



# ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ

## e-Invoicing

**softone**  
more than software

Στο παρόν whitepaper εξετάζεται **η έννοια αλλά και η αναγκαιότητα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης (e-Invoicing) για τις επιχειρήσεις της ελληνικής αγοράς**. Θέματα νομοθεσίας, πρακτικές, αλλά και τα οφέλη του e-Invoicing, εξετάζονται ενδελεχώς ώστε ο αναγνώστης να αποκτήσει μία πλήρη, όσο και σφαιρική άποψη του ζητήματος.

---

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

---

|                               |          |
|-------------------------------|----------|
| Τι είναι το e-Invoicing       | <b>3</b> |
| Η ελληνική πραγματικότητα     | <b>3</b> |
| Χαρακτηριστικά υπηρεσιών      | <b>5</b> |
| Πλεονεκτήματα του e-Invoicing | <b>7</b> |

## 1. Τι είναι το e-Invoicing

Σύμφωνα με την 2001/115/EC οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η ηλεκτρονική τιμολόγηση (e-Invoicing) ορίζεται ως η αποστολή τιμολογίων με ηλεκτρονικά μέσα και περιλαμβάνει τη μετάδοση, αποθήκευση και ψηφιακή επεξεργασία τους. Η εν λόγω οδηγία τέθηκε σε ισχύ από την 1η Ιανουαρίου 2004, οπότε και 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 παραστατικών σε έντυπη μορφή.

Ηλεκτρονικό τιμολόγιο είναι το τιμολόγιο εκείνο, το οποίο έχει εκδοθεί και παραληφθεί σε οποιαδήποτε ηλεκτρονική μορφή. Η ψηφιακή μορφή που θα έχει το ηλεκτρονικό τιμολόγιο είναι στην διακριτική ευχέρεια του εκδότη του. Ως ποιο ενδεικτικός τρόπος είθισται να είναι το συνημμένο αρχείο PDF, σε μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Το ηλεκτρονικό τιμολόγιο θεωρείται ότι εκδόθηκε την χρονική στιγμή που ο εκδότης διαθέσει (αποστείλει) το στοιχείο προς παραλαβή στον λήπτη, δηλαδή όταν ο εκδότης το συντάξει και το αποστείλει με ηλεκτρονικό τρόπο στον λήπτη (άρθρο 232 της 2006/112/ΕΚ).

Θα πρέπει βέβαια να διευκρινιστεί πως τα τιμολόγια που δημιουργούνται σε ηλεκτρονική μορφή (είτε μέσω του μηχανογραφημένου λογιστικού συστήματος του εκδότη είτε μέσω προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένου) και αποστέλλονται έντυπα στον πελάτη, δεν θεωρούνται ηλεκτρονικά τιμολόγια. Αντίθετα, τιμολόγια που εκδόθηκαν έντυπα, σαρώθηκαν, αποθηκεύτηκαν σε ηλεκτρονική μορφή και απεστάλησαν μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στον πελάτη μπορούν να θεωρηθούν ηλεκτρονικά. Με λίγα λόγια, το βασικό κριτήριο είναι ο τρόπος αποθήκευσης και διαβίβασης του φορολογικού στοιχείου στον λήπτη (με ηλεκτρονικό τρόπο) και όχι η διαδικασία με την οποία αυτό δημιουργήθηκε αρχικά από τον εκδότη (Κώδικας Φορολογικής Απεικόνισης Συναλλαγών, από 1/1/2013).

## 2. Η ελληνική πραγματικότητα

Η ηλεκτρονική τιμολόγηση δεν είναι άγνωστη στην ελληνική αγορά, καθώς από το 2006, μια ευρεία ποικιλία επιχειρήσεων είχε ήδη ξεκινήσει να την εφαρμόζει με τρόπο οργανωμένο και αυτοματοποιημένο, μέσω παρόχων ηλεκτρονικής τιμολόγησης, προσβλέποντας στα πλεονεκτήματα που αυτή θα έφερνε στο επιχειρείν. Η Ελλάδα τοποθετείται, σύμφωνα με επίσημα στοιχεία, πάνω από το μέσο όρο των ευρωπαϊκών κρατών στο θέμα της ηλεκτρονικής ανταλλαγής τιμολογίων και έχει μια συνεχή δυναμική ανάπτυξη.

