



**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ – ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

«ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ»

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**ΦΟΙΤΗΤΕΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΣΠΥΡΙΔΩΝ-ΧΡΙΣΤΟΦΟΡΟΣ
ΚΥΡΙΑΖΑΚΗ ΣΟΦΙΑ**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΠΡΙΟΝΙΣΤΗΣ-ΜΟΥΡΟΥΤΗΣ
ΦΡΙΞΟΣ**

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΜΑΪΟΣ
2013

Περιεχόμενα

Πρόλογος.....	4
Εισαγωγή.....	5
1. Εισαγωγή στην ηλεκτρονική τιμολόγηση	7
1.1 Ηλεκτρονική τιμολόγηση	7
1.2 Εμπλεκόμενα μέρη	8
1.3 Τεχνογνωσία και Λειτουργικότητα.....	8
2 Βοηθητικοί και Ανασταλτικοί παράγοντες της εφαρμογής	10
2.1 Οφέλη ηλεκτρονικής τιμολόγησης.....	10
2.2 Προβληματικά σημεία	12
2.3 Ρυθμιστικό κόστος	17
3 Μοντέλα υπηρεσιών & λύσεις ηλεκτρονικής τιμολόγησης	20
3.1 Υιοθετώντας την ηλεκτρονική τιμολόγηση.....	20
3.2 Τρόποι ηλεκτρονικής τιμολόγησης.....	23
3.3 Αναπτυσσόμενα μοντέλα αγοράς	26
4 Νομικοί & ρυθμιστικοί κανόνες	31
4.1 Νομικό πλαίσιο	31
4.2 Η σημασία και η ανάγκη για ένα ενιαίο νομικό πλαίσιο	32
5 Πιστοποιημένες ηλεκτρονικές υπογραφές	34
6 Ανάλυση του συστήματος της ηλεκτρονικής τιμολόγησης στην Ευρώπη	37
6.1 Ισπανία	38
6.2 Φινλανδία.....	39
6.3 Σουηδία.....	40
6.4 Νορβηγία	41
6.5 Ελβετία.....	41
6.6 Ολλανδία.....	42
6.7 Ηνωμένο Βασίλειο	43
6.8 Γερμανία	44
6.9 Γαλλία	45
6.10 Αυστρία.....	45
6.11 Βέλγιο	46
7 Κατάσταση σχετικά με την ηλεκτρονική τιμολόγηση στην Ελλάδα.....	47

7.1	Αποτίμηση κατάστασης	47
7.2	Ανάλυση διαδικασίας	49
7.3	Έρευνα ηλεκτρονικής τιμολόγησης	51
8	Μέτρα & Προϋποθέσεις αποστολής, λήψης και αποθήκευσης ενός ηλεκτρονικού τιμολογίου	58
8.1	Απαιτήσεις Ασφαλείας	58
8.2	Λανθασμένη διαχείριση ηλεκτρονικού τιμολογίου	59
8.3	Αρχειοθέτηση.....	61
8.4	Απορρίπτοντας ένα ηλεκτρονικό τιμολόγιο	62
9	Ηλεκτρονικές πληρωμές	63
9.1	Πληρωμές όσον αφορά την ηλεκτρονική τιμολόγηση.....	63
9.2	SEPA	64
10	Ηλεκτρονική τιμολόγηση από την επιχείρηση προς τον καταναλωτή (E-Billing)	69
11	Πρότυπο ηλεκτρονικό τιμολόγιο	70
	Συμπεράσματα.....	73
	Βιβλιογραφία.....	75

Πρόλογος

Η παρούσα πτυχιακή εργασία πραγματοποιήθηκε στο Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης, στο Τμήμα Λογιστικής. Στόχος αυτής της πτυχιακής είναι η παρουσίαση και η ανάλυση της τεχνικής της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, η υφιστάμενη κατάσταση και η μελλοντική πορεία της.

Ο λόγος που επιλέξαμε αυτό το θέμα είναι γιατί η ηλεκτρονική τιμολόγηση αρχίζει όλο και περισσότερο να διαδίδεται στον επιχειρηματικό κόσμο και να εφαρμόζεται σταδιακά.

Με την ολοκλήρωση της πτυχιακής μας εργασίας, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους ανθρώπους που συνέλαβαν στη διεκπεραίωσή της.

Αρχικά, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον επιβλέποντα καθηγητή μας κ. Φρίξο Πριονιστή, για την πολύτιμη αρωγή του στην συγκρότηση και εκπόνηση της εργασίας.

Προσωπικές ευχαριστίες θα θέλαμε να αποδώσουμε επιπλέον στον κ. Φούσκα Κωνσταντίνο, Λέκτορα του τμήματος Διοίκησης Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Μακεδονίας ο οποίος με την έναρξη της πτυχιακής μας εργασίας ήταν πρόθυμος να μας βοηθήσει και η βοήθειά του αυτή ήταν καθοριστική.

Τέλος, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους φίλους μας και φυσικά τις οικογένειές μας για την ηθική τους συμπαράσταση καθ' όλη τη διάρκεια συγγραφής της εργασίας αλλά και τη βοήθειά τους στη σύνταξη αυτής.

Εισαγωγή

Ο έλεγχος και η φορολόγηση της παραγωγής και του εμπορίου είναι μια διοικητική πρακτική, η οποία εφαρμοζόταν από τους προϊστορικούς χρόνους. Αρκεί να σκεφτεί κανείς πως γραπτές γλώσσες (π.χ. αιγυπτιακά ιερογλυφικά, Γραμμική Α) επινοήθηκαν με μοναδικό σκοπό την καταγραφή της παραγωγής, της διακίνησης των προϊόντων και της φορολόγησής τους. Στο πέρασμα του χρόνου και συγκεκριμένα των χιλιετιών ο τρόπος της καταγραφής αλλάζει διαρκώς.

Στην αναζήτηση βελτίωσης και εκσυγχρονισμού του ελέγχου του εμπορίου οι διοικητικοί μηχανισμοί όχι μόνο επινόησαν, αλλά και αξιοποίησαν κάθε πρόσφορο μέσο. Από παράδειγμα αυτής της σταδιακής εξέλιξης κατά τις τελευταίες δεκαετίες είναι η οργανωμένη χρήση νέων τεχνολογιών και το πέρασμα από τα χειρόγραφα και έντυπα έγγραφα στα ηλεκτρονικά.

Μια σύγχρονη επιχείρηση σήμερα, για να αναπτυχθεί και να ενεργεί με σωστό τρόπο, έχει άμεση ανάγκη από ένα πληροφοριακό περιβάλλον ή αλλιώς από ένα σύστημα μηχανογράφησης. Μέσω του τελευταίου αναπτύσσονται πληροφοριακά συστήματα επεξεργασίας δοσοληψιών (TPS: Transaction Processing Systems) με σκοπό τη διεκπεραίωση καθημερινών δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Επιπλέον, η πληροφοριακή τεχνολογία με όχημα το internet έγινε σημαντικός βοηθός σε επιχειρησιακές δραστηριότητες, όπως για παράδειγμα η έκδοση ηλεκτρονικών τιμολογίων και η επαφή της επιχείρησης με τις φορολογικές αρχές ελέγχου.

Τα δυο τελευταία σημεία είναι αυτά που θα σχολιαστούν στη συνέχεια του κειμένου. Το ενδιαφέρον θα εστιαστεί στο πώς λειτουργεί το σύστημα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και στον τρόπο που παρέχεται η δυνατότητα στη δημόσια διοίκηση να το ελέγχει.

Πιο αναλυτικά, το κείμενο θα χωριστεί σε έντεκα κεφάλαια. Στο 1^ο κεφάλαιο παρατίθεται μία γενική εισαγωγή στο οποίο περιγράφονται η έννοια, οι προϋποθέσεις οι οποίες είναι απαραίτητο να τηρούνται, τα εμπλεκόμενα μέρη αλλά και η τεχνογνωσία και η λειτουργικότητα. Στο 2^ο περιγράφονται

τόσο οι βοηθητικοί παράγοντες όσο και τα σημεία που κάνουν δύσπιστες τις επιχειρήσεις στην υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και στο 3^ο οι τρόποι με τους οποίους μπορεί να επιλέξει μία εταιρεία για να αποστέλλει τα τιμολόγιά της με ηλεκτρονικά μέσα. Στο κεφάλαιο που ακολουθεί θα παρουσιαστούν οι ρυθμιστικοί κανόνες αλλά και η ανάγκη που υπάρχει για πιο σαφείς νόμους και διατάξεις. Επιπλέον, το 5^ο κεφάλαιο αναφέρεται στις προηγμένες ηλεκτρονικές υπογραφές οι οποίες χρησιμοποιούνται ως αποδεικτικά ταυτότητας. Δύο ακόμη κεφάλαια που θα παρουσιαστούν είναι η κατάσταση στην Ευρώπη με περαιτέρω ανάλυση επιλεγμένων χωρών-μελών αλλά και την κατάσταση στην Ελλάδα με εκτιμήσεις, ανάλυση της διαδικασίας και τέλος, με έρευνα την οποία διηύθυνε το Eltrun-e-Business Research Center σχετικά με τις ελληνικές επιχειρήσεις αντίστοιχα. Το επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζει τόσο τα μέτρα όσο και τις προϋποθέσεις όσον αφορά την αποστολή, την λήψη αλλά και την αποθήκευση ενός ηλεκτρονικού τιμολογίου. Το 9^ο κεφάλαιο αναφέρεται στις πληρωμές που πραγματοποιούνται ηλεκτρονικά αλλά και πιο συγκεκριμένα για το «SEPA», ενώ το 10^ο παρουσιάζει την αποστολή του παραπάνω τιμολογίου από την επιχείρηση προς τον καταναλωτή. Το 11^ο κεφάλαιο στο οποίο θα αναλυθεί το πρότυπο τιμολόγιο αλλά και στις προϋποθέσεις που πρέπει να πληροί αυτό. Τέλος, παρουσιάζονται τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση των θεμάτων που προσεγγίζει η εργασία.

1. Εισαγωγή στην ηλεκτρονική τιμολόγηση

1.1 Ηλεκτρονική τιμολόγηση

Ως όρος «Ηλεκτρονική Τιμολόγηση» νοείται η απούλοποίηση των έντυπων παραστατικών και η ηλεκτρονική διαχείρισή τους. Η διαχείριση αυτή αφορά σε κάθε επίπεδο της διαδικασίας τιμολόγησης, από τη δημιουργία μέχρι την αποστολή και τη φύλαξή τους, τόσο για τους εκδότες όσο και για τους παραλήπτες του παραστατικού.

Στόχος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής είναι το σύστημα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης να εφαρμόζεται σταδιακά σε όλα τα κράτη μέλη και να γίνει κυρίαρχη μέθοδος τιμολόγησης έως το 2020.

Σύμφωνα με την οδηγία 2001/115/EC της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η ηλεκτρονική τιμολόγηση ορίζεται ως η αποστολή τιμολογίων με ηλεκτρονικά μέσα και περιλαμβάνει τη μετάδοση, αποθήκευση και ψηφιακή επεξεργασία τους. Με την παραπάνω οδηγία, η οποία ισχύει από την 1^η Ιανουαρίου 2004, δόθηκε η δυνατότητα για την εφαρμογή διαφόρων αποδεκτών τρόπων έκδοσης, αποστολής και αποθήκευσης ηλεκτρονικών τιμολογίων. Η ίδια δυνατότητα παρέχεται και στην έκδοση δελτίων αποστολής από όλες τις επιχειρήσεις, που η ακτίνα δράσης τους περιορίζεται στους κόλπους της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Επιπλέον, προβλέπεται ότι όλα τα τιμολόγια που διαβιβάζονται με ηλεκτρονικά μέσα, για να θεωρούνται έγκυρα και αποδεκτά οφείλουν να πληρούν δύο προϋποθέσεις:

- ✓ Θα πρέπει ο παραλήπτης του τιμολογίου να έχει συμφωνήσει και να έχει δεχτεί τη συγκεκριμένη μέθοδο
- ✓ Οι διαβιβάσεις τιμολογίων είναι απαραίτητο να πραγματοποιούνται σε ασφαλές δικτυακό περιβάλλον είτε με την χρήση του συστήματος EDI¹, το οποίο θα αναλύσουμε παρακάτω, είτε με τη χρήση αναβαθμισμένων ηλεκτρονικών υπογραφών.

¹ Electronic Data Interchange-Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων

Σε σχέση με την πρώτη προϋπόθεση, η συγκατάθεση του αποδέκτη μπορεί να κατοχυρωθεί με μία εκ των προτέρων εμπορική σύμβαση. Σε σχέση με την δεύτερη προϋπόθεση ισχύουν τα εξής: οι ηλεκτρονικές υπογραφές συνιστούν δεδομένα σε ψηφιακή μορφή, που συνοδεύουν άλλα ηλεκτρονικά δεδομένα ή συσχετίζονται λογικά με αυτά και χρησιμεύουν ως μέθοδος απόδειξης της γνησιότητας και καθορίζουν αποκλειστικά την ταυτότητα του υπογράφοντος.

Σύμφωνα με τους νόμους της Ευρώπης, όλες οι επιχειρήσεις εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι σε θέση να εκδώσουν και να ανταλλάξουν ηλεκτρονικά τιμολόγια, αντικαθιστώντας τα έντυπα. Στην περίπτωση ανταλλαγής ηλεκτρονικών τιμολογίων με κράτος εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης θα πρέπει να προηγηθεί συμφωνία μεταξύ των εμπλεκόμενων εταιρειών.

1.2 Εμπλεκόμενα μέρη

Μία εμπορική συναλλαγή, μέσω ηλεκτρονικών μέσων ή μη, κατά την οποία αποστέλλονται και λαμβάνονται παραστατικά, γίνεται ανάμεσα στον προμηθευτή ή διαφορετικά πωλητή και τον αγοραστή ή τον πελάτη. Ο προμηθευτής έχει την ιδιότητα να προμηθεύει υλικά ή να παρέχει υπηρεσίες στον αγοραστή με την προϋπόθεση, όμως να δημιουργεί και να αποθηκεύει τα τιμολόγια και κάθε παραστατικό που εκδίδει. Από την άλλη πλευρά ο αγοραστής αγοράζει υλικά ή υπηρεσίες από τον προμηθευτή με την υποχρέωση όμως να παραλαμβάνει, να αποθηκεύει τα παραστατικά που του παρέχονται και θα πρέπει παράλληλα, να έχει και διαδικασία πληρωμών. Όλες αυτές οι κινήσεις θα πρέπει να ελέγχονται από τις φορολογικές αρχές και επιπρόσθετα οι υπηρεσίες αυτές να εισπράττουν τον φόρο του κάθε εμπλεκόμενου συνολικά στις επιχειρηματικές του δραστηριότητες. Ως εκ τούτου οι τρεις βασικοί εμπλεκόμενοι σε μία εμπορική συναλλαγή είναι ο προμηθευτής, ο πελάτης και οι υπηρεσίες του κράτους.

1.3 Τεχνογνωσία και Λειτουργικότητα

Πολλές επιχειρήσεις έχουν υιοθετήσει την ηλεκτρονική τιμολόγηση, χωρίς όμως επιτυχία. Αυτό συμβαίνει, γιατί εταιρείες που ξεκίνησαν να κάνουν χρήση της, δεν εκτίμησαν και δεν αξιοποίησαν πλήρως τις δυνατότητές της

στις διαδικασίες που σχετίζονται με αυτήν και τους υπόλοιπους τομείς που επηρεάζει. Κακή διαχείριση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης έχουμε όταν η εταιρεία επικεντρώνεται, για παράδειγμα, στο τεχνολογικό κομμάτι περισσότερο από όσο πρέπει, αντί να δίνει αυξημένη προσοχή στην προσέλκυση μεγάλου αριθμού προμηθευτών ή πελατών σε σύντομο χρονικό διάστημα και στην αυτοματοποίηση των διαδικασιών.

Μία επιχείρηση, όταν θα ξεκινήσει να αποστέλλει ή να παραλαμβάνει ηλεκτρονικά τιμολόγια, θα πρέπει να έχει γνώση των δυνατοτήτων της ηλεκτρονικής τιμολόγησης σε μία πιο ευρεία έννοια. Η αξία της ηλεκτρονικής τιμολόγησης δεν θα πρέπει να είναι μόνο η εξοικονόμηση κόστους ή η είσοδος σε ένα σύστημα ERP². Σημαντικό είναι επίσης για την επιτυχία του συστήματος, να υπάρχει υποστήριξη από τη διαχείριση της εταιρείας, με τον σχεδιασμό μίας μακροπρόθεσμης στρατηγικής, που θα υποστηρίζεται ταυτόχρονα από τη διαρκή επικοινωνία με εσωτερικούς και εξωτερικούς παράγοντες. Πριν ξεκινήσει να εφαρμόζει ένας οργανισμός την ηλεκτρονική τιμολόγηση θα πρέπει να εξετάσει κατά πόσο τα συναλλασσόμενα μέρη είναι σε θέση να αποστέλλουν, να παραλαμβάνουν και να αρχειοθετούν ηλεκτρονικά τιμολόγια.

² Enterprise Resource Planning-Προγραμματισμός Επιχειρηματικών Πόρων

2 Βοηθητικοί και Ανασταλτικοί παράγοντες της εφαρμογής

2.1 Οφέλη ηλεκτρονικής τιμολόγησης

Τα πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης έναντι των εντύπων είναι πολλαπλά και μπορούν σε κάθε περίπτωση να επιφέρουν σημαντικά οφέλη στις επιχειρήσεις που θα την υιοθετήσουν. Και αυτό συμβαίνει, γιατί το ηλεκτρονικό τιμολόγιο μπορεί να είναι έως και δέκα φορές φθηνότερο από το χάρτινο, ενώ παράλληλα μπορεί να συνεισφέρει σημαντικά στην εξάλειψη των πλαστών και εικονικών τιμολογίων, που κυκλοφορούν στην αγορά. Επομένως, στη σημερινή δύσκολη οικονομική συγκυρία είναι ακόμη περισσότερο αναγκαία μια συστηματική και κοινή προσπάθεια μεταξύ της δημόσιας διοίκησης και των επιχειρήσεων, για να διευρυνθεί η χρήση του. Ως σημαντικότερα πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης μπορούν να αναφερθούν τα παρακάτω:

- ✓ Μείωση του κόστους από την πλευρά των εκδοτών

Ένα σημαντικό πλεονέκτημα για την έκδοση του τιμολογίου με ηλεκτρονικά μέσα είναι η μείωση του κόστους. Αυτό αφορά την εκτύπωση, την αποστολή και την αποθήκευση του παραστατικού. Η μείωση του κόστους, επίσης, αναφέρεται και στο ανθρώπινο δυναμικό, το οποίο στην περίπτωση του έντυπου τιμολογίου θα είχε καθήκον να ασχοληθεί και με την εκτύπωση, εμφακέλωση και αποστολή του. Στη σημερινή κατάσταση η διαδικασία μέχρι και τη φύλαξη του προϋποθέτει έξοδα τα οποία αποφεύγει με την εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

- ✓ Μείωση του κόστους από την πλευρά των παραληπτών

Μείωση του κόστους διαπιστώνεται και στην περίπτωση του λήπτη του ηλεκτρονικού τιμολογίου. Πιο συγκεκριμένα, στην παραλαβή και καταχώρηση των τιμολογίων στα λογιστικά προγράμματα, όπως και στην αποθήκευση των παραστατικών.

- ✓ Μείωση ενδεχόμενων λαθών

Επιπλέον, η εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης συμβάλλει στην αποφυγή λαθών. Με άλλα λόγια, αποφεύγονται τα πιθανά λάθη κατά την

καταχώρηση των τιμολογίων και το ενδεχόμενο να αποσταλούν τα τιμολόγια σε λάθος διευθύνσεις, με αποτέλεσμα λογιστικές ασυμφωνίες μεταξύ των εμπλεκόμενων.

- ✓ Αποτελεσματικότερος έλεγχος

Με τη χρήση των ηλεκτρονικών τιμολογίων πραγματοποιείται πιο αποτελεσματικός έλεγχος. Επακόλουθο αυτής της πράξης είναι η καλύτερη λογιστική συμφωνία ανάμεσα στις επιχειρήσεις, όπως και η πιο γρήγορη εξόφληση των τιμολογίων.

- ✓ Ηλεκτρονικό τιμολόγιο - Οικολογική συμπεριφορά

Παράλληλα, η εξοικονόμηση χαρτιού και αναλώσιμων εκτύπωσης προσδίδει οικολογική διάσταση της χρήσης της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Στα οφέλη της ηλεκτρονικής τιμολόγησης συγκαταλέγεται και η εύκολη πρόσβαση από την πλευρά των φορολογικών μηχανισμών. Ειδικότερα:

- ✓ Φορολογική ενημέρωση σε ψηφιακή μορφή

Με το σύστημα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης τα παραστατικά παίρνουν ψηφιακό χαρακτήρα. Έτσι, σε περίπτωση φορολογικού ελέγχου, το σύστημα αυτό βοηθά στην αναζήτηση, τον έλεγχο και την διασταύρωση των υπό έλεγχο στοιχείων.

- ✓ Εύκολη πρόσβαση έλεγχου παραστατικών

Επιπλέον, τα στοιχεία των επιχειρήσεων σε ηλεκτρονική μορφή μπορεί να διευκολύνουν τους προϋπολογισμούς του κράτους. Πιο αναλυτικά, το κράτος να ελέγχει τα έσοδα ανά είδη φόρων (έμμεσοι και άμεσοι), τα έξοδα, τις πωλήσεις, τις αγορές, αλλά και τα διαχρονικά στατιστικά μεγέθη, εφαρμόζοντας έτσι πολιτικές που εξομαλύνουν τυχόν ανισοροπίες σε διαφορετικούς παραγωγικούς κλάδους και δίνουν καλύτερη εικόνα των δημόσιων οικονομικών.

- ✓ Προγραμματισμός και έλεγχος για τις δημόσιες επιχειρήσεις

Βασικό πλεονέκτημα για τις δημόσιες επιχειρήσεις είναι η ηλεκτρονική τιμολόγηση. Με εργαλείο την τελευταία, βελτιώνεται σημαντικά αφενός ο

προγραμματισμός και αφετέρου ο έλεγχος των δημόσιων προμηθειών, κυρίως, σε κλάδους προβληματικούς, όπως για παράδειγμα τα δημόσια νοσοκομεία. Με το σύστημα αυτό θα υπάρχει δυνατότητα ο έλεγχος να καταστεί πιο αποτελεσματικός και να εντοπίσει τα τυχόν κακώς κείμενα των οικονομικών συναλλαγών μιας δημόσιας υπηρεσίας.

Τέλος, η εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης μπορεί να ωφελήσει ακόμα και τις τράπεζες.

- ✓ Καταρχήν, με την υιοθέτηση αυτού του συστήματος μειώνεται σημαντικά η χρήση επιταγών και μετρητών
- ✓ Όπως επίσης, αυξάνεται η χρήση των τραπεζικών διαδικτυακών εφαρμογών, το λεγόμενο «e-banking»

2.2 Προβληματικά σημεία

Παρατηρείται ότι στη χώρα μας οι επιχειρήσεις είναι εξαιρετικά δύσπιστες απέναντι στην εφαρμογή του συστήματος της ηλεκτρονικής τιμολόγησης παρόλο που η εφαρμογή του παρέχει όχι μόνο στις επιχειρήσεις αλλά κυρίως στη λειτουργία τους πολλαπλά οφέλη. Παρ' όλα αυτά οι επιχειρήσεις δυσκολεύονται να εντάξουν το σύστημα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης στις καθημερινές τους συναλλαγές γεγονός που οφείλεται από μια σειρά από λόγους οι οποίοι αναφέρονται παρακάτω.

- ✓ Αστάθεια του φορολογικού θεσμικού πλαισίου.

Εξαιτίας της αμφίροπτης σχέσης μεταξύ της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και της όλο και πιο συχνά μεταβαλλόμενης φορολογίας, οι επιχειρήσεις αμφιταλαντεύονται σχετικά με την εφαρμογή και υιοθέτησή της. Αυτό συμβαίνει γιατί το υπάρχον θεσμικό πλαίσιο διαθέτει πεδία τα οποία είτε δεν έχουν οριστικοποιηθεί ακόμη είτε δεν υποστηρίζουν με σαφήνεια τον ισχύοντα νόμο με αποτέλεσμα να δημιουργούνται σοβαρά προβλήματα που αφορούν στην εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Επιπλέον οι ελεγκτικές αρχές δεν έχουν την κατάλληλη εμπειρία ώστε να εφαρμόζουν επακριβώς τους αναγκαίους ελέγχους σε ένα περιβάλλον που κάνει διευρυμένη χρήση εφαρμογών ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Παρότι η ηλεκτρονική τιμολόγηση τίθεται τυπικά σε εφαρμογή από το 2006, εν τούτοις δεν παρέχονται σημαντικά κίνητρα για την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης από τους επιχειρηματίες, γεγονός που οδηγεί τις επιχειρήσεις να διατηρούν μια παθητική στάση απέναντι στην ηλεκτρονική τιμολόγηση. Αυτό συμβαίνει ιδιαίτερα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες στις παρούσες οικονομικές συνθήκες δεν είναι οικονομικά ευέλικτες για να αποκτήσουν τα απαραίτητα και αναγκαία συστήματα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Εξαιρετικό ενδιαφέρον προκαλεί το γεγονός ότι ακόμη και πολυεθνικές εταιρίες με σημαντικό κύκλο εργασιών και σημαντική τεχνογνωσία από το εξωτερικό φαίνεται να διστάζουν στην υιοθέτηση λύσης ηλεκτρονικής τιμολόγησης, καθώς το κόστος συντήρησης πολλαπλών διαδικασιών για την τιμολόγηση δημιουργεί σημαντικό διαχειριστικό κόστος στην καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης.

