλλά και σημαντικά κεφάλαια, οι αλυσίδες super-market ελληνικών συμφερόντων καθώς και οι πολυεθνικές που δρουν στην Ελλάδα δεν έχουν εκδηλώσει μέχρι στιγμής κανένα επενδυτικό ενδιαφέρον. Πάντως, όπως εκτιμούν κύκλοι της αγοράς, η δραστηριοποίηση του οργανωμένου λιανεμπορίου στην αγορά του αυτοκινήτου θα αρχίσει κατά πάσα πιθανότητα από τον τομέα των ανταλλακτικών και όχι από την πώληση των αυτοκινήτων, των οποίων η έκθεση απαιτεί μεγάλους χώρους, δυσεύρετους στη χώρα μας. Επισημαίνεται ότι αλυσίδες όπως η Carrefour έχουν ήδη την εμπειρία της πώλησης αυτοκινήτων.

1.6.3 Δημιουργία Τμημάτων Πώλησης Κινητών Τηλεφώνων

Ήδη η NOKIA προχώρησε σε συμφωνία με τον όμιλο εταιρειών CARREFOUR για την προώθηση των κινητών τηλεφώνων Nokia μέσω των αλυσίδων καταστημάτων CARREFOUR, CHAMPION ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ και DIA. Με την έναρξη της συνεργασίας θα ξεκινήσει και ένα πρόγραμμα εκπαίδευσης των στελεχών, με στόχο την καλύτερη και ποιοτικότερη εξυπηρέτηση και ενημέρωση του πελάτη και την αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών.



1.6.4 Α.Τ.Μ.s στα Super-Market

Σήμερα περισσότερα από 1.000 ΑΤΜs (Automated Teller Machine) είναι εγκατεστημένα σε καταστήματα λιανικής πώλησης και δημόσιους χώρους, παρέχοντας τις περισσότερες φορές το σύνολο των υπηρεσιών που προσφέρουν και τα ΑΤΜs τα οποία βρίσκονται στα τραπεζικά καταστήματα. Καζίνο και αεροδρόμια έρχονται πρώτα στις προτιμήσεις των τραπεζών, όσον αφορά την εγκατάσταση ΑΤΜs, ενώ ακολουθούν super-market και ξενοδοχεία.

Ανάλογα με την τοποθεσία του καταστήματος, αλλά και τη συμφωνία μεταξύ τράπεζας και επιχειρηματία, το ΑΤΜ τοποθετείται σε εξωτερικό ή εσωτερικό χώρο. Στη δεύτερη περίπτωση η τράπεζα κατά κανόνα επιθυμεί την τοποθέτηση κάποιας σήμανσης, προκειμένου να προσελκύσει διερχόμενους να χρησιμοποιήσουν το ΑΤΜ που βρίσκεται μέσα στο κατάστημα. Αν και η προέλευση κόσμου συνήθως ευνοεί τον επιχειρηματία, αυτός διατηρεί το δικαίωμα να διαπραγματευτεί με την τράπεζα τη χρήση της σήμανσης, ανεξάρτητα από το σημείο τοποθέτησης του ΑΤΜ, δηλαδή εντός ή εκτός του καταστήματος.

Το κόστος τοποθέτησης βαρύνει αποκλειστικά την τράπεζα και περιλαμβάνει το ΑΤΜ, αλλά και τον τηλεπικοινωνιακό εξοπλισμό που χρειάζεται για να γίνει η on-line σύνδεση με το κεντρικό πληροφοριακό σύστημα της τράπεζας. Μάλιστα στην περίπτωση που η τράπεζα είναι αυτή που θα επιλέξει και θα ζητήσει κάποιο χώρο, προκειμένου να τοποθετήσει ΑΤΜ, συνήθως καταβάλλει στον επιχειρηματία ενοίκιο, το οποίο αποτελεί το επιπλέον όφελος για την επιχείρηση.

Ωστόσο το σημαντικότερο όφελος για την επιχείρηση είναι η εξυπηρέτηση των πελατών. Με την παρουσία του στο κατάστημα, το ΑΤΜ τους δίνει την ευχέρεια να κάνουν αναλήψεις μετρητών, ένα ποσοστό των οποίων είναι πιθανό να καταλήξει στο ταμείο της επιχείρησης. Το 30% των πελατών που κάνουν ανάληψη από το ΑΤΜ καταστήματος Λιανικής κάνει και κάποια αγορά εντός του καταστήματος.

Στην Ευρώπη τα ΑΤΜs χρησιμοποιούνται ήδη για συναλλαγές περισσότερο σύνθετες από αναλήψεις και καταθέσεις μετρητών. Γραμματόσημα, τηλεκάρτες και άλλα εξειδικευμένα είδη διατίθενται μέσω των ΑΤΜs, τα οποία στην περίπτωση αυτή είναι δυνατό να λειτουργήσουν ως φυσική προέκταση ενός καταστήματος λιανικής ή και ως ανεξάρτητο δίκτυο λιανικής πώλησης.

Για την τράπεζα η τοποθέτηση ΑΤΜs εκτός των καταστημάτων της συνεπάγεται καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της και επομένως



βελτίωση της εικόνας της.

Για τον επιχειρηματία που θα δεχτεί την εγκατάσταση ενός ΑΤΜ το όφελος είναι η εξυπηρέτηση των δικών του πελατών ή και των εργαζομένων, η προσέλκυση νέων εν δυνάμει πελατών στο κατάστημα του και κάποιο ετήσιο ενοίκιο για τη χρήση του χώρου του.

Τέλος, για τον πελάτη το όφελος είναι η ευκολότερη πρόσβαση σε ένα σημείο συναλλαγών, δεδομένου ότι το ΑΤΜ θα βρίσκεται συνήθως πιο κοντά από κάποιο τραπεζικό κατάστημα.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Ο εξοπλισμός δεν είναι καινούρια έννοια στο λιανεμπόριο. Από καταβολής καταστημάτων συνυπήρχε και ήταν ανάλογος της εποχής και των αναγκών. Η διαφορά σήμερα είναι στην επανάσταση κυριολεκτικά, η οποία συντελείται στον τομέα του εξοπλισμού και η οποία έχει για πυρήνα της την πληροφορική. Γύρω από αυτήν περιστρέφονται όλες οι λειτουργίες, όλα τα επιτεύγματα της τεχνολογίας, τα οποία αλλάζουν άρδην όχι μόνο την έννοια του εξοπλισμού, και από στατιστική αναγκαιότητα – για πολλούς μέχρι πρότινος ακόμη – την κάνουν αποφασιστικό παράγοντα στη λειτουργία του σύγχρονου καταστήματος, της σύγχρονης αλυσίδας, αλλά μεταβάλλουν και την ίδια τη φιλοσοφία του λιανεμπορίου.

Βεβαίως η σχέση λιανεμπορίου και εξοπλισμού είναι αμφίδρομη. Το λιανεμπόριο δεν παίρνει μόνο από την τεχνολογία, αλλά δίνει κιόλας. Επηρεάζεται και επηρεάζει, με αποτέλεσμα να υπάρχει μια συνεχής αλληλοδιαμόρφωση.

Η ίδια η αγορά, όπως διαμορφώθηκε κυρίως την τελευταία δεκαπενταετία, επέβαλε τις αλλαγές τις οποίες παρατηρούμε σε όλα τα επίπεδα. Η επιρροή της πληροφορικής στα συστήματα λιανικού εμπορίου είναι κάτι παραπάνω από εμφανείς, απλώνεται δε σε όλους τους τομείς του : στην αποθήκη, στη διανομή και στη διακίνηση των προϊόντων, στη διάθεση των προϊόντων μέσα στα σημεία πώλησης, στη λειτουργία του καταστήματος, αλλά και της αλυσίδας γενικά (διοίκηση, λογιστήριο, υπηρεσίες κ.τ.λ.).

Δεν μπορούμε όμως να αποφύγουμε να επισημάνουμε, ότι δυστυχώς, στη χώρα μας, λίγες επιχειρήσεις από το κλάδο του λιανεμπορίου έχουν κατανοήσει πλήρως τη σημασία της πληροφορικής και της τεχνολογίας.

Αυτό το οποίο στην υπόλοιπη Ευρώπη θεωρείται πλέον αυτονόητο, εδώ και πολλά χρόνια, στη χώρα μας αντιμετωπίζεται ακόμη από τις περισσότερες επιχειρήσεις με δυσπιστία και με αδικαιολόγητη απροθυμία. Εννοούμε όπως καταλαβαίνεται, την εφαρμογή ολοκληρωμένων προγραμμάτων πληροφορικής στην επιχείρηση, και όχι επιμέρους εφαρμογές, οι οποίες όσο και αν προσφέρουν στο δικό τους κομμάτι δεν προωθούν συνολικά την ορθολογική λειτουργία της επιχείρησης.



2.2 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΜΗΧΑΝΕΣ

Η καθημερινή ανάγκη για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που απαιτούν από τον άνθρωπο διανοητική εργασία άπειρα μεγαλύτερη από αυτή που διαθέτει, τον οδήγησαν στην κατασκευή υπολογιστικών μηχανών.

Φυσικά αυτές οι ηλεκτρονικές υπολογιστικές μηχανές δεν αντικαθιστούν την ανθρώπινη σκέψη, αλλά απλά την πολλαπλασιάζουν, όπως ο μοχλός τη μυϊκή δύναμη. Δηλαδή η τεχνητή νοημοσύνη υποβοηθάει την φυσική νοημοσύνη.

2.2.1 Ηλεκτρονικός Υπολογιστής

Ηλεκτρονικός υπολογιστής (computer) είναι η ηλεκτρονική μηχανή η οποία αυτόματα εκτελεί υπολογισμούς και εξαγάγει λογικά συμπεράσματα, με μεγάλη ταχύτητα, καθοδηγούμενη από κάποιο πρόγραμμα. μερικά από τα βασικά στοιχεία που συνθέτουν έναν Η/Υ είναι : η κεντρική πλακέτα, ο σκληρός δίσκος, η οθόνη, το πληκτρολόγιο, το ποντίκι κ.τ.λ..

Η τεχνολογική εξέλιξη των Η/Υ και οι τομείς που καλύπτουν στην σύγχρονη επιχείρηση οδηγούν στην προμήθεια συστημάτων, ή στην βελτίωση και αναβάθμιση των παλαιών συστημάτων τους με στόχο το να αντιμετωπίσουν θετικά και αποτελεσματικά τις ανάγκες για αποτελεσματική διαχείριση και λήψη σωστών αποφάσεων.

2.2.2 Εκτυπωτές

Οι εκτυπωτές (Printers) είναι από τις βασικές μονάδες εξόδου και αποτύπωσης δεδομένων των Η/Υ. Ανάλογα με την τεχνολογία που εκτυπώνουν μπορούμε να τους διακρίνουμε :

1. Σε εκτυπωτές ακίδας (dot matrix)
2. Σε εκτυπωτές Laser
3. Σε εκτυπωτές έγχυσης μελάνης

Οι εκτυπωτές ακίδας είναι αυτοί που προτιμούνται γενικά για την έκδοση μηχανογραφημένων παραστατικών και λογιστικών καταστάσεων.

2.2.3 Σαρωτές

Ο Σαρωτής (scanner) είναι μια συσκευή που χρησιμοποιείται για την εισαγωγή τυπωμένων φωτογραφιών, εικόνων, γραφικών, slides κ.τ.λ. στον υπολογιστή. Λειτουργεί με τρόπο παρόμοιο των φωτοαντιγραφικών μηχανημάτων, με τη διαφορά ότι, αντί να τυπώνει τα αντίγραφα σε χαρτί, τα μεταφέρει στη μνήμη του υπολογιστή.

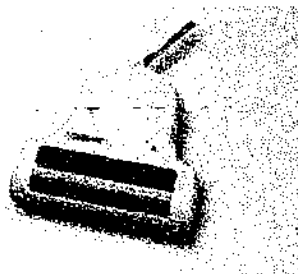
Η διαδικασία μεταφοράς εικόνων στον υπολογιστή ονομάζεται ψηφιοποίηση (σκανάρισμα).

Εκτός από φωτογραφίες ή εικόνες, με τη βοήθεια του σαρωτή μπορούμε να εισάγουμε σε έναν υπολογιστή και κείμενο από κάποιο έντυπο, βιβλίο ή περιοδικό. Το κείμενο στη συνέχεια, με τη βοήθεια κάποιου προγράμματος Οπτικής Ανάγνωσης Χαρακτήρων (OCR-Optical Character Recognition), μπορούμε να τα μετατρέψουμε σε χαρακτήρες και να το επεξεργαστούμε σαν κανονικά δακτυλογραφημένο κείμενο σε έναν επεξεργαστεί κειμένου.

Γενικά υπάρχουν δύο κατηγορίες σαρωτών που μπορούν να συνδεθούν σε προσωπικό υπολογιστή, οι σαρωτές χειρός και οι επιτραπέζιοι σαρωτές.

- **Οι Σαρωτές Χειρός (Hand Held)** έχουν μια μικρή επιφάνεια σάρωσης, που ο χρήστης πρέπει να τη μετακινεί με το χέρι πάνω από την επιθυμητή επιφάνεια του πρωτοτύπου.

Χρησιμοποιούν για τη σάρωση μικρών εικόνων, αποκομμάτων εφημερίδων και περιοδικών, καθώς και ανάγνωση bar code, κ.τ.λ.. Το πλεονέκτημά τους είναι η ευκολία στην μεταφορά, πράγμα που επιτρέπει την σύνδεσή τους με φορητούς υπολογιστές και τη χρήση τους σε οποιοδήποτε τόπο.



Σαρωτής Χειρός



- Οι επιτραπέζιοι σαρωτές τοποθετούνται σε μια σταθερή επιφάνεια, για παράδειγμα γραφείο και έχουν μεγάλη επιφάνεια σάρωσης, συνήθως μεγέθους Α4.

Οι επιτραπέζιοι σαρωτές χωρίζονται σε :

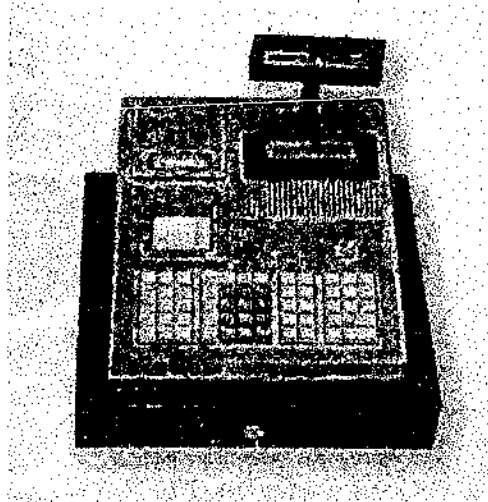
- I. Επίπεδους σαρωτές
- II. Σαρωτές διαφανιών
- III. Σαρωτές σελίδας

2.2.4 Ταμειακή Μηχανή

Οι θερμικές ταμειακές μηχανές είναι κι αυτές ηλεκτρονικές μηχανές οι οποίες υποβοηθούν την ανθρώπινη νοημοσύνη, δηλαδή εκτελούν υπολογισμούς αυτόματα και συντελούν στην γρήγορη εξαγωγή αποτελεσμάτων.

Οι ραγδαίες εξελίξεις στον τομέα της πληροφορικής, οδήγησαν παράλληλα στην εξέλιξη των ταμειακών μηχανών. Σήμερα μια θερμική ταμειακή μηχανή ή και περισσότερες μπορούν να συνδεθούν στον ίδιο Η/Υ βοηθώντας σημαντικά στην αυτοματοποίηση πολλών εργασιών. Προσφέρουν λύσεις για όλα τα μεγέθη επιχειρήσεων, αφού μπορούν να διαχειριστούν πρακτικά απεριόριστο αριθμό ειδών και να συνεργαστούν με τα περισσότερα εμπορικά πακέτα. Επίσης μπορούν να συνδεθούν με οπτικό αναγνώστη ώστε να αποτελούν την πιο ολοκληρωμένη λύση για τις σύγχρονες επιχειρήσεις. Δηλαδή αναγνωρίζουν όλους τους γραμμωτούς κώδικες δίνοντας τις κάτωθι δυνατότητες :

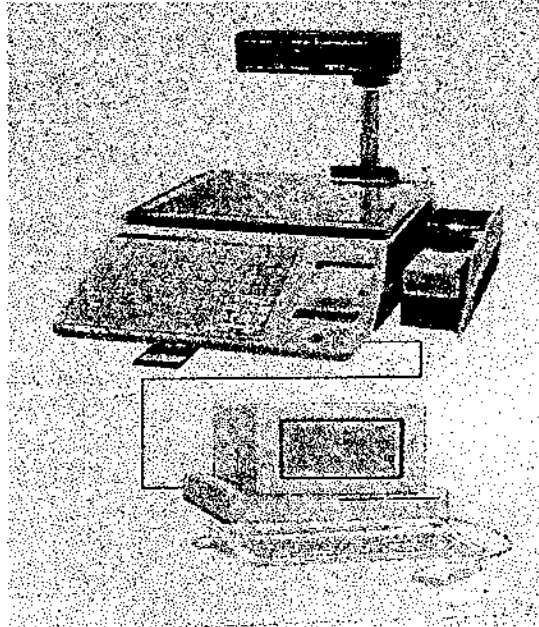
- Εύκολα κλεισίματα των ταμείων Χ, Ζ ανά χειριστή.
- Καταγραφή των κινήσεων κατά ημέρα και ώρα.
- Καταγραφή των εκπτώσεων, ακυρώσεων ανά ώρα και χειριστή.
- Στατιστικά αποδείξεων κατά ημέρα.
- Δυνατότητα ανεύρεσης ειδών με δύο κωδικούς, π.χ. κωδικό bar-code και κωδικό προμηθευτή.
- Σύνδεση με ηλεκτρονικούς ζυγούς.
- Έκδοση τιμολογίων.
- Έκδοση κάρτας πελάτου (διαχείριση πελατολογίου, εκπτώσεις, κ.τ.λ.).
- Διαχείριση «υπολοίπων» στα ράφια .
- Δημιουργία και εκτύπωση αρχείου παραγγελιών προς κεντρικό.



Ταμειακή Μηχανή

2.2.5 Ηλεκτρονικός Ζυγός Ετικέτας

Η εξέλιξη της κοινής ζυγαριάς συνέβαλλε στην δημιουργία του ηλεκτρονικού ζυγού ετικέτας. Τεχνικά χαρακτηριστικά τα οποία υπάρχουν και σε μια κοινή ζυγαριά είναι το πληκτρολόγιο και η υπερυψωμένη οθόνη που δίνει τη δυνατότητα για εύκολη ανάγνωση από τον πωλητή και τον πελάτη των ευανάγνωστων φωτεινών ψηφίων και ενδείξεων (βάρους, τιμής, αξίας και διαφημιστικού μηνύματος). Ειδικά χαρακτηριστικά του ηλεκτρονικού ζυγού ετικέτας είναι ό,τι περιέχει περίπου εκατό μνήμες ειδών και χίλιες μνήμες ειδών με τη χρήση κωδικού. Επίσης περιλαμβάνει θερμική εκτύπωση προϊόντος στην οποία αναφέρονται : ημερομηνία παραγωγής και λήξης, τιμή κιλού, αξία, ονομασία προϊόντος και bar-code. Ο ηλεκτρονικός ζυγός μπορεί εύκολα και γρήγορα να εκδώσει δελτία X και Z με την αλλαγή κασέτας του εκτυπωτή, καθώς σύνολα πελάτη, ημέρας και αναλυτικά για κάθε είδος. Θεωρείται ιδανικός για χρήση εμπορικής επιχείρησης-super market.



Ηλεκτρονικός Ζυγός Ετικέτας

2.2.6 Φορολογικό Ταμειακό Σύστημα

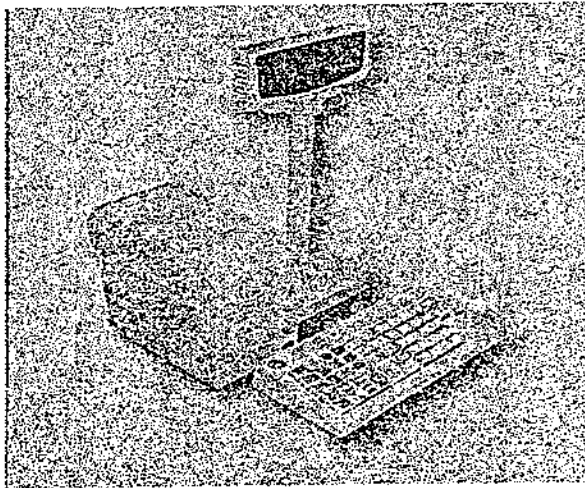
Το νέο αυτό ταμειακό σύστημα συνδυάζει τη μοντέρνα και εργονομική σχεδίαση με τη χρήση εξαρτημάτων υψηλής ποιότητας και σύγχρονης τεχνολογίας. Έχει δυνατότητα λειτουργίας ως :

1. Ταμειακή μηχανή που μπορεί να διαχειριστεί μέχρι χίλια είδη.
2. Φορολογικός εκτυπωτής με δυνατότητα διαχείρισης απεριόριστου αριθμού ειδών σε σύνδεση με Η/Υ.
3. On line ταμειακό σύστημα.

Επίσης έχει τη δυνατότητα, να παρακολουθεί πενήντα τμήματα (είκοσι επί πλήκτρου και άλλα τριάντα με κωδικό), αλλαγή χρήσης πλήκτρων από τμήματα σε κωδικούς ειδών και αντίστροφα. Μπορεί να παρακολουθεί τις εργασίες ανά χρήστη και να εξοφλεί με τριάντα διαφορετικούς τρόπους (νομίσματα, πιστωτικές κάρτες, επιταγές).

Αυτό το ταμειακό σύστημα διαθέτει τη δυνατότητα προσθήκης αναγνώστη μαγνητικών καρτών μεγάλης αντοχής, καθώς και μεγάλη οθόνη πελατών διπλής όψεως με δυνατότητα απεικόνισης αλφαριθμητικών χαρακτήρων και διαφημιστικών μηνυμάτων όταν το ταμείο δεν είναι σε λειτουργία, διευκολύνοντας τις συναλλαγές που διεκπεραιώνονται μέσα σε ένα κατάστημα λιανικής πώλησης με αυξη-

μένη κίνηση. Άλλες λειτουργικές δυνατότητες, είναι η εκτύπωση αναγκαίων Z- reports για την εφορία κατά την αλλαγή ιδιοκτήτη. Επίσης προσφέρει πληθώρα στατιστικών αναφορών όπως, ημερήσιες πωλήσεις με ανάλυση ανά Φ.Π.Α., ανάλυση ταμείου, ανάλυση πωλήσεων ανά χειριστή, ανά είδος και ανά τμήμα, εκτύπωση συγκέντρωσης πωλήσεων ανά ώρα / ημέρα / μήνα και εκτύπωση απόδοσης Φ.Π.Α. από ημερομηνία ως ημερομηνία..



Φορολογικό Ταμειακό Σύστημα

2.2.7 Fax - Facsimile

Η τηλεμοιοτυπία ή αλλιώς τηλεφωτοαντιγραφή, είναι η τεχνική με την οποία οποιοδήποτε έγγραφο <<φωτογραφίζεται >> με ειδικό τρόπο, μετατρέπεται σε τηλεφωνικό σήμα (μέσω του ενσωματωμένου modem), μεταδίδεται σε κάποια αντίστοιχη συσκευή σε οποιοδήποτε μέρος του κόσμου, όπου γίνεται αποκωδικοποίηση του σήματος και εκτύπωση του εγγράφου.

Συγκεκριμένα στην διάρκεια της μετάδοσης σαρώνεται από συσκευή που αποστέλλει το έγγραφο και μετατρέπεται σε ηλεκτρικά σήματα στην μορφή των άσπρων, γκρι και μαύρων κουκίδων και φυσικά έτσι λαμβάνονται και αποτυπώνονται από την συσκευή που λαμβάνει το σήμα.

Σήμερα πάρα πολλές επιχειρήσεις που στηρίζουν τα πάντα στην Μηχανογράφηση και την οργάνωση μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή προμηθεύονται τα FAX – MODEM που έχουν τη δυνατότητα, αφ' ενός



μεν την λειτουργία του e-mail, σύνδεση με το internet αφ' ετέρου τη λειτουργία σαν μιας συσκευής Fax με δυνατότητα αποθήκευσης των μηνυμάτων στο σκληρό δίσκο του H/Y.

2.3 ΝΕΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΣΥΝΑΛΛΑΓΗΣ ΣΤΑ SUPER-MARKET

Παρουσιάστηκε μία νέα λύση, η οποία εκτός από τα μετρητά καταργεί και τις πιστωτικές κάρτες. Η λύση επιτρέπει στον πελάτη να χρησιμοποιεί για πληρωμές το κινητό του τηλέφωνο και του παρέχει τη δυνατότητα να λαμβάνει ένα ενοποιημένο λογαριασμό για τα τηλεφωνήματα του και τις αγορές του.

Η λειτουργία είναι απλή τόσο για την επιχείρηση όσο και για τον πελάτη, αφού βασίζεται σε υπάρχοντα εξοπλισμό, στον οποίο γίνεται η προσθήκη λογισμικού. Συγκεκριμένα, το λογισμικό του super-market, σε συνεργασία με το barcode scanner που χρησιμοποιείται για την ανάγνωση των προϊόντων, διαβάζει ένα barcode από την οθόνη του κινητού τηλεφώνου του πελάτη. Το barcode αυτό περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τα προσωπικά στοιχεία του πελάτη και το ποσό που διαθέτει στο λογαριασμό του. Όταν ολοκληρωθεί η διαδικασία καταγραφής των προϊόντων που έχει αγοράσει ο πελάτης, το scanner του ταμειακού συστήματος διαβάζει το barcode από το κινητό του τηλέφωνο και αφαιρεί από το λογαριασμό του το ποσό που αντιστοιχεί στις αγορές.

Το πλεονέκτημα για τον πελάτη είναι ότι δεν χρειάζεται να μεταφέρει μετρητά, την πιστωτική του κάρτα ή τη loyalty κάρτα που του έχει παραχωρήσει το super-market. Για την Επιχείρηση τα πλεονεκτήματα είναι η ταχύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη και η δυνατότητα για one to one μάρκετινγκ.

Το πολυτιμότερο ίσως στοιχείο που αποσπά η επιχείρηση με αυτήν τη μέθοδο είναι ο αριθμός του κινητού τηλεφώνου του πελάτη, τον οποίο στη συνέχεια έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει για αποστολή προσφορών μέσω SMS (Short Message System).

2.4 ΕΦΑΡΜΟΓΗ CRM ΣΤΑ SUPER-MARKET

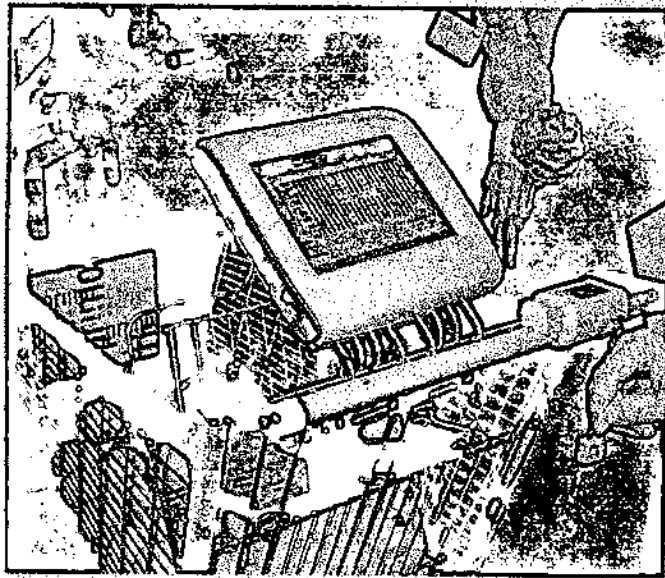
Στόχος των επιχειρήσεων Λιανεμπορίου είναι να κάνουν περισσότερο προσωπική τη σχέση τους με τον πελάτη, όπως συνέβαινε πριν από μερικά χρόνια, όταν οι πελάτες ήταν λίγοι και τα καταστήματα μικρά.

Σύμμαχος σε αυτήν την προσπάθεια είναι η τεχνολογία, η οποία επιτρέπει στο super-market να προσεγγίσει τον πελάτη της εντός και εκτός του καταστήματος και να «μιλήσει» μαζί του έστω και με κάποιον έμμεσο τρόπο.

Στον κορμό μιας τέτοιας εφαρμογής βρίσκεται ένα λογισμικό CRM, το οποίο δέχεται και επεξεργάζεται πληροφορίες από όλα τα κανάλια που χρησιμοποιεί ο πελάτης για να επικοινωνήσει με την επιχείρηση. Ένα από τα κανάλια αυτά είναι ο προσωπικός του υπολογιστής στο σπίτι ή την εργασία ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να δημιουργήσει μια λίστα αγορών μέσω ενός καταλόγου που θα βρει στο internet.

Η επιχείρηση βρίσκεται σε επικοινωνία με τον πελάτη και όταν αυτός είναι στο δρόμο, χρησιμοποιώντας ως μέσο το κινητό του τηλέφωνο, προκειμένου να τον ενημερώσει για νέες προσφορές σε προϊόντα που συνήθως επιλέγει.

Όταν πλέον ο πελάτης φτάσει στο super-market, τοποθετεί στην ειδική συσκευή που υπάρχει στο καρότσι τη loyalty κάρτα του και στην οθόνη της συσκευής εμφανίζεται η λίστα με τις αγορές του, την οποία είχε προηγουμένως καταγράψει στον υπολογιστή του στο σπίτι.



Το καρότσι με τη συγκεκριμένη συσκευή καθοδηγεί τον πελάτη στους διαδρόμους του καταστήματος για να αγοράσει τα προϊόντα που έχει προεπιλέξει από το σπίτι.



Στη συνέχεια στην οθόνη εμφανίζεται ο χάρτης του καταστήματος και πάνω σε αυτόν με κουκκίδες οι θέσεις των προϊόντων που υπάρχουν στη λίστα αγορών. Έτσι πρακτικά το καρότσι οδηγεί τον πελάτη στα προϊόντα και επιπλέον του προτείνει προσφορές που βρίσκονται σε άλλους διαδρόμους.

Εναλλακτικά η επιχείρηση αντί για ειδικές συσκευές στα καρότσια έχει τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει τον υπολογιστή παλάμης του πελάτη, εάν υπάρχει, ή να τοποθετήσει information kiosks σε σημεία του καταστήματος.

Αφού έχει ολοκληρωθεί η διαδικασία αγοράς, ο πελάτης περνά με το καρότσι του από ένα σύστημα self scanning, όπου τοποθετώντας την πιστωτική του κάρτα ή το κινητό του τηλέφωνο, όπως περιγράψαμε στην προηγούμενη εφαρμογή, πιστώνει το λογαριασμό του και ολοκληρώνει τη σχέση του με την επιχείρηση.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

3.1 ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΠΑΚΕΤΑ

3.1.1 Γενικά

Σε πλήρως μηχανογραφημένη επιχείρηση όπως είναι το super-market, εκτός του λογιστηρίου του, το πρόγραμμα παρακολουθεί ολόκληρο το συναλλακτικό κύκλωμα, πελάτες - προμηθευτές - αγορές - πωλήσεις. Σ' αυτή την περίπτωση χρησιμοποιείται ένα ολοκληρωμένο εμπορικό πρόγραμμα (ή πακέτο) με δυνατότητα αυτοματοποίησης πολλών εργασιών. Ένα πλήρες εμπορικό πακέτο εκδίδει όλα τα παραστατικά που διακινεί η επιχείρηση (τιμολόγια, δελτία αποστολής, πιστωτικά, καταστάσεις παραγγελίας, προσφορές και άλλα), παρακολουθώντας ταυτόχρονα την αποθήκη με τα υπόλοιπά της, τους πελάτες και τους προμηθευτές. Ακόμη, παρέχει τη δυνατότητα για πλήρη και λεπτομερή παρακολούθηση των εισπράξεων από τους πελάτες και των πληρωμών προς τους προμηθευτές (μετρητά, επιταγές, συναλλαγματικές). Δίνει πλήθος πληροφοριών που επιτρέπουν τη διαρκή παρακολούθηση των οικονομικών μεγεθών και των στατιστικών για αγορές, πωλήσεις, εισπράξεις - πληρωμές, ποσοστιαίους συντελεστές, μικτό κέρδος κατά προϊόν και πελάτη, που είναι σημαντικές και απαραίτητες για τη λειτουργία ενός super-market, ώστε ο διαχειριστής του να είναι ενημερωμένος για τη πορεία των προϊόντων στην αγορά και την αποδοχή τους από τους καταναλωτές. Ενημερώνει αυτόματα τη Γενική Λογιστική για τις κινήσεις της αποθήκης (αγορές - πωλήσεις), των πελατών και προμηθευτών (εισπράξεις - πληρωμές).

Πολύ εύκολα μπορεί να διαπιστώσει κανείς ότι σε μία μικρομεσαία επιχείρηση η ύπαρξη ενός πλήρους συστήματος εμπορικής διαχείρισης, με ταυτόχρονη ενημέρωση της Λογιστικής, απαλλάσσει το λογιστή από το μεγαλύτερο κομμάτι της εργασίας. Το κέρδος από τη μηχανοργάνωση είναι πολλαπλό : οργάνωση, εξοικονόμηση χρόνου και χρήματος, καλύτερη αξιοποίηση και απόδοση του υπάρχοντος προσωπικού, επέκταση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης, αυξημένη πληροφόρηση, μεγαλύτερη αξιοπιστία, ανταγωνιστικότητα και επιβιωσιμότητα.

Σήμερα μπορούμε να ξεχωρίσουμε όλες τις λογισμικές εφαρμογές σε δύο κατηγορίες, στα προγράμματα κατά παραγγελία και στα τυποποιημένα προγράμματα. Έτσι στη συνέχεια θα αναλύσουμε τις δύο αυτές κατηγορίες και θα επιλέξουμε ποιά θεωρούμε εμείς καταλληλότερη για την σωστή λειτουργία ενός super-market.



3.1.2 Κατηγορίες Εμπορικών Πακέτων

Ανάλογα με το που απευθύνονται τα διάφορα προγράμματα που έχουν αναπτυχθεί για Η/Υ, μπορούμε να τα διαχωρίσουμε ως ακολούθως :

1) Σε διάφορα προγράμματα Μηχανογραφικής οργάνωσης για μια Επιχείρηση ή ένα Λογιστήριο και για τον λόγο αυτό ονομάζονται *Εμπορικές ή Βιομηχανικές και Λογιστικές εφαρμογές* και είναι :

- Πρόγραμμα Εσόδων - Εξόδων
- Πρόγραμμα Γενικής - Αναλυτικής Λογιστικής
- Πρόγραμμα Δηλώσεις, - Εκκαθαρίσεις Φ.Π.Α.
- Πρόγραμμα Μισθοδοσίας
- Πρόγραμμα Δηλώσεων Φορολογίας Εισοδήματος
- Πρόγραμμα Χρηματοοικονομικά – Cash Flow
- Πρόγραμμα Εμπορικής Διαχείρισης
- Πρόγραμμα Επεξεργασία κειμένων - Λογιστικά φύλλα, κ.λ.π.

Ανάλογα δε με το ποιόν και το μέγεθος της επιχείρησης, αλλά και το εύρος των δυνατοτήτων τους οι εφαρμογές αυτές υπάρχουν σε διάφορες εκδόσεις (version) και διακρίνονται συνήθως από τον όγκο πληροφόρησης που προσφέρουν, είτε σε μορφή τυπικών σελίδων με διάφορους αθροιστές, είτε με την πολλαπλότητα και παραμετρικότητα και τα διάφορα φίλτρα των εκτυπώσεων που έχει την δυνατότητα να ζητήσει ο χρήστης.

2) Σε ειδικές εφαρμογές που προορίζονται για κάθετες αγορές (όρος που δηλώνει τους λοιπούς κλάδους ανάπτυξης λογισμικού). Εφαρμογές που έχουν δηλαδή στόχο να καλύψουν π.χ. Στατικά προγράμματα Πολιτικών μηχανικών, Ιατρικές εφαρμογές, Συνδικαλιστικές οργανώσεις, Ξενοδοχεία, Επιτραπέζια εκδοτικά συστήματα (desktop publishing), Βιομηχανίες διαφόρων κλάδων κ.λ.π.

Οι παραπάνω εφαρμογές συναντώνται είτε αυτόνομα είτε σε συνδυασμό, συνθέτοντας ένα πακέτο το οποίο καλύπτει τις βασικές ανάγκες μιας επιχείρησης. Τις περισσότερες φορές οι διάφορες εφαρμογές είναι φτιαγμένες κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να μπορούν να συνεργαστούν μεταξύ τους, δημιουργώντας ένα ολοκληρωμένο πληροφοριακό σύστημα (system intergration).



Επομένως μπορούμε να ξεχωρίσουμε όλες τις λογισμικές εφαρμογές σε δύο κατηγορίες ανάλογα με τον τρόπο ανάπτυξης και διάθεσης αυτού. Συγκεκριμένα το λογισμικό εφαρμογών μπορεί να είναι:

A. Πρόγραμμα κατά παραγγελία (customize)

Το κατά παραγγελία πρόγραμμα είναι προορισμένο να καλύψει κάποιες ιδιόμορφες απαιτήσεις. Κάποιο υδροηλεκτρικό εργοστάσιο, μία τράπεζα, ένα βαφείο, μια γαλακτοβιομηχανία για την μηχανοργάνωσή τους απαιτούν προγράμματα κατασκευασμένα αποκλειστικά για τις δικές τους ανάγκες. Σε μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεις υπάρχει συνήθως οργανωμένο τμήμα μηχανογράφησης (Electronic Data Processing department, για συντομία EDP), που αναλαμβάνει την κατασκευή, βελτίωση και συντήρηση των εφαρμογών. Φυσικά, υπάρχει η δυνατότητα κομμάτια αυτόνομα ή ολόκληρη η εφαρμογή να κατασκευαστούν από τρίτους εκτός εταιρίας. Το μεγάλο πλεονέκτημα μιας εφαρμογής κατά παραγγελία είναι η απόλυτη κάλυψη συγκεκριμένων αναγκών και ιδιαιτεροτήτων. Αν ένα τυποποιημένο πρόγραμμα μπορεί να αποδώσει ένα 80% των δυνατοτήτων του σε μια επιχείρηση, ένα κατά παραγγελία πρόγραμμα (σωστά φτιαγμένο) θα φτάσει το 100% και θα επεκτείνεται σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησης. Το μηχανογραφικό τμήμα θα επιφέρει αλλαγές και βελτιώσεις κάτω από τις υποδείξεις των διευθύνσεων της εταιρίας.

B. Τυποποιημένο Λογισμικό (Software package)

Το τυποποιημένο πακέτο είναι ένα προκατασκευασμένο ολοκληρωμένο πρόγραμμα σχεδιασμένο να καλύψει τις ανάγκες ενός μεριδίου της αγοράς με παρόμοιες ανάγκες. Ο χρήστης διαθέτει ένα δοκιμασμένο πρόγραμμα που το απέκτησε εύκολα και φτηνότερα απ' ό,τι αν έπρεπε να σχεδιαστεί και να γραφτεί από την αρχή. Υπάρχει φυσικά ο κίνδυνος το πακέτο να μην είναι τόσο εύκαμπτο ώστε να αντιμετωπίζει με επιτυχία όλες τις ιδιομορφίες που παρουσιάζονται.

Για παράδειγμα, ένα τυποποιημένο πρόγραμμα μπορεί να απευθύνεται σε βιοτεχνίες ενδυμάτων, φαρμακεία, εμπορικές επιχειρήσεις κ.τ.λ. Το κύριο χαρακτηριστικό αυτών των προγραμμάτων είναι οι δυνατότητες να " στήνονται " στην επιχείρηση με τρόπο που να αντιμετωπίζονται οι ιδιαιτερότητές της, χωρίς παράλληλα να δοκιμάζεται η αξιοπιστία του προγράμματος. Οι πολλές εγκαταστάσεις, που υπάρχουν, εγγυώνται την απροβλημάτιστη και γνωστή λειτουργία τους. Διαθέτουν ανοιχτή αρχιτε-



κτονική που τους προσδίδει την ευελιξία που απαιτείται, ώστε να προσαρμόζονται στη δομή της επιχείρησης. Εξίσου σημαντική με την αρχική αγορά του προγράμματος και την εγκατάστασή του θεωρείται σήμερα η υποστήριξη του από τον κατασκευαστή. Εκτός από την παροχή υπηρεσιών αποκατάστασης βλαβών και εκπαίδευσης, οι περισσότεροι κατασκευαστές παρέχουν ετήσια συμβόλαια συντήρησης και υποστήριξης. Σ' ένα περιβάλλον δυναμικά κινούμενο (από την άποψη της φορολογιστικής νομοθεσίας) καθίσταται επιτακτική για τις επιχειρήσεις η ανάγκη εξασφάλισης αξιόπιστης βοήθειας στα προβλήματα παρακολούθησης της νομοθεσίας κατά πρώτο λόγο, αλλά και στη συνεχή αναβάθμιση του προγράμματος κατά δεύτερο λόγο.

3.2 ΑΝΑΠΤΥΞΗ Η ΑΓΟΡΑ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ

Το δίλημμα που αντιμετωπίζουν πάρα πολλές επιχειρήσεις που επιθυμούν την εγκατάσταση για πρώτη φορά ενός νέου μηχανογραφικού συστήματος ή την αντικατάσταση του παλαιού τους, έχει σχέση με την επιλογή με το αν θα αγοράσουν κάποιο έτοιμο πακέτο ή εάν θα αναπτύξουν δική τους εφαρμογή λογισμικού.

Πρόκειται για μια σημαντική απόφαση της διοίκησης της επιχείρησης, για τον λόγο ότι θα προβεί σε μια σημαντική επένδυση από θέμα κόστους η οποία θα την ακολουθεί για σημαντικό χρονικό διάστημα.

Η λήψη λοιπόν της απόφασης είναι σημαντική και θα πρέπει να είναι τεκμηριωμένη, έχοντας οριοθετήσει τους στόχους και της απαιτήσεις που θα έχει από το Πληροφοριακό της σύστημα, λαμβάνοντας υπ' όψιν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της κάθε λύσης.

Ας δούμε όμως απλά μια γρήγορη σύγκριση αυτών των δύο κατηγοριών προγραμμάτων :

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Έτοιμα Πακέτα εφαρμογών	Ανάπτυξη Custom εφαρμογών
Άμεση εγκατάσταση της εφαρμογής επειδή είναι ήδη ανεπτυγμένα και μπορούν να χρησιμοποιηθούν αμέσως μετά την αγορά τους.	Έχουμε πληρέστερη ανάλυση, σχεδιασμό και ποιότητα της εφαρμογής σε συνδυασμό με τις νέες τεχνολογίες.