Σύμφωνα με στοιχεία έρευνας του ΣΕΒ, οι επιχειρήσεις που αξιοποιούν

3-4 €

ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ (ΟΠΑ) ΥΠΟΛΟΓΙΣΕ ΤΟ ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΑ 3-4 ΕΥΡΩ ΑΝΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ, ΕΝΩ ΣΕ ΟΡΙΣΜΕΝΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΕΚΡΙΝΕ ΟΤΙ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΞΕΠΕΡΝΑΕΙ ΚΑΙ ΤΑ 5-7 ΕΥΡΩ ΑΝΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ.

τα ηλεκτρονικά τιμολόγια ανήκουν κυρίως στην αγορά του λιανικού εμπορίου, η οποία χαρακτηρίζεται από μεγάλο όγκο συναλλαγών και ανταλλασσόμενων τιμολογίων αντίστοιχα. Ήδη περίπου το 70–80% της αγοράς είναι συνδεδεμένο με υπηρεσίες ηλεκτρονικής ανταλλαγής παραστατικών και ειδικά τιμολογίων.

Επιπλέον, σύμφωνα με την έρευνα του ELTRUN (του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών), είναι σημαντικό το ποσοστό των επιχειρήσεων-χρηστών ηλεκτρονικών τιμολογίων που χρησιμοποιεί ενδιάμεσους (παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης) για την ανταλλαγή ηλεκτρονικών τιμολογίων. Μάλιστα, ακόμα μεγαλύτερο είναι το ποσοστό εκείνων των επιχειρήσεων που δέχθηκε ουσιαστική βοήθεια από ειδικούς της αγοράς για την υλοποίηση του έργου της ηλεκτρονικής τιμολόγησης. Πρόκειται προφανώς για ένα ακόμα στοιχείο ωριμότητας της αγοράς, καθώς δείχνει ότι υπάρχουν ειδικοί και εταιρείες που διαθέτουν την τεχνογνωσία προκειμένου να προσφέρουν υπηρεσίες του είδους.

Σε κάθε περίπτωση, σύμφωνα με τα στοιχεία του ΣΕΒ, το 95% των ηλεκτρονικών τιμολογίων διακινούνται μέσω ενδιάμεσων φορέων. Το γεγονός αυτό καταδεικνύει πως ο μέσος όγκος των τιμολογίων που διακινείται είτε μέσω e-mail είτε μέσω απευθείας επικοινωνίας προμηθευτή – πελάτη είναι αρκετά μικρός.

Όπως προαναφέρθηκε, η πλειονότητα των εταιρειών 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 αλλά και επέκτασης, συνοδεύεται με υποστήριξη από εξειδικευμένους στον χώρο συνεργάτες και δεν απαιτεί ιδιαίτερο εξοπλισμό ή λογισμικό.

Πρέπει να γνωρίζουμε πως το e-Invoicing αφορά, σε πρώτο επίπεδο, αγορές B2B και ένα ευρύτατο φάσμα παραγωγικών, μεταποιητικών και εμπορικών επιχειρήσεων, καθώς και επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών. Εδώ και αρκετά χρόνια, μεγάλες εταιρείες, ιδιαίτερα αλυσίδες τροφίμων (τόσο διεθνώς όσο και στην Ελλάδα), αξιοποιούν τα συνδυασμένα οφέλη της ηλεκτρονικής τιμολόγησης μαζί με υπηρεσίες EDI, έτσι ώστε να εξασφαλίζουν άμεση, αξιόπιστη και αυτόματη καταχώρηση ενός τεράστιου πλήθους τιμολογίων των προμηθευτών τους στο μηχανογραφικό τους σύστημα (ERP). Οι διαθέσιμες λύσεις προσφέρονται συνήθως στο cloud, προσδίδοντας ευελιξία, δίχως να απαιτείται η ανάγκη οποιασδήποτε επιπλέον εμπλοκής του πελάτη.

Εντούτοις, αν και η χρήση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης σε πανευρωπαϊκό επίπεδο είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη, στην Ελλάδα δεν έχει αξιοποιηθεί ακόμα πλήρως η δυναμική της – τα διαθέσιμα εργαλεία και εφαρμογές δεν έχουν την διείσδυση που θα έπρεπε, και αυτό πολλές φορές οφείλεται και σε παράγοντες όπως:

\* Η αδυναμία προσαρμογής τόσο των υφιστάμενων συστημάτων όσο και των διαθέσιμων πρακτικών φορολογικού ελέγχου στις εφαρμογές ηλεκτρονικής τιμολόγησης, καθώς και

\* Η ασάφεια και τα κενά του υφιστάμενου θεσμικού πλαισίου, ανάμεσα σε άλλα.