✓ Διατήρηση του δελτίου αποστολής σε έντυπη μορφή

Από το 2006, σύμφωνα με την ΠΟΛ 1049 «διαβίβαση, αποδοχή και αποθήκευση τιμολογίων με ηλεκτρονικά μέσα» επετράπη η ηλεκτρονική τιμολόγηση στην Ελλάδα. Η απόφαση αυτή αναφέρεται μόνο στο τιμολόγιο. Το δελτίο αποστολής, το οποίο συνοδεύει τα προϊόντα και το τιμολόγιο-δελτίο αποστολής που χρησιμοποιείται για την τιμολόγηση και διακίνηση των προϊόντων, δεν μπορούν να σταλούν ηλεκτρονικά. Το τιμολόγιο-δελτίο αποστολής χρησιμοποιείται στις περισσότερες επιχειρήσεις εκτός αυτών που παρέχουν υπηρεσίες. Σύμφωνα με μελέτη που πραγματοποίησε το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, το κυριότερο πρόβλημα των επιχειρήσεων σχετικά με την ηλεκτρονική τιμολόγηση είναι ότι δεν μπορεί να συνδεθεί το τιμολόγιο με το δελτίο αποστολής ή να σταλεί δελτίο αποστολής με ηλεκτρονικά μέσα. Έτσι ένας λόγος που δεν υιοθετούν το σύστημα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, είναι ότι δεν θέλουν τις διπλές λύσεις για τις συναλλαγές τους.

✓ Περιορισμένη διαλειτουργικότητα διαθέσιμων λύσεων

Οι πιθανοί τρόποι μετάδοσης των τιμολογίων, που ορίζει ο νόμος είναι το EDI και η εφαρμογή των προηγμένων ηλεκτρονικών υπογραφών. Σχετικά με τη δεύτερη επιλογή - όπως περιγράφεται στο Π.Δ. 150/2001 - αναφέρεται

ότι οι προδιαγραφές που έχουν υλοποιηθεί από το Υπουργείο Οικονομικών είναι αυτές του ΕΑΦΔΣΣ³ στην Ελλάδα. Το Υπουργείο Οικονομικών έκρινε κατάλληλο το έτος 2003 να μην ακολουθήσει μία μέθοδο που βασίζεται σε υποδομές δημόσιου κλειδιού λόγω της τότε έλλειψης των αντίστοιχων υποδομών στην Ελλάδα.

Η ΠΟΛ 1049/21-03-06 του Υπουργείου Οικονομικών ορίζει ότι η γνησιότητα της προέλευσης και η ακεραιότητα των δεδομένων του περιεχομένου του τιμολογίου διασφαλίζεται μέσω ΠΑΗΨΣ⁴, ενώ η ασφαλής διαβίβαση ηλεκτρονικών τιμολογίων υλοποιείται με τη δημιουργία και αποστολή των αρχείων a.txt και b.txt που παράγονται από τις ΕΑΦΔΣΣ. Ειδικότερα, όσον αφορά τα αρχεία, υπάρχουν αδυναμίες στη διαχείριση αυτών, γεγονός που δεν πρέπει να παραβλέπεται. Χαρακτηριστικά, η προτυποποίηση παραστατικών και η εκτύπωση μόνο του μεταβλητού μέρους του τιμολογίου - συνήθως του τιμολογίου-δελτίου αποστολής - δεν αντιμετωπίζεται από τον φορολογικό μηχανισμό, διότι δεν εμφανίζεται η εγκατάσταση του παραλήπτη στο αρχείο a.txt.

Ένα ακόμα πρόβλημα, που δημιουργείται λόγω της περιορισμένης διαλειτουργικότητας, αφορά τη λήψη ηλεκτρονικών τιμολογίων από άλλες χώρες. Έτσι δημιουργείται η ανάγκη να ακολουθούνται διαφορετικές διαδικασίες, οι οποίες θα πρέπει να εφαρμοστούν τόσο από τα εμπλεκόμενα μέρη όσο και από τους ελεγκτικούς μηχανισμούς του Υπουργείου Οικονομικών, ώστε να έχουν καλυφθεί σε περίπτωση ελέγχου της εγκυρότητας των τιμολογίων που έχουν υπογραφεί με την χρήση των ηλεκτρονικών υπογραφών.

Σε κάθε περίπτωση όμως, σύμφωνα με την Οδηγία 45/2010, «η αυθεντικότητα και η ακεραιότητα των ηλεκτρονικών τιμολογίων μπορεί επίσης να διασφαλίζεται με τη χρήση υφιστάμενων τεχνολογιών, όπως η ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (EDI) και οι προηγμένες ηλεκτρονικές υπογραφές».

³ Ειδική Ασφαλή Φορολογική Διάταξη Σήμανσης Στοιχείων

⁴ Προηγμένη Ασφαλή Ηλεκτρονική Ψηφιακή Σύνοψη

Παρόλα αυτά «δεν θα απαιτείται από τους υποκείμενους στον φόρο να χρησιμοποιούν κάποια συγκεκριμένη τεχνολογία ηλεκτρονικής τιμολόγησης», γεγονός που επιτρέπει στο Υπουργείο Οικονομικών να αξιοποιήσει το υπάρχον σύστημα στο σχεδιασμό της συνολικής λύσης.

✓ Έλλειψη κωδικοποίησης και εξειδίκευσης του θεσμικού πλαισίου

Η ασάφεια γύρω από την ηλεκτρονική τιμολόγηση αποτελεί δεσμευτικό παράγοντα έναρξης σχετικών επενδυτικών ενεργειών από την επιχειρηματική κοινότητα. Κρίνεται ότι οι φορολογικές απαιτήσεις δεν έχουν προσαρμοστεί σε ικανοποιητικό βαθμό στις ανάγκες της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και οι όποιες διατάξεις ισχύουν στην παρούσα φάση για το έντυπο τιμολόγιο θα πρέπει να επαναξιολογηθούν.

Οι κανόνες για τη μορφοποίηση των δεδομένων στο έντυπο τιμολόγιο είναι πλέον ξεπερασμένες και θα πρέπει να προσαρμοστούν στη νέα επιχειρηματική και οικονομική πραγματικότητα, όπου τα στοιχεία του τιμολογίου αποτελούν «επαναξιοποίησιμη» πληροφόρηση και για την επιχείρηση, αλλά και για τη δημόσια διοίκηση και τις ελεγκτικές αρχές.

✓ Μη αποτελεσματική επαλήθευση της φορολογικής συμμόρφωσης

Έως σήμερα δεν έχουν υλοποιηθεί συγκεκριμένες λύσεις για την ηλεκτρονική διασύνδεση κρατικών φορέων όπως για παράδειγμα η ΓΓΠΣ⁵ με τους εκδότες παραστατικών - τιμολογίων και δελτίων αποστολής - και συνεπώς δεν μπορεί να γίνει άμεση διασταύρωση στοιχείων, να ελεγχθεί η ροή του ΦΠΑ και να υπάρξει αυτόματος και άμεσος έλεγχος τιμολογίων.

Επιπλέον, η κατάσταση δυσχεραίνεται εξαιτίας των ελέγχων που δύνανται να εφαρμοστούν με την χρήση της ΠΑΗΨΣ. Οι έλεγχοι αυτοί βασίζονται κατά κύριο λόγο στην αντιπαραβολή των ηλεκτρονικών συνόψεων που έχουν δηλωθεί στην Δ.Ο.Υ. με βάση τις συγκεντρωτικές καταστάσεις που αποδίδονται από τα εμπλεκόμενα μέρη και στην αντιστοίχηση τους με αυτές που βρίσκονται στην ΕΑΦΔΣΣ του εκδότη. Ο έλεγχος αυτός υστερεί σημαντικά σε επίπεδο πολυπλοκότητας αλλά και χρόνου πραγματοποίησης

⁵ Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων

μιας και υπάρχουν περιπτώσεις κατά τις οποίες μπορεί να πραγματοποιηθεί μέχρι και 1,5 με 2 χρόνια αφότου ολοκληρωθεί η συναλλαγή. Το διάστημα αυτό θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικό καθώς στην διάρκεια αυτού μια οντότητα δύναται να αλλάξει στοιχεία ή ακόμα και να μην υφίσταται πλέον. Επομένως η δήλωση, από μέρους της, λανθασμένων στοιχείων μπορεί να οδηγήσει σε ανακρίβειες και αδυναμία άμεσης απόδοσης ευθυνών. Επιπλέον η αντιστοίχιση της εγκυρότητας του τιμολογίου όσον αφορά το περιεχόμενο της ΕΑΦΔΣΣ του εκδότη μπορεί να γίνει μόνο δειγματοληπτικά και όχι στο σύνολο των στοιχείων δυσχεραίνοντας ακόμα περισσότερο την διαδικασία ελέγχου. Η χρήση της ΠΑΗΨ εξασφαλίζει ότι τα δεδομένα ενός τιμολογίου είναι ακέραια μόνο στην περίπτωση κατά την οποία αυτά βρίσκονται εντός της ΕΑΦΔΣΣ. Η ΠΑΗΨ τότε δύναται να χρησιμοποιηθεί για να ελεγχθεί η εγκυρότητα των τιμολογίων που είναι αποθηκευμένα.

Όμως, τα αρχεία a.txt και b.txt, όταν εξαχθούν από την ΕΑΦΔΣΣ προς αποστολή, μπορούν να παραποιηθούν ή/και να αναδημιουργηθούν κατά βούληση χρησιμοποιώντας απλά κρυπτογραφικά εργαλεία που παράγουν συνόψεις ηλεκτρονικών αρχείων. Έτσι, εάν τα αρχεία αυτά αποσταλούν⁶, χωρίς να συνοδεύονται από κάποια κρυπτογραφική απόδειξη της ταυτότητας του αποστολέα, δεν καλύπτονται οι όροι του Νόμου, διότι ο μοναδικός κωδικός της ΕΑΦΔΣΣ που δηλώνεται δεν αρκεί στις περιπτώσεις που κάποιος εκδίδει πλαστά ή εικονικά τιμολόγια.

Η βασική λοιπόν αδυναμία της λειτουργούσας λύσης συνοψίζεται στο γεγονός ότι με την απλή αποστολή των a.txt και b.txt δεν δίνεται η δυνατότητα στον παραλήπτη να ελέγξει άμεσα την εγκυρότητα της ταυτότητας του αποστολέα ενός τιμολογίου και την ακεραιότητας των δεδομένων κατά τη μεταφορά και αποθήκευσή τους καθιστώντας τον ευάλωτο και αδύναμο να αποποιηθεί από την ευθύνη μιας μη νόμιμης συναλλαγής.

Βάσει της ΠΟΛ 1049/2006 παρέχεται η δυνατότητα στους ελεγκτικούς φορείς να διενεργούν ελέγχους σε ηλεκτρονικά τιμολόγια αλλά τα μέχρι τώρα στοιχεία δείχνουν ότι η δυνατότητα αυτή δεν αξιοποιείται σε ικανοποιητικό βαθμό. Συνολικά, η έκδοση και η διακίνηση πλαστών και εικονικών τιμολογίων

⁶ αναφέρει η ΠΟΛ 1049/21-03-06 στο άρθρο 2

αποτελεί ένα μείζον ζήτημα. Το πρόβλημα μπορεί να θεωρηθεί ότι έχει δύο αλληλένδετες διαστάσεις.

- ✓ Η άμεση και αυτόματη εξακρίβωση της ταυτότητας ενός αποστολέα τιμολογίου από τον παραλήπτη και την αποποίηση ευθύνης από μέρους του τελευταίου σε περίπτωση που το περιεχόμενο του τιμολογίου δεν αντιπροσωπεύει τα πραγματικά στοιχεία.
- ✓ Η εξακρίβωση ότι τα περιεχόμενα του τιμολογίου αντικατοπτρίζουν ένα νόμιμο τιμολόγιο δηλαδή να έχει περάσει από φορολογική διαδικασία και όχι να προέρχεται από «διπλά βιβλία».

Με βάση τα παραπάνω, η παρούσα υποδομή βάσει των ΕΑΦΔΣΣ δεν είναι σε θέση να προστατεύσει από το πρόβλημα των πλαστών και εικονικών τιμολογίων σε καμία από τις προαναφερθείσες διαστάσεις.

2.3 Ρυθμιστικό κόστος

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση, όπως διαπιστώθηκε και πιο πάνω, έχει αρκετά προβληματικά σημεία με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να διστάζουν να εφαρμόσουν το σύστημα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Αυτό οδηγεί τον επιχειρηματία να μην μπορεί να βοηθήσει την επιχείρησή του με τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η υιοθέτηση αυτού. Στην περίπτωση, όμως, που θα το υιοθετήσουν το όφελος θα είναι μεγάλο. Αυτό φαίνεται παρακάτω με τα στοιχεία μιας εταιρείας που απασχολεί 5.000 άτομα, με μέσο κόστος εργασίας 60€ για κάθε ώρα.

Εκδότης/Παραλήπτης	Παραδοσιακή Τιμολόγηση	Ηλεκτρονική Τιμολόγηση
Εκτύπωση-Δημιουργία Φακέλου και Αποστολή	3.90€	0.00€
Υπενθυμίσεις Πληρωμών	0.50€	0.40€
Οικονομική Διαχείριση	4.50€	3.00€
Αρχειοθέτηση	2.20€	0.80€
Πάροχος Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης	-	0.50€
Σύνολο	11.10€	4.70€

Παραλήπτης/Αγοραστής	Παραδοσιακή Τιμολόγηση	Ηλεκτρονική Τιμολόγηση
Λήψη	1.10€	0.00€
Εισαγωγή Κωδικοποιήσεων	3.00€	0.00€
Επικύρωση και Διασταύρωση	4.00€	1.20€
Διαχείριση Διαφωνιών	2.50€	2.00€
Πληρωμές-Οικονομική διαχείριση	4.80€	2.00€
Αρχειοθέτηση	2.20€	0.80€
Πάροχος Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης	-	0.70€
Σύνολο	17.60€	6.70€

(Πηγή: Billentis)

Οι παραπάνω πίνακες δείχνουν την διαφορά του κόστους ανάμεσα στην παραδοσιακή και ηλεκτρονική τιμολόγηση. Ο εκδότης με την εφαρμογή του συστήματος αυτού, αρχικά, θα απαλλαγεί από την εκτύπωση, τη δημιουργία φακέλου και την αποστολή του τιμολογίου και το κόστος αυτών των ενεργειών που ανερχόταν σε 3.90€ με την εισαγωγή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης πλέον θα είναι μηδενικό. Επιπλέον, παρατηρείται μείωση στις υπενθυμίσεις των πληρωμών, την οικονομική διαχείριση και την αρχειοθέτηση των παραστατικών με τιμές οι οποίες στην παραδοσιακή τιμολόγηση δείχνουν να είναι 0.50€, 4.50€ και 2.20€ και να μειώνεται στα 0.40€, 3.00€ και 0.80€ αντίστοιχα. Συνολικά, λοιπόν, το όφελος του εκδότη είναι 6.30€.

Σπουδαία μείωση φαίνεται, επίσης και από την πλευρά του παραλήπτη με το συνολικό κέρδος να φτάνει τα 10.90€ για κάθε τιμολόγιο. Αναλυτικότερα, στην παραδοσιακή τιμολόγηση η λήψη των τιμολογίων με τιμή 1.10€ και η εισαγωγή κωδικοποιήσεων με τιμή 3.00€ στην τιμολόγηση με ηλεκτρονικά μέσα άγγιξε το μηδέν. Παράλληλα, η επικύρωση και η διασταύρωση των παραστατικών, η διαχείριση διαφωνιών, οι πληρωμές και η οικονομική διαχείριση όπως και η αρχειοθέτηση δείχνουν μείωση από την παραδοσιακή στην ηλεκτρονική τιμολόγηση με κόστη 4.00, 2.50, 4.80 και 2.20 ευρώ σε 1.20, 2.00, 2.00 και 0.80 ευρώ αντιστοίχως.

Και στις δύο περιπτώσεις, βέβαια, πρέπει να αναφερθεί ότι υπάρχει το κόστος του παρόχου που στον εκδότη φτάνει τα 0.50€ και στον παραλήπτη τα

0.70€ ενώ στην παραδοσιακή αυτό δεν συμβαίνει. Συνολικά η μείωση του διοικητικού κόστους φτάνει το 60%.

Τα στοιχεία αυτά μπορούν να αναλυθούν, επίσης, και σε ποσοστά επί του συνολικού οφέλους που προσφέρουν στις επιχειρήσεις στην περίπτωση εφαρμογής του συστήματος. Αυτό αναλύεται, λοιπόν, σε 57% για την εκτύπωση, την προετοιμασία και την αποστολή του τιμολογίου, 1% για την διαχείριση των υπενθυμίσεων των πληρωμών, 22% για την οικονομική διαχείριση και τέλος, 20% για την αρχειοθέτηση των παραστατικών. Αυτές οι ενέργειες αφορούν το συνολικό κέρδος του προμηθευτή. Το συνολικό κέρδος επί τοις εκατό από την πλευρά του αγοραστή είναι 35% για την λήψη του τιμολογίου και τις κωδικοποιήσεις, 24% για την επικύρωση και τη διασταύρωση των τιμολογίων, 4% για τη διαχείριση διαφωνιών, 24% για την οικονομική διαχείριση και 12% στην αρχειοθέτηση των παραστατικών.

3 Μοντέλα υπηρεσιών & λύσεις ηλεκτρονικής τιμολόγησης

3.1 Υιοθετώντας την ηλεκτρονική τιμολόγηση

Στο κεφάλαιο αυτό θα ασχοληθούμε με τις επιλογές που πρέπει να κάνει μία επιχείρηση όταν αποφασίσει να αρχίσει να αποστέλλει ηλεκτρονικά τα τιμολόγιά της και τι θα πρέπει να προσέξει πριν προχωρήσει στην απόφασή της.

Πρώτα απ' όλα, μία επιχείρηση πρέπει να αποφασίσει εάν θα αποστέλλει από το δικό της σύστημα τα τιμολόγιά της ηλεκτρονικά ή αν θα χρησιμοποιήσει υπηρεσία παροχής ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Πολλές επιχειρήσεις επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν το δικό τους σύστημα ηλεκτρονικής τιμολόγησης, για να έχουν έτσι καλύτερο έλεγχο και μεγαλύτερη ασφάλεια. Προαπαιτούμενα για να ακολουθήσει μία επιχείρηση αυτήν την λύση είναι να έχει προσωπικό με τεχνικές γνώσεις σε βάθος, που να περιλαμβάνουν την EDI, την μετάφραση δεδομένων και πείρα στη χαρτογράφηση. Ακόμα, απαιτούνται επιχειρηματική γραμμή, επαγγελματίες λογιστές και εφοριακοί από την αρχή μέχρι το τέλος της διαδικασίας. Επίσης, θα υπάρχει κόστος για την αγορά των αδειών. Οι περισσότεροι χρεώνουν σε βάση ανά χρήστη. Δηλαδή, όσο θα αυξάνεται η χρήση της εφαρμογής, θα αναγκάζεται η επιχείρηση να πληρώνει περισσότερο για τους προστιθέμενους χρήστες. Θα πρέπει να υπολογίσει την επιβάρυνση για την αναβάθμιση του συστήματος. Είναι φυσικό ότι θα αναγκαστεί η επιχείρηση να υποστηρίξει και να διατηρεί το σύστημα καθ' όλη την διάρκεια της λειτουργίας του.

Υποστήριξη θα χρειαστούν και οι συνεργάτες της εταιρείας για να διευκολυνθούν στην υιοθέτηση και τη συνέχιση του συστήματος. Επειδή μία επιχείρηση έχει συνεργάτες σε διαφορετικές τοποθεσίες και με διαφορετικό επίπεδο τεχνικών ικανοτήτων, θα πρέπει να αναλογιστεί σε ποιο βαθμό είναι εύκολη η χρήση του συστήματος. Μερικοί οργανισμοί είναι αρκετά μεγάλοι για να επιβάλλουν την λύση που επιθυμούν, αλλά οι περισσότεροι θα πρέπει να παρέχουν πολλές επιλογές, ώστε να επιλέγει ο κάθε συνεργάτης τους την λύση που του ταιριάζει καλύτερα.

Υπάρχει ο κίνδυνος, λόγω των συχνών τεχνολογικών αλλά και φορολογικών αλλαγών, να μην τηρεί η επιχείρηση τους τελευταίους κανονισμούς. Μπορεί, με βάση τον προϋπολογισμό της, η επιχείρηση να έχει θέσει άλλες προτεραιότητες και να μην μπορεί να αναβαθμίσει το ηλεκτρονικό σύστημα τιμολόγησης της.

Αν τελικά πρόκειται να χρησιμοποιήσει η εταιρεία μία υπηρεσία παροχής ηλεκτρονικής τιμολόγησης θα πρέπει να λάβει υπ' όψη της όλες τις παραπάνω παρατηρήσεις καθώς και ότι η υπηρεσία που θα συνεργαστεί θα πρέπει να της παρέχει ένα ευρύ πεδίο επικοινωνίας. Θα πρέπει ακόμα να είναι πάντοτε ενημερωμένη με τα τελευταία τεχνικά πρότυπα και να παρέχει υποστήριξη στην επιχείρηση με την ενσωμάτωση λογιστικών πακέτων και την ένταξη σε συστήματα ERP. Εφόσον η επιχείρηση έχει συναλλαγές και με πολλές εταιρείες από διαφορετικές χώρες, θα ήταν απαραίτητο η υπηρεσία παροχής ηλεκτρονικής τιμολόγησης που θα διαλέξει να μπορεί να της παρέχει υποστήριξη σε πολλές γλώσσες και χρονικές ζώνες. Σημαντικό είναι ακόμα η υπηρεσία να έχει έγκαιρη ενημέρωση για τους νέους κανονισμούς και τις διατάξεις, σχετικά με την ηλεκτρονική τιμολόγηση, σε κάθε χώρα και γρήγορη ταχύτητα προσαρμογής στις αλλαγές αυτές.

Επειδή η τιμολόγηση είναι μία από τις πιο σημαντικές διαδικασίες λειτουργίας της επιχείρησης, το πρόγραμμα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης θα πρέπει να εξεταστεί και να επιλεγθεί μέσα στο ευρύτερο πλαίσιο στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου μεταξύ επιχειρήσεων. Θα πρέπει να είναι σύμφωνο με τους στόχους της εταιρείας στα λογιστικά, τις πληρωμές και τη φορολογική νομοθεσία. Με αυτόν τον τρόπο θα έχει τα μέγιστα οφέλη από την λύση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης που θα επιλέξει. Όταν θα αποφασίσει η επιχείρηση ποια υπηρεσία παροχής ηλεκτρονικής τιμολόγησης θα χρησιμοποιήσει, θα πρέπει να ελέγξει αν την καλύπτει σε όλες τις απαιτήσεις της, ώστε να μπορεί να βελτιωθεί σε όλους τους τομείς και να αυξήσει την ανταγωνιστικότητά της.

Ο αριθμός των παρόχων ηλεκτρονικής τιμολόγησης αυξάνεται με ποσοστό 20% ετησίως. Σύμφωνα με έρευνες, στα επόμενα δύο χρόνια, όταν ο αριθμός των ηλεκτρονικών τιμολογίων ξεπεράσει το 15% των συνολικών, θα υπάρξει μία σημαντική σταθεροποίηση του αριθμού των παρόχων. Είναι

σημαντικό λοιπόν, η επιχείρηση να επιλέξει έναν πάροχο, που θα αντέξει και θα διατηρηθεί μέσα σε αυτήν την αλλαγή της αγοράς.

Η συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων είναι περίπλοκη, δαπανηρή και συνεχής. Τα πρότυπα, τα πρωτόκολλα και οι διάφορες διαδικασίες αλλάζουν συχνά, καθώς καμία επιχείρηση δεν είναι πλήρως τυποποιημένη. Επομένως, θα πρέπει η υπηρεσία παροχής ηλεκτρονικής τιμολόγησης να είναι ανεξάρτητη από πλατφόρμα, για να μπορεί να συνδέσει όλα με όλους. Αυτό είναι σημαντικό, γιατί αν παρέχει η υπηρεσία τη δυνατότητα να αλληλεπιδρά η επιχείρηση με ανταγωνιστικά προγράμματα ERP, θα αποτρέπει τον κίνδυνο από τη μη συμβατότητα με τα συστήματα των συνεργατών της. Ακόμα, οι ικανότητες καλής διαχείρισης των ERP θα βοηθήσουν στο να δημιουργηθεί ένα «τείχος» στις ERP εφαρμογές της εταιρείας, εξασφαλίζοντας, με αυτόν τον τρόπο, ότι θα λαμβάνει το σύστημα ακριβείς πληροφορίες, οι οποίες θα βοηθάνε στην καλύτερη κατανόηση της αγοράς και μελλοντικών αλλαγών της, στην τυποποίηση επιχειρηματικών διαδικασιών και στη βελτίωση της αποδοτικότητας της τιμολόγησης.

