

**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ**



**ΘΕΜΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ:**

**ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ**

**ΚΑΤΕΡΙΝΗΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΣΕ ΑΥΤΟΥΣ ΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ  
ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΠΟ ΤΑ ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ**

**ΦΟΙΤΗΤΗΣ:**

**ΣΥΡΑΝΙΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

**A.M. 233/10**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:**

**Δρ ΒΑΓΗΣ ΣΑΜΑΘΡΑΚΗΣ, ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ**

**ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2019**

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία σηματοδοτεί το τέλος των σπουδών μου στο Τμήμα Λογιστικής και χρηματοοικονομικής του ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Μέσα από τις επόμενες γραμμές θα ήθελα να εκφράσω τις ειλικρινείς μου ευχαριστίες στον επιβλέποντα καθηγητή της παρούσας εργασίας Κύριο Βαγή Σαμαθρακή κυρίως για την εμπιστοσύνη που μου έδειξε, την ενθάρρυνση του για τη διεκπεραίωση της εργασίας, την πολύτιμη βοήθεια του για την επίλυση διαφόρων θεμάτων και τη συμβολή του στην επιτυχή ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας.

Ακόμη θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους εκείνους τους ανθρώπους, καθηγητές, συμφοιτητές, φίλους και λοιπούς, με τους οποίους ανέπτυξα ειλικρινείς και αμφίδρομες σχέσεις και με βοήθησαν να αναπτύξω μια ξεχωριστή δική μου προσωπικότητα.

Για να πραγματοποιηθεί η παρούσα πτυχιακή έπρεπε να χρησιμοποιηθούν ερωτηματολόγια τα οποία δόθηκαν σε επιχειρήσεις, ώστε η έρευνα μου να είναι πιο αξιόπιστη. Για αυτό και δεν πρέπει να παραλείψω να ευχαριστήσω όλους εκείνους που αφιέρωσαν λίγο από τον ελεύθερό τους χρόνο, ώστε να με βοηθήσουν στην διεξαγωγή της έρευνάς μου.

Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω την οικογένειά μου που με στήριξε όλα τα χρόνια των σπουδών μου και στάθηκε δίπλα μου μέχρι τέλους.

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα Πτυχιακή εργασία με τίτλο «Βαθμός ικανοποίησης των επιχειρηματιών της Κατερίνης από τις παρεχόμενες σε αυτούς λογιστικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες από τα ιδιωτικά λογιστικά» εκπονήθηκε στα πλαίσια της ολοκλήρωσης των προϋποθέσεων, για τη λήψη του πτυχίου μου από το Α.Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης, τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής, με έδρα την Σίνδο της Θεσσαλονίκης. Η ανάληψή της ορίστηκε τον Μάρτιο του 2018, με υπεύθυνο καθηγητή τον κ. Βαγή Σαμαθρακή. Η ολοκλήρωσή της πραγματοποιήθηκε εντός των προβλεπόμενων, από το Α.Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης, χρονικών ορίων, τον Ιανουάριο του 2019.

Επέλεξα αυτό το θέμα διότι ασχολούμαι με την διαχείριση δύο ατομικών επιχειρήσεων και μίας Ο.Ε. και έχω πολύ συχνή επαφή με τα ιδιωτικά λογιστικά γραφεία και τους υπαλλήλους τους.

## Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη .....	1
ABSTRACT.....	2
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 <sup>ο</sup> ΔΗΜΟΣ ΚΑΤΕΡΙΝΗΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΤΙΚΗ ΤΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ .....	3
1.1 Ο Δήμος της Κατερίνης και τα κοινωνικά του χαρακτηριστικά.....	3
1.2 Οικονομική δραστηριότητα του δήμου της Κατερίνης.....	4
1.3 Ο ορισμός του επιχειρηματία.....	5
1.4 Η επιχειρηματικότητα στην Πιερία.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 <sup>ο</sup> ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ.....	10
2.1 Ορισμός της Λογιστικής .....	10
2.2 Χρηματοοικονομική ανάλυση .....	13
2.3 Το επάγγελμα του Λογιστή.....	17
2.3.1 - Ικανότητες και δεξιότητες ενός λογιστή.....	18
2.3.2 Ευθύνη του λογιστή .....	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 <sup>ο</sup> ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ .....	24
3.1 Έννοια και Ορισμός Υπηρεσιών.....	24
3.2 Η ποιότητα υπηρεσιών των λογιστικών γραφείων .....	27
3.3 Ορισμός ικανοποίησης.....	29
3.3.1. Ικανοποίηση επιχειρηματιών .....	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 <sup>ο</sup> ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ .....	34
4.1 Είδη έρευνας και πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους .....	34
4.2 Ερευνητικοί Στόχοι και Ερωτήματα .....	35
4.3 Μεθοδολογία έρευνας και δείγμα .....	35
4.4 Τρόπος επεξεργασίας των στοιχείων .....	37
4.5 Παρουσίαση και ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας .....	37
Συμπεράσματα .....	53
Βιβλιογραφία .....	57
Παράρτημα .....	61

## Περίληψη

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας είναι να διαπιστωθεί κατά πόσο οι επιχειρηματίες της πόλης της Κατερίνης είναι ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες που λαμβάνουν από τα λογιστικά τους γραφεία και να αναδειχθεί μέσω της έρευνας το επίπεδο των υπηρεσιών που προσφέρουν τα λογιστικά γραφεία της περιοχής εν λόγω περιοχής. Η παρούσα εργασία επιχειρεί αρχικά να περιγράψει τις επιχειρηματικές δραστηριότητες που εντοπίζονται στην Περιοχή της Κατερίνης. Στη συνέχεια περιγράφονται στα στοιχεία που ένας επιχειρηματίας διαθέτει και στη συνέχεια δίνεται ο ορισμός της επιστήμης της Λογιστικής. Παρουσιάζονται οι απαιτήσεις του επαγγέλματος και αναφέρονται οι δεξιότητες εκείνες που είναι απαραίτητες για την αποτελεσματική του άσκηση. Παράλληλα γίνεται περιγραφή της ευθύνης που έχει ένας λογιστής απέναντι στον πελάτη του αλλά και απέναντι στο φορολογικό και νομοθετικό καθεστώς της χώρας του. Ακολουθεί ο ορισμός της υπηρεσίας, ενώ γίνεται προσπάθεια να περιγραφτούν οι ποιοτικές λογιστικές υπηρεσίες. Αποσαφηνίζονται οι έννοιες της ικανοποίησης του πελάτη από τις υπηρεσίες που δέχεται και της ικανοποίησης του επιχειρηματία. Ακολουθεί ποσοτική έρευνα η οποία ευελπιστεί να παρουσιάσει το επίπεδο ικανοποίησης των επιχειρηματιών από τις λογιστικές υπηρεσίες που τους προσφέρονται και να αναδειχθούν οι πιθανοί λόγοι δυσαρέσκειάς τους.

**Λέξεις κλειδιά:** λογιστική επιστήμη, δεοντολογία λογιστή, λογιστικές υπηρεσίες, Ικανοποίηση επιχειρηματιών από λογιστικές υπηρεσίες

## ABSTRACT

The purpose of the paper is to discover whether the entrepreneurs of the city of Katerini are satisfied with the services they receive from their accounting offices and to become known through the research, the quality level of services offered by the accounting offices of the region in question. This paper attempts at first to describe the business activities identified in the Katerini Region. Later on are described the characteristics of the businessmen and then is given the definition of the Accounting science. Then is presented what is required for the practice of the profession of the accountant and also are presented and the skills that are necessary for the effective exercise of it. At the same time, is attempted a description of the responsibility of an accountant towards his client, as well as the tax and legislative status of his country. Also is attempted to described the definition of the terms "service" and "quality of accounting services". Also are clarified the concepts of customer satisfaction from the services he receives and the satisfaction of the entrepreneur. A quantitative survey follows, which hopes to show the level of satisfaction of businessmen from the accounting service offered to them and to highlight the possible reasons for their dissatisfaction.

**Keywords:** Accounting, deontology of accountant, accounting services, satisfaction of businessmen from accounting services

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> ΔΗΜΟΣ ΚΑΤΕΡΙΝΗΣ ΚΑΙ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΤΙΚΗ ΤΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

## 1.1 Ο Δήμος της Κατερίνης και τα κοινωνικά του χαρακτηριστικά

Η πόλη της Κατερίνης βρίσκεται στην ευρύτερη περιοχή της Κεντρικής Μακεδονίας και αποτελεί την πρωτεύουσα του νομού της Πιερίας. Με βάση την απογραφή που διενεργήθηκε το 2011, ο πληθυσμός της ανέρχεται σε περίπου 59 χιλιάδες κατοίκους, ενώ ο πληθυσμός του δήμου της Κατερίνης ανέρχεται σύμφωνα με την ίδια απογραφή στις 86 χιλιάδες κατοίκους. Η μικρή απόσταση που τη χωρίζει από τη Θεσσαλονίκη, λειτούργησε τόσο θετικά για την πόλη, όσο και αρνητικά. Στα θετικά συγκαταλέγεται το γεγονός πως η πόλη της Κατερίνης βρίσκεται κοντά σε ένα μεγάλο κέντρο, σε μια μεγάλη δηλαδή οικονομική αγορά που μπορεί εκεί να διαθέσει τα προϊόντα της. Στα αρνητικά συγκαταλέγεται ο κίνδυνος της συγκέντρωσης των κλάδων της μεταποίησης και των καινοτομιών στο μεγάλο αστικό κέντρο, όπως επίσης και η εξάρτηση της πόλης σε μεγάλο βαθμό από τη Θεσσαλονίκη στον οικονομικό τομέα καθώς μοιράζεται με αυτή το λιμάνι και το αεροδρόμιο.



Εικόνα 1 - Ο Δήμος Κατερίνης

Τα δημογραφικά δεδομένα της Κατερίνης φανερώνουν πως κατά την διάρκεια της δεκαετίας 1991-2001, ο πληθυσμός της περιοχής αυξήθηκε κατά 11%, ενώ κατά την απογραφή του 2011 ο πληθυσμός δεν μεταβλήθηκε σημαντικά. Αυτό όμως που σημειώθηκε ήταν μια μετακίνηση ανθρώπων προς τις τουριστικές περιοχές. (ΕΛΣΤΑΤ, 2011). Η ανεργία στην περιοχή ανέρχεται στο 19%, ποσοστό που είναι μικρότερο σε σχέση με τα επίπεδα της ανεργίας που καταγράφονται στη χώρα

## 1.2 Οικονομική δραστηριότητα του δήμου της Κατερίνης

Η οικονομική δραστηριότητα της περιοχής σχετίζεται με τον πρωτογενή, τον δευτερογενή και τον τριτογενή τομέα της οικονομίας.

Οι κάτοικοι που ασχολούνται με τον πρωτογενή τομέα, δραστηριοποιούνται τόσο στον χώρο της φυτικής όσο και της ζωικής παραγωγής, καθώς τα γεωγραφικά χαρακτηριστικά της περιοχής το επιτρέπουν. Η πρωτογενής φυτική παραγωγή συνίσταται κυρίως από καλλιέργειες σιτηρών, καπνού, βαμβακιού, αμπελιών αλλά και δένδρων όπως κερασιών, καρυδιών, ελιών, ροδακινιών. Επίσης καλλιεργούνται κηπευτικά προϊόντα. Η πρωτογενής ζωική παραγωγή εντοπίζεται στον τομέα της εκτροφής πτηνών, χοίρων, αιγοπροβάτων, βοοειδών και μελισσών.

Πίνακας 1: Κύρια παραγόμενα προϊόντα νομού Πιερίας το έτος 2002

Πεδινή	36,39%	Ημιορεινή	46,66%	Ορεινή	16,95%
<b>Κύρια παραγόμενα προϊόντα πρωτογενούς τομέα (έτος 2002)</b>					
<b>Προϊόν</b>			<b>Ποσότητα (τόνοι)</b>		
Σιτάρι			55.241		
Γάλα			24.414		
Βαμβάκι			16.038		
Καπνός			14.178		
Τομάτες			13.759		
Ροδάκινο			8.127		

Πηγή: ΥΠ.ΕΣ.Δ.Δ.Α. Μελέτη Ανταγωνιστικότητας Κεντρικής Μακεδονίας, 2006

Ο δευτερογενής τομέας παραγωγής είναι περιορισμένος στη περιοχή. Ο κλάδος της μεταποίησης παραμένει σταθερός σε χαμηλά επίπεδα και συνίσταται κυρίως από



οικογενειακές μονάδες, όπως ελαιουργεία και τυροκομεία. Ο κλάδος της βιομηχανίας είναι επίσης περιορισμένος και μάλιστα η πορεία του είναι πτωτική, κυρίως εξαιτίας της τάσης αποβιομηχάνισης στα ενδύματα και ίσως εξαιτίας του γεγονότος πως η Κατερίνη βρίσκεται πολύ κοντά στη περιοχή της Θεσσαλονίκης.

Πίνακας 2: Κυριότεροι κλάδοι δευτερογενούς τομέα νομού Πιερίας το 2001

<b>Κυριότεροι κλάδοι (έτος 2001)</b>	
<b>Κλάδος</b>	<b>Αξία Πωλήσεων (εκ. Ευρώ)</b>
Βιομηχανία τροφίμων & ποτών	64,04
Κατασκευή ειδών ένδυσης, κατεργασία και βαφή γουναρικών	22,98
Κατασκευή μεταλλικών προϊόντων, με εξαίρεση τα μηχανήματα & τα είδη εξοπλισμού	26,02
Κατασκευές	31,75

Πηγή: ΥΠ.ΕΣ.Δ.Δ.Α. Μελέτη Ανταγωνιστικότητας Κεντρικής Μακεδονίας,2006

Ο τριτογενής τομέας παραγωγής καθορίζεται από το γεγονός πως η περιοχή αποτελεί τόπο έλξης τουριστών, τόσο στο παράλιο όσο και στο ορεινό της τμήμα. Γύρω από τη βιομηχανία του τουρισμού έχουν ιδρυθεί ποικίλες επιχειρήσεις, όπως για παράδειγμα ξενοδοχειακές μονάδες, ενοικιαζόμενα δωμάτια, camping, επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο της εστίασης και γενικότερα επιχειρήσεις που παρέχουν κάθε είδους υπηρεσίες αναψυχής (Ε. Κοσμαδάκης, 2015).

Πίνακας 3: Κυριότεροι κλάδοι τριτογενούς τομέα νομού Πιερίας το 2005

<b>Κυριότεροι κλάδοι (έτος 2005)</b>	
<b>Κλάδος</b>	<b>Αριθμός επιχειρήσεων</b>
Εμπορικές επιχειρήσεις	2.252
Ξενοδοχεία (έτος 2005)	305
Επαγγελματικές επιχειρήσεις	4.916

Πηγή: ΥΠ.ΕΣ.Δ.Δ.Α. Μελέτη Ανταγωνιστικότητας Κεντρικής Μακεδονίας,2006

### **1.3 Ο ορισμός του επιχειρηματία**

Μερικοί ειδικοί πιστεύουν πως από τη στιγμή που ο άνθρωπος άρχισε να έχει πολλές ανάγκες, όπως για παράδειγμα αυτή της τροφής, του ρουχισμού, της μεταφοράς και της επικοινωνίας, προέκυψαν τα διάφορα τα επαγγέλματα και η επιχειρηματικότητα που είχαν σαν σκοπό την κάλυψη των αναγκών αυτών. Όσο αναπτύσσεται η κοινωνία, τόσο αναπτύσσεται και η ανάγκη για εξειδικευμένους ρόλους, αφού ο άνθρωπος δεν είναι σε θέση να ικανοποιήσει από μόνος του όσες ανάγκες του παρουσιάζονται. Γενικά λοιπόν, οι δυνατότητες των ατόμων να παράγουν και να παρέχουν ονομάζεται επιχειρηματικότητα και οι άνθρωποι που εμπλέκονται στη διαδικασία της παραγωγής και της προμήθειας καλούνται επιχειρηματίες (Amiri, 2012).

Η λέξη «επιχειρηματίας» είναι γαλλική και αρχικά εισήχθη σε γαλλικό λεξικό στα μέσα περίπου του 15ου αιώνα. Τότε η λέξη είχε την σημασία του ανθρώπου που μέσω της δραστηριότητάς του τακτοποιούσε υποθέσεις. Κατά τη διάρκεια του 17ου αιώνα επιχειρηματίας θεωρούνταν αυτός που ήταν πρόθυμος να αναλάβει ρίσκα προκειμένου να φέρει εις πέρας μεγάλα έργα, όπως για παράδειγμα την κατασκευή κυβερνητικών κτηρίων ή την παροχή εξοπλισμού στο στρατό. Την εποχή εκείνη το ρίσκο υπήρχε καθώς οι επιχειρηματίες της εποχής λάμβαναν για την περάτωση του έργου ένα συγκεκριμένο χρηματικό ποσό. Επομένως οι επιχειρηματίες έπρεπε να φροντίσουν με αυτό το ποσό, τόσο την περάτωση του έργου, όσο και το κέρδος τους.

Αλλά και στη σύγχρονη εποχή οι οικονομολόγοι προσπάθησαν να ορίσουν τον επιχειρηματία. Επιχειρηματίας είναι το άτομο που έχει την ικανότητα να προσαρμόζεται στο οικονομικό περιβάλλον που κάθε φορά προκύπτει, εντοπίζοντας τις αλλαγές και τις ευκαιρίες που εμφανίζονται. Οι Herbert & Link (1988) ορίζουν τον επιχειρηματία σαν ένα άτομο που λαμβάνει ρίσκα και σαν ένα άτομο που μπορεί μέσω της δημιουργικής του σκέψης να αναβιώσει μια επιχείρηση που ήδη υπάρχει.

Επιχειρηματικότητα είναι μια διαδικασία αλλαγής, στην οποία η καινοτομία διαδραματίζει την πιο ζωτική λειτουργία του επιχειρηματία, αποτελώντας την πιο βασική απαίτηση, μέσω της οποίας μπορεί να επέλθει οικονομική ανάπτυξη. Σε αυτό συμφωνεί ο Drucker (1985) ο οποίος επισημαίνει πως η έννοια της καινοτομίας και η έννοια του επιχειρηματία πρέπει να συνυπάρχουν και πως ο επιχειρηματίας είναι αυτός που εμπλέκεται σε ευκαιριακές διαδικασίες διαθέτοντας όραμα.

Στη μελέτη της επιχειρηματικότητας παρατηρούνται μια ποικιλία προσεγγίσεων οι οποίες περιγράφουν τον επιχειρηματία. Υπάρχουν έρευνες που επικεντρώνονται στα χαρακτηριστικά των προσωπικοτήτων των επιχειρηματιών, τις πρώιμες εμπειρίες τους και τα κοινωνικά τους υπόβαθρα. Επίσης υπάρχουν έρευνες που επικεντρώνονται στα

συμπεριφορικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών και στις γνωστικές διαδικασίες που αυτοί ακολουθούν προκειμένου να λάβουν κάποια απόφαση.

Υπάρχει όμως και η θεώρηση πως ένα μεγάλο μέρος της έρευνας έχει εστιάσει στη μελέτη του επιχειρηματία σαν μεμονωμένο άτομο. Έτσι, οι έρευνες δηλώνουν πως είναι κρίσιμο να εξεταστούν οι δύο παράγοντες που συνυπάρχουν, που είναι η παρουσία προσοδοφόρων ευκαιριών και η παρουσία επιχειρηματιών που τις αναγνωρίζουν και τις εκμεταλλεύονται. Πιστεύουν πως αυτό πρέπει να γίνει, αφού η εστίαση στις ευκαιρίες είναι σημαντική και πως θα πρέπει να λαμβάνεται υπόψη όταν γίνεται προσπάθεια να οριστεί ο επιχειρηματίας, καθώς η λέξη ευκαιρία έχει μεταξύ των επιχειρηματιών διαφορετική σημασιολογική χροιά.

Ο Davidsson (2004) αναφέρεται σε δύο διαφορετικούς τύπους ορισμού των επιχειρηματιών. Ο πρώτος σχετίζεται με ορισμούς του επιχειρηματία που εστιάζουν στην αυτοαπασχόληση και που συνήθως σχετίζονται με τη διαχείριση μικρών ή οικογενειακών επιχειρήσεων. Ο δεύτερος σχετίζεται με ορισμούς που εστιάζουν στην ανάπτυξη και στην πρωτοβουλία που λαμβάνουν ορισμένα άτομα, οι επιχειρηματίες, έτσι ώστε να πραγματοποιήσουν αλλαγές με σκοπό το κέρδος. Ο Davidsson (2004) περιγράφει τον επιχειρηματία σαν ένα άτομο που διαθέτει ανταγωνιστική συμπεριφορά και που είναι σε θέση να επηρεάσει την αγορά στην οποία δραστηριοποιείται.

Σύμφωνα με τους Spinelli & Neck (2007) επιχειρηματίας μπορεί να θεωρηθεί αυτός που καταφέρνει να συνδυάσει με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο τους παρακάτω παράγοντες:

- τις ευκαιρίες. Ο ίδιος πιστεύει πως όσο πιο ατελής είναι η αγορά και όσο μεγαλύτερο το χαοτικό περιβάλλον μέσα στο οποίο η αγορά αυτή δραστηριοποιείται, τόσο μεγαλύτερη είναι η ευκαιρία. Η ευκαιρία λοιπόν στην περίπτωση αυτή, έχει τη σημασία του κενού που παρατηρείται στην αγορά και των αλλαγών που συμβαίνουν στο περιβάλλον.
- τους πόρους. Οι επιχειρηματίες δεν θα πρέπει να βάζουν στην κορυφή της σκέψης τους τους πόρους (χρήματα) και αυτό γιατί σύμφωνα με τους παραπάνω υπάρχουν πολλά χρήματα που προορίζονται για επενδύσεις σε νέα επιχειρηματικά σχέδια αλλά υπάρχουν λίγοι επιχειρηματίες που η ποιότητά τους μπορεί να ελκύσει αυτά τα χρήματα.
- την ομάδα πίσω από τον επιχειρηματία. Αυτό αποτελεί το πιο σπουδαίο συστατικό για την επιτυχία ενός επιχειρηματία. Μια καλή ομάδα είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη μιας επιχείρησης με τον σωστό τρόπο.

Τα παραπάνω χαρακτηριστικά που περιγράφουν τον επιχειρηματία, εστιάζουν κυρίως στον νέο επιχειρηματία, αυτόν δηλαδή που πρόκειται να ξεκινήσει μια νέα επιχείρηση. Σύμφωνα όμως με έρευνες, υπάρχουν αρκετών ειδών επιχειρηματίες:

- αυτοί που σκέφτονται να ξεκινήσουν μια επιχείρηση
- αυτοί που δεν διαθέτουν προηγούμενη εμπειρία στις επιχειρήσεις αλλά έχουν κληρονομήσει ή αγοράσει μια επιχείρηση
- αυτοί που έχουν προηγούμενη εμπειρία στο χώρο των επιχειρήσεων
- αυτοί που έχουν τερματίσει τη λειτουργία μιας επιχείρησης, αλλά που στη συνέχεια έχουν αγοράσει, ιδρύσει ή κληρονομήσει μια νέα
- αυτοί που έχουν διατηρήσει την επιχείρησή τους και που στη συνέχεια αγόρασαν, ίδρυσαν ή κληρονόμησαν μια νέα επιχείρηση

Με βάση λοιπόν τα παραπάνω, η διατύπωση ενός ορισμού του επιχειρηματία γίνεται περισσότερο δύσκολος, καθώς θα πρέπει να κατανοηθούν οι διαφορετικές στρατηγικές που ακολουθούνται από τα διαφορετικά είδη επιχειρηματιών (Rosa, 1998). Είναι επομένως σαφές το γεγονός πως οι επιχειρηματίες δεν συνιστούν μια ομοιογενή ομάδα, καθώς μεταξύ τους παρατηρούνται διαφορετικά χαρακτηριστικά και πρότυπα συμπεριφοράς.

