



Εκδήλωση του ΣΕΒ με θέμα:  
**«Επιχειρηματικότητα χωρίς Εμπόδια:  
Ανοίγοντας Δρόμους για την Ανάπτυξη»**

**Παρασκευή 11 Μαρτίου 2011**

**ΣΧΕΔΙΟ**

Ειδική Έκθεση:  
«Ηλεκτρονική Τιμολόγηση»

**ΕΚΔΟΣΗ 1<sup>η</sup>**

**Αθήνα, Μάρτιος 2011**



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



---

## Περιεχόμενα

<b>1</b>	<b>ΣΥΝΟΨΗ.....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ .....</b>	<b>5</b>
	2.1 Ανάλυση Διαδικασίας.....	5
	2.2 Εμπλεκόμενοι .....	9
	2.3 Νομικό Πλαίσιο .....	11
	2.4 Προβληματικές Περιοχές .....	12
<b>3</b>	<b>ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ .....</b>	<b>16</b>
	3.1 Κατηγορίες Ρυθμιστικού Κόστους .....	16
	3.2 Ποσοτικοποίηση Ρυθμιστικού Κόστους.....	16
	3.3 Αξιολόγηση και Βασικά Συμπεράσματα .....	24
<b>4</b>	<b>ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ .....</b>	<b>26</b>
	4.1 Προτάσεις Παρέμβασης.....	26
	4.2 Αναμενόμενα Αποτελέσματα .....	30
	4.3 Πιθανές Πηγές Χρηματοδότησης.....	31
	4.4 Επόμενες ενέργειες / Αξιολόγηση Αποτελεσμάτων.....	32
<b>5</b>	<b>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ .....</b>	<b>34</b>

## 1 ΣΥΝΟΨΗ

Αν και το θεσμικό πλαίσιο και η υιοθέτηση πρακτικών ηλεκτρονικής τιμολόγησης έχει ήδη ωριμάσει σε πανευρωπαϊκό επίπεδο, στην Ελλάδα, η μέχρι σήμερα πορεία χαρακτηρίζεται από μη ολοκληρωμένο σχεδιασμό που δεν εξυπηρετεί το εύρος των πλεονεκτημάτων και των δυνατοτήτων που οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τιμολόγησης μπορούν να προσφέρουν στην επιχειρηματική κοινότητα.

Τα πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης εστιάζονται κυρίως στην πλήρη αυτοματοποίηση και ενοποίηση των διαδικτυακών συναλλαγών, ωφελώντας το σύνολο των εμπλεκόμενων στην αλυσίδα της διακίνησης των προϊόντων. Συγκεκριμένα, μειώνεται ο χρόνος παράδοσης των παραστατικών, οι δαπάνες έκδοσης των τιμολογίων αλλά και οι δυσλειτουργίες που οφείλονται στην εμπλοκή του ανθρώπινου παράγοντα στην παροχή των παραδοσιακών υπηρεσιών τιμολόγησης, όπως απώλεια, φθορά, ενώ ταυτόχρονα, αυξάνεται και ο χρόνος διαθεσιμότητας των σχετικών υπηρεσιών

Τα παραπάνω στοιχεία αποτελούν για τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς που επιλέγουν την ηλεκτρονική τιμολόγηση, συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι εκείνων που εμμένουν στο «παραδοσιακό μοντέλο» τιμολόγησης.

Οι βασικοί λόγοι μη-υιοθέτησης και οι σχετικές δυσκολίες στην εφαρμογή του Νόμου για την ηλεκτρονική τιμολόγηση είναι οι ακόλουθοι:

- Η τεχνολογική λύση εμπλέκει ένα σύνολο εφαρμογών και προϋποθέσεων που είναι μακριά από τις παραδοσιακές σημερινές πρακτικές (π.χ. έλλειψη έντυπου τιμολογίου, ηλεκτρονική αρχειοθέτηση, γνώση Η/Υ για τον έλεγχο φορολογικών στοιχείων κλπ). Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να προβάλλονται ισχυρές αντιστάσεις από τους ιθύνοντες που έχουν την αρμοδιότητα απόφασης υλοποίησης.
- Υφιστάμενες πρακτικές όπως η χρήση ενός κοινού εντύπου σαν «Τιμολόγιο-Δελτίο Αποστολής» από μεγάλο μέρος των Ελληνικών επιχειρήσεων, δεν καθιστά απαραίτητη την χρήση του ηλεκτρονικού τιμολογίου, καθώς το έντυπο Δ.Α. θα πρέπει να υφίσταται σε κάθε περίπτωση σαν συνοδευτικό έγγραφο.
- Αδυναμία του Δημοσίου να παρακολουθήσει και να προσαρμοστεί στις Ευρωπαϊκές καλές πρακτικές, όπου αρκετά κράτη έχουν θεσμοθετήσει την αποστολή ηλεκτρονικών τιμολογίων από τους προμηθευτές του δημοσίου σαν υποχρεωτική.
- Αδυναμία του Δημοσίου να προσαρμόσει τον ελεγκτικό του μηχανισμό σε τεχνολογίες ηλεκτρονικών τιμολογίων.
- Συναρμοδιότητες εμπλεκόμενων φορέων και υπηρεσιών όπως Φορείς Πιστοποίησης, Φορολογικών Ελέγχων, Νομικοί κλπ.

Δεδομένων των παραπάνω θεμάτων, αλλά και των ισχυρών και προφανών ωφελειών που παράγονται με την χρήση των ηλεκτρονικών τιμολογίων στο πλαίσιο της ηλεκτρονικών πληρωμών, προτείνεται μία σταδιακή προσέγγιση υιοθέτησης που περιλαμβάνει:

- Άμεσο κεντρικό σχεδιασμό για υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης
- Παρακίνηση επιχειρήσεων από το κράτος (νομοθεσία, κίνητρα, εκπαίδευση) για υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης
- Προσαρμογή της μετάβασης στην ηλεκτρονική τιμολόγηση με γνώμονα τις ανάγκες των επιχειρήσεων
- Αξιοποίηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης από κρατικούς φορείς για τη μείωση της φοροδιαφυγής και την διασφάλιση της νομιμότητας των συναλλαγών
- Αποϋλοποίηση του Δελτίου Αποστολής
- Εκπαίδευση των ελεγκτών στην ηλεκτρονική τιμολόγηση
- Προσαρμογή των επιχειρήσεων στον κεντρικό σχεδιασμό

Βασική προϋπόθεση για την υλοποίηση των παραπάνω παρεμβάσεων είναι η ανάλυση της βιωσιμότητάς τους μέσω μιας πλήρους μελέτης επιπτώσεων, η οποία θα δρομολογήσει τις ειδικότερες δράσεις για την πλήρη υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Αυτό κρίνεται ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς θα πρέπει να διασφαλιστεί η σταδιακή προσαρμογή του ελεγκτικού μηχανισμού αλλά και των επιχειρήσεων στην νέα κατάσταση.

## 2 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ

### 2.1 Ανάλυση Διαδικασίας

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση αναφέρεται στην ανταλλαγή ηλεκτρονικών τιμολογίων μεταξύ δύο ή περισσότερων οντοτήτων (επιχείρησης, δημοσίου, πολίτη) που εμπλέκονται σε μια εμπορική συναλλαγή.

Σύμφωνα με την 2001/115/EC οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η ηλεκτρονική τιμολόγηση ορίζεται ως η αποστολή τιμολογίων με ηλεκτρονικά μέσα και περιλαμβάνει τη μετάδοση, αποθήκευση και ψηφιακή επεξεργασία τους. Με την παραπάνω Οδηγία η οποία τέθηκε εν ισχύ από την 1η Ιανουαρίου 2004, δόθηκαν οι προδιαγραφές για τους εναλλακτικούς αποδεκτούς τρόπους έκδοσης, αποστολής και αποθήκευσης ηλεκτρονικών τιμολογίων και δελτίων αποστολής από όλες τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται εντός της ΕΕ, με τελικό στόχο την αντικατάσταση των αντίστοιχων έντυπων παραστατικών.

Προβλέπεται επίσης ότι όλα τα τιμολόγια που διαβιβάζονται με ηλεκτρονικά μέσα θεωρούνται έγκυρα και αποδεκτά με την διασφάλιση δύο προϋποθέσεων:

- Ο παραλήπτης του τιμολογίου πρέπει να έχει συναινέσει και να έχει αποδεχθεί τη συγκεκριμένη μέθοδο.
- Η αποστολή και η λήψη των τιμολογίων πρέπει να πραγματοποιούνται σε ασφαλές δικτυακό περιβάλλον, είτε με τη χρήση αναβαθμισμένων ηλεκτρονικών υπογραφών (advanced digital signatures) είτε μέσω του συστήματος EDI (Electronic Data Interchange).

Αναφορικά με την πρώτη προϋπόθεση, η συναίνεση του αποδέκτη μπορεί να κατοχυρωθεί με μία (εκ των προτέρων) εμπορική σύμβαση. Αναφορικά με τη δεύτερη προϋπόθεση ισχύουν τα εξής: οι ηλεκτρονικές υπογραφές αποτελούν δεδομένα σε ψηφιακή μορφή που συνοδεύουν άλλα ηλεκτρονικά δεδομένα ή συσχετίζονται λογικά με αυτά, και χρησιμεύουν ως μέθοδος απόδειξης της γνησιότητας, συνδεδεμένα μονοσήμαντα και καθορίζοντας αποκλειστικά την ταυτότητα του υπογράφοντος.

Σύμφωνα με την ευρωπαϊκή και την ελληνική νομοθεσία, όλες οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, μπορούν να εκδώσουν και να ανταλλάξουν ηλεκτρονικά τιμολόγια αντικαθιστώντας τα έντυπα. Η περίπτωση ανταλλαγής

ηλεκτρονικών τιμολογίων με κράτη μη-μέλη δεν καλύπτεται από το ευρωπαϊκό δίκαιο και

εξαρτάται από τις διμερείς συμφωνίες των κρατών, στα οποία εδρεύουν οι εμπλεκόμενες εταιρείες.

Η ανταλλαγή ηλεκτρονικών τιμολογίων τυπικά εκτελείται είτε με **απ' ευθείας αποστολή του**

ηλεκτρονικού τιμολογίου από τον εκδότη στον παραλήπτη του είτε – συνηθέστερα – μέσω

παρόχου υπηρεσιών η-τιμολόγησης ο οποίος υποστηρίζει συνολικά τη διαχείριση των

η-τιμολογίων μιας επιχείρησης διασφαλίζοντας παράλληλα τη νομιμότητα της ανταλλαγής

των τιμολογίων. Η απευθείας ηλεκτρονική τιμολόγηση μπορεί να πραγματοποιηθεί είτε μέσα από ένα περιβάλλον που βασίζεται σε τεχνολογίες web είτε να ενσωματωθεί με τα συστήματα ERP μιας επιχείρησης. Στην δεύτερη περίπτωση, διασφαλίζεται η μείωση του κόστους υλοποίησης και λειτουργίας, μολονότι η συνδεσιμότητα μεταξύ των επιχειρήσεων μπορεί να παρουσιάσει μεγαλύτερη πολυπλοκότητα.

Σύμφωνα με το Ελληνικό Νομικό Πλαίσιο, για την έκδοση ενός τιμολογίου που εκδίδεται με μηχανογραφικά μέσα (μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή) πρέπει για να διασφαλιστεί η γνησιότητα, η ακεραιότητα και η προέλευση του τιμολογίου να συνοδεύεται υποχρεωτικά από την Προηγμένη Ασφαλή Ηλεκτρονική Ψηφιακή Σύνοψη (ΠΑΗΨΣ)<sup>1</sup>.

Η ρύθμιση αυτή ισχύει τόσο για τον ίδιο τον επιτηδευματία, όσο και αυτούς που μπορούν να τιμολογήσουν εξ ονόματός του και για λογαριασμό του<sup>2</sup>.

Με απλά λόγια, με κάθε ηλεκτρονικό (και κάθε κατ' επέκταση μηχανογραφικό τιμολόγιο) που εκδίδεται, δημιουργούνται μέσω των «Ειδικών Ασφαλών Φορολογικών Διατάξεων Σήμανσης Στοιχείων» (Ε.Α.Φ.Δ.Σ.Σ.), κοινώς γνωστών και ως φορολογικών μηχανισμών (που χρησιμοποιούνται από όλους τους επιτηδευματίες που εκδίδουν τα στοιχεία τους μηχανογραφικά<sup>3</sup>) δύο αρχεία.

Το πρώτο αρχείο έχει κατάληξη «\*\_a.txt» και αποτελεί το αρχείο που περιέχει αναλυτικά όλα τα στοιχεία του τιμολογίου και το αρχείο με κατάληξη «\*\_b.txt», το οποίο αποτελεί την ψηφιακή σήμανση, το αρχείο δηλαδή που αποτελεί μια μοναδική σύνοψη του αρχείου με κατάληξη «\*\_a.txt» και διασφαλίζει την εγκυρότητα του.