**5€**

ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΤΟ ΟΦΕΛΟΣ ΑΝΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ ΕΚΤΙΜΑΤΑΙ ΟΤΙ ΞΕΠΕΡΝΑ ΤΑ 5 ΕΥΡΩ, ΕΝΩ ΕΑΝ ΣΥΜΠΕΡΙΛΗΦΘΕΙ ΚΑΙ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΚΤΥΠΩΣΗ ΚΑΙ ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟΥ– ΔΕΛΤΙΟΥ ΑΠΟΣΤΟΛΗΣ (1,5-2 ΕΥΡΩ/ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ), ΤΟ ΟΦΕΛΟΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΞΕΠΕΡΑΣΕΙ ΚΑΙ ΤΑ 7 ΕΥΡΩ/ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ.

Σε κάθε περίπτωση, όμως, τα σημαντικά πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης δείχνουν να κερδίζουν έδαφος, ενώ σύγχρονες λύσεις (όπως η υπηρεσία ηλεκτρονικής τιμολόγησης eINVOICE της Softone) προσδίδουν το απαραίτητο κύρος στην πρακτική αυτή.

### 3. Χαρακτηριστικά υπηρεσιών

Δεδομένης της ολοένα και αυξανόμενης παρουσίας και επέκτασης των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης στην ελληνική αγορά, καλό είναι να σταθούμε στα χαρακτηριστικά που ενσωματώνει μια ολοκληρωμένη υπηρεσία. Η υπηρεσία αυτή θα πρέπει να λειτουργεί στη λογική της αυτοματοποίησης σε όλα τα στάδια της τιμολόγησης, διασφαλίζοντας την εύρυθμη λειτουργία της διαδικασίας, τόσο για τον αποστολέα όσο και για τον παραλήπτη.

**Σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, προβλέπεται 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).

Η ανταλλαγή ηλεκτρονικών τιμολογίων τυπικά εκτελείται, είτε με απευθείας αποστολή του ηλεκτρονικού τιμολογίου από τον εκδότη στον παραλήπτη του είτε –συνηθέστερα– μέσω παρόχου υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης, ο οποίος τελικά υποστηρίζει και συνολικά τη διαχείριση των τιμολογίων μιας επιχείρησης.

Με τον τρόπο αυτόν διασφαλίζεται ταυτόχρονα και η 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. Στη δεύτερη περίπτωση, μάλιστα, εξασφαλίζεται και η μείωση του κόστους υλοποίησης και λειτουργίας, αν και –κατά περίπτωση– η συνδεσιμότητα μεταξύ των επιχειρήσεων μπορεί να αποδειχθεί περίπλοκη.

Οι υπηρεσίες παρόχου ηλεκτρονικής τιμολόγησης συνήθως αποτελούνται από τη διαβίβαση, τη διαχείριση διαφωνιών, την αρχειοθέτηση τιμολογίων, καθώς και την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων (EDI), εξασφαλίζοντας την ακεραιότητα, την αυθεντικότητα και την αναγνωσιμότητά τους. Οι υπηρεσίες

62%

Η ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΥ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΣΣΟΜΕΝΩΝ ΜΕΡΩΝ, ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΟΔΗΓΗΣΕΙ ΣΕ ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ ΕΩΣ 57% ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΕΚΔΟΤΗ ΚΑΙ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΑ, ΕΩΣ 62% ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΠΑΡΑΛΗΠΤΗ!

αυτές συνήθως χρεώνονται αυτοτελώς, βάσει του αριθμού των τιμολόγιων που διακινούνται.

