



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

ΙΕΡΑΠΕΤΡΑ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

LOGISTICS: "Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ
ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΠΟΥ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ LOGISTICS ΣΕ ΤΡΙΤΟΥΣ
(THIRD PARTY LOGISTICS) ΣΕ ΚΡΗΤΗ & ΚΥΠΡΟ".

Εισηγήτρια : Δημητρίου Δέσποινα (830)

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια : Πιταροκοίλη Στέλλα

ΚΡΗΤΗ, ΜΑΙΟΣ 2011

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης του Τ.Ε.Ι. Κρήτης.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η διπλωματική εργασία αφορά στη χρησιμότητα και στην ανάπτυξη κλάδου εταιριών που προσφέρουν υπηρεσίες Logistics σε τρίτους (Third Party Logistics). Η έρευνα αποσκοπεί αρχικά στην ανάλυση συμπερασμάτων εταιριών σε Κρήτη και Κύπρο σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας διαδικασιών Logistics. Η έρευνα υλοποιείται με τη χρήση ερωτηματολογίου που στάλθηκε στους υφιστάμενους των επιχειρήσεων των συγκεκριμένων εταιριών και με ανασκόπηση της βιβλιογραφίας. Στοχεύει στην εξαγωγή συμπερασμάτων με τις υπηρεσίες Logistics (αποθήκευση, διανομή, μεταφορές, διανομές). Συγκεκριμένα, η εργασία αναφέρεται στις διαφορές, τις αντιλήψεις, τα οφέλη που έχουν από μία συνεργασία, τους λόγους επιλογής ενός συγκεκριμένου 3PL συνεργάτη, τα κριτήρια που θέτουν, την επικοινωνία, και το βαθμό ικανοποίησης από μιας τέτοιας συνεργασίας, αλλά και τις προοπτικές ανάπτυξης στο μέλλον. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι αναγνωρίζουν στο συνεργάτη 3PL ότι είναι σημαντικός και πολλά άλλα οφέλη.

SUMMARY

This work concerns the use and development listed in class companies that offer services to third party logistics. The survey was originally designed to analyze the conclusions of companies in Crete and Cyprus on the way processes in Logistics. The research carried out using a questionnaire send to existing business of these companies and a review of the literature. It aims to draw conclusions with services Logistics (warehousing, distribution, transmission). Specifically, refers to the differences, perceptions, benefits from having a partnership, the reasons for selecting a specific 3PL partner, and the data set communication and satisfaction of such cooperation, and development prospects on future.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ LOGISTICS	10
1.1. ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ	10
1.2. LOGISTICS	11
1.3. ΟΡΙΣΜΟΣ MARKETING	12
1.4. ΣΧΕΣΗ LOGISTICS-MARKETING	12
1.5. ΤΟΜΕΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ LOGISTICS.....	14
1.6. ΤΟΜΕΙΣ ΤΩΝ LOGISTICS	14
1.7. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ LOGISTICS	16
1.8. LOGISTICS ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	18
1.9. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΙΣ ΑΠΟΘΗΚΕΣ	19
1.10. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ E-LOGISTICS	21
1.11. GREEN LOGISTICS.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ LOGISTICS	22
2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ OUTSOURCING	22
2.2. ΣΚΟΠΟΣ OUTSOURCING	22
2.3. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ OUTSOURCING	23
2.4. ΟΦΕΛΗ OUTSOURCING	23
2.5. ΚΙΝΔΥΝΟΙ OUTSOURCING	23
2.6. ΕΝΝΟΙΑ – ΟΡΙΣΜΟΣ 3PL	24
2.7. ΣΚΟΠΟΣ 3PL.....	25
2.8. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ 3PL	26
2.9. ΠΡΟΙΟΝΤΑ 3PL	26
2.10. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ 3PL	27
2.11. ΟΦΕΛΗ	29
2.12. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ 3PL-OUTSOURCING.....	30
2.13. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ 3PL ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ	31
2.14. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ 3PL ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ	32
2.15. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ 3PL ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ	33
2.16. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ 3PL ΜΕ ΕΤΑΙΡΙΕΣ.....	34
2.17. ΣΗΜΕΙΑ ΚΛΕΙΔΙΑ ΠΡΙΝ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ	34
2.18. 3PL ΕΛΛΑΔΑ	35
2.19. 3PL ΚΡΗΤΗ.....	36
2.20. 3PL ΚΥΠΡΟΣ.....	36
2.21. ΟΡΙΣΜΟΣ 4PL	37
2.22. ΔΙΑΦΟΡΕΣ 3PL-4PL	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	40
3.1. ΕΡΕΥΝΑ.....	40
3.2. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	40
3.3. ΤΥΠΟΙ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ	42
3.4. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ	42
3.5. ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ	42
3.6. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	46
3.7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	69
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	72
A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ	72
B. ΔΙΕΘΝΗΣ.....	72

Γ. ΕΛΛΗΝΙΚΗ	72
Δ. ΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ	73
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α	75
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	75

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΟΛΗΤable 1ΨΙΑ.....	12
Equation 1.....	46
Ερώτηση 1 : Σε ποιο από τους παρακάτω κλάδους ανήκει η εταιρία σας ;.....	46

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Τις θερμότερες μου ευχαριστίες στην κ. Στέλλα Πιταροκοίλη, καθηγήτρια του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης, η οποία διέθεσε τον χρόνο της, προσφέροντας μου τις γνώσεις τις και την καθοδήγηση της για την επιτυχή και ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας, καθώς και την άψογη συνεργασία που είχαμε όλο αυτό το διάστημα.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες θέλω να εκφράσω προς την οικογένεια μου και κυρίως τους γονείς μου Θωμά και Γεωργία, για την διαχρονική συμπαράσταση τους και την υλική και ηθική στήριξη των επιλογών μου.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ:

Τα τελευταία τριάντα χρόνια έχουν γίνει τεράστιες αλλαγές στον τομέα της εφοδιαστικής αλυσίδας. Η ανάγκη των περισσότερων επιχειρήσεων στον κλάδο των Logistics τις οδήγησαν στο outsourcing. Είναι ένας τομέας, ο οποίος ήταν το τελευταίο τμήμα το οποίο θα στρεφόταν κανείς για να μειώσει τις δαπάνες του, σήμερα όμως αποτελεί πρώτη γραμμή επιχειρηματικού προγραμματισμού.

Σήμερα, τα σχετικά με την εφοδιαστική αλυσίδα μαθήματα διδάσκονται σχεδόν σε όλα τα πανεπιστήμια. Έτσι, χρόνο με το χρόνο τα Logistics μεταβάλλονται στην σημερινή αγορά σαν μια αυξανόμενη ανάγκη των εταιριών να ανταγωνίζονται πάνω στις διαστάσεις του κόστους, της ποιότητας, της ταχύτητας, της ευελιξίας, της καινοτομίας, και των υπηρεσιών όπου έχουν αναπτυχθεί συστήματα Logistics που να είναι πιο αποδοτικά από τα αντίστοιχα του παρελθόντος. Έτσι, τις δύο τελευταίες δεκαετίες παρατηρούμε ότι η σημασία των Logistics και της εφοδιαστικής αλυσίδας έχουν αλλάξει και τώρα πια αξιολογείται σε μία καθοριστική σημασία σε λειτουργία του εταιρικού επιπέδου. Ολοένα και περισσότερο αναγνωρίζεται ότι μέσω μιας αποτελεσματικής διαχείρισης των Logistics και της εφοδιαστικής αλυσίδας μπορεί να επιτευχθεί ο απώτερος στόχος μιας επιχείρησης, δηλαδή η μείωση του κόστους συνεπώς η αύξηση του κέρδους και των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Επιπλέον, η νέα τάση του outsourcing έχει αποτελεσματική συμβολή στη μείωση και μετατροπή του logistical cost από σταθερό σε μεταβλητό, μέσω της καλύτερης και πιο ευέλικτης αξιοποίησης των πόρων της επιχείρησης αλλά και των εξελιγμένων ικανοτήτων management που μπορεί να προσφέρει μια εταιρεία παροχής υπηρεσιών. Στην εργασία συγκεντρώθηκαν και αναλύθηκαν στοιχεία που αφορούν στη χρησιμότητα και στην ανάπτυξη επιχειρήσεων που προσφέρουν υπηρεσίες Logistics σε Κρήτη και Κύπρο. Για το σκοπό αυτό, στάλθηκαν ερωτηματολόγια και έγιναν προσωπικές συνεντεύξεις με τους υπεύθυνους των συγκεκριμένων επιχειρήσεων. Στόχος είναι να φανούν οι διαφορές μεταξύ των δύο νησιών στο τομέα των Logistics αλλά και να προσδιοριστούν οι δυνάμεις και οι αδυναμίες των συγκεκριμένων επιχειρήσεων.

