

ΤΕΙ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: *Η Χρησιμοποίηση της Τεχνολογίας στις Λογιστικές και Οικονομικές εργασίες των σημερινών ΜΜΕ και οι ρυθμίσεις των Φορολογικών Θεμάτων μέσω αυτής.*

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ: ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ ΑΠΟΣΤΟΛΑΚΗ
ΙΩΑΝΝΑ ΧΑΪΚΑΛΗ**

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ: ΦΡΟΣΩ ΠΟΛΥΖΩΓΟΠΟΥΛΟΥ

ΠΑΤΡΑ 2009

Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

Πρόλογος.....	1
Εισαγωγή.....	2

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 1

Εισαγωγή – Ορισμός ΜΜΕ – Νομικές μορφές ΜΜΕ

1.1 Εισαγωγή.....	3
1.2 Ορισμός των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων	3
1.3 Νομικές μορφές Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων	11
1.4 Φορολογικές υποχρεώσεις και οικονομικές εργασίες σύμφωνα με τον Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων.....	15

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 2

Τεχνολογία – Μέσα και Σύγχρονες Υπηρεσίες των ΜΜΕ – Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα

2.1 Εισαγωγή.....	17
2.2 Είδη λογισμικού εφαρμογών λογιστικής που διατίθενται στην Ελλάδα.....	18
2.3 Υπηρεσίες του κράτους προς τις επιχειρήσεις.....	21
2.3.1 Συνηθέστερες δασοληψίες επιχειρήσεων με δημόσιους φορείς.....	22
2.3.2 Διαθέσιμες ηλεκτρονικές υπηρεσίες.....	26
2.3.3 Παρατηρήσεις σχετικά με τις παρεχόμενες υπηρεσίες.....	27
2.3.4 Εικόνες από τους δικτυακούς τόπους των Δημοσίων υπηρεσιών.....	28
2.3.5 Συμπεράσματα από την Ελληνική Πραγματικότητα.....	32
2.4 Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα.....	35
2.4.1 Εισαγωγή.....	35
2.4.2 Εφαρμογές των Πληροφοριακών Συστημάτων.....	35

2.4.3 Ορισμός των Πληροφοριακών Συστημάτων.....	36
2.5 Τύποι Συστημάτων Πληροφοριών.....	38
2.6 Χαρακτηριστικά ενός Λ.Π.Σ.....	40
2.7 Ασφάλεια δεδομένων στα Λ.Π.Σ.....	41
2.8 Παραδείγματα Πληροφοριακών Συστημάτων που χρησιμοποιούνται σε δημόσιους οργανισμούς σε Ελλάδα & Εξωτερικό.....	43
2.9 Εφαρμογές για Λογιστικά και Φοροτεχνικά γραφεία.....	46
2.10 Κόστος εφαρμογής και σημεία-κλειδιά.....	48
2.11 Παρουσίαση Πληροφοριακών Συστημάτων Τράπεζες και Πληροφορική.....	49
2.12 Ορισμός του ERP.....	50
2.13 Γιατί οι ελληνικές επιχειρήσεις επενδύουν σε ERP.....	52
2.13.1 Ο ρόλος του συμβούλου υλοποίησης.....	53
2.13.2 Κριτήρια επιλογής του συμβούλου υλοποίησης.....	54
2.14 Λειτουργικότητα των συστημάτων ERP.....	55
2.15 Περιπτώσεις ERP.....	57
2.15.1 Singular Logic Business ERP.....	57
2.15.2 ERP Atlantis Financials (FI).....	58
2.16 Η χρησιμότητα του Ηλεκτρονικού Υπολογιστή στις Επιχειρήσεις.....	59
2.16.1 Ο υπολογιστής ως εργαλείο διατήρησης των αρχείων της επιχείρησης.....	60
2.16.2 Ο υπολογιστής ως εργαλείο μηχανοργάνωσης.....	60
2.16.3 Ο υπολογιστής ως εργαλείο αυτοματισμού γραφείου.....	61
2.16.4 Ο Υπολογιστής ως εργαλείο Επικοινωνίας, Πληροφόρησης και Αλληλεπίδρασης μέσω του Internet.....	61
2.16.5 Ο Υπολογιστής ως εργαλείο συναλλαγής με δημόσιους οργανισμούς και τράπεζες.....	63
2.16.6 Ο Υπολογιστής ως εργαλείο ηλεκτρονικού εμπορίου.....	63
2.17 Το διαδίκτυο ως εργαλείο της επιχείρησης.....	64
2.18 Επιχειρήσεις στο διαδίκτυο.....	65
2.19 Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	66
2.20 Διεπιχειρησιακό Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	70
2.21 Καλές πρακτικές για την διαχείριση διεπιχειρησιακών εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου.....	71

2.22	Παράγοντες υιοθέτησης πρακτικών ηλεκτρονικού εμπορίου.....	71
2.22.1	Ηλεκτρονικό Επιχειρείν.....	74
2.23	Οι ξεκάθαροι στόχοι είναι σημαντικοί για την επιτυχημένη στρατηγική για το ηλεκτρονικό επιχειρείν.....	76
2.24	Τα οφέλη του ηλεκτρονικού επιχειρείν θα πρέπει να είναι βιώσιμα.....	77
2.25	Προτάσεις για ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν στις ΜΜΕ.....	78
2.26	Παράμετροι προς επίλυση.....	81
2.27	Προϋποθέσεις ανταγωνιστικότητας των ελληνικών ΜΜΕ.....	82
2.28	Οι ΜΜΕ μπορούν να επωφεληθούν ανταλλάσσοντας καλές επιχειρηματικές πρακτικές.....	83
2.29	Η πολιτική ενισχύεται από την χρήση υπαρχόντων μηχανισμών, επιχειρηματικών φορέων και ενδιάμεσων.....	84
2.30	Συμπέρασμα Κεφαλαίου.....	85

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 3 °

Έρευνα για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

3.1	Εισαγωγή.....	86
3.2	Έρευνα πεδίου στις Επιχειρήσεις.....	86
3.2.1	Κατανομή Δείγματος κατά Κλάδο Δραστηριότητας.....	88
3.2.2	Κατανομή Δείγματος κατά Περιφέρεια.....	90
3.2.3	Κατανομή Δείγματος με βάση το πλήθος Εργαζομένων.....	92
3.3	Δημογραφικά στοιχεία Ερωτώμενων.....	94
3.3.1	Δημογραφικά Στοιχεία Δείγματος Επιχειρήσεων.....	94
3.4	Καταγραφή ετοιμότητας – υποδομής της Επιχείρησης (1 ^ο Επίπεδο).....	97
3.4.1	Δείκτης i : Αναλογία Η/Υ ανά εργαζόμενο.....	98
3.4.2	Δείκτης ii: Ποσοστό Επιχειρήσεων με σύνδεση σε δίκτυο Η/Υ.....	99
3.4.3	Δείκτης iii Ποσοστό Επιχειρήσεων με σύνδεση στο διαδίκτυο.....	100
3.4.4	Δείκτης iv: Συχνότητα αναβαθμίσεων/τροποποιήσεων του διαθέσιμου λογισμικού.....	101
3.4.5	Δείκτης v: Βαθμός εξοικείωσης του προσωπικού της επιχείρησης με τη χρήση Η/Υ.....	102

3.4.6 Δείκτης vi: Ποσοστό συμμετοχής των εργαζομένων σε εκπαιδευτικά προγράμματα για τις ΤΠΕ.....	104
3.4.7 Δείκτης vii: Αναλογία εργαζομένων στην επιχείρηση με γνώσεις στη χρήση ΤΠΕ.....	104
3.5 Καταγραφή έντασης – χρήσης ΤΠΕ από την Επιχείρηση (2 ^ο Επίπεδο).....	106
3.5.1 Δείκτης viii: Ποσοστό Επιχειρήσεων με παρουσία στο διαδίκτυο.....	107
3.5.2 Δείκτης ix: Συχνότητα χρήσης του Η/Υ.....	108
3.5.3 Δείκτης x: Ποσοστό Επιχειρήσεων που διαθέτουν εξειδικευμένες εμπορικές εφαρμογές (ERP, CRM, ASP, MRP, MIS).....	109
3.5.4 Δείκτης xi: Συχνότητα χρήσης του διαδικτύου.....	110
3.5.5 Δείκτης xii: Ποσοστό Επιχειρήσεων που συναλλάσσονται ηλεκτρονικά με Τράπεζες και Δημόσιο.....	111
3.5.6 Δείκτης xiii: Εμπόδια στην εισαγωγή των Νέων Τεχνολογιών στην Επιχείρηση (διακρίνεται σε 7 υποδείκτες).....	112
3.6 Συμπεράσματα από την αποτίμηση των αποτελεσμάτων της Εκπαιδευτικής Στήριξης.....	115
3.6.1 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑΣ – ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ (1 ^ο ΕΠΙΠΕΔΟ).....	115
3.6.2 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΈΝΤΑΣΗΣ – ΧΡΗΣΗΣ ΤΠΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ (2 ^ο ΕΠΙΠΕΔΟ).....	116

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 4 °

Θετικές και αρνητικές συνέπειες από την χρησιμοποίηση των νέων τεχνολογιών στα λογιστήρια των ΜΜΕ

4.1 Πώς μπορεί να αξιοποιηθεί η πληροφορική για την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης.....	118
4.1.1 Πλεονεκτήματα της χρήσης των υπολογιστών στην επιχείρηση.....	118
4.1.2 Δημιουργία εγγράφων.....	120
4.1.3 Διαχείριση των λογιστικών θεμάτων.....	120
4.1.4 Αύξηση των πωλήσεων.....	121

4.1.5	Εστίαση στο μάρκετινγκ.....	124
4.1.6	Ειδικοί σκοποί.....	125
4.1.7	Ανάλυση αναγκών.....	126
4.2	Προτάσεις προς την Πολιτεία.....	128
4.3	Μια πρόταση.....	130
4.4	Η ψηφιακή ΜΜΕ στη Νέα Οικονομία: Προτάσεις και Πολιτικές.....	131
4.5	Επίλογος – Συμπεράσματα.....	131
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	133
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	
	ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ.....	

Π Ρ Ο Λ Ο Γ Ο Σ

Η Παγκόσμια Οικονομία διανύει σήμερα μία περίοδο μετάβασης, από την εποχή της βιομηχανίας, στην εποχή της κοινωνίας της πληροφορίας. Οι αλλαγές είναι τεράστιες και συνεχείς, ενώ ο "κινητήριος μοχλός" της οικονομίας είναι πλέον η πληροφορία και η ταχύτητα διακίνησής της. Η αναδιάρθρωση των επιχειρήσεων είναι μία πραγματικότητα. Ανάμεσα στις κυριότερες δυνάμεις που οδηγούν την τελευταία δεκαετία την παγκόσμια οικονομία ξεχωρίζει η επανάσταση στην τεχνολογία της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών. Η σύγκλιση των δύο αυτών επιστημονικών περιοχών και ιδιαίτερα της ασύρματης τεχνολογίας δημιουργεί ένα νέο τοπίο στην επιχειρηματικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και στην αντιμετώπιση των λογιστικών και φορολογικών θεμάτων τους μέσω αυτής.

Η τεχνολογία φέρνει την επανάσταση στον τρόπο που διεξάγονται σήμερα οι επιχειρηματικές δραστηριότητες και συναλλαγές. Επιχειρήσεις κάθε μεγέθους σε όλο τον κόσμο χρησιμοποιούν το Internet προκειμένου να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους, να επεκτείνουν τις επιχειρηματικές τους δυνατότητες και να διευκολύνουν σημαντικά τις καθημερινές τους λειτουργίες. Ιδιαίτερα ευνοούνται οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, ή ακόμη και οι λεγόμενες "οικογενειακές" επιχειρήσεις ή οι επιχειρήσεις του "ενός ατόμου". Είναι πολλά τα επιτυχημένα παραδείγματα μικρών και μεσαίων καθώς και ατομικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιήθηκαν τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Κυρίως θα επικεντρωθούμε στις πιο βασικές εφαρμογές του Internet και των τεχνολογιών που μπορούν να αξιοποιηθούν επιχειρηματικά ώστε να βελτιώσουν τόσο την καθημερινή λειτουργία όσο και το μέλλον μιας επιχείρησης.

Οι ΜΜΕ που δεν θα αξιοποιήσουν επιχειρηματικά τις Τεχνολογίες της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας (ΤΠΕ) θα πάρουν ένα μεγάλο ρίσκο: είναι πολύ πιθανό να βρεθούν σε μειονεκτική θέση απέναντι σε άλλες ΜΜΕ, ή σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις που έχουν επενδύσει ή επενδύουν στις ΤΠΕ. Οι νέες τεχνολογίες έχουν εξαλείψει τα σύνορα και τις αποστάσεις και μέθοδοι όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο παρέχουν στο χρήστη τη δυνατότητα "παγκόσμιας πρόσβασης" σε αγαθά και υπηρεσίες όλων των οικονομιών.

Ε Ι Σ Α Γ Ω Γ Η

Στην παρούσα Εργασία γίνεται μια προσπάθεια προσέγγισης της χρησιμοποίησης της τεχνολογίας στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις για την αντιμετώπιση των Λογιστικών και Φορολογικών θεμάτων μέσω αυτής.

Η εργασία περιλαμβάνει τα ακόλουθα μέρη και Κεφάλαια:

Το **Πρώτο Κεφάλαιο**, περιλαμβάνει τον ορισμό και τις νομικές μορφές των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων καθώς και τις φορολογικές υποχρεώσεις και οικονομικές εργασίες που ορίζονται σύμφωνα με τον Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων.

Το **Δεύτερο Κεφάλαιο**, περιλαμβάνει τις σύγχρονες υπηρεσίες καθώς και τις Τεχνολογίες όπως τα Λογιστικά Προγράμματα, Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα, Προγράμματα Office που χρησιμοποιούν οι ΜΜΕ, στις Οικονομικές, Φορολογικές και Λογιστικές τους εργασίες.

Το **Τρίτο Κεφάλαιο**, περιλαμβάνει μια επίσημη έρευνα για την χρήση των νέων τεχνολογιών από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και μια ανάλυση για το πόσο προωθεί και εκσυγχρονίζει τις μικρές επιχειρήσεις η χρησιμοποίηση των νέων τεχνολογικών ανακαλύψεων.

Το **Τέταρτο Κεφάλαιο**, περιλαμβάνει τις θετικές και αρνητικές συνέπειες από την χρησιμοποίηση των Νέων Τεχνολογιών στις οικονομικές και λογιστικές εργασίες των ΜΜΕ.

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 1 °

Εισαγωγή – Ορισμός ΜΜΕ – Νομικές μορφές ΜΜΕ

1.1 Εισαγωγή

Επιχείρηση θεωρείται κάθε μονάδα, ανεξάρτητα από τη νομική της μορφή, που ασκεί οικονομική δραστηριότητα, ως τέτοιες νοούνται ιδίως οι μονάδες που ασκούν βιοτεχνική ή άλλη δραστηριότητα, ατομικά ή οικογενειακά, προσωπικές εταιρείες ή ενώσεις προσώπων που ασκούν τακτικά μια οικονομική δραστηριότητα.

1.2 Ορισμός ΜΜΕ

Ο ορισμός των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων που ενέκρινε η επιτροπή σύμφωνα με επίσημη Εφημερίδα ΕΕ αριθ. L 124 της 20/05/2003 σ. 0036 – 0041 είναι ο εξής:

Με βάση το Άρθρο 2 ο αριθμός απασχολούμενων και τα οικονομικά όρια προσδιορίζονται στις κατηγορίες επιχειρήσεων:

1. Η κατηγορία των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) αποτελείται από επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζομένους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια ευρώ.
2. Στην κατηγορία των ΜΜΕ, ως μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζομένους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ευρώ.
3. Στην κατηγορία των ΜΜΕ, ως πολύ μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από δέκα εργαζομένους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2 εκατομμύρια ευρώ.

Σύμφωνα με το Άρθρο 3 οι τύποι επιχειρήσεων που λαμβάνονται υπόψη για τον υπολογισμό του αριθμού απασχολούμενων και των χρηματοοικονομικών ποσών είναι:

1. "**Ανεξάρτητη επιχείρηση**" είναι κάθε επιχείρηση που δεν χαρακτηρίζεται ως συνεργαζόμενη επιχείρηση κατά την έννοια της παραγράφου 2 ή ως συνδεδεμένη επιχείρηση κατά την έννοια της παραγράφου 3.

2. "**Συνεργαζόμενες επιχειρήσεις**" είναι όλες οι επιχειρήσεις που δεν χαρακτηρίζονται ως συνδεδεμένες κατά την έννοια της παραγράφου 3 και μεταξύ των οποίων υπάρχει η ακόλουθη σχέση: μια επιχείρηση (ανάντη επιχείρηση) κατέχει, η ίδια ή από κοινού με μία ή περισσότερες συνδεδεμένες επιχειρήσεις κατά την έννοια της παραγράφου 3, το 25 % ή περισσότερο του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου μιας άλλης επιχείρησης (κατόντη επιχείρηση).

Ωστόσο, μια επιχείρηση μπορεί να χαρακτηριστεί ως ανεξάρτητη, μη έχουσα δηλαδή συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, ακόμη και εάν το όριο του 25% καλύπτεται ή υπερκαλύπτεται, εφόσον το ποσοστό αυτό ελέγχεται από τις ακόλουθες κατηγορίες επενδυτών και υπό την προϋπόθεση ότι αυτοί δεν είναι, μεμονωμένα ή από κοινού, συνδεδεμένοι κατά την έννοια της παραγράφου 3 με την οικεία επιχείρηση:

α) Δημόσιες εταιρείες συμμετοχών, εταιρείες επιχειρηματικού κεφαλαίου, φυσικά πρόσωπα ή ομάδες φυσικών προσώπων που ασκούν συστηματικά δραστηριότητες σε επενδύσεις επιχειρηματικού κινδύνου ("business angels") και επενδύουν ίδια κεφάλαια σε μη εισηγμένες στο χρηματιστήριο επιχειρήσεις, εφόσον το σύνολο της επένδυσης σε μια ίδια επιχείρηση δεν υπερβαίνει τα 1.250.000 ευρώ.

β) Πανεπιστήμια ή ερευνητικά κέντρα μη κερδοσκοπικού σκοπού.

γ) Θεσμικοί επενδυτές, συμπεριλαμβανομένων των ταμείων περιφερειακής ανάπτυξης.

δ) Αυτόνομες τοπικές αρχές με ετήσιο προϋπολογισμό μικρότερο από 10 εκατομμύρια ευρώ και λιγότερο από 5000 κατοίκους.

3. "Συνδεδεμένες επιχειρήσεις" είναι οι επιχειρήσεις που διατηρούν μεταξύ τους μια από τις ακόλουθες σχέσεις:

α) Μια επιχείρηση κατέχει την πλειοψηφία των δικαιωμάτων ψήφου των μετόχων ή των εταίρων άλλης επιχείρησης.

β) Μια επιχείρηση έχει το δικαίωμα να διορίζει ή να παύει την πλειοψηφία των μελών του διοικητικού, διαχειριστικού ή εποπτικού οργάνου άλλης επιχείρησης.

γ) Μια επιχείρηση έχει το δικαίωμα να ασκήσει κυριαρχική επιρροή σε άλλη επιχείρηση βάσει σύμβασης που έχει συνάψει με αυτήν ή δυνάμει ρήτρας του καταστατικού αυτής της τελευταίας.

δ) Μια επιχείρηση που είναι μέτοχος ή εταίρος άλλης επιχείρησης ελέγχει μόνη της, βάσει συμφωνίας που έχει συνάψει με άλλους μετόχους ή εταίρους της εν λόγω επιχείρησης, την πλειοψηφία των δικαιωμάτων ψήφου των μετόχων ή των εταίρων αυτής της επιχείρησης.

Τεκμαίρεται ότι δεν υπάρχει κυρίαρχη επιρροή, εφόσον οι επενδυτές που αναφέρονται στην παράγραφο 2 δεύτερο εδάφιο δεν υπεισέρχονται άμεσα ή έμμεσα στη διαχείριση της εξεταζόμενης επιχείρησης, με την επιφύλαξη των δικαιωμάτων που κατέχουν με την ιδιότητά τους ως μετόχων ή εταίρων.

Συνδεδεμένες θεωρούνται επίσης οι επιχειρήσεις που διατηρούν μια από τις σχέσεις που αναφέρονται στο πρώτο εδάφιο μέσω μιας ή περισσότερων άλλων επιχειρήσεων ή με τους επενδυτές που αναφέρονται στην παράγραφο 2.

Οι επιχειρήσεις που διατηρούν μια από τις εν λόγω σχέσεις μέσω ενός φυσικού προσώπου ή ομάδας φυσικών προσώπων που ενεργούν από κοινού θεωρούνται επίσης συνδεδεμένες επιχειρήσεις καθόσον ασκούν το σύνολο ή τμήμα των δραστηριοτήτων τους στην ίδια αγορά ή σε όμορες αγορές.

Ως όμορη αγορά θεωρείται η αγορά ενός προϊόντος ή υπηρεσίας που βρίσκεται αμέσως ανάντη ή κατόντη της σχετικής αγοράς.

4. Εκτός από τις περιπτώσεις που ορίζονται στην παράγραφο 2 δεύτερο εδάφιο, μια επιχείρηση δεν μπορεί να θεωρηθεί ΜΜΕ, εάν το 25% ή περισσότερο του κεφαλαίου της ή των δικαιωμάτων ψήφου της ελέγχεται, άμεσα ή έμμεσα, από έναν ή περισσότερους δημόσιους οργανισμούς ή δημόσιους φορείς, μεμονωμένα ή από κοινού.

5. Μια επιχείρηση δύναται να υποβάλει δηλώσεις σχετικά με την ιδιότητά της ως ανεξάρτητης, συνεργαζόμενης ή συνδεδεμένης επιχείρησης, καθώς και σχετικά με τα στοιχεία που αφορούν τα αριθμητικά όρια που αναφέρονται στο άρθρο 2. Η δήλωση αυτή μπορεί να υποβληθεί ακόμη και εάν η διασπορά κεφαλαίου δεν επιτρέπει να καθοριστεί ποιος το κατέχει εφόσον η επιχείρηση δηλώνει υπεύθυνα ότι μπορεί εύλογα να υποθέσει ότι δεν ανήκει, κατά ποσοστό 25% ή περισσότερο, σε μια επιχείρηση ή από κοινού, σε περισσότερες επιχειρήσεις που είναι συνδεδεμένες μεταξύ τους ή μέσω φυσικών προσώπων ή ομάδας φυσικών προσώπων. Οι δηλώσεις αυτές πραγματοποιούνται με την επιφύλαξη των ελέγχων και εξακριβώσεων που προβλέπονται από τις εθνικές ή κοινοτικές κανονιστικές ρυθμίσεις.

Σύμφωνα με το Άρθρο 4 τα στοιχεία για τον υπολογισμό του αριθμού απασχολούμενων και των χρηματοοικονομικών ποσών και περίοδος αναφοράς είναι τα εξής:

1. Τα στοιχεία που χρησιμοποιούνται για τον υπολογισμό του αριθμού απασχολούμενων και των χρηματοοικονομικών ποσών είναι εκείνα που αφορούν την τελευταία κλεισμένη διαχειριστική χρήση και υπολογίζονται σε ετήσια βάση. Λαμβάνονται υπόψη κατά την ημερομηνία κλεισίματος των λογαριασμών. Το ύψος του κύκλου εργασιών υπολογίζεται χωρίς το φόρο προστιθέμενης αξίας (ΦΠΑ) και χωρίς άλλους έμμεσους δασμούς.

2. Όταν κατά την ημερομηνία κλεισίματος των λογαριασμών και σε ετήσια βάση, μια επιχείρηση βρίσκεται πάνω ή κάτω από τα όρια τα σχετικά με τον αριθμό απασχολούμενων ή τα χρηματοοικονομικά όρια που αναφέρονται στο άρθρο 2, η κατάσταση αυτή έχει ως αποτέλεσμα την απόκτηση ή την απώλεια της ιδιότητας της

μεσαίας, μικρής ή πολύ μικρής επιχείρησης μόνον εάν το φαινόμενο επαναληφθεί επί δύο διαδοχικά οικονομικά έτη.

3. Στην περίπτωση νεοσύστατων επιχειρήσεων, οι λογαριασμοί των οποίων δεν έχουν κλείσει ακόμη, τα στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη πρέπει να προκύπτουν από αξιόπιστες εκτιμήσεις που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια του οικονομικού έτους.

Με βάση το Άρθρο 5 ο αριθμός απασχολούμενων ατόμων αντιστοιχεί στον αριθμό ετήσιων μονάδων εργασίας (ΕΜΕ), δηλαδή στον αριθμό εργαζομένων πλήρους απασχόλησης που εργάστηκαν στην εξεταζόμενη επιχείρηση ή για λογαριασμό αυτής επί ολόκληρο το υπόψη έτος. Τα άτομα που δεν εργάστηκαν ολόκληρο το έτος, οι εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης, ανεξάρτητα από τη διάρκεια και οι εργαζόμενοι σε εποχική βάση αντιστοιχούν σε κλάσματα των ΕΜΕ. Στον αριθμό απασχολούμενων περιλαμβάνονται:

α) Οι μισθωτοί

β) Τα άτομα που εργάζονται για την επιχείρηση, έχουν σχέση εξάρτησης προς αυτήν και εξομοιούνται με μισθωτούς με βάση το εθνικό δίκαιο.

γ) Οι ιδιοκτήτες επιχειρηματίες

δ) Οι εταίροι που ασκούν τακτική δραστηριότητα εντός της επιχείρησης και προσπορίζονται οικονομικά πλεονεκτήματα από την επιχείρηση.

Οι μαθητευόμενοι ή οι σπουδαστές που βρίσκονται σε επαγγελματική εκπαίδευση στο πλαίσιο σύμβασης μαθητείας ή επαγγελματικής κατάρτισης δεν συνυπολογίζονται στον αριθμό απασχολούμενων. Η διάρκεια των αδειών μητρότητας ή των γονικών αδειών δεν συνυπολογίζεται.

Με βάση το Άρθρο 6 ο καθορισμός των στοιχείων της επιχείρησης γίνεται στις παρακάτω περιπτώσεις:

1. Στην περίπτωση ανεξάρτητης επιχείρησης, ο καθορισμός των στοιχείων, συμπεριλαμβανομένου του αριθμού απασχολούμενων, πραγματοποιείται αποκλειστικά με βάση τους λογαριασμούς αυτής της επιχείρησης.
2. Στην περίπτωση επιχείρησης που συνεργάζεται ή συνδέεται με άλλες επιχειρήσεις, ο καθορισμός των στοιχείων, συμπεριλαμβανομένου του αριθμού απασχολούμενων, γίνεται με βάση τους λογαριασμούς και τα λοιπά στοιχεία της επιχείρησης, ή εφόσον υπάρχουν τους ενοποιημένους λογαριασμούς της επιχείρησης, ή τους ενοποιημένους λογαριασμούς στους οποίους περιλαμβάνεται και η εξεταζόμενη επιχείρηση βάσει ενοποίησης.

Στα στοιχεία που αναφέρονται στο πρώτο εδάφιο προστίθενται τα στοιχεία των επιχειρήσεων που ενδεχομένως συνεργάζονται με την εξεταζόμενη επιχείρηση, οι οποίες βρίσκονται ακριβώς ανάντη ή κατόντη της εν λόγω επιχείρησης. Τα στοιχεία συγκεντρώνονται κατ' αναλογία προς το ποσοστό συμμετοχής στο κεφάλαιο ή στα δικαιώματα ψήφου (το υψηλότερο από τα δύο αυτά ποσοστά). Σε περίπτωση διασταυρωμένης συμμετοχής, λαμβάνεται υπόψη το υψηλότερο των ποσοστών αυτών.

Στα στοιχεία που αναφέρονται στο πρώτο και το δεύτερο εδάφιο προστίθεται το 100% των στοιχείων των επιχειρήσεων που ενδεχομένως συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με την εξεταζόμενη επιχείρηση και τα οποία δεν περιλαμβάνονται ήδη στους λογαριασμούς βάσει ενοποίησης.

3. Για την εφαρμογή της παραγράφου 2, τα στοιχεία των επιχειρήσεων που συνεργάζονται με την εξεταζόμενη επιχείρηση προκύπτουν από τους λογαριασμούς και τα λοιπά στοιχεία, ενοποιημένα εφόσον υπάρχουν, στα οποία προστίθεται το 100% των στοιχείων των επιχειρήσεων που συνδέονται με τις συνεργαζόμενες αυτές επιχειρήσεις, εκτός εάν τα στοιχεία τους περιλαμβάνονται ήδη βάσει ενοποίησης.

Για την εφαρμογή της παραγράφου 2, τα στοιχεία των επιχειρήσεων που συνδέονται με την εξεταζόμενη επιχείρηση προκύπτουν από τους λογαριασμούς και τα λοιπά

στοιχεία τους, ενοποιημένα εφόσον υπάρχουν. Στα στοιχεία αυτά προστίθενται κατ' αναλογία τα στοιχεία των επιχειρήσεων που ενδεχομένως συνεργάζονται με τις συνδεδεμένες αυτές επιχειρήσεις, οι οποίες βρίσκονται ακριβώς ανάντη ή κατάντη αυτών, εάν δεν περιλαμβάνονται ήδη στους ενοποιημένους λογαριασμούς σε αναλογία τουλάχιστον ισοδύναμη με το ποσοστό που ορίζεται στην παράγραφο 2 δεύτερο εδάφιο.

4. Όταν ο αριθμός απασχολούμενων δεδομένης επιχείρησης δεν προκύπτει από τους ενοποιημένους λογαριασμούς, υπολογίζεται συγκεντρώνοντας κατ' αναλογία τα στοιχεία τα σχετικά με τις επιχειρήσεις που συνεργάζονται με την εν λόγω επιχείρηση και προσθέτοντας τα στοιχεία τα σχετικά με τις επιχειρήσεις που συνδέονται μαζί της.

Σύμφωνα με το Άρθρο 7 η Επιτροπή λαμβάνει τα απαραίτητα μέτρα προκειμένου να παρουσιάζει τις στατιστικές που καταρτίζει σύμφωνα με τις παρακάτω τάξεις επιχειρήσεων:

α) 0 έως 1 απασχολούμενο άτομο

β) 2 έως 9 απασχολούμενα άτομα

γ) 10 έως 49 απασχολούμενα άτομα

δ) 50 έως 249 απασχολούμενα άτομα

Με βάση το Άρθρο 8:

1. Κάθε κοινοτική κανονιστική ρύθμιση ή κάθε κοινοτικό πρόγραμμα που θα τροποποιείται ή θα καταρτίζεται στο μέλλον και θα αναφέρει τους όρους "ΜΜΕ", "πολύ μικρή επιχείρηση", "μικρή επιχείρηση" ή "μεσαία επιχείρηση" ή οποιοδήποτε άλλον παρόμοιο όρο, πρέπει να παραπέμπει στον ορισμό που περιέχεται στην παρούσα σύσταση.

2. Κατά τη διάρκεια μιας μεταβατικής περιόδου, τα τρέχοντα κοινοτικά προγράμματα που χρησιμοποιούν τον ορισμό ΜΜΕ της σύστασης 96/280/ΕΚ θα εξακολουθήσουν

Πτυχιακή Εργασία: Η Χρησιμοποίηση της Τεχνολογίας στις Λογιστικές και Οικονομικές εργασίες των σημερινών ΜΜΕ και οι ρυθμίσεις των Φορολογικών Θεμάτων μέσω αυτής

να παράγουν τα αποτελέσματά τους και τα ευεργετήματα υπέρ των επιχειρήσεων, οι οποίες θεωρούντο ως ΜΜΕ κατά την κατάρτισή τους. Δεν θίγονται οι νομικές δεσμεύσεις που ανέλαβε η Επιτροπή βάσει αυτών των προγραμμάτων.

Με την επιφύλαξη του πρώτου εδαφίου, οποιαδήποτε τροποποίηση, μέσα στα προγράμματα αυτά, του ορισμού των ΜΜΕ μπορεί να γίνει μόνον αν υιοθετηθεί ο ορισμός που περιέχεται στην παρούσα σύσταση σύμφωνα με την παράγραφο 1.

1.3 Νομικές μορφές των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων - Business Legal Forms

Ένα ενδιαφέρον άρθρο για τη νομική μορφή των επιχειρήσεων δημοσιεύθηκε πρόσφατα στην ηλεκτρονική διεύθυνση www.in.gr. Στο άρθρο αυτό παρουσιάζονται τα βασικά χαρακτηριστικά κάθε νομικής μορφής αναλυτικά:

1. Ατομική Επιχείρηση
2. Ομόρρυθμη Εταιρία
3. Ετερόρρυθμη Εταιρία
4. Ανώνυμη Εταιρία
5. Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης

Νομική μορφή της επιχείρησης είναι το νομικό πλαίσιο μέσα στο οποίο η επιχείρηση πραγματοποιεί τις συναλλαγές της. Υπάρχουν διαφορετικοί τύποι επιχειρήσεων ανάλογα με το νομικό πλαίσιο μέσα στο οποίο αυτές λειτουργούν. Κάθε τύπος επιχειρήσεων έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ανταποκρίνεται σε διαφορετικές οικονομικές δυνατότητες και σκοπιμότητες. Πιο συγκεκριμένα:

Ατομική Επιχείρηση:

Είναι η πιο διαδεδομένη μορφή επιχείρησης και είναι ουσιαστικά αυτή που ταυτίζεται με το πρόσωπο του επιχειρηματία. Η επιχείρηση αυτής της μορφής έχει περιορισμένα έξοδα ίδρυσης, οργάνωσης και διοίκησης και αφήνει μεγαλύτερα περιθώρια ευελιξίας και δυνατότητας άμεσης λήψης και εκτέλεσης των αποφάσεων στον επιχειρηματία.

Για τους λόγους αυτούς, αυτή η μορφή επιχείρησης ενδείκνυται για μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις, που χαρακτηρίζονται από την ανάγκη γρήγορης προσαρμογής στις συνθήκες της αγοράς καθώς και για αγροτικές ή βιοτεχνικές επιχειρήσεις όπου η δυνατότητα προσωπικής επίβλεψης σε ζητήματα που αφορούν στο μέγεθος της παραγωγής, στην επιλογή των μεθόδων παραγωγής κ.α. κρίνεται αποφασιστικής σημασίας. Τα μειονεκτήματα της ατομικής επιχείρησης είναι ότι αυτή έχει μικρή οικονομική επιφάνεια και περιορισμένη πιστωτική ικανότητα .

Ομόρρυθμη Εταιρεία:

Για την ίδρυση ομόρρυθμης εταιρείας πρέπει να συμπράξουν δύο τουλάχιστον μέρη. Κατά την έκφραση του νόμου οι εταίροι υποχρεούνται αμοιβαίως στην επιδίωξη κοινού σκοπού. Τα ιδρυτικά μέλη της ομόρρυθμης εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Τα φυσικά πρόσωπα πρέπει να έχουν συμπληρώσει το δέκατο όγδοο (18^ο) έτος της ηλικίας τους. Η συμμετοχή ανηλίκου στην ίδρυση προσωπικής εταιρείας επιτρέπεται μόνο κατόπιν δικαστικής άδειας. Τα βασικά χαρακτηριστικά της ομόρρυθμης εταιρείας περιγράφονται παρακάτω:

1. Οι εταίροι της ομόρρυθμης εταιρείας ευθύνονται με ολόκληρη την περιουσία τους για όλες τις υποχρεώσεις της εταιρείας, με αλληλέγγυα ευθύνη τους.
2. Με τη λύση της εταιρείας δεν παύει η ευθύνη των εταίρων για τυχόν υπάρχοντα χρέη της εταιρείας.
3. Η ομόρρυθμη εταιρεία δεν χρειάζεται συμβολαιογραφικό έγγραφο για την κατάρτισή της, αντιθέτως αρκεί ένα ιδιωτικό συμφωνητικό .

Ετερόρρυθμη Εταιρεία:

Για την ίδρυση ετερόρρυθμης εταιρείας πρέπει να συμπράξουν δύο τουλάχιστον μέρη. Κατά την έκφραση του νόμου οι εταίροι υποχρεούνται αμοιβαίως στην επιδίωξη κοινού σκοπού. Τα ιδρυτικά μέλη της ετερόρρυθμης εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Τα φυσικά πρόσωπα πρέπει να έχουν συμπληρώσει το δέκατο όγδοο (18^ο) έτος της ηλικίας τους. Η συμμετοχή ανηλίκου στην ίδρυση προσωπικής εταιρείας επιτρέπεται μόνο κατόπιν δικαστικής άδειας. Τα βασικά χαρακτηριστικά της ετερόρρυθμης εταιρείας περιγράφονται παρακάτω:

1. Διάρθρωση των εταίρων της ετερόρρυθμης εταιρείας σε δύο κατηγορίες: τους ομόρρυθμους και τους ετερόρρυθμους. Η ευθύνη των ομόρρυθμων εταίρων απέναντι στους πιστωτές της εταιρείας είναι αλληλέγγυα και απεριόριστη. Η ευθύνη των

ετερόρρυθμων εταιρών είναι περιορισμένη και δεν μπορεί να υπερβεί το ποσό της εισφοράς του στην εταιρεία.

2. Η ετερόρρυθμη εταιρεία δεν χρειάζεται συμβολαιογραφικό έγγραφο για την κατάρτισή της, αντιθέτως αρκεί ένα ιδιωτικό συμφωνητικό .

Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.):

Η ανώνυμη εταιρία μπορεί να ιδρυθεί από ένα ή περισσότερα πρόσωπα ή να καταστεί μονοπρόσωπη με τη συγκέντρωση όλων των μετοχών σε ένα πρόσωπο. Τα ιδρυτικά μέλη της ανώνυμης εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Τα φυσικά πρόσωπα πρέπει να έχουν συμπληρώσει το δέκατο όγδοο (18^ο) έτος της ηλικίας τους. Η συμμετοχή ανηλίκου στην ίδρυση ανώνυμης εταιρείας επιτρέπεται μόνο κατόπιν δικαστικής άδειας. Σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν.2190/1920 το κατώτατο όριο του μετοχικού κεφαλαίου ανώνυμης εταιρίας ιδρυόμενης στο εξής, ορίζεται στο ποσό των εξήντα χιλιάδων (60.000) ευρώ, ολοσχερώς καταβεβλημένο κατά τη σύσταση της εταιρίας. Τα βασικά χαρακτηριστικά της Ανώνυμης εταιρείας περιγράφονται παρακάτω:

1. Το μεγάλο σχετικά κεφάλαιο που απαιτείται για την ίδρυσή της και η διαίρεση του κεφαλαίου σε ίσα μερίδια που ενσωματώνονται σε έγγραφα, στις μετοχές.
2. Οι αυστηροί όροι δημοσιότητας κατά την ίδρυσή της αλλά και καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής της.
3. Η περιορισμένη ευθύνη των μετόχων.
4. Η λήψη αποφάσεων κατά πλειοψηφία του μετοχικού κεφαλαίου.
5. Η ύπαρξη δύο οργάνων: της Γενικής Συνέλευσης των μετόχων και του Διοικητικού Συμβουλίου.

Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.):

Σύμφωνα με το άρθρο 3 του Ν.3190/1955, η εταιρεία περιορισμένης ευθύνης είναι εμπορική, ωστόσο απαγορεύεται η άσκηση ορισμένων δραστηριοτήτων, όπως τραπεζικές, ασφαλιστικές, χρηματιστηριακές, διαχείριση χαρτοφυλακίου αξιογράφων, διαχείριση αμοιβαίων κεφαλαίων, χρηματοδοτική μίσθωση, πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων, προώθηση και υλοποίηση επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας (μόνο venture capital) και αθλητικές δραστηριότητες. Σύμφωνα με το άρθρο 4 του Ν.3190/1955 το κεφάλαιο της εταιρίας δεν δύναται να είναι κατώτερο των δεκαοκτώ χιλιάδων (18.000) ευρώ ολοσχερώς καταβεβλημένο κατά την κατάρτιση της εταιρικής σύμβασης. Το ήμισυ τουλάχιστον του ποσού αυτού πρέπει να είναι καταβεβλημένο σε μετρητά. Σύμφωνα με το άρθρο 43α του Ν.3190/1955 που τροποποιήθηκε με το άρθρο 2 του Π.Δ. 279/1993, η Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης μπορεί να συστήσει και ένα μόνο πρόσωπο ή μία ήδη συστημένη ΕΠΕ να μετατραπεί σε μονοπρόσωπη. Ωστόσο, η μονοπρόσωπη ΕΠΕ είναι άκυρη, αν ο εταίρος (φυσικό ή νομικό πρόσωπο) που τη συνέστησε είναι και μοναδικός εταίρος σε άλλη μονοπρόσωπη ΕΠΕ, ή αν έχει συσταθεί από άλλη μονοπρόσωπη ΕΠΕ. Το κεφάλαιο διαιρείται σε «μερίδες συμμετοχής» καθεμία εκ των οποίων αποτελείται από εταιρικά μερίδια από τα οποία το καθένα δεν μπορεί να είναι σύμφωνα με το Ν. 2848/2000, μικρότερο των 30 ευρώ. Τα βασικά χαρακτηριστικά της Εταιρείας Περιορισμένης Ευθύνης περιγράφονται παρακάτω:

1. Η ορισμένη διάρκειά της (αν και η παράλειψη αναγραφής της διάρκειας δεν αποτελεί λόγο ακυρότητας της εταιρίας).
2. Η περιορισμένη ευθύνη των εταίρων, η λήψη αποφάσεων κατά πλειοψηφία πλέον του μισού του όλου αριθμού των εταίρων που εκπροσωπούν πλέον του μισού του όλου εταιρικού κεφαλαίου, καθώς και
3. Η ύπαρξη δυο οργάνων, δηλαδή της Γενικής Συνέλευσης των εταίρων και του Διαχειριστή ή Διαχειριστών .

1.4 Φορολογικές υποχρεώσεις και οικονομικές εργασίες σύμφωνα με τον κώδικα βιβλίων και στοιχείων

Με βάση τον Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων

1. Από τις επιχειρήσεις που τηρούν **βιβλία Α κατηγορίας** υπάρχει υποχρέωση τήρησης βιβλίου αγορών που ενημερώνεται έως τις 15 κάθε επόμενου μήνα από αυτόν που αφορούν οι εγγραφές, εκτός και αν υπάρχει μηχανογραφική τήρηση οπότε τα δεδομένα εκτυπώνονται έως και το τέλος του επόμενου μήνα. Αρχικά εκτυπώνεται θεωρημένη «ΜΗΝΙΑΙΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΒΙΒΛΙΟΥ ΑΓΟΡΩΝ» με συγκεντρωτικά στοιχεία ανά κατηγορία εισροών (εξόδων). Κατόπιν εκτυπώνονται τα ίδια δεδομένα αναλυτικά σε αθεώρητες καταστάσεις ώστε να είναι δυνατός ο έλεγχος των δεδομένων από τις ελεγκτικές αρχές.

§ Υποχρέωση από τις επιχειρήσεις με βιβλία Α κατηγορίας για υποβολή συγκεντρωτικής κατάστασης Προμηθευτών για διασταύρωση στοιχείων στο ΚΕΠΥΟ.

2. Αντίστοιχα οι επιχειρήσεις με **βιβλία Β κατηγορίας** τηρούν θεωρημένη «ΜΗΝΙΑΙΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΒΙΒΛΙΟΥ ΕΣΟΔΩΝ-ΕΞΟΔΩΝ» με συγκεντρωτικά στοιχεία ανά μήνα και εκτυπώνουν αθεώρητη αναλυτική κατάσταση με τα αντίστοιχα στοιχεία.

§ Οι παραπάνω επιχειρήσεις υποβάλλουν κάθε χρόνο Συγκεντρωτικές Καταστάσεις πελατών-προμηθευτών για διασταύρωση στοιχείων στο ΚΕΠΥΟ.

3. Οι επιχειρήσεις με **βιβλία Γ κατηγορίας** τηρούν θεωρημένο Ισοζύγιο γενικό-Αναλυτικών καθολικών για τα μηνιαία οικονομικά τους δεδομένα στα οποία ουσιαστικά γίνονται 13 εκτυπώσεις το χρόνο (12 μηνιαίες και 1 κατά το κλείσιμο του Ισολογισμού) καθώς και βιβλίο Απογραφών και Ισολογισμού θεωρημένο.

§ Έχουν υποχρέωση υποβολής Συγκεντρωτικές Καταστάσεις πελατών-προμηθευτών για διασταύρωση στοιχείων στο ΚΕΠΥΟ .

§ Επιπροσθέτως έχουν υποχρέωση υποβολής στην ΔΟΥ φορολογίας τους και ισοζυγίου που περιλαμβάνει όλους τους λογαριασμούς που κινήθηκαν στην προηγούμενη χρήση από την απογραφή έως και τον τελευταίο μήνα τους.

Γενικά οι επιχειρήσεις που υπερέβησαν κατά την προηγούμενη χρήση τα 150.000 ευρώ (ακαθάριστα έσοδα) έχουν υποχρέωση καταχώρησης των αποθεμάτων των εμπορεύσιμων αγαθών τους σε θεωρημένο βιβλίο Απογραφών κατά είδος, ποσότητα και αξία.

Επίσης όσες επιχειρήσεις είχαν τζίρο (ακαθάριστα έσοδα) πάνω από 5.000.000 ευρώ τηρούν θεωρημένο βιβλίο αποθήκης.

Τέλος, όλες οι επιχειρήσεις υποχρεούνται σε τήρηση Αθεώρητου Μητρώου Πάγιων Στοιχείων στο οποίο παρακολουθούνται όλα τα πάγια κατά ημερομηνία κτήσης, προμηθευτή, ποσότητα, αξία και γίνονται οι ετήσιες αποσβέσεις σύμφωνα με τους συντελεστές που προβλέπει ο νόμος. Να σημειωθεί ότι δεν υπόκεινται σε απόσβεση τα γήπεδα και τα οικόπεδα .