Για να μπορεί ένας επιτηδευματίας να τιμολογήσει ηλεκτρονικά, θα πρέπει να διαβιβάσει υποχρεωτικά τα ανωτέρω **ηλεκτρονικά αρχεία «\*\_a.txt» και «\*\_b.txt»** των εκδιδομένων

<sup>1</sup> Το μοντέλο που δημιουργείται μέσω της χρήσης εγκεκριμένου μοντέλου Ειδικής Ασφαλούς Διάταξης Σήμανσης Στοιχείων, όπως προβλέπεται από τις διατάξεις των ΑΥΟΟ 1051082/549/0015/ ΠΟΛ 1082/2-6-2003 και ΑΥΟΟ 1100772/1474/0015/ΠΟΛ 1135/ 26-10-2005.

<sup>2</sup> Παρ. 1 του άρθρου 2 του ΚΒΣ (Π.Δ. 186/1992), την παρ. 1 του άρθρου 18α του ίδιου Κώδικα, τον νόμο 3193/2003 (ΦΕΚ 266/Α/20.11.2003) και την ΠΟΛ.1004/ 2004.

<sup>3</sup> Με τις διατάξεις του άρθρου 10 § 2 του ν. 3052/02 καθιερώθηκε για τους επιτηδευματίες, που εκδίδουν τα στοιχεία τους μηχανογραφικά (με Η/Υ), υποχρέωση χρησιμοποίησης «Ειδικών Ασφαλών Διατάξεων Σήμανσης Στοιχείων» (Ε.Α.Δ.Σ.Σ.).

τιμολογίων στον παραλήπτη. Αυτά αποτελούν και τα νόμιμα παραστατικά / δικαιολογητικά εμφάνισης των συναλλαγών, βάσει των οποίων διενεργούνται οι εγγραφές στα τηρούμενα βιβλία.

Πολλές φορές, για λόγους ευκολίας, ο εκδότης του τιμολογίου αποστέλλει και σε μορφή που μπορεί να διαβαστεί από το λογιστήριο του παραλήπτη, όπως αρχεία Word (.doc, docx, rft, κ.α.) και αρχεία Acrobat (.pdf). Αυτό γίνεται γιατί το αρχείο «\*\_a.txt» πολλές φορές είναι δύσκολο στην ανάγνωση του και δεν εξυπηρετεί στον έλεγχο κατά την παραλαβή του.

Τα αρχεία που πρέπει να διαφυλάξει τόσο ο εκδότης όσο και ο παραλήπτης του τιμολογίου είναι τα «\*\_a.txt» και «\*\_b.txt» και διαφυλάσσονται για όσο χρονικό διάστημα προβλέπεται από τις διατάξεις του άρθρου 21 του Κ.Β.Σ. και τίθενται στη διάθεση των αρμοδίων αρχών σε κάθε περίπτωση ελέγχου. Η επιχείρηση θα πρέπει να παρουσιάσει τα αρχεία αυτά με κατάλληλα ψηφιακά μέσα (ηλεκτρονικός υπολογιστής για παράδειγμα) και τόσο η απώλεια των αρχείων αυτών όσο και η αδυναμία να τα εμφανίσει λογίζονται ως φορολογική παράβαση(μη διαφύλαξη των σχετικών φορολογικών στοιχείων).

Με την απόφαση αυτή προβλέπεται και η διαφύλαξη τιμολογίων που έχουν εκδοθεί με χειρόγραφο τρόπο ή νομίμως χωρίς τη χρήση Ε.Α.Φ.Δ.Σ.Σ. ηλεκτρονικά. Απαραίτητη όμως προϋπόθεση είναι να διαφυλάσσονται σε ηλεκτρονική μορφή ως στοιχεία του Κ.Β.Σ. ή ως δικαιολογητικά εγγραφής και η γνησιότητά τους και η ακεραιότητα των δεδομένων τους, υποχρεωτικά να διασφαλίζεται μέσω Π.Α.Η.Ψ.Σ. που δημιουργείτε μέσω Ε.Α.Φ.Δ.Σ.Σ..

Σήμερα στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς χρησιμοποιούνται ευρέως τα παρακάτω μοντέλα ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Η χρήση τους έγκειται στην κρίση της κάθε επιχείρησης και εξαρτάται από τις ανάγκες για τιμολόγηση της και την εσωτερική οργάνωση που διαθέτει.

### **Απευθείας Αποστολή Τιμολογίου**

Το πρώτο μοντέλο, αναφέρεται στην απευθείας αποστολή του τιμολογίου από τον εκδότη στον παραλήπτη. Αυτό γίνεται χωρίς παρεμβολή τρίτων μέσω διαδικτύου ή Δικτύων Προστιθεμένης Αξίας (Value Added Networks). Ο τρόπος αυτός αποστολής ηλεκτρονικών τιμολογίων συναντάται κυρίως στις παρακάτω μορφές.

#### *Η περίπτωση των περιορισμένων προμηθευτών*

Πρώτη μορφή αποτελεί η εγκατάσταση στο σύστημα του παραλήπτη η-τιμολογίων μιας εφαρμογή «μετάφρασης» όλων των τιμολογίων που δέχεται στο δικό της ενδοεπιχειρησιακό μορφότυπο.. Ο αποστολέας στέλνει το τιμολόγιο στην μορφή που χρησιμοποιεί και ο παραλήπτης μέσω του συστήματός του το μεταφράζει στο δικό του μορφότυπο. Η παραπάνω διαδικασία συνηθίζεται σε περιπτώσεις ο παραλήπτης συναλλάσσεται με περιορισμένο αριθμό προμηθευτών ή οι προμηθευτές του χρησιμοποιούν κοινά μορφότυπα.

#### *Η περίπτωση του ισχυρού αγοραστή ή του καθορισμένου θεσμικού πλαισίου*

Η δεύτερη μορφή αναφέρεται στην περίπτωση όπου ένας ισχυρός αγοραστής «υποχρεώνει» τους προμηθευτές του να στέλνουν τα τιμολόγια στο πρότυπο που χρησιμοποιεί ο ίδιος (π.χ. προμήθειες δημοσίου Δανίας, μεγάλες λιανεμπορικές επιχειρήσεις)

ή που έχει καθοριστεί μέσω θεσμικού πλαισίου. Ο αποστολέας, προτού στείλει το τιμολόγιο στον παραλήπτη, υποχρεούται να κάνει ο ίδιος τη μετάφραση στο μορφότυπο του παραλήπτη (μέσω συγκεκριμένου λογισμικού) και στη συνέχεια να του το διαβιβάσει.

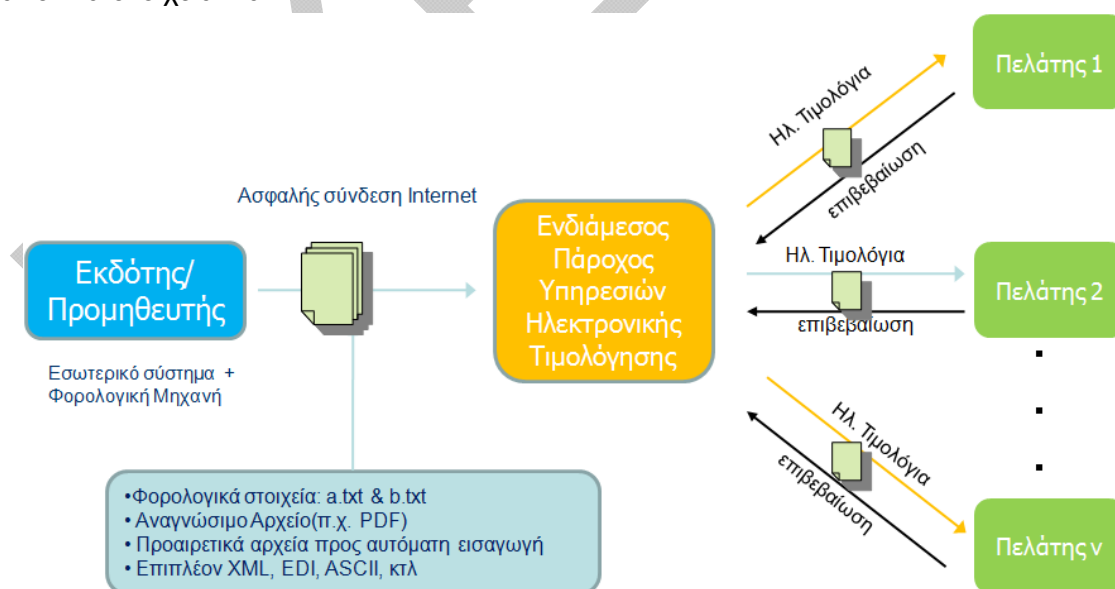
**Μοντέλο Παρόχου Υπηρεσιών Εφαρμογής (Ενδιάμεσος)**

Το δεύτερο μοντέλο αναφέρεται στην παροχή της υπηρεσίας ανταλλαγής ηλεκτρονικών τιμολογίων από κάποιον Πάροχο Υπηρεσιών Εφαρμογής (ASP). Οι ASPs παρέχουν ένα πλήθος υπηρεσιών και εφαρμογών, οι οποίες βασίζονται στο διαδίκτυο και τις οποίες μπορούν να χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις με μικρό συνήθως κόστος ανά τιμολόγιο.

Ο ρόλος τους είναι να αποτελούν ενδιάμεσο ανάμεσα στις επιχειρήσεις που εκδίδουν και στις επιχειρήσεις που παραλαμβάνουν τιμολόγια. Ο εκδότης αποστέλλει το ηλεκτρονικό τιμολόγιο στην μορφή που εκείνος χρησιμοποιεί και ο παραλήπτης το δέχεται στην μορφή που εκείνος επιλέγει και είναι συμβατή με τα πληροφοριακά συστήματα του. Παράλληλα δίνεται η δυνατότητα **συμπλήρωσης των στοιχείων του τιμολογίου σε ειδικές φόρμες**, είτε

on-line, είτε μέσω εφαρμογής thin-client η οποία εγκαθίσταται στο πληροφοριακό σύστημα

του συναλλασσομένου. Επιπλέον, παρέχονται διάφορες υποστηρικτικές υπηρεσίες διαχείρισης των τιμολογίων όπως προβολή των εκδιδόμενων παραστατικών, ιχνηλάτηση της κατάστασης του παραστατικού και αυτόματη ενημέρωση για τη λήψη του τιμολογίου από τον παραλήπτη του, διαχείριση διαδικασιών επανέκδοσης τιμολογίου σε περίπτωση λάθους, στατιστικά στοιχεία κ.α.



Το μοντέλο αυτό είναι χρήσιμο ιδιαίτερα όταν έχουμε πολλές μικρές επιχειρήσεις που δεν έχουν την σχετική τεχνογνωσία και πόρους για να εμπλακούν στην απευθείας ψηφιακή αποστολή. Για τον λόγο αυτό αυτή την στιγμή στην Ελλάδα υπάρχουν τέτοιοι ενδιάμεσοι που προσφέρουν ολοκληρωμένες υπηρεσίες ηλεκτρονικής τιμολόγησης.



Τέλος υπάρχουν και τα μοντέλα Περιαγωγής (Roaming) και των Τεσσάρων μερών (4-corner

model). Η περιαγωγή αφορά στη σύνδεση δύο ASPs είτε σε εθνικό επίπεδο είτε σε διασυνοριακό περιβάλλον προκειμένου να παρέχουν πιο ολοκληρωμένες υπηρεσίες. Το μοντέλο 4 μερών, αποτελεί στην πραγματικότητα υποπερίπτωση του μοντέλου περιαγωγής με βασική διαφορά από το παραπάνω μοντέλο ότι στην περίπτωση του μοντέλου των

4-μερών οι σχέσεις μεταξύ των ASPs είναι πιο συχνές και σταθερές. Τα μοντέλα αυτά

συνήθως αποτελούν περιπτώσεις του μοντέλου παρόχου υπηρεσιών εφαρμογής με έμφαση στις διασυνοριακές συνεργασίες των ενδιαμέσων για την ηλεκτρονική ανταλλαγή τιμολογίων.

Η υποχρέωση συμμόρφωσης των κρατών μελών της Ε.Ε. από την 1η Ιανουαρίου 2004 με την οδηγία 2001/115/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, οδήγησε αρκετές εμπορικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις ανεπτυγμένες χώρες της ΕΕ (Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία αλλά πρωτίστως στις Σκανδιναβικές), να ενσωματώσουν την ψηφιακή τιμολόγηση στην καθημερινή επιχειρηματική λειτουργία τους, ενώ πλήθος άλλων να διευρύνουν και να σχεδιάζουν σήμερα τους καταλληλότερους τρόπους υιοθέτησής και αξιοποίησής της.

Η ανάγκη επιλογής του μοντέλου υλοποίησης των υπηρεσιών η-τιμολόγησης βασίζεται στους επιχειρηματικούς στόχους κάθε επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να επιλέξουν μεταξύ της άμεσης μείωσης των λειτουργικών εξόδων και της ανάπτυξης μακροπρόθεσμων σχέσεων με τους πελάτες. Σε κάθε περίπτωση ως βασική προϋπόθεση αναγνωρίζεται η αποδοχή από τους πελάτες.