<p>Είναι ήδη δοκιμασμένα και εφαρμοσμένα σε πολλές και διαφορετικές επιχειρήσεις, οπότε δεν χρειάζεται η διαδικασία του ελέγχου για την ορθή λειτουργία αυτών και έχουν πολύ καλή παραμετροποίηση.</p>	<p>Πλήρη κάλυψη των αναγκών της επιχείρησης και ιδιαίτερα επίλυση των προβλημάτων που δημιουργούν οι εξειδικευμένες απαιτήσεις αυτής.</p>
<p>Οι κατασκευαστές των έτοιμων πακέτων ακολουθούν με συχνότερο ρυθμό τις νέες εξελίξεις της τεχνολογίας της Πληροφορικής ώστε να είναι πάντα ανταγωνιστικά στην αγορά.</p>	<p>Μεγαλύτερη ευελιξία για αλλαγές, οπότε αυτό κρίνεται απαραίτητο ειδικά για την κάλυψη νέων απαιτήσεων της επιχείρησης.</p>
<p>Στα έτοιμα Πακέτα τα software house διαθέτουν σε προσωπικό προγραμματιστές που είναι ειδικευμένοι για κάθε συγκεκριμένη εφαρμογή.</p>	<p>Εάν η εφαρμογή έχει αναπτυχθεί από υπαλλήλους αυτής έχουμε άμεση τεχνική υποστήριξη μια και γνωρίζουν καλύτερα τις ανάγκες αυτής.</p>
<p>Τα προγράμματα συνοδεύονται με αναλυτικά Εγχειρίδια Οδηγιών, υπάρχει επίσης υποστήριξη με πλήρες σύστημα τεχνικής κάλυψης είτε μέσω τηλεφωνικών γραμμών (help lines), είτε με ολοκληρωμένη τεχνική κάλυψη κυρίως όμως στην έδρα του software house.</p>	<p>Όλα τα μεγάλα software house έχουν πλέον ειδικό τμήμα για την ανάπτυξη custom εφαρμογών, οπότε έχουμε και εδώ την τεχνική υποστήριξη και την προώθηση των νέων τεχνολογιών στην ανάπτυξη αυτών.</p>
<p>Υπάρχει ικανός αριθμός χρηστών που γνωρίζουν τα περισσότερα από τα έτοιμα προγράμματα (στις περισσότερες σχολές Πληροφορικής, Α.Ε.Ι., Τ.Ε.Ι., ΙΕΚ, κ.τ.λ. διδάσκονται έτοιμα πακέτα εφαρμογών).</p>	<p>Ένας χρήστης που γνωρίζει την χρήση των έτοιμων εφαρμογών δεν έχει ιδιαίτερη δυσκολία για την χρήση custom εφαρμογών.</p>
<p>Έχουν χαμηλό κόστος με σκοπό την μαζική πώληση, οπότε έχουμε όφελος για τον αγοραστή.</p>	

**ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ**

Έτοιμα Πακέτα εφαρμογών	Ανάπτυξη Custom εφαρμογών
Τα έτοιμα πακέτα εφαρμογών να μεν καλύπτουν ένα μεγάλο φάσμα διαφόρων επιχειρήσεων, αλλά δεν μπορούν να καλύψουν πλήρως τις ιδιαίτερες ανάγκες που έχει κάθε μία από αυτές.	Για την ανάπτυξη των εφαρμογών αυτών απαιτείται συνήθως μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, οπότε αργεί και η τελική εγκατάσταση της εφαρμογής.
Οι τροποποιήσεις που πιθανόν θα ήθελε μια επιχείρηση στην εφαρμογή της δεν είναι άμεσα εφικτές και δεν είναι σίγουρο εάν θα καλυφθεί στο μέλλον.	Το κόστος της ανάπτυξης αυτών είναι μεγαλύτερο μια και δεν προορίζεται για μαζική πώληση και είναι εξειδικευμένες για κάθε πελάτη.
Τα software house πωλούν τα έτοιμα πακέτα μέσω εξουσιοδοτημένων εταιριών πληροφορικής που όμως μερικές φορές δεν έχουν την απαιτούμενη οργάνωση και την μεγάλη εξειδίκευση στον τομέα της μηχανογραφικής κάλυψης οπότε υπάρχει πολλές φορές πρόσθετο κόστος σε παροχή υπηρεσιών από πλευράς του αγοραστή είτε γιατί θα απευθυνθεί στην κατασκευάστρια είτε σε άλλο προμηθευτή.	Μερικές φορές οι νέες τάσεις της τεχνολογίας και της αγοράς δύσκολα υλοποιούνται με την έκδοση νέων version και ιδιαίτερα όταν η μηχανογραφική κάλυψη γίνεται από υπαλλήλους της ίδιας εταιρίας μια και δεν έχουν έντονη την πίεση του ανταγωνισμού για την προώθηση νέων τεχνολογιών.

Συμπερασματικά μπορούμε να τονίσουμε τα ακόλουθα :

- Για μεν τις περισσότερες μικρές αλλά και έναν σημαντικό αριθμό μεσαίων επιχειρήσεων με αντικείμενο κυρίως την απλή μεταπώληση εμπορευμάτων, η αγορά ενός έτοιμου πακέτου είναι η καλύτερη λύση.
- Για τις επιχειρήσεις που έχουν σαν αντικείμενο την παραγωγή προϊόντων και γενικά τις κατασκευές, είτε είναι μικρές βιοτεχνίες, είτε μεγάλες βιομηχανίες, η καλύτερη λύση είναι η κάλυψη με την αγορά custom εφαρμογής.



3.3 ΠΑΡΑΓΩΓΟΙ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ

Οι διάφορες εφαρμογές για τους Η/Υ (λογισμικό) μπορούν να προμηθευθούν σε μια επιχείρηση από διαφορετικές πηγές :

- **Κατασκευαστές Η/Υ.**

Στην αρχή της εξέλιξης των Η/Υ οι κατασκευαστές αυτών ήταν και οι κυριότεροι παραγωγοί λογισμικού και ιδιαίτερα του Λειτουργικού συστήματος αυτών, αλλά και πολλών εμπορικών και ειδικών εφαρμογών.

Σήμερα φυσικά συνεχίζει να υπάρχει η ίδια τάση, κυρίως για κάποια λειτουργικά συστήματα, αλλά βλέπουμε ότι η εικόνα αυτή έχει ήδη διαφοροποιηθεί σημαντικά, μια και υπάρχουν τρίτες εταιρίες που αναλαμβάνουν την ανάπτυξη λειτουργικών συστημάτων και άλλων εφαρμογών με πιο τρανταχτό παράδειγμα την MICROSOFT.

- **Οίκοι Λογισμικού (Software House).**

Με την είσοδο των προσωπικών υπολογιστών και κύρια των Συμβατών Η/Υ, που λειτουργούν με το ίδιο λειτουργικό σύστημα, στις αρχές της δεκαετίας του '80, άρχισε η ανάπτυξη λογισμικού από ομάδες προγραμματιστών, με στόχο να καλύψουν με την ίδια εφαρμογή ένα μεγάλο μέρος της αγοράς με τις ίδιες περίπου, ανάγκες λειτουργίας. Οι εταιρίες αυτές που ιδρύθηκαν από αυτές τις ομάδες, για να αναπτύξουν τυποποιημένο και εξειδικευμένο λογισμικό, ονομάστηκαν Software House.

Εδώ πρέπει να τονίσουμε ότι πολλά από αυτά τα Software House, ιδιαίτερα στις ΗΠΑ, επειδή δεν διαθέτουν πείρα και γνώσεις να οργανώσουν δικό τους δίκτυο πωλήσεων, αναθέτουν σε ειδικές επιχειρήσεις Brokers ή σε άλλα Software House, να προωθήσουν το λογισμικό που αυτοί παράγουν.

Μία τέτοια εταιρία που αναλαμβάνει την προώθηση λογισμικού αλλά και ταυτόχρονα έχει και δικό της τμήμα ανάπτυξης λογισμικού είναι όπως προαναφέραμε και η MICROSOFT.

- **Προμηθευτές ολοκληρωμένων Συστημάτων.**

Είναι εξειδικευμένες εταιρίες που συνδυάζουν αφ' ενός μεν το Software House, αφ' ετέρου δε την εταιρία που μπορεί να προμηθεύσει και το απαραίτητο Hardware και γενικά αναλαμβάνουν τον πλήρη σχεδιασμό και λειτουργία του μηχανογραφικού συστήματος μια επιχείρησης.

Ο τύπος αυτός έχει διαδοθεί και εφαρμόζεται από πολλές εταιρίες που έχουν εξειδικευθεί στην μηχανογραφική οργάνωση των επιχειρήσεων.



3.4 ΕΠΙΛΟΓΗ – ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ

Η εγκατάσταση ενός πληροφοριακού γενικά συστήματος σε μια επιχείρηση super-market έχει σαν στόχο την επίλυση διαφόρων προβλημάτων και την κάλυψη των αναγκών για πληροφόρηση και οργάνωση των διαφόρων τμημάτων αυτής. Το εγχείρημα αυτό είναι σημαντικό και για τον λόγο αυτό πρέπει να φροντίσει η επιχείρηση για την σωστή επιλογή του κατάλληλου λογισμικού, του Hardware, αλλά και την σωστή εγκατάσταση και λειτουργία αυτών, ώστε η εφαρμογή να αποδειχθεί επιτυχημένη και να υλοποιηθούν οι στόχοι της επιχείρησης. Η επιλογή λογισμικού πάντα προηγείται αυτής του Hardware. Ο λόγος είναι πολύ απλός : οι ιδιαιτερότητες του λογισμικού επιβάλλουν πολλές φορές κάποιο συγκεκριμένο τύπο Hardware.

Τα προβλήματα και οι ανάγκες κάθε επιχείρησης διαφέρουν ανάλογα με το αντικείμενο αυτής, αλλά και με το μέγεθος της σαν οικονομική μονάδα. Πρέπει δε να ληφθούν υπ' όψιν τόσο εσωτερικές ανάγκες αυτής, όσο δε και εξωτερικοί παράγοντες που επηρεάζουν την εξέλιξη της. (Τάσεις της αγοράς, τεχνολογικές εξελίξεις, διεθνοποίηση κ.λ.π.)

Είναι κανόνας ότι η επιλογή του λογισμικού είναι ο πρώτος στόχος της επιχείρησης. Πρέπει να γίνει μια μελέτη, καταγραφή των προβλημάτων, των ιδιαιτεροτήτων, των στόχων και των μελλοντικών τάσεων της επιχείρησης και μετά να γίνει μια έρευνα με βάση όλα όσα προαναφέραμε, για να γίνει η ορθή επιλογή του λογισμικού και η αξιολόγηση αυτού. Με βάση όλα αυτά τα στοιχεία πρέπει η επιχείρηση να ζητήσει επίδειξη λειτουργίας διαφόρων προγραμμάτων με βάση τα στοιχεία αυτά και να αξιολογήσει ποιο ή ποια από τα προγράμματα της αγοράς την καλύπτει, σε ποίο βαθμό και με ποίο κόστος. Η επιχείρηση επίσης πρέπει να φροντίσει να δει την λειτουργία προγραμμάτων που «τρέχουν» σε άλλες με το ίδιο αντικείμενο με αυτήν, και να ζητήσει την γνώμη από τις εμπειρίες που ήδη υπάρχουν. Πιθανότητα να αξιολογηθεί ότι συμφέρει ανάπτυξη λογισμικού κατά παραγγελία, ή ίσως να την καλύπτει κάποιο τυποποιημένο πακέτο λογισμικού.

Φυσικά θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψιν η εμπειρία και η εν γένει ιστορία και συμπεριφορά στο χώρο, της κατασκευάστριας εταιρίας του λογισμικού. Δηλαδή θα πρέπει να αναρωτηθούν τα εξής : Υπάρχουν εγκατεστημένα προγράμματά της που λειτουργούν σωστά; Η υποστήριξη μετά την πώληση είναι ικανοποιητική και σε λογικό κόστος ; Χρήστες που χρησιμοποιούν ήδη το πρόγραμμα μπορούν να δώσουν πολύτιμες πληροφορίες όχι μόνο για το προϊόν αλλά και για τον κατασκευαστή.



Ας επιχειρήσουμε όμως μια μικρή σύνοψη σε τι πρέπει να εξυπηρετεί γενικά η επιλογή του λογισμικού και σε τι πρέπει να δώσουμε βάρος στην αξιολόγηση του:

1. Τις ανάγκες επεξεργασίας δεδομένων της επιχείρησης για καθημερινές εργασίες όπως ή τιμολόγηση, οι εισπράξεις, οι πληρωμές κ.λ.π. Να καλύπτει δηλαδή τις ανάγκες της για την άρτια και απρόσκοπτη λειτουργία αυτής με συνεχή και ταχύτατη ροή πληροφοριών.
2. Τις ανά πάσα στιγμή απαιτήσεις της διοίκησης για οικονομική και στατιστική πληροφόρηση με τρόπο εύκολο και γρήγορο. Να έχει δηλαδή δυνατότητα ενημέρωσης σε πραγματικό χρόνο. Τήρηση ιστορικών στοιχείων και γενικά διαφόρων αθροιστών για την γρήγορη εκτύπωση των καταστάσεων και των στατιστικών πληροφοριών.
3. Φιλικότητα, λειτουργικότητα προς τους χρήστες (user friendly), με την χρήση των νέων εξελιγμένων τεχνικών και εργαλείων (παράθυρα, χρώματα κλπ).

Ειδικότερα με τον όρο φιλικό προς τον χρήστη εννοούμε η εφαρμογή να έχει αναπτυχθεί έτσι ώστε να διευκολύνει τον χρήστη στην χρήση της εφαρμογής και αυτό γίνεται με τα διάφορα μηνύματα σε κάθε ενέργεια που θέλει να κάνει (help menu), με την καλή εργονομική και δομημένη σειρά των εργασιών που προσφέρει η εφαρμογή (pull – down menu), με την χρήση των νέων παραθυρικών τεχνικών που προσφέρουν οι νέες γλώσσες και βάσεις δεδομένων στην ανάπτυξη λογισμικού, η δυνατότητα χρήσης του mouse, η δυνατότητα απεικόνισης κάποιων εργασιών ειδικά στο περιβάλλον των εφαρμογών σε Windows κ.λ.π.

4. Κάλυψη των διατάξεων του Κ.Β.Σ. και των λοιπών νομοθετικών διατάξεων.
5. Να υπάρχει ισχυρή παραμετροποίηση και ευελιξία ώστε να προσαρμόζεται στις συχνές μεταβολές της αγοράς ή της σχετικής νομοθεσίας.

Ειδικά η παραμετρικότητα ενός προγράμματος είναι ένα από τα μεγαλύτερα ατού για την επιτυχία του στο χώρο των εφαρμογών των Η/Υ. Με την όρο παραμετρικότητα εννοούμε ότι η εφαρμογή έχει αναπτυχθεί με τέτοιο τρόπο, ώστε τόσο ο έμπειρος χρήστης αλλά όσο και ο απλός χρήστης μιας εφαρμογής να μπορεί να τροποποιήσει ορισμένα πεδία των βασικών αρχείων της εφαρμογής, να τροποποιήσει ή να προσθαφαιρέσει τον τρόπο ενημέρωσης των παραστατικών κίνησης της εφαρμογής, να



έχει την δυνατότητα διαμορφώσει εύκολα τις απλές ή τις ειδικές στατιστικές εκτυπώσεις μιας εφαρμογής.

6. Να υπάρχει άρτια τεκμηρίωση, εκπαίδευση και υποστήριξη από πλευράς του κατασκευαστή.

Να συνοδεύεται δηλαδή η εφαρμογή από καλογραμμένο, ευανάγνωστο **Εγχειρίδιο Οδηγιών** της εφαρμογής με πλήρη ανάπτυξη όλων των εργασιών αυτής και με όσον το δυνατόν καλύτερη Οπτική απεικόνιση των εργασιών της.

Να προσφέρεται ικανός χρόνος **άρτιας εκπαίδευσης** σε όλες τις λειτουργίες της εφαρμογής με πληθώρα παραδειγμάτων σε πραγματικές συνθήκες του αντικειμένου των εργασιών της επιχείρησης.

Ιδιαίτερα η **υποστήριξη του προμηθευτή** πρέπει να έχει σχέση :

α) με την αποκατάσταση σφαλμάτων στο πρόγραμμα σε σύντομο χρόνο μέσω τηλεφωνικών γραμμών ή με την έλευση τεχνικού στην έδρα της επιχείρησης,

β) φροντίδα για βελτιώσεις του προγράμματος με νέες εκδόσεις (version), όποτε χρειασθεί ή το επιβάλλουν οι εξελίξεις της αγοράς (εξέλιξη της τεχνολογίας των Η/Υ ή οι νέες νομοθετικές ρυθμίσεις),

γ) γενική τεχνική υποστήριξη του μηχανογραφικού συστήματος.

7. Να υπάρχει δυνατότητα ασφάλισης του προγράμματος από μη εξουσιοδοτημένους χρήστες και φυσικά διαβάθμιση των λειτουργιών του και στους ήδη υπάρχοντες με την χρήση των κωδικών πρόσβασης σε αυτό (password).

Όλες οι σύγχρονες εφαρμογές προσφέρουν την δυνατότητα της διαβάθμισης των λειτουργιών της εφαρμογής με την χρήση κωδικών με σκοπό να διασφαλίσουν είτε την εν γένει πρόσβαση στην εφαρμογή από οποιονδήποτε χρήστη που δεν έχει σχέση με την εφαρμογή, είτε και με την εν γένει οργάνωση και την διαβάθμιση των ενεργειών που έχει την δυνατότητα να κάνει ο κάθε χρήστης.

Ειδικότερα μέσα στις βοηθητικές εργασίες κάθε εφαρμογής υπάρχει κάποιο υποπρόγραμμα με το οποίο ορίζουμε συγκεκριμένους κωδικούς πρόσβασης γενικά στην εφαρμογή και ειδικότερα στις εν γένει εργασίες αυτής όπως π.χ. την καταχώρηση ή μη νέων κωδικών Λογιστικής, την προβολή ή μη των λογαριασμών αυτής, την απλή καταχώρηση λογιστικών δεδομένων και την διόρθωση αυτών αλλά όχι την διαγραφή αυτών, την δυνατότητα ή μη της λήψης γενικά Οικονομικών ή Πληροφοριακών ή Στατιστικών εκτυπώσεων, την πρόσβαση φυσικά στις βοηθητικές εργασίες και την τροποποίηση των μεγεθών των αρχείων, της



παραμετροποίησης της εφαρμογής και φυσικά την διαμόρφωση των κωδικών πρόσβασης κ.λ.π.

8. Να εκμεταλλεύεται τις σύγχρονες τεχνολογικές εξελίξεις των Η/Υ και των δυνατοτήτων που προσφέρουν τα σύγχρονα λειτουργικά συστήματα και οι νέες βάσεις ανάπτυξης λογισμικού.

9. Να έχει την δυνατότητα να υποστηρίξει πολλούς χρήστες ταυτόχρονα (multi – user version).

Τα περισσότερα 'πακέτα' της αγοράς πωλούνται είτε για χρήση από ένα μόνο χρήστη (single user version) είτε από περισσότερους ταυτόχρονα χρήστες (multi – user version).

Ανάλογα επίσης με την version διαμορφώνεται και η τιμή της εφαρμογής. Επιπρόσθετα τα μεγάλα software house διαμορφώνουν τιμές στις multi - user εκδόσεις ανάλογα με τον αριθμό των χρηστών.

10. Να υπάρχει συμβατότητα με το ήδη υπάρχον σύστημα hardware και software :

- Να μπορεί δηλαδή να "τρέξει" η νέα εφαρμογή με τον τυχόν υπάρχοντα εξοπλισμό (εκτός εάν είναι παλαιάς τεχνολογίας)

- Να μπορούν τα αρχεία από άλλα προγράμματα να διαβαστούν ή να εισαχθούν στην νέα εφαρμογή.

11. Να συνδέεται με λοιπά προγράμματα της αγοράς για περαιτέρω επεξεργασία στοιχείων (π.χ. Γέφυρες Εμπορικής διαχείρισης με Γ. Λογιστική, σύνδεση με το EXCEL κ.λ.π.). Η επεξεργασία κατά δεσμίδες (Batch file) πρέπει πάντοτε να υπάρχει και να χρησιμοποιείται όπου απαιτείται και συμφέρει.

12. Να έχει λογικό κόστος.

Θα πρέπει να τονίσουμε τελειώνοντας την ενότητα αυτή ότι με την ραγδαία ανάπτυξη της επιστήμης της Πληροφορικής, προσφέρονται στην αγορά πληθώρα περιοδικών που κυκλοφορούν και αναφέρονται στο αντικείμενο αυτής, με σκοπό την πληροφόρηση σε μία επιχείρηση για τις πολλαπλές εφαρμογές που έχουν αναπτυχθεί και προσφέρονται στην αγορά.

Φυσικά εδώ θα πρέπει αυτά να έχουν απλά κάποιο μέτρο σύγκρισης γιατί συνήθως στον έντυπο τύπο παρουσιάζονται «επ' αμοιβή» σχόλια για νέα προϊόντα λογισμικού που πολλές φορές τονίζουν αυτά που τους συμφέρει και αποκρύπτουν μειονεκτήματα.

Ένα άλλο φαινόμενο της εποχής που αφορούν τους Η/Υ είναι οι διάφοροι δήθεν έμπειροι χρήστες, ειδικά αυτοί που με το να διαβάζουν τα διάφορα έντυπα ή να επισκέπτονται διάφορες εκθέσεις πληροφορικής, ή επειδή έτυχε να έχουν δουλέψει ένα μόνο συγκεκριμένο πρόγραμμα,



εμφανίζονται σαν ειδικοί και εκφέρουν γνώμες και κριτικές που σίγουρα μπορούν να οδηγήσουν σε λάθος επιλογές.

Επίσης εμφανίζονται και διάφορες επιχειρήσεις που ασχολούνται με την πώληση γενικά προϊόντων πληροφορικής, αλλά και εδώ θα πρέπει να ξεχωρίσουμε τα απλά καταστήματα που ασχολούνται με την εν γένει λιανική πώληση Η/Υ, περιφερειακών, λοιπών αναλωσίμων ή και μικρών σε μέγεθος εφαρμογών, από τις εξειδικευμένες εταιρίες που έχουν σαν αποκλειστικό στόχο την Μηχανογραφική οργάνωση των επιχειρήσεων και είναι πλαισιωμένες από ειδικό επιστημονικό προσωπικό με πείρα στα συστήματα Η/Υ, τα δίκτυα και τις επικοινωνίες των Η/Υ, την οργάνωση των επιχειρήσεων, τα οικονομικά, τα φοροτεχνικά και πολλαπλή εμπειρία σε παρόμοιες και γενικά μεγάλες εφαρμογές συστημάτων πληροφορικής.

3.5 ΚΑΤΑΛΛΗΛΟ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟ ΓΙΑ SUPER-MARKET

Στην προσπάθεια μηχανοργάνωσης μιας επιχείρησης, κάθε μορφής και μεγέθους, ανακύπτουν σύνθετα προβλήματα αναφορικά τόσο με την επιλογή του λογισμικού και του hardware όσο και με τη σωστή εγκατάστασή τους και λειτουργία.

Το λογισμικό που μπορεί να καλύψει τις ανάγκες μιας επιχείρησης Super - Market είναι ένα *τυποποιημένο λογισμικό* της Εμπορικής Διαχείρισης και Γενικής Λογιστικής . Η εφαρμογή του οποίου καλύπτει στο μέγιστο τις απαιτήσεις της οικονομικής μονάδας, με δυνατότητες παραμετρικότητας και ευελιξίας. Το πρόγραμμα πρέπει να διαθέτει πολλούς αποθηκευτικούς χώρους ώστε να μπορεί η επιχείρηση να ορίζει το μέρος που θα βρίσκονται τα προϊόντα της π.χ. αλλού τα τρόφιμα, αλλού τα απορρυπαντικά, αλλού τα χαρτικά είδη κ.τ.λ.

Στο επόμενο κεφάλαιο αναφερόμαστε αναλυτικότερα για τα διάφορα προγράμματα της αγοράς που θα μπορούσαν να επιλεγούν από μία εμπορική επιχείρηση super-market. Δηλαδή θα αναλύσουμε τα προγράμματα : Ορίζοντες (Γενική Λογιστική, Εμπορική Διαχείριση), πρόγραμμα Μισθοδοσίας, De Facto της Computer Logic, Eurofasma της Singular και Win Era της Data Communication.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

4.1. ΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΜΕ Η/Υ

Η ανάπτυξη και η αυξανόμενη χρήση των Η/Υ οδήγησαν τους επιχειρηματίες να αντιληφθούν ότι η ταχύτητα με την οποία επεξεργάζονται οι Η/Υ τα λογιστικά στοιχεία τους έδινε τη δυνατότητα άμεσης ενημέρωσης με κάθε πληροφορία που είναι δυνατόν να αναζητηθεί κάθε στιγμή (κίνηση πελάτη, προμηθευτή, είδους κ.λ.π.).

Για τους λογιστές υπήρχαν πάντα διάφορα προβλήματα συγκέντρωσης πληροφοριών από διάφορες καρτέλες γιατί δεν ήταν σε θέση για άμεση ενημέρωση των αναλυτικών λογαριασμών και ταυτόχρονα την επεξεργασία αυτών σε μικρό χρονικό διάστημα.

Παράλληλα δεν είχαν δυνατότητα τήρησης πολλαπλών αναλυτικών λογαριασμών με τις αντίστοιχες υποδιαίρεσεις τους.

Η αποδοχή της Μηχανογράφησης σαν εργαλείο δουλειάς του Λογιστή απαιτεί λίγο χρόνο από την εν γένει εργασία του, για να αφομοιώσει την φιλοσοφία των Η/Υ.

Απαιτείται θέληση και όρεξη για μάθηση και φυσικά παρακολούθηση της εξέλιξης σύμφωνα με τα δεδομένα, με αποτέλεσμα πάντα την βελτίωση της επαγγελματικής του θέσης.

Οι Η/Υ δεν αντικαθιστούν, ούτε υποκαθιστούν το προσωπικό μιας επιχείρησης και κατά συνέπεια δεν δημιουργούν ανεργία.

Αντίθετα απαιτούν εξειδίκευση σε διάφορα επίπεδα ανάλογα με το εύρος των εφαρμογών τους.

Η εφαρμογή των Η/Υ στις λογιστικές εφαρμογές δίνει δυνατότητα απαλλαγής από την κοπιαστική χειρογραφική διαδικασία και ταυτόχρονα χρόνο για ενασχόληση και ελεγκτικές κυρίως εργασίες (έλεγχος των πληροφοριών που δώσαμε στους Η/Υ).

Κατά συνέπεια έχουμε οικονομία χρόνου και άμεσες πληροφορίες προς αξιολόγηση για παροχή συμβουλών προς τον επιχειρηματικό κόσμο σε σύντομο χρόνο πράγμα σημαντικό για γρήγορες αποφάσεις.

Σε ότι αφορά την ποιότητα του έργου που προσφέρουν οι Η/Υ στις λογιστικές εργασίες μπορούμε να αναφέρουμε τα ακόλουθα :

1. Την ταχύτητα καταχώρησης των εγγραφών και την ενημέρωση του επιχειρηματία.
2. Την αποφυγή των λαθών αφού με εύκολο σχετικά έλεγχο εντοπίζεται η ακρίβεια των στοιχείων με τα οποία τροφοδοτήθηκε ο Η/Υ, αποφεύγονται πολλαπλοί και αναγκαίοι έλεγχοι αθροίσεων,



3. μεταφορές εγγραφών κ.λ.π. που υπάρχουν στο χειρογραφικό σύστημα.
4. Την πληθώρα αλλά και τον συνδυασμό των επεξεργασμένων πληροφοριών που παρέχονται σε ελάχιστο χρόνο, με τρόπο που ο επιχειρηματίας να είναι σε θέση κάθε στιγμή να γνωρίζει οποιαδήποτε πληροφορία χρήσιμη για τις ανάγκες της εταιρίας του.

4.2. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΧΕΙΡΟΓΡΑΦΟΥ – ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ

Με ένα απλό παράδειγμα θα επιχειρήσουμε να δείξουμε τη διαφορά που υπάρχει μεταξύ των δύο συστημάτων.

Στο χειρόγραφο σύστημα για την έκδοση ενός Δελτίου Αποστολής και μετέπειτα του σχετικού Τιμολογίου Πώλησης απαιτούνται οι ακόλουθες ενέργειες :

1. Έκδοση με καταγραφή δια χειρός όλων των στοιχείων του πελάτη (επωνυμία, διεύθυνση, Α.Φ.Μ., ΔΥΟ κ.λ.π.), για κάθε είδος την περιγραφή του καθώς και τις αντίστοιχες ποσότητες, τέλος άθροισμα των ποσοτήτων ή και των αξιών αν βάλουμε τιμές στο Δ. Αποστολής.
2. Καταγραφή των στοιχείων αυτών στις αντίστοιχες καρτέλες των ειδών για ενημέρωση των ποσοτικών υπολοίπων της αποθήκης, επίσης στο Ημερολόγιο αποθήκης και φυσικά εκτέλεση όλων των προοδευτικών και χρεωστικών – πιστωτικών υπολοίπων.
3. Για την έκδοση του Τιμολογίου Πώλησης απαιτείται η ίδια ακριβώς διαδικασία συν του ότι αν έχουν εκδοθεί πολλά Δ. Αποστολής πρέπει να αναλώσουμε χρόνο για την αναζήτηση αυτών και την άθροιση ανά συγκεκριμένο είδος των ποσοτήτων του.

Επιπρόσθετα έχουμε ενημέρωση της καρτέλας του πελάτη για την τακτοποίηση του χρεωστικού – πιστωτικού υπολοίπου και επιπλέον την καταγραφή των δεδομένων και στο σχετικό Ημερολόγιο της Γ. Λογιστικής (Διαφόρων Πράξεων ή και Ταμείου αν είναι μετρητοίς).

Μετά τον σχετικό έλεγχο και τις επαληθεύσεις των υπολογισμών ακολουθούν οι χειρόγραφες καταστάσεις ισοζυγίων Πελατών – Ειδών (για τα Είδη ιδιαίτερα δύσκολο αν έχουμε πληθώρα στην αποθήκη μας).

Πρέπει δε να τονίσουμε ότι έχουμε μεγάλο χάσιμο χρόνου για την καθαρή και προσεκτική καταγραφή των στοιχείων και ιδιαίτερα στην



Γενική Λογιστική έχουμε καθυστερήσεις αν πρόκειται για αγορές που εκκρεμούν Τιμολόγια για να μην δεσμεύσουμε ημερομηνίες και α/α άρθρων έτσι ώστε να μην έχουμε πρόβλημα σύμφωνα με τον νέο Κ.Β.Σ.

Η επιχείρηση η οποία έχει οργανωθεί Μηχανογραφικά, υποβάλλεται στην αρχή σε ένα ιδιαίτερο κόπο από την πλευρά της αρχικής οργάνωσης και κωδικοποίησης των ειδών – πελατών – προμηθευτών, γιατί ταυτόχρονα πρέπει να τηρεί κανονικά χειρογραφικά τα στοιχεία μέχρι την ολοκλήρωση της κωδικοποίησης.

Από το σημείο όμως αυτό θα δείξουμε και τον τρόπο λειτουργίας του Μηχανογραφικού συστήματος, οι ενέργειες που ακολουθούν είναι απλές, εύκολες και αποδοτικότερες σε σχέση χρόνου και αποτελεσμάτων.

1. Για την έκδοση του Δ. Αποστολής αν υπάρχει ο πελάτης ήδη τον επιλέγουμε εύκολα με τον κωδικό του ή την επωνυμία του και αυτόματα αναγράφονται όλα τα υπόλοιπα στοιχεία του.

Με τον ίδιο τρόπο γίνεται η επιλογή των ειδών και αυτόματα ο υπολογισμός ποσοτήτων και αξιών.

2. Χωρίς ιδιαίτερη κίνηση και με την οριστική καταχώρηση – έκδοση του Δ. Αποστολής έχουν πλέον ενημερωθεί αυτόματα όλες οι καρτέλες των ειδών έχουν εκτελεστεί όλοι οι υπολογισμοί των ειδών καθώς και το Ημερολόγιο Αποθήκης.

3. Για την έκδοση του σχετικού Τιμολογίου, ακόμη και αν έχουν εκδοθεί πολλά Δ. Αποστολής εδώ τα πράγματα είναι πράγματι πολύ πιο εύκολα από ότι στο χειρογραφικό σύστημα.

Απλά ορίζουμε τον Πελάτη και τις ημερομηνίες από – έως την έκδοση των Δ. Αποστολής που θέλουμε και αυτόματα γίνεται η συγκέντρωση όλων των ειδών, οι αθροίσεις των ποσοτήτων και μένει μόνο η εισαγωγή των τιμών, αν δεν έχει γίνει στα Δ. Αποστολής, για τον αυτόματο υπολογισμό αξιών κ.λ.π.

Με την έκδοση του Τιμολογίου έχουμε αυτόματη ενημέρωση καρτελών Πελατών υπολογισμών υπολοίπων, αυτόματης ενημέρωσης άρθρων Γ. Λογιστικής και έτοιμες προς έκδοση όλες οι καταστάσεις ισοζυγίων Πελατών – Ειδών κ.λ.π.

Επιπρόσθετα με πολύ μικρή σε χρόνο επεξεργασία έχουμε πληθώρα εκτυπώσεων στατιστικών και πληροφοριακών.

Φυσικά και εδώ επιβάλλεται ο σχετικός έλεγχος για την ορθότητα των στοιχείων που έχουν καταχωρηθεί με την βοήθεια εκτυπώσεων που γίνονται εύκολα σε μηδαμινό χρόνο, έτσι ώστε να είμαστε σίγουροι.

Επιπλέον καθημερινά πρέπει να τηρούμε αντίγραφα των Μηχανογραφικών αρχείων σε διαφορετικά μαγνητικά μέσα, με εύκολο και γρήγορο συνήθως τρόπο που προβλέπεται από τα προγράμματα.



Βλέπουμε λοιπόν ότι ο ρόλος της μηχανογράφησης στην Επιχείρηση ή το Λογιστήριο έχει τα ακόλουθα πλεονεκτήματα :

1. Ταχύτερη καταχώρηση και επεξεργασία δεδομένων
2. Μείωση του χρόνου ανάκτησης της πληροφορίας
3. Περιορισμό των λαθών και ταχύτερη διόρθωση αυτών σε σχέση με τα χειρόγραφα συστήματα
4. Μείωση του κόστους επεξεργασίας δεδομένων
5. Σημαντική αύξηση της παραγωγικότητας του προσωπικού της επιχείρησης ή του λογιστηρίου

4.3. ΠΑΝΟΡΑΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

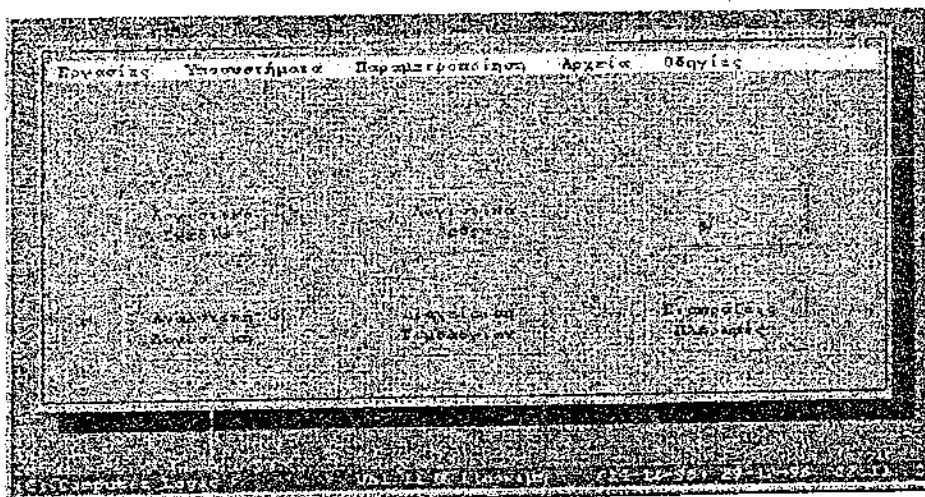
4.3.1. Ορίζοντες (Γενική Λογιστική με Η/Υ)

Το αντικείμενο της Γενικής & Αναλυτικής Λογιστικής είναι να αποτυπώσει τις δραστηριότητες μιας επιχείρησης και από την ορθή, έγκαιρη και αποδοτική παρακολούθηση των στοιχείων της Λογιστικής έγκειται η ανάπτυξη και η εν γένει εξέλιξη της επιχείρησης.

Μπορούμε να περιγράψουμε συνοπτικά τις εργασίες και το αντικείμενο της Λογιστικής όπως πολλοί συγγραφείς έχουν ορίσει:

- Η Λογιστική προσδιορίζει επακριβώς κάθε χρονική στιγμή την οικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης με πλήρη στοιχεία για την Πάγια περιουσία αυτής, τα Αποθέματα Εμπορευμάτων ή Α & Β Υλών, τις Απαιτήσεις από Πελάτες, τα Χρηματικά διαθέσιμα, τα ίδια Κεφάλαια, τις Υποχρεώσεις προς Προμηθευτές κ.λ.π.
- Έλεγχο της καθημερινής κίνησης των λογαριασμών με βάση τα παραστατικά αγορών, πωλήσεων, εισπράξεων, πληρωμών κ.λ.π.
- Παρακολουθεί την συνεχή αυξομείωση που επέρχεται στην περιουσία αυτής με βάση τις καθημερινές συναλλαγές της επιχείρησης.
- Προσδιορισμό του οικονομικού αποτελέσματος της επιχείρησης δηλαδή το κέρδος ή την ζημία σε τακτά χρονικά διαστήματα για την έγκαιρη παρακολούθηση της πορείας και την επιτυχημένη δραστηριότητα αυτής.
- Ανάλυση των οικονομικών αποτελεσμάτων με την λήψη και συλλογή αριθμητικών δεδομένων από τα διάφορα τμήματα της επιχείρησης για την καλύτερη και ορθολογικότερη λήψη των αποφάσεων των στελεχών της.

Σε όλα τα προγράμματα Γεν. Λογιστικής έχουμε σαν στόχο την Μηχανογραφική καταγραφή των λογιστικών στοιχείων μιας επιχείρησης μέσω των λογαριασμών του Ελληνικού Γενικού Λογιστικού Σχεδίου (Ε.Γ.Λ.Σ.).



Το Ε.Γ.Λ.Σ. είναι η παροχή των μέσων για την οργάνωση της καταγραφής των λογιστικών πράξεων με συστηματικό τρόπο, ώστε να είναι δυνατή η παροχή των απαραίτητων πληροφοριών για την επιχείρηση. Οι εγγραφές ενός άρθρου ενημερώνουν αυτόματα το αναλυτικό καθολικό, τους ανωτερο-βάθμιους λογαριασμούς των, καταχωρούνται στο αντίστοιχο Ημερολόγιο και εν συνεχεία το Γεν.

Το Ε.Γ.Λ.Σ. είναι η παροχή των μέσων για την οργάνωση της καταγραφής των λογιστικών πράξεων με συστηματικό τρόπο, ώστε να είναι δυνατή η παροχή των απαραίτητων πληροφοριών για την επιχείρηση. Οι εγγραφές ενός άρθρου ενημερώνουν αυτόματα το αναλυτικό καθολικό, τους ανωτερο-βάθμιους λογαριασμούς των, καταχωρούνται στο αντίστοιχο Ημερολόγιο και εν συνεχεία το Γεν. Καθολικό. Κάθε στιγμή μετά την καταχώρηση ενός άρθρου έχουμε ισοσκελισμένα Ισοζύγια όλων των βαθμών.

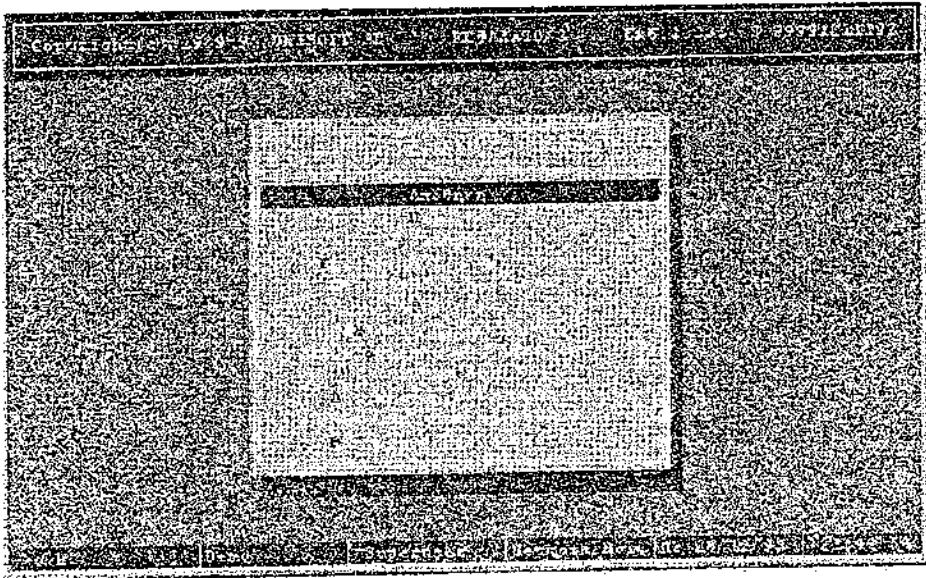
Είναι κανόνας της Γεν. Λογιστικής ότι το σύνολο όλων των Χρεώσεων πρέπει να είναι ίσο με το σύνολο όλων των Πιστώσεων.

Παρομοίως το σύνολο των Χρεωστικών Υπολοίπων ίσο με το σύνολο των Πιστωτικών Υπολοίπων.

Στην Μηχανογραφημένη Λογιστική όλα αυτά είναι έτοιμα με την καταχώρηση ενός άρθρου και μάλιστα με αναλύσεις μέχρι και τέταρτο βαθμό, πράγμα πολύ δύσκολο να τηρηθεί στην Χειρόγραφη Λογιστική. Επιπλέον έχουμε την δυνατότητα να τηρούμε άρθρα με Προσωρινές κινήσεις, σύμφωνα με τον Κ.Β.Σ., μέχρι την οριστικοποίησή τους στα χρονικά όρια και την αυτόματη αριθμηση που προβλέπει ο Κ.Β.Σ.

4.3.2. Ορίζοντες (Εμπορικής Διαχείρισης με Η/Υ)

Το πρόγραμμα της Εμπορικής Διαχείρισης είναι ένα σύνολο υποπρογραμμάτων τήρησης και παρακολούθησης όλων των αναλυτικών καθολικών των Πελατών, των Προμηθευτών, των Ειδών της Αποθήκης, των Αξιόγραφων και των Λοιπών λογαριασμών, ξεχωριστά από το πρόγραμμα της Γενικής Λογιστικής.



Με την βοήθεια του προγράμματος αυτού καταχωρούμε όλα τα παραστατικά Αγορών από τους Προμηθευτές μας είτε πρόκειται για Εμπορεύματα είτε ακόμη και για διάφορα έξοδα.

Με την διαδικασία αυτή ενημερώνουμε τα αναλυτικά καθολικά των Προμηθευτών μας με τα ποσά που οφείλουμε ή τις πληρωμές προς αυτούς και ταυτόχρονα τα αναλυτικά καθολικά των Ειδών της Αποθήκης με τις ποσότητες που αγοράζουμε, καθώς και με τις τιμές αγοράς και τις αντίστοιχες αξίες.