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 2 °

Τεχνολογία – Μέσα και Σύγχρονες Υπηρεσίες των ΜΜΕ – Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα

2.1 Εισαγωγή

Οι άμεσα ωφελούμενοι από την υιοθέτηση εφαρμογών Ηλεκτρονικού Επιχειρείν θα πρέπει να είναι οι επιχειρήσεις και συγκεκριμένα οι ΜΜΕ. Κατά συνέπεια, η πρόσβαση και η παρουσία στον Παγκόσμιο Ιστό καθώς και η παροχή υπηρεσιών Internet αποτελούν κρίσιμους παράγοντες για την επιχειρηματικότητα, καθώς μεγάλος αριθμός ΜΜΕ και ΠΜΕ δεν έχουν ενσωματώσει στις επιχειρηματικές τους διαδικασίες πρακτικές Ηλεκτρονικού Επιχειρείν και αναμένεται να προχωρήσουν στις διαδικασίες αυτές, άμεσα θα είναι αποτελεσματικότερη η μετάβασή τους στην Ηλεκτρονική Επιχειρηματικότητα λόγω της ύπαρξης νέων εφαρμογών και δυνατοτήτων από το Διαδίκτυο και τα νέα Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα που θα τους επιτρέψουν να επιτύχουν τους στόχους τους. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να γίνουν καθοριστικές αλλαγές στον τρόπο οργάνωσης της επιχείρησης. Η δυνατότητα εκτέλεσης των Λογιστικών και Φορολογικών Εργασιών και η δυνατότητα σύνδεσης με την παγκόσμια αγορά μέσω του Διαδικτύου για την αγορά ή την πώληση αγαθών όπως επίσης και η διάθεση πληροφοριών αποτελούν σημαντικά συστατικά της εξέλιξης της επιχειρηματικότητας. Εν ολίγοις, οι επιχειρήσεις είναι απαραίτητο να αντιληφθούν την ανάγκη να έχουν ενσωματώσει στο Λογιστήριο τους τις Νέες Τεχνολογίες και να έχουν το δικό τους δικτυακό τόπο μέσω του οποίου να παρέχουν τις υπηρεσίες ή/και τα προϊόντα τους ηλεκτρονικά. Ένας σημαντικός παράγοντας είναι να πειστούν οι χρήστες (Υπάλληλοι και Επιχειρηματίες) ότι η μετάβαση στο Ηλεκτρονικό Επιχειρείν είναι προσοδοφόρα και κατά συνέπεια κάθε επένδυση σε Κατάρτιση και Εκπαίδευση των χρηστών θα είναι πάντα προστιθέμενης αξίας.

Ο ρόλος του κλάδου της Πληροφορικής στην διαδικασία μετάβασης προς το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν είναι θεμελιώδης, αφού οι τάσεις και οι εξελίξεις του κλάδου αποτελούν βασικό παράγοντα για την ανάπτυξη υποδομών. Μόνο όσες επιχειρήσεις κατανοήσουν την ανάγκη για μακροπρόθεσμες δεσμεύσεις στις οποίες πρόκειται να

επενδύσουν θα καταφέρουν να δημιουργήσουν επιτυχώς νέες επιχειρηματικές πρακτικές. Το Διαδίκτυο δεν αποτελεί πλέον ένα μέρος εύκολου και βραχυπρόθεσμου κέρδους.

Από την άλλη μεριά, ο κρατικός μηχανισμός θα πρέπει να αναγνωρίσει τη δέσμευση αυτή και να βοηθήσει, μέσω δίκαιου νομοθετικού και φορολογικού πλαισίου, τις επιχειρήσεις αυτές οι οποίες είναι πρόθυμες να κάνουν τις απαραίτητες επενδύσεις.

2.2 Είδη λογισμικού εφαρμογών λογιστικής που διατίθενται στην Ελλάδα

Εκτός από τα προγράμματα Μηχανογραφημένης Λογιστικής και Εμπορικής Διαχείρισης που απευθύνονται στις επιχειρήσεις, υπάρχουν και προγράμματα που απευθύνονται αποκλειστικά στους λογιστές των ΜΜΕ. Τα τελευταία χρόνια μάλιστα, τα συγκεκριμένα πακέτα συγκεντρώνουν το έντονο ενδιαφέρον των επαγγελματιών του κλάδου, που αναγνωρίζουν σε αυτά έναν πολύτιμο σύμμαχο στην προσπάθεια κάλυψης των αναγκών του λογιστηρίου μιας ΜΜΕ. Τα προγράμματα αυτά διαχειρίζονται όλες τις λογιστικές και φορολογικές υποχρεώσεις μιας επιχείρησης, δηλαδή τα Βιβλία Α', Β' και Γ' κατηγορίας, τα πάγια, τα αξιόγραφα, τις καταστάσεις ΚΕΠΥΟ, τις δηλώσεις ΦΠΑ και επιπλέον διαχειρίζονται τις δηλώσεις εισοδήματος και τη μισθοδοσία. Ταυτόχρονα, έχουν τη δυνατότητα να συνδέονται αυτόματα με τους δικτυακούς τόπους του υπουργείου Οικονομικών, για υποβολή δηλώσεων εισοδήματος, ΦΠΑ κ.λπ., αλλά και με εφαρμογές εμπορικού χαρακτήρα για ανταλλαγή και διασταύρωση δεδομένων. Η αξία των συγκεκριμένων προγραμμάτων έγκειται στο ότι επιτρέπουν σε ένα μικρό λογιστικό γραφείο, που στελεχώνεται λ.χ. από δύο εργαζόμενους, να αναλαμβάνει και να διεκπεραιώνει σε σύντομο χρονικό διάστημα πλήθος εργασιών, από τη συμπλήρωση των φορολογικών δηλώσεων μέχρι την έκδοση της μισθοδοσίας μιας επιχείρησης. Τα προγράμματα Μηχανογραφημένης Λογιστικής και Εμπορικής Διαχείρισης (με τη συνεργασία και άλλων λογισμικών εφαρμογών) απλοποιούν τα πάντα και δίνουν τη δυνατότητα στην επιχείρηση να περιορίσει τα λειτουργικά έξοδα και να μειώσει στο ελάχιστο δυνατό το χρόνο και τον κόπο (ανθρωποώρες) που απαιτείται για την ολοκλήρωση των σχετικών εργασιών. Ωστόσο, οι εφαρμογές μηχανογραφημένης λογιστικής δεν σταματούν εκεί. Αξιοποιούν την εργασία που θεωρούνταν απαραίτητη αλλά μη

χρήσιμη, προς όφελος της επιχείρησης, των πωλήσεων και του τζίρου. Συγκεντρώνουν αριθμούς και μεγέθη που μέχρι πρότινος θεωρούνταν "άχρηστα" και τα μετατρέπουν σε καθαρή, ατόφια γνώση, απαραίτητη για τη χάραξη εμπορικής πολιτικής, στρατηγικής και σχεδιασμού. Μόνο τυχαίο δεν είναι το ότι η συγκεκριμένη κατηγορία λογισμικού διεκδικεί μαζί με τα προγράμματα αυτοματισμού γραφείου τον τίτλο του πιο χρήσιμου λογισμικού για ΜΜΕ, γεγονός που αντικατοπτρίζεται και στο ότι 5 στις 10 ΜΜΕ στην Ελλάδα δηλώνουν (σε πρόσφατες έρευνες) ότι χρησιμοποιούν συστηματικά προγράμματα Μηχανογραφημένης Λογιστικής.

Τα εν λόγω προγράμματα επιτρέπουν σε μια επιχείρηση να διαχειρίζεται ηλεκτρονικά:

α) Τα Βιβλία Α' κατηγορίας (αγορών), Β' κατηγορίας (εσόδων - εξόδων), Γ' κατηγορίας (γενική και αναλυτική λογιστική, Λογιστικό Σχέδιο), ανάλογα φυσικά με την κατηγορία στην οποία ανήκει η επιχείρηση.

β) Όλες τις οικονομικές κινήσεις της (αγορές, δαπάνες, πάγια, έσοδα, αξιόγραφα, γραμμάτια, επιταγές, πιστωτικά σημειώματα), μέσα από μία και μόνο καταχώριση και την αυτόματη ταξινόμηση, επεξεργασία και διασταύρωσή τους.

γ) Τις κινήσεις και την εποπτεία του ταμείου (εισπράξεις, πληρωμές, υπόλοιπο), ανά πάσα στιγμή.

δ) Τον έλεγχο του ισοζυγίου, τη διαχείριση του ΦΠΑ (περιοδικής και εκκαθαριστικής δήλωσης), των καταστάσεων ΚΕΠΥΟ, την καταχώριση ειδικών φόρων (λ.χ. δημοτικών).

ε) Τη δημιουργία και την εκτύπωση παραστατικών κάθε είδους, βιβλίων εσόδων - εξόδων, δηλώσεων ΦΠΑ, καταστάσεων ΚΕΠΥΟ, σύμφωνα με τις ανάγκες, τις ιδιαιτερότητες και τις επιθυμίες της κάθε εταιρίας.

στ) Την αποθήκη, τους πελάτες και τους προμηθευτές με τρόπο λεπτομερή και αναλυτικό (σε συνεργασία με εφαρμογές Εμπορικής Διαχείρισης).

ζ) Τη δημιουργία ισολογισμού και το λογιστικό και εξωλογιστικό προσδιορισμό των καθαρών κερδών.

η) Τα στοιχεία της επιχείρησης (επωνυμία, διεύθυνση, τηλέφωνο, ΑΦΜ, ΔΟΥ κ.λπ.) μέσω μίας μόνο καταχώρισης, της αρχικής, η οποία μεταφέρεται άμεσα και αυτόματα σε όλες τις επόμενες εφαρμογές - ενέργειες, ενώ παράλληλα υπάρχει η δυνατότητα διαγραφής ή τροποποίησης των ίδιων στοιχείων.

Τα παραπάνω χαρακτηρίζονται γενικές εφαρμογές και περιέχονται στην πλειονότητα των προγραμμάτων Μηχανογραφημένης Λογιστικής. Υπάρχουν όμως και άλλες, πιο εξειδικευμένες λύσεις, που στόχο έχουν να καλύψουν τις ιδιαίτερες ανάγκες μιας επιχείρησης. Οι εφαρμογές αυτού του είδους δεν περιέχονται συνήθως στη βασική έκδοση του εκάστοτε προγράμματος, αλλά στις λεγόμενες "έξτρα" (ενισχυμένες) εκδόσεις. Τέτοιες εφαρμογές αφορούν στη δυνατότητα συναλλαγών σε ξένα νομίσματα, τον προγραμματισμό των εκροών και την πρόβλεψη των εισροών, τα αποτελέσματα χρήσης, την κοστολόγηση της παραγωγής, τη μαζική τιμολόγηση, τη διαχείριση εκπτώσεων και πολλά άλλα.

Τα εν λόγω προγράμματα θεωρούνται μία από τις βασικές αιτίες για τις οποίες μια ΜΜΕ (αποφασίζει να) κάνει χρήση ηλεκτρονικού υπολογιστή. Μαζί με τα προγράμματα αυτοματισμού γραφείου (MS Office κ.λπ.) οι εφαρμογές Μηχανογραφημένης Λογιστικής βρίσκονται στην κορυφή των προτιμήσεων των επιχειρήσεων μικρού και μεσαίου μεγέθους και όχι άδικα. Η ενσωμάτωση τέτοιων συστημάτων στη λειτουργία της επιχείρησης προσφέρει σημαντικά οφέλη σε διάφορους τομείς, από την πρώτη κιόλας στιγμή της χρήσης τους. Κατ' αρχάς, ο χρόνος που δαπανάται για τις λογιστικές εργασίες είναι εντυπωσιακά λιγότερος από το χρόνο που απαιτείται για τις ίδιες εργασίες με χειρόγραφο τρόπο.

Στην πραγματικότητα δεν υφίσταται σύγκριση, καθώς η εξοικονόμηση χρόνου αγγίζει το μέγιστο δυνατό. Η χειρόγραφη μέθοδος απαιτεί μολύβι, χαρτί, αριθμομηχανή και...πολλή υπομονή. Η ηλεκτρονική μέθοδος δεν απαιτεί παρά ελάχιστο χρόνο, αφού το μόνο που χρειάζεται είναι να καταχωρηθούν τα δεδομένα στον υπολογιστή.

Τα υπόλοιπα γίνονται εύκολα και γρήγορα. Η σημαντική αυτή εξοικονόμηση χρόνου μεταφράζεται σε μείωση του λειτουργικού κόστους, μείωση των ωρών που απαιτούνται για τις λογιστικές εργασίες, όπως επίσης και σε δυνατότητα μείωσης του απασχολούμενου προσωπικού στο συγκεκριμένο τομέα. Την ίδια στιγμή, τα προγράμματα Μηχανογραφημένης Λογιστικής εκμηδενίζουν την πιθανότητα λάθους. Παλαιότερα, ο λογιστής ήταν αναγκασμένος να κάνει πολύωρες διασταυρώσεις επί διασταυρώσεων, γνωρίζοντας ότι ένα σφάλμα είναι αρκετό για να "πάει στράφι" όλη η εργασία του. Οι σύγχρονες εφαρμογές λογιστικής, πέραν του ότι είναι αλάνθαστες, όσο πολύπλοκοι και αν είναι οι υπολογισμοί, είναι προικισμένες με "ευφυΐα", και δείγμα αυτής της ευφυΐας είναι ότι διασταυρώνουν αυτόματα τα δεδομένα, εξετάζουν την ορθότητά τους και ελέγχουν για διπλές ή λανθασμένες εγγραφές.

2.3 Υπηρεσίες του κράτους προς τις επιχειρήσεις

Χάρη στην αλματώδη ανάπτυξη της πληροφορικής, των δικτύων και των ασφαλών **εφαρμογών μετάδοσης δεδομένων** η επιχείρηση μπορεί να διεκπεραιώνει πολλές από τις οικονομικές και γραφειοκρατικές συναλλαγές της με **δημόσιους ή ιδιωτικούς οργανισμούς**, καθώς και με **τράπεζες** μέσω του Internet. Για παράδειγμα η υποβολή περιοδικών δηλώσεων ΦΠΑ και δήλωσης φόρου εισοδήματος (www.taxisnet.gr), η αγορά ενσήμων (www.ika.gr) και η διαχείριση τραπεζικών λογαριασμών μπορούν να γίνουν εύκολα και άμεσα μέσω του internet.

Η Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση έχει στόχο τον εκσυγχρονισμό της Δημόσιας Διοίκησης με την εισαγωγή τεχνολογιών αιχμής και την ψηφιακή σύνδεση κυβερνητικών υποδομών πληροφοριακών συστημάτων, για την εξοικονόμηση πόρων & την ποιοτική αναβάθμιση των υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις & τους πολίτες.

Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες (ανεξάρτητα από το ποιος είναι ο πάροχος και ποιος ο τελικός χρήστης) διακρίνονται στις εξής τέσσερις κατηγορίες ή επίπεδα, ανάλογα με το βαθμό ολοκλήρωσης της υπηρεσίας που μπορεί να επιτευχθεί ηλεκτρονικά:

Επίπεδο 1: Πληροφοριακές Υπηρεσίες

Παρέχουν μόνο πληροφοριακό υλικό για τον τρόπο διεκπεραίωσης της υπηρεσίας. Οι πληροφορίες αφορούν τα δικαιολογητικά που πρέπει να προσκομιστούν, τους φορείς που εμπλέκονται για την ολοκλήρωση της υπηρεσίας, τη σειρά εκτέλεσης των συναλλαγών που περιλαμβάνει η υπηρεσία, κλπ.

Επίπεδο 2: Επικοινωνιακές Υπηρεσίες

Παρέχουν πληροφοριακό υλικό για τον τρόπο διεκπεραίωσης της υπηρεσίας καθώς και επίσημο υλικό (πρότυπα αιτήσεων, βεβαιώσεων, κλπ) το οποίο οι χρήστες μπορούν να «κατεβάσουν» στον υπολογιστή τους, να το τυπώσουν και να το χρησιμοποιήσουν κατά τη συναλλαγή τους με το φορέα.

Επίπεδο 3: Διαδραστικές Υπηρεσίες

Εκτός από πληροφορίες, προσφέρουν online φόρμες για συμπλήρωση και ηλεκτρονική αποστολή. Δεδομένου ότι περιλαμβάνουν online υποβολή στοιχείων από μέρος του χρήστη, προϋποθέτουν μηχανισμό αναγνώρισης, ταυτοποίησης και προστασίας των δεδομένων που αποστέλλει ο χρήστης της υπηρεσίας.

Επίπεδο 4: Συναλλακτικές Υπηρεσίες

Εκτός από φόρμες αποστολής στοιχείων, υποστηρίζουν λειτουργίες όπου ο χρήστης ολοκληρώνει τις οικονομικές συναλλαγές που περιλαμβάνει η υπηρεσία (πχ πληρωμή ΦΠΑ).

Το ότι μία ηλεκτρονική υπηρεσία δίνει τη δυνατότητα ολοκλήρωσης οικονομικών συναλλαγών, συνεπάγεται τη δυνατότητα της πλήρους υποκατάστασης της αντίστοιχης μη ηλεκτρονικής υπηρεσίας.

2.3.1 Συνηθέστερες δοσοληψίες επιχειρήσεων με δημόσιους φορείς

Νομαρχία

Για τη σύσταση, την τροποποίηση καταστατικού, τη δημοσίευση ισολογισμών και άλλες υποχρεωτικές από τη νομοθεσία λειτουργίες, οι επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να προσκομίζουν τα εξής έγγραφα στις Νομαρχιακές Υπηρεσίες της Γ.Γ. Εμπορίου της οικείας Νομαρχίας:

- ◆ Καταστατικό σύστασης επιχείρησης
- ◆ Τροποποιήσεις καταστατικού επιχείρησης, σε περιπτώσεις:
 - Αλλαγών του μετοχικού κεφαλαίου
 - Αλλαγών στο ΔΣ (Ανώνυμων Εταιριών)
- ◆ Ισολογισμούς
- ◆ Εκθέσεις Ελεγκτών
- ◆ Πρακτικά από Γενικές Συνελεύσεις Μετόχων (για Ανώνυμες Εταιρίες)
- ◆ ΦΕΚ όπου δημοσιεύονται τα παραπάνω (το προσκομίζει η εταιρία στη Νομαρχία όταν εκδοθεί) .

Επιμελητήρια

Οι επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες στις εξής δοσοληψίες με το οικείο επιμελητήριο (πχ το ΕΒΕΑ για τις εμπορικές επιχειρήσεις της Αθήνας):

- ◆ Έλεγχος του δικαιώματος χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου της επιχείρησης.
- ◆ Κατάθεση του καταστατικού (και των αλλαγών του καταστατικού) για θεώρηση.
- ◆ Εγγραφή στο επιμελητήριο (μετά τη βεβαίωση έναρξης εργασιών από την οικεία ΔΟΥ).

Στις συναλλαγές αυτές υπάρχει και σχετική οικονομική δοσοληψία με το οικείο επιμελητήριο.

ΔΟΥ, Υπ. Οικονομικών

Οι επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να προσκομίζουν στην οικεία ΔΟΥ όλα τα έγγραφα που κατατίθενται στη Νομαρχία προκειμένου να αποκτήσουν Α.Φ.Μ. και να είναι φορολογικά ενήμερες. Επιπλέον, είναι υποχρεωμένες στις παρακάτω συναλλαγές με τις ΔΟΥ :

- ◆ Θεώρηση Βιβλίων και Στοιχείων (κατά την έναρξη δραστηριοτήτων ή την τροποποίηση της επιχείρησης).

- ◆ Κατάθεση περιοδικής δήλωσης ΦΠΑ + Πληρωμή του ΦΠΑ, σε χρεωστικές δηλώσεις (κάθε μήνα).
- ◆ Κατάθεση τροποποιητικής δήλωσης ΦΠΑ + Πληρωμή διαφορών ή προστίμων (εφόσον θέλουν να διορθώσουν στοιχεία μίας περιοδικής δήλωσης).
- ◆ Κατάθεση συγκεντρωτικής δήλωσης ΦΠΑ + Πληρωμή διαφορών ή προστίμων (κάθε έτος).
- ◆ Κατάθεση δήλωσης VIES - ενδοκοινοτικών αποκτήσεων, παραδόσεων (εφόσον πραγματοποιούν ενδοκοινοτικές αποκτήσεις, παραδόσεις).
- ◆ Κατάθεση λίστα ΦΜΥ - Φόρος Μισθωτών Υπηρεσιών + Πληρωμή του ΦΜΥ (κάθε δίμηνο, εφόσον απασχολούν προσωπικό).
- ◆ Κατάθεση δήλωσης Φόρου Εισοδήματος (κάθε έτος).
- ◆ Πληρωμή του χρεωστικού που συνεπάγεται το εκκαθαριστικό της δήλωσης Φόρου Εισοδήματος.
- ◆ Κατάθεση συγκεντρωτικής κατάστασης τιμολογίων Πελατών-Προμηθευτών (κάθε έτος).
- ◆ Λήψη πιστοποιητικού Φορολογικής Ενημερότητας (συνήθως, τους ζητείται να προσκομίζουν το πιστοποιητικό σε κάθε συναλλαγή με το Δημόσιο).

Όπως είναι φανερό, σε πολλές από τις συναλλαγές αυτές υπάρχει ανάγκη και οικονομικής δοσοληψίας.

ΙΚΑ

Οι επιχειρήσεις που απασχολούν προσωπικό, είναι υποχρεωμένες σε μία σειρά από συναλλαγές με το Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων.

- ◆ Κατάθεση ΑΠΔ Αναλυτικής Περιοδικής Δήλωσης + Πληρωμή στο ΙΚΑ (κάθε τρίμηνο).
- ◆ Τροποποίηση ΑΠΔ – Διόρθωση, Ακύρωση, Επανυποβολή ΑΠΔ (εφόσον θέλουν να διορθώσουν στοιχεία μίας ΑΠΔ) .
- ◆ Λήψη πιστοποιητικού Ασφαλιστικής Ενημερότητας (συνήθως τους ζητείται να προσκομίζουν το πιστοποιητικό σε κάθε συναλλαγή με το Δημόσιο).

Επίσης, λόγω του τρόπου που λειτουργεί σήμερα το ΙΚΑ, οι επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να προβαίνουν οι ίδιες στις εξής δοσοληψίες με το ΙΚΑ για λογαριασμό των υπαλλήλων τους:

- Παραλαβή των ενσήμων των υπαλλήλων
- Λήψη ασφαλιστικής ενημερότητας για κάθε υπάλληλο

ΟΑΕΔ

Οι επιχειρήσεις που απασχολούν προσωπικό, είναι υποχρεωμένες σε μία σειρά από συναλλαγές με τον Οργανισμό Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού.

- Κατάθεση «Κάρτας Πρόσληψης Υπαλλήλου»
- Κατάθεση «Αναγγελίας Οικιοθελούς Αποχώρησης» / «Καταγγελίας Σύμβασης Εργασίας».

Επιθεώρηση Εργασίας

Οι επιχειρήσεις που απασχολούν προσωπικό, είναι υποχρεωμένες σε μία σειρά από συναλλαγές με την Επιθεώρηση Εργασίας.

- Κατάθεση της ετήσιας κατάστασης προσωπικού (συγκεντρωτική κατάσταση).
- Κατάθεση κατάστασης προσωπικού (σε περίπτωση πρόσληψης νέου προσωπικού) .

Εθνικό Τυπογραφείο

Σε αρκετές δοσοληψίες με τις Νομαρχιακές Υπηρεσίες και τις ΔΟΥ, οι επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να προσκομίζουν τα τεύχη ΦΕΚ όπου δημοσιεύονται στοιχεία που τις αφορούν (σύσταση, τροποποίηση καταστατικού, κλπ) .

- Παραγγελία & παραλαβή Τεύχους ΦΕΚ με ανάλογη χρέωση.

2.3.2 Διαθέσιμες ηλεκτρονικές υπηρεσίες

Νομαρχία

- Καμία

Επιμελητήρια

- Έλεγχος του δικαιώματος χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου της επιχείρησης.

ΔΟΥ, Υπ. Οικονομικών

- ◆ Κατάθεση περιοδικής δήλωσης ΦΠΑ + Πληρωμή του ΦΠΑ, σε χρεωστικές δηλώσεις.
- ◆ Κατάθεση δήλωσης VIES - ενδοκοινοτικών αποκτήσεων, παραδόσεων.
- ◆ Κατάθεση λίστα ΦΜΥ - Φόρος Μισθωτών Υπηρεσιών + Πληρωμή του ΦΜΥ.
- ◆ Κατάθεση δήλωσης Φόρου Εισοδήματος.
- ◆ Κατάθεση συγκεντρωτικής κατάστασης τιμολογίων Πελατών - Προμηθευτών.
- ◆ Λήψη πιστοποιητικού Φορολογικής Ενημερότητας .

ΙΚΑ

- Κατάθεση ΑΠΔ Αναλυτικής Περιοδικής Δήλωσης + Πληρωμή στο ΙΚΑ.
- Λήψη πιστοποιητικού Ασφαλιστικής Ενημερότητας .

ΟΑΕΔ

- Καμία

Επιθεώρηση Εργασίας

- Καμία

Εθνικό Τυπογραφείο

- Παραγγελία & παραλαβή Τεύχους ΦΕΚ με ανάλογη χρέωση .

2.3.3 Παρατηρήσεις σχετικά με τις παρεχόμενες υπηρεσίες

Παρατηρήσεις σχετικά με τις online υπηρεσίες των ΔΟΥ

- § Οι Τροποποιητικές ΦΠΑ γίνονται μόνο εντύπως.
- § Οι Ετήσιες συγκεντρωτικές ΦΠΑ γίνονται μόνο εντύπως.

Παρατηρήσεις σχετικά με τις online υπηρεσίες του ΙΚΑ

- § Ο μηχανισμός εισαγωγής των ΑΠΔ δεν είναι εύχρηστος, γιατί δεν παρουσιάζει σε πίνακα τους εργαζόμενους που περιλαμβάνει το ΑΠΔ.
- § Οι Τροποποιήσεις ΑΠΔ (Διόρθωση, Ακύρωση, Επανυποβολή ΑΠΔ) δεν γίνονται online.

Υπάρχει σχετικό έγγραφο του ΙΚΑ σε ερώτηση επιχείρησης (Απρίλιος 2004) που ενημερώνει τις επιχειρήσεις για αυτό, αλλά δεν αναφέρει εάν υπάρχει πρόβλεψη να υλοποιηθεί μελλοντικά .

§ Ενώ η υπηρεσία λήψης online ασφαλιστικής ενημερότητας λειτουργεί ως λογισμικό, στις περισσότερες περιπτώσεις των εταιριών δεν μπορεί να δώσει Ασφαλιστικές Ενημερότητες, γιατί υπάρχουν προβλήματα στους ηλεκτρονικούς φακέλους των εταιριών.

§ Τα ένσημα των εργαζόμενων αποστέλλονται στην επιχείρηση. Σήμερα, δεν υπάρχει τρόπος να αποσταλούν απευθείας στον εργαζόμενο. Έτσι, σε περίπτωση αποχώρησης ενός εργαζόμενου, αυτός πρέπει να απευθυνθεί στις επιχειρήσεις που προηγουμένως εργαζόταν για να συγκεντρώσει τα ένσημά του.

§ Ο τρέχον μισθός ενός εργαζόμενου μπορεί επίσημα να πιστοποιηθεί με την ΑΠΔ της επιχείρησης, κάθε τρίμηνο. Δεν υπάρχει ηλεκτρονική υπηρεσία ώστε να εκδοθεί η τρέχουσα κατάσταση αμοιβών για ένα εργαζόμενο. Η βεβαίωση του εργοδότη, που εκδίδει η επιχείρηση αντί της κατάστασης του ΙΚΑ δεν έχει πλέον νομική ισχύ.

§ Σύμφωνα με τις παραπάνω παρατηρήσεις, εάν το ΙΚΑ παρείχε ηλεκτρονικές υπηρεσίες προς τους εργαζόμενους (πολίτες) αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα τόσο την καλύτερη εξυπηρέτηση των εργαζόμενων όσο και τη μείωση του φόρτου εργασίας στις επιχειρήσεις .

ΙΚΑ – ΟΑΕΔ – Επιθεώρηση Εργασίας

Κατά την πρόσληψη προσωπικού, η επιχείρηση, εκτός από το ΙΚΑ, πρέπει να αποστέλλει σχετικά έγγραφα τόσο στον ΟΑΕΔ όσο και στην Επιθεώρηση Εργασίας. Υπάρχει σύγχυση μεταξύ κατηγοριών επαγγελματών όπως αυτά δηλώνονται σε ΙΚΑ, ΟΑΕΔ & Επιθεώρηση Εργασίας. Αυτό έχει ως συνέπεια, ο εργαζόμενος να χρειάζεται μία σειρά από παραστατικά από τους φορείς αυτούς προκειμένου να αποδείξει :

§ Το ότι εργάστηκε για κάποια έτη → ΙΚΑ: Ενημερότητα εργαζόμενου (ένσημα).

§ Τη θέση στην οποία εργάστηκε → ΟΑΕΔ: Κάρτα Πρόσληψης

Επιχείρηση: Βεβαίωση Εργοδότη

Με τις υπάρχουσες διαδικασίες, ο φόρτος για τα παραπάνω δικαιολογητικά των εργαζομένων, επιβαρύνει την επιχείρηση, η οποία θα πρέπει να έρθει σε επαφή με τον αντίστοιχο φορέα προκειμένου να λάβει το απαραίτητο δικαιολογητικό που χρειάζεται ένας εργαζόμενος ή πρώην εργαζόμενος .

2.3.4 Εικόνες από τους δικτυακούς τόπους των Δημοσίων υπηρεσιών

Στους δικτυακούς τόπους των διατιθέμενων ηλεκτρονικών υπηρεσιών (<http://www.gsis.gr>, <http://www.taxis.gr>, <http://www.ika.gr>, κλπ), υπάρχει επαρκής και «επίσημη» πληροφόρηση για τον τρόπο χρήσης των διαδικτυακών υπηρεσιών, η οποία ανανεώνεται με κάθε αλλαγή του τρόπου χρήσης της υπηρεσίας .

<http://www.taxisnet.gr>

The screenshot shows the TAXISnet website interface. At the top left, the logo 'TAXISnet' is displayed, followed by the text 'Ηλεκτρονική υποβολή δηλώσεων:' and a list of services: Φόρου Εισοδήματος, Φ.Π.Α., and V.I.E.S. At the top right, the text 'Γενική Γραμματεία Πληροφορικών Συστημάτων' is visible. Below the header is a navigation menu with tabs for TAXISnet, Γ.Γ.Π.Σ., Συχνές Ερωτήσεις/Απαντήσεις, Οδηγίες, Επικοινωνία, Εγγραφή, Λογιστές, and Χρήστες. The main content area is titled 'ΥΠΗΡΕΣΙΑ TAXISnet' and contains the following text:

Οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να πιστοποιηθούν στις Υπηρεσίες :

- Ηλεκτρονικής Υποβολής Περιοδικών Δηλώσεων ΦΠΑ (**Φ.Π.Α.**)
- Ηλεκτρονικής Υποβολής Δηλώσεων Ενδοκοινοτικών Αποκτήσεων/Παραδόσεων (**V.I.E.S.**)
- Ηλεκτρονικής Υποβολής Δηλώσεων Φορολογίας Εισοδήματος - E1, E2, E3, E9 και Ειδικό Ενημερωτικό Δελτίο (**Φ.Ε.**)
- Ηλεκτρονικής Υποβολής Συγκεντρωτικών Καταστάσεων Τιμολογίων Πελατών - Προμηθευτών (**Κ.Β.Σ.**)
- e-Οχήματα (**ΟΧΗΜΑΤΑ**)
- Ηλεκτρονικής Έκδοσης Πιστοποιητικών (**ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ**)

Οι Υπηρεσίες **Κ.Β.Σ.**, **ΟΧΗΜΑΤΑ**, **ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ** αναφέρονται στις Οδηγίες σαν «**Λοιπές Υπηρεσίες**».

1. Πλαίσιο Αμοιβαίας Κατανόησης

Για να είναι η υπηρεσία αμοιβαία επωφέλης, θα πρέπει όλοι οι ενδιαφερόμενοι να ακολουθούν ενιαίους κανόνες και να διακατέχονται από ορισμένες αρχές αμοιβαίας κατανόησης.

1. Κατανόηση των τεχνικών συνιστωσών και επομένως των παρεχομένων διευκολύνσεων αλλά και πιθανών αδυναμιών.
2. Ενθάρρυνση προς την κατεύθυνση της χρήσης των υπηρεσιών διαδικτύου και προβολής των αποτελεσμάτων.
3. Υποβολή υποδείξεων και βελτιωτικών απόψεων.
4. Κάθε επικοινωνία με τη Γενική Γραμματεία Πληροφορικών Συστημάτων θα πραγματοποιείται ηλεκτρονικά.

The screenshot shows the website of the Greek Tax Authority (Γ.Γ.Π.Σ.). At the top, there is a navigation bar with the text 'ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ Υπουργείο Οικονομίας & Οικονομικών' and a search bar. Below this, there are several service categories: 'Υπηρεσίες προς Πολίτες', 'Υπηρεσίες προς Επιχειρήσεις', and 'Υπηρεσίες προς Δημόσια Διοίκηση'. The main content area is titled 'Υπηρεσίες προς τις Επιχειρήσεις' and contains several service boxes:

- TAXISnet**: Συμπληρώστε και αποστείλετε αυτόματα την Περιοδική Δήλωση Φ.Π.Α. (Ενοκοινοτικών - Παραδοστών). Προσοχή: Δεκτές από το σύστημα γίνονται μόνο οι εμπρόθεσμες αρχικές δηλώσεις.
- Εγκυρότητα φορολογικών στοιχείων**: Ελέγξτε την εγκυρότητα ενός Α.Φ.Μ., Ελέγξτε την εγκυρότητα μιας Φορολογικής Ενημερότητας που έχει εκδοθεί ηλεκτρονικά, Ελέγξτε την εγκυρότητα του αριθμού Φ.Π.Α. - V.I.E.S. [εξωτερικό link].
- Ε-Οχήματα**: Δείτε τα στοιχεία των Ι.Χ. επιβατικών αυτοκινήτων ή / και δικύκλων σας και δηλώστε και αποστείλετε αυτόματα τις όποιες αλλαγές τους.
- Ε-Α.Π.Α.Α.**: Υπολογίστε την Αντικειμενική Αξία ενός ακινήτου και εκτυπώστε ΕΓΚΥΡΟ Φύλλο Υπολογισμού Αξίας Ακινήτων. Προσοχή: Η εφαρμογή δεν επιτρέπει την αυτόματη αποστολή στοιχείων. Το Φύλλο Υπολογισμού Αξίας Ακινήτων θεωρείται έγκυρο βάσει των 1111232/24/Α0013/30-11-2001 (ΠΟΛ 1274/2001) (ΦΕΚ 1842/Β) και 1011880090/Α0013/27-3-2002 (ΠΟΛ 1113/2002) (ΦΕΚ 439/Β) υπουργικών αποφάσεων.
- Ε-Περαιώση**: Υπολογίστε το Φόρο Περαιώσης Ανέλεγκτων Φορολογικών Υποθέσεων για τα Οικ. Έτη 1999-2003 και εκτυπώστε ΕΓΚΥΡΟ Απογραφικό - Εκκαθαριστικό Σημείωμα Περαιώσης. Με την προσκόμιση του Απογραφικού στη Δ.Ο.Υ. μπορούν να περαιωθούν τα ανέλεγκτα Οικ. Έτη 1999 - 2003. Προσοχή: Το Απογραφικό μπορεί να εκτυπωθεί μόνο όταν δεν υπάρχουν παραβάσεις του Κ.Β.Σ., αποκρυβείσα φορολογητέα ύλη, διαφορές Φ.Π.Α., προσμηνές, κλπ. Εάν υπάρχουν παραβάσεις ή ανέλεγκτα Οικ. Έτη παλαιότερα του 1999, θα πρέπει να απευθυνθείτε στη Δ.Ο.Υ. σας. Το Απογραφικό θεωρείται έγκυρο βάσει της 1089871/5979/ΔΕ-Β'/9-11-2004 (ΠΟΛ 1115/2004) υπουργικής απόφασης.
- TAXISphone**: Υπηρεσία που επιτρέπει στις Τράπεζες και τους Συμβολαιογράφους να αποκτήσουν ΕΓΚΥΡΗ Φορολογική Ενημερότητα των συναλλασσομένων πελατών τους μέσω fax. Προσοχή: Η Φορολογική Ενημερότητα που εκδίδεται μέσω TAXISphone θεωρείται έγκυρη για κάθε νόμιμη χρήση βάσει της 1039904/2430/Α0016/25-4-2000 (ΠΟΛ 1144/2000) (ΦΕΚ 618/Β) υπουργικής απόφασης.
- Εκδοση πιστοποιητικών**: Κάντε αίτηση για την απόκτηση ΕΓΚΥΡΗΣ Φορολογικής Ενημερότητας. Μπορείτε να δείτε και να εκτυπώσετε τη Φορολογική Ενημερότητα την επόμενη ημέρα από την υποβολή της αίτησής σας. Προσοχή: Η παρούσα Φορολογική Ενημερότητα θεωρείται έγκυρη για κάθε νόμιμη χρήση βάσει της 2837/0030/11-11-2003 (ΦΕΚ 1685/Β) υπουργικής απόφασης. Η υπηρεσία είναι διαθέσιμη ανεξαρτήτως του τρόπου υποβολής της Φορολογικής σας Δήλωσης (στη Δ.Ο.Υ. ή μέσω TAXISnet).
- Ε-Κ.Β.Σ.**: Συμπληρώστε και αποστείλετε αυτόματα τη Συγκεντρωτική Κατάσταση Τιμολογίων Πελατών- Προμηθευτών.
- Ε-Φ.Μ.Α.Π.**: Υπολογίστε το Φόρο Μεγάλης Ακίνητης Περαιώσης (Φ.Μ.Α.Π.). Προσοχή: Η εφαρμογή επιτρέπει τον ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟ ΜΟΝΟ του Φ.Μ.Α.Π. Δεν μπορεί να γίνει αντίστοιχη δήλωση και αυτόματη αποστολή της.
- Ε-Έντυπα**: Δείτε και εκτυπώστε ή αποκτήστε μέσω fax τα πιο συχνά χρησιμοποιούμενα έντυπα και δηλώσεις κατά τις συναλλαγές σας με τους φορείς του Υπουργείου Οικονομίας & Οικονομικών.
- ICSnet**: Βρείτε αυτόματα πληροφορίες σχετικά με την εθνική φορολογία που εφαρμόζεται κατά την εισαγωγή των εμπορευμάτων στη χώρα μας (κωδικοποίηση TARIC).

At the bottom of the page, there is a footer with the text '© OSIS Group' and the date 'Δευτέρα, 31 Ιανουαρίου 2005'.

<http://www.ika.gr/gr/infopages/yphr/home.cfm>

Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες

HOME | ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ | ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ | SITE MAP | ΒΟΗΘΕΙΑ | ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Home / Ηλεκτρονικές Υπηρεσίες

Βοήθεια Εργοδοτών για τη χρήση Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών.

Για την καλύτερη εξυπηρέτηση των Εργοδοτών στη χρήση των Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών το ΙΚΑ διαθέτει τα εξής βοηθήματα:

1. Οδηγίες ηλεκτρονικής συμπλήρωσης και Υποβολής ΑΠΔ [Κοινών Επιχειρήσεων \(pdf\)](#), [Οικοδομοτεχνικών Έργων \(pdf\)](#).
2. Πλήκτρα βοήθειας σε όλα τα βήματα συμπλήρωσης και Υποβολής ΑΠΔ.
3. [Τεχνικές Προδιαγραφές Υποβολής ΑΠΔ \(doc\)](#)
4. [Απαντήσεις στις συχνότερες ερωτήσεις.](#)
5. [Χρήσιμες πληροφορίες για τη συμπλήρωση του εντύπου ΑΠΔ \(Δραστηριότητες ΚΑΔ ΙΚΑ - Ο.Υ.Κ., Δ.Ο.Υ., Υποκ/μπα - Παραρτήματα ΙΚΑ, Νομικές μορφές\).](#)
6. [Οδηγίες χορήγησης Ασφαλιστικής Ενημερότητας μέσω διαδικτύου \(doc\)](#)

Εάν μετά τη χρήση των ανωτέρω βοηθημάτων εξακολουθείτε να έχετε αδιευκρίνιστα σημεία, θα πρέπει να επικοινωνήσετε μαζί μας μέσω Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου.

Για να είμαστε σε θέση να ανταποκριθούμε άμεσα στα μηνύματά σας, παρακαλούμε πριν προβείτε σε αποστολή e-mail να εξαντλείτε τα ανωτέρα βοηθήματα.

◀ [Επιστροφή](#) | ▶ [Κορυφή](#)

Copyright © 2001-2003 ΙΚΑ

<http://www.ebea.gr>

ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΥΝΔΕΣΜΟΙ

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

INTERNET

Οδηγός Εξαγωγέων

BusinessNet

Εκδόσεις

PIXIS databank

EBR

Αναζήτηση Επωνυμιών

Web Mail

Δωρεάν Συμβουλές

Ενημέρωση Ανέργων

EDI-Μητρώα EDIRA

Περιβάλλον

Αναζήτηση

WebMail

Αρχική Σελίδα

© ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

Ακαδημίας 7, ΤΚ 10671, Αθήνα, Τηλ: 210 3604815-9, Fax: 210 3616408, Email: info@aeoi.gr

ΠΕΡΙΟΧΗ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ ΕΠΩΝΥΜΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΜΕΛΩΝ ΕΒΕΑ

Επωνυμία προς αναζήτηση:

1. (ΑΚΥΡΟ)Π.ΡΗΓΑΣ Ζ.ΓΡΗΓΟΡΙΑΔΗΣ Ο.Ε.	(ΑΚΥΡΟ)DOCULAND (ΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ)
2. DOCUMENT SOLUTIONS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΕΩΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΕΞΑΡΤΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΩΝ ΤΗΣ XEROX HELLAS ΑΕ	DOCUMENT SOLUTIONS A.E.
3. DOCUSERVE ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΕΜΠΟΡΙΑ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	DOCUSERVE
4. ΒΑΡΒΑΡΑ Ι.ΧΑΤΖΑΚΗ	IPD-INDUSTRIAL PROMOTIONAL DOCUMENTARIES
5. ΝΤΟΚ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΝΤΟΚΙΜΑΝΤΕΡ ΣΕΝΤΕΡ - ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	DOC DOCUMENTARY CENTER Ε.Π.Ε
6. ΝΤΟΚΙΟΥΛΑΝΤ ΕΠΕ ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ	DOCULAND ΕΠΕ
7. ΝΤΟΚΙΟΥΣΙΣ (DOCUSYS) ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΕΩΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΕΞΑΡΤΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΕΘΟΔΩΝ	DOCUSYS
8. ΧΡΗΣΤΟΣ ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	DOCUMENTS PARCELS EXPRESS/D.P.E

<http://www.et.gr>

ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ
ΕΦΗΜΕΡΙΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

Καποδιστρίου 34, 10432 Αθήνα,
τηλ : 210-5279000 fax :210-5221004,
e-mail : webmaster@et.gr

Αρχική Σελίδα | Πληροφορίες | Ευρετήρια | Αναζητήσεις | Συνδρομητές | Παραγγελίες | Νέα | Βοήθεια

Ανακοίνωση

Σας ενημερώνουμε ότι τα ΤΕΥΧΗ ΑΣΕΠ με Αρ.Φύλλου 536/29.12.2004 και 537/29.12.2004, συνοδεύονται από τον Αρ.φύλλου 544/31.12.2004 που περιέχει διορθώσεις σφαλμάτων.

Περισσότερα ...

Ηλεκτρονικές Διευθύνσεις: Για γενικές πληροφορίες ή αποστολή εγγράφων : webmaster@et.gr Για πληροφορίες σχετικά με την ιστοσελίδα: helpdesk@et.gr

©2004 Δνση Πληροφορικής Εθνικού Τυπογραφείου

2.3.5 Συμπεράσματα από την Ελληνική Πραγματικότητα

Παρότι στον τομέα της φορολογίας έχουν γίνει σημαντικά βήματα τα τελευταία χρόνια, με τις υπηρεσίες που διατίθενται από το TAXISNET (<http://www.taxisnet.gr>) και την Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων του Υπουργείου Οικονομίας (<http://www.gsis.gr>), διαπιστώνονται μεγάλα κενά σε ότι αφορά τη διαχείριση των φακέλων μίας επιχείρησης και τη διαχείριση ασφαλιστικών - εργοδοτικών θεμάτων .

Δεν είναι τυχαίο ότι στην ανακατανομή των κονδυλίων του Μέτρου 2.2 (Ηλεκτρονική Κυβέρνηση για την εξυπηρέτηση του Πολίτη) του Επιχειρησιακού Προγράμματος ΚΤΠ (Κοινωνία της Πληροφορίας), που αποφασίστηκε πρόσφατα, απόλυτη προτεραιότητα δίνεται στην ανάπτυξη πληροφοριακών συστημάτων για τα εξής θέματα:

§ Δημιουργία και διαχείριση Ασφαλιστικού Φακέλου

§ Διασύνδεση των φορέων της Κοινωνικής Ασφάλισης

§ Αναβάθμιση των υπηρεσιών του ΟΑΕΔ

§ Ολοκλήρωση του Εθνικού Μητρώου Ασφαλισμένων, Εργοδοτών και Συνταξιούχων εργαζομένων (ΕΜΑΕΣ).

§ Είναι φανερό ότι με την ηλεκτρονικοποίηση των υπηρεσιών αυτών, οι επιχειρήσεις θα ωφεληθούν προς δύο κατευθύνσεις:

§ Θα μπορούν να διεκπεραιώνουν ταχύτερα και με πολύ μεγαλύτερο έλεγχο των στοιχείων που καταθέτουν, όλες τις συναλλαγές τους με τα ασφαλιστικά ταμεία (ΙΚΑ, κλπ) και το Υπουργείο Εργασίας (Επιθεώρηση Εργασίας, ΟΑΕΔ, κλπ).

§ Θα αποφορτιστούν από δόσοληψίες που αφορούν τους υπαλλήλους τους (ή πρώην υπαλλήλους τους), αφού με την πλήρη μηχανογράφηση των σχετικών υπηρεσιών, οι πολίτες θα μπορούν να λαβαίνουν οι ίδιοι στοιχεία που αφορούν την εργασία τους (ένσημα, ασφαλιστικές ενημερότητες, βεβαιώσεις εργασίας, κλπ) χωρίς τη μεσολάβηση των επιχειρήσεων όπου εργάζονται (ή εργάστηκαν στο παρελθόν).

«Αδράνεια» των επιχειρήσεων & καθυστέρηση των φορέων

Διαπιστώνεται σημαντική αδράνεια σε μεγάλο τμήμα επιχειρήσεων, να χρησιμοποιήσουν πολλές υπηρεσίες που διατίθενται και ηλεκτρονικά, με πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα:

§ Ηλεκτρονική υποβολή Αναλυτικής Περιοδικής Δήλωσης (ΑΠΔ) στο ΙΚΑ (υποβάλλονται ηλεκτρονικά 1.422.800 εγγραφές, σε σύνολο 2.420.000 ενεργών ασφαλισμένων).