## **1.4 Η επιχειρηματικότητα στην Πιερία**

Η επιχειρηματικότητα (Γενικός Τουριστικός Οδηγός του Νομού Πιερίας - Διοίκηση και Οικονομία) στην ευρύτερη περιοχή της Πιερίας επεκτείνεται σε κάθε τομέα της οικονομικής ζωής. Ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού απασχολείται στον πρωτογενή παραγωγικό τομέα. Σε αυτό συμβάλει τόσο το κλίμα των πεδινών τμημάτων της περιοχής που χαρακτηρίζεται ως είναι ήπιο και που οι αυξομειώσεις της θερμοκρασίας δεν είναι έντονες, όσο και το ότι οι προς καλλιέργεια εκτάσεις είναι μεγάλες, καθώς αποτελούν περίπου το 40% της έκτασης του Νομού. Κύριες καλλιέργειες αποτελούν αυτές των σιτηρών, του καπνού, του καλαμποκιού, του ρυζιού, της πατάτας, του βαμβακιού, των ζαχαροτεύτων, των αμπελιών, των ελιών κ.ά.. Η περιοχή επίσης είναι γνωστή και για τις καλλιέργειες οπωροφόρων δέντρων, όπως ακτινιδίων, ροδακινιών, αχλαδιών, μηλιών, φουντουκιών, καρυδιών και αμυγδαλιών.

Η επιχειρηματικότητα ωστόσο του πρωτογενούς τομέα, δεν περιορίζεται στη φυτική παραγωγή, αλλά επεκτείνεται και στη ζωική. Οι διαθέσιμες εκτάσεις των βοσκοτόπων

ανέρχονται στο 18% περίπου της έκτασης του Πιερικού Νομού. Οι κτηνοτρόφοι εκτρέφουν κυρίως αιγοπρόβατα, χοίρους, βοοειδή, πτηνά, κουνέλια και στρουθοκαμήλους. Ένα αρκετά μικρό ποσοστό των κατοίκων ασχολείται επίσης με την αλιεία και τις μυδοκαλλιέργειες. Η παραγωγή των τελευταίων ανέρχεται στο 60% της συνολικής παραγωγής στην Ελλάδα και μεγάλο μέρος αυτής διοχετεύεται σε χώρες του εξωτερικού.

Σε σχέση με τον πρωτογενή και τον τριτογενή τομέα, ο δευτερογενής είναι περιορισμένος. Η παρουσία της βιοτεχνίας και της βιομηχανίας της περιοχής εντοπίζεται σε κλάδους όπως η συσκευασία ειδών διατροφής, οι βιομηχανίες ξύλου και φελλού, βιομηχανίες υποδημάτων και ένδυσης, εκτυπώσεις, εκδόσεις, βιομηχανίες ζωοτροφών κ.α.. Στην οικονομική ζωή της περιοχής συμβάλει σε μεγάλο βαθμό και ο τριτογενής τομέας, ο τομέας παροχής υπηρεσιών. Σε αυτό βοηθά τόσο η ύπαρξη μεγάλων εκτάσεων θάλασσας και παραλιών, όσο και το Βουνό Όλυμπος. Επίσης η περιοχή διαθέτει και πολιτισμικό πλούτο με αρκετούς χώρους αρχαιολογικού ενδιαφέροντος, όπως αυτόν του Διός, της Αρχαίας Πύνδας, του προϊστορικού Οικισμού του Μακρύγιαλου και πολλών Βυζαντινών μνημείων. Τα παραπάνω επιτρέπουν την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Προκειμένου να εξυπηρετηθούν οι τουρίστες, έχουν δημιουργηθεί πολλές τουριστικές επιχειρήσεις, όπως μονάδες ξενοδοχείων, εννοικιαζόμενα δωμάτια, camping, επιχειρήσεις εστίασης, τουριστικά γραφεία κ.α..

Επίσης, στην περιοχή μπορούν να εντοπιστούν επιχειρήσεις χονδρικού εμπορίου που δραστηριοποιούνται στο χώρο διακίνησης γεωργικών και δασικών προϊόντων, ειδών διατροφής, οικοδομικών υλικών. Το λιανικό εμπόριο συνίσταται από επιχειρήσεις πώλησης ειδών διατροφής και ποτών, ενδυμάτων και υποδημάτων, βιβλίων και χαρτικών, επίπλων, ηλεκτρικών συσκευών, αυτοκινήτων κ.α.. Το λιανικό εμπόριο της περιοχής διαθέτει ποικιλία ως προς τους τομείς δραστηριοποίησης και μοιάζει με αυτό των μεγάλων πόλεων της ελληνικής επικράτειας.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup> ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

## 2.1 Ορισμός της Λογιστικής

Η λογιστική αποτελεί ένα σύστημα, η δημιουργία του οποίου έχει ως στόχο την μέτρηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, την επεξεργασία πληροφοριών και την παρουσίασή τους με τη μορφή εκθέσεων. Όλες αυτές οι πληροφορίες στην συνέχεια μπορούν να χρησιμοποιηθούν, προκειμένου να βοηθήσουν στην λήψη οικονομικών και επιχειρηματικών αποφάσεων. Τα έγγραφα μέσω των οποίων κοινοποιούνται τα λογιστικά ευρήματα και που σχετίζονται με την απόδοση ενός οικονομικού οργανισμού σε οικονομικούς όρους, ονομάζονται οικονομικές δηλώσεις.

Με άλλα λόγια η λογιστική αποτελεί την «γλώσσα των επιχειρήσεων». Ωστόσο, μια επιχείρηση μπορεί να εμφανίζει πολλές πτυχές, οι οποίες δεν έχουν αμιγώς οικονομικό χαρακτήρα. Ως εκ τούτου, η λογιστική θα μπορούσε να περιγραφεί ως «η γλώσσα των οικονομικών αποφάσεων». Όσο καλύτερη είναι η κατανόηση της ιδιαίτερης αυτής γλώσσας, τόσο πιο αποτελεσματική είναι η διαχείριση των οικονομικών πτυχών της ζωής. Και αυτό είναι λογικό, καθώς πολλές πτυχές της ανθρώπινης ζωής βασίζονται στην λογιστική, στον προσωπικό οικονομικό προγραμματισμό, στις επενδύσεις, τα εισοδήματα και την φορολόγησή τους, τα δάνεια κ.ά..

Προκειμένου να εξαχθεί κάποιο οικονομικό συμπέρασμα που σχετίζεται με μια επιχείρηση, όπως για παράδειγμα αν αυτήν είναι κερδοφόρα, αν πρέπει να εισαχθεί στην γραμμή παραγωγής ένα νέο προϊόν ή αν οι πωλήσεις είναι επαρκείς, πρέπει να συλλεχθούν αρχικά κάποιες πληροφορίες. Οι πληροφορίες αυτές είναι λογιστικής φύσεως και μπορούν να δώσουν απαντήσεις σε μια ποικιλία ερωτημάτων, έτσι ώστε να διευκολυνθούν όσοι είναι επιφορτισμένοι με την λήψη στρατηγικών επιχειρηματικών αποφάσεων και την δημιουργία αποτελεσματικών επιχειρηματικών σχεδίων.

Μια επιχείρηση δεν δραστηριοποιείται σε ένα στατικό περιβάλλον, αλλά σε ένα δυναμικό περιβάλλον το οποίο υπόκειται σε συνεχείς μεταβολές που μπορεί να προέρχονται από το εσωτερικό της επιχείρησης, από τον ανταγωνισμό, όπως επίσης και από τις ευρύτερες πολιτικές και οικονομικές εξελίξεις. Η λογιστική λοιπόν μπορεί να υπηρετήσει ως ένα αποτελεσματικό εργαλείο που μπορεί σε κάθε περίπτωση να υπολογίσει το οικονομικό

στίγμα της επιχείρησης. Πρόκειται δηλαδή για έναν συνεχή κύκλο μετρήσεων των αποτελεσμάτων και παρουσίασης των αποτελεσμάτων αυτών.

Η λήψη εύστοχων επιχειρηματικών αποφάσεων απαιτεί ακριβείς, αξιόπιστες και έγκαιρες πληροφορίες. Η ανάγκη για ποιοτικές και ποσοτικές πληροφορίες ποικίλει ανάλογα με την σημαντικότητα της απόφασης που πρέπει να ληφθεί. Τα μεμονωμένα άτομα μπορούν να χρησιμοποιήσουν την λογιστική πληροφόρηση προκειμένου να διαχειριστούν με πιο αποτελεσματικό τρόπο καθημερινές τους υποθέσεις, όπως για παράδειγμα τη διαχείριση των τραπεζικών τους λογαριασμών, την επένδυση κάποιου χρηματικού ποσού, την ενοικίαση κάποιου χώρου κ.λπ.

Οι διευθυντές επιχειρήσεων πρέπει να θέσουν στόχους, να αξιολογήσουν την πρόοδο που παρατηρείται στην επίτευξη των στόχων αυτών, να επιχειρήσουν διορθωτικές κινήσεις σε περιπτώσεις λανθασμένων εκτιμήσεων και να λάβουν μια σειρά αποφάσεων που ουσιαστικά θα ορίσουν το μέλλον της επιχείρησης. Οι λογιστικές πληροφορίες λοιπόν είναι απαραίτητες για την λήψη τέτοιων αποφάσεων.

Παράλληλα, υπάρχουν οι επενδυτές και οι πιστωτές, που επιθυμούν να αξιολογήσουν την κερδοφορία και την φερεγγυότητα μιας εταιρίας πριν επενδύσουν ή δανείσουν σε αυτήν χρήματα. Ως εκ τούτου, αυτοί ενδιαφέρονται να αποκτήσουν οικονομικές πληροφορίες που σχετίζονται με την εταιρία. Οι οικονομικές καταστάσεις αποτελούν την κύρια πηγή πληροφοριών και δημοσιεύονται σε ετήσιες εκθέσεις.

Επίσης κυβερνητικοί και ρυθμιστικοί φορείς είναι επιφορτισμένοι με την ευθύνη της δημιουργίας ενός κοινωνικοοικονομικού συστήματος σε μια χώρα, έτσι ώστε αυτό να προωθεί την κοινή ευημερία. Το εγχείρημα των κυβερνήσεων που σχετίζεται με τον έλεγχο της βιομηχανικής οικονομίας για παράδειγμα, γίνεται περισσότερο απλό αν είναι διαθέσιμες λογιστικές πληροφορίες, όπως για παράδειγμα η κερδοφορία, τα έξοδα, η φορολογία, που παρουσιάζονται φυσικά με μη παραποιημένη μορφή.

Οι κυβερνήσεις επίσης επιβάλλουν διάφορους φόρους. Επομένως οι φορολογικές αρχές θα πρέπει να γνωρίζουν το ύψος του εισοδήματος μιας εταιρείας προκειμένου να υπολογίσουν το ύψος του φόρου που η εταιρία πρέπει να πληρώσει. Η πληροφορία που προσφέρεται από τον λογιστή βοηθά εκτός από το παραπάνω και τον εντοπισμό τυχόν απόπειρας φοροδιαφυγής.

Αλλά τα λογιστικά στοιχεία μπορούν να φανούν χρήσιμα και για τους εργαζόμενους και τα συνδικάτα, καθώς αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως βοήθεια για την διευθέτηση διάφορων θεμάτων σχετικών με τους μισθούς, τα επιδόματα, τα μπόνους, τα μερίδια που προέρχονται από τα κέρδη κ.α..

Η λογιστική επιστήμη μπορεί να ταξινομηθεί σε δύο μεγάλες κατηγορίες, την χρηματοοικονομική λογιστική και την λογιστική της διαχείρισης. Η χρηματοοικονομική λογιστική ασχολείται πρωτίστως με την προετοιμασία των οικονομικών καταστάσεων ενώ η διαχειριστική λογιστική καλύπτει τομείς όπως η ερμηνεία των οικονομικών καταστάσεων, η κοστολόγηση κ.λπ.

Η χρηματοοικονομική λογιστική λοιπόν ασχολείται με την προετοιμασία οικονομικών καταστάσεων, έτσι ώστε να προσφέρει πληροφόρηση σε διάφορους ενδιαφερόμενους, όπως για παράδειγμα τους πιστωτές, τις τράπεζες, τους μέτοχους, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, τις κυβερνήσεις, τους καταναλωτές κ.λπ. Οι οικονομικές δηλώσεις, όπως ένας ισολογισμός, υποδεικνύουν τον τρόπο με τον οποίο διεξάγονται σε μια δεδομένη χρονική περίοδο οι δραστηριότητες της επιχείρησης.

Η χρηματοοικονομική λογιστική επίσης είναι επιφορτισμένη με την πρωταρχική ευθύνη της σύνταξης εξωτερικών αναφορών. Οι χρήστες των πληροφοριών αυτών, όπως οι τραπεζίτες, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, οι ρυθμιστικές αρχές, οι κυβερνήσεις και οι επενδυτές, θέλουν τις πληροφορίες αυτές να χαρακτηρίζονται από συνέπεια, έτσι ώστε να διευκολύνεται η σύγκριση.

Η σημασία της χρηματοοικονομικής λογιστικής έγκειται στο γεγονός πως βοηθά την διεύθυνση στο να κατευθύνει και να ελέγξει τις επιχειρηματικές τις δραστηριότητες και να πλαισιώσει διαχειριστικές πολιτικές που σχετίζονται με τομείς όπως η παραγωγή, οι πωλήσεις και η χρηματοδότηση. Ωστόσο, παρουσιάζει και κάποια μειονεκτήματα:

- Οι πληροφορίες που παρέχονται από την χρηματοοικονομική λογιστική είναι ενοποιημένες και όχι ξεχωριστές για κάθε διαφορετικό τμήμα, διαδικασία, προϊόν ή εργασία. Επομένως, γίνεται δύσκολη η αξιολόγηση της απόδοσης των διαφορετικών τμημάτων της προς μελέτη οικονομικής μονάδας.
- Η χρηματοοικονομική λογιστική δεν βοηθά στην γνώση του κόστους, καθώς δεν υπάρχει διαχωρισμός μεταξύ σταθερών και μεταβλητών εξόδων.
- Οι πληροφορίες που παρέχονται από την χρηματοοικονομική λογιστική αναφέρονται στο παρελθόν και η προβλεψιμότητα τέτοιων στοιχείων είναι περιορισμένη.

Η διοίκηση μιας επιχείρησης πρέπει να δώσει απαντήσεις σε ζητήματα όπως η επέκταση της επιχείρησης, η κατασκευή ή η αγορά ενός οικονομικού στοιχείου, η εισαγωγή ή η κατάργηση μιας σειράς προϊόντων, η επιλογή των μεθόδων παραγωγής κ.λπ. Οι πληροφορίες που παρέχει η χρηματοοικονομική λογιστική βοηθούν όχι επαρκώς στα παραπάνω, ωστόσο οι περιορισμοί αυτοί σε καμία περίπτωση δεν θα πρέπει να οδηγήσουν



στο συμπέρασμα πως αυτήν δεν έχει καμία χρησιμότητα. Και αυτό γιατί αποτελεί το θεμέλιο πάνω στο οποίο βασίζονται άλλοι κλάδοι και εργαλεία λογιστικής ανάλυσης και την πηγή των πληροφοριών οι οποίες στην συνέχεια μπορούν να επεξεργαστούν περαιτέρω και να ερμηνευτούν έχοντας κατά νου τις εξατομικευμένες απαιτήσεις των υπεύθυνων που είναι επιφορτισμένοι με την λήψη αποφάσεων.

Η διαχειριστική λογιστική απευθύνεται περισσότερο στις εξατομικευμένες ανάγκες ενός οικονομικού οργανισμού. Διευκολύνει την διοίκηση, προσφέροντάς της λογιστικές πληροφορίες με τέτοιο τρόπο ώστε να διευκολύνεται η υιοθέτηση ή η απόρριψη στρατηγικών επιλογών και να εκτελείται αποτελεσματικά η καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης. Βασικός στόχος του είδους αυτού της λογιστικής, είναι η επικοινωνία των στοιχείων σύμφωνα με τις ιδιαίτερες ανάγκες της διοίκησης, μέσω της παρουσιάσής τους με έναν συστηματικό και ουσιαστικό τρόπο. Αυτό μπορεί να βοηθήσει κυρίως στον προγραμματισμό και τον έλεγχο, την θέσπιση προτύπων και σε περιπτώσεις που παρατηρούνται διακυμάνσεις μεταξύ των προγραμματισμένων και των πραγματικών επιδόσεων βοηθά στην επινόηση διορθωτικών ενεργειών.

Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό της λογιστικής της διαχείρισης είναι πως αυτήν είναι προσανατολισμένη στις μελλοντικές δραστηριότητες που πρέπει να εκτελεστούν και όχι στο παρελθόν.

Δεδομένου ότι η διαχειριστική λογιστική καλύπτει την ανάγκη για την βοήθεια λήψης συγκεκριμένων αποφάσεων, δεν βασίζεται πάνω σε καλά καθορισμένες αρχές. Οι εκθέσεις προέρχονται από έναν λογιστή διαχείρισης και ανάλογα με τον σκοπό που καλούνται να επιτύχουν, μπορεί να είναι μακροσκελείς ή σύντομες. Επιπροσθέτως, οι εκθέσεις μπορούν να απευθύνονται τόσο στο σύνολο του οικονομικού οργανισμού, όσο και σε επιμέρους τμήματά του.

## **2.2 Χρηματοοικονομική ανάλυση**

Η χρηματοοικονομική ανάλυση είναι η διαδικασία κατά την οποία πραγματοποιείται η αναγνώριση της οικονομικής ισχύος και των αδυναμιών μιας επιχείρησης μέσω της διασύνδεσης των στοιχείων που υπάρχουν στις οικονομικές δηλώσεις. Μια οικονομική δήλωση αποτελεί μια οργανωμένη συλλογή στοιχείων σύμφωνα με το λογικό και εννοιολογικό πλαίσιο. Σκοπός μιας συνεπούς λογιστικής διαδικασίας είναι να βοηθήσει την κατανόηση κάποιων οικονομικών πτυχών μιας οικονομικής μονάδας και στην περίπτωση

μιας για παράδειγμα δήλωσης εισοδήματος μπορεί να φανερώσει μια θέση σε μια δεδομένη χρονική στιγμή.

Η χρηματοοικονομική απόδοση αναφέρεται στην πράξη εκτέλεσης της χρηματοοικονομικής δραστηριότητας. Με την ευρύτερη έννοια λοιπόν η χρηματοοικονομική απόδοση μπορεί να αναφέρεται στον βαθμό που έχει επιτευχθεί μια οικονομική πραγματικότητα. Είναι δηλαδή η διαδικασία μέτρησης των αποτελεσμάτων της πολιτικής που ακολουθείται από μια επιχείρηση, με οικονομικούς όρους. Επομένως μπορεί να χρησιμοποιηθεί προκειμένου να μετρηθεί η οικονομική υγεία μιας επιχείρησης σε μια δεδομένη χρονική στιγμή.

Οι οικονομικές καταστάσεις καταρτίζονται βάσει των καταγεγραμμένων γεγονότων. Τα λογιστικά αρχεία και οι οικονομικές δηλώσεις που προέρχονται από αυτά τα αρχεία, βασίζονται σε παρελθόντα κόστη. Οι οικονομικές καταστάσεις καταρτίζονται περιοδικά για μια λογιστική περίοδο και συντίθενται από δεδομένα, τα οποία είναι τα αποτελέσματα. Τα καταγεγραμμένα δεδομένα φυσικά αφορούν τις δοσοληψίες μιας επιχείρησης.

Οι οικονομικές δηλώσεις πρέπει να είναι κατανοητές, σχετικές, αξιόπιστες και συγκρίσιμες. Τα αναφερόμενα στοιχεία του ενεργητικού, υποχρεώσεις, ίδια κεφάλαια, έσοδα και έξοδα, σχετίζονται άμεσα με την οικονομική θέση μιας επιχείρησης. Στόχος της σύνταξης των οικονομικών εκθέσεων είναι αυτές να είναι κατανοητές από τους αναγνώστες που έχουν μια λογική γνώση περί οικονομικών και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και που στοχεύουν να μελετήσουν τις εκθέσεις αυτές επιμελώς.

Η χρηματοοικονομική ανάλυση, αποτελεί τον σχεδιασμό ενός συστήματος προκειμένου μέσω αυτού να γίνει η επεξεργασία πληροφοριών που θα είναι χρήσιμες για την λήψη αποφάσεων, όπως την διαμόρφωση χαρτοφυλακίων ή την λήψη τραπεζικών αποφάσεων περί δανεισμού.

Η χρηματοοικονομική ανάλυση είναι σε μεγάλο βαθμό μια μελέτη των σχέσεων που αναπτύσσονται μεταξύ διάφορων οικονομικών παραγόντων μιας επιχείρησης και που φανερώνονται μέσω ενός ενιαίου συνόλου δηλώσεων και η μελέτη της τάσης που εμφανίζουν αυτοί οι παράγοντες έτσι όπως αυτήν προκύπτει από τις οικονομικές δηλώσεις.

Η ανάλυση και η ερμηνεία οικονομικών καταστάσεων, αποκαλύπτει κάθε πτυχή που σχετίζεται με την οικονομική ευρωστία, την αποτελεσματικότητα και την αξιοπιστία μιας επιχείρησης.

Η ανάλυση των οικονομικών καταστάσεων περιλαμβάνει τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για την αξιολόγηση και την ερμηνεία παλαιότερων οικονομικών στοιχείων αλλά και της τρέχουσας οικονομικής κατάστασης, καθώς σχετίζονται με συγκεκριμένους

παράγοντες που προκαλούν επενδυτικό ενδιαφέρον. Η χρηματοοικονομική ανάλυση με άλλα λόγια αποτελεί ένα σημαντικό μέσο για την αξιολόγηση παρελθουσών επιδόσεων και για την πρόβλεψη και τον προγραμματισμό των μελλουσών επιδόσεων.

Οι κύριοι στόχοι της χρηματοοικονομικής ανάλυσης, είναι να παρέχουν σε όσους είναι επιφορτισμένοι με την λήψη αποφάσεων, πληροφορίες σχετικά με μια επιχείρηση. Οι οικονομικές πληροφορίες μπορούν να διαχειριστούν με τέτοιο τρόπο ώστε να είναι χρήσιμες:

- για την αξιολόγηση της λειτουργικής και οικονομικής αποδοτικότητας μιας επιχείρησης, είτε στο σύνολό της είτε σε μεμονωμένα τμήματά της
- για τους επενδυτές, προκειμένου να πάρουν επενδυτικές αποφάσεις
- για τους δανειστές και τους πιστωτές ώστε να προσδιορίσουν την πιστοληπτική ικανότητα και την φερεγγυότητα μιας επιχείρησης και τις δυνατότητες αποπληρωμής των βραχυπρόθεσμων και μακροχρόνιων δανείων της
- για να διαπιστωθεί το επίπεδο της οικονομικής σταθερότητας και η ευρωστία μιας επιχείρησης
- για να εκτιμηθεί και να αξιολογηθεί η παραγωγική ικανότητα μιας επιχείρησης
- για να εκτιμηθούν και να αξιολογηθούν τα πάγια περιουσιακά στοιχεία μιας επιχείρησης
- για να προσδιοριστούν οι δυνατότητες μελλοντικής ανάπτυξης μιας επιχείρησης
- να αξιολογηθεί η διοικητική ικανότητα της επιχείρησης.