Ανεξάρτητα από το αν τελικά η εταιρεία θα επιλέξει να έχει το δικό της σύστημα ηλεκτρονικής τιμολόγησης ή αν θα απευθυνθεί σε μία υπηρεσία παροχής θα πρέπει η λύση που θα διαλέξει να πληροί τα παρακάτω στοιχεία:

- ✓ Να είναι δυνατή η ανταλλαγή παραστατικών μεταξύ αγοραστών και προμηθευτών ανεξάρτητα από τα πρότυπα λογιστικών στοιχείων που έχουν τα συστήματά τους, το μέγεθος της επιχείρησής τους και την τεχνογνωσία τους. Να μπορεί να υποστηρίξει άλλα έγγραφα που αποτελούν μέρος της διαδικασίας της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, όπως είναι τα χρεοπιστωτικά σημειώματα και οι εντολές πληρωμής.
- ✓ Η λύση που θα ακολουθήσει η επιχείρηση να επιτρέπει την τήρηση του τρόπου λειτουργίας του συστήματος και της ροής των εργασιών χωρίς να απαιτείται κάποια αλλαγή ή παρεμβολή σ αυτά. Με αυτόν τον τρόπο, δεν θα παρουσιαστεί κάποιο πρόβλημα λειτουργικότητας στην εταιρεία και δεν θα μείνει πίσω ο ρυθμός των εργασιών της.
- ✓ Να ενημερώνεται το σύστημα καθώς συμβαίνουν οι διάφορες αλλαγές στην ισχύουσα νομοθεσία για την ηλεκτρονική τιμολόγηση, να

διασφαλίζεται ότι και ο χρήστης του συστήματος γίνεται ενήμερος των μετατροπών αυτών.

- ✓ Σε πολλές χώρες η αποθήκευση των ηλεκτρονικών τιμολογίων, για μεγάλα χρονικά διαστήματα, είναι υποχρεωτική. Το σύστημα, λοιπόν, θα πρέπει να επιτρέπει την αρχειοθέτησή τους όπως επίσης και την εύκολη αναζήτησή τους και ανάκτησή τους σε περίπτωση που ζητηθούν, σε κάποιο φορολογικό έλεγχο.

3.2 Τρόποι ηλεκτρονικής τιμολόγησης

Υπάρχουν μερικές συγκεκριμένες μέθοδοι για την αποστολή τιμολογίων με ηλεκτρονικά μέσα. Σε μερικές από αυτές το τιμολόγιο αποστέλλεται απευθείας από τον εκδότη στον λήπτη, ενώ σε άλλες παρεμβάλλεται ένα τρίτο μέρος, μία υπηρεσία παροχής ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

- ✓ Μία τεχνική ηλεκτρονικής τιμολόγησης είναι η EDI (Electronic Data Interchange-Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων). Θα μπορούσαμε να την χαρακτηρίσουμε σαν μία ηλεκτρονική ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ επιχειρήσεων, μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή, σε συγκεκριμένες μορφές. Προϋπόθεση για να χρησιμοποιηθεί η μέθοδος αυτή, είναι να υπάρχει συμφωνία, μεταξύ των συμβαλλομένων ως προς την μορφή της συναλλαγής. Συνήθως χρησιμοποιείται EDIFACT⁷ (μία μορφή τυποποιημένου μηνύματος για EDI) ή XML⁸ (είναι ένας τρόπος από τον Ο.Π.Δ.⁹ για κατασκευή δεδομένων.

Το βασικό σημείο στην EDI είναι ότι δύο εταιρικά συστήματα επικοινωνούν απευθείας το ένα με το άλλο, διαδικασία, η οποία μειώνει την ανάγκη για συνηθισμένες χειρωνακτικές εργασίες. Οι επιχειρήσεις, θέλοντας να εκμεταλλευτούν πλήρως τις δυνατότητες της EDI, χρησιμοποιούν την τεχνική και σε άλλες διαδικασίες, πέρα από την τιμολόγηση. Το υψηλό επίπεδο αυτοματισμού που επιτυγχάνεται, η μείωση της εμφάνισης λαθών, η προσφορά πολλών βιομηχανικών

⁷ Electronic Data Interchange For Administration, Commerce and Transport-Ηλεκτρονική Ανταλλαγή Δεδομένων για την Διαχείριση, το Εμπόριο και την Μεταφορά

⁸ Extensible Markup Language-Σημειολογική Επεκτάσιμη Γλώσσα

⁹ Οργανισμός Παγκόσμιου Δικτύου

εξειδικευμένων επιλογών, είναι μερικά από τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η EDI. Επιπλέον, είναι μία τυποποιημένη λύση για ολόκληρη την λειτουργία της επιχείρησης και είναι ωφέλιμη τόσο για τον αγοραστή όσο και για τον πωλητή. Όσον αφορά τα μειονεκτήματα, παρατηρείται έλλειψη μίας ενοποιημένης τυποποίησης καθώς και προβλήματα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, λόγω του υψηλού κόστους απόκτησης και ενσωμάτωσης του λογισμικού που απαιτείται. Η υιοθέτηση της EDI είναι σημαντική στην προώθηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Είναι ένα μεγάλο βήμα για την εγκατάλειψη των υλικών εγγράφων μίας συναλλαγής μεταξύ των συναλλασσομένων μερών. Σε μερικές χώρες, το τιμολόγιο που αποστέλλεται μέσω της EDI χρησιμοποιείται κυρίως από μεγάλες επιχειρήσεις. Στη συνέχεια όμως, λόγω νέων εξελίξεων όπως της διαδικτυακής EDI, η χρήση αυξήθηκε και στις μικρές επιχειρήσεις. Η EDI χρησιμοποιείται περισσότερο από βιομηχανίες με καλά οργανωμένες αλυσίδες προμηθειών, όπως των αυτοκινήτων, της τεχνολογίας και των φαρμακευτικών προϊόντων. Εφόσον ακόμα σε κάποιες χώρες το τιμολόγιο που αποστέλλεται μέσω EDI απαιτεί και χάρτινο αντίγραφο, δεν μπορούμε να μιλάμε για αποκλειστικά ηλεκτρονική τιμολόγηση. Τα τιμολόγια που στάλθηκαν μέσω EDI και συνοδεύονταν από χάρτινο παραστατικό αντιπροσωπεύουν το 3.75% των συνολικών τιμολογίων που εκδόθηκαν στην Ευρώπη το 2006. Παρ' όλο που η EDI χρησιμοποιείται πάνω από είκοσι χρόνια ο ρυθμός διαδόσεως της στην αγορά δεν είναι ιδιαίτερα υψηλός, σε αντίθεση με τις καινούριες τεχνικές της ηλεκτρονικής τιμολόγησης που διαδίδονται πιο γρήγορα.

- ✓ Invoice Portals/Web EDI (πύλη τιμολογίου) είναι μία υπηρεσία όπου ο προμηθευτής συμπληρώνει ένα διαδικτυακό έντυπο, το οποίο στη συνέχεια στέλνεται ηλεκτρονικά στον πελάτη σε μία συγκεκριμένη μορφή. Η διαδικτυακή EDI είναι ένα καλό συμπλήρωμα για τις εταιρείες που έχουν επενδύσει σε ένα σύστημα EDI, γιατί είναι μία τεχνική που μπορεί να χρησιμοποιηθεί τόσο από τους μεγάλους όσο και από τους μικρότερους προμηθευτές. Η λύση της διαδικτυακής EDI είναι πιο ωφέλιμη για τον αγοραστή, γιατί μειώνεται ο όγκος της

χειρωνακτικής εργασίας. Αντίθετα όμως, για τον προμηθευτή απαιτούνται ακόμα κάποιες χειρωνακτικές διαδικασίες.

- ✓ Invoice Hubs-Η μέθοδος αυτή είναι γνωστή και ως invoice transaction hub. Είναι μία υπηρεσία που προσφέρεται από έναν μεσάζοντα, ο οποίος κατευθύνει τα ηλεκτρονικά τιμολόγια και τα μετατρέπει σε διαφορετικού τύπου αρχεία. Τον τρόπο αυτό της ηλεκτρονικής τιμολόγησης θα μπορούσαμε να τον περιγράψουμε ως εξής: αποστέλλεται ένα ηλεκτρονικό τιμολόγιο από το σύστημα της επιχείρησης μέσω της υπηρεσίας ανταλλαγής τιμολογίων απευθείας στην επιχείρηση του παραλήπτη, είτε εκτυπώνεται από τον μεσάζοντα και στέλνεται στον παραλήπτη μέσω e-mail. Η τεχνική αυτή συμφέρει λόγω του χαμηλού κόστους που απαιτείται.
- ✓ Μία ακόμα μέθοδος ηλεκτρονικής τιμολόγησης είναι όταν ο ίδιος ο πελάτης εκδίδει το τιμολόγιο, αντίθετα δηλαδή με τον συνηθισμένο τρόπο, όπου ο προμηθευτής εκδίδει το τιμολόγιο. Η ιδιοτιμολόγηση, όπως ονομάζεται, είναι πιο κατάλληλη για συναλλαγές όπου οι τιμές είναι από πριν συμφωνημένες και καταχωρημένες στο σύστημα του αγοραστή. Όταν χρησιμοποιείται η ιδιοτιμολόγηση ο πωλητής είναι αυτός που πιστοποιεί το τιμολόγιο.
- ✓ Virtual Invoice Writer-Είναι σαν μία εφαρμογή που μπορεί να δημιουργεί ηλεκτρονικά τιμολόγια και, αντί να τα εκτυπώνει, να τα στέλνει στον παραλήπτη του τιμολογίου μέσω e-mail. Οι πιθανές ωφέλειες από αυτήν την τεχνική είναι: μείωση στο κόστος για την εκτύπωση, το χαρτί και το γραμματόσημο για τον πωλητή. Υπάρχουν όμως βέβαια και κάποια πιθανά μειονεκτήματα. Μπορεί να είναι επιζήμιο, αν στέλνεις τύπους εγγράφων, τα οποία μπορούν να αλλοιωθούν ή να χρησιμοποιηθούν φόρμες, από τις οποίες μπορούν να βρεθούν προηγούμενοι τύποι. Ακόμα ένα μειονέκτημα είναι πως τα τιμολόγια πρέπει να αποθηκεύονται στην πρωτότυπη μορφή τους για τουλάχιστον τρία χρόνια.

Οι παραπάνω τρόποι ηλεκτρονικής τιμολόγησης χρησιμοποιούνται συχνά με τρόπο που να συμπληρώνει ο ένας τον άλλο. Μεγάλες επιχειρήσεις, που έχουν πολλούς προμηθευτές και διαχειρίζονται μεγάλο αριθμό τιμολογίων

χρειάζονται να χρησιμοποιούν παραπάνω από μία μέθοδο ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Η τεχνική που θα απαιτείται σε κάθε περίπτωση εξαρτάται από το επίπεδο της συνεργασίας μεταξύ των οργανισμών και από τις οικονομικές πηγές. Εκτός από τις προαναφερθείσες υπάρχουν και άλλες τεχνικές ηλεκτρονικής τιμολόγησης, όπως είναι το σάρωμα των χάρτινων τιμολογίων.

Ανακεφαλαιώνοντας, η EDI, το Invoice Portal και η διαδικτυακή EDI είναι οι τρόποι ηλεκτρονικής τιμολόγησης που μπορεί να χρησιμοποιήσει ένας προμηθευτής, για να στείλει απευθείας στο εταιρικό σύστημα του πελάτη ένα τιμολόγιο. Τέλος, θα πρέπει να αναφέρουμε ότι η EDI και το Invoice Hub είναι μέθοδοι που μπορούν να χρησιμοποιηθούν και σε άλλες συναλλαγές στην αγοραστική διαδικασία πέρα απ' την ηλεκτρονική τιμολόγηση.

3.3 Αναπτυσσόμενα μοντέλα αγοράς

Πολλοί μεγάλοι οργανισμοί εφαρμόζουν την ανταλλαγή ηλεκτρονικών επιχειρηματικών μηνυμάτων απευθείας με τους συναλλασσομένους τους. Αυτή θεωρείται μία καλή μέθοδος για να δημιουργηθεί μία πιο ισχυρή συνεργασία με πολύ μεγάλες εταιρείες εφόσον κίόλας οι νομικές απαιτήσεις για τα παραπάνω μηνύματα δεν είναι πολλές. Σε πολλές χώρες το τιμολόγιο είναι το πιο σημαντικό έγγραφο όσον αφορά τον υπολογισμό της απόδοσης του ΦΠΑ. Παρόλο που πολύ μεγάλοι οργανισμοί προτιμούν την άμεση ανταλλαγή ηλεκτρονικών τιμολογίων με τους συναλλασσομένους τους η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων επιλέγει να χρησιμοποιήσει έναν επαγγελματία πάροχο υπηρεσιών.

✓ SUPPLIER DIRECT MODE

Ένας προμηθευτής εφαρμόζει μία λύση ηλεκτρονικής τιμολόγησης μέσα στο περιβάλλον του για διανομή των τιμολογίων του μέσω διαφορετικών τεχνικών. Τα αποστέλλει στους πελάτες του μέσω e-mail, SMS κ.α. ή τα ανεβάζει στην ιστοσελίδα του και πελάτες μπορούν να συνδεθούν και να τα κατεβάσουν. Το μοντέλο αυτό είναι πολύ διαδεδομένο στις τηλεπικοινωνίες, στις δημόσιες υπηρεσίες και στις εταιρείες καρτών που εκδίδουν έναν μεγάλο αριθμό λογαριασμών. Καθώς η συμπεριφορά των μικρομεσαίων

επιχειρήσεων μπορεί να συγκριθεί με αυτήν των καταναλωτών, παίζει έναν σημαντικό ρόλο στις συναλλαγές των επιχειρήσεων μεταξύ τους.

Η συνηθισμένη προώθηση στην αγορά γίνεται με μία B2C Customer Portal. Οι πελάτες έχουν πρόσβαση, μπορούν να τα αναλύσουν και να κατεβάσουν τα ηλεκτρονικά τιμολόγια. Εξαιτίας της διαδικασίας πρόσβασης που απαιτείται στην ιστοσελίδα του κάθε προμηθευτή, η πρακτική αυτή δεν είναι τόσο διαδεδομένη. Υπάρχει η πρόταση οι πελάτες να παραλαμβάνουν ένα e-mail ειδοποίησης για κάθε νέο τιμολόγιο, μέσα στο οποίο να περιλαμβάνεται ένας υπερσύνδεσμος με την πύλη πληροφοριών. Πιο διαδεδομένο όμως είναι η επισύναψη των τιμολογίων σε e-mails και η αποστολή τους στους πελάτες.

Τα τιμολόγια που ανταλλάσσουν μεταξύ τους επιχειρήσεις πρέπει να είναι συμβατά με το ΦΠΑ και το φόρο. Γι αυτό οι εκδότες στις περισσότερες χώρες πρέπει να υπογράφουν ψηφιακά τα τιμολόγια. Τα πλεονεκτήματα του Supplier Direct Model είναι η άμεση επικοινωνία με τον πελάτη και αλληλεπίδραση μαζί του. Η λειτουργικότητα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης εξαρτάται αποκλειστικά από τον προμηθευτή, π.χ. μία εταιρεία τηλεπικοινωνιών προσφέρει εργαλεία ανάλυσης μαζί με τα αρχεία κλήσεων. Επίσης, προσφέρεται η δυνατότητα για αλληλεπίδραση με το back-office environment¹⁰ και αυτοματοποίηση των διαδικασιών.

Όσον αφορά τα μειονεκτήματα, η συσσώρευση του κόστους των αναβαθμίσεων και της διατήρησης είναι υψηλή, παρόλο που τα αρχικά έξοδα απόκτησης και εφαρμογής δεν είναι τόσο πολλά. Οι πελάτες προτιμούν να μην χρειάζεται να εισέρχονται σε τόσες διαφορετικές ιστοσελίδες των προμηθευτών τους. Επιπλέον, ο αριθμός των τύπων που είναι διαθέσιμοι για ηλεκτρονικό κατέβασμα από τους πελάτες είναι περιορισμένος και πρέπει να τους μετατρέψουν για εισαγωγή στα back-offices. Οι πελάτες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων δεν παίρνουν ένα συγκεντρωτικό συμβατό με το ΦΠΑ ηλεκτρονικό αρχείο από όλους τους προμηθευτές τους. Πολλά από τα

¹⁰ Είναι το τμήμα της επιχείρησης που ασχολείται με την λήψη αποφάσεων σχετικά με τη διαχείρισή της.

προαναφερθέντα μειονεκτήματα μπορούν να ξεπεραστούν ή να περιοριστούν αν παρεμβληθεί και ένας τρίτος συναλλασσόμενος.

✓ BUYER DIRECT MODEL

Ένας αγοραστής εφαρμόζει μία λύση ηλεκτρονικής τιμολόγησης μέσα στο περιβάλλον του για παραλαβή ηλεκτρονικών τιμολογίων μέσω διαφορετικών οδών: Να λαμβάνει τιμολόγια άμεσα σαν ένα ρεύμα δεδομένων για εισαγωγή στο σύστημα AP¹¹ (εφαρμόζεται κυρίως με τιμολόγια από μεγάλους προμηθευτές). Το μοντέλο αυτό προτιμάται από μεγαλύτερους οργανισμούς, ειδικά αν οι προμηθευτές τους έχουν υψηλό ανταγωνισμό με άλλους, όπως συμβαίνει στις βιομηχανίες αυτοκινήτων.

Κάποιοι πάροχοι προσφέρουν λύσεις ηλεκτρονικής τιμολόγησης μόνο σε αγοραστές, ενώ άλλοι παρέχουν λογισμικό στους προμηθευτές και ταυτόχρονα προετοιμάζουν και αποστέλλουν μία συμβατή μορφή τιμολογίου που να πληροί τις απαιτήσεις των αγοραστών. Αν οι προμηθευτές βρίσκονται σε χώρες που απαιτούνται από τις νομοθεσίες τους ψηφιακές υπογραφές, πρέπει να υπογράψουν τα ηλεκτρονικά τιμολογία τους με έναν τρόπο συμβατό με το ΦΠΑ. Το μοντέλο αυτό μπορεί να έχει επιτυχία και σε μικρότερους προμηθευτές, αν οι παραγγελίες είναι να σταλούν μόνο σε ηλεκτρονική μορφή.

Πολλοί πάροχοι υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης προσφέρουν μία λειτουργία για μετατροπή των δεδομένων παραγγελιών σε ένα τιμολόγιο που θα σταλεί πίσω στον αγοραστή. Τα θετικά σημεία στο μοντέλο Buyer Direct Model είναι η άμεση επικοινωνία με τους προμηθευτές καθώς και το ότι ο βαθμός απόδοσης της ηλεκτρονικής τιμολόγησης επηρεάζεται απευθείας από τον παραλήπτη του τιμολογίου. Στα αρνητικά σημεία συγκαταλέγονται οι εκτεταμένες διευκρινίσεις, επεξηγήσεις και η κατανόηση που απαιτείται, ειδικά σε περιπτώσεις διασυνοριακών συναλλαγών. Είναι δύσκολο για τους προμηθευτές να κάνουν διαφορετικά προγράμματα για κάθε αγοραστή, προκειμένου να μπορούν να αλληλεπιδράσουν.

✓ DIRECT MODEL AS A SERVICE

¹¹ Accounts Payable-Πληρωτέοι Λογαριασμοί

Τα τελευταία χρόνια μεγάλες επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν το Buyer Direct Model κατέληξαν ότι η ανάπτυξη της αγοράς κινείται σε πολύ υψηλά επίπεδα, ενώ η διατήρηση των εφαρμογών είναι πολύ δαπανηρή. Για αυτόν τον λόγο ορισμένοι πάροχοι υπηρεσιών από χώρες της Ευρώπης όπως στο Ηνωμένο Βασίλειο, την Ολλανδία, τη Γαλλία και τη Γερμανία ξεκίνησαν να προσφέρουν υπηρεσίες με λευκή ετικέτα. Διαχειρίζονται ένα direct model για λογαριασμό ισχυρών αγοραστών και προμηθευτών. Το λογισμικό αναπτύσσεται, διατηρείται και διευθύνεται από αυτούς τους παρόχους. Οι πελάτες επιβαρύνονται μόνο με ένα σταθερό ποσό ολοκλήρωσης και με ένα ποσό βασισμένο στον όγκο και στο χρόνο.

Το μοντέλο αυτό έχει μικρότερο κόστος αφού τα έξοδα απόκτησης και συντήρησης της εφαρμογής μοιράζονται με άλλους. Ακόμα το κόστος γίνεται να προβλεφθεί από τη στιγμή που η μία επιβάρυνση είναι σταθερή και η άλλη αυξάνεται μόνο με κάθε συναλλαγή ή χρήστη. Η περιπλοκότητα που αφορά τη διαδικασία για συμβατότητα με το ΦΠΑ μπορεί να αποφευχθεί με ανάθεση σε εξωτερικούς συνεργάτες. Τα μειονεκτήματα είναι παρόμοια με τα δύο προηγούμενα μοντέλα.

✓ CONSOLIDATOR MODEL

Ο εκδότης και ο παραλήπτης έχουν μόνο έναν τρόπο επικοινωνίας με τον πάροχο υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης, τον διεκπεραιωτή. Ο χειριστής αυτός του δικτύου ηλεκτρονικής τιμολόγησης αναλαμβάνει να διεκπεραιώσει την μεταβίβαση του συμβατού με το ΦΠΑ τιμολογίου στους πελάτες. Οι εκδότες μπορούν να παραδώσουν τα δεδομένα των τιμολογίων στον διεκπεραιωτή για να τα μετατρέψει στην μορφή που απαιτείται από τον παραλήπτη. Ο χειριστής εγγυάται να πληροί τις νομικές προϋποθέσεις, την αυθεντικότητα των δεδομένων και την ακεραιότητά τους.

Όλο και περισσότεροι consolidators αναλαμβάνουν να προσφέρουν πρόσθετες υπηρεσίες, όπως είναι η μακροπρόθεσμη αρχειοθέτηση που να είναι σύμφωνη με το νόμο. Μεγάλοι αγοραστές και προμηθευτές θέλουν να εφαρμόσουν μία πλήρη ενσωμάτωση στα συστήματά τους AR¹² και AP.

¹² Accounts Receivable-Εισπρακτέοι Λογαριασμοί

Αντίθετα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις επιλέγουν να χρησιμοποιούν πιο συχνά web-EDI. Τα πλεονεκτήματα του μοντέλου αυτού είναι η ευκολία στη χρήση καθώς και οι τεχνικές και οι νομικές απαιτήσεις μπορούν να καλυφθούν από εξωτερικούς συνεργάτες. Στα μειονεκτήματα είναι η στασιμότητα στον τρόπο λειτουργίας της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και η αδυναμία αλλαγής του αλλά και η έμμεση, αντί για άμεση, επικοινωνία με τους συναλλασσομένους.

✓ HYBRID MODEL

Το μοντέλο αυτό συνίσταται στην ανταλλαγή μηνυμάτων με λίγους και υψηλής σημασίας συναλλασσομένους μέσω direct model ενώ σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις απευθυνόμαστε μέσω consolidator. Οι εταιρείες που εφαρμόζουν το Hybrid Model συνδυάζουν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των consolidator και direct model.

4 Νομικοί & ρυθμιστικοί κανόνες

4.1 Νομικό πλαίσιο

Το βασικό νομικό πλαίσιο που διέπει την ηλεκτρονική τιμολόγηση είναι το εξής:

- ✓ Η ελληνική νομοθεσία εναρμονιζόμενη με το κοινοτικό δίκαιο έχει υιοθετήσει την κοινοτική οδηγία (2001/115/ΕΚ) θεσπίζοντας διατάξεις που αποβλέπουν στο σκοπό αυτό. Οι προβλεπόμενες διατάξεις αναφέρονται στο Ν.3193/2003 (ΦΕΚ 266/Α).
- ✓ Οδηγία 2010/45/ΕΕ του Συμβουλίου της 13ης Ιουλίου 2010 για την τροποποίηση της οδηγίας 2006/112/ΕΚ σχετικά με το κοινό σύστημα φόρου προστιθέμενης αξίας όσον αφορά τους κανόνες τιμολόγησης
- ✓ Πράσινη Βίβλος της ΕΕ για το ΦΠΑ (COM(2010) 695)
- ✓ ΠΟΛ .1004/14-01-2004 - Παροχή οδηγιών για την εφαρμογή των διατάξεων των άρθρων 1 και 2 του κεφαλαίου Α' του Ν. 3193/2003 (ΦΕΚ 266 Α') "κανόνες τιμολόγησης, ρυθμίσεις Φ.Π.Α. ηλεκτρονικών υπηρεσιών και άλλες διατάξεις", που αναφέρονται σε θέματα εφαρμογής διατάξεων του Κ.Β.Σ.
- ✓ Σήμανση φορολογικών στοιχείων, ηλεκτρονική διαβίβαση (Ν. 1809/1988, ΠΟΛ ΑΥΟΟ 1082/2003, 1004/2004, 1135/2005)
- ✓ Η διαβίβαση των τιμολογίων με ηλεκτρονικά μέσα στην Ελλάδα σήμερα καθορίζεται από το Άρθρο 18α του Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων και από την Υπουργική Απόφαση ΠΟΛ 1049/21.3.2006
- ✓ Οι προδιαγραφές των προηγμένων ηλεκτρονικών υπογραφών όπως περιγράφονται στο Π.Δ. 150/2001, έχουν υλοποιηθεί από το ΥΟΟ ως οι προδιαγραφές του ΕΑΦΔΣΣ στην Ελλάδα.
- ✓ ΠΟΛ 1091/14-6-2010 Παροχή διευκρινίσεων εφαρμογής των διατάξεων των άρθρων 19 και 20 του ν.3842/2010 (ΦΕΚ 58 Α') «Αποκατάσταση φορολογικής δικαιοσύνης, αντιμετώπιση φοροδιαφυγής και άλλες διατάξεις που αφορούν θέματα του Κ.Β.Σ. (Π.Δ. 186/1992)

4.2 Η σημασία και η ανάγκη για ένα ενιαίο νομικό πλαίσιο

Σημαντικό για την προώθηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, στην Ευρώπη, θα ήταν να υπήρχαν απλοποιημένοι και σαφείς κανόνες που να αφορούν την ηλεκτρονική τιμολόγηση, οι οποίοι θα βασίζονται στην ισότητα της μεταχείρισης των χάρτινων και των ηλεκτρονικών τιμολογίων. Οι χρήστες και οι πάροχοι υπηρεσιών χρειάζονται σαφείς νόμους και διατάξεις, εύκολα στην κατανόηση, που να ρυθμίζουν τις προϋποθέσεις συμμόρφωσης αρχικά σε εγχώριο αλλά και σε πανευρωπαϊκό επίπεδο. Οι συμφωνίες συμβολαίων για τη χρήση των υπηρεσιών της ηλεκτρονικής τιμολόγησης θα πρέπει να είναι σαφείς στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, χωρίς να απαιτείται η υποστήριξη από κάποιον νομικό σύμβουλο.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ήδη παρέχει ένα εργαλείο χαρτογράφησης, όπου τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να βρουν λεπτομερείς πληροφορίες για τους ισχύοντες κανόνες της ηλεκτρονικής τιμολόγησης σε όλες τις χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η νομική συμμόρφωση ανεξαρτήτως συνόρων είναι ένα σημαντικό σημείο για τις Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις.