§ Λήψη ασφαλιστικής ενημερότητας

§ Λήψη φορολογικής ενημερότητας

Βέβαια, τα επιχειρήματα που προβάλλουν οι επιχειρήσεις για την «αδράνειά» τους αυτή είναι αρκετά πειστικά, με πιο σημαντικά τα εξής :

§ Οι τροποποιήσεις των ΑΠΔ δεν μπορούν να υποβληθούν ηλεκτρονικά.

§ Πολλές φορές, οι βάσεις δεδομένων των φορέων δεν είναι ενημερωμένες με τα πιο πρόσφατα στοιχεία, οπότε δεν μπορούν να εκδώσουν Φορολογικές και Ασφαλιστικές Ενημερότητες, παρότι μία επιχείρηση είναι φορολογικά και ασφαλιστικά ενήμερη.

Επιπλέον, η ύπαρξη πληθώρας υπηρεσιών από τους συγκεκριμένους φορείς (ΙΚΑ, ΔΟΥ) που δεν έχουν ακόμη ηλεκτρονικοποιηθεί, έχει την εξής παρενέργεια:

Δεδομένου ότι η επιχείρηση είναι αναγκασμένη να έχει άτομα (couriers) που να διεκπεραιώνουν πληθώρα μη ηλεκτρονικοποιημένων δοσοληψιών με το ΙΚΑ ή τις ΔΟΥ, θεωρεί περιττή πολυτέλεια τη διάσπαση των δοσοληψιών σε δύο είδη:

§ Αυτές που ολοκληρώνει ηλεκτρονικά ο αρμόδιος υπάλληλος (λογιστής, υπεύθυνος προσωπικού).

§ Αυτές που προετοιμάζει ο υπάλληλος και τις δίνει στον «courier» για διεκπεραίωση.

Έτσι, ο αρμόδιος υπάλληλος προετοιμάζει τα πάντα όπως στο παρελθόν (πριν δοθούν προς χρήση οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες) και στέλνει τον «courier» για συνολική διεκπεραίωση. Κατά συνέπεια, όσο ακόμα μεγάλο πλήθος σημαντικών υπηρεσιών ενός φορέα δεν παρέχονται ηλεκτρονικά, οι επιχειρήσεις είναι δύσπιστες (αφού, μπορεί σε τελική ανάλυση να τους κοστίζει περισσότερο) να χρησιμοποιήσουν τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που παρέχει ο φορέας .

2.4 Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα

2.4.1 Εισαγωγή

Οι περισσότεροι αν όχι όλοι οι οργανισμοί είναι σήμερα δέσμιοι των πληροφοριακών συστημάτων καθώς η λειτουργία τους και η ύπαρξή τους είναι εξαρτημένη από το Πληροφοριακό Σύστημα που χρησιμοποιούν. Στις ΗΠΑ οι επενδύσεις σε Πληροφοριακή Τεχνολογία – Information Technology ξεπερνούν τα 1,8 τρις δολάρια και είναι γεγονός πως η βιομηχανία της Πληροφορικής είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη παγκοσμίως. Οι σημαντικότεροι παράγοντες που έκαναν επιτακτική τη χρήση πληροφοριακών συστημάτων είναι: η παγκοσμιοποίηση, η άνοδος της οικονομίας της πληροφορίας, ο μετασχηματισμός της επιχείρησης και η εμφάνιση της ψηφιακής επιχείρησης. Πλέον η οικονομία παύει να βασίζεται στην βιομηχανία και βασίζεται στη γνώση και στην πληροφορία. Στη νέα ψηφιακή επιχείρηση οι βασικές λειτουργίες αλλά και οι σχέσεις της γίνονται και ελέγχονται ψηφιακά. Στις ψηφιακές επιχειρήσεις οι τεχνολογίες πληροφορικής δεν είναι απλά βοηθητικές αλλά αποτελούν τη βάση για την λειτουργία αυτών των επιχειρήσεων .

2.4.2 Εφαρμογές των Πληροφοριακών Συστημάτων

Τα συστήματα πληροφοριών εξετάζουν την ανάπτυξη, τη χρήση και τη διαχείριση της υποδομής μίας οργάνωσης. Στη μεταβιομηχανική ηλικία των πληροφοριών, η εστίαση των επιχειρήσεων έχει μετατοπιστεί από το προϊόν στη γνώση. Οι ρυθμιστές της αγοράς σήμερα ανταγωνίζονται στη διαδικασία και την καινοτομία παρά στο προϊόν. Δηλαδή η έμφαση έχει μετατοπιστεί από την ποιότητα και την ποσότητα παραγωγής, στην ίδια τη διαδικασία της παραγωγής και στις υπηρεσίες που συνοδεύουν αυτή τη διαδικασία της παραγωγής .

Σήμερα λοιπόν το μεγαλύτερο ενεργητικό στοιχείο των επιχειρήσεων είναι οι πληροφορίες τους που αντιπροσωπεύονται από τους ανθρώπους, την εμπειρία, την τεχνογνωσία, τις καινοτομίες (διπλώματα ευρεσιτεχνίας, πνευματικά δικαιώματα, εμπορικά μυστικά). Ένας χειριστής της αγοράς πρέπει να είναι σε θέση να

ανταγωνιστεί και να έχει μία ισχυρή υποδομή πληροφοριών, στην καρδιά της οποίας, βρίσκεται η υποδομή της τεχνολογίας των πληροφοριών. Κατά συνέπεια, η μελέτη των συστημάτων πληροφοριών, εστιάζει στο γιατί και στον τρόπο με τον οποίο η τεχνολογία μπορεί να τεθεί στην καλύτερη χρήση για να εξυπηρετήσει τη ροή πληροφοριών μέσα σε μια οργάνωση .

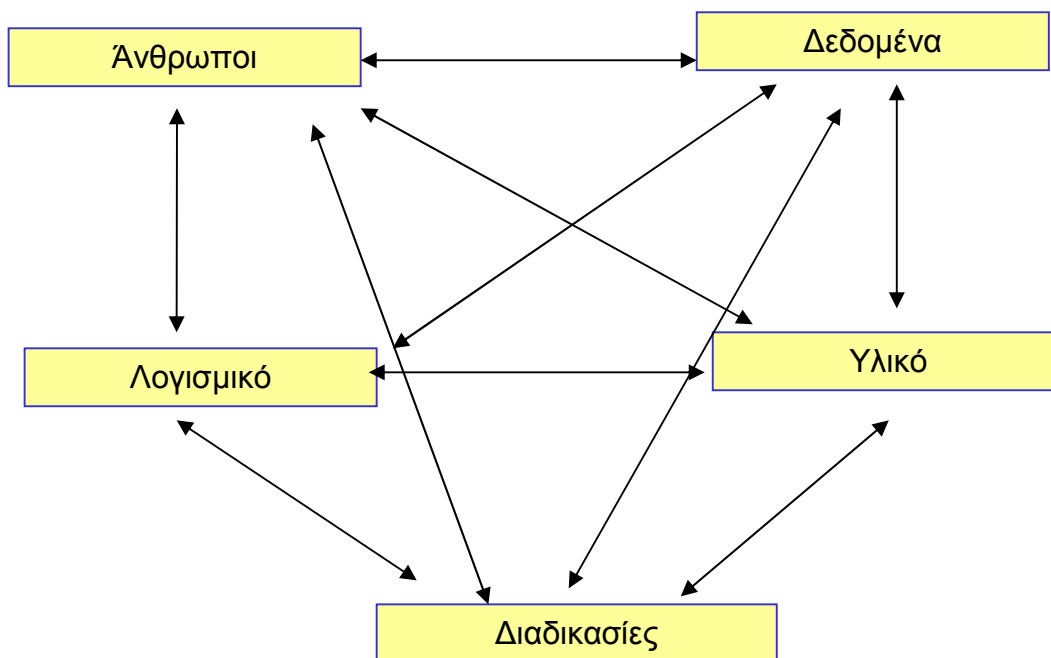
2.4.3 Ορισμός των Πληροφοριακών Συστημάτων

Στην ελληνική και ξένη βιβλιογραφία συναντά κανείς ένα πλήθος ορισμών που έχουν δοθεί για τα πληροφοριακά συστήματα. Ακολουθούν λοιπόν μερικοί από τους ορισμούς αυτούς:

- ▶ Πληροφοριακό σύστημα είναι ένα σύνολο διασυνδεδεμένων συνιστωσών οι οποίες συλλέγουν (collect, retrieve), επεξεργάζονται (process), αποθηκεύουν (store) και κατανέμουν (distribute) πληροφορίες (Information) για την υποστήριξη του ελέγχου και της λήψης αποφάσεων σε έναν Οργανισμό/Επιχείρηση (Ι. Βασιλείου)¹².
- ▶ Πληροφοριακό σύστημα είναι ένα σύστημα που παρέχει ιστορική, παρούσα και προβλεπόμενη πληροφόρηση για την επιχείρηση και το περιβάλλον της (Kroenke και Nolan).
- ▶ Πληροφοριακό σύστημα είναι ένα σύνολο οργανωμένων διαδικασιών που όταν εφαρμοστεί, παρέχει πληροφορίες για υποστήριξη της λήψης αποφάσεων και του ελέγχου του οργανισμού (Lucas).
- ▶ Πληροφοριακό σύστημα είναι ένα ολοκληρωμένο σύστημα ανθρώπου – μηχανής για την παροχή πληροφοριών που υποστηρίζει τις δραστηριότητες της διαχείρισης, ανάλυσης και λήψης των αποφάσεων σε έναν οργανισμό. Το σύστημα χρησιμοποιεί μηχανολογικό εξοπλισμό και λογικό, χειρογραφικές διαδικασίες, υποδείγματα για ανάλυση, προγραμματισμό, έλεγχο και λήψη αποφάσεων, καθώς επίσης και μία τράπεζα δεδομένων (Davis και Olson) .

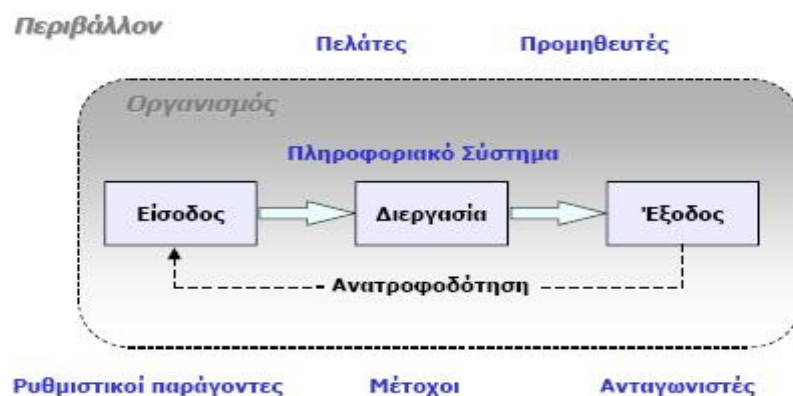
Από τους παραπάνω ορισμούς μπορεί να κατανοήσει κανείς πως εν ολίγης το πληροφοριακό σύστημα είναι ένα επιχειρησιακό σύστημα το οποίο επεξεργάζεται δεδομένα από το περιβάλλον της επιχείρησης και έπειτα δίνει τις απαραίτητες για τη

λήψη αποφάσεων πληροφορίες στη διοίκηση του οργανισμού. Πρέπει να δοθεί προσοχή στη συχνά λάθος χρήση του όρου πληροφοριακό σύστημα καθώς υπάρχει μία συχνή σύγχυσή του με τα βασισμένα σε υπολογιστή συστήματα πληροφοριών. Για να καταφέρει να γίνει η διάκριση των δύο αυτών όρων πρέπει να επισημάνουμε ότι τα βασισμένα σε υπολογιστή συστήματα πληροφοριών είναι ο τομέας της μελέτης των τεχνολογιών των πληροφοριών (IT) .



Εικόνα 1: Βασικά στοιχεία πληροφοριακών συστημάτων

Περιγραφή Εικόνας 1: Τα βασικά στοιχεία των πληροφοριακών συστημάτων είναι: Το υλικό (hardware), το λογισμικό (software), το δίκτυο (network), η βάση δεδομένων (database), οι διαδικασίες (procedures) και οι άνθρωποι (people) .



Εικόνα 2: Λειτουργία Πληροφοριακού Συστήματος

2.5 Τύποι Συστημάτων Πληροφοριών

Η ταξινόμηση των πληροφοριακών συστημάτων γίνεται στις ακόλουθες κατηγορίες:

• Συστήματα Πληροφοριών Διοίκησης (MIS)

Ένα πληροφοριακό σύστημα διοίκησης είναι ένα ολοκληρωμένο σύστημα χρήστη – μηχανής με σκοπό την υποστήριξη των διοικητικών και λειτουργικών δραστηριοτήτων και των διαδικασιών λήψης αποφάσεων σε έναν οργανισμό. Επεξεργάζεται πληροφορίες και δεδομένα με αυτοματοποιημένο ή μη τρόπο και παρέχει πληροφορίες στα στελέχη του οργανισμού για τη λήψη δομημένων κυρίως αποφάσεων. Τα συστήματα διοίκησης είναι επιχειρησιακά εργαλεία και αφορούν το management level (επίπεδο διοίκησης) του οργανισμού. Στόχος τους είναι η διατήρηση αρχείων και η επεξεργασία μεγάλου όγκου δεδομένων και η παραγωγή περιληπτικών αναφορών (summary reports). Χρήστες αυτών των πληροφοριακών συστημάτων είναι τα μεσαία στελέχη, τα MIS λοιπόν αφορούν το διοικητικό επίπεδο του οργανισμού .

• Συστήματα Επεξεργασίας Συναλλαγών (TPS)

Είναι πληροφοριακά συστήματα που εξυπηρετούν τις συναλλαγές της επιχείρησης. Κύριο χαρακτηριστικό αυτών των συστημάτων είναι ότι έχουν τη δυνατότητα να

αντιμετωπίζουν δομημένες και επαναλαμβανόμενες διαδικασίες. Τα συστήματα επεξεργασίας συναλλαγών εκτός από τη συλλογή και την επεξεργασία των δεδομένων ενημερώνουν αυτόματα και τα αρχεία που διατηρούν τα αντίστοιχα κάθε φορά δεδομένα και παράγουν εκτός των άλλων και τα αντίστοιχα έγγραφα της συναλλαγής. Τα TPS εξυπηρετούν το λειτουργικό επίπεδο του οργανισμού .

• **Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων (DSS)**

Παρέχουν υποστήριξη περισσότερο στοχευμένη και εστιασμένη σε μία απόφαση από ότι ένα MIS. Είναι αυτά που βοηθούν τα διευθυντικά στελέχη της επιχείρησης στην επίλυση κυρίως των ημιδομημένων προβλημάτων. Ημιδομημένα προβλήματα είναι εκείνα των οποίων ένα μέρος μπορεί να προγραμματισθεί/ δομηθεί και να λυθεί από τον ηλεκτρονικό υπολογιστή και ένα άλλο μέρος το οποίο δε μπορεί να προγραμματισθεί και για το οποίο απαιτείται η ανθρώπινη παρέμβαση έτσι ώστε να επιλυθεί. Δηλαδή απαιτείται αλληλεπιδραστική επεξεργασία και το αποτέλεσμα αυτών είναι ανάλυση αποφάσεων. Τα DSS αφορούν το διοικητικό επίπεδο του οργανισμού .

• **Συστήματα Υποστήριξης Υψηλόβαθμων Στελεχών (ESS)**

Τα συστήματα υποστήριξης υψηλόβαθμων στελεχών είναι ένα εργαλείο που επιτρέπει στις εταιρίες να μετατρέπουν τα δεδομένα τους σε χρήσιμες αναφορές. Οι αναφορές που προκύπτουν χρησιμοποιούνται από τα διευθυντικά στελέχη που με αυτό τον τρόπο έχουν γρήγορη πρόσβαση στις εκθέσεις που προέρχονται από όλα τα επίπεδα και τις υπηρεσίες της εταιρίας. Εκτός από τη γρήγορη πρόσβαση στα δεδομένα των διαφόρων υπηρεσιών κάποια ESS παρέχουν επίσης εργαλεία ανάλυσης με δυνατότητες πρόβλεψης μιας σειράς επιδόσεων αποτελεσμάτων χρόνου και αυτό το επιτυγχάνουν με τη χρήση των στοιχείων που προκύπτουν από τις εκθέσεις των υπηρεσιών. Τα εργαλεία καθώς και τα αποτελέσματα που θα εκτελεί το ESS εξαρτώνται από τον προγραμματιστή αλλά και από τον κλάδο για τον οποίο προορίζεται. Αρκετές εταιρίες προσφέρουν προσχεδιασμένα πακέτα ESS, ενώ άλλες προσφέρουν πακέτα που μπορούν να προσαρμοστούν στις ανάγκες της κάθε επιχείρησης.

• Συστήματα Γραφείου (Office Systems)

Τα συστήματα γραφείου είναι συστήματα υπολογιστών όπως επεξεργαστές κειμένου, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και συστήματα προγραμματισμού, τα οποία έχουν σκοπό την αύξηση της παραγωγικότητας των υπαλλήλων γραφείου.

• Συστήματα Γνώσης (Knowledge Work Systems, KWS)

Συστήματα πληροφοριών που βοηθάνε το εξειδικευμένο προσωπικό στη δημιουργία και την αφομοίωση νέας γνώσης στον οργανισμό.

2.6 Χαρακτηριστικά ενός Λογιστικού Πληροφοριακού Συστήματος

Τα χαρακτηριστικά ενός Λ.Π.Σ. είναι τα εξής:

- n Είναι ο συνεκτικός κρίκος των υποσυστημάτων ενός οργανισμού (απαίτηση για ευελιξία).
- n Λειτουργεί όπως το κυκλοφοριακό σύστημα σε ένα οργανισμό.
- n Στοχεύει στη βέλτιστη λειτουργία του όλου συστήματος.
- n Συνεισφέρει στη δημιουργία αλλαγών ώστε ο οργανισμός να προσαρμόζεται στο περιβάλλον του (απαίτηση για προσαρμοστικότητα).
- n Το Λ.Π.Σ. είναι ένα κοινωνικό-τεχνικό σύστημα.
- n Υποστηρίζει τις λειτουργίες ενός οργανισμού.
- n Πρέπει να συνεξετάζεται με τον οργανισμό.
- n Βασικές παράμετροι μελέτης οργανισμού: δομή, διαδικασίες, άνθρωποι, τεχνολογία.
- n Μέγεθος, οργάνωση, πόροι, ψυχολογία, βαθμός χρήσης νέων τεχνολογιών και εμπιστοσύνη στις νέες τεχνολογίες.
- n Υπάρχουν πληροφοριακά συστήματα που δεν εξυπηρετούν τον οργανισμό στον οποίο λειτουργούν ή ανεβάζουν το κόστος λειτουργίας του.

Οι **στόχοι** ενός Λογιστικού Πληροφοριακού Συστήματος είναι οι εξής:

- ✓ Συλλέγει και καταγράφει την χρηματοοικονομική επίδραση των συναλλαγών (λογιστικών γεγονότων) μίας οντότητας.
- ✓ Επεξεργάζεται - διαχειρίζεται οικονομικά στοιχεία (δεδομένα) με σκοπό τη δημιουργία πληροφοριών και τη μετάδοσή τους στους χρήστες.
- ✓ Ελέγχει τις διαδικασίες συλλογής – καταχώρησης – ασφαλής αποθήκευσης των δεδομένων.

2.7 Ασφάλεια Δεδομένων στα Λ.Π.Σ

Η **Ασφάλεια Δεδομένων** αναφέρεται σε μηχανισμούς οι οποίοι αποτρέπουν την μη εξουσιοδοτημένη πρόσβαση, αλλοίωση, και απώλεια κρίσιμων δεδομένων κατά την αποθήκευση και μεταφορά τους .

Όσον αφορά την ασφάλεια των υπολογιστών ένα πληροφοριακό σύστημα περιγράφεται από πέντε διαφορετικά αντικείμενα:

A. Δομή (Structure)

- i. Αποθήκες: στις αποθήκες φυλάσσονται τα δεδομένα είτε αυτά είναι μόνιμα είτε είναι προσωρινά, τέτοια παραδείγματα αποτελούν οι απομονωτές (buffers), οι σκληροί δίσκοι, η κρυφή μνήμη(cache memory).
- ii. Διεπαφές: ανταλλάσσουν τις πληροφορίες με το μη ψηφιακό κόσμο, τέτοια παραδείγματα είναι τα πληκτρολόγια, τα scanners, οι εκτυπωτές.

B. Κανάλια (Channels)

Είναι αυτά που συνδέουν τις αποθήκες, όπως τα buses, τα καλώδια και τις ασύρματες συνδέσεις. Ένα δίκτυο είναι το σύνολο λογικών και φυσικών καναλιών.

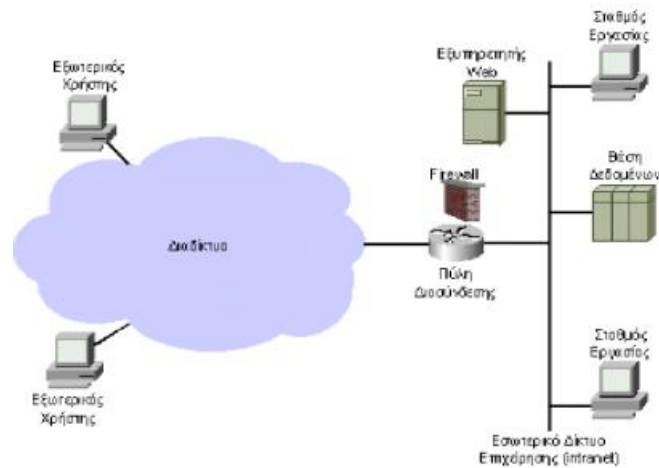
C. Συμπεριφορά (Behavior)

- i. Υπηρεσίες: παρέχουν αξία στους χρήστες ή στις άλλες υπηρεσίες με την ανταλλαγή μηνυμάτων.
- ii. Μηνύματα: μεταφέρουν μία έννοια σε χρήστες ή υπηρεσίες .

Στις τηλεπικοινωνίες, ένα πληροφοριακό σύστημα είναι οποιαδήποτε τηλεπικοινωνία ή εξοπλισμός σχετικός με τον υπολογιστή ή διασυνδεδεμένα συστήματα ή υποσυστήματα του εξοπλισμού που χρησιμοποιούνται στην απόκτηση, στην

αποθήκευση, στο χειρισμό, στη διοίκηση, στη μετακίνηση, στον έλεγχο, στην επίδειξη, στη μεταγωγή, στην ανταλλαγή, στη μεταβίβαση ή στην υποδοχή φωνής και στοιχείων, που περιλαμβάνει λογισμικό (software), firmware και υλικό (hardware)¹⁵.

Εικόνα 3: Ασφαλής Διασύνδεση Δικτύου Επιχείρησης με το Διαδίκτυο



Προκειμένου να υπάρχει *ασφάλεια στα Λ.Π.Σ* που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ακολουθήσουν τα παρακάτω βήματα:

- § Να ορίσουν τους κινδύνους ασφαλείας.
- § Να καθορίσουν το επίπεδο ευπάθειας για κάθε ταξινόμηση δεδομένων.
- § Να εφαρμοστούν **έλεγχοι λογικής πρόσβασης** όπου είναι απαραίτητο για να αποδειχθεί η γνησιότητα του χρήστη.

Τα *κύρια συστατικά συστήματος ελέγχου λογικής πρόσβασης* θα πρέπει να περιλαμβάνουν τα εξής:

1. Ο κωδικός πρόσβασης (συνθηματικό - password)
2. Ο περιορισμός της πρόσβασης σε αρχεία, συναλλαγές ή λειτουργίες
3. Αντιμετώπιση υποκλοπής μέσω κρυπτογράφησης
4. Αντιμετώπιση εξωτερικών επιθέσεων λογισμικού μέσω firewalls
5. Αντιμετώπιση των ιών μέσω κατάλληλων προγραμμάτων
6. Αντιμετώπιση των φυσικών καταστροφών μέσω αντιγράφων ασφαλείας

2.8 Παραδείγματα Πληροφοριακών Συστημάτων που χρησιμοποιούνται σε δημόσιους οργανισμούς σε Ελλάδα & Εξωτερικό

Στην Ελλάδα τα σημαντικότερα έργα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης είναι τα ακόλουθα:

Η δημιουργία των ΚΕΠ μέσω του προγράμματος Αριάδνη, οι προκηρύξεις των δυο μεγάλων έργων Σύζευξις που αφορούν τη μελέτη και τη δημιουργία του Εθνικού Δικτύου Δημόσιας Διοίκησης και έχουν ως σκοπό τη διαμόρφωση ενός ενιαίου τεχνικού και λειτουργικού περιβάλλοντος επικοινωνίας των δημοσίων υπηρεσιών, μεταξύ τους αλλά και με τους πολίτες και τις επιχειρήσεις, το Police Online, το TAXISnet, η δημιουργία του επιχειρησιακού προγράμματος Πολιτεία (αυτό είχε σχεδιαστεί για να καλύψει τις ανάγκες που δεν είχαν επιλεγεί από την ΚτΠ, η προσπάθεια αυτή για τη δημιουργία της νέας δομής της δημόσιας διοίκησης δεν ολοκληρώθηκε μέσω σχετικού νομοσχεδίου), το πρόγραμμα ΚΛΕΙΣΘΕΝΗΣ που περιλάμβανε έργα που αφορούν το διοικητικό εκσυγχρονισμό της Δημόσιας Διοίκησης, την ανάπτυξη ολοκληρωμένων πληροφοριακών συστημάτων και την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, η δημιουργία του πλαισίου διαλειτουργικότητας πληροφοριακών συστημάτων του δημόσιου τομέα, τα "crash" προγράμματα επιτάχυνσης στα οποία συμμετείχαν οι γενικές γραμματείες των υπουργείων και στελέχη των περιφερειών .

Ακολουθούν δυο παραδείγματα πληροφοριακών συστημάτων που χρησιμοποιούνται σε δυο ελληνικούς Δημόσιους Οργανισμούς.

1ο Παράδειγμα: Το πρόγραμμα ΑΡΙΑΔΝΗ

Το πρόγραμμα ΑΡΙΑΔΝΗ είχε ως στόχο τη βελτίωση της εξυπηρέτησης των πολιτών από τις Δημόσιες Υπηρεσίες της χώρας δίνοντας έμφαση στη συνεργασία της Δημόσιας Διοίκησης και της Τοπικής Αυτοδιοίκησης καθώς υλοποιείται μέσω κεντρικών και αποκεντρωμένων δράσεων. Το πρόγραμμα ΑΡΙΑΔΝΗ αποτελεί ένα συνεκτικό σύνολο παρεμβάσεων παραδείγματα των οποίων αποτελούν η ηλεκτρονική διάθεση του Οδηγού του πολίτη, το κέντρο κλήσης 1564, το πρόγραμμα αστερίας, η δημιουργία one-stop shops, η ψηφιοποίηση εντύπων, η απλοποίηση διοικητικών διαδικασιών κ.α. Στόχος αυτού του έργου είναι ο κάθε πολίτης και κυρίως εκείνος που βρίσκεται μακριά από τα διοικητικά κέντρα, να έχει έγκυρη και έγκαιρη πληροφόρηση σχετικά με τις ισχύουσες διαδικασίες για την παροχή συγκεκριμένων υπηρεσιών καθώς επίσης και να έχει τη δυνατότητα λήψης του μεγαλύτερου μέρους αυτών των υπηρεσιών .

Ένας δεύτερος στόχος είναι η διευκόλυνση του πολίτη όσον αφορά τις συναλλαγές του με τις Δημόσιες Υπηρεσίες πράγμα που σημαίνει ελάχιστες μετακινήσεις και αξιοποίηση των δυνατοτήτων των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνίας. Οι πολίτες που δεν έχουν την απαραίτητη εξοικείωση με την τεχνολογία έχουν τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν τις διάφορες υπηρεσίες είτε μέσω τηλεφώνου είτε με την προσωπική επαφή. Βασική λειτουργία του προγράμματος ΑΡΙΑΔΝΗ είναι η οργάνωση, ανανέωση και ο εμπλουτισμός της υπάρχουσας δημόσιας πληροφορίας σε ψηφιακή μορφή, ώστε να επιτρέπεται η περαιτέρω ταξινόμησή της σε δικτυωμένες και υποστηριζόμενες βάσεις δεδομένων, που θα είναι προσπελάσιμες μέσω Διαδικτύου. Οι διοικητικές πληροφορίες και τα δεδομένα είναι προσπελάσιμα από τον πολίτη είτε μέσω τηλεφώνου, είτε μέσω διαδικτύου, είτε μέσω του Κέντρου Εξυπηρέτησης Πολιτών. Έτσι λοιπόν οι πολίτες με τη χρήση των νέων τεχνολογιών μπορούν να λαμβάνουν από τα ΚΕΠ διοικητικές πληροφορίες αλλά και δεδομένα με τέσσερις μορφές είτε ως υπηρεσίες πληροφόρησης, είτε ως υπηρεσίες επικοινωνιών και αλληλεπίδρασης, είτε ως υπηρεσίες συναλλαγής, είτε ως συνδυαζόμενες υπηρεσίες.

Το πρόγραμμα ΑΡΙΑΔΝΗ εντάχθηκε και υλοποιήθηκε μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος "Κοινωνία της Πληροφορίας", στο πλαίσιο του Γ'ΚΠΣ 2000-2006. Το

πρόγραμμα αυτό υλοποιήθηκε με τη συνδρομή της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με τη συγχρηματοδότηση κατά 80% από το Ευρωπαϊκό ταμείο περιφερειακής ανάπτυξης και κατά 20% με εθνική συμμετοχή. Συνέχεια του έργου ΑΡΙΑΔΝΗ αποτελεί το έργο ΑΡΙΑΔΝΗ II .

2ο Παράδειγμα: Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα Φορολογίας (TAXIS)

Το νέο TAXISnet προσφέρει ένα πλήθος επιπλέον υπηρεσιών εκτός της ηλεκτρονικής υποβολής δήλωσης, όπως την ηλεκτρονική λήψη του Εκκαθαριστικού σημειώματος, την ηλεκτρονική υποβολή της φορολογικής δήλωσης και του εντύπου "Ε1" επιλέγοντας τις on line υπηρεσίες. Επίσης μετά την ηλεκτρονική υποβολή του εντύπου "Ε1" μπορούν να υποβληθούν ηλεκτρονικά τα έντυπα "Ε2","Ε3","Ε9". Ηλεκτρονικά μπορούν να υποβληθούν και η περιοδική δήλωση ΦΠΑ με την on line επιλογή "ΦΠΑ - VIES", καθώς και η Συγκεντρωτική Κατάσταση Τιμολογίων Πελατών – Προμηθευτών πατώντας "ΚΒΣ". Επιπρόσθετες υπηρεσίες που παρέχει το νέο TAXISnet είναι η έκδοση φορολογικής ενημερότητας, η φορολογική ενημερότητα για κάθε νόμιμη χρήση μέσα από την υπηρεσία "Έκδοση Πιστοποιητικών", η λήψη έγκυρης φορολογικής ενημερότητας με fax από οποιοδήποτε Κέντρο Εξυπηρέτησης Πολιτών κάνοντας χρήση της ηλεκτρονικής υπηρεσίας TAXISphone. Επίσης χρησιμοποιώντας και πάλι την υπηρεσία TAXISphone ο κάθε πολίτης μπορεί να εξυπηρετηθεί από διάφορους πιστοποιημένους φορείς με τους οποίους συναλλάσσεται και οι οποίοι μπορούν να λαμβάνουν Φορολογική ενημερότητα για λογαριασμό του κάθε πολίτη. Τέτοια παραδείγματα αποτελούν οι τράπεζες, οι υπηρεσίες του Δημοσίου Τομέα και του Ευρύτερου Δημοσίου Τομέα, οι οργανισμοί Κοινής Ωφέλειας και οι ΟΤΑ.

Εκτός από τις υπηρεσίες του νέου TAXISnet αναβαθμίσθηκε και ο εξοπλισμός του καθώς αποκτήθηκαν 8.500 νέοι σταθμοί εργασίας και 1.500 νέοι εκτυπωτές Laser. Το νέο TAXISnet εντάχθηκε στο νέο δίκτυο «ΣΥΖΕΥΞΙΣ», εκσυγχρονίσθηκε το κεντρικό σύστημα καθώς αποκτήθηκαν νέοι ισχυροί Servers με 100πλάσια ισχύς και δυνατότητες και δημιουργήθηκε κέντρο δεδομένων. Επίσης πλέον μπορεί ο πολίτης να έχει την ενημέρωση εκκαθάρισης της φορολογικής του δήλωσης στο κινητό του τηλέφωνο, αυτή η υπηρεσία αποκαλείται MTAXIS. Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία που προκύπτουν από το υπουργείο οικονομικών και τη γενική γραμματεία

πληροφοριακών συστημάτων ως τον Αύγουστο του 2006 130.000 συνδρομητές έκαναν χρήση του MTAXIS και αποτελεί την 1η υπηρεσία δημόσιας διοίκησης από κινητό τηλέφωνο (m-government). Ολοκληρώνοντας λοιπόν το παράδειγμα του TAXISnet ως ένα πληροφοριακό σύστημα Δημόσιας Διοίκησης μερικές ακόμη υπηρεσίες που προσφέρει είναι η λήψη έγκυρου εκκαθαριστικού σημειώματος με fax από οποιοδήποτε Κέντρο Εξυπηρέτησης Πολιτών ή μέσω της ηλεκτρονικής υπηρεσίας TAXISphone, η αλλαγή ή ενημέρωση για τα στοιχεία του Ι.Χ αυτοκινήτου ή δικύκλου και ο υπολογισμός της αντικειμενικής αξίας ενός κτιρίου .

Ο κύριος στόχος του Πληροφοριακού Συστήματος TAXISnet είναι: η πληροφόρηση & επικοινωνία με πολίτες και επιχειρήσεις, η έκδοση πιστοποιητικών, η Υποβολή παραστατικών & δηλώσεων και τέλος η καταβολή & επιστροφή φόρου. Τα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας TAXISnet είναι τα εξής :

- Ø Μας παρέχει 24ωρη αδιάλειπτη λειτουργία μέσω του Internet.
- Ø Μπορούμε να το χρησιμοποιούμε 7 ημέρες / εβδομάδα.
- Ø Για την εισαγωγή στο Πληροφοριακό Σύστημα πρέπει να εισάγουμε τους σωστούς κωδικούς πρόσβασης.
- Ø Χρησιμοποιούνται ειδικά πρωτόκολλα ασφαλούς επικοινωνίας.
- Ø Επίσης, χρησιμοποιούνται διαπιστευτήρια υπηρεσίας.
- Ø Χρησιμοποιεί κρυπτογραφημένη μετάδοση.
- Ø Για την εγγραφή και χρήση του Πληροφοριακού Συστήματος δεν επιβαρυνόμαστε με κανένα κόστος .

2.9 Εφαρμογές για Λογιστικά και Φοροτεχνικά γραφεία

Εκτός από τα προγράμματα Μηχανογραφημένης Λογιστικής και Εμπορικής Διαχείρισης, που εξετάσαμε παραπάνω και μπορούν να χρησιμοποιηθούν από οποιαδήποτε ΜΜΕ, υπάρχουν και προγράμματα που απευθύνονται αποκλειστικά σε Λογιστικά και Φοροτεχνικά γραφεία. Τα τελευταία χρόνια μάλιστα, τα συγκεκριμένα πακέτα συγκεντρώνουν το έντονο ενδιαφέρον των επαγγελματιών του κλάδου, που

αναγνωρίζουν σε αυτά έναν πολύτιμο σύμμαχο στην προσπάθεια κάλυψης των αναγκών του λογιστικού γραφείου και των πελατών του. Τα προγράμματα αυτά διαχειρίζονται όλες τις λογιστικές και φορολογικές υποχρεώσεις μιας επιχείρησης, δηλαδή τα Βιβλία Α', Β' και Γ' κατηγορίας, τα πάγια, τα αξιόγραφα, τις καταστάσεις ΚΕΠΥΟ, τις δηλώσεις ΦΠΑ και επιπλέον διαχειρίζονται τις δηλώσεις εισοδήματος και τη μισθοδοσία. Ταυτόχρονα, έχουν τη δυνατότητα να συνδέονται αυτόματα με τους δικτυακούς τόπους του υπουργείου Οικονομικών, για υποβολή δηλώσεων εισοδήματος, ΦΠΑ κ.λπ., αλλά και με εφαρμογές εμπορικού χαρακτήρα για ανταλλαγή και διασταύρωση δεδομένων .

Η αξία των συγκεκριμένων προγραμμάτων έγκειται στο ότι επιτρέπουν σε ένα μικρό λογιστικό γραφείο, που στελεχώνεται λ.χ. από δύο εργαζόμενους, να αναλαμβάνει και να διεκπεραιώνει σε σύντομο χρονικό διάστημα πλήθος εργασιών από τη συμπλήρωση των φορολογικών δηλώσεων μέχρι την έκδοση της μισθοδοσίας μιας επιχείρησης.

Το κόστος αγοράς για τη βασική έκδοση κάποιου πακέτου κυμαίνεται στα 400 - 700 ευρώ, ενώ για ένα πλήρες πακέτο που θα περιλαμβάνει και την εφαρμογή της Μισθοδοσίας, το κόστος ξεκινά από τα 1.000 ευρώ και φθάνει μέχρι και τα 1.700. Το ετήσιο κόστος συντήρησης και αναβάθμισης είναι μεταξύ 100 και 300 ευρώ, ανάλογα με τα χαρακτηριστικά της έκδοσης (βασική ή ενισχυμένη).

Με τη βοήθεια των ειδικών πακέτων λογισμικού για την οργάνωση του λογιστηρίου, η επιχείρηση θα είναι έτοιμη να ανταπεξέλθει στις αυξημένες ανάγκες λειτουργίας και απόδοσης ενός σύγχρονου λογιστηρίου. Τα προγράμματα Μηχανογραφημένης Λογιστικής και Εμπορικής Διαχείρισης λύνουν τα χέρια των ΜΜΕ και βοηθούν τη διοίκηση να δει με ξεκάθαρο μάτι ένα σωρό ζητήματα που επηρεάζουν καταλυτικά τη λειτουργία και τα οικονομικά αποτελέσματα της επιχείρησης.

2.10 Κόστος εφαρμογής και σημεία-κλειδιά

Το κόστος αγοράς ενός προγράμματος λογιστικής διαχείρισης που καλύπτει τις βασικές ανάγκες μιας επιχείρησης η οποία υποχρεούται να τηρεί βιβλία Γ' κατηγορίας κυμαίνεται στα 1.000 - 2.500 ευρώ, ενώ το κόστος ετήσιας υποστήριξης, συντήρησης και αναβάθμισης του προγράμματος είναι μεταξύ 300 και 600 ευρώ. Με την προσθήκη εφαρμογών Εμπορικής Διαχείρισης και άλλων λύσεων που καλύπτουν το σύνολο (και πλέον) της εμπορικής, λογιστικής και φορολογικής λειτουργίας της επιχείρησης, το κόστος αυξάνεται σημαντικά και μπορεί να φθάσει ακόμη και τα 5.000 ευρώ. Σε μια τέτοια περίπτωση, το κόστος της ετήσιας συντήρησης και αναβάθμισης του πακέτου μπορεί και να ξεπεράσει τα 1.000 ευρώ. Οι παραπάνω τιμές προέρχονται, οι μεν χαμηλότερες από εγχώριες εταιρίες πληροφορικής μικρού ή μεσαίου μεγέθους, οι δε υψηλότερες από ελληνικούς ομίλους πληροφορικής (όπως η Altec και η Delta Singular), που δραστηριοποιούνται στη συγκεκριμένη αγορά λογισμικού εδώ και πολλά χρόνια και κατέχουν σημαντικό μερίδιο στις πωλήσεις πακέτων μηχανογραφημένης λογιστικής. Το κόστος, όμως, δεν αποτελεί και δεν πρέπει να αποτελεί το μοναδικό κριτήριο επιλογής. Υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που πρέπει να συνυπολογίσει η επιχείρηση προτού προβεί στην αγορά κάποιου προγράμματος. Αν και η τελική απόφαση είναι ασφαλώς δική της. Παρακάτω αναφέρονται κάποιοι από τους παράγοντες:

§ Θα πρέπει η επιχείρηση να προτιμήσει πακέτα λογισμικού που μπορούν να ενημερώνονται μέσω Internet για νέες εκδόσεις (λ.χ. νέες φοροτεχνικές διατάξεις) και διορθώσεις σφαλμάτων, να υποστηρίζονται από τον προμηθευτή σε περιπτώσεις δυσλειτουργιών ή βλαβών και να συνδέονται αυτόματα, χωρίς επιπλέον ενέργειες, με τις [υπηρεσίες του TaxisNet](#). Το ζήτημα των υπηρεσιών που παρέχονται μέσω Διαδικτύου ([Web Services](#)) και της online υποστήριξης είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς είναι πολύ διαφορετικό το να μπορεί η κάθε επιχείρηση να λαμβάνει υποστήριξη οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας από το Internet και τον κόμβο του προμηθευτή, από το να περιμένει τον τεχνικό του τμήματος τεχνικής υποστήριξης να έλθει ο ίδιος για να διορθώσει τη βλάβη.

§ Επίσης, θα πρέπει να ζητήσει πληροφορίες για το πόσο συχνά κυκλοφορεί ανανεωμένη έκδοση του προγράμματος καθώς και για το κόστος με το οποίο θα

επιβαρυνθεί σε περίπτωση που θελήσει να την αποκτήσει. Οι καινούριες εκδόσεις δεν είναι πολυτέλεια αλλά αναγκαιότητα, κάθε φορά που τα λογιστικά ή τα φορολογικά πρότυπα αλλάζουν.

§ Θα πρέπει να ζητήσει κάποιο δοκιμαστικό πρόγραμμα (demo) για να ελέγξει στην πράξη τις δυνατότητές του αλλά και την ευκολία στη χρήση, τη φιλικότητα του περιβάλλοντος εργασίας κ.λπ. Οι εφαρμογές μηχανογραφημένης λογιστικής μπορεί να μοιάζουν μεταξύ τους, εντούτοις δεν είναι όλες ίδιες. Κάποια μπορεί να της φανεί πιο εύχρηστη από κάποια άλλη.

§ Ακόμη, θα πρέπει να εξετάσει με προσοχή τις δυνατότητες παραμετροποίησης που προσφέρει το πρόγραμμα και κατά πόσο αυτές ανταποκρίνονται στις δικές της ανάγκες.

§ Θα πρέπει να επιλέξει προγράμματα που μπορούν να συνδεθούν και να εναρμονιστούν με άλλα, όπως για παράδειγμα με λογισμικά πακέτα πωλήσεων μέσω του Internet.

2.11 Παρουσίαση Πληροφοριακών Συστημάτων Τράπεζες και Πληροφορική

Όπως είναι γνωστό, το ενδιαφέρον των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στη χώρα μας για λογισμικά Διαχείρισης Επιχειρηματικών Πόρων (ERP) έχει τα τελευταία χρόνια απογειωθεί, ενώ ταυτόχρονα και πολλές άλλες λιγότερο ή περισσότερο «καινοτόμες» εφαρμογές όπως: Customer Relationship Management (CRM), Knowledge Management, e-commerce, ni-business, Warehouse Management Systems (WMS), Project Management tools απασχολούν όλο και περισσότερο την επιχειρηματική στρατηγική μιας σύγχρονης εταιρείας. Μέσα σε αυτήν την κοσμογονία σύγχρονων λύσεων αλλά και του ανάλογου marketing που τις συνοδεύει, η διοίκηση και τα στελέχη μιας εταιρείας καλούνται να κάνουν συγκεκριμένες επιλογές και να χαράξουν μια πορεία που θα εξυπηρετήσει τους στόχους της εταιρείας, είτε αυτοί αφορούν την εσωτερική της οργάνωση και απόδοση είτε το εξωτερικό περιβάλλον (αγορά, ανταγωνισμό), με την καλύτερη δυνατή σχέση επένδυσης - οφέλους και με τις λιγότερες δυνατές περιπτώσεις .

Είναι φυσικό στην αρχή μιας τέτοιας διαδικασίας λήψης αποφάσεων να τίθενται πολλά δύσκολα ερωτήματα. Στην ουσία η επένδυση σε ERP είναι επένδυση σε υπηρεσίες οργάνωσης και στο χώρο αυτό είναι δύσκολο να διακρίνει κανείς, πόσο μάλλον να αξιολογήσει, τις προσφερόμενες καλές λύσεις.

Τα προγράμματα [ERP](#) (Enterprise Resource Planning) αποτελούν ολοκληρωμένα πακέτα λογισμικού που αναλαμβάνουν να ενσωματώσουν όλες ή ορισμένες από τις εσωτερικές διαδικασίες μιας επιχείρησης σε μία ενιαία διαχειριστική πλατφόρμα. Στα ελληνικά αποδίδονται ως Συστήματα Πληροφοριακών Πόρων ή Ενδοεπιχειρησιακής Οργάνωσης. Η διείσδυσή τους στις μεσαίες και μεγάλες ελληνικές επιχειρήσεις είναι εξαιρετικά ικανοποιητική. Εκεί που παρατηρείται σημαντική υστέρηση είναι στις ελληνικές ΜΜΕ και ιδίως σε εκείνες των οποίων ο ετήσιος τζίρος κυμαίνεται μεταξύ 1 και 5 εκατομμυρίων ευρώ. Μία από τις βασικές αιτίες αυτής της υστέρησης είναι το υψηλό κόστος των συστημάτων ERP. Αυτό αποτρέπει πολλές ΜΜΕ να υιοθετήσουν κάποια σχετική λύση και παρά τις σημαντικές προοπτικές που υπάρχουν, δύσκολα οι εγχώριοι επιχειρηματίες πείθονται να αναλάβουν το ρίσκο .

2.12 Ορισμός του ERP

Το ERP σημαίνει [Enterprise Resource Planning](#): είναι ένας τρόπος να ενσωματωθούν τα στοιχεία και οι διαδικασίες ενός οργανισμού σε ένα ενιαίο σύστημα. Συνήθως τα συστήματα ERP έχουν πολλές συνιστώσες συμπεριλαμβανομένου υλικού και λογισμικού για να επιτευχθεί ενσωμάτωση. Τα περισσότερα συστήματα ERP χρησιμοποιούν μια ενοποιημένη βάση δεδομένων για την αποθήκευση δεδομένων για διάφορες λειτουργίες που βρέθηκαν σε όλη την οργάνωση .