Στο **κεφάλαιο 1**, περιγράφεται η έννοια των Logistics καθώς και πότε άρχισε να χρησιμοποιείται. Στη συνέχεια, αναφέρεται η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας και ο σχεδιασμός και η διαχείριση αποθεμάτων. Αναφέρονται που αποσκοπούν τα Logistics, και τα πεδία που βρίσκουν εφαρμογή. Ακόμη και οι τομείς των Logistics, και σε τι αφορούν. Ακόμη προσδιορίζεται η έννοια του Marketing και ποια είναι η σχέση με τα Logistics.

Στο **κεφάλαιο 2**, παρουσιάζεται αναλυτικά και επεξηγείται η έννοια των Third Party Logistics, ποιους αφορούν και ποιος είναι ο σκοπός τους. Γίνεται αναφορά στις κατηγορίες 3PL και τα προϊόντα όπου οι προμηθευτές υπηρεσιών Logistics προσφέρουν. Στη συνέχεια η μετεξέλιξη του 4PL και απογόνους του 3PL, όπως και τις διαφορές ανάμεσα σε ένα 3PL και 4PL προμηθευτή. Ακόμη, περιγράφεται πώς αναπτύχθηκαν οι υπηρεσίες Logistics Ελλάδα, Κρήτη και Κύπρο. Σημαντικό επίσης σημείο που εξετάζεται είναι η χρήση του outsourcing και ποιος είναι ο σκοπός του σε μία επιχείρηση.

Στο **κεφάλαιο 3**, παρουσιάζεται το ερωτηματολόγιο που επιλέχθηκε για την προσέγγιση των ερωτηθέντων και σχολιάζονται και απεικονίζονται γραφικά τα αποτελέσματα της εμπειρικής έρευνας που έγιναν με την χρήση του ερωτηματολογίου και εξηγούνται οι λειτουργίες και οι υπηρεσίες που προσφέρονται, και τα προσδοκώμενα από την συνεργασία με έναν 3PL. Τέλος γίνονται αναφορές και συμπεράσματα, που προέκυψαν από τη διεξαγωγή αυτής της έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ LOGISTICS

1.1. ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΑΛΥΣΙΔΑ

Με τον όρο Εφοδιαστική Αλυσίδα (ΕΑ), εννοούμε την ροή υλικών, πληροφοριών και υπηρεσιών από τους προμηθευτές πρώτων υλών μέσα από τα εργοστάσια και τις αποθήκες στους τελικούς πελάτες. (Δουκίδης, 2003). Η Διαχείριση υπηρεσιών Logistics αποτελεί ένα σημαντικό συστατικό για τη χάραξη της στρατηγικής μιας επιχείρησης. Βοηθάει στη χάραξη στρατηγικής αλλά η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας βοηθάει επίσης και στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας. Κάτι τέτοιο επιτυγχάνεται με τη βελτίωση της αξίας του μελάτη και τη μείωση του κόστους. Η ανάγκη που κυριαρχεί στις μέρες μας στις επιχειρήσεις ώστε να αποκτήσουν πλεονέκτημα απέναντι στους ανταγωνιστές τους και να καταφέρουν να τους ξεπεράσουν είναι ο βασικότερος λόγος που η στρατηγική της εφοδιαστικής αλυσίδας κερδίζει ολοένα και περισσότερο έδαφος. Ακόμη η καλύτερη υπηρεσία που θέλουν και επιθυμούν να προσφέρουν στον πελάτη είναι η ποιότητα του προϊόντος σε καλή τιμή και η παράδοση σε γρήγορο χρόνο. (Sue Abdinnour-Helm, 1999)

Η Εφοδιαστική Αλυσίδα αναφέρεται στο σχεδιασμό και τη διαχείριση όλων των ενεργειών που σχετίζονται με τις διαδικασίες προμήθειας, την παραγωγή και όλες της δραστηριότητες της διανομής. Ακόμη περιλαμβάνει τον συντονισμό και τη συνεργασία με όλους τους εταίρους του καναλιού εφοδιασμού όπως :

- Προμηθευτές
- Μεσάζοντες
- Εταιρίες παροχής υπηρεσιών Third Party Logistics (3PL) και
- Πελάτες

Η Στρατηγική της εφοδιαστικής ασχολείται με αποφάσεις που επηρεάζουν μακροχρόνια πορεία του οργανισμού ή της επιχείρησης. Οι αποφάσεις αυτές προσπαθούν να πετύχουν ένα συγκριτικό πλεονέκτημα για τον οργανισμό ή την επιχείρηση σε σχέση με τον ανταγωνισμό τους, δίνοντας τους έτσι την δυνατότητα να αντιμετωπίσουν προβλήματα και αντεπεξέλθουν καλύτερα στις καθημερινές τους ανάγκες. Σκοπός λοιπόν της Εφοδιαστικής Αλυσίδας είναι να ενοποιεί και να ολοκληρώνει τον σχεδιασμό, τις προμήθειες, την παραγωγή, την αποθήκευση, τη μεταφορά και τις πωλήσεις. Για την επίτευξη αυτών των στόχων απαραίτητη προϋπόθεση είναι η ευελιξία και η ταχεία προσαρμοστικότητα τους στις δυναμικά μεταβαλλόμενες συνθήκες.

1.2. LOGISTICS

Τα Logistics είναι η διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας από την αρχική μετακίνηση των συστατικών και των πρώτων υλών μέσω εσωτερικών μετακινήσεων μέχρι την τελική διανομή στον πελάτη.

Τα Logistics, τα τελευταία χρόνια έχουν μια εξαιρετική δυναμική για αυτό και είναι σε θέση να διαδραματίσουν ένα σημαντικό ρόλο στις εταιρίες, Με τον αυξανόμενο ανταγωνισμό, οι διαδικασίες logistics μπορούν να αξιοποιηθούν και να επιστρέψουν σε μια επιχείρηση και να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Ο όρος Logistics προέρχεται από την ελληνική λέξη «λογιστική». Χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τον αυτοκράτορα Λέοντα το Σοφό ως στρατιωτικός όρος, περιγράφοντας τη διαδικασία μεταφοράς, ανεφοδιασμού και εγκατάστασης στρατιωτικών μονάδων σε διάφορες περιοχές. Ο πλέον σύγχρονος και πλήρης ορισμός των Logistics, όπως διατυπώθηκε το 1991 από το Council of Logistics Management των ΗΠΑ είναι ο ακόλουθος:

“Logistics είναι η διαδικασία σχεδιασμού, εφαρμογής και ελέγχου μιας αποτελεσματικής και αποδοτικής ροής και αποθήκευσης αγαθών, υπηρεσιών και σχετικών πληροφοριών από το σημείο παραγωγής στο σημείο κατανάλωσης, ώστε να ικανοποιηθούν οι ανάγκες και οι απαιτήσεις των πελατών.”(Kent, 2001)

Η είσοδος τους στη βιομηχανία και το εμπόριο ξεκίνησε κατά τη δεκαετία του 1960, αλλά η ευρεία διάδοση τους ακολούθησε κατά την δεκαετία του 1980. (Κλαδική Μελέτη ICAP,2005). Τα Logistics αποσκοπούν στην παραγωγή προϊόντων με όσο το χαμηλότερο κόστος, στη διατήρηση των προϊόντων με το καλύτερο δυνατό τρόπο, στην πλήρη αξιοποίηση των υλικών μέσων της επιχείρησης, στη μεταφορά των προϊόντων με το χαμηλότερο δυνατό κόστος και στην επίτευξη κερδοφορίας κλίμακος για την επιχείρηση.