Μέχρι πρόσφατα, την νομική ευθύνη σε περίπτωση λάθους την είχαν τα συναλλασσόμενα μέρη. Για αυτόν τον λόγο, οι χρήστες της ηλεκτρονικής τιμολόγησης θα πρέπει να έχουν σιγουριά στη συμμόρφωση με το ΦΠΑ, στις συναλλαγές τους με την Ενιαία Αγορά. Οι κυβερνήσεις των χωρών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα πρέπει να εξαφανίσουν τυχόν διαφορές στα Δίκαιά τους με τις διατάξεις της Ευρωπαϊκής νομοθεσίας, απομακρύνοντας έτσι την περιττή πολυπλοκότητα, που είναι μέχρι στιγμής ένα μεγάλο εμπόδιο για την τεχνική διαλειτουργικότητα.

Ακόμα οι κανόνες που αφορούν την αρχειοθέτηση θα έπρεπε να είναι σύμφωνοι την ύπαρξη των κεντρικών υποδομών των τεχνολογιών των πληροφοριών, ακόμα και αυτών που βρίσκονται εκτός των συνόρων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Πρώτη προτεραιότητα θα έπρεπε να είναι η ακεραιότητα και η προσβασιμότητα των αρχείων, παρά ο χώρος αποθήκευσής τους. Οι χρήστες της ηλεκτρονικής τιμολόγησης χρειάζονται σαφείς κανονισμούς σχετικά με τους ορισμούς του πρωτότυπου τιμολογίου και πώς μπορούν να το αναγνωρίσουν. Οι φορολογικές αρχές θα μπορούσαν

να συμβάλλουν καθοριστικά στο θέμα αυτό. Σε περίπτωση που τα συναλλασσόμενα μέρη επιλέξουν εθελοντικά να χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές υπογραφές, θα έπρεπε να δοθεί βαρύτητα στην τεχνική διαλειτουργικότητα με τον στόχο να υπάρχει μεγαλύτερος βαθμός τυποποίησης.

Επιπλέον, θα είχε μεγάλη σημασία αν υπήρξε καθολική αναγνώριση των Αρχών Πιστοποίησης σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα σε χρήστες των πιστοποιητικών, από μία Αρχή Πιστοποίησης να δοθεί σε όλα τα ηλεκτρονικά τιμολόγια των αντισυμβαλλομένων εντός των ορίων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Εκεί που πρέπει να δοθεί περισσότερη προσοχή είναι στην νομική περιπλοκότητα και στην έλλειψη της γνώσης για την ισχύουσα νομοθεσία, που επικρατούν κυρίως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Στην αγορά, ήδη, γίνονται βήματα για να αντιμετωπιστεί αυτό το πρόβλημα. Πολλά μέτρα και πρωτοβουλίες βρίσκονται σε στάδιο ανάπτυξης και θα έπρεπε να ενθαρρυνθούν και να χρηματοδοτηθούν. Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει προχωρήσει στη δημιουργία μίας Κεντρικής Αποθήκης, στην οποία περιγράφονται οι νομικές απαιτήσεις από κάθε χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ξεχωριστά, σχετικά με την ηλεκτρονική τιμολόγηση. Η Κεντρική Αποθήκη θα πρέπει να είναι πάντα ενημερωμένη, να είναι εφοδιασμένη με πρόσθετες πληροφορίες για τα σημαντικά θέματα, που αφορούν τις επιχειρήσεις που θέλουν να στραφούν στην ηλεκτρονική τιμολόγηση.

Ορισμένες χώρες-μέλη έχουν αναρτήσει στις επίσημες ιστοσελίδες τους όλες τις απαραίτητες νομικές πληροφορίες που απαιτούνται για να αρχίσει μία εταιρεία να χρησιμοποιεί την ηλεκτρονική τιμολόγηση. Το μέτρο αυτό θα πρέπει να προωθηθεί και να διευρυνθεί περαιτέρω.

5 Πιστοποιημένες ηλεκτρονικές υπογραφές

Η Οδηγία 2006/112/ EC όπως τροποποιήθηκε από την Οδηγία 2010/45/EC ορίζει στο άρθρο 233, ότι οι Πιστοποιημένες Ηλεκτρονικές Υπογραφές βεβαιώνουν την ακεραιότητα και την αυθεντικότητα των ηλεκτρονικών τιμολογίων.

Μία Πιστοποιημένη Ηλεκτρονική Υπογραφή είναι μία βελτιωμένη έκδοση της Προηγμένης Ηλεκτρονικής Υπογραφής¹³ καθώς συνοδεύεται από ένα αναγνωρισμένο πιστοποιητικό και έχει δημιουργηθεί από μία ασφαλή συσκευή δημιουργίας υπογραφής. Οι Πιστοποιημένες Ηλεκτρονικές Υπογραφές αναγνωρίζονται νομικά ως έγκυρες σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση, σύμφωνα με την Οδηγία 1999/93/EC. Σε ορισμένες χώρες-μέλη, αναγνωρισμένα πιστοποιητικά μπορούν να εκδοθούν νόμιμα μόνο σε ένα φυσικό πρόσωπο(έναν ιδιώτη). Για αυτό πολλές εφαρμογές των Πιστοποιημένων Ηλεκτρονικών Υπογραφών χρησιμοποιούν αναγνωρισμένα πιστοποιητικά από έναν εξουσιοδοτημένο ανώτερο ή κατώτερο υπάλληλο μίας εταιρείας.

Για την έκδοση υπογεγραμμένων τιμολογίων υπάρχει η συνήθεια να χρησιμοποιούνται αυτοματοποιημένες διαδικασίες υπογραφής, οι οποίες προστατεύονται από αξιόπιστα μέτρα ασφαλείας για να εξασφαλίσουν τον αποκλειστικό έλεγχο του υπογράφοντος στο κλειδί υπογραφής του/της.

Μία Πιστοποιημένη Ηλεκτρονική Υπογραφή αποτελείται από 3, κυρίως, στοιχεία:

- ✓ Αναγνωρισμένο δημόσιο κλειδί πιστοποίησης

Σε γενικές γραμμές, το «δημόσιο κλειδί» που χρησιμοποιείται για να επιβεβαιώσει μία υπογραφή βρίσκεται σε ένα Πιστοποιητικό Δημόσιου Κλειδιού, μπορεί να διατεθεί(συνήθως περιλαμβάνεται στην υπογραφή) για χρήση από τον παραλήπτη του τιμολογίου και τον ελεγκτή για επιβεβαίωση της υπογραφής. Αυτό το πιστοποιητικό εκδίδεται από έναν αξιόπιστο πάροχο

¹³ Ένα είδος ψηφιακού πιστοποιητικού που λειτουργεί ως αποδεικτικό ταυτότητας σε ηλεκτρονικές συναλλαγές.

υπηρεσιών που ονομάζεται «Αρχές Πιστοποίησης¹⁴». Στην περίπτωση των Πιστοποιημένων Ηλεκτρονικών Υπογραφών τα πιστοποιητικά που τις συνοδεύουν είναι Αναγνωρισμένα «Πιστοποιητικά» Δημοσίων Κλειδιών που εκδίδονται από τις Αρχές Πιστοποίησης και πληρούν τις προϋποθέσεις σύμφωνα με την Οδηγία 199/93/EC.

Τα Αναγνωρισμένα Πιστοποιητικά μπορεί να είναι κωδικοποιημένα σύμφωνα με τον τύπο TS 101 862 του Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Τηλεπικοινωνιακών Προτύπων. Οι Αρχές Πιστοποίησης λειτουργούν κυρίως υπό τις προϋποθέσεις που ορίζονται από τον τύπο TS 101 456 του Ευρωπαϊκού Ινστιτούτου Τηλεπικοινωνιακών Προτύπων. Για μία προηγμένη ηλεκτρονική υπογραφή οποιοδήποτε πιστοποιητικό συμμορφούμενο με την Οδηγία IEC 9594-8 του Διεθνούς Οργανισμού Τυποποίησης θεωρείται γενικώς αποδεκτό.

✓ Συσσκευή δημιουργίας ασφαλούς υπογραφής

Μία συσκευή δημιουργίας ασφαλούς υπογραφής έχει το απαραίτητο κλειδί υπογραφής και τις κρυπτογραφικές λειτουργίες για να δημιουργήσει μία ηλεκτρονική υπογραφή. Αυτό μπορεί να είναι ένα αντικείμενο όπως μία smart card ή μία ένδειξη USB, που κρατείται αποκλειστικά από αυτόν που βάζει την υπογραφή του. Ανάλογα, κάθε φορά, με την ισχύουσα νομοθεσία, η συσκευή δημιουργίας ασφαλούς υπογραφής μπορεί να είναι μία μονάδα ασφάλειας υλικού που περιέχει το κλειδί υπογραφής για πολλούς υπογραφόμενους. Κάθε υπογραφόμενος μπορεί να έχει πρόσβαση ασύρματα στο δικό του κλειδί υπογραφής, με έναν ασφαλή τρόπο, και να το χρησιμοποιεί κάτω από τον αποκλειστικό του έλεγχο.

Η ασφάλεια της συσκευής δημιουργίας ασφαλούς υπογραφής εξασφαλίζεται μέσω της συμμόρφωσης με τα Κοινά Κριτήρια του Διεθνούς Οργανισμού Τυποποίησης¹⁵ που αναλύεται στον Κώδικα Πρακτικής 14169. Για απλές Προηγμένες Ηλεκτρονικές Υπογραφές το κλειδί υπογραφής μπορεί να μην είναι αποθηκευμένο σε μία συσκευή δημιουργίας ασφαλούς

¹⁴ Ιδιωτικές εταιρείες που εκδίδουν ψηφιακά πιστοποιητικά.

¹⁵ 15408 Προφίλ Προστασίας

υπογραφής, αλλά να είναι σε έναν ασφαλή φάκελο μέσα σε έναν ηλεκτρονικό υπολογιστή.

✓ Μορφές υπογραφής

Από τη στιγμή που θα δημιουργηθεί μία Προηγμένη Ηλεκτρονική Υπογραφή, όπως είναι η Πιστοποιημένη Ηλεκτρονική Υπογραφή, θα παραμείνει σαν ένα ενοποιημένο αντικείμενο δεδομένων με τα δεδομένα του τιμολογίου. Η μορφοποίηση των υπογεγραμμένων τιμολογίων πρέπει να διατηρείται σε όλο το χρόνο ύπαρξης του τιμολογίου, για να μπορεί να επιβεβαιωθεί η υπογραφή. Έτσι, αν το τιμολόγιο μετατραπεί, ένα αντίγραφο του πρωτότυπου κωδικοποιημένου ηλεκτρονικού τιμολογίου πρέπει να διατηρηθεί μαζί με την αλλοιωμένη έκδοση για επαλήθευση από τον ελεγκτή.

Ανάλογα με την κωδικοποίηση του τιμολογίου, χρησιμοποιούνται μία από τις παρακάτω τρεις υπογραφές: CADES, XADES, PADES. Η CADES χρησιμοποιεί τεχνικές δυαδικής κωδικοποίησης, η XADES χρησιμοποιεί XML κωδικοποίηση και η PADES κωδικοποίηση PDF. Οι ίδιες μέθοδοι κωδικοποίησης εφαρμόζονται και στις Προηγμένες Ηλεκτρονικές Υπογραφές.

Ανακεφαλαιώνοντας, από τα δύο πρώτα αντικείμενα συμπεραίνουμε πως μία Πιστοποιημένη Ηλεκτρονική Υπογραφή παρέχει στα ηλεκτρονικά τιμολόγια τα μέσα για να διασφαλίζουν την αυθεντικότητά της προέλευσής τους και την ακεραιότητα του περιεχομένου. Έτσι, έχοντας εξασφαλίσει αυτές τις βασικές προϋποθέσεις, η εφαρμογή επαγγελματικών ελέγχων μπορεί να επικεντρωθεί στη διαδικασία που σχετίζεται με τη φορολόγηση, με αναφορά σε άλλα σχετικά έγγραφα, όπως παραγγελίες, δελτία αποστολής και αρχεία πληρωμών. Πρέπει να γίνει ξεκάθαρο ότι η χρήση των Αναγνωρισμένων Πιστοποιητικών δεν είναι ο μόνος τρόπος για να επιβεβαιωθεί η ταυτότητα του υπογράφοντος.

6 Ανάλυση του συστήματος της ηλεκτρονικής τιμολόγησης στην Ευρώπη

Τα τελευταία είκοσι περίπου χρόνια, μεγάλες επιχειρήσεις στην Ευρώπη, αυτοματοποιούν τη διαδικασία τιμολόγησης, με σκοπό να εκμεταλλευτούν τα πλεονεκτήματα που παρέχει η ηλεκτρονική τιμολόγηση. Από το 2005 Ευρωπαϊκές κυβερνήσεις έχουν ξεκινήσει να κάνουν την ηλεκτρονική τιμολόγηση υποχρεωτική για τον δημόσιο τομέα.

Οι λόγοι που έχουν οδηγήσει στις ενέργειες αυτές είναι τόσο η ανάγκη για αύξηση της ανταγωνιστικότητας στις Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, αλλά και η ανάγκη για αύξηση της παραγωγικότητας και του βαθμού ικανοποίησης του πελάτη. Αυτά τα αποτελέσματα, μπορούν να υπάρξουν και στο δημόσιο τομέα με άμεση συνέπεια την μείωση της πίεσης για τα δημοσιονομικά και την βελτίωση της αποδοτικότητας σε ολόκληρη την οικονομία.

Τα οφέλη που θα αποκόμιζε η Ευρώπη αν υιοθετούσε την πρακτική της ηλεκτρονικής τιμολόγησης υπολογίζονται γύρω στα 238 δισεκατομμύρια (αθροιστικά σε μία περίοδο 6 χρόνων). Ένα χάρτινο τιμολόγιο κοστίζει μεταξύ 1,13 και 1,65 ευρώ, ενώ ένα ηλεκτρονικό τιμολόγιο μειώνει το κόστος, κάνοντάς το να κυμαίνεται μεταξύ 0,28 και 0,47 ευρώ. Μείωση που αντιστοιχεί σε ποσοστό της τάξεως του 70 με 75%.

Εν τούτοις, σήμερα η πλειοψηφία των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων στην Ευρώπη χρησιμοποιεί χάρτινα τιμολόγια, βάζοντάς τα σε φακέλους με γραμματόσημα και στέλνοντάς τα μέσω δημοσίων ή ιδιωτικών ταχυδρομείων.

Η χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης αυξάνεται ραγδαία, τόσο σε πανευρωπαϊκό όσο και σε παγκόσμιο επίπεδο. Εκτιμάται, ότι η ηλεκτρονική τιμολόγηση έχει φτάσει σε επίπεδα αναπτύξεως της τάξεως του 40%, συνολικά σε ολόκληρη την Ευρώπη. Παρ' όλα αυτά, στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν παρατηρείται το ίδιο επίπεδο διαδόσεως της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Υπάρχουν πολλά εμπόδια ακόμα, που πρέπει να ξεπεραστούν, προκειμένου να επιτευχθούν γρηγορότεροι ρυθμοί αναπτύξεως της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Το ποσοστό διαδόσεως των τιμολογίων σε

ηλεκτρονική μορφή διαφέρει από χώρα σε χώρα, της Ευρωπαϊκής Ένωσης, από 3% μέχρι 30% των συνολικών τιμολογίων, που εκδίδονται μέσα σε μία χρονιά. Ο αριθμός των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική, είτε με την μία είτε με την άλλη μορφή, ανέρχεται περίπου στο ένα εκατομμύριο από τα 23, συνολικά, που υπάρχουν στην Ευρώπη, Σύμφωνα με μία έρευνα που έγινε το 2009 από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στάλθηκαν σχεδόν 30 δισεκατομμύρια τιμολόγια. Από αυτά μόνο το 5% στάλθηκαν ηλεκτρονικά. Συγκεκριμένα, 900 εκατομμύρια στάλθηκαν σε επιχειρήσεις και 500 εκατομμύρια σε νοικοκυριά.

Πολιτικοί και τα ενδιαφερόμενα μέρη επιδεικνύουν όλο και μεγαλύτερο ενδιαφέρον για την ηλεκτρονική τιμολόγηση. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προσπαθεί να αξιολογήσει και να επεκτείνει περαιτέρω τις δυνατότητες της ηλεκτρονικής τιμολόγησης για να δώσει ώθηση στην ανάπτυξη της ευρωπαϊκής οικονομίας.

Στην προώθηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, καθοριστικό ρόλο παίζει σε πολλές χώρες η λειτουργία του δημόσιου τομέα.

6.1 Ισπανία

Έχουν γίνει πολλές προσπάθειες για προώθηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης στην Ισπανία. Η δημόσια διοίκηση ξεκίνησε το 2007, όπου τα ποσοστά των ηλεκτρονικών τιμολογίων ήταν πολύ χαμηλά, και τώρα βάζει τις βάσεις για το νομικό πλαίσιο. Τα κύρια στοιχεία των ηλεκτρονικών τιμολογίων όπως είναι η αυθεντικότητα, η ακεραιότητα, η αποθήκευση και οι πάροχοι υπηρεσιών ρυθμίζονται με την διαταγή 962/2007 του Ισπανικού Υπουργείου Οικονομικών. Σύμφωνα με την προαναφερθείσα διαταγή, στο άρθρο 2, ορίζονται τρεις μέθοδοι εξασφάλισης της αυθεντικότητας και αξιοπιστίας του τιμολογίου: μέσω EDI, ηλεκτρονικής υπογραφής και των άλλων μέσων υποκείμενων σε προηγούμενη έγκριση(σύμφωνα με το άρθρο 3 διαταγή ΕΗΑ 962/2007). Ο πιο διαδεδομένος τρόπος είναι η ηλεκτρονική υπογραφή που χρησιμοποιεί ένα αναγνωρισμένο πιστοποιητικό, το οποίο εκδόθηκε από μία Ισπανική Αρχή Πιστοποίησης. Οποιοδήποτε αναγνωρισμένο πιστοποιητικό που εκδόθηκε από μία Ισπανική Αρχή Πιστοποίησης ή μία Ευρωπαϊκή Αρχή Πιστοποίησης είναι έγκυρο(άρθρο 4 διαταγή ΕΗΑ 962/2007).

Ένας άλλος σημαντικός κανονισμός είναι η διαταγή PRE 2971-2007. Αυτή ορίζει τον τεχνικό τύπο του ηλεκτρονικού τιμολογίου. Ο τεχνικός αυτός τύπος ονομάζεται Facturae. Ο δημόσιος τομέας προσπαθεί να δώσει ώθηση στην ηλεκτρονική τιμολόγηση και να ενθαρρύνει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις με πιο πρακτικούς τρόπους, πέρα από τους νομικούς κανόνες. Έτσι δημιούργησε την επίσημη ιστοσελίδα για την ηλεκτρονική τιμολόγηση στην Ισπανία (www.facturae.es). Εκεί μπορεί να βρει κανείς το νομικό πλαίσιο, τεχνικές περιγραφές, σχετικά με την μορφή του Facturae καθώς και δωρεάν εφαρμογές. Ακόμα, το Υπουργείο Βιομηχανίας, Τουρισμού και Εμπορίου ανέπτυξε μία εφαρμογή που επιτρέπει στους χρήστες να δημιουργήσουν ηλεκτρονικά τιμολόγια συμβατά με την μορφή και το σχέδιο του Facturae, εύκολα και γρήγορα.

Η χρήση της EDI στην παραγωγή είναι δημοφιλής, δίνοντας έτσι πρόσθετη ώθηση στην αλλαγή της αγοράς. Συγκεκριμένα, το ποσοστό των επιχειρήσεων που κάνουν χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης σχεδόν τριπλασιάστηκε, με την μεγαλύτερη αύξηση να υπάρχει από το 2009 στο 2010(από 17% σε 25%).

6.2 Φινλανδία

Η Φινλανδία είναι μία από τις χώρες που κάνουν περισσότερη χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης καθώς, σύμφωνα με έρευνα της EUROSTAT, ήδη από το 2007, το 27% των επιχειρήσεων της χώρας έστειλαν ή παραλάμβαναν ηλεκτρονικά τιμολόγια. Τα επόμενα δύο έτη υπήρχε μία μικρή μείωση του ποσοστού μέχρι το 2010, οπότε «εκτοξεύτηκε» το ποσοστό στο 36%.

Στη Φινλανδία οι τράπεζες προωθούν την ηλεκτρονική τιμολόγηση με την ισχυρή υποστήριξη της κυβέρνησης. Η Φινλανδική κυβέρνηση, ήδη από την 1 Ιανουαρίου του 2010 δέχεται μόνο ηλεκτρονικά τιμολόγια. Επίσης, όλες οι κυβερνητικές υπηρεσίες μπορούν να στέλνουν ηλεκτρονικά τιμολόγια από τα τέλη του 2010.

Πολλές μεγάλες εταιρείες έχουν επεκταθεί και έξω από τα σύνορα της Φινλανδίας, αναπτύσσοντας τις εμπειρίες τους, ειδικά στη Γερμανία. Το

συλλογικό τραπεζικό μοντέλο είναι βασισμένο στο Finvoice, ένα ηλεκτρονικό τιμολόγιο για ηλεκτρονική/διαδικτυακή παρουσίαση από τον εκδότη του τιμολογίου στον παραλήπτη. Οι Φινλανδικές τράπεζες το σχεδίασαν αρχικά σαν τιμολόγιο, που γινόταν να «διαβαστεί» μόνο από μηχάνημα, σε ηλεκτρονικό φάκελο για να αντικαταστήσει το «παραδοσιακό» χάρτινο τιμολόγιο. Το Finvoice μπορεί να αποσταλεί στους παραλήπτες μέσω της τραπεζικής διαδικτυακής υπηρεσίας μεταφοράς τιμολογίων, είτε μέσω ενός άλλου παρόχου υπηρεσιών τιμολόγησης. Χρησιμοποιείται ευρέως από επιχειρήσεις οποιουδήποτε μεγέθους για πελάτες-καταναλωτές. Το Finvoice χρησιμοποιείται και σε περιπτώσεις χρηματοδότησης με τιμολόγιο.

6.3 Σουηδία

Ήδη από τα τέλη της δεκαετίας του 80 οι επιχειρήσεις της Σουηδίας κάνουν χρήση της ηλεκτρονική τιμολόγησης. Επιτρεπόταν δηλαδή, πριν από την μεταφορά στο εθνικό δίκαιο της Οδηγίας 2001/115, η οποία δεν έφερε μεγάλες αλλαγές.

Οι κύριες μέθοδοι που επιλέγουν οι επιχειρήσεις είναι η EDI, ηλεκτρονική παρουσίαση και πληρωμή μέσω της τραπεζικής υποδομής, η ιδιοτιμολόγηση, τα αρχεία τιμολογίου μέσω e-mail και η σάρωση χάρτινων τιμολογίων. Οι τράπεζες και άλλοι ιδιώτες πάροχοι προσφέρουν διαφορετικές λύσεις όσον αφορά την ηλεκτρονική τιμολόγηση.

Η Σουηδική κυβέρνηση αποφάσισε, από 1 Ιουλίου 2008, ότι όλες οι υπηρεσίες της κυβέρνησης θα πρέπει να μπορούν να λαμβάνουν και να στέλνουν ηλεκτρονικά τιμολόγια. Από εκείνη την ημερομηνία το 99% των υπηρεσιών μπορούσαν να στέλνουν ηλεκτρονικά τιμολόγια και το 98% μπορούσαν να λαμβάνουν. Γίνονται προσπάθειες για να μπορούν οι προμηθευτές της κυβέρνησης να εκδίδουν και αυτοί ηλεκτρονικά τιμολόγια.