Κατά το παρελθόν, ERP συστήματα χρησιμοποιούνται σε μεγαλύτερα και περισσότερα βιομηχανικά είδη εταιρειών. Ωστόσο, η χρήση των ERP έχει αλλάξει και είναι εξαιρετικά περιεκτική, σήμερα ο όρος μπορεί να αναφέρεται σε κάθε τύπο επιχείρησης, ανεξαρτήτως κλάδου. Στην πραγματικότητα, ERP συστήματα χρησιμοποιούνται σε κάθε είδος οργανισμού - μεγάλοι ή μικροί .

Το ERP είναι ένα πληροφοριακό σύστημα που αφορά τις διαδικασίες ολόκληρης της επιχείρησης, σέρνοντας όλες αυτές τις διαδικασίες να συναντήσουν τους επιχειρηματικούς στόχους και ενοποιώντας, ολοκληρώνοντας διαλειτουργικά (CROSS-FUNCTIONAL INTEGRATION) όλα τα τμήματα της επιχείρησης. Μέσω της διαλειτουργικής ολοκλήρωσης επιτυγχάνεται η ταχύτατη, ακριβής και έγκαιρη μετάδοση της πληροφορίας στο εσωτερικό της επιχείρησης. Αυτή η πληροφορία μπορεί να αφορά σε κόστος, έσοδα , κέρδη , υλικά κλπ .

Προκειμένου για ένα λογισμικό σύστημα ERP που πρέπει να ληφθεί υπόψη θα πρέπει να παράσχει μια οργάνωση με λειτουργικότητα για δύο ή περισσότερα συστήματα. Αν και υπάρχουν μερικά πακέτα ERP που να καλύπτουν μόνο τις δύο λειτουργίες για έναν οργανισμό (QuickBooks: Λογιστική & Μισθοδοσία), τα περισσότερα συστήματα ERP καλύπτουν διάφορες λειτουργίες .

Τα σημερινά συστήματα ERP μπορούν να καλύψουν ένα ευρύ φάσμα λειτουργιών και την ενσωμάτωσή τους σε μια ενιαία βάση δεδομένων. Για παράδειγμα, οι λειτουργίες, όπως οι ανθρώπινοι πόροι, [Supply Chain Management](#), Customer Relations Management, Οικονομικά, λειτουργίες διαχείρισης αποθήκης είναι αυτοτελείς εφαρμογές λογισμικού και συνήθως στεγάζονται με δική τους βάση δεδομένων και δίκτυο .

Πλεονεκτήματα των ERP Συστημάτων

Πολλά είναι τα πλεονεκτήματα των συστημάτων ERP, τα οποία αναφέρονται παρακάτω :

- ◆ Τα συστήματα ERP μας παρέχουν άμεση πληροφόρηση για Λειτουργικά δεδομένα.
- ◆ Μας δίνουν πληροφορίες για την ποιότητα και αποτελεσματικότητα των διαδικασιών. Ο λειτουργικός έλεγχος πρέπει να γίνεται σε πραγματικό χρόνο.
- ◆ Μας δίνουν πληροφορίες κερδοφορίας από διάφορες οπτικές γωνίες
- ◆ Μας βοηθούν στην πληροφόρηση για τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων
- ◆ Είναι η βάση για τη συνεχή βελτίωση των διαδικασιών
- ◆ Μας δίνουν πληροφόρηση σε πραγματικό χρόνο

- ◆ Τις περισσότερες φορές αρκούν υπολογισμοί κατά προσέγγιση
- ◆ Η πληροφόρηση πρέπει να είναι έγκαιρη και συγκεκριμένη
- ◆ Ένα εντελώς ολοκληρωμένο σύστημα
- ◆ Η ικανότητα για την απλούστευση των διαφόρων διαδικασιών και εργασιών
- ◆ Η δυνατότητα της εύκολης κοινής χρήσης δεδομένων σε διάφορες υπηρεσίες ή σε έναν οργανισμό.
- ◆ Βελτιωμένη αποτελεσματικότητα και στα επίπεδα παραγωγικότητας
- ◆ Βελτίωση της παρακολούθησης και της πρόβλεψης
- ◆ Χαμηλότερο κόστος
- ◆ Βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών

Μειονεκτήματα των ERP Συστημάτων

Ενώ συνήθως τα πλεονεκτήματα αντισταθμίζουν τα μειονεκτήματα για τους περισσότερους οργανισμούς που υλοποιεί ένα ERP σύστημα, παρακάτω αναφέρονται μερικά μειονεκτήματα :

- Το Customization σε πολλές περιπτώσεις είναι πολύ περιορισμένο.
- Τα ERP συστήματα μπορεί να έχουν μεγάλο κόστος για την εγκατάσταση και λειτουργία .

2.13 Γιατί οι ελληνικές επιχειρήσεις επενδύουν σε ERP

Ένα δεύτερο σημαντικό ερώτημα που υπάρχει μπροστά σε μια διαδικασία υλοποίησης ενός έργου ERP είναι: γιατί θέλει η επιχείρηση το ERP; Με άλλα λόγια, ποιες ακριβώς στοχεύσεις έρχεται να εξυπηρετήσει η εγκατάσταση ενός νέου πληροφοριακού συστήματος και ακόμα πιο συγκεκριμένα, τι ακριβώς θέλουμε το ERP να κάνει. Διαπιστώνουμε δυστυχώς ότι μάλλον σπάνια οι ελληνικές εταιρείες που προχωρούν σε μία τέτοια λύση έχουν προετοιμαστεί κατάλληλα για να απαντήσουν σε αυτά τα βασικά ερωτήματα πριν αρχίσουν τη διαδικασία εγκατάστασης ενός τέτοιου συστήματος. Όπως θα έπρεπε να είναι φανερό, το

γεγονός αυτό δυσκολεύει αφάνταστα τη μετάβαση από το παλιό σύστημα στο νέο, επιμηκύνει τη διαδικασία και το κόστος του implementation και έχει αρνητική επίπτωση όσον αφορά την ωφέλεια που θα μπορούσε να αποκομίσει μια επιχείρηση από το ERP .

Στατιστικά, η πλέον συνηθισμένη απάντηση που παίρνεις όταν θέτεις το ερώτημα: «γιατί ERP;» είναι «διότι υπάρχει έλλειψη επαρκούς πληροφόρησης από το παλιό σύστημα». Γενικά υπάρχει η άποψη ότι η απαίτηση για reporting είναι η απλούστερη που θα μπορούσε να έχει μια εταιρεία από ένα πληροφοριακό σύστημα, δεδομένου ότι σχεδόν οποιοδήποτε πακέτο σε παραθυρικό περιβάλλον που βασίζεται (ή και έχει μέρος της λογικής του αναπτυγμένο) σε μία σχεσιακή βάση δεδομένων (RDBMS) δίνει τη δυνατότητα να αντληθεί η απαιτούμενη πληροφόρηση με όλους τους τρόπους. Με άλλα λόγια, αυτή και μόνο η απαίτηση είναι μικρή σε σχέση με το μέγεθος της επένδυσης που πρέπει να κάνει η εταιρεία για το ERP. Δυστυχώς πολύ σπανιότερα οι εταιρείες είναι προετοιμασμένες να ζητήσουν από το ERP να υποστηρίξει συγκεκριμένες διαδικασίες και οργανωτικά σχήματα. Παρ' όλα αυτά, ένα έργο ERP είναι μια πολύ καλή ευκαιρία για να επιβληθούν νέες διαδικασίες και οργανωτικές λύσεις σε μία εταιρεία. Αυτό δυστυχώς γίνεται συνήθως κατανοητό κατά τη διάρκεια του implementation κι εδώ ερχόμαστε στον κεφαλιώδη ρόλο του συμβούλου υλοποίησης που περιγράφεται παρακάτω .

2.13.1 Ο ρόλος του συμβούλου υλοποίησης

Οι καταστάσεις στις οποίες προηγούμενα αναφερθήκαμε είχαν σαν αποτέλεσμα να έχουν κατά το παρελθόν γίνει αρκετά έργα ERP με μέτρια αποτελέσματα για τις επιχειρήσεις ή σε ορισμένες - ευτυχώς πολύ λίγες περιπτώσεις οδήγησαν ανάλογα projects σε αποτυχία. Δεν είναι τυχαίο ότι οι σοβαροί Οίκοι Λογισμικού στην Ελλάδα κάνουν το τελευταίο διάστημα μια έντονη προσπάθεια να στελεχωθούν με συμβούλους που δεν έχουν τόσο προϋπηρεσία στο χώρο του λογισμικού, όσο στο χώρο του management consulting. Αυτό που έλειπε από τα έργα εγκατάστασης ERP συστημάτων ήταν σύμβουλοι υλοποίησης με "business" προσέγγιση που θα λειτουργούσαν σαν διεισφάνεια ή ακόμη και ως «μεταφραστές των απαιτήσεων»

ανάμεσα στα στελέχη της εταιρείας και τους συμβούλους του software, επιλύοντας προβλήματα, βρίσκοντας διεξόδους στις περιπτώσεις που η λογική του software δεν μπορούσε επακριβώς να καλύψει τις ανάγκες της επιχείρησης, διευκολύνοντας την ομαλή ροή της δουλειάς μέσα στα προκαθορισμένα χρονοδιαγράμματα και βοηθώντας το έργο να γίνει κτήμα όλης της οργάνωσης της επιχείρησης.

Είναι φανερό ότι αυτοί οι σύμβουλοι υλοποίησης είναι προτιμότερο να είναι στελέχη ενός ανεξάρτητου φορέα και όχι στελέχη των δύο άλλων εμπλεκόμενων μερών. Ο λόγος είναι απλός: έχουν έντονο συμφέρον, το έργο πρέπει να στεφθεί με επιτυχία και η επιχείρηση να αποκομίσει το μεγαλύτερο δυνατό όφελος από την εγκατάσταση του ERP. Τα χαρακτηριστικά που θα πρέπει να έχει ο Σύμβουλος Υλοποίησης αναφέρονται παρακάτω .

2.13.2 Κριτήρια επιλογής του συμβούλου υλοποίησης

Η άποψη που επικρατεί είναι ότι μια επιχείρηση που προετοιμάζεται για προμήθεια ενός συστήματος ERP πρέπει να έχει εξαιρετικά αυστηρά κριτήρια για την επιλογή του Συμβούλου Υλοποίησης. Τα βασικά χαρακτηριστικά για να ξεχωρίσει κανείς μέσα από το προσφερόμενο πλήθος τον καταλληλότερο είναι τα εξής:

α) Ο Σύμβουλος Υλοποίησης και κυρίως τα στελέχη που θα χρησιμοποιήσει στο έργο πρέπει να έχουν στο βιογραφικό τους έναν σημαντικό αριθμό από έργα εγκατάστασης ERP λογισμικών στα οποία να έχουν παίξει τον αντίστοιχο ρόλο και να έχουν εμπλακεί στον ίδιο βαθμό.

β) Πρέπει να διαθέτει μια εσωτερική οργάνωση και μια αυστηρή μεθοδολογία με βάση την οποία θα υλοποιήσει το έργο. Θα πρέπει να χρησιμοποιεί αποδεδειγμένα αποδοτικά «εργαλεία» με τα οποία θα εντοπίζει λεπτομερώς και θα ιεραρχεί τις ανάγκες της επιχείρησης, θα σχεδιάζει τις διαδικασίες που θα λειτουργήσουν γύρω και μέσα από το ERP. Πρέπει να παράγει πλήρη τεκμηρίωση.

γ) Πρέπει να έχει βαθιά εμπειρία από όλα τα κυκλώματα της επιχείρησης μέσα από έργα ανασχεδιασμού (re-engineering) επιχειρηματικών διαδικασιών. Ρόλος του είναι η μεταφορά τεχνογνωσίας από αντίστοιχες περιπτώσεις σε άλλες εταιρείες.

δ) Επιπλέον, πρέπει να έχει άριστη γνώση των τεχνολογιών πάνω στις οποίες αναπτύσσονται τα ERP (εργαλεία ανάπτυξης, RDBMS, λειτουργικά συστήματα, hardware) και να παρακολουθεί συνεχώς τις εξελίξεις στο χώρο των συστημάτων ERP. Μόνο βασισμένος σε τέτοιες γνώσεις θα μπορεί να μεταφράζει τις επιχειρηματικές στρατηγικές και απαιτήσεις σε τεχνικές προδιαγραφές που έχουν νόημα για τους μηχανογράφους.

2.14 Λειτουργικότητα των συστημάτων ERP

Τα συστήματα ERP υποστηρίζουν τις βασικότερες επιχειρηματικές διαδικασίες και είναι δομημένα σε «λειτουργικά υποσυστήματα» (functional modules). Παρακάτω συνοψίζονται οι βασικές διαδικασίες που υποστηρίζονται από κάθε υποσύστημα :

- Το υποσύστημα οικονομικής διαχείρισης είναι η καρδιά του ERP και ανταλλάσσει πληροφορίες με όλα τα υπόλοιπα συστήματα. Βασικές διαδικασίες της οικονομικής διαχείρισης περιλαμβάνουν τη γενική λογιστική, την αναλυτική λογιστική, τη διαχείριση παγίων, τις οικονομικές καταστάσεις, τους εισπρακτέους λογαριασμούς, τους πληρωτέους λογαριασμούς και τη διαχείριση διαθεσίμων. Ανάλογα με το βαθμό ολοκλήρωσης των ERP υποστηρίζονται και άλλες διαδικασίες, όπως ο προϋπολογισμός, η κοστολόγηση βάσει δραστηριοτήτων και άλλες .
- Οι βασικές λειτουργίες του υποσυστήματος Πωλήσεων - Marketing περιλαμβάνουν την παραγγελιοληψία, την τιμολόγηση, τη διαχείριση συμβολαίων, το μητρώο πελατών, τα αξιόγραφα και στατιστικά πωλήσεων. Ορισμένα από τα συστήματα ERP υποστηρίζουν επίσης την ανάλυση οφειλών, την εξυπηρέτηση πελατών, το marketing, τις προβλέψεις ζήτησης, την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων και το ηλεκτρονικό εμπόριο μέσω του Internet. Το υποσύστημα των πωλήσεων

ανταλλάσσει πληροφορίες κυρίως με τα υποσυστήματα αποθήκευσης και διανομής, οικονομικής διαχείρισης και παραγωγής .

- Οι βασικές λειτουργίες του υποσυστήματος προμηθειών περιλαμβάνουν τον έλεγχο και διαχείριση αιτήσεων αγοράς, τη διαχείριση εντολών αγοράς, την αξιολόγηση προμηθευτών και τη διαχείριση συμβάσεων. Το υποσύστημα των προμηθειών ανταλλάσσει πληροφορίες κυρίως με τα υποσυστήματα αποθήκευσης και διανομής, οικονομικής διαχείρισης και παραγωγής .

- Οι βασικές λειτουργίες του υποσυστήματος αποθήκευσης - διανομής περιλαμβάνουν τη διαχείριση αποθεμάτων και τον προγραμματισμό των απαιτήσεων διανομής. Άλλες λειτουργίες περιλαμβάνουν τη διαχείριση αποθηκών και τη διαχείριση στόλου φορτηγών. Το υποσύστημα της αποθήκευσης - διανομής ανταλλάσσει πληροφορίες κυρίως με τα υποσυστήματα οικονομικής διαχείρισης, πωλήσεων - marketing, προμηθειών και παραγωγής.

- Οι βασικές λειτουργίες που καλύπτει το υποσύστημα ανθρώπινων πόρων περιλαμβάνουν τον προγραμματισμό προσωπικού, τη μισθοδοσία, και την αξιολόγηση προσωπικού. Άλλες λειτουργίες που καλύπτονται είναι τα εξοδολόγια και η παρουσία προσωπικού.

- Οι βασικές λειτουργίες που καλύπτει το υποσύστημα παραγωγής περιλαμβάνουν τον προγραμματισμό απαιτήσεων δυναμικότητας, το μακροπρόθεσμο προγραμματισμό παραγωγής, τον προγραμματισμό απαιτήσεων υλικών, τον έλεγχο παραγωγής και την κοστολόγηση παραγωγής. Άλλες λειτουργίες που πιθανώς να υποστηρίζει είναι η δομή προϊόντων, ο έλεγχος αλλαγών σχεδίων και ο βραχυπρόθεσμος προγραμματισμός παραγωγής. Το υποσύστημα της παραγωγής ανταλλάσσει πληροφορίες με τα υποσυστήματα οικονομικής διαχείρισης, πωλήσεων, προμηθειών και αποθήκευσης – διανομής .

2.15 Περιπτώσεις ERP

Στην παρούσα μελέτη το ενδιαφέρον μας στρέφεται στις περιπτώσεις εφαρμογών τύπου ERP ή και άλλων (e-banking DIS κλπ) οι οποίες δίνουν κάποιας μορφής δυνατότητα για online επιχειρηματικές και γενικά διαπραπτικές συναλλαγές από τον χρήστη. Όπως θα γίνει αντιληπτό στην πορεία της μελέτης οι εφαρμογές αυτές δεν ανήκουν στους πρωτοπόρους του χώρου. Παρ' όλα αυτά θα μας απασχολήσουν στο παρόν κείμενο καθότι αποτελούν ένα νέο ρεύμα στις εφαρμογές παροχής υπηρεσιών στις επιχειρήσεις και σαφώς έχουν μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης .

2.15.1 Singular Logic Business ERP

Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα Διαχείρισης Επιχειρησιακών Πόρων (ERP- Enterprise Resource Planning System) για μεσαίες επιχειρήσεις που έχουν αναπτύξει σημαντικό μέγεθος .

Τι περιλαμβάνει:

- Υποσύστημα Εμπορικής Διαχείρισης (ενδεικτικά Διαχείριση Αποθεμάτων, Πωλήσεων, Αγορών, Συντιθέμενα Είδη, Ελεγχόμενη Διακίνηση Ειδών, Κιβωτιοποίηση/Packing List), Advanced Order Processing, Αριθμοί Σειράς, Παρτίδες, Κοστολόγηση Εισαγωγών, Συντιθέμενα Είδη, Οδηγοί, Είδη Εγγυοδοσίας, Χρώμα-Μέγεθος, Κύκλωμα Διαχείρισης Προμηθειών).
- Υποσύστημα Οικονομικής Διαχείρισης (ενδεικτικά Γενική Λογιστική, Αναλυτική Λογιστική, Διαχείριση Εισπρακτέων & Πληρωτέων Λογαριασμών, Χρηματοοικονομική Διαχείριση, Cash Flow, Πιστωτική Πολιτική Πελατών, Τραπεζικοί Λογαριασμοί/Extraits, Τόκοι Υπερημερίας, Προϋπολογισμός Λογαριασμών, Μητρώο Παγίων/Αποσβέσεις Παγίων, Παραστατικά Παγίων), Advanced Διαχείριση Παγίων, Διοικητικοί Λογαριασμοί, Accounting Consolidation.

- Υποσύστημα Διοικητικής Πληροφόρησης/Προγραμματισμού (MIS Components (ενδεικτικά On Line Analytical Processing (OLAP) Viewer, Hierarchical Data Views (HDVs), Graph Viewer, Query Viewer, Έτοιμες Εκτυπώσεις), Advanced Reporting Tools, Διαχείριση Προϋπολογισμών, Αναλυτικός Προϋπολογισμός και Απολογισμός Διοίκησης.
- Υποσύστημα Παραγωγής (ενδεικτικά Τεχνικές προδιαγραφές, Παραγωγές-Αναλώσεις, Κοστολόγηση παραγωγής, Προγραμματισμός Παραγωγής-MRP).
- Συντήρηση Βιομηχανικού Εξοπλισμού
- Έξω-λογιστική Κοστολόγηση Δραστηριοτήτων
- Διαχείριση Ροής Αποθεμάτων
- Διαχείριση ξένου νομίσματος, Multi-Company, e-business, Security System, Προηγμένες δυνατότητες Customi .

2.15.2 ERP Atlantis Financials (FI)

Το ERP Atlantis Financials είναι ένα πλήρως παραμετροποιήσιμο ολοκληρωμένο σύστημα διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων που καλύπτει όλες τις επιχειρηματικές δραστηριότητες και μπορεί να συνεργαστεί με τις γνωστότερες τεχνολογικές πλατφόρμες. Στην HEBROS Bank έχει εγκατασταθεί σε περιβάλλον Intel based IBM Server, Microsoft Windows 2000 και σε σχεσιακό σύστημα βάσης δεδομένων Oracle.

Το προϊόν ERP Atlantis Financials υπερβαίνει κατά πολύ την κατηγορία των συνηθισμένων ERP συστημάτων. Ο λόγος είναι ότι προσφέρει λειτουργίες και υπηρεσίες για τις οποίες, τα αντίστοιχα ανταγωνιστικά προϊόντα απαιτούν πολλαπλάσιο κόστος, υποδομές και ανθρωποώρες. Το ERP Atlantis Financials είναι ένα πολύ-γλωσσικό σύστημα με απ' ευθείας εναλλαγή των γλωσσών επικοινωνίας στο περιβάλλον του χρήστη, χαρακτηριστικό που το κάνει ιδιαίτερα χρηστικό σε επιχειρήσεις ή οργανισμούς με δραστηριότητα και εκτός Ελλάδος. Άλλο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του είναι η εγγενής υποστήριξη των διεθνών Λογιστικών Προτύπων (ΔΛΠ - IAS: International Accounting Standards). Η HEBROS Bank αξιοποιεί αυτό το

πλεονέκτημα και με τον τρόπο αυτό έχει τη δυνατότητα να ανταποκρίνεται πλήρως στις νέες συνθήκες και απαιτήσεις του σύγχρονου χρηματοοικονομικού χώρου.

Η πλατφόρμα ERP Atlantis Financials, στην έκδοση Full Business Edition, που έχει εγκατασταθεί στην Τράπεζα διαχειρίζεται και υποστηρίζει πλήρως τις υπηρεσίες Χρηματοοικονομικής Διαχείρισης, Διαχείρισης Λογαριασμών, Εμπορικής Λογιστικής, Διαχείρισης Παγίων, Συμβάσεων/Προϋπολογισμών. Με το ERP Atlantis Financials, η ΗΕΒΡΟΣ Bank διαθέτει πλέον ενιαία διαχείριση και παρακολούθηση των χρηματοοικονομικών της μεγεθών και εφαρμόζει κοινές διαδικασίες και λειτουργίες και στα 92 υποκαταστήματα της .

Παράλληλα, το ERP Atlantis Financials της δίνει τη δυνατότητα να αντικαταστήσει διάσπαρτες και ετερογενείς εφαρμογές σε ένα ενιαίο περιβάλλον αλλά και να εντάσσει το πληροφοριακό της σύστημα με ασφάλεια και έλεγχο σε νέους χρήστες .

2.16 Η χρησιμότητα του Ηλεκτρονικού Υπολογιστή στις Επιχειρήσεις

Εισαγωγή

Μια μικρομεσαία επιχείρηση, σε όλο τον κύκλο των δραστηριοτήτων της, πρέπει να διατηρεί κάποια έγγραφα τα οποία σχετίζονται με το ιστορικό της εταιρείας ή την καθημερινή της λειτουργία, όπως για παράδειγμα, βιογραφικά στοιχεία εργαζομένων, προσφορές κοστολόγησης, πιθανή αλληλογραφία κλπ .

Χωρίς τη χρήση του ηλεκτρονικού υπολογιστή, η σωστή ταξινόμηση και αποθήκευση αυτών των εγγράφων απαιτεί μεγάλη προσπάθεια, περισσότερο χρόνο και επιπρόσθετα έναν ασφαλή χώρο για την αποθήκευσή τους. Δεν είναι λίγες οι επιχειρήσεις, ακόμη και σήμερα, που χρησιμοποιούν τον παραδοσιακό τρόπο τήρησης αρχείου με τη χρήση κλασέρ και ντοσιέ .

Μια τέτοια πρακτική καθιστά την εύρεση στοιχείων δύσκολη και χρονοβόρα, αφού προϋποθέτει ένα μεγάλο όγκο έντυπων εγγράφων στα οποία πρέπει να ανατρέχουν

κάθε φορά οι επιχειρήσεις. Το πρόβλημα γίνεται μεγαλύτερο για τις επιχειρήσεις που έχουν μακροχρόνια παρουσία στον ευρύτερο επιχειρηματικό χώρο και συνεπώς, μεγαλύτερο όγκο χρήσιμων εγγράφων .

2.16.1 Ο υπολογιστής ως εργαλείο διατήρησης των αρχείων της επιχείρησης

Σήμερα, ο υπολογιστής δίνει στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα, μέσα από το κατάλληλο λογισμικό, να δημιουργήσουν ή/και να διατηρήσουν τα αρχεία τους σε ψηφιακή μορφή. Ακόμα και ήδη υπάρχοντα έγγραφα σε έντυπη μορφή μπορούν να μετατραπούν σε ψηφιακά με τη χρήση σαρωτή και ειδικού λογισμικού (Object Character Recognition) που μετατρέπει το έντυπο υλικό σε ψηφιακό. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μην απαιτείται ειδικός χώρος για τη φύλαξη του αρχείου της επιχείρησης, αφού θα είναι αποθηκευμένο μία ή περισσότερες φορές (αντίγραφο ασφαλείας) σε ηλεκτρονικά μέσα αποθήκευσης, όπως ο σκληρός δίσκος του υπολογιστή, δισκέτες και CD-ROM. Σημαντικό πλεονέκτημα του ψηφιακού αρχείου είναι επίσης, η εύκολη αναζήτηση και ο άμεσος εντοπισμός εγγράφων ανάλογα με το όνομα τους, το περιεχόμενό τους (χρήση λέξης-κλειδί), την ημερομηνία καταχώρισης ή άλλα στοιχεία ταξινόμησης.

2.16.2 Ο υπολογιστής ως εργαλείο μηχανοργάνωσης

Ο υπολογιστής μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο μηχανοργάνωσης και λογιστηρίου σε συνδυασμό με προγράμματα εμπορικής διαχείρισης, τα οποία εξυπηρετούν το **πελατολόγιο**, **όλο το κύκλωμα αποθήκης, παραγγελίας, τιμολόγησης, αποστολής και χρέωσης** - αποπληρωμής του προϊόντος, καθώς και τη **σύνταξη μισθοδοτικών καταστάσεων και ισολογισμών**.

Με αυτόν τον τρόπο γίνεται άμεση ενημέρωση της αποθήκης και είναι εύκολο για κάθε στέλεχος της επιχείρησης να ελέγξει πληροφορίες και να εξυπηρετήσει τους πελάτες και τους συνεργάτες της επιχείρησης. Έτσι, σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή, μπορεί να πραγματοποιηθεί εύκολα και γρήγορα η **έκδοση αποδείξεων, πιστωτικών τιμολογίων, μισθοδοτικών καταστάσεων, ισολογισμών** κτλ .

2.16.3 Ο υπολογιστής ως εργαλείο αυτοματισμού γραφείου

Το γραφείο μιας επιχείρησης **παρακολουθεί, ελέγχει, καθοδηγεί και συντονίζει** το σύνολο των δραστηριοτήτων της. Είναι ο χώρος όπου σχεδιάζονται τα προϊόντα, εκτιμάται το κόστος παραγωγής, προώθησης και διανομής τους, γίνεται η ανάθεση και η εκτέλεση παραγγελιών, διεκπεραιώνεται η αλληλογραφία, συντάσσονται μισθοδοτικές καταστάσεις και ισολογισμοί και τηρούνται τα λογιστικά βιβλία. Με άλλα λόγια, **σε ένα γραφείο εκτελούνται εμπορικές, διοικητικές και επαγγελματικές διαδικασίες πληροφόρησης και επικοινωνίας** .

Για την εκτέλεση των παραπάνω δραστηριοτήτων απαιτείται η δημιουργία εγγράφων κειμένου (δημιουργία, εκτύπωση, φωτοαντιγραφή, αρχειοθέτηση κλπ), η επεξεργασία λογιστικών φύλλων, η δημιουργία βάσης δεδομένων και παρουσιάσεων. Για τη διεκπεραίωση διαδικασιών πληροφόρησης και επικοινωνίας απαιτείται ακόμα η μετάδοση μηνυμάτων, η διαχείριση και προσπέλαση πληροφοριών.

Η εισαγωγή του αυτοματισμού στο χώρο του γραφείου μπορεί να συμβάλλει δραστικά στη μείωση του χρόνου και στην απλοποίηση της ολοκλήρωσης όλων των παραπάνω δραστηριοτήτων. Πακέτα προγραμμάτων όπως το **Microsoft Office** ή το **StarOffice** της **Sun**, σε συνδυασμό με τις υπηρεσίες του **Internet** και το φιλικό περιβάλλον των ιστοσελίδων του, μπορούν να βοηθήσουν στην αυτοματοποίηση όλων των λειτουργιών του σύγχρονου γραφείου .

2.16.4 Ο Υπολογιστής ως εργαλείο Επικοινωνίας, Πληροφόρησης και Αλληλεπίδρασης μέσω του Internet

Μία από τις βασικές λειτουργίες του γραφείου μιας επιχείρησης είναι η **επικοινωνία**, καθώς και η **πρόσβαση στις διάφορες πληροφορίες** και η διαχείρισή τους. Σήμερα, η τεχνολογία των δικτύων (τοπικών ή παγκόσμιων - Internet) δίνει στους χρήστες τη δυνατότητα **σύγχρονης και ασύγχρονης επικοινωνίας** .

Κατά τη διάρκεια της **σύγχρονης** επικοινωνίας γίνεται δυνατή η ανταλλαγή μηνυμάτων σε μορφή κειμένου (π.χ. **Internet Relay Chat**), εικόνας και ήχου (**τηλεδιάσκεψη** πρόσωπο με πρόσωπο με τη χρήση της **Web-camera** και του κατάλληλου λογισμικού π.χ. **Net Meeting**), μεταξύ πολλών συμμετεχόντων σε πραγματικό χρόνο.

Η **ασύγχρονη** επικοινωνία, η οποία δεν απαιτεί την ταυτόχρονη συμμετοχή πομπού και δέκτη (όπως συμβαίνει, για παράδειγμα, στο τηλέφωνο), περιλαμβάνει την αποστολή μηνυμάτων μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail), καθώς και την αποστολή μηνυμάτων σε ηλεκτρονικά φόρουμ συζητήσεων, σε ηλεκτρονικούς πίνακες ανακοινώσεων κλπ .

Οι δυνατότητες της σύγχρονης και ασύγχρονης επικοινωνίας που παρέχουν σήμερα τα δίκτυα είναι πολύ σημαντικές για μια επιχείρηση, γιατί επιτρέπουν την **επικοινωνία ανεξάρτητα από το γεωγραφικό χώρο και τον πραγματικό χρόνο**. Με αυτόν τον τρόπο **μειώνεται το κόστος** και ο **χρόνος της επικοινωνίας** με τους συνεργάτες και τους πελάτες της επιχείρησης, αφού δεν είναι πια απαραίτητη η αποστολή έντυπου υλικού (π.χ. γράμματα) και η μετακίνηση φυσικών προσώπων. Έτσι, γίνεται εφικτό να συνομιλούν όλοι οι συνεργάτες μιας επιχείρησης που βρίσκονται σε άλλη πόλη μέσα από τον υπολογιστή.

Όσον αφορά την πρόσβαση σε πληροφορίες και τη διαχείρισή τους, η τεχνολογία των δικτύων τηλεπικοινωνίας και πληροφοριών δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να ενημερωθεί από εθνικούς και παγκόσμιους οργανισμούς για θέματα που την ενδιαφέρουν, καθώς και να χρησιμοποιήσει καταλόγους, βιβλιοθήκες, βάσεις δεδομένων κλπ που βρίσκονται εντός ή εκτός της επιχείρησης (στο Internet). Η διαχείριση αυτών των πληροφοριών μετατρέπεται σε μια απλή διαδικασία, αφού αυτές μπορούν να αποθηκευτούν σε τοπικό υπολογιστή και να επεξεργαστούν ανάλογα .

2.16.5 Ο Υπολογιστής ως εργαλείο συναλλαγής με δημόσιους οργανισμούς και τράπεζες

Χάρη στην αλματώδη ανάπτυξη της πληροφορικής, των δικτύων και των ασφαλών **εφαρμογών μετάδοσης δεδομένων** η επιχείρηση μπορεί να διεκπεραιώνει πολλές από τις οικονομικές και γραφειοκρατικές συναλλαγές της με **δημόσιους ή ιδιωτικούς οργανισμούς**, καθώς και με **τράπεζες** μέσω του Internet. Για παράδειγμα η υποβολή περιοδικών δηλώσεων ΦΠΑ και δήλωσης φόρου εισοδήματος (www.taxisnet.gr), η αγορά ενσήμων (www.ika.gr) και η διαχείριση τραπεζικών λογαριασμών μπορούν να γίνουν εύκολα και άμεσα μέσω του Internet .

2.16.6 Ο Υπολογιστής ως εργαλείο ηλεκτρονικού εμπορίου

Ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) είναι οποιαδήποτε εμπορική δραστηριότητα η οποία διεξάγεται μεταξύ επιχειρηματικών εταιρών μέσω ηλεκτρονικών δικτύων, κυρίως του Internet και οδηγεί στην αγορά ή πώληση αγαθών ή υπηρεσιών. Ο όρος «Ηλεκτρονικό Εμπόριο» έχει σήμερα διευρυνθεί σημαντικά σε σχέση με την προηγούμενη δεκαετία και εκτός από την έννοια της ηλεκτρονικής συναλλαγής περιλαμβάνει και την ηλεκτρονική συνεργασία με τη χρήση πληροφοριακών και επικοινωνιακών συστημάτων. Η συνεργασία ξεκινά από το εσωτερικό της επιχείρησης, όπου οι εργαζόμενοι χρησιμοποιούν μικρά δίκτυα (**intranets**) για να ανταλλάσσουν πληροφορίες ανεξάρτητα από το αν βρίσκονται στον ίδιο ή σε διαφορετικό χώρο της επιχείρησης .

Ειδικά ηλεκτρονικά δίκτυα που ονομάζονται **extranets** διευρύνουν τα όρια της επιχείρησης εκτός του φυσικού της χώρου και δίνουν τη δυνατότητα για επικοινωνία και συνεργασία με συνεργάτες, εταίρους και φορείς. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση των Εικονικών Εμπορικών Επιμελητηρίων **σε πολλές πόλεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τα οποία προσφέρουν ειδικές υπηρεσίες** σε τοπικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Σημαντικό είναι το παράδειγμα του ηλεκτρονικού εμπορικού επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης (<http://www.thessaloniki-market.gr>) .

Το Internet θεωρείται πλέον μέσο πρόσβασης σε ένα πολύ ευρύτερο κοινό, παρέχοντας τη δυνατότητα για εντοπισμό νέων πελατών, προμηθευτών ή άλλων εταιρών με σκοπό τη σύναψη επιχειρηματικών σχέσεων .

2.17 Το διαδίκτυο ως εργαλείο της επιχείρησης

Από το 1999 μέχρι σήμερα αυξήθηκε εκρηκτικά ο αριθμός των εταιρειών με σύνδεση στο διαδίκτυο. Η πλειοψηφία των ΜΜΕ που απασχολούν 10 ή περισσότερα άτομα διαθέτουν σήμερα σύνδεση και διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Το e-mail αποτελεί και την πλέον χρήσιμη υπηρεσία του διαδικτύου για τις επιχειρήσεις, μία υπηρεσία το οικονομικό όφελος της οποίας στις περισσότερες περιπτώσεις υπερκαλύπτει το κόστος σύνδεσης στο διαδίκτυο. Πέρα από την εξοικονόμηση στα τηλεπικοινωνιακά τέλη, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο προσφέρει σημαντικά λειτουργικά οφέλη αφού μεταφέρει ψηφιακά αρχεία τα οποία μπορεί να επεξεργαστεί ο υπολογιστής, υποκαθιστώντας την επαναπληκτρολόγηση και την φυσική μεταφορά ψηφιακών αρχείων (π.χ. στη βιομηχανία εκτυπώσεων). Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο αποτελεί τον βασικότερο λόγο για τον οποίο οι ΜΜΕ συνδέονται στο διαδίκτυο και παρά τα προβλήματά του (spam, μεταφορά ιών) δημιουργεί αξία στις εταιρείες, ανεξαρτήτως μεγέθους.

Σε ότι αφορά τις εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων και μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών η μέχρι στιγμής εμπειρία από τις ελληνικές ΜΜΕ είναι μάλλον αρνητική με λίγες εξαιρέσεις. Ομοίως ευρύτερες προσπάθειες για την δημιουργία marketplaces, ηλεκτρονικών δημοπρασιών κλπ δεν απέδωσαν τα αναμενόμενα για πολλούς λόγους. Εκτός από το γεγονός ότι οι προσδοκίες που είχαν δημιουργηθεί κατά την περίοδο της ευφορίας ήταν υπερβολικές, τα συστήματα αυτά δεν αντιμετώπισαν επαρκώς κρίσιμα λειτουργικά θέματα όπως διασύνδεση με τα πληροφοριακά συστήματα των εταιρειών μελών, αντιμετώπιση ζητημάτων workflow και διεπιχειρησιακών διαδικασιών με πενιχρά αποτελέσματα ως προς τον ρυθμό υιοθέτησής τους. Σήμερα οι εταιρείες, μεταξύ των οποίων και οι ΜΜΕ, αναζητούν συστήματα χαμηλού κόστους τα οποία να αξιοποιούν στο έπακρο τις υφιστάμενες επενδύσεις. Ειδικά δε στην περίπτωση των ΜΜΕ η ελπίδα ότι το

διαδίκτυο θα αποτελούσε μέσο στο οποίο θα μπορούσε να ακουσθεί η φωνή τους διαψεύσθηκε αφού και στο διαδίκτυο κυριαρχούν τα γνωστά brands. Αξίζει να σημειωθεί ότι με ελάχιστες εξαιρέσεις τα ηλεκτρονικά καταστήματα που πέτυχαν ήταν αυτά που δημιούργησαν εταιρείες ταχυδρομικών πωλήσεων (κατάλογοι) και γνωστά διεθνή σήματα (brands) .

Σε αντίθεση με τις εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου μορφής B2C & B2B ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι εφαρμογές Business to Government κατά τις οποίες το διαδίκτυο λειτουργεί ως μέσο διεκπεραίωσης υποχρεωτικών διαδικασιών για τις επιχειρήσεις. Στον τομέα αυτό και παρά τα λειτουργικά προβλήματα, η Ελλάδα βρίσκεται σε καλή θέση σε σχέση με τα άλλα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (έρευνα benchmarking e-europe 2002) και οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό τις δυνατότητες που προσφέρονται διότι με τον τρόπο αυτό εξοικονομούν χρόνο. Ωστόσο δεδομένου ότι, σύμφωνα με τον γκουρού του e-government, καθηγητή του John F.Kennedy School of Government του Πανεπιστημίου Harvard, Jerry Mechling, η εισαγωγή της τεχνολογίας στην Δημόσια Διοίκηση αποτελεί στα πρώτα της στάδια, εργαλείο παραγωγικότητας χάρη στο οποίο κινείται γρηγορότερα το ίδιο χάος. Σε πολλές περιπτώσεις οι εφαρμογές σχεδιάζονται κυρίως με γνώμονα την «ανακούφιση» των υπηρεσιών και δευτερευόντως την διευκόλυνση των επιχειρήσεων. Παρ' όλα αυτά ο χώρος της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης αποτελεί σημαντικότερη πιθανή πηγή άμεσης ωφέλειας σε όρους λειτουργικού κόστους για τις επιχειρήσεις αλλά και μέσο εξοικείωσής τους με το διαδίκτυο .

2.18 Επιχειρήσεις στο Διαδίκτυο

Είναι εμφανής η ανάγκη κάθε επιχείρησης να διαθέτει πρόσβαση στο Διαδίκτυο, πράγμα που επιβεβαιώνεται και από κάθε πρόσφατη έρευνα. Η χρήση του Διαδικτύου είναι ιδιαίτερα αναγκαία σε επιχειρήσεις που είναι προσανατολισμένες στην παροχή υπηρεσιών.

Επίσης, παρατηρώντας τις πρόσφατες έρευνες για την διείσδυση της χρήσης των υπολογιστών στις επιχειρήσεις είναι εμφανές ότι όλο και μεγαλύτερο ποσοστό των εργαζομένων σε αυτές χρησιμοποιούν ηλεκτρονικούς υπολογιστές σαν επιχειρηματικό εργαλείο .

2.19 Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο (e-commerce) ή Ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-business) αναφέρεται σε κάθε τύπο επιχειρηματικής ή εμπορικής συναλλαγής, ο οποίος περιλαμβάνει την μεταφορά πληροφορίας μέσω του Διαδικτύου ή οποιοδήποτε άλλου δικτύου .

Μερικές από τις εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου είναι οι εξής:

§ Ηλεκτρονικές επιχειρήσεις και ηλεκτρονικά πολυκαταστήματα

§ Ηλεκτρονικό λιανικό εμπόριο (retail sales)

§ Ηλεκτρονικές πληρωμές (e-cash)

§ Ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων

§ Ηλεκτρονική μεταβίβαση δεδομένων (EDI) στο Διαδίκτυο

Τα βασικά συστατικά ενός συστήματος ηλεκτρονικού εμπορίου είναι: το διαδίκτυο και οι υπηρεσίες του (κυρίως η υπηρεσία Web), οι τεχνολογίες δημιουργίας δυναμικών δικτυακών τόπων, η διασύνδεση με Λογιστικό Πληροφοριακό Σύστημα, το σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών και η ασφάλεια των συναλλαγών .

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο διακρίνεται στις εξής κατηγορίες:

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτών (business to-consumer ή B2C): Αγορές των καταναλωτών σε ηλεκτρονικά καταστήματα και κυρίως αναφέρεται στο λιανικό εμπόριο.

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ των επιχειρήσεων (business-to-business ή B2B): Πωλήσεις από επιχειρήσεις σε επιχειρήσεις .

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ επιχείρησης και δημοσίου (business to administration): Συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και δημοσίων οργανισμών (π.χ. η ηλεκτρονική υποβολή δηλώσεων μέσω του συστήματος TaxisNet).

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ καταναλωτών και δημοσίου (consumer to administration): Αφορά στις συναλλαγές μεταξύ φορολογούμενου και δημοσίων οργανισμών (π.χ TaxisNet) .

Αρχικά, ο παγκόσμιος και αποκεντρωτικός χαρακτήρας του Διαδικτύου κατέστησε τη διεθνή αγορά ένα «χώρο» όπου καταναλωτές και προμηθευτές, τόσο ιδιώτες όσο και επιχειρήσεις, μπορούσαν να συναλλάσσονται άμεσα, παρακάμπτοντας κάθε είδους διαμεσολάβηση, φορολόγηση ή άλλο γραφειοκρατικό εμπόδιο. Κατά κάποιον τρόπο, η διαδραστική φύση του νέου μέσου (Internet) «μεταφέρθηκε» στο ίδιο το αντικείμενο της αλληλεπίδρασης (εμπορικές συναλλαγές). Έτσι, μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του '90 το ηλεκτρονικό εμπόριο είχε ήδη κάνει αισθητή την παρουσία του, παράλληλα με την εκτίναξη του ίδιου του Διαδικτύου .

Ευρέως αποδεκτοί ορισμοί του ηλεκτρονικού εμπορίου δόθηκαν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το Μ1997 και από τον ΟΟΣΑ (Οργανισμός για Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη) το 1998. Οι ορισμοί αυτοί ήταν σύμφωνοι με την τότε κυρίαρχη θεώρηση του ηλεκτρονικού εμπορίου ως καναλιού «αγοράς και πώλησης» καταναλωτικών αγαθών μέσω Διαδικτύου, κυρίως λογισμικού, μουσικών δίσκων, βιβλίων, και ταξιδιωτικών πακέτων και φυσικά ως διαφημιστικού μέσου. Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που αναπτύχθηκαν κατά την πρώιμη αυτή περίοδο αφορούσαν κυρίως σε online καταλόγους, ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα καθώς και σε οτιδήποτε σχετιζόταν με το σχεδιασμό, τη λειτουργία και τη συντήρηση εμπορικών δικτυακών τόπων και βάσεων δεδομένων .

Ωστόσο, τα μοντέλα που είναι απαραίτητα για την αποτελεσματική διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω του Internet προϋποθέτουν τον επαναπροσδιορισμό πολύπλευρων στοιχείων που έχουν να κάνουν με την τεχνολογία και την οικονομία, τη διοίκηση επιχειρήσεων και το κανονιστικό της πλαίσιο και τέλος με αυτό καθαυτό το online περιεχόμενο και την καταναλωτική συμπεριφορά των χρηστών του Διαδικτύου. Όλα αυτά τα στοιχεία αναφέρονται συνήθως ως εμπόδια στην «απογείωση» του ηλεκτρονικού εμπορίου, γι' αυτό και έχουν σχεδιαστεί πολιτικές τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο για την

υποστήριξη και ενίσχυση της «ωρίμανσης» του κοινού και της σωστής διαχείρισης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε όλο τον κόσμο .

Η δυνατότητα διείσδυσης στην παγκόσμια αγορά με μια σχέση 1 προς 1 (καταναλωτής με παραγωγό και αντίστροφα) θέτει σε κίνδυνο το ρόλο των παραδοσιακών μεσαζόντων, ιδιαίτερα στους κλάδους του λιανεμπορίου και του χονδρεμπορίου, ταυτόχρονα όμως δημιουργεί την ανάγκη σε ένα μεγάλο κομμάτι του πληθυσμού ύπαρξης νέων online μεσαζόντων (πάροχοι εξοπλισμού και υπηρεσιών πρόσβασης στο Διαδίκτυο, online υπηρεσιών, αποθηκών δεδομένων (data warehouses), υπηρεσιών διαχείρισης περιεχομένου (content management), εργαλείων και υπηρεσιών οικονομικής διαχείρισης για online συναλλαγές, marketing, διαφήμισης και συμβουλευτικών υπηρεσιών) .

Κατά καιρούς έχουν δημοσιευθεί αντιφατικά ευρήματα εμπειρικών ερευνών σχετικά με την αποτελεσματικότητα της αγοράς του Διαδικτύου (επίπεδα και «ελαστικότητα» τιμών και αντίστοιχο κόστος για τις επιχειρήσεις) σε σύγκριση με αυτήν των συμβατικών καναλιών λιανεμπορίου όσον αφορά σε έναν αριθμό αγαθών όπως CD, βιβλία, λογισμικό, μεταχειρισμένα αυτοκίνητα και αεροπορικά εισιτήρια. Εντούτοις, η τιμολογική «διασπορά» στις online αγορές δεν βρίσκεται σε χαμηλότερα επίπεδα, αλλά θα λέγαμε ότι είναι μάλλον υψηλότερη (μεταξύ 20 και 33%) για προϊόντα όπως βιβλία, CD και αεροπορικά εισιτήρια. Αρκετοί είναι οι παράγοντες που ωθούν έναν καταναλωτή να προσανατολιστεί στο Διαδίκτυο και να πραγματοποιήσει συγκεκριμένες αγορές. Οι τιμές είναι ένας από αυτούς, χωρίς αυτό να συνεπάγεται ότι η χαμηλότερη δυνατή τιμή αποτελεί πάντοτε ύψιστη προτεραιότητα του αγοραστικού κοινού. Το πολιτισμικό και κοινωνικό προφίλ των online καταναλωτών και οι πρακτικές προώθησης των προμηθευτών από την άλλη, επηρεάζουν σημαντικά την αγοραστική συμπεριφορά.