Στην Αποθήκη έχουμε την δυνατότητα τήρησης αναλυτικών καθολικών των προϊόντων που διαθέτει η επιχείρηση κάνοντας εύκολη την ανεύρεση κάποιου συγκεκριμένου είδους.

Όλα αυτά φυσικά με την πλήρη παρακολούθηση τιμών, αξιών, ποσοτήτων και πολλές φορές μέσα από αυτόματες διαδικασίες Συνταγών Παραγωγής.

Επίσης έχουμε την δυνατότητα έκδοσης όλων των παραστατικών Πώλησης προς τους Πελάτες μας των Εμπορευμάτων ή των Προϊόντων.

Με την έκδοση ενός παραστατικού πώλησης αυτόματα ενημερώνουμε το αναλυτικό καθολικό του Πελάτη με την ποσό που οφείλει ή το ποσό



που μας πληρώνει, καθώς επίσης ενημερώνουμε και τα αναλυτικά καθολικά των Ειδών της Αποθήκης με τις ποσότητες και τις τιμές αυτών.

Η δημιουργία των προγραμμάτων εμπορικής διαχείρισης προέκυψε από το γεγονός ότι δεν είναι δυνατή η τήρηση κυρίως των αναλυτικών καθολικών των Ειδών της Αποθήκης με ποσότητες και τιμές μονάδας αγορών και πωλήσεων.

Όταν αναπτύχθηκαν οι πρώτες λογιστικές εφαρμογές για Η/Υ υπήρχε ένα ενιαίο πρόγραμμα Γ. Λογιστικής με ταυτόχρονη τήρηση Αποθήκης.

Ήταν όμως μικρών δυνατοτήτων και από πλευράς ανάλυσης και από πλευράς Οικονομικών και Στατιστικών στοιχείων πληροφόρησης σε σχέση με όσα ζητούσαν οι επιχειρηματίες.

Ο λόγος είναι ότι η δομή της Γ. Λογιστικής δεν προσφέρεται για πάρα πολλά στατιστικά στοιχεία μια και δεσμεύεται και από το Ε.Γ.Λ.Σ.

Επιπρόσθετα τα στοιχεία που τηρούμε σε μια καρτέλα Γ. Λογιστικής είναι πολύ πιο λίγα (περίπου 2-3 σελίδες), σε σχέση με αυτά που τηρούνται στις αντίστοιχες των Εμπορικών εφαρμογών (περίπου 10-16 σελίδες).

Η κωδικοποίηση των ειδών, των Πελατών, των Προμηθευτών και των Λοιπών λογαριασμών είναι τυποποιημένη και δεν δίνει δυνατότητα για ιδιαίτερη πιθανόν ανάλυση και ανάπτυξη κωδικών που θα πρόσφεραν με κάποιες τεχνικές όλες τις οικονομικές και στατιστικές πληροφορίες που θα θέλαμε διαφορετική από επιχείρηση σε επιχείρηση και σύμφωνα με τις απαιτήσεις τους.

Στα προγράμματα Εμπορικής Διαχείρισης έχουμε την δυνατότητα να Κωδικοποιήσουμε με όποιο τρόπο θέλουμε τους Πελάτες, τα Είδη, τους Προμηθευτές κ.λ.π. έτσι ώστε να αντλήσουμε διάφορες χρήσιμες πληροφορίες.

Επίσης να τηρήσουμε αναλυτικά και τα Αξιόγραφα, Εισπρακτέα - Πληρωτέα, με πλήρη στοιχεία έκδοσης - λήξης κ.λ.π. πράγμα που δεν είναι εφικτό στην Γ. Λογιστική.

Η Κωδικοποίηση σε κάθε εφαρμογή Εμπορικής Διαχείρισης είναι το Α & το Ω της μηχανογραφικής εφαρμογής γιατί οι πληθώρα των στατιστικών εκτυπώσεων και των δεδομένων προς αξιολόγηση βασίζονται σε αυτή.

Σε όλα τα προγράμματα Εμπορικής Διαχείρισης δίνεται έμφαση στην Κωδικοποίηση, με τρόπο ώστε να μπορούμε να έχουμε δυνατότητα παραμετροποίησης στους Κωδικούς των Ειδών, Πελατών, Προμηθευτών κ.λ.π.



Βέβαια η παραμετροποίηση αυτή δεν είναι ίσως η άριστη στην πληθώρα των εφαρμογών που υπάρχουν στην αγορά της Πληροφορικής αλλά τουλάχιστον καλύπτουν σε ικανοποιητικό βαθμό την ανάγκη αυτή.

4.3.3 Πρόγραμμα Μισθοδοσίας

Κάθε επιχείρηση που προσλαμβάνει και απασχολεί εργαζόμενους υποχρεούται κάθε μήνα να συντάξει την μισθοδοτική κατάσταση με βάση την οποία αμείβονται οι εργαζόμενοι.

Στην κατάσταση της μισθοδοσίας αναλύονται ο βασικός μισθός κάθε εργαζόμενου, τα διάφορα επιδόματα, οι κρατήσεις υπέρ των ασφαλιστικών ταμείων, οι κρατήσεις φόρων και οι τελικές αποδοχές του εργαζόμενου.

Στον Ιδιωτικό τομέα οι αμοιβές για κάθε εργαζόμενο καθορίζονται από τις Συλλογικές συμβάσεις εργασίας που υπογράφονται κατά τακτά διαστήματα μετά από διαβουλεύσεις των αρμοδίων κυβερνητικών οργάνων, των εκπροσώπων της Γ.Σ.Ε.Ε. και των φορέων των εργοδοτών, δηλαδή την ΓΕΣΕΒΕ, τον Σύνδεσμο Βιομηχάνων & Εφοπλιστών κ.λ.π.

Στο Δημόσιο τομέα οι αμοιβές καθορίζονται από το Υπουργείο Οικονομικών μετά από διαπραγματεύσεις με την Α.Δ.Ε.Δ.Υ. που είναι το ανώτατο συνδικαλιστικό όργανο των εργαζομένων στον δημόσιο τομέα.

Η ανάπτυξη λογισμικού για τον υπολογισμό της μισθοδοσίας με Η/Υ ήταν από τα πρώτα από την λειτουργία των Η/Υ σε δημόσιους οργανισμούς και επιχειρήσεις.

Ειδικά όμως στην Ελλάδα έχουμε πληθώρα νόμων και διατάξεων που αφορούν την μισθοδοσία, με τα ένδικα επιδόματα που καθιερώνονται για την ικανοποίηση διαφόρων υπαλλήλων.

Παράλληλα έχουμε τον υπολογισμό της περίφημης Α.Τ.Α. (αυτόματης τιμαριθμικής αναπροσαρμογής) αλλά και με την πληθώρα των Ασφαλιστικών ταμείων.

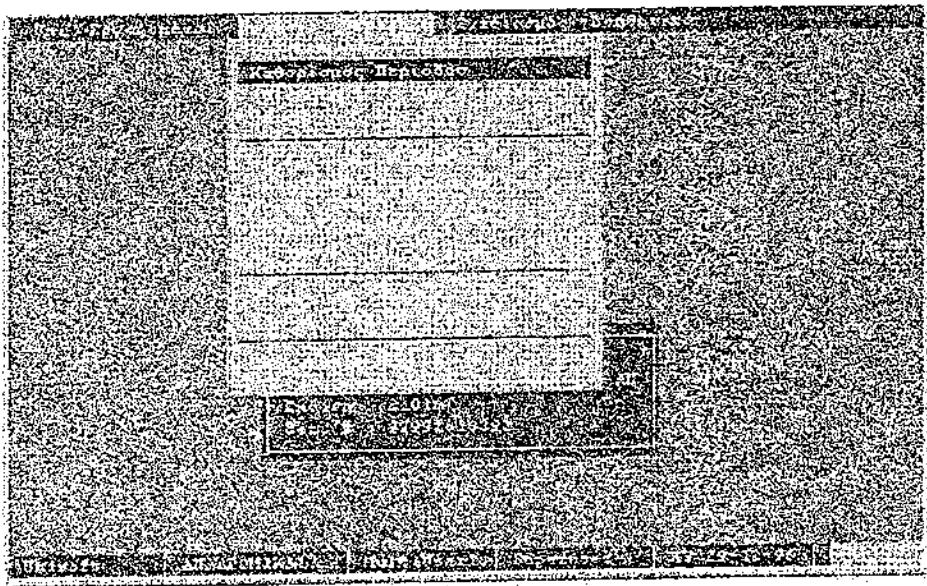
Η ανάπτυξη λοιπόν ικανού λογισμικού και κυρίως η παραμετροποίηση αυτού με δυνατότητα να καλύψει πλήρως τις ανάγκες κάθε οργανισμού και επιχείρησης έχει αναγάγει την μισθοδοσία σαν μία από τις πιο δύσκολες εργασίες όλων των προγραμματιστών αλλά και των χρηστών.

Ο υπολογισμός της μισθοδοσίας στον Ιδιωτικό τομέα είναι αυτή την στιγμή πιο εύκολη υπόθεση απ' ότι στον Δημόσιο τομέα.



Το πρόβλημα, για αυτό το χάος στην εφαρμογή της μισθοδοσίας, έγκειται κυρίως στον δημόσιο τομέα όπου για να ικανοποιηθούν οι απαιτήσεις κάθε συνδικαλιστικού οργάνου κάποιου τομέα του δημοσίου, μετά από κάποια απεργία ή στάση εργασίας, η εκάστοτε ηγεσία του Υπουργείου Οικονομικών με ειδική διάταξη καθιέρωνε ένα ειδικό επίδομα ή δημιουργούσε ένα ακόμα ασφαλιστικό φορέα πέρα από το Ι.Κ.Α. ειδικά για το δημόσιο.

Έτσι έχουμε σαν αποτέλεσμα να φθάσουμε να βλέπουμε μισθοδοσία στο δημόσιο με βασικό μισθό π.χ. 35.000δρχ. και με την πρόσθεση των διαφόρων επιδομάτων και την αφαίρεση των κρατήσεων των πολλαπλών ασφαλιστικών ταμείων τελικά ο εργαζόμενος να εισπράττει ένα ποσό από 200.000 μέχρι και 700.000 δρχ. ανάλογα με την Υπηρεσία ή τον Οργανισμό στον οποίο εργάζεται.



Στον Ιδιωτικό τομέα τα πράγματα είναι πιο απλά μια και τα επιδόματα με την μορφή που βλέπουμε στο δημόσιο δεν υπάρχουν αλλά ο αρμόδιος Επόπτης Εργασίας ανάλογα με την μόρφωση του εργαζόμενου, το είδος εργασίας, την οικογενειακή κατάσταση και τις ώρες εργασίας δίδει κατόπιν σχετικής αίτησης με την ανακοίνωση της πρόσληψης στην επιχείρηση το βασικό μισθό του εργαζόμενου.

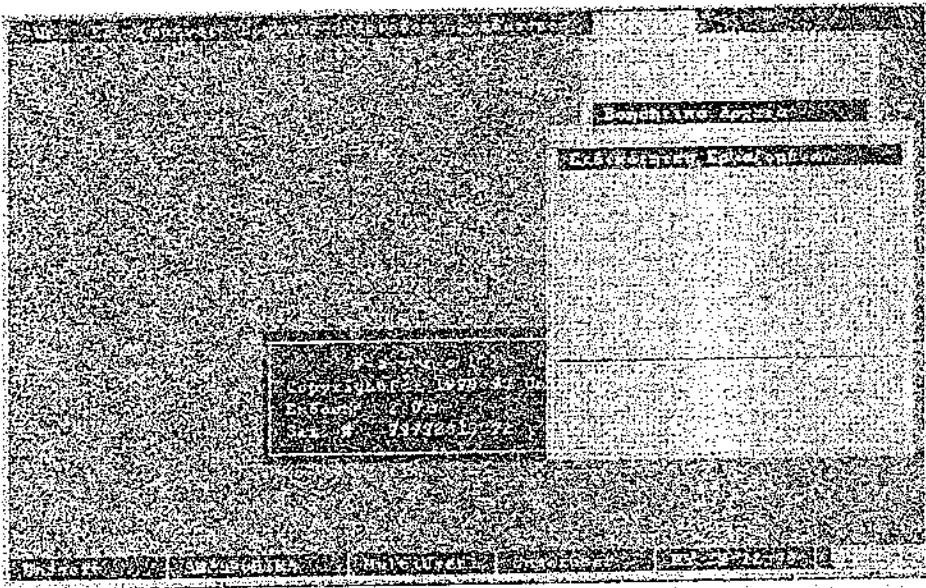
Φυσικά και εδώ ανάλογα με τις υπερωρίες τις ώρες νυκτερινής εργασίας ή την εργασία σε εορτές ή αργίες υπάρχουν διάφορα επιδόματα πράγμα που ισχύει και στον δημόσιο τομέα. Φυσικά και εδώ αν και κύριο ασφαλιστικό ταμείο είναι το Ι.Κ.Α. δεν λείπουν και τα επί

μέρους μικρά ασφαλιστικά ταμεία που δυσκολεύουν τους διάφορους υπολογισμούς.

Τα διάφορα προγράμματα μισθοδοσίας έχουν δώσει μεγάλη ανάσα στους λογιστές ή τους υπευθύνους στο δημόσιο μια και τους πολύπλοκους υπολογισμούς τους εκτελεί ο Η/Υ με αποτέλεσμα κέρδος χρόνου και κόπου. Αυτόματα και σε σύντομο χρονικό διάστημα τα προγράμματα εκδίδουν τις τεράστιες καταστάσεις μισθοδοσίας ανά τμήμα, τις αποδείξεις πληρωμών για κάθε εργαζόμενο, τις κρατήσεις ανά ασφαλιστικό ταμείο, την κατάσταση πληρωμής ενσήμων. Τηρούν στην μνήμη του Η/Υ στοιχεία για τον αυτόματο υπολογισμό των δώρων Πάσχα ή Χριστουγέννων, τα διάφορα επιδόματα.

Βλέπουμε ιστορικά στοιχεία της μισθοδοσίας είτε ανά εργαζόμενο είτε συγκεντρωτικά, για κάθε περίοδο ή για όλο το έτος και διάφορες άλλες στατιστικές εκτυπώσεις.

Όλες οι σύγχρονες εφαρμογές μισθοδοσίας περιλαμβάνουν και μια πλήρη διαχείριση του προσωπικού όπου τηρούνται όλα τα στοιχεία κάθε εργαζόμενου όπως, ατομικά στοιχεία, οικογενειακά στοιχεία, σπουδές,



προϋπηρεσία, θέση ή τμήμα εργασίας κ.λ.π.

Ειδικά για την μισθοδοσία του δημοσίου υπάρχει η δυνατότητα αυτόματης μεταβολής ή προειδοποίησης για αλλαγή κλιμακίου μισθοδοσίας και αυτόματου υπολογισμού των χρονοεπιδομάτων καθώς και μια σειρά από άλλους αυτοματισμούς.

Σχεδόν σε όλες τις μεγάλες βιομηχανικές μονάδες και αλλά και σε πολλούς οργανισμούς του Δημοσίου τα προγράμματα μισθοδοσίας είναι



συνδεδεμένα με ειδικά ρολόγια τα οποία είναι εγκατεστημένα στις εισόδου εργασίας όπου οι εργαζόμενοι εισαγάγουν μια ειδική κάρτα για να δηλώσουν την είσοδο και την έξοδο από τον χώρο εργασίας.

Τα στοιχεία αυτά καταχωρούνται στην μνήμη του Η/Υ και μετά από σχετική επεξεργασία από το τμήμα προσωπικού στο τέλος κάθε μήνα είναι έτοιμα για τον υπολογισμό της μισθοδοσίας.

Φυσικά όπως σε όλα τα προγράμματα υπάρχει και εδώ με την Λογιστική την αυτόματη εγγραφή του άρθρου της μισθοδοσίας. Είτε για την /ραφή του γενικού υπολογισμού και των ασφαλιστικών ταμείων είτε ακόμα και την αποπληρωμή κάθε εργαζόμενου.

Όλα αυτά τα στοιχεία όπως καταλαβαίνει κανείς για να τηρηθούν με τον χειρογραφικό τρόπο απαιτούν πάρα πολύ χρόνο, κόπο αλλά και ικανό αριθμό προσωπικού ιδιαίτερα για τις μεγάλες επιχειρήσεις και οργανισμούς.

4.3.4. De Facto

Το πακέτο De Facto προσφέρει στην πλήρη του μορφή ένα ολοκληρωμένο σύστημα εμπορικής διαχείρισης που μπορεί να ικανοποιήσει τις ανάγκες κάθε επιχείρησης με εμπορική ή βιομηχανική δραστηριότητα. Σχεδιασμένο επάνω από πρότυπο 3ΑΑ.ΟΙ)Α το De Facto είναι μία εφαρμογή που υποστηρίζει πλήρως παράθυρα στην οθόνη και μεταγωγή εργασιών από την μία στην άλλη. Αυτό σημαίνει ότι ο χρήστης μπορεί να μετακινείται από την μία εργασία στην άλλη αφήνοντας το παράθυρο της πρώτης ανοικτό και σε εκρεμότητα. Η πρωτοποριακή σχεδίαση της εφαρμογής στον λειτουργικό και εργονομικό τομέα συνδυάζεται με αντίστοιχη ενσωμάτωση αυξημένων δυνατοτήτων στην διαχείριση της επιχειρηματικής πληροφορίας.

Το De Facto είναι σε θέση να διαχειριστεί πληθώρα πληροφοριών που αφορούν την Αποθήκη, τους Πελάτες, τους Προμηθευτές, τις Πωλήσεις, τις Αγορές, τα Χρηματοοικονομικά και την Παραγωγή.

Στο πρόγραμμα της Αποθήκης το De Facto διαχειρίζεται το σύνολο των ειδών σε πολλαπλούς αποθηκευτικούς χώρους. Κρατούνται πλήρη στοιχεία των εισαγωγών και των εξαγωγών του είδους στην αποθήκη μαζί με στατιστικά στοιχεία και συντελεστές οι οποίοι ενημερώνονται σε πραγματικό χρόνο από κάθε πώληση και αγορά ίου είδους. Με τον ίδιο τρόπο κρατούνται τα στοιχεία πωλήσεων και αγορών για όλες τις περιόδους της χρήσης, ενώ ανά πάσα στιγμή υπάρχει στην διάθεση του χρήστη η δυνατότητα να δει τους τζίρους του είδους σε σχέση με τον



προϋπολογισμό, το ποσοστό κάλυψης σε σχέση με τον προϋπολογισμό και το ποσοστό συσσωρευτικής κάλυψης.

Εκτός από όλα αυτά, το πρόγραμμα υποστηρίζει την ύπαρξη πολλαπλών συσκευασιών για τις αγορές και για τις πωλήσεις καθώς και πολλαπλούς τύπους ειδών (είδη που αποτελούνται από ουσιαστικά ή εξαρτήματα καθώς και είδη που ουσιαστικά είναι πλασματικά και αποτελούν ένα συμβατικό όνομα για συνθέσεις επιμέρους ειδών). Επιπρόσθετα υπάρχει η δυνατότητα προβολής των κινήσεων ενός είδους (παραστατικό, ημερομηνία, ποσό κλπ) και επί τόπου μετάβαση στο κάθε ξεχωριστό παραστατικό. Τέλος για το κάθε είδος υπάρχουν ξεχωριστές εκτυπώσεις και γραφικές παραστάσεις. Στα προγράμματα των Πελατών και των Προμηθευτών το De Facto διαχειρίζεται το σύνολο των πελατών/προμηθευτών - προσφέροντας την δυνατότητα πολλαπλών διευθύνσεων παράδοσης για τον κάθε έναν. Κρατούνται στοιχεία που αφορούν τις πωλήσεις και τις αγορές, όπως ξένο νόμισμα (αν υπάρχει), οι πιθανές εκπτώσεις, τρόποι αποστολής μεταφορείς και τράπεζες. Ιδιαίτερα σημαντική είναι η σε πραγματικό χρόνο ενημέρωση για τις αξίες όπως πλαφόν. Τζίρος που πραγματοποιήσε ο πελάτης/προμηθευτής στην τρέχουσα χρήση, αξία πιστωτικών, ποσό σε άληκτα γραμμάτια και μεταβιβάσιμα αξιόγραφα και συνολικό ρίσκο για τον συγκεκριμένο πελάτη μαζί με στατιστικούς συντελεστές. Τα στοιχεία αυτά ενημερώνονται κάθε φορά που πραγματοποιείται οποιαδήποτε κίνηση στον συγκεκριμένο πελάτη/προμηθευτή. Με τον ίδιο τρόπο υπάρχει ενημέρωση για τζίρους ανά περίοδο, πωλήσεις /αγορές ανά περίοδο μαζί με τα αντίστοιχα ποσοστά κάλυψης, πάντα με βάση κάποιον προϋπολογισμό. Τέλος υπάρχει η δυνατότητα προβολής όλων των κινήσεων (με ημερομηνίες, παραστατικά και ποσά) και μετάβαση επί τόπου στο κάθε ένα παραστατικό.

Τέλος για τον κάθε πελάτη/προμηθευτή υπάρχουν ενημερωτικές εκτυπώσεις και γραφικές παραστάσεις. Με τις διαδικασίες Πωλήσεων και Αγορών υπάρχει η δυνατότητα πλήρους ελέγχου των διαδικασιών τιμολόγησης και διαχείρισης των παραστατικών. Για κάθε πώληση ή αγορά υπάρχει η δυνατότητα ύπαρξης ξεχωριστού τρόπου πληρωμής ο οποίος καθορίζεται με πλήρη λεπτομέρεια από τον χρήστη. Το πρόγραμμα παρέχει την δυνατότητα για παρακολούθηση του ιστορικού των παραγγελιών και για την εκτύπωση της κατάστασης αποστολής εμπορευμάτων.

Επιπρόσθετα το πρόγραμμα προσφέρει για το κάθε παραστατικό, έλεγχο για την ύπαρξη παρεμφερών ειδών (τα οποία μπορούν να πωληθούν στον πελάτη σε περίπτωση που δεν υπάρχουν ακριβώς αυτά



που ζήτησε). προβολή των προηγούμενων κινήσεων του είδους και των οικονομικών στοιχείων του πελάτη ή του προμηθευτή (αν πρόκειται για αγορά), καθώς και για ενδοδιακινήσεις στους αποθηκευτικούς χώρους.

Με την Χρηματοοικονομική διαχείριση το πρόγραμμα μπορεί να διαχειριστεί το σύνολο των εισπράξεων και των πληρωμών, καθώς και να παρακολουθηθεί το σύνολο των κινήσεων που απαιτούνται για τις εισπράξεις και τις πληρωμές με αξιόγραφα και γραμμάτια. Το De Facto μπορεί και παρακολουθεί τα αξιόγραφα και τα γραμμάτια μέσα από μία "Βήμα προς Βήμα" διαδικασία κατά την διάρκεια της οποίας διαχειρίζεται και το σύνολο των κινήσεων που απαιτούνται. Το De Facto αποτελεί σήμερα ένα από τα πιο ολοκληρωμένα και πλήρη πρόγραμματα εμπορικής διαχείρισης.

4.3.5 Eurofasma

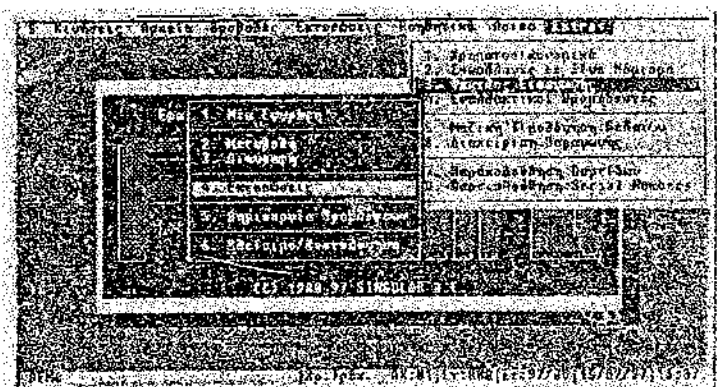
Η εφαρμογή Eurofasma – Εμπορική διαχείριση απευθύνεται σε επιχειρήσεις, που επιθυμούν να καλύψουν μηχανογραφικά όλο το κύκλωμα των εμπορικών δραστηριοτήτων τους και εξυπηρετεί όλες τις ανάγκες και ιδιομορφίες τους. Έτσι το πρόγραμμα αυτό είναι μια εναλλακτική πρόταση για μια εμπορική επιχείρηση super-market γιατί καλύπτει όλες τις ανάγκες του.

Πιο συγκεκριμένα με την εφαρμογή Eurofasma-Εμπορική διαχείριση :

- Γίνεται η μηχανογραφική παρακολούθηση και έκδοση των παραστατικών (τιμολογίων, Δελτίων αποστολής, πιστωτικών κ.τ.λ.)
- Παρακολουθούνται μηχανογραφικά οι αγορές της επιχείρησης
- Παρακολουθούνται μηχανογραφικά τα είδη που υπάρχουν στους αποθηκευτικούς χώρους της επιχείρησης καθώς και οι κινήσεις τους.
- Γίνεται η παρακολούθηση των χρεωπιστώσεων και των υπολοίπων των πελατών, των προμηθευτών και λοιπών λογαριασμών της επιχείρησης
- Παρακολουθούνται τα εισπρακτέα και πληρωτέα αξιόγραφα της επιχείρησης
- Γίνεται αντιστοίχιση των κινήσεων των πελατών, των προμηθευτών και των λοιπών λογαριασμών με αποτέλεσμα να παίρνουμε και μια σειρά πληροφοριακών καταστάσεων για την

- Οι εργασίες του MENU των 'ΑΡΧΕΙΩΝ' αφορούν την εισαγωγή, μεταβολή και διαγραφή των ειδών και των λογαριασμών μας στα αντίστοιχα βασικά αρχεία της εφαρμογής.
- Με τις εργασίες του MENU των 'ΠΡΟΒΟΛΩΝ' μπορούμε να βλέπουμε την εικόνα που παρουσιάζουν ανά πάσα στιγμή τα είδη οι λογαριασμοί μας και τα αξιόγραφα, σύμφωνα με τις κινήσεις που έχουν καταχωρηθεί γι' αυτά.
- Το MENU των 'ΕΚΤΥΠΩΣΕΩΝ' περιλαμβάνει Λογιστικές, Πληροφοριακές και Στατιστικές εκτυπώσεις που αφορούν τα είδη και τους λογαριασμούς που παρακολουθούμε.
- Το MENU των 'ΒΟΗΘΗΤΙΚΩΝ' εργασιών περιέχει εργασίες δημιουργίας, συντήρησης και διατήρησης των αρχείων της εφαρμογής, εργασίες που αφορούν τις περιόδους και τη χρήση και το τέλος, εργασίες με τις οποίες καθορίζουμε τις γενικές παραμέτρους της εφαρμογής. Επίσης με τις εργασίες αυτού του menu ορίζουμε τα στοιχεία των οριζόμενων πινάκων και των οριζόμενων πεδίων.
- Το MENU των 'ΛΟΠΩΝ' εργασιών αφορά γενικότερες εργασίες της εφαρμογής, όπως είναι η εικόνα της επιχείρησης, η μετάβαση από μια χρήση σε άλλη, η ανατίμηση ή υποτίμηση των ειδών κ.λ.π.
- Τέλος, το MENU των 'EXTRAS' περιλαμβάνει εξειδικευμένες εφαρμογές τις οποίες μπορούμε να προμηθευτούμε μαζί με το πρόγραμμα της ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ. Βασική λειτουργία αυτού του menu είναι ο Φάκελος Εισαγωγών.

Η εφαρμογή Φάκελος Εισαγωγών δημιουργήθηκε για την εξυπηρέτηση των αναγκών εκείνων των επιχειρήσεων που διενεργούν εισαγωγές από χώρες εντός και εκτός Ε.Ε.





Τα βασικά χαρακτηριστικά της εφαρμογής είναι :

- Κάθε Φάκελος είναι μια μοναδική οντότητα που χαρακτηρίζει κάθε εισαγωγή.
- Δίνει δυνατότητα σύνδεσης του παραστατικού αγοράς σε όλα του τα στάδια (π.χ. Προσφορά, Παραγγελία, Δελτίο Αποστολής κ.τ.λ.) με το Φάκελο που αφορά τη συγκεκριμένη εισαγωγή. Επίσης συνδέονται με το Φάκελο τα παραστατικά εξόδων που επιβαρύνουν την συγκεκριμένη εισαγωγή.
- Τα συνδεόμενα παραστατικά εξόδων μπορούν να είναι σε διαφορετικό νόμισμα από το νόμισμα του προμηθευτή.
- Στο τέλος κάθε μήνα εφόσον ο φάκελος είναι ανοικτός, η εφαρμογή θα δημιουργήσει αυτόματα κινήσεις προβλέψεων, ώστε να υπολογιστεί το κόστος των ειδών που περιλαμβάνουν.
- Εφόσον έχουν παραληφθεί τα παραστατικά εξόδων, με το κλείσιμο του φακέλου ολοκληρώνεται ο επιμερισμός τους βάσει ποσότητας ή αξίας ή συντελεστών κ.τ.λ., στα είδη του παραστατικού αγοράς, για τον υπολογισμό του άμεσου κόστους τους.

4.3.6 Win Era

Είναι ένα σύστημα μηχανοργάνωσης που κατανοεί σε βάθος τις ανάγκες της σύγχρονης επιχείρησης και προσφέρει μια αξιόπιστη και ολοκληρωμένη λύση.

Το WinEra προσφέρει αξιόπιστη, ολοκληρωμένη, σύγχρονη, ευέλικτη και αποτελεσματική μηχανογραφική υποδομή και μπορεί να κερδίσει την εμπιστοσύνη του επιχειρηματία που έρχεται καθημερινά αντιμέτωπος με προκλήσεις στο διαρκώς μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον και επιθυμεί να εξασφαλίσει την ανοδική πορεία της επιχείρησης του.

Το σύστημα WinEra απευθύνεται σε μεσαίου & μεγάλου μεγέθους εμπορικές, βιομηχανικές και επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών του ιδιωτικού τομέα και του ευρύτερου δημόσιου τομέα. Καλύπτει απόλυτα τους ελληνικούς τρόπους συναλλαγών γιατί είναι σχεδιασμένο με την τεχνογνωσία που έχει αποκτήσει η Data Communication από την πολύχρονη εμπειρία της στην αγορά των εμπορικών-οικονομικών εφαρμογών.

Αναπτύχθηκε για να ανταποκρίνεται και να καλύπτει πλήρως τις ανάγκες των επιχειρήσεων. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα του είναι η ευελιξία του να προσαρμόζεται στις επιμέρους ανάγκες και ιδιαιτερότητες κάθε επιχείρησης. Χαρακτηριστικό που προσφέρει στο



σύστημα διάρκεια, συνέχεια και τη δυνατότητα να αναπτύσσεται παράλληλα με την πορεία της επιχείρησης που το έχει εγκαταστήσει.

Επιπλέον το WinEra διακρίνεται για το πλεονέκτημα να εντάσσει εύκολα και άμεσα στα χαρακτηριστικά του όποια νέα στοιχεία προκύπτουν από τις εξελίξεις της τεχνολογίας.

Λαμβάνοντας υπόψη την ανάγκη των σύγχρονων επιχειρήσεων να αντλούν και να αξιοποιούν τις πληροφορίες που συγκεντρώνονται στα αρχεία τους. Πληροφορίες οι οποίες είναι σημαντικό βοήθημα για τη λήψη αποφάσεων κριτικής σημασίας σε σχέση με τους πελάτες, τους προμηθευτές, τα είδη και εν γένει τη συνολική πορεία της επιχείρησης.

Συγκεντρώνει και συνδυάζει πληθώρα πληροφοριών από όλα τα τμήματα της επιχείρησης, καθώς επίσης δίνει πλήρη ευχέρεια καθορισμού της μορφής των reports που θέλει να χρησιμοποιεί κάθε επιχείρηση.

Ακόμα λειτουργεί σε τοπικά και γεωγραφικά κατανεμημένα δίκτυα (LAN & WAN) με χρήση σύγχρονων τεχνολογιών επικοινωνίας.

Μπορεί μέσα από την εφαρμογή να συνδεθεί με το Internet και να εκμεταλλευθεί τις δυνατότητες επικοινωνίας που παρέχει ή θα παράσχει στο μέλλον (E-Taxis κλπ).

Παρέχει τη δυνατότητα ηλεκτρονικού εμπορίου με χρήση του ειδικού υποσυστήματος WinEra-MarketLine. Πρόκειται για μια εφαρμογή λογισμικού που απευθύνεται σε όλες τις επιχειρήσεις που θέλουν να επεκτείνουν την παρουσία τους και στις πωλήσεις μέσω του διαδικτύου με προσιτό κόστος. Το WinEra-MarketLine διακρίνεται για την εύκολη σχεδίαση και διαχείριση ενός ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) ακόμα και από τον πιο άπειρο χρήστη υλοποιώντας με τον τρόπο αυτό τη δημιουργία ενός ακόμη σημείου προβολής της επιχείρησης.

Στο WinEra έχει ενταχθεί ένα ιδιαίτερα εξελιγμένο σύστημα αναζήτησης, το οποίο διακρίνεται για την μεγάλη ευχρηστία και ευελιξία του.

Η λογική του συστήματος είναι να επιτρέπεται σε κάθε χρήστη να ορίζει τις παραμέτρους που επιθυμεί, περιλαμβάνοντας όποιο πεδίο τον ενδιαφέρει για την άντληση της πληροφορίας.

Ταυτόχρονα το σύστημα δίνει πλήρη δυνατότητα στο χρήστη να καθορίσει τη μορφή και να ταξινομήσει τη σειρά με την οποία θα εμφανίζονται τα στοιχεία που επέλεξε. Επιπλέον, μπορεί να ορίσει ως σταθερές τις παραμέτρους που έθεσε ή να τις διαφοροποιεί κάθε φορά που ζητά την ίδια πληροφορία.

Διακρίνεται για τη δυνατότητα παραμετροποίησης του σύμφωνα τις επιμέρους ανάγκες κάθε επιχείρησης.



Η μορφή των παραστατικών, η κωδικοποίηση, η σειρά εμφάνισης των πεδίων, τα γραφικά, το επίπεδο πρόσβασης και η δυνατότητα επέμβασης ή μη στα στοιχεία από κάθε χρήστη χωριστά, η σειρά των διαδικασιών που τηρούνται και η επικοινωνία μεταξύ των τμημάτων μπορούν να ορισθούν σύμφωνα με τις μηχανογραφικές απαιτήσεις κάθε επιχείρησης.

Στο σύστημα WinEga έχει σχεδιασθεί μία πρωτοποριακή και καινοτόμος προσέγγιση διαχείρισης των παραστατικών:

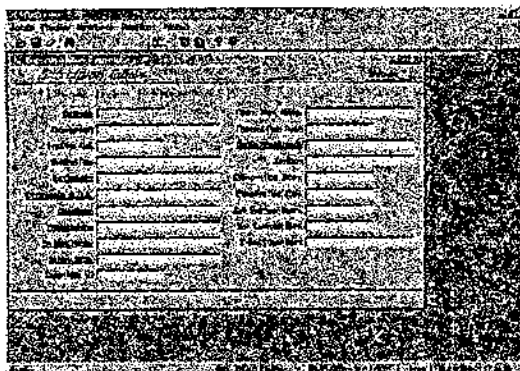
- Οι φόρμες και τα παραστατικά που χρησιμοποιούνται στο εμπορικό κύκλωμα των επιχειρήσεων δημιουργούνται με παραμετρικό τρόπο, ανάλογα με τις επιμέρους ανάγκες και τις λειτουργικές διαδικασίες που τηρεί κάθε επιχείρηση.
- Η εφαρμογή επιτρέπει τη δημιουργία απεριόριστου αριθμού διαφορετικών φορμών ή παραστατικών, για κάθε δραστηριότητα και κάθε συναλλασσόμενο που εμπλέκεται στο εμπορικό κύκλωμα.
- Κάθε παραστατικό μπορεί αυτόματα να μετασχηματιστεί στο σύνολό του ή εν μέρει σε ένα οποιοδήποτε άλλο παραστατικό ή σε πολλά άλλα παραστατικά και αντίστροφα (Μεθοδολογία Μετασχηματισμού).
- Η μεθοδολογία συσχέτισης και ο μετασχηματισμός των φορμών και των παραστατικών οδηγούν σε γρήγορη, εύχρηστη και ολοκληρωμένη διαχείριση των διαδικασιών που τηρούνται από το εμπορικό κύκλωμα.

4.3.6.1 Εμπορική διαχείριση

Πωλήσεις- Παραγγελιοληψία- Αγορές- Παραγγελιοδοσία

- Δυνατότητα σχεδιασμού απεριόριστου αριθμού διαφορετικών φορμών ή παραστατικών.
- Δυνατότητα διαμόρφωσης της οθόνης καταχώρισης κάθε παραστατικού.
- Παραμετρικός σχεδιασμός μοντέλων συναλλαγών και του τρόπου ενημέρωσης που επιφέρουν τα παραστατικά σε Πελάτες, Προμηθευτές, Αποθήκη και Γενική Λογιστική.
- Μετασχηματισμός παραστατικού στο σύνολό του ή εν μέρει σε άλλα παραστατικά και αντίστροφα, βάσει πολλαπλών κριτηρίων, σε αντιστοίχιση ένα προς ένα ή συγκεντρωτικά.

- Πολλαπλοί τρόποι ανεύρεσης Πελατών, Προμηθευτών & Ειδών.
- Άμεση πρόσβαση σε στατιστικά στοιχεία Πελατών, Προμηθευτών & Ειδών κατά τη διαδικασία της τιμολόγησης.
- Προβολή ιστορικού τιμών.
- Αυτόματος έλεγχος και προειδοποίηση για υπέρβαση του ορίου ή των ημερών πίστωσης.
- On line έλεγχος αποθεμάτων κατά τη διαδικασία τιμολόγησης με παρακολούθηση υπολοίπων, δεσμευμένων και αναμενόμενων.
- Ορισμός και διαχείριση απεριόριστου αριθμού επιβαρύνσεων που συνδέονται με τον Πελάτη, τον Προμηθευτή, το Είδος, τον τρόπο αποστολής και τον τρόπο πληρωμής.
- Δυνατότητα καταγραφής των συμφωνιών της επιχείρησης με Πελάτες & Προμηθευτές σύμφωνα με την Εμπορική Πολιτική της επιχείρησης.
- Παρακολούθηση προσφορών και παραγγελιών.



Αποθήκη

- Απεριόριστος αριθμός αποθηκευτικών χώρων.
- Διαχείριση σετ ειδών.
- Πολλαπλές μονάδες μέτρησης ανά είδος με καθοριζόμενη από το χρήστη τη μεταξύ τους συσχέτιση.
- Δυνατότητα ορισμού εναλλακτικών κωδικών Bar Codes ανά είδος.
- Αυτοματοποιημένες διαδικασίες αλλαγής τιμών
- Τήρηση ορίων ασφαλείας αποθέματος και ορίων παραγγελίας.
- Τέσσερις τρόποι αποτίμησης αποθεμάτων (FIFO, LIFO, Μέση Τιμή, Τελευταία Τιμή).
- Διαχείριση επιβαρύνσεων - φόρων ανά είδος.
- Ανάλυση είδους και παρακολούθηση τιμών ανά χαρακτηριστικό.



Προϋπολογισμοί

- Προϋπολογισμοί ανά είδος, ομάδα ή κατηγορία ειδών.
- Δυνατότητα παρακολούθησης απεριόριστου αριθμού προϋπολογισμών ανά είδος.
- Αυτόματη δημιουργία προϋπολογισμών με τη χρήση winzard.
- Έκδοση συγκριτικών αποτελεσμάτων με χρήση γραφικών παραστάσεων.

4.3.6.2 Οικονομική Διαχείριση

Γενική Λογιστική

- Τήρηση Ε. Γ. Λ. Σ με δυνατότητα δεκαβάθμιας ανάλυσης.
- Αυτόματη ενημέρωση όλων των λειτουργιών του προγράμματος με μια μόνο κίνηση.
- Δυνατότητα διαμόρφωσης της οθόνης καταχώρισης όπως ακριβώς επιθυμεί ο κάθε χρήστης.
- Δυνατότητα παρακολούθησης απεριόριστων χρήσεων για να μπορεί ο χρήστης, όποτε θελήσει, να εργασθεί με τα στοιχεία παρελθουσών χρήσεων χρησιμοποιώντας το νομικό και οικονομικό περιβάλλον που ίσχυε το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.
- Παρακολούθηση υποκαταστημάτων με δυνατότητα αυτόματης ενοποίησης των στοιχείων.
- Ταχεία καταχώριση παραστατικών με τη χρήση πρότυπων λογιστικών άρθρων, ορισμού ομοειδών και επαναλαμβανόμενων κινήσεων και διαδικασίες αυτόματου ισοσκελισμού του άρθρου.
- Απεριόριστος αριθμός ημερολογίων και κωδικών κίνησης.
- Αυτόματο, επίσημο ή ανεπίσημο, κλείσιμο Ισολογισμού οποιαδήποτε στιγμή και μεταφορά των υπολοίπων στη νέα χρήση.
- Ενδοκοινοτικές συναλλαγές με παράθεση της Συνδυασμένης Ονοματολογίας.
- Υπολογισμός προγата.
- ΚΑΔ και συντελεστές καθαρού κέρδους



Πελάτες - Προμηθευτές

- Ευέλικτο σύστημα κωδικοποίησης.
- Πολλαπλές κατατάξεις και ομαδοποιηθείς πελατών/προμηθευτών.
- Διαχείριση επιβαρύνσεων ανά πελάτη/προμηθευτή.
- Ανάλυση συμφωνιών πληρωμής ανά πελάτη/προμηθευτή.
- Ορισμός τιμολογιακής πολιτικής κατά κατηγορία πελατών και προϊόντων.
- Πιστωτική πολιτική.
- Δυνατότητα αποστολής e-mail και προβολής ιστοσελίδας (web page) στο Internet.

Έντυπα TAXIS

- On line ενημέρωση από τις κινήσεις εμπορικής και οικονομικής διαχείρισης.
- Πλήρης διαχείριση και εκτύπωση όλων των εντύπων ΦΠΑ, Φορολογίας Εισοδήματος, Ενδοκοινοτικών Συναλλαγών, καθώς επίσης και όλων των σειρών εντύπων της Εφορίας (Α, Β, Μ, Π).
- Ηλεκτρονική υποβολή μέσω Internet.

Ενδοκοινοτικές Συναλλαγές

Ολοκληρωμένη διαχείριση με δυνατότητα ελεύθερης αναζήτησης κειμένου για επιλογή πληροφοριών από το αρχείο της "Συνδυασμένης Ονοματολογίας".

Αξιόγραφα

Ολοκληρωμένη παρακολούθηση απεριόριστου αριθμού ειδών αξιόγραφων, κωδικών κίνησης και καταστάσεων. Ανοιχτός σχεδιασμός κινήσεων και σταδίων μετάβασης με αυτόματη ενημέρωση της Γενικής Λογιστικής.