Η κυβέρνηση έχει προτείνει δύο πρότυπα για την ηλεκτρονική τιμολόγηση, το ένα εκ των οποίων χρησιμοποιείται από τις κυβερνητικές υπηρεσίες, τους δήμους και τα νομαρχιακά συμβούλια. Από τους 290 δήμους της χώρας, η συντριπτική πλειοψηφία έχει υιοθετήσει την ηλεκτρονική τιμολόγηση, τα τελευταία 10 χρόνια και πολλοί επίσης κάνουν παραγγελίες

ηλεκτρονικά. Επιπλέον, τα νομαρχιακά συμβούλια λαμβάνουν ηλεκτρονικά τιμολόγια και περίπου το 75% ακολουθούν ηλεκτρονικές διαδικασίες για παραγγελίες τιμολογίων. Ο ιδιωτικός τομέας έχει πολλές λύσεις παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης, με μερικές να επικεντρώνονται μόνο σε εθνικό επίπεδο και άλλες με διεθνή έκταση που συμβάλλουν στην λειτουργία της παγκόσμιας βιομηχανίας εμπορίου. Διαφορετικοί τομείς της βιομηχανίας όπως των αυτοκινήτων, των οικοδομών, του δημοσίου και των μεταφορών παρέχουν οδηγούς σχετικά με την εφαρμογή των προτύπων.

Πολλές Σουηδικές επιχειρήσεις μοιράζονται πάνω από το 70% των τιμολογίων τους μέσω EDI και διαδικτυακής EDI. Όσον αφορά την νομοθεσία δεν υπάρχουν υποχρεωτικά τεχνικά μέτρα για την ηλεκτρονική τιμολόγηση, αρκεί να παραμένει ακέραιη η αρχική μορφή του τιμολογίου. Μετατροπές επιτρέπονται όσο τα περιεχόμενα παραμένουν τα ίδια.

6.4 Νορβηγία

Στην Νορβηγία πολλές εταιρείες έχουν υιοθετήσει την ηλεκτρονική τιμολόγηση χρησιμοποιώντας κατά κύριο λόγο το EDIFACT. Αύξηση έχει σημειωθεί και στα τιμολόγια που είναι βασισμένα σε XML. Διαδεδομένη είναι και η τεχνική της σάρωσης, αλλά στις συναλλαγές κυρίως με καταναλωτές, προς τους οποίους η Νορβηγία έχει αναπτύξει αρκετά τον τομέα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Σε γενικότερο πλαίσιο, σημαντικό ρόλο στην προώθηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης διαδραματίζουν οι τράπεζες. Έχοντας φτάσει στο 47% το 2010 το ποσοστό των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν ηλεκτρονικά τιμολόγια, η Νορβηγία είναι από τις πιο ανεπτυγμένες χώρες στον τομέα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

6.5 Ελβετία

Στην Ελβετία, περισσότερο από το 10% των τιμολογίων της χώρας αποστέλλονται ηλεκτρονικά. Η ηλεκτρονική τιμολόγηση μεταξύ επιχειρήσεων στην Ελβετία οδηγείται από μεγάλες εταιρείες που προσπαθούν να οργανώσουν πιο αποδοτικά τις διαδικασίες πληρωμής λογαριασμών. Απασχολούν παρόχους υπηρεσιών που τους υποστηρίζουν στο να εντάξουν

τους προμηθευτές τους. Οι βιομηχανίες που χρησιμοποιούν περισσότερο την ηλεκτρονική τιμολόγηση είναι οι φαρμακευτικές και οι οικονομικές υπηρεσίες.

Οι Ελβετικές τράπεζες, σε συνεργασία με μία εταιρεία προσφέρουν ένα ενοποιημένο δίκτυο παροχής υπηρεσιών, στο οποίο οι τράπεζες λειτουργούν σαν πάροχοι υπηρεσιών πληρωμής, διευκολύνοντας την παρουσίαση στους πελάτες μέσω των διαδικτυακών συστημάτων τους. Το δίκτυο υποστηρίζει τριών ειδών αρχεία: IDOC¹⁶, XML, και UN/CEFACT και διαθέτει μία κεντρική βάση δεδομένων από την οποία εμφανίζονται τα τιμολόγια για πληρωμή στους πελάτες.

6.6 Ολλανδία

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση άρχισε να διαδοθεί στην Ολλανδία μέχρι και το 2008, όπου εκεί παρατηρούμε να διπλασιάζεται το ποσοστό των επιχειρήσεων που την χρησιμοποιούν. Από το 2008, σχεδόν το 80% των συναλλασσόμενων με τράπεζες έχει τη δυνατότητα να λαμβάνει τιμολόγια στο διαδικτυακό τραπεζικό τους σύστημα.

Σε μερικούς τομείς της βιομηχανίας στην Ολλανδία, η ηλεκτρονική τιμολόγηση ξεπερνάει σε χρήση το 80% σαν μέρος της λογιστικής διαδικασίας. Σε άλλους τομείς μόνο μερικές μεγάλες επιχειρήσεις έχουν υποχρεώσει τους προμηθευτές τους να αποστέλλουν ηλεκτρονικά τα τιμολόγια τους. Όσον αφορά τις μικρές και τις μεσαίες επιχειρήσεις, ελάχιστες έχουν υιοθετήσει την ηλεκτρονική τιμολόγηση. Επιχειρήσεις μεγάλου μεγέθους αναζητούν τις δυνατότητες της ηλεκτρονικής τιμολόγησης είτε σαρώνοντας χάρτινα τιμολόγια και μετατρέποντάς τα σε ηλεκτρονικά, είτε μέσα από τους παρόχους των υπηρεσιών τιμολόγησης.

Οι κανόνες που αφορούν την φορολογία της ηλεκτρονικής τιμολόγησης στην Ολλανδία είναι σχετικά ελαστικοί, γεγονός το οποίο δεν το γνωρίζουν πολλές εταιρείες. Οι λογιστές και οι ορκωτοί λογιστές είναι διστακτικοί στο να προτείνουν στις διοικήσεις των επιχειρήσεων να εφαρμόσουν την ηλεκτρονική τιμολόγηση. Οι πάροχοι υπηρεσιών τιμολόγησης είναι οργανωμένοι σε ένα

¹⁶ Intermediate Document-Ενδιάμεσο Έγγραφο

πρόγραμμα με το όνομα ELFA, το οποίο, κατά κύριο λόγο, κατευθύνει την επικοινωνία.

Η κυβέρνηση της Ολλανδίας ξεκίνησε ένα πρόγραμμα, με στόχο να λαμβάνει ηλεκτρονικά το 10% των συνολικών τιμολογίων. Από τις 12 Μαρτίου 2009, ο Ολλανδός κυβερνητικός γραμματέας του υπουργείου οικονομικών, αποφάσισε ότι όλες οι απαγορεύσεις, που διαφοροποιούν την χάρτινη από την ηλεκτρονική τιμολόγηση, καταργούνται. Έτσι, από αυτήν την ημερομηνία, η ηλεκτρονική τιμολόγηση έχει την ίδια αντιμετώπιση και τους ίδιους περιορισμούς με την παραδοσιακή. Σε γενικές γραμμές, ακόμα απαιτείται οι συνέταιροι να συμφωνήσουν στη χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, αλλά η απόδειξη μίας τέτοιας συμφωνίας δεν χρειάζεται πλέον να κατατεθεί στην φορολογική υπηρεσία. Αυτό που θεωρείται σαν αποδοχή ενός ηλεκτρονικού τιμολογίου είναι η πληρωμή. Είναι αυτονόητο, ότι οι συνεργάτες έχουν υποχρέωση να αποδείξουν στην φορολογική υπηρεσία, ότι τα τιμολόγια είναι αυθεντικά. Τέτοια απόδειξη μπορεί να προέρχεται και από τα λοιπά έγγραφα (συμφωνίες, συμβόλαια).

6.7 Ηνωμένο Βασίλειο

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση δεν είναι τόσο διαδεδομένη στο Ηνωμένο Βασίλειο. Μάλιστα έχει παρατηρηθεί μείωση του ποσοστού των εταιριών που κάνουν χρήση της: από 15% το 2007 έφτασε 11% το 2008 για να καταλήξει στο 8% το 2009.

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση δεν είναι υποχρεωτική, ο κάθε επιχειρηματίας μπορεί να επιλέξει αν θα χρησιμοποιήσει τη χάρτινη ή την ηλεκτρονική. Δεν γίνεται όμως να εισπράττει δύο ΦΠΑ, δηλαδή και με το ηλεκτρονικό και με το χάρτινο σύστημα. Επιτρέπεται την τιμή του τιμολογίου να την γράφει κανείς σε οποιαδήποτε νόμισμα αλλά υποχρεούται, όταν υπάρχει θετικό ποσοστό ΦΠΑ οφειλόμενο στο Ηνωμένο Βασίλειο να το αναφέρει σε στερλίνες. Γίνεται να επεξεργαστεί κάποιος πιστωτικά σημειώματα, αλλά αν εκδώσει τιμολόγια σε άλλη χώρα-μέλος, τα έγγραφα που τροποποιούν αυτά τα τιμολόγια όπως χρεοπιστωτικά σημειώματα, πρέπει να περιέχουν τις ίδιες πληροφορίες που απαιτούνται σε ένα τιμολόγιο.

6.8 Γερμανία

Το καλοκαίρι του 2011, η Γερμανική κυβέρνηση, έβαλε σε εφαρμογή τα σχέδιά της για προώθηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης όσον αφορά το ΦΠΑ. Κάθε χρόνο οι γερμανικές εταιρείες στέλνουν 6 δισεκατομμύρια τιμολόγια. Η τάση για περαιτέρω χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης είναι εμφανής, αφού τα τελευταία χρόνια όλο και περισσότερες επιχειρήσεις εφαρμόζουν την τεχνική αυτή, ενώ 4 στις 5 εταιρείες αναφέρουν τις δυνατότητες μείωσης κόστους ως επαρκή λόγο για αλλάξουν μέθοδο τιμολόγησης.

Η Γερμανία εκδίδει τον μεγαλύτερο αριθμό τιμολογίων στην Ευρώπη. Παρ' όλα αυτά δεν έχει αναπτυχθεί τόσο πολύ στον τομέα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, αν και σιγά-σιγά όλο και περισσότερες επιχειρήσεις αλλάζουν τη μέθοδο τιμολόγησης τους. Υπάρχουν 7000 γερμανικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται με EDI και αρκετές ενεργές ηλεκτρονικές αγορές και πλατφόρμες ανταλλαγής μηνυμάτων, που δίνουν τη δυνατότητα να αναπτυχθεί περαιτέρω η ηλεκτρονική τιμολόγηση.

Αιτία που δεν έχει διαδοθεί ευρέως είναι η μεγάλη χρήση των άμεσων χρεώσεων και των απευθείας πωλήσεων από μεγάλες εταιρείες. Στην Γερμανία, ένα ηλεκτρονικό τιμολόγιο που στέλνεται μέσω EDI είναι αποδεκτό μόνο όταν συνοδεύεται από συνοπτικό τιμολόγιο. Το συνοπτικό τιμολόγιο πρέπει να διασφαλίζει την ακεραιότητα του περιεχόμενου των τιμολογίων και την αυθεντικότητα της προέλευσης τους. Η μετάδοση των τιμολογίων μέσω μηχανήματος φαξ απαιτεί επιπλέον μέτρα, εκτός αν το τιμολόγιο μεταδίδεται μεταξύ των ιδίων πάντα μηχανημάτων. Στην περίπτωση που ένας «σέρβερ» ή ένας υπολογιστής παίζει ρόλο διαμεσολαβητή το τιμολόγιο πρέπει να φέρει μαζί του μία Πιστοποιημένη Ηλεκτρονική Υπογραφή. Ο αποστολέας του τιμολογίου πρέπει να τεκμηριώσει την ηλεκτρονική διαδικασία που χρησιμοποιεί για να στείλει το τιμολόγιο. Με την τεκμηρίωση πρέπει να αποδεικνύει ότι η όλη διαδικασία πληροί τις νομικές προϋποθέσεις.

6.9 Γαλλία

Στην Γαλλία το ποσοστό διαδόσεως της ηλεκτρονικής τιμολόγησης είναι σχετικά υψηλό καθώς από το 2007 μέχρι το 2010 το ποσοστό των επιχειρήσεων που κάνουν χρήση της υπερτριπλασιάστηκε, από 10% έφτασε 36%. Ο Γαλλικός νόμος άρθρο 17 2002-1576 που εκδόθηκε στις 30 Δεκεμβρίου 2002 ρυθμίζει όλα τα σχετικά με την ηλεκτρονική τιμολόγηση. Συγκεκριμένα, επιτρέπει να στέλνονται τιμολόγια ηλεκτρονικά με δύο τρόπους, την ηλεκτρονική υπογραφή ή μέσω EDI. Αυτό αντιστοιχεί σε τιμολόγια με δομημένη μορφή, σύμφωνα με πρότυπο που έχει συμφωνηθεί μεταξύ των συναλλασσομένων. Απαραίτητη προϋπόθεση είναι να μπορούν να διαβαστούν στον υπολογιστή και να αναλυθούν.

6.10 Αυστρία

Σημαντικό βήμα στη διάδοση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχει κάνει η Αυστρία με τη δημιουργία του αυστριακού XML-τιμολογίου προτύπου. Ευρεία διάδοση πλήρως δομημένης ηλεκτρονικής τιμολόγησης δεν έχει επιτευχθεί ακόμα αλλά η κατάσταση βελτιώνεται χρόνο με το χρόνο. Μέχρι πρόσφατα, ηλεκτρονικά τιμολόγια χρησιμοποιούσαν μόνο μεγάλες εταιρείες που αντάλλασσαν μόνο τιμολόγια με δική τους μορφή ή EDIFACT τιμολόγια, για αυτό και τα ποσοστά των εταιρειών που την εφαρμόζουν είναι χαμηλά και δεν παρουσιάζουν καμία ιδιαίτερη αύξηση τα τελευταία χρόνια (17% των συνολικών επιχειρήσεων της χώρας το 2008, μόλις 12% το 2009 και 18% το 2010).

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση προωθείται πλήρως από το Αυστριακό Υπουργείο Εμπορίου μέσω όλων των μέσων επικοινωνίας της. Η ηλεκτρονική τιμολόγηση ρυθμίζεται από το άρθρο 12 παράγραφος 2 του νόμου περί ΦΠΑ, που ορίζει ότι ο παραλήπτης πρέπει να είναι σύμφωνος με την ηλεκτρονική μορφή της μετάδοσης και ότι η αυθεντικότητα και ακεραιότητα του τιμολογίου να διασφαλίζεται. Αυτό μπορεί να γίνει μέσω EDI είτε μέσω Προηγμένων Ηλεκτρονικών Υπογραφών. Μέχρι το τέλος του 2009 ήταν έγκυρη ακόμα η μεταφορά τιμολογίων μέσω φαξ.

6.11 Βέλγιο

Κάθε χρόνο, περίπου ένα δισεκατομμύριο τιμολόγια εκδίδονται στο Βέλγιο. Από αυτά, υπολογίζεται ότι γύρω στο 1 με 4% μεταδίδονται ηλεκτρονικά. Η ηλεκτρονική τιμολόγηση στο Βέλγιο είναι πιο διαδεδομένη μεταξύ των μεγαλύτερων αγοραστών και των κυριότερων προμηθευτών τους στους μεγάλους τομείς της βιομηχανίας, όπως των αυτοκινήτων, των ηλεκτρονικών, των χημικών και της λιανικής αγοράς. Η διάδοση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης στο Βέλγιο από το 2004, όπου και εισήχθη στην νομοθεσία του κράτους, είναι αργή. Κύρια αιτία είναι οι περίπλοκες προϋποθέσεις τεχνολογίας και ασφαλείας που επέβαλε η νομοθεσία του 2004, η οποία αποδεικνύεται εμπόδιο για πολλές επιχειρήσεις.

Το 2010, η νομοθεσία που αφορά την ηλεκτρονική τιμολόγηση απλοποιήθηκε, εξέλιξη που θα προκαλέσει πιθανότατα γρηγορότερο ρυθμό διάδοσης της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Σύμφωνα με την νέα νομοθεσία, οι επιχειρήσεις είναι ελεύθερες να επιλέξουν πως θα μεταβιβάσουν και θα αρχειοθετήσουν τα ηλεκτρονικά τους τιμολόγια, ενώ έχουν πλέον την ίδια μεταχείριση όλα τα τιμολόγια από τη Διαχείριση ΦΠΑ του Βελγίου.

Όλο και περισσότερες κυβερνήσεις στην Ευρώπη προχωρούν σε ευνοϊκές μεταρρυθμίσεις που αφορούν την ηλεκτρονική τιμολόγηση ή ψηφίζουν μέτρα υπέρ της υιοθετήσεώς της, παρακινημένες συχνά από αυτόνομες υπηρεσίες, όπως από τους παρόχους υπηρεσιών υγείας. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ξεκίνησε με δικιά της πρωτοβουλία το πρόγραμμα Π.Δ.Π.Δ.¹⁷, το οποίο έχει σαν στόχο την προώθηση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας μεταξύ επιχειρήσεων και φορέων του δημοσίου. Στο πρόγραμμα αυτό περιλαμβάνεται ένα πεδίο εργασίας σχετικά με την ηλεκτρονική τιμολόγηση, με σκοπό να προτρέψει τους οικονομικούς διαχειριστές, από όλα τα Ευρωπαϊκά κράτη, να στέλνουν τα τιμολόγια τους με ηλεκτρονικές μεθόδους.

¹⁷ Πανευρωπαϊκή Δημόσια Διαδικτυακή Προώθηση

7 Κατάσταση σχετικά με την ηλεκτρονική τιμολόγηση στην Ελλάδα

7.1 Αποτίμηση κατάστασης

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση έχει επιτραπεί στην Ελλάδα από το έτος 2006 βάσει της ΠΟΛ 1049/21-3-2006. Σύμφωνα με εκτιμήσεις¹⁸ πραγματοποιούνται ανταλλαγές τιμολογίων συνολικά άνω των 200 εκατομμυρίων σε ετήσια βάση, ενώ πολλές επιχειρήσεις έχουν εφαρμόσει το σύστημα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης για τις συναλλαγές τους. Το μέγεθος των ηλεκτρονικών τιμολογίων αυξάνεται συνεχώς έχοντας ξεπεράσει τα 6 εκατομμύρια το χρόνο. Δηλαδή, περίπου το 2,5% των συνολικών τιμολογίων – ηλεκτρονικών και έντυπων – υπάρχουν και διακινούνται μεταξύ των εταιρειών στον ελληνικό χώρο. Την εφαρμογή του παραπάνω συστήματος έχουν υιοθετήσει περίπου 3000 επιχειρήσεις. Η Ελλάδα, σύμφωνα με επίσημα στοιχεία τοποθετείται πάνω από το μέσο όρο των – κυρίως δυτικών – ευρωπαϊκών κρατών στο θέμα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, η οποία παρουσιάζει συνεχή ανάπτυξη.

Ηλεκτρονικά τιμολόγια χρησιμοποιούν, κυρίως, οι επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου, οι οποίες χαρακτηρίζονται από μεγάλο όγκο συναλλαγών και ανταλλασσόμενων τιμολογίων. Η αγορά του λιανικού εμπορίου εκτιμάται στα 10 με 11 δισεκατομμύρια ευρώ, ενώ το 70% με 80% της αγοράς είναι συνδεδεμένο με υπηρεσίες ηλεκτρονικής ανταλλαγής παραστατικών και ειδικά τιμολογίων. Η εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης μπορεί να ωφελήσει σημαντικά τόσο τις επιχειρήσεις όσο και τον δημόσιο τομέα στην Ελλάδα.

Το συνολικό κόστος της παραδοσιακής τιμολόγησης εκτιμάται 3€ με 4€ για κάθε τιμολόγιο, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις μπορεί να ξεπεράσει τα 5€ με 7€ για καθένα από αυτά. Στην περίπτωση, όμως της ηλεκτρονικής τιμολόγησης το μόνο κόστος που παραμένει είναι αυτό της εκτύπωσης και αρχειοθέτησης του δελτίου αποστολής (με ή χωρίς τη συνοδεία τιμολογίου), το οποίο οφείλεται να συνοδεύει τα διακινούμενα αγαθά και να επιδεικνύεται ανά πάσα στιγμή σε κάθε φορολογικό έλεγχο. Το κόστος της συγκεκριμένης

¹⁸ Έρευνα Οικονομικού Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης

διαδικασίας εκτιμάται στα 1.5€ με 2€ για κάθε τιμολόγιο, αφού πρώτα σταλεί το παραστατικό ηλεκτρονικά.

Με βάση, λοιπόν, τα παραπάνω, εκτιμάται ότι στην Ελλάδα το όφελος ανά τιμολόγιο μπορεί να ξεπεράσει τα 5€, ενώ αν προστεθεί η εκτύπωση και η αρχειοθέτηση του τιμολογίου-δελτίου αποστολής μπορεί να φτάσει και να ξεπεράσει τα 7€ για κάθε τιμολόγιο.

Επιπλέον, η Ελλάδα σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες δείχνει από εκτιμήσεις να έχει το χαμηλότερο μέσο κόστος. Το ποσό που μπορεί να εξοικονομηθεί από ελληνικές επιχειρήσεις κυμαίνεται στο 1.2 δισεκατομμύριο ετησίως, χωρίς να υπολογίζονται τα οικονομικά οφέλη του δημοσίου. Πιο συγκεκριμένα, συμβάλλει στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας του φορολογικού ελέγχου και παράλληλα στη βελτίωση του ελέγχου όσον αφορά τις προμήθειες του Ελληνικού Δημοσίου.

Στους δύο επόμενους πίνακες παρουσιάζεται η υφιστάμενη κατάσταση που αφορά το κόστος της διαχείρισης των τιμολογίων στην Ελλάδα.

Υφιστάμενη κατάσταση	Αριθμός τιμολογίων	Κόστος / Τιμολόγιο	Συνολικό κόστος
Ηλεκτρονικά Τιμολόγια	7.000.000 €	2.40€ / τιμολόγιο	16.800.000 €
Έντυπα Τιμολόγια	243.000.000 €	7.20€ / τιμολόγιο	1.749.600.000 €
Εκτύπωση TIM-ΔΑ	7.000.000 €	1.50€ / τιμολόγιο	10.500.000 €
Συνολικά Τιμολόγια	250.000.000 €	-	1.776.900.00 €

Πλήρης Ηλεκτρονικοποίηση	Αριθμός τιμολογίων	Κόστος / Τιμολόγιο	Συνολικό κόστος
Ηλεκτρονικά Τιμολόγια	250.000.000 €	2.40€ / τιμολόγιο	600.000.000 €
Έντυπα Τιμολόγια	-	-	-
Συνολικά Τιμολόγια	250.000.000 €	-	600.000.000 €

Η διαφορά που προκύπτει είναι περίπου 1.200.000.000 €. Το ποσό αυτό που προκύπτει επιβαρύνει τις επιχειρήσεις, που συνεχίζουν να εφαρμόζουν την παραδοσιακή τιμολόγηση.

Ένας άλλος παράγοντας, ο οποίος συνήθως επιβαρύνει τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τιμολόγηση είναι το κόστος του ενδιάμεσου παρόχου στην Ελλάδα. Το κόστος αυτός κυμαίνεται μεταξύ 0.15€ και 0.60€ για κάθε τιμολόγιο, ανάλογα με τον συνολικό όγκο συναλλαγών, και 15€ έως 100€ όσον αφορά τις μηνιαίες χρεώσεις. Παράλληλα, πρέπει να σημειωθεί ότι το κόστος της χρησιμοποίησης της πλατφόρμας της ηλεκτρονικής τιμολόγησης ανέρχεται για τις μικρές επιχειρήσεις από 800€ έως 1000€ και για τις μικρομεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις κυμαίνεται σε 5.000€ έως 20.000€, ενώ ο χρόνος που απαιτείται για την υλοποίηση του συστήματος κυμαίνεται σε 2 έως 5 ημέρες και σε 2 έως 8 εβδομάδες, αντίστοιχα. Σε ότι αφορά τις μικρομεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις υπάρχει και είναι επιθυμητή η δυνατότητα ενσωμάτωσης (στη διαδικασία της ηλεκτρονικής τιμολόγησης) του λογιστικού προγράμματος ERP.

7.2 Ανάλυση διαδικασίας

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση παραδοσιακά χρησιμοποιείται κυρίως από μεγάλες εταιρείες που ανταλλάσσουν τιμολόγια με αποκλειστικά δικές τους μορφές. Στην Ελλάδα γίνεται σε μικρό βαθμό ως σήμερα ηλεκτρονική ανταλλαγή εγγράφων γενικότερα.

Σε όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης το αποτέλεσμα μιας συναλλαγής σχετικά με το ηλεκτρονικό τιμολόγιο είναι το ίδιο, δηλαδή η αποστολή ενός ηλεκτρονικού τιμολογίου από τον εκδότη στον παραλήπτη. Η διαδικασία όμως που εκτελείται μέχρι να πραγματοποιηθεί η προαναφερθείσα συναλλαγή είναι διαφορετική σε ορισμένα σημεία (π.χ. ηλεκτρονική υπογραφή), όσον αφορά την Ελλάδα.

Όπως αναλύσαμε παραπάνω, ένα από τα δύο βασικά μοντέλα -είτε αποστολής είτε λήψης- ηλεκτρονικής τιμολόγησης είναι η απευθείας αποστολή του τιμολογίου από τον εκδότη στον παραλήπτη του. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε από ένα περιβάλλον που βασίζεται σε τεχνολογίες web είτε να ενσωματωθεί στο λογιστικό πρόγραμμα ERP μιας εταιρείας.