Η χρηματοοικονομική ανάλυση λοιπόν αποτελεί μια προσπάθεια προσδιορισμού τόσο της σημασίας όσο και της αξίας των οικονομικών δεδομένων, τα οποία μπορούν να μετρούν την αποδοτικότητα της ρευστότητας μιας επιχείρησης. Έτσι, μπορούν να προκύψουν προβλέψεις για τα μελλοντικά της κέρδη και την συνολική παρουσία της. Η χρηματοοικονομική ανάλυση εξυπηρετεί τους ακόλουθους σκοπούς:

- τον καθορισμό της επιχειρησιακής αποτελεσματικότητας ενός οικονομικού οργανισμού. Η γνώση αυτή θα επιτρέψει στην διοίκηση να εντοπίσει τα αδύναμα στοιχεία της, έτσι ώστε να λάβει τα απαραίτητα διαρθρωτικά μέτρα.
- αποτελεί μια πολύτιμη βοήθεια προκειμένου να καθοριστεί η φερεγγυότητα της επιχείρησης στη λήψη κατάλληλων αποφάσεων για την ενίσχυσή της σε βραχυπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο επίπεδο
- δίνει πληροφορίες ώστε να είναι δυνατή μια σύγκριση παλαιών και τωρινών οικονομικών αποτελεσμάτων

- βοηθά την διοίκηση να πάρει αποφάσεις για την βελτίωση της κερδοφορίας και για την μείωση των ζημιών
- μπορεί να προβλέψει την πιθανότητα πτώχευσης μιας επιχείρησης
- εκτιμά την μελλοντική ανάπτυξη, καθώς επιτρέπει την δημιουργία εκτιμήσεων και την προετοιμασία προϋπολογισμών.

Προκειμένου να καταστούν όλα τα παραπάνω εφικτά, μπορούν να χρησιμοποιηθούν δύο τύποι χρηματοοικονομικής ανάλυσης: Η κάθετη και η οριζόντια.

Η κάθετη χρηματοοικονομική ανάλυση μελετά τις σχέσεις μεταξύ διαφορετικών μεμονωμένων στοιχείων. Είναι η ανάλυση μεταξύ των στοιχείων αυτών και των συνόλων τους για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα. Παραδείγματα κάθετης χρηματοοικονομικής ανάλυσης θεωρούνται η σύγκριση του ενεργητικού και του παθητικού ή η σύγκριση του χρέους με τα υπάρχοντα κεφάλαια. Επομένως, αυτήν μπορεί να επιχειρηθεί είτε με την προετοιμασία κοινών οικονομικών δηλώσεων για δύο παρόμοιες μονάδες είτε μέσω της προετοιμασίας δήλωσης κοινού μεγέθους για διαφορετικές χρονικές περιόδους της ίδιας μονάδας.

Η οριζόντια ανάλυση, αποτελεί την ανάλυση των αλλαγών που παρουσιάζονται σε διαφορετικές συνιστώσες των οικονομικών καταστάσεων σε διαφορετικές χρονικές περιόδους, μέσω της χρήσης μιας σειράς οικονομικών δηλώσεων. Η χρηματοοικονομική ανάλυση του είδους αυτού λοιπόν, επιτρέπει την μελέτη περιοδικών διακυμάνσεων σε διαφορετικές μονάδες μιας οικονομικής κατάστασης. Μπορεί για παράδειγμα να μελετήσει την εξέλιξη του χρέους ή του μετοχικού κεφαλαίου ή την μεταξύ τους σχέση για ένα χρονικό διάστημα του παρελθόντος ή να μελετήσει την τάση της κερδοφορίας για μελλοντικά χρονικά διαστήματα.

Τέλος, θα πρέπει να επισημανθεί πως η χρηματοοικονομική ανάλυση χρησιμοποιεί κάποιες μεθόδους προκειμένου να καταστεί αποτελεσματική. Αυτές οι μέθοδοι είναι:

- η συγκριτική ανάλυση
- η ανάλυση της κατάστασης κοινών μεγεθών
- η ανάλυση των τάσεων
- η ανάλυση των κεφαλαιακών και ταμειακών ροών
- η ανάλυση των καθαρών κεφαλαίων κίνησης ή των μεταβολών του κεφαλαίου κίνησης

## 2.3 Το επάγγελμα του Λογιστή

Ο άνθρωπος που εμπλέκεται στην διαδικασία τήρησης των βιβλίων και της λογιστικής, ονομάζεται λογιστής. Η θεώρηση της λογιστικής ως έναν εξειδικευμένο τομέα της επιστημονικής γνώσης έχει ως αποτέλεσμα ένας λογιστής να διατηρεί μια ιδιαίτερη θέση στην δομή ενός οργανισμού, καθώς είναι υπεύθυνος για την εκτέλεση ζωτικής σημασίας λειτουργιών.

Αρχικά, ο λογιστής είναι το άτομο που εκτελεί την βασική δουλειά της διατήρησης λογαριασμών μέσω της τήρησης βιβλίων. Δεδομένου του γεγονότος πως τα διευθυντικά στελέχη επιθυμούν να γνωρίζουν την οικονομική επίδοση της επιχείρησής τους, ένας λογιστής πρέπει να υπολογίζει και να μπορεί να παρουσιάσει τα κέρδη και τις απώλειες κάθε λογιστικής περιόδου. Η παρουσίαση επίσης των ισολογισμών, που ουσιαστικά είναι μια κατάσταση των ενεργητικών και των παθητικών μιας επιχείρησης, είναι επίσης μια ασχολία των λογιστών. Καθώς τα παραπάνω αποκαλούνται «οικονομικές δηλώσεις», το πρόσωπο που τις προετοιμάζει αποκαλείται «οικονομικός λογιστής».

Οι λογιστικές πληροφορίες εξυπηρετούν πολλαπλούς σκοπούς. Η παρουσίαση της οικονομικής απόδοσης μπορεί να φανεί χρήσιμη προκειμένου να εντοπιστούν οι αιτίες που προκαλούν αδυναμίες σε μια επιχείρησης, όπως επίσης και οι αιτίες που προκαλούν αποκλίσεις από τους οικονομικούς στόχους. Υπό αυτό το πρίσμα, ένας λογιστής διαχείρισης, αποτελεί έναν σημαντικό βοηθό που διαδραματίζει έναν ζωτικό ρόλο στην διαδικασία του εντοπισμού αρχικά και της επίλυσης στη συνέχεια κάποιου προβλήματος.

Ο φορολογικός σχεδιασμός αποτελεί έναν σημαντικό οικονομικό τομέα που σχετίζεται με την δημοσιονομική διαχείριση ενός οικονομικού οργανισμού. Επομένως, ο λογιστής είναι επιφορτισμένος και με την παροχή προτάσεων, οι οποίες θα υποδεικνύουν τρόπους με τους οποίους η επιχείρηση θα μπορέσει να ελαχιστοποιήσει την φορολογική της δαπάνη. Αυτό μπορεί φυσικά να πραγματοποιηθεί με τις γνώσεις που διαθέτει ένας λογιστής και που σχετίζονται με το φορολογικό πλαίσιο μιας χώρας.

Επίσης, ο λογιστής μπορεί να επηρεάσει μια εταιρεία ακόμα και αν δεν είναι υπάλληλός της, καθώς μπορεί να ενεργήσει σαν ένα άτομο που μπορεί να επαληθεύσει και να πιστοποιήσει την αυθεντικότητα των λογαριασμών μια εταιρίας, μέσω του ελέγχου των λογαριασμών αυτών. Αυτό αποτελεί μια αυστηρά επαγγελματική ενασχόληση και πραγματοποιείται από ανθρώπους που έχουν εκπαιδευτεί επισήμως για τον σκοπό αυτό.

Η διαχείριση των πληροφοριών αποτελεί μια ακόμα ενασχόληση του λογιστή. Ο τελευταίος ταξινομεί τις οικονομικές πληροφορίες σε πληροφορίες για εσωτερική ή

εξωτερική χρήση. Ανεξαρτήτως του μεγέθους και του βαθμού της αυτοματοποίησης μιας επιχείρησης, η διαχείριση των πληροφοριών αποτελεί μια βασική λειτουργία και πολλές επιχειρήσεις μπορεί να αντιμετωπίσουν ακόμα και προβλήματα επιβίωσης αν δεν συνειδητοποιήσουν την εξαιρετική σημασία της εν λόγω λειτουργίας. Η ύπαρξη ενός συστήματος πληροφοριών είναι επιτακτικής σημασίας για τον αποτελεσματικό έλεγχο του κόστους, για την πρόβλεψη αναγκών ρευστότητας, όπως επίσης και για τον προγραμματισμό της μελλοντικής ανάπτυξης της επιχείρησης.

### **2.3.1 - Ικανότητες και δεξιότητες ενός λογιστή**

Η σύγχρονη εποχή χαρακτηρίζεται από την διεθνοποίηση της παγκόσμιας οικονομίας και από την ευρεία χρήση των τεχνολογιών της πληροφορίας. Το φαινόμενο αυτό έχει προκαλέσει μια ευρεία συνειδητοποίηση, η οποία αντανακλάται στην θεωρία του ανθρώπινου κεφαλαίου και που προϋποθέτει πως οι εργαζόμενοι διαδραματίζουν έναν σημαντικό ρόλο, καθώς αυτοί είναι που προσδίδουν στην επιχείρηση το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, που είναι απαραίτητο για την επιβίωσή της και για την ευημερία της. Η δουλειά του λογιστή περιγράφεται από την παραπάνω λογική και επομένως ένας λογιστής θα πρέπει να είναι εφοδιασμένος με κάποιες ικανότητες και δεξιότητες (Bescos, 2002).

Οι ικανότητες και οι δεξιότητες που απαιτούνται από έναν λογιστή στο σημερινό παγκοσμιοποιημένο οικονομικό περιβάλλον, δεν είναι ίδιες με αυτές που κάποιος λογιστής έπρεπε να διαθέτει κάποιες δεκαετίες πριν. Και αυτό γιατί από τους επαγγελματίες λογιστές δεν αναμένεται απλά να αναλάβουν το καθήκον της παροχής πληροφοριών, όπως την τήρηση λογιστικών βιβλίων ή τις φορολογικές προετοιμασίες. Οι ρόλοι τους έχουν επεκταθεί και επομένως οι ικανότητες και δεξιότητές τους θα πρέπει να περιλαμβάνουν την δυνατότητα ανάπτυξης διαπροσωπικών σχέσεων, την αποτελεσματική επικοινωνία και την στρατηγική ανάλυση.

Επιπλέον οι λογιστές θα πρέπει να έχουν την ικανότητα να συντάσσουν αναφορές, να χρησιμοποιούν αυτά που η σημερινή τεχνολογία μπορεί να προσφέρει, να προσδιορίζουν και να οργανώνουν τις πληροφορίες, να αναλύουν και να ερμηνεύουν τα οικονομικά δεδομένα. Παράλληλα, θα πρέπει να διαθέτουν συμπεριφορικές ικανότητες, όπως για παράδειγμα η ευελιξία, η ανεξαρτησία και η δημιουργικότητα, αλλά και διαπροσωπικές δεξιότητες που θα τους επιτρέψουν να ακούνε, να μεταδίδουν τις κρίσεις τους, να μεταφέρουν την γνώση τους,

να διαπραγματεύονται και να συνεργάζονται. Έτσι, οι παραδοσιακές λογιστικές ικανότητες και δεξιότητες αν και αποτελούν την βάση του επαγγέλματος, ωστόσο δεν είναι αρκετές.

Ένας λογιστής θα πρέπει να διαθέτει γενικές και τεχνικές λειτουργικές δεξιότητες, ώστε να εκτελεί το έργο του. Μεταξύ αυτών συγκαταλέγονται: (Darf et al., 2012).

- οι αριθμητικές (μαθηματικές και στατιστικές) ικανότητες και οι ικανότητες χρήσης της τεχνολογίας
- η μοντελοποίηση των αποφάσεων και η ανάλυση ρίσκου
- οι μετρήσεις
- η σύνταξη αναφορών
- η συμμόρφωση με τις νομοθετικές και κανονιστικές διατάξεις
- η ανάλυση του κόστους και των περιθωρίων
- η διεξαγωγή απογραφής και ο έλεγχος των λογιστικών εγγραφών
- σύνταξη φορολογικών δηλώσεων και η εις βάθος γνώση του φορολογικού συστήματος
- τήρηση λογιστικών βιβλίων
- προετοιμασία μισθοδοσίας
- ανάλυση επιχειρηματικών επιδόσεων και χρήση ποσοτικών και στατιστικών μεθόδων

Εκτός όμως από την κατοχή τεχνικών ικανοτήτων, απαιτείται από έναν λογιστή να διαθέτει και γενικότερες δεξιότητες, όπως η προσωπική ποιότητα, η ικανότητα ανάπτυξης διαπροσωπικών και πνευματικών σχέσεων. Τα χαρακτηριστικά αυτά σχετίζονται περισσότερο με την προσωπικότητα και μπορούν να φανούν χρήσιμα σε διάφορες περιπτώσεις, όπως στην ηγετική ικανότητα ή στην ικανότητα ανάληψης πρωτοβουλιών. Μάλιστα σύμφωνα με τους De Lange et al. (2006), τα προσωπικά χαρακτηριστικά είναι αυτά που θα καθορίσουν σε μεγάλο βαθμό την αποτελεσματικότητα του λογιστή και επομένως την επαγγελματική του πορεία.

Άλλωστε σύμφωνα με τον Hunton (2002) πολλά από τα παραδοσιακά λογιστικά καθήκοντα έχουν αυτοματοποιηθεί, γεγονός που επιτρέπει να θεωρηθεί πως η αξία του λογιστή δεν εντοπίζεται αμιγώς σε αυτά, αλλά επεκτείνεται και στις γενικές δεξιότητές του. Η κατοχή τεχνικών ικανοτήτων θεωρείται πως είναι κάτι το προφανές και ως εκ τούτου αυτό που αναμένεται πλέον από έναν λογιστή επεκτείνεται πέρα από αυτές. Κάποιες γενικές και προσωπικές δεξιότητες είναι:

- επικοινωνιακές δεξιότητες που θα ενισχύσουν τον ηγετικό ρόλο. Ο λογιστής είναι ο επαγγελματίας που θα πρέπει να διαθέτει ένα αίσθημα ηγεσίας, που θα του επιτρέψει

να διαχειριστεί μια ομάδα, αλλά και να ασκήσει μια αυστηρή και διαφανή κριτική σε διάφορες καταστάσεις.

- δημιουργική και κριτική σκέψη
- διαπροσωπικές δεξιότητες, όπως για παράδειγμα η κοινωνική προσαρμοστικότητα που θα ευνοήσει την ικανότητα προσαρμογής σε αλλαγές και την εργασία σε διαφορετικά πλαίσια
- ικανότητα για εκτέλεση ομαδικής εργασίας και συνεργασίας με άλλες ομάδες
- ικανότητα να εμπνέει εμπιστοσύνη
- ικανότητα διαλόγου, ανταλλαγής πληροφοριών με εύληπτο τρόπο έτσι ώστε να μπορεί να παρουσιάζει προφορικά τις απόψεις και τα αποτελέσματα της εργασίας του σε κοινό ή σε ανώτερα στελέχη
- διαπραγματευτικές δεξιότητες
- οργάνωση του φόρτου εργασίας, τήρηση των προθεσμιών και αποτελεσματική αντιμετώπιση πιεστικών καταστάσεων
- ικανότητες δια βίου μάθησης
- αυτοπεποίθηση

### **2.3.2 Ευθύνη του λογιστή**

Για τις ευθύνες που επωμίζεται ένας λογιστής, γίνεται λόγος στον Κώδικα Δεοντολογίας Λογιστών Φοροτεχνικών (ΦΕΚ Β 3314/24-12-2013), όπως επίσης και στην νομοθεσία του Ελληνικού κράτους. Σκοπός άλλωστε του Κώδικα Δεοντολογίας είναι να καταστούν οι λογιστικές υπηρεσίες διαφανείς, έτσι ώστε να προστατευτεί τόσο το άτομο που ζητά τις υπηρεσίες, όσο και οι ίδιοι οι λογιστές αλλά και το ελληνικό δημόσιο.

Πιο συγκεκριμένα ο λογιστής αρχικά έχει την ευθύνη να προσφέρει υπηρεσίες, οι οποίες θα χαρακτηρίζονται από νομιμότητα, ενώ παράλληλα οι επαγγελματικές γνώμες που εκφέρει θα πρέπει να είναι έγκυρες. Αν το επιθυμεί, μπορεί να διευκολύνει το έργο του χρησιμοποιώντας βοηθούς, ωστόσο ο ίδιος είναι υπεύθυνος για το τελικό αποτέλεσμα των εργασιών που τους ανέθεσε και επομένως οφείλει να παρακολουθεί την πορεία αυτών. Δηλώνεται χαρακτηριστικά «Ο Λογιστής Φοροτεχνικός οφείλει να παρέχει τις επαγγελματικές υπηρεσίες του κατά τρόπο που να διασφαλίζει τη νομιμότητα στην παροχή των υπηρεσιών του αυτών και την εγκυρότητα της εκφραζόμενης απ' αυτόν επαγγελματικής γνώμης. Προς τούτο είναι υποχρεωμένος να τηρεί παράλληλα με τις διατάξεις της εθνικής



νομοθεσίας και τον παρόντα Κώδικα. Ο Λογιστής Φοροτεχνικός δικαιούται να χρησιμοποιεί βοηθούς για την παροχή των επαγγελματικών υπηρεσιών του, έχει όμως την ευθύνη για την εργασία που εκτέλεσαν οι βοηθοί του, τους οποίους υποχρεούται να επιβλέπει και να αναθέτει σ' αυτούς μόνο τις εργασίες που είναι σε θέση να εκτελέσουν ικανοποιητικά.» (ΦΕΚ 'B 3314/24-12-2013, άρθρο 6, παράγραφοι 1-2).

Επίσης ένας λογιστής έχει ευθύνη να αποφεύγει τους κινδύνους που παρουσιάζονται (ως κίνδυνος μπορεί να θεωρηθεί οτιδήποτε είναι ικανό να διαταράξει τη σχέση του λογιστή με τις αρχές του επαγγέλματός του), ενώ σε περίπτωση που διαπιστώσει πως οι κίνδυνοι αυτοί είναι αρκετά σοβαροί, έχει την υποχρέωση να παραιτηθεί από το έργο που έχει αναλάβει να φέρει εις πέρας. Πιο συγκεκριμένα «Ο Λογιστής ... πρέπει να αξιολογεί τυχόν κινδύνους που απειλούν τη συμμόρφωση με τις θεμελιώδεις αρχές, όταν γνωρίζει περιστάσεις ή σχέσεις που μπορεί να εμποδίζουν την τήρηση αυτών των θεμελιωδών αρχών. ... Εάν ο κίνδυνος είναι πολύ σημαντικός, ... θα πρέπει να παραιτηθεί από την οποιαδήποτε δέσμευση έχει αναλάβει ή από την επιχείρηση που τον απασχολεί. .. Όταν ένας Λογιστής ... αντιμετωπίζει ιδιαίτερες συνθήκες ... συνιστάται αυτός να συμβουλευέται τις υπηρεσίες του Οικονομικού Επιμελητήριου που είναι αρμόδιος φορέας εποπτείας της εφαρμογής του παρόντος Κώδικα.» (ΦΕΚ 'B 3314/24-12-2013, άρθρο 6, παράγραφοι 3-4).

Παράλληλα, ο λογιστής έχει την ευθύνη να λειτουργήσει με σεβασμό απέναντι στους πελάτες του, τους συναδέλφους του και γενικότερα με οποιονδήποτε έρχεται σε επαφή προκειμένου να προσφέρει τις υπηρεσίες του. Οφείλει επίσης να αντιμετωπίζει με υπευθυνότητα και επαγγελματισμό τις υποθέσεις του και σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να τις εγκαταλείπει, όταν η ενέργειά του αυτή θα εκθέσει και θα ζημιώσει τους πελάτες ή τους συνεργάτες του. Ο Κώδικας συγκεκριμένα αναφέρει «Να συμπεριφέρεται με αξιοπρέπεια έναντι των αντισυμβαλλομένων μερών, των συναδέλφων και των μελών των θεσμοθετημένων οργάνων. Να ασκεί την επαγγελματική του δραστηριότητα χωρίς να θίγει την τιμή και την υπόληψη των συναδέλφων του ή να προκαλεί αμφιβολίες για την επαγγελματική τους ικανότητα ή αξιοπιστία. Να παρέχει τις επαγγελματικές υπηρεσίες του με τρόπο αντικειμενικό τηρώντας τη Λογιστική και Φορολογική Νομοθεσία αλλά και κάθε Νόμο που αφορά στο επάγγελμα του Λογιστή Φοροτεχνικού. Να μην εγκαταλείπει χωρίς αναίτιο λόγο οποιαδήποτε εργασία του έχει ανατεθεί αφήνοντας εκτεθειμένους συνεργάτες, πελάτες και εργοδότες.» (ΦΕΚ 'B 3314/24-12-2013, άρθρο 6, παράγραφοι 4.1-4.4).

Στις ευθύνες ενός λογιστή είναι και η υποχρέωσή του να μην προσφέρει ανακριβή ή παραπλανητικά στοιχεία στους πελάτες του ή στο κράτος. Μάλιστα σε περίπτωση που δέχεται πιέσεις να ενεργήσει κατ' αυτόν τον τρόπο, πρέπει να καταγγείλει το περιστατικό στο

Οικονομικό Επιμελητήριο. Αναφέρεται πως οφείλει «Να μην παρέχει ανακριβή ή παραπλανητικά στοιχεία και πληροφορίες σε συνεργάτες ή πελάτες του εργοδότη-πελάτη του ή και τρίτους καθώς και στα θεσμικά ή εντεταλμένα Κρατικά Όργανα, Φορείς και Δημόσιες Υπηρεσίες. Εάν η υποχρέωσή του αυτή γίνει αιτία να λυθεί η έμμισθη ή επαγγελματική σχέση του, λόγω άρνησής του έναντι εντολών του εργοδότη ή πελάτη του, είναι υποχρεωμένος να το καταγγείλει άμεσα στο Οικονομικό Επιμελητήριο.» (ΦΕΚ 'B 3314/24-12-2013, άρθρο 6, παράγραφος 4.5).