## 2.2 Εμπλεκόμενοι

Σύμφωνα με εκτιμήσεις<sup>4</sup> στην Ελλάδα ανταλλάσσονται συνολικά περισσότερα από **200 εκ. τιμολόγια σε ετήσια βάση**<sup>5</sup>, ενώ αρκετές επιχειρήσεις έχουν υιοθετήσει την ηλεκτρονική τιμολόγηση για τις μεταξύ τους συναλλαγές.

Ο όγκος των ηλεκτρονικών τιμολογίων αυξάνεται συνεχώς έχοντας ξεπεράσει τα **6 εκατομμύρια τιμολόγια το χρόνο** (το 2004 εκτιμάται ότι ήταν λιγότερα από 100 χιλ). Αυτό αντιστοιχεί περίπου στο 2,5% του συνολικού όγκου τιμολογίων (ηλεκτρονικών και μη) που υπάρχουν και διακινούνται μεταξύ των επιχειρήσεων στον ελληνικό χώρο, με **3.000 περίπου**

<sup>4</sup> Έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών

<sup>5</sup> Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο διακινούνται περίπου 800 εκ ηλεκτρονικά τιμολόγια σε ετήσια βάση

**επιχειρήσεις να έχουν αξιοποιήσει τις δυνατότητες της η-τιμολόγησης έως σήμερα. Η**

Ελλάδα τοποθετείται σύμφωνα με επίσημα στοιχεία πάνω από το μέσο όρο των (κυρίως δυτικών) ευρωπαϊκών κρατών στο θέμα της ηλεκτρονικής ανταλλαγής τιμολογίων και έχει μια συνεχή δυναμική ανάπτυξη.

Οι επιχειρήσεις που αξιοποιούν τα ηλεκτρονικά τιμολόγια ανήκουν κυρίως στην αγορά του λιανικού εμπορίου η οποία χαρακτηρίζεται από μεγάλο όγκο συναλλαγών και ανταλλασσόμενων τιμολογίων αντίστοιχα. Η αγορά του λιανεμπορίου εκτιμάται στα 10-11

δισ. ευρώ και ήδη περίπου το 70-80% της αγοράς είναι συνδεδεμένο με υπηρεσίες ηλεκτρονικής ανταλλαγής παραστατικών και ειδικά τιμολογίων.

Όσον αφορά τους Φορείς Ηλεκτρονική Τιμολόγησης, στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται περίπου 6-8 εταιρίες / πάροχοι υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης, προσφέροντας διαφορετική γκάμα υπηρεσιών, δύο εκ των οποίων κατέχουν το 80% της συνολικής αγοράς. Στην Ευρώπη το αντίστοιχο ποσοστό κυμαίνεται περίπου στο 70%, γεγονός που δείχνει την αυξημένη διάθεση των επιχειρήσεων του εξωτερικού να επενδύσουν στην σχετική τεχνολογία.

Σύμφωνα με έρευνα του ELTRUN – Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, σημαντικό ποσοστό των επιχειρήσεων-χρηστών ηλεκτρονικών τιμολογίων χρησιμοποιεί ενδιάμεσους (**παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης**) για την ανταλλαγή ηλεκτρονικών τιμολογίων (40%) και ακόμα μεγαλύτερο είναι το ποσοστό που δέχθηκε ουσιαστική βοήθεια από ειδικούς της αγοράς για την υλοποίηση του έργου ηλεκτρονικής τιμολόγησης (66%). Αυτό είναι ένα ακόμα στοιχείο ωριμότητας της αγοράς, καθώς δείχνει ότι υπάρχουν ειδικοί και εταιρείες που μπορούν να προσφέρουν τέτοιες υπηρεσίες.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις της αγοράς, περίπου το 95% των ηλεκτρονικών τιμολογίων διακινούνται μέσω ενδιάμεσων φορέων, γεγονός που δείχνει ότι ο μέσος όγκος τιμολογίων που διακινείται είτε μέσω e-mail, είτε μέσω απευθείας επικοινωνίας προμηθευτή – πελάτη είναι αρκετά μικρός.

Το ποσοστό εταιριών που επικοινωνούν τα τιμολογία τους απευθείας με δομημένο τρόπο (όχι απλό e-mail), είναι αρκετά χαμηλό, καθώς δεν γίνεται αυτόματη επικοινωνία μεταξύ ίδιων

ERPs στις περισσότερες των περιπτώσεων, λόγω μη σημαντικής μάζας τιμολογίων ανά πελάτη / προμηθευτή. Πάντως, αρκετές επιχειρήσεις στην Ελλάδα (περίπου 30% αυτών που χρησιμοποιούν ηλεκτρονική τιμολόγηση) χρησιμοποιούν e-mail για την ανταλλαγή τιμολογίων.

Η χρήση του ενδιάμεσου παρόχου στην Ευρώπη αφορά το 70% των ηλεκτρονικών τιμολογίων, που εάν συνδεθεί με τα παραπάνω οδηγεί στο συμπέρασμα πως υπάρχουν ακόμα περιθώρια για τις επιχειρήσεις να επενδύσουν στην απευθείας επικοινωνία, χωρίς την διαμεσολάβηση μεσάζοντα, αρκεί βέβαια το επιχειρηματικό μοντέλο λειτουργίας τους και οι μεσοπρόθεσμες εκτιμήσεις για την ανάγκη υιοθέτησης και διατήρησης ηλεκτρονικής τιμολόγησης να το επιτρέπουν.

Τέλος, σύμφωνα με την παραπάνω μελέτη, η χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης δεν ξεπερνά το 20% και οι λόγοι αφορούν κυρίως την μικρή ζήτηση που υπάρχει από τους πελάτες, σε συνδυασμό με την αδυναμία τους να υποστηρίξουν οργανωτικά και τεχνολογικά τις σχετικές απαιτήσεις. Παρόλα αυτά, το 52% των επιχειρήσεων σκοπεύουν άμεσα να ξεκινήσουν να εκδίδουν ηλεκτρονικά τιμολόγια.

### 2.3 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).
- 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.
- Από το 2006, βάσει της σχετικής απόφασης (ΠΟΛ 1049/21-3-2006) επιτρέπεται στην Ελλάδα η ηλεκτρονική τιμολόγηση.
- 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).

## 2.4 Προβληματικές Περιοχές

- **Δεν υπάρχει συγκεκριμένο πλάνο ενεργοποίησης των επιχειρήσεων για την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης**

Βασικοί λόγοι μη χρήσης ηλεκτρονικών τιμολογίων αποτελούν η έλλειψη πληροφόρησης που σχετίζεται με θεσμικά και τεχνικά θέματα και η μη γνώση της ύπαρξης έτοιμων και απλών λύσεων που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι επιχειρήσεις άμεσα. Σημαντικό είναι όμως και το γεγονός ότι υπάρχει μία ανασφάλεια που σχετίζεται με τις προθέσεις των πελατών των επιχειρήσεων να χρησιμοποιήσουν υπηρεσίες ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Στην παρούσα φάση οι επιχειρήσεις φαίνεται να διστάζουν να προβαίνουν στην υιοθέτηση σχετικών λύσεων λόγω ανησυχίας για ελέγχους επί των συναλλαγών τους από κρατικούς φορείς. Επιπλέον το γεγονός ότι δεν παρέχονται κάποια κίνητρα για την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, οδηγεί σε αδράνεια από την πλευρά των επιχειρήσεων.

- **Οι παρούσες απαιτήσεις δεν βασίζονται σε πρότυπα προηγμένων ηλεκτρονικών υπογραφών**

Ο νόμος ορίζει ως πιθανούς τρόπους μετάδοσης των τιμολογίων το EDI και την εφαρμογή προηγμένων ηλεκτρονικών υπογραφών πάνω σε κάθε τιμολόγιο. 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. Το ΥΠΟ θεώρησε σωστό την δεδομένη χρονική στιγμή (2003) να μην ακολουθήσει μια προτυποποιημένη μέθοδο υλοποίησης των ηλεκτρονικών υπογραφών, δηλαδή μια μέθοδο που βασίζεται σε υποδομές δημοσίου κλειδιού, έμπιστες τρίτες οντότητες και ψηφιακά πιστοποιητικά, λόγω της τότε έλλειψης των αντίστοιχων υποδομών στην Ελλάδα.

Σύμφωνα με την ΠΟΛ 1049/21-03-06 το ΥΟΟ καθορίζει ότι η γνησιότητα της προέλευσης και η ακεραιότητα των δεδομένων του περιεχομένου του τιμολογίου διασφαλίζεται μέσω της ΠΑΗΨΣ, ενώ η ασφαλής διαβίβαση ηλεκτρονικών τιμολογίων υλοποιείται με τη δημιουργία και αποστολή των αρχείων a.txt και b.txt που παράγονται από τις ΕΑΦΔΣΣ. **Οι αδυναμίες όμως, που παρουσιάζει η κλειστή λύση που προτείνεται από την Ελλάδα και βασίζεται στις ΕΑΦΔΣΣ έναντι της προτυποποιημένης μεθόδου υλοποίησης των ηλεκτρονικών υπογραφών είναι ουσιαστικές και δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να αγνοηθούν.**

Επιπλέον κρίσιμος παράγοντας επιτυχίας της προσπάθειας είναι η θέσπιση των προτύπων εκείνων που θα διασφαλίσουν τη διαλειτουργικότητα τόσο σε εθνικό όσο και διεθνές επίπεδο, ειδικότερα στην περίπτωση συναλλαγών που περιλαμβάνουν ΦΠΑ.

Όσον αφορά στην λήψη ηλεκτρονικών τιμολογίων από οντότητες στο εξωτερικό, η υιοθέτηση μιας μη προτυποποιημένης μεθόδου υλοποίησης των ηλεκτρονικών υπογραφών δημιουργεί σημαντικά προβλήματα διαλειτουργικότητας. Τα προβλήματα αυτά οφείλονται στις διαφορετικές διαδικασίες που πρέπει να εφαρμόσουν τα εμπλεκόμενα μέρη αλλά και στους ελεγκτικούς μηχανισμούς που πρέπει να υιοθετηθούν από το Υπουργείο Οικονομικών, ώστε να καλύψει και την περίπτωση του ελέγχου της εγκυρότητας των τιμολογίων που έχουν υπογραφεί με την χρήση της προτυποποιημένης μεθόδου υλοποίησης των ηλεκτρονικών υπογραφών.

Το πρόβλημα της διαλειτουργικότητας μεταξύ των διαφορετικών λύσεων που ενδέχεται να υιοθετηθούν από τα κράτη μέλη είναι πιθανόν να οδηγήσει ακόμα και σε αποκλεισμό των επιχειρήσεων από το εμπόριο σε διασυνοριακό επίπεδο.

- **Δεν αξιοποιούνται οι δυνατότητες της ηλεκτρονικής τιμολόγησης για την πάταξη της φοροδιαφυγής**

Έως σήμερα δεν έχουν υλοποιηθεί συγκεκριμένες λύσεις για τη ηλεκτρονική διασύνδεση κρατικών φορέων (π.χ. ΓΓΠΣ) 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 ευελιξίας αλλά και χρόνου πραγματοποίησης μια 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 αντιστοίχηση 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.

- **Μέσω του φορολογικού μηχανισμού, δεν διασφαλίζεται πλήρως η διαφάνεια των συναλλαγών**

Η χρήση της ΠΑΗΨΣ εξασφαλίζει ότι τα δεδομένα ενός τιμολογίου είναι ακέραια μόνο στην περίπτωση κατά την οποία αυτά βρίσκονται εντός της ΕΑΦΔΣΣ. Η ΠΑΗΨΣ 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 αποσταλούν (όπως αναφέρει η ΠΟΛ 1049/21-03-06 στο άρθρο 2), χωρίς να συνοδεύονται από κάποια κρυπτογραφική απόδειξη της ταυτότητας του αποστολέα (όπως αυτή παρέχεται για παράδειγμα με την εφαρμογή προηγμένων ηλεκτρονικών υπογραφών), 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 ακεραιότητα των δεδομένων κατά τη μεταφορά και αποθήκευσή τους (δηλαδή ότι δεν έχουν παραποιηθεί) καθιστώντας τον ευάλωτο και αδύναμο να αποποιηθεί από την ευθύνη μιας μη νόμιμης συναλλαγής.

Το ΥΟΟ στην παρούσα φάση θεωρεί ότι καλύπτει τις ανάγκες του και τον Νόμο με την ΕΑΦΔΣΣ και προτείνει, σε όσους παρόχους εφαρμογών ή λύσεων η-τιμολόγησης θέλουν να χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές υπογραφές, να χρησιμοποιούν υβριδικές λύσεις όπου τα παραστατικά που μεταφέρονται ηλεκτρονικά περιλαμβάνουν τόσο τα στοιχεία που παράγονται από την ΕΑΦΔΣΣ (δηλ. τα αρχεία a.txt και b.txt), και, επιπρόσθετα, ηλεκτρονική υπογραφή στο τιμολόγιο.

Η έκδοση και η διακίνηση πλαστών και εικονικών τιμολογίων αποτελεί ένα μείζον ζήτημα. Το πρόβλημα μπορεί να θεωρηθεί ότι έχει δύο αλληλένδετες διαστάσεις.