Προϋπολογισμοί

- Προϋπολογισμοί ανά λογαριασμό ή συναλλασσόμενο / ομάδα / κατηγορία.
- Αυτόματη δημιουργία προϋπολογισμών με τη χρήση winzard.
- Έκδοση συγκριτικών αποτελεσμάτων με χρήση γραφικών παραστάσεων.

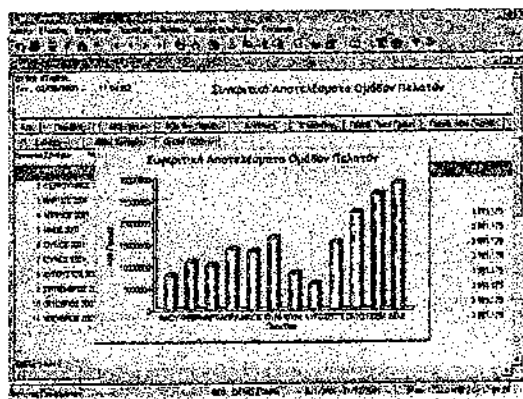
4.3.6.3 Πρόσθετες εφαρμογές

Πάγια

- Ολοκληρωμένη διαχείριση παγίων με παρακολούθηση κατηγοριών, τμημάτων, θέσεων, επιδοτήσεων κλπ.
- Αναπροσαρμογές, αδράνεια, προσθήκες, βελτιώσεις, επεκτάσεις.
- Πολλαπλοί συντελεστές αποσβέσεων.

Open Items

- Εξελιγμένο σύστημα αντιστοίχισης ανοικτών εγγραφών.
- Συσχέτιση παραστατικών με διάφορες μεθόδους (FIFO, LIFO κλπ).
- Συσχέτιση τμήματος εγγραφής.





Παρτίδες

Ευέλικτη διαχείριση ειδών αποθήκης κατά παρτίδες με δυνατότητα παρακολούθησης ημερομηνιών λήξης.

Ειδικά Χαρακτηριστικά

Παραμετρική παρακολούθηση ως και δύο διαφορετικών χαρακτηριστικών ανά είδος με απεριόριστο αριθμό επί μέρους υποχαρακτηριστικών.

Σύνθεση Αποσύνθεση

Ολοκληρωμένη διαχείριση ειδών που προκύπτουν με σύνθεση επιμέρους ειδών. Αυτοματοποιημένες διαδικασίες παραγωγής και ανάλωσης συνθέτων προϊόντων και πρώτων - βοηθητικών υλών με ταυτόχρονη ενημέρωση του κόστους των ετοιμών.

Εντατική Λιανική

Υποστήριξη φορολογικών ταμειακών μηχανών.

Bar Codes

Απεριόριστος αριθμός διαφορετικών τύπων και διαφορετικών ετικετών Bar Codes οριζόμενων από το χρήστη.
Εκτύπωση ετικετών Bar Codes ειδών βάσει υπολοίπων αποθηκών και των κινήσεων ειδών, με κριτήρια που καθορίζει ο χρήστης.

WinEra - MarketLine

Σύστημα δημιουργίας και παρουσίασης ηλεκτρονικού καταστήματος (e-shop) στο Internet.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

5.1 ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ (Η.Ε.)

5.1.1 Βασικές Αρχές

Η ανάγκη για Ηλεκτρονικό Εμπόριο προκύπτει από την απαίτηση των επιχειρήσεων και των κυβερνήσεων για καλύτερη χρήση της τεχνολογίας των υπολογιστών και των τηλεπικοινωνιών ώστε να βελτιωθούν οι σχέσεις αμφίδρομης επικοινωνίας με τους πελάτες/πολίτες/καταναλωτές, οι επιχειρηματικές διεργασίες και η ανταλλαγή πληροφοριών ενδο-επιχειρησιακά, αλλά και κυρίως μεταξύ των επιχειρήσεων. Πάντως η ουσιαστική επιδίωξη κάθε επιχείρησης στον έντονα ανταγωνιστικό επιχειρηματικό στίβο της εποχής μας είναι η εξασφάλιση στρατηγικού πλεονεκτήματος. Η τεχνολογία και ειδικότερα το Ηλεκτρονικό Εμπόριο παρέχει ευέλικτες και ολοκληρωμένες λύσεις τοποθέτησης των επιχειρήσεων στις επιθυμητές αγορές (target markets) παρεμβαίνοντας ενεργητικά σε κάθε στάδιο της αλυσίδας αξίας τους (value chain).

Ένας απλός ορισμός για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι ότι «αποτελεί κάθε μορφή επιχειρηματικής συναλλαγής και επικοινωνίας που γίνεται με ηλεκτρονικό μέσο». Ένας τέτοιος απλοϊκός ορισμός όμως, παρόλο που τεχνικά μπορεί να είναι ακριβής, δεν μπορεί να συλλάβει το βασικό πνεύμα του Ηλεκτρονικού Εμπορίου που δεν είναι απλώς η χρήση ηλεκτρονικών μέσων για επικοινωνία, αλλά οι δυνατότητες για επανακαθορισμό του τρόπου με τον οποίο γίνεται το εμπόριο, ο οποίος γίνεται για πρώτη φορά εφικτός με τη χρήση νέων τεχνολογιών από τις σύγχρονες επιχειρήσεις.

Έτσι, το Ηλεκτρονικό Εμπόριο θα μπορούσε να οριστεί ως ένα σύνολο επιχειρηματικών στρατηγικών που μπορούν να υποστηρίξουν συγκεκριμένους τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας και συγκεκριμένες επιχειρηματικές πρακτικές οι οποίες επιτρέπουν, μέσω της χρήσης νέων τεχνολογιών, τη διεκπεραίωση εμπορικών διαδικασιών με ηλεκτρονικά μέσα.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο προσφέρει τη δυνατότητα εκτέλεσης πράξεων για την ανταλλαγή προϊόντων ή υπηρεσιών μεταξύ δύο ή περισσότερων μερών με χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών και δικτύων υπολογιστών. Βασίζεται στην ηλεκτρονική επεξεργασία και μετάδοση δεδομένων, ήχου και εικόνων βίντεο. Η έννοια του Ηλεκτρονικού Εμπορίου περιλαμβάνει πολλές διαφορετικές δραστηριότητες όπως:



- ηλεκτρονική εμπορία αγαθών και υπηρεσιών,
- παράδοση ψηφιακού περιεχομένου (αύλων αγαθών),
- ηλεκτρονική αγοραπωλησία μετοχών,
- ηλεκτρονική έκδοση φορτωτικών,
- εμπορικές δημοπρασίες,
- συλλογικές εργασίες σχεδίασης και τεχνικών μελετών,
- ενημέρωση από πηγές σε απευθείας σύνδεση,
- κρατικές προμήθειες,
- πωλήσεις απευθείας στον καταναλωτή και μεταγοραστική εξυπηρέτηση.

Οι εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου αφορούν τόσο προϊόντα (π.χ. καταναλωτικά αγαθά) όσο και υπηρεσίες (π.χ. υπηρεσίες πληροφόρησης, χρηματοπιστωτικές και νομικές υπηρεσίες), παραδοσιακές δραστηριότητες (π.χ. ιατρική περίθαλψη, εκπαίδευση) και νέες δραστηριότητες (π.χ. εικονικά πολυκαταστήματα).

Οι τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται για τις εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου συμπεριλαμβάνουν όλες τις μορφές ηλεκτρονικών μηνυμάτων, ηλεκτρονικής ανταλλαγής δεδομένων (Electronic Data Interchange, EDI), ηλεκτρονικής μεταφοράς κεφαλαίων (Electronic Funds Transfer, EFT), ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (Electronic Mail, E-mail), ηλεκτρονικών καταλόγων, υπηρεσιών ηλεκτρονικού πίνακα ανακοινώσεων (Bulletin Board Services – BBS), κοινών βάσεων δεδομένων και οδηγών, συστημάτων συνεχιζόμενης αγοράς και υποστήριξης για όλο τον κύκλο ζωής των προϊόντων, ηλεκτρονικών ειδήσεων και υπηρεσιών πληροφόρησης, ηλεκτρονικής μισθοδοσίας, ηλεκτρονικών εντύπων, πρόσβασης σε απευθείας σύνδεση σε υπηρεσίες μέσω του Internet, καθώς και κάθε άλλη μορφή ηλεκτρονικής μετάδοσης δεδομένων για εμπορικούς σκοπούς.

Η δυνατότητα αυτή είναι εξαιρετικά πολύτιμη για εμπορική επιχείρηση super-market γιατί της παρέχει πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικά με την αγορά, την εξέλιξή της, τις ρυθμίσεις που ισχύουν για το εμπόριο, ακόμα και για τις εσωτερικές δραστηριότητες τόσο της ίδιας επιχείρησης και των υποκαταστημάτων της, όσο και για τις δραστηριότητες άλλων super-market ή επιχειρήσεων που έχουν άμεση σχέση με τον κλάδο.



Έμμεσο Η.Ε.	Άμεσο Η.Ε.
<ul style="list-style-type: none"> • Ηλεκτρονική παραγγελία προϊόντων • Τα αγαθά παραδίδονται με παραδοσιακούς τρόπους (π.χ. ταχυδρομείο, ιδιωτικές υπηρεσίες διανομής) • Εξαρτάται από εξωτερικούς παράγοντες (π.χ. αποτελεσματικότητα συστήματος μεταφορών) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ηλεκτρονική παραγγελία προϊόντων • Πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών (π.χ. λογισμικό, ψυχαγωγικό περιεχόμενο) • Υποστήριξη ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών σε παγκόσμιο επίπεδο.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο όπως παρουσιάζεται συνοπτικά στον πίνακα καλύπτει κυρίως δύο τύπους δραστηριοτήτων: το Έμμεσο Ηλεκτρονικό Εμπόριο (ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών τα οποία εξακολουθούν να παραδίδονται με παραδοσιακούς τρόπους όπως ταχυδρομικά ή μέσω ιδιωτικών υπηρεσιών διανομής) και το Άμεσο Ηλεκτρονικό Εμπόριο (τηλεματική παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών, όπως λογισμικό υπολογιστών, ψυχαγωγικό περιεχόμενο ή υπηρεσίες πληροφόρησης σε παγκόσμια κλίμακα).

Τόσο το άμεσο όσο και το έμμεσο Ηλεκτρονικό Εμπόριο προσφέρουν συγκεκριμένες δυνατότητες όπως παρουσιάζονται συνοπτικά στον πίνακα. Οι εταιρείες συνήθως κάνουν χρήση και των δύο τύπων δραστηριοτήτων Ηλεκτρονικού Εμπορίου, (π.χ. πουλώντας λογισμικό σε απευθείας σύνδεση, καθώς και με τον κλασσικό τρόπο πώλησης "από το ράφι"). Το έμμεσο Ηλεκτρονικό Εμπόριο όμως εξαρτάται από ορισμένους εξωτερικούς παράγοντες, όπως από την αποτελεσματικότητα του συστήματος μεταφορών. Το άμεσο Ηλεκτρονικό Εμπόριο παρέχει δυνατότητα πραγματοποίησης απρόσκοπτων ηλεκτρονικών συναλλαγών από άκρη σε άκρη, πέρα από γεωγραφικά σύνορα και με τον τρόπο αυτό, εκμεταλλεύεται όλες τις δυνατότητες των παγκόσμιων ηλεκτρονικών αγορών.

5.1.2 Αμοιβαία Οφέλη από το Ηλεκτρονικό Εμπόριο για τους Προμηθευτές και τους Αγοραστές

Οι περισσότερες εφαρμογές Ηλεκτρονικού Εμπορίου σχετίζονται άμεσα με την επικοινωνία συστημάτων που βρίσκονται σε διαφορετικές επιχειρήσεις συμβάλλοντας στη διαλειτουργικότητα τους. Παρόλο που τα



συστήματα Η.Ε. μπορούν να εφαρμοστούν και ενδοεπιχειρησιακά, τα πραγματικά οφέλη εμφανίζονται όταν το Η.Ε. εφαρμόζεται μεταξύ επιχειρήσεων. Ακόμη και στις περιπτώσεις των συστημάτων Επιχείρησης προς Καταναλωτή υπάρχει διεπιχειρησιακή ολοκλήρωση των εφαρμογών μέσω συστημάτων Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Για παράδειγμα, σε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα η ολοκλήρωση των συναλλαγών επιτυγχάνεται με την ηλεκτρονική πληρωμή η οποία στην ουσία εμπλέκει έναν πελάτη και οργανισμούς (κατάστημα, τράπεζα πελάτη, τράπεζα καταστήματος).

Λόγω των παραπάνω συνθηκών, τα οφέλη που αποκομίζουν οι επιχειρήσεις αντικατοπτρίζονται και στους καταναλωτές (παράλληλα κέρδη). Κάθε επιχειρηματική ευκαιρία που παρέχει η χρήση Η.Ε. σε έναν προμηθευτή, μπορεί στις περισσότερες περιπτώσεις να μεταφραστεί και σε ένα αντίστοιχο όφελος για τους πελάτες του. Με την έννοια αυτή, το Η.Ε. αποτελεί επιχειρηματική καινοτομία, αφού για να αποδώσει καρπούς δεν στηρίζεται στον ανταγωνισμό (win-lose επιχειρηματικές σχέσεις), αλλά στη συνεργασία μεταξύ των εμπλεκόμενων για το αμοιβαίο τους κέρδος (win-win σχέσεις).

Το ηλεκτρονικό εμπόριο βρίσκει εφαρμογή σε ένα ευρύ πεδίο δραστηριοτήτων, πυρήνα των οποίων αποτελεί ο κύκλος των εμπορικών συναλλαγών. Κατά συνέπεια μιλάμε για την ηλεκτρονική εμπορευματοποίηση των φυσικών αγαθών και υπηρεσιών, τη διαφήμιση και προώθηση αυτών, την διευκόλυνση της επικοινωνίας μεταξύ των εμπόρων, την υποστήριξη πελάτη (πριν και μετά την πώληση), την εξαγγελία δημόσιας προμήθειας και την υποστήριξη κοινών επιχειρηματικών διαδικασιών.

Ο πίνακας παρουσιάζει σε αντιστοιχία μερικά μόνο από τα οφέλη και τις ευκαιρίες που μπορεί να δημιουργήσει το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, τόσο για τους προμηθευτές όσο και για τους αγοραστές προϊόντων και υπηρεσιών, τα οποία θα τα χαρακτηρίζαμε «παράλληλα». Τα οφέλη αυτά αναπτύσσονται στις επόμενες παραγράφους:



Ευκαιρίες για τους προμηθευτές	Οφέλη για τους αγοραστής
<ul style="list-style-type: none">• 'Παγκόσμια' παρουσία• Βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα• Παροχή εξειδικευμένων υπηρεσιών στους πελάτες• Σμίκρυνση (ή και πλήρης απάλειψη) της προμηθευτικής αλυσίδας• Ελαχιστοποίηση κόστους παραγωγής• Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες	<ul style="list-style-type: none">• 'Παγκόσμια' επιλογή• Βελτιωμένη ποιότητα υπηρεσιών• Λήψη εξειδικευμένων υπηρεσιών από τους προμηθευτές• Άμεση κάλυψη αναγκών• Ελαχιστοποίηση τιμών• Νέα προϊόντα και υπηρεσίες

➤ **"Παγκόσμια" παρουσία / "Παγκόσμια" επιλογή.** Το Η.Ε. παρέχει (για πρώτη φορά στην παγκόσμια ιστορία του εμπορίου) σε όλους τη δυνατότητα να δραστηριοποιηθούν στην παγκόσμια αγορά, ανεξάρτητα από μέγεθος και τις οικονομικές τους δυνατότητες. Μέχρι σήμερα κάτι τέτοιο ήταν εφικτό μόνο για τις μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις, ενώ οι μικρότερες επιχειρηματικές μονάδες ήταν υποχρεωμένες να κινούνται σε μικρές τοπικές αγορές που προσδιορίζονταν από γεωγραφικούς, εθνικούς, χρηματοοικονομικούς, ή άλλους περιορισμούς. Σήμερα (και ολοένα και περισσότερο στο μέλλον) η αγορά-στόχος μιας επιχείρησης που συναλλάσσεται ηλεκτρονικά με τους εταίρους της περιορίζεται μόνο από την ύπαρξη τηλεπικοινωνιακών δικτύων. Με τη συνεχώς αυξανόμενη κάλυψη όλου του πλανήτη με τέτοια δίκτυα, το Η.Ε. δίνει για πρώτη φορά, ακόμα και σε μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, τη δυνατότητα να επιτύχουν την παρουσία τους στην "παγκόσμια" αγορά. Από την άλλη μεριά, αυτή ακριβώς η δυνατότητα δίνει απεριόριστες δυνατότητες επιλογών στους πελάτες που δεν είναι πλέον υποχρεωμένοι να επιλέξουν προϊόντα και υπηρεσίες μόνο από τους προμηθευτές με τους οποίους μπορούν να έρθουν σε φυσική επαφή.

➤ **Βελτιωμένη ανταγωνιστικότητα / ποιότητα υπηρεσιών.** Η ηλεκτρονική επικοινωνία επιτρέπει στους προμηθευτές προϊόντων και υπηρεσιών να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί, κυρίως προσφέροντας προς τους πελάτες τους υπηρεσίες που πριν ήταν αδύνατο ή πολύ δύσκολο να προσφερθούν. Για παράδειγμα, η υποστήριξη του πελάτη πριν και μετά την αγορά ήταν πολύ κοστοβόρα για πολλές επιχειρήσεις. Αντίθετα, με τη χρήση μεθόδων ηλεκτρονικής επικοινωνίας, ο προμηθευτής έρχεται



"κοντά" στον πελάτη (χωρίς στις περισσότερες περιπτώσεις να χρειαστεί να μετακινηθεί στην πραγματικότητα), προσφέροντας του έτσι υπηρεσίες υψηλής ποιότητας με πολύ μικρό επιπλέον κόστος. Έτσι συναντάμε πολύ συχνά στο Internet, κόμβους οι οποίοι προσφέρουν υποστήριξη στον πελάτη. Για παράδειγμα η εφαρμογή της Siemens Nixdorf και του δικτύου GEN (Global Engineering Network), παρέχουν έναν εικονικό χώρο συζητήσεων για μηχανικούς, προμηθευτές και πελάτες μηχανολογικού εξοπλισμού.

➤ **Παροχή και Λήψη εξειδικευμένων υπηρεσιών.** Με τη χρήση του Η.Ε., οι προμηθευτές μπορούν να παρακολουθούν πιο αποτελεσματικά το προφίλ του αγοραστικού κοινού τους. Με τον τρόπο αυτό, μπορούν να σχεδιάζουν και να προσφέρουν προϊόντα που απευθύνονται στους μεμονωμένους πελάτες τους, αλλά σε τιμές της μαζικής αγοράς. Ένα απλό παράδειγμα μπορεί να είναι ένα ηλεκτρονικό περιοδικό που προσφέρει τα άρθρα του στο Internet με τέτοιο τρόπο που να δίνει έμφαση στα συγκεκριμένα ενδιαφέροντα κάθε ενός συνδρομητή, προτείνοντας του συγκεκριμένες πηγές αναζήτησης πληροφοριών στο δίκτυο.

➤ **Σμίκρυνση προμηθευτικής αλυσίδας / Άμεση κάλυψη αναγκών.** Ένα από τα πλέον συχνά αναφερόμενα οφέλη του Η.Ε. είναι η συμβολή του στην "εξάλειψη" των μη απαραίτητων μεσαζόντων στις εμπορικές συναλλαγές. Κάτι τέτοιο συνεπάγεται αυτόματα τη σμίκρυνση της προμηθευτικής αλυσίδας με τέτοιο τρόπο που ο προμηθευτής έρχεται σε απευθείας επικοινωνία με τον πελάτη χωρίς την παρεμβολή τρίτων (π.χ. αποστολή προϊόντων χωρίς τη χρήση διαμεταφορέων, ενδιάμεσων αποθηκών, κ.α.). Το αντίστοιχο όφελος για τον πελάτη είναι η άμεση κάλυψη των αναγκών του, καθώς μπορεί να παραλάβει το προϊόν/υπηρεσία που επιθυμεί χωρίς τις χρονικές καθυστερήσεις που αναπόφευκτα εισάγουν στον κύκλο διανομής τα ενδιάμεσα μέρη. Η πλέον ακραία περίπτωση σμίκρυνσης της προμηθευτικής αλυσίδας επέρχεται στην περίπτωση που το ίδιο το προϊόν έχει τέτοια φύση που μπορεί να μεταφερθεί ηλεκτρονικά. Στην περίπτωση αυτή μιλάμε για πλήρη εξάλειψη της προμηθευτικής αλυσίδας, καθώς δεν χρειάζεται καμία φυσική επαφή για να πραγματοποιηθεί η εμπορική πράξη. Τέτοια παραδείγματα έχουν αρχίσει να εμφανίζονται σε αγορές όπως η βιομηχανία παραγωγής λογισμικού (εταιρίες λογισμικού διαθέτουν τα προϊόντα τους μέσω του δικτύου παρακάμπτοντας όλους τους ενδιάμεσους μεταπωλητές), οι τομείς ψυχαγωγίας και ενημέρωσης (π.χ. βίντεο, μουσική, περιοδικά, εφημερίδες) και των εκδόσεων (Στις ΗΠΑ, από το 1995 πωλούνται περισσότερες εγκυκλοπαίδειες σε ηλε-



κτρονική μορφή παρά σε έντυπη).

➤ **Ελαχιστοποίηση κόστους παραγωγής / Ελαχιστοποίηση τιμών.**
Η πρώτη ίσως συνεισφορά που θα μπορούσε να αποδώσει κανείς στο Η.Ε. είναι η μείωση του λειτουργικού κόστους για τους προμηθευτές, με τα αντίστοιχα οφέλη και για τους πελάτες (μείωση κόστους και δυνατότητα εξασφάλισης καλύτερων τιμών). Κάθε φυσική επικοινωνία που ήταν απαραίτητη για μια εμπορική συναλλαγή κοστίζει και διαρκεί λιγότερο αν πραγματοποιηθεί ηλεκτρονικά (π. χ. ηλεκτρονικό ταχυδρομείο αντί για τηλέφωνο ή συναντήσεις). Με την ωρίμανση της τεχνολογίας των δικτύων υπολογιστών, η διαφορά κόστους μεταξύ φυσικής και ηλεκτρονικής επικοινωνίας θα γίνεται ολοένα και πιο εμφανής.

➤ **Νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες / Νέα προϊόντα και υπηρεσίες.**
Τέλος, καθώς το Η.Ε. ανοίγει μια τελείως νέα εποχή στις εμπορικές συναλλαγές, προσφέρει παράλληλα την ευκαιρία δημιουργίας εντελώς νέων προϊόντων και υπηρεσιών και μια σειρά από επιχειρηματικές ευκαιρίες στους πρωτοπόρους. Τέτοιες υπηρεσίες περιλαμβάνουν την παροχή δικτύων και δικτυακών υπηρεσιών (π.χ. παροχές υπηρεσιών στο Internet-Internet Service Providers), υπηρεσίες ηλεκτρονικών καταλόγων, συμβουλευτικές υπηρεσίες σε επιχειρήσεις για υιοθέτηση Η.Ε. κ.α.

5.1.3 Αντιμετώπιση της Πρόκλησης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να αποτελέσει σημαντικό όπλο για τις επιχειρήσεις που επιθυμούν (ή είναι υποχρεωμένες από τις συνθήκες της αγοράς) να προβούν σε αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας τους προκειμένου να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν στις συνθήκες του σύγχρονου ανταγωνισμού. Το Η.Ε. μπορεί να βοηθήσει μια επιχείρηση να μεταβάλλει ολοκληρωτικά τη δομή της, περνώντας από πολλά επίπεδα ιεραρχίας σε πιο "οριζόντιες" δομές και συσφίγγοντας τις σχέσεις τις με τους πελάτες και προμηθευτές της.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να τονιστεί για ακόμη μια φορά ότι το Η.Ε. είναι ταυτισμένο με τη χρήση τεχνολογίας για υποστήριξη επιχειρηματικών αλλαγών. Οι επιχειρήσεις που αντιμετωπίζουν το Η.Ε. απλώς σαν ένα τρόπο αυτοματοποίησης και επιτάχυνσης του υπάρχοντος τρόπου λειτουργίας τους δεν μπορούν στις περισσότερες περιπτώσεις να αποκομίσουν ιδιαίτερα οφέλη από αυτό. Αντίθετα, η πλήρης εκμετάλλευση των δυνατοτήτων και ευκαιριών που προσφέρει η χρήση μεθόδων Η.Ε. στην Κοινωνία των Πληροφοριών, επέρχεται μόνο



όταν η τεχνολογία συνδυάζεται με (και υποστηρίζει) τον ανασχεδιασμό των επιχειρηματικών διαδικασιών προς την κατεύθυνση της επίτευξης συγκεκριμένων επιχειρηματικών στόχων. Έτσι οι επιχειρήσεις θα πρέπει να επικεντρώσουν την προσοχή τους στα παρακάτω ζητήματα :

- **Στρατηγική εκμετάλλευση.** Βασικός άξονας και σημείο αναφοράς του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι η υποστήριξη των επιχειρήσεων στην προσπάθειά τους να σχεδιάσουν και να εφαρμόσουν στρατηγικές κινήσεις τέτοιες που θα τους εξασφαλίσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στην αγορά που κινούνται. Έτσι, το Ηλεκτρονικό Εμπόριο δεν αναφέρεται απλά στη χρήση τεχνολογίας για αυτοματοποίηση κάποιων επιχειρηματικών διαδικασιών, αλλά στη στρατηγική εκμετάλλευση της για επίτευξη επιχειρηματικών στόχων.
- **Επικέντρωση σε τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας.** Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να προσφέρει σημαντικά οφέλη σε πολλούς τομείς δραστηριοποίησης μιας επιχείρησης και σε πολλά στάδια της συνολικής λειτουργίας της. Έτσι για παράδειγμα, κλασσικές εφαρμογές Η.Ε. είναι η σύναψη εμπορικής σχέσης (διαπραγμάτευση συμφωνιών), η προώθηση προϊόντων (marketing, διαφήμιση, πωλήσεις), η παράδοση προϊόντων, ο κύκλος της προσφοράς/παραγγελιοδοσίας/τιμολόγησης, οι πληρωμές, κ.α.
- **Τρόπος υιοθέτησης.** Στην πράξη το Η.Ε. απαιτεί μια σειρά επενδύσεων από τις επιχειρήσεις. Πέρα από τις προφανείς επενδύσεις (υλικό, λογισμικό, τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός), το Η.Ε. απαιτεί δέσμευση ανθρώπινων πόρων, εκπαίδευση, κατοχή τεχνογνωσίας και άλλα έμμεσα κόστη που αναφέρονται στην ανάπτυξη κατάλληλης "κουλτούρας" στην επιχείρηση, στον ανασχεδιασμό επιχειρηματικών πρακτικών, κ.α. Στην πράξη, το κόστος υιοθέτησης Η.Ε. μπορεί να είναι πραγματικά πολύ μικρό για μια αρχική εφαρμογή και αυξάνεται όσο μεγαλώνει το μέγεθος της επιχείρησης, οι τομείς δραστηριότητας στους οποίους θα εφαρμοστεί, κ.α. Γενικά, οι επιχειρήσεις που είναι εξοικειωμένες με την εφαρμογή νέων τεχνολογιών δεν αντιμετωπίζουν συνήθως το κόστος επένδυσης σαν ανασχετικό παράγοντα.
- **Συνδυασμός τεχνολογιών.** Το Η.Ε. δεν αποτελεί τεχνολογία από μόνο του. Δεν έγινε δηλαδή κάποια μεμονωμένη τεχνολογική επανάσταση που να κατέστησε δυνατό το Η.Ε. Αντίθετα το Η.Ε. αποτε-



λεί μια ολοκληρωμένη και εμπειριστατωμένη προσπάθεια συνδυασμού νέων τεχνολογιών με απώτερο σκοπό την εξυπηρέτηση των επιχειρήσεων. Έτσι, το Η.Ε. συνδυάζει τεχνολογίες δικτύων υπολογιστών και τεχνολογίες πληροφοριακών συστημάτων, βάσεων δεδομένων, διεπιχειρησιακών Π.Σ. κλπ. με τέτοιο τρόπο που η χρήση τους να είναι εφικτή αλλά και αποδοτική για τις επιχειρήσεις.

5.1.4 Αξιολόγηση της Εισαγωγής του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Όσο είναι αλήθεια ότι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μπορεί να είναι ένα πολύτιμο εργαλείο στα χέρια μιας επιχείρησης, άλλο τόσο επίσης αληθεύει το γεγονός ότι η χρήση του δεν μπορεί να προσδώσει τα ίδια οφέλη σε κάθε είδος και τύπο επιχείρησης. Επιπλέον το Η.Ε. μπορεί να επηρεάσει τη λειτουργία και τη δομή μιας επιχείρησης καθώς επίσης να μεταβάλει τον τρόπο εργασίας και να αναδιαμορφώσει το ρόλο των εργαζομένων. Έτσι είναι απαραίτητο για τις επιχειρήσεις, προτού δεσμεύσουν πόρους σε οποιαδήποτε προσπάθεια, να αξιολογήσουν προσεκτικά τα ακόλουθα :

- μπορεί η χρήση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου να βοηθήσει την επιχείρηση να πετύχει καλύτερα τους στόχους της ;
- σε ποιους τομείς της επιχειρηματικής λειτουργίας είναι προσφορότερο να χρησιμοποιηθούν τεχνολογίες και πρακτικές Ηλεκτρονικού Εμπορίου;
- ποιος συνδυασμός τεχνολογιών μπορεί να επιφέρει τα καλύτερα αποτελέσματα με το μικρότερο δυνατό κόστος επένδυσης και το ελάχιστο ρίσκο ;
- τι είδους και τι έκτασης οργανωτικές αλλαγές θα απαιτήσει η εφαρμογή του Ηλεκτρονικού Εμπορίου μέσα σε μια επιχείρηση ;
- πώς μπορεί το Ηλεκτρονικό Εμπόριο να μεταβάλλει τις σχέσεις μιας επιχείρησης με τους επιχειρηματικούς της εταίρους ;
- πόσο θα τροποποιηθεί ο τρόπος εργασίας των υπαλλήλων της επιχείρησης και τι ανακατατάξεις θα επιφέρει το Η.Ε. στη δομή και την ιεραρχία της εταιρείας καθώς επίσης και στις σχέσεις των εργαζομένων με την επιχείρηση.

Αυτό που σίγουρα απαιτείται είναι μια επιχείρηση να μπορεί να αξιολογήσει σωστά τις ευκαιρίες και τους κινδύνους που μπορεί να συνεπάγεται η υιοθέτηση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, αλλά και να επιλέξει τη σωστή στρατηγική και το πλάνο εφαρμογής του. Κάτι τέτοιο



όμως είναι εξαιρετικά δύσκολο για τους εξής λόγους :

> Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι μια σχετικά καινούρια έννοια και για το λόγο αυτό δεν υπάρχει ακόμη διαθέσιμη σε ευρεία βάση πρακτική εμπειρία που θα βοηθούσε στην αξιολόγηση και ασφαλή εξαγωγή συμπερασμάτων. Έτσι, ο πειραματισμός και η επιχειρηματική διαίσθηση είναι τις περισσότερες φορές οι βασικότεροι μηχανισμοί υιοθέτησης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

> Η αξιολόγηση των ευκαιριών, των δυνατοτήτων αλλά και των κινδύνων που συνεπάγεται η υιοθέτηση μεθόδων Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι εξαιρετικά δυσχερής γιατί εξαρτάται από μια πληθώρα παραγόντων όπως το είδος επιχειρηματικής δραστηριότητας, το μέγεθος της επιχείρησης, ο βαθμός εξοικείωσης της με τη χρήση νέων τεχνολογιών και μοντέρνων μεθόδων διοίκησης, η γενικότερη στρατηγική και θέση της στην αγορά, και πολλοί άλλοι.

5.2 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ INTERNET

Το Internet ή διαδίκτυο όπως είναι γνωστό στα Ελληνικά, αποτελείται από ένα σύνολο υπολογιστών οι οποίοι είναι συνδεδεμένοι μεταξύ τους, δημιουργώντας ένα δίκτυο δικτύων. Το Internet δεν διοικείται και δεν αποτελεί κτήμα κάποιου οργανισμού αλλά αποτελεί μία παγκόσμια κοινωνία χρηστών οι οποίοι επικοινωνούν και ανταλλάσσουν πληροφορίες.

Το Internet δημιουργήθηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1960 από το Υπουργείο Άμυνας της Αμερικής, βασίζεται σε μία ομάδα πρωτοκόλλων, γνωστή ως TCP/IP και σχεδιάστηκε έτσι ώστε να είναι πάντα διαθέσιμο ακόμα και σε περίπτωση που κάποιο κομμάτι του δικτύου (δηλαδή κάποιος υπολογιστής συνδεδεμένος σε αυτό) διακόψει για κάποιο λόγο τη λειτουργία του. Για την υπέρβαση μιας τέτοιας προβληματικής και σίγουρα ανεπιθύμητης κατάστασης, τα μεταφερόμενα πακέτα δρομολογούνται μέσω διαφορετικού δρομολογίου στον τελικό προορισμό τους. Με άλλα λόγια, τα πακέτα, στέλνονται μέσω διαφορετικών διαδρομών (ανάλογα με τη διαθεσιμότητα του δικτύου) και συναρμολογούνται στον τελικό τους προορισμό.

Στην «εικονική» κοινωνία του Internet όμως, κυρίαρχο χαρακτηριστικό παραμένει η συνύπαρξη εκατομμυρίων χρηστών από ολόκληρο τον κόσμο. Σε αυτούς περιλαμβάνονται:



- απλοί πολίτες που συνδέονται από τον προσωπικό τους χώρο στο δίκτυο,
- στελέχη επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν το διαδίκτυο είτε για προσωπικούς λόγους είτε για την εξυπηρέτηση των αναγκών του οργανισμού για τον οποίο εργάζονται.

Προκειμένου αυτοί να έχουν πρόσβαση στο δίκτυο είναι απαραίτητο να συνδέονται (κυρίως μέσω modem) σε κάποιον παροχέα υπηρεσιών Internet (Internet Service Provider – ISP). Πρόκειται για οργανισμούς - επιχειρήσεις που δημιουργήθηκαν για να καλύψουν τις ανάγκες που έχουν προκύψει στο νέο περιβάλλον του κυβερνοχώρου και μέσω των web εξυπηρετητών (web servers) που διαθέτουν, έχουν τη δυνατότητα να συνδέουν τους τελικούς χρήστες με το διαδίκτυο.

5.2.1 Χρήση του Internet

Ο αριθμός των συνδεδεμένων με το Internet υπολογιστών αυξάνεται ραγδαία. Αυτό το γεγονός μεταφράζεται πρακτικά, σε πολλαπλάσια αύξηση του αριθμού των χρηστών του. Με τον τρόπο αυτό ενισχύεται και η ικανότητα του Internet να αποτελέσει μέσο προώθησης και ενημέρωσης. Άλλωστε συστηματικές επιστημονικές έρευνες επικροτούν την επιλογή του ως μέσο προώθησης και διαφήμισης και πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών σε συγκεκριμένα κοινά-στόχους (target groups). Τελικά το Internet προσφέρει τεράστιες δυνατότητες πραγματοποίησης εμπορικών συναλλαγών για τους χρήστες του.

5.2.2 Σημερινή Κατάσταση και Προοπτικές

Η χρήση του Internet έχει παρουσιάσει παγκοσμίως σημαντική άνοδο από τη στιγμή της εμφάνισης του. Ο αριθμός των υπολογιστών που είναι μόνιμα συνδεδεμένοι με το Internet έχει αυξηθεί από 1.313.000 τον Ιανουάριο του 1993 στα 29.670.00 τον Ιανουάριο του 1998. Η τάση αυτή θα συνεχιστεί και τα επόμενα χρόνια, με τον συνολικό αριθμό των συνδεδεμένων με το Internet υπολογιστών να φτάνει τα 268 εκατομμύρια το 2001. Παράλληλα το σύνολο των υπολογιστών (web servers), που φιλοξενούν και δημοσιεύουν ιστοσελίδες, (web pages) το Φεβρουάριο του 1998 μετρήθηκαν στα 1,9 εκατομμύρια σε ολόκληρο τον κόσμο. Ειδικότερα στην Ευρώπη η ανάπτυξη υπήρξε σημαντική αφού ο αριθμός των web server αυξήθηκε από τις 303.828 τον Ιανουάριο του 1993 στα



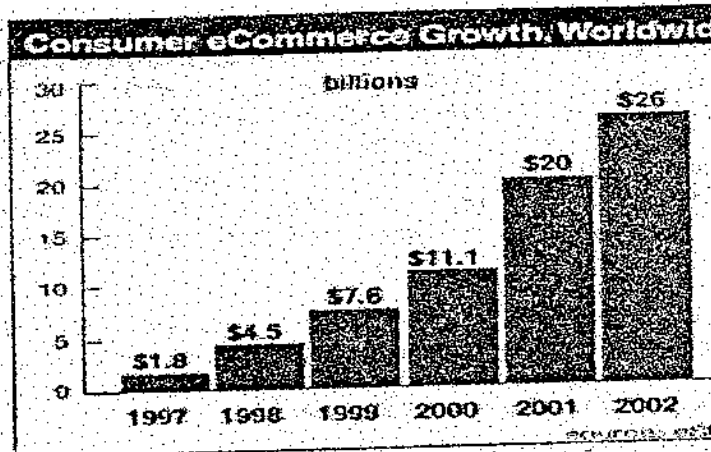
5.942.491 τον Ιανουάριο του 1998, Ακόμα, σύμφωνα με εκτιμήσεις από έρευνα της Morgan Stanley υπολογίζεται ότι υπάρχουν περίπου 35 εκατομμύρια χρήστες του Internet σήμερα και αναμένεται μέχρι το 2000 να φτάσουν τα 150 εκατομμύρια.

Παράλληλα με την αύξηση του αριθμού των συνδεδεμένων χρηστών στο Internet έχει παρατηρηθεί και αύξηση της χρήσης του για εμπορικούς σκοπούς, γεγονός που δηλώνει τον ταχύτατο ρυθμό μετατροπής του δικτύου σε κανάλι επικοινωνίας και επιχειρηματικών συναλλαγών.

Σύμφωνα με την έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την εταιρία 100 τον Ιανουάριο του 1998, εκτιμάται ότι τα κέρδη από το Ηλεκτρονικό Εμπόριο μέσω Internet στη Δυτική Ευρώπη θα αυξηθούν από 1 δισεκατομμύριο δολάρια το 1997 στα 30 δισεκατομμύρια δολάρια το 2001. Στην ίδια έρευνα αναφέρεται ότι ο αριθμός των συσκευών πρόσβασης στο Internet στη Δυτική Ευρώπη θα αυξηθεί από 14,2 εκατομμύρια το 1997 στα 58 εκατομμύρια το 2001, αριθμοί που αντιστοιχούν σε 56 εκατομμύρια χρήστες. Αυτό σημαίνει ότι το 4,3% του πληθυσμού της Δυτικής Ευρώπης είναι χρήστες του διαδικτύου.

Στις Η.Π.Α όπου υπολογίζεται ότι η χρήση του Internet βρίσκεται ένα με δύο χρόνια μπροστά από την Ευρώπη, μία πρόσφατη έρευνα έδειξε ότι 7% των Αμερικάνικων νοικοκυριών έχουν ήδη αγοράσει προϊόντα ή υπηρεσίες μέσω του Internet. Το 9% των κατασκευαστικών εταιριών στην Αμερική διενεργούν on line πωλήσεις, ενώ ένα ποσοστό 12% προγραμματίζει να κάνει το ίδιο μέσα στους επόμενους 15 μήνες.

Οι παράγοντες που επέφεραν την εντυπωσιακή άνοδο στις πωλήσεις προϊόντων και υπηρεσιών που διατίθενται μέσω του Internet είναι κυρίως η διάδοση της χρήσης των προσωπικών υπολογιστών και των modems, όπως και η βελτίωση της τεχνολογιών ασφάλειας και φιλικότητας των εφαρμογών. Όπως φαίνεται στο σχήμα που ακολουθεί, υπολογίζεται ότι οι πωλήσεις μέσω του Internet θα αυξηθούν από 1.8 δις δολάρια το 1997 σε 4.5 δις δολάρια μέχρι το τέλος του 1998 και στα 26 δις μέχρι το 2002.



Σύμφωνα με τις μέχρι τώρα έρευνες έχει γίνει φανερό ότι οι καταναλωτές χρησιμοποιούν το Internet κυρίως για αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με τα προϊόντα που τους ενδιαφέρουν, αλλά η τελική αγορά του προϊόντος γίνεται κατά κύριο λόγο στον φυσικό χώρο πώλησης και όχι μέσω on line συναλλαγών.

Σε έρευνα της εταιρείας Nielsen σχετικά με τη χρήση του www βρέθηκε ότι το 73% των χρηστών διαθέτουν μέρος του χρόνου τους στην αναζήτηση πληροφορίας για κάποιο συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία μέσω του Web. Περισσότεροι από τους μισούς αυτούς χρήστες (το 53%) εκτελούν εξειδικευμένη αναζήτηση κατά την προσπάθεια λήψης απόφασης για την αγορά κάποιου αγαθού. Στην on line αγορά προϊόντων καταλήγουν περίπου το 15% αυτών (περίπου 5,6 εκατομμύρια άτομα).

Σε εθνικό επίπεδο σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την FOCUS το 1996 (δείγμα 50.000), ο αριθμός των χρηστών έχει φτάσει στο 1,3% του πληθυσμού ενώ ένα ποσοστό 6,3% σκοπεύει να ξεκινήσει στο άμεσο μέλλον τη χρήση του Internet. Ενδεικτικό του υψηλού ρυθμού ανάπτυξης του, είναι το γεγονός ότι μόνο μέσα στους πρώτους τρεις μήνες του 1996 ο αριθμός των χρηστών αυξήθηκε κατά 60%.

5.2.3 Οφέλη από τη Χρήση του Internet

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα του Internet, που οδηγούν στην επιλογή του ως μέσο ενημέρωσης και προώθησης, παρουσιάζονται παρακάτω:

- **Ευρεία κάλυψη.** Το Internet είναι από τη φύση του ένα διεθνές δίκτυο και προσφέρει τη δυνατότητα παγκόσμιας παρουσίας.