Ο σκοπός των Logistics είναι ο σχεδιασμός όλων εκείνων των δραστηριοτήτων που είναι αναγκαίες για να επιτευχθούν τα επιθυμητά επίπεδα εξυπηρέτησης και ποιότητας με το χαμηλότερο δυνατό κόστος. Συνεπώς, τα Logistics θεωρούνται ως ένας σύνδεσμος μεταξύ αγοράς και προμηθειών. Τα όρια των Logistics διαπερνούν την επιχείρηση στο σύνολο της, από την διαχείριση των πρώτων υλών ως την παράδοση του τελικού προϊόντος. Τα Logistics είναι το μέσο με το οποίο ικανοποιούνται οι ανάγκες των πελατών με το συντονισμό ροής υλικών και πληροφοριών, ο οποίος ξεκινά από την αγορά και εκτείνεται, μέσω της

επιχείρησης και των λειτουργιών της, ως τους προμηθευτές. Για να επιτευχθεί αυτό, απαιτείται μια εντελώς διαφορετική κατεύθυνση ενεργειών από εκείνη που συναντούμε σε μια συμβατική επιχείρηση.

1.3. ΟΡΙΣΜΟΣ MARKETING

Το Marketing περιγράφεται ως η διοίκηση των (τεσσάρων P) – του προϊόντος (product), της τιμής (price), της προώθησης (promotion), και της τοποθεσίας (place) – αλλά έμφαση δίνεται στα τρία πρώτα. Η «τοποθεσία», που μπορεί να περιγραφεί καλύτερα με τον παλαιό στερεότυπο : «το σωστό προϊόν, στο σωστό τόπο, την σωστή στιγμή», σπάνια θεωρήθηκε ως μέρος της κυρίαρχης τάσης του marketing.

Δύο παράγοντες έχουν ίσως συντελέσει περισσότερο από όλους τους άλλους στην αυξανόμενη σπουδαιότητα της εξυπηρέτησης του πελάτη ως ανταγωνιστικού όπλου. Ο 1^{ος} είναι η συνεχιζόμενη αύξηση των προσδοκιών του πελάτη και ο 2^{ος} είναι η αργή, αλλά αναπόφευκτη, μετάβαση προς αγορές τύπου χρηματιστηρίου εμπορευμάτων. Αυτό σημαίνει η δύναμη του εμπορικού σήματος φθίνει συνεχώς, καθώς οι τεχνολογίες των ανταγωνιστικών προϊόντων συγκλίνουν. Συνεπώς οι διαφορές των προϊόντων είναι δυσδιάκριτες. Ωστόσο, δεν αντιμετωπίζουμε μόνο σε καταναλωτικές αγορές την ικανότητα της εξυπηρέτησης του πελάτη ως καθοριστικού παράγοντα της απόφασης του να προβεί σε κάποια αγορά.

1.4. ΣΧΕΣΗ LOGISTICS-MARKETING

Από τις πιο πολυσυζητημένες και πιο βασικές σχέσεις που αναπτύσσονται στην οργανωτική δομή μιας εταιρίας είναι αυτή του τμήματος Marketing με το τμήμα Logistics.



Πίνακας 1 Απεικόνιση σχέσης και διασυνδέσεων που υφίστανται μεταξύ του τμήματος marketing και του τμήματος logistics (Σιφνιώτης, 1997).

Όπως φαίνεται και από το παραπάνω σχήμα, το σημείο όπου τα δύο προαναφερθέντα τμήματα επικοινωνούν, είναι αυτό του καθορισμού του επιπέδου εξυπηρέτησης πελατών. Άρα λοιπόν μπορεί το τμήμα Marketing να καθορίζει τις προδιαγραφές, τον τρόπο προώθησης, την τιμή και τον τρόπο πληρωμής ενός προϊόντος αλλά το τμήμα Logistics είναι υπεύθυνο για τις διαδικασίες μεταφοράς και αποθήκευσης του που έπονται της παραγωγικής διαδικασίας.

Βέβαια όπως είναι προφανές, τα συστήματα Logistics που υπάρχουν σε μια εταιρία βοηθούν και συνεισφέρουν σημαντικά στην ορθή λειτουργία του τμήματος Marketing. Για να είμαστε πιο ακριβείς, τα Logistics είναι υπεύθυνα σε μεγάλο βαθμό για παράγοντες όπως η αξιοπιστία για την παράδοση του σωστού προϊόντος στο σωστό τόπο και χρόνο, στοιχεία που ολοκληρώνουν επιτυχώς τη διαδικασία της πώλησης έτσι όπως ξεκινά μέσω του τμήματος Marketing της επιχείρησης.

Η σωστή συνεργασία των τμημάτων Logistics και Marketing αποφέρει σημαντικά αποτελέσματα και δημιουργεί προδιαγραφές για ένα υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών, γεγονός που δίνει εξ αρχής στην επιχείρηση ένα συγκριτικό πλεονέκτημα στην αγορά έναντι των ανταγωνιστών της. Η διοίκηση Logistics αποτελεί μια διαδικασία με ρόλο υποστηρικτικό τόσο για το παραγωγικό σύστημα της επιχείρησης, όσο και για το τμήμα Marketing. Ένας από τους πιο βασικούς στόχους της αποτελεί άλλωστε η μεταφορά των αγαθών στο σωστό τόπο και χρόνο με ταυτόχρονη ελαχιστοποίηση του κόστους.

Οι αρμοδιότητες του τμήματος Marketing και του τμήματος Logistics εμπλέκονται κατά τη διαδικασία της διανομής, που αποτελεί στοιχείο καθοριστικό για την ποιότητα των υπηρεσιών του τμήματος εξυπηρέτησης πελατών. Έτσι λοιπόν μπορεί η λειτουργία του Marketing να επηρεάζεται από παράγοντες όπως : το ανθρώπινο δυναμικό, το προϊόν, την τιμή του προϊόντος, τις διαδικασίες προώθησης του προϊόντος και φυσικά τη διαδικασία της διανομής και κατ'επέκτασιν της εξυπηρέτησης πελατών αλλά η λειτουργία των Logistics έχει να κάνει με τα κόστη παραγγελίας, αποθήκευσης, μεταφοράς, ποσοτικών εκπτώσεων, αποθεμάτων αλλά και επίσης με τις διαδικασίες διανομής και βέβαια την εξυπηρέτηση πελατών.