**Συγκεκριμένα, οι λειτουργίες των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης, τις οποίες προσφέρουν οι πάροχοι, μπορούν να περιγραφούν ως εξής:**

#### > **Αποστολή**

Το παραστατικό της επιχείρησης αποστέλλεται αυτοματοποιημένα και με ασφάλεια στην ενδιάμεση υπηρεσία του παρόχου, αμέσως μόλις ολοκληρωθεί η δημιουργία του. Συνήθως προσφέρεται και η δυνατότητα αποστολής διαφόρων συνοδευτικών εγγράφων (π.χ. αναλυτικές χρεώσεις τιμολογίου, αποδεικτικά χρεώσεων κ.ο.κ.), τα οποία μπορούν να αποσταλούν ως συνημμένα στα σχετικά τιμολόγια. Ακόλουθα, η υπηρεσία με τη σειρά της, ειδοποιεί άμεσα τον παραλήπτη. Μάλιστα, σε περιπτώσεις παρόχων όπως η Softone, προσφέρεται και η ευκολία διασύνδεσης με το ERP ή το σύστημα τιμολόγησης της επιχείρησης, διασφαλίζοντας την άμεση διαβίβαση των παραστατικών, τη στιγμή της έκδοσής τους.

#### > **Σήμανση – Εναρμόνιση**

Η συνέχεια της διαδικασίας απαιτεί τη σήμανση του παραστατικού από την υπηρεσία ηλεκτρονικής τιμολόγησης, με στόχο την πιστοποίησή του, προκειμένου να διασφαλιστεί η σύννομη προς την εκάστοτε φορολογική αρχή, διασφάλιση της επιχείρησης-πελάτη. Πρόκειται για ένα ζήτημα ζωτικής σημασίας, μιας και θα πρέπει να υπάρχει πλήρης εναρμόνιση και συμμόρφωση με τα όσα ορίζουν τα Ελληνικά Λογιστικά Πρότυπα (ΕΛΠ). Συγκεκριμένα, θα πρέπει να πιστοποιείται η αυθεντικότητα προέλευσης, η ακεραιότητα του περιεχομένου και ως εκ τούτου να εξασφαλίζεται και η αναγνωσιμότητά τους.

#### > **Ηλεκτρονική παράδοση**

Αφότου ολοκληρωθεί η διαδικασία της σήμανσης του παραστατικού, ξεκινάει εκείνη της προώθησής του, για την ηλεκτρονική παράδοσή του στον παραλήπτη. Ο τρόπος που η λειτουργία αυτή επιτυγχάνεται είναι ο εξής: Η υπηρεσία ειδοποιεί τον παραλήπτη με email, το οποίο περιλαμβάνει έναν σύνδεσμο (link), μέσω του οποίου μπορεί να συνδεθεί στο web portal της υπηρεσίας. Ακόλουθα, ο παραλήπτης θα πρέπει να το αποδεχθεί, να το εκτυπώσει ή να το παραλάβει, επιλέγοντας την επιθυμητή μορφή αρχείου, PDF ή δομημένων δεδομένων. Η διαδικασία αυτή είναι αυτοματοποιημένη, εγγυημένη και απολύτως ασφαλής.

#### > **Διαχείριση**

Οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής τιμολόγησης έχουν σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο, ώστε να είναι λειτουργικές, απλές και σαφείς, προσφέροντας φιλικό και εύχρηστο περιβάλλον εργασίας. Με τον τρόπο αυτόν διευκολύνεται η παρακολούθηση και διαχείριση σε πραγματικό χρόνο (real time) των παραστατικών της επιχείρησης. Σε κάθε περίπτωση, βέβαια, οι πάροχοι των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης, ενσωματώνουν χαρακτηριστικά ελέγχου για τον ακριβή χρόνο που θα αποσταλούν τα τιμολόγια, με τη μορφή χρονοπρογραμματισμού και εγκρίσεων αποστολής τους, ώστε ο πελάτης τους να έχει τον τελικό «λόγο».

#### > **Ενημέρωση – Παρακολούθηση**

Πρόκειται για ένα απαραίτητο στάδιο της διαδικασίας, μιας και οι επιχειρήσεις θα μπορούν να συνδεθούν με ασφάλεια στην υπηρεσία ηλεκτρονικής τιμολόγησης από παντού, με οποιαδήποτε συσκευή, ώστε να ενημερώνονται πλήρως για τα παραστατικά που τις αφορούν. Αυτό σημαίνει πως ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να τα αποδεχθεί ή να τα απορρίψει, να τα παραλάβει στη μορφή που επιθυμεί, να τα σχολιάσει, να ανακτήσει τα αρχειοθετημένα και να ενημερωθεί από διαδραστικά διαφημιστικά μηνύματα που πιθανώς να τα συνοδεύουν. Επιπλέον, καθίσταται δυνατή η γνώση τού κατά

πόσον ο αποδέκτης έχει λάβει γνώση, σχολιάσει, αμφισβητήσει ή αποδεχθεί το σχετικό παραστατικό. Σε περίπτωση διαφωνίας, μάλιστα, τόσο ο αποστολέας όσο και ο παραλήπτης, θα μπορούν να ανταλλάξουν σχόλια, τα οποία με τη σειρά τους καταγράφονται και «ακολουθούν» το παραστατικό σε όλη την πορεία του.