- **Εύκολη χρήση.** Η χρήση του δικτύου, παρά το γεγονός ότι αποτελεί νέα τεχνολογία, δεν κρίνεται ιδιαίτερα δύσκολη. Αυτό διευκολύνεται από τις γραφικές διεπαφές που προσφέρει, συνδυάζοντας έτσι την άριστη απεικόνιση της πληροφορίας με τις προηγμένες δυνατότητες φιλικής προς το χρήστη αλληλεπίδρασης. Αποτέλεσμα των παραπάνω χαρακτηριστικών είναι η γρήγορη εξοικείωση των νέων χρηστών με το περιβάλλον του.
- **Χαμηλό κόστος.** Το κόστος χρήσης του Internet είναι εξαιρετικά χαμηλό. Το ίδιο ισχύει και για το κόστος ανάπτυξης, λειτουργίας και συντήρησης ενός κόμβου στο Internet (Web site). Μάλιστα η αύξηση του αριθμού των χρηστών ωθεί νέες επιχειρήσεις να ασχοληθούν με τον τομέα της παροχής υπηρεσιών Internet (Internet Service Providers), με συνέπεια ο αυξανόμενος ανταγωνισμός να αποβαίνει σε όφελος του τελικού χρήστη (με τη μορφή χαμηλότερων συνδρομών και προσφορών).

Τα παραπάνω πλεονεκτήματα, σε συνδυασμό με τον αυξανόμενο αριθμό των χρηστών αποτελούν κίνητρο για τις επιχειρήσεις να επενδύσουν στο Internet. Το Internet προσφέρει νέες επιχειρηματικές-δυνατότητες, παρέχει εύκολη πρόσβαση σε νέες αγορές και μπορεί να εξασφαλίσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις εταιρίες που θα το χρησιμοποιήσουν.

5.2.4 Τύποι Επιχειρηματικών Εφαρμογών στο Internet

Εξετάζοντας διεξοδικά τη παρουσία των εταιριών στο Internet, σε μια προσπάθεια κατηγοριοποίησης των εφαρμογών αυτών που απευθύνονται κυρίως στον καταναλωτή, μπορούμε να διακρίνουμε τρεις (3) βασικές κατηγορίες επιχειρηματικής δραστηριότητας στο Internet :

- **Παρουσία - Διαφήμιση προϊόντων και υπηρεσιών.** Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το Internet, ως ένα εναλλακτικό μέσο διαφήμισης και προβολής της επιχείρησης.
- **Παροχή Πληροφοριών & Υπηρεσιών.** Η κατηγορία αυτή περιλαμβάνει επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το Internet, για την παροχή πληροφοριών & υπηρεσιών στους χρήστες. Εδώ ανήκουν επιχειρήσεις όπως δημοσιογραφικοί οργανισμοί, επιχειρήσεις του ημερήσιου και περιοδικού τύπου, συμβουλευτικοί



οργανισμοί που παρέχουν συμβουλές σε νομικά, λογιστικά, ιατρικά κ.α. θέματα, τουριστικοί οργανισμοί κ.λ.π.

- **Εμπορικές Συναλλαγές.** Οι εφαρμογές αυτές αφορούν στην πώληση προϊόντων και υπηρεσιών. Αντιπροσωπευτικό παράδειγμα, αποτελούντα ηλεκτρονικά καταστήματα στο χώρο του λιανεμπορίου, όπως είναι τα ηλεκτρονικά βιβλιοπωλεία ή οι εφαρμογές στο χώρο του τουρισμού.

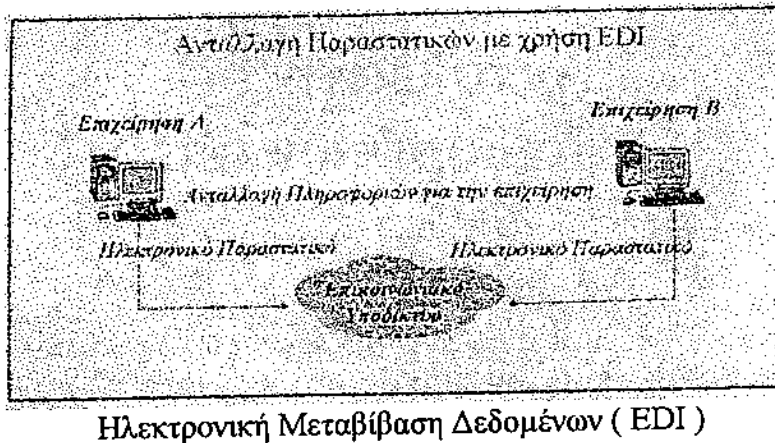
5.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ (EDI)

Μια από τις πιο σημαντικές τεχνολογίες του Ηλεκτρονικού Εμπορίου είναι η Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων (Electronic Data Interchange – EDI). Το EDI είναι μια νέα τεχνολογία που παρέχει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να ανταλλάσσουν με ηλεκτρονικό τρόπο τα εμπορικά τους έγγραφα / παραστατικά (π.χ. παραγγελίες, τιμολόγια, τιμοκατάλογοι κ.λ.π.). Το EDI ως τεχνολογία χρησιμοποιείται ευρύτατα σε όλες τις προηγμένες χώρες του κόσμου και τείνει πλέον να αποτελέσει κοινή επιχειρηματική πρακτική για τις επιχειρήσεις και τους δημόσιους οργανισμούς. Στην Ελλάδα, η χρήση του έχει εξαπλωθεί και έχουν ήδη καταγραφεί αρκετές εφαρμογές σε διάφορους κλάδους της οικονομίας, κυρίως όμως στο λιανεμπόριο. Προς την κατεύθυνση αυτή σημαντική ήταν η βοήθεια των εθνικών και κοινοτικών προγραμμάτων, με τα οποία ενημερώθηκαν και χρηματοδοτήθηκαν οι Ελληνικές επιχειρήσεις για την ανάπτυξη EDI εφαρμογών (π.χ. Κλαδικά έργα EDI).

Αξίζει να τονίσουμε ότι ήδη σε πολλές χώρες της Αμερικής αλλά και της Δυτικής Ευρώπης έχει επικρατήσει η πρακτική: "No EDI – No Business", που ουσιαστικά αποκλείει τις επιχειρήσεις που δεν χρησιμοποιούν EDI αλλά κατ' επέκταση και ολόκληρες οικονομίες, από τη διεθνή εμπορική σκηνή. Έτσι, κάθε επιχείρηση που δεν θα αντιμετωπίσει σήμερα το EDI και το Η.Ε. ως επιχειρηματική ευκαιρία για την απόκτηση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων, είναι δεδομένο ότι θα το αντιμετωπίσει αύριο ως απειλή για την ίδια της την ύπαρξη.

Πιο απλά, όπως φαίνεται και στο σχήμα, το EDI είναι η μέθοδος της μεταφοράς δεδομένων μεταξύ οργανισμών, όπου τα δεδομένα της συναλλαγής περνούν από τον υπολογιστή του ενός οργανισμού στον υπολογιστή του άλλου, χωρίς να χρειάζεται ανθρώπινη παρέμβαση για την ερμηνεία ή την αντιγραφή των στοιχείων αυτών. Για να υλοποιηθεί η αυτόματη μεταφορά, οι πληροφορίες θα πρέπει να είναι δομημένες

σύμφωνα με προκαθορισμένη μορφή έτσι ώστε ο υπολογιστής να μπορεί να τις "μεταφράσει" στο μορφότυπο (format) των εσωτερικών εφαρμογών για να ενημερώσει τα αρχεία ή τις βάσεις δεδομένων του συγκεκριμένου οργανισμού.



Το EDI αποτελεί τεχνολογία που υποστηρίζει την πραγματοποίηση τη μεταβίβασης δεδομένων μεταξύ επιχειρήσεων ελαχιστοποιώντας τα λάθη βελτιώνοντας την ροή των χρημάτων και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, μειώνοντας τα αποθέματα και επιταχύνοντας καθολικά τη διαδικασία των συναλλαγών. Το EDI συχνά αναφέρεται και ως "εμπόριο χωρίς έγγραφα" γιατί συνδυάζει τις δυνατότητες των υπολογιστών και των τηλεπικοινωνιακών δικτύων με στόχο την αντικατάσταση των έντυπων παραστατικών / εγγράφων από στις εμπορικές συναλλαγές. Η τεχνική EDI αποτελεί αποδοτικό μέσο επικοινωνίας μεταξύ συνεργαζομένων οργανισμών.

5.3.1 Οφέλη από τη Χρήση του EDI

Τα οφέλη από τη χρήση του EDI μπορούν να διακριθούν σε τρεις βασικές κατηγορίες :

- **Λειτουργικά οφέλη.** Τα οφέλη αυτά έχουν άμεσο αντίκτυπο στις καθημερινές λειτουργίες του οργανισμού και συνήθως γίνονται αισθητά σε ορισμένα μόνο τμήματα του. Σε αυτά περιλαμβάνονται:
 - μείωση διαφόρων παραμέτρων κόστους, όπως μείωση στους



λογαριασμούς χαρτιού και στα ταχυδρομικά έξοδα, μείωση του κόστους αποθήκευσης (αφού πλέον διατηρείται μειωμένο απόθεμα) που εκφράζεται σε κόστος αποθηκευτικού χώρου, ασφάλιση αποθέματος, προσωπικό φύλαξης αποθηκών κλπ.,

- μείωση του κόστους επεξεργασίας στοιχείων από ανθρώπινο δυναμικό που σχετίζεται με τη μείωση (ή και εξάλειψη) της χειρωνακτικής εισαγωγής, διόρθωσης και επιβεβαίωσης στοιχείων από και προς τον υπολογιστή,

- βελτιωμένη διαχείριση ρευστών διαθεσίμων, καθώς με τη χρήση EDI αναφέρονται σημαντικές βελτιώσεις στη διαδικασία σύνδεσης τιμολογίων, παραγγελιών και παράδοσης προϊόντων. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι μεγαλύτερο πλήθος τιμολογίων εξοφλούνται έγκαιρα,

- αποφυγή των λαθών που παρατηρούνται κατά τη μεταφορά των στοιχείων των συναλλαγών από το ένα μέσο (έγγραφο) στο άλλο (υπολογιστής) και παράλληλη μείωση σφαλμάτων, όπως η λανθασμένη αποστολή παραγγελιών και άλλων στοιχείων συναλλαγών.

➤ **Στρατηγικά οφέλη.** Πρόκειται για οφέλη κρίσιμα και μακροπρόθεσμης σπουδαιότητας για τη λειτουργία του οργανισμού, που επηρεάζουν άμεσα την δραστηριότητα του. Τα οφέλη αυτά αφορούν κυρίως:

- Την επιτάχυνση του εμπορικού κύκλου. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό γιατί σημαίνει αυξημένη ροή προϊόντων και κεφαλαίων και κατ' επέκταση μεγαλύτερη εμπορική και επιχειρηματική δραστηριοποίηση,

- Τη δυνατότητα just-in-time παραγωγής που σημαίνει δυνατότητα άμεσης διεκπεραίωσης μικρού όγκου παραγγελιών τη στιγμή που θα υπάρξει ζήτηση. Χωρίς αυτή τη δυνατότητα οι βιομηχανίες είναι υποχρεωμένες να δεσμεύουν κεφάλαια σε μορφή αποθέματος ώστε να υπάρχουν αποθέματα όταν παρουσιαστεί ανάγκη. Το EDI, επιταχύνοντας τις διαδικασίες των παραγγελιών και των πωλήσεων υποβοηθά την υιοθέτηση της τεχνικής just-in-time, αποδεσμεύει τα κεφάλαια, συμβάλλει στη γρήγορη διακίνηση του αποθέματος και την μείωση στο ελάχιστο της απαξίωσης των αποθεμάτων αφού πλέον οι επιχειρήσεις διατηρούν την ελάχιστη μόνο ποσότητα αποθέματος,



- Τη μείωση του χρόνου παράδοσης των παραγγελιών που προκύπτει από την κατάργηση των εγγράφων (η διακίνηση των οποίων συχνά καθυστερεί) και την ταχύτερη διακίνηση των προϊόντων. Έτσι, οι επιχειρήσεις που μπορούν να επιτύχουν τη γρήγορη και έγκαιρη παράδοση των παραγγελιών αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά μέσω των καλύτερων υπηρεσιών που προσφέρουν στους πελάτες τους.

➤ **Περιστασιακά οφέλη.** Τα οφέλη της κατηγορίας αυτής δεν είναι κατ' ανάγκη κρίσιμα για τις τρέχουσες λειτουργίες του οργανισμού αλλά βελτιώνουν τη θέση της επιχείρησης στην αγορά. Τα οφέλη αυτά περιλαμβάνουν:

- Την ενίσχυση του γοήτρου και της φήμης μέσα στην αγορά,
- Καλύτερες σχέσεις με τους εμπορικούς εταίρους, που οφείλονται στην αποδοτικότερη ροή πληροφοριών μεταξύ τους και, κατά συνέπεια, στην αρμονικότερη συνεργασία τους,
- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των επιχειρήσεων που δεν

κάνουν χρήση EDI. Καθώς οι χρήστες του EDI αυξάνονται, παρατηρείται το φαινόμενο οι επιχειρήσεις να διαλέγουν τους συνεργάτες τους ανάλογα και με αυτό το κριτήριο. Έτσι, μια επιχείρηση έχει μεγαλύτερες πιθανότητες να αντεπεξέλθει στον ανταγωνισμό και να διασφαλίσει τη θέση της στην αγορά.

Χωρίς αμφιβολία, τα ποικίλα πλεονεκτήματα που απορρέουν από το EDI δεν προκύπτουν χωρίς κόστος. Το κόστος αυτό περιλαμβάνει τόσο την αρχική επένδυση, που δεν είναι ευκαταφρόνητη, όσο και τα λειτουργικά έξοδα.

Πάντως, τα πλεονεκτήματα που εμφανίζονται, και που είναι τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα, σίγουρα αντισταθμίζουν το κόστος. Αυτό που θα πρέπει πάντως να επισημανθεί είναι πως τα πλεονεκτήματα αυξάνουν σημαντικά και υπερβαίνουν κατά πολύ το κόστος με την επίτευξη αυτού που ονομάζεται "κρίσιμη μάζα χρηστών". Δηλαδή, με την αύξηση του αριθμού των συναλλασσόμενων εταίρων που χρησιμοποιούν EDI και τη διενέργεια όσο το δυνατό μεγαλύτερου όγκου συναλλαγών μέσω EDI. Κάτω από αυτές τις προϋποθέσεις, η επένδυση στο EDI είναι απόλυτα δικαιολογημένη και αποσβένεται πολύ γρήγορα. Αυτός είναι άλλωστε και ο λόγος που συντελεί ώστε οι εφαρμογές EDI να μην αναπτύσσονται μεμονωμένα από τις διάφορες επιχειρήσεις αλλά



μέσα στα πλαίσια μιας ομάδας επιχειρήσεων - χρηστών, ώστε να εξασφαλίζεται εκ των προτέρων και στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό η "κρίσιμη μάζα". Όταν μελλοντικά θα καταστεί εφικτή η διασύνδεση μεταξύ διαφορετικών ομάδων χρηστών EDI και η τεχνική θα χρησιμοποιείται λίγο ή πολύ με την ίδια ευκολία και στην ίδια έκταση που χρησιμοποιείται σήμερα το τηλέφωνο ή το fax, τότε θα υπάρξει πλήρης μεγιστοποίηση της ωφέλειας από τη χρήση του EDI. Και βέβαια η πραγματοποίηση αυτών των προβλέψεων δε θα πρέπει να τοποθετηθεί στο πολύ μακρινό μέλλον.

Θα πρέπει πάντως να επισημανθεί ότι η οικονομική απόδοση ενός συστήματος EDI δεν είναι εύκολα μετρήσιμη, εξαιτίας των παρακάτω γεγονότων:

- είναι δύσκολη η αποτίμηση της διαχείρισης κάθε σελίδας ενός διοικητικού ή εμπορικού εγγράφου, έτσι ώστε να συγκριθεί το κόστος αυτό με το αντίστοιχο κόστος του EDI
- θα πρέπει να συνεκτιμηθούν παράγοντες όπως η αύξηση της αποδοτικότητας και της παραγωγικότητας του εργατικού δυναμικού, διαδικασία από την οποία είναι δύσκολο να εξαχθούν ακριβή αποτελέσματα.

5.3.2 Αυτοματοποίηση των Συναλλαγών στο Κλάδο του Λιανικού Εμπορίου μέσω EDI και INTERNET

Για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο του λιανικού εμπορίου, όπως είναι το super-market, η πιο σημαντική επιχειρηματική πρόκληση είναι ο αποτελεσματικός έλεγχος του ύψους των αποθεμάτων τους. Οι εμπορικοί συνεργάτες μιας επιχείρησης super-market είναι οι προμηθευτές της, οι μεταφορείς και οι χρηματοοικονομικοί οργανισμοί (τράπεζες). Οι βασικές λειτουργίες που επηρεάζονται αφορούν τις προμήθειες προϊόντων, τη διαχείριση των πληρωτέων λογαριασμών και τη λήψη των προϊόντων. Εξαιτίας αυτού του γεγονότος, η χρήση του EDI ενδείκνυται για:

- την αποστολή τιμοκαταλόγων
- την παραγγελιοδοσία
- τη λήψη του τιμολογίου,
- τη λήψη των εγγράφων που συνοδεύουν τα εμπορεύματα



- την αποστολή εντολών πληρωμής κλπ.

Μια επιχείρηση super-market εισερχόμενη στο κόσμο του internet, μπορεί αρχικά να το εκμεταλευτεί ως μέσο παρουσίασης και διαφήμισης, και αργότερα αφού αποκτήσει την κατάλληλη τεχνογνωσία, να το χρησιμοποιήσει σαν εμπορικό κανάλι. Εξάλου η χρήση του internet με στόχο την απλή παρουσία, μπορεί να γίνει με ευκόλο τρόπο και με μικρό κόστος. Όπως προαναφέραμε στο δεύτερο κεφάλαιο το internet είναι ο έμμεσος τρόπος με τον οποίο ο καταναλωτής και το super-market μπορεί να βρίσκεται σε επικοινωνία. Δηλαδή το super-market να ενημερώνει τον πελάτη για τις προσφορές των προϊόντων μέσω του κινήτου τηλεφώνου του ή ο πελάτης να δημιουργεί μια λίστα αγορών μέσω του καταλόγου του καταστήματος που θα βρεί στην ηλεκτρονική σελίδα στο internet.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

6.1. ΓΕΝΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ

Στο σημείο αυτό θα αναλύσουμε για κάθε μηχανογραφική εφαρμογή τα βασικά αρχεία που τηρεί κάθε μια από αυτές, τι ρόλο παίζει κάθε αρχείο, με πιθανή ονομασία θα το δούμε στις εφαρμογές που κυκλοφορούν στην αγορά λογισμικού και τέλος ποίο μέγεθος πρέπει να ορίσουμε σε αυτό.

Συγκεκριμένα όσον αφορά το μέγεθος του αρχείου είναι γεγονός ότι ποτέ δεν μπορούμε να ορίσουμε ακριβώς τον επακριβή αριθμό και για τον λόγο αυτό υπάρχει σε όλες τις εφαρμογές ή εργασία της *Αλλαγής του μεγέθους* αυτών.

Επίσης με την εργασία του αυτόματου κλεισίματος κάθε έτους μεταφέρεται ο αριθμός των μεγεθών στην επόμενη χρήση είτε αυτόματα είτε μπορούμε να τον συμβουλευθούμε από τα αρχεία της προηγούμενης χρήσης.

Αν όμως τηρούμε για πρώτη φορά μηχανογραφικά αρχεία για μια επιχείρηση πρέπει να κάνουμε μια σειρά από απλές σκέψεις για να ορίσουμε όσο το δυνατόν καλύτερα τον αριθμό των μεγεθών τους.

Ο λόγος είναι ότι ορίζοντας όσο το δυνατόν καλύτερα το μέγεθος αυτών δεν θα βρεθούμε στην δυσάρεστη θέση ενώ έχουμε φθάσει να καταχωρήσουμε μια εγγραφή να μη υπάρχει χώρος στο οποιαδήποτε αρχείο (αν και στις περισσότερες σύγχρονες εφαρμογές υπάρχει σχετική προειδοποίηση), επιπρόσθετα δε από τεχνικής πλευράς όταν το αρχείο έχει ορισθεί από την αρχή να καλύψει περίπου όλες τις ανάγκες φαντασθείτε το σαν να καλύπτει στην επιφάνεια των μαγνητικών μέσων μια περιοχή όπως ένα τραγούδι σε ένα δίσκο πικάπ οπότε έχουμε γρήγορη ανεύρεση μιας πληροφορίας και με λιγότερη χρήση ενέργειας και των εν γένει μηχανικών μέσων του Η/Υ.

Εάν πάλι ορίσουμε μικρά τα δεδομένα των αρχείων και κάθε φορά αλλάζουμε το μέγεθος αυτών "στα τυφλά" με μικρές αυξήσεις των μεγεθών τους τότε το λειτουργικό σύστημα υπάρχει περίπτωση να διασπάσει ένα αρχείο σε πολλά μικρά κομμάτια μέσα στον δίσκο οπότε καταλαβαίνει κάποιος ότι για την ανεύρεση μιας πληροφορίας θα απαιτείται περισσότερος χρόνος και ενέργεια σε ένα Η/Υ.

Επίσης σε περιπτώσεις που θα υπάρξει σοβαρή βλάβη στα μηχανογραφικά αρχεία και θα απαιτείται ειδική συντήρηση και επικόλληση αυτών άλλο είναι να ανιχνεύσεις τα στοιχεία σε ένα αρχείο που είναι περίπου ενιαίο στο μεγαλύτερο μήκος αυτού και πάρα πολύ πιο



δύσκολο έως και ανέφικτο πολλές φορές για ένα αρχείο που είναι διασπαρμένο σε πολλές ενότητες στο μαγνητικό μέσο.

θα κάνουμε μια μικρή ανάλυση για τα αρχεία ανάλογα με το περιεχόμενο αυτών μια και μερικά από αυτά χρησιμοποιούνται είτε για απλή αποθήκευση είτε για επεξεργασία στοιχείων.

Διακρίνουμε λοιπόν τα αρχεία ως ακολούθως:

- Βασικά ή Κύρια αρχεία (master files) που είναι τα αρχεία Ειδών, Πελατών, Προμηθευτών, Λογιστικού σχεδίου κ.λ.π. με τα βασικά στοιχεία μιας καρτέλας π.χ. Πελάτη όπως Επωνυμία, Α.Φ.Μ., Διεύθυνση κ.λ.π.
- Αρχεία κινήσεων (transaction files) που περιέχουν τις καθημερινές κινήσεις με τις οποίες χρεώνεται ή πιστώνεται κάθε καρτέλα Πελάτη ή Προμηθευτή ή Είδους κ.λ.π.
- Αρχεία Δεικτών (index files) που είναι τα αρχεία που χρησιμεύουν σαν ένας ειδικός πίνακας περιεχομένων παρέχοντας μέσω των αντιστοίχων δεικτών τις θέσεις των διαφόρων εγγραφών σε άλλα αρχεία.
- Βοηθητικά αρχεία (auxiliary files) είναι τα αρχεία που χρησιμοποιούνται σαν βοηθητικά στα βασικά αρχεία και τα αρχεία κινήσεων περιέχοντας διάφορους πίνακες, παραμέτρους κ.λ.π.

6.2 Ανάλυση Γενικής Λογιστικής

Οι εφαρμογές της Γενικής Λογιστικής χρησιμοποιούν τα εξής κύρια στοιχεία, ανάλογα με το πρόγραμμα που χρησιμοποιούμε:

□ Το αρχείο Λογαριασμών του Λογιστικού Σχεδίου

Ανάπτυξη του Ε.Γ.Λ.Σ. μέχρι και 4ο βαθμό. Δηλώνουμε συνήθως πόσους λογαριασμούς όλων των βαθμών θα αναπτύξουμε για να δεσμεύσουμε τον ανάλογο χώρο στον δίσκο.

□ Το αρχείο των Οριστικών εγγραφών

Δηλώνουμε πόσες εγγραφές υπολογίζουμε ότι θα καταχωρήσουμε όλη την χρονιά (οριστικές εγγραφές) για δέσμευση χώρου.

Τον αριθμό μπορούμε να τον υπολογίσουμε στο περίπου, αν τηρούμε μηχανογράφηση για πρώτη φορά, υπολογίζοντας πόσα περίπου φύλλα είχαμε χρησιμοποιήσει στα χειρόγραφα βιβλία επί τις σειρές που είχε η κάθε σελίδα στο βιβλίο μας, υπολογίζοντας δε και την πιθανή αύξηση των εγγραφών στην παρούσα χρήση.



□ **Το αρχείο των Προσωρινών εγγραφών**

Παρομοίως και εδώ όπως ανωτέρω αλλά για τις προσωρινές εγγραφές. Συνήθως υπολογίζουμε εγγραφές για 1-2 μήνες με τον ίδιο τρόπο.

□ **Το αρχείο των Ημερολογίων**

Δηλώνουμε πόσα Ημερολόγια θα τηρήσουμε, π.χ. Διαφόρων Πράξεων, Ταμείου, Απογραφών κ.λ.π.

□ **Το αρχείο των Παραστατικών**

Δηλώνουμε πόσους τύπους Παραστατικών θα τηρήσουμε π.χ. Αγορών με Πίστωση, Αγορών τοις Μετρητοίς, Ταμειακές εγγραφές Συμψηφιστικές κ.λ.π. Τα παραστατικά αυτά τα συσχετίζουμε πάντα με αντίστοιχα ημερολόγια έτσι ώστε να ελαχιστοποιούμε τις πιθανότητες λανθασμένων εγγραφών. .

□ **Το αρχείο των Προκατασκευασμένων Άρθρων**

Έχουμε την Δυνατότητα να προκατασκευάζουμε διάφορα άρθρα το οποία είναι δύσκολο, αφ' ενός μεν να τα θυμόμαστε π.χ. μισθοδοσίας αφ' ετέρου έχουμε άρθρα αγορών ή πωλήσεων που κινούν πάντα του ίδιους λογαριασμούς, οπότε δηλώνουμε στα άρθρα αυτά τους λογαριασμούς που επιθυμούμε και όταν τα καλούμε με κάποια ειδική διαδικασία έχουμε μόνο να συμπληρώσουμε τα ποσά στους αντίστοιχους λογαριασμούς. Δηλώνουμε λοιπόν πόσα τέτοια άρθρα θα θέλαμε.

□ **Το αρχείο των Αιτιολογιών**

Μπορούμε να ορίσουμε εκ των προτέρων ορισμένες τυποποιημένες αιτιολογίες για να τις καλούμε όποτε θέλουμε χωρίς να χρειάζεται να τις αναπτύσσουμε κάθε φορά που τις χρειαζόμαστε.

Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι τα νούμερα που θα δηλώσουμε δεν είναι ποτέ δεσμευτικά και ότι έχουμε την δυνατότητα σε περίπτωση που μεγαλώσουν οι απαιτήσεις της εταιρίας δύνανται να αυξηθούν μεταγενέστερα.

Ο μόνος περιορισμός που υπάρχει για την αύξηση του όγκου των δεδομένων είναι μόνο η χωρητικότητα του σκληρού δίσκου.

Ειδικότερα για το Αρχείο Λογαριασμών

Κάθε εγγραφή στο αρχείο λογαριασμών περιλαμβάνει τα εξής συνήθως:

1. Τον Κωδικό του λογαριασμού σύμφωνα με ότι προβλέπει το Ε.Γ.Λ.Σ.

2. Την Περιγραφή του λογαριασμού πάλι σύμφωνα με το Ε.Γ.Λ.Σ.

(υπάρχει βέβαια δυνατότητα μικρών αλλαγών στην περιγραφή εκτός των υπογραμμισμένων)



3. Τον Τύπο του λογαριασμού, όπου ορίζουμε αν είναι γενικά του Ενεργητικού ή Παθητικού, αν είναι Εσόδων ή Εξόδων, αν είναι Αγορών ή Πωλήσεων ή Αποτελεσματικός κ.λ.π.
4. Την Φύση του λογαριασμού, δηλαδή αν συνήθως Χρεώνεται ή Πιστώνεται έτσι ώστε όταν καλούμε τον λογαριασμό σε μία εγγραφή το πρόγραμμα να θέτει στον χρήστη άμεσα την ευχέρεια της Χρέωσης ή της Πίστωσης αντίστοιχα.
5. Τις δυνατές τιμές Χρεωστικού ή Πιστωτικού υπολοίπου του λογαριασμού, έτσι ώστε να εξασφαλίζουμε την δυνατότητα μερικοί λογαριασμοί να μην έχουν π.χ. Πιστωτικό υπόλοιπο (λογ. Ταμείου κ.λ.π.).
6. Αν είναι λογαριασμός Παγίων, δυνατότητα ορισμού των απαραίτητων στοιχείων για την τήρηση των αποσβέσεων (ημερομηνία κτήσης, ποσοστό αποσβέσεων, υπολειμματική αξία κ.λ.π.).
7. Αν είναι λογαριασμός Πελατών ή Προμηθευτών, τα απαραίτητα στοιχεία που προβλέπει ο Κ.Β.Σ. για την κατάσταση του Κ.Ε.Π.Υ.Ο. (Πλήρη στοιχεία Διεύθυνσης, Α.Φ.Μ., Δ.Ο.Υ., Επάγγελμα, Τηλέφωνο)

Ειδικότερα για το Αρχείο Κινήσεων (εγγραφών)

Το αρχείο Κινήσεων εγγραφών το συναντήσαμε σαν Κινήσεις Ημέρας και σαν Κινήσεις Περιόδου.

Περιλαμβάνουν και τα δύο τα ίδια στοιχεία με μοναδική διαφορά ότι στο Κινήσεων Περιόδου ο α/α άρθρου είναι οριστικός ενώ στο Ημέρας είναι προσωρινός μέχρι την οριστικοποίηση των εγγραφών όπου θα τεθεί πλέον ο οριστικός α/α άρθρου.

Τα στοιχεία που περιλαμβάνουν οι εγγραφές είναι τα ακόλουθα :

- την Ημερομηνία της εγγραφής
- το Ημερολόγιο της εγγραφής
- τον Τύπο του παραστατικού της εγγραφής
- τον Α/Α του παραστατικού
- την Αιτιολογία της εγγραφής
- τον Κωδικό του λογαριασμού
- την Περιγραφή του λογαριασμού
- το Ποσό που χρεώνεται ή πιστώνεται
- το σύμβολο (X) ή (Π) για κάθε εγγραφή για χρέωση ή πίστωση



Μορφή Κωδικού Γενικής Λογιστικής

Μια από τις σημαντικότερες ενέργειες είναι ο καθορισμός της μορφής του κωδικού της Γενικής Λογιστικής.

Πρέπει να ορίσουμε τον κωδικό της Λογιστικής λαμβάνοντας υπ' όψιν το μέγεθος αυτής, την μορφή αυτής και κυρίως το αν είναι παραγωγική μονάδα και θα χρειασθεί παρακολούθηση σε κέντρα κόστους και τήρηση επιπρόσθετα της Αναλυτικής Λογιστικής και σε ποίο βαθμό.

Εμείς θα αναπτύξουμε σαν παράδειγμα την συνηθέστερη περίπτωση, την χρήση μόνο της Γ. Λογιστικής, που καλύπτει πάνω από το 80 % των επιχειρήσεων.

Η πρόβλεψη και περαιτέρω ο σωστός καθορισμός του κωδικού έχει σαν αποτέλεσμα την ορθή και άμεση πληροφόρηση των λογιστικών γεγονότων κάθε ενδιαφερόμενου αλλά και την εύκολη συντήρηση της δομής των μηχανογραφικών αρχείων από τεχνικής πλευράς όπως θα αναπτύξουμε.

Φυσικά όλα αυτά πρέπει να είναι σύμφωνα με τις ρυθμίσεις του σχετικού Προεδρικού διατάγματος σχετικά τον ισχύον Ελληνικό Γενικό Λογιστικό Σχέδιο που είναι υποχρεωτικό είτε στο χειρογραφικό είτε στο μηχανογραφικό σύστημα.

Η συνηθέστερη και πιο διαδεδομένη μορφή είναι η ακόλουθη:

00.00.0000

τα δύο πρώτα ψηφία αποτελούν τον πρωτοβάθμιο λογαριασμό

00 π.χ 30 ΠΕΛΑΤΕΣ

τα πέντε πρώτα ψηφία αποτελούν τον δευτεροβάθμιο

00.00 π.χ. 30.00 ΠΕΛΑΤΕΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ

όλο το μήκος του κωδικού αποτελεί τον τριτοβάθμιο

00.00.0000 π.χ. 30.00.0001 ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ Α.Ε.

Εδώ πρέπει να διευκρινίσουμε γιατί ορίσαμε τον τριτοβάθμιο με τέσσερα ψηφία και όχι με δύο ή τρία.

Το θέμα έγκειται στην καλύτερη αντιμετώπιση αφ' ενός μεν της ανάλυσης του Φ.Π.Α. με τριτοβάθμια ανάλυση και όχι με τεταρτοβάθμια που πολλοί προτείνουν, αλλά αφ' ετέρου και την πρόχειρη λύση για περιπτώσεις που θέλουμε να έχουμε και κάποια στοιχεία Αναλυτικής Λογιστικής. Ας δούμε ένα παράδειγμα ανάλυσης του Φ.Π.Α:

54 Υποχρεώσεις από Φόρους Τέλη

54.00 Φόρος Προστιθέμενης Αξίας

54.00.2003 Φ.Π.Α. Αγορών Εμπ/των 8 %

54.00.2004 Φ.Π.Α. Αγορών Εμπ/των 18%

54.00.7003 Φ.Π.Α. Πωλήσεων Εμπ/των 8%

54.00.7004 Φ.Π.Α. Πωλήσεων Εμπ/των 18%



Βλέπουμε ότι στο τελευταίο σκέλος που ορίζει τον τρίτο βαθμό και αποτελείται από τέσσερα (4) ψηφία ορίζουμε στα δύο πρώτα τον αριθμό του πρωτοβάθμιου για τον οποίο επιχειρούμε την ανάλυση του Φ.Π.Α. και μετά στα επόμενα δύο ψηφία ορίζουμε το αντίστοιχο αριθμό που προβλέπει με νέες διατάξεις το Ε.Γ.Λ.Σ.

Δηλαδή στα παραδείγματα που αναπτύξαμε το 20 είναι ο λογαριασμός των Εμπορευμάτων και συγκεκριμένα αφορά τις αγορές αυτών και αμέσως μετά όρισα το 03 ή το 04 που αφορά δύο από τους συντελεστές Φ.Π.Α. για αγορές, ή το 70 που είναι ο λογαριασμός Πωλήσεων Εμπορευμάτων και κατ' επέκταση ορίζω τους δύο από τους συντελεστές Φ.Π.Α. για την πώληση.

Γιατί είναι καλύτερο να αναπτύσσουμε όλους τους λογαριασμούς σε τρίτο βαθμό ανάλυσης και όχι μερικούς σε δεύτερο βαθμό και άλλους σε τέταρτο βαθμό στο ίδιο λογιστικό σχέδιο, (εκτός φυσικά από ιδιαίτερες ανάγκες)

Ένα σημαντικό πρόβλημα που θα έχει ο λογιστής είναι τα αναλυτικά Ισοζύγια π.χ. των Τριτοβαθμίων ή των Τεταρτοβαθμίων στα οποία φυσικά ποτέ δεν θα συμφωνεί το σύνολο της Χρέωσης με το Σύνολο της Πίστωσης καθώς και τα αντίστοιχα σύνολα των Χρεωστικών και Πιστωτικών υπολοίπων όταν π.χ. θα έχουμε πραγματοποιήσει λογιστικά άρθρα μεταξύ ενός δευτεροβάθμιου, ενός τριτοβαθμίου και ενός τεταρτοβάθμιου λογαριασμού.

ΧΡΕΩΣΗ ΠΙΣΤΩΣΗ	
38.00 Τελείο	59.000
70.01 18 Πωλήσεις εμπ/των λογ/της 18%	50.000
54.00 70.004 ΦΠΑ επί των λογ/των εμπ/των 18%	9.000

Ένα επίσης σημαντικό πρόβλημα που θα προκύπτει είναι ότι όποτε θα μας ζητηθεί π.χ. από μια τράπεζα ένα ισοζύγιο των αναλυτικών λογαριασμών μας θα πρέπει να εκτυπώσουμε ισοζύγιο και των Δευτεροβαθμίων και των Τριτοβαθμίων και των Τεταρτοβαθμίων και φυσικά χάσιμο χρόνου στην εκτύπωση αλλά και στις απαραίτητες διευκρινήσεις στον αρμόδιο υπάλληλο για να καταλάβει ποιους λογαριασμούς θα πρέπει να λάβει υπ' όψιν του.

Από τεχνικής πλευράς επίσης, γεγονός που αξιολογείται καλύτερα από ειδικευμένους μηχανογράφους αλλά και από τους έμπειρους λογιστές, το να έχουμε όλους τους λογαριασμούς σε τριτοβάθμια ανάλυση σημαίνει ότι σε όλα τα ισοζύγια θα έχουμε απόλυτη συμφωνία των συνόλων της Χρέωσης με την Πίστωση.



Έτσι λοιπόν αν ο έμπειρος μηχανογράφος ή ο λογιστής εκτυπώσει στην περίπτωση αυτή ισοζύγιο που δεν έχουμε συμφωνία συνόλων της Χρέωσης με την Πίστωση αυτόματα αντιλαμβάνεται ότι υπάρχει πρόβλημα στα μηχανογραφικά αρχεία πιθανόν λόγω πτώσης τάσεως του ηλεκτρικού ρεύματος, ή πιθανού μηχανικού προβλήματος του Ηλεκτρονικού Υπολογιστή και φροντίζει την έγκαιρη αντιμετώπιση αυτού.

Στην περίπτωση όπου έχουμε ανάλυση σε διαφορετικές βαθμίδες των λογαριασμών θα πρέπει ο λογιστής να έχει τεταμένη την προσοχή του και να ελέγχει κάθε φορά τα σύνολα των δευτεροβαθμίων, όπου έχουμε την ελάχιστη υποχρεωτική ανάλυση που έχουν όλοι οι λογαριασμοί και στην οποία θα συμφωνούν τα σύνολα της Χρέωσης με την Πίστωση για να αντιληφθούν πιθανά προβλήματα, όπως προαναφέραμε, στα μηχανογραφικά τους αρχεία. Εάν φυσικά η επιχείρηση είναι υπόχρεη στην τήρηση Αναλυτικής Λογιστικής τότε αναγκαστικά θα χρειασθεί η τήρηση μεγαλύτερης ανάλυσης.

6.3 Ανάλυση Εμπορικής Διαχείρισης

Τα προγράμματα Εμπορικής Διαχείρισης περιλαμβάνουν τα εξής κυρίως βασικά και βοηθητικά αρχεία με τα οποία οργανώνουμε την μηχανογραφική εφαρμογή:

- **το αρχείο Ειδών Αποθήκης**

Ορίζουμε τον αριθμό των ειδών για τα οποία θα τηρήσουμε καρτέλες με πλήρη στοιχεία για την παρακολούθηση της Αποθήκης μας.

Συγκεκριμένα, αν τηρούσαμε χειρογραφικό σύστημα και θέλουμε να εφαρμόσουμε πλέον το μηχανογραφικό σύστημα, δεν έχουμε παρά να μετρήσουμε πόσες καρτέλες τηρούσαμε χειρόγραφες, να κάνουμε μια πρόβλεψη για πόσα πιθανόν είδη θα χρησιμοποιήσουμε επιπλέον στο μέλλον και να δηλώσουμε τον αριθμό αυτό για να δεσμεύσουμε χώρο στον σκληρό δίσκο του Η/Υ.

- **το αρχείο Πελατών**

Ορίζουμε τον αριθμό των Πελατών για τους οποίους θα τηρήσουμε αναλυτικές καρτέλες.

Ισχύουν και εδώ τα ίδια δεδομένα όπως αναλύσαμε και ανωτέρω για τα είδη της αποθήκης.

**▪ το αρχείο Προμηθευτών**

Ορίζουμε τον αριθμό των Προμηθευτών για τους οποίους θα τηρήσουμε αναλυτικές καρτέλες.

Ισχύουν και εδώ τα ίδια δεδομένα όπως αναλύσαμε και ανωτέρω για τα είδη της αποθήκης.

▪ το αρχείο Κινήσεων Πελατών

Ορίζουμε τον αριθμό των εγγραφών που θα κάνουμε όλη την χρονιά για τους Πελάτες μας.

Ο αριθμός αυτός προσδιορίζεται υπολογίζοντας ότι εγγραφή Πελάτη έχουμε με κάθε παραστατικό που εκδίδουμε προς αυτόν καθώς και με κάθε εισπραξη που έχουμε από πλευράς του για την τακτοποίηση του λογαριασμού του.

Τα στοιχεία σχετικά με τον αριθμό των παραστατικών που εκδίδουμε προς τους πελάτες μπορούμε εν μέρει να τα αντλήσουμε από την Συγκεντρωτική κατάσταση Τιμολογίων Πώλησης, όπου αναγράφονται ο συνολικός αριθμός των τιμολογίων που εκδόθηκαν προς αυτούς, άρα και πόσες αντίστοιχες εγγραφές έχουν γίνει.

Βέβαια εδώ δεν υπάρχει ο αριθμός των λιανικών πωλήσεων που είναι σημαντικός, αν έχουμε λιανικές πωλήσεις στην επιχείρηση που μηχανογραφούμε.

Ένας άλλος τρόπος είναι να δούμε τους αύξοντες αριθμούς των αποκομμάτων των Τιμολογίων και των Αποδείξεων λιανικής για να προσδιορίσουμε από τα νούμερα τους πόσα έχουν εκδοθεί άρα και πόσες εγγραφές έχουν γίνει.

Όσον αφορά για τις εγγραφές των εισπράξεων σίγουρα υπολογίζουμε ότι σχεδόν κάθε λιανική πώληση είναι τρεις μετρητοίς (μερικές είναι με πίστωση) και ότι για κάθε χονδρική πώληση αντιστοιχούν περίπου 3 εισπράξεις.

▪ το αρχείο Κινήσεων Προμηθευτών

Ορίζουμε τον αριθμό των εγγραφών που θα κάνουμε όλη την χρονιά για τους Προμηθευτές μας.

Ο αριθμός αυτός προσδιορίζεται υπολογίζοντας ότι εγγραφή Προμηθευτή έχουμε με κάθε παραστατικό που εκδίδουμε προς αυτόν καθώς και με κάθε εισπραξη που έχουμε από πλευράς του για την τακτοποίηση του λογαριασμού του.

Ισχύουν δηλαδή όσα προαναφέραμε και για τις Κινήσεις Πελατών. Βέβαια οι εγγραφές που έχουμε με τους Προμηθευτές είναι λιγότερες αριθμητικά σε σχέση με τους Πελάτες γιατί οι αγορές μας είναι συνήθως μαζικές ενώ οι πωλήσεις συνήθως είναι περισσότερες.



Μπορούμε και εδώ απλά να δούμε την ημερήσια κίνηση, εντοπίζεται πιο εύκολα, που έχουμε με τους Προμηθευτές για να προσδιορίσουμε όλα αυτά τα στοιχεία και μετά να τα αναγάγουμε σε ετήσια βάση.

Έτσι έστω ότι έχουμε τα ακόλουθα στοιχεία :

Κίνηση Ημέρας	
4 Τιμ. Πώλησης + 1 Πισ. Πώλησης	= 5
1 πληρ. Μετρητοίς + 4 αξιόγραφα	= 5
σύνολο	= 10
Ετήσια βάση 10 x 300 = 3000	
το νούμερο αυτό θα δηλώσουμε για το σύνολο των εγγραφών Προμηθευτών	

▪ **το αρχείο Κινήσεων Ειδών Αποθήκης**

Ορίζουμε τον αριθμό των εγγραφών που θα κάνουμε όλη την χρονιά για τα Είδη της Αποθήκης μας.