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

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.

#### • **Ασάφεια θεσμικού πλαισίου**

Η ασάφεια του θεσμικού πλαισίου γύρω από την Ηλεκτρονική Τιμολόγηση αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα έναρξης επενδυτικών ενεργειών για την Ηλεκτρονική Τιμολόγηση. Ειδικότερα αναφέρονται ασάφειες ως προς την εξίσωση ηλεκτρονικού και έγχαρτου τιμολογίου, το πλαίσιο ψηφιακών υπογραφών, ως προς τις διαδικασίες έκδοσης, ελέγχων,

κτλ.

Επιπλέον, δεν υπάρχουν οι αναγκαίες εξειδικεύσεις για τη ρύθμιση των θεμάτων του Άρθρου 20 της ΠΟΛ 1091/14-6-2010, συγκεκριμένα για το χρόνο και τη διαδικασία σταδιακής εφαρμογής των διατάξεων που αφορούν τη διαβίβαση των φορολογικών στοιχείων για συναλλαγές άνω των τριών χιλιάδων (3.000) μέσω ηλεκτρονικού συστήματος σε υπηρεσίες του Υπουργείου Οικονομικών (π.χ. πεδίο εφαρμογής και τεχνικές προδιαγραφές διαβίβασης των δεδομένων).

- **Για το δελτίο αποστολής υπάρχει ακόμα η απαίτηση για την παραδοσιακή χάρτινη μορφή**

Από το 2006, βάσει της ΠΟΛ 1049 που αφορά την «Διαβίβαση, αποδοχή και αποθήκευση τιμολογίων με ηλεκτρονικά μέσα», επιτρέπεται στην Ελλάδα η ηλεκτρονική τιμολόγηση. Η συγκεκριμένη απόφαση αφορά μόνο τα τιμολόγια και όχι τα δελτία αποστολής (που χρησιμοποιούνται στην διακίνηση των προϊόντων) ή τον συνδυασμό τιμολόγιο-δελτίο αποστολής (που χρησιμοποιούνται και για την τιμολόγηση αλλά και για την διακίνηση). Ο τελευταίος τύπος τιμολογίου συναντάται σε αρκετούς κλάδους (σχεδόν όλους εκτός από τους κλάδους παροχής υπηρεσιών).

Σύμφωνα με την μελέτη του ΟΠΑ, το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις αναφορικά με την υιοθέτηση πρακτικών ηλεκτρονικής τιμολόγησης είναι η αδυναμία σύνδεσης του Δελτίου Αποστολής με την ηλεκτρονικοποίηση της διαδικασίας της τιμολόγησης. Συνεπώς δεν υποστηρίζεται η πλήρης απούλοποίηση όλων των στοιχείων που εμπλέκονται στις εμπορικές συναλλαγές (Δελτίο Αποστολής – Τιμολόγιο / ΔΑ).

### 3 ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ

#### 3.1 Κατηγορίες Ρυθμιστικού Κόστους

Η διαδικασία της ηλεκτρονικής τιμολόγησης βασίζεται σε μια σειρά από ρυθμίσεις οι οποίες καθορίζουν τις προδιαγραφές βάσει των οποίων οι επιχειρήσεις δύνανται αυτή τη στιγμή να τιμολογούν. Σαφώς και η ηλεκτρονική τιμολόγηση δεν μπορεί να οριοθετηθεί σε επιχειρησιακό επίπεδο, καθώς οι διαφορετικές εκφάνσεις της μπορούν να επηρεάσουν από ελάχιστα ως σημαντικά την επιχειρησιακή λειτουργία μιας επιχείρησης.

Για παράδειγμα, εταιρίες οι οποίες έχουν ενσωματώσει την ηλεκτρονική τιμολόγηση στην καθημερινή λειτουργία τους, έχουν παράλληλα δημιουργήσει επιπλέον εφαρμογές (π.χ. ηλεκτρονικές παραγγελίες, ηλεκτρονικός τιμοκατάλογος, κτλ), μόνο και μόνο αξιοποιώντας τη δυναμική που προσφέρει η ηλεκτρονική τιμολόγηση.

Συνεπώς και τα οφέλη που προκύπτουν ξεπερνούν τα στενά όρια της τιμολόγησης και επεκτείνονται σε όλη τη λειτουργία της επιχείρησης.

Το ρυθμιστικό κόστος που δημιουργείται για τις επιχειρήσεις προκύπτει κυρίως από την αδυναμία τους να προχωρήσουν στην υιοθέτηση πρακτικών ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Το διαφορικό διοικητικό κόστος που προκύπτει μεταξύ της ηλεκτρονικής και της παραδοσιακής διαχείρισης ενός τιμολογίου μπορεί να θεωρηθεί ως ευκαιριακό κόστος, καθώς αποτελεί μια διοικητική επιβάρυνση η οποία θα μπορούσε να μειωθεί σημαντικά με πρωτοβουλίες που οδηγούν στην καθολική επιβολή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Το παραπάνω διαφορικό κόστος επιβαρύνεται με χρεώσεις που αφορούν την παροχή υπηρεσιών από ενδιάμεσους παρόχους, είτε με χρεώσεις που αντιστοιχούν στην απόσβεση επενδύσεων από επιχειρήσεις για την απευθείας αποστολή τιμολογίων.

Τέλος, σημαντικό διοικητικό κόστος δημιουργείται από την μη ενσωμάτωση του Δελτίου Αποστολής στις διατάξεις της ΠΟΛ 1049, γεγονός που ωθεί το σύνολο σχεδόν των επιχειρήσεων στην υιοθέτηση μιας μορφής τιμολογίου η οποία συνδυάζει και την πληροφόρηση του Δελτίου Αποστολής για τη μεταφορά των προϊόντων.

Επιπλέον ευκαιριακό κόστος προκύπτει και για το ίδιο το κράτος, καθώς δεν έχει ωριμάσει και υλοποιήσει ακόμα ένα ολοκληρωμένο σύστημα ηλεκτρονικής τιμολόγησης το οποίο (α) θα μπορέσει να εξυπηρετήσει τις αυξημένες απαιτήσεις για την πάταξη της φοροδιαφυγής και (β) θα είναι συμβατό με τις ανάγκες της επιχειρηματική κοινότητας στην Ελλάδα, αλλά και στο εξωτερικό.

#### 3.2 Ποσοτικοποίηση Ρυθμιστικού Κόστους

Η παρακάτω ανάλυση αφορά την ποσοτικοποίηση του κόστους που αφορά το τιμολόγιο και το δελτίου αποστολής, ενώ γίνεται και διαφοροποίηση ανάλογα με το μοντέλο ηλεκτρονικής



τιμολόγησης που χρησιμοποιείται.

Μοντέλο Ενδιάμεσου Πάροχου

Σε αυτό το μοντέλο **μεταξύ των δύο επιχειρηματικών οντοτήτων «παρεμβάλλεται» μια τρίτη οντότητα** η οποία προσφέρει τις υπηρεσίες της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Συνήθως το μέλος το οποίο έχει «αναπτύξει» την υπηρεσία αυτή επιβάλλει στο συναλλασσόμενο μέλος την υιοθέτηση της ίδιας εταιρίας παροχής υπηρεσιών.



Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα βασικά στάδια διαχείρισης ενός τιμολογίου, καθώς και το αντίστοιχο κόστος<sup>6</sup>. Τα παρακάτω στοιχεία έχουν προκύψει για εταιρία που απασχολεί 5.000 άτομα και για μέσο κόστος εργασίας 60 €/ώρα.

	Σχετικές Ενέργειες	Παραδοσιακή Τιμολόγηση	Ηλεκτρονική Τιμολόγηση
Εκδότης / Προμηθευτής	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 €
	<b>Σύνολο</b>		<b>11,10 €</b>

	Σχετικές Ενέργειες	Παραδοσιακή Τιμολόγηση	Ηλεκτρονική Τιμολόγηση
Παραλήπτης/ Αγοραστής	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 €
	<b>Σύνολο</b>		<b>17,60 €</b>

(Πηγή: Billentis)

Από τα παραπάνω φαίνεται ότι η ηλεκτρονική τιμολόγηση μέσω ενδιάμεσου παρόχου δημιουργεί σημαντικά οφέλη για την επιχείρηση (περίπου 60% μείωση του διοικητικού κόστους).

<sup>6</sup> E-Invoicing / E-Billing in Europe – Taking the next step towards automated and optimized processes (Billentis, 2009) - www.billentis.com

Τα οφέλη ηλεκτρονικής τιμολόγησης για τον Εκδότη / Προμηθευτή (6,30 € / τιμολόγιο) συνοψίζονται σε:

**Εκτύπωση, προετοιμασία φακέλου και αποστολή τιμολογίου (57% του συνολικού οφέλους)**

- Αποστολή τιμολογίων με ασφαλή τρόπο
- Παράδοση σε πραγματικό χρόνο με δυνατότητα επιβεβαίωσης της λήψης
- Έλεγχος και έγκριση των δεδομένων απευθείας μετά την αποστολή τους

**Διαχείριση υπενθυμίσεων πληρωμών (1% του συνολικού οφέλους)**

- Μείωση ανάγκης για διαχείριση των υπενθυμίσεων πληρωμών, οι οποίες καθυστερούν εξαιτίας των χρονοβόρων ροών εργασίας των παραληπτών.

**Οικονομική Διαχείριση (22% του συνολικού οφέλους)**

- Αποτελεσματικότερη διαχείριση χρηματοροών (Cash Management)

**Αρχειοθέτηση (20% του συνολικού οφέλους)**

- Αυτοματοποιημένη διαδικασία αρχειοθέτησης
- Ευκολότερη αναζήτηση τιμολογίων με τη χρήση λέξεων – κλειδίων
- Γρήγορη πρόσβαση στο αρχείο τιμολογίων
- Δυνατότητα άμεσου ελέγχου ενός τιμολογίου στην οθόνη ενός υπολογιστή, με υποστήριξη ελέγχων ακεραιότητας, ορθότητας κ.λπ. των δεδομένων
- Μείωση των δαπανών αρχειοθέτησης – “green”
- Εξοικονόμηση χώρου σε σχέση με την αρχειοθέτηση των έγχαρτων τιμολογίων

Τα οφέλη ηλεκτρονικής τιμολόγησης για τον Παραλήπτη / Αγοραστή (10,90 € / τιμολόγιο) συνοψίζονται σε:

**Λήψη τιμολογίου & κωδικοποιήσεις (35% του συνολικού οφέλους)**

- Αυτόματη εισαγωγή δεδομένων στο σύστημα διαχείρισης Πληρωτέων Λογαριασμών
- Εισαγωγή δεδομένων σε πραγματικό χρόνο, ανεξαρτήτως όγκου
- 100% σωστά δεδομένα

**Επικύρωση και διασταύρωση (24% του συνολικού οφέλους)**

- Έλεγχος συμμόρφωσης Φ.Π.Α. και λοιπών πεδίων (verification)
- Δυνατότητα αυτοματοποιημένης διασταύρωσης τιμολογίου - παραγγελίας

**Διαχείριση διαφωνιών (4% του συνολικού οφέλους)**

- Μείωση διαφωνιών σχετικά με το περιεχόμενο ενός τιμολογίου

**Οικονομική Διαχείριση (24% του συνολικού οφέλους)**

- Δυνατότητα διασύνδεσης με αυτοματοποιημένες πληρωμές (αυτόματη δημιουργία εντολής πληρωμής)
- Αποτελεσματικότερη διαχείριση χρηματοροών (Cash Management)

**Αρχειοθέτηση (12% του συνολικού οφέλους)**

- Αυτοματοποιημένη διαδικασία αρχειοθέτησης
- Ευκολότερη αναζήτηση τιμολογίων με τη χρήση λέξεων – κλειδιών
- Δυνατότητα άμεσου ελέγχου ενός τιμολογίου στην οθόνη ενός υπολογιστή, με υποστήριξη ελέγχων ακεραιότητας, ορθότητας κ.λπ. των δεδομένων
- Γρήγορη πρόσβαση στο αρχείο τιμολογίων
- Μείωση των δαπανών αρχειοθέτησης – “green”
- Εξοικονόμηση χώρου σε σχέση με την αρχειοθέτηση των έγχαρτων τιμολογίων

Οι εκτιμήσεις της αγοράς για κάποια από τα κόστη που επωμίζονται οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν παραδοσιακή τιμολόγηση κάνουν λόγο για:

- Εκτύπωση, Δημιουργία Φακέλου και Αποστολή ~ 3 € / τιμολόγιο (δεν περιλαμβάνονται επιπρόσθετα κόστη όπως π.χ. επαναπροσολή τιμολογίων, αρχειοθέτηση, κτλ)
- Παραλαβής, Καταχώρηση ~ 1 € / τιμολόγιο (δεν περιλαμβάνονται επιπρόσθετα κόστη όπως επικύρωση και διασταύρωση, αρχειοθέτηση, καθώς και άλλα κόστη όπως λάθη καταχώρησης στοιχείων, απώλεια τιμολογίων κτλ)

Σύμφωνα με εκτιμήσεις της αγοράς, το ποσοστό των τιμολογίων που συνδυάζονται με δελτία αποστολής (καλύπτοντας και την θεσμική απαίτηση για το ΔΑ) κυμαίνεται κοντά στο 90 - 95% του συνόλου των τιμολογίων στην Ελλάδα. Για τις υπόλοιπες περιπτώσεις, δημιουργείται επιπλέον παραστατικό που θα συνοδεύσει το προϊόν κατά την μεταφορά του.