#### > Έλεγχος - Αρχαιοθέτηση

Το σύνολο των παραστατικών που αποστέλλονται μέσω της υπηρεσίας ηλεκτρονικής τιμολόγησης, αρχειοθετείται για όσο χρονικό διάστημα επιθυμεί ο εκδότης τους (η υπηρεσία της Softone προσφέρει 5 έτη από την ημερομηνία έκδοσης του ή περισσότερο μετά από συμφωνία).

#### > Ασφάλεια

Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται από τους παρόχους υπηρεσιών ηλεκτρονικής τιμολόγησης στο φλέγον ζήτημα της ασφάλειας, προκειμένου να διασφαλιστούν οι συναλλαγές. Υπηρεσίες, όπως αυτή της Softone, προσφέρουν πιστοποιήσεις ISO/IEC 20000-1:2011 για τις υπηρεσίες και τον έλεγχό τους, (SMS) και ISO/IEC 27001:2005 για την ασφάλεια δεδομένων (ISMS) και ιδιαίτερα πρωτόκολλα ασφαλείας SSL, για την πρόσβαση μόνο από εξουσιοδοτημένους χρήστες. Ταυτόχρονα, η υπηρεσία εγγυάται τη μέγιστη ασφάλεια στη διαχείριση των δεδομένων της επιχείρησης στο cloud της πλατφόρμας Microsoft Windows Azure.

#### > Αναζήτηση και Ανάκτηση

Τα παραστατικά θα πρέπει να είναι διαθέσιμα ανά πάσα στιγμή, και στα δύο ενδιαφερόμενα μέρη. Αυτό σημαίνει πως, για παράδειγμα, σε περίπτωση διαφωνίας ή ελέγχου από αρμόδια φορολογική αρχή, θα είναι εύκολο να αναζητηθούν με ελεύθερο κείμενο (full text search) και βάσει διαφόρων κριτηρίων (επωνυμία προμηθευτή, ΑΦΜ, ημερομηνία, ποσό τιμολογίου κ.ο.κ.) και να ανακτηθούν μέσω της υπηρεσίας παροχής ή μέσω QR code, προκειμένου να τεκμηριωθεί η αυθεντικότητα και η ακεραιότητά τους.

## 4. Πλεονεκτήματα του e-Invoicing

Η παραδοσιακή μορφή της τιμολόγησης περιλαμβάνει την έκδοση, την εκτύπωση, την τοποθέτηση σε φάκελο και τελικά την αποστολή (μέσω ταχυδρομείου ή courier) από τον εκδότη του παραστατικού.

Αντίστοιχα, η διαδικασία απαιτεί την παραλαβή, την αρχειοθέτηση και την καταχώρηση του σχετικού αυτού παραστατικού από τον παραλήπτη.

Πρόκειται, προφανώς, για μια διαδικασία που είναι αφενός χρονοβόρα και παρωχημένη και αφετέρου κοστοβόρα από όλες τις απόψεις. Η ηλεκτρονική τιμολόγηση έχει ως άμεσο αποτέλεσμα την απαλλαγή της επιχείρησης από εργασίες που απορροφούν σημαντικούς πόρους και προσθέτουν πολυπλοκότητα και υψηλό κόστος.

2,5 δις

ΤΟ ΠΟΣΟ ΠΟΥ ΜΠΟΡΕΙ ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΘΕΙ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ, ΕΚΤΙΜΑΤΑΙ ΟΤΙ ΚΥΜΑΙΝΕΤΑΙ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟ 1,2 ΔΙΣ ΕΥΡΩ ΕΤΗΣΙΩΣ. ΜΕΛΕΤΗ ΤΟΥ ΟΠΑ ΚΑΝΕΙ ΛΟΓΟ ΓΙΑ 2,5 ΔΙΣ ΕΥΡΩ ΑΝΑ ΕΤΟΣ, ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΠΟΥ ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΘΟΥΝ ΚΑΙ ΤΑ ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΟΦΕΛΗ ΤΗΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ ΣΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΣ.