Ισχύουν και εδώ ότι έχουμε προαναφέρει και για τους Πελάτες αλλά και για τους Προμηθευτές μας, γιατί οι κινήσεις των Ειδών γίνονται είτε με τις εκάστοτε Αγορές είτε με τις Πωλήσεις.

Επιπλέον δε αν έχουμε παραγωγική επιχείρηση πρέπει να λάβουμε υπ' όψιν και τις κινήσεις που έχουμε με την ανάλωση των Α' & Β' υλών καθώς και τις κινήσεις παραγωγής των ετοιμών προϊόντων.

Μπορούμε και εδώ απλά να δούμε την ημερήσια κίνηση, όπως ήδη την έχουμε προσδιορίσει προηγουμένως στους Πελάτες και τους Προμηθευτές και όλα αυτά τα στοιχεία μετά να τα αναγάγουμε σε ετήσια βάση.

Έτσι έστω ότι έχουμε τα ακόλουθα στοιχεία :

Κίνηση Ημέρας Προμηθευτών	
4 Τιμ. Πώλησης + 1 Πισ. Πώλησης	= 5 εγγραφές
Υπολογίζουμε ότι περίπου κάθε παραστατικό αγοράς έχει μέσω όρο 10 είδη (συνήθως 5-20 είδη κάθε τιμολόγιο αγοράς).	
5 παρ/κα x 10 είδη ανά παρ/κο	= <u>50 εγγραφές Α</u>

**Κίνηση Ημέρας Πελατών**

5 Τιμ. Πώλησης + 1 Πισ. Πώλησης + 9 Απ. Λιανικής = 15 εγγραφές
 Υπολογίζουμε και εδώ ότι περίπου κάθε παραστατικό πώλησης έχει μέσω όρο 8 είδη (συνήθως 1-15 είδη κάθε τιμολόγιο πώλησης)

$$15 \text{ παρ/κα} \times 8 \text{ είδη ανά παρ/κο} = 120 \text{ εγγραφές B}$$

Κίνηση Παραγωγής Ειδών

$$8 \text{ αναλώσεις} + 2 \text{ παραγωγές} = 10 \text{ εγγραφές Γ}$$

$$\text{σύνολο ημερήσιας κίνησης A+B+Γ} = 180 \text{ εγγραφές}$$

$$\text{Ετήσια Βάση } 180 \times 300 \text{ εργάσιμες} = 54000 \text{ »}$$

το νούμερο αυτό θα δηλώσουμε για το σύνολο των εγγραφών των
 Ειδών της Αποθήκης.

▪ **το αρχείο Παραστατικών Αγορών**

Δηλώνουμε πόσα παραστατικά θα καταχωρήσουμε όλη την χρονιά με τις παραλαβές από τους Προμηθευτές μας.

Το δεδομένα αυτά έχουμε ήδη υπολογίσει προηγουμένως και τα έχουμε έτοιμα προς χρήση.

Κίνηση Ημέρας

$$4 \text{ Τιμ. Πώλησης} + 1 \text{ Πισ. Πώλησης} = 5 \text{ εγγραφές}$$

$$\text{Ετήσιο } 5 \text{ εγγραφές} \times 300 \text{ εργάσιμες} = 1500 \text{ παρ/κα}$$

Το νούμερο αυτό θα δηλώσουμε για το σύνολο των παραστατικών Αγορών για όλη τη χρονιά.



6.3.1 Μορφές Κωδικών

Όπως έχουμε ήδη προαναφέρει η κωδικοποίηση των Ειδών - Πελατών - Προμηθευτών είναι το Α & το Ω μιας μηχανογραφικής εφαρμογής.

Η σωστή κωδικοποίηση είναι αυτή που μας δίνει, μέσα από τις ευκολίες οποιαδήποτε προγράμματος την δυνατότητα να συλλέξουμε, να επεξεργαστούμε και να εκτυπώσουμε διάφορες Πληροφοριακές ή Οικονομικές ή Στατιστικές καταστάσεις χρήσιμες για τον επιχειρηματία και την εν γένει καλή λειτουργία της κάθε εταιρίας.

Σχεδόν όλα τα προγράμματα εμπορικής διαχείρισης δίνουν, το καθένα με τον δικό του τρόπο και φιλοσοφία, την δυνατότητα να ορίσουμε κάποια μορφή κωδικού, θα επιχειρήσουμε να δώσουμε κάποιες απλές μορφές κωδικών, από αυτές συχνά συναντούμε στις διάφορες μηχανογραφικές εφαρμογές και με τις οποίες μπορούμε όντως να πετύχουμε την έκδοση όλων των στοιχείων που ζητούν κάποιοι επιχειρηματίες.

Όλα τα προγράμματα προσφέρουν δυνατότητα χρήσης μόνο αριθμών ή μόνο γραμμάτων ή συνδυασμό γραμμάτων και αριθμών για την μορφή ενός κωδικού.

Είναι ίσως προτιμότερη ή λύση των αριθμητικών κωδικών για τον λόγο ότι περιορίζεται η πληκτρολόγηση στο μικρό αριθμητικό πληκτρολόγιο που βρίσκεται δεξιά στο πληκτρολόγιο μας.

Η χρήση συνδυασμού γραμμάτων και αριθμών είναι και αυτή καλή με ορισμένες προϋπόθεσης, κυρίως από πλευράς δυνατοτήτων που προσφέρει το εκάστοτε πρόγραμμα, και η δυσκολία εδώ είναι ότι έχουμε πιο αργή πληκτρολόγηση για τον λόγο ότι έχουμε όλο το πάνελ του πληκτρολογίου.

Τα παραδείγματα που θα αναπτύξουμε θα είναι με αριθμητικούς κωδικούς είτε για τους Προμηθευτές, είτε για τους Πελάτες είτε για τα Είδη της Αποθήκης.

Εστω δε ότι θα συμβολίζουμε κάθε αριθμητικό στοιχείο τυπικά με το γράμμα Ο παρεμβάλλοντας αν θέλουμε και χαρακτήρες όπως - / * για να ξεχωρίσουμε τα διάφορα τμήματα του κωδικού.



6.3.1.1 Κωδικός Προμηθευτών

Η κωδικοποίηση των Προμηθευτών είναι συνήθως η απλούστερη μορφή κωδικών μια και τα στοιχεία που ζητάμε είναι πιο απλά.

Το βάρος των στοιχείων το έχει Προμηθευτής μας για μας και όχι εμείς για αυτόν.

Συνήθως τηρούμε απλά μια αύξουσα αρίθμηση με μορφή κωδικού **000** δίνοντας έτσι την δυνατότητα για 1000 καρτέλες Προμηθευτών από 000 έως 999.

Σε μια άλλη μορφή εκτός από την αύξουσα σειρά από καρτέλα σε καρτέλα χρησιμοποιούμε και την Περιοχή του Προμηθευτή.

Ορίζουμε δηλαδή σαν μορφή κωδικού την εξής **00-000** τα 2 πρώτα **00** συμβολίζουν την περιοχή του Προμηθευτή με δυνατές τιμές από 00 έως 99.

Π.χ.

01 Αθήνα

02 Θεσσαλονίκη

03 Σέρρες

*

*

12 Λάρισα

κ.τ.λ.

Τα επόμενα **000** τον αύξοντα αριθμό των προμηθευτών ανά περιοχή ώστε να έχουμε δυνατότητα να ορίσουμε 1000 προμηθευτές για 100 διαφορετικές περιοχές.

Η κωδικοποίηση αυτή δίνει δυνατότητα να έχουμε διάφορα Ευρετήρια Προμηθευτών ανά περιοχή, ή διάφορα Ισοζύγια οικονομικά (καταστάσεις υπολοίπων, τζίρος ανά προμηθευτή, είδη ανά προμηθευτή, προμηθευτές ανά είδος ή ομάδα ειδών) κ.λ.π.

6.3.1.2 Κωδικός Πελατών

Η συνηθέστερη κωδικοποίηση που τηρούμε για τους Πελάτες είναι ίδια με αυτή των Προμηθευτών που δείξαμε όπου έχουμε ανάλυση αυτών ανά Περιοχή.

Στην κωδικοποίηση των Πελατών δίνουμε πάντα μεγάλη σημασία για τον λόγο ότι μας ενδιαφέρει άμεσα η κίνηση αυτών για την λήψη στατιστικών στοιχείων.



Ορίζουμε δηλαδή σαν μορφή κωδικού την εξής **00-000** τα 2 πρώτα **00** συμβολίζουν την περιοχή του Πελάτη με δυνατές τιμές από 00 έως 99. Π.χ. 01 Αθήνα, 02 Θεσ/νικη

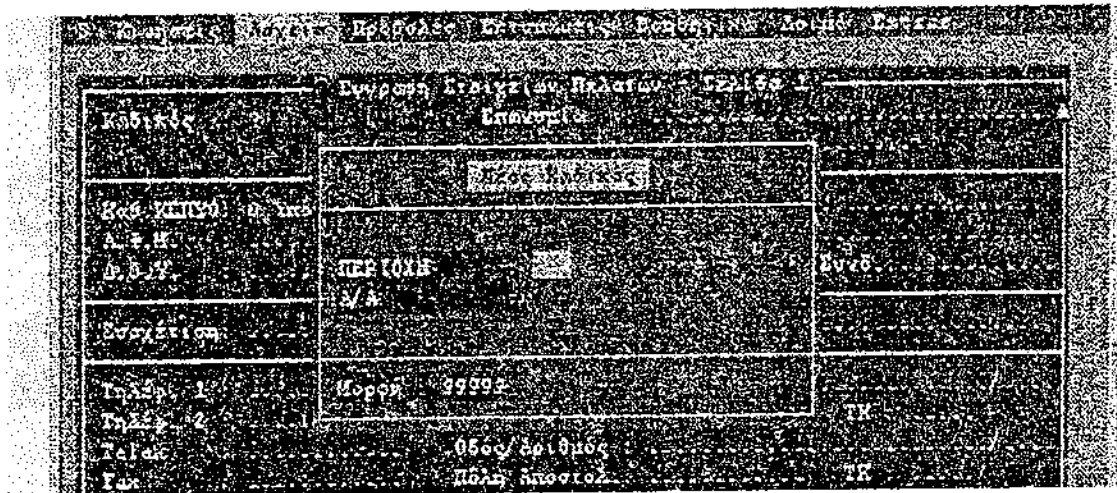
Τα επόμενα **000** τον αύξοντα αριθμό των πελατών ανά περιοχή ώστε να έχουμε δυνατότητα να ορίσουμε 1000 πελάτες για 100 διαφορετικές περιοχές.

Η κωδικοποίηση αυτή δίνει δυνατότητα να έχουμε διάφορα Ευρετήρια Πελατών ανά περιοχή, ή διάφορα Ισοζύγια οικονομικά (καταστάσεις υπολοίπων, τζίρος ανά πελάτη, είδη ανά πελάτη, πελάτες ανά είδος ή ομάδα ειδών) κ.λ.π.

Μια άλλη μορφή είναι **00-00-000** όπου τα δύο πρώτα **00** είναι η περιοχή και τα δύο δεύτερα **00** ορίζουν τους πωλητές της εταιρίας και τα τελευταία 3 **000** τον α/α.

Εχουμε δηλαδή 99 περιοχές για 99 πωλητές με δυνατότητα για 1000 πελάτες σε κάθε συνδυασμό.

Τα νέα προγράμματα προσφέρουν όμως ήδη διαφορετική παρακολούθηση για τους πωλητές και η κωδικοποίηση αυτή δεν είναι συνήθως αποδεκτή, μια και πολλές φορές κάποιος πωλητής υπάρχει περίπτωση, λόγω διαφόρων προβλημάτων της εταιρίας, να πουλήσει σε πελάτη που ανήκει ήδη σε άλλον πωλητή της ίδιας εταιρίας.



Βλέπουμε στην οθόνη την διαδικασία εισαγωγής νέου κωδικού πελάτη στο πρόγραμμα της Singular που προσφέρει σε σχέση με άλλα «πακέτα», ίσως την πιο εύκολη διαδικασία.



6.3.1.3 Κωδικός Ειδών

Ο κωδικός των Ειδών είναι ο πιο σημαντικός στην μηχανογραφική εφαρμογή γιατί από την κίνηση των ειδών αντλούμε τα περισσότερα οικονομικά και στατιστικά στοιχεία.

Ας επιχειρήσουμε λοιπόν να αναπτύξουμε την μορφή του κωδικού που λίγο πολύ τηρούν το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων.

Συνήθως οι υπεύθυνοι των επιχειρήσεων ενδιαφέρονται για την παρακολούθηση των ειδών ομαδοποιώντας αυτά σε διάφορες κατηγορίες.

Αν είχαμε δηλαδή την μηχανογράφηση π.χ. μιας εταιρίας πώλησης Τροφίμων θα θέλαμε να ομαδοποιήσουμε τα είδη έτσι ώστε να έχουμε στοιχεία για τα ζυμαρικά, για τα αλλαντικά, για τα οινοπνευματώδη ποτά, για τα αναψυκτικά, για τα τυροκομικά κ.λ.π.

Με τον τρόπο αυτό έχει την δυνατότητα ο υπεύθυνος της εταιρίας να εντοπίζει ποια ομάδα ειδών έχει μεγαλύτερη κίνηση και σε ποιές εποχές ώστε να κάνει πάντα τις σωστές αγορές τον κατάλληλο χρόνο και τις κατάλληλες ποσότητες.

Πέρα όμως από την ομάδα του είδους ενδιαφέρει άμεσα τον υπεύθυνο της εταιρίας ο κατασκευαστής του προϊόντος ή των προϊόντων της κάθε ομάδας ειδών.

Μπορεί δηλαδή να έχουν κίνηση π.χ. τα αλλαντικά, αλλά από όλη την ομάδα αυτή να έχουν ιδιαίτερη κίνηση οχ. τα αλλαντικά της ΚΡΕΣΣΕΡ.

Με τον τρόπο αυτό η αγορά των προϊόντων που θα κάνουμε θα είναι πλέον σύμφωνη με την ζήτηση του καταναλωτικού κοινού.

Εδώ να τονίσουμε ότι δεν πρέπει να μας ενδιαφέρει ο εισαγωγέας ή αντιπρόσωπος που μας προμηθεύει το προϊόν.

Πολλές μηχανογραφήσεις έχουν αποτύχει γιατί έχουν λάβει υπ' όψιν τον Προμηθευτή και όχι τον κατασκευαστή.

Το λάθος είναι ότι αν κωδικοποιήσω ένα προϊόν σύμφωνα με τον προμηθευτή, τότε αν αγοράζω το ίδιο είδος από 3 π.χ. προμηθευτές τότε είμαι αναγκασμένος να δημιουργήσω 3 αντίστοιχες καρτέλες για το ίδιο είδος.

Με τον τρόπο αυτό όμως έχουμε πρόβλημα σοβαρό στη τήρηση των υπολοίπων της Αποθήκης.

Ένα SUPER MARKET π.χ. που έχει περίπου 10.000 είδη τα οποία αγοράζονται συνήθως από 2 με 3 διαφορετικούς προμηθευτές αυτόματα οδηγεί σε μια χαώδη ανεξέλεγκτη αποθήκη με 30.000 περίπου καρτέλες.

Η σκέψη και η ανάγκη ότι έτσι έχω στοιχεία για κάθε προμηθευτή, τις τιμές που αγοράζω από τον καθένα κ.λ.π. δεν ευσταθούν για τον λόγο ότι ούτως η άλλως τα στοιχεία μπορώ να τα αντλήσω από το αρχείο κίνησης των ειδών χωρίς την λανθασμένη αυτή κωδικοποίηση.

Λαμβάνοντας υπ' όψιν τον κατασκευαστή, τηρώ μια μόνο καρτέλα για κάθε είδος, έχω άριστη παρακολούθηση των υπολοίπων και μπο-



ρώ να αντλήσω οποιαδήποτε στοιχεία θέλω, από οποιαδήποτε αγορά (διαφορετικό προμηθευτή) και με πλήρη στοιχεία.

Με τα δεδομένα της ανωτέρω ανάλυσης η μορφή του κωδικού που πρέπει να έχουμε είναι:

00 - 00 - 000

12 34 567

Τα δύο πρώτα 00 αφορούν τους Κατασκευαστές

12

π.χ. 01 ΚΡΕΣΣΕΡ

02 TIDE

03 A B E Z

*

*

25 ΝΙΚΑΣ

Με τον τρόπο αυτό έχουμε δυνατότητα για 100 κατασκευαστές,, που αν δεν μας αρκούν πρέπει να προβλέψουμε να ορίσουμε ίσως ένα 0 ακόμη.

Τα δύο επόμενα 00 αφορούν τις διάφορες Κατηγορίες των Ειδών.

34

π.χ. 01 ΑΛΛΑΝΤΙΚΑ

02 ΤΥΡΟΚΟΜΙΚΑ

03 ΖΥΜΑΡΙΚΑ

*

34 ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΑ

Έχουμε δυνατότητα για 100 διαφορετικές κατηγορίες ειδών τις οποίες φυσικά μπορούμε και εδώ να τις αυξήσουμε αν έχουμε προβλέψει για ένα ακόμη 0.

Τα τρία 000 αποτελούν τον αύξοντα αριθμό ανά κατασκευαστή και κατηγορία.



Με την κωδικοποίηση αυτή έχουμε την δυνατότητα λήψης Τιμοκαταλόγων για όλα τα είδη ενός κατασκευαστή, ή για μια συγκεκριμένη κατηγορία ειδών ενός κατασκευαστή ή για μια ολόκληρη κατηγορία ειδών ανεξάρτητα κατασκευαστή.



Με τον ίδιο τρόπο μπορούμε να ζητήσουμε στοιχεία για τις πωλήσεις κάποιων ειδών ή τα καλύτερα είδη (είδη με αυξημένη κίνηση), τα είδη που έχουν στασιμότητα κ.λ.π.

Πρέπει να τονίσουμε ότι η μορφή του κωδικού δεν πρέπει να αλλάζει εν μέσω της χρήσης και να γίνεται πρόβλεψη λαμβάνοντας σοβαρά όλες τις παραμέτρους που ισχύουν ήδη σε μια εταιρία και επίσης την μελλοντική επεκτασιμότητα αυτής.

6.4 Γενικά για την καλή λειτουργία της Εμπορικής Διαχείρισης

Η καλή μηχανογράφηση χαρακτηρίζεται κυρίως από την σωστή κωδικοποίηση, πράγμα που αναπτύξαμε ήδη.

Πρέπει επίσης να προβλεφθούν διάφορες μικρές λεπτομέρειες που συχνά παραβλέπονται στην αρχή και δημιουργούν διάφορα προβλήματα.

Θα αναφέρουμε λοιπόν τι πρέπει να προβλέψει ο μηχανογράφος ή χρήστης της επιχείρησης ώστε να μη δημιουργηθούν τέτοιου είδους προβλήματα.

Στις παραμέτρους της Αποθήκης πρέπει να ορίσουμε από την αρχή τα δεκαδικά που θα τηρήσουμε για τις ποσότητες, τις τιμές και τις αξίες ανάλογα με το είδος της επιχείρησης. Επίσης στα αρχεία της Αποθήκης στα μεγάλα προγράμματα προσφέρεται η δυνατότητα παρακολούθησης δύο μονάδων μέτρησης, π.χ. Κιβώτια και Τεμάχια, ή Τετραγωνικά και Κυβικά. Είναι καλό εφ' όσον θα τηρηθούν τέτοιες συσχετίσεις να ορισθούν σωστά και να ελεγχθούν με κάποια παραδείγματα.

Στο αρχείο Ειδών εκτός από τον κωδικό του και την περιγραφή, δηλώνουμε οπωσδήποτε την κατηγορία του ΦΠΑ, την Μονάδα μέτρησης και την κατηγορία του είδους (εμπόρευμα, Α' ύλη, υπηρεσία κ.λ.π.).

Σε όλες τις εφαρμογές χρειάζεται να δημιουργήσουμε στο αρχείο των Ειδών και μερικά βοηθητικά είδη (όπως π.χ. Εκπτώσεις αγορών ή Εκπτώσεις πωλήσεων, Επισκευή Μηχανημάτων, Τόκοι υπερημερίας πελατών κ.λ.π.). Πρέπει λοιπόν να μεριμνήσουμε κατάλληλα ώστε στην κωδικοποίηση των ειδών που θα εφαρμόσουμε να χρησιμοποιήσουμε κάποιους οριακούς κωδικούς για να δημιουργήσουμε τα βοηθητικά αυτά είδη.

Η προσοχή έγκειται στο ότι εάν δεν θέλουμε να λαμβάνουμε διάφορα ισοζύγια, ή κάποια πιθανόν θεωρημένη κατάσταση αποθήκης και δεν θέλουμε φυσικά να εμφανίζονται αυτά τα είδη πρέπει να ορίσω έτσι την κωδικοποίηση ώστε να μην εμπλέκονται σε εκτυπώσεις που βασίζονται



στα όρια των κωδικών, κάτι που είναι βασική προϋπόθεση σε όλες τις εκτυπώσεις της αποθήκης.

Εάν λοιπόν έχω ορίσει κωδικοποίηση που βασίζεται σε αριθμούς τότε την τελευταία ομάδα π.χ. 99 ή 999 φροντίζω να την διαθέσω για τα βοηθητικά είδη. Όποτε λοιπόν χρειαστώ να εκτυπώσω ένα ισοζύγιο Αποθήκης ή οποιαδήποτε θεωρημένη κατάσταση ορίζω τα περιθώρια των κωδικών από 01 μέχρι 98.

Εφ' όσον δεν έχουμε προνοήσει για τέτοιου είδους κωδικοποίηση τότε καλό είναι να χρησιμοποιήσουμε κάποιο άλλο βοηθητικό πεδίο του προγράμματος (εφ' όσον προσφέρεται αυτή η δυνατότητα από τα πρόγραμμα), ώστε να φιλτράρω μόνο τα είδη που επιθυμώ να εκτυπωθούν.

Στα αρχεία Πελατών και Προμηθευτών ορίζουμε τα βασικά στοιχεία τους όπως εμφανίζονται στα παραστατικά αγορών για μεν τους Προμηθευτές, ή όπως τα δηλώνουν οι Πελάτες μας με ένα δείγμα της σφραγίδας της εταιρίας τους.

Για κάθε Προμηθευτή ανοίγουμε υποχρεωτικά ιδιαίτερη καρτέλα για αναλυτική παρακολούθηση αυτού και για να έχουμε στο τέλος του έτους έτοιμη την Συγκεντρωτική Κατάσταση τιμολογίων αγορών, φυσικά δηλώνουμε κατάλληλα στο σχετικό πεδίο του ΚΕΠΥΟ το Ναι.

Στους Πελάτες ισχύουν τα ακόλουθα :

1. Για κάθε Πελάτη χονδρικής ανοίγουμε ιδιαίτερη καρτέλα για τους ίδιους λόγους όπως στους Προμηθευτές και καταχωρούμε ακριβώς τα ίδια συνήθως πεδία. Σε μερικά προγράμματα για τους Πελάτες υπάρχουν μερικές φορές κάποια έξτρα πεδία σε σχέση με τους Προμηθευτές. Πρέπει και εδώ να προσέξουμε να δηλώσουμε το Ναι στο ΚΕΠΥΟ.

2. Για τους Πελάτες λιανικής έχουμε 2 περιπτώσεις :

- Αυτούς που πληρώνουν με μετρητά και για όλους αυτούς ανοίγουμε μια κοινή καρτέλα, με ένα κωδικό εύκολο για να τον χρησιμοποιούμε στην περίπτωση αυτή.(π.χ. 00000 ή 99999 ανάλογα φυσικά με την μορφή κωδικού του πελάτη),

Αυτούς που είτε πληρώνουν με πίστωση ή έχουν κάποιο διακανονισμό με μετρητά και αξιόγραφα, είτε για είναι τακτικοί πελάτες και θέλουμε να τηρήσουμε κάποιο ιστορικό για αυτούς, οπότε τηρούμε ιδιαίτερη καρτέλα για κάθε ένα.

- Στο πεδίο του ΚΕΠΥΟ δηλώνουμε το Όχι.
- Δεν πρέπει να εκδίδουμε Αποδείξεις Λιανικής Πώλησης σε Πελάτη Χονδρικής, Εάν κάποιος Πελάτης χονδρικής θέλει να αγοράσει κάτι για



ιδιοχρησιμοποίηση, είναι καλό είτε να εκδοθεί παραστατικό από την ενιαία καρτέλα που έχουμε για τους Πελάτες Λιανικής, είτε σε μια ξεχωριστή καρτέλα που θα δημιουργήσουμε για αυτόν, όπου θα τον δηλώσουμε στην κατηγορία των Πελατών Λιανικής.

Σχετικά τώρα με την καθημερινή την διακίνηση παραστατικών από και προς τους Προμηθευτές, αυτή γίνεται πάντα μέσα από την εργασία Παραστατικά Αγορών.

- Οι πληρωμές με μετρητά από τις Πληρωμές Προμηθευτών και οι πληρωμές με οποιοδήποτε αξιόγραφο από τις Κινήσεις Αξιόγραφων. Αντίστοιχα για κάθε παραστατικό που εκδίδεται προς τους Πελάτες ή προέρχεται από αυτούς (π.χ. Δελ. Απ/λης), όλες οι εργασίες γίνονται από τα Παραστατικά Πωλήσεων.

- Οι εισπράξεις με μετρητά καταχωρούνται στις Εισπράξεις Πελατών και οι εισπράξεις με οποιοδήποτε αξιόγραφο στις Κινήσεις Αξιόγραφων.

- Οι κινήσεις που αφορούν διακίνηση των αγαθών από ένα αποθηκευτικό χώρο της εταιρίας, προς ένα άλλο (π.χ. από το Κεντρικό κατάστημα προς ένα Υποκατάστημα) πραγματοποιούνται από τις εργασίες της Ενδοδιακίνησης. Σε όλα τα εξελιγμένα προγράμματα, ιδιαίτερα στα μεγάλα υπάρχει και η δυνατότητα έκδοσης των σχετικών Δελτίων Αποστολής και τήρηση ιδιαίτερου αρχείου με τις κινήσεις αυτές.

Τέλος πρέπει να έχουμε δείγματα των παραστατικών που θα εκδίδουμε ώστε να ετοιμασθούν και να δοκιμασθούν οι φόρμες αυτών με την κατάλληλη γραμμογράφηση, είτε για τα παραστατικά που θα εκδώσουμε προς τους Πελάτες, είτε προς τους Προμηθευτές και φυσικά να δηλώσουμε έγκαιρα στην αρμόδια Δ.Ο.Υ. όπως προβλέπει ο Κ.Β.Σ. την χρήση των εντύπων αυτών.

Ιδιαίτερα για το θέμα αυτό πρέπει να συμβουλευθούμε τόσο τον Λογιστή της επιχείρησης, όσο και τον υπεύθυνο της εταιρίας που μας υποστηρίζει την μηχανογράφηση και αφού αναλύσουμε σχολαστικά την κάθε περίπτωση για την οποία θα εκδίδουμε παραστατικά, να φροντίσουμε αφ' ενός να δούμε εάν υπάρχουν στο πρόγραμμα «στημένα» τα παραστατικά αυτά στην παραμετροποίηση του προγράμματος, ή να κάνουμε τις κατάλληλες ρυθμίσεις στην παραμετροποίηση ώστε να καλύψουμε όλες τις περιπτώσεις, αφ' ετέρου να δηλώσουμε αυτά στην Δ.Ο.Υ. και τις πιθανές σειρές αυτών εφ' όσον είναι απαραίτητες.

Δεν πρέπει να ξεχάσουμε να θεωρήσουμε και μια πλήρη σειρά από χειρόγραφα παραστατικά, για να είμαστε καλυμμένοι σε περιπτώσεις βλάβης του μηχανογραφικού συστήματος, είτε σε μεγάλες διακοπές του ηλεκτρικού ρεύματος.



6.5 Ανάλυση Μισθοδοσίας

Στα περισσότερα προγράμματα Μισθοδοσίας θα συναντήσουμε τα ακόλουθα αρχεία:

- το αρχείο Εργαζομένων

Στο αρχείο αυτό δηλώνουμε τον α/α των εργαζομένων, αυτών δηλαδή τα στοιχεία των οποίων θα καταχωρήσουμε για τον υπολογισμό της μισθοδοσίας

- το αρχείο των Περιόδων

Δηλώνουμε πόσες μισθοδοτικές περιόδους θα έχουμε για όλη την χρονιά, και φυσικά ορίζουμε συνήθως περίπου 20 τουλάχιστον μια και έχουμε τις 14 μισθοδοτικές περιόδους μαζί με τα δώρα και τα επιδόματα και τους τυχόν αναδρομικούς υπολογισμούς που μπορεί να προκύψουν.

- το αρχείο των Συμβάσεων

Ορίζουμε πόσες Συμβάσεις θα μπορεί να υποστηρίξει η εφαρμογή ανά κατηγορία εργαζομένων, μια και για κάθε κλάδο εργαζομένων μπορούμε να ορίσουμε με πλήρη παραμετροποίηση την διαδικασία του υπολογισμού της μισθοδοσίας. Επιπρόσθετα για κάθε εργαζόμενο έχουμε την δυνατότητα να ορίζουμε μια βασική Σύμβαση και μια εναλλακτική.

Ανάλογα με την εφαρμογή τηρούνται και μια σειρά από άλλα βοηθητικά αρχεία όπως :

- * Ασφαλιστικά Ταμεία
- * Ειδικότητες εργαζομένων
- * Κέντρα κόστους
- * κ.λπ.

Το πρόγραμμα της μισθοδοσίας απαιτεί καταρτισμένους χρήστες με καλή γνώση σε θέματα μισθοδοσίας και της ασφαλιστικής νομοθεσίας και μερικές φορές όσο πιο παραμετροποιημένο είναι ένα πρόγραμμα πιθανότατα και γνώσεις ανάλυσης εφαρμογών Η/Υ.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

7.1 ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΙΚΗ ΤΗΡΗΣΗ ΒΙΒΛΙΩΝ ΚΑΙ ΕΚΔΟΣΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Ο Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων (Κ.Β.Σ.) που ισχύει καθορίζει στα άρθρα 22 έως και 25 ότι αφορά την Μηχανογραφική τήρηση των λογιστικών βιβλίων κάθε κατηγορίας, αλλά και την μηχανογραφική έκδοση των παραστατικών πώλησης ή αγορών καθώς και ειδικές διατάξεις για το λογισμικό των λογιστηρίων και των επιχειρήσεων.

7.1.1 ΑΡΘΡΟ 22. Μηχανογράφηση Γενικά

Ο επιτηδευματίας που τηρεί βιβλία ή και εκδίδει στοιχεία με μηχανογραφικό τρόπο, υπάγεται στις διατάξεις των επόμενων άρθρων 23-25, οι οποίες υπερσχύουν των άλλων σχετικών διατάξεων του Κώδικα.

Σε περίπτωση που εφαρμόζει σύστημα χειρόγραφο και μηχανογραφικό, ισχύουν οι αντίστοιχες, κατά περίπτωση, διατάξεις. Δηλαδή, μπορεί ο επιτηδευματίας να τηρεί μηχανογραφικά την γενική λογιστική του και να εκδίδει τα στοιχεία του χειρόγραφα ή αντίστροφα, ή ορισμένα βιβλία ή στοιχεία με τον ένα τρόπο και ορισμένα με τον άλλο.

Επισημαίνεται, όμως, ότι δεν μπορεί ο επιτηδευματίας το ίδιο βιβλίο (π.χ. το γενικό ή ένα αναλυτικό ημερολόγιο) άλλοτε να το τηρεί μηχανογραφικά και άλλοτε χειρόγραφα ή ένα στοιχείο (π.χ. Απόδειξη λιανικής πώλησης) να το εκδίδει μηχανογραφικά με την συμπλήρωση ορισμένων μόνο δεδομένων (π.χ. είδη, ποσότητες, τιμές, αξίες) και τα υπόλοιπα δεδομένα να συμπληρώνονται χειρόγραφα.

7.1.2 ΑΡΘΡΟ 23. Υποχρεώσεις Χρηστών - Τεχνικές Προδιαγραφές Λογισμικού (Software)

1. Ο επιτηδευματίας που εφαρμόζει την μηχανογραφημένη λογιστική υποχρεούται:

- Να διαφυλάσσει, εκτός από τα αναφερόμενα μέχρι τώρα βιβλία και στοιχεία του Κώδικα, τα μηνιαία ισοζύγια του γενικού καθολικού, τις μηνιαίες καταστάσεις του βιβλίου αποθήκης, τα αρχεία σε δισκέτες και σε σκληρό δίσκο, αλλά και αναλυτικό εγχειρίδιο (manual) οδηγιών χρήσης του προγράμματος στην ελληνική γλώσσα που αναφέρεται τουλάχιστον στην εφαρμογή των διατάξεων αυτού του Κώδικα και ενημερώνεται αμέ-



σως για κάθε μεταβολή (π.χ. μεταβολές συντελεστών του Φ.Π.Α.)

- θα πρέπει επίσης να θέτει στην διάθεση του προϊσταμένου της αρμόδιας Δ.Ο.Υ. το κατάλληλο προσωπικό για τις αναγκαίες επεξηγήσεις του προγράμματος, όσο διαρκεί ο έλεγχος.
- Τις υποχρεώσεις του εγχειριδίου και των επεξηγήσεων έχει και όποιος αναλαμβάνει την μηχανογραφική τήρηση των βιβλίων επιτηδευματιών.

2. Το πρόγραμμα εκτός από τις διατάξεις του Κώδικα, πρέπει να έχει επιπλέον τις παρακάτω δυνατότητες:

- Ανάπτυξη κωδικών αριθμών και τίτλων λογαριασμών από του επιτηδευματίες που τηρούν βιβλία Γ' κατηγορίας, ανάλογης με εκείνη του Ε.Γ.Λ.Σ. (ανάπτυξη όπου χρειάζεται μέχρι και τεταρτοβάθμια με την μορφή 00.00.00.00), με εξαίρεση την ομάδα 9 της αναλυτικής λογιστικής ή των κλαδικών λογιστικών σχεδίων, εφ' όσον προορίζονται για επιχειρήσεις που τα εφαρμόζουν ή θα τα εφαρμόσουν π.χ. τράπεζες, ασφαλιστικές επιχειρήσεις, ΟΤΑ κ.λ.π.

- Όσον αφορά τα βιβλία Α', Β' κατηγορίας, οι πληροφορίες που προβλέπονται από τα σχετικά άρθρα του Κώδικα, πρέπει να προκύπτουν από την ανάπτυξη αντίστοιχων στηλών στα βιβλία αυτά.

- Προσδιορισμό των μεταβλητών συντελεστών φόρου, εισφορών, τελών από τον ίδιο τον χρήστη.

- Αυτόματη ετήσια προοδευτική αρίθμηση των εγγραφών για κάθε ημερολόγιο, η οποία δεν επιτρέπεται να μεταβάλλεται από τον χρήστη. Στην μηχανογραφημένη λογιστική «ενημέρωση» σημαίνει εισαγωγή των δεδομένων στην μνήμη του Η/Υ με πληκτρολόγηση αυτών και «εκτύπωση» σημαίνει αποτύπωση των δεδομένων σε μηχανογραφικό χαρτί πριν ή μετά από σχετική επεξεργασία των δεδομένων. Μόνο λοιπόν μετά την εκτύπωση ενός τιμολογίου γίνεται η λογιστικοποίηση μιας συναλλαγής και τότε μόνο θεωρείται ότι γίνεται η ενημέρωση των βιβλίων.

Η απλή εισαγωγή πληροφοριών για μελλοντική έκδοση φορολογικών στοιχείων δεν έχει επίπτωση στα λογιστικοποιημένα οικονομικά στοιχεία.

Μπορεί λοιπόν μια εταιρία να καταχωρήσει στην μνήμη του Η/Υ τα τιμολόγια που θα εκδοθούν (εκτυπωθούν) την επόμενη ημέρα οπότε και η λογιστικοποίηση των εγγραφών θα γίνει με την ημερομηνία έκδοσης και μεταφοράς των αγαθών.

Τα στοιχεία των ημερησίων συναλλαγών μπορούν να εισάγονται στο αρχείο του Η/Υ και να παραμένουν σε αυτό προσωρινά αποθηκευμένα,



μέχρι την τελευταία ημέρα προθεσμίας ενημέρωσης των βιβλίων, οπότε και λογιστικοποιούνται οι σχετικές πράξεις με ταυτόχρονη αυτόματη ενιαία προοδευτική αρίθμηση.

- Από την στιγμή αυτή το πρόγραμμα του Η/Υ πρέπει να αποκλείει την δυνατότητα αναδρομής σε οποιαδήποτε ημερομηνία προγενέστερη του 15θήμερου, με σκοπό την οποιαδήποτε παρεμβολή ή διόρθωση. Η αύξουσα αρίθμηση δίδεται κατά ημερολογιακή εγγραφή και κατά ημερολόγιο.

Εάν ο επιτηδευματίας τηρεί περισσότερα του ενός ημερολόγια, δίνεται ιδιαίτερη προοδευτική αρίθμηση για κάθε ημερολόγιο.

Με τον τρόπο αυτό φαίνεται η σειρά με την οποία λογιστικοποιήθηκαν οι οικονομικές πράξεις και ελέγχεται το εμπρόθεσμο της ενημέρωσης των βιβλίων. Αφορά τις πρωτογενείς εγγραφές στα ημερολόγια και δεν απαιτείται να δίνεται αρίθμηση για τις καταχωρίσεις στα υπόλοιπα βιβλία όπως το συγκεντρωτικό ημερολόγιο, το γενικό καθολικό, το βιβλίο αποθήκης ή στα βιβλία Α' και Β' κατηγορίας.

Η προοδευτική αρίθμηση των εγγραφών κατά ημερολόγιο είναι ετήσια και δεν επιτρέπεται να επαναληφθεί η ίδια αρίθμηση μέσα στην ίδια χρήση για το ίδιο ημερολόγιο. Μπορεί μόνο να συνεχίζεται κατά ημερολόγιο στην επόμενη χρήση.

- Το πρόγραμμα πρέπει να έχει την δυνατότητα της αυτόματης άθροισης των ποσών των ημερολογίων, των λογαριασμών, των ισοζυγίων, των καταστάσεων και των στηλών Α' και Β' κατηγορίας και της μεταφοράς τους από σελίδα σε άλλη σελίδα, η οποία όμως δεν επιτρέπεται να μεταβάλλεται από τον χρήστη. Είναι μια υποχρέωση του επιτηδευματία που αφορά όλα τα βιβλία που τηρεί, δηλαδή το Βιβλίο Εσόδων-Εξόδων, το Βιβλίο αποθήκης, το Γενικό καθολικό κ.λ.π.

- Διασφάλιση της ενημέρωσης των βιβλίων του επιτηδευματία με το περιεχόμενο των στοιχείων που εκδίδονται μηχανογραφικά.

Σε περιπτώσεις που έχουμε δίκτυα Η/Υ ή συνδέσεις με ON-LINE ενημερώσεις σε ένα κεντρικό Η/Υ, πρέπει να διασφαλίζεται η ορθή ενημέρωση όλων των βιβλίων και των λογαριασμών που έχουν άμεση σχέση με το περιεχόμενο κάθε φορολογικού στοιχείου. Επίσης να αποκλείεται η δυνατότητα στον χρήστη να ενημερώσει επιλεκτικά την καταχώρηση ορισμένων στοιχείων και άλλων όχι με ανάλογη εντολή στον Η/Υ.

- Δυνατότητα ακύρωσης εγγραφής με την έκδοση ειδικού ακυρωτικού στοιχείου, σε περίπτωση λάθους έκδοσης φορολογικών στοιχείων, εφ' όσον δεν χρησιμοποιήθηκαν.

Όταν δηλαδή εκδοθεί Απόδειξη Λιανικής Πώλησης σε ένα πελάτη, ενώ



έπρεπε να εκδοθεί Δελτίο Αποστολής-Τιμολόγιο Πώλησης και δεν παραδοθεί στο παραστατικό στον πελάτη, τότε εκδίδουμε το σχετικό ειδικό ακυρωτικό σημείωμα.

Εάν όμως το παραστατικό επιδοθεί στον πελάτη και αντιληφθούμε το λάθος μετά την αναχώρηση αυτού, τότε θα εκδοθεί το τιμολόγιο σε μελλοντική ημερομηνία και φυσικά σχετική απόδειξη επιστροφής λιανικής χωρίς την έκδοση του ειδικού ακυρωτικού σημειώματος.

Η έκδοση του ειδικού ακυρωτικού σημειώματος ακυρώνει και τις λανθασμένες εγγραφές που έγιναν στους αντίστοιχους λογαριασμούς με την έκδοση του λανθασμένου παραστατικού.

Το ειδικό ακυρωτικό σημείωμα είναι αθεώρητο και μπορεί να εκδίδεται από την ίδια σειρά των ενιαίων μηχανογραφικών εντύπων που εκδίδονται και άλλα φορολογικά στοιχεία με την τήρηση των διατάξεων του άρθρου 25.

Κάθε ακυρωτική εγγραφή στα βιβλία του επιτηδευματία που γίνεται για την ακύρωση λανθασμένης εγγραφής, μπορεί να εμφανισθεί με αρνητική μορφή στις στήλες του Εσόδων-Εξόδων ή στην Χρέωση ή την Πίστωση των βιβλίων Γ' κατηγορίας ή επίσης σε ιδιαίτερες στήλες ή αντίστοιχους λογαριασμούς.

- Το ειδικό ακυρωτικό σημείωμα δεν εκδίδεται, όταν με την εκτύπωση του στοιχείου δεν ενημερώθηκε άμεσα ο Η/Υ, λόγω μη άμεσης ενημέρωσης των βιβλίων, οπότε το στοιχείο ακυρώνεται με την αναγραφή της λέξης « ΑΚΥΡΟΝ » σε όλα τα αντίτυπα τα οποία φυσικά διαφυλάσσονται μαζί με όλα τα άλλα φορολογικά στοιχεία.

- Διαχωρισμό καταχώρησης και εκτύπωσης των οικονομικών πράξεων της νέας διαχειριστικής περιόδου, παράλληλα με τις οικονομικές πράξεις και τις τακτοποιητικές πράξεις της διαχειριστικής χρήσης που έληξε (σύνταξη ισολογισμού), καθώς και τη αυτόματης μεταφοράς των υπολοίπων στους λογαριασμούς της νέας χρήσης.

Κάθε υπόλοιπο που μεταφέρεται στην νέα χρήση πρέπει να είναι οριστικό και εκκαθαρισμένο.

- Διαχωρισμό και χωριστή εκτύπωση των πράξεων του τελευταίου μήνα της διαχειριστικής χρήσης που έληξε, από τις τακτοποιητικές πράξεις της ίδιας χρήσης.