Ο χρόνος συνιστά εξαιρετικά πολύτιμο αγαθό στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Η εξοικονόμηση του αγαθού αυτού (το Internet είναι από τη φύση του το ταχύτερο κανάλι συναλλαγών) αποτελεί για αρκετούς καταναλωτές τόσο σημαντική προτεραιότητα, που συχνά είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερα για ένα προϊόν με αντάλλαγμα την ταχύτητα διεκπεραίωσης και παράδοσής του. Εξ ου και η

διατήρηση της τιμολογιακής διασποράς που είδαμε παραπάνω, ως ένα βαθμό τουλάχιστον .

Επίσης, στοιχεία όπως προφίλ καταναλωτών, συνήθειες και προτιμήσεις, προσθέτουν αξία στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, πέραν της βραχυπρόθεσμης / χρηματικής, καθώς συμβάλλουν στην παραγωγή εξατομικευμένων αγαθών, υπηρεσιών και διαφημίσεων από τους προμηθευτές. Κατά κάποιον τρόπο, οι καταναλωτές συμμετέχουν στη διαδικασία τόσο ως πελάτες όσο και ως «παραγωγοί» πληροφοριών που ενσωματώνονται στην προμήθεια αγαθών και υπηρεσιών. Στις θετικές συνέπειες μιας τέτοιας αλληλεπίδρασης εστιάζει και ο D.Quah στο *Weightless Economy in Economic Development* (1999): «Την αρχική έμφαση στην αγοραστική μόνο διάσταση του ηλεκτρονικού εμπορίου διαδέχθηκε η ευρύτερη αναγνώριση της σημασίας των εφαρμογών business-to-business. Γι' αυτό και η συνειδητοποίηση της δυνητικής επίδρασης των online τεχνολογιών στις επιχειρηματικές διαδικασίες "πίσω από τη βιτρίνα" δεν άργησε να επικρατήσει .

Αλλά και από πλευράς τζίρου, οι συναλλαγές B2B αντιπροσωπεύουν μακράν το μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς του ηλεκτρονικού εμπορίου. Από τα μέσα της δεκαετίας του '60, η εφαρμογή των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνίας στη διοίκηση των επιχειρήσεων αναπτύσσεται συνεχώς, παράλληλα με την εξέλιξη της τεχνολογίας των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Οι ΤΠΕ γίνονται ολοένα πιο απαραίτητες στην επιχείρηση και στη διοίκησή της, όσο η πολυπλοκότητα των διαδικασιών και των σχέσεων που τις διέπουν αυξάνεται. Η πολυπλοκότητα αυτή προέρχεται από τον ιστό των σχέσεων αλληλεξάρτησης και των οικονομικών δεσμών στο πλαίσιο των οποίων λειτουργεί συνήθως μια τυπική επιχείρηση. Όταν οι τεχνολογίες του Internet συνδυάζονται με τις ΤΠΕ, το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει στις επιχειρήσεις να «κάνουν περισσότερα με λιγότερα» ("do more with less"), μειώνοντας τα κόστη διαχείρισης των λειτουργικών διαδικασιών που πλαισιώνουν τις δραστηριότητές τους στην αλυσίδα αξίας» .

Το διεπιχειρησιακό ηλεκτρονικό εμπόριο (B2B) μπορεί να θεωρηθεί επιτυχές, αν και η ανάπτυξή του διεξάγεται σε επίπεδο εφαρμογής στο Διαδίκτυο και σε εταιρικά εσωτερικά δίκτυα. Το ηλεκτρονικό εμπόριο που προσανατολίζεται προς τον

καταναλωτή (B2C) είναι ακόμα πιο περίπλοκο. Στις χώρες στις οποίες υπάρχει μία παράδοση στις πωλήσεις μέσω καταλόγων δεν ευνοείται η ανάπτυξη αυτού του είδους Ηλεκτρονικού Εμπορίου. Το κύριο εμπόδιο είναι το μεγάλο κόστος αποστολής των προϊόντων και η γενικότερη αίσθηση έλλειψης ασφάλειας, η οποία είναι ιδιαίτερα αυξημένη στις χώρες της Νότιας Ευρώπης. Υπάρχει μία διαφοροποίηση μεταξύ των χρηστών του διαδικτύου από την Ευρώπη και αυτών από την Αμερική .

Επί του παρόντος, το ηλεκτρονικό εμπόριο αντιπροσωπεύει ένα ελάχιστο ποσοστό του διεθνούς εμπορίου. Τα παραδοσιακά εμπορικά κανάλια ακόμα κρατούν μία κυρίαρχη θέση. Ανάμεσα στα νέα είδη ηλεκτρονικού εμπορίου, το m-commerce (mobile commerce) μέσω κινητών τηλεφώνων και το t-commerce (television commerce) μέσω της τηλεόρασης, προσφέρουν θετικές προοπτικές ανάπτυξης .

2.20 Διεπιχειρησιακό Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Τα τελευταία χρόνια υπήρξε ένας σημαντικός αριθμός προώθησης από τον τύπο αλλά και από την επενδυτική κοινότητα σχετικά με τον σημαντικό ρόλο του διεπιχειρησιακού Ηλεκτρονικού Εμπορίου (B2B) όσον αφορά τον επανασχεδιασμό της αγοράς και ευρύτερα της διαχείρισης των δραστηριοτήτων της εφοδιαστικής αλυσίδας. Η προώθηση αυτή ξεκίνησε γύρω στο 1998 με επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιήθηκαν στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο γενικά και ειδικά με δημόσιες ηλεκτρονικές αγορές (e-marketplaces), οι οποίες γνώρισαν άνθηση έναντι του ηλεκτρονικού εμπορίου προσανατολισμένου προς τους καταναλωτές (B2C). Ο ενθουσιασμός αυτός προσανατολίστηκε εκ νέου στις αρχές του 2000, προς την ανάγκη ύπαρξης βιομηχανικών κοινοπραξιών μετά από τα προβλήματα τα οποία αντιμετώπισαν οι ηλεκτρονικές αγορές όσον αφορά τη συμμετοχή επιχειρήσεων. Η παρούσα τάση αφορά την μετεξέλιξη των ηλεκτρονικών αγορών σε δικτυακούς τόπους διεπιχειρησιακής ανταλλαγής (exchanges) προϊόντων και υπηρεσιών οι οποίες θα ανήκουν σε κοινοπραξίες και θα έχουν την δυνατότητα να παρέχουν την πολυπόθητη ρευστότητα και την τεχνογνωσία αναφορικά με τον κλάδο στον οποίο θα απευθύνονται, πράγμα το οποίο έλειπε από τις μέχρι τώρα ηλεκτρονικές αγορές .

2.21 Καλές πρακτικές για την διαχείριση διεπιχειρησιακών εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου

Υπάρχουν τρεις στρατηγικές πρακτικές οι οποίες είναι σημαντικές για την επιτυχή λειτουργία των εφαρμογών διεπιχειρησιακού ηλεκτρονικού εμπορίου όπως οι βιομηχανικές κοινοπραξίες ή τα ιδιωτικά exchanges. Η μία αφορά την λειτουργία, η δεύτερη αφορά τον τρόπο ελέγχου των διαδικασιών από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις και η τρίτη σχετίζεται με τον τρόπο συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων που συμμετέχουν και αυτών στους οποίους ανήκουν με στόχο τη διασφάλιση της επιτυχούς λειτουργίας των εφαρμογών καθώς και την ωφέλεια των επιχειρήσεων. Οι τρεις καλές πρακτικές είναι οι εξής :

1. Οι εφαρμογές διεπιχειρησιακού ηλεκτρονικού εμπορίου θα πρέπει να έχουν ισχυρές συνεργασίες με τις επιχειρήσεις της βιομηχανίας με σκοπό να μπορούν να διαχειρίζονται τις επιχειρηματικές διαδικασίες όλης της εφοδιαστικής αλυσίδας.
2. Οι εφαρμογές διεπιχειρησιακού ηλεκτρονικού εμπορίου θα πρέπει να εμμένουν σε βασικούς επιχειρηματικούς κανόνες όπως η διασφάλιση της ικανοποίησης των αναγκών των πελατών και η ανάπτυξη ενός επιχειρηματικού μοντέλου με στόχο την επίτευξη ρευστότητας.
3. Οι επενδυτές και οι εμπορικοί συνεργάτες θα πρέπει να κατανοήσουν ότι οι υπηρεσίες που τους παρέχονται αποτελούν εργαλεία που συμπληρώνουν τις επιχειρηματικές τους διαδικασίες και δεν αποτελούν από μόνα τους τη λύση στις ανάγκες τους .

2.22 Παράγοντες υιοθέτησης πρακτικών ηλεκτρονικού εμπορίου

Το εμπόριο στο Διαδίκτυο έχει πάψει πλέον να ταυτίζεται με το Ηλεκτρονικό επιχειρείν, το οποίο αποτελεί ένα μοντέλο πλήρους αναδιάρθρωσης όλων των δραστηριοτήτων κάθε επιχείρησης με κέντρο τον πελάτη και τον προμηθευτή ο οποίος επικοινωνεί και συνεργάζεται μαζί της μέσω του διαδικτύου .

Η σύγχρονη άποψη περί ηλεκτρονικού εμπορίου δεν αναφέρεται στην υιοθέτηση μιας συγκεκριμένης τεχνολογίας, αλλά σε μια διαφορετική επιχειρηματική νοοτροπία, δομή και οργάνωση. Για την πραγματική εισαγωγή της στο χώρο του ηλεκτρονικού επιχειρείν μια επιχείρηση θα πρέπει να επανεφεύρει τον εαυτό της, υιοθετώντας μια ολιστική προσέγγιση για όλες τις δραστηριότητές της. Να χρησιμοποιήσει δηλαδή μια ενιαία δομή, μια κοινή πλατφόρμα εφαρμογών και έναν ομοιόμορφο τρόπο σκέψης για όλες τις εργασίες της.

Η αρχιτεκτονική του Ηλεκτρονικού Επιχειρείν προτείνει την υιοθέτηση μιας κοινής αρχιτεκτονικής για όλα. Το λογισμικό που δέχεται την παραγγελία πρέπει να είναι το ίδιο με εκείνο που τηρεί την αποθήκη και με αυτό που ενημερώνει το προσωπικό για τις ενδοεπιχειρησιακές εξελίξεις .

Για να αναπτύξει μία επιχείρηση μία εφαρμογή Ηλεκτρονικού Επιχειρείν θα πρέπει να είναι προετοιμασμένη για αλλαγές σε κάθε πλευρά των διαδικασιών που χρησιμοποιούσε μέχρι πρότινος καθώς η μετάβαση από την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα απαιτεί ανασχεδιασμό σε αρκετά τμήματα της εσωτερικής και εξωτερικής της λειτουργίας. Σε συνδυασμό με τις υψηλές αρχικές επενδύσεις, καθώς και στις αλλαγές που θα πρέπει να γίνουν στη νοοτροπία των εργαζομένων, η μετάβαση αυτή φαντάζει αρκετά δύσκολο και επικίνδυνο εγχείρημα. Για τους λόγους αυτούς η δομή ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι ευκολότερο να υλοποιηθεί από μικρές ή από νέες επιχειρήσεις όπου τα πάντα μπορούν να σχεδιαστούν από την αρχή χωρίς τις δεσμεύσεις που επιβάλλουν οι επιλογές του παρελθόντος . Για την υιοθέτηση τέτοιων πρακτικών μια εταιρεία θα πρέπει να δώσει ιδιαίτερη προσοχή στα ακόλουθα θέματα :

Απλότητα: Το μοντέλο Ηλεκτρονικού Εμπορίου απαιτεί προσαρμοστικότητα και ευελιξία. Μια περίπλοκη δομή (με πολλές διαδικασίες ή μεγάλο αριθμό προϊόντων λογισμικού) δεν επιτρέπει στο προσωπικό την πλήρη αξιοποίηση όλων των διατιθέμενων εργαλείων.

Εξέλιξη: Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι περισσότερο ένας τρόπος λειτουργίας και λιγότερο μια τεχνολογική εφαρμογή. Η επιχείρηση δεν πρέπει να υποτάσσει τον σημερινό τρόπο λειτουργίας της στις απαιτήσεις των νέων εφαρμογών. Είναι

απαραίτητο να αξιοποιεί τις εμπειρίες από τη μέχρι τώρα λειτουργία της, οικοδομώντας ένα νέο περιβάλλον λειτουργίας όπου οι δοκιμασμένες λύσεις του παρελθόντος θα παραμείνουν σε ισχύ .

Προτεραιότητες: Όλες οι εργασίες μέσα σε μια επιχείρηση δεν είναι το ίδιο σημαντικές. Οι δημιουργοί μιας δομής Ηλεκτρονικού Εμπορίου πρέπει να αντισταθούν στον πειρασμό να ασχοληθούν πρώτα με τα πιο εύκολα ή με τα πιο εντυπωσιακά και πρωτοποριακά θέματα, όπως συμβαίνει συνήθως. Η μέχρι σήμερα εμπειρία έχει δείξει πως τις περισσότερες φορές το 80% των βελτιώσεων σε θέματα παραγωγικότητας επιτυγχάνεται από το 20% των επενδύσεων ή αλλαγών. Τα στελέχη λοιπόν πρέπει να αναγνωρίσουν ποιες προσπάθειες θα αποδώσουν τα μεγαλύτερα οφέλη και να ξεκινήσουν τις εργασίες τους από αυτές .

Λεπτομέρεια: Καμία λύση Ηλεκτρονικού Εμπορίου δεν θα προσφέρει τα αναμενόμενα σε μια επιχείρηση αν δεν έχει σχεδιαστεί με προσοχή, λαμβάνοντας υπ' όψιν ακόμη και τα πιο "επουσιώδη" θέματα. Οι περισσότερες επιχειρήσεις ακολουθούν τη λογική του βλέποντας και κάνοντας. Γι' αυτό ξεκινούν τις προσπάθειές τους έχοντας μόνο μια γενική άποψη του επιθυμητού στόχου και στην πορεία παγιδεύονται σε λάθος επιλογές .

Ευχρηστία: Πολλά άριστα σχεδιασμένα συστήματα έχουν αποτύχει διότι οι χρήστες τους αποδείχθηκαν ανίκανοι ή απρόθυμοι, να τα χρησιμοποιήσουν. Ο σχεδιασμός για το Ηλεκτρονικό Επιχειρείν πρέπει να χωρίζει τους χρήστες σε ομάδες ανάλογα με την εργασία που επιτελούν (γραμματείς, τεχνική υποστήριξη, πωλητές κλπ) και να δημιουργεί περιβάλλοντα εργασίας συμβατά με τις ανάγκες και τις γνώσεις κάθε κατηγορίας εργαζομένων .

Ασφάλεια: Ένας άλλος τρόπος να ορίσουμε το Ηλεκτρονικού Επιχειρείν θα ήταν να το χαρακτηρίσουμε ως τη διαδικασία ανοίγματος μιας επιχείρησης στον εξωτερικό κόσμο. Αυτή η εξωστρέφεια αυξάνει την παραγωγικότητα και βελτιώνει το επίπεδο εξυπηρέτησης του πελάτη, αλλά ταυτόχρονα ανοίγει και την πόρτα σε όσους θέλουν να εισχωρήσουν στο εταιρικό περιβάλλον και να το εκμεταλλευτούν για ιδιοτελείς σκοπούς. Είναι σημαντικό να προβλεφθούν όλοι οι κίνδυνοι παραβίασης των συστημάτων ασφαλείας της επιχείρησης και να ληφθούν τα ανάλογα προληπτικά μέτρα (π.χ. κρυπτογράφηση) .

Συνοχή: Η ισχύς μιας αλυσίδας κρίνεται από τον πιο αδύναμο κρίκο της. Γι' αυτό όλα τα μέρη και οι διαδικασίες σε μια Ηλεκτρονική Επιχείρηση πρέπει να σχεδιαστούν

έτσι ώστε να λειτουργούν το ίδιο αποτελεσματικά. Αυτό είναι και το πρόβλημα που καθιστά αντιπαραγωγική την μερική υλοποίηση μιας εφαρμογής Ηλεκτρονικού Επιχειρείν. Αν λειτουργούν με "ταχύτητες Internet" μόνο μερικά από τα τμήματα της επιχείρησης, η απόδοσή τους θα περιορίζεται λόγω της καθυστέρησης των υπόλοιπων συστημάτων της εταιρείας .

Στο δεύτερο παράρτημα της μελέτης, υπάρχει «Ο δεκάλογος του επιχειρηματία στην ψηφιακή οικονομία», ο οποίος δημιουργήθηκε στα πλαίσια του α' κύκλου εργασιών του e-Business Forum, με στόχο να παρουσιάσει όλες εκείνες τις λεπτομέρειες του πλαισίου της ηλεκτρονικής αγοράς που θα πρέπει να εξεταστούν για την μετάβαση μίας παραδοσιακής επιχείρησης στο ηλεκτρονικό επιχειρείν που προσανατολίζεται προς τους καταναλωτές (B2C) .

2.22.1 Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

Ως αντίδοτο στην ασάφεια των περισσότερων δεδομένων που αφορούν στο διαδικτυακό εμπόριο και ιδιαίτερα το μοντέλο Business-to-Business, το EITO (European Information Technology Observatory, Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο Πληροφορικής) παρέχει έναν πολύ ακριβέστερο ορισμό του η- επιχειρείν. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν αποτελεί έναν όρο - ομπρέλα, που ενσωματώνει από τη μια το ηλεκτρονικό εμπόριο (μοντέλα 1 προς πολλούς –one to many– και ηλεκτρονικών αγορών B2B) και τους δικτυακούς τόπους προώθησης και πληροφόρησης και από την άλλη υπηρεσίες e-business, όπως π.χ. οι υποστηρικτικές υπηρεσίες πληροφορικής που σχετίζονται με την παραμετροποίηση, υλοποίηση, φιλοξενία, συντήρηση και διαχείριση λύσεων ηλεκτρονικού εμπορίου B2C και B2B .

Το ποσοστό διείσδυσης του ηλεκτρονικού εμπορίου B2C είναι σχετικά υψηλό στον τομέα παροχής υπηρεσιών σε σύγκριση με τον κατασκευαστικό κλάδο και το δημόσιο τομέα. Στις κατασκευές, οι εταιρίες που συμμετέχουν ως αγοραστές στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι εκείνες που διαθέτουν μεγάλη εφοδιαστική αλυσίδα και υψηλά κόστη προμηθειών, όπως οι αυτοκινητοβιομηχανίες, οι επιχειρήσεις παραγωγής χημικών, μετάλλου, εξόρυξης καθώς και οι οργανισμοί παραγωγής ενέργειας. Αυτοί οι κλάδοι κυριαρχούνται από μεγάλες εταιρίες, οι οποίες διαθέτουν τους απαραίτητους πόρους

για να επενδύουν σε ηλεκτρονικές προμήθειες και πλατφόρμες online εμπορίου. Οι εταιρίες αυτές έχουν τη δυνατότητα να υιοθετήσουν το ηλεκτρονικό εμπόριο τόσο με τους προμηθευτές όσο και με τους πελάτες τους .

Διάφορα επιχειρηματικά μοντέλα αναπτύχθηκαν κατά καιρούς με στόχο την καλύτερη κάλυψη των ενδοεπιχειρηματικών διαδικασιών μέσω των ΤΠΕ και την ολοκλήρωση της εφοδιαστικής αλυσίδας. Η εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου από εφαρμογές 1 προς 1 (e-tailing) σε 1 προς πολλούς (όπως η αυτοματοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας, οι ηλεκτρονικές προμήθειες, οι δημοπρασίες, η χρήση B2B αγορών, το συνεργατικό εμπόριο και τα forum ανταλλαγής πληροφοριών), «ψηφιοποίησε» τόσο τις δραστηριότητες προστιθέμενης αξίας της επιχείρησης όσο και την ίδια την επιχείρηση. Με τον τρόπο αυτό καταργείται σταδιακά το «επιχειρείν με κέντρο την επιχείρηση», το οποίο μετεξελίσσεται σε «επιχειρείν με κέντρο δίκτυα επιχειρήσεων» ή «επιχειρείν με κέντρο την ψηφιακή επιχείρηση» .

Το βασικό σκεπτικό είναι ότι, με τη αξιοποίηση των ΤΠΕ και του Internet, όχι μόνο μπορούν να μειωθούν τα κόστη αλλά να δημιουργηθεί μια νέα αξία. Η αξία παράγεται από τη διαμεσολάβηση για την πραγματοποίηση συναλλαγών και τη σύνδεση παραγγελιών μεταξύ επιχειρήσεων καθώς επίσης και από την παροχή πρόσθετων υπηρεσιών, όπως το μοντέλο ASP (εφαρμογές και επαγγελματικές υπηρεσίες για την ολοκλήρωση των συστημάτων της επιχείρησης μέσα στην ηλεκτρονική αγορά), οι επιχειρηματικές υπηρεσίες υποστήριξης συναλλαγών (νομικές και οικονομικές υπηρεσίες, logistics, διαχείριση έργου κλπ), καθώς και υπηρεσίες που υλοποιούν ιδεατές ιδιωτικές πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου για μικρότερες και στοχευμένες κοινότητες η-επιχειρείν .

Τα οφέλη παραγωγικότητας από την εφαρμογή των διαδικτυακών τεχνολογιών στην επιχείρηση λόγω αυξημένης αποδοτικότητας, μείωσης του κόστους συναλλαγών και διευκόλυνσης της πρόσβασης στην παγκόσμια αγορά δεν είναι αποκλειστικό προνόμιο των πολυεθνικών οργανισμών και των επιχειρήσεων της βαριάς βιομηχανίας. Αναμένεται να αξιοποιηθούν κατάλληλα και από τις μικρές επιχειρήσεις, από την απλή σύνδεση στο Internet μέχρι την ενσωμάτωση ολοκληρωμένων μοντέλων η-επιχειρείν .

Όσον αφορά στη διασύνδεση, αυτή έχει αυξηθεί αρκετά το τελευταίο διάστημα και σύμφωνα με τη Eurostat, πάνω από το 90% των επιχειρήσεων με περισσότερους από 10 υπαλλήλους χρησιμοποιεί Η/Υ και σχεδόν το 80% αυτών διαθέτει σύνδεση στο Internet. Πλέον δεν παρατηρούνται τεράστια χάσματα μεταξύ των μεγάλων οργανισμών και των ΜΜΕ ως προς αυτό τον τομέα, μολονότι η υιοθέτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου και άλλων εφαρμογών η-επιχειρείν δεν έχει αντίστοιχη αύξηση σε όλα τα μεγέθη επιχειρήσεων με εξαίρεση κάποιες ενδιαφέρουσες περιπτώσεις στην ευρωπαϊκή αγορά .

Τα συμπεράσματα που εξάγονται από τα παραπάνω κάνουν σαφή την ανάγκη για περαιτέρω εκσυγχρονισμό και ψηφιοποίηση των διαδικασιών εντός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με κύριο στόχο την υιοθέτηση των ΤΠΕ στο επιχειρηματικό περιβάλλον ή σε συνεργατικά δίκτυα ΜΜΕ. Επιπλέον, έρευνες και αναλύσεις που έγιναν στις αγορές της Ευρώπης και των ΗΠΑ δείχνουν ότι καίριος στόχος της «ψηφιακής ΜΜΕ» από τη χρήση των τεχνολογιών του Διαδικτύου είναι μάλλον η ποιοτική της αναβάθμιση, δηλ. πρώτα «καλύτερο επιχειρείν» και κατόπιν «οικονομικότερο» .

2.23 Οι ξεκάθαροι στόχοι είναι σημαντικοί για την επιτυχημένη στρατηγική για το ηλεκτρονικό επιχειρείν

Όπως και άλλες δράσεις υποστήριξης, η πολιτική για το ηλεκτρονικό επιχειρείν θα πρέπει να βασίζεται σε ξεκάθαρους στόχους. Ο προσδιορισμός ρεαλιστικών και εφικτών στόχων φαίνεται να είναι μία από τις δυσκολότερες προκλήσεις. Σχετικά με το ηλεκτρονικό επιχειρείν, υπήρξαν στόχοι οι οποίοι συνεχόμενα δεν εκπληρώθηκαν και δημιούργησαν απογοήτευση, όχι μόνο στη πολιτεία αλλά και στον επιχειρηματικό κόσμο. Κατά συνέπεια, οι στόχοι που θέτονται, όσο είναι δυνατό, προσαρμοσμένοι στην πραγματικότητα. Η επιλογή μετρήσιμων στόχων αποτελεί ακόμα μία πρόκληση για την πολιτεία. Στα πρώιμα στάδια, όπου η στρατηγική στοχεύει στην εισαγωγή των ΜΜΕ στην ιδέα και τις πρώτες ενέργειες του ηλεκτρονικού επιχειρείν, οι στόχοι αυτοί είναι δυνατόν να είναι κυρίως ποσοτικοί, όπως για παράδειγμα ο αριθμός των ΜΜΕ

που θα συνδεθούν στο διαδίκτυο, ο αριθμός των υπαλλήλων που θα εκπαιδευτούν ή ο αριθμός των ημερών συμβουλευτικής που θα προσφερθεί στις ΜΜΕ .

Καθώς το ενδεχόμενο της υιοθέτησης του ηλεκτρονικού εμπορίου γίνεται περισσότερο περίπλοκο, ο καθορισμός ποσοτικών στοιχείων και κατάλληλων στόχων γίνεται περισσότερο δύσκολος. Οι στόχοι στην περίπτωση αυτή θα περιλαμβάνουν ένα μείγμα από ποσοτικούς και ποιοτικούς στόχους οι οποίοι έχουν σκοπό να μετρήσουν τα επίπεδα πολυπλοκότητας της υιοθέτησης της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας. Για κάθε στόχο, συγκεκριμένα κριτήρια απόδοσης θα πρέπει να προσδιοριστούν από την αρχή, με σκοπό να γίνει δυνατό να αναγνωριστεί αν η πολιτική είναι επιτυχημένη ή όχι. Τέλος, σε ένα τέτοιο δυναμικό περιβάλλον όσο του ηλεκτρονικού επιχειρείν, η πολιτική χρειάζεται να παραμείνει ευέλικτη και κατά συνέπεια τα αντικείμενά της, οι στόχοι και οι δείκτες ίσως χρειάζεται να εξετάζονται συνεχώς κατά την διάρκεια του έργου. Από την άλλη πλευρά, εάν οι στόχοι δεν μπορούν να επιτευχθούν αυτό ίσως να σημαίνει ότι η πολιτική είτε δεν προσδιορίστηκε καλά ή ότι απέτυχε να ικανοποιήσει τις πραγματικές ανάγκες. Στην περίπτωση αυτή, θα ήταν προτιμότερο να αλλάξουν ολοκληρωτικά ή να εγκαταλειφθούν .

2.24 Τα οφέλη του ηλεκτρονικού επιχειρείν θα πρέπει να είναι βιώσιμα

Πολλές δράσεις στήριξης για τις ΜΜΕ έχουν ξεκινήσει υπό την μορφή έργων με ξεκάθαρα ορισμένα παραδοτέα, όπως ενίσχυση της γνώσης και της πληροφόρησης, υλικό για εκπαίδευση και κατάρτιση, εξοπλισμός για εκπαίδευση, μελέτες περιπτώσεων, καλές επιχειρηματικές πρακτικές, κλπ. Τέτοια έργα έχουν περιορισμένο κύκλο ζωής σαν πρωτοβουλίες από την Πολιτεία, στοχεύοντας συνήθως να δημιουργήσουν την υποδομή και να ξεκινήσουν την λειτουργία βασικών υπηρεσιών προς τις ΜΜΕ. Από την στιγμή που τα έργα αυτά φτάσουν στο τέλος τους, όποτε αυτό είναι εφικτό, μετασχηματίζονται σε μία λύση η οποία είναι αυτόνομη και η ανάπτυξή της έχει βασιστεί στο διαδικασία υλοποίησης του έργου. Με το σκεπτικό αυτό, η ανάμιξη των ενδιάμεσων, όπως οι επιχειρηματικοί σύνδεσμοι, τα

επιμελητήρια καθώς και άλλοι επιχειρηματικοί φορείς που συμμετέχουν σε έργα, ενδέχεται να είναι σημαντική για την διασφάλιση της βιωσιμότητας των αποτελεσμάτων μετά το τέλος του έργου. Καθώς το κύριο αντικείμενο τους είναι η υποστήριξη των επιχειρηματικών διαδικασιών, οι οργανισμοί αυτοί είναι ιδανικά τοποθετημένοι έτσι ώστε να δημιουργήσουν πιλοτικές επιχειρηματικές υπηρεσίες μέσω των έργων και έχουν την δυνατότητα να τις μετατρέψουν σε αυτόνομες εμπορικές υπηρεσίες μετά το τέλος της δημόσιας χρηματοδότησης .

2.25 Προτάσεις για ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν στις ΜΜΕ

Συνοψίζοντας, τα προβλήματα που εμφανίζονται κατά κύριο λόγο μεταξύ άλλων και όπως αυτά παρουσιάστηκαν πιο πάνω είναι τα εξής :

- Η ανεπαρκής ενημέρωση και διάχυση της πληροφορίας προς τις ΜΜΕ σχετικά με τα ζητήματα του ηλεκτρονικού επιχειρείν και της νέας οικονομίας.
- Η έλλειψη επαρκούς και προσβάσιμου κατάλληλου ανθρώπινου δυναμικού για να στελεχώσει τις ΜΜΕ.
- Το πολύ χαμηλό επίπεδο ευαισθητοποίησης, τεχνογνωσίας, επιχειρηματικής ετοιμότητας ακόμη και παντελή έλλειψη στρατηγικής ή οράματος γύρω από τα θέματα του ηλεκτρονικού επιχειρείν από τα στελέχη των ΜΜΕ. Σοβαρή αιτία για αυτά είναι η μικρή επένδυση στο ηλεκτρονικό επιχειρείν λόγω δυσπιστίας για ουσιαστικά αποτελέσματα αλλά και μη ξεκάθαρη αντίληψη για τα άμεσα οφέλη από την μετάβαση προς αυτό.
- Το μη ξεκάθαρο θεσμικό πλαίσιο για το ηλεκτρονικό επιχειρείν αλλά και μη επαρκή ή αναποτελεσματικά οικονομικά κίνητρα για την ενίσχυση των περιφερειακών ΜΜΕ στο ηλεκτρονικό επιχειρείν από τον κεντρικό ή περιφερειακό κυβερνητικό μηχανισμό.
- Η σοβαρή έλλειψη υφιστάμενων τεχνολογικών υποδομών στις ΜΜΕ για άμεση μετάβαση στο ηλεκτρονικό εμπόριο και άμεση και ουσιαστική αξιοποίηση των παροχών και κινήτρων που προσφέρονται από το κράτος και την ΕΕ.

• Ο σοβαρός ρόλος των επαγγελματικών φορέων και συνδέσμων των επιχειρήσεων αλλά και άλλων φορέων και οργανισμών που σχετίζονται με τον ένα ή άλλο τρόπο με τις ΜΜΕ, χωρίς όμως να έχουν καταφέρει να παίξουν ακόμη τον ρόλο του υποστηρικτή και καταλυτικού παράγοντα για το e-business. Η έλλειψη συντονισμού αυτών των φορέων για την επίτευξη συνεργιών και αποφασιστικής καθοδήγησης των ΜΜΕ είναι μία από τις αιτίες και τα προβλήματα .

Οι λύσεις που προκρίνονται ως αναγκαίες είναι οι εξής:

1. Κατάρτιση, Εκπαίδευση και παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σε στελέχη ΜΜΕ.
2. Διάχυση πληροφορίας: Ενημέρωση και Προβολή πετυχημένων προσπαθειών: διαφημιστική εκστρατεία – καλά παραδείγματα.
3. Παροχή κινήτρων (οικονομικών, θεσμικών και απασχόλησης).
4. Δημιουργία νέων ή ενίσχυση των υπαρχόντων δημοσίων ή άλλων φορέων με κεντρικές αρμοδιότητες.
5. Προώθηση της αλλαγής στην Εταιρική Νοοτροπία και κουλτούρα – περιβάλλον.
6. Ανάπτυξη και προώθηση λογισμικού πληροφοριακών συστημάτων για τα δεδομένα και τις ανάγκες των περιφερειακών ΜΜΕ και προσαρμοσμένα στις ανάγκες των αγορών και των αρχών του ηλεκτρονικού επιχειρείν .

Συγκεκριμένες προτάσεις και υποδείξεις για την αντιμετώπιση των προβλημάτων καθώς και για την υλοποίηση των προτεινόμενων λύσεων παρουσιάζονται στην συνέχεια :

1. Καμπάνια ευαισθητοποίησης και ενημέρωσης σε κεντρικό και περιφερειακό επίπεδο από το κράτος και τους αρμόδιους φορείς.
2. Σχεδιασμό και εκτέλεση ειδικών προγραμμάτων εκπαίδευσης, προσαρμοσμένων σε πρακτικό επίπεδο για επιλεγμένα στελέχη ΜΜΕ .
3. Μεγαλύτερη επιδότηση από την κεντρική δημόσια ή/και Περιφερειακή διοίκηση για την ενίσχυση της διείσδυσης του Διαδικτύου.

4. Δημιουργία One-Stop-Shop, για να λυθεί το πρόβλημα της εύκολης και γρήγορης πρόσβασης των επιχειρηματιών στην ενημέρωση και πληροφόρηση στα ζητήματα του ηλεκτρονικού επιχειρείν αλλά και των επιδοτήσεων ή άλλων κινήτρων που υπάρχουν για τις ΜΜΕ .
5. Η καταγραφή όλων των φορέων που σχετίζονται με το ηλεκτρονικό επιχειρείν και τις ΜΜΕ αλλά και των ήδη υπαρχόντων εργαλείων και μεθόδων, θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση για την αποτελεσματική δημιουργία της δομής υποστήριξης των ΜΜΕ όπως περιγράφηκε παραπάνω.
6. Η ομάδα αναγνωρίζει τον καταλυτικό ρόλο που μπορούν να παίξουν τα επιμελητήρια και οι σύνδεσμοι των επαγγελματιών και των ΜΜΕ για την Περιφέρεια.
7. Πρέπει να αξιοποιηθούν τα ήδη υπάρχοντα επιχειρησιακά προγράμματα των Περιφερειών και οι ιδιωτικές εταιρείες συμβούλων που ήδη γνωρίζουν πολλά ζητήματα του ηλεκτρονικού επιχειρείν.
8. Στο πνεύμα προηγούμενης παρατήρησης, να ενισχυθούν περισσότερο οι προσπάθειες Συλλογικών Διαδικτυακών Κόμβων Ηλεκτρονικού Εμπορίου όπου αυτές υπάρχουν και λειτουργούν ήδη.
9. Να επιδοτηθεί η αγορά λογισμικού από τις ΜΜΕ που αναπτύσσεται ειδικά για το ηλεκτρονικό επιχειρείν και τις ΜΜΕ και που ενισχύει την δημιουργία clusters μεταξύ των επιχειρήσεων.
10. Να ενισχυθούν συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις, να αλλάξουν το επιχειρηματικό μοντέλο διοίκησης και οργάνωσής τους.
11. Σε αυτή τη λογική, να δοθούν συγκεκριμένα κίνητρα για επιδότηση θέσεων εργασίας εξειδικευμένου υψηλού προσωπικού που θα μπορεί να απασχοληθεί στις ΜΜΕ, έστω και με σχήματα ημιαπασχόλησης.
12. Να δοθεί προτεραιότητα στην αποσαφήνιση και απλοποίηση των σχετικών νομοθετικών διατάξεων που άπτονται των διάφορων πτυχών του ηλεκτρονικού επιχειρείν, όπως των σχετικών με τις ηλεκτρονικές συμβάσεις, την τήρηση των τιμολογίων με ηλεκτρονικά μέσα σε σχέση με τις διατάξεις που αφορούν τη διακρατική διακίνηση των άυλων αγαθών καθώς και τη σύσταση των εικονικών/ηλεκτρονικών επιχειρήσεων.

13. Να εξετάσει το κράτος, την πιθανότητα φορολογικών κινήτρων για την εφαρμογή του ηλεκτρονικού επιχειρείν ανάλογα με αυτά του TAXISNET και πολύ περισσότερα.
14. Να επιδοτηθούν περισσότερα επιχειρηματικά σχέδια ειδικά όμως του ηλεκτρονικού επιχειρείν για ΜΜΕ, όπως ήδη σχεδιάζεται και εφαρμόζεται μέσω του Γ' ΚΠΣ.
15. Ένας Διαδικτυακός κόμβος που να έχει έναν μηχανισμό καταγραφής γνώσης ανά Περιφέρεια, ώστε οι καλές πρακτικές να διαχέονται και να αποφεύγονται τα προβλήματα.

2.26 Παράμετροι προς επίλυση

Υπάρχουν κάποιες παράμετροι για τις οποίες δίστανται οι απόψεις, όπως το χρηματοδοτικό μοντέλο του Διαδικτύου. Προτείνονται διάφορα πιθανά μοντέλα και δεν υπάρχει μία μόνο λύση. Για παράδειγμα, η χρηματοδότηση για το ηλεκτρονικό περιεχόμενο θα μπορούσε να ακολουθήσει διάφορα μοντέλα εξαρτώμενη από τον τύπο και τα χαρακτηριστικά του. Σημαντικό στοιχείο είναι ότι στις ΗΠΑ, όπου η ανάπτυξη του Διαδικτύου έχει εξελιχθεί ευρύτερα, υπάρχει η μεγαλύτερη επιφυλακτικότητα σχετικά με την χρηματοδότηση για ηλεκτρονικό περιεχόμενο²³. Ένας άλλος τρόπος χρηματοδότησης ανάπτυξης περιεχομένου θα μπορούσε να είναι μέσω του παροχέα υπηρεσιών Internet ο οποίος διατηρεί άμεση σχέση με τον εκάστοτε πελάτη και έχει οικονομική συναλλαγή μαζί του .

Η χρηματοδότηση για ηλεκτρονικό εμπόριο από τις επιχειρήσεις προς τους καταναλωτές (B2C) είναι άλλο ένα πεδίο για το οποίο υπάρχουν σοβαρές επιφυλάξεις. Είναι γνωστό ότι οι άμεσες πωλήσεις προς τους καταναλωτές απαιτούν ειδικές επενδύσεις και θα πρέπει αποδεδειγμένα να υπάρχει χώρος για τις επιχειρήσεις οι οποίες διαθέτουν ένα καλό προϊόν, επαρκή εξυπηρέτηση πελατών καθώς και τα απαραίτητα logistics (εφοδιαστική αλυσίδα). Επίσης, είναι αναγκαίο να αντιμετωπιστεί η συνεχώς αυξανόμενη ανησυχία σχετικά με την ασφάλεια η οποία ακόμα υπάρχει σχετικά με το Διαδίκτυο. Αυτό είναι και ένα από τα κύρια σημεία και η

επίλυση του εξαρτάται από ένα συνδυασμό τεχνικών παραγόντων όσο και ενημέρωσης. Ίσως να είναι αναγκαίο να βελτιωθεί η ασφάλεια στο Διαδίκτυο αλλά είναι εξίσου απαραίτητο να γίνει σε συνδυασμό με την ενημέρωση των χρηστών ότι με μία σειρά από προληπτικά μέτρα, ο κίνδυνος δύναται να μειωθεί σε πολύ μεγάλο βαθμό .

Είναι ξεκάθαρο ότι οι επιχειρήσεις τύπου «dotcom» δεν θεωρούνται πλέον ως πετυχημένες. Οι παραδοσιακές μέθοδοι εξυπηρέτησης πελατών, διαφοροποίησης μεταξύ προσφοράς και ποιότητας υπηρεσίας, βασικά στοιχεία για μία επιχείρηση θα αποτελέσουν παράγοντες επιτυχίας για το μέλλον. Μερικοί από τους ειδικούς αναγνωρίζουν ότι το να ανήκει μία επιχείρηση σε μία βιομηχανική ομάδα η οποία διαθέτει αναγνωρισμένο brand ή εικόνα σημαίνει ότι δύναται να ενσωματώσει όλους τους παράγοντες και τις προοπτικές οι οποίες σχετίζονται με την βιωσιμότητά της και την επιτυχημένη της πορεία .

2.27 Προϋποθέσεις ανταγωνιστικότητας των ελληνικών ΜΜΕ

Σε όλα τα επίπεδα της οικονομικής δραστηριότητας οι επιχειρήσεις και κυρίως οι ΜΜΕ που αποτελούν τον κορμό της Ελληνικής οικονομίας μπορούν να αναπτύξουν απλά αγαθά και υπηρεσίες αλλά κυρίως προϊόντα με έντονη πληροφοριακή αξία και αναγνωρισιμότητα (προσωπική ενασχόληση, πρωτοτυπία, προσαρμοστικότητα). Ενσωματώνονται στην νέα οικονομία, η οποία έχει νέες αρχές επιχειρηματικής δραστηριότητας, νέες προκλήσεις αλλά και ευκαιρίες. Η πληροφορική και οι τηλεπικοινωνίες, ωστόσο δεν περιορίζουν τα μειονεκτήματα του μικρού μεγέθους και της απόστασης από τα κέντρα αποφάσεων .

Από την πλευρά της στρατηγικής, έμφαση δίνεται στην:

- Ενημέρωση σχετικά με ζητήματα του νέου τρόπου διεξαγωγής της επιχειρηματικότητας.
- Ενίσχυση με κατάλληλο ανθρώπινο δυναμικό.

- Ευαισθητοποίηση, τεχνογνωσία, επιχειρηματική ετοιμότητα, στρατηγική γύρω από τα θέματα του ηλεκτρονικού επιχειρείν και ξεκάθαρη αντίληψη για τα άμεσα αποτελέσματα από την υιοθέτησή του.
- Ανάπτυξη τεχνολογικών υποδομών για άμεση μετάβαση στο ηλεκτρονικό εμπόριο και ουσιαστική αξιοποίηση των παροχών και κινήτρων που προσφέρονται από το κράτος και την ΕΕ.
- Ενεργό συμμετοχή και συντονισμό των επαγγελματικών φορέων και συνδέσμων των επιχειρήσεων και άλλων φορέων και οργανισμών που σχετίζονται με τις ΜΜΕ, ώστε να παίξουν τον ρόλο του υποστηρικτή στο ηλεκτρονικό επιχειρείν.

2.28 Οι ΜΜΕ μπορούν να επωφεληθούν ανταλλάσσοντας καλές επιχειρηματικές πρακτικές

Οι ΜΜΕ χρειάζεται να καταλάβουν τα πλεονεκτήματα από την ενσωμάτωση του ηλεκτρονικού επιχειρείν στην επιχειρηματική τους διαδικασία. Ένας πιθανός τρόπος για να επιτευχθεί αυτό είναι μέσω της παρατήρησης και την ανταλλαγής εμπειριών με άλλες επιχειρήσεις οι οποίες έχουν ήδη πειραματιστεί με το ηλεκτρονικό επιχειρείν. Κατά συνέπεια, η υποστήριξη ενός διεπιχειρησιακού διαλόγου και η ενδυνάμωση των συνεργασιών μεταξύ των ΜΜΕ μπορούν να αποτελέσουν πολύτιμα εργαλεία προώθησης της γνώσης σχετικά με την σημαντικότητα της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας σε όλες τις επιχειρήσεις. Διαφορετικοί μηχανισμοί μπορούν να χρησιμοποιηθούν με σκοπό να προσδιοριστούν και να προωθηθούν ευρέως στοιχεία για τις καλές πρακτικές για παράδειγμα μέσω μελετών περιπτώσεων (case studies), επιδείξεων, επιχειρηματικών δικτύων και κλαδικών επαφών, κλπ. Αυτό απαιτεί μία ευρεία στρατηγική προώθησης καθώς και αποτελεσματική διαχείριση του έργου.

Ωστόσο, θα πρέπει να αναφερθεί ότι πολλά επιχειρηματικά μοντέλα τα οποία θεωρούνταν επιτυχημένα και κατά συνέπεια συστήνονταν σαν καλές πρακτικές στις πρώτες εποχές του ηλεκτρονικού επιχειρείν, τελικά απέτυχαν. Έτσι, η πολιτεία θα πρέπει να εμμένει στην ανάπτυξη δικτύων προώθησης και ανταλλαγής καλών πρακτικών, αποφεύγοντας δηλώσεις επιτυχίας οι οποίες αναφέρονται σε

περιπτώσεις που δεν είναι επιτυχημένες στο πέρασμα του χρόνου. Ο ρόλος της πολιτείας θα πρέπει να είναι ουδέτερος, στοχεύοντας στην προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος, υποστηρίζοντας τον διάλογο, προσδιορίζοντας τις καλές επιχειρηματικές πρακτικές και τις περιπτώσεις επιτυχίας με σκοπό την ευρεία διάχυσή τους. Πάνω απ' όλα, θα πρέπει να αποφευχθεί ο στιγματισμός των κακών πρακτικών καθώς μπορεί να δημιουργηθεί κλίμα απαισιοδοξίας με αρνητικό αντίκτυπο στην επιχειρηματικότητα γενικά.

2.29 Η πολιτική ενισχύεται από την χρήση υπαρχόντων μηχανισμών, επιχειρηματικών φορέων και ενδιάμεσων

Χρησιμοποιώντας επιχειρηματικούς φορείς οι ΜΜΕ μπορούν να προσεγγιστούν μέσω υπαρχόντων γνώριμων καναλιών επικοινωνίας. Οι ΜΜΕ τείνουν να χρησιμοποιούν υπηρεσίες οι οποίες είναι γνώριμες και έμπιστες. Τα πρόσφατα χρόνια πολλές υπηρεσίες πληροφόρησης και καμπάνιες ενημέρωσης πραγματοποιήθηκαν μέσω προγραμμάτων και μέσω νέων και κυρίως άγνωστων καναλιών προώθησης. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι ενέργειες αυτές παρέμειναν απαραίτητες από τις περισσότερες ΜΜΕ, ειδικά στις περιπτώσεις που δεν υποστηρίζονταν από υπάρχοντα επιχειρηματικά δίκτυα. Η τακτική αυτή δεν αποτέλεσε ιδιαίτερη βοήθεια για τις ΜΜΕ, ειδικά για εξέταση των ανησυχιών των επιχειρηματιών που είναι ακόμα δύσπιστοι ως προς το ηλεκτρονικό επιχειρείν.