Το δελτίο αποστολής, σε όλη τη διάρκεια της διαδρομής από τον τόπο έναρξης της διακίνησης μέχρι τον τόπο παράδοσης ή προορισμού, συνοδεύει τα διακινούμενα αγαθά και επιδεικνύεται άμεσα στο φορολογικό έλεγχο, ενώ απαιτείται και η αποθήκευσή του.

Με βάση τα παραπάνω, ακόμα και η ηλεκτρονική αποστολή τιμολογίων συνοδεύεται με την εκτύπωση του Τιμολογίου – Δελτίου Αποστολής για την εξυπηρέτηση της μεταφοράς. Συνεπώς, η **εκτύπωση και αρχειοθέτηση του Τιμολογίου – Δελτίου Αποστολής** αποτελεί διοικητικό κόστος που με βάση τα παραπάνω εκτιμάται σε τουλάχιστον **2 € / τιμολόγιο**.

Με ένα μέσο κόστος (συμπεριλαμβανομένου overhead) κοντά στα 25 €/ώρα και συνεκτιμώντας ότι η πληροφόρηση του τιμολογίου στην Ελλάδα περιλαμβάνει επιπλέον πληροφορίες που αφορούν και το δελτίο αποστολής - θεωρείται πως το μέσο κόστος ανά **παραδοσιακό τιμολόγιο είναι κοντά στα 7,20 €** ενώ για **ηλεκτρονικό τιμολόγιο περίπου 2,40 €** (1,70 € + το κόστος προς τον πάροχο).

Τα παραπάνω συμφωνούν με τη μελέτη του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ), το οποίο υπολόγισε το συνολικό κόστος της **παραδοσιακής τιμολόγησης** για τις ελληνικές επιχειρήσεις στα 3 - 4 € ανά τιμολόγιο, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις έκρινε ότι μπορεί να ξεπερνάει και τα 5 - 7 € ανά τιμολόγιο. Ειδικότερα, το κόστος ανά τιμολόγιο για εταιρίες στο χώρο του λιανεμπορίου (αποτελούν τον κλάδο με την μεγαλύτερη έκθεση στην ηλεκτρονική τιμολόγηση) μπορεί να μειωθεί κατά περίπου 80% με την πλήρη ηλεκτρονικοποίηση των

τιμολογίων.

**Με βάση τα παραπάνω, στην περίπτωση της Ελλάδας, ανά τιμολόγιο το όφελος εκτιμάται ότι ξεπερνά τα 5 €, ενώ εάν συμπεριληφθεί και το κόστος από την εκτύπωση του τιμολογίου – δελτίου αποστολής, το όφελος μπορεί να ξεπεράσει και τα 7 € / τιμολόγιο**

Η παραπάνω εκτίμηση πιστοποιείται μέσω μελέτης για την ηλεκτρονική τιμολόγηση στην Φιλανδία, η οποία έδειξε πως το συνολικό όφελος από την πλήρη μετάβαση στην ηλεκτρονική τιμολόγηση μπορεί να φτάσει τα 13 min ανά τιμολόγιο για τον εκδότη, που αντιστοιχεί σε περίπου 5,4 € / τιμολόγιο (25 €/hour). Τα οφέλη προκύπτουν από το κόστος εκτύπωσης και αποστολής, μειωμένο κόστος μισθοδοσίας (back office), καταχώρηση στοιχείων, αρχειοθέτηση, κτλ.

Βαθμός Αυτοματοποίησης	Εκδότης / Προμηθευτής	Παραλήπτης/ Αγοραστής
Παραδοσιακή Τιμολόγηση	14 min	10.5 min
Μερικώς ηλεκτρονική τιμολόγηση (email)	10 min	6 min
Ηλεκτρονική Τιμολόγηση	1 min	6 min

(Πηγή: *Electronic Invoicing Initiatives in Finland - Helsinki School of Economics, 2008*)

Εάν και το μέσο κόστος για την Ελλάδα είναι πολύ χαμηλότερο σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες, το ποσό που μπορεί εξοικονομηθεί για τις ελληνικές επιχειρήσεις, από την υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, εκτιμάται ότι κυμαίνεται κοντά στο 1,2 δις € ετησίως (μελέτη του ΟΠΑ κάνει λόγο για οφέλη που μπορούν να ξεπεράσουν τα 2,5 δις ανά έτος σε περίπτωση που ενσωματωθούν και επιπλέον οφέλη της ηλεκτρονικής τιμολόγησης στην επιχειρησιακή λειτουργία της εταιρίας), χωρίς να συνυπολογίζονται τα οικονομικά οφέλη για το δημόσιο που προκύπτουν από τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας του φορολογικού ελέγχου και την βελτίωση του ελέγχου που αφορά τις προμήθειες του Ελληνικού Δημοσίου.

Ο επόμενος πίνακας παρουσιάζει την υφιστάμενη κατάσταση όσον αφορά το κόστος διαχείρισης των τιμολογίων στην Ελλάδα.

Υφιστάμενη κατάσταση	# τιμολογίων	Κόστος / Τιμολόγιο	Συνολικό Κόστος
Ηλεκτρονικά Τιμολόγια	7 εκ	2,40 € / τιμολόγιο	16.800.000 €
Παραδοσιακά Τιμολόγια	243 εκ	7,20 € / τιμολόγιο	1.749.600.000 €
Εκτύπωση ΤΙΜ-ΔΑ	7 εκ	1,50 € / τιμολόγιο	10.500.000 €
Συνολικά Τιμολόγια	250 εκ	-	1.776.900.000 €

Μέσω την πλήρους ηλεκτρονικοποίησης της διαδικασίας τιμολόγησης και για τον υφιστάμενο όγκο συναλλαγών, το κόστος θα ήταν:

Πλήρης Ηλεκτρονικοποίηση	# τιμολογίων	Κόστος / Τιμολόγιο	Συνολικό Κόστος
Ηλεκτρονικά Τιμολόγια	250 εκ	2,40 € / τιμολόγιο	600.000.000 €
Παραδοσιακά Τιμολόγια	-	-	-
Συνολικά Τιμολόγια	250 εκ	-	600.000.000 €

Τα περίπου 1,2 δις € που προκύπτουν ως διαφορά από τα παραπάνω (ή τουλάχιστον μέρος από αυτά) μπορούν να θεωρηθούν ως **ευκαιριακό κόστος**, καθώς επιβαρύνουν τις επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν την παραδοσιακή τιμολόγηση, ελλείψει νομοθεσίας που να επιβάλλει την ηλεκτρονική τιμολόγηση.

Το κόστος για την χρήση **ενδιάμεσου πάροχου** στην Ελλάδα κυμαίνεται μεταξύ **0,10 – 0,60 €/τιμολόγιο**, ανάλογα με τον συνολικό όγκο συναλλαγών, καθώς και **μηνιαίες χρεώσεις** που κυμαίνονται από **€15 – €100**.

Το **κόστος για χρησιμοποίηση πλατφόρμας ηλεκτρονικής τιμολόγησης** εξειδικευμένου παρόχου ανέρχεται σε **€800 - €1000 για μικρές επιχειρήσεις** και σε **€5.000 - €20.000 για μικρομεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις** (πολύπλοκα τεχνολογικά περιβάλλοντα) στις οποίες είναι επιθυμητή η **πλήρης αυτοματοποίηση των διαδικασιών μέσω EDI / ERP Integration**.

Το **κόστος υποστηρικτικών υπηρεσιών** (π.χ. παραμετροποιήσεις κ.α.) ανέρχεται **στο 20% - 40% του κόστους**.

Αντίστοιχα ο **χρόνος υλοποίησης** κυμαίνεται από μόλις **2 – 5 ημέρες για μικρές επιχειρήσεις** μέχρι **2 – 8 εβδομάδες για μικρομεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις** στις οποίες είναι επιθυμητή η **πλήρης αυτοματοποίηση των διαδικασιών μέσω EDI / ERP Integration**.

Στον επόμενο πίνακα δίνεται συνοπτικά η εκτίμηση για το ανάλογα με τον αριθμό των τιμολογίων που εκδίδει κάθε εταιρία σε ετήσια βάση.

	Μικρή Εταιρία	Μεσαία Εταιρία	Μεγάλη Εταιρία
# τιμολογίων / έτος	2.500	25.000	500.000
Παραδοσιακή Τιμολόγηση	2.500 X 6,5 = 16.250 €	25.000 X 7,2 = 180.000 €	500.000 X 7,5 = 3.750.000 €
	<b>Σύνολο = 16.250 €</b>	<b>Σύνολο = 187.500 €</b>	<b>Σύνολο = 4.250.000 €</b>
Ηλεκτρονική Τιμολόγηση	Χρέωση υπηρεσίας 2.500 X 0,20 = 500 €	Χρέωση υπηρεσίας 25.000 X 0,40 = 10.000 €	Χρέωση υπηρεσίας 500.000 X 0,60 = 300.000 €
	Μηνιαία χρέωση 15 € 15 € X 12 = 180 €	Μηνιαία χρέωση 50 € 50 € X 12 = 600 €	Μηνιαία χρέωση 100 € 100 € X 12 = 1.200 €
	Χρήση πλατφόρμας 1.000 €	Χρήση πλατφόρμας 5.000 €	Χρήση πλατφόρμας 20.000 €
	Παραμετροποίηση 200 €	Παραμετροποίηση 1.500 €	Παραμετροποίηση 5.000 €

	<b>Μικρή Εταιρία</b>	<b>Μεσαία Εταιρία</b>	<b>Μεγάλη Εταιρία</b>
	Διαχείριση Τιμολογίου 1,5 € X 2.500 = 3.750 €	Διαχείριση Τιμολογίου 1,7 € X 25.000 = 42.500 €	Διαχείριση Τιμολογίου 1,9 € X 500.000 = 950.000 €
	<b>Διοικητικό Κόστος</b> Εσωτερικό: 3.750 € Εξωτερικό: 1.880 €	<b>Διοικητικό Κόστος</b> Εσωτερικό: 42.500 € Εξωτερικό: 17.100 €	<b>Διοικητικό Κόστος</b> Εσωτερικό: 950.000 € Εξωτερικό: 326.200 €
	<b>Σύνολο = 5.630 €</b>	<b>Σύνολο = 59.600 €</b>	<b>Σύνολο = 1.276.200 €</b>
	<b>Μέσο κόστος / τιμολόγιο = 2,25 €</b>	<b>Μέσο κόστος / τιμολόγιο = 2,38 €</b>	<b>Μέσο κόστος / τιμολόγιο = 2,55 €</b>
<b>Όφελος</b>	<b>Συνολικό Όφελος / τιμολόγιο = 4,25 €</b>  Εάν συνυπολογιστεί και το όφελος από την μη εκτύπωση / αρχειοθέτηση του TIM-ΔΑ, το συνολικό όφελος είναι ~ 5,5 €	<b>Συνολικό Όφελος / τιμολόγιο = 4,82 €</b>  Εάν συνυπολογιστεί και το όφελος από την μη εκτύπωση / αρχειοθέτηση του TIM-ΔΑ, το συνολικό όφελος είναι ~ 6,5 €	<b>Συνολικό Όφελος / τιμολόγιο = 4,95 €</b>  Εάν συνυπολογιστεί και το όφελος από την μη εκτύπωση / αρχειοθέτηση του TIM-ΔΑ, το συνολικό όφελος είναι ~ 7,0 €

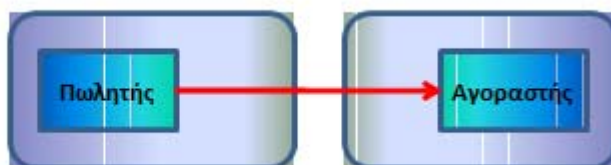
(Πηγή: Έρευνα Συμβούλου)

Τα παραπάνω αναδεικνύουν ότι τα συνολικά οφέλη ανά τιμολόγιο αυξάνονται σημαντικά για εταιρίες με σημαντικό όγκο συναλλαγών, γεγονός που εξηγεί και την σημαντική ωρίμανση της αγορά του λιανεμπορίου στην υιοθέτηση σχετικών πρακτικών (οι συναλλαγές τους μπορεί να ξεπερνούν και το 1 εκ το έτος).

#### Απευθείας Αποστολή Τιμολογίων

Το Αμφίπλευρο – Διμερές σχήμα, στοχεύει στην «άμεση» επικοινωνία μεταξύ δύο επιχειρηματικών οντοτήτων οι οποίες έχουν συμφωνήσει στην ανταλλαγή ηλεκτρονικών τιμολογίων, βάσει ενός προκαθορισμένου πρωτοκόλλου επικοινωνίας.