Όσον αφορά τον χρόνο εκτύπωσης των λογαριασμών μπορούμε να παρατηρήσουμε τα ακόλουθα :

Με το τέλος της διαχειριστικής περιόδου 31.12, τα υπόλοιπα των λογαριασμών του γενικού καθολικού, μεταφέρονται και εκτυπώνονται το αρ-



γότερο στο ισοζύγιο του Γενικού καθολικού του μήνα εντός του οποίου έληξε ο ισολογισμός.

Στην περίπτωση δηλαδή μιας Α.Ε. θα εκτυπωθούν μέχρι 31 Μαΐου μια έχει το δικαίωμα να κλείσει τον ισολογισμό μέχρι τέλος Απριλίου και να εκτυπώσει όλα τα βιβλία και τα ημερολόγια ένα μήνα αργότερα. Τα υπόλοιπα των λογαριασμών των αναλυτικών καθολικών (καρτέλες λογαριασμών), μεταφέρονται και εκτυπώνονται όπως και στην προηγούμενη περίπτωση.

• Μεταγενέστερη αναπαραγωγή εγγραφών, εάν τροποποιηθεί το λογισμικό, είτε μετά από αλλαγή των διατάξεων του Κώδικα, είτε για οποιαδήποτε λόγο. Μέχρι την τροποποίηση αυτού πρέπει να παρέχεται η

ευχέρεια στον χρήστη να εκτυπώνει τις εγγραφές που θα εισαχθούν στον Η/Υ.

7.1.3 ΑΡΘΡΟ 24. Χρόνος και Τρόπος Μηχανογραφικής Ενημέρωσης των Βιβλίων και Έκδοσης των Στοιχείων

1. Η ενημέρωση των βιβλίων Α', Β' κατηγορίας και των βιβλίων και των ημερολογίων που τηρούνται για την Γ' κατηγορία, γίνεται στις προθεσμίες που ορίζουν αντίστοιχα οι παράγραφοι 1, 2 του άρθρου 17.

Η ενημέρωση και η εκτύπωση όλων των βιβλίων που σύμφωνα με το άρθρο 10 είναι πρόσθετα γίνεται στις προθεσμίες που ορίζει η παράγραφος 10 του άρθρου 17.

2. Η εκτύπωση των βιβλίων Α', Β', Γ' κατηγορίας και των ημερολογίων της τελευταίας γίνεται μέσα στον επόμενο μήνα εκείνου που αφορούν οι οικονομικές πράξεις.

Έναντι της μηνιαίας εκτύπωσης του βιβλίου αποθήκης ή του γενικού καθολικού ή του συγκεντρωτικού ημερολογίου, υπάρχει η δυνατότητα εκτύπωσης της μηνιαίας κατάστασης αποθήκης ή του ισοζυγίου γενικού καθολικού.

Στην μηνιαία κατάσταση αποθήκης εμφανίζονται για μεν τα είδη που κινήθηκαν κατά την διάρκεια του μήνα, κατ' είδος, ποσότητα και αξία τα προοδευτικά αθροίσματα μέχρι το τέλος του προηγούμενου μήνα, τα σύνολα των κινήσεων του μήνα κατά ποσότητα και αξία και τα ποσοτικά υπόλοιπα, για τα είδη που δεν κινήθηκαν το προοδευτικό συνολικό ποσό αξιών χρέωσης και πίστωσης όλων των ειδών μέχρι το τέλος του προηγούμενου είδους.



3. Στην περίπτωση που τηρούνται οι τα ανωτέρω ισοζύγια και οι μηνιαίες καταστάσεις, η εκτύπωση του βιβλίου αποθήκης, του γενικού καθολικού και του συγκεντρωτικού ημερολογίου γίνεται στο τέλος της διαχειριστικής περιόδου και μέσα στην προθεσμία σύνταξης του ισολογισμού.

4. Ο επιτηδευματίας που τηρεί βιβλία τρίτης κατηγορίας για τις οικονομικές πράξεις του υποκαταστήματος του ενεργεί ως ακολούθως;

- εκτυπώνει το ημερήσιο φύλλο συναλλαγών και αποστέλλει αυτό στην έδρα για την ενημέρωση των βιβλίων εντός δεκαπέντε (15) ημερών από την ημέρα που αφορά,

- ενημερώνει το ημερολόγιο ταμειακών και συμψηφιστικών πράξεων μέσα στην προθεσμία της παραγράφου 2 του άρθρου 17 του Κώδικα αυτού και εκτυπώνει αυτό ή το φύλλο ανάλυσης και ελέγχου εντός των πρώτων είκοσι (20) ημερών του επόμενου μήνα,

- ενημερώνει και εκτυπώνει το βιβλίο αποθήκης, καθώς και την μηνιαία κατάσταση του βιβλίου αποθήκης, μέσα στις προθεσμίες των παραγράφων 1 και 2 του άρθρου 24.

5. Σε περίπτωση που επιτηδευματίας διαθέτει δίκτυο Η/Υ με κεντρική μονάδα, με την οποία παρακολουθεί τα λογιστικά στοιχεία όλων των επαγγελματικών εγκαταστάσεων, μπορεί, μετά από προηγούμενη γνωστοποίηση στον προϊστάμενο της Δ.Ο.Υ. της έδρας του ή μετά από έγκριση αυτού, εφόσον η κεντρική μονάδα είναι σε τόπο εκτός της χωρικής του αρμοδιότητας ή πρόκειται για Α.Ε. με έδρα την Αθήνα ή την Θεσσαλονίκη, να εκτυπώνει μέχρι το τέλος του επόμενου μήνα στην μονάδα αυτή τα λογιστικά βιβλία και το βιβλίο αποθήκης κάθε επαγγελματικής εγκατάστασης, όταν η μεταβίβαση των εγγραφών από τις επαγγελματικές εγκαταστάσεις γίνεται είτε με απευθείας σύνδεση, είτε με άλλα ηλεκτρονικά μέσα στις προβλεπόμενες προθεσμίες.

Τα τυπωμένα βιβλία αποστέλλονται μέσα σε δέκα (10) ημέρες από την λήξη του μήνα της εκτύπωσης στην επαγγελματική εγκατάσταση την οποία αφορούν, όπου και φυλάσσονται. Τα θεωρημένα και μη χρησιμοποιημένα βιβλία μπορεί να φυλάσσονται στον χώρο της κεντρικής μονάδας του Η/Υ μέχρι την χρησιμοποίησή τους.

6. Η εκτύπωση της ποσοτικής καταγραφής των αποθεμάτων, ιδίων και τρίτων, στο βιβλίο απογραφών γίνεται με την λήξη της προθεσμίας της παραγράφου 7 του άρθρου 17 του Κώδικα αυτού. Η κατά ποσότητα και αξία εκτύπωση των αποθεμάτων γίνεται μέσα στην προθεσμία της παραγράφου 8 του άρθρου 17 του Κώδικα αυτού.

7. Οι προθεσμίες που ορίζονται για την εκτύπωση των βιβλίων που προβλέπονται από τις παραγράφους 1 έως 5 του άρθρου αυτού, τελούν υπό την προϋπόθεση ότι, όταν ζητηθεί εγγράφως από τον προϊστάμενο



της Δ.Ο.Υ. ή από εξουσιοδοτημένο από αυτόν υπάλληλο, είναι δυνατή η εκτύπωση σε αθεώρητο μηχανογραφικό χαρτί αμέσως των υπολοίπων όλων ή μερικών λογαριασμών του γενικού καθολικού και του βιβλίου αποθήκης και εντός δύο ημερών όλων ή μερικών των βιβλίων που τηρούνται, μέχρι την ημέρα, που σύμφωνα με τις διατάξεις των παραγράφων 1 και 2 του άρθρου 17 του Κώδικα αυτού, έπρεπε να έχει γίνει η εισαγωγή των στοιχείων αυτών στον Η/Υ. Εφόσον είναι αντικειμενικά αδύνατη η εκτύπωση αυτή μέσα στις παραπάνω προθεσμίες, ο προϊστάμενος της Δ.Ο.Υ. ή ο εξουσιοδοτημένος από αυτόν υπάλληλος, μπορεί μετά από σχετική αίτηση του επιτηδευματία να τις παρατείνει.

Οι προθεσμίες ενημέρωσης και εκτύπωσης των βιβλίων με τις τρέχουσες συναλλαγές παρατείνεται αυτοδίκαια για όσο χρόνο ορίζεται για τις παραπάνω εκτυπώσεις.

8. Οι διατάξεις της παραγράφου 6 του άρθρου 17 του Κώδικα αυτού, έχουν ανάλογη εφαρμογή και επί της μηχανογραφικής τήρησης των βιβλίων. Σε περίπτωση παράτασης του χρόνου ενημέρωσης των βιβλίων παρέχεται ισόχρονη παράταση και στον χρόνο εκτύπωσης αυτών.



Συγκεντρωτικός πίνακας χρόνων ενημέρωσης και εκτύπωσης σε μηχανογραφική τήρηση των βιβλίων & στοιχείων

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ-ΕΙΔΟΣ ΒΙΒΛΙΩΝ	ΧΡΟΝΟΣ ΓΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ	ΑΡΘΡΟ / ΠΑΡΑΓΡ.	ΧΡΟΝΟΣ ΕΚΤΥΠΩΣΗΣ	ΑΡΘΡΟ / ΠΑΡΑΓΡ.
Βιβλίο Τρίτης κατηγορίας Ημερολόγια ταμειακών και συμψηφιστικών πράξεων	Σε 15 ημέρες από την έκδοση ή την λήψη του δικαιολογητικού	17 / 2 & 24 / 4	Στον επόμενο μήνα εκείνου που αφορούν οι πράξεις και στις πρώτες 20 ημέρες του επόμενου για το υποκατάστημα	24 / 3
Ημερήσιο φύλλο συναλλαγών Υποκα/τος	Σε 15 ημέρες από την μέρα που αφορά	17 / 5 & 24 / 4	Σε 15 ημέρες από την μέρα που αφορά	24 / 4
Φύλλο ανάλυσης και ελέγχου όταν τηρείται	Σε 15 ημέρες από την μέρα που αφορά	17 / 5 & 24 / 4	Σε 15 ημέρες από την μέρα που αφορά για χειρόγραφο σε 20 ημέρες	24 / 4
Γενικό Καθολικό, Συγκεντρωτικό ημερολόγιο όταν τηρείται	Εντός του επόμενου μήνα	24 / 1 & 2	α. Στον επόμενο μήνα εφόσον τηρούνται θεωρημένα β. Εάν τηρούνται θεωρημένα μηνιαία ισοζύγια εκτύπωση μια φορά στο τέλος της χρήσης και στην προθεσμία σύνταξης ισολογισμού, σε αθεώρητα έντυπα. Τον επόμενο μήνα από εκείνον που αφορά.	24 / 1 & 2



Βιβλίο Αποθήκης Τα ίδια ισχύουν και για την τήρηση Βιβλίου αποθήκης των υποκατ/των	Εντός 8 ημερών ποσοτικά από την παραλαβή ή την παράδοση ή άλλου είδους διακίνηση αγαθού Εντός 10 ημερών η αξία από την λήψη ή την έκδοση του σχετικού στοιχείου.	17 / 2 & 24 / 1 & 4	α. Είτε βιβλίο αποθήκης θεωρημένο β. Είτε μηνιαία θεωρημένη κατάσταση οπότε το βιβλίο αποθήκης τυπώνεται αθεώρητο στο τέλος της διαχειριστικής περιόδου στην προθεσμία σύνταξης ισολογισμού.	24 / 1 & 2
Βιβλίο Απογραφών	Η ποσοτική ενημέρωση γίνεται μέχρι την 20 ^η ημέρα του μεθεπόμενου μήνα από την λήξη της διαχειριστικής περιόδου Η κατά αξία ενημέρωση γίνεται μέχρι την ημερομηνία σύνταξης του ισολογισμού.	17 / 7 17 / 8 & 27 / 3	Στον ίδιο χρόνο που ενημερώνουμε το βιβλίο γίνεται και η εκτύπωση αντίστοιχα ποσοτικά και κατά αξία	24 / 6 & 17 / 8
Βιβλίο ισολογισμού	Εντός 3 μηνών από την λήξη της διαχειριστικής περιόδου για ατομικές επ/σεις, ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ Εντός 4 μηνών για ΑΕ και συνεταιρ.	17 / 8 17 / 8	Σε όλες τις περιπτώσεις η εκτύπωση γίνεται εντός της ίδιας προθεσμίας που ισχύει για την ενημέρωση.	24 / 6 & 17 / 8

7.1.4 ΑΡΘΡΟ 25. Ειδικές Διατάξεις

1. Η εκτύπωση των θεωρημένων βιβλίων και καταστάσεων, μπορεί να γίνεται σε ενιαίο θεωρημένο μηχανογραφικό χαρτί γενικής αριθμησης, με την προϋπόθεση ότι κατά την εκτύπωση αποτυπώνεται το είδος του βιβλίου ή της κατάστασης, δίδεται ενιαία αριθμηση των σελίδων κάθε είδους βιβλίου ή κατάστασης και με το σημείωμα θεώρησης γνωστοποιείται στον προϊστάμενο της αρμόδιας Δ.Ο.Υ. το είδος των βιβλίων και των καταστάσεων που θα εκτυπωθούν από το ενιαίο έντυπο.

Παραμέτρους προεκτίμησης βιβλίων για θώρηση

Αριθμός Βιβλίου

Στοιχεία Στοιχείου

Τίτλος Βιβλίου

Πρώτη Σελίδα
Διάστημα γραμμών

Τελευταία Σελίδα
Τελ. Ημερομηνία

Τύπος Εκτύπωσης Τίτλων (0=Κανονικά, 1=Διπλά, 2=Εντενοί)

Πρώτη/Τελευταία Σελίδα	Διάστημα γραμμών	Αριθμός Βιβλίων

Δελτίο Α.Σ. 15/10/96 15-42

2. Επιτρέπεται η έκδοση των φορολογικών στοιχείων από το ίδιο θεωρημένο στέλεχος μηχανογραφικού εντύπου πολλαπλής χρήσης, που φέρει ενιαία αριθμηση, εφ' όσον με το σημείωμα θεώρησης γίνει γνωστοποίηση στον αρμόδιο προϊστάμενο Δ.Ο.Υ. για το είδος και τις σειρές των στοιχείων που εκδίδονται. Με την προϋπόθεση φυσικά ότι κατά την μηχανογραφική έκδοση αποτυπώνεται ο τίτλος και η σειρά του στοιχείου με ενιαία εσωτερική αριθμηση για κάθε είδος και σειρά στοιχείου.

Επομένως άλλος μπορεί να είναι ο α/α θεώρησης και άλλος ο α/α του παραστατικού.

Η επέκταση της δυνατότητας έκδοσης και άλλου είδους ή άλλης σειράς στοιχείων από το ίδιο θεωρημένο στέλεχος επιτρέπεται, εφ' όσον όμως πριν την έκδοση αυτή, θα δηλωθεί αυτό εγγράφως στον προϊστάμενο της αρμόδιας Δ.Ο.Υ. που θεώρησε τα στοιχεία αυτά.



3. Εφ' όσον από το υποκατάστημα του επιτηδευματία ενεργούνται μόνο πωλήσεις ή παρέχονται μόνο υπηρεσίες, των οποίων τα στοιχεία μεταβιβάζονται με απευθείας σύνδεση στην κεντρική μονάδα του Η/Υ, η έκδοση του φορολογικού στοιχείου στον πελάτη καλύπτει οποιαδήποτε άλλη υποχρέωση του επιτηδευματία στην εγκατάσταση αυτή, με εξαίρεση την τήρηση του βιβλίου αποθήκης, των προσθέτων βιβλίων του άρθρου 10 και την σύνταξη κατάστασης απογραφής υποκαταστήματος.

Στην περίπτωση αυτή τα έσοδα κάθε υποκαταστήματος παρακολουθούνται χωριστά στον Η/Υ.

4. Μηχανογραφικές καταστάσεις ή βεβαιώσεις σε έγγραφη ή μαγνητική μορφή, οι οποίες εκδίδονται ή παράγονται από τράπεζες ή άλλους πιστωτικούς οργανισμούς και πιστοποιούν την πραγματοποίηση από αυτές εισπράξεων ή πληρωμών για λογαριασμό του Δημοσίου, νομικών προσώπων Δημοσίου δικαίου ή Ασφαλιστικών οργανισμών, επέχουν θέση παραστατικών εγγραφών των δοσοληψιών που αναφέρονται σε αυτές.

5. Σε περίπτωση βλάβης μηχανήματος ή γενικά μη λειτουργίας του λογισμικού, η ενημέρωση των βιβλίων παρατείνεται για δέκα (10) ημέρες, εφ' όσον γίνει σχετική γνωστοποίηση στον προϊστάμενο της αρμόδιας Δ.Ο.Υ.

Όταν τα αίτια της μη ενημέρωσης συνεχίζονται και μετά από τον χρόνο της παράτασης αυτής, οι πρωτογενείς εγγραφές μέχρι την αποκατάσταση της βλάβης, γίνονται χειρόγραφα σε αντίστοιχα βιβλία, ή σε ένα γενικό ημερολόγιο, ή στα μηχανογραφικά έντυπα.

Τα στοιχεία στην περίπτωση αυτή μπορούν να εκδίδονται από ιδιαίτερη σειρά εντύπων.

Μετά την λειτουργική αποκατάσταση του συστήματος, γίνεται αμέσως η μεταφορά των εγγραφών από τα χειρόγραφα βιβλία στον Η/Υ, καθώς και η εκτύπωση των βιβλίων ή των καταστάσεων, εφ' όσον παρήλθε η προθεσμία εκτύπωσης αυτών.

7.2 ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΟ Κ.Β.Σ. ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ Π.Δ. 134/1996

Με το Προεδρικό Διάταγμα 134/1996 (ΦΕΚ Α 105/4-6/96) αντικαταστάθηκαν, τροποποιήθηκαν και συμπληρώθηκαν ορισμένες διατάξεις του Κ.Β.Σ. Εμείς θα αναφέρουμε αυτές που αφορούν την μηχανογραφική τήρηση και έκδοση των βιβλίων και στοιχείων.



		Με ισχύ από 1-8-1996
Άρθρο 21	Άρθρο 12	Τα τηρούμενο με μηχανογραφικό τρόπο, βιβλία μπορεί, ύστερα από γνωστοποίηση στον Προϊστάμενο της ΔΥΟ, να ενημερώνονται σε άλλον τόπο με προϋποθέσεις (μη απομάκρυνση πρωτογενών στοιχείων κλπ). Εξαιρούνται τα πρόσθετα βιβλία των παραγράφων 1 & 5 του άρθρου 10 του Κώδικα, τα βιβλία της παραγράφου 11 του άρθρου 64 του Ν.2065/92 και τα βιβλία της Α.Υ.ΠΟΛ 1100/4.4.95 που τηρούνται εκεί που ασκείται η σχετική δραστηριότητα.
Άρθρο 23	Άρθρο 13	Υποχρεώνονται οι χρήστες Η/Υ να επιτρέπουν, σε ειδικό συνεργείο έλεγχου», να λαμβάνουν στοιχεία ή πληροφορίες από το αρχείο του Η/Υ.
Νέα διάταξη	Άρθρο 14\$1	Η εκτύπωση των αναλυτικών καθολικών και του βιβλίου αποθήκης, τα οποία είναι φυλαγμένα σε ηλεκτρομαγνητικά μέσα αποθήκευσης, μπορεί να γίνει σε 15 ημέρες με αίτηση ίου επιτηδευματία και έγκριση του Προϊσταμένου της Δ.Ο.Υ.
Άρθρο 24	Άρθρο 14 \$2	Ότι ορίζονται από το πρώτο εδάφιο της παραγράφου 7 του άρθρου 24 του Κώδικα εφαρμόζεται και για το υπόλοιπο ταμείου (άμεση εκτύπωση).

		Με ισχύ από 1-1-1997
Άρθρο 7 \$2	Άρθρο 5	Επεκτείνεται για τους επιτηδευματίες που τηρούν βιβλία Γ κατηγορίας η υποχρεωτική ανάπτυξη των λογαριασμών του ΕΓΛΣ μέχρι των υπογραμμισμένων τριτοβαθμίων λογαριασμών.
Άρθρο 25 \$3	Άρθρο 15	Δίνεται η δυνατότητα μη τήρησης βιβλίων υποκαταστημάτων που συνδέονται με σύστημα ON- LINE με την έδρα του επιτηδευματία. Εξαιρούνται το βιβλίο αποθήκης και τα πρόσθετα βιβλία του άρθρου 10 και η κατάσταση απογραφής.



7.3 ΑΝΑΛΥΣΗ ΜΕ ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΔΙΑΤΑΞΕΩΝ

7.3.1 Μηχανογραφική Ενημέρωση Και Εκτύπωση Των Καταστάσεων

Για την ενημέρωση των βιβλίων με κάθε παραστατικό, λαμβάνουμε υπ' όψιν τον χρόνο έκδοσης αυτού, όταν πρόκειται για αυτά που έχουμε εκδώσει εμείς ή τον χρόνο λήψης για τα παραστατικά που έχει εκδώσει προς εμάς άλλος επιτηδευματίας. Σύμφωνα με τον Κ.Β.Σ. πρέπει να καταχωρηθεί εντός 15 ημερών από την έκδοση ή την λήψη του στοιχείου.

Π.χ. εάν ένα παραστατικό εκδόθηκε την 1/4/1997 ή το λάβαμε την ίδια ημερομηνία η προθεσμία αρχίζει από την επόμενη πάντα ημέρα δηλαδή 2/4/1997 και λήγει την 16/4/1997 εκτός εάν αυτή συμπίπτει να είναι αργία οπότε η προθεσμία θα λήγει στις 17/4/1997

Η εκτύπωση των βιβλίων γίνεται πάντα στο τέλος του επόμενου μήνα εκείνου που αφορούν οι οικονομικές πράξεις.

Συγκεκριμένα τα Βιβλία Εσόδων-Εξόδων ή τα Αναλυτικά ημερολόγια, το Γενικό Καθολικό και το Συγκεντρωτικό ημερολόγιο εκτυπώνονται στο τέλος του επόμενου μήνα εκείνου που αφορούν οι οικονομικές πράξεις.

Ιδιαίτερα το Γενικό καθολικό και το Συγκεντρωτικό ημερολόγιο μπορούν να εκτυπωθούν και στο τέλος της διαχειριστικής περιόδου με την προϋπόθεση ότι αντί αυτών θα εκτυπώνεται θεωρημένο ισοζύγιο.

Το βιβλίο αποθήκης μπορεί να εκτυπώνεται με την μορφή της μηνιαίας κατάστασης αποθήκης (θεωρημένη).

Τα αναλυτικά καθολικά εκτυπώνονται στο τέλος της διαχειριστικής περιόδου μέσα στην προθεσμία κλεισίματος του ισολογισμού, με την προϋπόθεση ότι διαφυλάσσουμε αυτά σε ηλεκτρομαγνητικά μέσα αποθήκευσης, σύμφωνα με τον νόμο 2214/94 και μπορούμε να τα εκτυπώσουμε εντός 3 ημερών εφ' όσον ζητηθεί αυτό από τον έλεγχο.

7.3.2 Υποχρεώσεις Κατά Την Διενέργεια Φορολογικού Ελέγχου

α) Η επιχείρηση πρέπει να διαθέσει το κατάλληλο προσωπικό για την χρήση του λογισμικού της επιχείρησης, για όσο χρόνο απαιτηθεί κατά την διάρκεια του ελέγχου και να επιτρέπει σε συνεργείο ελέγχου που συμμετέχει και υπάλληλος με την ειδικότητα της πληροφορικής, την απ' ευθείας λήψη οποιουδήποτε στοιχείου ή πληροφορίας από τα αρχεία του Η/Υ.



β) Στην περίπτωση φορολογικού ελέγχου που γίνεται από υπαλλήλους των Δ.Ο.Υ. ο κατά τον νόμο εξουσιοδοτημένος χρήστης, (ο ίδιος ο επιτηδευματίας ή ο μισθωτός υπάλληλος που χειρίζεται τον Η/Υ), όταν ζητηθεί εγγράφως από τα αρμόδια όργανα της Δ.Ο.Υ., πρέπει να εκτυπώσει σε αθεώρητο χαρτί τα ακόλουθα:

1. Τα υπόλοιπα όλων ή μερικών λογαριασμών του Γενικού καθολικού, όλων ή μερικών μερίδων του Βιβλίου αποθήκης, με την κίνηση που είχαν μέχρι την ημέρα που έπρεπε να γίνει η ενημέρωση του Η/Υ και η λογιστικοποίηση των εγγραφών με τα δεδομένα των οικονομικών πράξεων.

2. Εφ' όσον ζητηθεί από τον φορολογικό έλεγχο, εντός 2 ημερών όλα ή μερικά από τα βιβλία που τηρούνται, με τις εγγραφές που έπρεπε να έχουν ενημερωθεί με τα δεδομένα των οικονομικών πράξεων.

Εάν αυτό δεν είναι δυνατόν μέσα στις προθεσμίες αυτές ο επιτηδευματίας μπορεί να ζητήσει παράταση από τον αρμόδιο προϊστάμενο της Δ.Ο.Υ.

7.3.3 Περίπτωση Βλάβης Του Η/Υ ή Μη Λειτουργίας Του Λογισμικού

Σε κάθε περίπτωση βλάβης του Η/Υ ή στην περίπτωση που δικαιολογημένα δεν λειτουργούν τα προγράμματα η ενημέρωση και η εκτύπωση των βιβλίων και όλων των καταστάσεων παρατείνεται για 10 ημέρες από την ημέρα της βλάβης, φυσικά μετά από έγγραφη σχετική γνωστοποίηση στον προϊστάμενο της Δ.Ο.Υ. Τα στοιχεία, όσο διαρκεί η βλάβη εκδίδονται από ιδιαίτερη σειρά εντύπων.

Η έγγραφη γνωστοποίηση προς τον προϊστάμενο της Δ.Ο.Υ. πρέπει να αναφέρει με σαφήνεια το είδος της βλάβης, την ημερομηνία αυτής, τα στοιχεία του κατασκευαστή του λογισμικού που χρησιμοποιεί, καθώς και τα στοιχεία αυτού στον οποίο ανατέθηκε η αποκατάσταση της βλάβης.

Εάν η βλάβη ξεπεράσει το όριο των 10 ημερών τότε πρέπει να καταχωρηθούν σε χειρόγραφα θεωρημένα βιβλία οι εγγραφές ή και στα αντίστοιχα μηχανογραφικά έντυπα οι οικονομικές πράξεις για τις οποίες έχει λήξει η προθεσμία ενημέρωσης.

Μετά την αποκατάσταση της βλάβης το αρχείο του Η/Υ πρέπει να ενημερωθεί αναλυτικά με όλες τις οικονομικές πράξεις που είχαν καταχωρηθεί χειρόγραφα και ο επιτηδευματίας πρέπει να εκτυπώσει τα βιβλία και τις καταστάσεις για τις οποίες έχει λήξει η προθεσμία εκτύπωσης.



7.3.4 Συγκεντρωτικές Καταστάσεις Τιμολογίων Πώλησης Και Αγορών

Το άρθρο 20 του Κ.Β.Σ προβλέπει την υποβολή μέχρι την 25η Μαΐου προς την αρμόδια Λ.Ο.Υ συγκεντρωτικών καταστάσεων που περιλαμβάνουν τις ακόλουθες συναλλαγές :

1. τις αγορές των εμπορευμάτων, (γενικά εμπορεύσιμα αγαθά), τα πάγια αγαθά, τα αναλώσιμα αγαθά, την λήψη υπηρεσιών, την καταβολή αποζημιώσεων, οικονομικών ενισχύσεων και άλλων δικαιωμάτων, τα γενικά έξοδα της επιχείρησης.
2. τις χονδρικές πωλήσεις αγαθών, υπηρεσιών, την είσπραξη αμοιβών, αποζημιώσεων, οικονομικών ενισχύσεων και άλλων δικαιωμάτων.
3. δεν περιλαμβάνονται τα τιμολόγια για αγορές αγαθών από το εξωτερικό καθώς και οι πωλήσεις αγαθών και υπηρεσιών προς το εξωτερικό.

Συναλλαγές σε ποσά κάτω των 15.000 δρχ. απαγορεύεται να συμπεριληφθούν στις καταστάσεις αυτές. Δεν περιλαμβάνονται καθόλου οι λιανικές πωλήσεις ακόμη και αν έγιναν με τιμολόγιο πώλησης σε ιδιώτη.

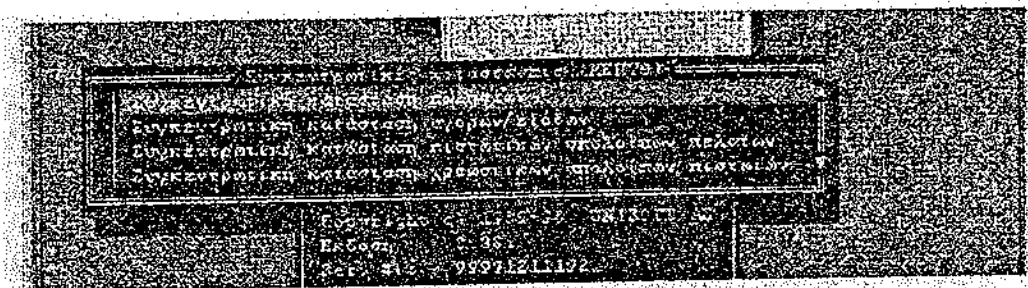
Οι αξίες είναι πάντα χωρίς το ΦΠΑ ακόμα και στην περίπτωση που αυτός δεν είναι εκπιπτόμενος από τον αγοραστή.

Σαν αριθμός των στοιχείων στις καταστάσεις αναγράφεται ο συνολικός αριθμός των στοιχείων που εκδόθηκαν ή ελήφθησαν περιλαμβανόμενων των τιμολογίων και των πιστωτικών.

Σε περίπτωση που υπάρχουν διαφορές αρνητικές οφειλόμενες είτε σε επιστροφές πωλήσεων, είτε σε επιστροφές αγορών που δεν καλύπτονται από τις ετήσιες πωλήσεις ή αγορές τότε ο επιτηδευματίας υποβάλλει ξεχωριστή κατάσταση πιστωτικών υπολοίπων.

Η κάθε επιχείρηση μπορεί να υποβάλλει είτε μια ενιαία κατάσταση για συναλλαγές κεντρικού και υποκαταστήματος, είτε ξεχωριστές καταστάσεις.

Επίσης εάν τηρεί αναλυτικά τους πελάτες και τους προμηθευτές στο πρόγραμμα της εμπορικής διαχείρισης και τους λοιπούς προμηθευτές εξόδων αναλυτικά στην Γενική λογιστική, στην περίπτωση που υποχρεούται στην μηχανογραφική υποβολή των καταστάσεων, μπορεί να δώσει ξεχωριστές δισκέτες από κάθε πρόγραμμα (μνα δηλαδή από το εμπορικό για τους πελάτες και τους προμηθευτές και μια από την Γενική λογιστική για τους προμηθευτές εξόδων).



Οι τηρούντες υποχρεωτικά βιβλία τρίτης κατηγορίας υποχρεούνται να υποβάλλουν τις συγκεντρωτικές καταστάσεις με μηχανογραφικό τρόπο.

7.3.5 Υποβολή Τελευταίου Προσωρινού Ισοζυγίου

Σύμφωνα με τις τροποποιήσεις του άρθρου 19^α του Κ.Β.Σ. που δημοσιεύθηκαν στο ΦΕΚ 17^α όλες οι επιχειρήσεις που τηρούν βιβλία Γ' κατηγορίας είναι υποχρεωμένες να καταθέσουν στις αρμόδιες Δ.Ο.Υ. μέχρι τις 25 του πέμπτου μήνα από την λήξη της χρήσης το τελευταίο προσωρινό ισοζύγιο όλων των βαθμίδων, πριν από τις εγγραφές κλεισίματος. Για τις χρήσεις που λήγουν από 30/6/97 και εξής η υποβολή πρέπει να γίνει σε δισκέτα με προδιαγραφές που έχουν ήδη δοθεί.

Από το ισοζύγιο αυτό εξαιρούνται διάφοροι χαμηλόβαθμοι βαθμοί και ειδικά οι μερίδες της αποθήκης, εφ' όσον τηρούνται αναλυτικά στην Γενική λογιστική.

Επίσης εξαιρούνται οι εγγραφές κλεισίματος, σε περίπτωση που ήδη μια εταιρία έχει ήδη πραγματοποιήσει τις εγγραφές αυτές.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

8.1 ΠΑΡΑΣΤΑΤΙΚΑ ΕΝΟΣ SUPER-MARKET

Τις πωλήσεις ενός σούπερ-μάρκετ μπορούμε να τις διακρίνουμε σε Λιανικές και Χονδρικές. Για τις λιανικές πωλήσεις που αποτελούν και το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων ενός super-market εκδίδουμε Αποδείξεις Λιανικής Πώλησης και Αποδείξεις Επιστροφής αυτών. Η έκδοση των παραπάνω παραστατικών μπορεί να γίνει από : α) Φ. Ταμειακή Μηχανή β) Ηλεκτρονικό Υπολογιστή και γ) Χειρόγραφες (μόνο σε περίπτωση βλάβης ή διακοπής ρεύματος και αδυναμίας έκδοσης των αποδείξεων από την Φ.Τ.Μ.). Για τις χονδρικές πωλήσεις εκδίδουμε Τιμολόγιο-Δελτίο Αποστολής ή Δελτίο Αποστολής και μετά το Τιμολόγιο και μπορεί να γίνει από Η/Υ ή χειρόγραφα.

Τώρα θα επιχειρήσουμε μια σύντομη ανάλυση όλων των παραστατικών που εκδίδουμε προς τους Πελάτες μας ή τους Προμηθευτές μας, καθώς και των παραστατικών που εκδίδουν αυτοί προς εμάς, πάντα σύμφωνα με την λειτουργία τους στην εν γένει μηχανογραφική ή χειρογραφική διαδικασία και φυσικά όπως προβλέπει ο Κ.Β.Σ.

8.1.1 Δελτίο Αποστολής

Όταν πουλάμε ή παραλαμβάνουμε ένα εμπόρευμα πρέπει να συνοδεύεται από ένα Δελτίο Αποστολής. Στο Δελτίο Αποστολής δεν είμαστε υποχρεωμένοι να αναγράφουμε τις αξίες των εμπορευμάτων παρά μόνο τις ποσότητες και αυτό γιατί τα Δελτία Αποστολής αποτελούν συνοδευτικά παραστατικά μεταφοράς εμπορεύματος. Απαιτείται η θεώρηση του παραστατικού αυτού.

Σε ένα πρόγραμμα Εμπορικής Διαχείρισης το Δελτίο Αποστολής είναι αυτό που ενημερώνει την είσοδο ή την έξοδο εμπορευμάτων από τον αποθηκευτικό χώρο της επιχείρησής μας. Πρέπει να τονισθεί ιδιαίτερα ο σημασία αυτή μια και γίνονται πάρα πολλά λάθη από τους χρήστες.

Το λάθος έγκειται στο γεγονός ότι καταχωρώντας μόνο το απλό Τιμολόγιο Πώλησης ή το απλό Πιστωτικό Τιμολόγιο έχουν την εντύπωση ότι ενημερώνεται και η κίνηση της Αποθήκης.

Η Ενημέρωση του αποθηκευτικού χώρου από το Δελτίο Αποστολής γίνεται μόνο σε ποσότητες εμπορευμάτων και δεν επηρεάζονται καθόλου οι καρτέλες των πελατών μας (εκτός από ειδικές περιπτώσεις όπου έχου-



με ειδική αλλαγή παραμέτρων στο πρόγραμμα για να πιο γρήγορη ενημέρωση αξιών, π.χ. Είναι η Επιχείρηση Άλφα η οποία προμηθεύει τσιμέντο σε οικοδομές, τα αυτοκίνητα της επιχείρησης κάνουν 5-10 δρομολόγια ημερησίως, σε ένα έργο, με Δελτία Αποστολής, στο τέλος του μήνα εκδίδουμε ένα Τιμολόγιο Πούλησης, που αναφέρετε στο τσιμέντο που παρέλαβε με Δελτία Αποστολής ο Πελάτης μας, η συμφωνία που έχουμε όμως με το Πελάτη μας είναι να μας πληρώνει ανά 15 ημέρες, μια λύση σε αυτό το πρόβλημα είναι το Δελτίο Αποστολής να ενημερώνει και ως αξίες τόσο την αποθήκη μας όσο και τις καρτέλες των πελατών μας.)

Τα Δελτία Αποστολής μπορούμε να τα διαχωρίσουμε πάντα σε συνδυασμό με την χρήση οποιουδήποτε Εμπορικού προγράμματος ως εξής :

- Τα Δελτία Αποστολής που εκδίδονται ή καταχωρούνται στις κινήσεις Πωλήσεων

1. Δελτία Αποστολής για πώληση Εμπορευμάτων Προϊόντων ή Α & Β Υλών κ.λ.π. που εκδίδουμε προς τους πελάτες μας.
2. Δελτία Αποστολής για παράδοση Εμπορευμάτων μετά από επισκευή που εκδίδουμε προς τους πελάτες μας.
3. Δελτία Αποστολής που εκδίδουν οι πελάτες μας προς εμάς, όταν μας αποστέλλουν εμπορεύματα ή προϊόντα, είτε για επιστροφή, είτε για επισκευή και τα καταχωρούμε για την σχετική ενημέρωση.
4. Δελτίο Ποσοτικής Παραλαβής, όταν οι πελάτες μας επιστρέφουν εμπορεύματα χωρίς σχετικό παραστατικό, οπότε εκδίδουμε εμείς το σχετικό παραστατικό για να εισαγάγουμε αυτά στην αποθήκη μας.
5. Δελτία Αποστολής (ενδοδιακίνησης) όταν μεταφέρουμε εμπορεύματα από τον κεντρικό μας αποθηκευτικό χώρο σε ένα άλλο (υποκατάστημα ή απλή αποθήκη)

- Τα Δελτία Αποστολής που καταχωρούνται ή εκδίδονται στις κινήσεις Αγορών.

1. Δελτία Αποστολής που εκδίδουν προς εμάς οι Προμηθευτές όταν μας αποστέλλουν Εμπορεύματα οπότε και καταχωρούμε αυτά για την ενημέρωση της αποθήκης.



2. Δελτία Αποστολής που εκδίδουμε εμείς προς τους Προμηθευτές μας όταν τους αποστέλλουμε εμπορεύματα είτε για επιστροφή είτε για επισκευή.

3. Δελτία Ποσοτικής Παραλαβής που εκδίδουμε εμείς για λογαριασμό των Προμηθευτών μας, όταν αγοράζουμε από αυτούς προϊόντα ή Α & Β ύλες και δεν έχουν αυτοί σχετικά παραστατικά (παραγωγοί αγροτικών προϊόντων).

Πρέπει να τονίσουμε ότι, είναι καλό για την σωστή τήρηση όλων αυτών των περιπτώσεων και για τον σαφή διαχωρισμό αυτών, να τηρούμε διαφορετικές σειρές για τα Δελτία Αποστολής που εκδίδουμε είτε προς τους Πελάτες μας, είτε προς τους Προμηθευτές μας.

8.1.2 Τιμολόγιο

Ένα Τιμολόγιο μπορεί να αναφέρεται σε μια πώληση εμπορευμάτων ή σε μία επιστροφή εμπορευμάτων. Τα παραστατικά αυτά εκδίδονται για συναλλαγές μεταξύ ατομικών επιχειρήσεων ή επιχειρήσεων με συγκεκριμένη νομική μορφή ή και με υπηρεσίες του Δημοσίου. (πελάτες Χονδρικής)

Διακρίνουμε τις ακόλουθες περιπτώσεις όπως τις ορίζει ο Κ.Β.Σ.

1. Τιμολόγιο Πώλησης
2. Τιμολόγιο Πώλησης-Δελτίο Αποστολής
3. Πιστωτικό Τιμολόγιο

Θα αναλύσουμε όμως ένα προς ένα όλα τα είδη των τιμολογίων για καλύτερη γνώση.

8.1.2.1 Τιμολόγιο Πώλησης

Το παραστατικό αυτό έπεται του Δελτίου Αποστολής, δηλαδή αν έχουν ήδη αποστείλει εμπορεύματα σε ένα πελάτη ή όταν έχουμε ήδη παραλάβει εμπορεύματα, με ένα ή περισσότερα Δελτία Αποστολής. Μπορεί να εκδοθεί είτε ένα Τιμολόγιο Πώλησης για κάθε ένα Δελτίο είτε ένα μόνο Τιμολόγιο για όλα τα Δελτία. Φυσικά η έκδοση του Τιμολογίου Πώλησης πρέπει να γίνει μέσα στο προβλεπόμενο από τον Κ.Β.Σ. χρονικό διάστημα, (ένα μήνα από την έκδοση του Δελτίου Αποστολής). Το Τιμολόγιο Πώλησης ενημερώνει πλέον τον Πελάτη (χρέωση) ή τον Προμηθευτή



(πίστωση) με το ποσό του και επίσης την αποθήκη με την αξία των εμπορευμάτων. (Στην μηχανογραφική καρτέλα του είδους θα εμφανισθούν οι ποσότητες και οι αξίες, αλλά θα δούμε ότι δεν αλλάζει το υπόλοιπο της ποσότητας.)

Δεν απαιτείται η θεώρηση του παραστατικού αυτού.

8.1.2.2 Δελτίο Αποστολής – Τιμολόγιο Πώλησης

Είναι το ενιαίο παραστατικό που εκδίδεται σε κάθε πώληση ή αγορά και ενημερώνει ταυτόχρονα τον Πελάτη (χρέωση) ή τον Προμηθευτή (πίστωση) και επίσης την αποθήκη τόσο ποσοτικά όσο και με την αντίστοιχη αξία των ειδών (στην πίστωση όταν έχουμε πώληση και στην χρέωση όταν αγοράζουμε).

Απαιτείται η θεώρηση του παραστατικού αυτού.

8.1.2.3 Πιστωτικό Τιμολόγιο (για επιστροφές)

Σε κάθε περίπτωση επιστροφής εμπορευμάτων ή προϊόντων κ.λ.π. (έχει προηγηθεί Δελτίο Αποστολής από αυτόν που τα επιστρέφει), αυτός που τα παραλαμβάνει πρέπει να εκδώσει το παραστατικό αυτό, εφ' όσον δεν μπορεί να αντικαταστήσει αυτά με άλλα. Το παραστατικό αυτό ενημερώνει την αποθήκη μόνο με αξίες και επίσης την καρτέλα του πελάτη ή του προμηθευτή. Πρέπει κατά την έκδοση αυτού να αναφέρεται το σχετικό Δ.Α. έναντι του οποίου εκδίδεται.

Δεν απαιτείται η θεώρηση του παραστατικού αυτού.

8.1.2.4 Πιστωτικό Τιμολόγιο (για εκπτώσεις)

Όταν παρέχονται εκπτώσεις μεταξύ πελατών και προμηθευτών εκδίδεται πάλι Πιστωτικό τιμολόγιο χωρίς φυσικά να απαιτείται η έκδοση προηγουμένως σχετικού Δ.Α... Ισχύει ότι και στην προηγούμενη περίπτωση εκτός φυσικά της ενημέρωσης της αποθήκης. (Συνήθως όμως στην μηχανογράφηση δημιουργούμε ένα υποθετικό είδος στην αποθήκη π.χ. Έκπτωση λόγου τζίρου και το χρησιμοποιούμε στην έκδοση των παραστατικών αυτών, οπότε θα δούμε ότι ενημερώνεται κανονικά η αποθήκη για να έχουμε πάντα μια εικόνα με τις αξίες των εκπτώσεων αυτών.) Δεν απαιτείται η θεώρηση του παραστατικού αυτού.



