

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

# Η ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΣΤΙΣ ΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ: ΑΝΔΡΙΚΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

ΓΕΩΡΓΟΥΔΙΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΣΩΤΗΡΗΣ

## Π Ε Ρ Ι Ε Χ Ο Μ Ε Ν Α

Πρόλογος.....	1
Εισαγωγή.....	2

### **Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 1ο**

#### **Επιχείρηση- Ιστορική αναδρομή ΜΜΕ-Ορισμός ΜΜΕ-Νομικές μορφές ΜΜΕ**

1.1 Επιχείρηση.....	4
1.2 Ιστορική αναδρομή Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	4
1.3 Ορισμός των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	5
1.4 Νομικές μορφές Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	10

### **Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 2ο**

#### **Τεχνολογία - Σύγχρονες Υπηρεσίες των ΜΜΕ – Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα**

2.1 Η συνεισφορά των Νέων Τεχνολογιών στη λειτουργία των ΜΜΕ.....	14
2.2 Είδη λογισμικού εφαρμογών λογιστικής που διατίθενται στην Ελλάδα.....	15
2.3 Υπηρεσίες του κράτους προς τις επιχειρήσεις.....	17
2.3.1 Συνηθέστερες δοσοληψίες επιχειρήσεων με δημόσιους φορείς .....	18
2.3.2 Παρατηρήσεις σχετικά με τις παρεχόμενες υπηρεσίες.....	21
2.3.3 Εικόνες από τους δικτυακούς τόπους των Δημοσίων Επιχειρήσεων.....	22
2.4 Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα.....	26
2.4.1 Η Χρησιμότητα των Λογιστικών Πληροφοριακών Συστημάτων.....	26
2.4.2 Εφαρμογές των Πληροφοριακών Συστημάτων.....	26

2.4.3 Ορισμός των Πληροφοριακών Συστημάτων.....	27
2.5 Τύποι Πληροφοριακών Συστημάτων .....	29
2.6 Χαρακτηριστικά ενός Λογιστικού Πληροφοριακού Συστήματος .....	31
2.6.1 Ασφάλεια δεδομένων στα Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα.....	31
2.7 Προγράμματα ERP.....	33
2.7.1 Ορισμός του ERP.....	33
2.7.2 Γιατί οι ελληνικές επιχειρήσεις επενδύουν σε ERP.....	35
2.8 Λειτουργικότητα των συστημάτων ERP.....	36
2.9 Περιπτώσεις ERP.....	38
2.9.1 Singular Logic Business ERP.....	38
2.9.2 ERP Atlantis Financials (FI).....	38

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

### Ηλεκτρονικός Υπολογιστής- Ηλεκτρονικό Εμπόριο

3.1 Η χρησιμότητα του Ηλεκτρονικού Υπολογιστή στις Επιχειρήσεις.....	40
3.1.1 Ο υπολογιστής ως εργαλείο διατήρησης των αρχείων επιχείρησης.....	40
3.1.2 Ο υπολογιστής ως εργαλείο μηχανοργάνωσης.....	41
3.1.3 Ο υπολογιστής ως εργαλείο αυτοματισμού γραφείου.....	41
3.1.4 Ο υπολογιστής ως εργαλείο Επικοινωνίας, Πληροφόρησης και Αλληλεπίδρασης μέσω του Internet.....	42
3.1.5 Ο υπολογιστής ως εργαλείο συναλλαγής με δημόσιους οργανισμούς και τράπεζες.....	43
3.1.6 Ο υπολογιστής ως εργαλείο ηλεκτρονικού εμπορίου.....	43
3.2 Το διαδίκτυο ως εργαλείο της επιχείρησης.....	44
3.3 Επιχειρήσεις στο διαδίκτυο.....	45
3.4 Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	45
3.4.1 Το ιστορικό της ανάπτυξης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	46
3.4.2 Τι είναι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	47
3.4.3 Ο κύκλος του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	48
3.4.4 Βασικές μορφές Ηλεκτρονικού Εμπορίου.....	50

3.4.5	Στοιχεία που περιλαμβάνει το Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....	52
3.4.6	Πλεονεκτήματα - Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου.....	53
3.5	Ηλεκτρονική Τιμολόγηση.....	55
3.5.1	Οφέλη για τις επιχειρήσεις και το δημόσιο.....	56
3.5.2	Διαδικασία διακίνησης του ηλεκτρονικού τιμολογίου.....	58
3.6	Ηλεκτρονικό Επιχειρείν.....	58
3.7	Οι ξεκάθαροι στόχοι είναι σημαντικοί για την επιτυχημένη στρατηγική για το ηλεκτρονικό επιχειρείν.....	60
3.8	Τα οφέλη του ηλεκτρονικού επιχειρείν θα πρέπει να είναι βιώσιμα.....	61
3.9	Προτάσεις για ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν στις ΜΜΕ.....	61
3.10	Παράμετροι προς επίλυση.....	63
3.11	Προϋποθέσεις ανταγωνιστικότητας των ελληνικών ΜΜΕ.....	64
3.12	Οι ΜΜΕ μπορούν να επωφεληθούν ανταλλάσσοντας καλές επιχειρηματικές πρακτικές.....	65
3.13	Η πολιτική ενισχύεται από τη χρήση υπαρχόντων μηχανισμών, επιχειρηματικών φορέων και ενδιάμεσων.....	66

## Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 4ο

### Θετικές και αρνητικές συνέπειες από τη χρήση των νέων τεχνολογιών στα λογιστήρια των ΜΜΕ

4.1	Πώς μπορεί να αξιοποιηθεί η πληροφορική για την αποτελεσματικότητα της επιχείρησης.....	67
4.1.1	Δημιουργία εγγράφων.....	68
4.1.2	Διαχείριση των λογιστικών θεμάτων.....	69
4.1.3	Αύξηση των πωλήσεων.....	69
4.1.4	Εστίαση στο μάρκετινγκ.....	71
4.1.5	Ειδικοί σκοποί.....	72
4.2	Προτάσεις προς την Πολιτεία.....	74
ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....		76
ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ.....		79
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....		80
Internet sites.....		81

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

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 πληροφοριακής 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.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην παρούσα εργασία γίνεται μια προσπάθεια προσέγγισης της χρησιμοποίησης της τεχνολογίας στις Λογιστικές και Οικονομικές εργασίες των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων. Η εργασία αυτή φιλοδοξεί να τοποθετήσει στις σωστές διαστάσεις της, την έννοια των Νέων Τεχνολογιών στη λειτουργία των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.

Συγκεκριμένα, στο **Πρώτο Κεφάλαιο**, αναφέρεται μια ιστορική αναδρομή σχετικά με την εξέλιξη των ΜΜΕ από τους αρχαίους πολιτισμούς μέχρι σήμερα. Επίσης, παρουσιάζονται οι νομικές μορφές των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και ο ορισμός αυτών.

Στο **Δεύτερο Κεφάλαιο**, προσδιορίζεται η σημασία των νέων τεχνολογιών και ειδικότερα του διαδικτύου, στη λειτουργία των ΜΜΕ. Στη συνέχεια, αναλύονται τα είδη λογισμικού της λογιστικής που είναι διαθέσιμα στην Ελλάδα, καθώς και οι υπηρεσίες που παρέχει το κράτος στις επιχειρήσεις με στόχο την ευκολότερη διαχείρισή τους. Ακόμη, παρουσιάζονται παρατηρήσεις σχετικά με τις υπηρεσίες αυτές. Παρακάτω, αναφέρονται τα λογιστικά πληροφοριακά συστήματα και αναλύονται οι εφαρμογές και η χρησιμότητά τους. Επιπροσθέτως, περιγράφονται οι τύποι των πληροφοριακών συστημάτων, αλλά και τα χαρακτηριστικά ενός λογιστικού πληροφοριακού συστήματος και η ασφάλεια δεδομένων τους. Τέλος, στο κεφάλαιο αυτό συναντάμε τα προγράμματα ERP, τον ορισμό τους και το λόγο που οι ελληνικές επιχειρήσεις επενδύουν σε αυτά, καθώς και τη λειτουργικότητα αυτών.

Το **Τρίτο Κεφάλαιο**, επικεντρώνεται στον ηλεκτρονικό υπολογιστή και στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Συγκεκριμένα, αναδεικνύει τη χρησιμότητα του ηλεκτρονικού υπολογιστή στις επιχειρήσεις. Δηλαδή, ο ηλεκτρονικός υπολογιστής μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο διατήρησης των αρχείων, μηχανοργάνωσης, αυτοματισμού γραφείου, επικοινωνίας και πληροφόρησης μέσω του διαδικτύου. Στη συνέχεια, αναφέρεται ο ορισμός του ηλεκτρονικού εμπορίου και ο ρυθμός ανάπτυξής του, καθώς και τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά του. Ακόμη, στο κεφάλαιο αυτό περιλαμβάνεται η ηλεκτρονική τιμολόγηση. Ειδικότερα, περιγράφονται τα οφέλη της προς τις επιχειρήσεις και το δημόσιο και η διαδικασία διακίνησης του ηλεκτρονικού τιμολογίου. Επίσης, γίνεται αναφορά στο ηλεκτρονικό επιχειρείν όπου προσδιορίζονται οι σημαντικοί στόχοι για την επιτυχημένη στρατηγική, οι οποίοι αποσκοπούν στα οφέλη του ηλεκτρονικού επιχειρείν. Τέλος, προτείνονται παράμετροι προς επίλυση και προτάσεις για ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν στις ΜΜΕ.

Το **Τέταρτο Κεφάλαιο**, εξετάζει τις θετικές και αρνητικές συνέπειες από την χρησιμοποίηση των νέων τεχνολογιών στις λογιστικές και οικονομικές εργασίες των ΜΜΕ. Ειδικότερα, αναφέρει τον τρόπο που μπορεί να αξιοποιηθεί η πληροφορική ώστε η επιχείρηση να είναι αποτελεσματικότερη, όπως είναι η δημιουργία εγγράφων, η διαχείριση των λογιστικών θεμάτων, λειτουργίες δηλαδή που θα συμβάλουν στην αύξηση των πωλήσεων. Τέλος γίνεται αναφορά στο μάρκετινγκ και σε προτάσεις προς την Πολιτεία σχετικά με τα προγράμματα χρηματοδότησης για ανάπτυξη του ηλεκτρονικού επιχειρείν και με τα θέματα επιλεξιμότητας δαπανών.

## Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 1ο

### Επιχείρηση– Ιστορική αναδρομή ΜΜΕ - Ορισμός ΜΜΕ – Νομικές μορφές ΜΜΕ

#### 1.1 Επιχείρηση

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

#### 1.2 Ιστορική αναδρομή μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από μια παράδοση απέραντης πολυμορφίας και σημαντικών επιτευγμάτων μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις έχουν τόσο ζωτική σημασία, ώστε ελάχιστοι τομείς της παγκόσμιας οικονομίας θα μπορούσαν να επιβιώσουν χωρίς τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Οι μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν επίσης μια πολιτιστική επιρροή.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έπαιξαν σημαντικό ρόλο ουσιαστικά από την αρχή της γραπτής Ιστορίας μικρομεσαίες επιχειρήσεις ανθούσαν σχεδόν σε όλους τους αρχαίους πολιτισμούς. Οι Άραβες Βαβυλώνιοι, οι Αιγύπτιοι, Οι Εβραίοι, οι Έλληνες, οι Φοινικές και οι Ρωμαίοι εμφάνισαν εξαιρετικές επιδόσεις στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες τους, ωστόσο, ήταν συχνά πρόχειρα και ελαττωματικά. Οι καταναλωτές αντιμετώπιζαν καταστάσεις εξαπάτησης και υπερχρέωσης, με αποτέλεσμα οι μικρές επιχειρήσεις να γίνουν αντικείμενο χλευασμού.

Στο επίκεντρο αυτής της αντιπαράθεσης στάθηκε ο Χαμουραμπί, ο βασιλιάς της Βαβυλώνας. Το 2100π.Χ παρουσίασε ένα κώδικα 300 νόμων για την προστασία των καταναλωτών και των μικρών επιχειρηματιών, ιδιαίτερα έναντι της απάτης. Πράγματι, η ανάγκη προστασίας των καταναλωτών παραμένει σήμερα τόσο ζωτική όσο και την εποχή του Χαμουραμπί. Η εξάπλωση του πολιτισμού στις τέσσερις άκρες του κόσμου οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις μικρές επιχειρήσεις.

Στη διάρκεια της δεκαετίας του 1980 και στις αρχές τις δεκαετίας του 1990, οι μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις άρχισαν να απολαμβάνουν περισσότερη εκτίμηση και κύρος, χάρη στην ικανότητα τους να εφευρίσκουν νέα προϊόντα και να δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας. Ακόμη και στην περίοδο της ύφεσης στα τέλη του 1980 και αρχές του 1990 ο αριθμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αυξήθηκε, καθώς η ασφάλεια των θέσεων εργασίας διαβρωνόταν, όλο και περισσότεροι άνθρωποι αποφάσιζαν να δημιουργήσουν την δικιά τους επιχείρηση.



### 1.3 Ορισμός ΜΜΕ

Ο ορισμός των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων επικαιροποιείται προκειμένου να εκτιμηθεί καλύτερα η οικονομική πραγματικότητα των επιχειρήσεων αυτών. Ο ορισμός των επιχειρήσεων σε σχέση με τον αριθμό των απασχολούμενων ατόμων και τον κύκλο εργασιών ή το σύνολο ισολογισμού έχει σημασία για τον καθορισμό των επιχειρήσεων-δικαιούχων στα προγράμματα ή τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) που προορίζονται συγκεκριμένα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ).

Συγκεκριμένα, ο ορισμός των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων που ενέκρινε η επιτροπή την 06/05/2003 σύμφωνα με επίσημη Εφημερίδα ΕΕ αριθ. L 124 της 20/05/2003 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 εργαζόμενους 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 εργαζόμενους 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.

Η διάκριση μεταξύ πολύ μικρών, μικρών και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων γίνεται ως ακολούθως (Πίνακας 1):

ΠΙΝΑΚΑΣ 1			
Κατηγορίες Επιχειρήσεων	Αριθμός εργαζομένων (αμετάβλητος)	Κύκλος εργασιών	Συνολικός Ισολογισμός
Μεσαίες	< 250	< 50 εκατ. €	< 43 εκατ. €
Μικρές	< 50	< 10 εκατ. €	< 10 εκατ. €
Πολύ μικρές	< 10	< 2 εκατ. €	< 2 εκατ. €

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

**1. "Ανεξάρτητες επιχειρήσεις"** είναι η πλέον συχνή περίπτωση. Πρόκειται απλώς για όλες τις επιχειρήσεις που δεν ανήκουν σε κανέναν από τους δύο άλλους τύπους επιχειρήσεων (συνεργαζόμενες ή συνδεδεμένες). Μια επιχείρηση είναι ανεξάρτητη αν:

- δεν διαθέτει συμμετοχή 25% ή περισσότερο σε άλλη επιχείρηση·
- δεν κατέχεται άμεσα κατά 25% ή περισσότερο από άλλη επιχείρηση ή δημόσιο οργανισμό ή από κοινού από περισσότερες επιχειρήσεις συνδεδεμένες μεταξύ τους ή από δημόσιους οργανισμούς, εκτός ορισμένων εξαιρέσεων·
- δεν συντάσσει ενοποιημένους λογαριασμούς και δεν περιλαμβάνεται στους λογαριασμούς μιας επιχείρησης η οποία συντάσσει ενοποιημένους λογαριασμούς και δεν είναι κατά συνέπεια συνδεδεμένη επιχείρηση.