Σύμφωνα μάλιστα με έρευνα του ΣΕΒ, οι εταιρείες οι οποίες έχουν ενσωματώσει την ηλεκτρονική τιμολόγηση στην καθημερινή λειτουργία τους, έχουν παράλληλα δημιουργήσει επιπλέον εφαρμογές (π.χ. ηλεκτρονικές παραγγελίες, ηλεκτρονικός τιμοκατάλογος κ.λπ.), ως παρεπόμενο της αξιοποίησης της δυναμικής που προσφέρει η ηλεκτρονική τιμολόγηση. Μάλιστα, φαίνεται πως η ηλεκτρονική τιμολόγηση μέσω ενδιάμεσου παρόχου δημιουργεί σημαντικά οφέλη για την επιχείρηση (περίπου 60% μείωση του διοικητικού κόστους).

Μελέτη του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ) υπολόγισε το συνολικό κόστος της παραδοσιακής τιμολόγησης για τις ελληνικές επιχειρήσεις στα 3-4 ευρώ ανά τιμολόγιο, ενώ σε ορισμένες περιπτώσεις έκρινε ότι μπορεί να ξεπερνάει και τα 5-7 ευρώ ανά τιμολόγιο. Ειδικότερα, το κόστος ανά τιμολόγιο για εταιρείες 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 προαναφερθέντα, στην περίπτωση της Ελλάδας, το όφελος ανά τιμολόγιο εκτιμάται ότι ξεπερνά τα 5 ευρώ, ενώ εάν συμπεριληφθεί και το κόστος από την εκτύπωση και αρχειοθέτηση του τιμολογίου— δελτίου αποστολής (1,5-2 ευρώ/τιμολόγιο), το όφελος μπορεί να ξεπεράσει και τα 7 ευρώ/τιμολόγιο.

Παρόλο που 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 ευρώ ετησίως (μελέτη του ΟΠΑ κάνει λόγο για οφέλη που μπορούν να ξεπεράσουν τα 2,5 δις ευρώ ανά έτος, σε περίπτωση που ενσωματωθούν και επιπλέον οφέλη της ηλεκτρονικής τιμολόγησης στην επιχειρησιακή λειτουργία της εταιρείας).

Σε αυτά τα δεδομένα θα πρέπει να συνυπολογίσουμε και 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.

Μέσω της ηλεκτρονικής τιμολόγησης, η εξοικονόμηση για την επιχείρηση εκτιμάται ότι ξεπερνά το 60% του κόστους ανά τιμολόγιο, εξαιτίας της σημαντικής μείωσης κόστους όσον αφορά την ηλεκτρονολόγηση 33 εκατομμυρίων γραμμών τιμολογίων από τους παραλήπτες και τη συνεπαγόμενη μείωση λαθών. Επιπλέον, η διαδικασία έχει ως αποτέλεσμα την ταχύτερη πληρωμή και συμφωνία μεταξύ επιχειρήσεων, αλλά και την κατάργηση του χαρτιού, η οποία συνεπάγεται μείωση τόσο σε κόστος αποθήκευσης όσο και σε έξοδα εκτύπωσης, αποστολής κ.ο.κ.

Είναι επίσης, προφανές, πως επιτυγχάνεται πλήρης αξιοποίηση της ηλεκτρονικής τιμολόγησης στις περιπτώσεις που τα εκδιδόμενα παραστατικά διαβιβάζονται, μέσω του παρόχου ηλεκτρονικής τιμολόγησης, με κοινό και ενιαίο δομημένο τύπο, οπότε και καταχωρούνται αυτόματα, απευθείας στο μηχανογραφικό σύστημα του αποδέκτη (EDI).

Μια ακόμα παράμετρος είναι το γεγονός πως η άμεση έκδοση, επεξεργασία και παράδοση των τιμολογίων ενισχύει το cash flow της επιχείρησης, καθώς περιορίζει αισθητά τον αριθμό ημερών που απαιτούνται για την είσπραξη των τιμολογίων (πρόκειται για το δείκτη DSO: Days Sales Outstanding). Στο θέμα της αμεσότητας συμβάλλει βεβαίως και η 24/7 πρόσβαση της επιχείρησης στα τιμολογία της, από όποια τοποθεσία και οποιασδήποτε συσκευή, χάρη στην αυτόματη και ασφαλή αρχειοθέτησή τους.