Επιπροσθέτως, μια από τις ευθύνες του λογιστή, αποτελεί η τήρηση του επαγγελματικού απορρήτου. Με άλλα λόγια, ένας λογιστής έχει την ευθύνη να μην αποκαλύψει πληροφορίες σε τρίτους, που σχετίζονται με τους πελάτες του, ακόμα και στην περίπτωση που η πληροφορία αυτή θεωρείται από εκείνον μη σημαντική. Στο άρθρο 6 του κώδικα δηλώνεται πως ο λογιστής πρέπει «Να τηρεί το επαγγελματικό απόρρητο για τις υποθέσεις που χειρίζεται και αφορούν τον εργοδότη ή πελάτη του ακόμη και αν θεωρεί ότι η παροχή κάποιων πληροφοριών που τους αφορούν δε πρόκειται να τους βλάψει». (ΦΕΚ 'B 3314/24-12-2013). Επίσης ευθύνη του λογιστή σχετικά με το επαγγελματικό απόρρητο είναι η μη χρησιμοποίηση πληροφοριών που αυτός απέκτησε κατά την διάρκεια της ενασχόλησής του με έναν πελάτη, είτε για την εξυπηρέτηση προσωπικού συμφέροντος, είτε για συμφέρον τρίτων, όπως για παράδειγμα των ανταγωνιστών του πελάτη του. Οφείλει ωστόσο να αποκαλύψει πληροφορίες, όταν βρεθεί ενώπιον των δικαστικών αρχών. Πιο συγκεκριμένα «Απαγορεύεται στον Λογιστή Φοροτεχνικό να κάνει χρήση καθ' οιονδήποτε τρόπο για όφελος δικό του, τρίτων ή ανταγωνιστικών επιχειρήσεων των γεγονότων και των πληροφοριών που περιήλθαν σε γνώση του κατά την εκτέλεση του έργου του, εκτός αν η αποκάλυψη των γεγονότων και των πληροφοριών είναι αναγκαία για την υπεράσπισή του ενώπιον δικαστικής αρχής ή την υποστήριξη των θέσεών του ενώπιον των Πειθαρχικών Οργάνων του Οικονομικού Επιμελητηρίου» (ΦΕΚ 'B 3314/24-12-2013, άρθρο 8, παράγραφος 2).

Ως προς τις γνώσεις, ο λογιστής έχει την ευθύνη να είναι ενήμερος για οποιεσδήποτε αλλαγές έχουν συντελεστεί και που σχετίζονται με το επάγγελμά του, επομένως μπορεί να υποστηριχθεί το γεγονός πως η εκπαίδευσή του δεν ολοκληρώνεται ποτέ. Η δια βίου μάθηση εκτελείται μέσω σεμιναρίων που διοργανώνει το Οικονομικό Επιμελητήριο. Μέσω αυτής της διαδικασίας, διασφαλίζεται πως ο λογιστής θα είναι πάντα ενήμερος και άρα θα διαθέτει τις απαιτούμενες κάθε φορά γνώσεις, προκειμένου να προσφέρει υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, χωρίς σε καμία περίπτωση η άγνοια να ζημιώνει τον πελάτη του. Χαρακτηριστικά αναφέρεται πως «Ο Λογιστής Φοροτεχνικός οφείλει να ενημερώνεται συνεχώς για όλες τις

νομοθετικές αλλαγές που αφορούν το επάγγελμά του και γενικότερα να φροντίζει για τη «διαβίου» εκπαίδευσή του και μέσω του Οικονομικού Επιμελητηρίου παρακολουθώντας τα τακτικά αναγκαία σεμινάρια που αυτό διοργανώνει, ώστε να διασφαλίζει τον εργοδότη του ή τους πελάτες του μέσω υψηλού επιπέδου παρεχομένων υπηρεσιών». (ΦΕΚ Β 3314/24-12-2013, άρθρο 9, παράγραφος 2).

Σε περίπτωση που αποδειχθεί πως ο πελάτης έχει ζημιωθεί εξαιτίας πλημμελούς εκτέλεσης των λογιστικών καθηκόντων, τότε μπορούν να καταλογιστούν στον λογιστή ευθύνες, οι οποίες θα εκδικαστούν ενώπιον του Πειθαρχικού Συμβουλίου ή του Ανώτατου Πειθαρχικού Συμβουλίου (Νόμος 1100/1980, άρθρο 11).

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΑΠΟ ΤΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ

## 3.1 Έννοια και Ορισμός Υπηρεσιών

Ο Regan (1963) αναφέρει πως οι υπηρεσίες αντιπροσωπεύουν άυλα αγαθά, που σκοπό έχουν να ικανοποιήσουν τον καταναλωτή και που μπορούν να προωθηθούν με τους ίδιους σχεδόν τρόπους που προωθούνται τα υλικά αγαθά.

Οι υπηρεσίες ορίζονται ως μια συναλλαγή που προσφέρεται από μια επιχείρηση ή έναν επιχειρηματία και που ο σκοπός της διαφέρει από τον χαρακτήρα που έχει η μεταβίβαση της κυριότητας ενός υλικού αγαθού.

Ο Bessom (1973) υπογραμμίζει πως για τον καταναλωτή οι υπηρεσίες αποτελούν δραστηριότητες που προσφέρονται προς πώληση και που η αγορά τους παρέχει πολύτιμα οφέλη. Προσθέτει ακόμα που οι υπηρεσίες αποτελούν δραστηριότητες τις οποίες ο ίδιος ο καταναλωτής δεν μπορεί να εκτελέσει ο ίδιος προς όφελός του ή επιλέγει να μην το κάνει και επομένως τις αγοράζει.

Στο ίδιο μήκος κύματος κινείται και ο Blois (1974) που αναφέρει πως οι υπηρεσίες αποτελούν δραστηριότητες που μπορούν να αποκτηθούν μέσω της αγοράς και που προσφέρουν οφέλη χωρίς ωστόσο να συμβάλουν στην αλλαγή ενός απτού αγαθού.

Ο Stanton (1974) θεωρεί πως οι υπηρεσίες είναι αναγνωρίσιμες άυλες δραστηριότητες που δεν συνδέονται απαραίτητα με την πώληση ενός υλικού αγαθού και που προσφέρουν ικανοποίηση όταν κάποιος γίνεται αποδέκτης τους. Αποδέκτης των υπηρεσιών μπορεί να είναι ένας απλός καταναλωτής ή ένας οικονομικός οργανισμός.

Οι Eiglier & Langeard (1975) θεωρούν πως μια υπηρεσία μπορεί να περιγραφεί ως το αποτέλεσμα που προκύπτει από την αλληλεπίδραση μεταξύ της φυσικής υποστήριξης, του προσωπικού και του πελάτη.

Σύμφωνα με τον Hill (1977) η έννοια της υπηρεσίας μπορεί να οριστεί ως η αλλαγή στην κατάσταση ενός ατόμου ή ενός αγαθού που ανήκει σε μια οικονομική μονάδα, η οποία επέρχεται μέσω της δραστηριότητας μιας άλλης οικονομικής μονάδας μετά από μεταξύ τους συμφωνία.

Ο Kotler (1987) αναφέρει πως μια υπηρεσία είναι κάθε άυλη ενέργεια που προσφέρεται από μια οικονομική μονάδα σε κάποια άλλη και που δεν οδηγεί σε κατοχή με τον τρόπο που ένα φυσικό αγαθό μπορεί να γίνει κτήμα κάποιου.

Σύμφωνα με τον Gronroos (1990) μια υπηρεσία είναι η δραστηριότητα (ή μια σειρά δραστηριοτήτων) άυλης φύσης που συνήθως προκύπτει από την αλληλεπίδραση του πελάτη και του παρόχου και που προσφέρει λύσεις στα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο πελάτης.

Οι Dumoulin & Flipo (1991) περιγράφουν την υπηρεσία ως μια πράξη ή ως μια διαδοχή πράξεων, που έχει διάρκεια και που μπορεί να επιτευχθεί μέσω της διαμεσολάβησης του ανθρώπινου κεφαλαίου με ανθρώπινο κεφάλαιο ή την διαμεσολάβηση ανθρώπινου κεφαλαίου και υλικών μέσων. Η διαμεσολάβηση αυτή πραγματοποιείται με στόχο το όφελος των πελατών, μέσω συγκεκριμένων και κωδικοποιημένων διαδικασιών και συμπεριφορών.

Ο Gadrey (1992) περιγράφει την υπηρεσία ως μια αγορά τεχνικών αλλά και ανθρώπινων ικανοτήτων από μια οικονομική μονάδα. Η αγορά αυτή στόχο έχει την βελτίωση των αποτελεσμάτων της οικονομικής μονάδας.

Ο Giard (2005) έχει συγκεντρώσει κάποια κοινά γνωρίσματα που εμφανίζουν οι παρεχόμενες υπηρεσίες διάφορων τομέων. Έτσι, μια υπηρεσία μπορεί να χαρακτηρίζεται από την παροχή προϊόντων στους πελάτες με την μεσολάβηση για παράδειγμα κάποιου μηχανήματος, την παροχή απλών ή περισσότερο σύνθετων πληροφοριών που απαιτήσε κάποιος πελάτης και που η υλική υποστήριξη της παροχής αυτών των πληροφοριών δεν είναι απαραίτητη, ή την τροποποίηση της κατάστασης οικονομικών πόρων (π.χ. εξοπλισμού, εργατικού δυναμικού κ.λπ.).

Με βάση τους παραπάνω ορισμούς μπορεί να διαπιστωθεί πως υπάρχει κάποια δυσκολία στο να δοθεί ένας ορισμός της υπηρεσίας, ο οποίος θα είναι ικανός να ισχύει για το σύνολο των υπηρεσιών που υπάρχουν. Ωστόσο μπορεί να θεωρηθεί πως η υπηρεσία είναι μια δραστηριότητα που τις περισσότερες φορές δεν έχει υλική υπόσταση και που τα συμβαλλόμενα μέρη είναι ο πάροχος και ο καταναλωτής. Η χρήση της υπηρεσίας γίνεται από τον καταναλωτή και σκοπό έχει την διευθέτηση κάποιας υπόθεσης την οποία ο ίδιος δεν μπορεί ή δεν θέλει να διαχειριστεί.

Η έννοια της υπηρεσίας λοιπόν αποτελείται από κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά στοιχεία:

- την άυλη φύση. Τα άυλα πράγματα δεν είναι αντικείμενα με φυσική οντότητα και επομένως μπορούν να νοηθούν μόνο σε σχέση με άλλα φυσικά αντικείμενα. Η περιγραφή των υπηρεσιών ωστόσο ως άυλα αγαθά, μπορεί να επιφέρει σύγχυση μεταξύ της διάκρισής τους από τα φυσικά προϊόντα. Για παράδειγμα μια ταινία ή η μουσική είναι δύσκολο να κατηγοριοποιηθούν. Σύμφωνα με τον Hill (1999) στα άυλα προϊόντα συγκαταλέγονται οι ιστορίες που επινοούνται από τους συγγραφείς ή η μουσική που συντίθεται από τους συνθέτες. Αν και αυτά τα προϊόντα δεν έχουν

φυσική οντότητα, όταν αυτά λάβουν την τελική μορφή τους και πωλούνται, τότε παρουσιάζουν περισσότερα κοινά στοιχεία με φυσικά προϊόντα παρά με τις υπηρεσίες.

- την ετερογένεια. Μια απλή υπηρεσία μπορεί να ποικίλλει ανάλογα με το πλαίσιο μέσα στο οποίο αυτή προσφέρεται και τις απαιτήσεις του κάθε πελάτη. Μπορεί δηλαδή να ποικίλλει σε σχέση με τα ποιοτικά πρότυπα που ακολουθεί, το κόστος της, το πολιτιστικό περιβάλλον μέσα στο οποίο αυτή προσφέρεται και την λογική που ακολουθεί ο πάροχος. Επομένως η ετερογένεια, έτσι όπως αυτή εκδηλώνεται μέσω της πολύπλευρης και διαφορετικής εμπειρίας που βιώνεται από την χρήση της υπηρεσίας, αποτελεί ένα στοιχείο που ορίζει την έννοιά της και που παράλληλα την διαχωρίζει από ένα αγαθό.
- την αδιαιρετότητα. Μπορεί να υποστηριχθεί πως οι υπηρεσίες συνδέονται άρρηκτα με τους πελάτες, από την άποψη της παραγωγής και η κατανάλωσης. Για παράδειγμα ένας πάροχος μιας υπηρεσίας μπορεί να μην παρέχει την υπηρεσία έως ότου ο πελάτης να εμπλακεί στην όλη διαδικασία. Αντιθέτως, μια κατασκευαστική εταιρεία μπορεί να παραγάγει και να παραδίδει τα αγαθά της μέσω καναλιών διανομής που έχει αναπτύξει, χωρίς απαραίτητα να γνωρίζει τον τελικό καταναλωτή των προϊόντων αυτών.
- την φθαρτή φύση της. Μπορεί να υποστηριχθεί το γεγονός πως οι υπηρεσίες δεν αποτελούν πάγια περιουσιακά στοιχεία και άρα δεν είναι δυνατή η αποθήκευσή τους σε αποθέματα. Για παράδειγμα, μια αεροπορική εταιρεία μπορεί να προσφέρει μια συγκεκριμένη θέση, σε ένα από τα αεροπλάνα της, σε μια συγκεκριμένη ώρα και ημέρα. Αν η θέση αυτή δεν πωληθεί, δεν υπάρχει η δυνατότητα να αποθηκευτεί και πωληθεί στο μέλλον γιατί έχει χαθεί. Κατά αντίστοιχο τρόπο, αν ένας καταναλωτής αγοράσει την εν λόγω αεροπορική θέση και βρεθεί στον προορισμό του, δεν δικαιούται πλέον την θέση αυτή για μελλοντική χρήση, αλλά πρέπει να προβεί σε μια εκ νέου αγορά της. Επομένως, οι προσφερόμενες υπηρεσίες σταματούν να υφίστανται την στιγμή της λήξης της σύμβασης με τον πελάτη. Όμως ο φθαρτός χαρακτήρας, δεν αποτελεί ένα καθοριστικό χαρακτηριστικό, καθώς δεν υφίσταται σε όλους τους τομείς των υπηρεσιών.

Αυτό που πρέπει εν τέλει να υπογραμμιστεί είναι πως αν και τα παραπάνω χαρακτηριστικά μπορούν να περιγράψουν την έννοια της υπηρεσίας, ωστόσο δεν είναι καθοριστικά και καθολικά, καθώς μπορούν να υπάρξουν πολλές εξαιρέσεις.

### 3.2 Η ποιότητα υπηρεσιών των λογιστικών γραφείων

Η ποιότητα αποτελεί ένα περίπλοκο και σημαντικό στοιχείο και βρίσκεται το κέντρο της επιχειρηματικής στρατηγικής. Επίσης αποτελεί παράγοντα που καθορίζει την ικανοποίηση του πελάτη, την κερδοφορία και την οικονομική ανάπτυξη. Ο παράγοντας της ποιότητας επίσης συνδέεται με τις πρακτικές που ένας οικονομικός οργανισμός ακολουθεί, το μάρκετινγκ, την διοίκηση, την αναζήτηση πελατών.

Αποτελεί αναμφισβήτητο γεγονός πως οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα των υπηρεσιών, πρέπει να εστιάζουν στην ποιότητα προκειμένου να επιβιώσουν στο ανταγωνιστικό οικονομικό περιβάλλον. Αν και η αξιολόγηση της ποιότητας ενός προϊόντος είναι σχετικά εύκολη υπόθεση, δεν ισχύει το ίδιο και για τις υπηρεσίες καθώς η ποιότητά τους εξαρτάται από πολλούς παράγοντες (Aga & Safakli, 2007).

Η ποιότητα μιας υπηρεσίας μπορεί να περιγραφεί ως η διαφορά που προκύπτει μεταξύ της προσφερόμενης υπηρεσίας και της αντίληψης που έχει για αυτήν ο πελάτης. Ο τελευταίος εστιάζει σε αυτό που μια επιχείρηση οφείλει να του προσφέρει και όχι σε αυτό που πραγματικά αυτή προσφέρει. Επομένως η επιθυμία του πελάτη να αγοράσει μια υπηρεσία επηρεάζεται από τα πρότυπα ποιότητας των υπηρεσιών. Η ποιότητα της υπηρεσίας θα αξιολογηθεί ως χαμηλή αν αυτήν δεν ανταποκρίνεται στις προσδοκίες και ως υψηλή αν αυτήν υπερβεί τις προσδοκίες (Rust & Oliver, 1993).

Σύμφωνα με τον Gronroos (1984) η παρεχόμενη υπηρεσία αξιολογείται υποκειμενικά, καθώς αυτήν προκύπτει μέσω της αλληλεπίδρασης του παρόχου με τον καταναλωτή. Η ποιότητα της υπηρεσίας καθορίζει την εικόνα της επιχείρησης και η εικόνα αυτή επηρεάζει τις προσδοκίες του πελάτη. Αν η καλή εικόνα της επιχείρησης επιβεβαιωθεί από την παρεχόμενη υπηρεσία, τότε ο πελάτης θα είναι ευχαριστημένος. Αν όμως η εικόνα της επιχείρησης είναι αρνητική ακόμα και αν η υπηρεσία είναι ποιοτική οι πελάτες ενδέχεται να μην μείνουν ικανοποιημένοι (Gronroos, 1984).

Προκειμένου να υπολογιστεί η ποιότητα των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην παροχή υπηρεσιών και να υπολογιστούν οι αποκλίσεις μεταξύ της προσδοκίας των πελατών και της προσφερόμενης υπηρεσίας, οι Paresuramn et al. (1985) πρότειναν πως θα πρέπει να ληφθούν υπόψη τα εξής:

- το κενό που υπάρχει μεταξύ των προσδοκιών του πελάτη και των αντιλήψεων της διοίκησης της επιχείρησης για αυτές τις προσδοκίες

- το κενό που υπάρχει μεταξύ των αντιλήψεων της διοίκησης της επιχείρησης σχετικά με τις προσδοκίες του πελάτη και του τρόπου που αυτός ορίζει την ποιότητα της υπηρεσίας
- το κενό που υπάρχει μεταξύ της προσφερόμενης υπηρεσίας και των ορισμών της ποιότητας της υπηρεσίας
- το κενό που υπάρχει μεταξύ της παρεχόμενης υπηρεσίας και την γνώση του καταναλωτή σχετικά με την υπηρεσία που πρόκειται να λάβει

Με βάση τα παραπάνω, αν η προσδοκώμενη υπηρεσία είναι κατώτερη της υπηρεσίας που προσφέρεται, τότε η ποιότητα είναι χαμηλή. Απεναντίας, αν η προσφερόμενη υπηρεσία ξεπεράσει τις προσδοκίες του καταναλωτή, τότε η ποιότητα είναι ιδανική. Τέλος, αν υπάρχει εξισορρόπηση μεταξύ προσδοκίας και πραγματικότητας, τότε μπορεί να ειπωθεί πως υπάρχει ποιότητα.

Όσο αφορά την λογιστική, αυτήν σχετίζεται με όλες τις δραστηριότητες μιας επιχείρησης και ως εκ τούτου ο έλεγχος ποιότητας κάθε τμήματος μιας επιχείρησης θα πρέπει να υποστηρίζεται από τις λογιστικές υπηρεσίες. Οι τελευταίες παίζουν ζωτικό ρόλο και βοηθούν την επιχείρηση να επιβιώσει μέσα στο ανταγωνιστικό οικονομικό περιβάλλον που αυτήν δραστηριοποιείται (Baba, 2009). Οι πάροχοι λογιστικών υπηρεσιών πρέπει να γνωρίζουν τον τρόπο με τον οποίο οι πελάτες τους αντιλαμβάνονται τις υπηρεσίες αυτές και θα πρέπει να μετρούν την ικανοποίηση των πελατών τους αλλά και να την διατηρούν.

Η οικονομική θεωρία αναφέρει πως η αξία ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας καθορίζεται σύμφωνα με την χρηστικότητα της, την ικανοποίηση δηλαδή που προσφέρει στον καταναλωτή. Αυτό φυσικά ισχύει και για τις λογιστικές υπηρεσίες. Αυτές θα πρέπει να περιλαμβάνουν για παράδειγμα την κατάρτιση οικονομικών καταστάσεων, την τήρηση αρχείων, την συμπλήρωση φορολογικών δηλώσεων, την παροχή οικονομικών και φορολογικών συμβουλών κ.α.. Όλες οι λογιστικές υπηρεσίες εκτός από την ικανοποίηση του πελάτη θα πρέπει παράλληλα να λαμβάνουν υπόψη τους την επαγγελματική δεοντολογία και την ισχύουσα νομοθεσία. Προκειμένου λοιπόν να εκπληρωθούν οι στόχοι των λογιστικών υπηρεσιών, οι επαγγελματίες του χώρου θα πρέπει να σέβονται κάποιες θεμελιώδεις αρχές που βασίζονται στην ακεραιότητα, την αντικειμενικότητα και τον επαγγελματισμό.

Μια ποιοτική λογιστική διαδικασία μπορεί να θεωρηθεί εκείνη που προσφέρει στους πελάτες ολοκληρωμένες λογιστικές υπηρεσίες, ακριβείς λογιστικές πληροφορίες και όλα αυτά σε ένα λογικό κόστος. Οι ενέργειες λοιπόν που θα πρέπει να ληφθούν για να βελτιωθεί η ποιότητα, μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε τρία επίπεδα:



- σε τεχνικό επίπεδο, ο στόχος θα πρέπει να είναι η αποτελεσματικότητα στην εξάλειψη των σφαλμάτων
- σε επίπεδο ανθρώπινων πόρων, ο στόχος θα πρέπει να είναι η τεχνογνωσία και η εμπειρία του προσωπικού δυναμικού. Το τελευταίο θα πρέπει συνεχώς να προσπαθεί να βελτιώνει την ποιότητα και την απόδοσή του σχετικά με την παραγωγή της λογιστικής πληροφορίας στον πελάτη
- σε επίπεδο οργάνωσης η βελτίωση της ποιότητας μπορεί να επιτευχθεί μέσω της βελτιστοποίησης της οργάνωσης παραγωγής της λογιστικής πληροφορίας, μέσω της απλούστευσής της και της συνεχούς προσαρμογής της

Απεναντίας, η έλλειψη ποιότητας στις λογιστικές υπηρεσίες μπορεί να λάβει τα παρακάτω χαρακτηριστικά στοιχεία:

- καθυστερήσεις στην παραγωγή της λογιστικής πληροφορίας
- παροχή λανθασμένων ή όχι απόλυτα σωστών πληροφοριών
- μη εξειδικευμένο και μη έμπειρο ανθρώπινο δυναμικό
- παροχή ελλιπών οικονομικών καταστάσεων
- μη συμμόρφωση με τις αρχές της επαγγελματικής δεοντολογίας και της ισχύουσας κάθε φορά νομοθεσίας

Οι λογιστικές υπηρεσίες είναι πολύπλοκες, καθώς στην διαδικασία εμπλέκεται τόσο ο λογιστής όσο και ο καταναλωτής. Μπορεί τέλος να υποστηριχθεί πως η ποιότητα της λογιστικής διαδικασίας, επηρεάζεται από παράγοντες όπως:

- την αποτελεσματικότητα του λογιστή που σχετίζεται με την ικανότητά του να προσφέρει πραγματικές, επίκαιρες και πλήρεις πληροφορίες, όπως επίσης και την επαγγελματική του επάρκεια, αντικειμενικότητα και ακεραιότητα
- την αποτελεσματικότητα του πελάτη που λαμβάνει τις λογιστικές πληροφορίες και την ικανότητά του αν τις κατανοήσει και να τις εφαρμόσει.
- την συνολική αποτελεσματικότητα που είναι δύσκολο να εκτιμηθεί, καθώς τα τελικά αποτελέσματα είναι ορατά αφού έχει δημιουργηθεί και κοινοποιηθεί η λογιστική πληροφορία και αφού ο πελάτης την έχει χρησιμοποιήσει

### 3.3 Ορισμός ικανοποίησης

Έχουν προταθεί διαφορετικοί ορισμοί της ικανοποίησης και αιτία αυτού του γεγονότος αποτελεί η ασυμφωνία που υπάρχει σχετικά με το αν η ικανοποίηση αποτελεί μια διαδικασία ή ένα αποτέλεσμα. Οι περισσότεροι ορισμοί προκρίνουν την έννοια της ικανοποίησης του πελάτη σαν μια ανταπόκριση του τελευταίου σε μια διαδικασία αξιολόγησης. Έτσι οι ορισμοί αυτοί δίνουν έμφαση στην συνολική αξιολόγηση της υπηρεσίας και την ψυχολογική κατάσταση που βιώνει ο πελάτης. Οι ερευνητές παρουσιάζουν την ικανοποίηση σαν μια γνωστική ή συναισθηματική ή συμπεριφορική ανταπόκριση.