Μια επιχείρηση μπορεί να συνεχίσει να θεωρείται ανεξάρτητη εάν το όριο του 25% καλυφθεί ή ξεπεραστεί, όταν πρόκειται για ορισμένες κατηγορίες επενδυτών, όπως οι «επιχειρηματικοί άγγελοι» («business angels»).

**2. "Συνεργαζόμενες επιχειρήσεις"** είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες δημιουργούν σημαντικές χρηματοοικονομικές εταιρικές σχέσεις με άλλες επιχειρήσεις, χωρίς η μία να μπορεί να ασκεί άμεσα ή έμμεσα ουσιαστικό έλεγχο στην άλλη. Συνεργαζόμενες είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες δεν είναι ανεξάρτητες, αλλά ούτε συνδέονται μεταξύ τους. Μια επιχείρηση είναι «συνεργαζόμενη» με μια άλλη επιχείρηση όταν:

- κατέχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% σε αυτήν·
- αυτή η άλλη επιχείρηση έχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% στην αιτούσα επιχείρηση·

- η αιτούσα επιχείρηση δεν καταρτίζει ενοποιημένους λογαριασμούς στους οποίους να περιλαμβάνεται η εν λόγω άλλη επιχείρηση και δεν περιλαμβάνεται μέσω ενοποίησης στους λογαριασμούς εκείνης ή μιας επιχείρησης που συνδέεται με αυτή την τελευταία.

**2. “Συνδεδεμένες επιχειρήσεις”** είναι οι επιχειρήσεις που διατηρούν μεταξύ τους μια από τις ακόλουθες σχέσεις:

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

B) 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 μέτοχους ή εταίρους της εν λόγω επιχείρησης, την πλειοψηφία των δικαιωμάτων ψήφου των μετοχών ή των εταίρων αυτής της επιχείρησης.

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

Εκτός από τις περιπτώσεις που ορίζονται στην παράγραφο 2 ,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.

Μια επιχείρηση δύναται να υποβάλλει δηλώσεις σχετικά με την ιδιότητα 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 η από κοινού σε περισσότερες επιχειρήσεις που είναι συνδεδεμένες μεταξύ τους η μέσω φυσικών προσώπων η ομάδας φυσικών προσώπων. Οι δηλώσεις αυτές πραγματοποιούνται με την επιφύλαξη των ελέγχων και εξακριβώσεων που προβλέπονται από τις εθνικές η 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 η κάτω από τα όρια τα σχετικά με τον αριθμό απασχολούμενων η τα χρηματοοικονομικά όρια που αναφέρονται στο άρθρο 2, η κατάσταση αυτή έχει ως αποτέλεσμα την απόκτηση ή την απώλεια της ιδιότητας της μεσαίας, μικρής η πολύ μικρής επιχείρησης μόνον εάν το φαινόμενο επαναληφθεί επί δυο 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 την 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 την 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 εξομοιώνονται 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 η οι σπουδαστές που βρίσκονται σε επαγγελματική εκπαίδευση στο πλαίσιο σύμβασης μαθητείας η επαγγελματικής κατάρτισης δεν

Α.Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ: ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

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.

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 κατόντη αυτών, εάν δεν περιλαμβάνονται ήδη στους ενοποιημένους λογαριασμούς σε αναλογία τουλάχιστον ισοδύναμη με το ποσοστό που ορίζεται στην παράγραφο 2.

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 παρουσιάσει 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 οποιονδήποτε άλλον παρόμοιο ορό, 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 να παράγουν τα αποτελέσματα 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.

#### 1.4 Νομικές μορφές των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων - Business Legal Forms

Ένα ενδιαφέρον άρθρο για τη νομική μορφή των επιχειρήσεων δημοσιεύτηκε στην ηλεκτρονική διεύθυνση [www.in.gr](http://www.in.gr) . Στο άρθρο αυτό παρουσιάζονται τα βασικά χαρακτηριστικά κάθε νομικής μορφής αναλυτικά:

1. Ατομική Επιχείρηση
2. Ομόρρυθμη Εταιρεία
3. Ετερόρρυθμη Εταιρεία
4. Ανώνυμη Εταιρεία
5. Εταιρεία 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 (18ο) έτος της ηλικίας τους. Η συμμετοχή ανηλίκου στην ίδρυση προσωπικής εταιρείας επιτρέπεται μόνο κατόπιν δικαστικής άδειας. Τα βασικά χαρακτηριστικά της ομόρρυθμης εταιρείας είναι τα εξής:

- 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 (18ο) έτος της ηλικίας τους. Η συμμετοχή ανηλίκου στην ίδρυση προσωπικής εταιρείας επιτρέπεται μόνο κατόπιν δικαστικής άδειας. Τα βασικά χαρακτηριστικά της ετερόρρυθμης εταιρείας είναι τα εξής:

1. Διαίρεση 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 εταίρων είναι περιορισμένη και δεν μπορεί να υπερβεί το ποσό της εισφοράς του στην εταιρεία.
3. 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 (18ο) 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 εταιρείας. Τα βασικά χαρακτηριστικά της Ανώνυμης εταιρείας είναι τα εξής:

1. Το μεγάλο σχετικά κεφάλαιο που απαιτείται για την ίδρυσή της και η διαίρεση του κεφαλαίου σε ίσα μερίδια, που ενσωματώνονται σε έγγραφα, τις 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, 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 είναι τα εξής:

1. Η ορισμένη διάρκειά της (αν και η παράλειψη αναγραφής της διάρκειας δεν αποτελεί λόγο ακυρότητας της εταιρείας).
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.
3. Η ύπαρξη δυο οργάνων, δηλαδή της Γενικής Συνέλευσης των εταίρων και του Διαχειριστή ή Διαχειριστών.

## Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 2ο

### Τεχνολογία – Σύγχρονες υπηρεσίες των ΜΜΕ – Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα

#### 2.1 Η συνεισφορά των Νέων Τεχνολογιών στη λειτουργία των ΜΜΕ

Οι ΜΜΕ θα πρέπει να είναι οι επιχειρήσεις που είναι άμεσα ωφελούμενοι από την υιοθέτηση εφαρμογών Ηλεκτρονικού Επιχειρείν. 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 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 δικαίου 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 εταιρείας.

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 μιας 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 στην 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 τον 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](http://www.taxisnet.gr)), η αγορά ενσήμων ([www.ika.gr](http://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 και την ποιοτική αναβάθμιση των υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις και τους πολίτες.

Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες (ανεξάρτητα από το ποιος είναι ο πάροχος και ποιος ο τελικός χρήστης) διακρίνονται στις εξής τέσσερεις 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, κ.λπ.

### **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 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 μέρους 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 μια 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)
- Ισολογισμός
- Εκθέσεις Ελεγκτών
- Πρακτικά από Γενικές Συνελεύσεις Μετόχων (για Ανώνυμες Εταιρείες)

- ΦΕΚ όπου δημοσιεύονται τα παραπάνω (το προσκομίζει η εταιρεία 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, Υπουργείο 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 μιας 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 χρωστικού 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 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 μιας 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 μια 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 και παραλαβή τεύχους ΦΕΚ με ανάλογη χρέωση.



### 2.3.2 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 εργαζομένους 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 εργαζομένου, 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 εργαζομένους (πολίτες) αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα τόσο την καλύτερη εξυπηρέτηση των εργαζομένων όσο και τη μείωση του φόρτου εργασίας στις επιχειρήσεις.

#### ΙΚΑ – ΟΑΕΔ – Επιθεώρηση Εργασία

Κατά την πρόσληψη προσωπικού, η επιχείρηση, εκτός από το ΙΚΑ, πρέπει να αποστείλει σχετικά έγγραφα τόσο στον ΟΑΕΔ όσο και στην Επιθεώρηση Εργασίας. Υπάρχει σύγχυση μεταξύ κατηγοριών επαγγελματιών όπως αυτά δηλώνονται σε ΙΚΑ, ΟΑΕΔ και Επιθεώρηση Εργασίας. Αυτό έχει ως συνέπεια, ο εργαζόμενος να χρειάζεται μια 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 }

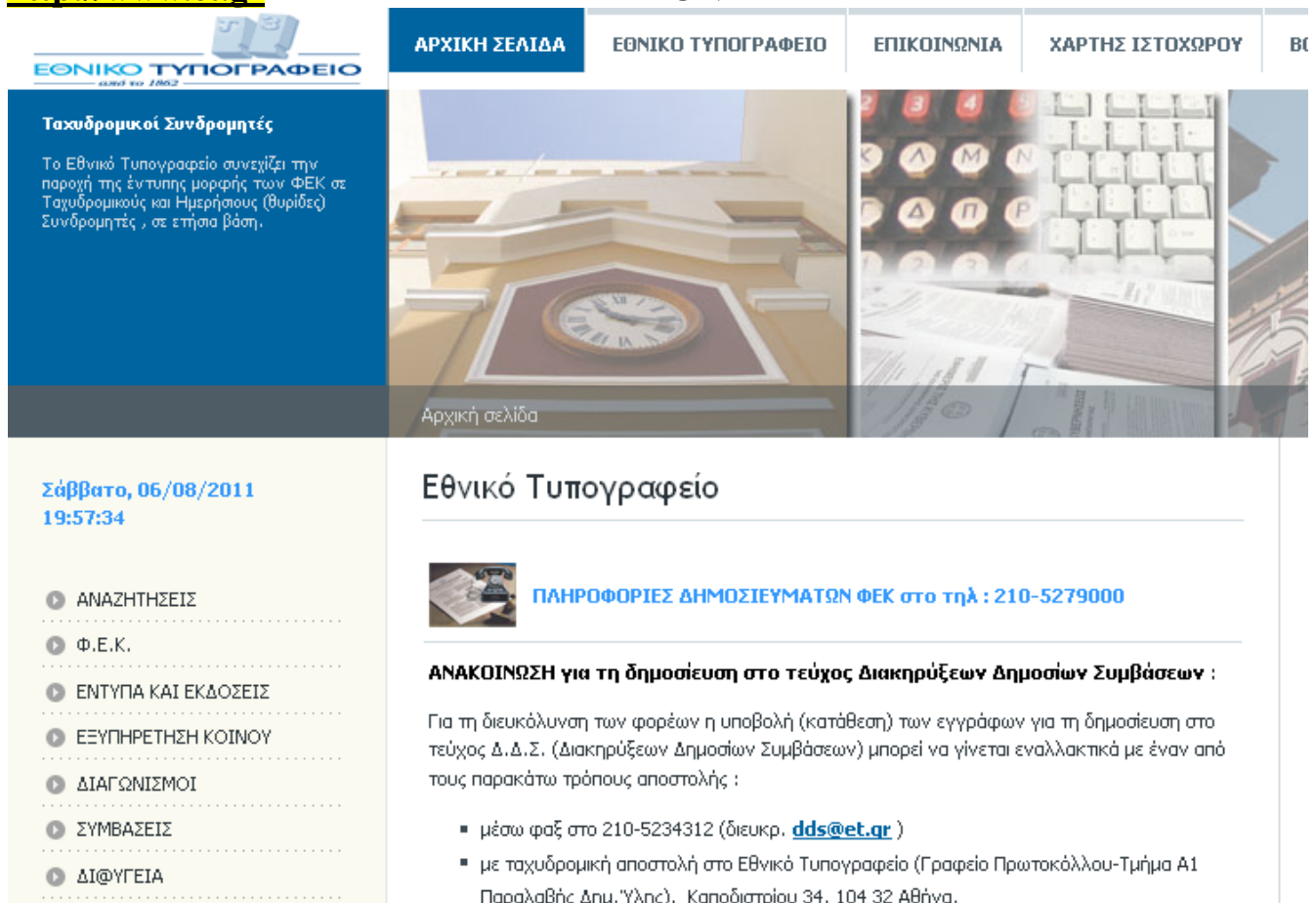
Με τις υπάρχουσες διαδικασίες, ο φόρτος για τα παραπάνω δικαιολογητικά των εργαζομένων, επιβαρύνει την επιχείρηση, η οποία θα πρέπει να έρθει σε επαφή με τον αντίστοιχο φορέα προκειμένου να λάβει το απαραίτητο δικαιολογητικό που χρειάζεται ένας εργαζόμενος ή πρώην εργαζόμενος.

### 2.3.3 Εικόνες από τους δικτυακούς τόπους των Δημόσιων Υπηρεσιών

Στους δικτυακούς τόπους των διατιθέμενων ηλεκτρονικών υπηρεσιών (<http://www.gsis.gr> , <http://www.et.gr> , <http://www.taxisnet.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.et.gr>

ΕΙΚΟΝΑ 1



The screenshot shows the homepage of the National Printing House (ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ). At the top, there is a navigation bar with tabs for 'ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ', 'ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ', 'ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ', 'ΧΑΡΤΗΣ ΙΣΤΟΧΩΡΟΥ', and 'ΒΙ'. Below the navigation bar, there is a large image of a clock and a keyboard. The main content area features a section titled 'Εθνικό Τυπογραφείο' with a sub-section 'ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΥΜΑΤΩΝ ΦΕΚ στο τηλ : 210-5279000'. A notice is displayed regarding the publication of public tenders, with contact information for the National Printing House.

<http://www.gsis.gr>

ΕΙΚΟΝΑ 2

The screenshot shows the homepage of the Greek Tax Authority (GSIS). At the top, there is a header with the logo of the Ministry of Economy and Finance and the text 'ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ Υπουργείο Οικονομικών'. Below this is a search bar and a navigation menu with categories like 'Γ.Γ.Π.Σ.', 'On Line Υπηρεσίες', 'Φορολογικός οδηγός', 'Τελωνειακή ενημέρωση', and 'Επικοινωνία'. The main content area features a large orange button for 'Υπηρεσίες προς Πολίτες', a green button for 'Υπηρεσίες προς Επιχειρήσεις/Επιτηδευματίες', and another green button for 'Υπηρεσίες προς Δημόσια Διοίκηση'. On the right side, there are sections for 'Ενημέρωση' (updates) with news items, 'Σημαντικές Ανακοινώσεις' (important announcements) with warning icons, and 'Δείτε επίσης' (see also) with a link to a message from the General Secretary. At the bottom, there is a 'Χρήσιμοι Σύνδεσμοι' (useful links) section with logos for the Ministry of Economy, 'Διαύγεια' (transparency), the 1564 helpline, and the National Information Society Center. The footer contains navigation links like 'Αρχή σελίδας', 'Εκτύπωση Σελίδας', 'Αποστολή Σελίδας', the date 'Σάββατο, 06 Αυγούστου 2011', and copyright information for GSIS Group.

<http://www.taxisnet.gr>

ΕΙΚΟΝΑ 3

The screenshot shows the TAXISNET website interface. At the top, there is a header with the TAXISNET logo and the date 06/08/2011. Below the header, there is a navigation menu with links for 'Δομή ιστοσελίδων', 'Συχνές ερωτήσεις', 'Επικοινωνία / Εισηγήσεις', and 'Σύνδεσμοι'. The main content area is titled 'Έντυπα' (Forms) and contains several sections:

- 'Έντυπα Τμήματος Εσωτερικών Προσόδων:' with links for 'Αιτήσεις', 'Δηλώσεις', and 'XML Αρχεία'.
- 'Έντυπα Υπηρεσίας Φ.Π.Α.:' with links for 'Αιτήσεις', 'Δηλώσεις', and 'XML Αρχεία'.
- A section titled 'Έντυπα Τμήματος Εσωτερικών Προσόδων' with a sub-section 'Αιτήσεις' containing three items:
  - 'Αίτηση για εγγραφή στο σύστημα TAXISnet για ηλεκτρονική υποβολή Δηλώσεων Εισοδήματος (Φυσικά Πρόσωπα). (Έντυπο Ε.Πρ.66)2004' with a link to 'εδώ' for a PDF file (70 KB).
  - 'Αίτηση για εγγραφή στο σύστημα TAXISnet για ηλεκτρονική υποβολή Δηλώσεων Εισοδήματος (Νομικά Πρόσωπα). (Έντυπο Ε.Πρ.80)2004' with a link to 'εδώ' for a PDF file (109 KB).
  - 'Εξουσιοδότηση προσώπου για ηλεκτρονική υποβολή Δηλώσεων Εισοδήματος μέσω του συστήματος TAXISnet (Φυσικά Πρόσωπα). (Έντυπο Ε.Πρ.67)2004'.

### Συγκεκριμένα:

Η **πρώτη** εικόνα απεικονίζει την ιστοσελίδα του εθνικού τυπογραφείου (<http://www.et.gr>), όπου παρέχει πληροφορίες δημοσιευμάτων ΦΕΚ καθώς και ειδικά θέματα νομοθετικών διατάξεων, τα οποία ψήφισε η Βουλή.

Η **δεύτερη** εικόνα απεικονίζει την ιστοσελίδα της Γενικής Γραμματείας Πληροφοριακών Συστημάτων του Υπουργείου Οικονομικών (<http://www.gsis.gr>), όπου παρέχει online υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις και τους πολίτες καθώς και φορολογικό οδηγό και τελωνειακή ενημέρωση.

Η **τρίτη** εικόνα απεικονίζει την ιστοσελίδα της υπηρεσίας taxisnet (<http://www.taxisnet.gr>), όπου ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να κάνει ηλεκτρονική υποβολή δηλώσεων π.χ. για πληρωμή ή επιστροφή φόρου, καθώς και να ενημερωθεί για τα επίκαιρα οικονομικά θέματα.

Η **τέταρτη** εικόνα απεικονίζει την ιστοσελίδα του Ιδρύματος Κοινωνικών Ασφαλίσεων (<http://www.ika.gr>), όπου ο χρήστης μπορεί να ενημερωθεί για θέματα υγείας και συντάξεων.

<http://www.ika.gr>

## ΕΙΚΟΝΑ 4

ΚΑΛΩΣ ΗΛΘΑΤΕ ΣΤΟΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟ ΤΟΠΟ ΤΟΥ ΙΚΑ-ΕΤΑΜ



 < Επικέξτε γλώσσα | Επικοινωνία

**Παράταση προθεσμίας υποβολής Αναλυτικής Περιοδικής Δήλωσης (Α.Π.Δ.) Β' τριμήνου 2011, Εργοδοτών Κοινών Επιχειρήσεων**

**Υποχρεωτική φυσική παρουσία των συνταξιούχων κατ' έτος στα πιστωτικά ιδρύματα**

**ΝΕΑ ΛΙΣΤΑ  
ΙΑΤΡΩΝ ΟΠΑΔ ΚΑΙ ΟΑΕΕ ΠΟΥ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΠΑΡΕΧΟΥΝ  
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΤΟΥΣ ΑΣΦΑΛΙΣΜΕΝΟΥΣ ΤΟΥ ΙΚΑ-ΕΤΑΜ**



HOME

ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

SITE MAP

ΒΟΗΘΕΙΑ

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

### Δελτία Τύπου

- ▶ Νέα λίστα ιατρών ΟΠΑΔ και ΟΑΕΕ που μπορούν να παρέχουν υπηρεσίες σε ασφ/νους του ΙΚΑ-ΕΤΑΜ από 1/8/11
  - ▶ Απλούστευση Διαδικασιών - Μείωση της Επισκεψιμότητας των Πολιτών στα Υποκαταστήματα
  - ▶ Φαρμακευτική Δαπάνη Ιουνίου 2011
  - ▶ Άμεση λήψη αναγκαστικών μέτρων είσπραξης σε βάρος μεγαλοοφειλετών
- ▶ Περισσότερα...

### Ενημερώσεις

- ▶ Γενικές Πληροφορίες
- ▶ Θέματα Υγείας
- ▶ Θέματα Συντάξεων
- ▶ Διεύθυνση Προμηθειών και Χημικών Υπηρεσιών / Διαγωνισμοί
- ▶ Διεύθυνση Τεχνικής και Στέγασης
- ▶ Ασφαλιστικός Οδηγός Εργοδότη



**ΝΕΟ** Οδηγός Θεμελίωσης  
Συνταξιοδοτικού  
Δικαιώματος

## 2.4 Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα

### 2.4.1 Η Χρησιμότητα των Λογιστικών Πληροφοριακών Συστημάτων

Παραδοσιακά, οι συντελεστές παραγωγής περιελάμβαναν το κεφάλαιο, το ανθρώπινο δυναμικό, την γη. Πρόσφατα, στους συντελεστές παραγωγής έχει προστεθεί και η πληροφορία. Χωρίς έγκαιρη και έγκυρη πληροφορία πολλές επιχειρήσεις δεν θα μπορούσαν να λειτουργήσουν. Τα σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα που βασίζονται στον ηλεκτρονικό υπολογιστή (H/Y) συλλέγουν, αποθηκεύουν, αναλύουν και διαχέουν δεδομένα και πληροφορίες. Με τον τρόπο αυτό υποστηρίζουν τις λειτουργίες μίας επιχείρησης και παρέχουν τις πληροφορίες που χρειάζονται στην διοίκησή της για αποτελεσματικότερες αποφάσεις. Τα πληροφοριακά συστήματα εκτός από τους υπολογιστές περιλαμβάνουν τους ανθρώπους που συλλέγουν και χρησιμοποιούν τις πληροφορίες, τις διαδικασίες που χρησιμοποιούνται για την καταγραφή, την οργάνωση και την χρήση των πληροφοριών, τα μέσα στα οποία καταχωρούνται οι πληροφορίες, κλπ.

Οι σημαντικότεροι παράγοντες που έκαναν επιτακτική την 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 στην 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 την 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 μιας 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 μια ισχυρή υποδομή πληροφοριών, στην καρδιά της οποίας, βρίσκεται η υποδομή της τεχνολογίας των πληροφοριών. Κατά συνέπεια, η μελέτη των

A.T.E.I. ΠΑΤΡΑΣ: ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

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.

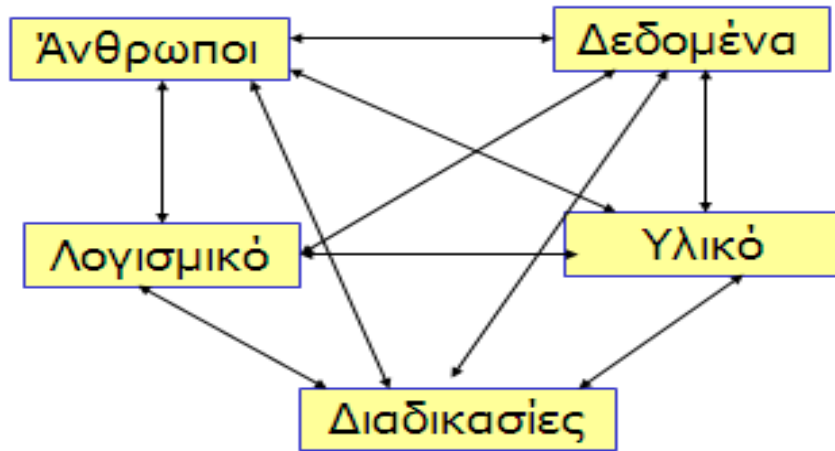
### 2.4.3 Ορισμός των Πληροφοριακών Συστημάτων

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

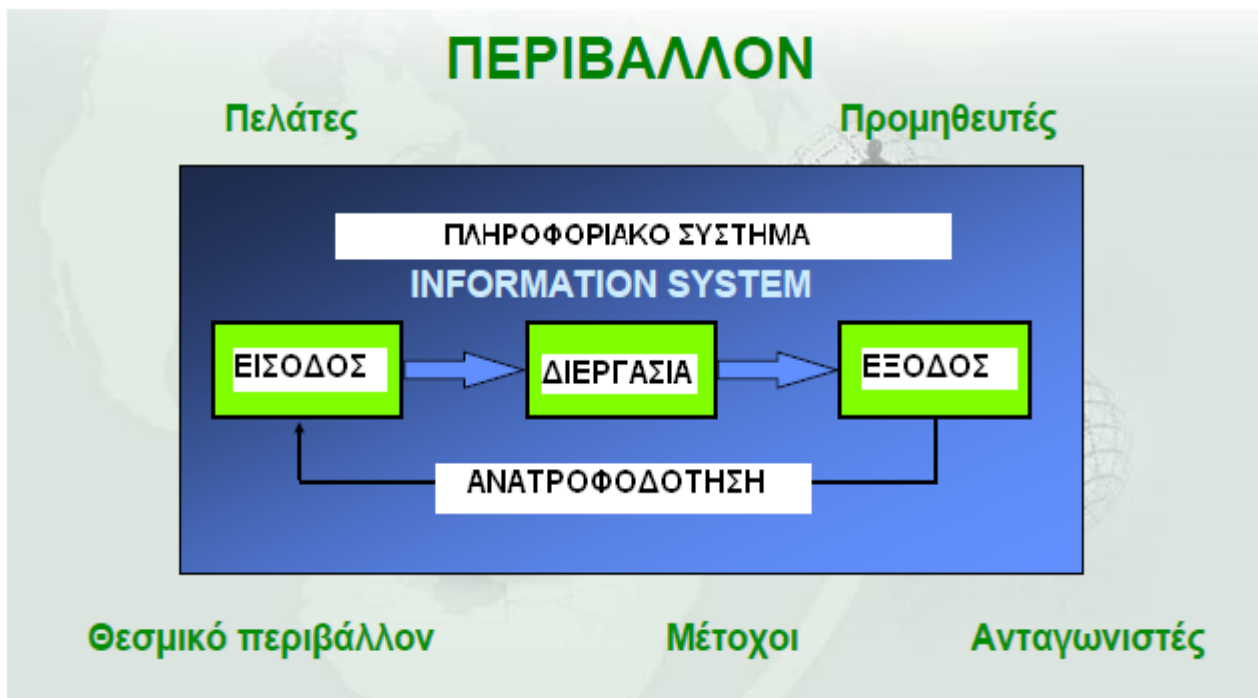
- Πληροφοριακό σύστημα είναι ένα σύνολο διασυνδεδεμένων συνιστωσών οι οποίες συλλέγουν (collect, retrieve), επεξεργάζονται (process), αποθηκεύουν (store), και κατανέμουν (distribute), πληροφορίες (information) για την υποστήριξη του ελέγχου και της λήψης αποφάσεων σε έναν Οργανισμό/Επιχείρηση (I. Βασιλείου)
- 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, χειρόγραφες 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 μια 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 5: Βασικά στοιχεία πληροφοριακών συστημάτων



Εικόνα 6: Λειτουργία Πληροφοριακού Συστήματος



- Είσοδος (Input): Συλλέγει πρωτογενή δεδομένα μέσα στον οργανισμό ή από το εξωτερικό του περιβάλλον.
- Διεργασία (Processing): Μετατρέπει την πρωτογενή είσοδο σε μια πιο κατανοητή μορφή.
- Έξοδος (Output): Μεταφέρει τις επεξεργασμένες πληροφορίες στους ανθρώπους ή στις δραστηριότητες που θα τις χρησιμοποιήσουν.
- Ανατροφοδότηση (Feedback): Είναι έξοδος που επιστρέφει στα κατάλληλα μέλη της οργάνωσης για να βοηθήσει να αξιολογήσουν ή να διορθώσουν τη φάση της εισόδου.

## 2.5 Τύποι Πληροφοριακών Συστημάτων

Οι έξι βασικοί τύποι πληροφοριακών συστημάτων είναι οι εξής:

### ❖ Συστήματα Επεξεργασίας Συναλλαγών (Transaction Processing Systems - 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.

### ❖ Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης (Management Information Systems - 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 αποφάσεων. Παρέχει αναφορές και εύκολη πρόσβαση στα τρέχοντα εταιρικά στοιχεία. Τα συστήματα διοίκησης είναι επιχειρησιακά εργαλεία και αφορούν το επίπεδο διοίκησης του οργανισμού. Στόχος τους είναι η διατήρηση αρχείων και η επεξεργασία μεγάλου όγκου δεδομένων και η παραγωγή περιληπτικών αναφορών και εκθέσεων. Χρήστες αυτών των πληροφοριακών συστημάτων είναι τα μεσαία στελέχη. Τα MIS αφορούν το διοικητικό επίπεδο του οργανισμού.

❖ **Συστήματα Γνώσης (Knowledge Work Systems – KWS)**

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

❖ **Συστήματα Υποστήριξης Αποφάσεων (Decision Support Systems -DSS)**

Υποστηρίζουν τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων με μεγαλύτερη επιτυχία από ότι ένα MIS. Βοηθούν τα διευθυντικά στελέχη της επιχείρησης στην επίλυση κυρίως 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 οι αναλύσεις αποφάσεων και απαντήσεις σε ερωτήματα με ειδικές αναφορές. Χρήστες αυτών των πληροφοριακών συστημάτων είναι τα μεσαία στελέχη και ειδικοί αναλυτές. Τα DSS αφορούν το διοικητικό επίπεδο του οργανισμού.

❖ **Συστήματα Υποστήριξης Διοίκησης (Executive Support Systems -ESS)**

Τα συστήματα υποστήριξης διοίκησης είναι ένα εργαλείο που επιτρέπει στις εταιρείες να μετατρέπουν τα δεδομένα τους σε χρήσιμες αναφορές και εξυπηρετούν το ανώτερο επίπεδο διοίκησης. 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 εταιρείας. 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 επιτυγχάνουμε με τη χρήση των στοιχείων που προκύπτουν από εκθέσεις των υπηρεσιών. Τα εργαλεία καθώς και τα αποτελέσματα που θα εκτελεί το ESS εξαρτώνται 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. Χρήστες αυτών των πληροφοριακών συστημάτων είναι τα υψηλόβαθμα στελέχη.

❖ **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.

## 2.6 Χαρακτηριστικά ενός Λογιστικού Πληροφοριακού Συστήματος

Τα χαρακτηριστικά ενός Λογιστικού Πληροφοριακού Συστήματος είναι τα εξής:

- Λειτουργεί όπως το κυκλοφοριακό σύστημα σε ένα οργανισμό
- Είναι ο συνεκτικός κρίκος των υποσυστημάτων ενός οργανισμού
- Το Λ.Π.Σ. είναι ένα κοινωνικό – τεχνικό σύστημα
- Στοχεύει στη βέλτιστη λειτουργία του συστήματος
- Συνεισφέρει στη δημιουργία αλλαγών ώστε ο οργανισμός να προσαρμόζεται στο περιβάλλον του
- Υποστηρίζει τις λειτουργίες ενός οργανισμού
- Πρέπει να συνεξετάζεται με τον οργανισμό
- Βασικές παράμετροι μελέτης οργανισμού: δομή, διαδικασίες, άνθρωποι, τεχνολογία
- Μέγεθος, οργάνωση, πόροι, ψυχολογία, βαθμός χρήσης νέων τεχνολογιών και εμπιστοσύνη στις νέες τεχνολογίες

Οι στόχοι ενός Λογιστικού Πληροφοριακού Συστήματος είναι οι εξής:

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

### 2.6.1 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.

Προκειμένου να υπάρχει ασφάλεια στα Λ.Π.Σ, οι επιχειρήσεις θα πρέπει:

- 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 είναι τα εξής:

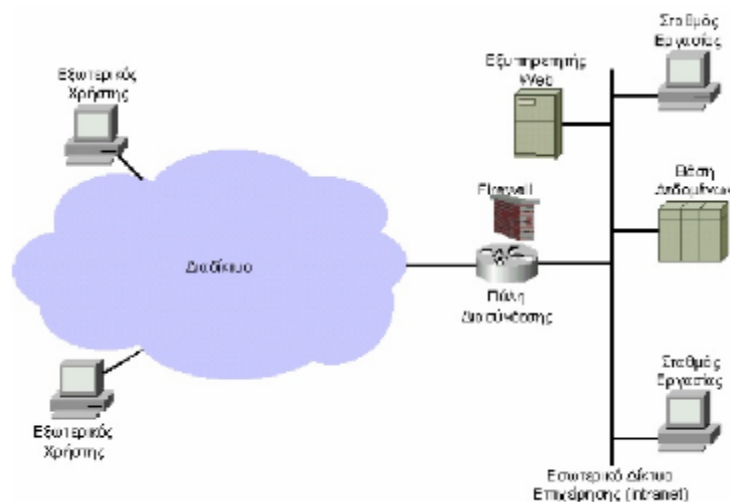
1. Ο κωδικός πρόσβασης (συνθηματικό – password)
2. Ο περιορισμός της πρόσβασης σε αρχεία, συναλλαγές ή λειτουργίες
3. Αντιμετώπιση υποκλοπής μέσω κρυπτογράφησης

4. Αντιμετώπιση εξωτερικών επιθέσεων λογισμικού μέσω firewalls
5. Αντιμετώπιση των ιών μέσω κατάλληλων προγραμμάτων
6. Αντιμετώπιση των φυσικών καταστροφών μέσω αντιγράφων ασφαλείας

Επτά βασικές μέθοδοι ασφαλείας συναλλαγών στο διαδίκτυο:

- **Έλεγχος αυθεντικότητας:** Η δυνατότητα να πιστοποιηθεί ένας χρήστης ή ένα σύστημα ότι πραγματικά είναι αυτός ή αυτό που ισχυρίζεται ότι είναι, δηλαδή η εξακρίβωση της ταυτότητας.
- **Εξουσιοδότηση:** ο έλεγχος των δικαιωμάτων του χρήστη για την πραγματοποίηση διαφόρων ενεργειών.
- **Έλεγχος πρόσβασης:** Η προστασία από μη εξουσιοδοτημένη χρήση των πόρων ενός υπολογιστικού συστήματος.
- **Εμπιστευτικότητα:** Η προστασία από αποκάλυψη πληροφοριών σε μη εξουσιοδοτημένες οντότητες. (Επιτυγχάνεται με τη κρυπτογράφηση των δεδομένων, η οποία καθιστά τα δεδομένα μη αναγνώσιμα, καθώς και με έλεγχο πρόσβασης στα δεδομένα).
- **Καταγραφή συναλλαγών:** Οι ενέργειες σε ένα σύστημα πρέπει να καταγράφονται έτσι ώστε οι λεπτομέρειες της κάθε συναλλαγής να είναι διαθέσιμες για έλεγχο οποτεδήποτε.
- **Ακεραιότητα δεδομένων:** Η προστασία από μη εξουσιοδοτημένη εισαγωγή, τροποποίηση ή διαγραφή – αλλοίωση πληροφοριών. (Επιτυγχάνεται με τη χρήση μηχανισμών αυθεντικοποίησης, με ψηφιακές υπογραφές, και με έλεγχο πρόσβασης).
- **Μη αποποίηση:** Η προστασία από την δόλια άρνηση μιας οντότητας ότι έλαβε μέρος σε μια ανταλλαγή πληροφοριών.

### *Ασφαλής Διασύνδεση Δικτύου Επιχείρησης με το Διαδίκτυο*



**Εικόνα 7:** Ασφαλής Διασύνδεση Δικτύου Επιχείρησης με το Διαδίκτυο

## 2.7 Προγράμματα ERP

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 διείσδυση 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 ενός και πέντε 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.

### 2.7.1 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 δυσλειτουργικά (CROSS-FUNCTIONAL INTEGRATION) όλα τα τμήματα της επιχείρησης. Μέσω της δυσλειτουργικής ολοκλήρωσης επιτυγχάνεται η ταχυτάτη, ακριβής και έγκαιρη μετάδοση της πληροφορίας στο εσωτερικό της επιχείρησης. Αυτή η πληροφορία μπορεί να αφορά σε κόστος, έσοδα, κέρδη 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 και Μισθοδοσία), τα περισσότερα συστήματα ERP καλύπτουν διάφορες λειτουργίες.

Τα σημερινά συστήματα ERP μπορούν να καλύψουν ένα ευρύ φάσμα λειτουργιών και την ενσωμάτωση 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 στο δίκτυο.

### **Πλεονεκτήματα των ERP Συστημάτων**

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

- Τα συστήματα ERP μας παρέχουν άμεση πληροφόρηση και 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 την λήψη στρατηγικών αποφάσεων.
- Είναι η βάση για την 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 επίβλεψης
- Χαμηλότερο κόστος
- Βελτίωση της εξυπηρέτησης 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.



Εικόνα 8: Συνολική εικόνα ERP

### 2.7.2 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 μια 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 διαδικασία και το κόστος του implementation και έχει αρνητική επίπτωση όσον αφορά την ωφελεία που θα μπορούσε να αποκομίσει μια επιχείρηση από τα 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 ανεπτυγμένο) σε μια 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. Παρόλα αυτά, ένα έργο ERP είναι μια πολύ καλή ευκαιρία για να επιβληθούν νέες διαδικασίες και οργανωτικές λύσεις σε μια εταιρεία.

## 2.8 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 διαθέσιμων. Ανάλογα με τον βαθμό ολοκλήρωσης των ERP υποστηρίζονται και άλλες διαδικασίες, όπως ο προϋπολογισμός, η κοστολόγηση, βάσεις 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 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 αποθήκευσης – διανομής ανταλλάσσει πληροφορίες κυρίως με τα υποσυστήματα οικονομικής διαχείρισης, πωλήσεων - marketing, προμηθειών και παράγωγης.
- Οι βασικές λειτουργίες που καλύπτει το υποσύστημα ανθρωπίνων 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 παράγωγης περιλαμβάνουν τον προγραμματισμό απαιτήσεων δυναμικότητας, το μακροπρόθεσμο προγραμματισμό παραγωγής, τον προγραμματισμό απαιτήσεων υλικών, τον έλεγχο παραγωγής και την κοστολόγηση παραγωγής. Άλλες λειτουργίες που πιθανόν 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.



Εικόνα 9: Βασικό Μοντέλο ERP

## 2.9 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 διατραπεζικές 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.

### 2.9.1 Singular Logic Business ERP

Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα Διαχείρισης Επιχειρηματικών 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 και Πληρωτέων λογαριασμών, Χρηματοοικονομική Διαχείριση, Cash Flow, Πιστωτική Πολιτική Πελατών, Τραπεζικοί Λογαριασμοί, Τόκοι Υπερημερίας, Προϋπολογισμός λογαριασμών, Μητρώο παγίων/Αποσβέσεις παγίων, Παραστατικά παγίων), Advanced Διαχείριση Παγίων. Διοικητικοί Λογαριασμοί, Accounting Consolidation.
- Υποσύστημα Διοικητικής Πληροφόρησης/Προγραμματισμού (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
- Εξω-λογιστική Κοστολόγηση Δραστηριοτήτων
- Διαχείριση Ροής αποθεμάτων
- Διαχείριση ξένου νομίσματος, Multi-Company, e-business, Security System, Προηγμένες δυνατότητες Customi.

### 2.9.2 ERP Atlantis Financial (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  
Α.Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ: ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

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 πολυγλωσσικό 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 HEBROS Bank διαθέτει πλέον ενιαία διαχείριση και παρακολούθηση των χρηματοοικονομικών της μεγεθών και εφαρμόζει κοινές διαδικασίες και λειτουργίες και στα 92 υποκαταστήματα της.

Το ERP Atlantis Financials, αποδεικνύοντας τόσο την ευελιξία του όσο και την τεχνολογική του υπεροχή, ενσωματώθηκε / διασυνδέθηκε άμεσα με τα τρέχοντα πληροφοριακά συστήματα της Τράπεζας, που εκτός των άλλων περιλαμβάνουν το core banking σύστημα LOBIS FlexCube και το HEBROS Bank Intranet.

## Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 3ο

### Ηλεκτρονικός Υπολογιστής- Ηλεκτρονικό Εμπόριο

#### 3.1 Η χρησιμότητα του Ηλεκτρονικού Υπολογιστή στις Επιχειρήσεις

Μια μικρομεσαία επιχείρηση, σε όλο το κύκλο των δραστηριοτήτων της, πρέπει να διατηρεί κάποια έγγραφα τα οποία να 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.

##### 3.1.1 Ο υπολογιστής ως εργαλείο διατήρησης των αρχείων της επιχείρησης

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 κτλ.

**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.

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.

### 3.1.2 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 κ.τ.λ.**

### 3.1.3 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 κ.τ.λ.), η επεξεργασία λογιστικών φύλλων, η δημιουργία βάσης δεδομένων και παρουσιάσεων. Για τη διεκπεραίωση διαδικασιών πληροφόρησης και επικοινωνίας απαιτείται ακόμα η μετάδοση μηνυμάτων και η διαχείριση και προσπέλαση πληροφοριών.

Η εισαγωγή του αυτοματισμού στο χώρο του γραφείου μπορεί να συμβάλει 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.

### 3.1.4 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 κ.τ.λ.

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, μπορείτε να συνομιλήσετε με όλους τους συνεργάτες σας 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 κ.τ.λ. 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.

### 3.1.5 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](http://www.taxisnet.gr)), η αγορά ενσήμων ([www.ika.gr](http://www.ika.gr)) και η διαχείριση τραπεζικών λογαριασμών μπορούν να γίνουν εύκολα και άμεσα μέσω του Internet.

### 3.1.6 Ο υπολογιστής ως εργαλείο ηλεκτρονικού εμπορίου

**Ηλεκτρονικό εμπόριο** (e-commerce) είναι οποιαδήποτε εμπορική δραστηριότητα η οποία διεξάγεται μεταξύ επιχειρηματικών εταίρων 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 εταίρων με σκοπό τη σύναψη επιχειρηματικών σχέσεων.

### 3.2 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, μια 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 το βασικότερο λόγο για τον οποίο οι ΜΜΕ συνδέονται στο διαδίκτυο και παρά τα προβλήματα 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 ακουστεί η φωνή τους διαψεύστηκε αφού και στο διαδίκτυο κυριαρχούν τα γνωστά brands. Αξίζει να σημειωθεί ότι με ελάχιστες εξαιρέσεις τα ηλεκτρονικά καταστήματα που έτυχαν ήταν αυτά που δημιούργησαν εταιρείες ταχυδρομικών πωλήσεων (κατάλογοι) και γνωστά διεθνή σήματα (brands).

Σε αντίθεση με τις εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου μορφής B2C και B2B ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι εφαρμογές Business to Government κατά τις οποίες το διαδίκτυο λειτούργει 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 αλλά κράτη-μελή της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ερευνά 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 εξοικείωσης τους με το διαδίκτυο.

### 3.3 Επιχειρήσεις στο Διαδίκτυο

Είναι εμφανής η ανάγκη κάθε επιχείρησης να διαθέτει πρόσβαση στο Διαδίκτυο, πράγμα που επιβεβαιώνεται και από κάθε πρόσφατη ερευνά. 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.

### 3.4 Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Με την ολοένα και ταχύτερη ανάπτυξη των τεχνολογιών και των επικοινωνιών και ιδίως την ραγδαία, τα τελευταία χρόνια, ανάπτυξη του Internet, η φύση και η δραστηριότητα του εμπορίου αλλάζει. Μια νέα μορφή εμπορίου, το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει κάνει δυναμική εμφάνιση και διεκδικεί σημαντικό μερίδιο από το παραδοσιακό εμπόριο. Η ανάπτυξή του οφείλεται ακριβώς στο γεγονός ότι προσφέρει τη δυνατότητα να πραγματοποιούνται κάθε είδους συναλλαγές συμπεριλαμβανομένων της πώλησης αγαθών και υπηρεσιών μέσα από ηλεκτρονικά μέσα με μεγάλη ταχύτητα και μικρό κόστος. Η παγκοσμιοποίηση των εμπορικών συναλλαγών μέσω του Internet δίνει την δυνατότητα στους χρήστες να επισκέπτονται τα "ψηφιακά εμπορικά κέντρα" για να αναζητήσουν τις υπηρεσίες και τα προϊόντα που επιθυμούν. Είναι πλέον σαφές πως το Ηλεκτρονικό Εμπόριο έχει αρχίσει να εισβάλλει με γρήγορους ρυθμούς στην καθημερινή μας ζωή.

Έτσι για παράδειγμα, εάν κανείς συνδεθεί με το Internet θα διαπιστώσει αμέσως ότι μπορεί να επιλέξει και να αγοράσει μέσω του Η/Υ από τα ηλεκτρονικά καταστήματα τα λεγόμενα e-shops, μια σειρά από προϊόντα και υπηρεσίες: από βιβλία και ρούχα ως πακέτα διακοπών από οποιαδήποτε χώρα. Μπορεί επίσης να κλείσει αεροπορικό εισιτήριο χρεώνοντας την πιστωτική του κάρτα και αμέσως μετά να παραγγείλει φαγητό για το σπίτι. Ωστόσο το ηλεκτρονικό εμπόριο δεν έχει μόνο αυτή την μορφή, αντίθετα περιλαμβάνει μια ευρεία κλίμακα συναλλαγών και χρήση πολλαπλών τεχνολογικών εφαρμογών. Ειδικότερα το ηλεκτρονικό εμπόριο εμφανίζεται με δύο τύπους δραστηριότητας και τέσσερις μορφές.

### **3.4.1 Το ιστορικό της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου**

#### ***Δεκαετία του 1970***

Εμφανίζονται τα συστήματα ηλεκτρονικής μεταφοράς χρηματικών πόρων (EFT) μεταξύ τραπεζών, που χρησιμοποιούν ασφαλή ιδιωτικά δίκτυα. Τα συστήματα EFT αλλάζουν τη μορφή των αγορών.

#### ***Δεκαετία του 1980***

Οι τεχνολογίες ηλεκτρονικής επικοινωνίας που βασίζονται στην αρχιτεκτονική της ανταλλαγής μηνυμάτων (συστήματα EDI και ηλεκτρονικό ταχυδρομείο) αποκτούν σημαντική διάδοση. Πολλές δραστηριότητες, που παραδοσιακά διεκπεραιώνονταν με βασικό μέσο το χαρτί, μπορούν πλέον να γίνουν ταχύτερα και με μικρότερο κόστος. Οι συναλλαγές, που παλαιότερα απαιτούσαν έντυπα, όπως παραγγελίες αγοράς, συνοδευτικά έγγραφα και επιταγές πληρωμής, μπορούν να γίνουν κατά ένα μέρος ή στο σύνολό τους ηλεκτρονικά με δομημένο τρόπο χάρη στα συστήματα EDI ή μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

#### ***Τέλη της δεκαετίας του 1980 - αρχές της δεκαετίας του 1990***

Τα ηλεκτρονικά δίκτυα προσφέρουν μια νέα μορφή κοινωνικής επικοινωνίας, με δυνατότητες όπως ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail), ηλεκτρονική διάσκεψη (conferencing) και ηλεκτρονική συνομιλία (IRC), ομάδες συζήτησης (newsgroups, forums), μεταφορά αρχείων (FTP) κτλ. Η πρόσβαση στο δίκτυο γίνεται φθηνότερη λόγω της διεθνούς απελευθέρωσης της αγοράς τηλεπικοινωνιών.

#### ***Μέσα της δεκαετίας του 1990***

Η εμφάνιση του Παγκόσμιου Ιστού (WWW) στο Internet και η επικράτηση των προσωπικών ηλεκτρονικών υπολογιστών (PC) που χρησιμοποιούν λειτουργικά συστήματα τύπου Windows, προσφέρουν μεγάλη ευκολία χρήσης λύνοντας το πρόβλημα της δημοσίευσης και της εύρεσης πληροφοριών στο διαδίκτυο. Το ηλεκτρονικό εμπόριο γίνεται ένας πολύ φθηνότερος τρόπος για την πραγματοποίηση μεγάλου όγκου συναλλαγών, ενώ συγχρόνως διευκολύνει την παράλληλη λειτουργία πολλών διαφορετικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, επιτρέποντας σε μικρές επιχειρήσεις να ανταγωνιστούν μεγαλύτερες, με πολύ ευνοϊκότερες προϋποθέσεις.

#### ***Τέλη της δεκαετίας του 1990***

Η καθιέρωση μεθόδων κρυπτογράφησης περιεχομένου και εξακρίβωσης της ταυτότητας του αποστολέα ηλεκτρονικών μηνυμάτων, καθώς και η σχετική προσαρμογή της νομοθεσίας στους τομείς των εισαγωγών-εξαγωγών και των

επικοινωνιών, καθιστούν δυνατή την πραγματοποίηση ασφαλών διεθνών ηλεκτρονικών συναλλαγών.

### 3.4.2 Τι είναι το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο είναι μία έννοια για την οποία έχουν δοθεί πολλαπλοί ορισμοί, οι οποίοι πηγάζουν κυρίως από το τρόπο με τον οποίο προσεγγίζεται από διάφορες επιστήμες και επαγγελματίες.

Ο Δουκίδης (1998) αναφέρει ότι «το ηλεκτρονικό εμπόριο ορίζεται ως ένα σύνολο επιχειρηματικών στρατηγικών που μπορούν να υποστηρίξουν συγκεκριμένους τομείς επιχειρηματικής δραστηριότητας και συγκεκριμένες επιχειρηματικές πρακτικές οι οποίες επιτρέπουν, μέσω της χρήσης νέων τεχνολογιών, την διεκπεραίωση διαδικασιών με ηλεκτρονικά μέσα».

Πρόκειται για κάθε είδος εμπορικής συναλλαγής μεταξύ προσώπων (φυσικών και μη) που πραγματοποιείται με ηλεκτρονικά μέσα. Είναι η διάθεση και αγοραπωλησία προϊόντων ηλεκτρονικά, η διεκπεραίωση εμπορικών λειτουργιών και συναλλαγών χωρίς τη χρήση χαρτιού, συνήθως μέσω δικτύων ηλεκτρονικών υπολογιστών. Πρόκειται για την αγοραπωλησία αγαθών, πληροφοριών και υπηρεσιών μέσα από δίκτυα ηλεκτρονικών υπολογιστών.

Το Ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μια ολοκληρωμένη συναλλαγή που πραγματοποιείται μέσω του διαδικτύου χωρίς να είναι απαραίτητη η φυσική παρουσία των συμβαλλομένων μερών, δηλαδή του πωλητή και του αγοραστή, οι οποίοι μπορούν να βρίσκονται ακόμα και σε διαφορετικές χώρες. Είναι οποιαδήποτε συναλλαγή που ενέχει διαδικτυακή δέσμευση για αγορά ή πώληση αγαθών ή υπηρεσιών.

Ηλεκτρονικό εμπόριο θεωρούνται επίσης και οι συναλλαγές μέσω τηλεφώνου και φαξ. Το ηλεκτρονικό εμπόριο διακρίνεται σε έμμεσο και άμεσο. Ο πρώτος όρος χρησιμοποιείται όταν πρόκειται για την ηλεκτρονική παραγγελία υλικών αγαθών που μπορούν να παραδοθούν μόνο με παραδοσιακούς τρόπους όπως είναι το ταχυδρομείο. Άμεσο είναι το ηλεκτρονικό εμπόριο που περιλαμβάνει παραγγελία, πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών. Η πληρωμή των υπηρεσιών αυτών γίνεται είτε με πιστωτικές κάρτες είτε με ηλεκτρονικό χρήμα με την αρωγή πάντα και τη σύμπραξη των τραπεζών.

Έμμεσο Η.Ε.	Άμεσο Η.Ε.
<p>Ηλεκτρονική παραγγελία προϊόντων                      Τα αγαθά παραδίδονται με παραδοσιακούς τρόπους (π.χ. ταχυδρομείο, ιδιωτικές υπηρεσίες διανομής)                      Εξαρτάται από εξωτερικούς παράγοντες (π.χ. αποτελεσματικότητα συστήματος μεταφορών)</p>	<p>Ηλεκτρονική παραγγελία προϊόντων                      Πληρωμή και παράδοση άυλων αγαθών και υπηρεσιών (π.χ. λογισμικό, ψυχαγωγικό περιεχόμενο)                      Υποστήριξη ηλεκτρονικών εμπορικών συναλλαγών σε παγκόσμιο επίπεδο.</p>

Εικόνα 10: Χαρακτηριστικά έμμεσου και άμεσου ηλεκτρονικού εμπορίου

### 3.4.3 Ο κύκλος του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

Σύμφωνα με τους Πασχόπουλο και Σκαλτσά (2001) ο κύκλος του Ηλεκτρονικού Εμπορίου αναλύεται ως εξής:

#### *Ανταλλαγή πληροφοριών*

Με το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί κάποιος συγχρόνως να πετύχει δυο στόχους. Μέσω του ηλεκτρονικού του καταστήματος με τους ηλεκτρονικούς καταλόγους, τις ηλεκτρονικές φόρμες, και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, μπορεί να προβάλλει τα προϊόντα του ενώ παράλληλα μπορεί να λαμβάνει πληροφορίες από τους υπάρχοντες και πιθανούς μελλοντικούς πελάτες του. Με αυτό τον τρόπο, ενώ οι πελάτες ενημερώνονται για τα προϊόντα, ο ιδιοκτήτης του ηλεκτρονικού καταστήματος πληροφορείται για τα προϊόντα που θα ήθελαν να αγοράσουν μελλοντικά, τις καταναλωτικές τους συνήθειες και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν. Ακόμα μπορείτε να ανταλλάξετε πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα και την αγορά τους, μέσω των δικτυακών κοινοτήτων (περιοχές συζητήσεων και ομάδες ειδήσεων).

#### *Παραγγελία*

Η συναλλαγή μέσω δικτύων αποτελεί κομμάτι της καθημερινότητας για πάρα πολλούς ανθρώπους στον κόσμο. Η παραδοσιακή φόρμα παραγγελίας έχει δώσει τη θέση της στην ηλεκτρονική με την οποία οι καταναλωτές μπορούν να αγοράζουν μέσω διαδικτύου από αυτοκίνητα μέχρι και λουλούδια. Δεν πρέπει νέας να απορρίπτετε τη συναλλαγή μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου: ίσως κάποιιοι καταναλωτές την προτιμούν ή δεν διαθέτουν τον κατάλληλο φυλλομετρητή (browser) για τη συναλλαγή.

#### *Παράδοση προϊόντος*

Από το 1995 ένα μεγάλο μέρος των παραδόσεων λογισμικού νέας ΗΠΑ δεν πραγματοποιούνται σύμφωνα με τον συμβατικό τρόπο αλλά μέσω δικτύου. Αγαθά νέας μουσικά CDs, βιβλία, λογισμικό, φωτογραφίες πάσης φύσεως και αρχιτεκτονικά και

άλλα σχέδια είναι εφικτό να παραδοθούν ηλεκτρονικά. Με αυτόν τον τρόπο, έχουμε μείωση του κόστους, λόγω αποφυγής μεταφορικών (ή και ενδιάμεσων), και ο καταναλωτής παραλαμβάνει το προϊόν πιο γρήγορα και πιο φθηνά. Νέας κάθε πελάτης μπορεί να βλέπει σε ποιο στάδιο βρίσκεται η εκτέλεση νέας παραγγελίας του εγκαθιστώντας το κατάλληλο πρόγραμμα στο ηλεκτρονικό κατάστημα.

### ***Πληρωμή***

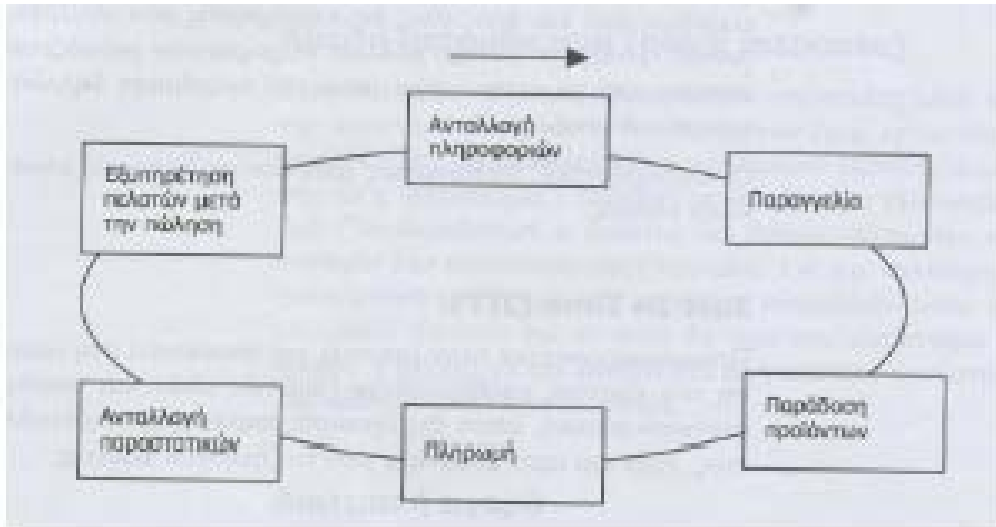
Η τεχνολογία δίνει την δυνατότητα πληρωμής των αγαθών, ηλεκτρονικά. Ο πιο διαδεδομένος τρόπος πληρωμής είναι με τον αριθμό νέας πιστωτικής κάρτας του πελάτη.

### ***Ηλεκτρονική ανταλλαγή παραστατικών (EDI)***

Εφόσον τα αγαθά νέας είναι «απτά» δεν μπορεί να γίνει ανταλλαγή μέσω διαδικτύου. Παρόλα αυτά μπορείτε να ανταλλάξετε παραστατικά νέας δελτία αποστολής και τιμολόγια με νέας προμηθευτές, πελάτες και διανομείς νέας.

### ***Εξυπηρέτηση πελατών μετά την πώληση***

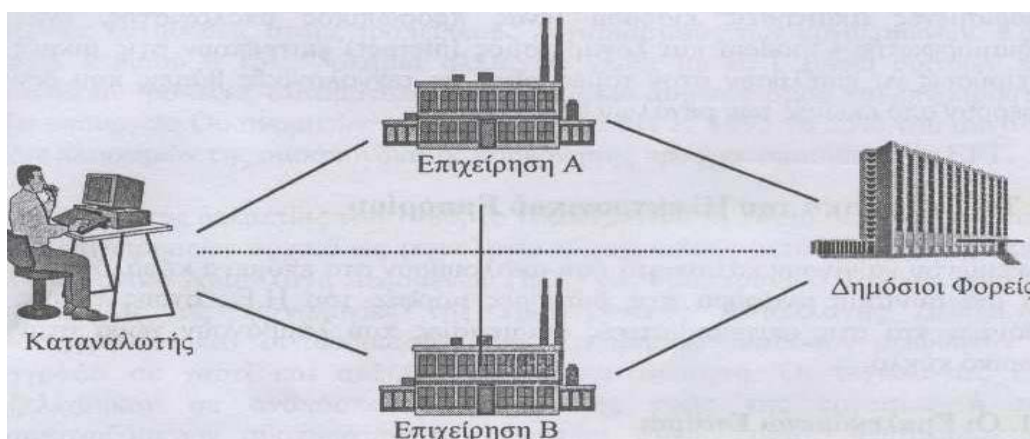
Η σχέση μεταξύ του ιδιοκτήτη του καταστήματος και του πελάτη αρχίζει μετά την πώληση, μέσω νέας τεχνολογίας ο ιδιοκτήτης μπορεί να πληροφορηθεί σχετικά με το επίπεδο ικανοποίησης του πελάτη για το προϊόν και σχετικά με τη χρήση που του κάνει (πολλή, λίγη, συχνή και αραιή). Παρακάτω στο Σχήμα 1 αποτυπώνεται ο κύκλος του ηλεκτρονικού εμπορίου. Για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών μπορείτε να πληροφορήσετε νέας πελάτες σχετικά με λύσεις σε ενδεχόμενα προβλήματα που μπορεί να προκύψουν κατά τη χρήση του προϊόντος, σημεία στα οποία μπορεί να αποταθεί για συντήρηση, ημερομηνίες κυκλοφορίας νέας έκδοσης του προϊόντος και άλλα.



Εικόνα 11 : Κύκλος του Ηλεκτρονικού Εμπορίου

### 3.4.4 Βασικές μορφές Ηλεκτρονικού Εμπορίου

- 1) Το Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ των Επιχειρήσεων (Business to Business ή B2B)
- 2) Το Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ Επιχείρηση με Κράτος (business-to-government ή B2G)
- 3) Το Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ Επιχείρηση με Καταναλωτή (business-to-consumer ή B2C)
- 4) Το Ηλεκτρονικό εμπόριο μεταξύ Καταναλωτή με Κράτος (consumer-to government ή C2G)



Εικόνα 12: Μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου

Οι εφαρμογές B2B έχουν στόχο να βελτιώσουν και να απλοποιήσουν τις διάφορες επιχειρησιακές διαδικασίες μέσα σε μια εταιρεία, καθώς και να αυξήσουν την αποδοτικότητα των συναλλαγών μεταξύ εταιρειών που συνεργάζονται. Οι εταιρείες χρησιμοποιούν το σύστημα B2B για γρηγορότερες συναλλαγές χωρίς σφάλματα, για

έλεγχο των αποθεμάτων, αποτελεσματική αναπλήρωση των προϊόντων κ.λπ. Για να μπορέσουν οι εταιρείες να αναπτύξουν δραστηριότητες ηλεκτρονικού εμπορίου B2B με τους συνεργάτες τους, θα πρέπει να υπάρχει συνεργασία και συντονισμός. Μια εφαρμογή B2B εμπλέκει συνήθως πολλά άτομα σε πολλές εταιρικές λειτουργίες. Παρ' όλο που οι περισσότεροι γνωρίζουν τις εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου από επιχειρήσεις προς καταναλωτές και σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων μεταβαίνει από τα παραδοσιακά στα ηλεκτρονικά συστήματα πώλησης, το μεγαλύτερο ποσοστό ηλεκτρονικού εμπορίου που διεξάγεται εξακολουθεί να είναι τύπου B2B. Αυτό συμβαίνει διότι οι εφαρμογές B2B περιλαμβάνουν εκατομμύρια συναλλαγών, τεράστιες επενδύσεις, ενώ η ταχύτητα και η ακρίβεια μπορεί να αποτελέσουν σοβαρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Το διεπιχειρησιακό (B2B) μοντέλο έχει τα χαρακτηριστικά της σταθερής σχέσης, η οποία υπόκειται σε συγκεκριμένες εμπορικές συμφωνίες, συνεπακόλουθους νόμους, θεσμούς και τυπικό. Επιπλέον, χαρακτηρίζεται από την αυξημένη ανάγκη ασφάλειας και αξιοπιστίας της επικοινωνίας, δεδομένου ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα εξαρτάται από το μέσο αυτό.

Οι εφαρμογές B2G περιλαμβάνουν συνήθως συναλλαγές μεταξύ των ιδιωτικών επιχειρήσεων με τις αρμόδιες αρχές με σκοπό την διεκπεραίωση των εταιρικών φορολογικών υποχρεώσεων όπως, την υποβολή των περιοδικών δηλώσεων Φ.Π.Α., τις προμήθειες, τον τελωνειακό έλεγχο για τις εισαγωγές και εξαγωγές κ.λπ. Όπως στην περίπτωση των εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ καταναλωτών και κυβερνητικών φορέων, οι συναλλαγές από επιχειρήσεις προς κυβερνητικούς φορείς δεν φαίνεται να έχουν άμεση σχέση με αυτό που ο κόσμος θεωρεί ηλεκτρονικό εμπόριο. Ωστόσο, το κράτος εμπλέκεται σχεδόν σε κάθε είδος επιχειρηματικής συναλλαγής καθ' όλη τη διάρκεια του εμπορικού κύκλου και γι' αυτόν το λόγο αρκετές εφαρμογές έχουν αναπτυχθεί για να βελτιώσουν τις συναλλαγές B2G.

Οι εφαρμογές B2C απευθύνονται στο μέσο καταναλωτή. Αυτός ο τύπος εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια, κυρίως μετά την ευρεία χρήση του διαδικτύου και τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών μέσω αυτού. Το διαδίκτυο είναι κατάλληλο γι' αυτό το είδος ηλεκτρονικού εμπορίου, καθώς είναι ευρέως διαθέσιμο και μπορεί να προωθήσει αποτελεσματικά προϊόντα και υπηρεσίες σε όλους τους τύπους πιθανών πελατών. Παραδείγματα εφαρμογών B2C αποτελούν τα ηλεκτρονικά καταστήματα, οι ηλεκτρονικές αγορές, οι ηλεκτρονικές τράπεζες κ.α. Το μοντέλο επιχείρησης-καταναλωτή, αντίθετα με το μοντέλο επιχείρησης-επιχείρησης (B2B), χαρακτηρίζεται από τον αδόμητο χαρακτήρα του καταναλωτή ως ανθρώπινω ων και την έλλειψη σταθερών σχέσεων. Οι μορφές προσέγγισης για την υλοποίηση αλλά και τη θεσμική υποστήριξη των δύο αυτών μοντέλων είναι διαφορετικές. Στο διεπιχειρησιακό μοντέλο (B2B) οι αντίστοιχες τεχνολογίες και μέθοδοι έχουν σαν κύριο στόχο την υποστήριξη και διευκόλυνση της εμπορικής συμφωνίας χρησιμοποιώντας κατάλληλα πληροφοριακά συστήματα, τα οποία επιτρέπουν τον έλεγχο, την αξιοποίηση και περαιτέρω προώθηση της πληροφορίας που

ανταλλάσσεται. Επιπλέον, η ίδια η πληροφορία απαιτεί την κατάλληλη αναπαράστασή της (κωδικοποίηση), δεδομένου ότι οι διαδικασίες ελέγχου, αξιοποίησης και μεταφοράς της γίνονται από ηλεκτρονικά μέσα. Στο μοντέλο επιχείρησης-καταναλωτή (B2C) αντίθετα, παρ' όλο που χρησιμοποιούνται ηλεκτρονικά μέσα για την επικοινωνία και ανταλλαγή της πληροφορίας, οι μέθοδοι παραμένουν ανθρωποκεντρικοί, λόγω του ότι με οποιοδήποτε άλλο τρόπο δεν θα ήταν εμπορικά αξιοποιήσιμες από τον καταναλωτή-άνθρωπο.

Οι εφαρμογές C2G περιλαμβάνουν συνήθως συναλλαγές μεταξύ των πολιτών με τους δημόσιους φορείς χρησιμοποιώντας εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου με σκοπό την καταβολή φόρων, έκδοση πιστοποιητικών ή άλλων εγγράφων κ.λπ. Αν και δε μπορούμε να ορίσουμε απόλυτα τις συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών ή πολιτών με κυβερνητικούς φορείς ως ηλεκτρονικό εμπόριο, μπορούμε να δούμε αρκετές C2G εφαρμογές στο πλαίσιο συναλλαγών που διεκπεραιώνονται αποτελεσματικότερα και αποδοτικότερα με τη χρήση συστημάτων και τεχνολογίας ηλεκτρονικού εμπορίου.

### 3.4.5 Στοιχεία που περιλαμβάνει το Ηλεκτρονικό Εμπόριο

Το ηλεκτρονικό εμπόριο, σαν έννοια, δεν περιλαμβάνει μόνο τη διεξαγωγή ηλεκτρονικών αγορών, αλλά χαρακτηρίζεται από μια ποικιλία λειτουργιών που προσφέρει. Αυτές αναφέρονται παρακάτω:

- Εγκαθίδρυση μιας αρχικής επαφής, π.χ. μεταξύ του πελάτη και του καταστήματος
- Ανταλλαγή πληροφοριών και εγγράφων με ασφάλεια με τη χρήση
- Υποστήριξη του πελάτη πριν και μετά τις πωλήσεις, όπως:
- Προβολή των προϊόντων μέσα από ηλεκτρονικούς καταλόγους
- Πληροφορίες για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες
- Τεχνική υποστήριξη για τη χρήση των προϊόντων
- Απαντήσεις σε ερωτήσεις των καταναλωτών
- Πωλήσεις
- Ηλεκτρονικές πληρωμές
- Διανομές, οι οποίες περιλαμβάνουν:
- Τη συνεργασία με μεταφορικές εταιρίες για την αποστολή προϊόντων
- Την ηλεκτρονική αποστολή αγαθών που μπορούν να σταλούν μέσω δικτύου



### 3.4.6 Πλεονεκτήματα - Μειονεκτήματα ηλεκτρονικού εμπορίου

Το ηλεκτρονικό εμπόριο λειτουργεί θετικά τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους καταναλωτές στους οποίους προσφέρει μεγάλες ευκολίες. **Τα βασικά πλεονεκτήματα** είναι:

- *Διευρυμένη αγορά*

Τα όρια του ηλεκτρονικού εμπορίου δεν περιορίζονται από τα αντίστοιχα γεωγραφικά ή εθνικά όρια, που στην πραγματικότητα περιορίζουν την εμβέλεια των επιχειρήσεων. Έτσι επιτρέπεται ακόμα και στις μικρότερες επιχειρήσεις να πετύχουν μια σφαιρική παρουσίαση των προϊόντων τους, να συναγωνιστούν «επί ίσοις όροις» άλλες επιχειρήσεις άσχετα με το μέγεθος τους και να εδραιωθούν σε παγκόσμιο επίπεδο, αποκτώντας ένα αγοραστικό κοινό οποιασδήποτε εθνικότητας. Είναι προφανές ότι η ηλεκτρονική προβολή των καταστημάτων αποτελεί τον καλύτερο ίσως τρόπο διαφήμισης τους. Το αντίστοιχο όφελος του καταναλωτή είναι ότι μπορεί να διαλέξει αυτό που τον ενδιαφέρει από διάφορους προμηθευτές, χωρίς να τον απασχολεί η γεωγραφική θέση της επιχείρησης. Η παγκόσμια αγορά συνδέεται ηλεκτρονικά και δημιουργείται με τον τρόπο αυτό μια κατάσταση πολυπωλίου, με αποτέλεσμα να μπορεί ο χρήστης να βρει μια πολύ συμφέρουσα προσφορά σε ελάχιστο χρόνο. Λόγω του πολυπωλίου που δημιουργείται, κάθε επιχείρηση, μικρή ή μεγάλη, πρέπει να ακολουθήσει τις νέες εξελίξεις, αυτές που ορίζουν οι ηλεκτρονικές συναλλαγές, προκειμένου να παραμείνει ανταγωνιστική.

- *Αυξημένος ανταγωνισμός*

Λόγω της κατάστασης πολυπωλίου ο ανταγωνισμός αυξάνεται και η κάθε επιχείρηση προσπαθεί να κερδίσει τους πελάτες, βελτιώνοντας όχι μόνο την ποιότητα των προϊόντων, αλλά και έναν αριθμό άλλων πραγμάτων που προσελκύουν τον καταναλωτή. Έτσι, δίνεται έμφαση στην παρουσίαση των προϊόντων, στις πληροφορίες που παρέχονται γι' αυτά, στις οδηγίες χρήσης, στην ικανοποίηση των απαιτήσεων του πελάτη και στην καλύτερη και γρηγορότερη εξυπηρέτησή του.

- *Μείωση κόστους προϊόντων - Μείωση τιμών*

Ένα από τα μεγαλύτερα οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η μείωση του κόστους συναλλαγής. Με τη νέα αυτή μορφή του εμπορίου, δεν είναι απαραίτητη η ύπαρξη καταστημάτων, με αποτέλεσμα να μειώνεται το κόστος συναλλαγής άρα και οι τιμές των προϊόντων. Έτσι ενώ η συναλλαγή που συμπεριλαμβάνει ανθρώπινη επαφή μπορεί να κοστολογείται σε δολάρια, η αντίστοιχη ηλεκτρονική συναλλαγή κοστίζει μόλις λίγα σεντς ή και λιγότερο.

- Δημιουργία προφίλ καταναλωτών

Μαζική παραγωγή προϊόντων-Προϊόντα και υπηρεσίες προσωπικής επιλογής για τους καταναλωτές. Μέσω της ηλεκτρονικής επικοινωνίας είναι δυνατό τα καταστήματα να συγκεντρώσουν πληροφορίες για τις ιδιαίτερες ανάγκες και επιθυμίες μεμονωμένα κάθε πελάτη πάνω σε ορισμένα προϊόντα. δημιουργούν έτσι το προφίλ του κάθε καταναλωτή χωριστά και μπορούν κατ' επέκταση να προσαρμόζουν τις ιστοσελίδες τους ανάλογα με τις ιδιαίτερες «προτιμήσεις» του πελάτη. Με τον τρόπο αυτό, καταργείται το «απρόσωπο» των συναλλαγών που χαρακτηρίζει το ηλεκτρονικό εμπόριο και δημιουργείται για τον καταναλωτή ένα περιβάλλον οικείο, στο οποίο αισθάνεται την άνεση και την ασφάλεια για να διεκπεραιώσει τις συναλλαγές του. Επιπλέον, το κάθε κατάστημα, συγκεντρώνοντας τις ιδιαίτερες προτιμήσεις των καταναλωτών, μπορεί να καταλήξει σε κάποια συμπεράσματα, που αφορούν σε ένα σύνολο αναγκών τους, οι οποίες δεν καλύπτονται από την αγορά. Αυτό θα έχει σαν αποτέλεσμα τη μαζική παραγωγή ειδικών προϊόντων που θα καλύπτουν τις ανάγκες του καταναλωτικού κοινού και που θα προσφέρονται σε μαζικές τιμές αγοράς, χωρίς δηλαδή κάποια επιπλέον επιβάρυνση.

Τα **βασικά μειονεκτήματα** είναι:

- Προβλήματα ασφαλείας

Το διαδίκτυο είναι ένα μέσο που δεν παρέχει το επιθυμητό επίπεδο ασφαλείας στις συναλλαγές, με αποτέλεσμα και οι συναλλαγές να μην ασφαλείς. Βέβαια σε αυτόν τον τομέα γίνεται εκτεταμένη έρευνα έτσι ώστε οι συναλλαγές να γίνονται με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη ασφάλεια. Βέβαια για να μην είμαστε υπερβολικοί, τα ηλεκτρονικά συστήματα πληρωμών που εφαρμόζονται, έχουν λύσει τα μεγαλύτερα προβλήματα ασφαλείας και μπορεί κανείς να πει ότι είναι εξίσου, αν όχι περισσότερο, ασφαλή και ευέλικτα από τις παραδοσιακές μεθόδους πληρωμών.

- Έλλειψη επαφής πωλητή – πελάτη

Το φαινόμενο αυτό δημιουργεί δυσπιστία στον καταναλωτή αφού δεν βλέπει το προϊόν και τον πωλητή. δεν είναι σίγουρος αν αυτό που βλέπει στην οθόνη είναι όντως αυτό που θα παραλάβει, ή αν αυτά που ισχυρίζεται η εταιρία για το προϊόν είναι όντως αληθινά.

### 3.5 Ηλεκτρονική Τιμολόγηση

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση αναφέρεται στην ανταλλαγή ηλεκτρονικών τιμολογίων μεταξύ δύο ή περισσότερων οντοτήτων (επιχείρησης, δημοσίου, πολίτη) που εμπλέκονται σε μια εμπορική συναλλαγή. Σύμφωνα με την 2001/115/EC οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η ηλεκτρονική τιμολόγηση ορίζεται ως η αποστολή τιμολογίων με ηλεκτρονικά μέσα και περιλαμβάνει τη μετάδοση, αποθήκευση και ψηφιακή επεξεργασία τους.

Σύμφωνα με την ευρωπαϊκή και την ελληνική νομοθεσία, όλες οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μπορούν να εκδώσουν και να ανταλλάξουν ηλεκτρονικά τιμολόγια αντικαθιστώντας τα έντυπα. Η ανταλλαγή ηλεκτρονικών τιμολογίων τυπικά εκτελείται είτε με απ' ευθείας αποστολή του ηλεκτρονικού τιμολογίου από τον εκδότη στον παραλήπτη του είτε – συνηθέστερα – μέσω παρόχου υπηρεσιών η-τιμολόγησης ο οποίος υποστηρίζει συνολικά τη διαχείριση των η-τιμολογίων μιας επιχείρησης διασφαλίζοντας παράλληλα τη νομιμότητα της ανταλλαγής των τιμολογίων.

Από το 2006, βάσει της σχετικής απόφασης (ΠΟΛ 1049/21-3-2006) επιτρέπεται στην Ελλάδα η ηλεκτρονική τιμολόγηση. Σύμφωνα με εκτιμήσεις στην Ελλάδα ανταλλάσσονται συνολικά περισσότερα από 200 εκ. τιμολόγια σε ετήσια βάση ενώ αρκετές επιχειρήσεις έχουν υιοθετήσει την ηλεκτρονική τιμολόγηση για τις μεταξύ τους συναλλαγές. Ο όγκος των ηλεκτρονικών τιμολογίων αυξάνεται συνεχώς ξεκινώντας και τώρα ξεπεράσει τα 6 εκατομμύρια τιμολόγια το χρόνο. Αυτό αντιστοιχεί περίπου στο 2,5% του συνολικού όγκου τιμολογίων (ηλεκτρονικών και μη) που υπάρχουν και διακινούνται μεταξύ των επιχειρήσεων στον ελληνικό χώρο, με 3000 περίπου επιχειρήσεις να έχουν αξιοποιήσει τις δυνατότητες της η-τιμολόγησης έως σήμερα. Η Ελλάδα τοποθετείται σύμφωνα με επίσημα στοιχεία πάνω από το μέσο όρο των (κυρίως δυτικών) ευρωπαϊκών κρατών στο θέμα της ηλεκτρονικής ανταλλαγής τιμολογίων και έχει μια συνεχή δυναμική ανάπτυξη.

Οι επιχειρήσεις που αξιοποιούν τα ηλεκτρονικά τιμολόγια ανήκουν κυρίως στην αγορά του λιανικού εμπορίου η οποία χαρακτηρίζεται από μεγάλο όγκο συναλλαγών και ανταλλασσόμενων τιμολογίων αντίστοιχα. Η αγορά του λιανεμπορίου εκτιμάται στα με 10-11 δισ. ευρώ και ήδη περίπου το 70-80% της αγοράς είναι συνδεδεμένο με υπηρεσίες ηλεκτρονικής ανταλλαγής παραστατικών και ειδικά τιμολογίων. Τα οφέλη από την εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης στην ελληνική αγορά είναι σημαντικά τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για το δημόσιο. Το συνολικό κόστος της παραδοσιακής τιμολόγησης για τις ελληνικές επιχειρήσεις, εκτιμάται στα 3 με 4 € ανά τιμολόγιο και σε ορισμένες επιχειρήσεις ξεπερνάει τα 5 με 7 € ανά τιμολόγιο. Εάν και το μέσο κόστος είναι πολύ χαμηλότερο σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπου φτάνει και τα 15€ ανά τιμολόγιο, το ποσό που μπορεί εξοικονομηθεί για τις ελληνικές επιχειρήσεις, από την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, εκτιμάται ότι αγγίζει

το 2,5 δις € ετησίως, χωρίς να συνυπολογίζονται τα οικονομικά οφέλη για το δημόσιο που προκύπτουν από τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας του φορολογικού ελέγχου και την βελτίωση του ελέγχου που αφορά τις προμήθειες του Ελληνικού Δημοσίου.

<b>Εξοικονόμηση κόστους με ηλεκτρονική τιμολόγηση</b>			
Εκτετατικές Ενέργειες		Παραδοσιακή Τιμολόγηση	Ηλεκτρονική Τιμολόγηση
<b>Εκδότας / Προμηθευτής</b>	Εκτύπωση - Αποστολή		
	Φακέλου και Αποστολή	3,90 €	0,00 €
	Υπενθυρίσεις Πληρωμών	0,50 €	0,40 €
	Οικονομική Διαχείριση	4,50 €	3,00 €
	Αρχειοθέτηση	2,20 €	0,80 €
	Πέρατος Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης	-	0,50 €
	<b>Σύνολο</b>	<b>11,10 €</b>	<b>4,70 €</b>
Εκτετατικές Ενέργειες		Παραδοσιακή Τιμολόγηση	Ηλεκτρονική Τιμολόγηση
<b>Παραλήπτης / Αγοραστής</b>	Δήψη	1,10 €	0,00 €
	Εισαγωγή Καταπονήσεων	3,00 €	0,00 €
	Επικύρωση και Διορθώσεις	4,00 €	1,20 €
	Διαχείριση Διαφορών	2,80 €	2,00 €
	Πληρωμές - Οικονομική Διαχείριση	4,80 €	2,00 €
	Αρχειοθέτηση	2,20 €	0,80 €
	Πέρατος Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης	-	0,70 €
	<b>Σύνολο</b>	<b>17,60 €</b>	<b>6,70 €</b>

**Εικόνα 13:** Σύγκριση κόστους μεταξύ παραδοσιακής και ηλεκτρονικής τιμολόγησης

### 3.5.1 Οφέλη για τις επιχειρήσεις και το δημόσιο

Η εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης μπορεί να επιφέρει σημαντικά οφέλη στις επιχειρήσεις που θα το υιοθετήσουν. Ενδεικτικά αναφέρονται τα παρακάτω:

- Από την πλευρά των εκδοτών, σημαντική μείωση κόστους που σχετίζεται με την εκτύπωση, αποστολή και αποθήκευση των τιμολογίων. Η σημερινή κατάσταση προϋποθέτει έξοδα τιμολόγησης που σχετίζονται τόσο με την εκτύπωση του παραστατικού, την αποστολή του στον παραλήπτη και την διαφύλαξη του στοιχείου από την επιχείρηση για σημαντικό χρονικό διάστημα. Αυτά δεν αφορούν μόνο το κόστος του υλικού αλλά και του ανθρώπινου δυναμικού που θα ασχοληθεί με τις εκτυπώσεις, εμφακέλωση, αποστολή κ.α.

- Από την πλευρά των παραληπτών σημαντική μείωση κόστους όσον αφορά την παραλαβή, την καταχώρηση (πληκτρολόγηση) των τιμολογίων στα λογιστικά τους προγράμματα και την αποθήκευση των στοιχείων.
- Απαλοιφή λαθών τόσο από την πλευρά του εκδότη όσο και του παραλήπτη, που αφορούν τη διαδικασία εισαγωγής στοιχείων των παραστατικών σε λογιστικά προγράμματα και την αποστολή των τιμολογίων με καθυστέρηση ή σε λάθος διευθύνσεις με αποτέλεσμα λογιστικές ασυμφωνίες.
- Με την χρήση ηλεκτρονικών τιμολογίων δίνεται η δυνατότητα αποτελεσματικότερου ελέγχου των τιμολογίων με αποτέλεσμα την καλύτερη λογιστική συμφωνία μεταξύ των επιχειρήσεων και την ταχύτερη εξόφληση των τιμολογίων.
- Τέλος η μείωση χρήσης χαρτιού και αναλωσίμων εκτύπωσης δίνει μια Οικολογική διάσταση στη χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Η εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης μπορεί να επιφέρει σημαντικά οφέλη στην εξυγίανση των δημοσίων οικονομικών στους παρακάτω άξονες.

- Η χρήση ηλεκτρονικής τιμολόγησης από τις επιχειρήσεις μπορεί να οδηγήσει σε ουσιαστικότερο και ταχύτερο φορολογικό έλεγχο αφού η ψηφιακή μορφή των παραστατικών διευκολύνει την αναζήτηση, έλεγχο και διασταύρωση τους.
- Παράλληλα σε επίπεδο προϋπολογισμών, η χρήση στοιχείων σε ηλεκτρονική μορφή μπορεί να διευκολύνει τους προϋπολογισμούς τους κράτους εξετάζοντας τα αναμενόμενα έσοδα ανά είδη φόρων (έμμεσοι και άμεσοι) τις πωλήσεις, τις αγορές και τα έξοδα ανά κλάδο αλλά και τα διαχρονικά στατιστικά μεγέθη, εφαρμόζοντας έτσι πολιτικές που εξομαλύνουν τυχόν ανισορροπίες σε διαφορετικούς παραγωγικούς κλάδους και έχοντας καλύτερη εικόνα των δημοσίων οικονομικών.
- Η χρήση ηλεκτρονικής τιμολόγησης για δημόσιες προμήθειες, μπορεί να βελτιώσει σημαντικά τόσο τον προγραμματισμό όσο και των έλεγχο των δημοσίων προμηθειών ειδικά σε κλάδους που διαφαίνονται προβληματικοί όπως οι προμήθειες των δημοσίων νοσοκομείων. Μέσα από τη χρήση ηλεκτρονικής τιμολόγησης θα υπάρξει η δυνατότητα αποτελεσματικότερου ελέγχου και συνεπώς εντοπισμός παθογενειών του συστήματος.

### 3.5.2 Διαδικασία διακίνησης του ηλεκτρονικού τιμολογίου

Ηλεκτρονικά, η διαδικασία διακίνησης του ηλεκτρονικού τιμολογίου έχει ως ακολούθως:

- ✚ Το τιμολόγιο δημιουργείται στο σύστημα του προμηθευτή
- ✚ Κρυπτογραφείται και αποστέλλεται μέσω internet στον πάροχο της υπηρεσίας ηλεκτρονικής ανταλλαγής τιμολογίων
- ✚ Ο πάροχος «διαβάζει» τον ηλεκτρονικό φάκελο και αναγνωρίζει τον αποστολέα και τον παραλήπτη. Ακολούθως εκτελεί τις ακόλουθες εργασίες:
  - Μετατρέπει το μορφότυπο του προμηθευτή σε μορφότυπο του αγοραστή
  - Κάνει συγκεκριμένους ελέγχους ορθότητας στοιχείων
  - Εκτελεί πιθανές διαδικασίες (π.χ. επιμερισμός ΦΠΑ ανά είδος)
  - Κρυπτογραφεί και πάλι τον φάκελο τιμολογίου.
  - Αποστέλλει το ηλεκτρονικό τιμολόγιο στο σύστημα του αγοραστή
  - Ειδοποιεί και τα δύο μέρη με ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ότι το συγκεκριμένο τιμολόγιο έχει παραδοθεί κανονικά.
- ✚ Το τιμολόγιο αποκωδικοποιείται, και φορτώνεται στο σύστημα του αγοραστή.
- ✚ Φυλάσσεται σαν ηλεκτρονικό αρχείο.

### 3.6 Ηλεκτρονικό Επιχειρείν

Ως αντίδοτο στην ασάφεια των περισσότερων δεδομένων που αφορούν στο διαδικτυακό εμπόριο και ιδιαίτερα το μοντέλο Business-to-Business, το ΕΙΤΟ (European Information Technology Observatory, Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο Πληροφορικής) παρέχει έναν πολύ ακριβέστερο ορισμό του η- επιχειρεί. 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 πληροφόρησης που σχετίζονται με την παραμετροποίηση, υλοποίηση, φιλοξενία, συντήρηση και διαχείριση λύσεων ηλεκτρονικού εμπορίου B2C και B2B.

Το ποσοστό διεξόδου του ηλεκτρονικού εμπορίου B2C είναι σχετικά υψηλό στον τομέα της 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 υψηλή 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 εταιρείες 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 προστιθεμένης 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 την 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 την 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 στοχευόμενες κοινότητες η-επιχειρείν.

Τα οφέλη παραγωγικότητας από την εφαρμογή διαδικτυακών τεχνολογιών στην επιχείρηση λόγω της αυξημένης αποδοτικότητας, μείωσης του κόστους συναλλαγών και διευκόλυνσης της πρόσβασης στον 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 τεραστία 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».

### **3.7 ΟΙ Ξεκάθαροι στόχοι είναι σημαντικοί για την επιτυχημένη στρατηγική για το ηλεκτρονικό επιχειρείν**

Όπως οι 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 μια 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.



### 3.8 Τα οφέλη του ηλεκτρονικού επιχειρείν θα πρέπει να είναι βιώσιμα

Πολλές δράσεις στήριξης για τις ΜΜΕ έχουν ξεκινήσει υπό τη 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 τη στιγμή που τα έργα φτάσουν στο τέλος τους, όποτε αυτό είναι εφικτό, μετασχηματίζονται σε μία λύση η οποία είναι αυτόνομη και η ανάπτυξή της έχει βασιστεί στη διαδικασία υλοποίησης του έργου. Με το σκεπτικό αυτό, η ανάμιξη των ενδιαμέσων, όπως οι επιχειρηματικοί σύνδεσμοι, τα επιμελητήρια καθώς και οι 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 τη δυνατότητα να τις μετατρέψουν σε αυτόνομες εμπορικές υπηρεσίες μετά το τέλος της δημοσίας χρηματοδότησης.

### 3.9 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 λόγος των επαγγελματιών 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 επιτυχημένων 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 άρχων 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 δημοσιά 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 διαφόρων 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 TAXIS NET 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 ένα μηχανισμό καταγραφής γνώσης ανά Περιφέρεια, ώστε οι καλές πρακτικές να διαχέονται και να αποφεύγονται τα προβλήματα.

### 3.10 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 περιεχόμενο. 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 του 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 κάλο 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 ενημερώσεις. 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 επιτυχημένες. 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 μια 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.

### 3.11 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 αναπτύσσουν απλά αγαθά και υπηρεσίες αλλά κυρίως προϊόντα με έντονη πληροφοριακή αξία και αναγνωσιμότητα (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 υιοθέτηση του.
- Ανάπτυξη τεχνολογικών υποδομών για άμεση μετάβαση στο ηλεκτρονικό εμπόριο και ουσιαστική αξιοποίηση των παροχών και κινήτρων του που προσφέρονται από το κράτος και την ΕΕ.
- Ενεργό συμμετοχή και συντονισμό των επαγγελματιών 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.

### **3.12 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 της 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.

### **3.13 Η πολιτική ενισχύεται από τη 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 απαρατήρητες 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 στο μικρομεσαίο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Επίσης, οι περισσότερες ΜΜΕ τείνουν να θεωρούν το ηλεκτρονικό επιχειρείν σαν μέρος της παραδοσιακής 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 αλλά επιχειρηματικά θέματα.

## Κ Ε Φ Α Λ Α Ι Ο 4<sup>ο</sup>

### Θετικές και αρνητικές συνέπειες από τη χρήση 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.

#### **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.

**B.** 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 η αριθμητική 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 καταγράφει και να ανακτά 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 όλο 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.

#### 4.1.1 Δημιουργία εγγράφων

Η κάθε επιχείρηση θα πρέπει να εφαρμόσει τις εξής αρμοδιότητες με στόχο την βελτίωση 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.

#### 4.1.2 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.

#### 4.1.3 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.

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

- Διευθύνσεις και στοιχεία επικοινωνίας πελατών.

- Από πού έμαθαν για την επιχείρηση.
  - Για τι προϊόντα της θα ενδιαφερόταν.
  - 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 πωλήσεων 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 πωλήσεων 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 συνδέει το λογισμικό ελέγχου του αποθέματος ης 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 α 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.

#### 4.1.4 Εστίαση στο μάρκετινγκ

**Α.** 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 οποί 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 ποιο πελάτες παραγγέλνουν, πόσο παραγγέλνουν και πόσο συχνά.
- Είναι εύκολο να εντοπίσει ποια τμήματα της αγοράς είναι τα πιο κερδοφόρα.

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

- Ένας χονδρέμπορος μπορεί να εκδώσει έναν 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 κόσμο.

**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.

#### 4.1.5 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.

**Α.** 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.

**Β.** Άλλα συστήματα λογισμικού αφορούν συγκεκριμένες εργασίες:

- Για παράδειγμα, οι κατασκευαστικές εταιρείες μπορούν να αγοράσουν συστήματα λογισμικού που θα τους απαλλάξουν από τη διαδικασία 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 επιβαρυνθεί με ένα απαρχαιωμένο λογισμικό.

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

### 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 εστιάσει στα πραγματικά ζητήματα:

- Να εντοπίσει τα εμπόδια, τις επαναλαμβανόμενες 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 την μηχανοργάνωση δύο εργασιών: την καταγραφή των στοιχείων του ενδιαφερόμενου κάθε φορά και στο τέλος της ημέρας, τη δημιουργία μιας επιστολής και μια ετικέτας με η 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 τη επιχείρησης πιο αποτελεσματικά.

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

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

**Δ.** Να είναι σε θέση να εκτιμήσει τα μελλοντικές της ανάγκες σε μηχανοργάνωση μετά από δύο 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

προγραμματίζει την αντικατάσταση του πλήρους συστήματος της στο στάδιο εκείνο.

Ε. Θα πρέπει να σκεφτεί να προσλάβει ένα σύμβουλο:

- 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.
- Παρέχοντας τις συμβουλές για το λογισμικό, τον υλικό εξοπλισμό και την εκπαίδευση που χρειάζεται κι διασφαλίζοντάς της τη μέγιστη υποστήριξη μετά την αγορά.
- Ο τοπικός επαγγελματικός φορέας της θα μπορεί να την βοηθήσει με όλες αυτές τις πλευρές της χρήσης της τεχνολογία 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:

Α) Χρηματοδότηση καθιερωμένων επιχειρήσεων οι οποίες να προσανατολίζονται προς την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

Β) 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, Wi-Fi, Logistics, κλπ.

Γ) Οριζόντια έργα υποστήριξης όπως για παράδειγμα τύπου e-business-forum, 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:

Α) 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.

Β) 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.

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

Δ) 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:

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

Β) Συνεντεύξεις με επιχειρήσεις και με προμηθευτές συστημάτων με στόχο να ξεχωρίζουν οι σοβαρές προσπάθειες. Απαραίτητα οι συνεντεύξεις πρέπει να γίνονται με ανθρώπους της εταιρείας 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).

Γ) 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.

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

Η παρακολούθηση / έλεγχος της υλοποίησης των προγραμμάτων θα πρέπει:

Α) Να γίνεται on the spot και όχι εξ' αποστάσεως.

Β) 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.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

---

Η χρησιμοποίηση των Πληροφοριακών Συστημάτων και της Τεχνολογίας έχουν σηματοδοτήσει ένα νέο ξεκίνημα για τη χώρα μας. Η ανάπτυξη των Πληροφορικών 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 τη 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 οποιονδήποτε 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 διείσδυσης 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.

Η εξυπηρέτηση και η αποτελεσματικότητα του internet επιτυγχάνονται με τις διάφορες στρατηγικές marketing και νέων τεχνολογιών που χρησιμοποιούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις για να γίνουν πιο ανταγωνιστικές από τις κοινές επιχειρήσεις. Αυτό είναι εφικτό ιδιαίτερα όταν στοχεύουν πέρα από τα τοπικά και εθνικά σύνορα με μικρό κόστος. Σε αυτό συνέβαλλε και το ηλεκτρονικό εμπόριο, αφού



στο διαδίκτυο πραγματοποιούνται συναλλαγές μεταξύ καταναλωτών και προμηθευτών χωρίς κάποιο γραφειοκρατικό εμπόδιο.

Οι τρεις βασικές κατηγορίες συναλλαγών είναι : ηλεκτρονικές συναλλαγές επιχειρήσεων με καταναλωτές (Business to consumer), ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων (Business to Business) και ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και κράτους (Business to Government). Παρά τη δύσκολη οικονομική κατάσταση και το αρνητικό κλίμα στην αγορά και την ανάπτυξη των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών και επενδύσεων που επικρατεί στην Ελλάδα, το e-Επιχειρείν εξακολουθεί να αναπτύσσεται δυναμικά στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Νέες τεχνολογικές εξελίξεις (ασύρματη πρόσβαση) από τη μια και αυξανόμενες ανταγωνιστικές πιέσεις στις επιχειρήσεις στην παγκόσμια οικονομία από την άλλη, έχουν ως αποτέλεσμα τη συνεχή προσπάθεια για περιορισμό του κόστους. Αυτές είναι και οι κύριες αιτίες ανάπτυξης το e-Επιχειρείν. Η επένδυση σε νέες τεχνολογίες σηματοδοτεί πάντοτε νέες ευκαιρίες αλλά και προκλήσεις για τις επιχειρήσεις.

Η υψηλή τεχνογνωσία που απαιτούν οι εφαρμογές του ηλεκτρονικού εμπορίου καθώς και το εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό είναι τα σημεία-κλειδιά για τη μεγάλη διεξόδου του e-επιχειρείν στον τομέα των Τηλεπικοινωνιών και της Πληροφορικής. Αντίθετα με άλλους τομείς, όπου η σχετική άγνοια χρήσης των νέων τεχνολογιών αλλά και η έλλειψη εξειδίκευσης αποτελούν ανασταλτικούς παράγοντες για την υιοθέτηση προηγμένων λύσεων e-business, αυτό δεν ισχύει στην περίπτωση του συγκεκριμένου τομέα. Η πίεση που ασκεί η αγορά για τη βελτίωση των εσωτερικών διαδικασιών αποτελεί έναν επιπλέον ενισχυτικό παράγοντα για την υιοθέτηση του e-επιχειρείν.

Ο ορός Venture Capital (κεφαλαίο επιχειρηματικών συμμετοχών) εκφράζει την πραγματοποίηση επένδυσης σε επιχειρήσεις, οι οποίες διακρίνονται από έντονα στοιχεία δυναμισμού, αναμενόμενων υψηλών ρυθμών ανάπτυξης και συνήθως διακρίνονται για τον καινοτόμο/πρωτοποριακό χαρακτήρα τους. Το χαμηλό κόστος και η εύκολη πρόσβαση που προσφέρει το διαδίκτυο σε κάθε χρήστη, έχει ήδη προκαλέσει ένταση ανταγωνισμού στον συγκεκριμένο κλάδο και καθιέρωση των εναλλακτικών δικτύων (τραπεζική μέσω διαδικτύου, τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου) στην καθημερινή λειτουργία των τραπεζών αλλά και στη συνείδηση των πελατών. Το έντονο ανταγωνιστικό περιβάλλον και οι ισχυρές πιέσεις για την όσο το δυνατόν μεγαλύτερη μείωση του κόστους, έχουν οδηγήσει τις επιχειρήσεις των δυο κλάδων στην εφαρμογή τεχνολογικών λύσεων υψηλών προδιαγραφών.

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 στην 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 σύμβαση πρακτορείας 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, στη 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, 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 εταιρίες, προμηθευτές, εξαγοράστριες εταιρίες, 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 διοίκηση της, την τεχνογνωσία, τη θέση της στην αγορά, το επίπεδο έρευνας και ανάπτυξης, κ.ά.

**ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ**

- Τ.Π.Ε :** Τεχνολογίες της Πληροφορικής και της Επικοινωνίας  
**Μ.Μ.Ε :** Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις  
**Ε.Ε :** Ευρωπαϊκή Ένωση  
**Φ.Π.Α :** Φόρος Προστιθέμενης Αξίας  
**Ε.Μ.Ε :** Ετήσιες Μονάδες Εργασίας  
**Ε.Π.Ε :** Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης  
**ΚΕ.Π.Υ.Ο :** Κέντρο Πληροφορικής Υπουργείου Οικονομικών  
**Δ.Ο.Υ :** Δημόσια Οικονομική Υπηρεσία  
**Ε.Β.Ε.Α :** Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών  
**Φ.Ε.Κ :** Φύλλο Εφημερίδας Κυβερνήσεως  
**Γ.Γ :** Γενική Γραμματεία  
**Φ.Μ.Υ :** Φόρος Μισθωτών Υπηρεσιών  
**VIES :** Σύστημα Ανταλλαγής Πληροφοριών για το Φόρο Προστιθέμενης Αξίας (Vat Information Exchange System)  
**Ι.Κ.Α :** Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων  
**Α.Π.Δ :** Αναλυτική Περιοδική Δήλωση  
**Ο.Α.Ε.Δ :** Οργανισμός Απασχόλησης Εργατικού Δυναμικού  
**Η.Υ :** Ηλεκτρονικός υπολογιστής  
**Λ.Π.Σ :** Λογιστικά Πληροφοριακά Συστήματα  
**Ε.Ρ.Ρ :** Enterprise Resource Planning , Επιχειρησιακών Πόρων  
**RDBMS :** Relational Database Managements System , Σχεσιακό Σύστημα Βάσης Δεδομένων της Διοίκησης  
**OLAP :** Online analytical Processing , Online Αναλυτική Επεξεργασία  
**HDVs :** Hierarchical Data Views , Ιεραρχική Προβολή Δεδομένων  
**IBM :** International Business Machines  
**IAS :** International Accounting Standards , Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα  
**Δ.Λ.Π :** Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα  
**B2B :** Επιχείρηση σε Επιχείρηση (Business to Business)  
**B2C :** Επιχείρηση σε Πελάτη (Business to Consumer)  
**B2G :** Επιχείρηση σε Κράτος (Business to government)  
**C2G :** Πελάτης σε Κράτος (Consumer to Government)  
**EFT :** Emotional Freedom Technologies  
**FTP :** Μεταφορά Αρχείων (File Transfer Protocol)  
**IRC :** Ηλεκτρονική Συνομιλία (Internet Really Chat)  
**PC :** Personal Computer , Προσωπικός Υπολογιστής  
**ΕΙΤΟ :** Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο πληροφοριών (European Information Technology Observatory)  
**ΗΠΑ :** Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής  
**Γ' Κ.Π.Σ :** Τρίτο Κοινωνικό Πλαίσιο Στήριξης

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

### **Πηγές από βιβλία:**

1. Κράτσης Αγαπητός , «Ανώνυμες Εταιρείες & Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης», Ιανουάριος 1990.
2. Λεοντάρης Μιλτιάδης , «Προσωπικές Εταιρείες (Ο.Ε. – Ε.Ε.), Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.), Κοινοπραξίες», Αθήνα 2003.
3. Leibert James, «Επιχειρήσεις», Εκδότης: Γκούρδας Μ, Αθήνα 2006.
4. Γεώργιος Ι. Δουκίδης, «Η Ελληνική Επιχείρηση μπροστά στις προκλήσεις της νέας οικονομίας», Αύγουστος 2000.
5. Σίσκος Ι., Ζοπουνίδης Κ., Παππής Κ. «Μάνατζμεντ Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων», Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης, 1996.
6. Ελληνικό Κέντρο Ηλεκτρονικού Εμπορίου, «Μελέτη Εκτίμησης Ηλεκτρονικού Επιχειρείν στην Ελλάδα», , Ιανουάριος 2004.
7. e-Business Forum, Α΄ Κύκλος Εργασιών: Ομάδα 1, «Ηλεκτρονικό επιχειρείν και πολίτης – καταναλωτής», Ιούλιος 2001.
8. Κράτσης Αγαπητός, «Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων», Αθήνα 2001.
9. Χαραλάμπους, Χρήστος, «Το Internet στις Επιχειρήσεις», 1998.
10. Χαραμής Γεώργιος Ε. ,«Ανάλυση και σχεδιασμός πληροφοριακών συστημάτων: γενικές αρχές, μεθοδολογία, πρότυπα, διαδικασίες», 1994.

**Internet sites:**

1. <http://www.tee.gr>
2. <http://www.taxheaven.gr>
3. <http://www.ebusinessforum.gr>
4. <http://www.gsis.gr>
5. <http://www.taxisnet.gr>
6. <http://www.egov.gr>
7. <http://www.oe-e.gr>
8. <http://www.et.gr>
9. <http://www.singularlogic.eu>
10. <http://www.in.gr>