Γενικά, οι ΜΜΕ είναι διστακτικές στην ανταπόκριση σε πληροφορίες οι οποίες δεν επιτρέπουν εύκολη συνέχεια της επικοινωνίας μέσω προσωπικών επαφών. Έτσι η πληροφόρηση θα πρέπει να μεταδίδεται μέσω έμπιστων για τις επιχειρήσεις ενδιάμεσων (σύνδεσμοι, επιμελητήρια, κλπ.) καθώς οι επιχειρηματικοί αυτοί φορείς μπορούν αποτελεσματικά να προσεγγίσουν το κοινό στόχο και να διαθέτουν καλύτερη κατανόηση σχετικά με τα εργαλεία και τις πρακτικές που είναι καταλληλότερα στον μικρομεσαίο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Επίσης, οι περισσότερες ΜΜΕ τείνουν να θεωρούν το ηλεκτρονικό επιχειρείν σαν μέρος της παραδοσιακής τους επιχειρηματικότητας και κατά συνέπεια θα συνεχίσουν να εμπιστεύονται και να αναζητούν τη συμβουλή υπαρχόντων, γνώριμων

επιχειρηματικών φορέων και οργανισμών με τους οποίους ήδη συνεργάζονται για άλλα επιχειρηματικά θέματα.

2.30 Συμπέρασμα Κεφαλαίου

Στο εξής, τα κέντρα λήψης αποφάσεων σχετικά με την πορεία των ΜΜΕ στη Νέα Οικονομία θα πρέπει να λάβουν υπόψη ότι ο συνδυασμός γενικευμένων αντιλήψεων και υπερβολικά στοχευμένων προσεγγίσεων συνήθως οδηγεί σε μια συγκεχυμένη θεώρηση της πραγματικότητας και των προσδοκιών από τις νέες τεχνολογίες, και ότι αντίθετα θα έπρεπε να υιοθετηθεί μια προσέγγιση που να εδράζεται στις πραγματικές ανάγκες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, με βαθύτερη κατανόηση της πολυπλοκότητας των σύγχρονων εταιριών και του ρόλου της Νέας Οικονομίας ως μονόδρομου για την ανάπτυξη της οικονομίας της γνώσης στη διευρυμένη Ευρώπη.

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 3 °

Έρευνα για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

3.1 Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια **οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις**, έχουν βρεθεί στο επίκεντρο πολλών συζητήσεων σε Ευρωπαϊκό αλλά και Εθνικό Επίπεδο. Τόσο πολύ, που δεν αποτελεί υπερβολή να ισχυρισθεί κανείς πως οι έννοιες «**επιχειρηματικότητα**» και «**μικρή επιχείρηση**» είναι αλληλένδετες. Ο ισχυρισμός έχει βάση καθώς, όποιος έχει μια επιχειρηματική ιδέα, την οποία επιθυμεί να κάνει πράξη, προσδοκά σε μεγαλύτερες αναμενόμενες απολαβές να ξεκινήσει τη δική του επιχείρηση .

Στις αρχές της δεκαετίας του 1970 η λέξη «**επιχειρηματικότητα**» ήταν σχεδόν απύσχα από την οικονομική βιβλιογραφία. Τότε σπάνια κάποιος θα υποστήριζε ότι η επιχειρηματικότητα και οι ΜΜΕ συνθέτουν αναπόσπαστα συστατικά μιας αποτελεσματικής οικονομίας.

Η ύπαρξη των **ΜΜΕ** θεωρούνταν ως μια πολυτέλεια του οικονομικού συστήματος, που είχε θετική επίδραση στην αποκέντρωση των οικονομικών αποφάσεων, αλλά που επιβάρυνε την αποτελεσματικότητα του οικονομικού συστήματος. Προς έκπληξη όλων από τα μέσα της δεκαετίας του 1970, οι ΜΜΕ στην Ευρώπη και στη Βόρειο Αμερική ανέκαμψαν. Για παράδειγμα, στις Ηνωμένες Πολιτείες, το 1976 οι ΜΜΕ παρήγαγαν το 20% των πωλήσεων στη βιομηχανία, ενώ το 1986 το 25%.

3.2 Έρευνα πεδίου στις Επιχειρήσεις

Με βάση επίσημα στοιχεία της Έρευνας του “**ΕΘΝΙΚΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ Α.Ε. – Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της Εκπαιδευτικής Στήριξης του προγράμματος «ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ»**” στην οποία έλαβαν μέρος 740 επιχειρήσεις με σκοπό να αναλυθεί η κατάσταση που επικρατεί στις ΜΜΕ τα τελευταία χρόνια.

Το δείγμα των 740 επιχειρήσεων επελέγη μετά από στρωματοποίηση του πληθυσμού των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στο πρόγραμμα κατά τρία στρώματα, τον κλάδο δραστηριότητας, την Περιφέρεια στην οποία δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις και τέλος το μέγεθος των επιχειρήσεων. Πριν την υλοποίηση της έρευνας πεδίου πραγματοποιήθηκε πιλοτική έρευνα στις ΜΜΕ με σκοπό την αποτύπωση τυχόν δυσκολιών και τον πληρέστερο σχεδιασμό της έρευνας πεδίου και του ερωτηματολογίου.

Η διάρκεια της πιλοτικής έρευνας πεδίου ήταν 15 εργάσιμες ημέρες. Αρχικά πραγματοποιήθηκε τηλεφωνική επικοινωνία με τις επιχειρήσεις με στόχο την ενημέρωση τους για το σκοπό διεξαγωγής της έρευνας, την επιβεβαίωση των στοιχείων επικοινωνίας και την επιλογή από τον εκπρόσωπο της επιχείρησης της μεθόδου αποστολής των ερωτηματολογίων – με τηλεομοιοτυπία, με συμβατικό ή με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

Στο διάστημα της πιλοτικής έρευνας πεδίου απεστάλησαν 210 ερωτηματολόγια. Οι εκπρόσωποι των επιχειρήσεων στην πλειονότητά τους (ποσοστό περίπου 78%) επέλεξαν το ερωτηματολόγιο να τους αποσταλεί με τηλεομοιοτυπία και οι υπόλοιποι με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, ενώ μόλις 2 από τους 210 επέλεξαν την αποστολή του ερωτηματολογίου με συμβατικό ταχυδρομείο. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι στη διάρκεια της πιλοτικής έρευνας πεδίου, οι απαντήσεις ανήλθαν μόλις σε 29 (ποσοστό ανταπόκρισης περίπου 14%).

Κατά τη διεξαγωγή της έρευνας πεδίου πέρα από το χαμηλό ποσοστό ανταπόκρισης των επιχειρήσεων, ανέκυψαν και μία σειρά άλλων προβλημάτων τα οποία αφορούσαν στην πλειονότητα τους την επικοινωνία με τις επιχειρήσεις. Ειδικότερα, κατά το στάδιο προσέγγισης του πληθυσμού για την οριστικοποίηση του δείγματος διαπιστώθηκε ότι πολλά από τα στοιχεία των επιχειρήσεων ήταν παρωχημένα, δηλαδή πολλές από τις επιχειρήσεις είτε είχαν αλλάξει έδρα είτε είχαν διακόψει τη λειτουργία τους. Επίσης, μεγάλος ήταν ο αριθμός των επιχειρήσεων που έχουν αλλάξει στοιχεία επικοινωνίας (αριθμό τηλεφώνου, fax, διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου κλπ).

Κατά τη διεξαγωγή της πιλοτικής έρευνας πεδίου και όσον αφορά στην επαρκή συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, δεν παρουσιάστηκαν ιδιαίτερα προβλήματα. Όλα τα σημεία τα οποία έχρηζαν επισήμανσης συλλέχθηκαν από την Ομάδα Έργου και κατόπιν συζητήσεων με την Επιτροπή Παραλαβής, εγκρίθηκαν οι προτεινόμενες, από την Ομάδα Έργου, τροποποιήσεις του ερωτηματολογίου.

3.2.1 Κατανομή Δείγματος κατά Κλάδο Δραστηριότητας

Οι επιχειρήσεις που αποτέλεσαν το δείγμα για την έρευνα πεδίου, κατανέμονται κατά Τομέα Οικονομικής Δραστηριότητας ως ακολούθως: το 18,38% δραστηριοποιείται στον τομέα της μεταποίησης, το 5,54% στον τομέα κατασκευών, το 53,11% στον τομέα του εμπορίου, το 10,27% στον τομέα των υπηρεσιών του τουρισμού και το υπόλοιπο 12,70% των επιχειρήσεων ανήκει στον τομέα των λοιπών υπηρεσιών, ο οποίος περιλαμβάνει την Εκπαίδευση, τη Ψυχαγωγία και τις Αθλητικές και Πολιτιστικές Δραστηριότητες. Ειδικά για τους τομείς της μεταποίησης, του εμπορίου και των λοιπών υπηρεσιών, αναφέρονται τα ακόλουθα:

Μεταποίηση:

Από τις 136 επιχειρήσεις οι οποίες έλαβαν μέρος στην έρευνα από τον τομέα της μεταποίησης, το 4,05% (επί του συνόλου) δραστηριοποιείται στη Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών, το 4,05% στην Παραγωγή Κλωστοϋφαντουργικών Υλών και Προϊόντων και στη Βιομηχανία Δέρματος και Δερμάτινων Ειδών, το 4,05% στην Παραγωγή Χημικών Ουσιών και Προϊόντων από Καουτσούκ, Πλαστικό και Μη Μεταλλικά Ορυκτά και το 6,23% των επιχειρήσεων είναι επιχειρήσεις οι οποίες ασχολούνται με την Κατασκευή Μεταλλικών Προϊόντων, Μηχανημάτων, Ειδών Εξοπλισμού και Λοιπές Βιομηχανίες.

Εμπόριο:

Από τις 393 επιχειρήσεις οι οποίες έλαβαν μέρος στην έρευνα από τον τομέα του εμπορίου, το 10,13% (επί του συνόλου) ανήκουν στον κλάδο του Εμπορίου, Συντήρησης και Επισκευής Αυτοκινήτων Οχημάτων και Μοτοσυκλετών, το 14,05% στον κλάδο του Χονδρικού Εμπορίου εκτός από το Εμπόριο Οχημάτων και το

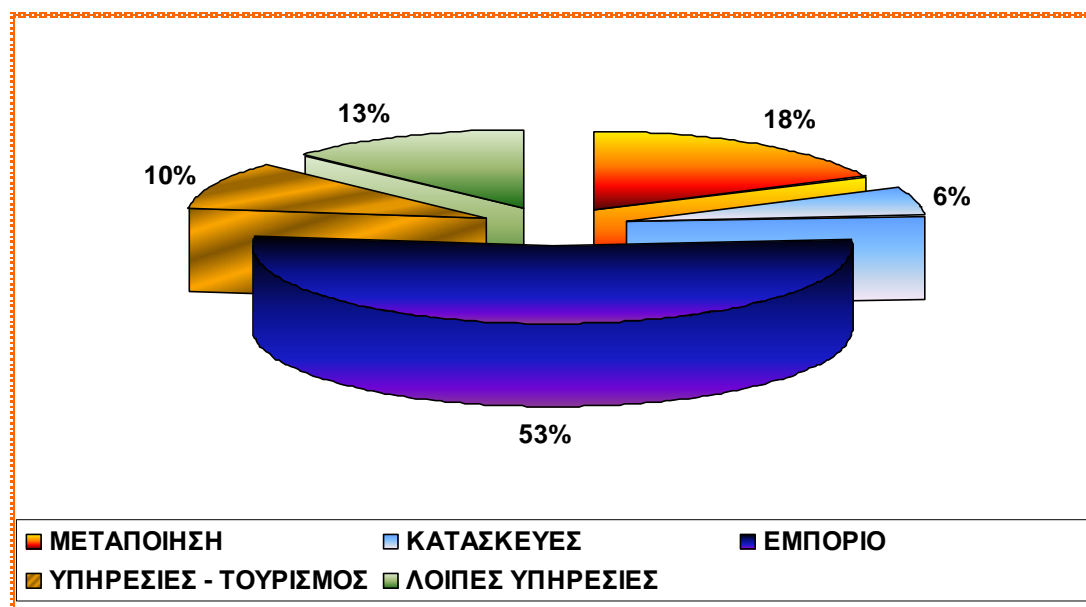
28,93% είναι επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στον κλάδο του Λιανικού Εμπορίου εκτός από το Εμπόριο Οχημάτων.

Λοιπές Υπηρεσίες:

Από τις 94 επιχειρήσεις οι οποίες έλαβαν μέρος στην έρευνα από τον τομέα των υπηρεσιών, το 4,05% (επί του συνόλου) είναι επιχειρήσεις οι οποίες ασχολούνται με τις Μεταφορές και την Αποθήκευση, το 4,05% δραστηριοποιούνται στον τομέα της εκπαίδευσης και το 4,60% ασχολούνται με Ψυχαγωγικές και Αθλητικές Δραστηριότητες. Στον πίνακα και το διάγραμμα που ακολουθούν παρουσιάζονται αναλυτικά τα ποσοστά των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα κατανεμημένα κατά κλάδο δραστηριότητας:

ΚΛΑΔΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ	% ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ
ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ	136	18,38%
15	30	4,05%
17,18,19	30	4,05%
24,25,26	30	4,05%
28,29,33,36	46	6,23%
ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	41	5,54%
45	41	5,54%
ΕΜΠΟΡΙΟ	393	53,11%
50	75	10,13%
51	104	14,05%
52	214	28,93%
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ-ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	76	10,27%
55,63	76	10,27%
ΛΟΙΠΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	94	12,70%
60	30	4,05%
80	30	4,05%
92,93	34	4,60%
ΣΥΝΟΛΟ	740	100,0%

Πίνακας 1: Κατανομή του δείγματος των επιχειρήσεων κατά κλάδο δραστηριότητας



Διάγραμμα 1: Κατανομή Δείγματος επιχειρήσεων κατά Τομέα Δραστηριότητας

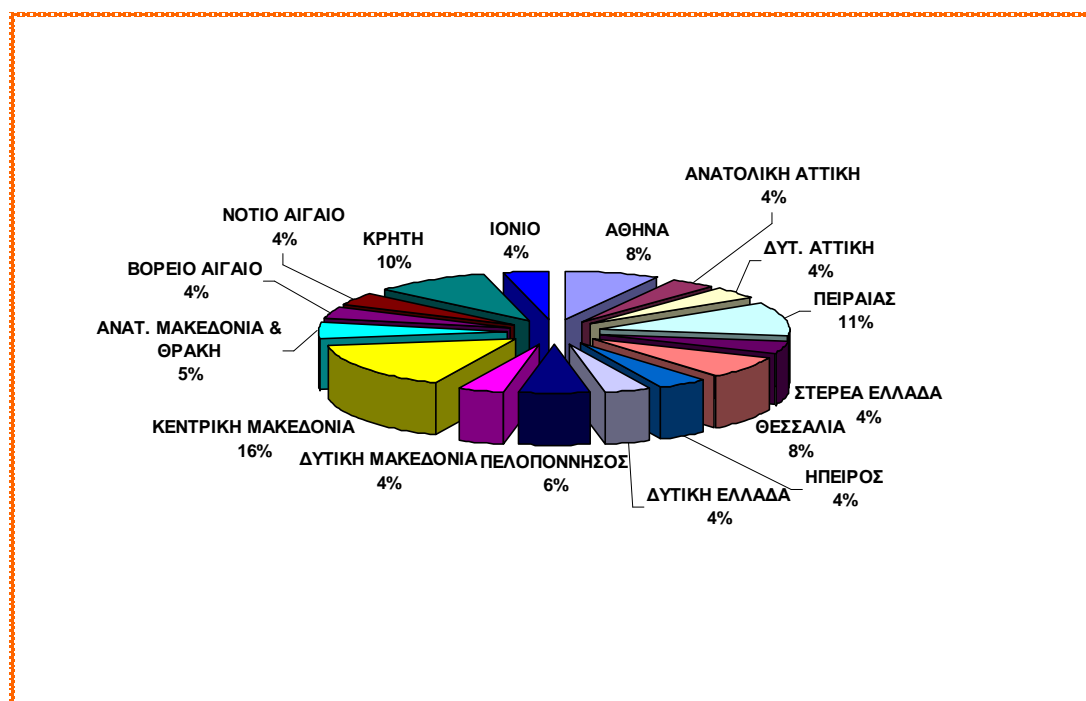
3.2.2 Κατανομή Δείγματος κατά Περιφέρεια

Όσον αφορά στην κατανομή του δείγματος κατά περιφέρεια στην οποία εδρεύει η επιχείρηση, η στρωματοποίηση του δείγματος έχει γίνει κατά τις 12 Περιφέρειες της χώρας ενώ η Περιφέρεια Αττικής έχει χωριστεί στις τέσσερις νομαρχίες: Αθήνα, Ανατολική Αττική, Δυτική Αττική και Πειραιάς. Έτσι, το 8,24% των επιχειρήσεων εδρεύει στην Νομαρχία της Αθήνας, το 4,20% στην Νομαρχία Ανατολικής Αττικής, το 4,32% στην Νομαρχία Δυτικής Αττικής, το 9,73% στην Νομαρχία Πειραιά. Στις υπόλοιπες Περιφέρειες το 4,32% εδρεύει στην Στερεά Ελλάδα, το 7,84% στην Θεσσαλία, το 4,04% στην Ήπειρο, το 4,46% στην Δυτική Ελλάδα, το 5,68% στην Πελοπόννησο, το 4,46% στην Δυτική Μακεδονία, το 15,41% στην Κεντρική Μακεδονία, το 5,27% στην Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, το 4,19% στο Νότιο Αιγαίο, το 4,46% στο Βόρειο Αιγαίο, το 8,92% στην Κρήτη και το 4,46% στο Ιόνιο.

Στον πίνακα και το διάγραμμα που ακολουθούν παρουσιάζονται αναλυτικά τα ποσοστά των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα κατανεμημένα κατά Περιφέρεια:

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ	% ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ
ΑΘΗΝΑ	61	8,24 %
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΑΤΤΙΚΗ	31	4,19 %
ΔΥΤΙΚΗ ΑΤΤΙΚΗ	32	4,32 %
ΠΕΙΡΑΙΑΣ	72	9,73 %
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	32	4,32 %
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	58	7,84 %
ΗΠΕΙΡΟΣ	30	4,05 %
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	33	4,46 %
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	42	5,68 %
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	33	4,46 %
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	114	15,41 %
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	39	5,27 %
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	33	4,46 %
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	31	4,19 %
ΚΡΗΤΗ	66	8,92 %
ΙΟΝΙΟ	33	4,46 %
ΣΥΝΟΛΟ	740	100,00 %

Πίνακας 2: Κατανομή του δείγματος των επιχειρήσεων κατά Περιφέρεια



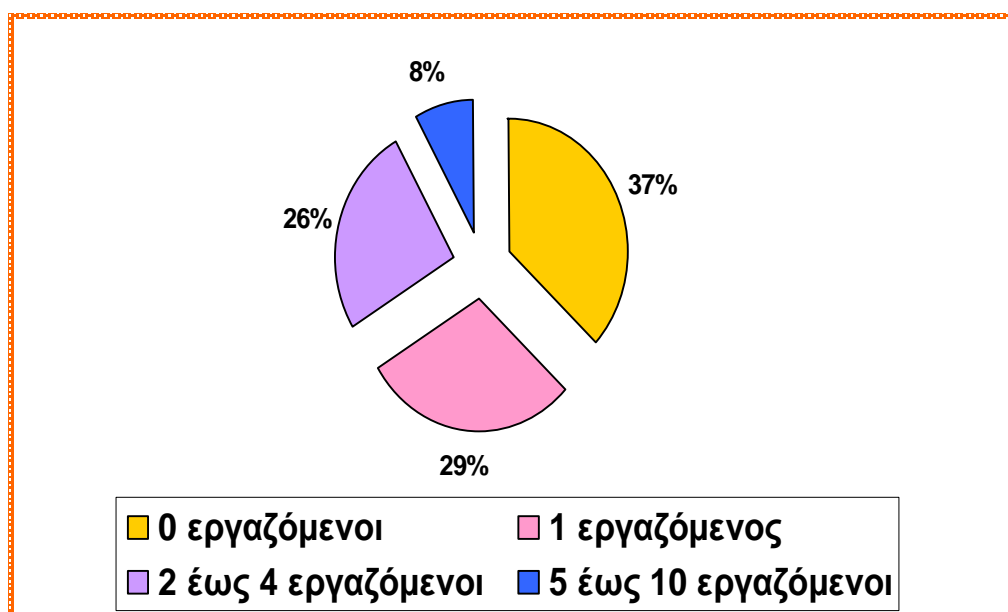
Διάγραμμα 2: Κατανομή Δείγματος επιχειρήσεων κατά Περιφέρεια

3.2.3 Κατανομή Δείγματος με βάση το πλήθος Εργαζομένων

Τέλος, όσον αφορά στην κατανομή του δείγματος κατά αριθμό εργαζομένων ανά επιχείρηση, το 36,49% των επιχειρήσεων δεν απασχολεί εργαζομένους, το 28,65% των επιχειρήσεων απασχολεί έναν εργαζόμενο, το 26,48% των επιχειρήσεων έχει από 2 έως 4 υπαλλήλους και το 8,38% των επιχειρήσεων απασχολεί από 5 έως 10 άτομα. Στον πίνακα και το διάγραμμα που ακολουθούν παρουσιάζονται αναλυτικά τα ποσοστά των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα κατανεμημένα κατά πλήθος εργαζομένων :

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ	% ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ
0 εργαζόμενοι	270	36,49 %
1 εργαζόμενος	212	28,65 %
2 έως 4 εργαζόμενοι	196	26,48 %
5 έως 10 εργαζόμενοι	62	8,38 %
ΣΥΝΟΛΟ	740	100 %

Πίνακας 3: Κατανομή του δείγματος των επιχειρήσεων κατά Τάξη Μεγέθους



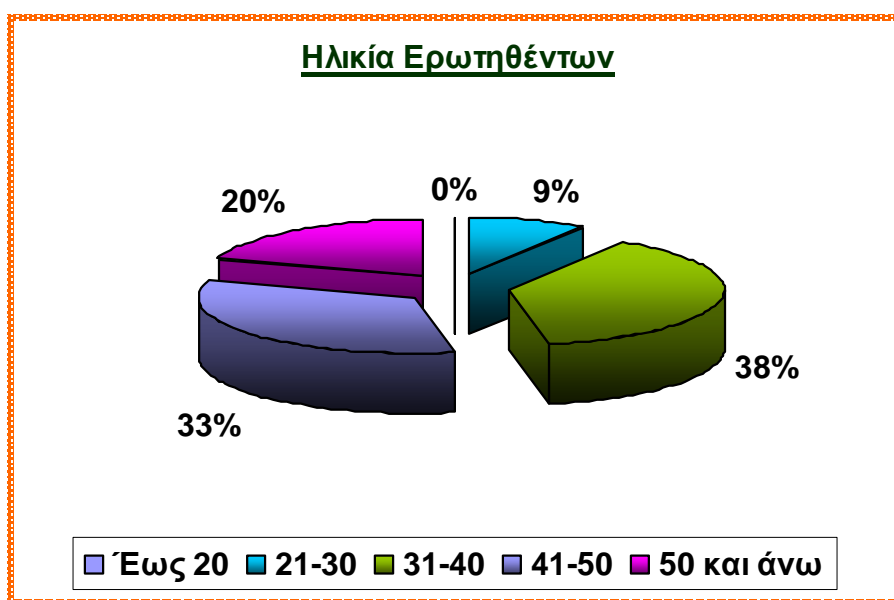
Διάγραμμα 3: Κατανομή Δείγματος επιχειρήσεων κατά Τάξη Μεγέθους

3.3 ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΡΩΤΩΜΕΝΩΝ

3.3.1 Δημογραφικά Στοιχεία Δείγματος Επιχειρήσεων

Οι επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στην έρευνα πεδίου ερωτήθηκαν στην αρχή του ερωτηματολογίου για κάποια βασικά δημογραφικά χαρακτηριστικά που συνδράμουν στην εξαγωγή συμπερασμάτων για το χαρακτήρα της ερευνούμενης ομάδας πληθυσμού. Οι ερωτήσεις 1 έως 5 του ερωτηματολογίου προς τις επιχειρήσεις αφορούσαν αποκλειστικά το άτομο που έλαβε την Εκπαιδευτική Στήριξη, ούτως ώστε να αποτυπωθούν τα χαρακτηριστικά αυτών που έλαβαν μέρος ενεργά στο πρόγραμμα. Έτσι, αναφέρεται ότι οι άντρες υπερίσχυσαν στην έρευνα με ποσοστό 71%, έναντι 29% των γυναικών.

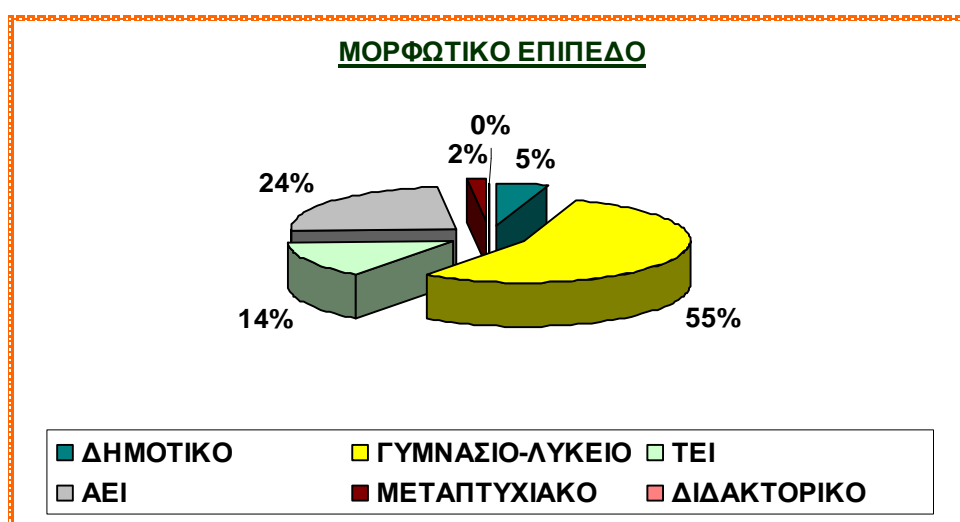
Η διάρθρωση του δείγματος σε ηλικιακές ομάδες, όπως φαίνεται και από το Διάγραμμα 4, δείχνει ότι η πλειονότητα των εκπαιδευόμενων (71%) ήταν μεταξύ 31 και 50 ετών, ενώ ένα σημαντικό 20% ήταν άτομα άνω των 50 ετών. Άτομα νεότερης ηλικίας 21 έως 30 ετών αποτέλεσαν μόλις το 9% του δείγματος.



Διάγραμμα 4: Ηλικιακή Διάρθρωση Δείγματος Ερωτώμενων

Όσον αφορά στο επίπεδο εκπαίδευσης, μεγάλο ποσοστό των εκπαιδευόμενων ήταν απόφοιτοι λυκείου, με σημαντικό όμως το ποσοστό αυτών που κατέχουν πτυχίο Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος. Στην κατανομή αυτή συνέβαλε σημαντικά η ισχυρή παρουσία στον κλάδο του λιανικού εμπορίου των φαρμακείων, όπου αποτελούσαν ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων του λιανικού εμπορίου που συμμετείχαν στο πρόγραμμα.

Αναλυτικά αυτή η τάση παρουσιάζεται σε επόμενη παράγραφο όπου και αναλύονται τα αποτελέσματα ανά τομέα δραστηριότητας.



Διάγραμμα 5: Βαθμίδα Εκπαίδευσης Δείγματος Ερωτώμενων

Στο επόμενο διάγραμμα περιγράφεται η θέση που κατέχει ο εκπαιδευόμενος στην επιχείρηση που συμμετείχε στο πρόγραμμα. Η συντριπτική πλειονότητα των εκπαιδευόμενων ήταν οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες της επιχείρησης. Αυτό μπορεί να ερμηνευθεί ως αποτέλεσμα του πολύ μεγάλου ποσοστού στο δείγμα των επιχειρήσεων με 0 εργαζόμενους (αυτοαπασχολούμενοι), αλλά και από το γεγονός ότι στην ελληνική μικρή επιχείρηση η ηγετική παρουσία του ιδιοκτήτη είναι δεδομένη. Επίσης, ένα μικρό ποσοστό (3%) που απάντησαν «Άλλο», αντιστοιχεί κυρίως στους / στις συζύγους ή τα τέκνα των ιδιοκτητών.

Έτσι, όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά (φύλο, ηλικία, βαθμίδα εκπαίδευσης) αφορούν ουσιαστικά στα χαρακτηριστικά των ιδιοκτητών των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στο πρόγραμμα.



Διάγραμμα 6: Θέση ερωτώμενου στην επιχείρηση

Η τελευταία ερώτηση των δημογραφικών στοιχείων αφορούσε στην κυριότερη αιτία που ώθησε τους εκπαιδευόμενους / επιχειρηματίες να ασχοληθούν με τις Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ). Το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε ότι η επαφή με τις ΤΠΕ προήλθε κυρίως από την επαγγελματική τους ενασχόληση, με δεύτερο το προσωπικό ενδιαφέρον. Σε μια δεύτερη ανάλυση, μπορεί κανείς να παρατηρήσει ότι κυρίως οι απόφοιτοι της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης απάντησαν σε μεγαλύτερο ποσοστό ότι η επαγγελματική τους ενασχόληση τους ώθησε στην επαφή με τις ΤΠΕ, σε σχέση με τους αποφοίτους της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.



Διάγραμμα 7: Κυριότερη αίτια για την ενασχόληση των ερωτώμενων με τις ΤΠΕ.

3.4 Καταγραφή ετοιμότητας – υποδομής της Επιχείρησης (1^ο Επίπεδο)

Το 1^ο Επίπεδο περιλαμβάνει δείκτες σχετικούς με τις βασικές και αναγκαίες προϋποθέσεις για την εφαρμογή του ηλεκτρονικού επιχειρείν. Οι δείκτες αυτοί αφορούν στην τεχνολογική υποδομή, την κοινωνικο-οικονομική προδιάθεση και τις σχετικές δεξιότητες που απαιτούνται για την υιοθέτησή του από τις επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα οι δείκτες αυτοί είναι:

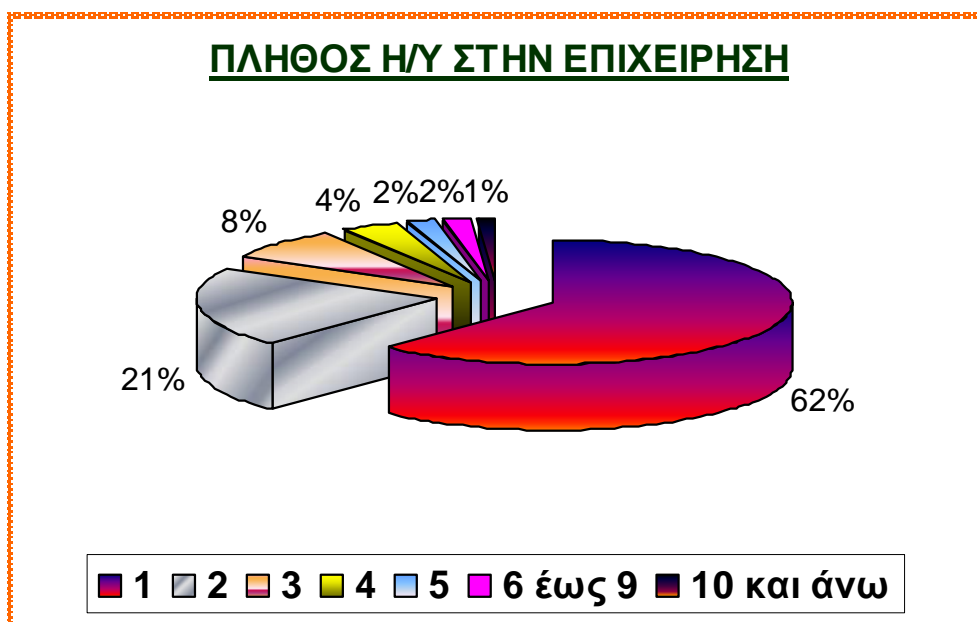
Δείκτες 1^{ου} Επιπέδου:

- i. Αναλογία Η/Υ ανά εργαζόμενο
- ii. Ποσοστό επιχειρήσεων με σύνδεση σε δίκτυο Η/Υ
- iii. Ποσοστό επιχειρήσεων με σύνδεση στο Διαδίκτυο
- iv. Συχνότητα αναβαθμίσεων / τροποποιήσεων του διαθέσιμου λογισμικού
- v. Βαθμός εξοικείωσης του προσωπικού της επιχείρησης με τη χρήση Η/Υ
- vi. Ποσοστό συμμετοχής των εργαζομένων σε εκπαιδευτικά προγράμματα για τις ΤΠΕ.
- vii. Αναλογία εργαζομένων στην επιχείρηση με γνώσεις στη χρήση ΤΠΕ.

Στις υποενότητες που ακολουθούν παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα των παραπάνω δεικτών για το σύνολο του δείγματος.

3.4.1 Δείκτης i : Αναλογία Η/Υ ανά εργαζόμενο

Ο υπολογισμός του εν λόγω δείκτη προέρχεται από τη συσχέτιση με το συνολικό αριθμό των εργαζομένων με το συνολικό αριθμό των υπολογιστών που έχουν οι επιχειρήσεις. Το παρακάτω διάγραμμα δείχνει το πλήθος των υπολογιστών που δήλωσαν οι επιχειρήσεις του δείγματος ότι κατέχουν. Όπως είναι φανερό, η πλειονότητα των επιχειρήσεων έχουν έναν υπολογιστή.



Διάγραμμα 8: Πλήθος Η/Υ στην επιχείρηση

Η τιμή του δείκτη είναι: **Αναλογία Η/Υ ανά εργαζόμενο: 1,25**. Η αναλογία αυτή υποδηλώνει ότι υπάρχουν περισσότεροι υπολογιστές σε σχέση με τους εργαζόμενους των επιχειρήσεων. Παρουσιάζει ενδιαφέρον ωστόσο να παρατηρηθεί η τιμή του δείκτη για τις ξεχωριστές τάξεις μεγέθους των επιχειρήσεων, όπως αυτές απεικονίζονται στον παρακάτω πίνακα. Ο πίνακας δείχνει τις διαφοροποιήσεις στην τιμή του δείκτη ανάλογα με την τάξη μεγέθους των επιχειρήσεων, η οποία κυμαίνεται

από 0,40 στις επιχειρήσεις με 5 έως 10 εργαζόμενους και η υψηλότερη τιμή του παρουσιάζεται στις επιχειρήσεις με 1 εργαζόμενο.

ΠΛΗΘΟΣ Η/Υ	ΤΑΞΗ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ								ΣΥΝΟΛΟ	
	0		1		2 έως 4		5 έως 10			
	Αρ.	%	Αρ.	%	Αρ.	%	Αρ.	%	Αρ.	%
1	193	72,28	142	65,44	96	49,23	19	31,15	450	60,81
2	47	16,60	50	23,04	46	23,59	15	24,59	158	21,35
3	16	5,99	18	8,29	18	9,23	9	14,75	61	8,24
4	4	1,50	4	1,84	18	9,23	7	11,48	33	4,46
5	1	0,37	0	0	10	5,13	4	6,56	15	2,03
6-9	6	2,25	1	0,46	3	1,54	6	9,84	16	2,16
10	0	0	2	0,92	4	2,05	1	1,64	7	0,95
Σύνολο	267	100,00	217	100,00	195	100,00	61	100,00	740	100,00
<i>Η/Υ ανά εργαζό- μενο</i>	1,50		1,61		0,76		0,40		1,25	

Πίνακας 8: Πλήθος Η/Υ κατά Τάξη Μεγέθους Επιχείρησης

3.4.2 Δείκτης ii: Ποσοστό Επιχειρήσεων με σύνδεση σε δίκτυο Η/Υ

Βάση για τον συγκεκριμένο δείκτη αποτέλεσαν οι επιχειρήσεις με περισσότερους από έναν ηλεκτρονικούς υπολογιστές (N = 290). Από αυτές το 47,24% έχουν εσωτερικό δίκτυο σύνδεσης των υπολογιστών. Η τιμή του δείκτη είναι: **Ποσοστό Επιχειρήσεων με σύνδεση σε δίκτυο Η/Υ: 47,24%**.

ΤΑΞΗ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΣΥΝΔΕΣΗ ΣΕ ΔΙΚΤΥΟ Η/Υ
0	37,84 %
1	46,67 %
2 έως 4	50,51 %
5 έως 10	54,14 %
Σύνολο	47,24 %

Πίνακας 9: Ποσοστό Επιχειρήσεων με σύνδεση σε δίκτυο Η/Υ κατά Τάξη Μεγέθους Επιχείρησης

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, όσο μεγαλώνει το μέγεθος των επιχειρήσεων, τόσο αυξάνεται και το ποσοστό αυτών που διαθέτουν εσωτερική σύνδεση σε δίκτυο Η/Υ. Το ποσοστό αυτό κυμαίνεται από 37,84% στις επιχειρήσεις με κανέναν εργαζόμενο και φτάνει το 54,14% στις επιχειρήσεις με 5 έως 10 εργαζόμενους.

3.4.3 Δείκτης iii: Ποσοστό Επιχειρήσεων με σύνδεση στο διαδίκτυο

Οι επιχειρήσεις που διαθέτουν σύνδεση στο Διαδίκτυο στο σύνολο του δείγματος είναι 620. Βάση για το δείκτη αποτέλεσε το σύνολο του δείγματος των επιχειρήσεων (N = 740). Επομένως η τιμή του δείκτη είναι: **Ποσοστό Επιχειρήσεων με σύνδεση στο Διαδίκτυο: 83,78%**.

ΤΑΞΗ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΣΥΝΔΕΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΣΥΝΔΕΣΗ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ
0	213	79,78 %
1	184	84,78 %
2 έως 4	169	86,67 %
5 έως 10	54	88,52 %
Σύνολο	620	83,78 %

Πίνακας 10: Ποσοστό Επιχειρήσεων με σύνδεση στο Διαδίκτυο κατά Τάξη Μεγέθους Επιχείρησης

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, όσο μεγαλώνει το μέγεθος των επιχειρήσεων, τόσο αυξάνεται και το ποσοστό αυτών που διαθέτουν σύνδεση στο Διαδίκτυο. Το ποσοστό αυτό κυμαίνεται από 79,78% στις επιχειρήσεις με κανέναν εργαζόμενο και φτάνει το 88,52% στις επιχειρήσεις με 5 έως 10 εργαζόμενους.

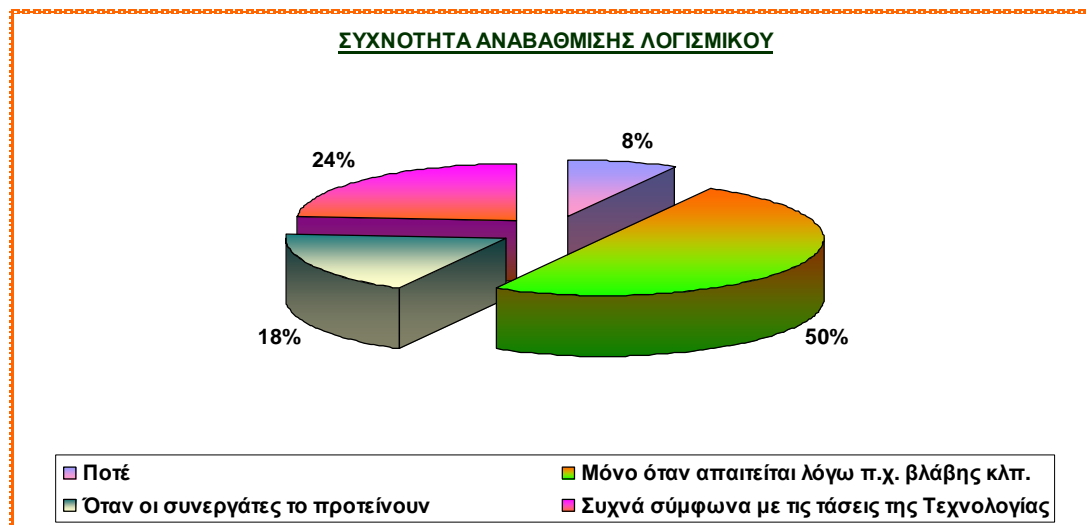
3.4.4 Δείκτης iv: Συχνότητα αναβαθμίσεων/τροποποιήσεων του διαθέσιμου λογισμικού

Ο εν λόγω δείκτης έχει ως σκοπό την αποτύπωση της συχνότητας των αναβαθμίσεων ή/και τροποποιήσεων του διαθέσιμου λογισμικού που προβαίνουν οι επιχειρήσεις. Βάση για το δείκτη αποτέλεσε το σύνολο του δείγματος των επιχειρήσεων (N = 740). Τα αποτελέσματα έχουν ως εξής:

Προβαίνετε σε αναβάθμιση του λογισμικού:	Αριθμός επιχειρήσεων	% στο Σύνολο
Ποτέ	62	8,38%
Μόνο όταν απαιτείται λόγω βλάβης κλπ.	366	49,46%
Όταν οι συνεργάτες μας το προτείνουν.	134	18,11%
Συχνά σύμφωνα με την τάση της τεχνολογίας.	178	24,05%
Σύνολο	740	100,00%

Πίνακας 11: Συχνότητα αναβαθμίσεων / τροποποιήσεων του διαθέσιμου λογισμικού

Όπως φαίνεται, τόσο από τον πίνακα όσο και από το διάγραμμα που ακολουθεί, σχεδόν οι μισοί ερωτώμενοι απάντησαν ότι αναβαθμίζουν το διαθέσιμο λογισμικό τους «Μόνο όταν απαιτείται λόγω βλάβης κλπ». Δεύτερη επιλογή εμφανίζεται με ποσοστό 24,05% η απάντηση «Συχνά σύμφωνα με τις τάσεις της τεχνολογίας» και ακολουθεί η επιλογή «Όταν οι συνεργάτες μας το προτείνουν» με ποσοστό 18,11%. Τέλος, υπάρχει και ένα ποσοστό της τάξης του 8,38% που ισχυρίζεται ότι «δεν προβαίνει ποτέ σε αναβάθμιση του λογισμικού».



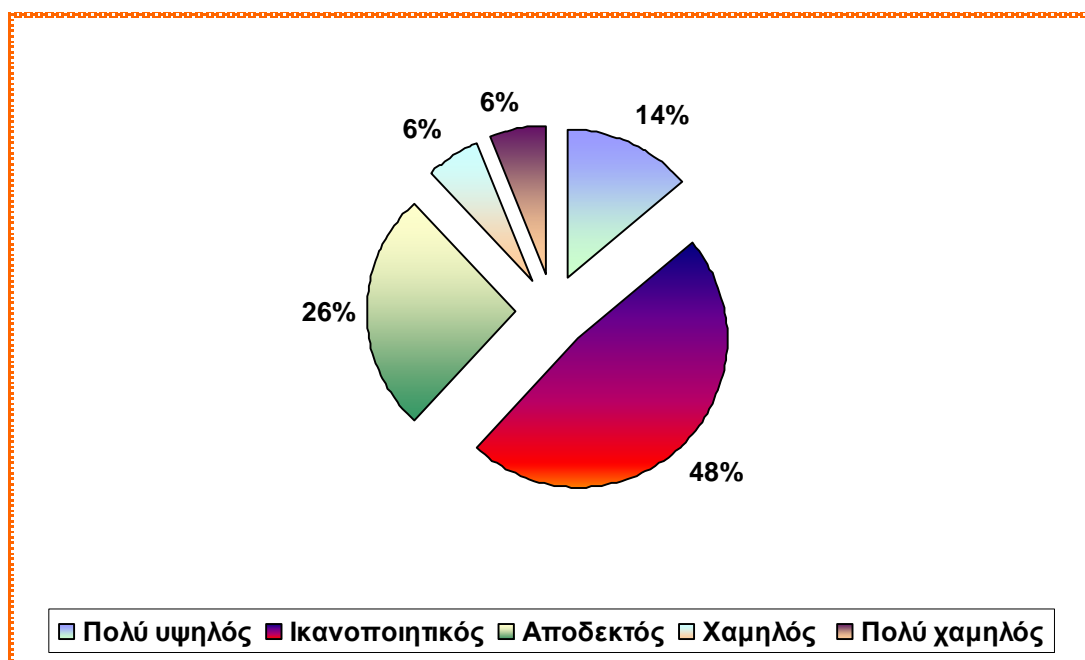
Διάγραμμα 9: Συχνότητα αναβαθμίσεων / τροποποιήσεων του διαθέσιμου λογισμικού

3.4.5 Δείκτης ν: Βαθμός εξοικείωσης του προσωπικού της επιχείρησης με τη χρήση Η/Υ

Ο εν λόγω δείκτης έχει ως σκοπό την αποτύπωση του βαθμού εξοικείωσης του προσωπικού της επιχείρησης με τη χρήση Η/Υ. Ως βάση για το δείκτη αποτέλεσαν οι επιχειρήσεις με έναν τουλάχιστον εργαζόμενο (N = 542). Τα αποτελέσματα των απαντήσεων δείχνουν ότι σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις υποστηρίζουν ότι ο βαθμός εξοικείωσης των υπαλλήλων τους είναι ικανοποιητικός, ενώ αυτές που θεωρούν ότι ο βαθμός εξοικείωσης των υπαλλήλων τους είναι χαμηλός και πολύ χαμηλός περιορίζονται στο 12%. Ο σταθμισμένος μέσος όρος των απαντήσεων που έδωσαν οι ερωτώμενοι δείχνει ότι **ο βαθμός εξοικείωσης των υπαλλήλων είναι: «Ικανοποιητικός».**

ΒΑΘΜΟΣ ΕΞΟΙΚΕΙΩΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ Η/Υ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	% ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ
Πολύ υψηλός	76	14,02 %
Ικανοποιητικός	263	48,52 %
Αποδεκτός	143	26,38 %
Χαμηλός	30	5,54 %
Πολύ χαμηλός	30	5,54 %
Σύνολο	542	100,00 %

Πίνακας 12: Βαθμός εξοικείωσης του προσωπικού της επιχείρησης με τη χρήση Η/Υ



Διάγραμμα 10: Βαθμός εξοικείωσης του προσωπικού της επιχείρησης με τη χρήση Η/Υ

3.4.6 Δείκτης vi: Ποσοστό συμμετοχής των εργαζομένων σε εκπαιδευτικά προγράμματα για τις ΤΠΕ

Οι επιχειρήσεις των οποίων οι εργαζόμενοι συμμετέχουν σε εκπαιδευτικά προγράμματα για τις ΤΠΕ είναι 119. Ως βάση για το δείκτη αποτέλεσαν οι επιχειρήσεις με έναν τουλάχιστον εργαζόμενο (N = 542). Επομένως η τιμή του δείκτη είναι: **Ποσοστό συμμετοχής των εργαζομένων σε εκπαιδευτικά προγράμματα για τις ΤΠΕ: 21,96%**.