Για την εφαρμογή του δεύτερου μοντέλου, απαιτείται ένας πάροχος υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης, ο οποίος θα υποστηρίζει συνολικά τη διαχείριση ηλεκτρονικών τιμολογίων μιας εταιρείας και παράλληλα τη νομιμότητα της ανταλλαγής των τιμολογίων. Σύμφωνα με την Ελληνική νομοθεσία, υποχρεωτικά για την έκδοση ηλεκτρονικού τιμολογίου και τη διασφάλιση της γνησιότητας, της ακεραιότητας και της προέλευσής του απαιτείται η συνοδεία Προηγμένης Ασφαλούς Ηλεκτρονικής Ψηφιακής Σύνοψης (Π.Α.Η.Ψ.Σ.). Αυτή η ρύθμιση ισχύει για τον ίδιο τον επιτηδευματία, αλλά και γι' αυτούς που έχουν εξουσιοδοτηθεί να λειτουργούν εξ' ονόματός του και για λογαριασμό του.

Αναλυτικότερα, με κάθε ηλεκτρονικό και συνακόλουθα μηχανογραφικό τιμολόγιο που εκδίδεται, δημιουργούνται μέσω των Ειδικών Ασφαλών Φορολογικών Διατάξεων Σήμανσης Στοιχείων (Ε.Α.Φ.Δ.Σ.Σ.) δύο αρχεία, τα οποία χρησιμοποιούνται από όλους τους επιτηδευματίες, που εκδίδουν τα στοιχεία τους μηχανογραφικά. Το πρώτο αρχείο με κατάληξη «a.txt» περιέχει τα στοιχεία του τιμολογίου αναλυτικά και το δεύτερο αρχείο με κατάληξη «b.txt» αποτελεί την ψηφιακή σήμανση. Δηλαδή, το αρχείο αυτό αποτελεί μια μοναδική σύνοψη του πρώτου αρχείου και έτσι διασφαλίζεται η εγκυρότητά του.

Για να γίνει η τιμολόγηση με ηλεκτρονικά μέσα είναι απαραίτητο ο εκδότης να διαβιβάσει τα ηλεκτρονικά αρχεία με κατάληξη «a.txt» και «b.txt» των εκδιδόμενων τιμολογίων στον παραλήπτη. Αυτά αποτελούν τα νόμιμα παραστατικά, στα οποία δηλώνονται οι συναλλαγές, βάσει των οποίων πραγματοποιούνται οι εγγραφές στα βιβλία εσόδων – εξόδων.

Κάποιες φορές, όμως, για λόγους ευκολίας, ο εκδότης αποστέλλει το παραστατικό στον παραλήπτη σε αρχεία όπως Word (doc, docx, rft κ.α.) και Acrobat (pdf). Αυτό συμβαίνει γιατί κατά την παραλαβή του αρχείου «_a.txt» είναι δύσκολη η ανάγνωσή του με αποτέλεσμα να μην μπορεί να ελεγχθεί εύκολα. Τα αρχεία «_a.txt» και «_b.txt» είναι απαραίτητο να τα διαφυλάσσει τόσο ο εκδότης όσο και ο παραλήπτης για όσο καιρό προβλέπεται από τις

σχετικές διατάξεις¹⁹ και σε ενδεχόμενο έλεγχο να τίθενται στη διάθεση των φορολογικών αρχών.

Επιπρόσθετα θα πρέπει να αναφερθεί, ότι η παρουσίαση των παραπάνω στοιχείων θα πρέπει να γίνεται με κατάλληλα ψηφιακά μέσα, όπως για παράδειγμα με ηλεκτρονικό υπολογιστή. Όσον αφορά την απώλεια ή την αδυναμία εμφάνισης των αρχείων νοούνται ως φορολογική παράβαση και η επιχείρηση επιβαρύνεται με πρόστιμο.

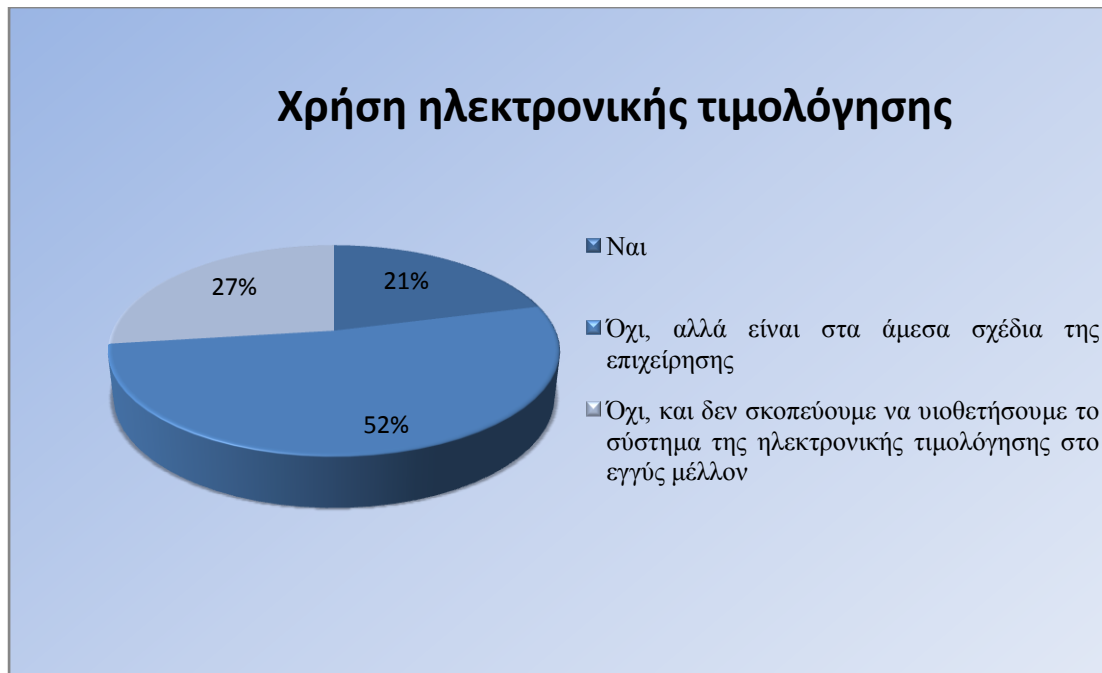
7.3 Έρευνα ηλεκτρονικής τιμολόγησης

Σε αυτή την ενότητα θα αναλυθεί μία έρευνα με στόχο να απαντηθούν κάποια ερωτήματα με θέμα την ηλεκτρονική τιμολόγηση. Η έρευνα αυτή τέθηκε εν ισχύ τον Μάιο του 2010 με πρωτοβουλία του Υπουργείου Οικονομικών και τη διηύθυνε το Eltrun-e-Business Research Center²⁰. Σε αυτή συμμετείχαν 130 επιχειρήσεις με ερωτηματολόγια, που συμπληρώθηκαν μέσω διαδικτύου.

Η ερώτηση το οποίο τέθηκε, αρχικά, στους επιχειρηματίες αναφερόταν στην ηλεκτρονική τιμολόγηση και αν αυτοί την έχουν υιοθετήσει στην επιχείρησή τους.

¹⁹ Άρθρο 21 του ΚΒΣ

²⁰ Eltrun- e-Business Research Center (www.eltrun.gr) Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών

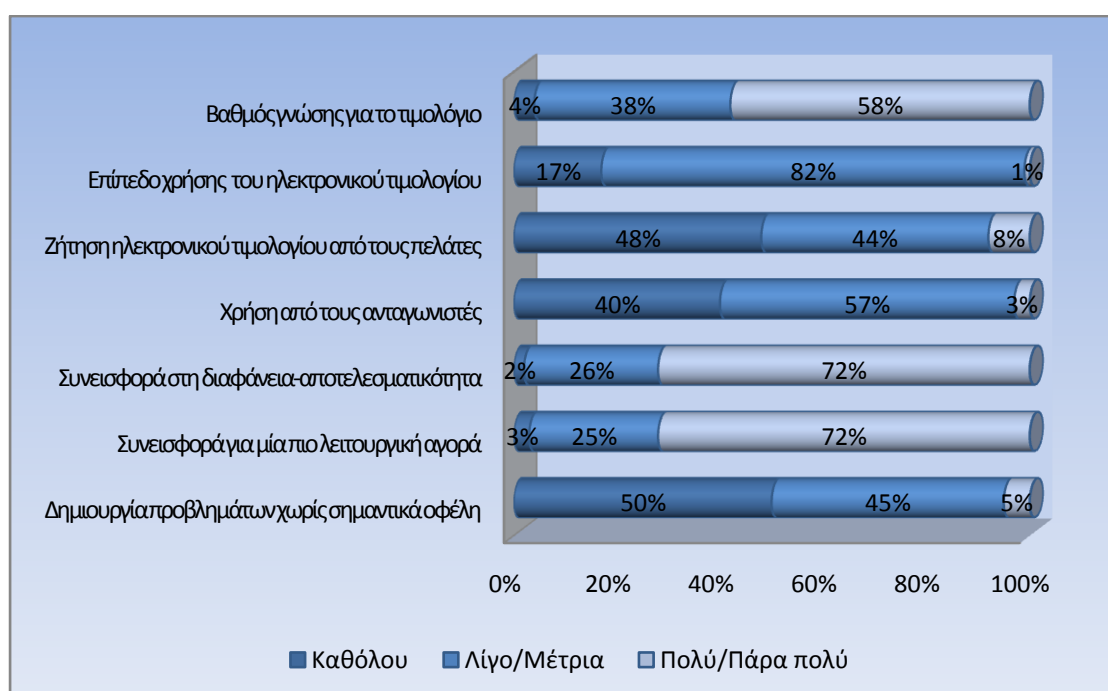


Γράφημα 1: Χρήση ηλεκτρονικής τιμολόγησης

Τα αποτελέσματα της έρευνας ήταν σχετικά ενθαρρυντικά. Έδειξαν ότι το μεγαλύτερο ποσοστό που φτάνει το 52% των επιχειρήσεων, που πήραν μέρος, δεν χρησιμοποιούν το σύστημα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, ωστόσο οι επιχειρήσεις αυτές είναι θετικές σε αυτό και πρόθυμες να το υιοθετήσουν σε σύντομο χρονικό διάστημα. Παράλληλα, το 21% των εταιρειών που συμμετείχαν στην έρευνα χρησιμοποιούν ήδη την ηλεκτρονική τιμολόγηση ενώ το 27% δεν προτίθενται να την υιοθετήσουν στο άμεσο μέλλον.

Στο δεύτερο γράφημα (γράφημα 2) αναλύονται οι αντιλήψεις 130 επιχειρήσεων που πήραν μέρος σε αυτή την έρευνα σε σχέση με την ηλεκτρονική τιμολόγηση. Αρχικά, η αντίληψη αυτή αναφέρεται στο βαθμό χρήσης του ηλεκτρονικού τιμολογίου. Έτσι, το 58% απάντησε ότι γνωρίζει αν όχι καλά, πολύ καλά την χρήση του, το 38% έχει μέτρια γνώση όσον αφορά το ηλεκτρονικό τιμολόγιο, ενώ μικρό είναι το ποσοστό το οποίο δεν γνωρίζει καθόλου την χρήση του με αυτό να φτάνει το 4%. Επιπλέον, ρωτήθηκαν για το επίπεδο χρήσης των επιχειρήσεων σε σχέση με το ηλεκτρονικό τιμολόγιο. Το 82% των επιχειρήσεων έχουν μέτριο επίπεδο χρήσης, ενώ το 17% δεν το χρησιμοποιεί καθόλου. Σχεδόν μηδενικό (1%) ήταν το επίπεδο των

επιχειρήσεων το οποίο χρησιμοποιεί το ηλεκτρονικό τιμολόγιο. Ακόμα, παρουσιάζονται οι απαντήσεις των επιχειρήσεων στην ερώτηση εάν υπάρχει ζήτηση του ηλεκτρονικού τιμολογίου από τους πελάτες. Παρατηρήθηκε, λοιπόν, ότι οι πελάτες των επιχειρήσεων οι οποίες πήραν μέρος στην έρευνα φαίνεται να μη ζητούν στις μεταξύ τους συναλλαγές το ηλεκτρονικό τιμολόγιο με ποσοστό να φτάνει το 48%. Από την άλλη πλευρά το 44% των παραπάνω επιχειρήσεων απαντούν ότι στο σύνολο των πελατών τους είναι μέτρια η ζήτηση του ηλεκτρονικού τιμολογίου ενώ μεγάλη ζήτηση από τους πελάτες απάντησε το 8% των επιχειρήσεων.

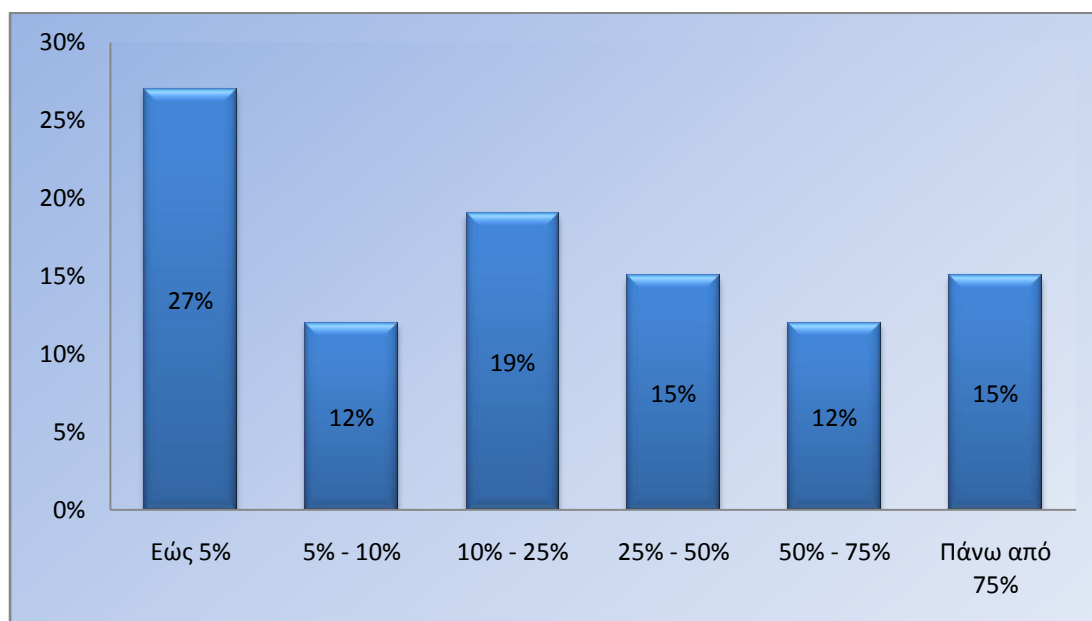


Γράφημα 2: Αντιλήψεις των εταιρειών όσον αφορά την ηλεκτρονική τιμολόγηση

Η επόμενη αντίληψη έχει να κάνει με την χρήση του συστήματος της ηλεκτρονικής τιμολόγησης και πόσο αυτό χρησιμοποιείται από τους ανταγωνιστές των επιχειρήσεων. Παρατηρήθηκε, λοιπόν, ότι το 57% των επιχειρήσεων γνωρίζει ότι οι ανταγωνιστές τους κάνουν μικρή ή μέτρια και το 3% υψηλή χρήση του ηλεκτρονικού τιμολογίου. Αντιθέτως, το 40% των επιχειρήσεων γνωρίζει ότι οι παραπάνω δεν χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό τιμολόγιο. Στα δύο επόμενα ερωτήματα ερευνώνται οι αντιλήψεις που αφορούν την συνεισφορά τόσο για μία καλύτερη λειτουργία στην αγορά όσο και στην μεγαλύτερη διαφάνεια και αποτελεσματικότητα σχετικά με το

παραπάνω σύστημα. Όπως προκύπτει, λοιπόν, από τις απαντήσεις το μεγαλύτερο ποσοστό που είναι σύμφωνο και στις δύο αντιλήψεις φτάνει το 72% , το 25% και 26% αντίστοιχα παίρνει θέση κάπου στη μέση ενώ διαφωνεί με αυτή το ποσοστό που φτάνει μόλις το 3% και 2% αντίστοιχα. Το τελευταίο ερώτημα που τους τέθηκε αναφέρεται στο εάν πιστεύουν ότι το σύστημα αυτό δημιουργεί προβλήματα χωρίς σημαντικά οφέλη. Ποσοστό έως και 5% πιστεύει, πράγματι, ότι η ηλεκτρονική τιμολόγηση δημιουργεί προβλήματα χωρίς σημαντικά οφέλη. Αντιθέτως, το 50% των επιχειρήσεων είναι αρνητικοί σ' αυτή την αντίληψη ενώ ποσοστό που φτάνει έως και το 57% έχουν μέτρια αντίληψη.

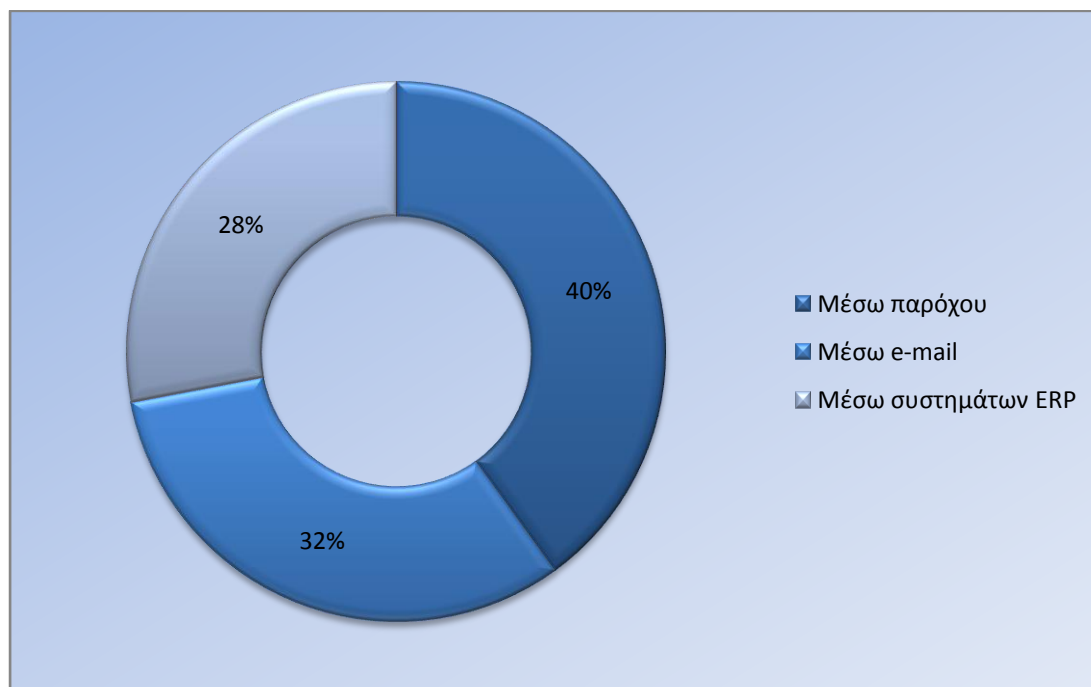
Στο διάγραμμα που ακολουθεί (γράφημα 3) δείχνει το βαθμό που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις το ηλεκτρονικό τιμολόγιο. Από τις επιχειρήσεις, λοιπόν, που έλαβαν μέρος στην έρευνα το μεγαλύτερο ποσοστό τάξεως 27% χρησιμοποιεί έως και 5% το ηλεκτρονικό τιμολόγιο. Στη συνέχεια, το 19% των επιχειρήσεων κάνουν χρήση ηλεκτρονικού τιμολογίου από 10% έως 25%.



Γράφημα 3: Βαθμός χρήσης ηλεκτρονικού τιμολογίου

Από την άλλη πλευρά, το 12% των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί το ηλεκτρονικό τιμολόγιο σε βαθμό από 5% έως και 10% αλλά και από 50% έως και 75%. Τέλος, ίδιο ποσοστό επιχειρήσεων δηλαδή το 15% αυτών καταλαμβάνει ποσοστά βαθμού χρήσης 25% - 50% αλλά και πάνω από 75%.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί (Γράφημα 4) διακρίνονται οι τρόποι με τους οποίους οι επιχειρήσεις προτιμούν να αποστέλλουν τα τιμολόγια με ηλεκτρονικά μέσα. Όπως έχει αναφερθεί και παραπάνω (κεφάλαιο μοντέλων λογικά) οι επιχειρήσεις προτιμούν τα ηλεκτρονικά τιμολόγια να αποστέλλονται μέσω παρόχου.

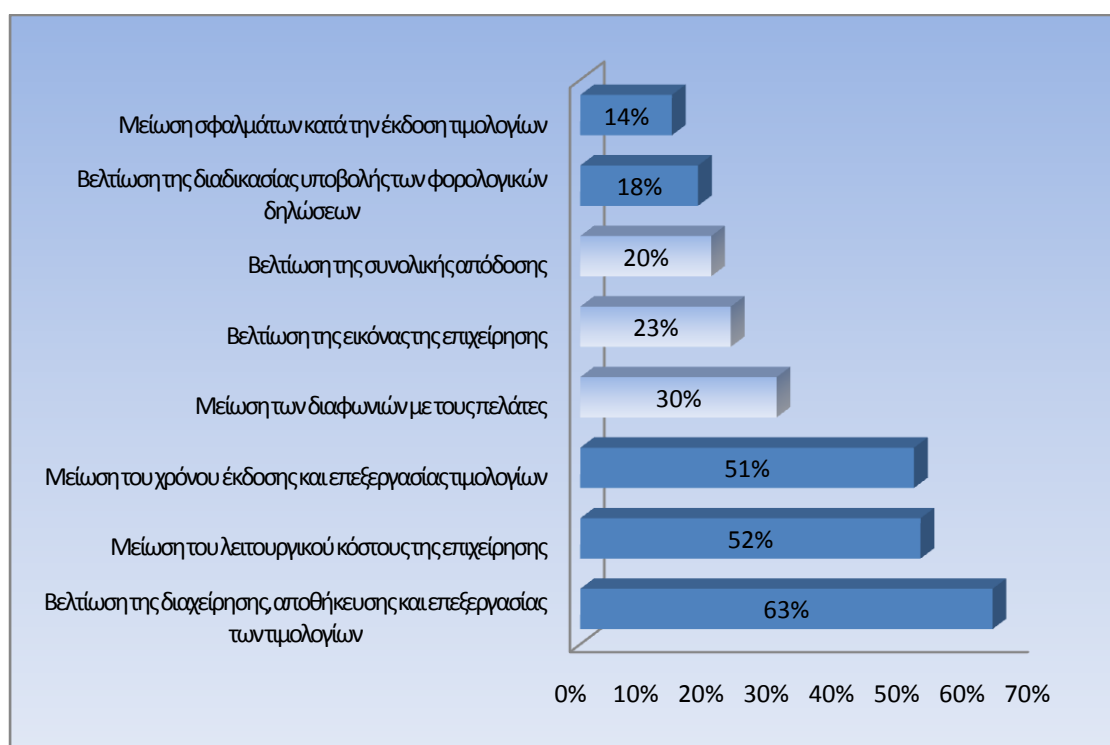


Γράφημα 4: Τρόποι ανταλλαγής ηλεκτρονικών τιμολογίων

Αυτό διαπιστώνεται και στην έρευνα, από την οποία προέκυψε πως οι επιχειρήσεις αυτές κατέλαβαν το 40% των αποτελεσμάτων. Με μικρότερα ποσοστά - απ' ότι αυτό του παρόχου - έχουν οι επιλογές μέσω e-mail και του λογιστικού προγράμματος ERP με ποσοστά τάξεως 32% και 28% αντίστοιχα.

Επιπλέον, στο επόμενο γράφημα (γράφημα 5) οι επιχειρήσεις στο σύνολό τους - αυτές που χρησιμοποιούν την ηλεκτρονική τιμολόγηση αλλά και αυτές που δεν την έχουν υιοθετήσει - αναγνωρίζουν ως σημαντικά τα οφέλη της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Το διάγραμμα αυτό διαχωρίζεται σε δύο κατηγορίες με βάση τα πλεονεκτήματα του συστήματος. Η πρώτη κατηγορία αναφέρεται στη στρατηγική της επιχείρησης. Στο διάγραμμα αυτό τα τρία πλεονέκτημα από τα οκτώ ανήκουν στην παραπάνω κατηγορία. Έτσι, η βελτίωση της συνολικής απόδοσης, η βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης αλλά και η μείωση των διαφωνιών με τους πελάτες με ποσοστά 20%, 23% και

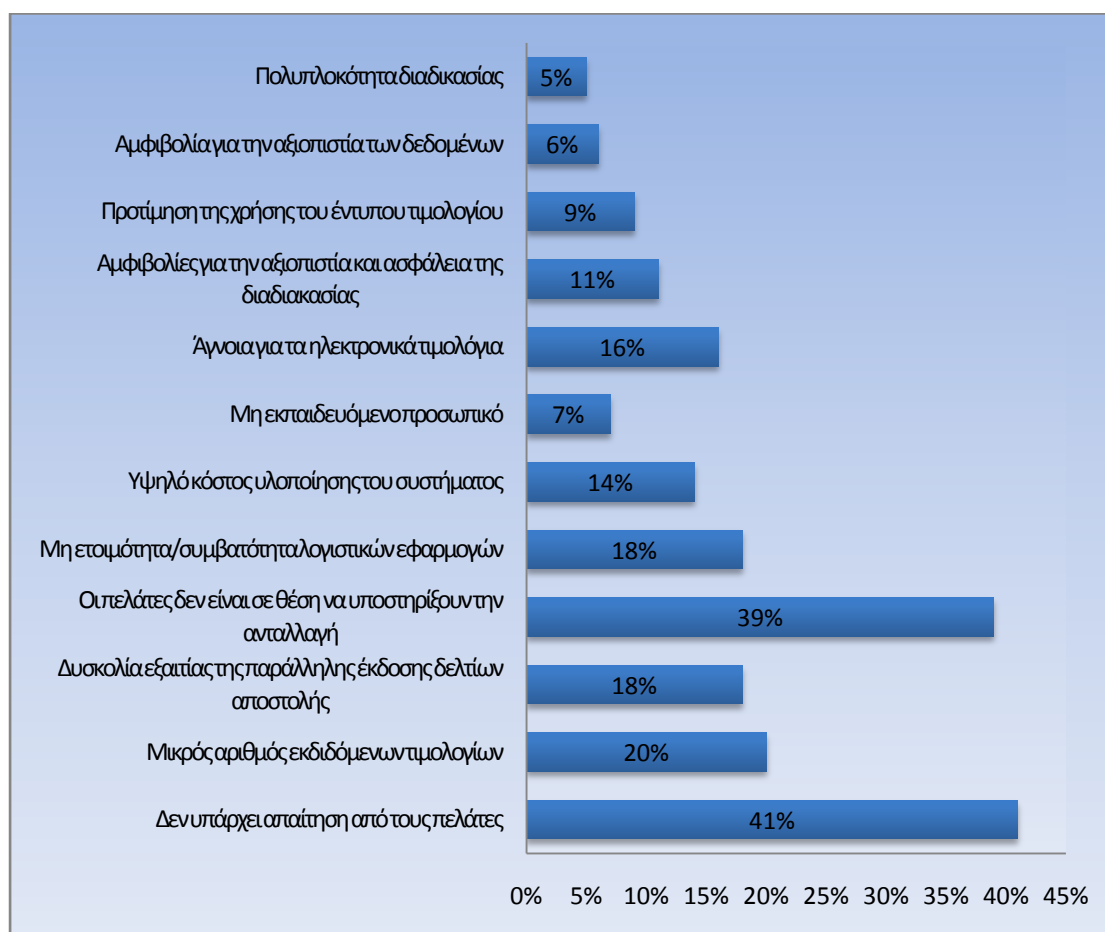
30% αντίστοιχα αποτελούν οφέλη που βοηθούν την εικόνα της επιχείρησης. Η δεύτερη κατηγορία αφορά την λειτουργικότητα της επιχείρησης. Σε αυτή την κατηγορία των πλεονεκτημάτων υπάγονται η μείωση των σφαλμάτων κατά την έκδοση των τιμολογίων, η βελτίωση της διαδικασίας υποβολής των φορολογικών δηλώσεων, την μείωση του χρόνου έκδοσης και επεξεργασίας των τιμολογίων, την μείωση του λειτουργικού κόστους της επιχείρησης αλλά και την καλύτερη διαχείριση, αποθήκευση και επεξεργασία των τιμολογίων με ποσοστά 14%, 18%, 51%, 52% και 63% αντίστοιχα. Τα πλεονεκτήματα αυτής της κατηγορίας βοηθούν στην καλύτερη λειτουργία της επιχείρησης εισάγοντας το ηλεκτρονικό τιμολόγιο στις καθημερινές τους συναλλαγές.



Γράφημα 5: Οφέλη ηλεκτρονικής τιμολόγησης όσον αφορά τις ελληνικές επιχειρήσεις

Στο παρακάτω γράφημα (γράφημα 6) μία ομάδα ερωτήσεων, επίσης, περιλάμβανε τους λόγους με τους οποίους οι επιχειρήσεις δεν υιοθετούν το σύστημα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Οι τρεις λόγοι που θα αναφερθούν πιο κάτω αφορούν το περιβάλλον της επιχείρησης. Επομένως, ο κυριότερος λόγος είναι ότι δεν υπάρχει απαίτηση από τους πελάτες τους με ποσοστό να φτάνει το 41%. Δύο ακόμα λόγοι που δεν εφαρμόζουν το σύστημα αυτό με μικρή διαφορά ποσοστιαίων μονάδων τάξεως 18% και 20% αναφέρονται στη δυσκολία εξαιτίας της παράλληλης έκδοσης των δελτίων αποστολής αλλά και

στον μικρό αριθμό των εκδιδόμενων τιμολογίων αντίστοιχα. Παρατηρείται ότι οι επόμενοι πέντε λόγοι έχουν να κάνουν σχετικά με πληροφόρηση και την εμπιστοσύνη.



Γράφημα 6: Λόγοι που οι επιχειρήσεις δεν υιοθετούν την ηλεκτρονική τιμολόγηση

Αναλυτικότερα, ο κυριότερος λόγος της συγκεκριμένης «κατηγορίας» σχετίζεται με την άγνοια του ηλεκτρονικού τιμολογίου με ποσοστό 16%. Επιπλέον, στα επόμενα ποσοστά τάξεως 11% και 9% διακρίνονται οι λόγοι που αφορούν τις αμφιβολίες σχετικά με την αξιοπιστία και την ασφάλεια αυτής της διαδικασίας αλλά και την προτίμηση του έντυπου τιμολογίου. Μικρότερα ποσοστά καταλαμβάνει τόσο η αμφιβολία σε σχέση με την αξιοπιστία των δεδομένων όσο και η πολυπλοκότητα της διαδικασίας με ποσοστά 6% και 5% αντίστοιχα. Η τελευταία κατηγορία αφορά την οργανωτική και τεχνολογική ετοιμότητα της κάθε επιχείρησης. Η μη ετοιμότητα-συμβατότητα των λογιστικών εφαρμογών, το υψηλό κόστος υλοποίησης αυτού του συστήματος αλλά και το ανεκπαιδευτο προσωπικό είναι οι τρεις λόγοι οι οποίοι

δυσκολεύουν τις επιχειρήσεις να υιοθετήσουν το σύστημα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης με ποσοστά να φτάνουν το 18%, 14% και 7% αντίστοιχα.

8 Μέτρα & Προϋποθέσεις αποστολής, λήψης και αποθήκευσης ενός ηλεκτρονικού τιμολογίου

8.1 Απαιτήσεις Ασφαλείας

Για την υιοθέτηση της πρακτικής της ηλεκτρονικής τιμολόγησης απαιτείται η ύπαρξη ορισμένων δικλίδων ασφαλείας. Οι τελευταίες θα καταστήσουν εφαρμόσιμη και αξιόπιστη την ηλεκτρονική τιμολόγηση, σε βαθμό που να μπορεί να αναχθεί σε μέρος της οικονομικής και νομικής πληρότητας μιας οργάνωσης. Ως τέτοιες απαιτήσεις μπορούν να αναφερθούν:

- ✓ Επικύρωση προέλευσης

Η απαίτηση αυτή βεβαιώνει την ταυτότητα του εκδότη. Η επικύρωση του φορολογούμενου είναι απαραίτητη για τις φορολογικές αρχές ώστε να γίνεται σαφές ποιοι είναι οι αντισυμβαλλόμενοι της συναλλαγής.

- ✓ Ακεραιότητα του περιεχομένου του τιμολογίου

Η δεύτερη απαίτηση αναφέρεται στην αποφυγή της αλλοίωσης των παραστατικών είτε σκόπιμα είτε τυχαία. Οι αντισυμβαλλόμενοι θα πρέπει να έχουν την βεβαιότητα ότι το περιεχόμενο των τιμολογίων διατηρείται στην αρχική του μορφή, σε ότι αφορά τα στοιχεία του, τόσο κατά την αποστολή όσο και κατά τη λήψη και την αποθήκευσή τους.

- ✓ Αποδοχή ευθύνης

Βεβαιώνει ότι και από την πλευρά του αποστολέα αλλά και από την πλευρά του παραλήπτη δεν θα υπάρχει η δυνατότητα άρνησης για την ανταλλαγή δεδομένων η οποία έχει πραγματοποιηθεί.

- ✓ Εμπιστευτικότητα/ Μυστικότητα

Στην συγκεκριμένη απαίτηση βεβαιώνεται ότι μόνο ο αποστολέας και ο παραλήπτης μπορούν να έχουν πρόσβαση στο παραστατικό, το οποίο εκδόθηκε και κανένας άλλος.

- ✓ Ακεραιότητα της ακολουθίας των τιμολογίων

Εξασφαλίζει την αποφυγή οποιουδήποτε χάσματος όσον αφορά τα εξερχόμενα τιμολόγια και την ενίσχυση του ελέγχου.

- ✓ Διαθεσιμότητα

Η επιχείρηση να μπορεί να χρησιμοποιεί την υπηρεσία της ηλεκτρονικής τιμολόγησης χωρίς προβλήματα στις λογιστικές τους ενέργειες.

- ✓ Ηλεκτρονική αποθήκευση των ηλεκτρονικών τιμολογίων

Τέλος, τα μέσα και οι συνθήκες, που απαιτούνται για την αποθήκευση και την ασφάλεια των ηλεκτρονικών τιμολογίων θεωρούνται σημαντικές παράμετροι. Η αρτιότητά τους μπορεί να εγγυηθεί την αυθεντικότητα, την ακεραιότητα και την αναγνωσιμότητα των πιο πάνω τιμολογίων. Επιπλέον, οι τελευταίες οφείλουν να είναι εγγυημένες καθ' όλη τη διάρκεια της περιόδου αποθήκευσης και να ακολουθούν τις σχετικές κοινοτικές οδηγίες.

8.2 Λανθασμένη διαχείριση ηλεκτρονικού τιμολογίου

Υπάρχει πάντα η πιθανότητα να γίνει κάποιο λάθος στα τιμολόγια. Σε μία τέτοια περίπτωση απαιτείται διόρθωση για να επέλθει μία σωστή και ισορροπημένη λογιστική μεταξύ των συναλλασσομένων και των διοικήσεων του ΦΠΑ. Οι συναλλαγές διόρθωσης είναι πιστωτικά σημειώματα ή καινούργια τιμολόγια, τα οποία πρέπει να είναι αναγνωρίσιμα σε οποιαδήποτε έλεγχο γίνει και οποιαδήποτε σχετική κίνηση εμπορευμάτων. Οι φορολογικοί περιορισμοί, οι λογιστικοί κανόνες και η νομοθεσία των χωρών-μελών δεν προβάλλουν πάντα συγκεκριμένα παραδείγματα και γι' αυτό δίνονται πολλές και διαφορετικές ερμηνείες σε συναλλαγές με ηλεκτρονικά τιμολόγια.

Σε ένα αυτοματοποιημένο σύστημα σφάλματα μπορούν να συμβούν για πολλούς λόγους. Μπορεί τα βασικά δεδομένα που είναι διαθέσιμα σε εφαρμογές του συστήματος να μην είναι σωστά, ή να μην ενημερώνονται εγκαίρως με συνέπεια την εμφάνιση λαθών. Δηλαδή, είναι πιθανό να υπάρχουν διαφορές στις καινούργιες τιμές των προϊόντων, στα ποσοστά του ΦΠΑ, στα στοιχεία του πελάτη κ.λπ.

8.3 Αρχαιοθέτηση

Η οδηγία του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου 2001/115 καθορίζει την κατάσταση που πρέπει να υφίσταται, στην αρχαιοθέτηση των τιμολογίων με έναν σίγουρο και ασφαλή τρόπο για τη διάρκεια της αποθήκευσής τους στις χώρες-μέλη. Η αρχαιοθέτηση των ηλεκτρονικών τιμολογίων είναι ένα σημαντικό κομμάτι της όλης διαδικασίας όπως είναι η δημιουργία και η ανταλλαγή των τιμολογίων.

Οι κανόνες που αφορούν την αρχαιοθέτηση ορίζουν πως κάθε φορολογούμενος πρέπει να διασφαλίσει ότι τα αντίγραφα που εκδίδονται από τον ίδιο ή τον πελάτη του, είτε στο όνομά του είτε εκ μέρους του από κάποιον τρίτο, και όλα τα τιμολόγια που έχει λάβει είναι αποθηκευμένα. Η αυθεντικότητα της προέλευσης και η ακεραιότητα των περιεχομένων των τιμολογίων, καθώς και η δυνατότητα ανάγνωσής τους πρέπει να εξασφαλίζονται καθ' όλη τη διάρκεια της αποθήκευσής τους.

Όσον αφορά τον τόπο αποθήκευσής τους μπορεί να είναι οποιοσδήποτε σε κάθε χώρα-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, εφόσον υπάρχει η δυνατότητα πρόσβασης στα δεδομένα μέσω διαδικτύου. Αν ο τόπος αποθήκευσης είναι εκτός των συνόρων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, πρέπει να υπάρχει και πάλι πρόσβαση στα δεδομένα, μέσω διαδικτύου, και η χώρα, στην οποία βρίσκονται τα τιμολόγια, θα πρέπει να τηρεί τις αρχές της Ευρωπαϊκής Προστασίας Δεδομένων. Ακόμα και τότε όμως, οι χώρες-μέλη μπορούν να απαγορέψουν την πρόσβαση, αν δεν υπάρχει αμοιβαία συμφωνία με την άλλη χώρα. Μερικές χώρες-μέλη δεν επιτρέπουν την αποθήκευση των δεδομένων εκτός των συνόρων της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η περίοδος αποθήκευσης των δεδομένων ορίζεται, μέχρι τώρα, από την κάθε χώρα-μέλος ξεχωριστά. Το κάθε κράτος μπορεί να ζητάει την αποθήκευση των τιμολογίων σε συγκεκριμένη μορφή, π.χ. τα τιμολόγια που στέλνονται ή παραλαμβάνονται ηλεκτρονικά, πρέπει να αποθηκεύονται ηλεκτρονικά στις περισσότερες χώρες-μέλη. Τέλος, τα κράτη μέλη έχουν τη δυνατότητα να απαιτήσουν την αποθήκευση περισσότερων πληροφοριών.

8.4 Απορρίπτοντας ένα ηλεκτρονικό τιμολόγιο

Σύμφωνα με το άρθρο 232 της Οδηγίας 2006/112/EC, όπως τροποποιήθηκε από την 2010/45/EU πρέπει ο παραλήπτης του ηλεκτρονικού τιμολογίου να έχει τη δυνατότητα να το απορρίψει. Η αποδοχή που αναφέρεται σε αυτό το άρθρο ορίζει μόνο τις τεχνικές απαιτήσεις ή τη δυνατότητα του πελάτη να διασφαλίσει την αυθεντικότητα, την ακεραιότητα και την νομιμότητα που απαιτούνται για να υπάρχει συμφωνία για αποστολή και λήψη ενός ηλεκτρονικού τιμολογίου. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει οποιαδήποτε γραπτή αποδοχή, είτε είναι επίσημη είτε όχι, ή σιωπηρή συμφωνία όπως είναι η επεξεργασία ή η πληρωμή του ειλημμένου τιμολογίου. Παρ' όλα αυτά, τα συναλλασσόμενα μέρη θα πρέπει να ξεχωρίζουν την μη αποδοχή των ηλεκτρονικών τιμολογίων εξαιτίας τεχνικών και επιχειρηματικών λόγων. Ακόμα θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι όταν ένα ηλεκτρονικό τιμολόγιο γίνεται αποδεκτό για τεχνικούς λόγους δεν σημαίνει ότι αυτόματα γίνεται δεκτό και για επιχειρηματικούς λόγους. Σε περίπτωση που δεν γίνει δεκτό για τεχνικούς λόγους είναι αυτονόητο πως αυτόματα απορρίφθηκε και για επιχειρηματικούς λόγους αφού δεν παραλήφθηκε κανένα τιμολόγιο. Περιπτώσεις για τις οποίες μπορεί να μην γίνει δεκτό ένα ηλεκτρονικό τιμολόγιο είναι όταν το τιμολόγιο δεν πληροί τις προϋποθέσεις του ΦΠΑ:

- ✓ Λάθος περιεχόμενο π.χ. σε αξίες όπως τα ποσοστά του ΦΠΑ
- ✓ Ανάλογα με τη συμφωνία που έχει γίνει μεταξύ του πελάτη και του προμηθευτή, μία ακύρωση μπορεί να οφείλεται π.χ. σε αναντιστοιχία νομίσματος παραγγελίας αγοράς και τιμολογίου, ή το ποσό του τιμολογίου να είναι υψηλότερο από την αξία της εντολής αγοράς, ή η ποσότητα του τιμολογίου να είναι μεγαλύτερη από την αντίστοιχη της εντολής αγοράς, ή να υπάρχει αναντιστοιχία μεταξύ της τιμής της μονάδας με αυτήν της εντολής αγοράς.

Ο πελάτης απαγορεύεται να διορθώσει οποιοδήποτε τιμολόγιο παρουσιάζει κάποιο λάθος ή είναι αμφιλεγόμενο. Οι τεχνικοί λόγοι που μπορεί να απορριφθεί κάποιο ηλεκτρονικό τιμολόγιο διαφέρουν ανάλογα με την μέθοδο συναλλαγής που χρησιμοποιείται π.χ. το γραμματοκιβώτιο να είναι κλειστό ή να υπάρχει σφάλμα στη δομημένη μορφή.

9 Ηλεκτρονικές πληρωμές

9.1 Πληρωμές όσον αφορά την ηλεκτρονική τιμολόγηση

Οι μέθοδοι πληρωμής της ηλεκτρονικής τιμολόγησης περιλαμβάνουν, συνήθως τη δημιουργία ενός τρόπου πληρωμής από τον παραλήπτη του τιμολογίου, που να ανταποκρίνεται στις λεπτομέρειες πληρωμής που εμφανίζονται στο τιμολόγιο. Οι τρόποι πληρωμής ποικίλλουν στην Ευρωπαϊκή αγορά. Η υπάρχουσα κατάσταση αλλάζει σιγά-σιγά προοδευτικά, από την εμφάνιση του SEPA²¹, ο οποίος στόχο έχει να δημιουργήσει ένα ενιαίο «περιβάλλον» πληρωμών, βασιζόμενο σε κοινά μέσα πληρωμής για ολόκληρη την ευρωζώνη και έξω από αυτήν. Το σημαντικό αυτό πρόγραμμα συντονίζει το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Πληρωμών (EPC), δεχόμενο υποστήριξη από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Εφαρμόζοντας κοινά συστήματα και πλαίσια για την πραγματοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών μέσω καρτών, άμεσων χρεώσεων και μεταφορών πιστώσεων, η τραπεζική κοινότητα θα είναι έτοιμη στο άμεσο μέλλον, να υποστηρίξει ένα πιο ενοποιημένο δίκτυο, ωφελώντας έτσι ολόκληρη την εμπορική διαδικασία και κατ' επέκταση την ηλεκτρονική διαδικασία.

Μεταξύ των χωρών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, υπάρχουν πολλές διαφορές στους τρόπους πληρωμής, γενικότερα. Σε μερικές από αυτές, οι ηλεκτρονικοί τρόποι πληρωμής είναι πολύ πιο διαδεδομένοι από άλλες που χρησιμοποιούν περισσότερο τα μετρητά και τα χάρτινα μέσα(επιταγές, συναλλαγματικές). Αυτό όμως, έχει αντίκτυπο στην πρακτικότητα και στην ευκολία διαδόσεως της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Για τους ιδιώτες και τις κοινωνίες που έχουν «υιοθετήσει» την διαδικτυακή τραπεζική, υπάρχει μεγαλύτερο ενδιαφέρον στο να αποδεχτούν νέες λύσεις, όπως είναι η ηλεκτρονική τιμολόγηση. Ακόμα, υπάρχουν διαφορές στον τρόπο που οι παραλήπτες των τιμολογίων ανταποκρίνονται σε αυτά όσον αφορά τον τρόπο πληρωμής τους. Για τους καταναλωτές και τις μικρές επιχειρήσεις, που δεν έχουν ολοκληρωμένα συστήματα ERP, η πληρωμή γίνεται κοντά στο χρόνο της παραλαβής του τιμολογίου. Στις συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων η διαδικασία πληρωμής είναι συχνά ξεχωριστή από την

²¹ Ενιαίος Χώρος Πληρωμών στο Ευρώ

τιμολόγηση. Η χρήση των άμεσων χρεώσεων μπορεί να μειώσει την χρονική απόσταση μεταξύ της εκδόσεως του τιμολογίου και της πραγματικής πληρωμής. Η πραγματοποίηση της πληρωμής γίνεται αυτόματα μέσα από το τραπεζικό σύστημα, κάνοντας την παρουσίαση του τιμολογίου ξεχωριστή υπόθεση από τον πιστωτή στον οφειλέτη. Βέβαια, η παρουσίαση του τιμολογίου παραμένει σημαντική, ιδιαίτερα για την συναλλαγή.

Οι μεταφορές πιστώσεων χρησιμοποιούνται συχνά στην ηλεκτρονική τιμολόγηση σαν «πιεστικός» τρόπος πληρωμής. Πρακτικά, το τιμολόγιο εκφράζει μία απαίτηση για πληρωμή και γι' αυτό στη διαδικασία της τιμολόγησης αλλά και της πληρωμής χρησιμοποιούνται πολλές φορές ίδιες μέθοδοι. Στην περίπτωση που πραγματοποιείται μία πληρωμή μέσω ενός τραπεζικού συστήματος, ακολουθούνται οι ακόλουθες διαδικασίες:

- ✓ Αποστέλλεται το τιμολόγιο από τον πωλητή στην τράπεζά του και μετά μέσω της τραπεζικής του αγοραστή στον αγοραστή.
- ✓ Προβάλλει ή «κατεβάζει» ο αγοραστής το τιμολόγιο μέσα από τον διαδικτυακό χώρο της τράπεζας.
- ✓ Μετά τη συνδιαλλαγή στέλνει μία εντολή για μεταφορά πίστωσης στην τράπεζά του.
- ✓ Η πληρωμή πραγματοποιείται μέσα από το σύστημα πληρωμής στην τράπεζα του πληρωτή.
- ✓ Ο λογαριασμός του πωλητή πιστώνεται και ο πωλητής ολοκληρώνει τη συνδιαλλαγή.

9.2 SEPA

Το SEPA²² είναι ένα σχέδιο για εναρμόνιση του τρόπου που κάνουμε και επεξεργαζόμαστε τις πληρωμές λιανικής σε ευρώ. Ο στόχος είναι να φτάσουν οι διασυνοριακές πληρωμές σε ευρώ τις εγχώριες πληρωμές σε ταχύτητα, ασφάλεια και αποτελεσματικότητα. Το SEPA παρέχει στους πελάτες τη δυνατότητα να κάνουν πληρωμές σε ευρώ, χωρίς μετρητά σε οποιοδήποτε μέρος και αν βρίσκονται στην Ευρώπη μέσω άμεσης χρέωσης, μεταφοράς πιστώσεως ή πιστωτικής κάρτας. Το SEPA έχει σαν στόχο την

²² Single Euro Payments:Ενιαίος-Χώρος Πληρωμών σε Ευρώ

υπερπήδηση των νομικών, τεχνικών και αγοραστικών εμποδίων μεταξύ των χωρών, προκειμένου να δημιουργηθεί μία ενιαία αγορά για πληρωμές λιανικής σε ευρώ. Το πεδίο εφαρμογής του SEPA αποτελείται από 32 Ευρωπαϊκές χώρες, καθώς και από χώρες που δεν συμμετέχουν στο ευρώ, όπως είναι η Ισλανδία, το Λιχτενστάιν, το Μονακό, η Νορβηγία και η Ελβετία. Το σχέδιο SEPA ξεκίνησε από τις Ευρωπαϊκές τράπεζες και υποστηρίζεται από τις κυβερνήσεις των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Ευρωσύστημα²³ και άλλες δημόσιες αρχές.

Για τις πληρωμές στο πεδίο εφαρμογής του SEPA συμφωνήθηκαν συγκεκριμένα πρότυπα, τεχνικές απαιτήσεις και μία κοινή νομική βάση, άσχετα από τις χώρες που συμμετέχουν στη συναλλαγή. Το SEPA έχει σαν απώτερο στόχο την προώθηση της ευρωπαϊκής οικονομίας μέσω της δημιουργίας μίας πιο ανταγωνιστικής αγοράς πληρωμών μικρής αξίας σε ευρώ, η οποία θα παρέχει υψηλότερο επίπεδο υπηρεσιών, πιο ποιοτικά προϊόντα και φθηνότερες εναλλακτικές λύσεις για τη διενέργεια πληρωμών.

Τα οφέλη από την εφαρμογή του SEPA θα είναι πολλαπλά και θα αφορούν όλα τα συναλλασσόμενα μέρη. Οι καταναλωτές θα χρειάζονται πλέον μόνο έναν τραπεζικό λογαριασμό, με τον οποίο θα μπορούν να διενεργούν μεταφορές πιστώσεων και άμεσες χρεώσεις σε ευρώ σε οποιαδήποτε χώρα μέσα στην ευρωζώνη, με την ίδια ευκολία και ταχύτητα που διενεργούν τις εγχώριες πληρωμές. Η χρήση καρτών πληρωμής θα είναι πιο αποτελεσματική, αφού οι καταναλωτές θα μπορούν να χρησιμοποιούν την ίδια κάρτα για όλες τις πληρωμές σε ευρώ. Η παροχή καινοτόμων υπηρεσιών δεν θα επηρεάζεται από τα εθνικά σύνορα, Όσον αφορά τους εμπόρους, επειδή οι καταναλωτές προτιμούν ολοένα και περισσότερο τις πληρωμές με κάρτα, όπου για την αποδοχή τους οι έμποροι πρέπει να έχουν έρθει σε συμφωνία με μία τράπεζα που να δέχεται τις συναλλαγές με κάρτες, θα μπορούν οι αποδέκτες αυτών των συναλλαγών να επεξεργάζονται όλες τις πληρωμές με κάρτα που είναι συμβατές με το SEPA, ακόμα και τις διασυνοριακές. Επιπλέον, ο βαθμός τυποποίησης των τερματικών που βρίσκονται σε σημεία πώλησης της ζώνης του ευρώ θα αυξάνεται συνεχώς,

²³ Με τον όρο Ευρωσύστημα νοείται η ΕΚΤ και οι εθνικές κεντρικές τράπεζες των κρατών μελών της ΕΕ που έχουν υιοθετήσει το ευρώ.