8.1.3 Αποδείξεις

Με τα παραστατικά αυτά καλύπτονται συναλλαγές με φυσικά πρόσωπα, για την κάλυψη ιδιωτικών ή οικογενειακών αναγκών.

Αναλύονται στις ακόλουθες περιπτώσεις :

1. Απόδειξη Λιανικής Πώλησης
2. Απόδειξη Επιστροφής Λιανικής Πώλησης

Θα αναλύσουμε τις ανωτέρω περιπτώσεις για καλύτερη γνώση.

8.1.3.1 Απόδειξη Λιανικής Πώλησης

Όπως προαναφέραμε οι Αποδείξεις λιανικής πώλησης εκδίδονται όταν έχουμε συναλλαγές με ιδιώτες (φυσικά πρόσωπα) και συγκεκριμένα με την πώληση εμπορευμάτων ή προϊόντων, για την κάλυψη ιδιωτικών και οικογενειακών αναγκών (πελάτης Λιανικής)

Αποτελούν συνοδευτικό-μεταφοράς όταν θα μεταφέρει τα είδη ο αγοραστής και ενημερώνει την αποθήκη τόσο με τις ποσότητες όσο και με τις αξίες, τον δε πελάτη με τις αντίστοιχες αξίες

Σε περίπτωση που θα μεταφέρει ο πωλητής τα είδη για λογαριασμό του πελάτη πρέπει να εκδοθεί και σχετικό Δελτίο Αποστολής ή ένα ενιαίο παραστατικό Δελτίο Αποστολής-Απόδειξη Λιανικής Πώλησης.

Απαιτείται η θεώρηση του παραστατικού αυτού.

8.1.3.2 Απόδειξη Επιστροφής Λιανικής Πώλησης

Το παραστατικό αυτό εκδίδεται όταν ο πελάτης Λιανικής επιστρέφει κάποια είδη είτε για αλλαγή είτε για οποιαδήποτε άλλο λόγο. Το παραστατικό αυτό θα ενημερώσει την αποθήκη με τις ποσότητες και τις αξίες, καθώς και τον πελάτη με την αξία.

Απαιτείται η θεώρηση του παραστατικού αυτού.

8.1.4 Ακυρωτικό Σημείωμα

Τα Ακυρωτικά Σημειώματα εκδίδονται για την ακύρωση αντίστοιχα, κάθε λανθασμένου στοιχείου, το οποίο εκδόθηκε δεν έχει δοθεί στον πελάτη και έχει γίνει αυτόματα η οριστική ενημέρωση των λογιστικών



βιβλίων με την συναλλαγή αυτή. Δεν απαιτείται η θεώρηση του παραστατικού αυτού.

8.2 ΚΙΝΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΣΤΑΤΙΚΩΝ ΣΕ ΜΙΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΦΑΡΜΟΓΗ

Κίνηση των παραστατικών σε μια εμπορική εφαρμογή θα δώσουμε μια συνοπτική εικόνα με τον τρόπο που ενημερώνουν τα παραστατικά αγορών και πωλήσεων ένα πρόγραμμα εμπορικής διαχείρισης.

Με την βοήθεια των πινάκων που ακολουθούν μπορεί πλέον ο κάθε χρήστης να γνωρίζει το πώς επηρεάζει οποιαδήποτε παραστατικό την Αποθήκη, τους Πελάτες ή τους Προμηθευτές.

Η γνώση αυτή υποβοηθάει στον καθημερινό έλεγχο ή την ανάγνωση κάθε αναλυτικής καρτέλας που απαιτείται από τον χρήστη.

Υπάρχουν π.χ. παραστατικά που στην κλασική θεωρία της λογιστικής αναφέρεται ότι ενημερώνουν τον πελάτη στην πίστωση, ενώ θα διαπιστώσουμε ότι τον ενημερώνουν αρνητικά στην χρέωση.

Αυτό συμβαίνει π.χ. όταν εκδίδουμε Πιστωτικό Τιμολόγιο Επιστροφής ή Έκπτωσης σ' αυτόν και ο λόγος της αρνητικής χρέωσης έχει να κάνει στο ότι, έτσι θα δούμε τον πραγματικό τζίρο που μας έκανε ο πελάτης μια και οι πωλήσεις προς αυτόν χρεώνονται.

Μεταφέροντας λοιπόν τα Πιστωτικά Τιμολόγια στην χρέωση με αρνητική αξία είμαστε σε θέση να δούμε πάντα τον τζίρο του (αφού φυσικά αφαιρεθούν οι αξίες του ΦΠΑ).

θα παρατηρήσετε λοιπόν σε κάθε πίνακα το σύμβολο του (για κάθε θετική κίνηση, ή του - (για κάθε αρνητική κίνηση).

Με το σύμβολο @ έχουμε μεν κίνηση σε ποσότητες χωρίς όμως ενημέρωση του υπολοίπου, απλά σαν ιστορική κίνηση.



Κίνηση παραστατικών Αγορών

Παραστ/κά Αγορών	Αποθήκη Ποσότητες Χρέωση	Αποθήκη Αξίες Χρέωση	Αποθήκη Ποσότητες Πίστωση	Αποθήκη Αξίες Πίστωση	Προμ/τή Χρέωση	Προμ/τη Πίστωση
Δελτίο Απλής	√					
Τιμ. Πώλησης	@	√				√
Τιμ. Πώλησης- Δ.Α.	(√				√
Δελ.Απλής σε Προμηθευτή	-(
Πιστ. Τιμολ. Επιστροφής	@	-√				-√
Πιστ. Τιμολ. Εκπτώσης	@	@				-√

Κίνηση παραστατικών Πωλήσεων

Παραστ/κά Πωλήσεων	Αποθήκη Ποσότη.Χρ.	Αποθήκη ΑξίεςΧρ.	Αποθήκη Ποσότη.Πίστ.	Αποθήκη Αξίες.Πίστ	Πελάτης Χρέωση	Πελάτης Πίστωση
Δελτ.απλής			√			
Τιμ.Πώλησης			@	√	√	
Τι.Πώλ.-ΔΑ			√	√	√	
Δελ.Απ.Πελ.			-√			
Πιστ. Τι.Επι/φή			@	-√	-√	
Πιστ. Τι.Εκπ.			@	@	-√	
Δε.Ποσ.Παρ.			-√			
Απ.Λια.Πώλ.			√	√	√	
Απ.Επι.Λιαν.			-√	-√	-√	



8.2.1 Ενημερώσεις Λογαριασμών Εμπορικής Διαχείρισης

Θα επιχειρήσουμε δε να δούμε και το κλασικό ταν της λογιστικής ενός πελάτη, ενός προμηθευτή και ενός είδους και την ενημέρωση από κάθε δυνατή κίνηση όπως διαμορφώνεται σε κάθε πρόγραμμα εμπορικής διαχείρισης.

Οι κινήσεις λοιπόν που επηρεάζουν την καρτέλα του προμηθευτή είναι οι αγορές με τα τιμολόγια που πραγματοποιούμε από αυτόν, τα πιστωτικά που μας εκδίδει, καθώς και οι πληρωμές με μετρητά ή με επιταγή ή με συναλλαγματική προς αυτόν.

πίστωση	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ	χρέωση
ΠΛΗΡΩΜΗ ΜΕ ΜΕΤΡΗΤΑ -ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΜΕΤΡΗΤΩΝ ΠΛΗΡΩΜΗ ΜΕ ΕΠΙΤΑΓΗ ΠΛΗΡΩΜΗ ΜΕ ΣΥΝΑΛΛΚΗ		ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΠΩΛΗΣΗΣ ΤΙΜΟΛ.ΠΩΛ.-ΔΕΛ.ΑΠ/ΛΗΣ -ΠΙΣΤΩΤΙΚΟ ΕΠΙΣΤΡΟΦΩΝ -ΠΙΣΤΩΤΙΚΟ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ

Η καρτέλα του πελάτη ενημερώνεται με όλες τις πωλήσεις προς αυτόν, καθώς και με όλες τις εισπράξεις που έχουμε από αυτόν.

Θα αναλύσουμε δε τις κινήσεις που γίνονται τόσο στον Πελάτη Χονδρικής (αγοράζει για λογαριασμό της εταιρίας είτε για μεταπώληση, είτε για πάγια περιουσία), όσο και τις κινήσεις που κάνει ο Πελάτης Λιανικής (ιδιώτης που αγοράζει για προσωπικές και οικογενειακές ανάγκες).



8.2.2 Ενημερώσεις Λογαριασμών Γενικής Λογιστικής

Θα παρουσιάσουμε όμως και τα ταν όπως ενημερώνονται σε ένα πρόγραμμα Γενικής Λογιστικής για να υπάρχει πλήρης γνώση για τον τρόπο που ενημερώνει κάθε πρόγραμμα.

χρέωση **ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ** πίστωση

ΠΛΗΡΩΜΗ ΜΕ ΜΕΤΡΗΤΑ
ΠΛΗΡΩΜΗ ΜΕ ΕΠΙΤΑΓΗ
ΠΛΗΡΩΜΗ ΜΕ ΣΥΝΑΛΛΚΗ
ΠΙΣΤΩΤΙΚΟ ΤΙΜ. ΕΠΙΣΤΡ.
ΠΙΣΤΩΤΙΚΟ ΤΙΜ. ΕΚΠΤΩΣΗΣ

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΠΩΛΗΣΗΣ
ΤΙΜΟΛ.ΠΩΛ.-ΔΕΛ.ΑΠ/ΛΗΣ
ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΜΕΤΡΗΤΩΝ

χρέωση

ΠΕΛΑΤΗΣ χονδρικής

πίστωση

ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΠΩΛΗΣΗΣ
ΤΙΜΟΛ.ΠΩΛ.-ΔΕΛ.ΑΠ/ΛΗΣ
ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΜΕ ΜΕΤΡΗΤΑ

ΕΙΣΠΡΑΞΗ ΜΕ ΣΥΝΑΛΛΚΗ
ΕΙΣΠΡΑΞΗ ΜΕ ΜΕΤΡΗΤΑ
ΕΙΣΠΡΑΞΗ ΜΕ ΕΠΙΤΑΓΗ
ΠΙΣΤΩΤΙΚΟ ΤΙΜ. ΕΠΙΣΤΡΟΦΗΣ
ΠΙΣΤΩΤΙΚΟ ΤΙΜ. ΕΚΠΤΩΣΗΣ

χρέωση

ΠΕΛΑΤΗΣ λιανικής

πίστωση

ΑΠΟΔ. ΛΙΑΝ. ΠΩΛΗΣΗΣ
ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΜΕΤΡΗΤΩΝ

ΕΙΣΠΡΑΞΗ ΜΕ ΜΕΤΡΗΤΑ
ΑΠΟΔ. ΕΠΙΣΤΡ. ΛΙΑΝ. ΠΩΛ.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

9.1. Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΤΟΥ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ

Γενικότερα σε όλες τις επιχειρήσεις η οργάνωση ενός σύγχρονου λογιστηρίου αποτελεί συστηματική και προγραμματισμένη ένταξη ανθρώπων και πραγμάτων, για την επίτευξη συγκεκριμένων σκοπών και στόχων, τόσο από λογιστικής πλευράς όσο και του τομέα που εντάσσεται το λογιστήριο. Με βάση ρυθμιστικούς κανόνες, συγκροτούνται ορθολογικά, πρόσωπα και πράγματα για την επίτευξη του μεγαλύτερου δυνατού αποτελέσματος.

Η ανάπτυξη τις τελευταίες δεκαετίες του ιδιωτικού και δημόσιου τομέα στις οικονομίες των χωρών, έφερε την ανάγκη σωστής και αποτελεσματικής οργάνωσης και διοίκησης, έτσι ώστε να μπορούν να αντιμετωπίζουν τα νέα προβλήματα που βάζει η εξέλιξη των οικονομικών δραστηριοτήτων και οικονομικών μεγεθών.

Στην χώρα μας σε ότι αφορά την ανάπτυξη του λογιστηρίου (και γενικά των λογιστικών εργασιών) σαν υπομονάδα της συνολικής λειτουργίας της επιχείρησης, σημαντικό ρόλο έπαιξε η θέσπιση διατάξεων από το 1952 για την επίσημη εισαγωγή της Λογιστικής στις επιχειρήσεις.

Η εισαγωγή του "Κώδικα Φορολογικών Στοιχείων" (Κ.Φ.Σ.) το 1956 που καθιέρωνε την υποχρεωτικότητα τήρησης λογιστικών βιβλίων και στοιχείων, αποτέλεσε σοβαρό παράγοντα ανάπτυξης του λογιστηρίου.

Παρά τις αρχικές αντιδράσεις του επιχειρηματικού κόσμου, με την πάροδο του χρόνου αντελήφθησαν η δαπάνη (το "χαράτσι όπως έβλεπαν την δαπάνη για την οργάνωση ενός υποτυπώδους λογιστηρίου) ήταν σχετικά μικρή σε σχέση με την ωφέλεια που είχαν, αφού από την μια μεριά σταμάτησαν οι φορολογικές αυθαιρεσίες της φορολογικής αρχής και από την άλλη καταργώντας το παλαιολιθικό "τεφτέρι", άρχισαν να αντλούν από το λογιστήριο τους χρήσιμες πληροφορίες όπως υπόλοιπα προμηθευτών, πελατών, παρακολούθηση αποθεμάτων κ.λ.π.

Σήμερα βέβαια η σωστή οργάνωση του λογιστηρίου είναι στα πρώτα ενδιαφέροντα της σωστής επιχειρηματικής μονάδας, για την διατήρηση και επέκταση της θέσης της στην αγορά και η χρησιμότητα του λογιστηρίου δεν αμφισβητείται από κανέναν.

Συνοπτικά μπορούμε να πούμε ότι, στην ανάγκη οργάνωσης των λογιστηρίων συνέβαλαν οι εξής κύριοι παράγοντες:



α. Η αύξηση του οικονομικού δυναμικού των σύγχρονων επιχειρήσεων (αύξηση μεγάλων επιχειρηματικών μονάδων με αυξημένο κεφαλαιουχικό και εργατικό δυναμικό, μεγάλος κύκλος εργασιών και αριθμός πελατών κ.λ.π.).

β. Η επέκταση και διόγκωση του σύγχρονου κράτους, του ελέγχου του στην οικονομία και την δραστηριότητα των επιχειρήσεων. (Φορολογικοί, τιμολογιακοί έλεγχοι, έλεγχοι ασφαλιστικών οργανισμών κ.λ.π.).

γ. Η προϋπόθεση γρήγορης και σωστής πληροφόρησης των λογαριασμών σαν απαραίτητο στοιχείο λειτουργίας της οικονομικής μονάδας.

δ. Η ανάπτυξη των νομικών και θεσμικών πλαισίων που διέπουν την λειτουργία των οικονομικών μονάδων.

Αδυναμίες και ελλείψεις παρατηρούνται στην λογιστική οργάνωση κύρια των μικρών επιχειρήσεων, καθώς επίσης και των επιχειρήσεων εκείνων που ξεπερνώντας κάθε λογική αρχίζουν τον περιορισμό των δαπανών τους από το λογιστήριο ή δεν αυξάνουν το προσωπικό των λογιστηρίων ανάλογα με την αύξηση του κύκλου εργασιών τους.

Η απώλεια ή η αποβολή από τους επιτηδευματίες της συνειδητής αναγκαιότητας ενός λογιστηρίου που θα λειτουργεί κανονικά, είναι βέβαιο ότι θα έχει οικονομικές επιπτώσεις πολύ χειρότερες από εκείνες που θα δημιουργούνταν με την διατήρηση του σωστού αριθμού υπαλλήλων για την απρόσκοπτη λειτουργία των λογιστηρίων τους.

Επίσης σοβαρές αδυναμίες στην σύγχρονη οργάνωση του λογιστηρίου προκύπτουν από έλλειψη σωστής εκτίμησης των πλεονεκτημάτων των λογιστικών εργασιών, όπως για παράδειγμα λογιστικές μηχανές, σύγχρονη πληροφορική με Η/Υ, νέα λογιστικά συστήματα, κ.λ.π.

Σε μία λοιπόν εμπορική επιχείρηση super-market οι διευκολύνσεις που της παρέχει ένα σύγχρονο λογιστήριο είναι τεράστιες αφού ανά πάσα στιγμή μπορεί να έχει στη διάθεσή της οικονομικές, στατιστικές και φορολογικές πληροφορίες που αφορούν τα προϊόντα της, τους προμηθευτές αλλά και τους πελάτες της. Ακόμη μπορεί να έχει διάφορες εκτυπώσεις, αποτελεσματικούς ελέγχους και καθημερινό backup ασφαλείας. Όλα αυτά μαζί με τις πρόσθετες εργασίες που θα της προσφέρει το πρόγραμμα κάνουν απαραίτητη την οργάνωση ενός σύγχρονου λογιστηρίου αφού χωρίς αυτό πλέον σήμερα καμία επιχειρή-



ση δεν μπορεί να επιβιώσει και να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της αγοράς.

Στη συνέχεια θα αναφερθούμε στον εξοπλισμό αλλά και στη ροή εργασιών σε ένα μηχανογραφημένο λογιστήριο.

9.2 Ο ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ

9.2.1 Ο Εξοπλισμός Του Λογιστηρίου Σε Έπιπλα και Γραφεία

Το λογιστήριο εξοπλίζεται με τα απαραίτητα γραφεία και έπιπλα, που μπορεί να είναι από ξύλο, μέταλλο, ή άλλο συνθετικό υλικό.

Εκείνο που έχει σημασία είναι το ευρύχωρο των συρταριών του γραφείου και η ευκολία ανοίγματος και κλεισίματος.

Οι φορτισμοί πάλι που εξυπηρετούν και στην τοποθέτηση των λογιστικών βιβλίων, πρέπει να έχουν αρκετό βάθος και το μπροστινό μέρος αυτών, να ανοίγει και κλείνει με συρόμενες πόρτες.

Οι καρέκλες του προσωπικού, καλό είναι να περιστρέφονται. Έτσι το προσωπικό παίρνει τα απαραίτητα στοιχεία ή έγγραφα από τα έπιπλα που είναι τοποθετημένα πίσω τους, με ευκολία και συντομία.

9.2.2 Οι Μηχανές Γραφείου

Το λογιστήριο εξοπλίζεται με μηχανές γραφείου που είναι οι γραφομηχανές, οι διάφορες μικροσυσκευές καθώς επίσης και με μηχανές αναπαραγωγής εγγράφων.

Οι γραφομηχανές είναι από τα πιο παλιά μηχανήματα που κατασκευάστηκαν για την βελτίωση των εργασιών του γραφείου.

Με την γραφομηχανή επιτυγχάνεται απλούστευση και τελειοποίηση των εργασιών του γραφείου, όπως:

- Εγγραφή στοιχείων σε φακέλους
- Εγγραφή παντός είδους στοιχείου της επιχείρησης Τιμολόγια, αποδείξεις πιστωτικά κ.λ.π.
- Εγγραφή αλληλογραφίας με τους πελάτες και τους προμηθευτές της επιχείρησης, για ενημερώσεις υπολοίπων, λογαριασμών, πληροφοριών για εμπορεύματα, απαντητικά γενικά σημειώματα.

Τις γραφομηχανές διακρίνουμε σε απλές, που μέχρι και σήμερα χρησιμοποιούνται στα γραφεία των επιχειρήσεων, (μπορούμε να πούμε



ότι είναι ο παλαιός τύπος, που είναι όμως πολύ πρακτικός) και σε ηλεκτρονικές.

Οι ηλεκτρονικές γραφομηχανές είναι νεώτερος τύπος γραφομηχανών, είναι ηλεκτροκίνητες και έχουν το πλεονέκτημα της πιο καθαρής αποτύπωσης των γραμμάτων και αριθμών.

Επίσης υπάρχουν γραφομηχανές που καταγράφουν αυτόματα το κείμενο που τους δίνεται και στη συνέχεια το αποτυπώνουν σε διάτρητη ταινία, αυτόματες γραφομηχανές που αποτελούν και τύπο μικτού ηλεκτρονικού υπολογιστή με διάτρητη ταινία και άλλες διαφόρων τύπων, και στοιχείων.

Μικροσυσκευές γραφείου είναι, διάφορες μικροσυσκευές διεκπαιρέωσης ταχυδρομικών εργασιών, αποσφράγισης φακέλων, ή σφράγισης φακέλων, αναδίπλωσης εγγράφων, τοποθέτησης διευθύνσεων, ημερομηνιών, γραμματοσήμων.

Μπορούμε να αναφέρουμε και άλλες μικροσυσκευές του γραφείου, όπως συσκευές επικοινωνίας, μηχανές υπογραφών, διατρητήρες, μηχανές συσκευασίας κ.λ.π.

9.2.3 Λογιστικές Μηχανές

Στη κατηγορία των λογιστικών μηχανών υπάγονται, οι υπολογιστικές μηχανές (αριθμομηχανές), καθώς και οι Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές που είναι και η πιο σύγχρονη μορφή υπολογιστικής μηχανής και μπάζει στο λογιστήριο τη νέα εποχή της "πληροφορικής" που για την λογιστική επιστήμη και τεχνική αποτελεί πραγματική επανάσταση.

Α. Οι αριθμομηχανές

Το λογιστικό γραφείο απαραίτητως εξοπλίζεται με σύγχρονες αριθμομηχανές που αποτελούν για τον εργαζόμενο του λογιστηρίου ιδιαίτερα αναγκαίο και απαραίτητο μηχανήμα. (Η ανακάλυψη των υπολογιστικών αυτών μηχανών διευκόλυνε φοβερά το έργο των λογιστών και μείωσε αφάνταστα το χρόνο αριθμητικών υπολογισμών και ιδιαίτερα των αθροίσεων).

Οι αριθμομηχανές είναι οι κάθε τύπου και κατασκευής μηχανές, συγκεκριμένης σκοπιμότητας, που εκτελούν αυτόματα, και με μεγάλη ακρίβεια όλες τις αριθμητικές πράξεις και μάλιστα με σημαντική ταχύτητα.



Οι αριθμομηχανές, έχουν και μηχανισμούς αποτύπωσης των αριθμητικών πράξεων που διενεργούνται και οι οποίες εμφανίζονται σε χαρτοταινία, έχουν ειδικά πλήκτρα ακύρωσης πράξεων, ειδικές μνήμες κ.λ.π.

Υπάρχουν χειροκίνητες και ηλεκτροκίνητες αριθμομηχανές που διαθέτουν ειδικούς μηχανισμούς μνήμης, που αποθηκεύουν ποσά για μελλοντική χρήση, και μπορούν να κλειδωθούν.

Τα πλεονεκτήματα των αριθμομηχανών είναι :
Η ακρίβεια των εξαγομένων, η εκμετάλλευση χρόνου για υπολογισμούς, η εκτέλεση οποιοδήποτε είδους υπολογισμού.

B. Οι Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές

Η τεχνολογική εξέλιξη πρόσφερε στο λογιστήριο τον Ηλεκτρονικό Υπολογιστή με δυνατότητες μείωσης και του χρόνου και του κόστους που χρειάζεται για την τήρηση των λογιστικών βιβλίων και έκδοση στοιχείων.

Περισσότερο όμως πρόσφερε ταχύτητα και σιγουριά στην εκτέλεση των λογιστικών εργασιών και ιδιαίτερα τέτοιες δυνατότητες άντλησης πληροφοριών, που η λήψη τους με το χειρόγραφο σύστημα θα ήταν αδύνατη ή θα κόστιζε τόσο ακριβά ώστε οι ωφέλειες που θα προέκυπταν από τις πληροφορίες αυτές να είναι ασύμφορες.

Σήμερα η στελέχωση του λογιστηρίου με Ηλεκτρονικό υπολογιστή είναι απαραίτητη και σημαντική αφού σε σχέση με τα πλεονεκτήματα που προσφέρει το κόστος είναι μηδαμινό.

9.3 ΡΟΗ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΤΟ ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΗΜΕΝΟ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟ

Μπορούμε να διακρίνουμε την ροή εργασιών σε ένα μηχανογραφημένο λογιστήριο, όπως υπάρχει πλέον στις περισσότερες επιχειρήσεις.

**ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΗΜΕΝΟΥ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ**

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ	ΓΕΝΙΚΗ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ
Λήψη Παραστατικών Αγορών – Αποδ. Πληρωμών και καταχώρηση αυτών	Γέφυρα στοιχείων Εμπορικού προγράμματος ή καταχώρηση αυτών χειροκίνητα
Έκδοση Παρ/κών Πώλησης και Αποδ. Είσπραξης	Καταχώρηση λοιπών εξόδων και λογιστικών στοιχείων
Εκτυπώσεις Ελέγχου ορθής καταχώρησης στοιχείων	Εκτυπώσεις ελέγχου ορθότητας εγγραφών Λογιστικής
Οικονομικές – Στατιστικές και Πληροφοριακές εκτυπώσεις	Εκτυπώσεις επίσημες σύμφωνα με τον Κ.Β.Σ.
Λήψη Backup ασφαλείας	Εκπλήρωση φορολογικών υποχρεώσεων Λήψη Backup ασφαλείας

9.3.1 Περίληψη Εργασιών Λογιστή – Μηχανογράφου

Μπορούμε να παρουσιάσουμε περιληπτικά τις καθημερινές και τις μηνιαίες εργασίες ενός χρήστη (λογιστή – μηχανογράφου) :

**ΗΜΕΡΗΣΙΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ**

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΔΙΑΧ.	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΓΕΝΙΚΗΣ ΛΟΓΙΣΤ.
<ul style="list-style-type: none"> - Καταχώρηση παραστατικών Αγορών - Έκδοση παραστατικών Πωλήσεων - Καταχώρηση Εισπράξεων - Καταχώρηση Πληρωμών - Οικονομικές – Στατιστικές – Πληροφοριακές Εκτυπώσεις - Ενημέρωσεις λοιπών συνδεδεμένων εφαρμογών - Έλεγχος κινήσεων ημέρας - Ημερήσιο Backup 	<ul style="list-style-type: none"> - Καταχώρηση λογιστικών γεγονότων με ειδικά λογιστικά σημειώματα - Λήψη στοιχείων από Εμπορικό - Εκτυπώσεις ελέγχου εγγράφων - Εκτυπώσεις οικονομικές – πληροφοριακές – φορολογικές - Ενημέρωση 15μέρου - Ενημέρωση λοιπών συνδεδεμένων εφαρμογών - Ημερήσιο Backup

ΜΗΝΙΑΙΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΜΠΟΡΙΚΗΣ ΔΙΑΧ.	ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΓΕΝΙΚΗΣ ΛΟΓΙΣΤ.
<ul style="list-style-type: none"> - Έλεγχος και συμφωνία οικονομικών στοιχείων του εμπορικού κυκλώματος με την Γενική Λογιστική - Έκδοση θεωρημένων εκτυπώσεων των βιβλίων που προβλέπει ο Κ.Β.Σ. (βιβλίο αποθήκης) - Έκδοση μηνιαίων ισοζυγίων και ημερολογίων – στατιστικές εκτυπώσεις κίνησης πελατών – προμηθευτών – ειδών - Μηνιαίο Backup 	<ul style="list-style-type: none"> - Έλεγχος και συμφωνία οικονομικών στοιχείων της Γενικής Λογιστικής με το εμπορικό κύκλωμα - Έλεγχοι τραπεζικών λογαριασμών - Έκδοση θεωρημένων εκτυπώσεων των βιβλίων που προβλέπει ο Κ.Β.Σ. (ημερολόγια, καθολικά κλπ) - Φορολογικές εκτυπώσεις απόδοσης ΦΠΑ, ΦΜΥ κ.τ.λ. - Καταβολή ενσήμων – κρατήσεων μισθοδοσίας - Μηνιαίο Backup

9.3.2. Φάκελος Ημέρας

Η σωστή μηχανογράφηση βασίζεται στην σωστή καταχώρηση, για τον λόγο αυτό πρέπει να έχουμε ένα σύστημα που να διασφαλίζουμε ότι οι εγγραφές μας είναι σωστές και πλήρεις.

- Όλες οι εγγραφές που κάνουμε ακολουθούνται από ένα παραστατικό δηλ. όταν πουλάμε ένα εμπόρευμα ή μια υπηρεσία πρέπει πάντοτε να



έχουμε εκδώσει ένα Τιμολόγιο ή όταν υπάρχει μεταφορά εμπορευμάτων, Δελτίο Αποστολής, επίσης όταν πληρώνουμε κάποιον ή εισπράτουμε χρήματα από κάποιον πρέπει να υπάρχει Απόδειξη είσπραξης ή Απόδειξη πληρωμής.

- Οι εγγραφές χωρίς παραστατικό α) δεν στέκουν λογιστικά, β) μας δημιουργούν μετέωρες πληροφορίες με αμφίβολη ορθότητα.

- Πρέπει να συγκεντρώνουμε όλα τα παραστατικά της ημέρας σε ένα φάκελο και να τα ταξινομούμε για να κάνουμε τις εγγραφές μας. Αν ενεργήσουμε ορθά και ξεχωρίσουμε όλα τα παραστατικά και τα ομαδοποιήσουμε κατ' είδος, θα διαπιστώσουμε ότι η καταχώρηση γίνεται με τρόπο πιο εύκολο, πιο γρήγορο και το κυριότερο με λιγότερα πιθανά λάθη. Ο χειριστής μηχανογράφος πρέπει να έχει στα χέρια του όλα τα χαρτιά της ημέρας της επιχείρησης. Σε περίπτωση που έχουμε απώλειες το έργο μας έχει αποτύχει. Οι εγγραφές πρέπει να γίνονται στην ημέρα τους διαφορετικά θα έχουμε φύγει από τον προγραμματισμό μας με πιθανότητες λαθών. Αν για κάποιο απρόβλεπτο λόγο καθυστερήσει κάποιο παραστατικό, να καταχωρηθεί στην ημερομηνία που το παραλάβαμε για να αποφύγουμε την αλλοίωση προηγούμενων ημερομηνιών. Αυτό βέβαια δεν πρέπει να γίνεται κατά κόρον και φυσικά πρέπει να επισυνάπτουμε αν π.χ. άργησε λόγω καθυστέρησης των ΕΛΤΑ την σχετική επιστολή με τις αποδεικτικές σφραγίδες.

- Μετά το τέλος της καταχώρησης πρέπει να λαμβάνονται οι εκτυπώσεις ελέγχου, για να διαπιστώσουμε την ορθότητα των καταχωρήσεων που πραγματοποιήθηκαν, ή να εντοπισθούν τα πιθανά λάθη για να γίνει άμεσα και εύκολα η διόρθωση των εγγραφών. Είναι πάντα καλό να τηρούμε κάποιο αρχείο με όλες τις εκτυπώσεις ελέγχου εφ' όσον έχουμε ολοκληρώσει την αρχική καταχώρηση και τις πιθανές διορθώσεις, έτσι ώστε αν κάποια στιγμή διαπιστωθεί κάποιο πρόβλημα, είτε μηχανογραφικό (από εκ των υστέρων καταχωρήσεων, είτε σε λάθος ημερομηνία), είτε από προβλήματα στο hardware, ώστε να έχουν όλη την εικόνα των κινήσεων για πλήρη επαναφορά αυτών.

- Πρέπει να γίνεται καθημερινά έλεγχος στο ταμείο την για αποφυγή αρνητικών υπολοίπων.

- Επίσης να γίνεται λεπτομερής έλεγχος μετά από κάθε «γέφυρα» μεταφοράς εγγραφών από πρόγραμμα της Εμπορικής διαχείρισης στο προγράμματα Εσόδων-Εξόδων ή Γενικής Λογιστικής. Σε όλα τα εμπορικά προγράμματα που κυκλοφορούν σε μορφή «πακέτων» στην αγορά, δεν υπάρχει εύκολος τρόπος για τον έλεγχο αυτό. Απαιτείται πάρα



πολύς χρόνος και συνδυασμός αρκετών εκτυπώσεων για να μπορέσει κάποιος να κάνει πλήρη έλεγχο. Σε μερικές εφαρμογές κυρίως « custom » υπάρχουν έλεγχοι αρκετά ικανοποιητικοί που βοηθούν την διαδικασία αυτή του ελέγχου σε σύντομο μάλιστα χρονικό διάστημα.

Ο έλεγχος της Γέφυρας της Εμπορικής διαχείρισης με την Γενική Λογιστική έχει σαν στόχο να διαπιστώσουμε ότι μεταφέρθηκαν σωστά στους αντίστοιχους λογαριασμούς οι Αγορές, οι Πωλήσεις, συμφωνούμε στον καταμερισμό των λογαριασμών του Φ.Π.Α., έχουμε συμφωνία των υπολοίπων των Πελατών και των Προμηθευτών. Επίσης και λοιπών Λογαριασμών (εφ' όσον τηρούνται και αναλυτικά και στα δύο προγράμματα). Ελέγχουμε τις Επιταγές εισπρακτέες και πληρωτέες, είτε αυτές που παραλάβαμε, είτε αυτές που εκδώσαμε, είτε αυτές που μεταβιβάσαμε και καθώς και αυτές που έχουν λήξει και είτε εισπράχθηκαν είτε τις πληρώσαμε.

Επίσης εάν τηρούμε και λογαριασμούς εξόδων στην Εμπορική διαχείριση ελέγχουμε και για αυτούς την ορθή καταχώρηση στην Γενική Λογιστική.

• Επίσης χρειάζεται τακτικός έλεγχος τόσο για την αρίθμηση των θεωρημένων εκτυπώσεων των βιβλίων, όσο και των στοιχείων που εκδίδουμε καθημερινά είτε αυτά είναι μηχανογραφημένα είτε χειρόγραφα.

9.3.3. Καθημερινές Εκτυπώσεις

Οι εκτυπώσεις που πρέπει να τηρεί ο χρήστης καθημερινά για να πραγματοποιεί τον καθημερινό έλεγχο είναι οι εξής:

- Ημερολόγιο Παραστατικών Πώλησης (Μετρητοίς- Πίστωση)
- Ημερολόγιο κινήσεων εισπράξεων Μετρητών
- Ημερολόγιο κινήσεων εισπράξεων με Αξιόγραφα
- Ημερολόγιο Παραστατικών Αγορών Μετρητοίς- Πίστωση
- Ημερολόγιο κινήσεων πληρωμών Μετρητών
- Ημερολόγιο κινήσεων πληρωμών με Αξιόγραφα
- Και στο ημερολόγιο κινήσεων Αποθήκης (Αναλώσεις-Παραγωγής-Ενδοδιακίνηση).



9.3.4. Ασφάλεια Η/Υ και Φύλαξη εφαρμογών & αρχείων

Όσο περισσότερο χρησιμοποιεί η επιχείρηση το υπολογιστικό της σύστημα, τόσο πιο πολύτιμα είναι τα δεδομένα που τηρεί σε αυτό.

Όπως κάθε είδους μηχάνημα έχει την πιθανότητα βλάβης, έτσι και οι Η/Υ έχουν την πιθανότητα να παρουσιάσουν βλάβες που μπορεί να έχουν σαν αποτέλεσμα την απώλεια των δεδομένων που τηρούν και επεξεργάζονται οι επιχειρήσεις.

Οι βλάβες μπορεί να προέλθουν είτε από την πτώση τάσης του ηλεκτρικού ρεύματος, είτε από την εσφαλμένη λειτουργία κάποιου περιφερειακού του Η/Υ, είτε και από την προσβολή και μόλυνση των προγραμμάτων από κάποιο «ιό».

Για την προφύλαξη της λειτουργίας των Η/Υ από τις πτώσεις του ηλεκτρικού ρεύματος υπάρχουν ειδικές συσκευές που ονομάζονται U.P.S. (Unit Power Supply, Τροφοδοτικά Αδιάλειπτου Τάσεως) και τα οποία παρεμβάλλονται μεταξύ της παροχής του ηλεκτρικού ρεύματος και του Η/Υ φροντίζοντας αφενός την παροχή ρεύματος με σταθερή τάση, άσχετα εάν πέσει η τάση, αφετέρου σε περίπτωση διακοπής του ηλεκτρικού ρεύματος μέσω των ειδικών μπαταριών που έχουν δίδουν άμεσα ρεύμα στον Η/Υ για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα ώστε ο χρήστης να ολοκληρώσει ομαλά την εργασία που εκτελούσε και μετά να κλείσει ομαλά την διαδικασία των προγραμμάτων και τον Η/Υ.

Φυσικά τα U.P.S. με την προστασία από τις συνεχείς πτώσεις του ηλεκτρικού ρεύματος προστατεύουν την ομαλή λειτουργία της εργασίας των Η/Υ και επίσης τους προφυλάσσουν από τις βλάβες που προκαλούν αυτές, όπως σε όλες τις ηλεκτρικές συσκευές.

Για την προφύλαξη και την αποφυγή της μόλυνσης από «ιούς», που είναι ειδικά «αόρατα» προγράμματα που εισέρχονται στην μνήμη των Η/Υ μέσω της αντιγραφής άλλων προγραμμάτων και που ενεργοποιούνται σε χρονική στιγμή ανάλογα με τον σχεδιασμό τους, πρέπει οι χρήστες να εμπιστεύονται μόνο την αντιγραφή προγραμμάτων από τις επίσημες εταιρίες κατασκευής προγραμμάτων και φυσικά εάν θέλουν πρόσθετη ασφάλεια, μπορούν να προμηθευθούν ειδικά προγράμματα ανίχνευσης και διαγραφής των «ιών».

Βέβαια θα πρέπει να ανανεώνουν στην περίπτωση αυτή τις εκδόσεις των ειδικών αυτών προγραμμάτων μια και εμφανίζονται συχνά νέοι «ιοί».

Φυσικά δεν πρέπει να ξεχνά ο χρήστης την σπουδαιότητα την λήψης του Backup σε καθημερινή βάση και σύμφωνα με τις υποδείξεις της εταιρίας που του παρέχει μηχανογραφική υποστήριξη. Συνήθως λαμβά-



νουμε είτε σε δισκέτες, είτε με την βοήθεια ειδικών συσκευών σε ειδικές κασέτες, είτε σε κάποιο δεύτερο δίσκο στο ίδιο ή άλλο μηχάνημα (ειδικά αν έχουμε δίκτυο H/Y) και πάντα φροντίζουμε να έχουμε) διαφορετικές σειρές μαγνητικών μέσων για τη λήψη Backup.

Το backup μπορεί να αφορά είτε την φύλαξη όλων των εφαρμογών και των αρχείων αυτών που υπάρχουν στον δίσκο του H/Y, είτε την φύλαξη συγκεκριμένων εφαρμογών και των αρχείων αυτών είτε μόνο των αρχείων κάποιων ή κάποιας εφαρμογής.

Όταν λαμβάνουμε backup τα αρχεία μιας εφαρμογής, αντιγράφονται όλα τα δεδομένα που τηρούμε για αυτήν από την ημέρα που άρχισε η τήρηση αυτών. Η διευκρίνιση αυτή γίνεται για τον λόγο ότι πολλοί χρήστες έχουν την εντύπωση ότι τηρώντας καθημερινά backup για τα αρχεία μιας εφαρμογής, αντιγράφονται μόνο τα αρχεία της συγκεκριμένης ημέρας.

Πολλές επιχειρήσεις έτυχε να χάσουν τα δεδομένα και τις εφαρμογές από βλάβη των H/Y και δεν τηρούσαν backup με αποτέλεσμα να υποστούν οικονομικές επιβαρύνσεις είτε για την πιθανή ανάκτηση αυτών (εάν είναι φυσικά δυνατή), είτε γιατί εάν χαθούν ολοκληρωτικά αυτές δεν έχουν ενημέρωση της οικονομικής πορείας τους και δεν τηρούν τις υποχρεώσεις του Κ.Β.Σ., είτε για τον λόγο του ότι πρέπει να καταχωρηθούν ξανά αυτές απαιτείται ιδιαίτερος χρόνος, κόπος και ίσως πρόσθετο προσωπικό.

Λήψη Αντιγράφων Ασφαλείας (Backup)

Backup κάθε ημέρα σε διαφορετική σειρά μαγνητικών μέσων
Backup μία φορά την εβδομάδα σε ιδιαίτερη σειρά μαγνητικών μέσων
Αντικατάσταση των μαγνητικών μέσων κάθε δύο μήνες με νέες σειρές
Φύλαξη των μαγνητικών μέσων σε ασφαλές μέρος
Φύλαξη της εβδομαδιαίας σειράς σε χώρο έξω από την επιχείρηση



ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Η πτυχιακή εργασία αυτή εκπονήθηκε στο τμήμα Λογιστικής του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Πάτρας – Τ.Ε.Ι Πάτρας Σ.Δ.Ο. Η έναρξη της εργασίας τοποθετείται χρονικά τον Απρίλιο του 2002.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες θα θέλαμε να απευθύνουμε στον καθηγητή μας Κ^ο. Ν.ΤΑΣΣΟΠΟΥΛΟΣ για τις ευκαιρίες γνώσεων που μας παρείχε στα πλαίσια αυτής της πτυχιακής. Επίσης τον ευχαριστούμε ιδιαίτερα για το ενδιαφέρον του, τη συνεχή καθοδήγησή του και την υποστήριξη σε όλη τη διάρκεια της εργασίας.

ΠΑΤΡΑ, Νοέμβριος 2002

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ****ΒΙΒΛΙΑ**

- Μηχανοργάνωση, μηχανογράφηση επιχειρήσεων (Δημήτριος Α. Αθανασίου, 1997)
- Ηλεκτρονικό εμπόριο (Δουκίδης Ι. Γεώργιος – Θεμιστοκλέους Γ. Μαρίνος – Δράκος Σ. Βίλλιαμ – Παπαζαφειροπούλου Γ. Νατάσα, 2001)
- Οργάνωση λογιστηρίου (Κ. Μελισσαρόπουλος)
- Γενικές αρχές Marketing και Ηλεκτρονικό εμπόριο (Χρήστος Σκιαδάς – Μαρία Μαρκάκη)
- Υλικό υπολογιστών (Κ. Πεκμετζή – Ι. Βογιατζή)
- Συντήρηση υπολογιστών (Ι. Σιφναίου – Χρ. Μελέτη)
- Μηχανογραφημένο λογιστήριο
- De Facto (Βεντούρη Βούλα – Χάρισμα Δημήτρης, 1991)

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- Λιανικό εμπόριο (Κ. Κ. Κιουλάφας)
- Πανόραμα (1998)
- Σέλφ σέρβις (Ιανουάριος 2002)
- Σέλφ σέρβις (Φεβρουάριος 2002)
- Τρόφιμα και ποτά (Φεβρουάριος 2002)
- Τρόφιμα και ποτά (Μάρτιος 2002)

ΑΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Βιβλιοθήκη Τ.Ε.Ι
- Δημοτική Βιβλιοθήκη
- Computer Logic
- Data Communication
- Singular
- Internet



ΠΑΤΡΑ 2003