Η ύπαρξη πολλών εταιριών στην αγορά εξαρτάται από την ικανοποίηση που προσφέρουν στους πελάτες τους. Οι καταναλωτές αποτελούν τον παράγοντα που καθορίζει την ύπαρξη και την επιβίωση ενός οικονομικού οργανισμού. Είναι επομένως προφανές πως οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον πρέπει να παρέχουν υπηρεσίες που να ικανοποιούν τις ανάγκες του πελάτη. Η ικανοποίηση αυτή δεν περιλαμβάνει μόνο τα συναισθήματα που προκύπτουν από την διαδικασία της αγοράς της υπηρεσίας, αλλά και από την συνολική ατμόσφαιρα πριν και μετά την απόκτησή της. Ένας κρίσιμος παράγοντας λοιπόν για την οικοδόμηση μιας μακροχρόνιας επιτυχίας αποτελεί η συνεχής ικανοποίηση.

Οι υπηρεσίες που ικανοποιούν τον πελάτη, προσφέρουν σε αυτόν μια επιθυμητή αξία σε έναν επαρκή βαθμό. Η ικανοποίηση αποτελεί μια κρίση, μια γνώμη που εκφράζεται από τον καταναλωτή. Ο βαθμός της ικανοποίησης αντανακλά το χάσμα που παρατηρείται μεταξύ των προσδοκιών του καταναλωτή και του τελικού αποτελέσματος που προκύπτει από την χρήση της υπηρεσίας.

Οι αποφάσεις που λαμβάνονται από τον καταναλωτή επηρεάζονται από πολλούς παράγοντες, όπως το εισόδημά του, τη τιμή, τη διαφήμιση, όπως επίσης και από δημογραφικούς, κοινωνικούς και ψυχολογικούς παράγοντες. Επομένως, μπορεί να υποστηριχθεί πως η συμπεριφορά του καταναλωτή δεν είναι απολύτως προβλέψιμη. Οι καταναλωτές που αποφασίζουν να χρησιμοποιήσουν μια υπηρεσία, συνήθως έχουν διασαφηνίσει τις απαιτήσεις τους αναφορικά με την ποιότητα και τον σκοπό της υπηρεσίας. Με άλλα λόγια δεν πληρώνουν για την ίδια την υπηρεσία αλλά για αυτό που προσμένουν από αυτήν. Οι προσδοκίες τους θα μπορούσαν να είναι υπερβολικές ή ελάχιστες, και επομένως η βάση της επιλογής του καταναλωτή μπορεί να γίνει αντιληπτή με βάση την αξία που αυτός δίνει στην υπηρεσία. Η αντίληψη του καταναλωτή απέναντι σε μια υπηρεσία είναι πιο συναισθηματική σε σχέση με την αντίληψή του απέναντι σε ένα φυσικό προϊόν και η αξία της διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην τελική του απόφαση.

Αν ικανοποιηθούν οι προσδοκίες του πελάτη, τότε υπάρχει ικανοποίηση, η οποία σε αυτήν την περίπτωση μπορεί να οριστεί σαν συνάρτηση της σύγκλισης των προσδοκιών του και την πραγματικότητας που εκλαμβάνει.

Η φιλοσοφία των σύγχρονων επιχειρήσεων προσανατολίζεται στον καταναλωτή και η εφαρμογή των βασικών αρχών της συνεχούς βελτίωσης, υπογραμμίζει την αξία της αξιολόγησης και ανάλυσης της ικανοποίησής του. Άλλωστε ένας ικανοποιημένος και μη ικανοποιημένος πελάτης, μοιράζεται την εμπειρία του με άλλους ανθρώπους. Επομένως η μέτρηση της ικανοποίησης είναι ένας σημαντικός παράγοντας, καθώς: (Grigoroudis & Siskos, 2009)

- η μέτρηση αυτή βοηθά στην αξιολόγηση της παρούσας κατάστασης μιας επιχείρησης και στον σχεδιασμό των μελλοντικών της κινήσεων
- αποτελεί έναν τρόπο που βοηθά στην αναγνώριση επιχειρηματικών κινήσεων, αφού μετρά τις ελλείψεις στην αγορά
- συμβάλει στην κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή, γεγονός που οδηγεί στην γνώση των προσδοκιών και των επιθυμιών του
- υπογραμμίζει τις αδυναμίες και τα πλεονεκτήματα που διαθέτει μια επιχείρηση απέναντι στον ανταγωνισμό
- μπορεί να λειτουργήσει ως κίνητρο προκειμένου να υπάρχει συνεχής βελτίωση

Υπάρχουν μια σειρά χαρακτηριστικών που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν στην μέτρηση της ικανοποίησης. Αυτήν καθορίζεται σε μεγάλο βαθμό από τα χαρακτηριστικά της υπηρεσίας και τα συναισθήματα του καταναλωτή. Ωστόσο η υπέρβαση των απαιτήσεων του καταναλωτή δεν είναι απαραίτητη για την ικανοποίησή του. Οι παράγοντες που καθορίζουν την ικανοποίηση του πελάτη είναι (Fornell et al., 1996):

- οι προσδοκίες. Αυτές αποτελούν ένα μέσο μέτρησης της προσδοκίας του πελάτη για την ποιότητα της υπηρεσίας και καθορίζονται τόσο από τις προηγούμενες καταναλωτικές εμπειρίες, όσο και από τις μελλοντικές προβλέψεις για την ικανότητα παροχής μελλοντικών ποιοτικών υπηρεσιών
- η αντίληψη της ποιότητας. Αυτήν αποτελεί ένα μέσο μέτρησης της αξιολόγησης του πελάτη σχετικά με την ποιότητα της πρόσφατης χρήσης της υπηρεσίας. Η ποιότητα μετράται τόσο από τον βαθμό προσαρμογής της υπηρεσίας στις απαιτήσεις του καταναλωτή, όσο και από τον βαθμό αξιοπιστίας της, που μετράται από το πόσο σταθερή είναι η ποιότητα της παρεχόμενης υπηρεσίας. Ο παράγοντας της αντίληψης της ποιότητας έχει το μεγαλύτερο αντίκτυπο στην τελική ικανοποίηση

- αντίληψη της αξίας. Αυτήν αποτελεί έναν παράγοντα που σχετίζεται με την ποιότητα της υπηρεσίας σε συνάρτηση με την τιμή που κλήθηκε ο καταναλωτής να πληρώσει για την απόκτησή της. Αν και η τιμή από μόνη της αποτελεί συχνά έναν σημαντικό παράγοντα για την αρχική εμπλοκή του πελάτη με την υπηρεσία, συνήθως έχει μικρό αντίκτυπο στην επανάληψη της αγοράς της υπηρεσίας και άρα στην τελική ικανοποίηση
- παράπονα πελατών. Τα παράπονα των πελατών μετρούνται σαν ποσοστό δυσαρεστημένων καταναλωτών που έχουν απευθυνθεί σε μια εταιρία για μια υπηρεσία της μέσα σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Τα παράπονα αυτά έχουν μια σημαντική σχέση με τον βαθμό ικανοποίησης των πελατών
- αφοσίωση πελατών. Η αφοσίωση αποτελεί έναν συνδυασμό της πιθανότητας του καταναλωτή να ξαναχρησιμοποιήσει την υπηρεσία από τον ίδιο πάροχο και την πιθανότητα να ξαναχρησιμοποιήσει την ίδια υπηρεσία σε ίσως μεγαλύτερη τιμή. Αποτελεί έναν αντιπροσωπευτικό δείκτη ικανοποίησης και μπορεί σε μεγάλο βαθμό να χρησιμοποιηθεί προκειμένου να υπολογιστεί η μελλοντική κερδοφορία μιας επιχείρησης.

### 3.3.1. Ικανοποίηση επιχειρηματιών

Έρευνες (Carree & Verheul, 2012) έχουν ασχοληθεί με τους παράγοντες εκείνους που καθορίζουν την ικανοποίηση που προσλαμβάνουν οι επιχειρηματίες από την εκτέλεση των επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων. Το αίσθημα αυτό της ικανοποίησης είναι σημαντικό, καθώς αυτό επιδρά στη συνολική ικανοποίηση που νιώθουν στις επιχειρηματικές τους συνδιαλλαγές και άρα στις υπηρεσίες που λαμβάνουν από τρίτους, όπως για παράδειγμα τα λογιστικά γραφεία.

Ένας από αυτούς αποτελεί το επίπεδο εκπαίδευσης. Έχει αποδειχθεί πως το επίπεδο της εκπαίδευσης επηρεάζει αρνητικά την ικανοποίηση του νιώθουν οι επιχειρηματίες από την επιχείρησή τους. Όσο πιο υψηλό είναι το επίπεδο εκπαίδευσης, τόσες περισσότερες προσδοκίες έχει ο επιχειρηματίας και άρα η ικανοποίησή του είναι δύσκολο να επιτευχθεί. Επιπροσθέτως, οι καλά μορφωμένοι επιχειρηματίες, ενδέχεται να υπερεκτιμούν τις ικανότητές τους ως προς τη διαχείριση της επιχείρησής τους και έτσι εμφανίζουν χαμηλότερα ποσοστά ικανοποίησης σε σχέση με τους λιγότερο μορφωμένους (Ferrante, 2009).

Ένα άλλο συστατικό στοιχείο που μπορεί να καθορίσει την ικανοποίηση των επιχειρηματιών, αποτελούν οι δραστηριότητες που εκτελέστηκαν από αυτούς σε προηγούμενες δουλειές τους, καθώς το γεγονός αυτό τους καθιστά περισσότερο ρεαλιστές.

Επίσης, οι διαφορές στα κίνητρα των επιχειρηματιών διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στα επίπεδα της ικανοποίησής τους. Εκτός από τα οικονομικά κίνητρα, υπάρχουν τα κίνητρα της ανεξαρτησίας και η υπερπήδηση των προκλήσεων που παρουσιάζονται (Feldman & Bolino, 2000). Η ύπαρξη των κινήτρων αυτών έχει ως αποτέλεσμα τα άτομα να εμφανίζονται περισσότερο ικανοποιημένα σε καταστάσεις οικονομικών δυσχερειών, άγχους και πολλών ωρών εργασίας.

Επιπροσθέτως, άμεσες επιπτώσεις στην ικανοποίηση επιφέρουν και τα κοινωνικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, όπως το εισόδημα, η ηλικία, η οικογενειακή κατάσταση και το φύλο.

Πιο συγκεκριμένα, η οικονομική απόδοση της επιχείρησης είναι άμεσα συνδεδεμένη με τα επίπεδα ικανοποίησης των επιχειρηματιών. Παράλληλα, οι γυναίκες επιχειρηματίες αναφέρουν υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης σε σχέση με τους άνδρες και αυτό ίσως συμβαίνει επειδή αυτές δεν είναι οι κύριοι υπεύθυνοι για την παροχή εισοδήματος στην οικογένεια και ως εκ τούτου μπορούν να εγκαταλείψουν πιο εύκολα μια επιχείρηση αν αυτήν τους προκαλεί δυσαρέσκεια. Ακόμα, έχει διαπιστωθεί πως τα υψηλότερα επίπεδα ικανοποίησης εμφανίζονται στους επιχειρηματίες μεγαλύτερης ηλικίας και αυτό ίσως να σχετίζεται με το γεγονός των χαμηλότερων προσδοκιών που αυτοί έχουν σε σχέση με τους μικρότερους σε ηλικία επιχειρηματίες. Επίσης, σύμφωνα με τους Blanchflower & Oswald (1998) οι οικογενειάρχες επιχειρηματίες είναι περισσότερο ικανοποιημένοι σε σχέση με αυτούς που δεν έχουν δημιουργήσει οικογένεια.

Οι επιχειρηματίες εμφανίζουν υψηλότερα ποσοστά ανοχής στο ρίσκο σε σχέση με τους απλούς εργαζόμενους, ωστόσο τα επίπεδα αυτά μεταξύ των επιχειρηματιών διαφέρουν σημαντικά. Τα άτομα με υψηλή ανοχή στο ρίσκο, διαχειρίζονται καλύτερα τα πιθανά απογοητευτικά αποτελέσματα της επιχείρησης. Μάλιστα πρέπει να τονιστεί πως οι επιχειρηματίες που τείνουν να αποφεύγουν το ρίσκο, αισθάνονται περισσότερο πιεσμένοι και ενδεχομένως να εργάζονται περισσότερες ώρες προκειμένου να αποφύγουν μειωμένες αποδόσεις. Το γεγονός αυτό έχει ως αποτέλεσμα να θυσιάζουν τον ελεύθερό τους χρόνο και ως εκ τούτου να αισθάνονται λιγότερο ικανοποιημένοι.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>Ο</sup> ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ

## 4.1 Είδη έρευνας και πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους

Η επιστημονική έρευνα με βάση τη μεθοδολογία που κάθε φορά ακολουθεί, χωρίζεται στη ποιοτική και τη ποσοτική έρευνα. Υπάρχει βέβαια και η δυνατότητα συνδυασμού των δύο μεθόδων καθώς αυτές δε θεωρούνται αντίθετες αλλά διαφορετικές.

Η ποιοτική έρευνα εξετάζει τις απόψεις, τις εμπειρίες και τις στάσεις του δείγματος και τα αποτελέσματά της καλύπτουν ένα ευρύ πεδίο. Η διαδικασία αυτή θεωρείται χρονοβόρα, τα αποτελέσματά της όμως διακρίνονται για την εις βάθος διερεύνηση του θέματος καθώς ο ερευνητής έχει τη δυνατότητα να προσεγγίσει το δείγμα όχι επιφανειακά. Ωστόσο μπορεί να θεωρηθεί πως τα αποτελέσματά της διαθέτουν στοιχεία υποκειμενικότητας.

Η ποσοτική έρευνα καλύπτει ένα μικρότερο πεδίο καθώς τα ερωτήματα που τίθενται στο δείγμα είναι συγκεκριμένα. Ο χαρακτήρας της επιτρέπει την αυξημένη αριθμητικά συμμετοχή του δείγματος και μέσω δομημένων συνεντεύξεων ή ερωτηματολογίων προκύπτουν στατιστικά δεδομένα τα οποία χαρακτηρίζονται από αντικειμενικότητα. Στα μειονεκτήματά της συγκαταλέγεται το γεγονός πως το ερωτηματολόγιο καθώς δεν προϋποθέτει τη φυσική παρουσία του ερευνητή μπορεί να αποτελέσει προϊόν βιαστικής απάντησης και παράλληλα μπορεί να απουσιάσει το στοιχείο των αυθόρμητων απαντήσεων. Τόσο όμως η ποιοτική όσο και η ποσοτική έρευνα επιτρέπουν την εστίαση του ερευνητή σε ένα συγκεκριμένο πεδίο (Creswell, 2008)

Ο ερευνητής είναι αυτός που τελικώς αποφασίζει ποιο είδος έρευνας θα προτιμήσει και για αυτή του την επιλογή ρόλο παίζουν οι ερευνητικές του ανάγκες. Για τη παρούσα έρευνα επιλέχθηκε η ποσοτική έρευνα. Το ερευνητικό εργαλείο που επιλέχθηκε είναι το ανώνυμο ερωτηματολόγιο που θα μοιραστεί στο δείγμα.

Ο κύριος λόγος επιλογής του ερωτηματολογίου είναι πως μέσω αυτού ο ερευνητής θα μπορέσει να συλλέξει ένα μεγάλο όγκο δεδομένων σε ένα λογικό χρονικό διάστημα και χωρίς κόστος. Παράλληλα τα στατιστικά αποτελέσματα που θα προκύψουν, θα επιτρέψουν στον ερευνητή την καταγραφή των τάσεων που επικρατούν σε μια δεδομένη χρονική στιγμή στο εν λόγω πεδίο (Κυριαζή, 2009).

Τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την δική μας έρευνα, επεξεργάστηκαν μέσω του στατιστικού προγράμματος PSPP.

## 4.2 Ερευνητικοί Στόχοι και Ερωτήματα

Στόχος της παρούσας έρευνας είναι να αποτυπώσει τις απόψεις των επιχειρηματιών της Κατερίνης σε σχέση με τις λογιστικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες που λαμβάνουν από τα λογιστικά γραφεία με τα οποία συνεργάζονται. Προκειμένου να καταστεί αυτό δυνατό, απαραίτητη κρίθηκε η δημιουργία κάποιων ερωτημάτων. Τα ερωτήματα αυτά σχετίζονται με δημογραφικά στοιχεία του επιχειρηματία, στοιχεία της επιχείρησης, στοιχεία σχετικά με τις υπηρεσίες που η επιχείρηση λαμβάνει από το λογιστικό γραφείο και το κατά πόσο ο επιχειρηματίας είναι ευχαριστημένος ή όχι από τη συνεργασία αυτή.

Πιο συγκεκριμένα τα ερωτήματα της έρευνας στοχεύουν στο να συλλέξουν δεδομένα που σχετίζονται με τα ακόλουθα στοιχεία:

- δημογραφικά στοιχεία επιχειρηματία
- οικονομική εικόνα της επιχείρησης
- ικανοποίηση επιχειρηματία από την ποιότητα των υπηρεσιών που λαμβάνει από το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζεται
- λόγοι για τους οποίους είναι δυσαρεστημένος από τις υπηρεσίες που του προσφέρονται από το λογιστικό γραφείο

## 4.3 Μεθοδολογία έρευνας και δείγμα

Πρώτο στάδιο της έρευνας ήταν ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου που θα διαμοιραζόταν προς συμπλήρωση από τους επιχειρηματίες. Το ερωτηματολόγιο που δόθηκε προς συμπλήρωση περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία:

- φύλο επιχειρηματία
- ηλικία επιχειρηματία
- επίπεδο μόρφωσης επιχειρηματία
- τομέας δραστηριοποίησης της επιχείρησης
- ετήσιος τζίρος της επιχείρησης
- ετήσιο κέρδος της επιχείρησης

- χρόνια δραστηριοποίησης της επιχείρησης
- συχνότητα με την οποία ο επιχειρηματίας δέχεται συμβουλές από το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζεται
- δαπάνη για λογιστικές υπηρεσίες επιχειρηματία
- αξιολόγηση του επιπέδου ικανοποίησης από τη συνεργασία επιχειρηματία με το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζεται
- αξιολόγηση κόστους από μεριάς επιχειρηματία για τις λογιστικές υπηρεσίες που δέχεται
- διερεύνηση του αν η ύπαρξη καλύτερων τιμών θα οδηγούσε στη διακοπή της συνεργασίας του επιχειρηματία με το λογιστικό του γραφείο και τη συνεργασία του με κάποιο άλλο γραφείο με ανταγωνιστικότερες τιμές
- διερεύνηση του αν οι επιχειρηματίες θα πρότειναν το λογιστικό τους γραφείο σε κάποιον γνωστό τους
- καθορισμός των υπηρεσιών που ο επιχειρηματίας λαμβάνει από το λογιστικό του γραφείο και διερεύνηση του επιπέδου ικανοποίησής του από αυτές
- λόγοι για τους οποίους είναι δυσαρεστημένος από τις υπηρεσίες που λαμβάνει
- διερεύνηση του επιπέδου ικανοποίησης του επιχειρηματία από τις γνώσεις των υπαλλήλων του λογιστικού γραφείου με το οποίο συνεργάζεται ως προς τις φορολογικές και νομοθετικές αλλαγές, από την ενημέρωση που δέχεται και από το χρόνο που χρειάζεται προκειμένου να διευθετηθούν τα αιτήματά του
- διερεύνηση του είδους της σχέσης που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες με το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζονται

Το δείγμα αποτελείται από 100 επιχειρηματίες της Κατερίνης που δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή, δευτερογενή και τριτογενή οικονομικό τομέα. Η επιλογή τους ήταν τυχαία. Αυτό που επιχειρήθηκε να γίνει ήταν η κάλυψη όσο το δυνατόν περισσότερων τύπων επιχειρήσεων. Στη συνέχεια επιχειρήθηκε η προσέγγιση του δείγματος και η ενημέρωσή τους σχετικά με το στόχο της έρευνας. Κατά τη διάρκεια της φάσης αυτής, οι επιχειρηματίες ενημερώθηκαν από τον ερευνητή πως οποιοδήποτε στοιχείο συμπληρωθεί στο ερωτηματολόγιο καλύπτεται από απόλυτη εχεμύθεια και πως σε καμία περίπτωση δεν θα αποκαλυφθούν τα προσωπικά τους δεδομένα. Τονίστηκε το γεγονός πως τα στοιχεία που ζητούνται αποσκοπούν μόνο στη συγκέντρωση στατιστικών δεδομένων για τη συγκεκριμένη έρευνα και πως δεν θα χρησιμοποιηθούν για οποιοδήποτε άλλο σκοπό. Η διαβεβαίωση αυτή κρίθηκε απαραίτητη, καθώς ο φόβος αποκάλυψης προσωπικών στοιχείων, ίσως να απωθούσε



τους επιχειρηματίες από το να συμμετάσχουν στην έρευνα ή τους οδηγούσε στο να δώσουν μη ειλικρινείς απαντήσεις.

Ο ερευνητής πληροφόρησε το δείγμα πως ο χρόνος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου δεν θα ξεπερνούσε τα πέντε λεπτά. Κάποιοι συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο παρουσία του ερευνητή, ενώ κάποιοι άλλοι συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο απουσία του ερευνητή. Στη πρώτη περίπτωση η παρουσία του ερευνητή λειτούργησε θετικά, καθώς μπορούσαν να απαντηθούν κάποιες διευκρινιστικές απορίες που μερικοί επιχειρηματίες είχαν σχετικά με κάποιες ερωτήσεις. Μετά τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, αυτό συλλέχθηκε από τον ερευνητή. Στη δεύτερη περίπτωση η απάντηση σε τυχόν απορίες ήταν αδύνατη και το ερωτηματολόγιο συλλέχθηκε μετά από συμφωνία για την ώρα συλλογής του.

#### 4.4 Τρόπος επεξεργασίας των στοιχείων

Τα στοιχεία που προέκυψαν από τα συμπληρωμένα ερωτηματολόγια, επεξεργάστηκαν μέσω του στατιστικού προγράμματος PSPP, μέσω του οποίου δημιουργήθηκαν οι πίνακες και τα γραφήματα που χρησιμοποιήθηκαν στην παρούσα εργασία.

#### 4.5 Παρουσίαση και ανάλυση των αποτελεσμάτων της έρευνας

Τα ερωτηματολόγια που συμπληρώθηκαν στο σύνολό τους από τους επιχειρηματίες ήταν 100. Οι γυναίκες επιχειρηματίες του δείγματος ανέρχονται σε ποσοστό 22% ενώ οι άνδρες σε 78%.