με αποτέλεσμα να υπάρχει μεγαλύτερο φάσμα παρόχων τερματικών και οι έμποροι να μπορούν να δέχονται μεγαλύτερο αριθμό διαφορετικών καρτών με ένα μόνο τερματικό.

Στις επιχειρήσεις τα οφέλη θα είναι σημαντικά, καθώς θα απλουστευθεί η διαχείριση των πληρωμών τους, από τη στιγμή που οι εισερχόμενες και εξερχόμενες πληρωμές θα έχουν την ίδια μορφή. Ακόμα., οι επιχειρήσεις θα είναι σε θέση να διενεργούν όλες τις χρηματοοικονομικές συναλλαγές τους σε ευρώ από έναν τραπεζικό λογαριασμό με τα μέσα πληρωμών SEPA. Σημαντική βελτίωση στη διαχείριση των πληρωμών των επιχειρήσεων θα επιφέρουν οι υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, όπως είναι η ηλεκτρονική τιμολόγηση και η ηλεκτρονική συμφωνία μεταξύ λογαριασμών. Στον τραπεζικό χώρο το SEPA θα ενισχύσει την ευρωπαϊκή ολοκλήρωση και την αποτελεσματικότητα της αγοράς. Εξαιτίας της δημιουργίας μίας ενιαίας δέσμης κανόνων, θα ενισχυθεί ο ανταγωνισμός και κατ' επέκταση θα δοθεί η δυνατότητα στις τράπεζες να πετυχαίνουν καλύτερους όρους με τους παρόχους υπηρεσιών. Οι τράπεζες θα είναι σε θέση να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους και να ανταγωνίζονται σε επίπεδο ζώνης ευρώ, καθώς όλες οι τράπεζες θα μπορούν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους σε ολόκληρη τη ζώνη του ευρώ. Σημαντικές θα είναι και οι αλλαγές για τους παρόχους υποδομών. Θα ενισχύσει τον ανταγωνισμό μεταξύ των παρόχων υποδομών, αφού δεν θα περιορίζονται πλέον από τα εθνικά σύνορα, Επίσης, η διαλειτουργικότητα ή διασύνδεση μεταξύ διαφορετικών παρόχων υποδομής θα καταστεί δυνατή μέσω μιας κοινής δέσμης τεχνικών προτύπων. Τέλος, οι φορείς επεξεργασίας συναλλαγών με κάρτα θα είναι σε θέση να παρέχουν τις υπηρεσίες τους σε διαφορετικά συστήματα καρτών και αποδέκτες συναλλαγών με κάρτα σε ολόκληρη την ευρωζώνη.

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση και οι πληρωμές, συγκεκριμένα οι πληρωμές σε ευρώ εντός του πεδίου εφαρμογής του SEPA, συνδέονται στην οικονομική εφοδιαστική αλυσίδα, παρόλο που διαδραματίζουν ξεχωριστούς ρόλους και σχηματίζουν διαφορετικές διαδικασίες. Η ηλεκτρονική τιμολόγηση έχει σαν στόχο την επιτάχυνση της απουλοποίησης των τιμολογίων. Θα έπρεπε να είναι καθοριστικός παράγοντας στο να επιτρέψει στις κυβερνήσεις και τις επιχειρήσεις να αποκομίζουν βοηθητικά οφέλη στην απουλοποίηση,

όπως είναι η αποφυγή χρήσης της χειρωνακτικής πρόσβασης και παρεμβολής, την απόκτηση και διατήρηση έγκυρων πληροφοριών στα ERP συστήματα, γρήγορη εναρμόνιση με το καθολικό, έγκαιρες πληρωμές πελατών, μεγαλύτερο βαθμό ασφαλείας και τέλος μία καλύτερη εξυπηρέτηση και αντίληψη του πελάτη. Το περιβάλλον πληρωμών που προωθεί το SEPA θα βοηθήσει τους εμπλεκόμενους στην αλυσίδα ηλεκτρονικό τιμολόγιο-SEPA να αποκομίσουν πιο γρήγορα τα βοηθητικά οφέλη της αποϋλοποίησης, ειδικά όσον αφορά τις διαδικασίες πληρωμής και εναρμόνισης. Τα σχέδια και τα πλαίσια που δημιουργεί το SEPA δεν πρέπει να θεωρούνται προϋπόθεση για τη διάδοση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης στην Ευρώπη αλλά παράγοντας επιταχύνσεως.

Ο σκοπός της ηλεκτρονικής τιμολόγησης δεν είναι να προάγει κάποιο συγκεκριμένο τρόπο πληρωμής. Παρόλα αυτά είναι γενικώς παραδεκτό ότι η χρήση των συμβατών τρόπων πληρωμής με το SEPA θα την προωθήσουν. Πολλές τράπεζες γνωρίζοντας ότι θα έχουν κέρδος αν προσφέρουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τιμολόγησης πέρα από τις υπηρεσίες πληρωμής και χρηματοδότησης, κάνουν ενέργειες για να ξεκινήσουν και τέτοιου είδους υπηρεσίες. Έτσι, ήδη ορισμένες τράπεζες σε αρκετές χώρες-μέλη παρέχουν τέτοιες υπηρεσίες σε επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας και σε ιδιώτες. Όσον αφορά το SEPA, αν οι δημόσιες διοικήσεις και οι οργανισμοί που σχετίζονται εφαρμόζαν το SEPA από νωρίς, θα προκαλούσαν μία ευρεία χρήση των προϊόντων που βασίζονται στα σχέδια του SEPA. Επιπρόσθετα, εξαιτίας της καθυστέρησης που υπήρχε στην μεταφορά στα εθνικά δίκαια της Οδηγίας Υπηρεσιών Πληρωμής, η εκκίνηση λειτουργίας των σχεδίων της Άμεσης Χρέωσης και Πιστώσεως άργησε να ξεκινήσει η χρήση τους από τις επιχειρήσεις. Αντίθετα, η αξία της αλυσίδας της ηλεκτρονικής τιμολόγησης περιλαμβάνει περισσότερα μέρη από την αλυσίδα των σχεδίων του SEPA. Βέβαια, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η διάδοση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από εκδότες πολλών τιμολογίων, όπως είναι οι δημόσιες διοικήσεις και οι επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας. Με την αρχή της εφαρμογής των σχεδίων του SEPA για άμεσες χρεώσεις από τις 2 Νοεμβρίου του 2009, οι υπηρεσίες πληρωμής και άλλοι πάροχοι έχουν μία νέα ευκαιρία να συνεργαστούν με μεγάλους εκδότες τιμολογίων και να

προωθήσουν τα προϊόντα πληρωμής SEPA. Επομένως, η πιθανότητα να συνδυαστεί η προώθηση των προϊόντων πληρωμής SEPA με την προώθηση των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης είναι μεγάλη.

10 Ηλεκτρονική τιμολόγηση από την επιχείρηση προς τον καταναλωτή (E-Billing)

Ένας κλάδος της ηλεκτρονικής τιμολόγησης είναι και αυτός της αποστολής ενός λογαριασμού από μία επιχείρηση προς έναν καταναλωτή με ηλεκτρονικά μέσα και η εξόφλησή του μέσω διαδικτύου. Η παραπάνω τεχνική ονομάζεται e-billing και δεν είναι τόσο διαδεδομένη στη Ευρώπη. Ένας ηλεκτρονικός λογαριασμός είναι η ηλεκτρονική μορφή του λογαριασμού μίας εταιρείας, που αποστέλλεται στον καταναλωτή μέσα από την ιστοσελίδα της εταιρείας που εξέδωσε τον λογαριασμό.

Τα πλεονεκτήματα ενός ηλεκτρονικού λογαριασμού είναι τα περισσότερα παρόμοια με αυτά της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Μεγαλύτερη ευκολία στην πρόσβαση του λογαριασμού, μικρότερο κόστος για την εταιρεία και κατ' επέκταση και για τον καταναλωτή. Επιπλέον, προσφέρει προστασία από την κλοπή των προσωπικών δεδομένων του ιδιώτη, εξοικονόμηση χρόνου αλλά συμβάλλει, με την μείωση κατανάλωσης χαρτιού, και σε μία πιο φιλική προς το περιβάλλον λύση. Άλλα προτερήματα ενός ηλεκτρονικού λογαριασμού, μπορεί να είναι η υπενθύμιση στον καταναλωτή της ημερομηνίας λήξης της οφειλής, η συγκέντρωση όλων των λογαριασμών σ ένα σημείο και φυσικά η ευκολία στον τρόπο πληρωμής.

Παρ όλα αυτά όμως, πολλοί καταναλωτές δείχνουν απρόθυμοι να αποδεχτούν και να ακολουθήσουν τον νέο αυτό τρόπο παραλαβής και πληρωμής των λογαριασμών τους. Οι περισσότεροι δεν εμπιστεύονται την ηλεκτρονική μορφή των λογαριασμών ή προτιμούν τους χάρτινους λογαριασμούς γιατί περιέχουν πιο πολλές πληροφορίες. Ακόμα, σημαντική αιτία που απορρίπτουν οι καταναλωτές τον ηλεκτρονικό λογαριασμό είναι, γιατί δεν γνωρίζουν λεπτομέρειες για το θέμα και τον τρόπο λειτουργίας του.

11 Πρότυπο ηλεκτρονικό τιμολόγιο

Το περιεχόμενο των προτύπων όπως καθορίζεται από το Expert Group σε σχέση με την ηλεκτρονική τιμολόγηση είναι: τα πραγματικά δεδομένα που περιλαμβάνει ένα ηλεκτρονικό τιμολόγιο και τον επικεφαλή της επιχείρησης. Το μήνυμα του ηλεκτρονικού τιμολογίου περιλαμβάνει τα πραγματικά δεδομένα της επιχείρησης που απαιτούνται για να γίνει η συναλλαγή μεταξύ των μερών στη διαδικασία της τιμολόγησης. Η λειτουργία του επικεφαλή της επιχείρησης είναι να υφίσταται ως μία ανεξάρτητη διαδικτυακή λύση, η οποία να παρέχει τις επιχειρηματικές λύσεις με τα απαραίτητα δεδομένα για την υποστήριξη επεξεργασίας υψηλού επιπέδου, όπως είναι η αποδοχή και η καθοδήγηση του μηνύματος του ηλεκτρονικού τιμολογίου.

Ένα από τα σημεία κλειδιά των ηλεκτρονικών συναλλαγών σήμερα είναι η χρήση προτύπων. Επειδή το τιμολόγιο είναι από τα πιο διαδεδομένα έντυπα επικοινωνίας και είναι βασικό σε πολλές εμπορικές συναλλαγές, η ηλεκτρονική μορφή του θα πρέπει να είναι ξεκάθαρη και σαφής, βασισμένη σε κοινά πρότυπα. Ανάλογα με τα δεδομένα που απαιτούνται σε κάθε τομέα της βιομηχανίας έχει δημιουργηθεί ένας μεγάλος αριθμός διαφορετικών μοντέλων δεδομένων και εκφράσεων σύνταξης. Κάποια από αυτά έχουν διεθνές υπόβαθρο ενώ άλλα εθνικό. Υπάρχουν κάποια διεθνή πρότυπα, αλλά οι περισσότεροι τύποι ηλεκτρονικών τιμολογίων είναι εξατομικευμένοι. Σε μερικές περιπτώσεις η εθνική νομοθεσία και οι πολιτικές γραμμές έχουν παίξει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξή τους. Η ηλεκτρονική τιμολόγηση δεν έχει διαδοθεί σε όλες τις βιομηχανίες και στις εταιρείες όλων των μεγεθών, γιατί ακριβώς κανένα από τα υπάρχοντα πρότυπα δεν έχει κυρίαρχη θέση. Το πιο σημαντικό είναι να διευκολυνθεί η ανάπτυξη των προτύπων περιεχομένου, συμβάλλοντας έτσι στη δημιουργία ενός ανοιχτού και διαλειτουργικού περιβάλλοντος προτύπων, χωρίς όμως να εμποδίζεται η εκτέλεση των εφαρμογών του ηλεκτρονικού τιμολογίου μέχρις ότου η στροφή στα πρότυπα να είναι εμπορικώς αποδεκτή. Σε γενικές γραμμές το περιεχόμενο του πρότυπου τιμολογίου πρέπει να πληροί τις παρακάτω προϋποθέσεις:

- ✓ να καλύπτει επαρκώς τις διασυνωριακές απαιτήσεις των δεδομένων του ηλεκτρονικού τιμολογίου για να παρουσιάσει τη βασική λειτουργικότητα σε όλη τη βιομηχανία και τους τομείς της διαδικασίας της αλυσίδας εφοδιασμού.
- ✓ να δημιουργεί μία γέφυρα μεταξύ των απαιτήσεων του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα καθώς και μεταξύ των μικρομεσαίων και των μεγάλων επιχειρήσεων
- ✓ να ενσωματώνει τις απαραίτητες με το ΦΠΑ και τους νόμους προϋποθέσεις
- ✓ να ενοποιείται με το οικονομικό σύστημα, παρέχοντας αυτόματη εισαγωγή των υπηρεσιών πληρωμής, της χρηματοδότησης του τιμολογίου και των συνδιαλλαγών.
- ✓ να ενσωματώνεται με την ευρύτερη διαδικασία της εφοδιαστικής αλυσίδας και να παρέχει τη δυνατότητα επέκτασης, ώστε να καλύπτει συγκεκριμένες και εξειδικευμένες απαιτήσεις ενός τομέα
- ✓ να είναι απλό και επαρκές για να διασφαλίζει την εύκολη αλληλεπίδραση με τους παρόχους υπηρεσιών και την μαζική υιοθέτηση από τους χρήστες
- ✓ να υποστηρίζει τις απαιτήσεις από διαφορετικά μοντέλα χρήσης δεδομένων, όπως είναι η παρουσίαση τιμολογίου και η διαδικασία ολοκλήρωσης

Το μακροπρόθεσμο πλαίσιο του ηλεκτρονικού τιμολογίου πρέπει να περιέχει πρότυπα περιεχομένου ηλεκτρονικών τιμολογίων, αλλά σε λιγότερες μορφές και εναλλαγές από τις ήδη υπάρχουσες, καθώς αυτό αποτελεί εμπόδιο στην μαζική υιοθέτηση από την αγορά. Βέβαια, ακόμα φαίνεται εξαιρετικά δύσκολο να υπάρξει μία συγχώνευση των διαφορετικών τύπων ηλεκτρονικών τιμολογίων σε ένα κοινό πρότυπο, ειδικά όσον αφορά το προσεχές μέλλον. Ένα μοντέλο δεδομένων που να καλύπτει τις παραπάνω προϋποθέσεις θα μπορούσε να λειτουργήσει ως καταλύτης στην επιχειρηματική αποτελεσματικότητα, έχοντας τη δυνατότητα να χρησιμεύσει ως βάση για τη διαλειτουργικότητα με το μικρότερο δυνατό κόστος και τη λιγότερη περιπλοκότητα. Δηλαδή, τα δεδομένα χωρίς να υποστούν κάποια μετατροπή ή να χρειαστούν κάποιο συμπλήρωμα, να μπορούν να κινούνται

μεταξύ διαφορετικών μορφών από τη στιγμή που το μοντέλο δεδομένων θα είναι τεχνολογικά ουδέτερο. Το παραπάνω μοντέλο δεδομένων θα πρέπει να παρουσιαστεί από έναν διεθνή οργανισμό προτύπων με ελεύθερη πρόσβαση, ώστε να διασφαλιστεί η προσβασιμότητα και η σταθερότητα στη διατήρηση και την ποιότητα. Θα διασφαλίσει επίσης ότι το μοντέλο αναφοράς των σημασιολογικών δεδομένων του ηλεκτρονικού τιμολογίου θα είναι σταθερό σε ένα παγκόσμιο πρότυπο από έναν διεθνώς αναγνωρισμένο οργανισμό.

Συμπεράσματα

Η στροφή προς την δομημένη ηλεκτρονική τιμολόγηση σχεδιαζόταν για χρόνια, από μεγάλα Ευρωπαϊκά ιδρύματα και οργανισμούς, καθώς και από ορισμένες χώρες-μέλη, ενώ μεγάλη ώθηση δίνεται πλέον στη χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης από την κρατική διοίκηση. Η διαδικασία της ηλεκτρονικής τιμολόγησης χρειάζεται πλήρως δομημένα δεδομένα για να μπορούν να προωθούνται αυτόματα από τα εμπλεκόμενα μέρη. Η ηλεκτρονική μετάδοση της εικόνας ενός εγγράφου τιμολογίου δεν πρέπει να θεωρείται πάντα σαν ηλεκτρονική τιμολόγηση.

Η ψηφιοποίηση των διαδικασιών είναι ένας παράγοντας, ο οποίος ενθάρρυνε την εφαρμογή της μεθόδου της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Ειδικότερα, η τελευταία προσφέρει τη δυνατότητα να αυξηθεί η ανταγωνιστικότητα των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων και κατ' επέκταση να επιτευχθεί μεγαλύτερη παραγωγικότητα. Τα παραπάνω, μπορούν να εφαρμοστούν τόσο στον ιδιωτικό, όσο και στο δημόσιο τομέα, με τον τελευταίο να αποκτάει τη δυνατότητα, να μειώσει τις δημοσιονομικές πιέσεις και να βελτιώσει την αποτελεσματικότητα της οικονομίας του.

Η αλλαγή, από την έντυπη στην ηλεκτρονική τιμολόγηση, αποφέρει σημαντικές μειώσεις του κόστους, σε διάφορους τομείς της επιχείρησης. Μειώσεις κόστους επιφέρονται και από την αποτροπή απάτης ή απώλειας των δεδομένων. Όφελος υπάρχει, επίσης, στις δαπάνες των φορολογικών ελέγχων, αλλά και των ελέγχων των υπολοίπων ενδιαφερομένων μερών. Η ηλεκτρονική τιμολόγηση μπορεί να προωθήσει αμεσότερες, σε ότι αφορά το χρόνο, πληρωμές, μεγαλύτερη ρευστότητα στην αγορά και λιγότερες πιστωτικές απώλειες, με οφέλη στις μεγάλες και τις μικρότερες επιχειρήσεις.

Οι ηλεκτρονικές διαδικασίες συμβάλλουν σε μία πιο παραγωγική εργασία, τη στιγμή που - σύμφωνα με έρευνες - υπάρχει μείωση του εργατικού πληθυσμού. Η ηλεκτρονική τιμολόγηση μπορεί να λειτουργήσει σαν εργαλείο εκμάθησης και μεταφοράς σε περισσότερες ηλεκτρονικές τεχνικές, που θα χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις. Η προώθηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης συμβάλει στην ανάπτυξη μίας ενιαίας αγοράς και

στην μεταφορά τεχνικών και μεθόδων μεταξύ των χωρών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, βελτιώνοντας έτσι τις πρακτικές, αλλά και τις σχέσεις των Ευρωπαϊκών εταιρειών.

Λαμβάνοντας υπόψη τα σημερινά δεδομένα, αλλά και τις αλλαγές που επίκεινται στον τομέα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης εκτιμάται ότι ως το 2020 η δομημένη ηλεκτρονική τιμολόγηση θα γίνει η κυρίαρχη μέθοδος τιμολόγησης στην Ευρώπη τόσο στις εγχώριες όσο και στις διασυνοριακές συναλλαγές. Όλοι οι τομείς και τα τμήματα της αγοράς, ακόμα και ο χώρος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, θα χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο την ηλεκτρονική τιμολόγηση. Σε πολλές χώρες η αλλαγή θα έχει γίνει νωρίτερα εξαιτίας της υποστήριξης και της ενίσχυσης από τις δημόσιες διοικήσεις.

Το νομικό και φορολογικό περιβάλλον θα έχει προσαρμοστεί στις ανάγκες της ηλεκτρονικής τιμολόγησης σε όλες τις χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, εξασφαλίζοντας έτσι την ίση μεταχείριση στα ηλεκτρονικά με τα έντυπα τιμολόγια. Τα συναλλασσόμενα μέρη θα έχουν περισσότερες λύσεις και επιλογές, για να υποστηρίξουν την ηλεκτρονική τιμολόγηση, οι οποίες θα έχουν προέλθει πιθανότατα από διμερή συμφωνία, πράγμα το οποίο θα έχει καλύτερα αποτελέσματα. Ακόμα, οι συναλλασσόμενοι θα μπορούν να επικοινωνούν και να διεξάγουν δομημένη ηλεκτρονική τιμολόγηση με πλήρη διαλειτουργικότητα. Τα πρότυπα ηλεκτρονικά τιμολόγια πρόκειται να διαδοθούν περισσότερο και να υιοθετούνται όλο και από περισσότερους οργανισμούς. Η ηλεκτρονική τιμολόγηση θα λειτουργήσει σαν παράγοντας ώθησης στην αποϋλοποίηση και ψηφιοποίηση άλλων επιχειρηματικών εγγράφων και διαδικασιών, καθώς επίσης και στη μείωση των βαρών των εταιρειών.

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

Βιβλία

Τζωρτζάκης, Κ. Τζωρτζάκη, Α. (2008), *Αρχές Μάρκετινγκ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ*, Αθήνα: Rosili.

Σαρμανιώτης, Χ. (2005), *MANATZMENT*, Αθήνα: Β. Γκιούρδας.

Ηλεκτρονικές πηγές

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2010), «Αξιοποιώντας τα οφέλη της ηλεκτρονικής τιμολόγησης για την Ευρώπη», <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:0712:FIN:EL:PDF>, [πρόσβαση 14/12/12]

Λαμπρόπουλος, Κ. (2012), «ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ», www.etimologio.gr/index.php [πρόσβαση 14/02/2013]

Ομάδα Εργασίας 'ΙΑ1', (2006), «Ασφάλεια, Διαλειτουργικότητα, Ιδιωτικότητα σε Υπηρεσίες η-τιμολογίου», <http://www.digitalgreece2020.gr/wp-content/uploads/group-documents/2/1291215282-1-.pdf>, [πρόσβαση 28/11/2012]

Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Επιχειρείν, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, «ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ», [πρόσβαση 28/11/2012]

Στέγη της Ελληνικής Βιομηχανίας, (2011), «Ηλεκτρονική τιμολόγηση προϊόντων», http://www.sevstegi.org.gr/sites/default/files/WG2_SEV_round%20table_EInvoicing_09032011.pdf, [πρόσβαση 28/11/2012]

Στέγη της Ελληνικής Βιομηχανίας, (2011), «Ηλεκτρονική τιμολόγηση στις συναλλαγές», http://www.sev.org.gr/Uploads/pdf/EKTHESI_E_ENVOICING.pdf, [πρόσβαση 28/11/2012]

Πάνος Ζαφειρόπουλος, (2012), «Ηλεκτρονική Τιμολόγηση στην Ελλάδα: Βήματα και Προοπτικές», http://www.eede.gr/pdf/eip_innov_zafeiropoulos.pdf, [πρόσβαση 12/12/2012]

Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα - Ευρωσύστημα, (2006), «Ο ΕΝΙΑΙΟΣ ΧΩΡΟΣ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΣΕ ΕΥΡΩ (SEPA): ΜΙΑ ΕΝΟΠΟΙΗΜΕΝΗ ΑΓΟΡΑ ΠΛΗΡΩΜΩΝ ΜΙΚΡΗΣ ΑΞΙΑΣ», http://www.ecb.int/pub/pdf/other/sepa_brochure_2006el.pdf, [πρόσβαση 12/02/2013]

Ξενόγλωσση Βιβλιογραφία

Bruno Koch, (2012), «E-Invoicing/E-Billing-Opportunities in a challenging market environment», http://www.ob10.com/doc/Billentis_e-Invoicing_e-Billing_Europe_Market_Report_2012.pdf, [πρόσβαση 03/12/2012]

CEN, (2011), «Good Practice: e-invoicing Compliance Guidelines», ftp://ftp.cen.eu/CEN/Sectors/List/ICT/Activities/DraftCWAeInv3_1.pdf, [πρόσβαση 07/01/2013]

- European e-business lab, (2009), «European E-Invoicing Guide for SMEs», <http://celeris-group.eu/public/publications/european-e-invoicing-guide-for-smes/>, [πρόσβαση 09/12/2012]
- EBA and Innopay, (2008), «E-Invoicing 2008: European market description and analysis», <https://www.abe-eba.eu>, [πρόσβαση 07/01/2013]
- Deutsche Bank Research*, (2010), «E-Invoicing: Final step of an efficient invoicing process», http://www.dbresearch.de/PROD/DBR_INTERNET_EN-PROD/PROD0000000000257196.PDF, [πρόσβαση 04/12/2012]
- Eurostat, (2011), «Enterprises sending and/or receiving e-invoices», http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/product_details/dataset?p_product_code=TIN00114, [πρόσβαση 08/01/2013]
- Aalto University-School of Economics, (2010), «Transition to e-invoicing and post implementation benefits. Exploratory case studies», http://epub.lib.aalto.fi/en/ethesis/pdf/12431/hse_ethesis_12431.pdf, [πρόσβαση 20/12/2012]
- Expert Group on e-Invoicing, (2009), «Final Report of the Expert Group on e-Invoicing», http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/docs/2009/e-invoicing/report_en.pdf, [πρόσβαση 9/12/2012]
- CheckFree, (2007), «Understanding and Driving Electronic Bill Adoption», http://www.twosides.info:8080/content/rsPDF_171.pdf, [πρόσβαση 13/12/2012]