ΤΑΞΗ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	% ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ
1	59	20,56 %
2 έως 4	40	20,62 %
5 έως 10	20	32,79 %
Σύνολο	119	21,96 %

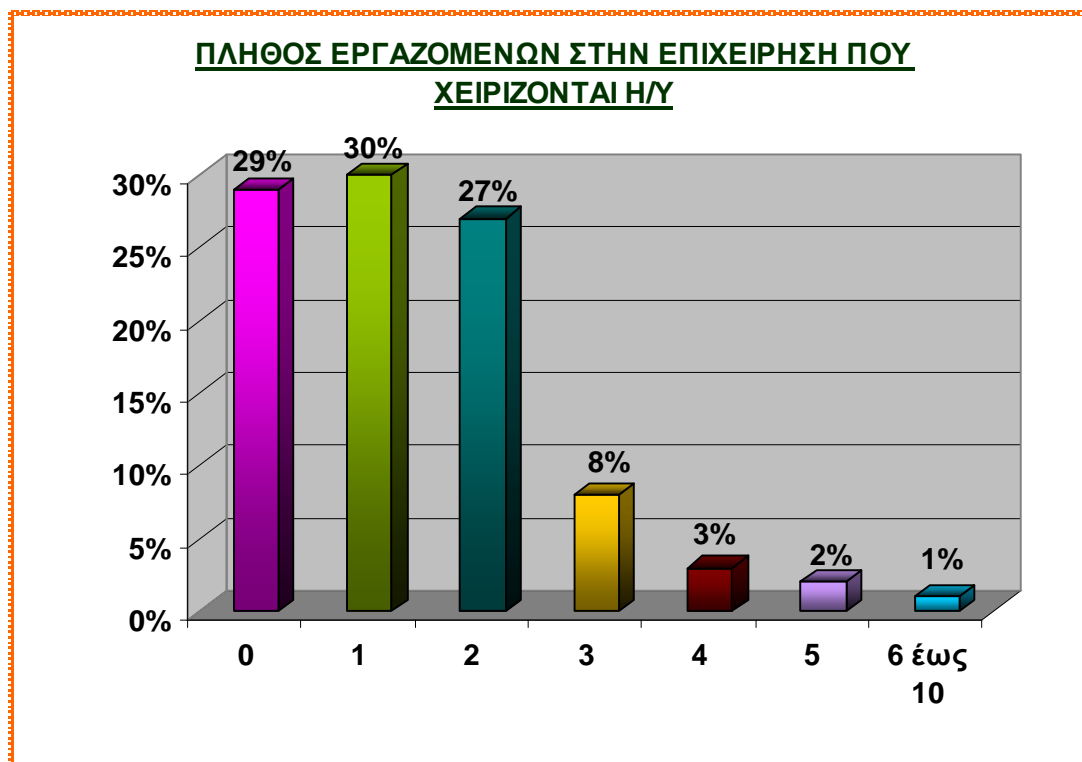
Πίνακας 13: Ποσοστό των εργαζομένων σε εκπαιδευτικά προγράμματα για τις ΤΠΕ κατά Τάξη Μεγέθους Επιχείρησης.

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, όσο μεγαλώνει το μέγεθος των επιχειρήσεων, τόσο αυξάνεται και το ποσοστό αυτών που οι εργαζόμενοί τους συμμετέχουν σε εκπαιδευτικά προγράμματα ΤΠΕ. Το ποσοστό αυτό κυμαίνεται από 20,56% στις επιχειρήσεις με έναν εργαζόμενο και φτάνει το 32,79% στις επιχειρήσεις με 5 έως 10 εργαζόμενους.

3.4.7 Δείκτης vii: Αναλογία εργαζομένων στην επιχείρηση με γνώσεις στη χρήση ΤΠΕ

Ο υπολογισμός του εν λόγω δείκτη προέρχεται από τη συσχέτιση με το συνολικό αριθμό των εργαζομένων που χειρίζονται Η/Υ με το συνολικό αριθμό των υπολογιστών που έχουν οι επιχειρήσεις. Ως βάση για το δείκτη αποτέλεσαν οι επιχειρήσεις με έναν τουλάχιστον εργαζόμενο (N = 542). Το παρακάτω διάγραμμα

δείχνει το πλήθος των εργαζομένων στην επιχείρηση που χειρίζονται Η/Υ. Είναι σημαντικό ότι 29% των επιχειρήσεων απάντησαν ότι κανένας εργαζόμενος στην επιχείρηση δεν χειρίζεται τον Η/Υ.



Διάγραμμα 11: Πλήθος εργαζομένων στην επιχείρηση που χειρίζονται Η/Υ

Η τιμή του δείκτη είναι: **Αναλογία Η/Υ ανά εργαζόμενο με γνώσεις στη χρήση ΤΠΕ: 0,77**. Η αναλογία αυτή υποδηλώνει ότι μπορεί να υπάρχουν περισσότεροι υπολογιστές σε σχέση με τους εργαζόμενους των επιχειρήσεων (δείκτης i : 1,25), όμως εάν η αναλογία υπολογιστεί με το πλήθος των εργαζομένων που χειρίζονται Η/Υ, τότε η αναλογία αυτή μειώνεται στο 0,77. Παρουσιάζει ενδιαφέρον ωστόσο να παρατηρηθεί η τιμή του δείκτη για τις ξεχωριστές τάξεις μεγέθους των επιχειρήσεων, όπως αυτές απεικονίζονται στον παρακάτω πίνακα. Ο πίνακας δείχνει τις διαφοροποιήσεις στην τιμή του δείκτη ανάλογα με την τάξη μεγέθους των επιχειρήσεων, η οποία κυμαίνεται από 0,39 στις επιχειρήσεις με 5 έως 10 εργαζόμενους και η υψηλότερη τιμή του παρουσιάζεται στις επιχειρήσεις με 1 εργαζόμενο.

ΤΑΞΗ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΤΙΜΗ ΔΕΙΚΤΗ
1	1,76
2 έως 4	0,52
5 έως 10	0,39
Σύνολο	0,77

Πίνακας 14: Πλήθος εργαζομένων στην επιχείρηση που χειρίζονται Η/Υ κατά Τάξη Μεγέθους Επιχείρησης

3.5 Καταγραφή έντασης – χρήσης ΤΠΕ από την Επιχείρηση (2^ο Επίπεδο)

Το 2^ο Επίπεδο περιλαμβάνει Δείκτες που παρέχουν εικόνα για το βαθμό χρήσης των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών σε εφαρμογές ηλεκτρονικού επιχειρείν, καθώς επίσης και δείκτες που παρέχουν εικόνα για τον όγκο των διαδικασιών και των συναλλαγών που διεκπεραιώθηκαν ως απόρροια της υιοθέτησης πρακτικών ηλεκτρονικού επιχειρείν. Συγκεκριμένα οι δείκτες αυτοί είναι:

Δείκτες 2^{ου} Επιπέδου:

viii. Ποσοστό επιχειρήσεων με παρουσία στο Διαδίκτυο

ix. Συχνότητα χρήσης του Η/Υ

x. Ποσοστό επιχειρήσεων που διαθέτουν εξειδικευμένες εμπορικές εφαρμογές (ERP, CRM, ASP, MRP, MIS).

xi. Συχνότητα χρήσης του Διαδικτύου

xii. Ποσοστό επιχειρήσεων που συναλλάσσονται ηλεκτρονικά με τράπεζες και τις δημόσιες αρχές.

xiii. Εμπόδια για την εισαγωγή των Νέων Τεχνολογιών στην επιχείρηση (διακρίνεται στους εξής υποδείκτες):

§ Έλλειψη γνώσεων / ενημέρωσης

§ Εξοικειωμένο προσωπικό

§ Τεχνικά προβλήματα

§ Χρονοβόρες διαδικασίες

§ Ασφάλεια δεδομένων / συναλλαγών

§ Μεγάλο κόστος

§ Δυσκολία λόγω ξένης γλώσσας / ορολογίας

Στις υποενότητες που ακολουθούν παρουσιάζονται αναλυτικά τα αποτελέσματα των παραπάνω δεικτών για το σύνολο του δείγματος.

3.5.1 Δείκτης viii: Ποσοστό Επιχειρήσεων με παρουσία στο διαδίκτυο

Οι επιχειρήσεις που προβάλλονται στο Διαδίκτυο στο σύνολο του δείγματος είναι 254. Βάση για το δείκτη αποτέλεσε το σύνολο του δείγματος των επιχειρήσεων (N = 740). Επομένως η τιμή του δείκτη είναι: **Ποσοστό Επιχειρήσεων με παρουσία στο Διαδίκτυο: 34,32%**.

Το ποσοστό αυτό αθροίζεται από τα εξής ποσοστά:

- ▶ Ποσοστό των επιχειρήσεων που διαθέτουν δική τους ιστοσελίδα: 27,70%.
- ▶ Ποσοστό των επιχειρήσεων που προβάλλονται μέσω ιστοσελίδας τρίτου: 6,62%.

ΤΑΞΗ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ
0	73	27,34 %
1	67	30,88 %
2 έως 4	83	42,56 %
5 έως 10	31	50,82 %
Σύνολο	254	34,32 %

*Πίνακας 15: Ποσοστό Επιχειρήσεων με σύνδεση στο Διαδίκτυο
κατά Τάξη Μεγέθους Επιχείρησης*

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, όσο μεγαλώνει το μέγεθος των επιχειρήσεων, τόσο αυξάνεται και το ποσοστό αυτών που προβάλλονται στο Διαδίκτυο. Το ποσοστό αυτό κυμαίνεται από 27,34% στις επιχειρήσεις με κανέναν εργαζόμενο και φτάνει το 50,82% στις επιχειρήσεις με 5 έως 10 εργαζόμενους.

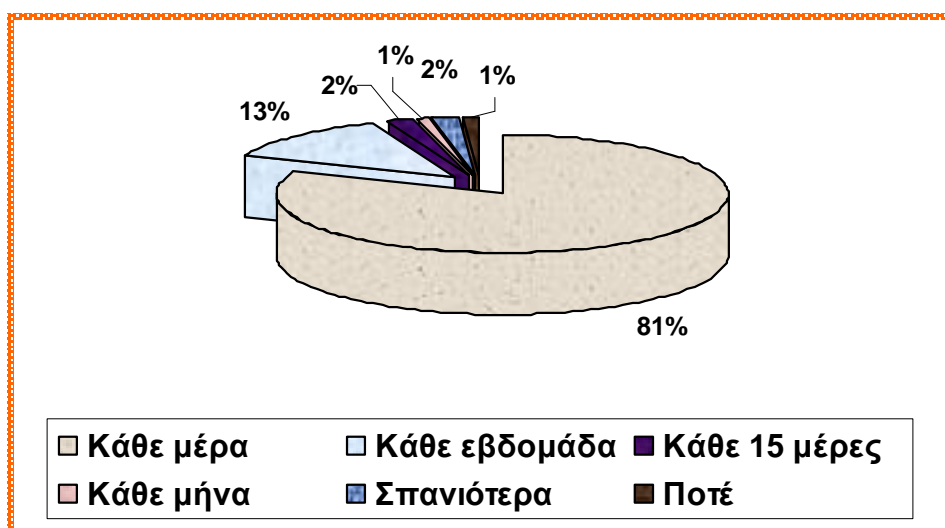
3.5.2 Δείκτης ix: Συχνότητα χρήσης του Η/Υ

Ο εν λόγω δείκτης έχει ως σκοπό την αποτύπωση της συχνότητας χρήσης του Η/Υ από τις επιχειρήσεις. Βάση για το δείκτη αποτέλεσε το σύνολο του δείγματος των επιχειρήσεων (N = 740). Τα αποτελέσματα έχουν ως εξής:

ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΤΟΝ Η/Υ;	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	% ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ
Κάθε μέρα	608	82,16 %
Κάθε εβδομάδα	93	12,57 %
Κάθε 15 μέρες	13	1,76 %
Κάθε μήνα	6	0,81 %
Σπανιότερα	12	1,62 %
Ποτέ	8	1,08 %
Σύνολο	740	100,00 %

Πίνακας 16: Συχνότητα χρήσης του Η/Υ

Όπως φαίνεται, τόσο από τον πίνακα όσο και από το διάγραμμα που ακολουθεί, η πλειονότητα των επιχειρήσεων χρησιμοποιούν τον Η/Υ σε καθημερινή βάση. Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν τον Η/Υ κάθε εβδομάδα αντιστοιχούν στο 13%, ενώ αθροιστικά οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν τον Η/Υ σπανιότερα της εβδομαδιαίας βάσης αντιστοιχούν στο 6% των επιχειρήσεων του δείγματος. Ο σταθμισμένος μέσος όρος που προκύπτει από τις απαντήσεις των ερωτώμενων δείχνει ότι **η συχνότητα χρήσης του Η/Υ είναι: «Κάθε μέρα».**



Διάγραμμα 12: Συχνότητα Χρήσης του Η/Υ

3.5.3 Δείκτης χ: Ποσοστό Επιχειρήσεων που διαθέτουν εξειδικευμένες εμπορικές εφαρμογές (ERP, CRM, ASP, MRP, MIS)

Οι επιχειρήσεις που διαθέτουν εξειδικευμένες εμπορικές εφαρμογές (ERP, CRM, ASP, MRP, MIS) είναι 311. Βάση για το δείκτη αποτέλεσε το σύνολο του δείγματος των επιχειρήσεων (N = 740). Επομένως η τιμή του δείκτη είναι: **Ποσοστό Επιχειρήσεων που διαθέτουν εξειδικευμένες εμπορικές εφαρμογές (ERP, CRM, ASP, MRP, MIS): 40,81%.**

ΤΑΞΗ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΔΙΑΘΕΤΟΥΝ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ	% ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΤΑΞΗΣ
0	106	39,70 %
1	87	40,09 %
2 έως 4	89	45,64 %
5 έως 10	29	80,33 %
Σύνολο	311	40,81 %

Πίνακας 17: Ποσοστό Επιχειρήσεων που διαθέτουν εξειδικευμένες εμπορικές εφαρμογές κατά Τάξη Μεγέθους Επιχείρησης

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, όσο μεγαλώνει το μέγεθος των επιχειρήσεων, τόσο αυξάνεται και το ποσοστό αυτών που διαθέτουν εξειδικευμένες εμπορικές εφαρμογές. Το ποσοστό αυτό κυμαίνεται από 39,70% στις επιχειρήσεις με κανέναν εργαζόμενο και φτάνει το 80,33% στις επιχειρήσεις με 5 έως 10 εργαζόμενους.

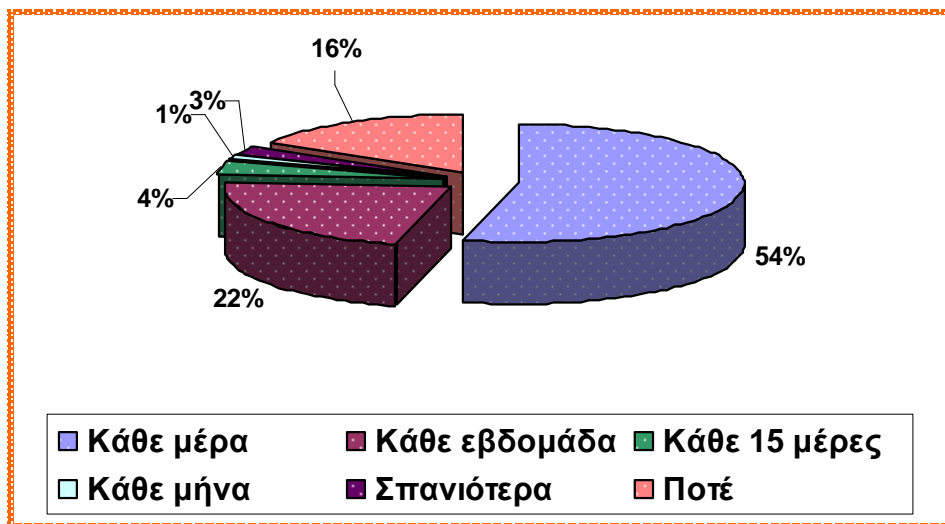
3.5.4 Δείκτης χι: Συχνότητα χρήσης του διαδικτύου

Ο εν λόγω δείκτης έχει ως σκοπό την αποτύπωση της συχνότητας χρήσης του Διαδικτύου από τις επιχειρήσεις. Βάση για το δείκτη αποτέλεσε το σύνολο του δείγματος των επιχειρήσεων (N = 740). Τα αποτελέσματα έχουν ως εξής:

ΠΟΣΟ ΣΥΧΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΕ ΤΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ;	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	% ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ
Κάθε μέρα	393	53,11 %
Κάθε εβδομάδα	163	22,03 %
Κάθε 15 μέρες	32	4,32 %
Κάθε μήνα	10	1,35 %
Σπανιότερα	20	2,70 %
Ποτέ	122	16,49 %
Σύνολο	740	100,00 %

Πίνακας 18: Συχνότητα χρήσης του Διαδικτύου

Όπως φαίνεται, τόσο από τον πίνακα όσο και από το διάγραμμα που ακολουθεί, οι μισές επιχειρήσεις του δείγματος χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο σε καθημερινή βάση. Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το Διαδίκτυο κάθε εβδομάδα αντιστοιχούν στο 22,03%, ενώ υπάρχει ένα σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων της τάξης του 16,49% οι οποίες δεν χρησιμοποιούν ποτέ το Διαδίκτυο. Ο σταθμισμένος μέσος όρος που προκύπτει από τις απαντήσεις που έδωσαν οι ερωτώμενοι δείχνει ότι **η συχνότητα χρήσης του Διαδικτύου είναι: «Κάθε εβδομάδα».**



Διάγραμμα 13: Συχνότητα Χρήσης του Διαδικτύου

3.5.5 Δείκτης xii: Ποσοστό Επιχειρήσεων που συναλλάσσονται ηλεκτρονικά με Τράπεζες και Δημόσιο

Οι επιχειρήσεις που συναλλάσσονται ηλεκτρονικά με τις Τράπεζες και τους Δημόσιους φορείς (πληρωμή ΦΠΑ, TAXIS, ΙΚΑ) είναι 253. Βάση για το δείκτη αποτέλεσε το σύνολο του δείγματος των επιχειρήσεων (N = 740). Επομένως η τιμή του δείκτη είναι: **Ποσοστό Επιχειρήσεων που συναλλάσσονται ηλεκτρονικά με Τράπεζες και Δημόσιο: 34,19%**. Εάν ως βάση επιλεγεί το πλήθος των επιχειρήσεων που διαθέτουν σύνδεση στο Διαδίκτυο (N = 620) τότε η τιμή του δείκτη ανεβαίνει στο 40,80%.

ΤΑΞΗ ΜΕΓΕΘΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΣΥΝΑΛΛΑΣΣΟΝΤΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟ	% ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ ΤΗΣ ΤΑΞΗΣ
0	83	31,08 %
1	76	35,02 %
2 έως 4	73	37,44 %
5 έως 10	21	34,43 %
Σύνολο	253	34,19 %

***Πίνακας 19:** Ποσοστό Επιχειρήσεων που συναλλάσσονται ηλεκτρονικά με Τράπεζες & Δημόσιο κατά Τάξη Μεγέθους Επιχείρησης*

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα, όσο μεγαλώνει το μέγεθος των επιχειρήσεων, τόσο αυξάνεται και το ποσοστό αυτών που συναλλάσσονται ηλεκτρονικά με τις τράπεζες και τους δημόσιους φορείς. Το ποσοστό αυτό κυμαίνεται από 31,08% στις επιχειρήσεις με κανέναν εργαζόμενο και φτάνει το 37,44% για τις επιχειρήσεις με 2 έως 4 εργαζόμενους. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το ποσοστό των επιχειρήσεων με 5 έως 10 εργαζόμενους που συναλλάσσονται ηλεκτρονικά με τις τράπεζες και τους δημόσιους φορείς φτάνει το 34,43% και είναι χαμηλότερο από αυτό των επιχειρήσεων με έναν εργαζόμενο.

3.5.6 Δείκτης xiii: Εμπόδια στην εισαγωγή των Νέων Τεχνολογιών στην Επιχείρηση (διακρίνεται σε 7 υποδείκτες)

Ο εν λόγω δείκτης είναι σύνθετος και διακρίνεται σε 7 επιμέρους υπό-δείκτες:

§ Έλλειψη γνώσεων / ενημέρωσης

§ Εξοικειωμένο προσωπικό

§ Τεχνικά προβλήματα

§ Χρονοβόρες διαδικασίες

§ Ασφάλεια δεδομένων / συναλλαγών

§ Μεγάλο κόστος

§ Δυσκολία λόγω ξένης γλώσσας / ορολογίας

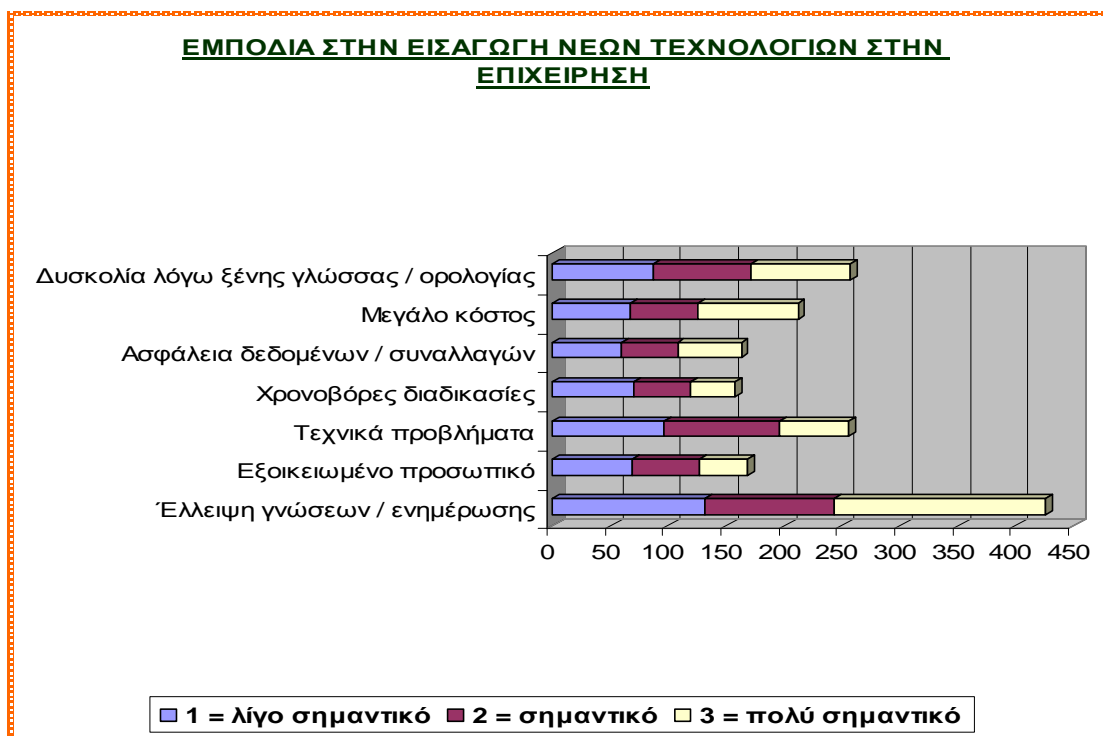
Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα ποσοστά των επιχειρήσεων που απάντησαν ότι αντιμετωπίζουν κάποιο από τα αναφερόμενα προβλήματα.

ΠΟΙΑ ΕΜΠΟΔΙΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΤΕ ΣΤΗΝ ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ;	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ	% ΣΤΟ ΣΥΝΟΛΟ
Έλλειψη γνώσεων / ενημέρωσης	426	57,56%
Εξοικειωμένο προσωπικό	169	22,83%
Τεχνικά προβλήματα	256	34,59%
Χρονοβόρες διαδικασίες	158	21,35%
Ασφάλεια δεδομένων / συναλλαγών	163	22,02%
Μεγάλο κόστος	212	25,64%
Δυσκολία λόγω ξένης γλώσσας / ορολογίας	257	34,72%

Πίνακας 20: Εμπόδια στην εισαγωγή των Νέων Τεχνολογιών στην Επιχείρηση

Όπως φαίνεται και από τον παραπάνω πίνακα, το συχνότερα εμφανιζόμενο πρόβλημα μεταξύ των επιχειρήσεων του δείγματος είναι η έλλειψη γνώσεων και ενημέρωσης γύρω από τα θέματα των Νέων Τεχνολογιών με δεύτερο εκείνο της δυσκολίας λόγω ξένης γλώσσας / ορολογίας. Στο παρακάτω διάγραμμα φαίνεται ο διαχωρισμός των απαντήσεων των επιχειρήσεων του δείγματος στις εξής κατηγορίες: *λίγο σημαντικό, σημαντικό, πολύ σημαντικό*. Από το διάγραμμα διακρίνεται ότι το πρόβλημα «έλλειψη γνώσεων / ενημέρωσης», όχι μόνο είναι το συχνότερα εμφανιζόμενο, αλλά είναι και αυτό που αξιολογείται από τις επιχειρήσεις ως *πολύ σημαντικό* περισσότερο από τα υπόλοιπα εμπόδια με ποσοστό 42,96% επί του πλήθους των απαντήσεων στην συγκεκριμένη επιλογή. Δεύτερο μεγαλύτερο

ποσοστό (40,57%) στην κατηγορία **πολύ σημαντικό** παρουσιάζει η επιλογή «**μεγάλο κόστος**». Αναλυτικά τα ποσοστά των κατηγοριών στην κάθε επιλογή παρατίθενται στον **Πίνακα 21**.



Διάγραμμα 14: Εμπόδια στην εισαγωγή νέων τεχνολογιών στην επιχείρηση

ΕΜΠΟΔΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ		1 = ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ		2 = ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ		3 = ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	
	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Έλλειψη γνώσεων / ενημέρωσης	426	100,00 %	132	30,99 %	111	26,06 %	183	42,96 %
Εξοικειωμένο προσωπικό	169	100,00 %	69	40,83 %	58	34,32 %	42	24,85 %
Τεχνικά προβλήματα	256	100,00 %	96	37,50 %	100	39,06 %	60	23,44 %
Χρονοβόρες διαδικασίες	158	100,00 %	70	44,59 %	49	31,21 %	38	24,20 %
Ασφάλεια δεδομένων / συναλλαγών	163	100,00 %	60	36,81 %	48	29,45 %	55	33,74 %
Μεγάλο κόστος	212	100,00 %	68	32,08 %	58	27,36 %	86	40,57 %
Δυσκολία λόγω ξένης γλώσσας / ορολογίας	257	100,00 %	88	34,24 %	83	32,30 %	86	33,46 %

Πίνακας 21: Εμπόδια στην Εισαγωγή των Νέων Τεχνολογιών στην Επιχείρηση

3.6 Συμπεράσματα από την αποτίμηση των αποτελεσμάτων της Εκπαιδευτικής Στήριξης

Σε αυτή την ενότητα παρουσιάζονται τα συμπεράσματα της αποτίμησης των αποτελεσμάτων της Εκπαιδευτικής Στήριξης του προγράμματος ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ. Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων ακολουθεί την διάρθρωση των επιπέδων των δεικτών στην οποία στηρίχθηκε η παρουσίαση των αποτελεσμάτων.

3.6.1 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑΣ – ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ (1^ο ΕΠΙΠΕΔΟ)

Από την μελέτη των δεικτών του 1^{ου} Επιπέδου, μπορεί κανείς να συμπεράνει τα ακόλουθα:

- Σχεδόν οι μισές από τις επιχειρήσεις που έχουν πάνω από δύο ηλεκτρονικούς υπολογιστές διαθέτει εσωτερικό δίκτυο σύνδεσης μεταξύ τους (ποσοστό 47,24 %).
- Η πλειονότητα των επιχειρήσεων διαθέτει σύνδεση στο Διαδίκτυο, ενώ υπάρχει και ένα σημαντικό ποσοστό αυτών που διαθέτει σύνδεση τύπου ADSL (σχεδόν 30 %).
- Ο βαθμός εξοικείωσης των εργαζομένων στις επιχειρήσεις αξιολογείται ως «ικανοποιητικός».
- Το ποσοστό συμμετοχής όμως των εργαζομένων σε εκπαιδευτικά προγράμματα για θέματα ΤΠΕ είναι σχετικά χαμηλό και επιπρόσθετα η συχνότητα εκπαίδευσης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ύπαρξη επιδοτούμενων προγραμμάτων.
- Ενώ αναλογικά στις επιχειρήσεις υπάρχουν περισσότεροι Η/Υ από τους εργαζόμενους (αναλογία Η/Υ ανά εργαζόμενο: 1,25), η αναλογία αυτή μειώνεται όταν προσμετρούνται μόνο οι εργαζόμενοι με γνώσεις στη χρήση ΤΠΕ (0,77). Η διαφορά αυτή εμφανίζεται για αρκετούς λόγους. Πρώτον, από τον Πίνακα 14 εμφανίζεται η διακύμανση της τιμής του δείκτη μεταξύ των τάξεων μεγέθους των επιχειρήσεων: 0 εργαζόμενοι: 1,50 – 1 εργαζόμενος: 1,61 – 2 έως 4 εργαζόμενοι: 0,76 – 5 έως 10 εργαζόμενοι: 0,40. Οι υψηλότερες τιμές εμφανίζονται στις επιχειρήσεις με κανέναν ή έναν εργαζόμενο, καθώς είναι συχνό φαινόμενο η ύπαρξη εξωτερικών συνεργατών σε πολλές επιχειρήσεις (και ιδιαίτερα στον κλάδο των κατασκευών) καθώς και στην εργασία μελών της οικογένειας του ιδιοκτήτη σε αρκετές επιχειρήσεις. Επίσης, σε

ορισμένους κλάδους, όπως για παράδειγμα η εκπαίδευση, οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές αποτελούν εργαλείο της επιχείρησης και ως εκ τούτου εμφανίζουν πολύ μεγαλύτερο αριθμό ηλεκτρονικών υπολογιστών από τον αριθμό των εργαζομένων τους.

- Οι Επιχειρήσεις εμφανίζονται να μην προβαίνουν συχνά σε συντήρηση του εξοπλισμού τους ή σε αναβάθμιση του λογισμικού που διαθέτουν, παρά μόνο όταν αυτό καταστεί αναγκαίο λόγω βλάβης ή άλλου τυχαίου παράγοντα.

Το επίπεδο υποδομής των επιχειρήσεων είναι σχετικά ικανοποιητικό για την υιοθέτηση βασικών εφαρμογών ηλεκτρονικού επιχειρείν. Σε αυτό συνέβαλε φυσικά το γεγονός ότι η πλειονότητα των επιχειρήσεων απέκτησε τον απαραίτητο εξοπλισμό μέσω του προγράμματος «Δικτυωθείτε».

3.6.2 ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΎΝΤΑΣΗΣ – ΧΡΗΣΗΣ ΤΠΕ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ (2^ο ΕΠΙΠΕΔΟ)

Από τη μελέτη των δεικτών του 2ου Επιπέδου, μπορεί κανείς να συμπεράνει τα ακόλουθα:

- Η πλειονότητα των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί τον Η/Υ σε καθημερινή βάση.
- Πάνω από το ένα τρίτο των επιχειρήσεων έχει παρουσία στο Διαδίκτυο και το 27,70% των επιχειρήσεων διαθέτει δική του ιστοσελίδα.
- Το ποσοστό των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν εξειδικευμένες εμπορικές εφαρμογές και τις αξιολογούν ως «πολύ σημαντικές» για τη λειτουργία τους είναι υψηλό (40,81%).
- Πάνω από τις μισές επιχειρήσεις του δείγματος (53,11%) χρησιμοποιεί το Διαδίκτυο σε καθημερινή βάση, αλλά ταυτόχρονα εμφανίζεται ένα σημαντικό ποσοστό της τάξης του 16% που δεν χρησιμοποιεί ποτέ το Διαδίκτυο.
- Το ποσοστό των επιχειρήσεων που συναλλάσσονται ηλεκτρονικά με Τράπεζες και το Δημόσιο είναι σχετικά χαμηλό (34%).
- Το μεγαλύτερο εμπόδιο των επιχειρήσεων στην εισαγωγή των Νέων Τεχνολογιών αποτελεί η έλλειψη γνώσεων και ενημέρωσης και ακολουθούν τα τεχνικά προβλήματα και η δυσκολία λόγω ξένης γλώσσας / ορολογίας.

Είναι φανερό από τα παραπάνω στοιχεία, ότι αν και η πλειονότητα των επιχειρήσεων διαθέτει τα μέσα (υποδομή) για την υιοθέτηση εφαρμογών ηλεκτρονικού επιχειρείν, η ένταση χρήσης των εφαρμογών αυτών παραμένει σε χαμηλά επίπεδα. Το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν αποτελεί κοινή πρακτική ανάμεσα στις πολύ μικρές επιχειρήσεις, αλλά εξαίρεση. Επίσης, μόλις το ένα τρίτο των επιχειρήσεων συναλλάσσονται ηλεκτρονικά με τράπεζες και δημόσιες αρχές. Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις δεν είναι εξοικειωμένες με τις ΤΠΕ, όπως οι ίδιες παραδέχονται, και παραμένουν διστακτικές στην υιοθέτηση των εφαρμογών ηλεκτρονικού επιχειρείν. Παρόλα αυτά, θετικό στοιχείο αποτελεί η σχετικά διαδεδομένη χρήση εξειδικευμένων εμπορικών εφαρμογών.

Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 4 °

Θετικές και αρνητικές συνέπειες από την χρησιμοποίηση των νέων τεχνολογιών στα Λογιστήρια των ΜΜΕ

4.1 Πώς μπορεί να αξιοποιηθεί η πληροφορική για την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης

Αργά ή γρήγορα, οι περισσότερες επιχειρήσεις επενδύουν στην πληροφορική. Αυτό που καλείται να επιτύχει η πληροφορική είναι να ελαχιστοποιήσει το κόστος και τον κόπο, ενώ συγχρόνως να επιφέρει σημαντική πρόοδο ως προς την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Το κλειδί για την επιτυχία είναι η σωστή προσέγγιση. Θα πρέπει να καθορίσει η επιχείρηση ένα σαφές σύνολο επιχειρηματικών στόχων. Έπειτα θα πρέπει να διαπιστώσει εάν η χρήση των υπολογιστών θα την βοηθήσει να τους επιτύχει. Συνήθως θα διαπιστώσει ότι υπάρχει κάποια έτοιμη λύση που θα την καλύψει.

Παρακάτω θα αναλύσουμε τα εξής:

- Τα κύρια οφέλη της πληροφορικής γενικά.
- Τα ειδικά οφέλη σε τομείς όπως τα λογιστικά, τις πωλήσεις και το μάρκετινγκ.
- Τον τρόπο καθορισμού των ιδιαίτερων αναγκών της σε υπολογιστές.

4.1.1 Πλεονεκτήματα της χρήσης των υπολογιστών στην επιχείρηση

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να εκμεταλλευτούν τα οφέλη που μπορούν να επιφέρουν οι υπολογιστές και αναφέρονται παρακάτω:

A. Θα πρέπει να αυξήσουν την ταχύτητα των δραστηριοτήτων τους:

§ Να δημιουργούν πρότυπα για όλα τα βασικά έγγραφά τους.

§ Θα μπορούν μόνο να εισάγουν τις πληροφορίες (π.χ. τη διεύθυνση) μια φορά και έπειτα να τα χρησιμοποιούν ξανά και ξανά.

Β. Θα πρέπει να βελτιώσουν την ποιότητα της εργασίας τους:

§ Να είναι σε θέση να δημιουργήσουν έγγραφα που να εκφράζουν επαγγελματισμό.

§ Οι εργασίες όπως ο ορθογραφικός έλεγχος και οι αριθμητικοί υπολογισμοί μπορούν να γίνονται αυτόματα.

Γ. Θα πρέπει να διαχειρίζονται ηλεκτρονικά όλες τις πληροφορίες:

§ Τα έγγραφα να μπορούν να κυκλοφορούν σε όλους τους υπαλλήλους στο γραφείο και να τροποποιούνται εύκολα.

§ Το λογιστικό λογισμικό να μπορεί να αλλάζει τον τρόπο κατά τον οποίο διαχειρίζεται η επιχείρηση.

§ Τα λογιστικά φύλλα και οι βάσεις δεδομένων δίνουν τη δυνατότητα στην επιχείρηση να καταγράψει και να ανακτήσει εύκολα πληροφορίες.

§ Να μπορεί να παρακολουθεί και να προγραμματίζει την εργασία όλων των υπαλλήλων στην επιχείρηση, καθώς και να τηρεί τον κάθε υπάλληλο ενήμερο σχετικά με την εξέλιξη του λογαριασμού του κάθε πελάτη.

Δ. Να μοιράζονται πληροφορίες:

§ Η κύρια βάση δεδομένων, οι εκτυπωτές και ο αποθηκευτικός χώρος στο δίσκο και το ημερολόγιο του γραφείου μπορούν να χρησιμοποιούνται από όλους τους υπαλλήλους της επιχείρησης.

§ Επίσης, οι πληροφορίες μπορούν να ενημερώνονται για να χρησιμοποιούνται από όλους τους υπαλλήλους.

Ε. Να επικοινωνούν με τον έξω κόσμο:

§ Χρησιμοποιώντας το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο μπορούν να επικοινωνούν άμεσα με άτομα σε ολόκληρο τον κόσμο με ελάχιστο κόστος.

§ Μπορούν να αναζητήσουν χρήσιμες πληροφορίες στο Διαδίκτυο. Για παράδειγμα, τις τελευταίες προσφορές των ανταγωνιστών της.

§ Να μεταδίδουν μια επαγγελματική εικόνα, είτε μέσω παρουσιάσεων υψηλής ποιότητας ή ενός άριστου δικτυακού τόπου.

4.1.2 Δημιουργία εγγράφων

Η κάθε επιχείρηση θα πρέπει να εφαρμόσει τις εξής αρμοδιότητες με στόχο την βελτίωσή της:

A. Να δημιουργεί επαγγελματικά έγγραφα γρήγορα και σε ποσότητες.

B. Να εκμεταλλεύεται πλήρως τα βασικά έγγραφα:

§ Τους τιμοκαταλόγους (ή τα στοιχεία των προϊόντων), τους οποίους μπορεί να ενημερώνει τακτικά.

§ Τα τιμολόγια (τις εκτιμήσεις ή τα δελτία παράδοσης), τα οποία απλά συμπληρώνει.

§ Τις πρότυπες επιστολές για να απαντάει σε συχνές ερωτήσεις.

Γ. Θα πρέπει να σκεφτεί το ενδεχόμενο της χρήσης ενός ηλεκτρονικού περιοδικού (newsletter) για να διατηρεί την επαφή με τους πελάτες της:

§ Τα κοινά λογισμικά επεξεργασίας κειμένων διαθέτουν τις βασικές λειτουργίες ηλεκτρονικής έκδοσης εντύπων που χρειάζεται για απλές διατάξεις σελίδας.

§ Θα ήταν προτιμότερο η χρήση ενός έγχρωμου εκτυπωτή από έναν ασπρόμαυρο. Για παράδειγμα, μπορεί να χρησιμοποιήσει απόφιο χρώμα για ένα λογότυπο ή για τις κεφαλίδες.

4.1.3 Διαχείριση των λογιστικών θεμάτων

Η ταχύτητα και η ακρίβεια των λογιστικών πακέτων, καθώς και οι διαχειριστικές πληροφορίες που παρέχουν, τα καθιστούν σημαντική καινοτομία. Το λογισμικό έχει συνήθως πρότυπα (τα οποία μπορεί να τροποποιήσει) για τιμολόγια και όλα τα άλλα

έντυπα που χρειάζεται. Λογικά, διατηρεί όλα τα απαραίτητα στοιχεία σχετικά με πελάτες, προμηθευτές και τα προϊόντα της.

A. Μπορεί να αυτοματοποιήσει τις εργασίες ρουτίνας:

§ Η τήρηση των βιβλίων απλουστεύεται και αυτοματοποιείται.

§ Θα μπορεί να χειρίζεται τις τραπεζικές συναλλαγές, τις επιστροφές φόρων και τις υπόλοιπες λογιστικές εργασίες γρήγορα και εύκολα.

§ Θα μπορεί να αγοράσει λογισμικό που θα την βοηθήσει να οργανώσει καλύτερα τη μισθοδοσία και να ελέγχει το απόθεμα.

B. Το λογισμικό θα πρέπει να της παρέχει άμεσα χρήσιμες αναφορές διαχείρισης:

§ Για παράδειγμα, καταλόγους παλιών πιστωτών και χρεωστών, ταμειακό υπόλοιπο, οφειλόμενους φόρους και ΦΠΑ, ισολογισμούς, λογαριασμούς αποτελεσμάτων, αξίες αποθεμάτων, επιδόσεις έναντι του προϋπολογισμού και κερδοφορία για ένα συγκεκριμένο έργο, προϊόν ή τμήμα.

§ Οι βασικές εργασίες όπως ο πιστωτικός έλεγχος, ο οικονομικός προγραμματισμός και η πρόβλεψη ταμειακής ροής γίνονται γρήγορα και απλά.

§ Το σωστό λογισμικό διευκολύνει την προετοιμασία των ετήσιων εκθέσεων της επιχείρησης, σε σύγκριση με τη χρήση οποιουδήποτε χειρωνακτικού λογιστικού συστήματος.

4.1.4 Αύξηση των πωλήσεων

A. Η κάθε επιχείρηση προκειμένου να αυξήσει τις πωλήσεις της θα πρέπει να δημιουργήσει νέες επαφές από ηλεκτρονικές πληροφορίες, όπως καταλόγους αποστολής διαθέσιμους στο εμπόριο:

§ Να είναι σε θέση να αγοράζει γενικούς ή ειδικούς καταλόγους αποστολής και να τους εισάγει στη βάση δεδομένων της ή να τους ενοικιάζει για μια χρήση.

Β. Είναι προτιμότερο να χρησιμοποιεί μια βάση δεδομένων (ή ένα λογιστικό φύλλο) για να καταγράψει βασικές πληροφορίες πελατών, όπως:

§ Διευθύνσεις και στοιχεία επικοινωνίας πελατών.

§ Από που έμαθαν για την επιχείρηση

§ Για τι προϊόντα της θα ενδιαφέρονταν.

§ Ποια είναι τα κύρια άτομα επαφής.

§ Μια περίληψη όλης της επικοινωνίας μεταξύ της επιχείρησης και του πελάτη, συμπεριλαμβανομένων διάφορων στοιχείων, όπως την αλληλογραφία που έχει ανταλλάξει.

Γ. Θα πρέπει να κάνει συγκεκριμένες μαζικές αποστολές αλληλογραφίας:

§ Μπορεί να επιλέξει στόχους από τη βάση δεδομένων της σύμφωνα με διάφορα κριτήρια.

§ Επιλέγοντας επιχειρήσεις σύμφωνα με το μέγεθος, την τοποθεσία και τον κλάδο τους, μπορεί να μειώσει το κόστος της πολλαπλής αποστολής αλληλογραφίας.

§ Η πρότυπη επιστολή που χρησιμοποιείται σε μια μαζική αποστολή δημιουργείται συνήθως με τη βοήθεια του λογισμικού επεξεργασίας κειμένου.

§ Αν δεν έχει βάση δεδομένων η επιχείρηση τότε θα μπορεί να προμηθεύεται διευθύνσεις από το λογισμικό επεξεργασίας κειμένου ή από ένα λογιστικό φύλλο.

Δ. Θα πρέπει να χρησιμοποιεί λογισμικό για να προγραμματίσει την εργασία της ομάδας πωλήσεών της:

§ Τα πακέτα διαχείρισης επαφών ενδείκνυνται για το σκοπό αυτό. Είναι ιδανικά για επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται κυρίως στις πωλήσεις.

§ Το πακέτο διαχείρισης επαφών της, καταγράφει τις συναντήσεις της για μια συγκεκριμένη εβδομάδα, καθώς και όλες τις εργασίες που θα πρέπει να αναλάβει. Για παράδειγμα, το σχέδιο πωλήσεών της μπορεί να απαιτεί να τηλεφωνεί σε κάθε βασικό πελάτη μια φορά το μήνα. Το λογισμικό μπορεί να την πληροφορήσει σε

ποιους πελάτες θα πρέπει ακόμα να τηλεφωνήσει. Κατά τον ίδιο τρόπο, της παρέχει τον αριθμό των νέων επαφών τις οποίες πρέπει να κάνει κάθε μήνα.

§ Αν χρησιμοποιεί λογισμικό διαχείρισης επαφών, αυτό μπορεί να λειτουργήσει ως η κύρια βάση δεδομένων της (η οποία περιέχει όλα τα στοιχεία των πελατών της).

Ε. Θα πρέπει να πληροφορήσει τους πελάτες εάν το προϊόν που αναζητούν βρίσκεται στην αποθήκη, με τη βοήθεια λογισμικού ελέγχου του αποθέματος:

§ Μπορεί να συνδέσει το λογισμικό ελέγχου του αποθέματός της με τη βάση δεδομένων διαχείρισης επαφών, ώστε να εμφανίζει τα στοιχεία των πελατών και τις παραγγελίες μαζί.

ΣΤ. Μπορεί να παράγει τακτικές αναφορές πωλήσεων:

Για παράδειγμα, μπορεί να απαιτείται κάθε υπάλληλος να καταγράφει τις παραγγελίες που δέχεται κάθε εβδομάδα:

§ Οι αναφορές δημιουργούνται με τη βοήθεια ενός λογιστικού φύλλου, ενός συστήματος λογιστικού λογισμικού ή ενός συστήματος λογισμικού διαχείρισης επαφών.

§ Αν οι πωλητές εργάζονται σε εξωτερικούς χώρους, οι αναφορές μπορούν να υποβάλλονται μέσω ενός μόντεμ από ένα φορητό υπολογιστή. Κάθε αναφορά μπορεί να «εισάγεται» στη συνολική αναφορά πωλήσεων.

Ζ. Θα πρέπει να δημιουργήσει αποτελεσματικότερες παρουσιάσεις για πωλήσεις:

§ Το λογισμικό παρουσίασης περιέχει πάντα πρότυπα, τα οποία την βοηθούν να διαμορφώσει εντυπωσιακές παρουσιάσεις. Μπορεί να προσθέσει εικόνες, ήχο και βίντεο για ζωντανές παρουσιάσεις.