1.5. ΤΟΜΕΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ LOGISTICS

- Το πρώτο πεδίο είναι η επιχείρηση, όπου η επιχείρηση πρέπει να οργανώσει την εκροή, την εσωτερική διακίνηση και την εκροή υλικών και προϊόντων ώστε να εξασφαλίσει μεγαλύτερη ικανοποίηση των πελατών της.
- Το δεύτερο πεδίο είναι η εφοδιαστική αλυσίδα (Supply Chain), όπου αποτελείται από πολλούς οργανισμούς και επιχειρήσεις που είναι απαραίτητοι έτσι ώστε ένα προϊόν από πρώτες ύλες να καταλήξει στον τελικό πελάτη. Η αποτελεσματική οργάνωση και διοίκηση της ροής προϊόντων και πληροφοριών σε αυτήν την αλυσίδα αποτελεί επιτακτική ανάγκη σε μία παγκοσμιοποιημένη και ψηφιακή οικονομία, όπου ο ανταγωνισμός από ατομικός γίνεται συλλογικός. (ICAP, 2003).

1.6. ΤΟΜΕΙΣ ΤΩΝ LOGISTICS

Υπάρχουν διάφοροι τομείς των Logistics όπως :

Business Logistics: Business Logistics είναι η διαδικασία του σχεδιασμού, της υλοποίησης και του ελέγχου της επιτυχημένης και της αποτελεσματικής ροής της πάσης φύσεως υλικών, από την πρώτη ύλη μέχρι το τελικό προϊόν και όλων των σχετιζόμενων πληροφοριών, από την πηγή προμήθειας μέχρι τον τελικό καταναλωτή (Ελληνική Εταιρία Logistics, Παράρτημα Θεσσαλονίκης).

Systems Logistics: Με τον όρο System Logistics ορίζεται το σύνολο των δραστηριοτήτων και ενεργειών συντονισμένης ανάπτυξης όλων των στοιχείων υποστήριξης ενός συστήματος, οι οποίες αρχίζουν από την φάση της σχεδίασης του συστήματος και ολοκληρώνονται παράλληλα με αυτό, με σκοπό να το διατηρούν διαθέσιμο στο μέγιστο της απόδοσης με ταυτόχρονη μείωση του συνολικού κόστους.(Ελληνική Εταιρία Logistics, Παράρτημα Θεσσαλονίκης).

Crisis Logistics: Με τον όρο crisis logistics εννοούμε πώς να αντιμετωπίσουμε την κρίση. Για το καλό όλων η αντιμετώπιση μιας κρίσεως πρέπει να είναι ειλικρινής και τίμια ώστε όλοι να συνεργασθούν και να συνεισφέρουν στην επίλυση της. Οι καταστροφές από μία κρίση μπορεί να είναι είτε Φυσικές, είτε Βιομηχανικές, ή και Στρατιωτικές κ.ο.κ και οι φορείς πρέπει να έχουν προετοιμαστεί κατ'ελάχιστον τα ακόλουθα σχέδια :

- Γενικό σχέδιο αντιμετώπισης κρίσεων-καταστροφών (Crisis Management Plan).
- Ολοκληρωμένο σχέδιο Logistics για τη θεραπεία των συνεπειών των κρίσεων (Logistics Plan).

- Σχέδιο επικοινωνίας (Crisis Communication Plan).

Supply Chain Management: Αναφέρεται στο σχεδιασμό και τη διαχείριση όλων εκείνων των δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τις διαδικασίες προμήθειας, την παραγωγή-μεταποίηση και όλες τις δραστηριότητες της διανομής. Ο αντικειμενικός σκοπός της Διαχείρισης Εφοδιαστικής Αλυσίδας είναι η αύξηση της συνολικής κερδοφορίας κατά μήκος της αλυσίδας που συνεπάγεται την αύξηση της κερδοφορίας όλων των εταίρων της. Αυτό επιτυγχάνεται με την κατανόηση και ικανοποίηση των πελατειακών αναγκών στον απαιτούμενο χρόνο, και με την προσφορά προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας και ανταγωνιστικού κόστους. Για την επίτευξη των παραπάνω στόχων, απαραίτητα χαρακτηριστικά των εφοδιαστικών αλυσίδων που ανταγωνίζονται μέσα στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον είναι η ευελιξία και η ταχεία προσαρμοστικότητα τους στις δυναμικά μεταβαλλόμενες. (Παπουτσόγλου Βασιλεία, 2007).

Environmental Logistics-Green Logistics: Τα Green Logistics έχουν άμεση σχέση με τη ποιότητα ζωής του περιβάλλοντος της διαχείρισης, της μεταφοράς, της χρήσης-κατανάλωσης, της εξυπηρέτησης και της ανακύκλωσης-απόσυρσης πρώτων υλών, των πληροφοριών, του εξοπλισμού και των έτοιμων προϊόντων κατά τρόπο αποτελεσματικό, αποδοτικό και οικονομικό. Με άλλα λόγια, ο όρος υποδηλώνει ένα βαθμό σωστής οργάνωσης, ορθολογικής διαχείρισης και αποτελεσματικού ελέγχου. Ο όρος Green και γενικά για το κάθε τι που συνδέεται με το "Greenness" είναι η λέξη κλειδί για μια σειρά περιβαλλοντικών πρωτοβουλιών και τον τελευταίο καιρό έχει αποκτήσει ιδιαίτερη βαρύτητα. Χρησιμοποιείται για να υποδηλώσει ένα βαθμό συμβατότητας με το περιβάλλον. Όπως τα Logistics έτσι και ο όρος Green θεωρείται κάτι επωφελές για τον άνθρωπο και το κοινωνικό σύνολο. Ο συνδυασμός των δύο όρων υποδηλώνει μια δραστηριότητα (π.χ. μεταφορά, διανομή) που είναι φιλική με το περιβάλλον.

Logistics Information Systems: Είναι ένα σύστημα πληροφοριών που επιτρέπει να αξιολογήσει πραγματικά δεδομένα αλλά και στη δημιουργία προγραμματισμού των δεδομένων. Τα συστήματα πληροφοριών παρέχουν έναν εύκολο στη χρήση του σχεδιασμού που υποστηρίζεται από μια πρόβλεψη λειτουργία. Στη λειτουργικότητα του προγραμματισμού τα πληροφοριακά συστήματα και οι πωλήσεις συνδυάστηκαν για ένα ενισχυμένο και κεντρικό σχεδιασμό εργαλείο πρόβλεψης. (Ελληνική Εταιρία Logistics).

1.7. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ LOGISTICS

Οι δραστηριότητες των Logistics είναι οι εξής (Ελληνική Εταιρία Logistics, Παράρτημα Θεσσαλονίκης) :

Απαιτήσεις :

Οι δραστηριότητες των Logistics εμπλέκονται με την ανάλυση, σύνθεση και καθορισμό των πόρων που απαιτούνται για την επίτευξη των στόχων, ή να φέρουμε σε πέρας μία επιχείρηση κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες. Ο συνολικός στόχος είναι μία λειτουργία σχεδιασμού που εμπλέκει ταυτόχρονα και την στρατηγική και τα Logistics. Ο καταμερισμός των κυρίων διαθέσιμων πόρων, αν είναι λιγότεροι από τους απαιτούμενους είναι κύριες ευθύνες στρατηγικές και όχι λειτουργία των Logistics.

Σχεδιασμό :

Περιλαμβάνει όλο το πλάνο του σχεδιασμού μέσα από λεπτομερή σχεδιασμό των προϊόντων, συστημάτων και υπηρεσιών συμπεριλαμβανομένων της ανάπτυξης , δοκιμής και αξιολόγησης του σχεδιασμού. Τα Logistics Engineering έχει να κάνει με το σχεδιασμό του εφοδιασμού και της συντήρησης κάτω από μίας αποτελεσματικότητας κόστους, σε αντίθεση του σχεδιασμού της εύκολης παραγωγής ή χρήσης.