Πίνακας 4: Φύλο επιχειρηματιών

Ετικέτα Τιμής	Συχνότητα	Έγκυρα Ποσοστά
Άνδρας	78	78,00
Γυναίκα	22	22,00
<b>Σύνολο</b>	100	100,0

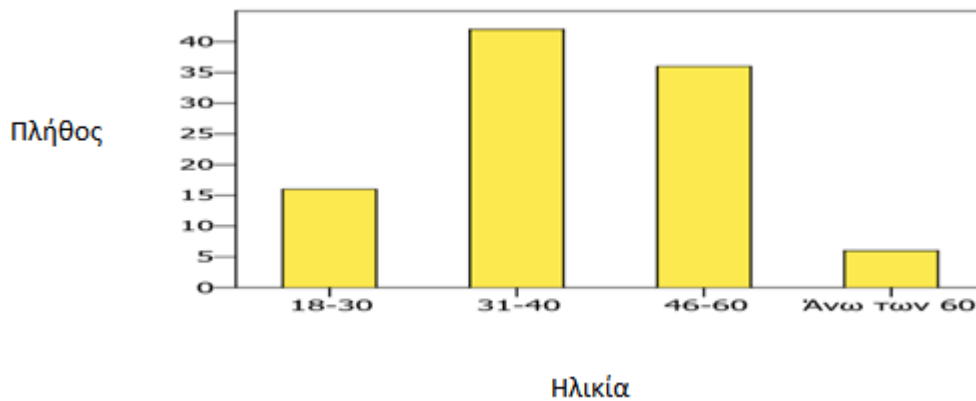
Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Η γυναικεία παρουσία στην επιχειρηματική ζωή της Κατερίνης είναι περιορισμένη. Μάλιστα η γυναικεία επιχειρηματικότητα γενικά υπολείπεται αριθμητικά της ανδρικής. Το γεγονός αυτό είναι σύμφωνο με πορίσματα ερευνών που έχουν διενεργηθεί στο διεθνή χώρο.

Οι έρευνες αυτές επιβεβαιώνουν την μειωμένη γυναικεία παρουσία στο χώρο των επιχειρήσεων, αν και τα τελευταία χρόνια ο αριθμός καταγράφει ανοδική τάση. Σύμφωνα με τους Minitti et al. (2005) ένας μέσος όρος του ποσοστού της γυναικείας επιχειρηματικότητας σε διάφορες χώρες είναι 30%.

Όσο αφορά στην ηλικία των επιχειρηματιών, η έρευνα δείχνει πως το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών, ανήκει στην ηλικιακή κατηγορία των 31-45 ετών, σε ποσοστό 42%. Ακολουθεί η ηλικιακή κατηγορία των 46-60 ετών σε ποσοστό 36%, η κατηγορία 18-30 ετών με ποσοστό 16%, ενώ οι επιχειρηματίες που είναι μεγαλύτεροι των 60 ετών αντιπροσωπεύουν μόλις το 6% του συνολικού δείγματος.

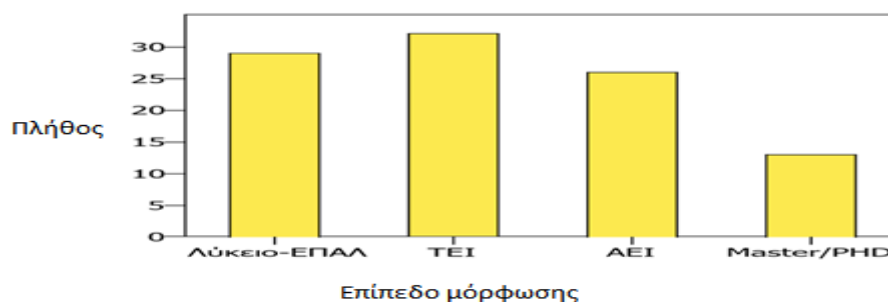
Γράφημα 1: Ηλικία επιχειρηματιών



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Όπως παρατηρείται στο γράφημα 2 οι περισσότεροι επιχειρηματίες της περιοχής έχουν λάβει ανώτατη μόρφωση, καθώς σε ποσοστό 58% είναι απόφοιτοι ΤΕΙ (32%) και ΑΕΙ (26%). Ακολουθούν οι επιχειρηματίες που έχουν ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση με ποσοστό 29%, ενώ περιορισμένο είναι το ποσοστό επιχειρηματιών που κατέχουν μεταπτυχιακούς ή διδακτορικούς τίτλους σπουδών (13%). Πρέπει να σημειωθεί πως στους επιχειρηματίες του δείγματος δεν εντοπίστηκαν απόφοιτοι Δημοτικού ή Γυμνασίου.

Γράφημα 2: Επίπεδο μόρφωσης επιχειρηματιών



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Αυτό που μπορεί να διεξαχθεί σαν συμπέρασμα είναι πως οι περισσότεροι επιχειρηματίες της Κατερίνης αποφασίζουν να δημιουργήσουν μια επιχείρηση, αφού έχουν ολοκληρώσει τις σπουδές τους σε κάποιο ανώτερο ή ανώτατα εκπαιδευτικό ίδρυμα.

Πίνακας 5: Τομέας δραστηριοποίησης της επιχείρησης

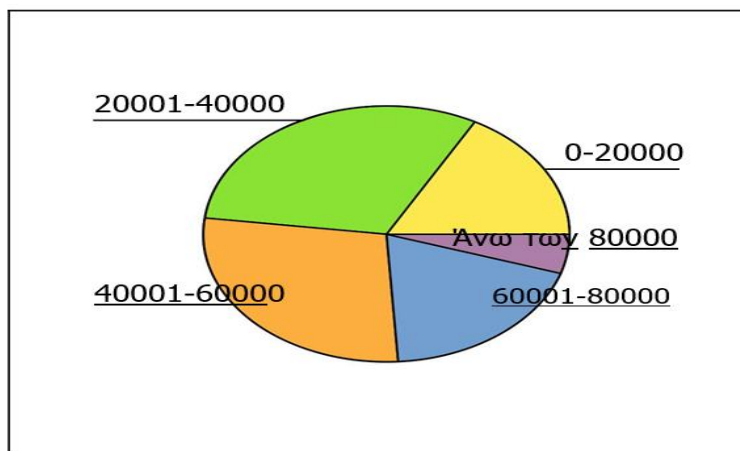
Ετικέτα Τιμής	Συχνότητα	Έγκυρα Ποσοστά
Πρωτογενής	25	25,00
Δευτερογενής	7	7,00
Τριτογενής	68	68,00
<b>Σύνολο</b>	100	100,0

Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Ο τομέας δραστηριοποίησης των περισσότερων επιχειρηματιών είναι ο τριτογενής τομέας σε ποσοστό 68%, ακολουθούμενος από τον πρωτογενή τομέα με ποσοστό 25%. Μόνο το 7% των επιχειρηματιών του δείγματος απασχολείται στο δευτερογενή τομέα παραγωγής. Μπορεί να αναφερθεί πως τα ποσοστά αυτά είναι ενδεικτικά της τουριστικής κουλτούρας που έχει διαμορφωθεί στην περιοχή, καθώς οι περισσότερες επιχειρήσεις είναι προσανατολισμένες προς την παροχή υπηρεσιών. Παράλληλα πολλές βιομηχανίες επιλέγουν σαν χώρο δραστηριοποίησής τους την περιοχή της που το μέγεθός της είναι μεγαλύτερο και που προσφέρει πρόσβαση σε μεγαλύτερο μέρος της αγοράς.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις που έχουν δημιουργηθεί στην Κατερίνη ανήκουν στη κατηγορία των μικρών και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Πιο συγκεκριμένα το 31% των ερωτηθέντων απάντησε πως ο ετήσιος τζίρος της επιχείρησής τους κυμαινόταν μεταξύ των 20.001-40.000 € και το 28% πως ο τζίρος ήταν μεταξύ των 40.001-60.000 €. Στην κατηγορία τζίρου των 60.001-80.000 € εντοπίζεται το 19% των επιχειρήσεων και στην κατηγορία των 0-20.000 € το 17%. Μόλις ένα 5%, κατάφερε να έχει τζίρο μεγαλύτερο των 80.000 €.

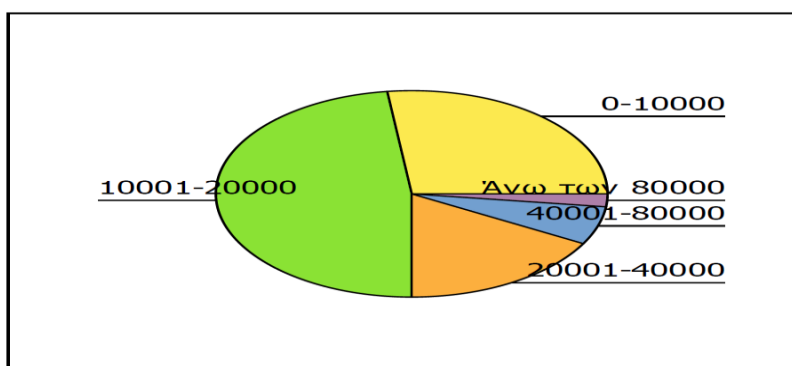
Γράφημα 3: Ετήσιος τζίρος επιχειρήσεων



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Το 75% των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην περιοχή της Κατερίνης εμφανίζουν κέρδη που δεν ξεπερνούν τις 20.000 €. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις με ετήσια έσοδα έως του ποσού των 10.000 € αντιπροσωπεύουν το 27% του συνολικού δείγματος, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων (48%) αναφέρει πως τα κέρδη του ανέρχονται από 10.001-20.000 €. Το 17% των επιχειρηματιών αναφέρει πως τα κέρδη τους κυμάνθηκαν από 20.001-40.000 €, το 6% πως οι επιχειρήσεις τους κατέγραψαν κέρδη από 40.001-80.000 € και μόνο το 2% των επιχειρηματιών του δείγματος απάντησε πως τα κέρδη τους ξεπέρασαν το ποσό των 80.000 €. Αυτό που μπορεί να υποστηριχθεί είναι πως οι περισσότερες επιχειρήσεις ανήκουν στην μικρομεσαία κλίμακα και πως ίσως ρόλο σε αυτό να παίζει και το γεγονός του οικονομικού κλίματος που έχει διαμορφωθεί στη χώρα τα τελευταία χρόνια.

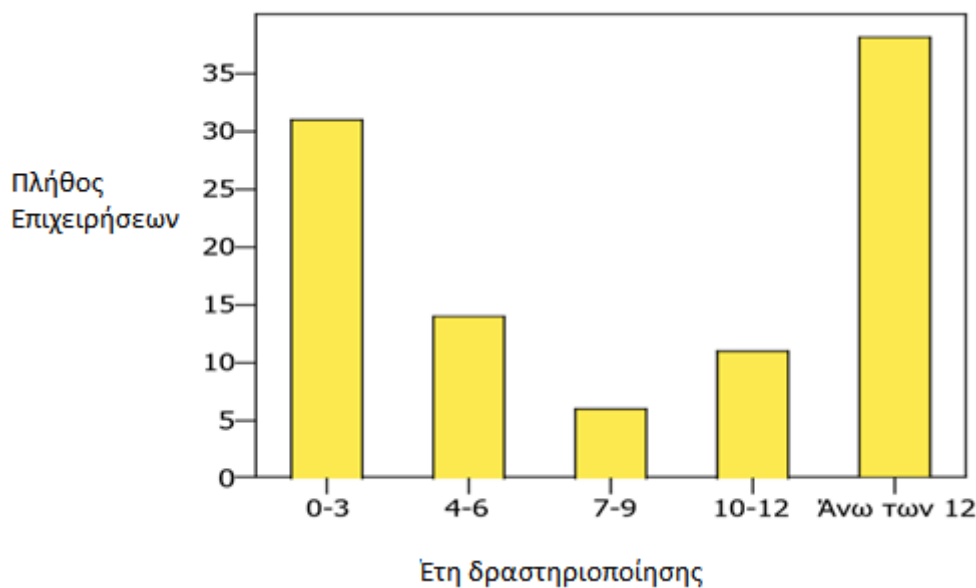
Γράφημα 4 - Ετήσιο κέρδη επιχειρήσεων



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Οι περισσότερες επιχειρήσεις στην πόλη της Κατερίνης έχουν είτε δημιουργεί την τελευταία τριετία, είτε η ηλικία τους ξεπερνά τα 12 έτη. Οι παλαιές επιχειρήσεις με ζωή μεγαλύτερη των 12 ετών αντιπροσωπεύουν το 38% του συνολικού δείγματος και αποτελούν το είδος της επιχείρησης που απαντάται συχνότερα. Ακολουθούν σε ποσοστό 31% οι νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις που η ηλικία τους ανέρχεται στα 3 έτη και σε ποσοστό 14% αυτές με ηλικία μεταξύ των 4-6 ετών. Οι επιχειρήσεις που εντάσσονται στην κατηγορία 7-9 έτη ζωής εντοπίζονται σε ποσοστό 6%, ενώ αυτές με ζωή από 10-12 έτη σε ποσοστό 11%. Τα ποσοστά αυτά ίσως να εμφανίζουν την συγκεκριμένη εικόνα, καθώς κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα πολλές επιχειρήσεις κήρυξαν πτώχευση. Ίσως δηλαδή η κρίση να εξηγεί το γιατί οι περισσότερες επιχειρήσεις είναι νέες ή παλιές που είχαν το χρόνο να «εδραιωθούν» και άρα να μη πτωχεύσουν.

Γράφημα 5: Διάρκεια δραστηριοποίησης της επιχείρησης

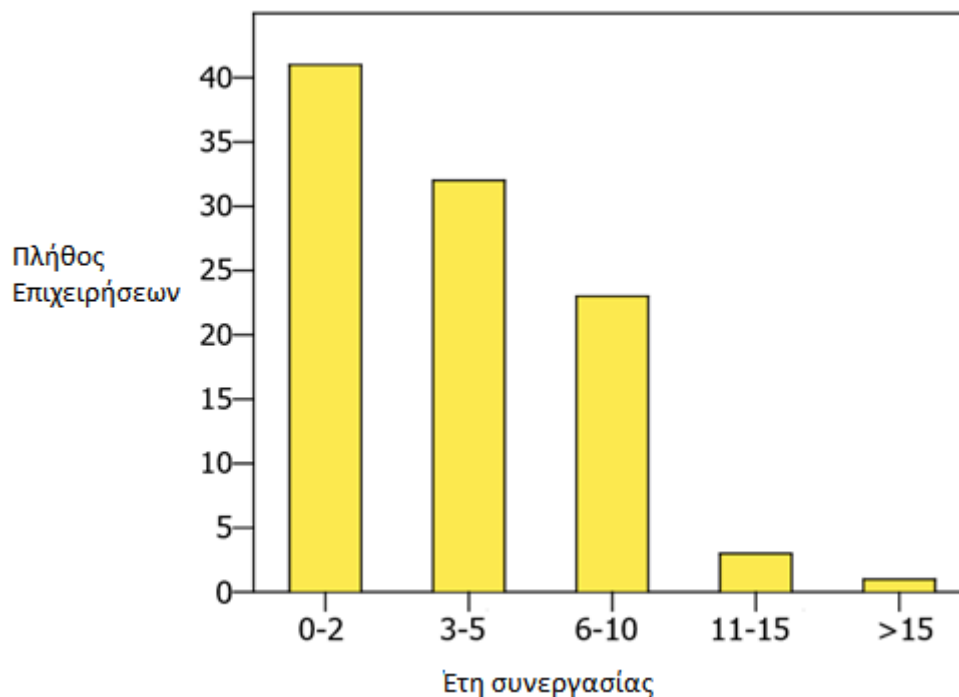


Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Όλες οι επιχειρήσεις του δείγματος, ανεξαρτήτως τζίρου, κερδών και διάρκειας δραστηριοποίησης στην οικονομική ζωή, δέχονται λογιστικές υπηρεσίες. Οι περισσότερες αυτών, σε ποσοστό 41%, συνεργάζονται με κάποιο λογιστικό γραφείο τα τελευταία δύο χρόνια. Οι επιχειρήσεις που συνεργάζονται με κάποιο λογιστικό γραφείο από 3-5 χρόνια αντιπροσωπεύουν το 32% του συνολικού δείγματος, ενώ σε 23% ανέρχεται το ποσοστό που συνεργάζονται με το λογιστικό τους γραφείο για 6-10 χρόνια. Ελάχιστες είναι οι επιχειρήσεις που εμφανίζουν μακρόχρονη συνεργασία με λογιστικά γραφεία. Πιο συγκεκριμένα μόνο το

3% του δείγματος δέχεται λογιστικές υπηρεσίες από ένα συγκεκριμένο λογιστικό γραφείο για διάστημα 11-15 έτη και μόνο μια έχει διατηρήσει τη συνεργασία της για περισσότερα από 15 έτη.

Γράφημα 6: Χρόνια συνεργασίας επιχείρησης με λογιστικό γραφείο



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Οι περισσότερες επιχειρήσεις του δείγματος επισκέπτονται τα λογιστικά τους γραφεία για συμβουλές μία φορά το μήνα σε ποσοστό 74%. Το 23% των επιχειρηματιών συμβουλευέται το λογιστικό το γραφείο μία φορά το τρίμηνο, ενώ απάντησαν πως σπάνια ζητούν λογιστικές συμβουλές το 3% του συνολικού δείγματος.

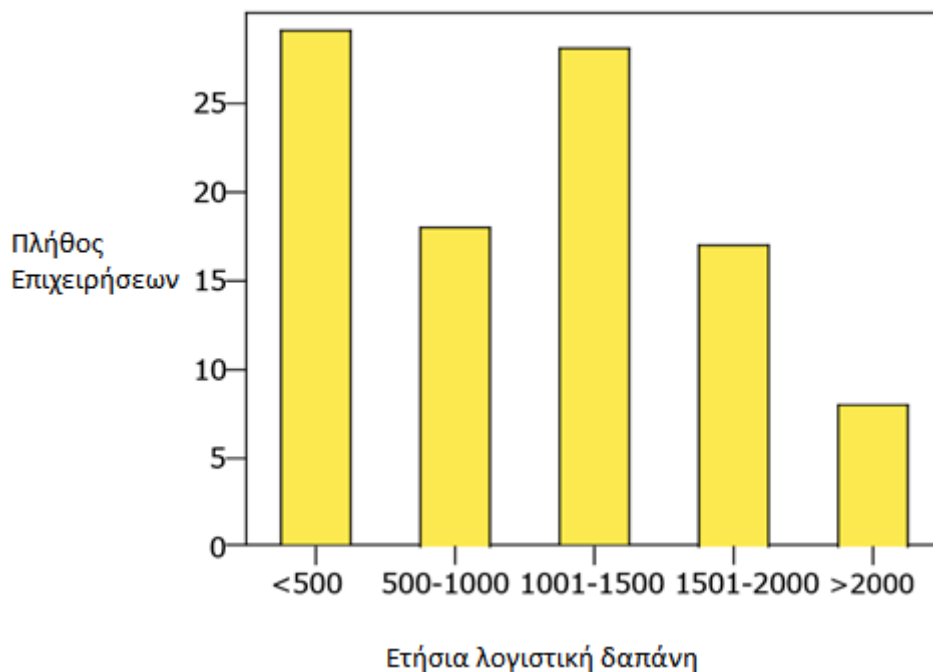
Πίνακας 6: Συχνότητα επίσκεψης λογιστικών γραφείων για συμβουλές

Ετικέτα Τιμής	Συχνότητα	Έγκυρα Ποσοστά
1 φορά/μήνα	74	74,00
1 φορά/τρίμηνο	23	23,00
Σπάνια	3	3,00
<b>Σύνολο</b>	100	100,0

Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρηματιών (29%) δαπανά για λογιστικές υπηρεσίες λιγότερο από 500 € το χρόνο, δαπάνη που είναι η μικρότερη κατηγορία της έρευνας. Αυτό ίσως να οφείλεται στα χαμηλά επίπεδα κερδών των περισσότερων επιχειρήσεων, όπως επίσης και στο γεγονός πως πολλοί επιχειρηματίες του δείγματος δημιούργησαν την επιχείρησή τους μόλις πριν 3 έτη, γεγονός που δεν τους έχει επιτρέψει ακόμα να αυξήσουν τον κύκλο εργασιών τους και να χρειάζονται εξειδικευμένες λογιστικές υπηρεσίες. Μόλις το 8% των επιχειρήσεων δαπανά περισσότερα από 2.000 € το χρόνο στο λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζεται, ενώ το 63% δαπανά από 500-2.000 € το χρόνο.

Γράφημα 7: Ετήσια λογιστική δαπάνη επιχειρήσεων



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Σε γενικές γραμμές οι επιχειρηματίες της Κατερίνης είναι ικανοποιημένοι από την ποιότητα των υπηρεσιών που λαμβάνουν από τα λογιστικά γραφεία με τα οποία συνεργάζονται. Ένα μικρό μόνο ποσοστό του δείγματος (της τάξεως του 8%) δηλώνει πως είναι «λίγο ικανοποιημένο». Οι υπόλοιποι επιχειρηματίες του δείγματος έχουν απαντήσει σε ποσοστό 62% πως οι υπηρεσίες που δέχονται είναι «ικανοποιητικές», το 25% απάντησε πως είναι «πολύ ικανοποιητικές», ενώ το 5% δήλωσε πως έχει μείνει «απόλυτα ικανοποιημένο» από τις παρεχόμενες σε αυτό λογιστικές υπηρεσίες. Τα μεγάλα ποσοστά ικανοποίησης ίσως μπορούν να εξηγηθούν από το γεγονός πως η μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρηματιών του δείγματος, δέχεται απλές και όχι απαιτητικές λογιστικές υπηρεσίες.

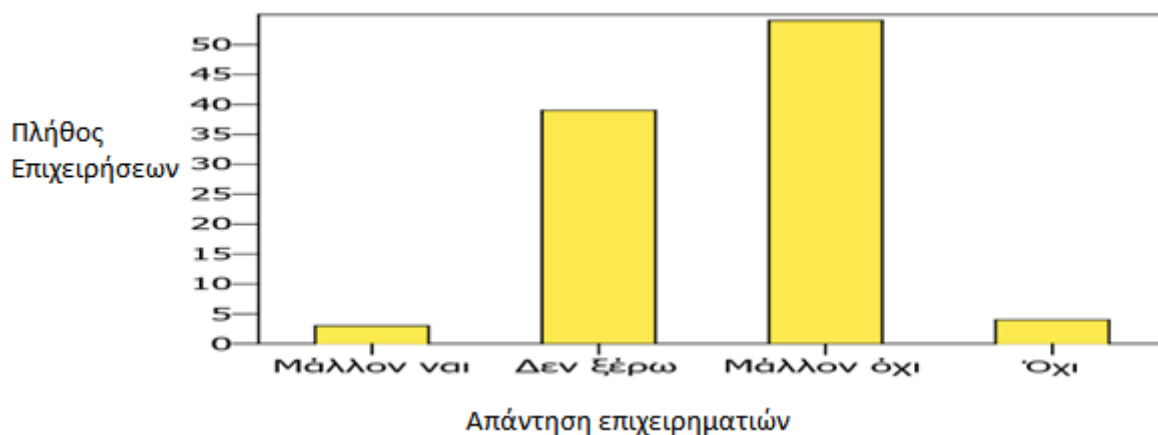
Γράφημα 8: Ικανοποίηση επιχειρηματιών για τις λογιστικές υπηρεσίες που λαμβάνουν



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Οι επιχειρηματίες αν και σε γενικές γραμμές είναι ικανοποιημένοι από τις λογιστικές υπηρεσίες που δέχονται, ωστόσο θεωρούν πως οι αμοιβές που χρεώνονται για αυτές είναι «μέτριες» σε ποσοστό 82%. Πρέπει στο σημείο αυτό να επισημανθεί πως ένα μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων δαπανά σε ετήσια βάση λιγότερα από 500 €, ποσό που είναι το μικρότερο στη κλίμακα της έρευνας. Το γεγονός της θεώρησης των λογιστικών αμοιβών ως «μέτριων» λοιπόν, ίσως να εξηγείται από το γεγονός πως 75% των επιχειρήσεων εμφανίζει κέρδη έως 20.000 €. Μπορεί με άλλα λόγια οι αμοιβές να θεωρούνται μέτριες καθώς είναι περιορισμένα και τα κέρδη. Το 15% θεωρεί τις αμοιβές «υψηλές», το 1% τις θεωρεί «πολύ υψηλές» και μόνο το 2% απάντησε πως θεωρεί τις τιμές που χρεώνει το λογιστικό του γραφείο «πολύ χαμηλές».