2 Corner



Στις περιπτώσεις που δεν χρησιμοποιηθεί ενδιάμεσος πάροχος, το κόστος ανά τιμολόγιο περιλαμβάνει την απόσβεση της λύσης που θα υλοποιηθεί για την απευθείας επικοινωνία του προμηθευτή με την επιχείρηση.

Η απευθείας αποστολή τιμολογίου από τον εκδότη στον παραλήπτη δεν συναντάται αρκετά στην Ελλάδα, παρά μόνο σε περιπτώσεις που οι συναλλαγές (τιμολόγια) μεταξύ ενός πελάτη και προμηθευτή είναι πολλές σε αριθμό ώστε να μπορέσουν να δικαιολογήσουν μια απευθείας επικοινωνία. Επίσης, δεδομένου ότι το θεσμικό πλαίσιο στην Ελλάδα για την Ηλεκτρονική Τιμολόγηση είναι υπο διαμόρφωση, δεν υπάρχει ακόμα η διάθεση για επένδυση σε ίδια μέσα.

Για την υλοποίηση ενός EDI συστήματος, απαιτείται η δημιουργία ή ύπαρξη της κατάλληλης υποδομής που θα είναι σε θέση να υποστηρίξει αυτήν την τεχνολογία. Τα βασικά στοιχεία που συνιστούν αυτήν την υποδομή κυρίως, είναι τα ακόλουθα:

- Ύπαρξη προτύπων
- Κατάλληλο λογισμικό (software) και υλικό (hardware)
- Ύπαρξη και σύνδεση με κατάλληλο δίκτυο

Τα προαναφερθέντα πρότυπα συμφωνούν στο ακόλουθο περίγραμμα των τριών βασικών δομικών συστατικών:

- Ύπαρξη κοινών συντακτικών κανόνων και μίας μορφής κωδικοποίησης για την δημιουργία μηνυμάτων των οποίων η δομή θα είναι ανεξάρτητη από το πληροφοριακό σύστημα.
- Ένα λεξικό δεδομένων που να ορίζει αυστηρά τα επιχειρησιακά δεδομένα όπως την μορφή του νομίματος, διευθύνσεων, ημερομηνίας κ.α.
- Ύπαρξη σταθερών στοιχείων δεδομένων που συνδυαζόμενα χρησιμοποιούνται σε σταθερά μηνύματα.

Για παράδειγμα, ένα τιμολόγιο αποτελείται από διάφορα τμήματα όπως την αρχή του εγγράφου που περιλαμβάνει το όνομα και την διεύθυνση του πιστωτή, το όνομα και την διεύθυνση του χρεώστη, την ημερομηνία του τιμολογίου, κ.α. Μετά, ακολουθεί ένα τμήμα που αποτελείται από μια σειρά γραμμών που δίνουν λεπτομερειακές πληροφορίες για το κάθε είδος που τιμολογείται, όπως, την περιγραφή του, την ποσότητα, την τιμή μονάδας, κ.α. Τέλος υπάρχει και ένα τμήμα του εγγράφου που δίνει τα τελικά σύνολα. Για κάθε ένα από αυτά τα τμήματα πρέπει να υπάρχει μία αντίστοιχη EDI μορφή με τμήματα δεδομένων που συνδυαζόμενα δίνουν τα EDI μηνύματα.

Σε κάθε περίπτωση, η απευθείας αποστολή ηλεκτρονικών τιμολογίων (ανά ζεύγος προμηθευτή – πελάτη) περιλαμβάνει:

- Τη συμφωνία για τη δημιουργία κοινών προτύπων μέσω των οποίων θα γίνεται η κωδικοποίηση και αποκωδικοποίηση των δεδομένων του τιμολογίου.
- Την παραμετροποίηση των πληροφοριακών συστημάτων του εκδότη και του παραλήπτη
- Τον σχεδιασμό και υλοποίηση του μέσου για την ηλεκτρονική αποστολή των δεδομένων (εφαρμογή)
- Την χρήση του δικτύου (π.χ. VAN) για τη μεταφορά των δεδομένων

Το παραπάνω κόστος κυμαίνεται από 20.000 € - 200.000 € (ανάλογα με τον αριθμό των συνδεδεμένων μερών και το βαθμό της δια-λειτουργικότητας που θα περιλαμβάνει με τις υπόλοιπες επιχειρησιακές διαδικασίες των εμπλεκόμενων), ενώ η χρήση του δικτύου εκτιμάται σε περίπου 500 € - 1000 € ανά μήνα.

Συνεπώς για να μπορέσει να δικαιολογηθεί ως επένδυση θα πρέπει (πέρα από την ωρίμανση του θεσμικού πλαισίου) να εξυπηρετήσει ικανό πλήθος τιμολογίων σε μεσοπρόθεσμο ορίζοντα, καθώς και επιπλέον απαιτήσεις των δύο συμβαλλόμενων.

### 3.3 Αξιολόγηση και Βασικά Συμπεράσματα

Οι λόγοι που οδήγησαν τις επιχειρήσεις να αρχίσουν την ηλεκτρονική ανταλλαγή παραστατικών και ειδικά τιμολογίων πολύ πριν εκδοθεί η συγκεκριμένη πολιτική απόφαση το 2006, αφορούσαν βεβαίως όχι την αντικατάσταση του χαρτιού αλλά την αυτοματοποίηση των διαδικασιών τιμολόγησης και την μείωση κόστους. Συγκεκριμένα ήδη από το 2003 χρησιμοποιούνται οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής ανταλλαγής τιμολογίων καθώς μειώνεται σημαντικά το κόστος επανα-καταχώρησης και διαχείρισης των τιμολογίων στα συστήματα των λιανέμπορων, παρόλο που υπάρχει παράλληλα (για τυπικούς εφοριακούς λόγους) το χάρτινο αντίγραφο.

Αυτό που παρατηρείται είναι ότι οι εταιρίες αρχίζουν αργά αλλά σταθερά να αξιοποιούν τη συγκεκριμένη πολιτική απόφαση και έχουν ξεκινήσει την πλήρη (χωρίς την αποστολή του έντυπου τιμολογίου) ηλεκτρονική τιμολόγηση (όχι βέβαια ακόμα στο βαθμό διείσδυσης που υπάρχει στο λιανεμπόριο) με 2 κυρίους τρόπους:

- Ερασιτεχνικά (π.χ. με την χρήση e-mail για την αποστολή των ηλεκτρονικών τιμολογίων) που ενέχει κάποιους κινδύνους κατά πόσο εφαρμόζεται ορθά η πολιτική απόφαση
- Οργανωμένα (π.χ. μέσω φορέων παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης, ή εξειδικευμένου λογισμικού)

Σήμερα, η πλειονότητα των εταιριών που χρησιμοποιούν πρακτικές ηλεκτρονικής τιμολόγησης κάνουν χρήση ενός ή περισσότερων ενδιάμεσων παρόχων, οι οποίοι έχουν αναπτύξει σημαντική τεχνογνωσία τα τελευταία χρόνια. Η χρήση ενδιάμεσου παρόχου κρίνεται ικανοποιητική για την πλειονότητα των περιπτώσεων στην ελληνική αγορά, καθώς είναι άμεσα εφαρμόσιμη, παρέχει τη δυνατότητα διαφοροποίησης ή και επέκτασης, συνοδεύεται με υποστήριξη από εξειδικευμένους στον χώρο συνεργάτες και δεν απαιτεί ιδιαίτερο εξοπλισμό ή λογισμικό.

Παρόλα αυτά, εφόσον η ηλεκτρονική τιμολόγηση γίνει υποχρεωτική ή εάν συνδεθεί με κίνητρα προς την επιχειρηματική κοινότητα, τότε η μεσοπρόθεσμη ωρίμανση της αγοράς αναμένεται να προσελκύσει περιπτώσεις «άμεσης» επικοινωνίας συνεργατών (2 corner model), πρακτική η οποία απαιτεί μακροχρόνια δέσμευση και συγκεκριμένες ρυθμιστικές απαιτήσεις οι οποίες θα μεταφραστούν σε πρότυπα επικοινωνίας.

Μέσω της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, η εξοικονόμηση εκτιμάται ότι ξεπερνά το 60% του κόστους ανά τιμολόγιο, περιλαμβάνοντας:

- Σημαντική μείωση κόστους όσον αφορά την επανα-καταχώρηση (πληκτρολόγηση) εκατομμυρίων γραμμών τιμολογίων από τους παραλήπτες
- Σημαντική μείωση λαθών
- Ταχύτερη πληρωμή και συμφωνία μεταξύ επιχειρήσεων
- Κατάργηση του χαρτιού που συνεπάγεται μείωση τόσο σε κόστος αποθήκευσης όσο και σε έξοδα εκτύπωσης, αποστολής, κλπ
- Οικολογική διάσταση από την πλευρά της μείωσης του χαρτιού



Από την πλευρά των φορολογικών αρχών, η υιοθέτηση μιας ολοκληρωμένης λύσης για την ηλεκτρονική τιμολόγηση μπορεί να προσφέρει ουσιαστικό και ταχύ φορολογικό έλεγχο, ενώ η υποχρεωτική χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης μπορεί να μειώσει σημαντικά τα κόστη των επιχειρήσεων, αρκεί να σχεδιαστεί με τρόπο που να εξυπηρετεί τις επιχειρησιακές ανάγκες αυτών στους οποίους απευθύνεται.

Το σύνολο των παρεμβάσεων που θα σχεδιαστούν και υλοποιηθούν θα πρέπει να βασίζεται σε ένα λειτουργικό και επιχειρησιακό μοντέλο το οποίο θα εξυπηρετεί καλύτερα τις ανάγκες των επιχειρήσεων, τη στόχευση του κράτους για την αποτελεσματική διαχείριση της φοροδιαφυγής, αξιοποιώντας λύσεις οι οποίες φαίνεται να έχουν το μεγαλύτερο βαθμό ωριμότητας.

## 4 ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ

### 4.1 Προτάσεις Παρέμβασης

- Άμεσος κεντρικός σχεδιασμός για υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης

Δεδομένου ότι τα οφέλη για την επιχειρηματική κοινότητα αλλά και ιδιαίτερα για το κράτος αναμένονται ιδιαίτερα σημαντικά, δεν υπάρχει πιο αντιπροσωπευτική συγκυρία προκειμένου να τεθεί σε εφαρμογή ένα ολοκληρωμένο σχέδιο για την πλήρη υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, που θα περιλαμβάνει τις απαραίτητες φορολογικές και τεχνολογικές προσαρμογές στη νέα κατάσταση. Αυτό απαιτεί ένα ρεαλιστικό χρονοδιάγραμμα για την σταδιακή προσαρμογή από όλες τις επιχειρήσεις, αλλά και από τους μηχανισμούς του Δημοσίου.

Η μη επιβολή υποχρέωσης από το Δημόσιο για εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης μέσω ξεκάθਾਰου νομικού πλαισίου, δεν συμβάλει στη διασφάλιση μίας κρίσιμης μάζας συναλλαγών ικανή για την δημιουργία δυναμικής και ουσιαστικά απαξιώνει τις όποιες προσπάθειες γίνονται από εμπλεκόμενους στην αλυσίδα διαχείρισης τιμολογίων για τον σχεδιασμό ενός συνολικού μοντέλου λειτουργίας.

Παραδείγματα από το εξωτερικό δείχνουν ότι και το κράτος και οι επιχειρήσεις έχουν από καιρό αναλάβει σημαντικές δράσεις για την ηλεκτρονική τιμολόγηση με σημαντικά οφέλη. Από τον Φεβρουάριο του 2005, οι Αρχές της Δανίας αποδέχονται μόνο ψηφιακά τιμολόγια από τους προμηθευτές τους. Σύμφωνα με την κυβέρνηση της χώρας, η νομοθετημένη αυτή κίνηση, επηρεάζει περίπου 440.000 επιχειρήσεις με το πλήθος των τιμολογίων εκτιμάται στα 18 εκατομμύρια το χρόνο. Ενώ ήδη το δημόσιο στη Δανία είναι ο παγκόσμιος ηγέτης στο χώρο αυτό, ο στόχος είναι η εξοικονόμηση περίπου 100 εκ € το χρόνο.

Επίσης, στην Γερμανία η Commerzbank, μία από τις μεγαλύτερες τράπεζες λιανικής και εμπορίου, επένδυσε σε ένα σύστημα υπηρεσιών η-τιμολόγησης το καλοκαίρι του 2005 ώστε να μπορεί αυτόματα να διαβάζει και να επεξεργάζεται τα τιμολόγια των προμηθευτών. Η Commerzbank συνέδεσε την λύση αυτή με το σύστημα SAP ERP ώστε να ενδυναμώσει τις διαδικασίες πληρωμής και να δώσει την δυνατότητα στους 30.000 υπαλλήλους της να δέχονται και να επικυρώνουν τα τιμολόγια με ηλεκτρονικό τρόπο.

Επίσης αξιοσημείωτη είναι η πολιτική του Γερμανικού ομίλου Metro ο οποίος απαιτεί την αποστολή ηλεκτρονικών παραστατικών από τους προμηθευτές του ενώ στην περίπτωση που δεν το πράξουν τους χρεώνει με μικρό χρηματικό "πρόστιμο".

Θα πρέπει να διασφαλιστεί ότι η όποια προτεινόμενη λύση / μοντέλο ηλεκτρονικής τιμολόγησης υλοποιηθεί θα επιτρέπει τη χρήση του τόσο από μεγάλες επιχειρήσεις όσο και από μικρότερες επιχειρήσεις με περιορισμένη τεχνολογική υποδομή. Για τις δε μεγάλες επιχειρήσεις θα πρέπει να διασφαλίζεται εύκολη και χωρίς σημαντική οικονομική επιβάρυνση ενοποίηση / διασύνδεση των πληροφοριακών συστημάτων των πελατών (ERPs) με την υπηρεσία ηλεκτρονικής τιμολόγησης, ενώ για τις μικρό-μεσαίες επιχειρήσεις θα πρέπει να

διασφαλίζεται η διασύνδεση με άλλες μεθόδους και ίσως με οικονομικά κίνητρα για τη χρηματοδότηση μέσω ΕΣΠΑ (π.χ. Ψηφιακές Ενισχύσεις) σχετικών υποδομών που θα καλύπτουν τις απαιτήσεις που θα τεθούν.

- **Σχεδιασμός της μετάβασης στην ηλεκτρονική τιμολόγηση με γνώμονα τις ανάγκες των επιχειρήσεων**

Προσαρμογή νομοθεσίας και αξιοποίηση υπάρχουσών υποδομών π.χ. φορολογικές μηχανές (όπως γίνεται στην ΠΟΛ 1049) ή ομαλή μετάβαση σε νέες απλές τεχνικές οι οποίες θα προσαρμόζονται στις ανάγκες των επιχειρήσεων και όχι μόνο στις ανάγκες των φορολογικών αρχών. Έτσι θα μπορέσουν να αξιοποιήσουν νέα και υβριδικά μοντέλα (π.χ. XML) για την αύξηση του βαθμού συμβατότητας με τις λοιπές επιχειρησιακές ανάγκες.

Η εφαρμογή ηλεκτρονικών υπογραφών με χρήση έμπιστων τρίτων οντοτήτων μπορεί να διευθετήσει την άμεση και αυτόματη εξακρίβωση της ταυτότητας ενός αποστολέα τιμολογίου από τον παραλήπτη. Η έμπιστη τρίτη οντότητα που έχει εκδώσει το αντίστοιχο ψηφιακό πιστοποιητικό, μέσω των μηχανισμών και διαδικασιών εγγραφής θα έχει εξασφαλίσει την ύπαρξη του σχετικού κλειδιού και πιστοποιητικού.

Η νομιμότητα του τιμολογίου απαιτεί την άμεση καταχώρηση της συναλλαγής και σε ένα τρίτο σύστημα (πέραν των συστημάτων του αποστολέα και του παραλήπτη) άμεσα προσβάσιμο από το Υπουργείο Οικονομικών (ΓΓΠΣ), ώστε να είναι άμεση η αντιπαραβολή στοιχείων μέσω ασφαλούς σύνδεσης και πιστοποίησης των χρηστών (ηλεκτρονική υπογραφή – PKI).

Το όποιο μοντέλο τελικά επιλεγεί από το κράτος θα πρέπει να δίνει τη δυνατότητα ανάπτυξης και λειτουργίας επιπλέον λύσεων, ενώ η διαλειτουργικότητα μεταξύ τους θα επιτυγχάνεται μέσω της υιοθέτησης κοινών, διεθνών προτύπων, δίνοντας την δυνατότητα στις επιχειρήσεις να το αξιοποιήσουν περαιτέρω για την κάλυψη παράλληλων αναγκών τους (π.χ. παραγγελίες, τιμοκατάλογοι, διαχείριση περιεχομένου, επιχειρηματική ευφυΐα).

Μια τέτοια λύση απαιτεί προηγουμένως την διεξαγωγή μιας πλήρους επιχειρησιακής μελέτης, η οποία θα μελετήσει όλους τους πιθανούς τρόπους μεταβίβασης, αποθήκευσης και ελέγχου των τιμολογίων καθώς και την συχνότητα (ανά τιμολόγιο, ομαδικά ανά ημέρα κτλ) με την οποία θα ενημερώνεται η αντίστοιχη βάση δεδομένων.

Όσον αφορά τη μαζική αποστολή τιμολογίων θα μπορούσε να διερευνηθεί η δυνατότητα η ψηφιακή υπογραφή να μην περιορίζεται μόνο ανά τιμολόγιο αλλά να διευρύνεται και σε ένα σύνολο τιμολογίων.

- **Παρακίνηση επιχειρήσεων από το κράτος (νομοθεσία, κίνητρα, εκπαίδευση) για υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης**

Η συσχέτιση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης με φορολογικά κίνητρα κρίνεται ότι θα βοηθούσε την ταχύτερη υιοθέτησή της από τις επιχειρήσεις. Αυτό προϋποθέτει ευρεία ενημέρωση των επιχειρήσεων για τα οφέλη της ηλεκτρονικής τιμολόγησης (καμπάνιας ενημέρωσης), αλλά και

για τα συγκεκριμένα μέτρα που μπορούν να δράσουν ως καταλύτες στην όλη προσπάθεια (π.χ. φορολογικά κίνητρα).

Η όποια λύση τελικά προκριθεί για την πλήρη υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης προτείνεται να συνδυαστεί με εκπαίδευση των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα όσον αφορά την φορολογική διαδικασία που πρέπει να ακολουθείται και την παροχή πληροφοριών για την άμεση εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Τα παραπάνω μπορούν να υλοποιηθούν μέσω (α) της δημιουργίας ενός Help desk για την σταδιακή προσαρμογή των επιχειρήσεων στις επιχειρησιακές, οργανωτικές και τεχνολογικές απαιτήσεις και (β) τη διενέργεια σεμιναρίων εκπαίδευσης επιχειρήσεων και προσωπικού επιχειρήσεων για τις διαδικασίες μηχανοργάνωσης και φορολογικής προσαρμογής. Σημαντικό ρόλο σε αυτή την προσπάθεια μπορεί να έχει και ο ΣΕΒ σε συνεργασία με το Υπουργείο Οικονομικών.

#### • Προσαρμογή των επιχειρήσεων στον κεντρικό σχεδιασμό

Η προσαρμογή των επιχειρήσεων θα βασιστεί στον κεντρικό σχεδιασμό, ο οποίος θα πρέπει να οριστικοποιήσει τις φορολογικές και τεχνολογικές απαιτήσεις και αναμένεται να περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων:

- Ανάπτυξη στρατηγικής για την ηλεκτρονική τιμολόγηση, λαμβάνοντας υπόψη και την πραγματικότητα των αντισυμβαλλομένων της επιχείρησης (δυνατότητα υιοθέτησης)
- Διενέργεια ανάλυσης κόστους / οφέλους για τον υπολογισμό της απόδοσης της επένδυσης (ROI)
- Επιλογή του βέλτιστου τρόπου προσαρμογής στις απαιτήσεις της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, με γνώμονα τις επιχειρησιακές τους ανάγκες και τη δυναμική αυτών
- Ανασχεδιασμό διαδικασιών της Οικονομικής Διεύθυνσης και αξιολόγηση των εργασιών που επιδέχονται αυτοματοποίηση
- Αναβάθμιση πληροφοριακών συστημάτων έτσι ώστε να επιτευχθεί η πλήρης αυτοματοποίηση των διαδικασιών
- Αναδιοργάνωση της Οικονομικής Διεύθυνσης μίας επιχείρησης, εάν αυτό κριθεί απαραίτητο

Σε κάθε περίπτωση, ήδη υπάρχουν λύσεις (από ερασιτεχνικές μέχρι πιο οργανωμένες/επαγγελματικές) που επιτρέπουν την εύκολη υιοθέτηση πρακτικών ηλεκτρονικής τιμολόγησης χωρίς να χρειάζεται οι επιχειρήσεις να αλλάξουν ή να αντικαταστήσουν τον υπάρχον εξοπλισμό τους

#### • Αξιοποίηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης από κρατικούς φορείς για τη μείωση της φοροδιαφυγής και την διασφάλιση της νομιμότητας των συναλλαγών

Στο πλαίσιο προώθησης ολοκληρωμένων λύσεων για την ηλεκτρονική τιμολόγηση, κρίνεται ότι υπάρχει σημαντική τεχνογνωσία στην επιχειρηματική κοινότητα για την δημιουργία

υποδομών ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Παραδείγματα αποτελούν οι υφιστάμενοι πάροχοι υπηρεσιών, οι οποίοι διαθέτουν τη σημαντικότερη έκθεση στην αγορά ηλεκτρονικής τιμολόγησης, αλλά και ο τραπεζικό κλάδος καθώς εμπλέκεται σειριακά μετά την τιμολόγηση στην διαδικασία πληρωμών, ειδικότερα σήμερα όπου υπάρχει η απαίτηση για όλες τις πληρωμές πάνω από 3.000 ευρώ να γίνονται μέσω τραπεζών και στο πλαίσιο και της καλύτερης παρακολούθησης των πληρωμών / εισπράξεων.

Σημαντικός είναι επίσης και ο ρόλος που καλείται να διαδραματίσει η ΓΓΠΣ, καθώς αποτελεί το σημείο επαφής των επιχειρήσεων με το κράτος. Η επαφή αφορά τη διασύνδεση των φορέων ηλεκτρονικής τιμολόγησης με την ΓΓΠΣ (ή τις όποιες υποδομές των φορολογικών αρχών) και την παραλαβή βασικών στοιχείων τιμολογίων από τους φορείς, όπως Τύπος παραστατικού (π.χ. τιμολόγιο, πιστωτικό, κλπ), Σειρά, Αριθμός Τιμολογίου, Ημερομηνία έκδοσης, ΑΦΜ παραλήπτη/αποστολέα, Αξία Εκπτώσεων, Καθαρή Αξία, Αξία ΦΠΑ, Πληρωτέο Ποσό, Σχετικά παραστατικά (π.χ. δελτία αποστολής).

Η υφιστάμενη κατάσταση, όπως ορίζεται από τη σχετική νομοθεσία ΠΟΛ 1049 θα πρέπει να αξιοποιηθεί, καθώς ήδη υπάρχουν 100.000 φορολογικές μηχανές σε ~ 40.000 επιχειρήσεις και μπορεί να εξυπηρετηθεί έτσι η άμεση εφαρμογή σε μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων χωρίς να αλλάζει σημαντικά ο τρόπος λειτουργίας.

Με τον παραπάνω τρόπο δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για τις φορολογικές αρχές ή την ΓΓΠΣ να αντλήσει και να διασταυρώσει βασικά στοιχεία τιμολογίων και παράλληλα θα υπάρχει η δυνατότητα έλεγχου της εγκυρότητας και ακεραιότητας των τιμολογίων.

- **Απούλοποίηση του Δελτίου Αποστολής**

Η υλοποίηση της προαναφερθείσας υποδομής θα έχει επιπτώσεις και σε άλλες διαστάσεις του ηλεκτρονικού επιχειρείν όπως για παράδειγμα στην ανάγκη ύπαρξης του δελτίου αποστολής.

Η αρχική πρόταση που υπάρχει είναι το δελτίο αποστολής ή το τιμολόγιο-δελτίο αποστολής να συνεχίζει να τυπώνεται και να αποστέλλεται για λόγους διακίνησης αλλά να καταστρέφεται στο τόπο παραλαβής και να τηρείται το αντίστοιχο ηλεκτρονικό αντίγραφο από τον παραλήπτη χωρίς να χρειάζεται το αντίστοιχο χάρτινο. Σε δεύτερη φάση θα μπορούσε να μην τυπώνεται αλλά να χρησιμοποιούνται ειδικές φορητές συσκευές (π.χ. PDA's) όπως ήδη χρησιμοποιούνται από το σύνολο του λιανεμπορίου για την διακίνηση των αγαθών και την αποθήκευση του ηλεκτρονικού δελτίου αποστολής.

Επίσης, το δελτίο αποστολής θα μπορούσε να γίνει πλήρως ηλεκτρονικό και ο έλεγχος κατά την μεταφορά/παράδοση θα μπορούσε να υποστηριχθεί ηλεκτρονικά, δηλαδή μέσω επιτόπιας πρόσβασης του ελεγκτή στο σύστημα καταχώρησης δεδομένων ηλεκτρονικής τιμολόγησης, όπου θα έχει καταχωρηθεί το δελτίο αποστολής.

Η πιο ολοκληρωμένη λύση ενσωματώνει όλα τα παραπάνω, με την ενοποίηση του τιμολογίου με το δελτίο αποστολής σε ένα διευρυμένο τιμολόγιο (πρακτική που

χρησιμοποιείται και στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες), την ηλεκτρονική αποστολή του και τον ηλεκτρονικό έλεγχο του κατά τη μεταφορά.

- **Εκπαίδευση των ελεγκτών στην ηλεκτρονική τιμολόγηση**

Το Υπουργείο Οικονομικών έχει υλοποιήσει εργαλεία λογισμικού τα οποία επιτρέπουν την ανάλυση των δεδομένων που αποθηκεύονται σε μια ΕΑΦΔΣΣ. Παρ' όλα αυτά, φαίνεται ότι οι αρμόδιοι ελεγκτές της Διεύθυνσης Ελέγχων δεν είναι πλήρως καταρτισμένοι στην λειτουργία του λογισμικού αυτού.

Οι Διευθύνσεις του Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων και Ελέγχων θα πρέπει να συντονίσουν τις δράσεις τους ώστε οι ελεγκτές να είναι πλήρως εκπαιδευμένοι στην χρήση οποιοδήποτε λογισμικού ελέγχου, ώστε να είναι σε θέση να επεξεργάζονται δεδομένα εντός των ΕΑΦΔΣΣ και αρχεία που έχουν παράγει οι ΕΑΦΔΣΣ και έχουν αποσταλεί ως ηλεκτρονικά τιμολόγια τόσο σε οργανισμούς «αποστολείς» όσο και οργανισμούς «παραλήπτες» η-τιμολογίων.

Προτείνεται η ταυτόχρονη υιοθέτηση ελεγκτικών μηχανισμών που θα καλύπτουν την περίπτωση ψηφιακών υπογραφών με βάση την προτυποποιημένη μέθοδο υλοποίησης των ψηφιακών υπογραφών.

## 4.2 Αναμενόμενα Αποτελέσματα

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

- Από την πλευρά των εκδοτών, σημαντική μείωση κόστους που σχετίζεται με την εκτύπωση, αποστολή και αποθήκευση των τιμολογίων. Η σημερινή κατάσταση προϋποθέτει έξοδα τιμολόγησης που σχετίζονται τόσο με την εκτύπωση του παραστατικού, την αποστολή του στον παραλήπτη και την διαφύλαξη του στοιχείου από την επιχείρηση για σημαντικό χρονικό διάστημα<sup>7</sup>. Αυτά δεν αφορούν μόνο το κόστος του υλικού αλλά και του ανθρώπινου δυναμικού που θα ασχοληθεί με τις εκτυπώσεις, εμφακέλωση, αποστολή κ.α.
- Από την πλευρά των παραληπτών σημαντική μείωση κόστους όσον αφορά την παραλαβή, την καταχώρηση (πληκτρολόγηση) των τιμολογίων στα λογιστικά τους προγράμματα και την αποθήκευση των στοιχείων.
- Απαλοιφή λαθών τόσο από την πλευρά του εκδότη όσο και του παραλήπτη, που αφορούν τη διαδικασία εισαγωγής στοιχείων των παραστατικών σε λογιστικά προγράμματα και την αποστολή των τιμολογίων με καθυστέρηση ή σε λάθος διευθύνσεις με αποτέλεσμα λογιστικές ασυμφωνίες.
- Με την χρήση ηλεκτρονικών τιμολογίων δίνεται η δυνατότητα αποτελεσματικότερου

<sup>7</sup> Σύμφωνα με τις διατάξεις της παραγράφου 2 του άρθρου 21 του ΚΒΣ (Π.Δ. 186/1992), όπως ισχύουν από 14/12/2004 μετά την τροποποίησή τους με τις παραγράφους 10 και 11 του άρθρου 20 του Ν. 3296/2004

ελέγχου των τιμολογίων με αποτέλεσμα την καλύτερη λογιστική συμφωνία μεταξύ των επιχειρήσεων και την ταχύτερη εξόφληση των τιμολογίων.

- Τέλος η μείωση χρήσης χαρτιού και αναλωσίμων εκτύπωσης δίνει μια Οικολογική διάσταση στη χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Επίσης, η εφαρμογή της ηλεκτρονικής τιμολόγησης μπορεί να επιφέρει σημαντικά οφέλη στην εξυγίανση των δημοσίων οικονομικών στους παρακάτω άξονες:

- Η χρήση ηλεκτρονικής τιμολόγησης από τις επιχειρήσεις μπορεί να οδηγήσει σε ουσιαστικότερο και ταχύτερο φορολογικό έλεγχο αφού η ψηφιακή μορφή των παραστατικών διευκολύνει την αναζήτηση, έλεγχο και διασταύρωση τους.
- Παράλληλα σε επίπεδο προϋπολογισμών, η χρήση στοιχείων σε ηλεκτρονική μορφή μπορεί να διευκολύνει τους προϋπολογισμούς τους κράτους εξετάζοντας τα αναμενόμενα έσοδα ανά είδη φόρων (έμμεσοι και άμεσοι) τις πωλήσεις, τις αγορές και τα έξοδα ανά κλάδο αλλά και τα διαχρονικά στατιστικά μεγέθη, εφαρμόζοντας έτσι πολιτικές που εξομαλύνουν τυχόν ανισορροπίες σε διαφορετικούς παραγωγικούς κλάδους και έχοντας καλύτερη εικόνα των δημοσίων οικονομικών.
- Η χρήση ηλεκτρονικής τιμολόγησης για δημόσιες προμήθειες, μπορεί να βελτιώσει σημαντικά τόσο τον προγραμματισμό όσο και των έλεγχο των δημοσίων προμηθειών ειδικά σε κλάδους που διαφαινονται προβληματικοί όπως οι προμήθειες των δημοσίων νοσοκομείων. Μέσα από τη χρήση ηλεκτρονικής τιμολόγησης θα υπάρχει η δυνατότητα αποτελεσματικότερου ελέγχου και συνεπώς εντοπισμός παθογενειών του συστήματος.
- Ταχύτερη και έγκαιρη παραλαβή βασικών πληροφοριών τιμολογίων και έλεγχος από τους κρατικούς φορείς για:
  - Διασταύρωση στοιχείων (π.χ. εγκυρότητα τιμολογίων)
  - Καταβολή ΦΠΑ
  - Μείωση κόστους διαχείρισης τιμολογίων στις επιχειρήσεις (έχει υπολογιστεί ότι το μέσο κόστος κυμαίνεται από 4€ έως 10€)
  - Μείωση κόστους συνολικά στην ελληνική οικονομία

#### 4.3 Πιθανές Πηγές Χρηματοδότησης

Οι παραπάνω παρεμβάσεις μπορούν να χρηματοδοτηθούν μέσω του ΕΣΠΑ και ειδικότερα μέσα από τα Επιχειρησιακά Προγράμματα Διοικητική Μεταρρύθμιση και Ψηφιακή Σύγκλιση. Ειδικότερα, μια πλήρης μελέτη ωρίμανσης για την υιοθέτηση της Ηλεκτρονικής Τιμολόγησης θα μπορούσε να αποτελέσει τον προπομπό για την αναζήτηση των ειδικότερων δράσεων (ΕΠ Διοικητική Μεταρρύθμιση), ενώ μέσω της Ψηφιακής Σύγκλισης θα μπορούσε να χρηματοδοτηθεί ο πλήρης επιχειρησιακός και τεχνολογικός σχεδιασμός του όλου εγχειρήματος.

Την τρέχουσα χρονική περίοδο έχει προκηρυχτεί από το Υπουργείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας το νέο πρόγραμμα (digi-retail) του ΕΣΠΑ που έχει ως στόχο τη βελτίωση της αξιοποίησης των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών από

τις επιχειρήσεις του κλάδου λιανικής. Στο πλαίσιο του προγράμματος στήριξης του λιανεμπορίου, οι επιχειρήσεις μπορούν να επιδοτηθούν για την αναδιοργάνωση και εξοικονόμηση πόρων, την εξωστρέφεια - προώθηση – επικοινωνία. Ενδεικτικές δράσεις που μπορούν να χρηματοδοτηθούν και συνάδουν με την ηλεκτρονική τιμολόγηση περιλαμβάνουν την πλήρη αυτοματοποίηση και ηλεκτρονική παρακολούθηση προϊόντων και αποθεμάτων, με ηλεκτρονική έκδοση παραστατικών μέσω χρήσης φορολογικών μηχανισμών (ΕΑΦΔΣΣ) ή και φορολογικών εκτυπωτών (ΑΔΗΜΕ), την ηλεκτρονική τιμολόγηση (e-invoicing) ή/και έκδοση αποδείξεων λιανικής με ταυτόχρονη ηλεκτρονική αρχειοθέτηση σύμφωνα με την οδηγία 2001/115/ΕΚ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τον Ελληνικό ΚΒΣ, υπηρεσίες ηλεκτρονικών πληρωμών (e-payments), αυτοματοποιημένη ανταλλαγή πληροφοριών για τη διακίνηση και διαθεσιμότητα προϊόντων μεταξύ υποκαταστημάτων, μέσω online επικοινωνίας, κτλ.

Επιπλέον δράσεις που θα μπορούσαν να χρηματοδοτηθούν από το ΕΣΠΑ (ΕΠ Διοικητική Μεταρρύθμιση και ΕΠ Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού) περιλαμβάνουν την εκπαίδευση της Δημόσιας Διοίκησης στη μεταβατική περίοδο, την υλοποίηση ενεργειών ευαισθητοποίηση των επιχειρήσεων, αλλά και τη αναζήτηση της απαραίτητης νομοθετικής προσαρμογής (π.χ. απούλοποίηση του Δελτίου Αποστολής).

Επίσης, μέσω του ΕΠ Διοικητική Μεταρρύθμιση και στο πλαίσιο αναζήτησης της βιωσιμότητας ενός ολοκληρωμένου σχεδίου δράσης δύναται να χρηματοδοτηθεί μια πλήρης μελέτη για την αναζήτηση των διοικητικών επιβαρύνσεων που μπορούν να εξαλειφτούν με την σταδιακή προσαρμογή της δημόσιας διοίκησης αλλά και των επιχειρήσεων στην ηλεκτρονική τιμολόγηση. Αυτό συνάδει και με την γενικότερη προσπάθεια που γίνεται από την πολιτεία αλλά και από την επιχειρηματική κοινότητα για την μείωση του διοικητικού βάρους των επιχειρήσεων όπως ορίζεται και από το ΜΟΧΠ (στόχος μείωσης 20% έως τον Σεπτέμβριο του 2011 και 25% έως το 2013), αλλά και την άρση σημαντικών εμποδίων για την επιχειρηματικότητα.

Τέλος, αναφορικά με την υιοθέτηση μοντέλων 2 corner και με βάση τα συμπεράσματα από την παραπάνω μελέτη βιωσιμότητας, μπορούν να ενεργοποιηθούν κρατικές ενισχύσεις (π.χ. Ψηφιακές Ενισχύσεις) για την χρηματοδότηση μέσω ΕΣΠΑ σχετικών υποδομών που θα καλύπτουν τις απαιτήσεις που θα τεθούν από την πολιτεία αναφορικά με τα πρότυπα που θα ακολουθήσει το μοντέλο ηλεκτρονικής τιμολόγησης που τελικά θα προκριθεί.

#### 4.4 Επόμενες ενέργειες / Αξιολόγηση Αποτελεσμάτων

Όπως προαναφέρθηκε, βασική προϋπόθεση για την υλοποίηση των παραπάνω παρεμβάσεων είναι η ανάλυση της βιωσιμότητάς τους μέσω μιας πλήρους μελέτης επιπτώσεων, η οποία θα δρομολογήσει τις ειδικότερες δράσεις για την πλήρη υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

Το σχέδιο δράσης που τελικά θα υιοθετηθεί για την πλήρη υιοθέτηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης θα πρέπει να εκτίνεται σε χρονικό διάστημα ικανό να επιτρέψει την σταδιακή προσαρμογή του ελεγκτικού μηχανισμού αλλά και των επιχειρήσεων. Ενδεικτικά, σε ορίζοντα



3-ετίας το σχέδιο δράσης θα μπορούσε να περιλαμβάνει:

- Άμεση οριστικοποίηση του λειτουργικού και επιχειρησιακού σχεδιασμού
- Προσαρμογή του θεσμικού πλαισίου (π.χ. πρότυπα επικοινωνίας, στόχος πλήρους υιοθέτησης ηλεκτρονικής τιμολόγησης)
- Άμεση έναρξη υλοποίησης των κεντρικών υποδομών στη δημόσια διοίκηση
- Σταδιακή προσαρμογή των επιχειρήσεων ανάλογα με τον κύκλο εργασιών τους σε συνδυασμό με φορολογικά κίνητρα
- Σταδιακή προσαρμογή των Οργανισμών του Δημοσίου με παράλληλη εκπαίδευση των χρηστών
- Σταδιακή υλοποίηση του εγχειρήματος με συγκεκριμένα ορόσημα που θα συμβαδίζουν με την πορεία ενεργοποίησης του πλήρους σχεδιασμού

Η αξιολόγηση της πορείας υλοποίησης θα περιλαμβάνει την παρακολούθηση συγκεκριμένων δεικτών, οι οποίοι θα είναι προκαθορισμένοι, ενώ θα δίνεται η δυνατότητα προσαρμογής εάν αυτό κριθεί απαραίτητα με βάση τα αποτελέσματα της αξιολόγησης.

5 ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζονται τα βασικά βήματα της διαδικασίας ηλεκτρονικής τιμολόγησης.

LT-2040 Ηλεκτρονική Τιμολόγηση Προϊόντων