Εφοδιασμό :

Αυτή η περιοχή εμπλέκει όλο τον φυσικό εφοδιασμό και διανομή όλων των διαθέσιμων πόρων όπως π.χ.

- Προμήθειες
- Πρόσληψη
- Εκπαίδευση Προσωπικού
- Υποστήριξη Παραγωγής
- Συσκευασία
- Διοίκηση Αποθεμάτων
- Διακίνηση και Μεταφορές
- Ιχνηλασιμότητα Προϊόντων
- Διαδικασία Παραγγελιών
- Αποθήκευση
- Αποσύρσεις

Υπάρχουν λειτουργίες που δημιουργούν χρονική χρησιμότητα σε αντίθεση με τις λειτουργίες παραγωγής που χρησιμοποιούν χρησιμότητα τυποποίησης και τις λειτουργίες του marketing που δημιουργούν χρησιμότητα ιδιοκτησίας.

Συντήρηση :

Η Συντήρηση εκλαμβάνεται σαν την διατήρηση των εγκαταστάσεων, προϊόντων, ανθρώπινου δυναμικού, συστημάτων και υπηρεσιών των παραγωγών και χρηστών, συμπεριλαμβανομένης της προστασίας και της διατήρησης για να προστατεύουν με ασφάλεια και υγιεινή τα προϊόντα τους.

Πόρους :

Τα Logistics συχνά συνδέονται με την διοίκηση των υλικών όπως :

- Πρώτες ύλες (υλικά)
- Εξοπλισμός εγκαταστάσεις
- Προσωπικό
- Συμπεριλαμβανομένων των κεφαλαίων και πληροφοριών

Η Εφαρμογή των Logistics έχει διαφορετικούς τρόπους δράσης και διαφορετικά αποτελέσματα κατά περίπτωση, που εξαρτώνται από το περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύσσονται και τους παράγοντες που το επηρεάζουν. Οι δραστηριότητες των Logistics συμπληρώνουν και υποστηρίζουν την στρατηγική και την τακτική. Υποστηρίζουν τους στόχους, τα σχέδια και τις επιχειρησιακές δραστηριότητες των συστημάτων. Τα υποστηριζόμενα συστήματα μπορεί να είναι οργανισμοί ή μεμονωμένα άτομα. Η εφαρμογή των Logistics έχει διαφορετικούς τρόπους δράσης και διαφορετικά αποτελέσματα κατά περίπτωση, που εξαρτώνται από το περιβάλλον μέσα στο οποίο αναπτύσσονται και τους παράγοντες που το επηρεάζουν (ICAP, 2005 & ICAP, 2006).

Παράγοντες όπως :

- 1) Η Οικονομική κατάσταση
- 2) Η Πολιτική κατάσταση
- 3) Το Κοινωνικό καθεστώς
- 4) Το Μορφωτικό επίπεδο
- 5) Το Ηθικό περιβάλλον
- 6) Το Τεχνολογικό περιβάλλον

7) Το Νομικό καθεστώς

8) Το Φυσικό περιβάλλον

Εκείνος ο παράγοντας που έχει την μεγαλύτερη βαρύτητα, είναι ο ανθρώπινος παράγοντας και η ανθρώπινη λογική, που αν είναι αλόγιστη μπορεί να έχει σαν αποτέλεσμα όχι μόνο την αποτυχία του οποιουδήποτε εγχειρήματος αλλά και την καταστροφή του ίδιου του ανθρώπου και κατ επέκταση της ίδιας της φύσης.

1.8. LOGISTICS ΣΤΗ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Οι προτάσεις που μπορούν να υλοποιηθούν στο μέλλον για μια σύγχρονη επιχείρηση είναι οι εξής :

- Διανομή των προϊόντων από την επιχείρηση μέχρι τον τελικό καταναλωτή.
- Υποστήριξη της παραγωγής
- Προμήθειες για την απόκτηση του απαραίτητου υλικού για την υλοποίηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.

Για να υλοποιηθούν οι πιο πάνω δραστηριότητες εμπλέκονται και συνεργάζονται σχεδόν όλα τα τμήματα της σύγχρονης επιχείρησης, δηλαδή με λίγα λόγια σε μία επιχείρηση Logistics σημαίνει (Ν.Παπαβασιλείου και Γ.Μπάλτας,2003) :

- **Μεταφορικά Μέσα** : (αριθμός, μέγεθος) για να μεταφέρουν το προϊόν
- **Αποθηκευτικοί Χώροι** : θέση, μέγεθος, εξοπλισμός
- **Αποθέματα** : Καθορισμός ειδών, αποθεμάτων
- **Ιχνηλασιμότητα** : Τί έχουμε διαθέσει και τι έχουμε προμηθευτεί και από πού.
- **Προμήθειες** : Επιλογή πηγών προμήθειας, κριτήρια επιλογής προμηθευτών και καλής ποιότητας πρώτων υλών.
- **Προσωπικό** : Χρειάζονται απαιτήσεις σε ποσοτικό και ποιοτικό επίπεδο για την υλοποίηση των στόχων για να επιτευχθεί.
- **Εκπαίδευση** : Χρειάζεται η εκπαίδευση στο προσωπικό για να επιτευχθεί το έργο.
- **Εγκαταστάσεις** : Κατάλληλες εγκαταστάσεις που, είναι απαραίτητες για τις επιχειρηματικές δραστηριότητες.
- **Τεκμηρίωση** : Γραπτές οδηγίες για τις δραστηριότητες για την σωστή διεξαγωγή των επιχειρηματιών δραστηριοτήτων.

- **Logistics Information system:** Θα επεξεργάζονται και θα αξιοποιούν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες για τα logistics.
- **Management Διανομών:** Καθορισμός βελτιστοποιημένων δρομολογίων, χρόνων παράδοσης των προϊόντων.

Επίσης, για όλους αυτούς τους τομείς δράσης των logistics για την υποστήριξη της παραγωγής και των αγορών-προμηθειών απαιτείται συνεργασία με τις Διευθύνσεις Μάρκετινγκ και παραγωγής ώστε :

- Να τεθούν τα επίπεδα όρια εξυπηρέτησης πελατών.
- Να καθοριστούν οι ανάγκες των πελατών για την εξυπηρέτησή τους.
- Να καθορίζονται συγκεντρωτικές ποσότητες για παραγγελίες πρώτων υλών.
- Να επιτευχθεί συντονισμός του ρυθμού και χρόνου παραγωγής με τις δραστηριότητες logistics.

1.9. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΙΣ ΑΠΟΘΗΚΕΣ

Λέγεται πως η αποθήκη είναι η «καρδιά» των Logistics, ή πως «αν τα Logistics ήταν χώροι, τότε θα ήταν αποθήκη» και δείχνει πόσο σημαντική είναι η χρήση της αποθήκευσης συνεπώς και οι τεχνολογίες που σχετίζονται με τα Logistics των αποθηκών.

1) BARCODES:

Κάθε προϊόν που βρίσκεται στο ράφι διαθέτει ένα κωδικό αριθμό ο οποίος έχει μια σειρά μαύρες γραμμές. Αυτό χρησιμοποιείται για να το θυμάται ο υπολογιστής. Η ενημέρωση γίνεται μέσω μίας σάρωσης πίσω από τις γραμμές και μεταφέρει στον υπολογιστή την πληροφορία που υπάρχει στο barcode. Αυτή η πληροφορία φθάνει ασύρματα μέσω δικτύων και καταχωρείται σε κάποιο πρόγραμμα λογισμικού (ERP, NMS, SCE). Το Barcode δίνει πληροφορίες και για την ποσότητα. Βλέπουμε λοιπόν ότι στο χώρο της αποθήκης η παρουσία των e-logistics εντοπίζεται σε συστήματα συλλογής και δεδομένων, σε εφαρμογές λογισμικού και σε τοπικών δικτύων μέσω των οποίων μεταφέρονται.

2) RFID: RFID σημαίνει αναγνώριση ραδιοσυχνότητας. Αναφέρεται σε μικρές ηλεκτρονικές συσκευές που αποτελούνται από ένα μικρό τσιπ και μία κεραία. Η συσκευή RFID εξυπηρετεί

τον ίδιο σκοπό με ένα γραμμωτό κώδικα(Barcode) π.χ. στο πίσω μέρος μιας πιστωτικής κάρτας. Παρέχει ένα μοναδικό αναγνωριστικό, και πρέπει να σαρωθεί για να πάρει πληροφορίες.(Georgia Institute of Technology,2003).

3) WMS:

Τα WMS είναι συστήματα διαχείριση αποθήκης που διαχειρίζονται αποτελεσματικά κάθε λειτουργία μίας αποθήκης ή ενός κέντρου διανομής, αναλαμβάνοντας πλήρη δράση από τη στιγμή που τα προϊόντα της επιχείρησης έχουν ολοκληρωθεί κατασκευαστικά. Θεωρούνται τα κομβικά σημεία για τη μηχανογράφηση των λειτουργιών μίας αποθήκης, καθώς διαχειρίζονται τις πληροφορίες που επιτρέπουν στην επιχείρηση να ελαχιστοποιήσει τα αποθέματα, να βελτιώσει την δρομολόγηση και τον προγραμματισμό των μέσων μεταφοράς και να αυξήσει την αποδοτικότητα των αποθηκευτικών χώρων. Σε ορισμένες περιπτώσεις, η εφαρμογή μπορεί να επιφέρει 50% μείωση στο σύνολο των λειτουργικών εξόδων. Τα οφέλη από την εφαρμογή του συστήματος που αξίζει να σημειωθεί είναι :

- ταυτόχρονη αποτελεσματική διαχείριση πολλαπλών αποθηκευτικών χώρων
- ελαχιστοποίηση του κόστους διαχείρισης των αποθεμάτων
- μείωση των αναγκών σε αποθηκευτικούς χώρους και βέλτιστη διαχείριση των θέσεων αποθήκευσης συμβάλλει στην εξολοκλήρου εκμετάλλευση των αποθηκευτικών εγκαταστάσεων.

4) ERP:

Τα συστήματα ERP (Enterprise Resources Planning) ή Προγραμματισμός Επιχειρησιακών Πόρων, έχουν σκοπό να βελτιώνουν το σχεδιασμό του συνόλου των πόρων της επιχείρησης (υλικών, τεχνολογικών, οικονομικών, πληροφοριακών, και ανθρώπινων) σε περισσότερα στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας. Ένα σύστημα ERP περιλαμβάνει πολλά αυτόνομα μέρη, κάθε ένα από τα οποία καλύπτει μια διαφορετική λειτουργία της επιχείρησης. Οι κυριότερες από τις λειτουργίες αυτές είναι τα Λογιστικά- Χρηματοοικονομικά, η Παραγωγή, το Μάρκετινγκ, ο Εφοδιασμός, η Διαχείριση των Ανθρώπινων Πόρων, και φυσικά τα Logistics. Οι παραπάνω λειτουργίες διασυνδέονται με τη βοήθεια του συστήματος ERP, παρέχοντας στα στελέχη τη δυνατότητα μιας ευρύτερης εποπτείας του συνόλου των διαδικασιών της επιχείρησης. (David A. Taylor, 2006)

1.10. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ E-LOGISTICS

Οι ψηφιακές τεχνολογίες που συχνά στα logistics είναι εφαρμοσμένες είναι οι εξής :

1)Τεχνολογίες αναγνώρισης και κτήσης δεδομένων:

Είναι τεχνολογικές υποδομές που συλλέγουν την πληροφορία εκείνη τη στιγμή της δημιουργίας σε όλα τα στάδια της εφοδιαστικής αλυσίδας π.χ αποθήκη για επεξεργασία.

2)Συστήματα Τηλεματικής :

Είναι τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται στις μεταφορές και αποτελούνται από πολλά μέρη hardware π.χ (κεραίες, πομποδέκτες, δορυφόροι) με βασική λειτουργία να βλέπει ανά πάσα στιγμή που βρίσκονται τα οχήματα και τα εμπορεύματα.

3)Υποδομές Δικτύων :

Τα ασύρματα τοπικά δίκτυα που συνήθως βρίσκονται σε μια αποθήκη εξυπηρετούν τη μετάδοση των δεδομένων από υπολογιστές, φορητές συσκευές.

1.11. GREEN LOGISTICS

Αρκετές επιχειρήσεις έχουν καθιερώσει σε μεγάλο βαθμό την κακή κατάσταση του περιβάλλοντος, και σημαντική απειλή ακόμη και για τον άνθρωπο. Επίσης, ευθύνη σε μεγάλο βαθμό για αυτήν τη κατάσταση ευθύνονται οι δραστηριότητες των Logistics, και αυτός είναι ένας λόγος που στρέφονται στα Green Logistics. Αυτό γίνεται γιατί, πρέπει να δώσουν στους ανθρώπους που δραστηριοποιούνται με τα Logistics για καλύτερες συνθήκες προς το περιβάλλον σε όλο το μήκος της εφοδιαστικής αλυσίδας το οποίο θα παίξει σημαντικό ρόλο και πιο αποτελεσματικό πλέον στην αγορά, και φυσικά θα μεγιστοποιηθούν τα κέρδη Logistics της εταιρείας.

Τι μπορούν να βελτιώσουν τα Green Logistics

- 1)Βελτίωση της συσκευασίας
- 2)Μετατροπή αποβλήτων σε υποπροϊόντα
- 3)Ελάττωση της χρήσης επικίνδυνων πρώτων υλών
- 4)Επιλογή πράσινων προμηθευτών(δηλαδή προμηθευτές που είναι ενεργοί στην οικολογία)-οικολόγοι.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ LOGISTICS

2.1. ΟΡΙΣΜΟΣ OUTSOURCING

Outsourcing εννοούμε την απόφαση ανάθεσης παραγωγής επιλεγμένων αγαθών ή υπηρεσιών έξω από την εταιρεία. Η εύρεση νέων προμηθευτών και νέων τρόπων μεταφοράς πρώτων υλών αγαθών εξαρτημάτων και νέων τρόπων μεταφοράς χρησιμοποιώντας τη γνώση, την εμπειρία και τη δημιουργικότητα νέων προμηθευτών. Μέσω του Outsourcing, η επιχείρηση επιδιώκει να εξασφαλίσει στρατηγικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που να διασφαλίζουν υψηλότερες ταχύτητες, μεγαλύτερη ακρίβεια και χαμηλότερο κόστος. Το outsourcing, είναι μια από τις σύγχρονες τάσεις στο χώρο των logistics, ουσιαστικά σημαίνει τη χρησιμοποίηση πόρων συνεργατών, πόροι οι οποίοι μπορεί να είναι άνθρωποι, υλικοί, τεχνογνωσίας με στόχο τη βελτιστοποίηση της λειτουργίας του κυκλώματος logistics μιας εταιρίας. Γενικά οι άνθρωποι έχουν κάποιο συγκεκριμένο τομέα στον οποίο διακρίνονται και είναι άριστοι. Μερικοί μπορούν να κάνουν οτιδήποτε αλλά φυσικά όχι το ίδιο καλά. Αυτός είναι και ο λόγος που δημιουργήθηκε το outsourcing (Buxbaum, 1994).

Έτσι, οι επιχειρήσεις όχι μόνο κάνουν οικονομία στο κεφάλαιο τους αλλά καθώς ένας προμηθευτής τρίτων, που διαχειρίζεται την εφοδιαστική αλυσίδα για διάφορες επιχειρήσεις, μπορεί να προσφέρει εξειδικευμένη γνώση και πείρα κερδίζουν διπλά. Το outsourcing δίνει ευκαιρίες για συμπράξεις, μειωμένα γενικά έξοδα και αυξανόμενες αποδοτικότητες όλα οδηγούν σε μια καλύτερη ισορροπία της υπηρεσίας και του κόστους.

2.2. ΣΚΟΠΟΣ OUTSOURCING

Είναι η επίτευξη της μέγιστης δυνατής απόδοσης των διαθέσιμων πόρων και γνώσεων της επιχείρησης.

Λόγοι για τους οποίους μια επιχείρηση ή εταιρία οδηγείται στην επιλογή λύσεις outsourcing είναι οι εξής:

- 1)Μείωση Κόστους
- 2)Βελτίωση Επιπέδου Εξυπηρέτησης Πελατών
- 3)Αύξηση Βαθμού Ευελιξίας
- 4)Βελτίωση Λειτουργιών Κυκλώματος Logistics
- 5)Αξιοποίηση Τεχνογνωσίας Συνεργατών

2.3. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ OUTSOURCING

Σήμερα οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν το Outsourcing ως εργαλείο στρατηγικής. Ολοένα και περισσότερο γίνεται φανερό ότι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο της υψηλής τεχνολογίας εξαιτίας του ότι αγοράζουν όλες τις άλλες υπηρεσίες τους απ έξω. Έτσι, ενώ οι άλλες εταιρίες του είδος διακρίνονται εξ' ολοκλήρου από υψηλού επιπέδου δραστηριότητες, δεν απασχολούνται με τη συντήρηση αυτών. Λαμβάνουν και κάνουν χρήση υψηλού επιπέδου υπηρεσιών χωρίς να αναλώνονται στην ανάπτυξη αυτών. Τον ρόλο αυτό, τον έχει επωμισθεί με επιτυχία το Outsourcing.

2.4. ΟΦΕΛΗ OUTSOURCING

Οι επιχειρήσεις κατέφυγαν στο εργαλείο Outsourcing για λόγους πρακτικής όπως για παράδειγμα είναι οι ακόλουθοι :

- 1)Μείωση κόστους
- 2)Απελευθέρωση κεφαλαίων
- 3)Απόκτηση πηγών
- 4)Βελτίωση απόδοσης
- 5)Μετατροπή του σταθερού κόστους λειτουργίας μιας δραστηριότητας σε μεταβλητό
- 6)Προσθήκη δραστηριοτήτων
- 7)Διόρθωση προβλημάτων

Με το Outsourcing είναι εφικτό να μετατραπεί το συνολικό κόστος λειτουργίας της εταιρίας από σταθερό σε μεταβλητό. Εάν μια εταιρία αποφασίσει να δραστηριοποιηθεί σε ένα εντελώς καινούργιο χώρο τότε μη τη χρήση του Outsourcing θα μπορέσει να ενσωματώσει στο κυρίως σώμα της ένα πλήθος απαραίτητων δραστηριοτήτων με ελάχιστη επίδραση στα εσωτερικά της resources(αποθέματα). Η μείωση του συνολικού κόστους μιας εταιρίας δεν αποτελεί γενικά μια εύκολη υπόθεση και οι επιχειρήσεις στρέφονται και κινούνται με προσεκτικά βήματα προς το Outsourcing ορισμένων τους δραστηριοτήτων κερδίζουν μια μάχη τελικά.

2.5. ΚΙΝΔΥΝΟΙ OUTSOURCING

Ένας από τους μεγαλύτερους κινδύνους που μπορεί να αντιμετωπίσει ένας αγοραστής όταν μια επιχείρηση αποφασίσει να δώσει outsourcing, είναι να χάσει σταδιακά τις ικανότητες του να διαπραγματεύεται σε αυτή την περιοχή. Πλέον, παύει να είναι γνώστης

της αγοράς, των εξελίξεων που διαδραματίζονται ή σχεδιάζονται να ισχύσουν σε αυτήν και συνεπώς η εταιρία να χάσει την ευελιξία της. Εάν, η συνεργασία της επιχείρησης με τον προμηθευτή χειροτερεύσει και οδηγηθεί σε ρήξη, τότε είναι φανερό ότι η επιχείρηση αναλαμβάνει την ευθύνη μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα να αποκτήσει πάλι τις χαμένες ικανότητες τις και την ευελιξία της. Ένας άλλος κίνδυνος που πηγάζει από το outsourcing είναι η πιθανότητα απώλειας ελέγχου της εταιρίας. Αυτό συμβαίνει όταν οι στόχοι της εταιρίας και του προμηθευτή δεν έχουν ταυτιστεί, με αποτέλεσμα να μην υπάρχει συμπίεση ενεργειών.

2.6. ENNOIA – ΟΡΙΣΜΟΣ 3PL

Η Έννοια του 3PL εμφανίστηκε στην Ευρώπη τέλη της δεκαετίας του 1980, ενώ στην Ελλάδα εμφανίστηκε με τη συνήθη καθυστέρηση περί τα μέσα της δεκαετίας του 1990. Τα τελευταία χρόνια παρατηρήθηκε αύξηση της αποδοχής των 3PL, που έχουν ως στόχο την μείωση του κόστους και την βελτίωση της αποτελεσματικότητας για συγκεκριμένες λειτουργίες της επιχείρησης, καθώς μια τέτοια απόφαση ανάθεσης σε «τρίτους» ενός μέρους ή ενός συνόλου διαδικασιών που μεσολαβούν έως την τελική παράδοση των εμπορευμάτων, βασίζεται σε συγκεκριμένα οφέλη που αποκομίζει η επιχείρηση που το εφαρμόζει. Αποτέλεσμα, ο ανταγωνισμός να γίνεται πιο έντονος με τη συνεχή ίδρυση εταιριών 3PL και η τάση αναβάθμισης και εξέλιξης των προσφερόμενων outsourcing υπηρεσιών να αυξάνεται. Οπότε, μπορούμε να πούμε ότι οι φορείς που παρέχουν υπηρεσίες Logistics 3PL είναι εταιρίες που αναλαμβάνουν μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών Logistics για λογαριασμό των πελατών τους. (Martin Christofer, 2000).

Η δραστηριότητα των 3PL είναι μια μετεξέλιξη των διαμεταφορικών επιχειρήσεων. Οι διαμεταφορικές επιχειρήσεις αξιοποίησαν τους χώρους αποθήκευσης που διέθεταν για εναπόθεση, αποθήκευση και διανομή κοινοτικών εμπορευμάτων. Τα 3PL αφορούν τη χρησιμοποίηση εξωτερικών εταιριών για την πραγματοποίηση των διαδικασιών logistics που παραδοσιακά εκτελούνται από την ίδια την επιχείρηση πιο βασική μορφή ενός 3PL προμηθευτή θα εκτελεί δραστηριότητες όπως :

- Συσκευασία
- Αποθήκευση
- Διανομή

Μία συνεργασία με μία εταιρία 3PL βελτιώνει την εφοδιαστική αλυσίδα αλλά δεν αναπτύσσει μία νέα υπηρεσία. Εξελίξεις στην τεχνολογία και τις σχετικές αυξήσεις της προβολής της αλυσίδας εφοδιασμού και μεταξύ των εταιριών επικοινωνιών έχουν δημιουργήσει νέο μοντέλο για τρίτους. Εκτελούν λειτουργίες σχετικά με τη μεταφορά, έλεγχο, παρακολούθηση, οικονομική διευθέτηση, εξυπηρέτηση πελατών και την επίλυση ζητημάτων.