Η ολοκληρωμένη διαδικασία αυτοματισμού μεταξύ των συναλλασσομένων μερών, (ξεκινώντας από την αγορά και καταλήγοντας στην πληρωμή), αποδεικνύει και το μέγιστο οικονομικό πλεονέκτημα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης.



Σύμφωνα με τα στοιχεία, η εξοικονόμηση μπορεί να φθάσει έως 57% από την πλευρά του εκδότη ηλεκτρονικών τιμολογίων, ενώ από την πλευρά του παραλήπτη το 62%, συμπεριλαμβανομένης της πληρωμής και της αρχειοθέτησης. Σε αυτά, να προσθέσουμε την ελαχιστοποίηση του κόστους καταχώρησης για τον αποδέκτη, αλλά και την ελαχιστοποίηση των λαθών επεξεργασίας παραστατικών, όταν συνδέεται με EDI.

**Κάποια ακόμα άμεσα πλεονεκτήματα της ηλεκτρονικής τιμολόγησης είναι:**

- \* Η συμβατότητα και συνδεσιμότητα με οποιουδήποτε τύπου λογιστική μηχανογράφηση,
- \* Η αυταπόδεικτη διαφάνεια των διεπιχειρησιακών συναλλαγών,
- \* Η σαφής και αποδεδειγμένη βελτίωση της ροής οικονομικών (B2B) πληροφοριών,
- \* Η ταχύτερη διανομή σε πολλαπλούς επιχειρηματικούς εταίρους και
- \* Η ακόμα πιο εύκολη επέκταση σε πλειάδα εμπορικών συνεργατών.

Στα άμεσα οικονομικά οφέλη για την επιχείρηση, οφείλουμε να παραθέσουμε και εκείνα που σχετίζονται με το περιβάλλον και την προστασία του. Προφανώς η μείωση της κατανάλωσης χαρτιού που δαπανάται καθημερινά σε άσκοπες εκτυπώσεις, και του κόστους ενέργειας για τη μεταφορά, συνεπάγονται εξοικονόμηση άνθρακα αντίστοιχη με μείωση των εκπομπών CO2 κατά ένα εκατομμύριο τόνους ετησίως, για την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Συμπερασματικά, τώρα πλέον που ο νέος ΚΦΑΣ έχει ως αποτέλεσμα ένα απλούστερο φορολογικό «τοπίο» σε σχέση με το παρελθόν, γίνεται σαφές πως η ηλεκτρονική τιμολόγηση αποτελεί τη βέλτιστη δυνατή επιλογή για όλες τις επιχειρήσεις, οι οποίες διακινούν μεγάλο αριθμό παραστατικών. Το αποτέλεσμα, όπως είδαμε, είναι οικονομία, ταχύτητα και αξιοπιστία στις συναλλαγές.

Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του ΣΕΒ, ήδη οι κρατικές προμήθειες σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες τιμολογούνται μόνο ηλεκτρονικά και σύντομα θα συμβεί το ίδιο και στη χώρα μας.

Τέλος, να σημειώσουμε πως στόχος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής είναι η ηλεκτρονική τιμολόγηση να καταστεί η κυρίαρχη μέθοδος τιμολόγησης σε όλη την επικράτεια της Ευρώπης μέχρι το 2020.

**80%**

ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑ ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ, ΕΙΔΙΚΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟΥ (ΑΠΟΤΕΛΟΥΝ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΜΕ ΤΗΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΕΚΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ) ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΜΕΙΩΘΕΙ ΚΑΤΑ ΠΕΡΙΠΟΥ 80% ΜΕ ΤΗΝ ΠΛΗΡΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΤΙΜΟΛΟΓΙΩΝ.



## Soft One Technologies A.E.

---

### **Αθήνα**

Λ. Κατσώνη & Αχιλλέως 8, 176 74, Καλλιθέα, Τηλ.: +30 211 10 22222, Fax: +30 210 9484094, E-mail: info@softone.gr

### **Θεσσαλονίκη**

Ι. Τσαλουχίδη 4, 542 48, Θεσσαλονίκη, Τηλ.: +30 2310 334644, Fax: +30 2310 334639, E-mail: info@softone.gr

### **Ρουμανία (SC SoftOne Open Enterprise Solutions SRL)**

Str. Av. Stefan Sanatescu nr.25. Sector 1, Bucuresti, Romania, Tel: +40 212 24 3925, E-mail: info@softone.ro

---