§ Μια καλή παρουσίαση μπορεί να τροποποιηθεί και να χρησιμοποιηθεί ξανά και ξανά. Το απαιτούμενο επίπεδο δεξιοτήτων παρουσίασης από κάθε πωλητή είναι σχετικά χαμηλό.

§ Ένας φορητός υπολογιστής προσδίδει επαγγελματισμό στις παρουσιάσεις που πραγματοποιούνται μακριά από το γραφείο.

4.1.5 Εστίαση στο μάρκετινγκ

A. Θα ήταν καλύτερο η επιχείρηση να χρησιμοποιεί τη βάση δεδομένων της για να διαπιστώσει ποιες στρατηγικές μάρκετινγκ λειτουργούν:

§ Η βάση δεδομένων μπορεί να αποκαλύψει την αποτελεσματικότητα της κάθε εκστρατείας μάρκετινγκ.

§ Θα πρέπει να σημειώσει την πηγή κάθε ενδιαφερόμενου πελάτη με τον οποίο έρχεται σε επαφή. Έπειτα, θα πρέπει να ελέγξει τι ποσοστό των ενδιαφερομένων μετατρέπεται σε πωλήσεις, καθώς και το μέσο μέγεθος παραγγελίας.

§ Θα πρέπει να μάθει ποιοι πελάτες παραγγέλνουν, πόσο παραγγέλνουν και πόσο συχνά.

§ Είναι εύκολο να εντοπίσει ποια τμήματα της αγοράς είναι τα πιο κερδοφόρα.

B. Θα πρέπει να δημιουργήσει ένα δικτυακό τόπο, αν οι πελάτες (ή οι πιθανοί πελάτες της) θα το χρησιμοποιούν:

§ Ένας χονδρέμπορος μπορεί να εκδώσει ένα κατάλογο, τον οποίο θα ενημερώνει καθημερινά, με τιμές, διαθέσιμα προϊόντα, στοιχεία νέων προϊόντων και ειδικές προσφορές.

§ Ένας αντιπρόσωπος ενός συλλεκτικού είδους (π.χ. ενός είδους κοσμημάτων) μπορεί να προσφέρει τα προϊόντα του σε συλλέκτες σε ολόκληρο τον κόσμο²⁶.

Γ. Θα πρέπει η κάθε επιχείρηση να βρει πληροφορίες σχετικά με τους ανταγωνιστές της στο Διαδίκτυο, ώστε να προσαρμόσει με λεπτομέρεια τη δική της στρατηγική μάρκετινγκ:

§ Οι δικτυακοί τόποι των ανταγωνιστών της θα αποκαλύψουν τις τελευταίες προσφορές τους.

Δ. Θα ήταν καλό να δημιουργήσει το δικό της υλικό μάρκετινγκ:

§ Τα απλά έντυπα προϊόντων μπορούν να δημιουργηθούν με τη βοήθεια ενός βασικού συστήματος λογισμικού ηλεκτρονικής έκδοσης εντύπων και του εκτυπωτή laser ή inkjet που διαθέτει.

§ Η έκδοση των κύριων καταλόγων προϊόντων της θα πρέπει να είναι επαγγελματική.

4.1.6 Ειδικοί σκοποί

Οι περισσότεροι κλάδοι διαθέτουν ειδικά σχεδιασμένα συστήματα λογισμικού. Η κάθε επιχείρηση θα πρέπει να ζητήσει από τον επαγγελματικό φορέα της ονόματα εξειδικευμένων προμηθευτών λογισμικού.

A. Ορισμένα συστήματα λογισμικού είναι σχεδιασμένα για να διαχειρίζονται όλες τις κύριες επιχειρηματικές της δραστηριότητες:

§ Για παράδειγμα, μια εταιρεία ενοικιάσεως αυτοκινήτων μπορεί να αγοράσει ένα σύστημα λογισμικού που να χειρίζεται τα πάντα, από την υποδοχή ως το πρόγραμμα συντήρησης του οχήματος.

B. Άλλα συστήματα λογισμικού αφορούν συγκεκριμένες εργασίες:

§ Για παράδειγμα, οι κατασκευαστικές εταιρείες μπορούν να αγοράσουν συστήματα λογισμικού που θα τους απαλλάξουν από το μπελά της πληρωμής (και της φορολόγησης) των έκτακτων εργατών.

Γ. Συχνά το σύστημα λογισμικού είναι μια επέκταση σε ένα εδραιωμένο έτοιμο προς χρήση πακέτο λογισμικού:

§ Όσο πιο απλή είναι η προσαρμογή, τόσο λιγότερες πιθανότητες υπάρχουν να πάει κάτι λάθος.

Δ. Η αγορά εξειδικευμένου λογισμικού μπορεί να αποτελέσει σημαντικό κίνδυνο:

§ Θα πρέπει η επιχείρηση να είναι σίγουρη ότι υπάρχουν ήδη επαρκείς χρήστες του λογισμικού που πρόκειται να αγοράσει. Επίσης, θα πρέπει να ζητήσει από τον προμηθευτή σχετικά στοιχεία.

§ Ακόμη, να αποφεύγει να αγοράζει λογισμικό που δεν προβλέπει σωστή υποστήριξη.

§ Αν ο προμηθευτής της χρεοκοπήσει, μπορεί να φορτωθεί ένα απαρχαιωμένο λογισμικό.

Όσο περισσότερο προσαρμόζει το λογισμικό στις ανάγκες της, τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος να αντιμετωπίσει αργότερα προβλήματα στην υποστήριξη.

4.1.7 Ανάλυση αναγκών

Όταν η επιχείρηση σκέφτεται τις ανάγκες της σε υπολογιστές, θα πρέπει να ακολουθήσει τις παρακάτω αρμοδιότητες:

A. Θα πρέπει να θέσει κατά σειρά προτεραιότητας τις απαιτήσεις της από τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές:

§ Ο μόνος σκοπός του υπολογιστή είναι να την βοηθήσει να επιτύχει τους επιχειρηματικούς της στόχους.

§ Δεν χρειάζεται να αυτοματοποιήσει μια εργασία απλά επειδή της δίνεται η δυνατότητα .

B. Θα πρέπει να εστιαστεί στα πραγματικά ζητήματα:

§ Να εντοπίσει τα εμπόδια, τις επалаμβανόμενες εργασίες και τις καλές ευκαιρίες που δεν μπορεί να εκμεταλλευτεί άμεσα.

§ Να πάρει το παράδειγμα μιας επιχείρησης που γράφει κάθε μέρα ένα σύνολο επιστολών που στέλνει ως απάντηση σε ενδιαφερόμενους πελάτες.

§ Χρειάζεται ένα σύστημα για τη μηχανοργάνωση δυο εργασιών: την καταγραφή των στοιχείων του ενδιαφερόμενου κάθε φορά και στο τέλος της ημέρας, τη δημιουργία μιας επιστολής και μιας ετικέτας με τη διεύθυνση του κάθε ενδιαφερόμενου πελάτη.

§ Οι φορητοί υπολογιστές είναι χρήσιμοι για τους μετακινούμενους συνεργάτες και για όποιον εργάζεται εκτός χώρου εργασίας, ενώ οι επιτραπέζιοι υπολογιστές αρκούν για τους περισσότερους υπαλλήλους.

§ Μόνο οι ειδικοί, όπως οι μηχανικοί και οι σχεδιαστές χρειάζονται υπολογιστές με υψηλές επιδόσεις.

§ Τα δίκτυα είναι σχεδόν πάντα αποδοτικά όταν υπάρχει πάνω από ένας χρήστης υπολογιστή στην επιχείρηση.

§ Η διάδοση των πληροφοριών θα της δώσει τη δυνατότητα να εργάζονται οι υπάλληλοι της επιχείρησης πιο αποτελεσματικά.

Γ. Είναι σημαντικό να επιλέξει ένα σύστημα, με το οποίο να αισθάνεται σίγουρη ότι μπορεί να το χρησιμοποιήσει:

§ Αν οι υπάλληλοί της δεν έχουν γνώσεις πληροφορικής, ένα περίπλοκο σύστημα μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα.

Δ. Να είναι σε θέση να εκτιμήσει τις μελλοντικές της ανάγκες σε μηχανοργάνωση μετά από δυο ή τρία χρόνια:

§ Για παράδειγμα, εάν σχεδιάζει να δικτυώσει τους υπολογιστές της, είτε αγοράσει λογισμικό και υλικό εξοπλισμό που ενδείκνυται για αυτή τη χρήση, είτε προγραμματίσει την αντικατάσταση του πλήρους συστήματός της στο στάδιο εκείνο.

Ε. Θα πρέπει να σκεφτεί να προσλάβει ένα σύμβουλο:

Ένας πραγματικός ειδικός, με σχετική εμπειρία, θα την βοηθήσει κάνοντας τα εξής:

§ Κάνοντας τις σωστές ερωτήσεις, ώστε να καθοριστούν επακριβώς τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει.

§ Κατευθύνοντάς την όσον αφορά την ειδική ορολογία και τεχνολογία, εάν αυτά της είναι καινούρια.

§ Παρέχοντάς της συμβουλές για το λογισμικό, τον υλικό εξοπλισμό και την εκπαίδευση που χρειάζεται και διασφαλίζοντάς της τη μέγιστη υποστήριξη μετά την αγορά.

Ο τοπικός επαγγελματικός φορέας της θα μπορεί να την βοηθήσει με όλες αυτές της πλευρές της χρήσης της τεχνολογίας για τη βελτίωση των επιδόσεων της επιχείρησης.

4.2 Προτάσεις προς την Πολιτεία

Οι προτάσεις των μελετητών προς την Πολιτεία αφορούν αλλαγές σε θέματα όπως:

1. Κατηγορίες Προγραμμάτων,
2. Επιλεξιμότητα δαπανών,
3. Αξιολόγηση προτάσεων,
4. Παρακολούθηση προγραμμάτων που υλοποιούνται.

Όσον αφορά τα Προγράμματα Χρηματοδότησης για ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν, θα πρέπει να δημιουργηθούν ουσιαστικά τρεις βασικές κατηγορίες χρηματοδότησης:

- i. Χρηματοδότηση καθιερωμένων επιχειρήσεων οι οποίες να προσανατολίζονται προς την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών,
- ii. Χρηματοδότηση του επιχειρηματικού σχεδίου νέων ιδεών για ανάπτυξη κάποιας νέας πρωτοποριακής ηλεκτρονικής υπηρεσίας. Η υποστήριξη και περαιτέρω προώθηση καλών επιχειρηματικών σχεδίων θα πρέπει να περιλαμβάνουν τεχνολογίες αιχμής και να επικεντρώνονται σε επιχειρηματικούς τομείς οι οποίοι είναι σημαντικοί για την Ελλάδα. Σήμερα τομείς με μεγάλο ενδιαφέρον είναι: τα ευρυζωνικά, WiFi, Logistics, κλπ.
- iii. Οριζόντια έργα υποστήριξης όπως για παράδειγμα τύπου ebusinessforum το οποίο προσφέρει υπηρεσίες συμβούλου προς την πολιτεία φέρνοντας κοντά όλα τα

εμπλεκόμενα μέρη με βάση κάποιες τεχνολογίες ή κλαδικές κεντρικές υποδομές εστιασμένες σε συγκεκριμένα θέματα κάποιου κλάδου.

Αναφορικά με τα θέματα επιλεξιμότητας δαπανών προτείνονται τα εξής:

i. Αύξηση ποσοστού χρηματοδότησης, έστω και έμμεσα με την αποδοχή των αμοιβών προσωπικού ως επιλέξιμη δαπάνη (αυτό αυξάνει και τη δυνατότητα ουσιαστικότερου ελέγχου του έργου όπως φαίνεται και παρακάτω). Τα συγκεκριμένα έργα απαιτούν πολύ μεγάλη προσπάθεια (effort) από το προσωπικό – η μη επιλεξιμότητα της συγκεκριμένης δαπάνης δημιουργεί μη υγιείς καταστάσεις.

ii. Με αυτό τον τρόπο θα δοθεί η ευκαιρία και σε μη κερδοσκοπικούς φορείς να αναπτύξουν κεντρικές υποδομές για τα μέλη τους, π.χ. κλαδικοί φορείς οι οποίοι υποστηρίζουν Ελληνικές ΜΜΕ.

iii. Πρόβλεψη για τη χορήγηση κάποιου bonus σε περίπτωση επιτυχίας της επένδυσης / του business plan.

iv. Γενικά όσο μεγαλύτερη η ευελιξία σε θέματα επιλέξιμων δαπανών τόσο πιο ρεαλιστικό το έργο (σχέση πραγματικού έργου και έργου που περιγράφεται στο τεχνικό δελτίο), τόσο πιο κοντά είναι στις ανάγκες της επιχείρησης και τόσο ουσιαστικότερος έλεγχος μπορεί να γίνει.

Σχετικά με την αξιολόγηση των προτάσεων, προτείνονται τα παρακάτω:

i. Οι αξιολογητές πρέπει να είναι άνθρωποι της αγοράς. Κάθε πρόταση πρέπει να αξιολογείται από έναν τεχνικό και από κάποιον με οικονομικό/επιχειρηματικό υπόβαθρο.

ii. Συνεντεύξεις με επιχειρήσεις και με προμηθευτές συστημάτων με στόχο να ξεχωρίζουν οι σοβαρές προσπάθειες. Απαραίτητα οι συνεντεύξεις πρέπει να γίνονται με ανθρώπους της εταιρίας οι οποίοι θα αναλάβουν την ουσιαστική παρακολούθηση της υλοποίησης του έργου. Ο φορέας υλοποίησης (εταιρεία) πρέπει να έχει τον έλεγχο του έργου και τη δυνατότητα διαπραγμάτευσης (και εφόσον απαιτηθεί ακόμη και αλλαγή του προμηθευτή).

iii. Να δημιουργηθεί μηχανισμός συγκριτικής αξιολόγησης προτάσεων. Για παράδειγμα όταν σε κάποιο πρόγραμμα εμφανίζονται πολλές παρόμοιες προτάσεις (copy/paste) τότε να υπάρχει μηχανισμός συνολικής απόρριψής τους.

iv. Η επιχείρηση πρέπει να έχει την οικονομική ευχέρεια να χρηματοδοτήσει από μόνη της το σχέδιο.

Η παρακολούθηση / έλεγχος της υλοποίησης των προγραμμάτων θα πρέπει:

i. Να γίνεται on the spot και όχι εξ' αποστάσεως.

ii. Να υπάρχει η δυνατότητα να γίνεται χωρίς προειδοποίηση τόσο στον πελάτη όσο και στον προμηθευτή και να διερευνάται εάν τα άτομα που φαίνεται ότι εργάζονται σε κάποιο έργο έχουν πραγματικά γνώση του έργου. Τέτοιου ύφους έλεγχοι πρέπει να πραγματοποιούνται στην περίπτωση που είναι επιλέξιμη δαπάνη οι αμοιβές προσωπικού.

iii. Να εστιάζονται στην επιτυχία του έργου και όχι σε μικροποσά που μπορεί να έχουν δαπανηθεί για να υλοποιηθεί το έργο – θέσπιση κάποιου είδους bonus για πετυχημένα (σε επιχειρηματικό επίπεδο) έργα. Είναι απαραίτητη η απλοποίηση των διαδικασιών ελέγχου, των λογιστικών απαιτήσεων και η εστίαση στο ΦΥΣΙΚΟ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ. Για τη λογιστική παρακολούθηση θα μπορούσαν να υιοθετηθούν διαδικασίες που έχει θεσπίσει η ΕΕ στην υλοποίηση κάποιων έργων (π.χ. ζητάει cost statement από ορκωτό λογιστή).

iv. Να γίνονται από φορείς όπως ΕΛΑΝΕΤ & ΚΕΠΑ οι οποίοι στελεχώνονται με ειδικευμένο προσωπικό με δυνατότητα τεχνικής & συμβουλευτικής υποστήριξης των εταιρειών και διαθέτουν την απαραίτητη εμπειρία.

4.3 Μια πρόταση

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι η οικονομική δραστηριότητα στη χώρα μας βασιζόταν πάντοτε στις μικρομεσαίες οικογενειακές επιχειρήσεις. Αντί λοιπόν να μιλάμε συνεχώς για τους μεγάλους και ισχυρούς της νέας οικονομίας, ίσως θα ήταν πιο αποδοτικό να εξηγήσουμε στους επίδοξους επιχειρηματίες ότι, παρά τους λίγους

πόρους που διαθέτουν θα μπορούσαν και εκείνοι να αποτελέσουν ένα μικρό, αλλά πολύ αποδοτικό μέρος της νέας πραγματικότητας.

4.4 Η ψηφιακή ΜΜΕ στη Νέα Οικονομία: Προτάσεις και Πολιτικές

Οι δυναμικές εξελίξεις τόσο στον κοινωνικό όσο και στον οικονομικό τομέα τα τελευταία χρόνια αναμφισβήτητα ωθήθηκαν ή/και υπαγορεύθηκαν από την ταχεία διάδοση των Νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ΤΠΕ), καθώς και από την αντίστοιχη ανάπτυξη νέων υπηρεσιών και αγαθών. Ωστόσο, η έρευνα και η χάραξη σχετικών πολιτικών (που βασίστηκαν σε μελέτες παραδείγματος και βραχυπρόθεσμες αναλύσεις) δημιούργησαν προσδοκίες που σε αρκετές περιπτώσεις δεν ευοδώθηκαν.

Η μέτρηση των πραγματικών και δυνητικών επιδράσεων των ΤΠΕ στο διεθνές επιχειρηματικό δίκτυο καθιστά την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων αρκετά πολύπλοκη ιδιαίτερα όμως χρήσιμη διαδικασία. Γι' αυτόν ακριβώς το λόγο δημιουργήθηκε το Beep (Better eEurope Practices) Knowledge System, μια βάση συλλογής βέλτιστων πρακτικών μέσα από μελέτες παραδείγματος. Μολονότι αντιμετωπίστηκαν δυσκολίες, αναπτύχθηκε μια ιδιαίτερα επιτυχημένη μεθοδολογία οργάνωσης και ανάλυσης των δεδομένων, με συστηματικό τρόπο και με άξονα τη δημιουργία μιας «γνωσιακής» βάσης δεδομένων με κυρίως εκπαιδευτικό χαρακτήρα.

4.5 Επίλογος – Συμπεράσματα

Συνοψίζοντας καταλήγουμε στα παρακάτω συμπεράσματα:

Η χρησιμοποίηση των Πληροφοριακών Συστημάτων και της Τεχνολογίας έχουν σηματοδοτήσει ένα νέο ξεκίνημα για τη Χώρα μας. Η ανάπτυξη των Πληροφοριακών Συστημάτων τόσο σε Δημόσιους οργανισμούς όσο και σε Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις έχει συντελέσει ώστε να επιτευχθεί άμεσα η επικοινωνία του Κράτους προς τις επιχειρήσεις.

Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις έγιναν αποτελεσματικότερες και αποδοτικότερες με την χρήση Πληροφοριακών Συστημάτων. Με τη βοήθεια αυτών, οι ΜΜΕ μπορούν και

επιβλέπουν πιο γρήγορα την εικόνα της επιχείρησης, με αποτέλεσμα να αντιδρούν πιο έγκυρα και αποτελεσματικά σε οποιοδήποτε κίνδυνο προκύψει.

Στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια έχουν πραγματοποιηθεί σημαντικές υλοποιήσεις στον δημόσιο τομέα. Μετά την επιτυχημένη υλοποίηση του TAXIS στις αρχές της δεκαετίας, μια σειρά από συστήματα έχουν αρχίσει να υλοποιούνται προσφέροντας μια σημαντική γκάμα υπηρεσιών στον πολίτη. Εντούτοις, δεν υπάρχει μια συστηματική στρατηγική που να καθοδηγεί τις συγκεκριμένες υλοποιήσεις τουλάχιστον σε επίπεδο διαχείρισης ταυτότητας.

Το ζήτημα είναι ιδιαίτερα σημαντικό αν λάβουμε υπόψη τις συστηματικές προσπάθειες, πλέον και στην Ελλάδα, για διασύνδεση μεταξύ των υφιστάμενων συστημάτων. Επιπλέον, με βάση τη κατάσταση στην Ευρωπαϊκή Ένωση, διαφαίνεται στο προσεχές μέλλον και μια προσπάθεια συνολικότερης διασύνδεσης των υφιστάμενων συστημάτων σε διακρατικό επίπεδο. Ως εκ τούτου, χρειάζεται μια συστηματική καταγραφή της ισχύουσας κατάστασης σε θέματα διαχείρισης ταυτότητας στην Ελλάδα με στόχο την ωριμότερη και πιο ενημερωμένη θεώρηση του ζητήματος.

Σημαντικό ρόλο παίζει και η πρόοδος στην Τεχνολογία. Οι δυνατότητες που δίνει το διαδίκτυο σήμερα φαντάζουν απεριόριστες. Οι μεγάλες επιχειρήσεις στην Ελλάδα φαίνεται να το κατανοούν πλέον. Παρόλα αυτά, μέχρι και σήμερα ο βαθμός διεξόδου της πληροφορικής τεχνολογίας στις ελληνικές επιχειρήσεις, βάση μελετών είναι αρκετά μικρότερος αντίστοιχων ευρωπαϊκών επιχειρήσεων. Όπως μπορούμε να συμπεράνουμε η πλειοψηφία των δημοφιλών προγραμμάτων ERP δεν φαίνεται να είναι σε θέση να εξυπηρετήσει online συναλλαγές με τις Τράπεζες και τους λοιπούς χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς.

Ομιλία του ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ ΖΟΠΟΥΝΙΔΗ, Προέδρου του τμήματος Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης.

ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ - Παρασκευή, 1 Απριλίου 2005

Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στην Ελλάδα: Γενικά χαρακτηριστικά και χρηματοοικονομικό προφίλ

Η οικονομική θεωρία μέχρι και τα μέσα της δεκαετίας του 1970 τόνιζε τα πλεονεκτήματα των μεγάλων επιχειρήσεων θεωρώντας ότι η επιτυχία μιας επιχείρησης συμβαδίζει με την τάξη μεγέθους της.

Το μέγεθος της παραγωγής και οι οικονομίες κλίμακας θεωρούνταν καθοριστικά στοιχεία για την ανταγωνιστικότητα και την επιβίωση μιας επιχείρησης, προβλέποντας έτσι την επικράτηση των μεγάλων επιχειρήσεων και την εξαφάνιση των μικρομεσαίων. Τα εμπειρικά όμως στοιχεία διεθνώς δείχνουν ότι τα οικονομικά αποτελέσματα δεν συμβαδίζουν με το μέγεθος των επιχειρήσεων. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) εμφανίζονται να κατέχουν πάνω από 95% του συνόλου των επιχειρήσεων, αλλά και να απασχολούν το περισσότερο εργατικό δυναμικό. Επιπλέον, διεθνείς έρευνες έχουν καταδείξει τη συμβολή των ΜΜΕ ως βασικό παράγοντα αύξησης της απασχόλησης, βελτίωσης της παραγωγικότητας και προώθησης της επιχειρηματικής καινοτομίας.

Δεν υπάρχει ένας ενιαίος γενικά αποδεκτός ορισμός της μικρομεσαίας επιχείρησης, αλλά ορίζεται κάθε φορά σε σχέση με τις συγκεκριμένες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες κάθε χώρας και τις εφαρμοζόμενες πολιτικές. Διαφορές στον ορισμό του μεγέθους μιας ΜΜΕ προκαλούνται επίσης από γεωγραφικές παραμέτρους και κυρίως από τις διαστάσεις των αγορών. Έτσι στις ΗΠΑ, μικρομεσαία θεωρείται η επιχείρηση που απασχολεί λιγότερους από 500 εργαζόμενους, στην Ιαπωνία λιγότερους από 300, στη Γερμανία, Γαλλία και Ιταλία λιγότερους από 200 και στην Αυστραλία λιγότερους από 50 εργαζόμενους. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, τα περισσότερο χρησιμοποιούμενα ποσοτικά κριτήρια για τον ορισμό μιας επιχείρησης

ως ΜΜΕ είναι πρωτίστως ο αριθμός των απασχολουμένων και κατά δεύτερον ο κύκλος εργασιών.

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.), σύμφωνα με την Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (αρ. L107/8, 30-4-96), ως ΜΜΕ ορίζεται εκείνη η επιχείρηση που κατέχει τις ακόλουθες ιδιότητες:

* Απασχολεί μέχρι 250 άτομα κατά ανώτατο όριο και:

- Είτε έχει ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 40 εκατομμύρια ευρώ,

- Είτε έχει σύνολο ισολογισμού που δεν υπερβαίνει τα 27 εκατομμύρια ευρώ.

* Στο κεφάλαιο δεν συμμετέχει με ποσοστό που υπερβαίνει το 25% μια ή περισσότερες επιχειρήσεις που δεν πληρούν τον ορισμό αυτό, πλην δημοσίων εταιρειών χαρτοφυλακίου, εταιρειών επιχειρηματικού κεφαλαίου, ή εφόσον δεν ασκείται έλεγχος θεσμικών επενδυτών.

Η Ε.Ε. εφαρμόζει τον ορισμό αυτό στα Κοινοτικά Προγράμματα, συστήνει δε, χωρίς να δεσμεύει, προς τις χώρες-μέλη και την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων την υιοθέτηση του ίδιου ορισμού για τα προγράμματά τους.

Ο ορισμός του ΕΟΜΜΕΧ

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με τον ΕΟΜΜΕΧ, θεωρούνται ως ΜΜΕ όσες επιχειρήσεις απασχολούν μέχρι 100 άτομα προσωπικό. Εάν λαμβάνονταν υπόψη ο ορισμός ΜΜΕ της Ε.Ε., θα περιλαμβανόταν σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις, καθόσον το 99% των επιχειρήσεων απασχολεί το πολύ 50 άτομα. Η ΜΜΕ στην Ελλάδα είναι συνήθως μια οικογενειακή επιχείρηση της οποίας η διοίκηση ταυτίζεται με την κυριότητα και η καθημερινή διαχείριση εξασφαλίζεται συνήθως από τον επιχειρηματία. Η Τράπεζα της Ελλάδος για λόγους χρηματοδότησης από το ειδικό κεφάλαιο της Ν.Ε. 197/11/78 χαρακτηρίζει ως μεταποιητική ΜΜΕ την επιχείρηση αυτή που το ανώτατο ύψος του μέσου κύκλου εργασιών της τελευταίας τριετίας δεν υπερβαίνει τα 2.500.000 ευρώ.

Η Ελλάδα είναι κυριολεκτικά η χώρα των ΜΜΕ, αφού οι επιχειρήσεις με λιγότερα από 100 άτομα προσωπικό αποτελούν το 99,8% του συνόλου των επιχειρήσεων και απασχολούν περίπου 60% του εργατικού δυναμικού του δευτερογενή και τριτογενή τομέα. Σημαντικότερη είναι η θέση των «μικρών» επιχειρήσεων, οι οποίες απασχολούν μέχρι και 10 άτομα προσωπικό, καθόσον αποτελούν το 96,3% του συνόλου των επιχειρήσεων, σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία του ΕΟΜΜΕΧ. Η συμβολή των ΜΜΕ στην απασχόληση είναι σημαντική. Όπως προκύπτει από στοιχεία της ΕΣΥΕ, κατά την περίοδο 1978-88 η μέση ετήσια μεταβολή της απασχόλησης ήταν υψηλότερη στις ΜΜΕ (+2,0%) από την αντίστοιχη στις μεγάλες επιχειρήσεις (-1,0%). Από στοιχεία του ICAP προκύπτει ότι και κατά το χρονικό διάστημα 1988-96 υπάρχει αύξηση των ΜΜΕ σε βάρος των μεγάλων επιχειρήσεων και ως προς τον αριθμό των επιχειρήσεων και ως προς τον αριθμό των απασχολούμενων σε αυτές. Είναι αξιοσημείωτο ότι η μεγαλύτερη αύξηση της απασχόλησης προήλθε από την κατηγορία των μικρών επιχειρήσεων.

Πλεονεκτήματα και αδυναμίες

Οι ΜΜΕ παρουσιάζουν πολλές αδυναμίες αλλά και πλεονεκτήματα. Υπάρχει σοβαρό πρόβλημα χαμηλής παραγωγικότητας που θα πρέπει να αποδοθεί μεταξύ των άλλων στο χαμηλό βαθμό χρησιμοποίησης σύγχρονης τεχνολογίας, στην ανεπαρκή οργάνωση παραγωγής και στη μη εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων διοίκησης, διαχείρισης και μάρκετινγκ.

Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς έχουν δυσκολίες πρόσβασης στο τραπεζικό σύστημα λόγω του υψηλότερου κινδύνου που τις χαρακτηρίζει, έλλειψης επαρκών εγγυήσεων αλλά και λόγω του οικογενειακού τους χαρακτήρα. Περιορισμένη πρόσβαση έχουν επίσης και στις κεφαλαιαγορές. Το αποτέλεσμα είναι ότι οι ΜΜΕ καταλήγουν στο βραχυπρόθεσμο δανεισμό και στις πιστώσεις των προμηθευτών για να καλύψουν τις αυξημένες ανάγκες τους για κεφάλαιο κίνησης. Λίγες είναι οι ΜΜΕ που εφαρμόζουν τη χρηματοδοτική μίσθωση (leasing), τη σύμβασηπρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring) και το επιχειρηματικό κεφάλαιο υψηλού κινδύνου (venture capital) ως εναλλακτικές λύσεις εξεύρεσης κεφαλαίων. Κατά

συνέπεια, οι επιχειρήσεις αυτές έχουν μεγάλη δυσκολία στην ανάπτυξη επενδυτικών προγραμμάτων μεγάλης εμβέλειας.

Οι ΜΜΕ δεν χρησιμοποιούν στρατηγικό προγραμματισμό καθώς και άλλες τεχνικές σύγχρονης διοίκησης, όπως στρατηγικές συμμαχίες, ολική ποιότητα παραγωγής, ανταγωνιστική σύγκριση, μέτρηση ικανοποίησης πελατών κ.λπ. Υστερούν επίσης των μεγάλων επιχειρήσεων στο μάρκετινγκ, στην ανάπτυξη εξαγωγικής δραστηριότητας, σε έρευνα και ανάπτυξη, στην αποτελεσματική χρήση εξωτερικών πηγών πληροφόρησης, στην πρόσβαση στις πηγές παραγωγής πρώτων υλών και στις συνεργασίες. Έχουν υψηλά ποσοστά δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, αλλά και υψηλά ποσοστά θνησιμότητας (50%) ιδιαίτερα κατά τα πρώτα 3-5 έτη της ζωής τους.

Οι λόγοι ύπαρξης των ΜΜΕ αποτελούν και τα βασικά τους πλεονεκτήματα. Η ευελιξία στην παραγωγή, η γρήγορη και εύκολη αφομοίωση της νέας τεχνολογίας και καινοτομίας, η προσαρμοστικότητα στις συνθήκες της αγοράς, η ευκολότερη κάλυψη των αναγκών εξειδικευμένων αγορών, η ταχύτητα στη λήψη αποφάσεων, οι προσωπικές πελατειακές σχέσεις και η συμβολή τους στην ανάπτυξη και απασχόληση απομονωμένων περιοχών είναι μερικά από τα πλεονεκτήματα των ΜΜΕ έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων.

Ευέλικτη τεχνολογία όπως οι υπολογιστές, το ηλεκτρονικό επιχειρείν, η εισαγωγή νέων υλικών και μηχανημάτων όπως ρομποτική και CAD, τείνουν να μειώσουν το ελάχιστο κατώτερο όριο στις κλίμακες παραγωγής. Έτσι, σύμφωνα με ερευνητές διεθνώς, το μέγεθος των επιχειρήσεων τείνει να γίνεται μικρότερο στις ΗΠΑ και στην Ευρώπη.

Η εκτίμηση της χρηματοοικονομικής συμπεριφοράς των ΜΜΕ ενδιαφέρει φορείς όπως τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρείες, προμηθευτές, εξαγοράστριες εταιρείες, επενδυτές και ακαδημαϊκά ιδρύματα. Βασική επιδίωξη όλων αυτών είναι ο προσδιορισμός της οικονομικά εύρωστης επιχείρησης ή αλλιώς της επιχείρησης που παρουσιάζει το μικρότερο πιστωτικό κίνδυνο. Αλλά και το σύνολο των αδυνάτων και προβληματικών ΜΜΕ θα μπορούσε να αποτελέσει αντικείμενο ενδιαφέροντος για την άσκηση κρατικής πολιτικής στήριξης των επιχειρήσεων αυτών. Έχουν αναπτυχθεί διάφορες διαδικασίες και συστήματα εκτίμησης του πιστωτικού κινδύνου επιχειρήσεων τα οποία ταξινομούν τις επιχειρήσεις σε προκαθορισμένες ομάδες

πιστωτικού κινδύνου. Όμως, τα συστήματα αυτά δεν ενσωματώνουν ποιοτικές πληροφορίες που αφορούν την κάθε επιχείρηση, όπως την οργάνωση και τη διοίκησή της, τη τεχνογνωσία, τη θέση της στην αγορά, το επίπεδο έρευνας και ανάπτυξης, κ.ά.

Το Πολυτεχνείο Κρήτης

Μέσα από πρόσφατη έρευνα που έγινε στο Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης σε δείγμα ελληνικών μεταποιητικών ΜΜΕ και μεγάλων επιχειρήσεων διαπιστώθηκαν τα βασικά χαρακτηριστικά του χρηματοοικονομικού προφίλ των ελληνικών ΜΜΕ και οι διαφορές τους προς τις μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτό έγινε μέσω ενός μεθοδολογικού πλαισίου το οποίο περιλαμβάνει τεχνικές από το χώρο της στατιστικής, της οικονομετρίας και της πολυκριτήριας ανάλυσης για την ανάπτυξη υποδειγμάτων εκτίμησης της χρηματοοικονομικής συμπεριφοράς των ΜΜΕ και την υποβοήθηση διαδικασιών λήψης αποφάσεων. Σύμφωνα με τα συμπεράσματα της ανάλυσης αυτής, το μεγαλύτερο ποσοστό των ΜΜΕ είναι δυναμικές επιχειρήσεις. Οι περισσότερες χαρακτηρίζονται από ικανοποιητική ρευστότητα η οποία στην πλειονότητα των επιχειρήσεων οφείλεται στον υψηλό χρόνο ανακύκλωσης των αποθεμάτων τους. Η κεφαλαιακή σύνθεση υποδηλώνει χαμηλό μακροπρόθεσμο δανεισμό και υψηλή επιβάρυνση με βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις (τραπεζικά δάνεια και πιστώσεις προμηθευτών) τα οποία όμως δίνουν ικανοποιητικό δείκτη χρέους (ο δείκτης ξένα κεφάλαια προς σύνολο ενεργητικού είναι μικρότερος από 66%). Το αποτέλεσμα αυτό συμφωνεί με τη συμπεριφορά των ΜΜΕ διεθνώς και οφείλεται:

α) Στη δυσκολία πρόσβασης των ΜΜΕ σε τραπεζικό δανεισμό.

β) Στο απαγορευτικά υψηλό κόστος έκδοσης μετοχών μικρής κεφαλαιοποίησης και

γ) Στο ιδιοκτησιακό καθεστώς των ΜΜΕ. Οι χρηματοοικονομικά δυναμικές ΜΜΕ χαρακτηρίζονται επίσης από μικρό χρόνο ανακύκλωσης αποθεμάτων.

Τέλος, η αποδοτικότητα, μετρούμενη ως καθαρό περιθώριο κέρδους, απόδοση ιδίων κεφαλαίων και απόδοση συνολικών επενδυμένων κεφαλαίων, θεωρείται ικανοποιητική μόνο για τις δυναμικές ΜΜΕ.

Σε σύγκριση με τις μεγάλες επιχειρήσεις του μεταποιητικού τομέα στην Ελλάδα, οι ΜΜΕ εμφανίζουν χαμηλότερη ρευστότητα, χαμηλότερη αποδοτικότητα, χαμηλότερη δανειακή επιβάρυνση και χαμηλότερο μακροπρόθεσμο δανεισμό. Διαθέτουν όμως υψηλότερο βραχυπρόθεσμο δανεισμό έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων, λόγω αδυναμίας πρόσβασης σε άλλες πηγές χρηματοδότησης αλλά και ελλειπούς εκπαίδευσης και ενημέρωσης σχετικά με εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, η ίδια χρηματοοικονομική συμπεριφορά χαρακτηρίζει τις ΜΜΕ και άλλων χωρών, όπως Αγγλία, Γαλλία, ΗΠΑ, Αυστραλία, Ισραήλ κ.λπ.

Προοπτικές ανάπτυξης

Το ειδικό βάρος των ΜΜΕ για την ελληνική οικονομία είναι ιδιαίτερα υψηλό και στην επιτυχή τους συμπεριφορά στηρίζεται η ανάπτυξη. Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα παρουσιάζουν προβλήματα αλλά και προοπτικές. Προκειμένου να γίνουν ανταγωνιστικές θα πρέπει να ακολουθήσουν κάποιες στρατηγικές επιλογές με ή χωρίς τη βοήθεια του ελληνικού δημοσίου. Θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα πλαίσιο ανάπτυξης για τις ΜΜΕ, όπως υφίσταται σε πολλές χώρες της Ε.Ε. εδώ και δεκαετίες. Στο ειδικό αυτό πλαίσιο θα πρέπει να συγκεντρωθούν και να κωδικοποιηθούν όλα τα υφιστάμενα μέτρα υπέρ των ΜΜΕ, να εντοπισθούν οι ελλείψεις και να αναληφθούν νέες πρωτοβουλίες, όπως η δημιουργία νέου χρηματοδοτικού πλαισίου στήριξης, δημιουργία απαιτούμενων υποδομών, όπως εκθεσιακοί χώροι, κέντρα καινοτομίας και σχεδιασμού προϊόντων, υποστήριξης και πληροφόρησης των ΜΜΕ, στήριξη των παραγομένων προϊόντων με κατοχύρωση των προδιαγραφών ποιότητας και αποκλεισμού των προϊόντων που δεν πληρούν προϋποθέσεις υγιούς ανταγωνισμού, ενθάρρυνση δημιουργίας συνεργασιών των επιχειρήσεων, συνεργασίες με πανεπιστημιακά ιδρύματα και ερευνητικά κέντρα για προώθηση της έρευνας, τεχνογνωσίας και καινοτομίας, δημιουργία «θερμοκοιτίδων», για τη στήριξη των νέων επιχειρήσεων, προώθηση της δικτύωσής τους και του

ηλεκτρονικού επιχειρείν στις ΜΜΕ κ.ά. Η εμπειρία και τα αποτελέσματα από την ένταξη της χώρας στην ΕΟΚ το 1980 έδειξαν ότι οι ελληνικές ΜΜΕ διαθέτουν υψηλό βαθμό προσαρμοστικότητας, δυναμισμού και ευελιξίας, στοιχεία που δικαιολογούν αισιόδοξες προβλέψεις για την αντιμετώπιση δυσχερειών και την εκμετάλλευση των ευκαιριών που προσφέρει η ενιαία ευρωπαϊκή και διεθνής αγορά.

Β Ι Β Λ Ι Ο Γ Ρ Α Φ Ι Α

Πηγές από το Διαδίκτυο (Internet):

1. Γιατί η επιχείρησή μου να μπει στο Internet: <http://www.go-online.gr>
2. Ο δεκάλογος του επιχειρηματία στην ψηφιακή οικονομία
http://www.esee.gr/greek/HLEKTRONIKO_EMPORIO/dekalogos_epixeirimatia/dekalogos.htm
3. Ενημερωθείτε για τις τάσεις που θα διαμορφώσουν το μέλλον και την προοπτική του ηλεκτρονικού επιχειρείν τα επόμενα χρόνια και πώς μπορεί η επιχείρησή σας να επωφεληθεί από αυτές:
<http://www.ecommercetimes.com/perl/story/16967.html>
4. Ενημερωθείτε για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες από την κυβέρνηση μέσω Internet:
<http://www.egov.gr>
5. Ενημερωθείτε για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες που παρέχονται από φορείς όπως το ΙΚΑ και ο ΟΑΕΔ: <http://www.ika.gr> και <http://www.oaed.gr>
6. Ενημερωθείτε σχετικά με το ηλεκτρονικό επιχειρείν στην Ελλάδα και στην Ευρώπη: <http://www.ebusinessforum.gr>
7. ΤΕΧΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ (ΤΕΕ) <http://portal.tee.gr/portal>
8. Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων (TAXISNET)
<http://www.taxisnet.gr/web/default.html>
9. europa.eu.int/comm/information_society/europe/actionplan/index_en.htm
10. europa.eu.int/ISPO/ecommerce/godigital
11. <http://www.deeds-ist.org/HTML/home.htm>
12. www.ebusiness-watch.org
13. <http://www.eito.com/>
14. <http://www.eubusiness.com/>
15. <http://www.ukonlineforbusiness.gov.uk/cms/template/>
16. «Τέσσερα βήματα για τον εκσυγχρονισμό των ΜΜΕ», άρθρο στον δικτυακό τόπο www.kathimerini.gr, 21 Φεβρουαρίου 2004.
17. <http://www.singularlogic.eu>

18. www.taxheaven.gr

Βιβλία:

19. «Μελέτη Εκτίμησης Ηλεκτρονικού Επιχειρείν στην Ελλάδα», Ελληνικό Κέντρο Ηλεκτρονικού Εμπορίου, Ιανουάριος 2004.
20. «Η Ελληνική Επιχείρηση μπροστά στις προκλήσεις της νέας οικονομίας», Γεώργιος Ι. Δουκίδης, Αύγουστος 2000.
21. «Ηλεκτρονικό επιχειρείν και πολίτης - καταναλωτής», e-Business Forum, Α' Κύκλος Εργασιών: Ομάδα 1, Ιούλιος 2001.
22. Ανάλυση και σχεδιασμός πληροφοριακών συστημάτων: γενικές αρχές, μεθοδολογία, πρότυπα, διαδικασίες (information systems analysis and design: a procedural approach), Χαραμής, Γεώργιος Ε, 1994.
23. Λογιστικές Εφαρμογές: Ασκήσεις, Λύσεις, Ερωτήσεις, Απαντήσεις, Πομόνης, Νικόλαος Σ.
24. Μάνατζμεντ Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων [Σίσκος Ι.](#), Ζοπουνίδης Κ., Παππής Κ.
25. A Hard Look at Tax Software: 2004 Survey of New York State Practitioners By Susan B. Anders and Carol M. Fischer.
26. Φορολογία Εισοδήματος Φυσικά & Νομικά Πρόσωπα, 4 Τόμοι Ν.3763/27.5.2009 [Σταματόπουλος - Καραβοκύρης](#).
27. Ανώνυμες Εταιρείες 14^η Έκδοση, Λεοντάρης Μιλτιάδης.
28. Γενική Λογιστική, Συγγραφέας: Καρδακάρης Κωνσταντίνος.
29. Προσωπικές Εταιρείες (Ο.Ε. - Ε.Ε.), Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.), Κοινοπραξίες, Συγγραφέας: Λεοντάρης Μιλτιάδης.
30. Λογιστική Εταιρειών Συγγραφείς: Σαρσέντης, Παπαναστασάτος.
31. Λογιστικά Φοροτεχνικά Εργατικά, Πρωτοψάλτης Νικόλαος.
32. Ανώνυμες Εταιρείες & Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης, Κράτσης Αγαπητός.
33. Επιχειρήσεις, Εκδότης: Γκιούρδας Μ., Συγγραφέας: [Leibert, James](#).
34. Το Internet στις Επιχειρήσεις, Συγγραφέας: [Χαραλάμπους, Χρήστος](#).
35. Αξιολόγηση Επιχειρήσεων, Συγγραφέας: Γκλεζάκος Μιχάλης.
36. Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων, Συγγραφέας: ΚΡΑΤΣΗΣ ΑΓΑΠΗΤΟΣ
37. Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων, Συγγραφέας: ΤΟΤΣΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ
38. Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων - Πρακτικό Βοήθημα Εφαρμογής, Συγγραφέας: ΓΥΦΤΑΚΗ ΜΑΡΙΑ.

Ε Υ Ρ Ε Τ Η Ρ Ι Ο

ΜΜΕ: Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

ΤΠΕ: Τεχνολογίες της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας

Π.Δ: Προεδρικό Διάταγμα

ΚτΠ: Κοινωνία Της Πληροφορίας

ΕΜΑΕΣ: Εθνικού Μητρώου Ασφαλισμένων, Εργοδοτών και Συνταξιούχων εργαζομένων.

ΙΚΑ: Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων

ΟΑΕΔ: Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού

ΑΠΔ: Αναλυτική Περιοδική Δήλωση

ΕΜΕ: Αριθμός Ετήσιων Μονάδων Εργασίας

ΦΠΑ: Φόρος Προστιθέμενης Αξίας

ΑΦΜ: Αριθμός Φορολογικού Μητρώου

Γ.Γ: Γενική Γραμματεία

ΦΜΥ: Φόρος Μισθωτών Υπηρεσιών

ΦΕΚ: Φύλλο Εφημερίδας Κυβερνήσεως

Δ.Σ: Διοικητικό Συμβούλιο

VIES: Σύστημα ανταλλαγής πληροφοριών για το φόρο προστιθέμενης αξίας

ΔΟΥ: Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία

ΚΕΠΥΟ: Κέντρο Πληροφορικής Υπουργείου Οικονομικών

ΠΜΕ: Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων

ΕΒΕΑ: Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών

B2C: Επιχείρηση προς Καταναλωτές (Business-to-Consumers)

B2B: Επιχείρηση προς επιχειρήσεις (Business-to-Business)

ΟΟΣΑ: Οργανισμός για Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη

ΕΙΤΟ: (European Information Technology Observatory, Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο Πληροφορικής).

ASP: Εφαρμογές και επαγγελματικές υπηρεσίες για την ολοκλήρωση των συστημάτων της επιχείρησης μέσα στην ηλεκτρονική αγορά.

ΕΕ: Ευρωπαϊκή Ένωση

Γ' ΚΠΣ: Τρίτο Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης

ΕΛΑΝΕΤ: Ελληνική Αναπτυξιακή Εταιρεία

ΚΕΠΑ: Κέντρο Έρευνας και Πρόληψης Ατυχημάτων

Π.Σ: Πληροφοριακό Σύστημα

Λ.Π.Σ: Λογιστικό Πληροφοριακό Σύστημα

ΚΕΠ: Κέντρα Εξυπηρέτησης Πολιτών

ΚΒΣ: Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων

ΟΤΑ: Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης