



Πανεπιστήμιο Πειραιώς – Τμήμα Πληροφορικής

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών

«Προηγμένα Συστήματα Πληροφορικής»

Μεταπτυχιακή Διατριβή

Τίτλος Διατριβής	Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA) e-Invoice and Single Euro Payment Area (SEPA)
Όνοματεπώνυμο Φοιτητή	Χριστίνα Ζυγούρη
Πατρώνυμο	Ηλίας
Αριθμός Μητρώου	ΜΠΣΠ/ 09052
Επιβλέπουσα	Δέσποινα Πολέμη, Επίκουρος Καθηγήτρια

Ημερομηνία Παράδοσης **Απρίλιος 2013**

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Τριμελής Εξεταστική Επιτροπή

(υπογραφή)

Δέσποινα Πολέμη
Επ. Καθηγήτρια

(υπογραφή)

Χρήστος Δουληγέρης
Καθηγητής

(υπογραφή)

Πάνος Κοτζανικολάου
Λέκτορας

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω εκ βάθρων την Επίκουρο Καθηγήτρια Δέσποινα Πολέμη, για την πολύτιμη καθοδήγησή της και την υπομονή της καθ' όλη τη διάρκεια διεκπεραίωσης της συγκεκριμένης μεταπτυχιακής διατριβής. Επιπλέον θα ήθελα να ευχαριστήσω και τα υπόλοιπα μέλη της τριμελούς μου επιτροπής, τον Καθηγητή Χρήστο Δουληγέρη και τον Λέκτορα Παναγιώτη Κοτζανικολάου για την βοήθειά τους στην διάρκεια των μεταπτυχιακών μου σπουδών. Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω τον διδάκτορα Θεόδωρο Ντούσκα για την αμέριστη βοήθεια και καθοδήγηση του κατά τη διάρκεια της εργασίας αυτής. Τέλος ευχαριστώ την οικογένεια μου για τη συμπαράσταση τους και την έμπρακτη στήριξη τους κατά τη διάρκεια της φοίτησής μου στο Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ

Πίνακας Περιεχομένων

1	Εισαγωγή	13
2	Υπηρεσία Τιμολόγησης	14
2.1	Παραδοσιακή Τιμολόγηση	14
2.2	Ηλεκτρονική Τιμολόγηση	15
2.3	Οφέλη από την Ηλεκτρονική Τιμολόγηση	17
2.4	Ασφάλεια ΣΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ	17
2.4.1	Απαιτήσεις ασφάλειας.....	17
2.4.2	Αντίμετρα ασφάλειας	18
2.4.3	Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων	19
2.4.4	Ηλεκτρονική υπογραφή	19
3	Πρότυπα η-συναλλαγών	21
3.1	ISO 20022 (UNIFI)	21
3.2	Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication (SWIFT)	24
3.3	UN/CEFACT	27
3.4	OASIS & NES	28
3.5	CEN/ISSS	28
3.6	GS1	28
3.7	E-facturae	29
3.8	Finvoice	29
3.9	Ελληνικό Πρότυπο Παραστατικών	29
3.10	Ευρωπαϊκό η-τιμολόγιο	32
3.10.1	Σκοπός.....	32
3.10.2	Εμπόδια.....	33

4	Ηλεκτρονικές πληρωμές	35
4.1	Η-τιμολόγηση και η-πληρωμές	35
4.2	Ενιαίος Χώρος Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA).....	37
4.2.1	Μέσα πληρωμών SEPA	40
5	ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ.....	47
5.1	Επιχειρησιακό Σχέδιο	48
5.1.1	Εσωτερικό Περιβάλλον - Ανάλυση της Επιχείρησης	48
5.1.2	Εξωτερικό Περιβάλλον επιχείρησης.....	54
5.1.3	Προσδιορισμός, Αξιολόγηση και επιλογή Στρατηγικής.....	59
5.1.4	Προετοιμασία προγράμματος δράσης.....	63
5.1.5	Υλοποίηση-Παρακολούθηση, Αναθεωρήσεις προγράμματος.....	65
5.2	Το η-κατάστημα e-Greco	71
5.2.1	Απαιτήσεις ηλεκτρονικού καταστήματος.....	71
5.2.2	Τεχνολογίες e-Greco	72
5.2.3	Ομάδες Χρηστών.....	72
5.2.4	Ενδεικτικά Σενάρια Χρήσης	73
6	Συμπεράσματα- Περίληψη	75
7	Βιβλιογραφία.....	77
8	Παράρτημα.....	80

Ευρετήριο Εικόνων

Εικόνα 1: Μια τυπική διαδικασία εμπορίου.....	14
Εικόνα 2: Παράδειγμα ηλεκτρονικής υπογραφής.....	20
Εικόνα 3: Παράδειγμα εντολής πληρωμής.....	24
Εικόνα 4: Σύστημα πληρωμής SWIFT.....	25
Εικόνα 5: Παράδειγμα περιεχομένου η-τιμολογίου.....	30
Εικόνα 6: Αλληλεπίδραση τιμολόγησης και πληρωμής.....	36
Εικόνα 7: Βήματα προς την Αυτοματοποιημένη Οικονομία	37
Εικόνα 8: Υπηρεσίες SEPA.....	40
Εικόνα 9: SDD Core scheme	45
Εικόνα 10: Καταγραφή προϊόντων από τον Διαχειριστή του e-Greco	73
Εικόνα 11: Ανανέωση προϊόντων από τον Διαχειριστή του e-Greco	74
Εικόνα 12: Διεξαγωγή παραγγελίας ενός πελάτη του e-Greco	75

Ευρετήριο Πινάκων

Πίνακας 1: Συσχέτιση πεδίων SWIFT MT 103 με ISO 20022.....	27
Πίνακας 2: Ταυτότητα Εταιρείας	48
Πίνακας 3: Δραστηριότητα εταιρείας.....	48
Πίνακας 4: Περιγραφή Θέσεων	50
Πίνακας 5: Αξιολόγηση οργανωτικής λειτουργίας	50
Πίνακας 6: Οικονομική κατάσταση - Χρηματοοικονομικοί πόροι.....	51
Πίνακας 7: Παραγωγική διαδικασία.....	53
Πίνακας 8: Ανταγωνιστικές δυνατότητες και αδυναμίες	54
Πίνακας 9: Τάσεις αγοράς.....	57
Πίνακας 10: Πελάτες/καταναλωτές	57

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

Πίνακας 11: Βασικά Τμήματα Αγοράς	58
Πίνακας 12: Κύριοι Ανταγωνιστές.....	59
Πίνακας 13: SWOT Analysis.....	61
Πίνακας 14: Χρονοδιάγραμμα Διαφημιστικού Προγράμματος	65
Πίνακας 15: Οργανωτική Δομή Εταιρείας	68
Πίνακας 16: Εσωτερικός έλεγχος παραγωγικότητας.....	70

Επιτελική Σύνοψη

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εκπονήθηκε με στόχο να περιγράψει τις νέες τεχνολογίες όσον αφορά το ηλεκτρονικό εμπόριο. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με την υπηρεσία της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και την υπηρεσία της ηλεκτρονικής πληρωμής. Για το λόγο αυτό στο πρώτο μέρος της εργασίας γίνεται μια αναλυτική παρουσίαση των εξελίξεων στον τομέα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και της ηλεκτρονικής πληρωμής τόσο σε εγχώριο όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Θα γίνει αναφορά στα πρότυπα που έχουν θεσπιστεί για την κοινή τυποποίηση αυτών των υπηρεσιών, τις πρακτικές ασφάλειας που τηρούνται. Επιπλέον θα γίνει μια σύντομη περιγραφή των συστημάτων πληρωμών του SEPA, του ενιαίου χώρου πληρωμών σε Ευρώ.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας αυτής παρουσιάζεται η σχεδίαση και ανάπτυξη ενός ηλεκτρονικού καταστήματος το οποίο θα εμπορεύεται παραδοσιακά ελληνικά προϊόντα στην εγχώρια και ευρωπαϊκή αγορά. Το ηλεκτρονικό αυτό κατάστημα θα εκδίδει ηλεκτρονικά τιμολόγια ψηφιακά υπογεγραμμένα και θα εκτελεί ηλεκτρονικές πληρωμές σύμφωνα με το πρότυπο ISO20022.

Λέξεις Κλειδιά: ηλεκτρονική τιμολόγηση, ψηφιακές υπογραφές, ηλεκτρονικές πληρωμές, ενιαίος χώρος πληρωμών σε ευρώ, SEPA.

Abstract**Abstract**

This assignment has been prepared in order to describe new technologies about electronic commerce. E-commerce is inextricably linked to the services of e-invoicing and e-payment. For this reason in the first part of the paper I will present the developments in electronic invoicing and electronic payments. Moreover I will mention the standards that are used for the e-invoices and the safety practices that are used. Finally I will present the Single Euro Payments Area.

In the second part of this paper I will describe the design and development of an online store which sells traditional Greek products in the domestic and European market. This e-shop will issue electronic invoices, digitally signed, and executed electronic payments in accordance with the standard ISO20022.

Keywords: e-invoice, e-payment, digital signature, Single Euro Payments Area.

1 Εισαγωγή

Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας και η αλματώδης ανάπτυξη του διαδικτύου δημιούργησαν νέες ευκαιρίες στον επιχειρηματικό κόσμο. Οι επιχειρήσεις πλέον μέσω του διαδικτύου μπορούν να διαφημίζονται, να προσφέρουν τα προϊόντα τους και να αλληλεπιδρούν με ένα ευρύ κοινό. Τα τελευταία χρόνια υπηρεσίες όπως η ηλεκτρονική τιμολόγηση και οι ηλεκτρονικές πληρωμές κερδίζουν συνεχώς έδαφος τόσο όσον αφορά τον επιχειρηματικό κόσμο όσο και τους καταναλωτές.

Στο πρώτο μέρος αυτής της εργασίας θα γίνει μια εκτενής αναφορά στην υπηρεσία της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και στα οφέλη που αυτή μπορεί να αποφέρει στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα. Οι πολέμιοι της ηλεκτρονικής τιμολόγησης προβάλλουν ως αντεπιχείρημα την επικινδυνότητα από θέμα ασφάλειας στην ηλεκτρονική έκδοση, αποθήκευση ή διακίνηση του ηλεκτρονικού τιμολογίου. Για αυτόν το λόγο πρώτο μέλημα των φορέων που ασχολούνται με την ηλεκτρονική τιμολόγηση είναι η διασφάλιση της αξιοπιστίας. Μια σειρά από μέτρα ασφάλειας έχουν παρθεί έτσι ώστε να διασφαλιστεί η ακεραιότητα και η γνησιότητα ενός ηλεκτρονικού τιμολογίου. Στο δεύτερο κεφάλαιο αυτής της εργασίας θα αναλυθούν όλοι οι κίνδυνοι αλλά και οι πρακτικές που εφαρμόζονται για τη διασφάλιση της ασφάλειας.

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση και η ηλεκτρονικές πληρωμές είναι όπλα στα χέρια των επιχειρηματιών. Με την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και την άρση των επιχειρηματικών συνόρων οι επιχειρηματίες μπορούν να αναπτυχθούν σε μια παγκόσμια αγορά και αυτό το έχουν κατανοήσει πλήρως όλες οι χώρες. Για αυτό το λόγο διάφοροι οργανισμοί προσπαθούν να δημιουργήσουν πρότυπα ηλεκτρονικών συναλλαγών έτσι ώστε να διευκολυνθεί το ηλεκτρονικό εμπόριο. Τα πολλά όμως πρότυπα δημιουργούν μια σύγχρονη Βαβέλ που είναι καταστροφική για το παγκόσμιο ηλεκτρονικό εμπόριο. Αυτό είναι ένα μεγάλο πρόβλημα που προσπαθεί να επιλύσει η Ευρωπαϊκή Ένωση δημιουργώντας ομάδες που ασχολούνται με τη δημιουργία ενός κοινού προτύπου. Στην παρούσα εργασία θα εξεταστούν κάποια από τα παγκόσμια πρότυπα ηλεκτρονικών συναλλαγών και θα αναφερθούν οι προσπάθειες που γίνονται για τη δημιουργία ενός ενιαίου πλαισίου ευρωπαϊκής τιμολόγησης.

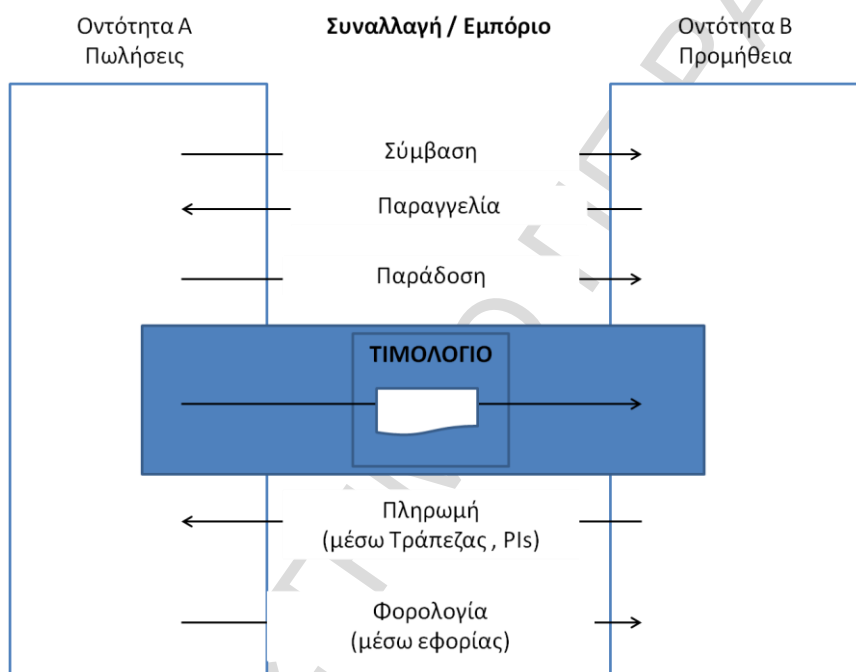
Ένα επιπλέον όπλο στα χέρια των επιχειρηματιών του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η δυνατότητα που πλέον παρέχεται για ηλεκτρονικές πληρωμές. Για το λόγο αυτό στο κεφάλαιο 4 θα γίνει μια σύντομη παρουσίαση των συστημάτων πληρωμών του Ενιαίου Χώρου Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA). Στη μετά SEPA εποχή η αγοραστική συμπεριφορά του καταναλωτή, σε κάθε χώρα που ανήκει στον SEPA, μπορεί να είναι ίδια με την χώρα που διαμένει. Στόχος είναι οι διασυνοριακές συναλλαγές να εξομοιωθούν με τις εγχώριες και να γίνονται με την ίδια ευκολία.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας θα αναπτυχθεί ένα ηλεκτρονικό κατάστημα το οποίο θα εμπορεύεται παραδοσιακά ελληνικά προϊόντα στην εγχώρια και ευρωπαϊκή αγορά. Στόχος αυτής της τεχνικής μελέτης είναι να γίνουν έμπρακτα όσα έχουν αναλυθεί στο πρώτο μέρος της εργασίας. Για αυτό το λόγο το ηλεκτρονικό κατάστημα θα εκδίδει ηλεκτρονικά τιμολόγια ψηφιακά υπογεγραμμένα και θα εκτελεί ηλεκτρονικές πληρωμές σύμφωνα με το πρότυπο ISO20022. Τέλος για να γίνει όσο το δυνατόν πιο ρεαλιστικό το σενάριο της τεχνικής μελέτης θα συνταχτεί ένα επιχειρηματικό σχέδιο για την επιχείρηση που θα αναπτυχθεί.

2 Υπηρεσία Τιμολόγησης

2.1 ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ

Η παραδοσιακή διαδικασία τιμολόγησης αποτελεί πάντοτε μέρος ενός ευρύτερου συνόλου επιχειρηματικών διαδικασιών, συμπεριλαμβανομένης της διάθεσης και αποδοχής της παραγγελίας, την εκπλήρωση της, την παράδοση του προϊόντος και τη πληρωμή. Το τιμολόγιο είναι το εμπορικό έγγραφο που χρησιμοποιείται από τους αγοραστές και τους πωλητές των προϊόντων ή των υπηρεσιών και δεν αποτελεί μεμονωμένο έγγραφο αλλά είναι το αποτέλεσμα μιας αγοραπωλησίας. Πάνω στο τιμολόγιο έχουν εφαρμοστεί μια σειρά από νομικές υποχρεώσεις, κυρίως φορολογικές, όπως ο Φόρος Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ). Στην Εικόνα 1 δίνεται μια απλή απεικόνιση της διαδικασίας του εμπορίου.



Εικόνα 1: Μια τυπική διαδικασία εμπορίου

Παραδοσιακά το τιμολόγιο εκδίδεται μετά την πώληση, ανεξαιρέτως πότε θα μεταφερθούν τα εμπορεύματα, και αποτελεί μια λογιστική απόδειξη η οποία συμπεριλαμβάνει και τις φορολογικές υποχρεώσεις του πωλητή. Το τιμολόγιο περιλαμβάνει έναν αναλυτικό λογαριασμό των εμπορευμάτων που αποστέλλονται ή τις υπηρεσίες που θα προσφερθούν, το ποσό που ορίστηκε ως αμοιβή και την απαίτηση για πληρωμή. Επιπλέον μπορεί να περιλαμβάνει μια σειρά άλλων πληροφοριών. Στην παραδοσιακή τιμολόγηση όλα αυτά τα χαρακτηριστικά παρέχονται σε ένα ενιαίο έγγραφο.

Πιο συγκεκριμένα το τιμολόγιο, σύμφωνα με το υπουργείο Οικονομικών, για να θεωρείται νόμιμο πρέπει να περιλαμβάνει τις ακόλουθες πληροφορίες [1]:

- ✓ Τη λέξη «τιμολόγιο».
- ✓ Την ημερομηνία έκδοσης του τιμολογίου.
- ✓ Τον αύξοντα αριθμό που προσδιορίζει το τιμολόγιο.
- ✓ Το όνομα και τη διεύθυνση του αγοραστή και του πωλητή.

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

- ✓ Τον αριθμό ΦΠΑ του προμηθευτή και του αγοραστή, όπου απαιτείται.
- ✓ Την ημερομηνία αποστολής ή παράδοσης του προϊόντος και τον τρόπο παράδοσης.
- ✓ Την περιγραφή του προϊόντος ή της υπηρεσίας.
- ✓ Την τιμή μονάδας του προϊόντος.
- ✓ Το συνολικό ποσό που χρεώνεται.
- ✓ Τους όρους πληρωμής, όπως τη μέθοδο πληρωμής, την ημερομηνία πληρωμής, τον αριθμό λογαριασμού χρέωσης σε περίπτωση μεταφοράς χρημάτων από λογαριασμό τραπέζης.

Το τιμολόγιο εκτός από τον λειτουργικό του ρόλο, το να αποτελεί το συνδυαστικό κρίκο μεταξύ της παραγγελίας και της παράδοσης των προϊόντων / υπηρεσιών, έχει και νομικό ρόλο. Το τιμολόγιο είναι η απόδειξη ότι η επιχείρηση συμμορφώνεται πλήρως με τις οικονομικές και ιδεολογικές ρυθμίσεις της κάθε χώρας και ότι η επιχείρηση ακολουθεί τους φορολογικούς κανονισμούς των χωρών στις οποίες έχει αναπτύξει επιχειρηματική δραστηριότητα.

Τα τιμολόγια μετά την έκδοσή τους ανταλλάσσονται μεταξύ πωλητή και αγοραστή. Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να πραγματοποιηθεί αυτή η ανταλλαγή. Στη περίπτωση του τιμολογίου-χαρτιού ο πωλητής μπορεί να δώσει το τιμολόγιο πρόσωπο με πρόσωπο στον αγοραστή ή να του το στείλει μέσω παραδοσιακού ή ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Στη δεύτερη περίπτωση απαιτείται μεγάλη προσοχή καθώς η αποστολή μέσω ταχυδρομείου είναι μια χρονοβόρα και επισφαλής διαδικασία. Επιπλέον ούτε το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι μια ασφαλής διαδικασία καθώς αποτελεί ένα ανοιχτό δίκτυο.

Τα κύρια αρνητικά που παρουσιάζει η παραδοσιακή μέθοδος τιμολόγησης είναι το υψηλό λειτουργικό κόστος για την επεξεργασία του τιμολογίου τόσο για τον αποστολέα όσο και για τον παραλήπτη. Οι χειροκίνητες διαδικασίες που εμπλέκονται στη διαχείριση των τιμολογίων απαιτούν τη χρήση του ανθρώπινου παράγοντα επιτρέποντας λάθη και καθυστερήσεις, τα οποία οδηγούν σε περαιτέρω έρευνες και αυξάνουν ακόμη περισσότερο το κόστος. Η έλλειψη ενοποίησης των αλληλοεπιδρώντων λειτουργιών της εμπορικής αλυσίδας αποτελεί ένα επιπλέον πρόβλημα. Λειτουργίες όπως η χρέωση και πίστωση των λογαριασμών, η διαχείριση των παραγγελιών, η τραπεζική διαχείριση και ο έλεγχος της αποθήκης δεν συνδέονται μεταξύ τους. Τέλος, δυσκολία παρουσιάζεται και στον έλεγχο, την εξακρίβωση τυχόν απάτης και τη διόρθωση των λαθών στα παραδοσιακά τιμολόγια.

Τα τελευταία χρόνια γίνονται προσπάθειες για να πεισθεί ο επιχειρηματικός κόσμος να στραφεί προς το ηλεκτρονικό τιμολόγιο. Τα κυριότερα εμπόδια προς αυτή τη κατεύθυνση είναι η συνήθεια, ο φόβος για τυχόν απάτες, η ανάγκη των λογιστηρίων για αρχείο εγγράφων και η μη εξοικείωση με τα τεχνολογικά μέσα. Είναι όμως φανερό πως μια στροφή προς το ηλεκτρονικό τιμολόγιο θα ήταν συμφέρουσα από όλες τις απόψεις [2].

2.2 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση είναι η διαδικασία τιμολόγησης μέσω ηλεκτρονικών καναλιών και θεωρείται ιδανική λύση για την εξάλειψη των μειονεκτημάτων της διαδικασίας των χάρτινων τιμολογίων. Σύμφωνα με την 2001/115/EC [3] 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, εφόσον το επιθυμούν μπορούν να εκδώσουν και να ανταλλάξουν ηλεκτρονικά τιμολόγια. Η ανταλλαγή ηλεκτρονικών τιμολογίων γίνεται είτε με απ' ευθείας αποστολή του ηλεκτρονικού τιμολογίου από τον εκδότη στον παραλήπτη του είτε μέσω ενός παρόχου υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Ο πάροχος

οφείλει να υποστηρίξει συνολικά τη διαχείριση των η-τιμολογίων μιας επιχείρησης διασφαλίζοντας παράλληλα τη νομιμότητα της ανταλλαγής των τιμολογίων.

Στην Ελλάδα επιτράπηκε η ηλεκτρονική τιμολόγηση το 2006 και από τότε πάνω από 200 εκατομμύρια τιμολόγια ανταλλάσσονται συνολικά σε ετήσια βάση. Ο όγκος των ηλεκτρονικών τιμολογίων αυξάνεται συνεχώς και όλο και περισσότερες επιχειρήσεις επιλέγουν τη μέθοδο της η-τιμολόγησης. Η Ελλάδα σύμφωνα με επίσημα στοιχεία τοποθετείται πάνω από το μέσο όρο των ευρωπαϊκών κρατών στο θέμα της ηλεκτρονικής ανταλλαγής τιμολογίων και έχει μια συνεχή δυναμική ανάπτυξη.

Σύμφωνα με την ΕΕ Οδηγία 2001/115/ΕΚ του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης ένα ηλεκτρονικό τιμολόγιο πρέπει να καλύπτει μια σειρά από σημαντικές προϋποθέσεις.

- ✓ Ο πελάτης θα πρέπει να είναι σε θέση να αποφασίσει αν θα δεχτεί ή θα αρνηθεί την ηλεκτρονική τιμολόγηση από τον προμηθευτή του.
- ✓ Η αυθεντικότητα της προέλευσης και η ακεραιότητα του περιεχομένου πρέπει να είναι εγγυημένη. Αυθεντικότητα σημαίνει ότι η δηλωθείσα πηγή είναι η αληθινή πηγή και ακεραιότητα σημαίνει ότι τα δεδομένα δε έχουν υποστεί κάποια αλλοίωση.
- ✓ Το τιμολόγιο πρέπει να περιλαμβάνει δέκα υποχρεωτικά στοιχεία πληροφοριών με τη δυνατότητα επιπλέον τεσσάρων στοιχείων σε ειδικές περιστάσεις.
- ✓ Οι απαιτήσεις αρχειοθέτησης να είναι προκαθορισμένες.

Τα δύο βασικά μέρη που χρειάστηκε να αναπτυχθούν για την εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης είναι το ίδιο το η-τιμολόγιο και ο κατάλληλος τρόπος ανταλλαγής του. Το η-τιμολόγιο δημιουργείται σύμφωνα με μια προκαθορισμένη δομή, μορφή και περιεχόμενο όπως συμβαίνει στα EDIFACT και στα XML μηνύματα. Οι δύο εμπλεκόμενες πλευρές, ο αγοραστής και ο πωλητής, πρέπει να έχουν προσυμφωνήσει τη δομή αυτή. Για τον τρόπο αποστολής του η-τιμολογίου στην Ελλάδα αλλά και γενικότερα στην Ευρώπη χρησιμοποιείται είτε το μοντέλο της Απευθείας Αποστολής Τιμολογίου είτε το μοντέλο Παρόχου Υπηρεσιών Εφαρμογής [4].

Το μοντέλο της Απευθείας Αποστολής Τιμολογίου συναντάται κυρίως σε περιπτώσεις περιορισμένων προμηθευτών και σε περιπτώσεις ισχυρού αγοραστή ή καθορισμένου θεσμικού πλαισίου. Ο εκδότης αποστέλλει το η-τιμολόγιο στον παραλήπτη χωρίς παρεμβολή τρίτων μέσω διαδικτύου ή Δικτύων Προστιθεμένης Αξίας (Value Added Networks). Στη πρώτη περίπτωση ο αποστολέας στέλνει το τιμολόγιο στην μορφή που χρησιμοποιεί και ο παραλήπτης μέσω του συστήματός του το μεταφράζει στο δικό του μορφότυπο. Η παραπάνω διαδικασία συνηθίζεται σε περιπτώσεις ο παραλήπτης συναλλάσσεται με περιορισμένο αριθμό προμηθευτών ή οι προμηθευτές του χρησιμοποιούν κοινά μορφότυπα. Στη δεύτερη περίπτωση ο ισχυρός αγοραστής «υποχρεώνει» τους προμηθευτές του να στέλνουν τα τιμολόγια στο πρότυπο που χρησιμοποιεί ο ίδιος.

Το δεύτερο μοντέλο αναφέρεται στην παροχή της υπηρεσίας ανταλλαγής ηλεκτρονικών τιμολογίων από κάποιον Πάροχο Υπηρεσιών Εφαρμογής (ASP). Οι ASPs παρέχουν ένα πλήθος υπηρεσιών και εφαρμογών, οι οποίες βασίζονται στο διαδίκτυο και τις οποίες μπορούν να χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις με μικρό συνήθως κόστος ανά τιμολόγιο. Ο ρόλος τους είναι να αποτελούν ενδιάμεσο ανάμεσα στις επιχειρήσεις που εκδίδουν και στις επιχειρήσεις που παραλαμβάνουν τιμολόγια. Ο εκδότης αποστέλλει το ηλεκτρονικό τιμολόγιο στην μορφή που εκείνος χρησιμοποιεί και ο παραλήπτης το δέχεται στην μορφή που εκείνος επιλέγει και είναι συμβατή με τα πληροφοριακά συστήματά του. Το μοντέλο αυτό χρησιμοποιείται κυρίως από μικρές επιχειρήσεις. Στην Ελλάδα έχουμε αρκετούς παρόχους τέτοιων υπηρεσιών που προσφέρουν λύσεις ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Τέλος υπάρχουν και τα μοντέλα Περιαγωγής (Roaming) και των Τεσσάρων μερών (4-party model). Η περιαγωγή αφορά στη σύνδεση δύο ASPs είτε σε εθνικό επίπεδο είτε σε διασυνοριακό περιβάλλον προκειμένου να παρέχουν πιο ολοκληρωμένες υπηρεσίες. Το μοντέλο των Τεσσάρων μερών στην ουσία αποτελεί υποπερίπτωση του μοντέλου της

περιαγωγής και χρησιμοποιείται όταν τα δύο μέρη έχουν συχνές συναλλαγές. Και τα δύο αυτά μοντέλα χρησιμοποιούνται κυρίως για διασυνοριακές συναλλαγές.

2.3 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ

Η υπηρεσία της ηλεκτρονικής τιμολόγησης θα επιφέρει σημαντικά οφέλη σε διάφορους τομείς της οικονομίας και ειδικότερα στις επιχειρήσεις που θα την υιοθετήσουν. Η επιχείρηση που εκδίδει το τιμολόγιο μειώνει σημαντικά τα κόστη εκτύπωσης, αποστολής και αποθήκευσης των τιμολογίων. Αυτά δεν αφορούν μόνο το κόστος του υλικού αλλά και του ανθρωπίνου δυναμικού που θα ασχοληθεί με τις εν λόγω διαδικασίες. Από την άλλη πλευρά και οι παραλήπτες των τιμολογίων μειώνουν το κόστος σχετικά με την παραλαβή, την καταχώρηση των τιμολογίων στα λογιστικά τους προγράμματα και την αποθήκευση των στοιχείων. Επιπλέον διευκολύνεται ο έλεγχος και η διόρθωση των λαθών που ενδέχεται να προκύψουν είτε κατά την έκδοση του τιμολογίου είτε κατά την αποστολή του.

Οφέλη εκτός από τις επιχειρήσεις από την ηλεκτρονική τιμολόγηση έχει να αποκομίσει και ο δημόσιος τομέας. Ο φορολογικός έλεγχος γίνεται ουσιαστικότερος και ταχύτερος καθώς η ψηφιακή μορφή των παραστατικών διευκολύνει την αναζήτηση, τον έλεγχο και διασταύρωση των τιμολογίων. Παράλληλα η χρήση στοιχείων σε ηλεκτρονική μορφή μπορεί να διευκολύνει τους προϋπολογισμούς τους κράτους διευκολύνοντας την πρόβλεψη για 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 [5].

Η χρήση ηλεκτρονικής τιμολόγησης για δημόσιες προμήθειες, μπορεί να βελτιώσει σημαντικά τόσο τον προγραμματισμό όσο και τον έλεγχο των δημοσίων προμηθειών ειδικά σε κλάδους που διαφαίνονται προβληματικοί όπως οι προμήθειες των δημοσίων νοσοκομείων. Μέσα από τη χρήση ηλεκτρονικής τιμολόγησης θα υπάρχει η δυνατότητα αποτελεσματικότερου ελέγχου και συνεπώς εντοπισμός των παθογενειών του συστήματος. Τέλος η μείωση χρήσης χαρτιού και αναλωσίμων εκτύπωσης δίνει μια οικολογική διάσταση στη χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Προβλέπεται ότι με την εφαρμογή της η-τιμολόγησης κέρδη πάνω από 113 εκατομμύρια ευρώ θα δημιουργηθούν. Οι κυρίως ωφελούμενοι είναι οι μεγάλες εταιρείες και ο δημόσιος τομέας, που έχουν μεγάλο όγκο πληρωμών και κατά συνέπεια μεγάλες δυνατότητες κέρδους και γρήγορης απόσβεσης. Οι τράπεζες, τα γραφεία συμψηφισμού και ο SWIFT αναμένεται να διαδραματίσουν το κύριο ρόλο στην παροχή της υπηρεσίας ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Επιπλέον, οι πάροχοι υπηρεσιών η-τιμολόγησης θα επωφεληθούν από την αυξανόμενη ζήτηση της αγοράς για εφαρμογές η-τιμολόγησης.

2.4 ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ

2.4.1 Απαιτήσεις ασφάλειας

Η η-τιμολόγηση θέτει κάποιες απαιτήσεις που πρέπει να ικανοποιούνται προκειμένου να γίνει μέρος των οικονομικών και νομικών πρακτικών ενός οργανισμού. Ως γλώσσα προγραμματισμού για τα η-τιμολόγια έχει προτιμηθεί η Extensible Markup Language (XML) [6][7][8] καθώς είναι μια ασφαλής γλώσσα και η ασφάλεια είναι ένας πολύ σημαντικός τομέας στην υπηρεσία της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Οι απαιτήσεις ασφάλειας σε ένα ηλεκτρονικό τιμολόγιο είναι σημαντικές καθώς πρέπει να διασφαλιστεί η ακεραιότητα και η αυθεντικότητα

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

των ηλεκτρονικών τιμολογίων σε όλο τον κύκλο ζωής τους. Για το λόγο αυτό χρησιμοποιούνται μια πληθώρα τεχνολογιών που διασφαλίζουν τη σωστή μεταφορά και αποθήκευση τους. Ο κάτοχος ενός η-τιμολογίου πρέπει να μπορεί να αποδείξει ανά πάσα στιγμή τον προμηθευτή ή τον εκδότη του τιμολογίου καθώς επίσης ότι το περιεχόμενο που απαιτείται, σύμφωνα με την οδηγία 2010/45/ΕΕ [9] σχετικά με το κοινό σύστημα φόρου προστιθέμενης αξίας όσον αφορά τους κανόνες τιμολόγησης, δεν έχει αλλαχτεί κατά τη μεταβίβαση του. Παρακάτω, θα αναλυθούν οι απαιτήσεις ασφάλειας που πρέπει να υπάρχουν στον τομέα της η-τιμολόγησης:

- ✓ *Πιστοποίηση ταυτότητας προέλευσης* (authentication of origin), εξασφαλίζει ότι οι αποστολείς των τιμολογίων είναι πραγματικά αυτοί που ισχυρίζονται πως είναι. Η πιστοποίηση ταυτότητας του φορολογούμενου που συμμετέχει στην η-τιμολόγηση είναι απαραίτητη για τις εφορίες για να προσδιορίσουν σαφώς τα συμβαλλόμενα μέρη σε μία φορολογική συναλλαγή.
- ✓ *Μη άρνηση της προέλευσης και της παραλαβής* (non-repudiation of origin and receipt), εξασφαλίζει ότι ούτε ο αποστολέας ούτε ο αποδέκτης μπορούν να αρνηθούν την τιμολογιακή συναλλαγή που συνέβη μεταξύ τους.
- ✓ *Ακεραιότητα του περιεχομένου* (integrity of the content) των τιμολογίων, εξασφαλίζει ότι τα τιμολόγια δεν μπορούν να υποστούν αλλαγές σκόπιμα ή συμπτωματικά κατά τη διάρκεια της μετάδοσης, έτσι ώστε τα συμβαλλόμενα μέρη να είναι βέβαια όσον αφορά το περιεχόμενο του τιμολογίου.
- ✓ *Εμπιστευτικότητα/ιδιωτικότητα* (confidentiality/privacy), εξασφαλίζει ότι κανείς άλλος εκτός από τον αποστολέα και οριζόμενους παραλήπτες μπορούν να διαβάσουν το η-τιμολόγιο.
- ✓ *Ακεραιότητα της ακολουθίας* (integrity of the sequence) των τιμολογίων, στόχος της συγκεκριμένης απαίτησης είναι να αποφευχθούν τα κενά που μπορεί να προκύψουν στα εξερχόμενα τιμολόγια και να ισχυροποιηθεί ο έλεγχος.
- ✓ *Διαθεσιμότητα* (availability), έτσι ώστε η υπηρεσία η-τιμολόγησης να μπορεί να χρησιμοποιηθεί ανά πάσα στιγμή από τις επιχειρήσεις χωρίς να διακόπτουν τις λογιστικές τους λειτουργίες.
- ✓ *Ηλεκτρονική αποθήκευση* (electronic storage) των η-τιμολογίων, οι συνθήκες για την ηλεκτρονική αποθήκευση και οι τεχνικές απαιτήσεις του συστήματος ηλεκτρονικής αποθήκευσης είναι ακέραια συστατικά των απαιτήσεων ασφάλειας στην η-τιμολόγηση.

2.4.2 Αντίμετρα ασφάλειας

Με βάση τις απαιτήσεις ασφάλειας που αναφέρονται παραπάνω υπάρχουν κάποια αντίμετρα που λαμβάνονται σε κάθε μία περίπτωση ώστε να αντιμετωπισθούν πιθανές επιθέσεις. Στη συνέχεια, θα ακολουθήσει μία αναφορά στις τεχνολογίες με τις οποίες υπάρχει η δυνατότητα λήψης μέτρων για κάθε μία από τις απαιτήσεις ασφάλειας στην η-τιμολόγηση.

- ✓ Η πιστοποίηση ταυτότητας προέλευσης, η μη άρνηση της προέλευσης και της παραλαβής και η ακεραιότητα του περιεχομένου αντιμετωπίζονται με τη χρήση XML ψηφιακών υπογραφών σε συνδυασμό με κρυπτογραφικά συστήματα όπως οι έξυπνες κάρτες. Επιπλέον, η μη άρνηση της προέλευσης και της παραλαβής που σχετίζεται με το χρόνο διασφαλίζεται με τη χρήση της χρονοσφραγίδας.
- ✓ Η εμπιστευτικότητα/ιδιωτικότητα διασφαλίζεται με τις τεχνολογίες της XML κρυπτογράφησης, όπως αυτή ορίζεται στο W3C πρότυπο, και της ασφάλειας στις Υπηρεσίες Ιστού (WS-Security) για την κρυπτογράφηση των SOAP μηνυμάτων.

- ✓ Για την ακεραιότητα της ακολουθίας, η αντιμετώπιση πιθανών επιθέσεων μπορεί να επιτευχθεί με την ενίσχυση των πολιτικών που υπάρχουν και είναι σχετικές με τον αριθμό αναφοράς που εκδίδεται σε κάθε τιμολόγιο. Δηλαδή να γίνει πιο σαφής η ανάθεση αριθμού αναφοράς σε κάθε τιμολόγιο και αυτός ο αριθμός να είναι μοναδικός για κάθε ένα από αυτά.
- ✓ Για την επίτευξη της διαθεσιμότητας, το σύστημα από τη μία πλευρά θα πρέπει να είναι εύρωστο και προστατευμένο ενάντια σε εισβολές, το οποίο μπορεί να διασφαλιστεί από αντίκα προγράμματα και τείχη προστασίας και από την άλλη πλευρά με τη βοήθεια των Υπηρεσιών Ιστού μπορούν να δημοσιευθούν σε καταλόγους οι παρεχόμενες υπηρεσίες ώστε να τις βρίσκει εύκολα και γρήγορα ο κάθε ενδιαφερόμενος.
- ✓ Για την ηλεκτρονική αποθήκευση των η-τιμολογίων, η προτεινόμενη λύση είναι XML βάση δεδομένων που θα συστέγάζεται με την εφαρμογή η-τιμολόγησης. Με αυτό τον τύπο βάσης δεδομένων το σύστημα μπορεί να προσφέρει υπηρεσίες αποθήκευσης με υψηλό επίπεδο ασφάλειας και ταυτόχρονα διασφαλίζει ότι τα η-τιμολόγια αποθηκεύονται με την ακριβή τους ηλεκτρονική μορφή.

2.4.3 Ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων

Η οδηγία 2010/45/ΕΕ αναφέρει ρητά ως μέθοδο ανταλλαγής δεδομένων το Electronic Data Interchange (EDI) [10], το οποίο δραστηριοποιείται επί 30 χρόνια στην ασφαλή ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ επιχειρήσεων ή οργανισμών. Στο EDI τα συμβαλλόμενα μέρη πρέπει να έχουν συμφωνήσει εκ των προτέρων στις διαδικασίες και στους έλεγχους που θα πραγματοποιηθούν κατά τη διάρκεια της ανταλλαγής. Όλες οι πληροφορίες που ανταλλάσσονται είναι τυποποιημένες και κωδικοποιημένες βάσει προσυμφωνηθέντων προτύπων. Επιπλέον μέτρα όπως firewalls, IDS, κρυπτογραφημένα κανάλια χρησιμοποιούνται έτσι ώστε να διασφαλιστεί η αξιοπιστία των διαδικασιών από κακόβουλες επιθέσεις.

Εκτός από το EDI υπάρχουν και άλλες εφαρμογές που μπορεί να αποδειχθούν αποτελεσματικές για τη διασφάλιση της αυθεντικότητας και της ακεραιότητας των δεδομένων. Μια τέτοια εφαρμογή είναι η PEPOL [11]. Εφαρμογή που έχει ως στόχο να διευκολύνει τις διασυνοριακές ηλεκτρονικές δημόσιες συμβάσεις. Στο PEPOL τα δεδομένα κρυπτογραφούνται ασφαλώς με το πρωτόκολλο κρυπτογράφησης START και με αυτό τον τρόπο είναι ασφαλή κατά τη μεταβίβαση τους. Οι περιφερειακές επιχειρήσεις που εκδίδουν ψηφιακά πιστοποιητικά και το PEPOL παρέχουν ένα μοντέλο διακυβέρνησης, στο οποίο όλοι οι φορείς παροχής υπηρεσιών πρέπει να συμμορφώνονται σε μια κοινή συμφωνία.

2.4.4 Ηλεκτρονική υπογραφή

Η εξασφάλιση της γνησιότητας της προέλευσης και της ακεραιότητας του περιεχομένου ενός ηλεκτρονικού τιμολογίου απασχόλησε από την αρχή τους φορείς που ασχολήθηκαν με την η-τιμολόγηση [12]. Η ελληνική νομοθεσία έχει υιοθετήσει την κοινοτική οδηγία 2001/115/ΕΚ θεσπίζοντας διατάξεις που αποβλέπουν στο σκοπό αυτό. Η ηλεκτρονική αποστολή και αποθήκευση των ηλεκτρονικών αρχείων και των δεδομένων πρέπει να διασφαλίζεται μέσω της Προηγμένης Ασφαλούς Ηλεκτρονικής Υπογραφής (XML Advanced Electronic Signatures, XAdES) που δημιουργείται με τη χρήση του εγκεκριμένου μοντέλου Ειδικής Ασφαλούς Διάταξης Σήμανσης Στοιχείων. Υπάρχουν έξι διαφορετικές εκδόσεις προηγμένων ηλεκτρονικών υπογραφών XML, με κάθε επίπεδο να καθορίζει διαφορετικό επίπεδο προστασίας. Οι έξι μορφές είναι οι εξής [13][14]:

Πιστοποίησης που να τηρεί τις απαιτήσεις της οδηγίας 1999/93/EK και να έχει ελεγχτεί από την αρμόδια EUMS, όπως ορίζει η οδηγία 1999/93/EK. Οι Αρχές Πιστοποίησης λειτουργούν με την πολιτική που ορίζεται στο ETSI TS 101 456. Τέλος για μια προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή κάθε πιστοποιητικό που είναι σύμφωνο με το πρότυπο ISO / IEC 9594-8 θεωρείται γενικά αποδεκτό.

2. Ασφαλείς Διατάξεις Δημιουργίας Υπογραφής (Secure Signature Creation Device (SSCD)). Μια SSCD κατέχει το απαραίτητο κλειδί υπογραφής και τις απαραίτητες λειτουργίες κρυπτογράφησης για να δημιουργηθεί η ηλεκτρονική υπογραφή. Αυτό μπορεί να είναι ένα αντικείμενο, όπως μια έξυπνη κάρτα ή ένα USB token. Ανάλογα με την ισχύουσα νομοθεσία, η SSCD μπορεί να είναι μια μονάδα ασφαλείας υλικού (hardware security module, HSM) που θα κρατάει το κλειδί υπογραφής πολλών υπογραφόντων. Κάθε υπογραφών μπορεί να έχει πρόσβαση, με έναν ασφαλή τρόπο από απόσταση, στη δική του υπογραφή-κλειδί και να τη χρησιμοποιεί αποκλειστικά. Η ασφάλεια της SSCD μπορεί να εξασφαλιστεί μέσω της συμμόρφωσης μέσω του ISO15408. Τέλος για τις απλές Προηγμένες Ηλεκτρονικές Υπογραφές το κλειδί υπογραφής μπορεί να μην είναι αποθηκευμένα σε μια SSCD αλλά για παράδειγμα σε ένα ασφαλές αρχείο σε έναν υπολογιστή.
3. Μορφή της υπογραφής. Μια προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή παραμένει καθ 'όλη τη διάρκεια της ζωής της σαν ένα αντικείμενο δεδομένων ενταγμένο μέσα στα δεδομένα του τιμολογίου. Η μορφοποίηση των υπογεγραμμένων τιμολογίων πρέπει να διατηρείται, καθ 'όλη τη διάρκεια της ζωής του τιμολογίου. Έτσι, εάν ένα τιμολόγιο μετατραπεί στη συνέχεια ,ένα αντίγραφο της αρχικής έκδοσης πρέπει οπωσδήποτε να διατηρηθεί. . Ανάλογα με τον τρόπο κωδικοποίησης του τιμολογίου επιλέγεται και ο πιο κατάλληλος τρόπος κωδικοποίησης της υπογραφής από τους τρεις CAdES, XAdES και PAdES. Για δυαδικές τεχνικές κωδικοποίησης επιλέγεται ο CAdES. Ο XAdES χρησιμοποιείται για XML κωδικοποίηση ενώ ο PAdES για PDF κωδικοποίηση.

Τα δύο πρώτα στοιχεία που αναλύθηκαν πιο πάνω διασφαλίζουν την αυθεντικότητα και την ακεραιότητα του περιεχομένου. Θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι η χρήση των Αναγνωρισμένων Πιστοποιητικών δεν είναι ο μόνος τρόπος για να εξασφαλιστεί η ταυτότητα του υπογράφοντος. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί εξίσου με μη QC πιστοποιητικά που έχουν εκδοθεί από μια Αρχή Πιστοποίησης και τηρούν τις κατάλληλες πολιτικές και πρακτικές και εφόσον η συμμόρφωση τους εμποτεύεται από έναν αξιόπιστο φορέα, όπως για παράδειγμα ένα κυβερνητικό σώμα.

3 Πρότυπα η-συναλλαγών

Υπάρχουν πολλά διαφορετικά πρότυπα τα οποία χρησιμοποιούνται ανά τον κόσμο για τις η-συναλλαγές. Τα πρότυπα αυτά καλύπτουν διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές και διαφορετικούς επιχειρηματικούς τομείς. Πολλοί οργανισμοί έχουν αναπτύξει ακόμη και δικά τους πρότυπα για την εσωτερική τους επικοινωνία ή για την επικοινωνία τους με τους πελάτες. Η αύξηση των διαφορετικών προτύπων ανταλλαγής μηνυμάτων στον οικονομικό τομέα δημιουργεί φραγμούς στη κοινή αντίληψη των πληροφοριών και συνεπώς αύξηση των προβλημάτων. Αν φανταστούμε μία ηλεκτρονική συναλλαγή σαν μια συμφωνία μεταξύ φυσικών προσώπων κατανοούμε ότι αυτοί δε θα μπορούσαν να συμφωνήσουν αν δε μιλούσαν την ίδια γλώσσα. Για το λόγο αυτό είναι αναγκαία η συμφωνία στη χρήση ενός κοινού προτύπου η-συναλλαγών.

3.1 ISO 20022 (UNIFI)

Ο ISO είναι ο Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης στον οποίο συμμετέχουν 161 εθνικοί οργανισμοί τυποποίησης από διάφορες χώρες του κόσμου. Παρέχει σε επιχειρήσεις, κυβερνήσεις και σε πολίτες πάνω από 18.100 πρότυπα τα οποία διευκολύνουν την οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική ανάπτυξη της κοινωνίας. Το διεθνές πρότυπο που

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

καθορίζεται από τον ISO για την ανάπτυξη προτύπων χρηματοοικονομικών μηνυμάτων ονομάζεται ISO 20022 ή αλλιώς UNIFI [16][17].

Η ανάγκη για ένα πρότυπο ISO 20022 προέκυψε στις αρχές του 2000 με την ευρεία ανάπτυξη του Internet Protocol (IP), τη δικτύωση, και την εμφάνιση της XML ως ένα ανοιχτό τεχνικό πρότυπο για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες. Είναι μια προσέγγιση επιχειρησιακού μοντέλου που επιτρέπει στους χρήστες και τους προγραμματιστές να αναπαράσχησουν τις τραπεζικές επιχειρησιακές διαδικασίες και να καταγράψουν τις συναλλαγές σε μια επίσημη αλλά ανεξάρτητη σύνταξη. Αυτά τα επιχειρησιακά μοντέλα συναλλαγών είναι τα "πραγματικά" επαγγελματικά πρότυπα.

Τη στιγμή που αναπτύχθηκε το πρότυπο ISO 20022 η XML (Extensible Mark-up Language) [7][8] ήταν ήδη η προτιμώμενη σύνταξη για τις η-επικοινωνίες. Ως εκ τούτου, η πρώτη έκδοση του προτύπου ISO 20022 προτείνει μια τυποποιημένη σύνταξη, βασισμένη στην XML, για τη καταγραφή των μηνυμάτων. Το πρότυπο αυτό αναπτύχθηκε στο πλαίσιο της Technical Committee TC68- Financial Services του ISO.

Τα χρηματοοικονομικά ιδρύματα ανταλλάσσουν τεράστιες ποσότητες πληροφοριών μεταξύ τους αλλά και με τους πελάτες τους. Για να λειτουργήσει σωστά η ανταλλαγή πληροφοριών πρέπει ο αποστολέας και ο παραλήπτης της πληροφορίας να μπορούν να κατανοήσουν το μήνυμα χωρίς να χρειάζεται ανθρώπινη παρέμβαση για επεξήγηση. Για να εξαλειφθεί η ανάγκη για ανθρώπινη παρέμβαση στην ερμηνεία των δεδομένων ο χρηματοοικονομικός κλάδος έχει δημιουργήσει μηνύματα – ορισμούς, δηλαδή συμφωνίες για τον τρόπο που θα οργανώνονται τα δεδομένα σε δομημένη σύνταξη.

Το ISO 20022 ενδιαφέρει τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που επιθυμούν να εκσυγχρονίσουν τις υποδομές επικοινωνίας τους και επιθυμούν να αναπτύξουν μια "γλώσσα" για όλες τις οικονομικές δραστηριότητες, ανεξάρτητα από το επιχειρηματικό πεδίο, το δίκτυο επικοινωνίας και τους αντισυμβαλλόμενους (άλλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, πελάτες, προμηθευτές και υποδομές της αγοράς). Απευθύνεται κυρίως σε φορείς που αναζητούν πιο αποδοτική επικοινωνία για την υποστήριξη συγκεκριμένων οικονομικών επιχειρηματικών διαδικασιών με σκοπό να διευκολύνουν τη διαλειτουργικότητα με άλλα υπάρχοντα πρωτόκολλα [17].

Ο πρώτος στόχος του προτύπου ISO 20022 είναι η διεθνής (διασυνοριακή) τραπεζική επικοινωνία ανάμεσα στα χρηματοοικονομικά ιδρύματα, τους πελάτες τους και τις διεθνείς αγορές που εμπλέκονται στην επεξεργασία των χρηματοοικονομικών συναλλαγών. Υπάρχει, ωστόσο, μια μεγάλη ευκαιρία να εφαρμοστεί το πρότυπο ISO 20022 και στην ανάπτυξη νέων εγχώριων χρηματοπιστωτικών μηνυμάτων, και να συμβάλει έτσι στον εξορθολογισμό των επικοινωνιών για όλα τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

Το ISO 20022 είναι η συμφωνηθείσα μεθοδολογία που χρησιμοποιείται από τον χρηματοοικονομικό τομέα για να μπορέσει να διευκολύνει τις παγκόσμιες συναλλαγές που πραγματοποιούνται. Η μέθοδος που χρησιμοποιεί το ISO20022 στηρίζεται στον διαχωρισμό τριών επιπέδων. Το πρώτο επίπεδο παρέχει τις βασικές επιχειρηματικές διαδικασίες και έννοιες, το μεσαίο επίπεδο παρέχει τα μηνύματα ή τα μοντέλα μηνυμάτων και το τελευταίο ασχολείται με τη σύνταξη αυτών. Ένα από τα βασικά χαρακτηριστικά της μεθοδολογίας του προτύπου ISO 20022 είναι ότι υπάρχει ένας διαχωρισμός μεταξύ της επιχείρησης και του τρόπου με τον οποίο εκπροσωπείται σε ένα μήνυμα, δηλαδή διαφοροποιείται η σύνταξη. Η μεθοδολογία του ISO 20022 ξεκινά με τη δημιουργία του επιχειρηματικού μοντέλου, τον ορισμό όλων των επιχειρηματικών διαδικασιών, του ρόλου των επιχειρήσεων ή των φορέων που συνεργάζονται και τις επιχειρηματικές πληροφορίες που χρησιμοποιούνται. Με τον όρο επιχειρηματικές πληροφορίες εννοούμε όλες τις πληροφορίες που χρησιμοποιούμε για να εκτελέσουμε μια ηλεκτρονική συναλλαγή. Για παράδειγμα στη περίπτωση μιας μεταφορά πίστωσης ως επιχειρηματικές πληροφορίες εξετάζονται ο οφειλέτης, ο πιστωτής, η τράπεζα του οφειλέτη, η τράπεζα του δικαιούχου και η ίδια η πληρωμή.

Κεντρικό σημείο της ανάλυσης είναι η ίδια η πληρωμή, η οποία συνδέεται με τη τράπεζα οφειλέτη και τη Τράπεζα πιστωτή. Η πληρωμή συνδέεται επίσης με τον οφειλέτη και τον δικαιούχο. Όλα αυτά τα μέρη εμπεριέχουν επιπλέον στοιχεία όπως ονόματα, διευθύνσεις, τραπεζικούς λογαριασμούς. Στη πληρωμή για παράδειγμα εμπεριέχονται στοιχεία που αφορούν το νόμισμα, το ποσό, την αιτούμενη ημερομηνία έναρξης εκτέλεσης της πληρωμής, την ημερομηνία διακανονισμού και γενικά πληροφορίες για το έμβασμα.

Το ISO 20022 είναι ένα ευέλικτο πλαίσιο που ενθαρρύνει τους χρήστες να αναπτύξουν επιχειρηματικές συναλλαγές και μηνύματα σύμφωνα με τη προσυμφωνημένη διεθνή προσέγγιση, ενώ επιπλέον ενθαρρύνει την χρήση της XML (eXtensible Mark-up Language). Η XML είναι μια από τις πιο δημοφιλείς γλώσσες που χρησιμοποιούνται για την κωδικοποίηση των ηλεκτρονικών εγγράφων ή μηνυμάτων που ανταλλάσσονται μέσω του διαδικτύου. Επιπλέον η XML προστατεύει τις μελλοντικές επενδύσεις από μελλοντική αλλαγή του τρόπου σύνταξης προσφέροντας ένα κοινό επιχειρησιακό μοντέλο χρησιμοποιώντας την UML (Universal Modelling Language).

Αν και η σχεδίαση της XML εστιάζει στα κείμενα, χρησιμοποιείται ευρέως για την αναπαράσταση αυθαίρετων δομών δεδομένων, που προκύπτουν για παράδειγμα στις υπηρεσίες ιστού. Τα μοντέλα μηνυμάτων και τα XML σχήματα αποθηκεύονται σε μια κεντρική βιβλιοθήκη στην οποία επιτρέπεται η πρόσβαση. Υπάρχει μία ποικιλία διεπαφών προγραμματισμού εφαρμογών, που μπορούν να χρησιμοποιούν οι προγραμματιστές, για να προσπελαίνουν δεδομένα XML, αλλά και διάφορα συστήματα σχημάτων XML, τα οποία είναι σχεδιασμένα για να βοηθούν στον ορισμό γλωσσών, που προκύπτουν από την XML. Το ίδιο το πρότυπο περιγράφει τη μεθοδολογία ανάπτυξης, τη διαδικασία εγγραφής και την οργάνωση της κεντρικής βιβλιοθήκης που περιέχει τα μηνύματα ISO 20022.

Το πρότυπο ISO 20022 αποτελείται από έξι μέρη:

1. Τα γενικά χαρακτηριστικά, την μεθοδολογία και τη μορφή των εισροών και εκροών από τη βιβλιοθήκη του ISO 20022 [18].
2. Τους ρόλους και τις αρμοδιότητες των φορέων εγγραφής [19].
3. Τις κατευθυντήριες γραμμές για τη μοντελοποίηση (Τεχνικές Προδιαγραφές) [20].
4. Τους XML κανόνες σχεδιασμού (Τεχνικές Προδιαγραφές) [21].
5. Τις τεχνικές ανάκλησης (Τεχνικές Προδιαγραφές) [22].
6. Τα χαρακτηριστικά της μεταφοράς των μηνυμάτων [23].

Για να κατανοήσουμε καλύτερα τη δομή ενός μηνύματος ISO 20022 δίνεται το παρακάτω παράδειγμα μιας απλής εντολής πληρωμής (Εικόνα 3). Ας υποθέσουμε ότι η ExampleBank στην Ουτρέχτη με Κωδικό Αναγνώρισης Τράπεζας (BIC) EXABNL2U έχει ζητήσει από τον εταιρικό της πελάτη ACME NV, Amstel 344 στο Άμστερνταμ, να μεταφέρει 12.500 δολάρια στις 29 Οκτωβρίου 2009 από τον λογαριασμό του με αριθμό 8754219990. Η ExampleBank τότε στέλνει ένα δομημένο μήνυμα με βάση το πρότυπο μήνυμα ορισμό ως ακολούθως:

```

<CdtTrfTxInf>
  <IntrBkSttlmAmt Ccy='USD'>12500</IntrBkSttlmAmt>
  <IntrBkSttlmDt>2009-10-29</IntrBkSttlmDt>
  <Dbtr>
    <Nm>ACME NV.</Nm>
    <PstlAdr>
      <StrtNm>Amstel</StrtNm>
      <BldgNb>344</BldgNb>
      <TwnNm>Amsterdam</TwnNm>
      <Ctry>NL</Ctry>
    </PstlAdr>
  </Dbtr>
  <DbtrAcct>
    <Id>
      <Othr>
        <Id>8754219990</Id>
      </Othr>
    </Id>
  </DbtrAcct>
  <DbtrAgt>
    <FinInstnId>
      <BIC>EXABNL2U</BIC>
    </FinInstnId>
  </DbtrAgt>
</CdtTrfTxInf>

```

Εικόνα 3: Παράδειγμα εντολής πληρωμής

Το παραπάνω παράδειγμα είναι ένα μέρος μιας πληρωμής Customer Credit Transfer βάσει του ISO20022. Τα πρότυπα μηνύματα πρότυπα παρέχουν σαφείς ορισμούς των πληροφοριών και των μορφών δεδομένων. Το παραπάνω μήνυμα, για παράδειγμα, περιέχει τη γραμμή:

```
<IntrBkSttlmAmt Ccy='USD'>12500</IntrBkSttlmAmt>
```

Όπου αναφέρεται το νόμισμα και το ποσό της συναλλαγής. Η ετικέτα «IntrBkSttlmAmt» ορίζει ότι το πεδίο είναι υποχρεωτικό. Οι πληροφορίες που παρέχονται πρέπει να αποτελούνται από τρία γράμματα και το πραγματικό ποσό δε πρέπει να ξεπερνά τα 18 ψηφία.

3.2 SOCIETY FOR WORLDWIDE INTERBANK FINANCIAL TELECOMMUNICATION (SWIFT)

Η SWIFT είναι ένας οργανισμός διαβίβασης χρηματοπιστωτικών μηνυμάτων που εδρεύει στο Βέλγιο. Αποτελείται από ένα σύστημα τηλεπικοινωνιών και παρέχει υπηρεσίες για την ασφαλή μεταφορά οικονομικών δεδομένων μεταξύ διαφόρων φορέων. Πάνω από διακόσιες χώρες σε όλο τον κόσμο χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες αυτού του συστήματος. Στους πελάτες της περιλαμβάνονται χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, χρηματιστηριακές εταιρείες, εταιρείες επενδύσεων, και γενικά εταιρείες που επιθυμούν την ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων με ασφάλεια. Η SWIFT ελέγχει το 80% περίπου των ηλεκτρονικών χρηματοπιστωτικών εμβασμάτων. Η κοινή αποδοχή όλων των παραπάνω στους βασικών κανόνες ανταλλαγής και μορφής των δεδομένων μετέτρεψε την SWIFT σε ένα διεθνές πρότυπο [24].

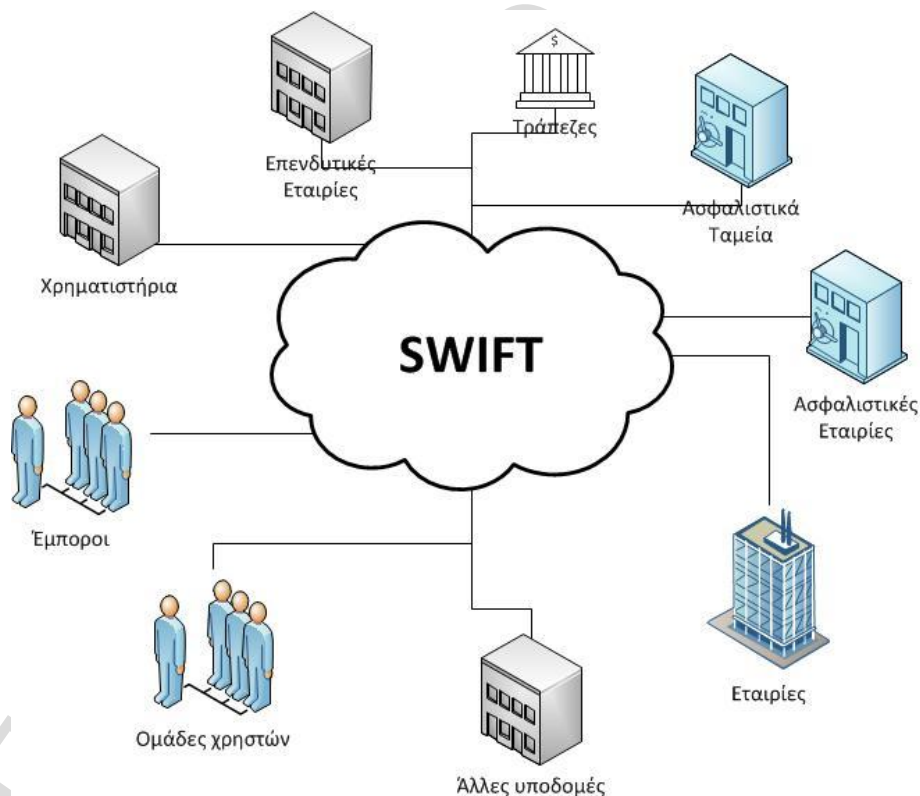
Μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου τα κράτη στράφηκαν προς την ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τον απότομη αύξηση σε όλα τα είδη των τραπεζικών εργασιών. Νωρίτερα οι τράπεζες επικοινωνούσαν μεταξύ τους με τον τηλεγράφο και το ταχυδρομείο, αλλά στο νέο περιβάλλον που είχε δημιουργηθεί οι παλιές μέθοδοι κρίθηκαν

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

ανεπαρκείς λόγω της αύξησης του όγκου των τραπεζικών εργασιών. Ήταν φανερό πως υπήρχε ανάγκη για καθιέρωση μιας νέας μεθόδου, χωρίς χαρτί, για ανταλλαγή των οικονομικών πληροφοριών μεταξύ των διαφόρων τραπεζών και για τυποποίηση των διαδικασιών.

Κατά την ανάπτυξη ενός τέτοιου συστήματος, στις αρχές της δεκαετίας του εξήντα, εξήντα εκπρόσωποι των μεγαλύτερων ευρωπαϊκών και αμερικανικών τραπεζών συναντήθηκαν για να συζητήσουν το πρόβλημα της δημιουργίας ενός ενοποιημένου συστήματος προτύπων στον τραπεζικό τομέα. Αποφασίστηκε να χρησιμοποιηθούν οι υπολογιστές και οι τηλεπικοινωνίες έτσι ώστε να διασφαλιστεί το υψηλότερο επίπεδο ασφάλειας στο σύστημα μεταφοράς δεδομένων αυτού του είδους. Τον Μάιο του 1973 με τη συμμετοχή 239 τραπεζών σε δεκαπέντε χώρες σε όλο τον κόσμο, ιδρύθηκε η πληρωμή συστήματος SWIFT. Μέχρι το τέλος του ίδιου έτους, ο αριθμός των τραπεζών που περιλαμβάνονται στον αριθμό των μελών του, είχε αυξηθεί σε 586 και κάθε μέρα, πέρασαν ανταλασσόταν μέχρι 500.000 e-mail.

Σήμερα η SWIFT απαριθμεί περισσότερα από επτά χιλιάδες χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, τα οποία εδρεύουν σε εκατόν ενενήντα χώρες. Παρά τη μεγάλη απόσταση μεταξύ τους, μπορούν να επικοινωνούν και να συνεργάζονται όλο το χρόνο για 24 ώρες την ημέρα. Εκατομμύρια οικονομικά μηνύματα διαβιβάζονται καθημερινά και εκτιμάται ότι πάνω από 5 τρισεκατομμύρια δολάρια διακινούνται ασφαλώς μέσα στο δίκτυο της SWIFT. Σχεδόν 50 συστήματα εκκαθάρισης λειτουργούν παγκοσμίως βάσει της SWIFT. Πέντε από τις επτά πιο βιομηχανικές χώρες όπως η Γερμανία, η Βρετανία, ο Καναδάς, η Ιταλία και η Γαλλία αποτελούν τη βάση των εθνικών συστημάτων πληρωμών που έχουν επιλέξει τη SWIFT.



Εικόνα 4: Σύστημα πληρωμής SWIFT

Το σύστημα πληρωμής SWIFT είναι με διαφορά το πιο ευρέως χρησιμοποιούμενο σύστημα πληρωμών μεταξύ των τραπεζών στην παγκόσμια κοινότητα. Η SWIFT χρησιμοποιεί τις δικές της μορφές και τύπους μηνυμάτων και έχει χρησιμεύσει ως πρότυπο για άλλα συστήματα διακανονισμού. Η δημοτικότητα του συστήματος πληρωμών SWIFT παρέχει μια σειρά από προφανή πλεονεκτήματα, τα οποία βρίσκονται στη δυνατότητα της ασφαλούς και αξιόπιστης μετάδοσης και λήψης μηνυμάτων με χαμηλό κόστος των επικοινωνιών. Η δυνατότητα αυτοματοποίησης της επεξεργασίας δεδομένων και η άμεση αντιμετώπιση τυχόν σφαλμάτων είναι τα σημαντικότερα οφέλη που έχει αποφέρει η SWIFT στην τραπεζική κοινότητα.

Η χρήση διαφορετικών προτύπων δυσκόλευε εξαιρετικά την επικοινωνία στο σύγχρονο ηλεκτρονικό κόσμο. Απαραίτητη προϋπόθεση για την ύπαρξη επικοινωνίας είναι η ύπαρξη κοινής γλώσσας. Με τη χρήση διαφορετικών προτύπων δημιουργήθηκε μια σύγχρονη Βαβέλ ανάμεσα στον εταιρικό κόσμο. Αυτό ήταν κατανοητό από όλους τους φορείς οι οποίοι προσπάθησαν να αναπτύξουν ένα κοινό πρότυπο. Η SWIFT ήταν μία από τις βασικές εταιρείες που βοήθησαν στην ανάπτυξη του προτύπου ISO 15022. Καθώς το ISO 20022, προήλθε από μια αναθεώρηση του ISO 15022, η SWIFT διατήρησε τον ηγετικό ρόλο και στην ανάπτυξη του προτύπου ISO 20022.

Τον Ιούνιο του 2004, η SWIFT ορίστηκε ως Registration Authority (RA) για το SEPA - ένα ρόλο που εξακολουθεί να κρατάει. Είναι υπεύθυνη για τη διατήρηση και τη δημοσίευση του περιεχομένου της βιβλιοθήκης του ISO 20022 και την εξασφάλιση της ακεραιότητας του. Η πρώτη επίσημη έκδοση του προτύπου εγκρίθηκε και δημοσιεύτηκε από τον ISO, τον Δεκέμβριο του ίδιου έτους.

Εκτός από την πείρα της η SWIFT συμβάλλει στη διασφάλιση της εγκυρότητας του περιεχομένου του προτύπου καθώς η SWIFT δραστηριοποιείται κυρίως στο τεχνικό μέρος. Η SWIFT παρέχει μια βιβλιοθήκη με XML σχήματα τα οποία είναι βάσει του ISO 20022. Σχεδόν το 90% των προτύπων μηνυμάτων που περιλαμβάνονται σήμερα στη βιβλιοθήκη του ISO 20022 αναπτύχθηκαν από την SWIFT.

Η SWIFT θέλοντας να συμβάλει στην προσπάθεια για τη συνύπαρξη και τη διαλειτουργικότητα μεταξύ των διαφόρων προτύπων έχει δημιουργήσει πολλά εργαλεία για το σκοπό αυτό. Για ορισμένους βασικούς τομείς, όπως οι μεταφορές πιστώσεων, η SWIFT έχει αναπτύξει κανόνες μετάφρασης μεταξύ των υφιστάμενων προτύπων της SWIFT και του ISO20022. Τα εργαλεία αυτά αναπτύχθηκαν από ομάδες εργασίας της SWIFT και έχουν δοθεί στη διάθεση των εταίρων προσφέροντας πλήρη συμβατότητα ανάμεσα στα μηνύματα MT 103 (SWIFT) και τα ISO 20022 μηνύματα.

Παρακάτω δίνεται το ίδιο παράδειγμα που αναλύθηκε στο παράδειγμα του ISO 20022 πιο πάνω σχετικά με μια μεταφορά πίστωσης. Αυτή τη φορά όμως θα αναλύσουμε πως θα γινόταν η μεταφορά του ίδιου ποσού σύμφωνα όμως με το ενιαίο σύστημα SWIFT πίστωσης πελατών (MT 103).

SWIFT MT 103	ISO 20022
:52A:EXABNL2U	<DbtrAgt> <FinInstnId> <BIC>EXABNL2U</BIC> </FinInstnId> </DbtrAgt>
:50K:/8754219990	<DbtrAcct>

ACME NV. AMSTEL344 AMSTERDAM, NETHERLANDS	<pre> <id> <Othr> <Id>8754219990</Id> </Othr> </id> </DbtrAcct> <Dbtr> <Nm>ACME NV.</Nm> <PstlAdr> <StrtNm>Amstel</StrtNm> <BldgNb>344</BldgNb> <TwnNm>Amsterdam</TwnNm> <Ctry>NL</Ctry> </PstlAdr> </Dbtr> </pre>
--	--

Πίνακας 1: Συσχέτιση πεδίων SWIFT MT 103 με ISO 20022

Οι περισσότερες πληροφορίες παραμένουν ίδιες, αλλά οι ετικέτες και η σειρά των πεδίων είναι διαφορετικές .

3.3 UN/CEFACT

Τα Ηνωμένα Έθνη, μέσω του Centre for Trade Facilitation and Electronic Business (UN/CEFACT) [25], υποστηρίζουν δραστηριότητες που ασχολούνται με τη βελτίωση του εμπορίου, της βιωσιμότητας των επιχειρήσεων και του δημόσιου τομέα. Κύρια εστίαση τους είναι η διευκόλυνση των εθνικών και διεθνών συναλλαγών, μέσω της απλούστευσης των διαδικασιών έτσι ώστε να αναπτυχθεί το παγκόσμιο εμπόριο. Τα ευρέως χρησιμοποιούμενα πρότυπα EDI και EDIFACT [26] αναπτύχθηκαν υπό την αιγίδα των Ηνωμένων Εθνών και είναι τώρα στην ευθύνη της UN / CEFACT. Η οποία έχει αναπτύξει πλέον μια νέα γενιά προτύπων με βάση την XML. Η UN/CEFACT φροντίζει τα πρότυπα που αναπτύσσει να διατηρούν ουδέτερη σημασιολογία, περιεχόμενο και σύνταξη ώστε να πληρούν τις απαιτήσεις των κοινοτήτων του εμπορίου και της βιομηχανίας στους τομείς της εφοδιαστικής αλυσίδας, της αγοράς τιμολόγησης, της διαχείρισης υλικών και της ανάπτυξης προϊόντων.

Το UN/CEFACT Forum for International Trade and Business Processes Working Group 5 Finance (TBG5) λειτουργεί ως σημείο συντονισμού μεταξύ των καθαρά χρηματοοικονομικών υπηρεσιών τυποποίησης, τα οποία πραγματοποιούνται σύμφωνα με το ISO Technical Committee 68 (TC68), και τις ευρύτερες περιοχές που καλύπτονται από το UN / CEFACT. Ο βασικός στόχος είναι να προσφέρει τη διαλειτουργικότητα μεταξύ των αντίστοιχων προτύπων. Η SWIFT και η ISO ενεργούν επίσης προς αυτό το σκοπό. Επιπλέον το TBG5 κατέχει και οδηγεί

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

το έργο για την ηλεκτρονική τιμολόγηση στο πρότυπο ISO 20022. Σε σχέση με την ηλεκτρονική τιμολόγηση η UN/CEFACT έχει αναπτύξει ένα τιμολόγιο το CII [27] το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε πολλές βιομηχανίες.

3.4 OASIS & NES

Η OASIS (Organisation for the Advancement of Structured Information Standards) [28] είναι μια μη-κερδοσκοπική κοινοπραξία που οδηγεί την ανάπτυξη, σύγκλιση και υιοθέτηση ανοικτών προτύπων για την παγκόσμια κοινωνία της πληροφορίας. Ιδρύθηκε το 1993 και διαθέτει περισσότερους από 5.000 συμμετέχοντες που αντιπροσωπεύουν πάνω από 600 οργανώσεις και μεμονωμένα μέλη σε 100 χώρες. Έχει αναπτύξει το πρότυπο UBL το οποίο είναι αποτέλεσμα μιας διεθνούς προσπάθειας για να καθοριστεί μια βιβλιοθήκη προτύπων εγγράφων ηλεκτρονικού επιχειρείν XML, όπως είναι οι εντολές αγοράς και τα τιμολόγια. Εκτός από ebXML, το πρότυπο αυτό θεωρείται ότι είναι ένα από τα πιο σημαντικά για την ηλεκτρονική τιμολόγηση στην Ευρώπη. Είναι η βάση πολλών ειδικών προτύπων και ήταν το πρώτο που εφάρμοσε την ebXML core.

Πλέον έχει σχεδιαστεί και ένα υποσύνολο του προτύπου UBL το οποίο ονομάζεται NES (Northern European Subset). Αυτό ορίζεται από μια ομάδα εργασίας με εκπροσώπους από τη Δανία, τη Σουηδία, τη Νορβηγία, τη Φινλανδία, το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ισλανδία. Ο σκοπός της είναι το υποσύνολο NES να διευκολύνει την εναρμόνιση των διαφόρων τύπων των ηλεκτρονικών δημόσιων εγγράφων σε χώρες που χρησιμοποιούν ή σκοπεύουν να χρησιμοποιήσουν το πρότυπο UBL.

3.5 CEN/ISSS

Το CEN/ISSS [29] είναι ένας από τους τρεις αναγνωρισμένους Ευρωπαϊκούς οργανισμούς τυποποίησης. Οι δραστηριότητες του αφορούν κυρίως τον τομέα των εφαρμογών. Τα έγγραφα του αναπτύσσονται μέσω άτυπων ανοικτών εργαστηρίων (CEN Workshop Agreements - CWAs). Το ηλεκτρονικό επιχειρείν είναι η ειδικότητα που ενδιαφέρει περισσότερο την ομάδα του CEN / ISSS. Ένα από τα ανοιχτά εργαστήρια του, ασχολείται με την ηλεκτρονική τιμολόγηση και έχει ως στόχο την απλοποίηση, τον εκσυγχρονισμό και την εναρμόνιση των όρων που επιβάλλονται στην τιμολόγηση όσον αφορά το Φόρο Προστιθέμενης Αξίας. Επιπλέον ασχολείται με τους κανονισμούς που διέπουν τις ηλεκτρονικές υπογραφές. Η CEN/ISSS έχει επικεντρωθεί στην προσπάθεια ολοκλήρωσης των προτύπων με επίκεντρο τις κατευθυντήριες γραμμές για την αειφόρο ανάπτυξη, την προώθηση των ηλεκτρονικών διαδικασιών τιμολόγησης και τα κριτήρια συμμόρφωσης ως προς τη διαλειτουργικότητα.

3.6 GS1

Ο GS1 [30] είναι ένας κορυφαίος παγκόσμιος οργανισμός αφιερωμένος στο σχεδιασμό και την εφαρμογή διεθνών προτύπων και λύσεων για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των αγορών σε παγκόσμιο επίπεδο. Το πρότυπο GS1 είναι το πιο ευρέως χρησιμοποιούμενο πρότυπο σύστημα στην αλυσίδα εφοδιασμού στον κόσμο. Εισήγαγε τα barcodes και έχει ισχυρή παρουσία στον τομέα της λιανικής σε όλο τον κόσμο.

Επιπλέον παρέχει μια τυποποιημένη και προβλέψιμη δομή για τα ηλεκτρονικά μηνύματα των επιχειρήσεων μέσω του GS1 EANCOM και GS1 XML, επιτρέποντας στους επιχειρηματικούς εταίρους να κοινοποιούν τα στοιχεία των επιχειρήσεων γρήγορα, αποτελεσματικά και με ακρίβεια, ανεξάρτητα από το τύπο λογισμικού τους. Τα πρότυπα αυτά είναι υποσύνολα του UN / EDIFACT και ειδικά το πρότυπο GS1 XML είναι πλήρως συμβατό με τα Ηνωμένα Έθνη (CEFACT μεθοδολογία).

3.7 E-FACTURAE

Το E-facturae [31] είναι το πρότυπο ηλεκτρονικού τιμολογίου που αναπτύχθηκε από την ισπανική φορολογική διοίκηση για την B2B και B2G αγορά. Το πρότυπο αυτό περιλαμβάνει δεδομένα σύμφωνα με την Ισπανική φορολογική διοίκηση. Περιέχει επίσης ειδικά στοιχεία για τη πληρωμή όπως ορίζεται από την Ισπανική Ένωση Factoring. Από το 2009, η E-facturae έχει δημοσιεύσει την έκδοση 3.2 για την αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών σε διάφορες βιομηχανίες όπως ο τουρισμός, οι τηλεπικοινωνίες, οι τομείς της υγείας και του κατασκευαστικού κλάδου.

3.8 FINVOICE

Το Finvoice [32] δεν είναι ένας συνηθισμένος οργανισμός, αλλά μια κοινή ένωση του τραπεζικού κλάδου της Φινλανδίας για το σχεδιασμό ενός κοινού προτύπου ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Τα Finvoice τιμολόγια μπορούν να διαβιβάζονται από τον πωλητή στον αγοραστή μέσω των τραπεζών και έχουν σχεδιαστεί με XML σύνταξη. Η XML επιτρέπει στο τιμολόγιο να μετατρέπεται σε μια γλώσσα κατανοητή από την εφαρμογή αλλά να μετατρέπεται πάλι εύκολα στη γνωστή απεικόνιση του τιμολογίου-χαρτί. Αυτό δίνει τη δυνατότητα στον χρήστη να εκτυπώσει το τιμολόγιο σε έντυπη μορφή και να το επεξεργαστεί με τον παραδοσιακό τρόπο. Η Finvoice χρησιμοποιεί διεθνώς αποδεκτά πρότυπα και βασίζεται σε περιγραφές συμβατές με την ebXML, του πρωτόκολλου SOAP (Simple Object Access Protocol) [33] και του προτύπου ePI (electronic payment initiator). Το πρότυπο αυτό έχει εφαρμοστεί ήδη στο Βέλγιο (Zoomit) [35] και στην Ιταλία [37].

3.9 ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΟΤΥΠΟ ΠΑΡΑΣΤΑΤΙΚΩΝ

Σημαντικότερες προσπάθειες καταβάλλονται τόσο σε διεθνές όσο και σε εγχώριο επίπεδο για την τυποποίηση της δομής των ηλεκτρονικών τιμολογίων. Τα standards που χρησιμοποιούνται για την εισαγωγή των δεδομένων όσο και τα standards που χρησιμοποιούνται για την ηλεκτρονική μετάδοση τους μεταβάλλονται διαρκώς. Κάτω από αυτό το πρίσμα και της γενικότερης στρατηγικής για την Ηλεκτρονική Διακυβέρνηση παρουσιάστηκε στις 21/03/2012 από το ΕΒΕΑ το μορφότυπο του ελληνικού ηλεκτρονικού τιμολογίου. Αυτή η πρόταση για ένα ενιαίο πρότυπο ελληνικού ηλεκτρονικού τιμολογίου εκτιμάται ότι θα αποφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα στην ηλεκτρονική αγορά [38][39]. Θεωρήθηκε σκόπιμο η υιοθέτηση του από τις επιχειρήσεις να μην είναι αρχικά υποχρεωτική αλλά να γίνει υποχρεωτική σταδιακά.

Η υιοθέτηση ενός απλού προτύπου, κάνει πιο άμεση την κατανόηση των δεδομένων των παραστατικών, για παράδειγμα σε μία περίπτωση ενός επιτόπιου φορολογικού ελέγχου, αλλά και δίνει ευκαιρίες για την πλήρη αξιοποίηση μέσω μιας αυτόματης επεξεργασίας των αρχείων αυτών. Εκτιμάται ότι τόσο ο ιδιωτικός όσο και ο δημόσιος τομέας θα κερδίσουν πολλά οφέλη από αυτή τη πρωτοβουλία [40].

Χριστίνα Ζυγούρη Εμπόριο Τροφίμων Χίου 3 Καλλιθέα Αθήνα 091234560 ΦΑΕΕ ΑΘΗΝΩΝ					
11/3/2013					
W Τιμολόγιο Πώλησης Νο 017624					
w					
Επωνυμία: Γιάννης Ιωάννου Ο.Ε.			Πόλη: Αθήνα Αττική		
Διεύθυνση: 2 ^ο χλμ. Λ. Αθηνών -Λαμίας			ΔΥΟ: ΒΥΡΩΝΑ		
ΑΦΜ: 093213210					
Αρ. Δ. ΑΠ.	Είδος	Μονάδα	Ποσότητα	Τιμή	Αξία
0123	Μαρμελάδα	γραμμάρια	1.00	2.00	2.00
0123	Ζυμαρικά	γραμμάρια	2.00	4.00	8.00
Σύνολα					
Ανάλυση ΦΠΑ	Ποσότητα		Αξία	Φ.Π.Α.	Πληρωτέο
% Φ.Π.Α.	23.00	3.00	6.00	1.38	7.38
Αξία	6.00				
Φ.Π.Α.	1.38				
Τρόπος Πληρωμής: Επί Πιστώσει					

Εικόνα 5: Παράδειγμα περιεχομένου η-τιμολογίου

Στόχος στη σχεδίαση του μορφότυπου ήταν η απλότητα της δομής των δεδομένων του παραστατικού. Με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται η αποσύνδεση της διαδικασίας της σήμανσης από την διαδικασία της εκτύπωσης του παραστατικού. Γεγονός που διευκολύνει σημαντικά τους εκδότες των τιμολογίων, κατά τη διαδικασία έκδοσης και αποθήκευσης των παραστατικών. Τέλος με την ηλεκτρονική αποστολή ενός ηλεκτρονικού τιμολογίου, παρέχεται η δυνατότητα να γίνει ένας άμεσος έλεγχος της ακεραιότητας του περιεχομένου των πληροφοριών, τόσο από τον παραλήπτη όσο και από τις ελεγκτικές αρχές.

Για την σχεδίαση του μορφότυπου χρησιμοποιήθηκε η ευρέως γνωστή τακτική του διαχωρισμού των δεδομένων ενός τιμολογίου σε δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος (“header” – “H\$”) θα αναγράφονται τα σταθερά πεδία (fields) που αφορούν το κάθε παραστατικό, σύμφωνα με το εκάστοτε νομικό πλαίσιο, και στο δεύτερο μέρος θα αναγράφονται τα επαναλαμβανόμενα πεδία (“details” – “D\$”) όπως οι υπηρεσίες ή τα αγαθά που συναλλάσσονται [41]. Για τον διαχωρισμό των πεδίων θα χρησιμοποιείται ο ειδικός χαρακτήρας delimiter – “#” μετά την ολοκλήρωση του πεδίου. Τα πεδία που δεν θα έχουν τιμή θα παραμένουν κενά.

Άκρως σημαντική είναι η αλληλουχία των πεδίων και για αυτό τον λόγο δεν προτιμάται η σύνταξη ή η φύλαξη των ηλεκτρονικών εγγράφων σε αρχεία ascii, xml, για τις απλές συναλλαγές μιας επιχείρησης. Αντιθέτως όποτε ζητηθεί το ηλεκτρονικό τιμολόγιο για έλεγχο, από αρμόδιο τομέα, πρέπει απαραίτητως να παραδοθεί σε ascii delimited μορφή αρχείου.

Για να γίνει πιο απλό και συμβατό το ηλεκτρονικό τιμολόγιο προς τους φορολογικούς φορείς εξακολούθησε να είναι ένα απλό κείμενο, με μόνη απαίτηση την ελάχιστη περιγραφείσα δομή. Εάν για οποιοδήποτε λόγο η επιχείρηση επιθυμεί να εντάξει περισσότερα πρόσθετα δεδομένα (“add-on” section – “A\$”), μπορεί να το κάνει αρκεί να διακρίνει εμφανώς το τμήμα της πρόσθετης πληροφορίας από το υπόλοιπο κείμενο.

Ανακεφαλαιώνοντας βλέπουμε ότι τα δεδομένα σε ένα παραστατικό θα διαχωρίζονται σε δύο τουλάχιστον τμήματα. Στο σταθερό και στο επαναλαμβανόμενο, τα οποία θα αναγράφονται με τους λατινικούς χαρακτήρες “H” και “D” αντίστοιχα. Στην περίπτωση που αναγράφονται πρόσθετα πεδία τότε είναι δυνατόν να προστεθεί και τρίτο τμήμα, το οποίο θα αναγράφεται με το λατινικό χαρακτήρα “A”.

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

Με αυτόν τον τρόπο διασφαλίζεται η διαφορετικότητα στην ηλεκτρονική έκδοση των τιμολογίων κατά την ενδεχόμενη διαβίβαση τους για συναλλαγές επιχειρήσεων με άλλες επιχειρήσεις (B2B) ή για συναλλαγές των επιχειρήσεων με το κράτος (B2G). Επιπλέον δίνεται μεγαλύτερη ευελιξία στην αναζήτηση ευκαιριών για φθηνότερους και ασφαλέστερους τρόπους αποθήκευσης ή διαβίβασης των ηλεκτρονικών τιμολογίων.

Για να πραγματοποιηθεί η κατηγοριοποίηση των πεδίων χρησιμοποιήθηκε η πρόταση προτυποποίησης παραστατικών που περιλαμβάνεται στο από 29-3-2007 πόρισμα της Επιτροπής που συστάθηκε με την Α.Υ.Ο.Ο. 1035856/A0006/7-4-2006 με αντικείμενο την εξειδίκευση και αναθεώρηση των τεχνικών προδιαγραφών των φορολογικών μηχανισμών και συστημάτων και την εφαρμογή τους στη διασφάλιση των φορολογικών δεδομένων του Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων. Κυρίως η κατηγοριοποίηση στηρίχθηκε στις υφιστάμενες διατάξεις και στις απαιτήσεις έκδοσης των κατά περίπτωση στοιχείων και παραστατικών του ΚΒΣ, κυρίως στα άρθρα 11 έως και 16 του Γ' Κεφαλαίου, αλλά και σε άλλα σχετικά άρθρα όπως το άρθρο 18 του ΠΔ 186/1992 (ΦΕΚ 84 Α'). Στόχος ήταν η πλήρης ικανοποίηση των πραγματικών αναγκών των επιχειρήσεων και την όσο το δυνατόν μεγαλύτερη διευκόλυνση της περαιτέρω ηλεκτρονικής επεξεργασίας και αξιοποίησης των δεδομένων αυτών από τα πληροφοριακά συστήματα.

Μετά την οριστική τυποποίηση του μορφότυπου των παραστατικών, τέθηκε το σημαντικό ζήτημα της οριοθέτησης των μελλοντικών θεσμικών παρεμβάσεων. Ταυτόχρονα με τη διαβούλευση θα πρέπει γίνουν ενέργειες προς την αρχικά εθελοντική, υιοθέτησή του ως έναν εναλλακτικό τρόπο σήμανσης και φύλαξης ηλεκτρονικά εκδιδόμενων παραστατικών και έπειτα να γίνει υποχρεωτική η χρήση του στα ηλεκτρονικά στελέχη αλλά και στην αποστολή δεδομένων προς τους κεντρικούς κρατικούς ελέγχους.

Για αυτό το λόγο πρέπει να συσταθεί μια ομάδα εργασίας ειδικών στη φορολογική διοίκηση, με σκοπό να υποστηρίξουν της εφαρμογή του μορφότυπου. Η Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων δύναται να καταστεί η υπηρεσία υποστήριξης και επικαιροποίησης των εθνικών και διεθνών κωδικοποιήσεων, όπως προτείνεται στο πρότυπο:

- ✓ Κωδικός Γλώσσας -ISO 639-1 - Codes for the Representation of Names of Languages [42]
- ✓ Κωδικός Νομίσματος - ISO 4217 : 3-character Alphabetic Code for currency designators [43]
- ✓ Κωδικός Δραστηριότητας ΚΑΔ - ΑΥΟΟ 1100330/1954/ΔΜ/ 6.10.08 (ΦΕΚ 2149/Β'/16.10.2008) – Κανονισμός (ΕΚ) 1893/20.12.2006 (CPA 2008)
- ✓ Κωδικός Χώρας - ISO 3166-1 alpha-2 - 2 γράμματα του Λατινικού αλφαβήτου [44]
- ✓ Κωδικός Δήμου - "Καλλικράτης" (N.3852/10) για τους 325 Δήμους (πχ Κωδικοποίησης ΕΛΣΤΑΤ)
- ✓ Κωδικός Νομού - κωδικοποίηση από το Υπ Εσωτερικών
- ✓ Κωδικός είδους κατά CPV - (έκδ. 2008 - Κανονισμός EC 2195/2002 - Κανονισμός EC 596/2009)
- ✓ Κωδικός δασμολογίου TARRIC για Τιμολόγια διασυνοριακών συναλλαγών
- ✓ Κωδικοποίηση της δασμολογικής κατάταξης του προϊόντος κατά TARRIC (6 ή 8-digit code) που βασίζεται στον κανονισμό EC 2658/87

Τέλος υποχρεωτική πρέπει να γίνει για τις επιχειρήσεις η εφαρμογή του μορφότυπου στις συναλλαγές με το δημόσιο τομέα αλλά και σε τομείς που σχετίζονται με έργα πληροφορικής, όπως οι δράσεις Ψηφιακής Σύγκλισης. Επίσης, για την άμεση επαφή των επιχειρήσεων με το μορφότυπο και την ταχύτερη υιοθέτησή του από την αγορά, κρίνεται σωστό να δοθούν κίνητρα για την ανάπτυξη απλών εφαρμογών έκδοσης παραστατικών και δημιουργίας output στο απαιτούμενο μορφότυπο ,με βάση τα διαθέσιμα προσχέδια που έχουν δοθεί ήδη, από φορείς και επιχειρήσεις πληροφορικής.

3.10 ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ Η-ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ

3.10.1 Σκοπός

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (ΕC) τον Σεπτέμβριο του 2006 έθεσε ως στόχο να ανταποκριθεί στις προκλήσεις της οικονομικής παγκοσμιοποίησης. Η Ε.Ε. παρατήρησε ότι στη νέα οικονομική πραγματικότητα, δεν θα μπορούσε να είναι ανταγωνιστική η Ευρώπη εκτός εάν γινόταν πιο εφευρετική, καινοτομούσε περισσότερο και αντιδρούσε καλύτερα στις ανάγκες και προτιμήσεις των καταναλωτών [45][46]. Για όλους αυτούς του λόγους η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανέπτυξε ένα πλαίσιο Ευρωπαϊκής Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης (Ευρωπαϊκό η-τιμολόγιο) που στόχο είχε να αναπτυχθούν και να εφαρμοστούν προϊόντα και υπηρεσίες που να επιτρέπουν στους πελάτες τους να στέλνουν τιμολόγια και να λαμβάνουν τις αντίστοιχες πληρωμές ηλεκτρονικά. Το πλαίσιο ΕΕΙ θεσπίζει την εννοιολογική δομή που υποστηρίζει την παροχή των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης σε ένα ανοικτό και διαλειτουργικό περιβάλλον.

Στον εμπορικό κόσμο, και ειδικά στον τραπεζικό κλάδο, υπάρχουν σοβαροί παράγοντες που ενθαρρύνουν την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Όμως, παρά το γεγονός ότι υπήρξε σε πρώιμο στάδιο ανάπτυξης για πάνω από 20 χρόνια, έχει αναφερθεί ότι σήμερα ο όγκος των άυλων συναλλαγών έχει αυξηθεί σημαντικά και αυτό είχε έως αποτέλεσμα εξοικονόμηση έως και € 243δισ συνολικά στην Ευρώπη. Ο ρυθμός υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τιμολόγησης επιταχύνεται με διαφορετικά ποσοστά ανάπτυξης ανά χώρα. Χώρες όπως η Σκανδιναβία, το Βέλγιο, η Ελβετία έχουν υιοθετήσει την ηλεκτρονική τιμολόγηση σε μεγαλύτερο βαθμό αλλά ο ρυθμός ανάπτυξης αυξάνεται συνεχώς.

Δυστυχώς παρά τα πολλά πλεονεκτήματα που παρουσιάζονται από την θέσπιση ενός κοινού Ευρωπαϊκού η-τιμολογίου (ΕΕΙ), η διεύθυνση και υιοθέτηση του στην Ευρώπη είναι περιορισμένη. Η τεχνική πολυπλοκότητα, η νομική αβεβαιότητα και οι λειτουργικοί περιορισμοί εμποδίζουν μια κοινή ευρωπαϊκή προσέγγιση. Παρόλα αυτά οι προσπάθειες προς την τυποποίηση του ευρωπαϊκού η-τιμολογίου πρέπει να ενταθούν καθώς τα οφέλη από τη χρήση του θα είναι τεράστια.

Στόχος του πλαισίου Ευρωπαϊκής Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης είναι να παρέχει τη βάση για την επίτευξη της διαλειτουργικότητας των λύσεων ηλεκτρονικής τιμολόγησης στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα. Το όραμα της Ε.Ε. είναι η δημιουργία ενός πλαισίου η-τιμολόγησης στην Ευρώπη που να επιτρέπει την τυποποιημένη ανταλλαγή ηλεκτρονικών τιμολογίων από όλους τους συμμετέχοντες σε μια εμπορική προσφορά αλυσίδα, ιδιαίτερα αυτών που ασχολούνται με την αγορά και την προμήθεια. Το πλαίσιο θα διευκολύνει η ανταλλαγή ηλεκτρονικών τιμολογίων σε ένα ανοικτό συνεργατικό περιβάλλον. Το πλαίσιο θα δημιουργήσει τη βάση για την εφαρμογή διαλειτουργικότητας τόσο σε επίπεδο επιχειρήσεων όσο και σε τεχνικό επίπεδο.

Αναλυτικά παρακάτω δίνονται τα οφέλη από την εφαρμογή του Ευρωπαϊκού η-τιμολογίου [47]:

- ✓ Μεγαλύτερη ευκολία στη χρήση των η-τιμολογίων τόσο στις εγχώριες όσο και στις διασυνοριακές συναλλαγές.
- ✓ Προώθηση κοινών πολιτικών και διαδικασιών για τη συμμόρφωση με τις νομοθετικές και κανονιστικές απαιτήσεις για τη δημιουργία, την ανταλλαγή, την αποθήκευση και την πιστοποίηση των η-Τιμολογίων μεταξύ παραγόντων της αγοράς σε όλες τις χώρες της Ευρώπης.
- ✓ Δημιουργία μιας κοινής ομάδας που θα καινοτομεί και θα παρακολουθεί τις εξελίξεις στο χώρο του η-τιμολογίου. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την αποφυγή των ατομικών δαπανών για λύσεις η-Τιμολογίου.

- ✓ Δημιουργία μιας Straight-Through-Processing (STP) διαδικασίας του η- τιμολογίου μεταξύ των συμμετεχόντων σε μια εμπορική συναλλαγή (αγοραστές, προμηθευτές, αρχές, φορείς κλπ.)
- ✓ Χρήση κοινών επιχειρηματικών διαδικασιών σε όλη την Ευρώπη.
- ✓ Ανάπτυξη της διαλειτουργικότητας μεταξύ των συμμετεχόντων στην αγορά και των υφιστάμενων λύσεων ηλεκτρονικής τιμολόγησης.
- ✓ Η Ευρωπαϊκή οικονομία θα ενισχυθεί και θα γίνει πιο ανταγωνιστική απέναντι στη παγκόσμια οικονομία.

3.10.2 Εμπόδια

Η αργοπορία στην υιοθέτηση ενός κοινού πλαισίου Ευρωπαϊκού η- τιμολογίου έγκειται στα παρακάτω εμπόδια. Εάν αυτά αντιμετωπιστούν με επιτυχία τότε η εμπορική επιτυχία του είναι δεδομένη [48].

1. Νομικά ζητήματα.

Το ισχύον νομοθετικό περιβάλλον προσφέρει μια σταθερή βάση για την οικοδόμηση μιας λύσης ευρωπαϊκού τιμολογίου. Ωστόσο, η ηλεκτρονική τιμολόγηση βρίσκεται στο σταυροδρόμι πολλών περιοχών της νομοθεσίας. Αυτό προσθέτει πολυπλοκότητα στην εφαρμογή της όποιας λύσης ηλεκτρονικής τιμολόγησης τόσο στον προμηθευτή όσο και στον αγοραστή.

2. Εμπιστοσύνη και λειτουργικά θέματα

Για να γίνει κοινά αποδεχτό το η-τιμολόγιο πρέπει να ελαχιστοποιηθεί ο κίνδυνος που συνδέεται με την ηλεκτρονική ανταλλαγή και την αποθήκευση του. Σε λειτουργικό επίπεδο, δεν υπάρχουν σημαντικά ζητήματα για τους προμηθευτές και τους αγοραστές από τη μετάβαση από το χαρτί τιμολόγιο στην ηλεκτρονική τιμολόγηση. Ωστόσο, ο εμπορικός κόσμος είναι επιφυλακτικός απέναντι του καθώς εκτιμούνε ότι ο έλεγχος από τους αρμόδιους φορείς θα είναι πιο συχνός και πιο αυστηρός από ότι στην παραδοσιακή τιμολόγηση.

3. Τυποποίηση

Υπάρχουν πολλά πρότυπα χρήσης τόσο στην Ευρώπη όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Αυτό αποτελεί ένα σημαντικό εμπόδιο για την υιοθέτηση ενός εναρμονισμένου πλαισίου για Ευρωπαϊκό η-τιμολόγιο και αποτρέπει την ευρεία εμπορική υποστήριξη του. Δυστυχώς, κανένα από τα υπάρχοντα πρότυπα δεν είναι συμβατό με τα πρότυπα του SEPA. Στις 21/03/2012 παρουσιάστηκε από το ΕΒΕΑ το πρότυπο η-τιμολόγησης για την Ελλάδα. Το οποίο αναμένεται να δώσει ώθηση στην ανάπτυξη της η-τιμολόγησης αφού θα δημιουργήσει το απαραίτητο πλαίσιο διαλειτουργικότητας τόσο για τις ενδοσυνοριακές όσο και τις ενδοκοινοτικές/διεθνείς συναλλαγές.

Η μεγαλύτερη πρόκληση για την ανάπτυξη ενός πλαισίου δεν είναι το τεχνικό κομμάτι, το οποίο είναι "απλό". Αντίθετα, η πρόκληση είναι να πειστούν για τα οφέλη της ηλεκτρονικής τιμολόγησης 20 εκατομμύρια μικρές επιχειρήσεις της Ευρώπης. Αυτό που περιπλέκει όμως ακόμη περισσότερο τα πράγματα είναι οι διασυνοριακού τύπου συναλλαγές στην Ευρώπη. Διότι ορισμένες φορολογικές αρχές δεν θα δεχτούν τις ψηφιακές υπογραφές από άλλες χώρες. Τα ζητήματα αυτά πρέπει να επιλυθούν σε πανευρωπαϊκή βάση. Οι διαφορές στην αντιμετώπιση του ΦΠΑ ήταν μία από τις κύριες προκλήσεις για την IBM στην ανάπτυξη της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και της ψηφιακής υπογραφής του πλαισίου. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα πρέπει να δημοσιεύσει ένα κεντρικό αποθετήριο πληροφοριών σχετικά με το πώς οι

διάφοροι κανονισμοί ΕΚ που αφορούν την ηλεκτρονική τιμολόγηση έχουν ερμηνευτεί σε διάφορες χώρες.[49]

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο έχει προχωρήσει στη σύσταση μιας συντονιστικής επιτροπής για τη διαχείριση της δημιουργίας του ΕΕΙ μέσα σε ένα κοινό εννοιολογικό πλαίσιο. Αυτή η συντονιστική επιτροπή συνεδριάζει τακτικά και αποτελείται από τρεις ομάδες. Αποστολή αυτού του συμβουλίου είναι η διευκόλυνση της μαζικής υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Για το λόγο αυτό έχει συσταθεί μια ομάδα εμπειρογνομόνων στον τομέα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης που παρακολουθεί την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και βοηθάει στην ανάπτυξη της στα κράτη μέλη. Η κάθε εθνική ομάδα έρχεται σε επαφή με εθνικά πολυμερή φόρουμ και αποδίδει ιδιαίτερη προσοχή στις διασυνοριακές πτυχές της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και της υιοθέτησης της ηλεκτρονικής τιμολόγησης από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Το ευρωπαϊκό πολυμερές φόρουμ για την ηλεκτρονική τιμολόγηση απαρτίζεται από 63 μέλη. Εκ των οποίων τα δύο μέλη είναι από τα αντίστοιχα εθνικά φόρουμ, έξι μέλη ευρωπαϊκών ενώσεων που εκπροσωπούν καταναλωτές, μικρομεσαίες επιχειρήσεις και μεγάλες επιχειρήσεις και έναν εκπρόσωπο από την Ευρωπαϊκής Επιτροπής Τυποποίησης (CEN), την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζας (ΕΚΤ) και την ομάδα εργασίας του άρθρου 29 για την προστασία δεδομένων.

Αποστολή του φόρουμ είναι η παρακολούθηση της ανάπτυξης της αγοράς ηλεκτρονικής τιμολόγησης στους τομείς της βιομηχανίας και των υπηρεσιών στα διάφορα κράτη μέλη και η ανταλλαγή εμπειριών και ορθών πρακτικών που διευκολύνουν την εξεύρεση διαλειτουργικών λύσεων ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Επιπλέον το φόρουμ αναλαμβάνει να εντοπίζει προβλήματα που τυχόν παρουσιάζονται στις διασυνοριακές συναλλαγές και να προτείνει τις κατάλληλες λύσεις. Τέλος απώτερος στόχος του φόρουμ είναι η στήριξη των εργασιών που θα οδηγήσουν στην υιοθέτηση ενός υποδείγματος τυποποιημένων πληροφοριακών στοιχείων για την ηλεκτρονική τιμολόγηση.

Το πρόβλημα στην υιοθέτηση ενός κοινού πλαισίου ευρωπαϊκής ηλεκτρονικής τιμολόγησης δεν είναι τόσο η συμφωνία σε ένα ενιαίο πρότυπο όσο η εναρμόνιση του με ένα κοινό νομικό πλαίσιο. Για παράδειγμα οι απαιτήσεις ασφάλεια στην χρήση των ηλεκτρονικών υπογραφών, ως ένα μέσο για να εξασφαλιστεί η εγκυρότητα και η ακεραιότητα του εγγράφου, οι εθνικές απαιτήσεις διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Αυτή είναι και η μεγαλύτερη πρόκληση που έχει να αντιμετωπίσει το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο και όπως αναγνωρίζεται είναι ένα θέμα που δε θα λυθεί βραχυπρόθεσμα.

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση ανήκει στην αλυσίδα εφοδιασμού και αφορά κατά κύριο λόγο τη συμμόρφωση με τους κανόνες του ΦΠΑ. Οι τράπεζες είναι εκτός του πεδίου εφαρμογής της ηλεκτρονικής τιμολόγησης μέχρι το σημείο που παραδίδεται και καλείται να πληρωθεί ένα τιμολόγιο. Όμως εξαιτίας του SEPA ένα μεγάλο μέρος των κερδών των τραπεζών έχει χαθεί και λόγω αυτού προσπαθούν να εμπλακούν και σε άλλους τομείς. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενθαρρύνει τις τράπεζες προς αυτή τη κατεύθυνση καθώς πιστεύει ότι η ηλεκτρονική τιμολόγηση συνδέει τις εσωτερικές διαδικασίες των επιχειρήσεων με τα συστήματα πληρωμών. Σκοπός είναι ο SEPA και το πλαίσιο ΕΕΙ να αλληλοσυμπληρώνονται.

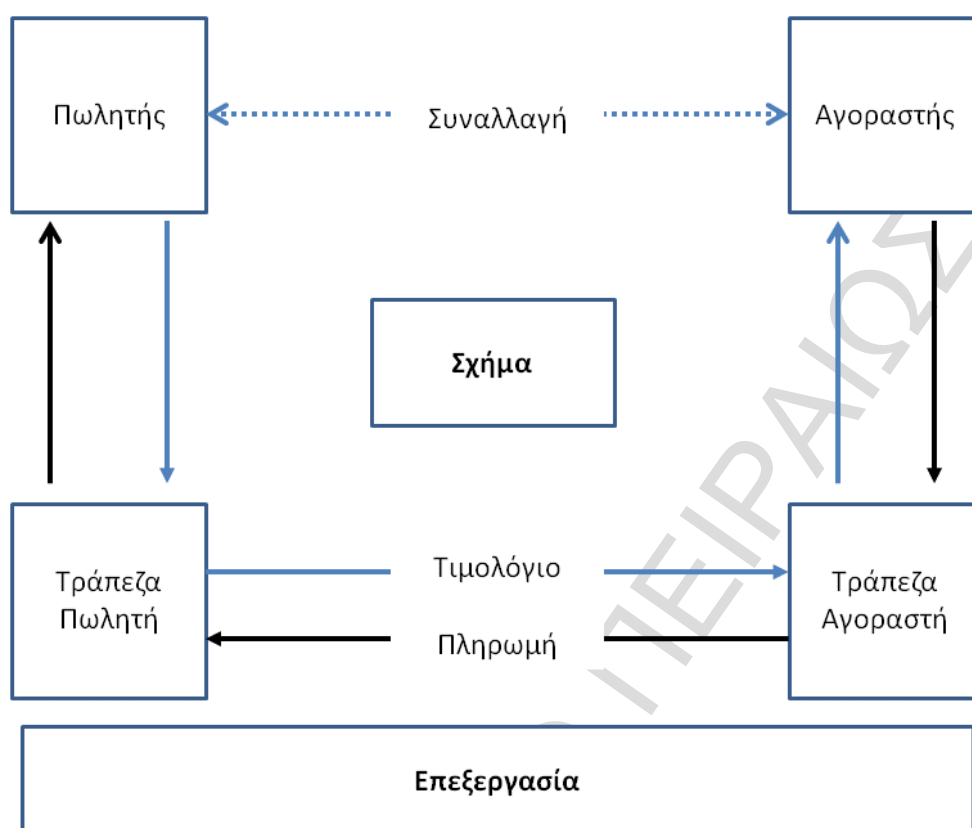
4 Ηλεκτρονικές πληρωμές

4.1 Η-ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ Η-ΠΛΗΡΩΜΕΣ

Όπως είδαμε και προηγουμένως η διαδικασία τιμολόγησης δεν είναι μια end-to-end προκαθορισμένη διαδικασία και αυτό έχει οδηγήσει σε διαφορετικές μεθόδους προσέγγισης της. Η διαδικασία πληρωμής μιας ηλεκτρονικής αγοράς αφορά τη πληρωμή του αγοραστή βάση του ποσού που αναφέρεται στο η-τιμολόγιο. Τα συστήματα πληρωμών όμως διαφέρουν στην ευρωπαϊκή αγορά. Αυτή τη διαφοροποίηση ήρθε να την εξαλείψει το SEPA (Single Euro Payment Area), το οποίο δημιούργησε μια ενοποιημένη αγορά πληρωμών με βάση ένα σύνολο κοινών μέσων πληρωμών που χρησιμοποιούνται σε όλη τη ζώνη του ευρώ. Με την εισαγωγή κοινών συστημάτων και πλαισίων για την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω καρτών, πιστώσεων και άμεσες χρεώσεις, ο τραπεζικός κλάδος είναι σε θέση να υποστηρίξει μια end-to-end διαδικασία εμπορίου, συμπεριλαμβανομένης και της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Οι συνήθειες όμως των Ευρωπαίων πολιτών δεν είναι παντού ίδιες. Σε ορισμένες χώρες οι πολίτες είναι πιο εξοικειωμένοι με τα ηλεκτρονικά μέσα πληρωμών και τη χρήση της ηλεκτρονικής τραπεζικής. Σε αυτές τις χώρες η ανάγκη για ανάπτυξη νεότερων λύσεων, όπως η ηλεκτρονική τιμολόγηση, εμφανίζεται πιο επιτακτική. Η χρήση των άμεσων χρεώσεων μπορεί να μειώσει τη σύνδεση μεταξύ του τιμολογίου και της πληρωμής καθώς η πληρωμή γίνεται αυτόματα μέσω του τραπεζικού φορέα και το τιμολόγιο αποτελεί ένα ξεχωριστό βήμα μεταξύ του πιστωτή και του οφειλέτη [50].

Δεδομένου ότι το τιμολόγιο είναι εν μέρει μία αίτηση πληρωμής υπάρχουν προφανείς συνέργειες μεταξύ των συστημάτων πληρωμών και της διαδικασίας τιμολόγησης. Στην ευρωπαϊκή αγορά υπάρχουν μια σειρά από λύσεις, οι οποίες συνδέουν τις πληρωμές με την τιμολόγηση. Σε ένα απλό παράδειγμα ηλεκτρονικής τιμολόγησης σε συνδυασμό με τραπεζική πληρωμή το τιμολόγιο διαβιβάζεται από τον πωλητή στην τράπεζα του. Η Τράπεζα πωλητή το διαβιβάζει στην Τράπεζα αγοραστή η οποία με τη σειρά της το παραδίδει στον αγοραστή. Ο αγοραστής μπορεί να το κατεβάσει μέσω της υπηρεσίας e-banking ή ενός άλλου καναλιού μεταφοράς αρχείων. Έπειτα ο αγοραστής στέλνει το αίτημα μεταφοράς πιστώσεων στην τράπεζά του. Ο λογαριασμός του πωλητή πιστώνεται με το ποσό και η πώληση ολοκληρώνεται. Τα δεδομένα του εμβάσματος πληρωμής είναι τα ίδια με τα δεδομένα του τιμολογίου.



Εικόνα 6: Αλληλεπίδραση τιμολόγησης και πληρωμής

Ο τραπεζικός κλάδος αποβλέπει σε μεγάλα οφέλη από την ανάπτυξη της υπηρεσίας ηλεκτρονικής τιμολόγησης καθώς αναμένεται να αυξηθεί το πελατολόγιο τους, οι πωλήσεις σε τραπεζικά πακέτα και να εδραιώσουν μια ακόμα πιο ισχυρή θέση μέσα στην οικονομία. Αυτός είναι και ο κύριος λόγος που στηρίζει και ενθαρρύνει τη δημιουργία ενός προτύπου ηλεκτρονικής τιμολόγησης το οποίο θα είναι κοινό για όλες τις χώρες της ζώνης του ευρώ.

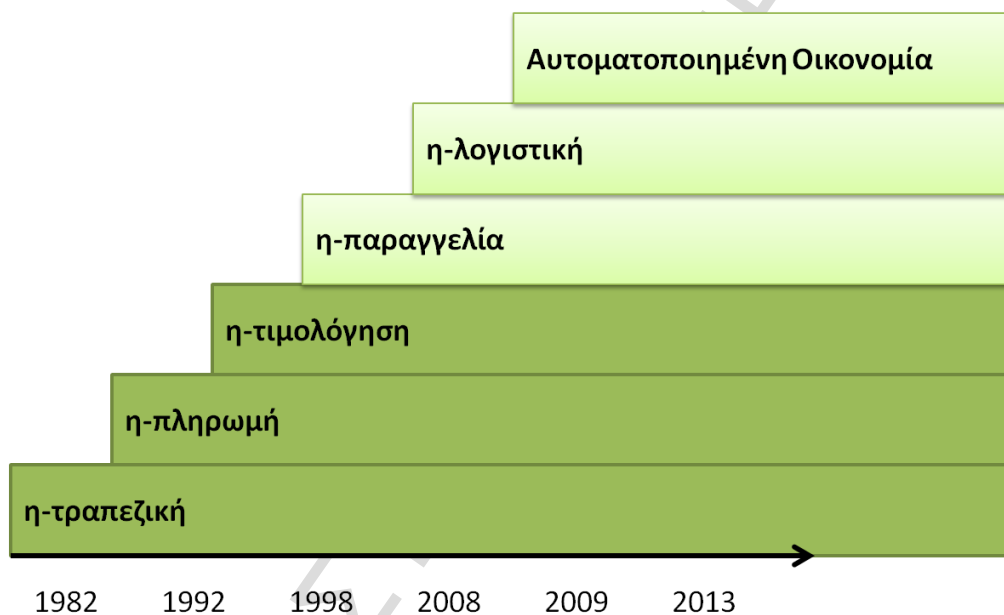
Η δημιουργία ενός ενιαίου προτύπου η-συναλλαγών, του SEPA, έκανε ισχυρότερη την ανάγκη για δημιουργία ενός κοινού προτύπου για η-τιμολόγηση. Η ηλεκτρονική τιμολόγηση και οι η-πληρωμές συνδέονται άρρηκτα μεταξύ τους στην οικονομική αλυσίδα παρόλο που αποτελούν διακριτές διαδικασίες με διακριτούς ρόλους. Αυτό απεικονίζεται καλύτερα στο παρακάτω σχήμα:

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση αποσκοπεί κατά κύριο λόγο στην επιτάχυνση της απλοποίησης των χάρτινων τιμολογίων. Ωστόσο, θα πρέπει επίσης να συμβάλλει ώστε οι χώρες και κυρίως οι επιχειρήσεις να αποκομίσουν πρόσθετα οφέλη εκτός από την απλοποίηση, όπως τη μείωση της ανθρώπινης παρέμβασης κατά την είσοδο των στοιχείων στα συστήματα ERP, την αυτόματη ενημέρωση τους, τη λήψη και τη διατήρηση της ακρίβειας των πληροφοριών, τις έγκαιρες πληρωμές των πελατών τους, τη διασφάλιση του υψηλότερου επιπέδου ασφάλειας, και τέλος την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους.

Το Αυτοματοποιημένο (Straight Through Processing) περιβάλλον για τις πληρωμές SEPA θα διευκολύνει τις επιχειρήσεις στο να συμμετάσχουν σε ένα κοινό πρότυπο e-τιμολογίου λόγω των πλεονεκτημάτων που ήδη λαμβάνουν λόγω SEPA. Στόχος είναι όπως και στο SEPA να μην υπάρχει διαχωρισμός μεταξύ εγχώριου και διασυνοριακού τιμολογίου. Η

δημιουργία του SEPA δεν αποτελεί προϋπόθεση για την ευρωπαϊκή ηλεκτρονική τιμολόγηση, αλλά αποτελεί επιταχυντικός παράγοντας. [51]

Πολλές τράπεζες έχουν αντιληφθεί τα οφέλη που αποκομίζουν προσφέροντας την υπηρεσία της ηλεκτρονικής τιμολόγησης σε συνέχεια της ηλεκτρονικής πληρωμής. Κινούμενες σε αυτή τη κατεύθυνση οι τράπεζες χρηματοδοτούν τις ενέργειες για τη δημιουργία ενός κοινού προτύπου η-τιμολογίου. Αυτό είναι ήδη μια πραγματικότητα για τις υπηρεσίες B2C ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Μια πανευρωπαϊκή B2B (B2G) πρόταση για τις τράπεζες αναπτύσσεται ήδη από την EBA (Euro Banking Association). Στόχος της είναι να δημιουργηθούν οι καταλλήλες συνθήκες έτσι ώστε να επιτραπεί η ανταλλαγή η-τιμολογίων μέσω των τραπεζών, κυρίως για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Για το σκοπό αυτό συνεργάζονται μεγάλοι φορείς παροχής υπηρεσιών που ειδικεύονται στην ηλεκτρονική τιμολόγηση.



Εικόνα 7: Βήματα προς την Αυτοματοποιημένη Οικονομία

Η τυποποίηση και απλούστευση των διαδικασιών για τις διασυνοριακές πληρωμές βάσει SEPA θα μειώσει σημαντικά την πολυπλοκότητα της εφαρμογής των λύσεων ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Οι εφαρμογές η-τιμολόγησης θα ενταχθούν στα συστήματα τόσο των πωλητών όσο και των αγοραστών μειώνοντας έτσι το εμπόδιο της συμβατότητας των εσωτερικών εμπορικών συστημάτων. Τέλος οι προμηθευτές και οι αγοραστές θα χρησιμοποιούν τα ίδια πρότυπα για την επεξεργασία των πληρωμών μειώνοντας έτσι το φράγμα συμβατότητας μεταξύ προμηθευτή και αγοραστή.

4.2 ΕΝΙΑΙΟΣ ΧΩΡΟΣ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΣΕ ΕΥΡΩ (SEPA)

Η υιοθέτηση ενός κοινού νομίσματος στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, του ευρώ, που πραγματοποιήθηκε το 2002 διευκόλυνε τις συναλλαγές ανάμεσα στις χώρες της ζώνης του Ευρώ. Κάθε ευρωπαίος πολίτης μπορεί να πραγματοποιήσει με την ίδια ευκολία τις συναλλαγές

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

του σε οποιαδήποτε χώρα της επικράτειας του Ευρώ βρίσκεται. Η ίδια ευκολία όμως δεν ίσχυε στις ηλεκτρονικές πληρωμές. Η δυσκολία παρέμενε μεγάλη όταν επιθυμούσε κάποιος να πληρώσει για παράδειγμα ένα τιμολόγιο στην Γερμανία από το λογαριασμό που διατηρούσε στην Ελλάδα ή αν επιθυμούσε να πραγματοποιήσει αγορές με τη κάρτα του στην Ιταλία.

Παντού αλλού στον κόσμο ένα νόμισμα συνδέεται με μια χώρα στο εσωτερικό της οποίας εφαρμόζονται ενιαία πρότυπα από τις τράπεζες και η ίδια νομοθεσία. Στην περίπτωση της Ευρώπης όμως δεν ίσχυε αυτό. Για να ξεπεραστούν τα εμπόδια έπρεπε να ξεπεραστεί το πρόβλημα με τα διαφορετικά τραπεζικά δίκτυα της κάθε χώρας. Έπρεπε να θεσπιστούν οι ίδιοι κανόνες που θα διέπουν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές⁵².

Στο πλαίσιο αυτό, η ευρωπαϊκή τραπεζική κοινότητα δημιούργησε το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Πληρωμών και ξεκίνησε, έτσι, το έργο που καλείται SEPA από τα αρχικά των λέξεων Single Euro Payments Area ή αλλιώς στα ελληνικά ο «Ενιαίος Χώρος Πληρωμών σε Ευρώ».

Η βασική ιδέα του SEPA είναι να γίνονται οι διασυνοριακές πληρωμές εντός της ζώνης του Ευρώ με τον ίδιο τρόπο και την ίδια ευκολία όπως γίνεται και για τις εγχώριες πληρωμές. Ως εκ τούτου απαιτείται μόνο ένας τραπεζικός λογαριασμός σε κάποια χώρα της ζώνης του ευρώ έτσι ώστε να ασκηθεί επιχειρηματική δράση σε ολόκληρη τη ζώνη μέσω μιας ενιαίας δέσμης μέσων πληρωμών. Στόχος είναι τα παραδοσιακά εγχώρια συστήματα των τραπεζών να αντικατασταθούν σταδιακά πλήρως με τα νεότερα συστήματα του SEPA όχι μόνο για τις διασυνοριακές πληρωμές αλλά και για τις εγχώριες.

Ο τραπεζικός κλάδος στην πορεία προς τον SEPA εστίασε περισσότερο στην ανάπτυξη των μέσων πληρωμών του SEPA. Για τη διευκόλυνση της υλοποίησης αυτών των μέσων πληρωμών έπρεπε να αντιμετωπιστούν τρία βασικά ζητήματα. Πρώτον ο τραπεζικός κλάδος έπρεπε να αναπτύξει νέα συστήματα πληρωμών για τις μεταφορές πιστώσεων και τις άμεσες χρεώσεις και να δημιουργήσει ένα πλαίσιο για τις πληρωμές με κάρτα. Δεύτερον έπρεπε να διερευνηθεί η δυνατότητα παροχής πρόσθετων προαιρετικών υπηρεσιών που θα μπορούσαν να βελτιώσουν το χειρισμό των πληρωμών. Τέλος, έπρεπε να καθορίσει τις αρχές για τη λειτουργία των υποδομών επεξεργασίας πληρωμών και να μεριμνήσει για τα ζητήματα τυποποίησης.

Τα νέα μέσα πληρωμών που θα παρέχονται από τον τραπεζικό κλάδο θα βασίζονται σε μια νέα δέσμη κανόνων, πρακτικών και προτύπων για τις πληρωμές σε ευρώ. Το EPC τελικά ανέπτυξε αυτούς τους κανονισμούς και όρισε τρία νέα συστήματα πληρωμών [52]:

- ✓ Το σύστημα μεταφοράς πιστώσεων SEPA
- ✓ Το σύστημα άμεσης χρέωσης SEPA και
- ✓ Το πλαίσιο SEPA για τις κάρτες.

Τα σημερινά εθνικά μέσα θα αντικατασταθούν σταδιακά από τα μέσα SEPA με βάση αυτά τα κοινά συστήματα και το πλαίσιο SEPA. Όσον αφορά τις μεταφορές πιστώσεων και τις άμεσες χρεώσεις, επελέγη μια στρατηγική «αντικατάστασης», με νέα κοινά συστήματα για τις πληρωμές σε ευρώ και για τις δύο περιπτώσεις. Αυτά τα συστήματα καταγράφονται σε έναν κανονισμό που καλύπτει τους κανόνες, τις πρακτικές και τα πρότυπα που ισχύουν για τις εν λόγω πληρωμές σε ευρώ. Αντίθετα, για τις πληρωμές με κάρτα επελέγη μια στρατηγική «προσαρμογής», προκειμένου να δοθεί η δυνατότητα στα υπάρχοντα συστήματα και τους διαχειριστές τους να προσαρμοστούν σε μια νέα δέσμη επιχειρηματικών και τεχνικών προτύπων και διαδικασιών. Το EPC έχει καθορίσει μια κατεύθυνση πολιτικής η οποία καλύπτει ζητήματα όπως ο τρόπος με τον οποίο τα συστήματα καρτών (καθώς και οι εκδότες καρτών, οι αποδέκτες συναλλαγών με κάρτα και οι φορείς επεξεργασίας συναλλαγών με κάρτα) θα πρέπει να προσαρμόσουν τον τρόπο λειτουργίας τους ώστε να συμμορφώνονται με τις αρχές του SEPA για τις πληρωμές με κάρτα σε ευρώ. Ένα ουσιώδες χαρακτηριστικό και των δύο προσεγγίσεων είναι η σαφής διάκριση μεταξύ συστημάτων (κανόνες, πρακτικές και πρότυπα) και υποδομών.

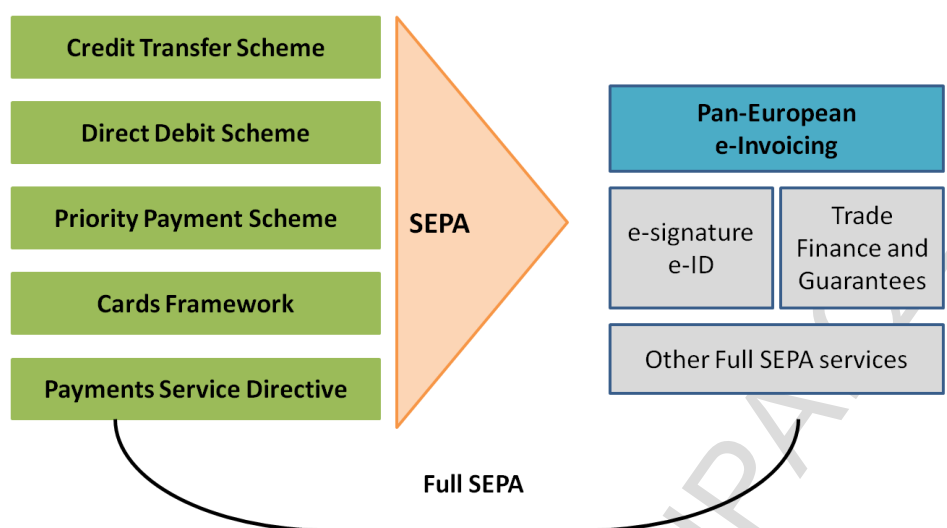
Οι ευρωπαϊκές τράπεζες έχουν δεσμευτεί να εφαρμόσουν το πρότυπο ISO 20022 στις μεταξύ τους συναλλαγές και σιγά-σιγά και στην επικοινωνία μεταξύ του πελάτη και της τράπεζας του. Ο Ενιαίος Χώρος Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA) αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο βήμα προς την Ευρωπαϊκή ολοκλήρωση. Το SEPA επιτρέπει στους πελάτες να πραγματοποιήσουν μια πληρωμή χωρίς μετρητά σε οποιοδήποτε σημείο της Ευρωζώνης χρησιμοποιώντας απλά ένα τραπεζικό λογαριασμό και μια σειρά από μέσα πληρωμών. Στη μετά SEPA εποχή δεν υφίσταται διαφοροποίηση μεταξύ εγχώριων και διεθνών πληρωμών.

Το SEPA βραχυπρόθεσμα αποτέλεσε ένα πολυδάπανο σχέδιο τόσο για τον τραπεζικό κλάδο όσο και για τις ίδιες τις χώρες της Ευρώπης. Μακροπρόθεσμα όμως η ένταξη και άλλων καινοτόμων διαδικασιών όπως η ηλεκτρονική τιμολόγηση θα αποφέρει μεγάλα κέρδη. Το SEPA μπορεί να οδηγήσει την η-τιμολόγηση σε νέους δρόμους με πολλά οφέλη. Αρχικά βελτιώνεται όλη η επιχειρηματική δράση και εστιάζεται η προσοχή στην ανάγκη ύπαρξης τυποποιημένων διεπαφών ανάμεσα στις εταιρείες και στις συνεργαζόμενες τράπεζες, έτσι ώστε να μειωθούν τα κόστη και να αναπτυχθεί η ανταγωνιστικότητα. Το ISO20022 που χρησιμοποιήθηκε στην ανάπτυξη του SEPA μπορεί να χρησιμοποιηθεί και στην τυποποίηση του ηλεκτρονικού τιμολογίου.

Οι πυρετώδεις επιχειρηματικές δραστηριότητες αποτελούν το αρνητικό σημείο στην δημιουργία ενός προτύπου η-τιμολογίου. Για να ξεπεραστεί αυτό το εμπόδιο πρέπει να δοθούν ισχυρά κίνητρα. Στη Δανία για παράδειγμα ο νόμος επιτρέπει τη συναλλαγή με το δημόσιο μόνο μέσω ηλεκτρονικών τιμολογίων. Εάν υιοθετηθεί το η-τιμολόγιο αρχικά από τράπεζες και μεγάλους οργανισμούς τότε σταδιακά θα εδραιωθεί και σε μικρότερες επιχειρήσεις. Για να λυθεί το παραπάνω πρόβλημα της μη προθυμίας των επιχειρήσεων η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει δημιουργήσει μια ομάδα ειδικών οι οποίοι εργάζονται πάνω στην επιτάχυνση της διαδικασίας. Επιπλέον η Ευρωπαϊκή Ένωση στηρίζει και αναγνωρίζει την ανάγκη αλλαγών στη νομοθεσία και στη φορολογία των κρατών.

Η η-τιμολόγηση αποτελεί ένα μέρος της πλήρους έννοιας του SEPA, που στοχεύει στη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας της οικονομικής αλυσίδας αξίας. Η η-τιμολόγηση σε συμφωνία με τον SEPA θα μπορούσε να ανακουφίσει μερικά από τα μεγαλύτερα εμπόδια από τη πλευρά της προσφοράς αγαθών. Οι τράπεζες έχουν πλεονεκτική θέση σε αυτή την αγορά καθώς οι προσφερόμενες υπηρεσίες επιφέρουν έσοδα από 0,4 δισεκατομμύρια έως 3,4 δισεκατομμυρίων ευρώ ετησίως. Ωστόσο τα μεγαλύτερα οφέλη αναμένονται από τη πλευρά της ζήτησης με πιθανή εξοικονόμηση κόστους κατά προσέγγιση μεγαλύτερη του 0,8% του ΑΕΠ ετησίως. Αν και σαφώς υπάρχουν οφέλη τόσο στην αγορά ζήτησης όσο και στην προσφορά το πιο σημαντικό όφελος στη σχέση SEPA και η-τιμολόγησης είναι η άρση των εμποδίων για εφαρμογή της η-τιμολόγησης. Ο SEPA τυποποιεί τις διαδικασίες και με αυτόν τον τρόπο απλουστεύεται η υλοποίηση και ολοκλήρωση της η-τιμολόγησης.

Ο SEPA θα συνδέσει τις επιχειρήσεις μέσω ψηφιακών αλυσίδων προστιθέμενης σύμφωνα με τα Πανευρωπαϊκά Πρότυπα η-τιμολόγησης. Η γενική έννοια του όρου SEPA ξεφεύγει από το στενό πλαίσιο των διασυνοριακών συναλλαγών και περιλαμβάνει την η-τιμολόγηση, ψηφιακές υπογραφές και άλλες υπηρεσίες.



Εικόνα 8: Υπηρεσίες SEPA

4.2.1 Μέσα πληρωμών SEPA

4.2.1.1 Μεταφορές πιστώσεων SEPA

Το σύστημα μεταφοράς πιστώσεων SEPA (SEPA credit transfer – SCT) [53][54] είναι ένα διατραπεζικό σύστημα πληρωμών το οποίο ορίζει μια κοινή δέσμη κανόνων και διαδικασιών για τη μεταφορά πιστώσεων σε ευρώ. Το σύστημα ορίζει ένα ενιαίο επίπεδο υπηρεσιών και ένα χρονοδιάγραμμα που θα πρέπει κατ' ελάχιστο να τηρούν τα συμμετέχοντα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα για τη διενέργεια μεταφορών πιστώσεων SEPA. Με τον όρο μεταφορά πιστώσεων εννοούμε την ενεργοποίηση μιας πληρωμής από τον εντολέα ο οποίος αποστέλλει μια εντολή πληρωμής στην τράπεζα του εντολέα, με την οποία μεταφέρεται το ποσό στην τράπεζα του δικαιούχου, πιθανόν μέσω διαφόρων ενδιάμεσων φορέων.

Οι πολίτες και οι επιχειρήσεις εντός του SEPA είναι σε θέση να πραγματοποιούν πλέον μεταφορές πιστώσεων σε ευρώ τόσο απλά όπως και στο εθνικό τους δίκτυο. Το σύστημα προβλέπει επίσης μία κοινή βάση πάνω στην οποία όλες οι τράπεζες θα είναι σε θέση να προσφέρουν νέες και καινοτόμες υπηρεσίες. Το SCT ωθεί τις τράπεζες και τους πελάτες τους στο να αναπτύξουν νέα ανοικτά πρότυπα τα οποία θα βελτιώσουν τα προϊόντα και τις προσφερόμενες υπηρεσίες.

Το σημαντικότερο βήμα για την υλοποίηση του SEPA ήταν η εξάλειψη των διαφορών μεταξύ των εθνικών και των διασυνοριακών πληρωμών σε ευρώ εντός του SEPA ώστε να καταστεί η διενέργεια πληρωμών εντός του SEPA εύκολη και ασφαλής. Σκοπός είναι η μεταφορά πιστώσεων SEPA να είναι μια αυτοματοποιημένη διαδικασία, με βάση τη χρήση ανοιχτών προτύπων των «straight through processing» (STP), χωρίς καμία παρέμβαση.

Στόχος του EPC ήταν με τη δημιουργία του SCT ήταν να παρέχει ένα πλαίσιο για την εναρμόνιση των προτύπων των διαφόρων χωρών και να υποστηρίξει την επίτευξη υψηλών προτύπων ασφαλείας και χαμηλού κινδύνου. Τέλος είναι σημαντικό το ότι επιτεύχθηκε μια υγιής και ανταγωνιστική αγορά για τις υπηρεσίες πληρωμών ώστε έτσι να δημιουργηθούν συνθήκες για τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών στους πελάτες.

Για να πραγματοποιηθεί μια συναλλαγή μεταφοράς πιστώσεων SEPA απαιτείται η σύμπραξη τεσσάρων φορέων:

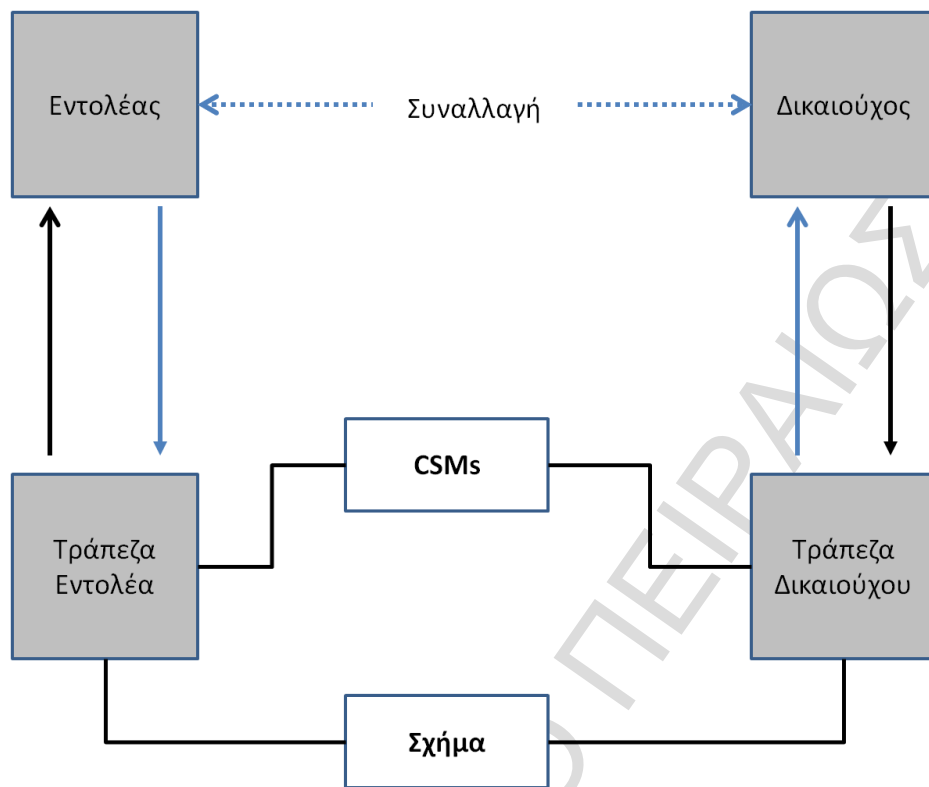
- ✓ Του **εντολέα**, είναι ο πελάτης που ενεργοποιεί τη μεταφορά πίστωσης, παρέχοντας στην τράπεζα του, από εδώ και στο εξής θα ονομάζεται Τράπεζα Εντολέα, με μια εντολή έτσι ώστε να χρεωθεί ο λογαριασμός του στην εν λόγω τράπεζα.
- ✓ Η **Τράπεζα Εντολέα**, είναι ο συμμετέχων που λαμβάνει την Εντολή Εμβάσματος από τον Εντολέα και ενεργεί έτσι ώστε να πραγματοποιηθεί η πληρωμή προς στο λογαριασμό του Δικαιούχου στην Τράπεζα Δικαιούχου.
- ✓ Η **Τράπεζα Δικαιούχου**, είναι ο συμμετέχων που λαμβάνει την Εντολή Εμβάσματος από την Τράπεζα Εντολέα και πιστώνει τον λογαριασμό του Δικαιούχου.
- ✓ Ο **Δικαιούχος**, είναι ο πελάτης που πιστώνεται στον λογαριασμό του το αρχικό ποσό.

Η Τράπεζα Εντολέα και η Τράπεζα του Δικαιούχου μπορεί να είναι το ίδιο πρόσωπο και είναι υπεύθυνες για την ομαλή και σωστή πραγματοποίηση της συναλλαγής καθώς και για την τήρηση των κανονισμών που έχει ορίσει το EPC.

Εκτός όμως από τα παραπάνω μέρη για να λειτουργήσει σωστά το σύστημα SCT πρέπει να συμμετάσχουν και άλλα έμμεσα μέρη:

- ✓ CSMs, [55] είναι μηχανισμοί εκκαθάρισης και διακανονισμού, Με τον όρο CSM δεν αναφερόμαστε κατ'ανάγκη σε μία οντότητα, για παράδειγμα είναι πιθανό ότι η λειτουργία της εκκαθάρισης και η λειτουργία του διακανονισμού να διεξάγονται από ξεχωριστούς μηχανισμούς. Σημαντικό όμως είναι να υπακούουν στο κανονιστικό πλαίσιο PE-ACH/CSM το οποίο θα αναλυθεί παρακάτω.
- ✓ Ενδιάμεσες τράπεζες, οι τράπεζες που προσφέρουν υπηρεσίες διαμεσολάβησης στον Εντολέα και / ή στις τράπεζες των δικαιούχων. Για παράδειγμα σε περιπτώσεις όπου δεν είναι η τράπεζα του δικαιούχου ή του εντολέα άμεσοι συμμετέχοντες στο CSM.

Στο παρακάτω σχήμα δίνεται μια γενική εικόνα για το πώς γίνεται μια πληρωμή μέσω του Συστήματος Μεταφοράς Πιστώσεων του SEPA.



Εικόνα 5: Πληρωμή μέσω σχήματος SCT

Για να πραγματοποιηθούν όλες οι παραπάνω διαδικασίες μιας μεταφοράς πίστωσης SEPA τα συμβαλλόμενα μέρη ανταλλάσσουν προκαθορισμένα δεδομένα. Η παρακάτω λίστα χαρακτηριστικών αντιπροσωπεύει όλο το φάσμα δεδομένων που μπορεί να παρέχεται από τον Εντολέα στην Τράπεζα Εντολέα μέσω του σχήματος SCT. Τα χαρακτηριστικά που περιλαμβάνονται είναι:

- ✓ Ο IBAN του λογαριασμού του Εντολέα
- ✓ Το όνομα του Εντολέα
- ✓ Η διεύθυνση του εντολέα
- ✓ Το ποσό της μεταφοράς πίστωσης σε ευρώ
- ✓ Οι πληροφορίες για το έμβασμα που ενδεχομένως να επιθυμεί να στείλει ο Εντολέας στον Δικαιούχο(μπορεί να περιέχει μέχρι 140 χαρακτήρες)
- ✓ Την ημερομηνία έναρξης εκτέλεσης της εντολής
- ✓ 10 Ο κωδικός αναγνώρισης του Εντολέα
- ✓ Τον κωδικό IBAN του λογαριασμού του Δικαιούχου.
- ✓ Το όνομα του Δικαιούχου
- ✓ Τη διεύθυνση του δικαιούχου
- ✓ Τον κωδικό BIC της Τράπεζας του Δικαιούχου
- ✓ Τον κωδικό αναγνώρισης του Δικαιούχου
- ✓ Την αναφοράς του εντολέα για τη μεταφοράς πίστωσης
- ✓ Το σκοπό της μεταφοράς πίστωσης

- ✓ Τη κατηγορία του σκοπού της μεταφοράς πίστωσης

Οι πληροφορίες που δίνονται από τον Εντολέα πρέπει να μεταφέρονται επακριβώς στον Δικαιούχο. Η δυνατότητα να αποστείλει ο Εντολέας πληροφορίες για το έμβασμα του στον Δικαιούχο εξυπηρετεί τη διευκόλυνση των συναλλαγών τους. Από τη πλευρά της η Τράπεζα Εντολέα τώρα οφείλει να μεταφέρει υποχρεωτικά, εκτός αν αναφέρεται, στην Τράπεζα του Δικαιούχου τις ακόλουθες πληροφορίες:

- ✓ Τον κωδικό αναγνώρισης IBAN του λογαριασμού του Εντολέα
- ✓ Το όνομα του Εντολέα
- ✓ Τη διεύθυνση του εντολέα (Προαιρετικά)
- ✓ Το ποσό της μεταφοράς πίστωσης σε ευρώ
- ✓ Τις πληροφορίες που τυχόν έχει αναφέρει ο εντολέας
- ✓ Τον κωδικό BIC της Τράπεζας Εντολέα
- ✓ Τον κωδικό αναγνώρισης του Εντολέα (Προαιρετικά)
- ✓ Τον IBAN του λογαριασμού του Δικαιούχου
- ✓ Το όνομα του Δικαιούχου
- ✓ Τη διεύθυνση του δικαιούχου (Προαιρετικά)
- ✓ Τον κωδικό BIC της Τράπεζας του Δικαιούχου
- ✓ Τον κωδικό αναγνώρισης Δικαιούχος (Προαιρετικά)
- ✓ Τον κωδικό αναγνώρισης του SEPA σχήματος SCT
- ✓ Την αναφορά του εντολέα στο σχήμα SCT
- ✓ Την ημερομηνία διακανονισμού της μεταφοράς πίστωσης
- ✓ Τον σχετικό αριθμό της Τράπεζας Εντολέα για το μήνυμα μεταφοράς πίστωσης
- ✓ Τον σκοπό της μεταφοράς πίστωσης (Προαιρετικά)
- ✓ Τη κατηγορία του σκοπού της μεταφοράς πίστωσης (Προαιρετικά)

Το Σύστημα Μεταφοράς Πιστώσεων του SEPA παρέχει πολλά οφέλη στους χρήστες του όσον αφορά τη λειτουργικότητα, την αποδοτικότητα του κόστους και την ευκολία χρήσης. Επιτρέπει επίσης στους συμμετέχοντες να αναπτύξουν καινοτόμες ιδέες σύμφωνα με τις δικές τους ανάγκες για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους.

Οι εντολείς και οι δικαιούχοι αποκομίζουν μεγάλα οφέλη από τη χρήση του σχήματος SCT. Αρχικά όλο το αρχικό ποσό μεταφέρεται στον Δικαιούχο και δίνεται η δυνατότητα πλήρους προσβασιμότητας σε όλους τους λογαριασμούς των δικαιούχων εντός SEPA. Τα προϊόντα τα οποία είναι σχεδιασμένα σύμφωνα με το Σχήμα μπορούν να πραγματοποιούν και να δέχονται απευθείας πληρωμές SEPA. Έχει οριστεί ως μέγιστος χρόνος εκτέλεσης της συναλλαγής, μίας ημέρας, και υπάρχει η δυνατότητα και για μικρότερο χρόνο. Η χρήση των προτύπων και των προσυμφωνηθέντων δεδομένων διευκολύνει τη πληρωμή και εξοικειώνει τους χρήστες με τις STP διαδικασίες. Οι ακυρώσεις και οι επιστροφές αντιμετωπίζονται με ένα προδιαγεγραμμένο τρόπο που μπορεί να αυτοματοποιηθεί. Τέλος το Σχήμα προβλέπει την end-to-end μεταφορά δεδομένων ενός εμβάσματος με δομημένο ή αδόμητο τρόπο έτσι ώστε να παρέχεται διαφάνεια και σαφήνεια των χρεώσεων.

Σημαντικά οφέλη όμως αποκομίζουν και οι τράπεζες μέσω του Συστήματος Μεταφοράς Πιστώσεων του SEPA. Η end-to-end επεξεργασία των μεταφορών πίστωσης STP με τη χρήση ανοικτών και κοινών προτύπων είναι άκρως αποτελεσματική και αποδοτική καθώς παρέχεται η δυνατότητα πρόσβασης σε όλον τον SEPA. Οι συμμετέχοντες Τράπεζες μπορούν να επιλέξουν την πιο αποτελεσματική και αποδοτική δρομολόγηση των συναλλαγών τους. Σε ολόκληρο τον SEPA παρέχεται μια απλή διαδικασία πληρωμών συμπεριλαμβανομένων των διαδικασιών της απόρριψης και των επιστροφών. Υπάρχει μια κοινή νομική δομή και δίνεται η δυνατότητα να

προσφέρουν πρόσθετες προαιρετικές υπηρεσίες ("AOS"). Το σημαντικότερο όμως όφελος των Τραπεζών από τη συμμετοχή τους στον SEPA είναι ότι δημιουργείται ένα αποδοτικό περιβάλλον επεξεργασίας των συναλλαγών, το οποίο ικανοποιεί τις προσδοκίες των πελατών τους και διευκολύνει τις συναλλαγές τους.

4.2.1.2 Άμεσες χρεώσεις SEPA

Ως άμεση χρέωση ορίζουμε μια μεταφορά που ενεργοποιείται από το δικαιούχο (παραλήπτη) μέσω της τράπεζας του δικαιούχου κατόπιν συμφωνίας μεταξύ δικαιούχου και πληρωτή (αποστολέα). Οι άμεσες χρεώσεις συχνά χρησιμοποιούνται για επαναλαμβανόμενες πληρωμές (όπως οι λογαριασμοί υπηρεσιών κοινής ωφέλειας) στο πλαίσιο προηγούμενης συμφωνίας με τον πληρωτή. Άμεσες χρεώσεις χρησιμοποιούνται και για εφάπαξ πληρωμές όπου ο πληρωτής εγκρίνει τη μεμονωμένη πληρωμή.

Πληρωμές άμεσης χρέωσης πραγματοποιούνταν ήδη από το 2008 σε μεγάλο αριθμό χωρών της Ε.Ε, με τις Αυστρία, Γερμανία, Ολλανδία και Ισπανία να πραγματοποιούν το μεγαλύτερο ποσοστό άμεσων χρεώσεων. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ) από τα 17.656 εκατομμύρια πληρωμές σε άμεσες χρεώσεις στη ζώνη του ευρώ το 2008, συνολικά οι 12.968 εκατομμύρια πληρωμές σε άμεσες χρεώσεις, έχουν πραγματοποιηθεί από την Αυστρία (841 εκατ.), τη Γερμανία (8,424 εκατ. ευρώ), την Ολλανδία (1.272 ευρώ) και την Ισπανία (2,431 εκατομμύρια).

Οι πληρωμές άμεσων χρεώσεων των διαφόρων χωρών ήταν βασισμένες είτε στη δομή 'creditor-driven mandate flow' (CMF) είτε στη δομή 'debtor-driven-mandate flow' (DMF). Στη δομή CMF, σαν Εντολέα εννοούμε τον Φορέα που δέχεται την πληρωμή. Ο πληρωτής συμπληρώνει και υπογράφει γραπτή εντολή την οποία την στέλνει απευθείας στον Φορέα. Ο Φορέας είναι υπεύθυνος για την αποθήκευση του αυθεντικού αντιγράφου της εντολής καθώς και όσων συμπληρωματικών πληροφοριών χρειάζονται. Σε αυτή την περίπτωση η Τράπεζα του πληρωτή δε παραλαμβάνει την Εντολή πληρωμής και ούτε είναι υπεύθυνη να ελέγξει εάν ο λογαριασμός του Φορέα είναι ο σωστός. Η τράπεζα του πληρωτή παραλαμβάνει τα έγγραφα που είναι σχετικά με την πληρωμή όταν πραγματοποιηθεί η πρώτη πληρωμή.

Από την άλλη πλευρά στη δομή DMF ο οφειλέτης (debtor) είναι ο πληρωτής. Αυτό σημαίνει ότι ο Φορέας ενημερώνει την τράπεζα του πληρωτή ότι ο Πληρωτής επιθυμεί να πραγματοποιεί πληρωμές άμεσης χρέωσης. Η τράπεζα του πληρωτή στη συνέχεια διασταυρώνει με τον πληρωτή αν όντως το επιθυμεί. Στο μοντέλο αυτό, η εντολή πληρωμής παραμένει στην Τράπεζα του πληρωτή. Το μοντέλο DMF χρησιμοποιούσε το Βέλγιο, η Πορτογαλία, η Ιταλία και η Γαλλία. Στην Πορτογαλία και την Ιταλία τα δύο μοντέλα - CMF και DMF - συνυπήρχαν. [56]

Το σύστημα άμεσης χρέωσης SEPA (SEPA direct debit – SDD) στηρίχθηκε στο μοντέλο CMF. Για να διευκολυνθούν όμως οι κάτοικοι των χωρών που χρησιμοποιούσαν το DMF το σχήμα SDD Core περιέχει ήδη διάφορες προαιρετικές δυνατότητες, οι οποίες επιτρέπουν στις τράπεζες να προσφέρουν υπηρεσίες, όπως ο έλεγχος των εντολών από την τράπεζα του πληρωτή. Το σημαντικότερο όλων είναι να διασφαλιστεί η πλήρης προστασία των καταναλωτών. Η απάτη μέσω του SDD SEPA είναι σχεδόν απίθανη καθώς η εντολή πληρωμής μπορεί να ταυτοποιηθεί άμεσα και γρήγορα.

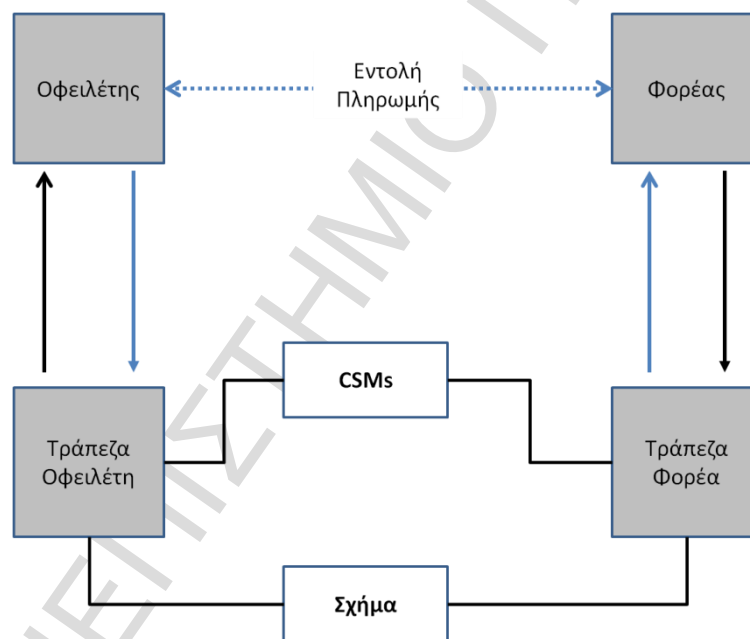
Συνοψίζοντας το σύστημα άμεσης χρέωσης SEPA (SEPA direct debit – SDD) είναι ένα διατραπεζικό σύστημα το οποίο ορίζει μια κοινή δέσμη κανόνων και διαδικασιών για τις άμεσες χρεώσεις σε ευρώ. Το σύστημα ορίζει ένα ενιαίο επίπεδο υπηρεσιών και ένα χρονοδιάγραμμα που θα πρέπει κατ' ελάχιστο να τηρούν τα συμμετέχοντα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Το SDD Σχήμα ακολουθεί Σύμφωνα με την Οδηγία 924 / 2009 της Ευρωπαϊκής ένωσης από τη 1η Νοεμβρίου 2010, κάθε τράπεζα στη ζώνη του ευρώ πρέπει να μπορεί να πραγματοποιήσει διασυννοριακές άμεσες χρεώσεις με το σχήμα SDD Core. Το σχήμα SDD B2B δεν είναι υποχρεωτικό ακόμα για τις τράπεζες.

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

SEPA Direct Debit Core scheme

Το SEPA Direct Debit Core (SDD Core) είναι το βασικό σχήμα άμεσης χρέωσης του SEPA και απευθύνεται στους καταναλωτές. Όπως και κάθε άλλο σύστημα άμεσης χρέωσης, βασίζεται στην ιδέα «πιστώνω χρήματα στον λογαριασμό μου από κάποιον άλλον με την προηγούμενη συγκατάθεσή του». Για να τελεστεί η συναλλαγή ο Οφειλέτης και ο Φορέας πρέπει να έχουν και οι δύο λογαριασμό σε Τράπεζα που συμμετέχει στο SEPA. Οι λογαριασμοί αυτοί μπορούν να τηρούνται είτε σε ευρώ είτε σε οποιοδήποτε άλλο νόμισμα του SEPA, ωστόσο, η μεταβίβαση κεφαλαίων (χρήματα) μεταξύ της Τράπεζας του Φορέα και της Τράπεζας του Οφειλέτη πραγματοποιείται πάντα σε ευρώ.[57]

Το SDD Core επιτρέπει στον Φορέα να εισπράττει χρήματα από τον λογαριασμό του Οφειλέτη με την προϋπόθεση ότι έχει υπογράψει εντολή πληρωμής ανάμεσα τους. Η εντολή πληρωμής υπογράφεται από τον Οφειλέτη και με αυτό τον τρόπο ο Φορέας εξουσιοδοτείται να απαιτήσει από την Τράπεζα Οφειλέτη την πληρωμή. Η Εντολή αυτή λήγει 36 μήνες μετά την υπογραφή της και φυλάσσεται για τουλάχιστον 14 μήνες μετά τη λήξη της. Η εντολή μπορεί να εκδοθεί σε έντυπη ή ηλεκτρονική μορφή και να χρησιμοποιηθεί για μία εφάπαξ ή για επαναλαμβανόμενες πληρωμές χωρίς να τίθεται περιορισμός στο πόσο. Η εντολή είναι η έκφραση της εξουσιοδότηση που δόθηκε από τον Οφειλέτη στον Φορέα για να επιτραπεί η χρέωση του λογαριασμού του.



Εικόνα 9: SDD Core scheme

Το παραπάνω διάγραμμα δίνει μια μικρή περιγραφή των βασικών μελών που παίρνουν μέρος σε μια Άμεση Χρέωση SEPA και τις βασικές διαδικασίες που πραγματοποιούνται. Στο πρώτο στάδιο υπογράφεται από τον οφειλέτη η Εντολή και στέλνεται στον Φορέα. Η εντολή μπορεί να είναι είτε σε γραπτή είτε σε ηλεκτρονική μορφή. Το EPC έχει δώσει το πρότυπο αυτής της Εντολής και των δεδομένων που πρέπει να περιέχονται αλλά ο τελικός σχεδιασμός δεν αφορά το EPC. Μεταξύ της Τράπεζας του Οφειλέτη και του Οφειλέτη πρέπει να έχουν προσυμφωνηθεί

οι όροι για την πραγματοποίηση της Άμεσης χρέωσης, οι οποίοι πρέπει κατά ελάχιστο να συμφωνούν με ότι ορίζει το Σχήμα.

Στο δεύτερο Στάδιο ο Φορέας στέλνει την Εντολή στην Τράπεζα Οφειλέτη. Για την ορθότητα της Εντολής είναι υπεύθυνοι ο Φορέας και ο Οφειλέτης και οφείλουν να ενημερώνουν την Τράπεζα Οφειλέτη για οποιαδήποτε αλλαγή υπάρξει στα δεδομένα τη Εντολής. Η τράπεζα του Οφειλέτη στέλνει την Εντολή στο συνεργαζόμενο Μηχανισμό Εκκαθάρισης και διακανονισμού (CMS). Ο οποίος με τη σειρά του θα την αποστείλει στην Τράπεζα Εντολέα για να πιστώσει τον λογαριασμό του.

SDD B2B Direct Debit scheme

Το Σύστημα Άμεσης Χρέωσης του SEPA μεταξύ Επιχειρήσεων (B2B) [58][59] αποτελεί τη βάση για την ανάπτυξη συγκεκριμένων προϊόντων και υπηρεσιών άμεσης χρέωσης που επιτρέπουν σε επιχειρηματικούς πελάτες, οι οποίοι έχουν το ρόλο του οφειλέτη (πληρωτές), να πραγματοποιούν πληρωμές με άμεση χρέωση στο πλαίσιο των επιχειρηματικών τους συναλλαγών. Οι σημαντικότερες διαφορές μεταξύ του Βασικού Συστήματος Άμεσης Χρέωσης του SEPA και του Συστήματος Άμεσης Χρέωσης του SEPA μεταξύ Επιχειρήσεων είναι ότι στο σύστημα B2B ο οφειλέτης δεν δικαιούται επιστροφής χρηματικών ποσών για εγκεκριμένες συναλλαγές άμεσης χρέωσης. Ωστόσο, στις περιπτώσεις μη εγκεκριμένων συναλλαγών άμεσης χρέωσης το δικαίωμα επιστροφής χρηματικού ποσού εξακολουθεί να ισχύει έως και 13 μήνες μετά τη χρέωση του λογαριασμού της επιχείρησης/οφειλέτη.

Το σύστημα B2B απαιτεί από τις τράπεζες των οφειλετών να διασφαλίζουν ότι η είσπραξη είναι εγκεκριμένη, ελέγχοντάς την σε σχέση με τα στοιχεία της αντίστοιχης εντολής. Οι τράπεζες των οφειλετών και οι οφειλέτες πρέπει να συμφωνούν για την επαλήθευση που θα πραγματοποιηθεί για κάθε άμεση χρέωση. Μια τράπεζα του οφειλέτη δεν μπορεί να προσφέρει το σύστημα B2B σε οφειλέτη ο οποίος θεωρείται «καταναλωτής» σύμφωνα με τη νομοθεσία της χώρας όπου η τράπεζα αυτή παρέχει τις υπηρεσίες πληρωμών. Αντίστοιχα, ένας πιστωτής δεν μπορεί να εισπράττει οφειλές από οφειλέτες οι οποίοι είναι καταναλωτές μέσω του συστήματος B2B. Τέλος ανταποκρινόμενο στις συγκεκριμένες ανάγκες της επιχειρηματικής κοινότητας, το σύστημα B2B προβλέπει σημαντικά συντομότερους χρόνους εκτέλεσης άμεσων χρεώσεων και μικρότερα χρονικά διαστήματα σε περιπτώσεις απορρίψεων και επιστροφών.

4.2.1.3 Πληρωμές με κάρτα SEPA

Το πλαίσιο του SEPA για τις κάρτες (SEPA Card Framework – SCF) [60] αναπτύχθηκε την περίοδο 2004-2005 από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Πληρωμών (EPC). Το πλαίσιο αυτό επιτρέπει στους κατόχους καρτών και τους εμπόρους εντός SEPA να πραγματοποιούν ,να δέχονται πληρωμές και να πραγματοποιούν αναλήψεις μετρητών σε ευρώ σε ολόκληρο τον SEPA, χρησιμοποιώντας τις κάρτες τους με την ίδια ευκολία και άνεση, όπως στην πατρίδα τους. Οι Ευρωπαίοι καταναλωτές έχουν μεγάλο όφελος από αυτή τη γενική αποδοχή των καρτών τους καθώς όχι μόνο μπορούν να χρησιμοποιούν τις κάρτες τους με ευκολία και εκτός συνόρων αλλά πλέον τους παρέχεται και μια μεγαλύτερη ποικιλία από πακέτα καρτών που μπορούν να επιλέξουν. Οι έμποροι από την άλλη πλευρά μπορούν να αναπτυχθούν σε μια πιο ανταγωνιστική αγορά.

Για να αναπτυχθεί το SCF έχουν δοθεί εναρμονισμένα, διαλειτουργικά και δωρεάν πρότυπα, τα οποία είναι ανοιχτά στη διάθεση όλων των μερών που εμπλέκονται στην αλυσίδα πληρωμής με κάρτα. Το έργο του EPC και η ομάδα ενδιαφερομένων για κάρτες (CSG), συνεχίζουν να εστιάζουν σε ένα πρόγραμμα τυποποίησης καρτών με στόχο ένα ασφαλέστερο και πιο αποδοτικό λειτουργικά περιβάλλον. Το 2009, το EPC προώθησε τη δημιουργία του CSG μαζί με εκπροσώπους από άλλους τομείς (πωλητές, συστήματα καρτών) με στόχο την ανταλλαγή διαφορετικών απόψεων και προσδοκιών. Η πρωτοβουλία αποσκοπεί στην εξάλειψη

των τεχνικών εμποδίων και στην παροχή μίας σταθερής πολιτικής πληρωμής των πελατών σε όλο το SEPA. Το έργο ενθαρρύνει την εξασφάλιση του υψηλότερου επιπέδου ασφάλειας των πληρωμών με κάρτα και για αυτό το λόγο από την 1η Ιανουαρίου 2011, οι SEPA κάρτες υποστηρίζουν την τεχνολογία μικροεπεξεργαστή EMV-chip (Europay MasterCard Visa) αντί της μαγνητικής πίστας. Έχει επίσης ολοκληρωθεί η μετάβαση των τερματικών συναλλαγών με κάρτες POS-ATM στην τεχνολογία EMV-chip [61].

Επιπλέον με βάση την ισχυρή ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, και τις εντεινόμενες ανησυχίες για τη σημαντική αύξηση των κρουσμάτων απάτης που αφορούν πληρωμές με κάρτα μέσω του διαδικτύου, το Ευρωσύστημα θεωρεί ότι υπάρχει ουσιαστική ανάγκη να παρέχονται σε ολόκληρο το χώρο του SEPA ασφαλείς και αποτελεσματικές λύσεις «online» πληρωμών (online e-payments). Οι ασφαλείς, αποτελεσματικές, ανταγωνιστικές και καινοτόμες ηλεκτρονικές πληρωμές έχουν τεράστια σημασία για την πλήρη αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων που προσφέρει η ενιαία αγορά από τους καταναλωτές, τους εμπόρους λιανικής και τις επιχειρήσεις, και μάλιστα η σημασία αυτή αυξάνεται συνεχώς, καθώς το ηλεκτρονικό εμπόριο κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος παγκοσμίως σε σχέση με το παραδοσιακό.

5 ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ

Προηγουμένως αναλύθηκαν οι εξελίξεις στον τομέα των ηλεκτρονικών πληρωμών και της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Οι νέες τεχνολογίες δημιουργούν νέες προοπτικές στις επιχειρήσεις οι οποίες επεκτείνονται πέρα από τις υπάρχουσες συμβατικές μορφές εμπορίου υιοθετώντας νέες μορφές τεχνολογίας. Νέες ευκαιρίες φαίνεται να προκύπτουν για τους οργανισμούς μέσω του ηλεκτρονικού εμπορίου που αφορούν τη βελτίωση της διανομής με δεδομένο ότι τα προϊόντα είναι διαθέσιμα στο διαδίκτυο χωρίς να χρειαστεί να επενδύσουν για την τοποθέτηση στις παραδοσιακές αγορές. Με τον τρόπο αυτό δίνεται η δυνατότητα σε επιχειρήσεις που παραδοσιακά δραστηριοποιούνταν σε εγχώριο επίπεδο να διευρύνουν το πεδίο αγοράς τους.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε ότι όλο και περισσότερες επιχειρήσεις στρέφονται προς το διαδίκτυο είτε για διαφημιστικούς λόγους είτε για καθαρά εμπορικούς. Πλέον η αγορά ξεφεύγει από τα στενά όρια της συνοικίας. Ένας έμπορος μπορεί να διαφημίσει, να προωθήσει και να πουλήσει τα εμπορεύματά του σε ολόκληρο τον κόσμο. Οι νέες τεχνολογίες είναι ένα εξαιρετικά χρήσιμο εργαλείο στα χέρια του επιχειρηματικού κόσμου. Ειδικά στη σημερινή εποχή που η εγχώρια αγοραστική δύναμη έχει μειωθεί κατά πολύ, η επέκταση σε ξένες αγορές μοιάζει επιβεβλημένη. Με την είσοδο της χώρας μας στην Ευρωπαϊκή Ένωση και την ένταξη της στο Ευρώ το αγοραστικό κοινό που απευθύνονται οι ελληνικές εταιρίες πολλαπλασιάστηκε. Με την υιοθέτηση του SEPA οι εταιρίες και οι λοιποί οικονομικοί παράγοντες θα είναι σε θέση να διενεργούν και να δέχονται εγχώριες και διασυνοριακές πληρωμές σε ευρώ με τους ίδιους βασικούς όρους και τα ίδια δικαιώματα και υποχρεώσεις ανεξάρτητα από τη γεωγραφική τους θέση. Με τον τρόπο αυτό αίρονται και τα τελευταία εμπόδια στο δρόμο για το διεθνές εμπόριο.

Στο πλαίσιο αυτής της εργασίας θα σχεδιαστεί ένα ηλεκτρονικό κατάστημα το οποίο θα εμπορεύεται παραδοσιακά προϊόντα της Ελλάδας. Όλες οι αγοραπωλησίες, εγχώριες και μη, θα πραγματοποιούνται μέσω SEPA. Μετά την ολοκλήρωση της αγοράς το σύστημα θα στέλνει στον πελάτη το ηλεκτρονικό τιμολόγιο της αγοράς το οποίο θα είναι βασισμένο στο ευρωπαϊκό πρότυπο ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

5.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Το Επιχειρηματικό Σχέδιο [62][63][64] είναι μία γραπτή περιγραφή του επιχειρησιακού μοντέλου που η επιχείρηση προβλέπεται να ακολουθήσει συστηματικά στο μέλλον. Σκοπός του είναι η ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης, τόσο της αγοράς όσο και της επιχείρησης, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις πιθανές παραμέτρους που μπορούν να επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά, την οικονομική ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα της επιχείρησης.

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	
Επωνυμία επιχείρησης	e- Greco
Διεύθυνση έδρας	Ελ. Βενιζέλου 38, Αθήνα
Τηλέφωνα	2103206524
Fax	2103206530
e-mail	info@e-greco.gr
Διεύθυνση ιστοσελίδας	www.e-greco.gr
Νομική Μορφή	Ομόρρυθμη Εταιρεία
Έτος ίδρυσης	2012
Αριθμός εργαζομένων	4

Πίνακας 2: Ταυτότητα Εταιρείας

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	
Κύρια Δραστηριότητα Εταιρείας	Λιανική και Χονδρική Πώληση Παραδοσιακών Προϊόντων
Δευτερεύουσες Δραστηριότητες	Προμήθεια Εστιατορίων

Πίνακας 3: Δραστηριότητα εταιρείας

5.1.1 Εσωτερικό Περιβάλλον - Ανάλυση της Επιχείρησης

Περιγραφή της Επιχείρησης – Ιστορικό

Η εταιρία «e- Greco» είναι μία νεοσύστατη επιχείρηση που εδρεύει στην Αθήνα .

Η ιδέα της δημιουργίας της γεννήθηκε στο πλαίσιο της πτυχιακής εργασίας και σκοπός της είναι να διαδώσει τα ελληνικά παραδοσιακά προϊόντα έξω από τα στενά όρια της Ελλάδας δίνοντας τη δυνατότητα στον οποιοδήποτε να γευτεί την αγνότητα και την υψηλή ποιότητα που τα χαρακτηρίζει .

Υφιστάμενο όραμα – Αξίες, Υφιστάμενη στρατηγική και Στόχοι

Όραμα:

Η επιχείρηση «e- Greco» έχει βασίσει τους στόχους και την στρατηγική της πάνω σε ένα όραμα: «Να είναι μια υπολογίσιμη δύναμη τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη λειτουργώντας με αίσθηση ευθύνης απέναντι στους εργαζομένους της, στους πελάτες της, στους μετόχους της και στην κοινωνία γενικότερα».

Αξίες:

Ωστόσο πέρα από το όραμα που καθοδηγεί την καθημερινή δραστηριότητα της εταιρίας, η δυναμική ανάπτυξή της βασίζεται επιπλέον σε μια σειρά αξιών:

- ✓ Αξιοκρατία: Προσφέρει ίσες ευκαιρίες και διασφαλίζει ίσες ευκαιρίες σε όλους. Αναγνωρίζει την βελτίωση της απόδοσης και επιβραβεύει το βέλτιστο ατομικό και συλλογικό αποτέλεσμα.
- ✓ Ομαδικότητα: Συνθέτει τις ατομικές προσπάθειες και τις μετεξελίσσει σε συλλογική επιτυχία. Λειτουργεί ομαδικά για να πετύχει τους στόχους της και μοιράζονται όλοι την επιτυχία αυτή.
- ✓ Ποιότητα: Εργάζονται αδιαλείπτως για την εξασφάλιση υψηλού επιπέδου ποιότητας των προϊόντων, των υπηρεσιών αλλά και των λοιπών δραστηριοτήτων.
- ✓ Εμπιστοσύνη: Δημιουργεί και καλλιεργεί σχέσεις με αίσθημα ευθύνης. Ενεργεί πάντοτε με αξιοπιστία ώστε οι πελάτες να μπορούν να στηρίζονται στους ανθρώπους και στις υπηρεσίες τους.
- ✓ Αποτελεσματικότητα: Επιδιώκει την επίτευξη των στόχων που θέτει με σωστό προγραμματισμό και αναζητεί πάντοτε άριστα αποτελέσματα στην δουλειά της.
- ✓ Δημιουργικότητα: Καινοτομεί, ανακαλύπτει συνεχώς νέους δρόμους που βελτιώνουν όχι μόνο το επίπεδο των εργασιών της αλλά και το επίπεδο των πελατών της.
- ✓ Σεβασμός στον άνθρωπο: Ενεργεί πάντοτε με κατανόηση και σεβασμό για τις ανάγκες που έχει ο πελάτης, ο συναδελφός και ο συνάνθρωπός μας.

Στόχοι:

Για τα επόμενα χρόνια οι κύριοι στόχοι της επιχείρησης είναι:

- ✓ Προώθηση των παραδοσιακών προϊόντων στην Ευρώπη έτσι ώστε να στηρίξουμε την τοπική αγορά και ταυτόχρονα την αγορά της Ελλάδας.
- ✓ Δημιουργία ενός brand name συνώνυμου με την ποιότητα
- ✓ Προώθηση της ελληνικής κουλτούρας και της μεσογειακής διατροφής στην Ευρώπη.
- ✓ Διατήρηση πελατολογίου
- ✓ Απόσβεση του αρχικού κεφαλαίου και αύξηση της κερδοφορίας με ετήσιο ποσοστό 10%
- ✓ Αύξηση του μεριδίου αγοράς σε 50%
- ✓ Βελτίωση υποδομών
- ✓ Επέκταση γκάμας προϊόντων
- ✓ Επέκταση μονάδος για μεγαλύτερη απορρόφηση και αποθήκευση

Στρατηγική:

Μέσο για να επιτευχθούν οι παραπάνω στόχοι είναι η διαφήμιση και η καλύτερη τιμολογιακή πολιτική. Το “e- Greco” ακολουθεί μία συγκεκριμένη αναπτυξιακή στρατηγική η οποία είναι η υπεροχή έναντι των ανταγωνιστών. Η στρατηγική της επιχείρησης συνοψίζεται ως εξής:

- ✓ Αναλογία κόστους τιμής
- ✓ Γκάμα και ποιότητα προϊόντων
- ✓ Έμφαση σε τομείς υψηλής κερδοφορίας και ανάπτυξης
- ✓ Παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας
- ✓ Επενδύσεις σε τεχνολογία
- ✓ Επαγγελματισμός και δυναμισμός της διοίκησης και του προσωπικού

Η εταιρία την δεδομένη στιγμή βρίσκεται σε αρκετά πρώιμο στάδιο και συγκαταλέγεται στις μικρότερες επιχειρήσεις στο είδος της. Ωστόσο βρίσκεται στα πρώτα στάδια ανάπτυξής της.

Οργανωτική Δομή

Περιγραφή Θέσεων	
Σύντομη περιγραφή θέσεων-αρμοδιοτήτων	<ul style="list-style-type: none"> • Υπεύθυνος καταστήματος και ανθρωπίνου δυναμικού (Team Leader) • Υπεύθυνος προϊόντων και πωλήσεων • Υπεύθυνος διαφήμισης και promotion • Διαχειριστής e-shop και site
Δραστηριότητες της εταιρείας που έχουν ανατεθεί σε εξωτερικούς συνεργάτες	<ol style="list-style-type: none"> 1) Λογιστήριο 2) Συντήρηση ηλεκτρονικών υπολογιστών 3) Νομικός σύμβουλος

Πίνακας 4: Περιγραφή Θέσεων

Αξιολόγηση οργανωτικής λειτουργίας	
Επάρκεια Προσωπικού	Ικανοποιητικό
Σαφώς καθορισμένοι ρόλοι / αρμοδιότητες	Ικανοποιητικό
Συνεργασία & συντονισμός μεταξύ τμημάτων/εργαζομένων	Ικανοποιητικό
Επίπεδο κατάρτισης / ικανοτήτων του προσωπικού	Ανάγκη Βελτίωσης

Πίνακας 5: Αξιολόγηση οργανωτικής λειτουργίας

Κεφάλαιο	€100.000		
Τρόποι απόκτησης	Το ποσό των €70.000 του κεφαλαίου προήλθε από δανεισμό τραπεζής και τα υπόλοιπα €30.000 προήλθαν από τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης		
	2012	2013	2014(Εκτίμηση)
Κύκλος εργασιών(έσοδα πωλήσεων)	-	€110.000	€130.000
Εξέλιξη κερδών προ φόρων	-	Σταθερότητα	Αύξηση
Μικτό περιθωριακό κέρδος	Ανέρχεται συνολικά στο 15%		
Έξοδα επιχείρησης	Κόστος αγορών: 80% Λειτουργικά έξοδα: 20%		
Δανειακή επιβάρυνση	Η δανειακή επιβάρυνση της επιχείρησης κρίνεται ικανοποιητική και το κόστος του χρήματος που χρησιμοποιεί η επιχείρηση εξίσου ικανοποιητικό.		
Μέση περίοδος Εισπράξεων	20 μέρες		
Μέση περίοδος πληρωμών	25 μέρες		
«Νεκρό σημείο»	Σύμφωνα με υπολογισμούς υπολογίζεται ότι νεκρό σημείο της επιχείρησης είναι τα €60.000		

Πίνακας 6: Οικονομική κατάσταση - Χρηματοοικονομικοί πόροι**Καταγραφή επιχειρηματικών μοντέλων**

Οι τρόπος κερδοφορίας της επιχείρησης είναι:

- ✓ Πώληση προϊόντων(μαρμελάδες, γλυκά του κουταλιού κτλ)
- ✓ Πώληση διαφήμισης για εξυπηρέτηση τρίτων(είτε στην ιστοσελίδα είτε με την παράδοση παραγγελιών)

Τα επιχειρηματικά μοντέλα του Διαδικτύου μπορούμε να τα ταξινομήσουμε σε πέντε μεγάλες κατηγορίες :

- ✓ Ηλεκτρονικός Διανομέας
- ✓ Ηλεκτρονικός Δημιουργός
- ✓ Εξαγωγέας πληροφορίας
- ✓ Διαμεσολαβητής
- ✓ Ηλεκτρονικές Αγορές

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

Οι κύριοι ρόλοι στην ηλεκτρονική αγορά είναι αυτοί του Αγοραστή, του Προμηθευτή και του ενδιαμέσου.

- ✓ Ο Αγοραστής αναζητά ευκαιρίες αγοράς ή προμηθεύεται υπηρεσίες και προϊόντα. Μπορεί επίσης να ζητήσει προσφορές για συγκεκριμένα προϊόντα και υπηρεσίες απευθείας από συγκεκριμένους προμηθευτές ή επιλεγμένες ομάδες προμηθευτών.
- ✓ Ο Προμηθευτής παρέχει προϊόντα και υπηρεσίες, εκπληρώνοντας τις επιθυμίες των αγοραστών. Επίσης, ανταποκρίνεται στις αιτήσεις αγοράς ετοιμάζοντας και αποστέλλοντας τα ανάλογα προϊόντα που ζητούν οι αγοραστές και παράλληλα, απαντά στις αιτήσεις προσφοράς των αγοραστών, παρέχοντας τιμές για τα ζητούμενα προϊόντα ή υπηρεσίες.
- ✓ Ο Ενδιάμεσος παρέχει την τεχνολογική πλατφόρμα λειτουργίας της ηλεκτρονικής αγοράς.

Τα οφέλη που παρέχει το επιχειρηματικό μοντέλο της ηλεκτρονικής αγοράς αφορούν :

- ✓ Μείωση του κόστους συναλλαγών.
- ✓ Αυτοματοποιημένες και διαφανείς διαδικασίες αγορών.
- ✓ Ευρεία πρόσβαση σε διεθνείς και τοπικές ηλεκτρονικές αγορές.
- ✓ Αναγνώριση νέων αγοραστών και προμηθευτών.
- ✓ Εύκολη επεκτασιμότητα σε τεχνολογίες Internet.
- ✓ Πρόσβαση σε τεχνολογία αιχμής και απόκτηση στρατηγικού πλεονεκτήματος - Ολοκλήρωση πληροφορικών συστημάτων.
- ✓ Μείωση overheads πωλήσεων /αγορών.
- ✓ Οικονομίες κλίμακας.

Αναλυτικότερα ο Αγοραστής πετυχαίνει :

- ✓ Μείωση των χρόνων εγκρίσεων, αναζήτησης, επιλογής και διεκπεραίωσης των παραγγελιών.
- ✓ Διευκόλυνση μέσω γρήγορης επαναφοράς /ομαδοποίησης επαναλαμβανόμενων αγορών.
- ✓ Δημιουργία προϋποθέσεων για την ανάπτυξη ενιαίας αγοράς και συνεργίες με άλλες ομάδες αγοραστών.
- ✓ Βελτίωση στον προγραμματισμό προμηθειών.
- ✓ Βελτίωση στη διαχείριση της πληροφορίας για αγορές, κόστος, κατηγορίες υλικών, προμηθευτές, και διευκόλυνση στη λήψη κρίσιμων αποφάσεων.
- ✓ Δυνατότητα ελέγχου φερεγγυότητας προμηθευτών καθώς και δυνατότητα αξιολόγησής τους.

Ενώ ο Προμηθευτής πετυχαίνει:

- ✓ Δέσμευση για μακροχρόνια συνεργασία.
- ✓ Αύξηση του όγκου των πωλήσεων.
- ✓ Μείωση του λειτουργικού κόστους (προγραμματισμός, marketing, πωλήσεις, διεκπεραίωση παραγγελιών, διανομή).
- ✓ Διευκόλυνση των διαδικασιών προγραμματισμού πωλήσεων / παραγωγής / Πρώτων & βοηθητικών υλικών.
- ✓ Μείωση των αποθεμάτων-stock με αποτέλεσμα την μείωση του κόστους αποθήκευσης και συντήρησης.
- ✓ Συλλογή παραγγελιών για μείωση του κόστους διαχείρισης.

Δραστηριότητες και αποτελέσματα Marketing - Πωλήσεων

Η στρατηγική του marketing που ακολουθήθηκε χωρίζεται στους παρακάτω κλάδους:

- **Πρώθηση/διαφήμιση**

Πρώτο μέλημα ήταν η ηλεκτρονική διαφήμιση έτσι ώστε οι μηχανές αναζήτησης να βρίσκουν τον ιστότοπο εύκολα. Ακολούθως έγινε η προβολή του e-greco σε ηλεκτρονικούς καταλόγους, social networks και σε άλλες ιστοσελίδες επί πληρωμή. Επιπλέον διαφημίστηκε σε διάσημα περιοδικά φαγητού και υγιεινής διατροφής του εξωτερικού.

- **Ανάπτυξη πελατειακών σχέσεων**

Καλές πελατειακές σχέσεις επιτεύχθηκαν με τον έγκαιρο χειρισμό των παραγγελιών και την αποφυγή κακών πρώτων εμπειριών των πελατών από την επιχείρηση. Έπειτα σημαντικό ρόλο έχει η δομή της ιστοσελίδας. Αυτό σημαίνει ότι ένα site που δεν δυσκολεύει τον πελάτη σε μια ηλεκτρονική του παραγγελία μπορεί να κερδίσει την εύνοια του καταναλωτή.

- **Πιστοποίηση**

Η «πιστοποίηση» της επιχείρησης και της ιστοσελίδας από κάποιο έγκριτο φορέα αποτελεί ένα σημαντικό θετικό στοιχείο στη διαμόρφωση σχέσης εμπιστοσύνης με τον πελάτη. Το e-greco πιστοποιήθηκε με το ISO 22000, το διεθνές Σύστημα διαχείρισης της ασφάλειας των τροφίμων.

Δυνατότητα προσαρμογής διαδικασίας παραγωγής για ικανοποίηση απαιτήσεων πελατών	Ανάγκη Βελτίωσης
Συνεχής λειτουργία χωρίς διακοπές λόγω έλλειψης ή καθυστέρησης υλικών	Ανάγκη Βελτίωσης
Εξασφάλιση της καλύτερης ποιότητας υλικών και προϊόντων	Ικανοποιητικό

Πίνακας 7: Παραγωγική διαδικασία

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ
Με τη χρήση της τεχνολογίας απευθύνεται σε αρκετά μεγάλος εύρος πελατών	Αρκετά μικρό όνομα σε αντίθεση με άλλες προϋπάρχουσες επιχειρήσεις
Δυνατότητα μείωσης τιμών στα επόμενα χρόνια	Η απειρία του ιδιοκτήτη
Πιστοποίηση προϊόντων	Η έλλειψη ενός δυνατού brand name που θα το εδραιώσει στο χώρο
Ποιότητα υπηρεσιών και προϊόντων	Περιορισμένο καταναλωτικό κοινό
Μικρό πλήθος προσωπικού	
Αναλογία κόστους-τιμής	

Πίνακας 8: Ανταγωνιστικές δυνατότητες και αδυναμίες

5.1.2 Εξωτερικό Περιβάλλον επιχείρησης

Ανάλυση Μακρό – Περιβάλλοντος

Το e- Greco έχει ως έδρα την Ελλάδα. Το 2012 για την Ελλάδα ήταν ίσως η πιο δύσκολη χρονιά την τελευταία εικοσαετία, διότι η χώρα βρέθηκε στα πρόθυρα χρεοκοπίας η οποία και απειράπη μετά τη συνεχή χορήγηση δανείων από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και την Ευρωπαϊκή Ένωση. Παρακολουθούμε να γίνονται μειώσεις μισθών στο δημόσιο τομέα, μειώσεις συντάξεων, αλλαγή των εργασιακών σχέσεων, αλλαγή στο ασφαλιστικό με αύξηση του ορίου ηλικίας συνταξιοδότησης, αλλαγές στο φορολογικό τομέα, καθώς και πλήθος μεταρρυθμίσεων όπως άνοιγμα κλειστών επαγγελμάτων, εξυγίανση των Δ.Ε.Κ.Ο., αλλαγές στην παιδεία και στην υγεία, δημιουργώντας κοινωνικές αναταραχές με συνεχείς απεργίες από όλα τα συνδικάτα, οι οποίες δημιουργούν πρόβλημα στην ομαλή λειτουργία της αγοράς, καθώς επίσης και ένα κλίμα αστάθειας σε αυτή. Το 2013 προβλέπεται να είναι μια χρονιά με ακόμα μεγαλύτερη ύφεση, αύξηση της ανεργίας και του ποσοστού φτώχειας, με αποτέλεσμα την όξυνση των κοινωνικών αντιδράσεων.

Εκτός από τα προβλήματα που υπάρχουν στην Ελλάδα, οικονομικές δυσκολίες αντιμετωπίζει ολόκληρη η Ευρωζώνη. Η εταιρεία μας αποσκοπεί να ανοιχτεί στην Ευρώπη σε μια από τις πιο δύσκολες οικονομικές συγκυρίες. Η κρίση χρέους δεν έχει αποφευχθεί ακόμα και η ανεργία και η αβεβαιότητα μαστίζει όλους τους κατοίκους των περισσότερων χωρών της Ευρώπης. Είναι προφανές πως για όλες τις επιχειρήσεις πάσης φύσεως η χρονιά θα είναι αρκετά δύσκολη και το ίδιο προβλέπεται και για την επόμενη. Ο κόσμος αναμένεται να μειώσει τις αγορές του και να στραφεί στην αγορά των απολύτως αναγκαίων αγαθών έπειτα από σύγκριση τιμών.

Πολιτικό - Νομικό Περιβάλλον

Η επιχείρησή θα έχει νομική μορφή Ομόρρυθμης Εταιρίας (Ο.Ε.). Για την ίδρυση ομόρρυθμης εταιρείας πρέπει να συμπράξουν δύο τουλάχιστον μέλη που, κατά την έκφραση του νόμου υποχρεούνται αμοιβαίως στην επιδίωξη κοινού σκοπού (άρθρο 741, Αστικού Κώδικα). 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 (σύμφωνα με το άρθρο 127 του Αστικού Δικαίου).

Για τη σύσταση Ο.Ε. δεν προβλέπεται κατώτατο όριο κεφαλαίου. Το κεφάλαιο της εταιρείας μπορεί να αυξάνεται οποτεδήποτε, χωρίς να υπάρχει κανένα περιοριστικό ανώτατο όριο, μετά από σχετική απόφαση των εταίρων. Επειδή όμως η αύξηση του κεφαλαίου αποτελεί τροποποίηση του καταστατικού, η εν λόγω πράξη πρέπει είτε να συνταχθεί με ιδιωτικό συμφωνητικό, είτε με συμβολαιογραφικό έγγραφο.

Η διαδικασία που πρέπει να ακολουθηθεί για τη σύσταση Ο.Ε. είναι η εξής:

- ✓ Προέγκριση Επωνυμίας
- ✓ Σύνταξη Καταστατικού – Ιδιωτικού Συμφωνητικού
- ✓ Έλεγχος Επωνυμίας
- ✓ ΔΟΥ Έδρας Μέσα σε 15 μέρες από την υπογραφή του καταστατικού, πρέπει να καταβληθεί στη ΔΟΥ της έδρας ο Φόρος Συγκέντρωσης Κεφαλαίου (ΦΣΚ) ο οποίος ανέρχεται σε 1% επί 9του ύψους του εταιρικού κεφαλαίου.
- ✓ Ταμείο Νομικών και Ταμείο Προνοίας Δικηγόρων: Πρέπει να θεωρηθεί το καταστατικό στο ταμείο νομικών και στο ταμείο προνοίας δικηγόρων (μόνο για την Αθήνα) όπου καταβάλλονται τα ποσά 0,5% και 1% επί του εταιρικού κεφαλαίου αντίστοιχα.
- ✓ Πρωτοδικείο Έδρας Δύο (2) αντίγραφα του θεωρημένου καταστατικού από το επιμελητήριο, τη Δ.Ο.Υ. κατά την καταβολή του ΦΣΚ, το ταμείο νομικών και το ταμείο προνοίας δικηγόρων, κατατίθενται στο Πρωτοδικείο έδρας για δημοσίευση. Η δημοσίευση αυτή αποτελεί την πράξη ίδρυσης - σύστασης της Ο.Ε.
- ✓ Επιμελητήριο Εντός δύο μηνών πρέπει να εγγραφεί η εταιρεία στο επιμελητήριο της έδρας της, προκειμένου να της χορηγηθεί σχετική βεβαίωση που είναι απαραίτητη για τη θεώρηση από τη ΔΥΟ των βιβλίων και των στοιχείων της.
- ✓ ΔΟΥ Έδρας Εντός δέκα ημερών πρέπει να προσκομισθούν στην αρμόδια Δ.Ο.Υ. τα δικαιολογητικά προκειμένου αφενός μεν να δοθεί ο ΑΦΜ στην εταιρεία, αφετέρου δε να θεωρηθούν τα βιβλία και στοιχεία αυτής που προβλέπει ο Κ.Β.Σ.

Οικονομικό Περιβάλλον

Τα τελευταία χρόνια η ελληνική οικονομία, μετά από πολλά χρόνια ισχυρής και αδιατάρακτης ανάπτυξης, βρίσκεται σήμερα σε ένα κρίσιμο σταυροδρόμι. Οι ευνοϊκοί παράγοντες, που μέχρι πρόσφατα στήριζαν τους υψηλούς ρυθμούς ανόδου του ΑΕΠ και της απασχόλησης, βαθμιαία αποδυναμώθηκαν. Το κλίμα αβεβαιότητας αποθαρρύνει την κατανάλωση και τις επενδύσεις, σε μια περίοδο κατά την οποία οι εξαγωγές συμπιέζονται λόγω του δυσμενούς διεθνούς περιβάλλοντος. Έχουν δηλαδή μεταβληθεί δραστικά τα δεδομένα και οι παράμετροι που τα τελευταία χρόνια στήριζαν την αναπτυξιακή διαδικασία.

Τα τελευταία 13 χρόνια, η οικονομική ανάπτυξη τροφοδοτήθηκε κυρίως από την ισχυρή εγχώρια ζήτηση, η οποία αυξανόταν με ρυθμούς που υπερέβαιναν τον ρυθμό μεγέθυνσης της παραγωγικής βάσης και του δυνητικού προϊόντος της οικονομίας. Αποτελέσματα αυτής της απόκλισης ήταν η μόνιμη διαμόρφωση του εγχώριου πληθωρισμού σε επίπεδα υψηλότερα από τον μέσο όρο της ζώνης του ευρώ, η διεύρυνση του ελλείμματος τρεχουσών εξωτερικών συναλλαγών και η αύξηση του χρέους του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα προς κατοίκους του εξωτερικού.

Τεχνολογικό Περιβάλλον

Ο τομέας της Έρευνας και της Τεχνολογίας σηματοδοτεί τις ριζοσπαστικές αλλαγές του καιρού μας, διαμορφώνοντας παράλληλα και το πλαίσιο στο οποίο καλείται η κοινωνία να πορευτεί σε ένα όλο και πιο έντονο ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Στην πρόκληση αυτή η Ελλάδα δεν θα μπορούσε να πράξει διαφορετικά από το να επικεντρώσει το ενδιαφέρον της, προκειμένου να συμπορευτεί με τα υπόλοιπα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για το σκοπό αυτό τα τελευταία χρόνια δρομολόγησε τις προτεραιότητές της, στον τομέα της Έρευνας και Τεχνολογίας. Ο σχεδιασμός και η πολιτική που ασκήθηκε είχε ως αποτέλεσμα οι προσπάθειες του Ερευνητικού και Επιστημονικού Δυναμικού της χώρας να επικεντρωθούν σε τομείς σημαντικούς για την ελληνική οικονομία και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής του πολίτη.

Κεντρικοί στόχοι που έχουν τεθεί στο πλαίσιο του τεχνολογικού περιβάλλοντος της Ελλάδας είναι:

- ✓ Η ενίσχυση της βασικής έρευνας.
- ✓ Η σύνδεση ερευνητικών προγραμμάτων κοινοπραξιών ερευνητικών κέντρων και ΑΕΙ με επιχειρήσεις να γίνεται όπου είναι πραγματικά απαραίτητο.
- ✓ Η εφαρμοσμένη και τεχνολογική έρευνα να ενισχύεται μέσα από μεγάλα προγράμματα τετραετούς διάρκειας σε τομείς εθνικής προτεραιότητας.
- ✓ Η ενίσχυση των υποδομών των ερευνητικών κέντρων να συνδέεται με τους στόχους της εθνικής και περιφερειακής πολιτικής.
- ✓ Η χρηματοδότηση των ερευνητικών κέντρων να στηρίζεται σε αξιολόγηση βασιζόμενη σε απλούς δείκτες, εύκολα επαληθεύσιμους.
- ✓ Η εκπροσώπηση της Ελλάδας στα αρμόδια όργανα της Ε.Ε.
- ✓ Η προώθηση της συνεργασίας σε θέματα Έρευνας και Τεχνολογίας με άλλες χώρες και Διεθνείς Οργανισμούς.
- ✓ Η προώθηση και διάδοση των Ε&Τ πληροφοριών σε εθνική κλίμακα και η ευαισθητοποίηση της κοινωνίας σε αυτά τα θέματα.

Τάσεις αγοράς

Βρισκόμαστε στην εποχή της αφθονίας των υλικών. Υπάρχει μαζική παραγωγή διαφόρων ειδών προϊόντων και μεγάλη ποικιλία τροφίμων. Βλέπουμε όμως ότι τα τελευταία χρόνια τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό είναι έντονο το ενδιαφέρον των καταναλωτών προς τα παραδοσιακά προϊόντα που είναι όσο το δυνατόν λιγότερο επεξεργασμένα και βιομηχανοποιημένα. Τα βιολογικά προϊόντα έχουν μεγαλύτερη ζήτηση σε σχέση με τα κοινής καλλιέργειας και οι καταναλωτές είναι πλέον ενημερωμένοι. Διεθνείς μελέτες δείχνουν τη μεσογειακή διατροφή ως μία από τις πιο υγιείς και ισορροπημένες διατροφές στον κόσμο και ανά τον κόσμο διαιτολόγοι τη συστήνουν στους πελάτες τους.

Στάδιο Κύκλου Ζωής	Η αγορά στην οποία γίνεται η δραστηριοποίηση της επιχείρησης βρίσκεται στο στάδιο της ανάπτυξης.
Περιθώρια προσέλκυσης νέων πελατών	Τα περιθώρια προσέλκυσης νέων πελατών είναι μεγάλα καθώς υπάρχουν πολλοί που έχουν ανακαλύψει πρόσφατα το συγκεκριμένο είδος δραστηριοποίησης της επιχείρησης.
Δομή Αγοράς	Η δομή της αγοράς για την επιχείρηση θεωρείται κατακερματισμένη με 120 μεγάλους πελάτες.
Άμεσα Συμπληρωματικά Προϊόντα/Υπηρεσίες	Στην αγορά στην οποία δραστηριοποιείται η επιχείρηση ως άμεσα συμπληρωματική θεωρείται η υπηρεσία που παρέχει.

Πίνακας 9: Τάσεις αγοράς

	Χαρακτηριστικά	Κριτήρια απόφασης	Μέγεθος	Κερδοφορία
Ιδιώτες στην Ελλάδα	Οι ενδιαφερόμενοι είναι 40-55 ετών διαφόρων κοινωνικών στρωμάτων και εισοδημάτων	Κριτήρια αποτελούν η στροφή στην παράδοση και η αναζήτηση για αγνά προϊόντα	Ποσοστό της αγοράς είναι το 60% του συνόλου	Σχετικά χαμηλή κερδοφορία
Ιδιώτες στην Ευρώπη	Οι ενδιαφερόμενοι είναι 40-55 ετών διαφόρων κοινωνικών στρωμάτων και εισοδημάτων	Η επιθυμία για συνέχεια υγιεινής διατροφής	Ποσοστό της αγοράς είναι το 10% του συνόλου	Αρκετά υψηλή κερδοφορία από τους συγκεκριμένους πελάτες
Χονδρέμποροι	Διάφοροι επαγγελματίες που αγοράζουν μεγάλες ποσότητες για δικές τους επιχειρήσεις	Η ποιότητα των προϊόντων	Ποσοστό 30%	Υψηλή κερδοφορία λόγω μεγάλων παραγγελιών

Πίνακας 10: Πελάτες/καταναλωτές

Ανταγωνισμός

Στον χώρο της αγοράς παραδοσιακών προϊόντων παρατηρούμε ότι υπάρχουν κάποια εμπόδια που θα πρέπει να αντιμετωπιστούν:

- ✓ Κλειστό κύκλωμα καταστημάτων αγοράς τοπικών προϊόντων
- ✓ Ύπαρξη τυποποιημένων προϊόντων
- ✓ Κυριαρχία φτηνών προϊόντων από μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων

	Μερίδιο αγοράς	Κερδοφορία
Τοπικές Ενώσεις αγροτικών συνεταιρισμών	33-50%	Μέτρια
Τοπικές Ιδιωτικές εταιρίες	20-33%	Μέτρια
Ξένες Ιδιωτικές εταιρίες	33-50%	Μέτρια

Πίνακας 11: Βασικά Τμήματα Αγοράς

Αναλυτικότερα οι κύριοι ανταγωνιστές στην προώθηση παραδοσιακών προϊόντων είναι τρεις στον αριθμό:

	Μερίδιο αγοράς	Κύριο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
Ανταγωνιστής 1 www.egalo.gr	11% -20%	Μέγεθος επιχείρησης
Ανταγωνιστής 2 http://www.topagrodeals.com	6% -10%	Πλεονέκτημα στην τιμή (πιο φτηνά προϊόντα, μεταφορικά), Διακίνηση και εκτός Ε.Ε.
Ανταγωνιστής 3 ΟΜΙΛΟΣ ΛΙΑΝΔΡΗ http://www.liandrisgroup.gr	11% -20%	Παλαιότητα εταιρίας, μεγάλη ποικιλία προϊόντων

Πίνακας 12: Κύριοι Ανταγωνιστές

Δίκτυα διανομής

Ένα μεγάλο ποσοστό του δικτύου διανομής αποτελείται από την άμεση πώληση των προϊόντων σε καταναλωτές οι οποίοι είτε από το κατάστημα είτε από την ιστοσελίδα της επιχείρησης αγοράζουν τα παραδοσιακά μας προϊόντα. Επίσης δίκτυο διανομής των προϊόντων του κλάδου αποτελούν και οι γενικοί χονδρέμποροι-εισαγωγείς οι οποίοι αγοράζουν συνήθως τα προϊόντα που παρέχονται στην επιχείρηση από τους κατασκευαστές – εργοστάσια και τα παρέχουν σε αυτόν επιτυγχάνοντας εμπορικό κέρδος από την μεταπώληση. Η αγορά των δικτύων διανομής θεωρείται ως κατακερματισμένη. Από μία έρευνα των δικτύων διανομής τα οποία η επιχείρηση χρησιμοποιεί προκειμένου να προμηθευτεί τα προϊόντα τα οποία πουλά καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι ποσοστό μικρότερο του 10% των δικτύων διανομής του διαθέτει εταιρική ιστοσελίδα.

Η ένταση της χρήσης κάθε μίας εκ των διαφόρων λειτουργιών που μπορούν να αναπτυχθούν στα πλαίσια εφαρμογής των Εφαρμογών Ηλεκτρονικού Επιχειρείν για τα δίκτυα διανομής της επιχείρησης είναι:

- ✓ Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο – *Ελάχιστοι*
- ✓ Επικοινωνία γενικώς (Chat, Fax, κ.λ.π.) – *Ελάχιστοι*
- ✓ Αγορά Υπηρεσιών(online τραπεζικές εργασίες) – *Ελάχιστοι*
- ✓ Ηλεκτρονικό Επιχειρείν – Προμήθειες – *Ελάχιστοι*
- ✓ Ηλεκτρονικό Επιχειρείν – Πώληση – *Ελάχιστοι*
- ✓ Διαμόρφωση ιστοσελίδας για προβολή – *Η μειοψηφία*
- ✓ Ανεύρεση συνεργατών/προσωπικού – *Ελάχιστοι*
- ✓ Συναλλαγές με δημόσιο (ΤΑΧΙΣ, ΦΠΑ, ΙΚΑ) – *Ελάχιστοι*
- ✓ Εκπαίδευση από απόσταση – *Ελάχιστοι*

Από έρευνα της αγοράς των δικτύων διανομής διαπιστώθηκε ότι κανένα εκ των δικτύων διανομής δεν είναι καθαρά δικτυακό δίκτυο διανομής διαθέτοντας e-marketplace.

5.1.3 Προσδιορισμός, Αξιολόγηση και επιλογή Στρατηγικής

Εκτίμηση δυνατοτήτων επιχείρησης

Σημαντικό είναι να γίνει εκτίμηση των δυνατοτήτων της επιχείρησης. Η επιχείρηση πρέπει να μπορεί να εκμεταλλευτεί τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που θα εντοπιστούν κατά τη διάρκεια της διερεύνησης του περιβάλλοντος και να αντιμετωπίσει τους κινδύνους και τα προβλήματα που συνδέονται με την παρούσα ή μελλοντική δομή της επιχείρησης. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με μια swot ανάλυση, δηλαδή να αναλυθούν οι δυνάμεις, οι αδυναμίες, οι ευκαιρίες και οι απειλές.

Αρχικά, το μεγαλύτερο προσόν της επιχείρησης είναι το ότι διοικείται από άτομα που ασχολούνται ιδιαίτερα με την επιχείρηση και έχουν το σθένος να αντιμετωπίσουν ότι προβλήματα παρουσιαστούν. Επίσης, τα προϊόντα με τα οποία ασχολείται το κατάστημα είναι πιστά στην παράδοση και είναι κατά κάποιο τρόπο διαχρονικά γεγονός που σημαίνει ότι ένα ποσοστό πελατείας είναι σχετικά σταθερό.

Έπειτα, η επιχείρηση παρουσιάζει κάποιες αδυναμίες. Μια αρκετά σημαντική είναι η απειρία της ιδιοκτήτριας λόγω της μη ενασχόλησης της μέχρι πρότινος με το συγκεκριμένο κλάδο. Ακόμη, σημαντικό ρόλο παίζει και η έλλειψη κάποιου μεγάλου ονόματος που θα την

εδραιώσει στο χώρο σε αντίθεση με κάποιους άλλους που είναι χρόνια στο χώρο των παραδοσιακών προϊόντων.

Στη συνέχεια, σαν ευκαιρία θα μπορούσε να θεωρηθεί η συνεχής αναζήτηση παραδοσιακών προϊόντων από τους Έλληνες και η συνεχής αναζήτηση φτηνού ποιοτικού φαγητού ή ποτού. Η επιχείρηση θα μπορούσε να στραφεί σε μακροχρόνιες συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις, όπως είναι διάφορα εστιατόρια, με αποτέλεσμα μεγαλύτερο κέρδος σε φήμη και χρήματα.

Τέλος, αξίζει να αναφερθούμε και στις απειλές που υπάρχουν ή μπορεί να παρουσιαστούν στο μέλλον. Πολλές εταιρείες από νότιες ευρωπαϊκές χώρες έχουν αυξήσει κατά πολύ την εξαγωγή των παραδοσιακών τους προϊόντων. Ο ανταγωνισμός αυξάνεται και οι καταναλωτές μοιράζονται.

SWOT Analysis

Σε αυτό το σημείο υπάρχει ανάγκη να δημιουργηθεί ένα μοντέλο SWOT Analysis το οποίο είναι αποτέλεσμα της ανάλυσης του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος που έγινε παραπάνω. Τα δυνατά και τα αδύνατα σημεία προκύπτουν από το εσωτερικό περιβάλλον, σε αντίθεση με τις ευκαιρίες και τις απειλές που προκύπτουν από το εξωτερικό.

Δυνατά σημεία (Strengths)	Αδύνατα σημεία (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Πιστοποίηση προϊόντων ✓ Ποιότητα υπηρεσιών και προϊόντων ✓ Παροχή ηλεκτρονικής υπηρεσίας ✓ Ασφαλείς συναλλαγές ✓ Μικρό πλήθος προσωπικού ✓ Αναλογία κόστους τιμής ✓ Μονοπωλιακός χαρακτήρας που συνεπάγεται απουσία άμεσου ανταγωνισμού 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Αρκετά μικρό όνομα σε αντίθεση με άλλες προϋπάρχουσες επιχειρήσεις ✓ Η απειρία της ιδιοκτήτριας ✓ Η έλλειψη κάποιου μεγάλου ονόματος που θα τους εδραιώσει στο χώρο ✓ Περιορισμένο καταναλωτικό κοινό ✓ Αδυναμία χρηματοδότησης του συνόλου των απαιτούμενων έργων από ίδιους πόρους

Ευκαιρίες (Opportunities)	Απειλές (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Στροφή καταναλωτών στην ποιότητα προϊόντων ✓ Δημιουργία συνείδησης κατανάλωσης εγχώριων προϊόντων ✓ Ραγδαία ανάπτυξη διαδικτυακών συναλλαγών ✓ Μικρό εύρος ανταγωνιστικών εταιριών 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Κλειστό κύκλωμα καταστημάτων αγοράς τοπικών προϊόντων ✓ Ύπαρξη τυποποιημένων προϊόντων ✓ Μη εξοικειωμένο καταναλωτικό κοινό με αγορές μέσω διαδικτύου ✓ Κυριαρχία φτηνών προϊόντων από μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων ✓ Έντονα τοπικιστική αντίληψη στη κατανάλωση προϊόντων

Πίνακας 13: SWOT Analysis**Επιλογή στόχων**

Ο ορισμός των στόχων είναι αρκετά σημαντικός για την ύπαρξη της επιχείρησης.

Οι βραχυπρόθεσμοι στόχοι της επιχείρησης (τα δύο πρώτα χρόνια είναι):

- ✓ Πρωταρχικός και κύριος στόχος είναι μέσα στα χρόνια αυτά η επιχείρηση να μπορέσει να αποπληρώσει ένα μεγάλο ποσό του δανείου που πήρε για το αρχικό κεφάλαιο.
- ✓ Έπειτα εξίσου σημαντικός στόχος είναι μέσω της διαφήμισης η επιχείρηση να γίνει γνωστή στο ευρύ κοινό με αποτέλεσμα τον πρώτο χρόνο να ακολουθήσει μια σταθερή πορεία και στον επόμενο να ξεκινήσει μια επίσης σταθερή ανοδική πορεία .
- ✓ Επίτευξη καλύτερων τιμών.
- ✓ Βελτιστοποίηση λειτουργίας παραγγελιών (μείωση λαθών κλπ).

Οι μακροπρόθεσμοι στόχοι(τα επόμενα 5 χρόνια) είναι:

- ✓ Το δάνειο του κεφαλαίου να ξεχρεώνεται ομαλά και οι δόσεις να εξοφλούνται με όσο το δυνατόν μεγαλύτερη συνέπεια.
- ✓ Το κατάστημα να έχει αποκτήσει μια σταθερή πελατεία και να υπερκαλύπτει όσο το δυνατόν τα έξοδα της με τα έσοδα που έχει.
- ✓ Βελτίωση εταιρικής εικόνας προς τους προμηθευτές
- ✓ Σωστός σχεδιασμός & πρόβλεψη των πωλήσεων
- ✓ Τα οικονομικά της επιχείρησης να επιτρέπουν την απόκτηση μερικών ακόμα υπαλλήλων με σκοπό την ειδίκευση του καθενός σε συγκεκριμένο τομέα έτσι ώστε οι παραγγελίες να γίνονται όσο το δυνατόν μηχανικά και η δουλειά να γίνεται πιο γρήγορα.

Η στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση είναι:

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

- ✓ Αρχικά θα αποφασιστεί το ποσό του κεφαλαίου αρχής.
- ✓ Έπειτα θα παρθεί ένα δάνειο από μία τράπεζα με όσο το δυνατόν χαμηλότερο επιτόκιο.
- ✓ Έπειτα σειρά έχει η εύρεση των κατάλληλων χώρων. Τόσο του καταστήματος όσο και της αποθήκης των παραδοσιακών προϊόντων.
- ✓ Επόμενο στάδιο είναι ο ορισμός αρμοδιοτήτων και η κατασκευή της ιστοσελίδας
- ✓ Σειρά έχει το marketing και η διαφήμιση. Στο στάδιο αυτό δαπανείται ένα αρκετά σεβαστό ποσό του κεφαλαίου για διαφήμιση μέσω internet αλλά και “παραδοσιακή” όπως είναι το μοίρασμα φυλλαδίων και η βοήθεια από ήδη υπάρχουσες τρίτες επιχειρήσεις.
- ✓ Τον πρώτο καιρό που είναι ανοιχτή η επιχείρηση πρώτο μας μέλημα είναι η αποφυγή λαθών και η εξοικείωση. Επίσης φροντίδα μας είναι η συνέπεια ως προς τις δόσεις του δανείου.

Το κατάστημα που δημιουργήθηκε απευθύνεται κυρίως σε όλους τους κατοίκους της Ελλάδας και της Ευρώπης και το ίδιο και η ιστοσελίδα. Σκοπός είναι η εξοικείωση των Ευρωπαίων με τα ελληνικά προϊόντα. Έτσι η αγορά στην οποία απευθυνόμαστε είναι ευρύτερη. Επίσης εκτός από απλούς ιδιώτες πρώτο μέλημα είναι η συνεργασία με επιχειρηματίες του χώρου εστίασης και τροφίμων στην Ελλάδα και στην Ευρώπη, οι οποίοι θα αγοράζουν από την επιχείρηση με σκοπό την περαιτέρω χρησιμοποίηση στις δικές τους επιχειρήσεις (όπως για παράδειγμα ταβέρνες) ή την μεταπώληση τους.

Για να καταφέρει η επιχείρηση να βελτιώσει την θέση της στην αγορά σημαντικό είναι να αυξηθεί η πελατεία και να αποκτηθεί ένα όνομα. Για να συμβεί αυτό πρέπει να μειωθούν, όσο η βιωσιμότητα της επιχείρησης το επιτρέπει, οι τιμές χωρίς σε καμία περίπτωση να αλλάξει η ποιότητα των αγαθών. Αυτό βέβαια θα μπορέσει να γίνει σε κάποιο βάθος χρόνου με την βελτίωση των οικονομικών. Πρέπει επίσης να γίνεται διακριτική παρακολούθηση των ανταγωνιστών έτσι ώστε να ακολουθηθεί μια επιθετικά αλλά ηθική προσπάθεια για υπερίσχυση.

Η χρησιμοποίηση του κεφαλαίου όπως και των στελεχών πρέπει να γίνει με αρκετή σύνεση. Αυτό σημαίνει ότι τα χρήματα πρέπει να δοθούν όσο το δυνατόν όπως ορίζει ο αρχικός σχεδιασμός. Για να υπάρξει αποτελεσματικότητα σημαντικό είναι τα στελέχη να κάνουν έγκαιρα τις δουλειές που τους έχουν ανατεθεί και να είναι συνεπείς στις υποχρεώσεις τους. Αν όλα αυτά γίνουν σωστά θα υπάρξει αποτελεσματικότητα σε μεγάλο βαθμό και η επιχείρηση θα δουλεύει σαν ρολόι. Πιο συγκεκριμένα, σε πρώτο βαθμό ο ακριβής αρχικός υπολογισμός βοηθάει στην αποφυγή της σπατάλης χρημάτων και στο να μην υπάρχουν διαρροές. Σε δεύτερο βαθμό οι εργαζόμενοι πρέπει να πάρουν τις κατάλληλες θέσεις έτσι ώστε να μην γίνονται λάθη και να γίνεται η δουλειά όσο πιο αποτελεσματικά γίνεται.

Στρατηγική Πωλήσεων – Marketing

Οι δυνητικοί πελάτες της επιχείρησής μας είναι οι επιχειρήσεις και οι φορείς που επιθυμούν να προμηθευθούν αγνά και ποιοτικά αγαθά και προϊόντα ώστε να προβάλλουν όσο το δυνατό καλύτερη ποιότητα προς τους πελάτες τους. Τέτοιες επιχειρήσεις είναι:

- ✓ Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις
- ✓ Εστιατόρια
- ✓ Super Market

Οι επιχειρήσεις αυτοί δεν μπορούν να αναλάβουν το κόστος άμεσης και αυτόνομης αγοράς των προϊόντων τους, είτε γιατί το μέγεθός τους είναι πολύ μικρό, είτε τέτοιου είδους ενέργεια θα ήταν ασύμφορη γι' αυτούς, είτε, τέλος, δεν έχουν τη δυνατότητα άμεσης επαφής με προμηθευτές.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα των περιπτώσεων αυτών είναι:

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

- ✓ Ένα μικρό εστιατόριο δεν μπορεί να διαθέσει τόσα χρήματα ώστε να προμηθευτεί από μόνο του κρητικά προϊόντα απευθείας χωρίς κάποιον ενδιάμεσο.
- ✓ Μια τεράστια ξενοδοχειακή μονάδα απαιτεί πολύ μεγάλες ποσότητες προμήθειας το οποίο είναι πολλές φορές πολύ δύσκολο να επιτευχθεί από την ίδια την μονάδα.

5.1.4 Προετοιμασία προγράμματος δράσης

Ποιοτικές προδιαγραφές

Το κατάστημα μας θα παρέχει παραδοσιακά και βιολογικά προϊόντα υψηλής ποιότητας που θα προέρχονται από μικρούς παραγωγούς, βοσκούς και αγροτικούς συνεταιρισμούς από όλη την Ελλάδα. Η φιλοσοφία της επιχείρησης είναι να παρέχει στους πελάτες της την καλύτερη ποιότητα προϊόντων. Η ποιότητα εξασφαλίζεται με προϊόντα τα οποία είναι φτιαγμένα με αγνά υλικά, παραδοσιακές συνταγές και παραδοσιακές διαδικασίες παραγωγής.

Η αυθεντικότητα των παραδοσιακών προϊόντων μπορεί να διαπιστωθεί μόνο μέσω της δοκιμής και σύγκρισης με ανάλογα προϊόντα ίδιας ή διαφορετικής μεθόδου παραγωγής. Αυτό οφείλετε κυρίως στην χρήση των αγνών πρώτων υλών, στον παραδοσιακό τρόπο παραγωγής και την τυποποίηση του προϊόντος. Όλα τα προϊόντα παρασκευάζονται από μικρούς παραγωγούς, βοσκούς και αγροτικούς συνεταιρισμούς επίσης πολλά από τα προϊόντα φέρουν την ένδειξη αυθεντικότητας με πιστοποιητικά ποιότητας όπως είναι ΠΓΕ (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη) και ΠΟΠ (Προστατευόμενη Ονομασία Προέλευσης) τα οποία πιστοποιούν την παραδοσιακή μέθοδο παραγωγής και προέλευση.

Εικόνα, Θέση στην αγορά

Ιδιαίτερο ρόλο έχει και ο ορισμός της θέσης μας στην αγορά. Αυτό σημαίνει ότι μετά την ανάλυση της επιχείρησης, των προϊόντων και του ανταγωνισμού διαμορφώθηκε μια σαφή εικόνα για την ανταγωνιστική θέση που πρέπει να πάρει η εταιρία στην αγορά. Πρώτο μέλημα της επιχείρησης είναι να σταθεί στην αγορά σε σχέση με τους ανταγωνιστές με τον δυνατότερο ηθικό τρόπο.

Αυτό σημαίνει ότι δεν επιθυμούμε σε καμία περίπτωση να διαβάλλουμε τους ανταγωνιστές αλλά αυτό που επιθυμούμε είναι με την ποιότητα των προϊόντων να υπερισχύσουμε στην αγορά και να φτιάξουμε μετά από ένα χρονικό διάστημα ένα όνομα συνώνυμο της ελληνικής παράδοσης στο χώρο των παραδοσιακών αγαθών. Έτσι, στόχος μας είναι να σταθούμε στην αγορά σαν ένα όνομα που δεν έχει πρόθεση να λειτουργήσει εις βάρος του καταναλωτή και να καταφέρει να του δείξει ότι πρώτο ρόλο παίζει η ποιότητα.

Αξιολόγηση -Επιλογή -Όροι συνεργασίας για τα δίκτυα διανομής

Τα δίκτυα διανομής που επιλέγει η εταιρία να επικεντρωθεί είναι σε πρώτο βαθμό ιδιώτες και εν συνεχεία με άλλους επαγγελματίες οι οποίοι θα αγοράζουν τα προϊόντα με σκοπό να τα χρησιμοποιήσουν στις δικές τους επιχειρήσεις σε ποσοστά 70% για ιδιώτες και 30% για επαγγελματίες. Αν και κύριο μέλημα μας είναι οι ιδιώτες σημαντικό ρόλο στα έσοδα παίζουν και οι μεγάλες παραγγελίες των επιχειρηματιών. Εκείνοι που θα χρειαστούν μακροχρόνια συνεργασία υπογράφουν ένα τυπικό συμβόλαιο το οποίο εξασφαλίζει τα χρήματα που περιμένει η επιχείρηση από τις συνεργασίες αυτές.

Σημαντικοί όροι που αφορά την αγορά από την ιστοσελίδα είναι:

- ✓ Τα έξοδα επιστροφής επιβαρύνουν τον πελάτη.
- ✓ Τα εμπορεύματα ταξιδεύουν με ευθύνη του αγοραστή.
- ✓ Ειδικές παραγγελίες ΔΕΝ ακυρώνονται και τα εμπορεύματα ΔΕΝ επιστρέφονται.

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

- ✓ Η κυριότητα των εμπορευμάτων παραμένει στην επιχείρηση μέχρι την εξόφληση τους.

Προετοιμασία διαφημιστικής καμπάνιας

Μετά την ίδρυση του καταστήματός το πρώτο μέλημα είναι η σωστή προώθηση του. Για αυτό το λόγο χρειαζόταν η σωστή διαφήμιση και η προετοιμασία της διαφημιστικής καμπάνιας. Στόχος είναι η δημιουργία κύκλου πελατών που εμπνέουν εμπιστοσύνη και να είναι συνεπής στις υποχρεώσεις τους. Όλα τα παραπάνω θα επιδιωχθούν με τους εξής τρόπους:

- ✓ Σαν πρώτο βήμα θα επιδιώξω να διαφημίσω το κατάστημα μέσω κύκλου γνωριμιών. Αυτό το στάδιο αποτελεί μεγάλο βήμα για μας γιατί είναι κοντά στην φιλοσοφία που χαρακτηρίζει την επιχείρηση μου.
- ✓ Ένας ακόμα τρόπος διαφήμισης που θα επιδιώξω είναι η δημιουργία ειδικών προσφορών σε προϊόντα μας και δημιουργία ειδικών συνδυασμών πιστώσεων.
- ✓ Η εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων του social network (Facebook, Twitter) σε θέματα διαφήμισης αποτελεί έναν από τους στόχους μου. Αναλυτικότερα, θα δημιουργήσω ομάδες (group) από τις οποίες οι πελάτες μου θα μπορούν να ενημερώνονται για τα νέα του καταστήματος.
- ✓ Η έκδοση και διανομή διαφημιστικών εντύπων είναι ένας ακόμα αποτελεσματικός τρόπος διαφήμισης.
- ✓ Προώθηση της επιχείρησής σας από κοινού με άλλους επαγγελματίες δια μέσου μαζικής αποστολής αλληλογραφίας.
- ✓ Διαφήμιση σε κάποιον ειδικευμένο κατάλογο.
- ✓ Συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις στις οποίες η επιχείρηση θα παίρνει μέρος ώστε να προβάλει και να αναδεικνύει τα προϊόντα της.

Λόγω ότι η επιχείρησή είναι ακόμα καινούργια στον χώρο δεν θα επεκταθώ περισσότερο από ότι προανέφερα στον χώρο της διαφήμισης. Με μια πρόχειρη ανάλυση του κόστους των διαφημίσεων που ανέλυσα παραπάνω, το ύψος του κεφαλαίου που θα διαθέσω δεν θα ξεπερνάει το ποσό των 12.000€. Στο μέλλον θα τεθούν νέοι στόχοι οι οποίοι θα απαιτούν και μεγαλύτερο κεφάλαιο από αυτό που προαναφέρθηκε.

Προετοιμασία διαφημιστικού προγράμματος

Παρακάτω θα αναλυθεί ένα χρονοδιάγραμμα με κάποιους από τους στόχους που θα επιτευχθούν όσον αφορά την το πρόγραμμα της διαφημιστικής καμπάνιας.

Χρονική περίοδος	Είδος διαφήμισης
Μέσα στον 1^ο μήνα	Διαφήμιση σε κύκλο γνωριμιών
	Χρήση Social Network (Facebook, Twitter, Youtube)
Μέσα στο 1^ο εξάμηνο	Δημιουργία προσφορών και εκπτώσεων σε προϊόντα
	Μαζική αποστολή αλληλογραφίας σε

	επαγγελματίες
	Έκδοση και διανομή διαφημιστικών εντύπων
	Διαφήμιση σε κάποιον ειδικευμένο κατάλογο ή στο Χρυσό Οδηγό.
Αρχές 2^{ου} εξαμήνου ~ τέλος 1^{ου} χρόνου	Δημιουργία μιας ετικέτας με την εταιρική επωνυμία σας, την οποία θα τοποθετήσετε στα αυτοκίνητα της επιχείρησής σας.
	Βελτίωση της σήμανσης του κτιρίου σας και τις κατευθυντήριες πινακίδες στο εσωτερικό και το εξωτερικό του.
	Διαφήμιση στα μέσα μαζικής επικοινωνίας (ράδιο, έντυπα κ.α.)

Πίνακας 14: Χρονοδιάγραμμα Διαφημιστικού Προγράμματος

5.1.5 Υλοποίηση-Παρακολούθηση, Αναθεωρήσεις προγράμματος

Αναλυτικός έλεγχος όλων των στοιχείων του marketing για σωστή διάγνωση της υπάρχουσας κατάστασης όπως :

- ✓ Αντικειμενικοί Στόχοι Marketing
- ✓ Στρατηγική Marketing
- ✓ Οργάνωση Ανάλυση κερδοφορίας και κόστους

Το Σύστημα Εσωτερικού Ελέγχου περιλαμβάνει τις πολιτικές και διαδικασίες που τίθενται από έναν οργανισμό ή μία επιχείρηση με σκοπό να παρέχουν λογική επιβεβαίωση ότι οι στόχοι τους θα πραγματοποιηθούν οικονομικά, αποτελεσματικά και αποδοτικά.

Αντικειμενικός σκοπός του Εσωτερικού Ελέγχου (Internal Audit) είναι η παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών προς τη διοίκηση, μέσω επιστημονικών προσεγγίσεων και αναλύσεων με σκοπό την αξιολόγηση του Συστήματος.

Εσωτερικός έλεγχος περιβάλλοντος Marketing

Έρευνα Αγοράς

Η επιχείρηση θα έχει θετικά αποτελέσματα μόνο εάν υπάρξει αποτελεσματικό marketing. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί ξεκινώντας με προσεχτική και συστηματική έρευνα. Είναι παρακινδυνευμένο να υποθέσει κάποιος ότι γνωρίζει εξ αρχής την αγορά που θέλει να κατακτήσει χωρίς να έχει προϋπάρξει μια σχετική έρευνα αγοράς.

Υπάρχουν δυο είδη έρευνας αγοράς: η «πρωτογενής» και η «δευτερογενής». Στην περίπτωση της δευτερογενούς έρευνας κάποιος μπορεί να χρησιμοποιήσει δημοσιευμένες

πληροφορίες που ανευρίσκονται σε προφίλ της αγοράς, επαγγελματικά έντυπα, εφημερίδες, περιοδικά, στατιστική υπηρεσία, στοιχεία δημογραφικής απογραφής, κλπ.

Στην περίπτωση της πρωτογενούς έρευνας θα πρέπει να συλλέξει πληροφορίες μόνος του ο επιχειρηματίας. Για παράδειγμα μέσω του Χρυσού Οδηγού μπορούν να αναγνωριστούν οι πιθανοί ανταγωνιστές ενώ μέσω του Τηλεφωνικού Κατάλογου μπορούν να εντοπιστούν πιθανοί πελάτες ή ομάδες πελατών και να γίνουν ποσοτικές ή/και ποιοτικές έρευνες για τις προτιμήσεις τους. Βεβαίως η πιο γρήγορη και οικονομική πρωτογενής έρευνα είναι το διαδίκτυο, μέσω των διαφόρων search engines που υπάρχουν.

Η μεταβλητότητα της σημερινής αγοράς και η ανάγκη προσαρμογής στα νέα οικονομικά, πολιτικά και κοινωνικά δεδομένα καθιστούν απαραίτητη για τις επιχειρήσεις την εφαρμογή ενός αποδοτικού Marketing Plan. Η κατάρτιση ενός Πλάνου Marketing πρέπει να βασίζεται σε πλήρη ανάλυση του εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης και να στοχεύει στη βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσης των προϊόντων / υπηρεσιών της με ταυτόχρονη εξασφάλιση της απαιτούμενης βιωσιμότητας και κερδοφορίας. Επομένως, θα ήταν καλό η επιχείρηση να εξετάζει αν, και τι ακριβώς θα πρέπει να αλλάξει, ώστε να ανταποκρίνεται στις εκάστοτε αλλαγές των προτιμήσεων των πελατών, στα νέα προϊόντα ή / και τους ανταγωνιστές, στις μεταβολές των τιμών κ.ο.κ.

Μέσα σε ένα δεδομένο περιβάλλον, η στρατηγική του marketing σχετίζεται ουσιαστικά με την αλληλεπίδραση των εξής τριών δυνάμεων:

- ✓ Πελάτη
- ✓ Ανταγωνισμού
- ✓ Επιχείρησης

Ανάλυση Αγοράς/Οικονομικοί Παράγοντες

Από την παραπάνω έρευνα αγοράς προσπαθήσαμε να εντοπίσουμε αξιόπιστα στοιχεία για τον κλάδο στον οποίο ανήκει η εταιρία μας:

- ✓ Μέγεθος αγοράς
- ✓ Επιθυμητό μερίδιο αγοράς
- ✓ Παρούσα ζήτηση στην αγορά που στοχεύουμε
- ✓ Τάσεις της αγοράς- στόχος αναφορικά με: ανάπτυξη, προτιμήσεις καταναλωτή, και εξέλιξης προϊόντος
- ✓ Προοπτική ανάπτυξης και ευκαιρία για επιχείρηση του μεγέθους σου

Πελατεία

Ο στόχος της επιχείρησης που έχουμε θέσει είναι η περιγραφή του προϊόντος που θα παρέχουμε έτσι ώστε ο πελάτης να προτιμήσει την επιχείρηση e-Greco από τις άλλες ανταγωνίστριες. Ο πελάτης θα πρέπει να κατανοήσει την αξία που παρέχει το προϊόν και το πως θα ωφεληθεί απ' αυτό.

Οφέλη προϊόντος για τον Πελάτη

Για να γνωρίζει ο πελάτης τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσει από την εταιρία πρέπει να παρατεθούν τα παρακάτω σημαντικά θέματα :

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

- ✓ Περιγραφή των βασικότερων χαρακτηριστικών της επιχείρησης. Τι το ιδιαίτερο διαθέτει (μοναδικότητα και καινοτομία).
- ✓ Περιγραφή των οφελών τους. Τι προσφέρει το συγκεκριμένο προϊόν στον πελάτη ώστε να προτιμηθεί (τιμή και ποιότητα).

Ανταγωνισμός

Οι πελάτες σήμερα χρειάζονται έναν πολύ σημαντικό λόγο για να επισκεφτούν μια ιστοσελίδα και, όταν βρίσκονται εκεί, χρειάζονται πάλι ένα πολύ σημαντικό λόγο για να αγοράσουν κάτι και να ξαναγυρίσουν. Στο διαδίκτυο ο ανταγωνισμός είναι έντονος και προέρχεται από επιχειρήσεις μικρότερης, ίδιας ή και μεγαλύτερης οικονομικής δυνατότητας. Άρα χρειάζεται να διαμορφωθεί ένα ξεκάθαρο και κατανοητό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, δηλαδή μια στρατηγική τοποθέτηση στην αγορά που θα διαφοροποιεί και προφυλάσσει την εταιρία από τον ανταγωνισμό.

Με το παραπάνω σκεπτικό πρέπει να διερευνηθούν τα εξής:

- ✓ Ανταγωνιστικά προϊόντα και εταιρείες.
- ✓ Αναφορά στους βασικούς ανταγωνιστές.
- ✓ Θα είναι ανταγωνιστικοί σε όλα τα επίπεδα ή επιλεκτικά σε κάποια προϊόντα, πελάτες ή περιοχές.
- ✓ Πως θα συγκρίνονται τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες με τα αντίστοιχα ανταγωνιστικά.

Πρόβλεψη Πωλήσεων

Η πρόβλεψη των πωλήσεων θα μας βοηθήσει στην σωστή διαχείριση του προϋπολογισμού μας και στην σωστή λειτουργία της επιχείρησης. Αυτό θα πρέπει καταρχάς να γίνεται μήνα-μήνα για τον πρώτο χρόνο, και αργότερα κάθε τέσσερις μήνες. Οι προβλέψεις θα γίνονται βάσει των ιστορικών πωλήσεων, των στρατηγικών μάρκετινγκ που μόλις περιέγραψα και την ερευνα αγοράς.

Αποτελεί βέλτιστη πρακτική να γίνουν δυο προβλέψεις :

- ✓ «Καλύτερη εκτίμηση», δηλαδή τι περιμένουμε ρεαλιστικά
- ✓ «Χειρότερη περίπτωση», δηλ μια χαμηλή εκτίμηση την οποία είμαστε σίγουροι ότι θα πετύχουμε, άσχετα του τι μπορεί να συμβεί.

Εσωτερικός έλεγχος στρατηγικής

Στρατηγική Ανταγωνισμού& Ανταγωνιστικό Πλεονέκτημα

Η επιχείρηση μου υπερέχει έναντι των ανταγωνιστών της:

- ✓ Στην αναλογία κόστους τιμής που πουλά τα προϊόντα της,
- ✓ Στην τεχνολογία και την αφομοίωσή της στον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης,
- ✓ Στην γκάμα των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχει στους πελάτες της
- ✓ Στην ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων και της παροχής των υπηρεσιών.

Εσωτερικός έλεγχος οργάνωσης

Περιγραφή Θέσεων	
Σύντομη περιγραφή θέσεων εργασίας (αρμοδιοτήτων)	<p>Ιδιοκτήτης: Διαχείριση, Οικονομικά, Συμφωνίες</p> <p>Υπάλληλος 1: Εμπορικό Τμήμα</p> <p>Υπάλληλος 2: Αποθήκευση</p> <p>Υπάλληλος 3: Υπεύθυνος παραδόσεων</p>
Δραστηριότητες της εταιρείας που έχουν ανατεθεί σε εξωτερικούς συνεργάτες, έστω εν μέρει (Outsourcing)	<ul style="list-style-type: none"> • Λογιστήριο • Συντήρηση Ηλεκτρονικών υπολογιστών – Εφαρμογών • Χημικές αναλύσεις, πιστοποιήσεις

Πίνακας 15: Οργανωτική Δομή Εταιρείας**Εσωτερικός έλεγχος συστημάτων**

Οι έλεγχοι των Συστημάτων Πληροφορικής - επικεντρώνονται στη διασφάλιση της ασφάλειας, εμπιστευτικότητας, ακεραιότητας και διαθεσιμότητας των πληροφοριών. Η αυξανόμενη εξάρτηση των σύγχρονων επιχειρήσεων στις λογισμικές και υλιστικές εφαρμογές καθιστούν τη διασφάλιση των πιο πάνω ζωτικής σημασίας, αφού όλες σχεδόν οι στρατηγικές αποφάσεις λαμβάνονται με βάση την ηλεκτρονική επεξεργασία διάφορων δεδομένων.

Η ανασκόπηση ή Διαχείριση Κινδύνων είναι η μεθοδολογία με βάση την οποία εντοπίζονται και αξιολογούνται (ως προς την επίδραση και την πιθανότητά τους να συμβούν), οι κίνδυνοι που απειλούν την επίτευξη των στόχων του οργανισμού ή της μονάδας ή ακόμα και κάποιας δραστηριότητας. Για να γίνουν σωστά οι ελεγκτικές εργασίες ακολουθείται ένας δομημένος, συστηματικός και αναλυτικός τρόπος. Όλοι οι έλεγχοι προγραμματίζονται ως προς το σκοπό και το εύρος τους. Γίνεται εκτίμηση του απαιτούμενου χρόνου και των ανθρωποωρών και προγραμματίζεται η ημερομηνία έναρξης και λήξης του έργου.

Εντοπίζονται τα συστήματα ελέγχου και ελέγχεται η αποτελεσματικότητά τους μέσω:

- ✓ Συνεντεύξεων με το προσωπικό

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

- ✓ Παρακολούθησης των διαφόρων λειτουργιών
- ✓ Μελέτης των σχετικών λειτουργικών οδηγιών
- ✓ Ελέγχου των αρχείων.

Ο έλεγχος αυτός γίνεται για να διασφαλιστεί :

- ✓ Η υποστήριξη των δομών και μηχανισμών της δημόσιας διοίκησης με υποδομή και παροχή εξειδικευμένης τεχνογνωσίας και παράλληλα εφαρμογή συστημάτων διασύνδεσης της απόδοσης με αμοιβές , αλλά και ποινές.
- ✓ Η απλούστευση των διαδικασιών και μηχανισμών ελέγχου, αλλά εφαρμογή αυστηρότερων και ουσιαστικότερων κυρώσεων σε περίπτωση αδιαφάνειας διαδικασιών, χαμηλής ποιότητας προϊόντων/ υπηρεσιών, σημαντικών καθυστερήσεων και τυχόν άνομων συναλλαγών.
- ✓ Η βελτίωση του συντονισμού και της συνεργασίας, μεταξύ των δημοσίων υπηρεσιών και αρχών, που εμπλέκονται στην εφαρμογή του ΚΠΣ.

Παραγωγική Διαδικασία	
Κατάσταση παραγωγικού εξοπλισμού	Η κατάσταση του παραγωγικού εξοπλισμού της επιχείρησης κρίνεται ικανοποιητική.
Δυνατότητα προσαρμογής διαδικασίας παραγωγής για ικανοποίηση απαιτήσεων πελατών	Η δυνατότητα προσαρμογής της παραγωγικής διαδικασίας έτσι ώστε να ικανοποιηθούν οι ανάγκες των πελατών κρίνεται: Ικανοποιητική
Συνεχής λειτουργία, χωρίς διακοπές λόγω έλλειψης/καθυστερήσης υλικών	Δεν υπάρχει έλλειψη ή/και καθυστέρηση πρώτων υλών στην επιχείρηση και έτσι η λειτουργία είναι συνεχής και η όλη κατάσταση κρίνεται : Ικανοποιητική
Εξασφάλιση ποιότητας υλικών και προϊόντων	Ικανοποιητική. Η επιχείρηση φροντίζει πάντα ώστε τα προσφερόμενα προϊόντα και υπηρεσίες να είναι άριστης ποιότητας προκειμένου να επαυξήσει την ικανοποίηση των πελατών της.
Εφοδιαστική Λειτουργία Παραγωγής	

Ακριβής τήρηση αποθέματος	Σε αυτόν τον τομέα ο επιχειρηματίας κρίνει ότι υπάρχει ικανοποιητική τήρηση αποθεμάτων.
Ποσότητα αποθέματος ασφαλείας	Δεν υπάρχουν ικανοποιητικά αποθέματα ασφαλείας και σε αυτόν τον τομέα υπάρχει ανάγκη βελτίωσης.
Αριθμός ελλείψεων αποθέματος	Υπάρχουν ελλείψεις στην επιχείρηση συνεπώς και ανάγκη βελτίωσης.
Πρόβλεψη για κατάλληλα επίπεδα αποθέματος	Η πρόβλεψη για κατάλληλα επίπεδα αποθέματος χρίζει βελτίωσης αφού δεν υπάρχουν τα στοιχεία αυτά που είναι απαραίτητα για σωστές προβλέψεις.
Κόστη διαχείρισης αποθέματος & αποθήκης	Το κόστος διαχείρισης του αποθέματος και της αποθήκης χρειάζεται βελτίωση.
Χρόνος παραλαβής υλικών από προμηθευτές	Ο χρόνος παραλαβής των υλικών από τους προμηθευτές της επιχείρησης χρειάζεται βελτίωση.
Κόστη αγοράς υλικών	Τα κόστη για την αγορά των υλικών και των προϊόντων που εμπορεύεται η εταιρία κρίνεται ικανοποιητική.
Χρόνος αποστολής - παράδοσης προϊόντων στα δίκτυα διανομής	Ο χρόνος αποστολής - παράδοσης προϊόντων στα δίκτυα διανομής κρίνεται ικανοποιητικός καθώς αυτά παραδίδονται στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης σε χρόνο που καθορίζεται από κοινού μεταξύ δικτύου διανομής και επιχειρηματία.
Χρόνος αποστολής - παράδοσης προϊόντων στους πελάτες	Ο χρόνος αποστολής - παράδοσης των προϊόντων στους πελάτες κρίνεται ως ικανοποιητικός αφού εξυπηρετούνται άμεσα ή στον προσυμφωνημένο χρόνο.

Πίνακας 16: Εσωτερικός έλεγχος παραγωγικότητας

5.2 ΤΟ Η-ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ E-GRECO

Η εταιρεία e- Greco στηρίζοντας το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει δημιουργήσει το ηλεκτρονικό κατάστημα www.e-greco.gr. Μέσω του ηλεκτρονικού αυτού χώρου θα δίνεται η δυνατότητα στους πελάτες να προμηθεύονται τα προϊόντα της εταιρείας ανεξαρτήτως της γεωγραφικής τους θέσης. Μέσω της πληρότητας των περιγραφόμενων προϊόντων που αναρτώνται στο ηλεκτρονικό κατάστημα, όποιος επιθυμεί μπορεί να απολαμβάνει το προνόμιο της άμεσης επαφής με παραδοσιακά προϊόντα, γρήγορα και εύκολα. Το ηλεκτρονικό κατάστημα e- Greco εμπορεύεται παραδοσιακά ελληνικά προϊόντα όπως μαρμελάδες, γλυκά του κουταλιού και χειροποίητα ζυμαρικά. Στόχος του είναι να προωθήσει σε όλον τον κόσμο τα ελληνικά προϊόντα και να γνωρίσουν όλοι την αξία της ελληνικής γης.

5.2.1 Απαιτήσεις ηλεκτρονικού καταστήματος

Με στόχο την επιλογή των κατάλληλων τεχνολογιών υλοποίησης του ηλεκτρονικού καταστήματος, κρίνεται απαραίτητη η αποτύπωση των απαιτήσεων. Οι απαιτήσεις τις οποίες καλείται να καλύψει το η-κατάστημα περιγράφονται στις ενότητες που ακολουθούν.

5.2.1.1 Ασφάλεια

Είναι πολύ σημαντικό, σε ένα η-κατάστημα να δημιουργείται κλίμα ασφάλειας προς τους πελάτες, καθώς απαιτείται η εγγραφή προσωπικών στοιχείων των πελατών στην βάση δεδομένων του η-καταστήματος. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να δοθεί μεγάλη προσοχή στα ακόλουθα:

- ✓ τρόπος αυθεντικοποίησης και ταυτοποίησης των χρηστών του η-καταστήματος
- ✓ έλεγχος πρόσβασης των ήδη εγγεγραμμένων χρηστών στις σελίδες του η-καταστήματος
- ✓ προστασία των προσωπικών δεδομένων των πελατών του e-Greco
- ✓ προστασία της ακεραιότητας των τιμολογίων

5.2.1.2 Απλότητα στην χρήση

Το η-κατάστημα θα πρέπει να υλοποιηθεί με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να χρησιμοποιηθεί και από χρήστες οι οποίοι δεν είναι πολύ εξοικειωμένοι .

5.2.1.3 Αισθητική

Σε όλες τις σελίδες του η-καταστήματος θα πρέπει να χρησιμοποιηθούν χρώματα και γραμματοσειρές οι οποίες θα καθοδηγούν τον χρήστη/πελάτη να βρει εύκολα τις πληροφορίες και τα προϊόντα για τα οποία ενδιαφέρεται.

5.2.1.4 Ευκολία στην εκμάθηση

Θα πρέπει το η-κατάστημα να σχεδιαστεί ακολουθώντας τα ίδια λογικά βήματα, τις ίδιες συμβάσεις ώστε να επιτευχθεί η ομοιογένεια σε όλες τις σελίδες του.

5.2.1.5 Αποφυγή σύγχυσης του χρήστη

Θα πρέπει το η-κατάστημα να σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να περιηγείται ο χρήστης εύκολα στις σελίδες του e-Greco αποφεύγοντας την σύγχυση.

5.2.1.6 Δυνατότητα αποφυγής λαθών και εύκολης διαχείρισης λαθών

Θα πρέπει να ληφθούν υπόψη μας τρόποι αποφυγής λαθών κάνοντας χρήση ειδικά διαμορφωμένων φορμών και μηνυμάτων τα οποία θα καθοδηγούν και θα ενημερώνουν τον χρήστη για την διόρθωση του λάθους.

5.2.2 Τεχνολογίες e-Greco

Λαμβάνοντας υπόψη τις απαιτήσεις της προηγούμενης ενότητας, στην ενότητα αυτή περιγράφονται οι τεχνολογίες οι οποίες επιλέχθηκαν για την υλοποίηση του η-καταστήματος e-Greco. Πιο αναλυτικά, χρησιμοποιήθηκε:

- ✓ η γλώσσα ανάπτυξης web εφαρμογών asp .net 4
- ✓ η αντικειμενοστραφής γλώσσα προγραμματισμού c#
- ✓ η βιβλιοθήκη jquery της Javascript
- ✓ το πρότυπο XCBL (XML COMMON BUSINESS LANGUAGE) [65Error! Reference source not found.] για την δημιουργία των τιμολογίων
- ✓ το openssl για την δημιουργία αυτό-υπογεγραμμένου πιστοποιητικού χρήση με τον αλγόριθμο RSA
- ✓ το πρότυπο RFC4051 [0] το οποίο ορίζει την δομή της xml ψηφιακής υπογραφής
- ✓ το πρότυπο SEPA, για την ηλεκτρονική πληρωμή

5.2.3 Ομάδες Χρηστών

Στην συγκεκριμένη ενότητα περιγράφονται οι ομάδες των χρηστών του ηλεκτρονικού καταστήματος e-Greco. Συγκεκριμένα, δημιουργήθηκαν τρεις διαφορετικές ομάδες χρηστών οι οποίες έχουν διαφορετικές δυνατότητες πρόσβασης στα περιεχόμενα του ηλεκτρονικού καταστήματος. Οι ομάδες αυτές, δημιουργήθηκαν έπειτα από την αποτύπωση των απαιτήσεων και οι δυνατότητές τους περιγράφονται παρακάτω.

- ✓ **Επισκέπτης.** Η συγκεκριμένη ομάδα χρηστών αφορά στους επισκέπτες του ηλεκτρονικού καταστήματος οι οποίοι είναι σε θέση:
 - να βρουν πληροφορίες σχετικά με την εταιρεία
 - να βρουν πληροφορίες σχετικά με τα προϊόντα του e-Greco (τιμές, περιγραφή, φωτογραφίες)
 - να διαβάσουν την πολιτικής ασφάλειας του e-Greco
 - επικοινωνήσουν με το προσωπικό του e-Greco
 - να εγγραφούν ως μέλη του e-Greco
- ✓ **Εγγεγραμμένος χρήστης.** Η ομάδα αυτή αφορά τους πελάτες οι οποίοι είναι σε θέση:
 - να διεξάγουν μια on-line παραγγελία
 - να δουν το καλάθι αγορών
 - να επεξεργαστούν τα προσωπικά τους στοιχεία
 - να διαχειριστούν τις παραγγελίες τους
- ✓ **Διαχειριστής.** Η ομάδα αυτή αποτελεί την ομάδα διαχείρισης του e-Greco, όπου τα μέλη της είναι σε θέση:
 - να εισάγουν νέο προϊόν στο η-κατάστημα
 - να επεξεργαστούν τα στοιχεία ενός υπάρχοντος προϊόντος
 - να επεξεργαστούν τις παραγγελίες των πελατών

- ο να επεξεργαστούν τα ηλεκτρονικά τιμολόγια

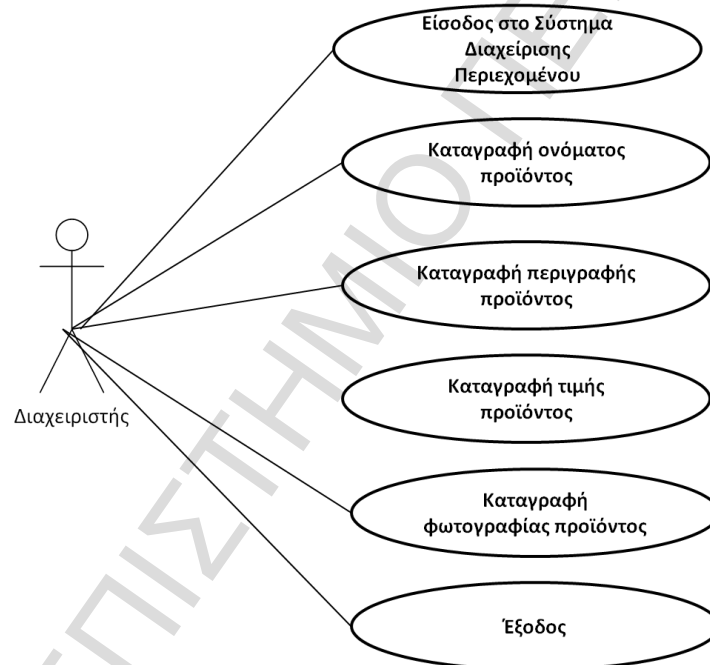
5.2.4 Ενδεικτικά Σενάρια Χρήσης

Στην ενότητα αυτή, παρουσιάζονται τρία (3) ενδεικτικά σενάρια χρήσης του η-καταστήματος e-Greco ώστε να γίνει πιο κατανοητή η λειτουργικότητά του.

5.2.4.1 Σενάριο λειτουργίας A: Καταγραφή προϊόντων από τον Διαχειριστή του e-Greco

Το σενάριο αυτό εκτελείται από τον διαχειριστή του e-Greco και περιλαμβάνει τις ακόλουθες λειτουργίες, όπως περιγράφονται από το αντίστοιχο διάγραμμα UML (Εικόνα 8):

- ✓ Είσοδος στο Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου.
- ✓ Καταγραφή ονόματος προϊόντος
- ✓ Καταγραφή περιγραφής προϊόντος
- ✓ Καταγραφή τιμής προϊόντος
- ✓ Καταγραφή φωτογραφίας προϊόντος
- ✓ Έξοδος.



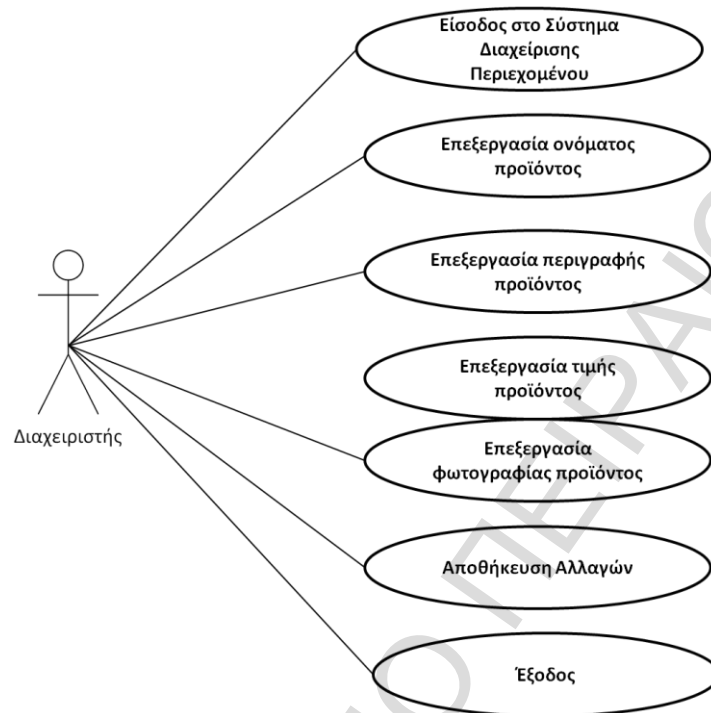
Εικόνα 10: Καταγραφή προϊόντων από τον Διαχειριστή του e-Greco

5.2.4.2 Σενάριο λειτουργίας B: Ανανέωση προϊόντων από τον Διαχειριστή του e-Greco

Το σενάριο αυτό εκτελείται από τον διαχειριστή του e-Greco και περιλαμβάνει τις ακόλουθες λειτουργίες, όπως περιγράφονται από το αντίστοιχο διάγραμμα UML (Εικόνα 2):

- ✓ Είσοδος στο Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου.
- ✓ Επεξεργασία ονόματος προϊόντος
- ✓ Επεξεργασία περιγραφής προϊόντος
- ✓ Επεξεργασία τιμής προϊόντος
- ✓ Επεξεργασία φωτογραφίας προϊόντος

- ✓ Αποθήκευση Αλλαγών
- ✓ Έξοδος.

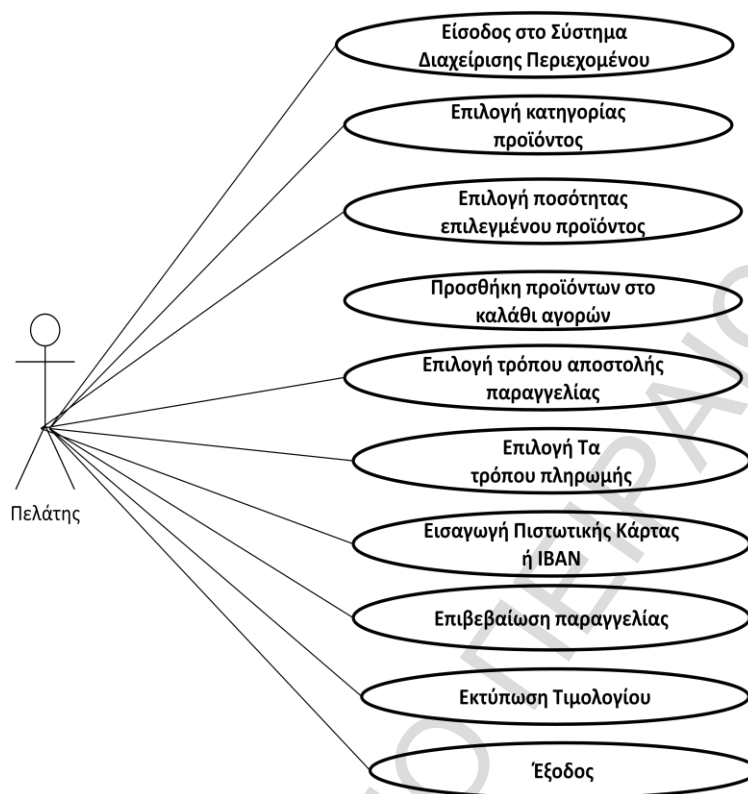


Εικόνα 11: Ανανέωση προϊόντων από τον Διαχειριστή του e-Greco

5.2.4.3 Σενάριο λειτουργίας Γ: Διεξαγωγή παραγγελίας ενός πελάτη του e-Greco

Το σενάριο αυτό εκτελείται από όλους τους εγγεγραμμένους χρήστες του e-Greco και περιλαμβάνει τις ακόλουθες λειτουργίες, όπως περιγράφονται από το αντίστοιχο διάγραμμα UML (Εικόνα 13):

- ✓ Είσοδος στο Σύστημα Διαχείρισης Περιεχομένου.
- ✓ Επιλογή κατηγορίας προϊόντος
- ✓ Επιλογή ποσότητας επιλεγμένου προϊόντος
- ✓ Προσθήκη επιλεγμένων προϊόντων στο καλάθι αγορών
- ✓ Επιλογή τρόπου αποστολής της παραγγελίας
- ✓ Επιλογή Τρόπου πληρωμής
- ✓ Εισαγωγή Πιστωτικής Κάρτας ή IBAN
- ✓ Επιβεβαίωση παραγγελίας
- ✓ Εκτύπωση Τιμολογίου
- ✓ Έξοδος.



Εικόνα 12: Διεξαγωγή παραγγελίας ενός πελάτη του e-Greco

6 Συμπεράσματα- Περίληψη

Η εξέλιξη των διαδικτυακών τεχνολογιών και του διαδικτύου άνοιξε νέους ορίζοντες στην έννοια της επιχειρηματικότητας και του εμπορίου. Η ηλεκτρονική τιμολόγηση και οι ηλεκτρονικές πληρωμές είναι εργαλεία στα χέρια των επιχειρηματιών και των καταναλωτών που δεν πρέπει να μείνουν ανεκμετάλλευτα. Η επιχειρηματικότητα ξεφεύγει από τα στενά όρια της χώρας και της γειτονιάς και επεκτείνεται παγκοσμίως. Μια επιχείρηση, εάν το επιθυμεί, μπορεί να δράσει με την ίδια ευκολία σε όποια χώρα επιθυμεί. Το ηλεκτρονικό επιχειρείν μπορεί να δώσει λύσεις τόσο στους καταναλωτές όσο και στις επιχειρήσεις και να είναι ο κύριος μοχλός ανάπτυξης τους. Η ηλεκτρονική αγορά διαφέρει από τη συμβατική καθώς διαμορφώνει τους δικούς της νόμους, κανόνες και τάσεις.

Χρόνο με το χρόνο οι καταναλωτές εξοικειώνονται με τις νέες τεχνολογίες και πλέον τις αποζητούν. Η ευχρηστία, οι πολλοί και ασφαλείς τρόποι πληρωμής, η εξασφάλιση της καλύτερης τιμής και σύγκριση προϊόντων μέσα από μια μεγάλη γκάμα είναι αναμφισβήτητα προνόμια της ηλεκτρονικής αγοράς. Αυτό δείχνουν να το έχουν κατανοήσει πλήρως οι εταιρείες και για αυτό στρέφονται όλο και περισσότερο στις ηλεκτρονικές υπηρεσίες. Σύμμαχος τους αποτελούν οι τράπεζες. Με τις νέες υπηρεσίες που προσφέρουν στους πελάτες τους (e-banking, SEPA) διευκολύνουν τις συναλλαγές και εκμηδενίζουν τη γραφειοκρατία. Ένα

τροχοπέδη που για χρόνια εμπόδιζε την ανάπτυξη και την υλοποίηση των επιχειρηματικών ιδεών.

Η χώρα μας τα τελευταία χρόνια βρίσκεται σε ένα κρίσιμο σταυροδρόμι. Οι πρακτικές που εφαρμόστηκαν τα τελευταία χρόνια δεν ευδοκίμησαν και πλέον πρέπει να επαναπροσδιορίσει την ταυτότητα της απέναντι στην Ευρώπη. Η λύση θα βρεθεί μέσα από την ανάπτυξη και την υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών τόσο στον ιδιωτικό όσο και στον δημόσιο τομέα. Η εποχή προσφέρεται για καινοτομίες και η αρχή στη χώρα μας δείχνει ότι έχει ήδη γίνει. Η γενική υιοθέτηση του ελληνικού προτύπου τιμολόγησης αποτελεί ένα σημαντικό εφαλτήριο προς αυτή την κατεύθυνση. Το ηλεκτρονικό τιμολόγιο αντικαθιστά σταδιακά το χειρόγραφο σε όλες τις εκφάνσεις της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η ηλεκτρονική τιμολόγηση είναι ένα εργαλείο στα χέρια του κράτους για τον οικονομικό έλεγχο των επιχειρήσεων και την καταπολέμηση της φοροδιαφυγής.

Η υιοθέτηση του SEPA, ως σύστημα πληρωμών από τις περισσότερες χώρες της Ευρώπης, εξισώνει τις εγχώριες με τις διασυνοριακές συναλλαγές κάνοντας το ηλεκτρονικό εμπόριο ακόμα πιο δελεαστικό για τους επιχειρηματίες. Ο SEPA όμως πρέπει να είναι προσανατολισμένος προς το μέλλον, να αγκαλιάζει και να αξιοποιεί τη νέα τεχνολογία. Υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, όπως η ηλεκτρονική τιμολόγηση και η ηλεκτρονική συμφωνία λογαριασμών θα μεγιστοποιήσουν τα οφέλη.

Βήματα όμως προς την υιοθέτηση ενός κοινού προτύπου ηλεκτρονικής τιμολόγησης πρέπει να γίνουν από κοινού με όλες τις χώρες της Ευρώπης. Η δημιουργία εύκολα προσβάσιμων προτύπων, τα οποία θα ξεπερνούν τα οποιαδήποτε τεχνικά ή και επιχειρηματικά εμπόδια, η ενίσχυση του ανταγωνισμού και η βελτίωση των υπηρεσιών πληρωμών θα οδηγήσουν σε ένα πιο αποτελεσματικό και ανταγωνιστικό κλάδο πληρωμών. Η ευρωπαϊκή αγορά πρέπει να δράσει ενωμένη και να υπέρπηδησει τα εμπόδια που υψώνονται από νομοθετικές και φορολογικές διαφορές ανάμεσα στα κράτη. Το Ευρωπαϊκό μοντέλο ηλεκτρονικής τιμολόγησης θα δώσει λύσεις σε πολλά υπάρχοντα προβλήματα και θα διευκολύνει το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ένα κοινό μοντέλο ηλεκτρονικής τιμολόγησης σε συνδυασμό με τη χρήση του SEPA αποτελεί ένα μεγάλο βήμα προς τα εμπρός στο πλαίσιο της ευρωπαϊκής οικονομικής και νομισματικής ενοποίησης.

7 Βιβλιογραφία

1. Jaap Jan Nienhuis (Innopay), Charles Bryant (EBA), E-invoicing European market guide, 2010.
2. Ηλεκτρονικό τιμολόγιο, http://www.etimologio.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=53, (accessed December 2012).
3. Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Τεύχος 189/22.7.2010 <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:189:0001:0008:EL:PDF>
4. Ετήσια έκθεση ΣΕΒ, «Ηλεκτρονική τιμολόγηση στις συναλλαγές», 2011, http://www.sev.org.gr/Uploads/pdf/EKTHESI_E_ENVOICING.pdf, (accessed December 2012).
5. Esko Penttinen, Electronic Invoicing Initiatives in Finland and in the European Union – Taking the Steps towards the Real-Time Economy.
6. H. Georgiadis, I. Varlamis, V. Vassalos, Department of Informatics Athens University of Economics and Business. Querying and Updating XML with XML Schema constraints in an RDBMS.
7. Extensible Markup Language (XML), <http://www.w3.org/XML/>
8. Extensible Markup Language (XML) Schema, <http://www.w3.org/XML/Schema>
9. Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Τεύχος 189/22.7.2010 <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:189:0001:0008:EL:PDF>
10. Electronic Data Interchange (EDI), <http://www.edibasics.co.uk/what-is-edi/>
11. PEPPOL, <http://www.peppol.eu/>
12. W3C, XML Security: Signature, Encryption and Key Management By Hugo Haas, <http://www.w3.org/2004/Talks/0520-hh-xmlsec/>
13. W3C, XML Encryption Syntax and Processing, W3C Recommendation, 10 December 2002, <http://www.w3.org/TR/xmlenc-core/>
14. W3C, XML Signature Syntax and Processing, W3C Recommendation, 10 June 2008, <http://www.w3.org/TR/xmldsig-core/>
15. CEN Workshop Agreement, Good Practice: e-Invoicing Compliance Guidelines», .
16. “ISO20022 for Dummies”, John Wiley and Sons Ltd Publication, ISBN: 978-0-470-97282-3, 2010.
17. ISO20022, <http://www.iso20022.org/>
18. ISO 15022-1:1999, Securities -- Scheme for messages (Data Field Dictionary) -- Part 1: Data field and message design rules and guidelines, 1999
19. ISO 15022-2:1999, Securities -- Scheme for messages (Data Field Dictionary) -- Part 2: Maintenance of the Data Field Dictionary and Catalogue of Messages, 1999.
20. ISO 20022-1:2004, Financial services -- UNiversal Financial Industry message scheme -- Part 1: Overall methodology and format specifications for inputs to and outputs from the ISO 20022 Repository, 2004.
21. ISO 20022-2:2007, Financial services -- UNiversal Financial Industry message scheme -- Part 2: Roles and responsibilities of the registration bodies, 2007.

22. ISO/TS 20222-3:2004 Technical Specification - ISO 20222 modelling guidelines, 2004
23. ISO/TS 20222-4:2004, Financial services -- UNiversal Financial Industry message scheme -- Part 4: ISO 20222 XML design rules, 2004.
24. Swift,
http://www.swift.com/solutions/solutions/funds/iso_20222_messages_for_funds_a_full_solution.page
25. United Nations Centre for Trade Facilitation and Electronic Business
<http://www.unece.org/cefact.html>
26. The UN/EDIFACT standards
<http://www.edifactory.de/node/6>
27. Guide for a European CORE INVOICE data model with UN/CEFACT CII Implementation Guideline - Part 1: Introduction
<http://www.cen.eu/cen/sectors/sectors/ISSS/Activity/pages/mug.aspx>
28. Oasis, <https://www.oasis-open.org/>
29. Cen, <http://www.cen.eu/cen/Pages/default.aspx>
30. GS1, <http://www.gs1greece.org/joomla15/index.php/productssolutions>
31. E-factura, <http://www.e-factura.net/facturacion.php>
32. Finvoice, <http://www.finvoice.eu/en-US/index.php>
33. Simple Object Access Protocol
34. <http://www.w3.org/TR/2007/REC-soap12-part0-20070427/>
35. Zoomit ,
36. <https://www.zoomit.be/mailling/eZine/en-US/ezinezoomitfebruary2013.html>
37. Nicolas Corlù, FINVOICE SEPA, Implementation guide, 2008.
38. P. Zafeiropoulos, Ηλεκτρονική Τιμολόγηση , Ελληνική Δημοκρατία Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας & Ναυτιλίας
39. Πρότυπο ελληνικό τιμολόγιο, <http://www.eltrun.gr/>
40. Γεώργιος Λεκάκος, Στόχοι και προσέγγιση ανάπτυξης προτύπου, Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών.
41. Κώστας Λαμπρόπουλος, Ηλεκτρονική Τιμολόγηση στην Ελλάδα , Ελληνική Δημοκρατία Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας & Ναυτιλίας
42. ISO 639-1:2002, Codes for the representation of names of languages -- Part 1: Alpha-2 code, 2002.
43. ISO 4217:2008, Codes for the representation of currencies and funds, 2008.
44. ISO 3166-1:2006, Codes for the representation of names of countries and their subdivisions -- Part 1: Country codes, 2006.
45. European e-Invoicing Final Report, European Commission Informal Task Force on e-Invoicing.
46. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and social Committee and the Committee of the Regions, European Commission.
47. Final Report of the Expert Group on e- Invoicing, European Commission.

48. Carmen Ciciriello and Mairi Hayworth, European e-Invoicing, Guide for SME's , European Business Lab
49. Mid-term report of the European Commission Expert Group on e-invoicing, http://ec.europa.eu/internal_market/payments/docs/einvoicing/report-2009_01_27_en.pdf
50. EPC e-Mandates e- Operating model, http://www.europeanpaymentscouncil.eu/knowledge_bank_download.cfm?file=EPC208-08%20e-Operating%20Model%20Detailed%20Specification%20v1.1%20Approved.pdf
51. Early Movers Confirm QISO 2002 Message Standards Generate Tangible Benefits, http://www.europeanpaymentscouncil.eu/article.cfm?articles_uuid=1CEC7660-5056-B741-DB0A149F63FC50C4
52. Capgemini Nederland B.V., SEPA: potential benefits at stake.
53. Shortcut to SEPA Credit Transfer, EPC
54. SEPA CREDIT TRANSFER SCHEME RULEBOOK, 6 November 2012, EPC
55. EPC, http://www.europeanpaymentscouncil.eu/content.cfm?page=sct_scheme-compliant_csms
56. Shortcut to SEPA Direct Debit, EPC
57. SEPA Core Direct Debit Scheme Rulebook.
58. SEPA BUSINESS TO BUSINESS DIRECT DEBIT SCHEME RULEBOOK, 6 November 2012, EPC
59. SEPA Direct Debit Business to Business Scheme Customer-to-Bank Implementation Guidelines Version 4.0, EPC
60. SEPA Cards Standardization (SCS) "VOLUME", (Version 6.0), EPC, 2011
61. Shortcut to SEPA the Cards Framework, EPC
62. Ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce), http://www.goonline.gr/ebusiness/specials/article.html?article_id=549
63. Πως να καταρτίσετε ένα business plan, Εκδόσεις Ελευθερουδάκης, 2007
64. Β. ΚΕΦΗΣ – Π. ΠΑΠΑΖΑΧΑΡΙΟΥ, Το επιχειρηματικό όραμα σε business plan, Εκδόσεις Κριτική, 2009
65. XML Common Business Language, <http://www.xcbl.org/>

8 Παράρτημα

Παράδειγμα πληρωμής με SEPA Credit transfer.

```

<Pmt>
  <GrpHdr>
    <BtchBookg>true</BtchBookg>
    <NbOfTxes>1</NbOfTxes>
    <InitgPty>
      <Nm>Goed Voorbeeld nv</Nm>
      <PstlAdr>
        <StrtNm>Demonstratiestraat 24</StrtNm>
        <PstCd>2018</PstCd>
        <TwnNm>Antwerpen</TwnNm>
        <Ctry>BE</Ctry>
      </PstlAdr>
      <Id>
        <OrgId>
          <PrtryId>
            <Id>0123456789</Id>
            <Issr>KBO-BCE</Issr>
          </PrtryId>
        </OrgId>
      </Id>
    </InitgPty>
  </GrpHdr>
  <PmtInfCT>
    <PmtMtd>TRF</PmtMtd>
    <PmtTpInf>
      <CtgyPurp>TRAD</CtgyPurp>
    </PmtTpInf>
    <ReqdExctnDt>2007-04-02</ReqdExctnDt>
    <Dbtr>
      <Nm>Goed Voorbeeld nv</Nm>
      <PstlAdr>
        <StrtNm>Demonstratiestraat 24</StrtNm>
        <PstCd>2018</PstCd>
        <TwnNm>Antwerpen</TwnNm>
        <Ctry>BE</Ctry>
      </PstlAdr>
      <Id>
        <OrgId>
          <PrtryId>
            <Id>0123456789</Id>
            <Issr>KBO-BCE</Issr>
          </PrtryId>
        </OrgId>
      </Id>
    </Dbtr>
    <DbtrAcct>
      <Id>
        <IBAN>BE35063025550037</IBAN>
      </Id>
    </DbtrAcct>
    <DbtrAgt>
      <FinInstnId>
        <BIC>CREGBEBB</BIC>
      </FinInstnId>

```

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)


```

</DbtrAgt>
<CdtTrfTxInf>
  <PmtId>
    <EndToEndId>***000/0200/71219***</EndToEndId>
  </PmtId>
  <Amt>
    <InstdAmt Ccy="EUR">737.86</InstdAmt>
  </Amt>
  <CdtrAgt>
    <FinInstnId>
      <BIC>BPOTBEB1</BIC>
    </FinInstnId>
  </CdtrAgt>
  <Cdtr>
    <Nm>Au Bon Exemple sprl</Nm>
    <PstlAdr>
      <StrtNm>Rue de l'explication 5</StrtNm>
      <PstCd>5000</PstCd>
      <TwnNm>Namur</TwnNm>
      <Ctry>BE</Ctry>
    </PstlAdr>
    <Id>
      <OrgId>
        <PrtryId>
          <Id>0987654321</Id>
          <Issr>KBO-BCE</Issr>
        </PrtryId>
      </OrgId>
    </Id>
  </Cdtr>
  <CdtrAcct>
    <Id>
      <IBAN>BE24068240367138</IBAN>
    </Id>
  </CdtrAcct>
  <RmtInf>
    <Strd>
      <CdtrRefInf>
        <CdtrRefTp>
          <Cd>SCOR</Cd>
          <Issr>BBA</Issr>
        </CdtrRefTp>
        <CdtrRef>000020071219</CdtrRef>
      </CdtrRefInf>
    </Strd>
  </RmtInf>
</CdtTrfTxInf>
</PmtInfCT>
</Pmt>

```

Παράδειγμα πληρωμής με SEPA Direct Debit.

```

<Pmt>
  <GrpHdr>
    <BtchBookg>true</BtchBookg>
    <NbOfTxS>1</NbOfTxS>
    <InitgPty>
      <Nm>Light And Power</Nm>
      <PstlAdr>
        <StrtNm>Rue Jules Verne 5</StrtNm>
        <PstCd>5500</PstCd>
        <TwnNm>Dinant</TwnNm>
        <Ctry>BE</Ctry>
      </PstlAdr>
      <Id>
        <OrgId>
          <PrtryId>
            <Id>0232323232</Id>
            <Issr>KBO-BCE</Issr>
          </PrtryId>
        </OrgId>
      </Id>
      <CtryOfRes>BE</CtryOfRes>
    </InitgPty>
  </GrpHdr>
  <PmtInfDD>
    <PmtMtd>DD</PmtMtd>
    <ReqdColltnDt>2007-03-16</ReqdColltnDt>
    <Cdtr>
      <Nm>Light And Power</Nm>
      <Id>
        <OrgId>
          <PrtryId>
            <Id>0232323232</Id>
            <Issr>KBO-BCE</Issr>
          </PrtryId>
        </OrgId>
      </Id>
    </Cdtr>
    <CdtrAcct>
      <Id>
        <IBAN>BE77310160394842</IBAN>
      </Id>
    </CdtrAcct>
    <CdtrAgt>
      <FinInstnId>
        <BIC>GKCCBEBB</BIC>
      </FinInstnId>
    </CdtrAgt>
    <ChrgBr>SLEV</ChrgBr>
    <DrctDbtTxInf>
      <PmtId>
        <EndToEndId>***411/4599/69453***</EndToEndId>
      </PmtId>
      <PmtTpInf>
        <SvcLvl>
          <Cd>SEPA</Cd>
        </SvcLvl>

```

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στον Ενιαίο Χώρο Πληρωμών σε Ευρώ (SEPA)

```

    <SeqTp>00FF</SeqTp>
  </PmtTpInf>
  <InstdAmt Ccy="EUR">191.26</InstdAmt>
  <ChrgBr>SLEV</ChrgBr>
  <DrctDbtTx>
    <MndtRltdInf>
      <MndtId>543ZZ232</MndtId>
      <DtOfSgntr>2004-03-01</DtOfSgntr>
    </MndtRltdInf>
    <CdtrSchmeId>
      <Nm>Light and Power</Nm>
      <Id>
        <OrgId>
          <PrtryId>
            <Id>0232323232</Id>
            <Issr>KBO-BCE</Issr>
          </PrtryId>
        </OrgId>
      </Id>
    </CdtrSchmeId>
  </DrctDbtTx>
  <DbtrAgt>
    <FinInstnId>
      <BIC>GEBABEBB</BIC>
    </FinInstnId>
  </DbtrAgt>
  <Dbtr>
    <Nm>Jean Dumoulin</Nm>
    <PstlAdr>
      <AdrLine>Rue du petit moulin 56</AdrLine>
      <AdrLine>5500 Dinant</AdrLine>
      <Ctry>BE</Ctry>
    </PstlAdr>
  </Dbtr>
  <DbtrAcct>
    <Id>
      <IBAN>BE20000050988856</IBAN>
    </Id>
  </DbtrAcct>
  <RmtInf>
    <Strd>
      <CdtrRefInf>
        <CdtrRefTp>
          <Cd>SCOR</Cd>
          <Issr>BBA</Issr>
        </CdtrRefTp>
        <CdtrRef>411459969453</CdtrRef>
      </CdtrRefInf>
    </Strd>
  </RmtInf>
</DrctDbtTxInf>
</PmtInfDD>
</Pmt>

```

Επεξήγηση ετικετών XML	
Pmt	Εμπεριέχει την πληροφορία που αφορά τη πληρωμή
GrpHdr	Εμπεριέχει τα χαρακτηριστικά της πληρωμής
BtchBookg	Αναγνωρίζει εάν θα γίνει μια μεμονωμένη συναλλαγή ή περισσότερες συναλλαγές σε μια κίνηση πληρωμής
InitgPty	Προσδιορίζει το ποιος κάνει τη συναλλαγή
Nm	Προσδιορίζει το όνομα του συναλλασσόμενου
PstlAdr	Εμπεριέχει πληροφορίες για τον τόπο και τη διεύθυνση του συναλλασσόμενου
StrtNm	Προσδιορίζει το όνομα της οδού
PstCd	Προσδιορίζει τον ταχυδρομικό κώδικα της περιοχής
TwnNm	Προσδιορίζει το όνομα της πόλης
Ctry	Προσδιορίζει τον κωδικό της χώρας
Id	Προσδίδει μία ταυτότητα σε ένα στοιχείο που δεν αναγνωρίζεται αλλιώς.
OrgId	Είναι ένα μοναδικός και σαφής τρόπος να αναγνωριστεί η οργάνωση.
PrtryId	Μοναδικό και σαφές αναγνωριστικό
BIC	Κωδικός αναγνώρισης τράπεζας
Issr	Είναι η οντότητα που κάνει την ταυτοποίηση
PmtInfCT	Εμπεριέχει τα χαρακτηριστικά που ισχύουν για το χρεωστικό κομμάτι της πληρωμής
PmtMtd	Καθορίζει τα μέσα πληρωμής που θα χρησιμοποιηθούν για να μετακινηθεί το ποσό των χρημάτων.
PmtTpInf	Στοιχεία που καθορίζουν περαιτέρω τον τύπο της συναλλαγής.

ReqdExctnDt	Αναφέρεται η ημερομηνία κατά την οποία ο λογαριασμός του οφειλέτη θα χρεωθεί.
Dbtr	Το ποσό που θα μεταφερθεί
PmtInfDD	Εμπεριέχει τα χαρακτηριστικά που ισχύουν για το πιστωτικό κομμάτι της πληρωμής
PmtInfEpi	Εμπεριέχει τα χαρακτηριστικά που ισχύουν για την ενεργοποίηση της ηλεκτρονικής πληρωμής
PrtryId	Αποκλειστικό αναγνωριστικό μιας προσυμφωνηθέντος υπηρεσίας που αφορά συγκεκριμένη τράπεζα.
DbtrAcct	Περιέχει σαφή προσδιορισμό του λογαριασμού του οφειλέτη στον οποίο θα γίνει η χρεωστική εγγραφή.
IBAN	Διεθνής αριθμός αναγνώρισης τράπεζας (IBAN)
DbtrAgt	Περιέχει το όνομα του χρηματοπιστωτικού ιδρύματος που διαχειρίζεται τον συγκεκριμένο λογαριασμό
FinInstnId	Μοναδικό και σαφές αναγνωριστικό ενός χρηματοοικονομικού ιδρύματος.
CdtTrfTxInf	Περιέχει το σύνολο των στοιχείων που παρέχουν ειδικές πληροφορίες για επιμέρους συναλλαγές που περιλαμβάνονται στο μήνυμα.
DbtrAgtAcct	Περιέχει ένα σαφή προσδιορισμό του λογαριασμού του οφειλέτη.
UltmtDbtr	Περιέχει το απόλυτο χρηματικό ποσό για την τελική πίστωση.
ChrgsAcct	Περιέχει το λογαριασμό που θα χρεωθούν τα έξοδα της συναλλαγής.
ChrgsAcctAgt	Περιέχει το μέσο που εξυπηρετεί τον λογαριασμό χρέωσης
PmtInfDD	Περιέχει το σύνολο των χαρακτηριστικών που ισχύουν για την πλευρά της πίστωσης και συμπεριλαμβάνονται στην άμεση έναρξη των συναλλαγών χρέωσης.

Cdtr	Περιέχει το μέρος του χρηματικό ποσού που υπολείπεται.
CdtrAcct	Περιέχει ένα σαφή προσδιορισμό του λογαριασμού του πιστωτή.
CdtrAgt	Περιέχει το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα που διαχειρίζεται το συγκεκριμένο λογαριασμό του πιστωτή.
DrctDbtTxInf	Περιέχει το σύνολο των στοιχείων που παρέχει ειδικές πληροφορίες για τη συναλλαγή.
PmtInfEpi	Περιέχει το σύνολο των χαρακτηριστικών που ισχύουν για την έναρξη της ηλεκτρονική πληρωμή.