Γράφημα 9: Αν βρίσκατε καλύτερες αμοιβές τιμές θα αλλάζατε λογιστικό γραφείο;



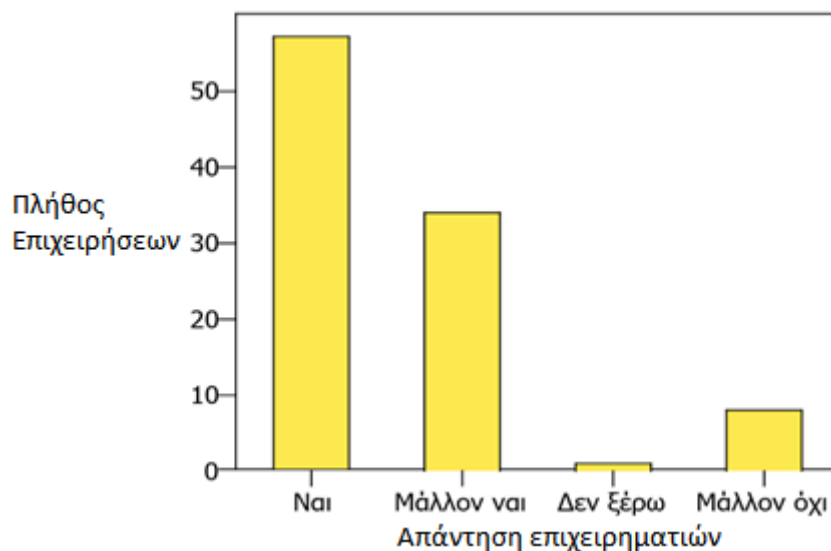
Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας



Πάντως φαίνεται πως οι επιχειρηματίες δεν επιλέγουν το λογιστικό γραφείο τους με βάση μόνο τις χρεώσεις του, καθώς αν και οι περισσότεροι θεωρούν τις αμοιβές «μέτριες», ωστόσο δεν θα άλλαζαν λογιστικό γραφείο αν έβρισκαν σε κάποιο άλλο καλύτερες τιμές. Πιο συγκεκριμένα στην ερώτηση «Αν βρίσκατε καλύτερες τιμές θα αλλάζατε το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζεστε» περισσότεροι από τους μισούς επιχειρηματίες (54%) απάντησαν «μάλλον όχι», ενώ 4% απάντησε «όχι». Το 39% απάντησε «δεν ξέρω» και μόνο το 3% απάντησε πως μάλλον θα άλλαζε λογιστικό γραφείο.

Η γενική ικανοποίηση των επιχειρηματιών από τις υπηρεσίες που λαμβάνει από τα λογιστικά γραφεία, υπογραμμίζεται και από το γεγονός πως οι περισσότεροι από τους μισούς (57%) ήταν θετικοί στο να συστήσουν το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζονται σε κάποιον γνωστό τους, ενώ το 34% στην ίδια ερώτηση απάντησε «μάλλον ναι». Η διαφήμιση αυτού του είδους για κάθε επιχείρηση είναι σημαντική και φανερώνει πως οι δέκτες των υπηρεσιών είναι σε γενικές γραμμές ικανοποιημένοι. Μόνο ένα 8% δεν θα πρότεινε το γραφείο σε κάποιον γνωστό του και το 1% απάντησε «δεν ξέρω».

Γράφημα 10: Θα προτείνατε το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζεστε σε γνωστούς σας;



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Στην ερώτηση αν το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζεται μια επιχείρηση αποτελεί παράγοντα επιτυχίας της σχεδόν οι μισοί επιχειρηματίες (48%) απάντησαν «λίγο». Το υπόλοιπο μισό απάντησε «αρκετά» σε ποσοστό 31%, ενώ «πολύ» και «πάρα πολύ» απάντησε το 14% και το 7% αντίστοιχα. Στην συγκεκριμένη ερώτηση οι επιχειρηματίες

φαίνονται διχασμένοι και αυτό ίσως να οφείλεται στις ανάγκες που έχουν οι επιχειρήσεις τους για λογιστικές υπηρεσίες. Μπορεί δηλαδή σε κάποιες περιπτώσεις η συμβολή του λογιστικού γραφείου να είναι καθοριστική, ενώ σε άλλες να αποτελεί απλά μια αναγκαιότητα για τη διευθέτηση γραφειοκρατικών υποθέσεων, για την υποβολή της φορολογικής δήλωσης ή την τήρηση βιβλίων. Μια πρόταση που θα μπορούσε να γίνει είναι τα λογιστικά γραφεία να διαφήμιζαν το σύνολο των υπηρεσιών τους στο επιχειρηματικό κοινό με το οποίο συναναστρέφονται και να εξηγούσαν στο κοινό τους τρόπους με τους οποίους οι υπηρεσίες αυτές θα συνέβαλαν θετικά στην πορεία της επιχείρησης.

Πίνακας 7 - Συμβολή λογιστικών υπηρεσιών στην επιτυχία μιας επιχείρησης

Ετικέτα Τιμής	Συχνότητα	Έγκυρα Ποσοστά
Πάρα πολύ	7	7,00
Πολύ	14	14,00
Αρκετά	31	31,00
Λίγο	48	48,00
<b>Σύνολο</b>	<b>100</b>	<b>100,0</b>

Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Το παραπάνω επιβεβαιώνεται και από το γεγονός των υπηρεσιών που οι επιχειρηματίες λαμβάνουν από τα λογιστικά τους γραφεία. Στο σύνολό τους (100%) δέχονται υπηρεσίες όπως η τήρηση των απλογραφικών βιβλίων, η δήλωση φορολογίας εισοδήματος και η σύνταξη δηλώσεων παρακρατούμενων φόρων. Το 66% των επιχειρηματιών έχει αναθέσει στα λογιστικά γραφεία την διεκπεραίωση των συναλλαγών με δημόσιες υπηρεσίες ενώ μόνο το 1% χρησιμοποιεί υπηρεσίες που σχετίζονται με τον χρηματοοικονομικό σχεδιασμό και την χρηματοοικονομική αναδιάρθρωση.

Πίνακας 8: Υπηρεσίες που λαμβάνουν από τα λογιστικά γραφεία οι επιχειρήσεις

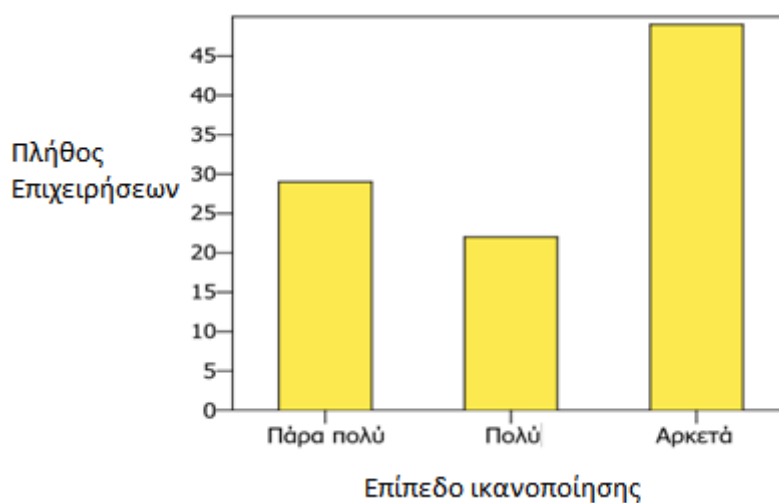
Ετικέτα Τιμής	Συχνότητα	Έγκυρα Ποσοστά
Τήρηση απλογραφικών βιβλίων	100	27,17
Δήλωση Φορολογίας Εισοδήματος	100	27,17

Σύνταξη δηλώσεων παρακρατούμενων φόρων	100	27,17
Διεκπεραίωση συναλλαγών με το Δημόσιο	66	17,95
Χρηματοοικονομικό σχεδιασμό	1	0,27
Χρηματοοικονομική αναδιάρθρωση	1	0,27
<b>Συχνότητα</b>	<b>368</b>	<b>100,0</b>

Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Από το σύνολο των επιχειρηματιών που δήλωσε πως δέχεται από το λογιστικό του γραφείο υπηρεσίες τήρησης βιβλίων, κανένας δεν ήταν δυσαρεστημένος από αυτές. Πιο συγκεκριμένα το 29% απάντησε πως ήταν «πάρα πολύ» ευχαριστημένο από την υπηρεσία αυτή, το 22% «πολύ», ενώ οι μισοί σχεδόν επιχειρηματίες ανέφεραν πως ήταν «αρκετά» ευχαριστημένοι.

Γράφημα 11: Βαθμός ικανοποίησης από την τήρηση βιβλίων



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Αντίστοιχα είναι σχεδόν και τα ποσοστά ικανοποίησης από την υπηρεσία δήλωσης φορολογίας εισοδήματος. Μόνο το 7% δήλωσε πως ήταν «λίγο» (6%) ή «καθόλου» (1%) ευχαριστημένο. Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρηματιών είναι «πάρα πολύ» (23%), «πολύ» (39%) ή «αρκετά» (31%) ευχαριστημένοι.

Πίνακας 9: Λόγοι δυσαρέσκειας από τη δήλωση φορολογίας εισοδήματος

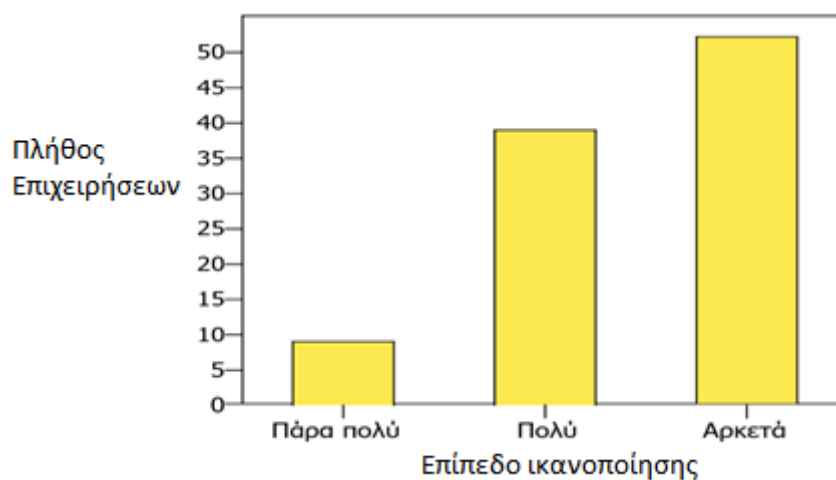
Ετικέτα Τιμής	Συχνότητα	Εγκυρα Ποσοστά
Καθυστέρηση	2	33,33
Έλλειψη	1	16,67
Παράλειψη	3	50,00
<b>Σύνολο</b>	<b>6</b>	<b>100,0</b>

Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Ο συνολικός αριθμός των επιχειρηματιών που δήλωσαν δυσαρέσκεια από τη δήλωση της φορολογίας εισοδήματος ανέρχεται στους έξι. Οι λόγοι που οι επιχειρηματίες φαίνονται να είναι δυσαρεστημένοι από την υπηρεσία αυτή είναι κάποιου είδους παράλειψη από μεριάς λογιστικού γραφείου στη δήλωσή τους (3), καθυστέρηση στη δήλωση εισοδήματος (2), ενώ ο ένας από αυτούς ήταν δυσαρεστημένος εξαιτίας έλλειψης γνώσεων από μεριάς υπαλλήλων του γραφείου.

Στην ερώτηση «σε ποιο βαθμό είστε ευχαριστημένοι από την σύνταξη δηλώσεων παρακρατούμενων φόρων» κανένας επιχειρηματίας δεν φαίνεται να είναι δυσαρεστημένος. Περισσότεροι από τους μισούς (52%) δήλωσαν πως είναι «αρκετά ευχαριστημένοι», το 39% απάντησε πως ήταν «πολύ» ευχαριστημένο ενώ το 9% του δείγματος των επιχειρηματιών δήλωσε πως ήταν «πάρα πολύ» ευχαριστημένο από την υπηρεσία αυτή.

Γράφημα 12: Βαθμός ικανοποίησης από τη σύνταξη δηλώσεων παρακρατούμενων φόρων



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Από τους επιχειρηματίες που δέχονται την υπηρεσία της διεκπεραίωσης όλων των συναλλαγών τους με το δημόσιο, οι πλειοψηφία (69%) δηλώνει πως είναι «αρκετά» ευχαριστημένη από αυτή, το 16% δηλώνει «πολύ ευχαριστημένο» και το 3% «πάρα πολύ» ευχαριστημένο. Το ποσοστό που εξέφρασε δυσαρέσκεια από την υπηρεσία αυτή ανέρχεται στο 10% περίπου. Πιο συγκεκριμένα το 7% ανέφερε πως ήταν «λίγο» ευχαριστημένο και το 3% «καθόλου» ευχαριστημένο.

Πίνακας 10: Λόγοι δυσαρέσκειας από τη διεκπεραίωση συναλλαγών με το δημόσιο

Ετικέτα Τιμής	Συχνότητα	Εγκυρα Ποσοστά
Καθυστέρηση	5	71,43
Μη σωστή ενημέρωση	2	28,47
<b>Σύνολο</b>	7	100,0

Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Όπως παρατηρείται στον πίνακα 10, οι λόγοι δυσαρέσκειας των επιχειρηματιών από το λογιστικό τους γραφείο που έχει αναλάβει τις συναλλαγές του με το δημόσιο αποτελεί σε ποσοστό 71% η καθυστέρηση ολοκλήρωσης της συναλλαγής και σε ποσοστό 2% η μη σωστή ενημέρωση από μεριάς λογιστικού γραφείου. Τόσο στη μία όσο και στην άλλη περίπτωση, η δυσαρέσκεια ίσως να είναι αποτέλεσμα του γραφειοκρατικού συστήματος και του τρόπου με τον οποίο λειτουργούν οι δημόσιες υπηρεσίες. Το εμπόδιο αυτό μπορεί να υπερνικηθεί με τη καταπολέμηση της γραφειοκρατίας και ίσως η πηγή δυσαρέσκειας που εκφράζεται από τους επιχειρηματίες να είναι το ίδιο το δημόσιο και όχι τόσο οι ικανότητες και οι γνώσεις του προσωπικού του λογιστικού γραφείου με το οποίο συνεργάζονται. Ωστόσο η δυσαρέσκεια αυτή βρίσκει τελικό αποδέκτη τα λογιστικά γραφεία.

Την υπηρεσία του χρηματοοικονομικού σχεδιασμού και της χρηματοοικονομικής αναδιάρθρωσης (πίνακας 8) δέχεται μόνο το 1% του συνολικού δείγματος των επιχειρηματιών της Κατερίνης. Αν και οι αποδέκτες των υπηρεσιών αυτών είναι περιορισμένοι, ο βαθμός ικανοποίησής τους φανερώνει το γεγονός πως το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζονται ανταποκρίνεται με τον καλύτερο βαθμό στις προσδοκίες τους. Το ποσοστό αυτό δηλώνει «πολύ ευχαριστημένο» και «πάρα πολύ» ευχαριστημένο για την υπηρεσία του χρηματοοικονομικού σχεδιασμού και της χρηματοοικονομικής αναδιάρθρωσης αντίστοιχα.

Το εύρημα αυτό της έρευνας ίσως να δείχνει πως οι επιχειρηματίες ανεξαρτήτως του μεγέθους της επιχείρησής τους, πρέπει να πληροφορηθούν από τα λογιστικά γραφεία για τις προσφερόμενες υπηρεσίες και τους τρόπους με τις οποίες αυτές μπορούν να βοηθήσουν την επιχείρησή τους. Άλλωστε, το να διαθέτει κάποιος μια επιχείρηση, δεν σημαίνει ταυτόχρονα πως αυτός γνωρίζει αυτά που η λογιστική επιστήμη μπορεί να του προσφέρει. Με άλλα λόγια ενδέχεται να υπάρχει άγνοια από μεριάς επιχειρηματικού κόσμου για τις λογιστικές υπηρεσίες που μπορεί να χρησιμοποιήσει πέραν της τήρησης βιβλίων ή την σύνταξη της φορολογική δήλωσης στο τέλος του έτους. Ίσως πάλι να υπάρχει αδιαφορία για «εξεζητημένες» υπηρεσίες εξαιτίας των περιορισμένων κερδών που εμφανίζει η πλειοψηφία των επιχειρήσεων ή της γνώσης από πλευράς επιχειρηματικού κοινού πως επιπλέον λογιστικές υπηρεσίες δεν θα βοηθήσουν την επιχείρηση.

Το γεγονός πως οι επιχειρηματίες εκφράζουν υψηλά επίπεδα ικανοποίησης από τη συνεργασία τους με τα λογιστικά γραφεία της Κατερίνης, φαίνεται και από τις απαντήσεις που έδωσαν στην ερώτηση «πώς κρίνετε τις γνώσεις των υπαλλήλων του λογιστικού σας γραφείου ως προς τις συνεχείς φορολογικές και νομοθετικές αλλαγές». Φαίνεται πως τα λογιστικά γραφεία είναι ενήμερα για τις αλλαγές αυτές, καθώς η κρίση των επιχειρηματιών σε ποσοστό 93% ήταν θετική. Πιο συγκεκριμένα το 63% των ερωτηθέντων δηλώνει πως οι γνώσεις των λογιστών είναι «ικανοποιητικές», το 24% «πολύ ικανοποιητικές» και το 6% «απόλυτα ικανοποιητικές». Μόνο το 7% δηλώνει «λίγο» ή «καθόλου ικανοποιημένο».

Γράφημα 13: Κρίση επιχειρηματιών για τις γνώσεις των υπαλλήλων των λογιστικών γραφείων ως προς τις συχνές φορολογικές και νομοθετικές αλλαγές



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Αντίστοιχη εικόνα ικανοποίησης εκφράζεται και σχετικά με την ενημέρωση που προσφέρουν οι υπάλληλοι των λογιστικών γραφείων προς τους επιχειρηματίες. Μόνο το 8% δηλώνει δυσαρέσκεια ή μικρή ικανοποίηση. «Ικανοποιητική» θεωρεί την ενημέρωση το 56% των επιχειρηματιών, «πολύ ικανοποιητική» το 24%, ενώ το 12% απάντησε πως θεωρεί «απόλυτα ικανοποιητική» την ενημέρωση που δέχεται από το λογιστικό γραφείο.

Γράφημα 14: Κρίση επιχειρηματιών για την ενημέρωση που τους προσφέρουν τα λογιστικά τους γραφεία



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Στην ερώτηση «πώς κρίνετε το χρόνο ανταπόκρισης των υπαλλήλων του λογιστικού σας γραφείου στα αιτήματα της επιχείρησής σας», οι επιχειρηματίες στην συντριπτική τους πλειοψηφία είναι ικανοποιημένοι. Πιο συγκεκριμένα κρίνουν τον χρόνο ανταπόκρισης «ικανοποιητικό» το 65% του συνόλου του δείγματος, «πολύ ικανοποιητικό» το 19% και «απόλυτα ικανοποιητικό» το 4%. Δυσανεστημένο φαίνεται να είναι μόνο το 12%. Κρίνοντας τη συνολική εικόνα ικανοποίησης, η δυσαρέσκεια αυτού του μικρού δείγματος, ίσως να προέρχεται από τις εξαιρετικά αυξημένες προσδοκίες που το δείγμα διαθέτει σχετικά με το χρονικό διάστημα μέσα στο οποίο πιστεύει πως πρέπει να ικανοποιηθεί η ανάγκη του. Ίσως πάλι η δυσαρέσκεια να προέρχεται από την κακή πορεία της επιχείρησης και να εκφράζεται ως δυσαρέσκεια απέναντι στο λογιστικό γραφείο. Σε καμία περίπτωση πάντως δεν θα πρέπει να αποκλεισθεί ρητά το γεγονός πως οι υπηρεσίες που λαμβάνει από το λογιστικό του γραφείο ο επιχειρηματίας είναι όντως ανεπαρκείς.

Γράφημα 15: Κρίση επιχειρηματιών ως προς το χρόνο ανταπόκρισης των λογιστικών γραφείων τους στα αιτήματά τους



Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Τέλος, το 93% των επιχειρηματιών διατηρεί τυπικές σχέσεις με το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζεται και μόνο το 7% διατηρεί φιλικές σχέσεις με αυτό.

Πίνακας 11 : Σχέσεις επιχειρηματιών με λογιστικά γραφεία

Ετικέτα Τιμής	Συχνότητα	Εγκυρα Ποσοστά
Τυπικές	93	93,00
Φιλικές	7	7,00
<b>Σύνολο</b>	100	100,0

Πηγή: Επεξεργασία πρωτογενών στοιχείων έρευνας

Η έλλειψη φιλικών σχέσεων που παρατηρείται, ενισχύει την αντικειμενική κρίση του επιχειρηματία ως προς τις λογιστικές υπηρεσίες που λαμβάνει. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να τις κρίνει επαγγελματικά και με βάση τα αποτελέσματα. Με βάση τη λογική αυτή λοιπόν, η συνολική εικόνα ικανοποίησης που προκύπτει από την έρευνα, είναι αποτέλεσμα ποιοτικών υπηρεσιών και επαγγελματικού από μεριάς λογιστικών γραφείων και όχι αποτέλεσμα των φιλικών σχέσεων που οι επιχειρηματίες διατηρούν με αυτά.



## Συμπεράσματα

Μετά την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας προκύπτουν κάποια συμπεράσματα που σχετίζονται με την σημασία των λογιστικών υπηρεσιών στην οικονομική ευημερία μιας επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα:

1. Καθώς το οικονομικό και νομοθετικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται μια επιχείρηση είναι ρευστό και υπόκεινται συνεχείς αλλαγές, η λογιστική επιστήμη μπορεί να βοηθήσει τον επιχειρηματία προκειμένου να λάβει τις ιδανικότερες οικονομικές αποφάσεις.
2. Εκτός όμως από το παραπάνω, η λογιστική αναλαμβάνει να φέρει εις πέρας εργασίες οι οποίες αν και είναι σημαντικές για τη συμμόρφωση του επιχειρηματία με το νομικό και φορολογικό καθεστώς, ωστόσο λόγω έλλειψης γνώσεων δεν μπορούν να εκτελεστούν από τον ίδιο.
3. Ο λογιστής προσφέροντας λογιστικές υπηρεσίες, πρέπει να διατηρήσει ικανοποιημένο τον πελάτη του, ενώ πρέπει παράλληλα να συμμορφώνεται με τις επιταγές του νόμου. Πρέπει με άλλα λόγια να τηρεί τον Κώδικα Δεοντολογίας των Λογιστών αλλά και τη νομοθεσία του κράτους που αναφέρεται στο επάγγελμά του.
4. Τόσο η ικανοποίηση των πελατών όσο και η συμμόρφωση με τους κανονισμούς, προϋποθέτουν ο λογιστής να διαθέτει κάποιες δεξιότητες. Εκτός των άλλων, πρέπει να γνωρίζει εις βάθος τα τεχνικά ζητήματα του επαγγέλματός του και τις αλλαγές που προκύπτουν, όπως επίσης και να διαθέτει επικοινωνιακές και οργανωτικές δεξιότητες. Σημαντικό κομμάτι της εργασίας του αποτελεί το να δημιουργήσει αίσθημα εμπιστοσύνης στον πελάτη του, διατηρώντας παράλληλα απόλυτη εχεμύθεια για τις επιχειρηματικές του δραστηριότητες, όταν φυσικά οι τελευταίες είναι νόμιμες.
5. Σε περίπτωση που θεωρήσει πως ο πελάτης του παραβαίνει τη νομοθεσία, μπορεί να αποχωρήσει από τις λογιστικές εργασίες που του έχουν ανατεθεί και να ενημερώσει τις αρχές σχετικά, σε περίπτωση που του ζητηθεί.
6. Ο χώρος παροχής υπηρεσιών είναι ανταγωνιστικός και επομένως ο πάροχος θα πρέπει να διατηρεί την ικανοποίηση του πελάτη του σε υψηλά επίπεδα. Η ικανοποίηση του κάθε πελάτη εξαρτάται από παράγοντες όπως το εισόδημά του, η μόρφωσή του και η ηλικία του. Σε γενικές πάντως γραμμές ένας πελάτης είναι

ικανοποιημένος από την υπηρεσία που δέχεται όταν οι προσδοκίες που έχει σχηματίζει για την υπηρεσία αυτή είναι αντίστοιχες της πραγματικότητας.

7. Η ικανοποίηση των επιχειρηματιών εξαρτάται από το επίπεδο εκπαίδευσης κάθε επιχειρηματία, την παρελθούσα επιχειρηματική του πορεία, το εισόδημα που του επιφέρει η επιχείρησή του, το φύλο του, την ηλικία του και ο βαθμός με τον οποίο αυτός μπορεί να διαχειριστεί το φόρτο εργασίας και τα οικονομικά ρίσκα που λαμβάνει.
8. Η έρευνα της παρούσας εργασίας έχει φανερώσει πως σε γενικές γραμμές οι επιχειρηματίες της Κατερίνης είναι ικανοποιημένοι από τις προσφερόμενες σε αυτούς λογιστικές υπηρεσίες.
9. Φαίνεται πως οι επιχειρηματίες δύσκολα θα άλλαζαν το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζονται εξαιτίας του κόστους των υπηρεσιών που αυτό προσφέρει. Αυτό δείχνει πως παρά τα περιορισμένα κέρδη της πλειοψηφίας των επιχειρήσεων, οι επιχειρηματίες στην επιλογή λογιστικού γραφείου και στη διατήρηση της συνεργασίας τους με αυτό, αξιολογούν την ποιότητα των υπηρεσιών που δέχονται, ενώ το κόστος αυτών έρχεται σε υποδεέστερη θέση.
10. Επίσης η έρευνα επιβεβαιώνει την τάση που θέλει τους άνδρες να ασχολούνται σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τις γυναίκες με τον κόσμο των επιχειρήσεων.
11. Το σύνολο των επιχειρηματιών χρησιμοποιεί λογιστικές υπηρεσίες, γεγονός που φανερώνει πλέον στην κουλτούρα του επιχειρηματία έχει παγιωθεί η σημασία των λογιστικών υπηρεσιών.
12. Πρέπει ωστόσο να υπογραμμιστεί το γεγονός πως οι περισσότεροι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν μόνο τις τυπικές λογιστικές υπηρεσίες, όπως η τήρηση βιβλίων, η σύνταξη λογιστικών δηλώσεων και δηλώσεων φόρων. Ελάχιστοι επιχειρηματίες κάνουν χρήση όλων των λογιστικών υπηρεσιών που προσφέρονται. Αυτό μπορεί να συμβαίνει εξαιτίας της άγνοιά τους για την αξία τους, της γνώσης πως δεν τις χρειάζονται ή της κακής διαφήμισης των υπηρεσιών που τα λογιστικά γραφεία προσφέρουν.
13. Το περιορισμένο αίσθημα της δυσαρέσκειας των επιχειρηματιών, σύμφωνα με το ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε κυρίως καθυστερήσεων διεκπεραίωσης συναλλαγών με το δημόσιο, παραλείψεων στις δηλώσεις φορολογίας εισοδήματος, στη μη σωστή ενημέρωση του πελάτη. Οι δυσαρεστημένοι πελάτες με βάση την έρευνα είναι και αυτοί που θεωρούν πως η δαπάνη τους για τις λογιστικές υπηρεσίες που δέχονται

είναι υψηλή και είναι αυτοί που θα άλλαζαν λογιστικό γραφείο αν έβρισκαν καλύτερες τιμές.

14. Το γεγονός πως οι επιχειρηματίες διατηρούν τυπικές και όχι φιλικές σχέσεις με το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζονται, φανερώνει πως τα λογιστικά γραφεία θα πρέπει να βελτιώσουν τις επικοινωνιακές του τακτικές. Παράλληλα, το εύρημα αυτό δείχνει πως οι επιχειρηματίες εκτιμούν τον επαγγελματισμό έτσι όπως αυτός προκύπτει μέσω της ποιότητας των υπηρεσιών και όχι με βάση τις σχέσεις που αναπτύσσουν με τον λογιστή τους.
15. Τέλος αν και η ικανοποίηση των επιχειρηματιών είναι υψηλή, ωστόσο αυτό δεν σημαίνει πως τα λογιστικά γραφεία δεν χρειάζεται να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους και τον τρόπο που προσεγγίζουν τον πελάτη. Ίσως αυτό να οδηγήσει την πλειοψηφία των επιχειρηματιών να δηλώνουν πως δεν είναι απλά «ικανοποιημένοι» από την συνεργασία τους με το λογιστικό γραφείο, αλλά πως είναι «πολύ» ή «πάρα πολύ» ικανοποιημένοι.

Ένα από τα ευρήματα της έρευνας είναι πως οι επιχειρηματίες στη πλειοψηφία τους χρησιμοποιούν μόνο βασικές λογιστικές υπηρεσίες. Το γεγονός αυτό μπορεί να οφείλεται εν μέρει και στο γεγονός πως οι επιχειρηματίες καθώς δεν είναι ειδική στα λογιστικά θέματα, να αγνοούν τις υπηρεσίες που μπορούν να λάβουν και τον τρόπο με τον οποίο αυτές θα τους κάνουν περισσότερο ανταγωνιστικούς. Αυτό που πρέπει να κάνουν τα λογιστικά γραφεία, είναι να γνωστοποιήσουν στους πελάτες που θεωρούν πως θα ωφελούνταν, το σύνολο των υπηρεσιών τους. Με άλλα λόγια τα λογιστικά γραφεία πρέπει να διαφημίσουν καλύτερα τις υπηρεσίες τους.

Ένα μεγάλο μέρος της δυσαρέσκειας των επιχειρηματιών οφείλεται στις καθυστερήσεις των γραφείων που προκύπτουν από τη συναλλαγή με το δημόσιο. Προκειμένου να περιοριστεί αυτή η δυσαρέσκεια τα λογιστικά γραφεία θα πρέπει να βελτιώσουν τις σχέσεις που διατηρούν με τις δημόσιες υπηρεσίες, ώστε να περιοριστούν οι καθυστερήσεις στη διευθέτηση των υποθέσεών τους.

Επίσης, θα πρέπει να δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στην ενημέρωση του πελάτη τους, παρουσιάζοντας σφαιρικά την κατάσταση, όπως επίσης και τις ενέργειες που απαιτούνται, καθώς και τα ρεαλιστικά χρονοδιαγράμματα μέσα στα οποία μπορεί να διευθετηθεί ένα πρόβλημα.

Τέλος, θα πρέπει να βελτιώσουν τις σχέσεις που διατηρούν με τους πελάτες τους. Η καλλιέργεια φιλικών σχέσεων, πάντα μέσα στα πλαίσια του επαγγελματισμού, θα οδηγήσει

στην ενίσχυση της εμπιστοσύνης και ίσως στη λιγότερο σκληρή κριτική από την πλευρά του επιχειρηματία, σε περίπτωση που υπάρξει κάποιο ανθρώπινο λάθος ή παράλειψη.

## Βιβλιογραφία

- Aga, M., & Safakli, O. V. (2007). An empirical investigation of service quality and customer satisfaction in professional accounting firms: Evidence from North Cyprus. *Problems and Perspectives in Management*, 5(3), 84-98.
- Amiri, N. S., & Marimaei, M. R. (2012). Concept of entrepreneurship and entrepreneurs traits and characteristics. *Scholarly Journal of Business Administration*, 2(7), 150-155.
- Baba, M. C. (2009). Quality management of the accounting services. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Economic Sciences. Series V*, 2, 59.
- Bescos, P. L. (2002). Current issues and future skills of the members of the public-finance management. *Financial Control Strategy*, 5, 5-28.
- Bessom, R. M. (1973). Unique aspects of marketing services. *Arizona Business Bulletin*, 9(November), 8-15.
- Blanchflower, D. G., & Oswald, A. J. (1998). What makes an entrepreneur?. *Journal of labor Economics*, 16(1), 26-60.
- Blois, K. J. (1974). The marketing of services: an approach. *European Journal of Marketing*, 8(2), 137-145.
- Carree, M. A., & Verheul, I. (2012). What makes entrepreneurs happy? Determinants of satisfaction among founders. *Journal of Happiness Studies*, 13(2), 371-387.
- Creswell, J. W., & Garrett, A. L. (2008). The “movement” of mixed methods research and the role of educators. *South African journal of education*, 28(3), 321-333.
- Davidsson, P. (2004). *Researching entrepreneurship*. New York: Springer.
- Daff, L., De Lange, P., & Jackling, B. (2012). A comparison of generic skills and emotional intelligence in accounting education. *Issues in Accounting Education*, 27(3), 627-645.

De Lange, P., Jackling, B., & Gut, A. M. (2006). Accounting graduates' perceptions of skills emphasis in undergraduate courses: an investigation from two Victorian universities. *Accounting & Finance*, 46(3), 365-386.

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship practices and principles*. Amacon.

Rizzari, M. (2017). *Entrepreneurship and development: empirical evidence and policy* (Διπλωματική διατριβή). Luiss University, Italy.

Feldman, D. C., & Bolino, M. C. (2000). Career Patterns of the Self-Employed: Career Motivations and Career Outcomes. *Journal of Small Business Management*, 38(3), 53-68.

Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American customer satisfaction index: nature, purpose, and findings. *the Journal of Marketing*, 7-18.

Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of marketing*, 18(4), 36-44.

Gronroos, C. (1990). Relationship approach to marketing in service contexts: The marketing and organizational behavior interface. *Journal of business research*, 20(1), 3-11.

Grigoroudis, E., & Siskos, Y. (2009). *Customer satisfaction evaluation: Methods for measuring and implementing service quality* (Vol. 139). Springer Science & Business Media.

Hébert, R. F., & Link, A. N. (1988). *The entrepreneur: Mainstream views and radical critiques* (p. 178). New York: Praeger.

Hill, P. (1999). Tangibles, intangibles and services: a new taxonomy for the classification of output. *The Canadian journal of economics/Revue canadienne d'Economique*, 32(2), 426-446.

Hill, T. P. (1977). On goods and services. *Review of income and wealth*, 23(4), 315-338.

Hunton, J. E. (2002). Blending information and communication technology with accounting research. *Accounting Horizons*, 16(1), 55-67.

Kotler, P. (1987). Semiotics of person and nation marketing. *Marketing and Semiotics. New Directions in the Study of Signs for Sale*, 3-12.

Minniti, M., Bygrave, W. D., & Autio, E. (2005). Global entrepreneurship monitor. 2004 *Report on Women and Entrepreneurship*.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *the Journal of Marketing*, 41-50.

Regan, W. J. (1963). The service revolution. *The Journal of Marketing*, 57-62.

Rosa, P. (1998). Entrepreneurial processes of business cluster formation and growth by 'habitual' entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(4), 43-61.

Rust, R. T., & Oliver, R. L. (Eds.). (1993). *Service quality: New directions in theory and practice*. Sage Publications.

Spinelli, S., & Neck, H. M. (2007). The Timmons model of the entrepreneurial process. *Entrepreneurship: The Engine of Growth*, 2(6).

Γενικός Τουριστικός Οδηγός του Νομού Πιερίας - Διοίκηση και Οικονομία. Διαθέσιμο: <http://pieria-tourism.gr/administration-5.html> (τελευταία πρόσβαση 30/11/2018).

Κοσμάδακης, Ε. (2015). *Δήμος Κατερίνης Κοινωνικο-οικονομικά στοιχεία*. Διαθέσιμο: [https://pierikialithia.blogspot.com/2015/10/blog-post\\_704.html](https://pierikialithia.blogspot.com/2015/10/blog-post_704.html) (τελευταία πρόσβαση 30/11/2018).

ΥΠ.ΕΣ.Δ.Δ.Α. Μελέτη Ανταγωνιστικότητας Κεντρικής Μακεδονίας, 2006

Διαθέσιμο: [http://www.mathra.gr/files/Meleti\\_Antagonistikotitas\\_KM.pdf](http://www.mathra.gr/files/Meleti_Antagonistikotitas_KM.pdf) (τελευταία πρόσβαση 30/11/2018).

Υ.Α. 57088/ΔΙΟΕ-1033/18.12.2013. *Κώδικας δεοντολογίας λογιστών*. Εφημερίδα της κυβέρνησης (ΦΕΚ Β 3314/24-12-2013).

Ν. 1100/1980/11. *Περί ιδρύσεως οικονομικού επιστημονικού επιμελητηρίου της Ελλάδας*. Εφημερίδα της Κυβέρνησης (ΦΕΚ 295/Α/27-12-1980).



# Παράρτημα

Έρευνα με θέμα << ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΤΗΣ ΚΑΤΕΡΙΝΗΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΣΕ ΑΥΤΟΥΣ ΛΟΓΙΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΑΠΟ ΤΑ ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ>>.

Η έρευνα αφορά στην καταγραφή των απόψεων των επιχειρηματιών της πόλης Κατερίνης σε σχέση με τις λογιστικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες που λαμβάνουν από τα ιδιωτικά λογιστικά γραφεία.

Το παρόν ερωτηματολόγιο αποτελεί εργαλείο έρευνας για την εκπόνηση της πτυχιακής εργασίας του κύριου Γεώργιου Συρανίδη στο Αλεξάνδρειο ΤΕΙ Θεσσαλονίκης. Η συμμετοχή στην έρευνα είναι εθελοντική και ανώνυμη. Τα δημογραφικά στοιχεία που ζητούνται, αποσκοπούν μόνο στη συλλογή στατιστικών στοιχείων και καλύπτονται από πλήρη εχεμύθεια και προστασία προσωπικών δεδομένων. Σημειώνουμε ότι τα στοιχεία θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά για τους σκοπούς της συγκεκριμένης έρευνας και είναι απόλυτα εμπιστευτικά.

Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτούνται περίπου 5 λεπτά από το χρόνο σας.

Σας ευχαριστούμε ιδιαίτερα για το χρόνο σας και τη συμβολή σας στην ολοκλήρωση αυτής της έρευνας.

Για οποιαδήποτε πληροφορίες ή διευκρινήσεις μη διστάσετε να επικοινωνήσετε με τον κύριο Συρανίδη Γεώργιο.

## A. Στοιχεία Ερωτώμενου

1) Φύλο :

Γυναίκα  Άνδρας

2) Ηλικία :

18 – 30 ετών  31 - 45 ετών

46 – 60 ετών  > 60 ετών

3) Επίπεδο μόρφωσης :

Απόφοιτος Δημοτικού  Απόφοιτος Γυμνασίου  Απόφοιτος Λυκείου/ΕΠΑΛ

Απόφοιτος ΤΕΙ  Απόφοιτος Πανεπιστημίου  Μεταπτυχιακές/Διδακτορικές σπουδές

Άλλο

## B. Στοιχεία για την Επιχείρηση

4) Σε ποιον τομέα δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας;

Πρωτογενή  Δευτερογενή  Τριτογενή

5) Πόσα είναι τα ετήσια έσοδα (τζίρος) της επιχείρησής σας σε ευρώ;

0-20.000	20.001-40.000	40.001-60.000	60.001-80.000	>80.000
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6) Πόσο είναι το ετήσιο κέρδος της επιχείρησής σας σε ευρώ;

0-10.000	10.001-20.000	20.001-40.000	40.001-80.000	>80.000

7) Πόσα χρόνια δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας;

0-3	4-6	7-9	10-12	>12

### Γ. Στοιχεία συνεργασίας λογιστικού γραφείου και της επιχείρησής σας

8) Συνεργάζεται η επιχείρησή σας με λογιστικό γραφείο;

ΝΑΙ  ΟΧΙ

Αν απαντήσατε ΟΧΙ δεν χρειάζεται να συνεχίσετε το παρόν ερωτηματολόγιο. Ευχαριστώ για το χρόνο σας.

9) Πόσα χρόνια συνεργάζεστε με το λογιστικό σας γραφείο;

0-2	3-5	6-10	11-15	>15

10) Πόσο συχνά πηγαίνετε στο λογιστικό σας γραφείο για συμβουλές;

2-3 φορές την εβδομάδα	1 φορά την εβδομάδα	1 φορά το μήνα	1 φορά το τρίμηνο	Σπάνια

11) Ποια είναι η ετήσια δαπάνη της επιχείρησής σας για το λογιστικό σας γραφείο;

<500	500-1.000	1.001-1.500	1.501-2.000	>2.000

12) Πώς κρίνετε τη συνεργασία που έχετε μέχρι σήμερα με το λογιστικό γραφείο το οποίο συνεργάζεστε;

Απόλυτα ικανοποιητική	Πολύ ικανοποιητική	Ικανοποιητική	Λίγο ικανοποιητική	Καθόλου ικανοποιητική

13) Πώς κρίνετε τις τιμές που χρεώνει το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζεστε;

Πολύ υψηλές	Υψηλές	Μέτριες	Χαμηλές	Πολύ χαμηλές

14) Αν βρίσκατε καλύτερες τιμές θα αλλάζατε το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζεστε;

Ναι	Μάλλον ναι	Δεν ξέρω	Μάλλον όχι	Όχι

15) Θα προτείνατε το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζεστε σε γνωστούς σας;

Ναι	Μάλλον ναι	Δεν ξέρω	Μάλλον όχι	Όχι

16) Παίζει ρόλο στην επιτυχία μίας επιχείρησης το λογιστικό γραφείο με το οποίο συνεργάζεται;

Πάρα πολύ	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου

**Δ. Υπηρεσίες του λογιστικού γραφείου με το οποίο συνεργάζεστε**

17) Τι είδους υπηρεσίες σας προσφέρει το λογιστικό σας γραφείο;

Τήρηση απλογραφικών βιβλίων	<input type="checkbox"/>	Τήρηση διπλογραφικών βιβλίων	<input type="checkbox"/>	Δήλωση Φορολογίας Εισοδήματος	<input type="checkbox"/>
Σχεδιασμός, εφαρμογή και ανάπτυξη οικονομικών εκθέσεων αναφορών	<input type="checkbox"/>	Σύνταξη δηλώσεων παρακρατούμενων φόρων (ΦΠΑ, ΦΜΥ, ΦΕΕ)	<input type="checkbox"/>	Διεκπεραίωση όλων των συναλλαγών με το Δημόσιο	<input type="checkbox"/>
Χρηματοοικονομικό σχεδιασμό	<input type="checkbox"/>	Χρηματοοικονομική αναδιάρθρωση	<input type="checkbox"/>	Αξιολόγηση χρηματοοικονομικών και λειτουργικών κινδύνων	<input type="checkbox"/>

18) Σε ποιο βαθμό είστε ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες που σας παρέχει το λογιστικό σας γραφείο;

	Πάρα πολύ	Πολύ	Αρκετά	Λίγο	Καθόλου
Τήρηση βιβλίων					
Δήλωση Φορολογίας Εισοδήματος					
Σχεδιασμός, εφαρμογή και ανάπτυξη οικονομικών εκθέσεων αναφορών					
Σύνταξη δηλώσεων παρακρατούμενων φόρων (ΦΠΑ, ΦΜΥ, ΦΕΕ)					
Διεκπεραίωση όλων					

των συναλλαγών με το Δημόσιο					
Χρηματοοικονομικό σχεδιασμό					
Χρηματοοικονομική αναδιάρθρωση					
Αξιολόγηση χρηματοοικονομικών και λειτουργικών κινδύνων					

19) Για τις υπηρεσίες που απαντήσατε ότι είστε λίγο ή καθόλου ευχαριστημένοι, δηλώστε τους λόγους:

	Καθυστέρηση	Έλλειψη οργάνωσης	Έλλειψη γνώσεων	Μη σωστή ενημέρωση	Παράλειψη
Τήρηση βιβλίων					
Δήλωση Φορολογίας Εισοδήματος					
Σχεδιασμός, εφαρμογή και ανάπτυξη οικονομικών εκθέσεων αναφορών					
Σύνταξη δηλώσεων παρακρατούμενων φόρων (ΦΠΑ, ΦΜΥ, ΦΕΕ)					
Διεκπεραίωση όλων των συναλλαγών με το Δημόσιο					
Χρηματοοικονομικό σχεδιασμό					
Χρηματοοικονομική αναδιάρθρωση					
Αξιολόγηση χρηματοοικονομικών και λειτουργικών κινδύνων					

20) Πώς κρίνετε τις γνώσεις των υπαλλήλων του λογιστικού σας γραφείου ως προς τις συνεχείς φορολογικές και νομοθετικές αλλαγές;

Απόλυτα ικανοποιητικές	Πολύ ικανοποιητικές	Ικανοποιητικές	Λίγο ικανοποιητικές	Καθόλου ικανοποιητικές

21) Πώς κρίνετε την ενημέρωση της επιχείρησής σας από τους υπαλλήλους του λογιστικού σας γραφείου;

Απόλυτα ικανοποιητική	Πολύ ικανοποιητική	Ικανοποιητική	Λίγο ικανοποιητική	Καθόλου ικανοποιητική

22) Πώς κρίνετε το χρόνο ανταπόκρισης των υπαλλήλων του λογιστικού σας γραφείου στα αιτήματά της επιχείρησής σας;

Απόλυτα ικανοποιητικός	Πολύ ικανοποιητικός	Ικανοποιητικός	Λίγο ικανοποιητικός	Καθόλου ικανοποιητικός

23) Οι σχέσεις με τους υπαλλήλους του λογιστικού γραφείου με το οποίο συνεργάζεστε είναι:

Τυπικές  Φιλικές

**ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ ΓΙΑ ΤΟ ΧΡΟΝΟ ΣΑΣ!!!**