Για να είναι χρήσιμοι, οι πάροχοι η επιλογή logistics και διαφοροποιημένη υπηρεσία μεταφορών πρέπει να δείχνει στους πελάτες της ένα όφελος σε οικονομικό και επιχειρησιακό επίπεδο, με την μόχλευση και εξαιρετική τεχνογνωσία και ικανότητα στους τομείς των επιχειρήσεων, τις διαπραγματεύσεις, και η εξυπηρέτηση πελατών με τρόπο που να τους συμπληρώνει. Στις μεταφορές έχει καταστεί υποχρεωτική ικανότητα για την επιτυχή 3PL να προσφέρουν στον πελάτη συγκεκριμένες λύσεις για την παροχή των αναγκών της αλυσίδας.

Λόγοι Ανάπτυξης των 3PL:

Η ανάπτυξη των υπηρεσιών 3PL στηρίχθηκε σε τρεις κατά κύριο λόγο παράγοντες :

- 1) Στην αύξηση της αποδοχής που είχε η πρακτική της ανάθεσης των λειτουργιών διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας μιας επιχείρησης σε τρίτους στα ευρύτερα πλαίσια ανάπτυξης του Outsourcing.
- 2) Στην αυξανόμενη σημασία και πολυπλοκότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας, όσο επεκτείνονται οι δραστηριότητες μιας εταιρίας και αυξάνονται οι ανταγωνιστικές πιέσεις και,
- 3) Στις βελτιωμένες δυνατότητες που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες επικοινωνίας στην ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των επιχειρήσεων για την αποτελεσματικότερη διαχείριση και διακίνηση των αποτελεσμάτων (David Simchi-Levi, Philip Kaminsky, Edith Simchi-Levi, 2000).

2.7. ΣΚΟΠΟΣ 3PL

Σκοπός είναι να παρακολουθεί τα αποθέματα, να διαθέτει υποδομές για να εκτελέσει το έργο του και να προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις στο σύνολο της εφοδιαστικής αλυσίδας. Τα τελευταία χρόνια οι μεγάλες εταιρίες 3PL, στην προσπάθεια τους να προσφέρουν νέες υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας στους πελάτες τους, αλλά και να διαθέτουν στο πορτοφόλιο τους υπηρεσίες με μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους για τις ίδιες, έχουν αρχίσει να δραστηριοποιούνται στον τομέα 4PL. Ο 4PL συνεργάτης δεν είναι απλά

μεγαλύτερος, αλλά συνεργάτης του. Η πιο βασική μορφή ενός 3PL προμηθευτή θα εκτελεί δραστηριότητες όπως συλλογή και συσκευασία, αποθήκευση και διανομή στις επιχειρήσεις για τις πιο βασικές λειτουργίες του εφοδιασμού. Η λειτουργία 3PL προσφέρει στους πελάτες προηγμένες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας όπως :

- Παρακολούθηση
- Εντοπισμό
- Ειδικές συσκευασίες, ή παρέχοντας ένα μοναδικό σύστημα ασφάλειας.

2.8. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ 3PL

Στον Κλάδο των 3PL διακρίνονται 3 μεγάλες ομάδες: επιχειρήσεις που ενοικιάζουν αποθήκες σε παραγωγικές εταιρείες, επιχειρήσεις που διαχειρίζονται εμπορεύματα (μεταφορά, διανομή, σήμανση), και επιχειρήσεις που παρέχουν ολοκληρωμένο φάσμα υπηρεσιών, συνεπάγοντας το μάνατζμεντ και τη στρατηγική των logistics. Οι επιχειρήσεις όμως μπορούν να κατηγοριοποιηθούν και λίγο διαφορετικά. Στην πρώτη κατηγορία ανήκουν οι επιχειρήσεις εκείνες που δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στο αντικείμενο της παροχής 3PL υπηρεσιών. Στη δεύτερη κατηγορία κατατάσσονται οι επιχειρήσεις, οι οποίες ανήκουν στον κλάδο των διαμεταφορέων και παράλληλα με την κύρια δραστηριότητα τους προσφέρουν και υπηρεσίες 3PL. Οι επιχειρήσεις οι οποίες με την κύρια δραστηριότητα τους, αποθηκεύσεις, εμπορία, παρέχουν και υπηρεσίες 3PL αποτελούν την τρίτη κατηγορία.

2.9. ΠΡΟΙΟΝΤΑ 3PL

Τα προϊόντα που συνεργάζονται με επιχειρήσεις 3PL είναι τα ακόλουθα :

- Φάρμακα, καλλυντικά
- Τσιγάρα
- Τρόφιμα
- Ποτά, αναψυκτικά
- Παιχνίδια
- Μπαταρίες
- Ξυλεία
- Ηλεκτρονικές Συσκευές
- Ηλεκτρονικά Προϊόντα

- Ιατρικός Εξοπλισμός
- Λιπάσματα, χημικά προϊόντα
- Είδη Λιανεμπορίου
- Διάφορα είδη οικιακού εξοπλισμού
- Αυτοκίνητα και ανταλλακτικά
- Είδη ένδυσης και υπόδησης
- Ηλεκτρονικά Προϊόντα
- Απορρυπαντικά , καθαριστικά
- Διάφορες Πρώτες Ύλες
- Διάφορα Καταναλωτικά Προϊόντα

2.10. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ 3PL

Ο κλάδος των 3PL, συνδυάζει υπηρεσίες που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα των διαφόρων σταδίων και διαδικασιών, από την παραγωγή των προϊόντων μέχρι την παράδοση στον καταναλωτή. Οι βασικές λειτουργίες για outsourcing είναι η μεταφορά, η αποθήκευση και η διάθεση. Υπάρχουν όμως και αντίθετες απόψεις συγγραφέων των (Lieb & Randal (1996), Van Hoek (2001) και Hertz & Alfredsson 2003), που πιστεύουν ότι οι 3PL providers μπορούν να επεκτείνουν τις δραστηριότητες τους, προσφέροντας και άλλες συμπληρωματικές υπηρεσίες. (Hertz S. and Alfredson M, 2003). Οι υπηρεσίες που παρέχονται από επιχειρήσεις 3PL στην Ελλάδα είναι οι ακόλουθες (ICAP, 2005) :

- Αποσυσκευασία/ Ανασυσκευασία
- Αποθήκευση των προϊόντων σε κατάλληλο αποθηκευτικό σύστημα σε συγκεκριμένο layout και με καθορισμένο ελάχιστο και μέγιστο απόθεμα ανά κωδικό.
- Ασφάλιση των αποθηκευμένων ή μεταφερόμενων εμπορευμάτων έναντι κινδύνων καταστροφής ή απώλειας.
- Bar-coding. Σήμανση της παλέτας με ειδική ετικέτα barcode που να περιέχει τον κωδικό του προϊόντος, την επιγραφή του, την ημερομηνία λήξης, την ποσότητα, τον αριθμό της παρτίδας.
- Cross docking. Δραστηριότητα με την οποία επιχειρείται μείωση κόστους και χρόνου διανομής.
- Διατήρηση προϊόντων υπό ψύξη (συντήρηση, κατάψυξη σε ψυκτικούς θαλάμους)
- Διαχείριση ημερομηνιών λήξης

- Διατήρηση λογαρίθμου όσο αφορά την έξοδο των προϊόντων από την αποθήκη.
- Δρομολόγηση παραγγελιών, σχεδιασμός δρομολογίων και συντονισμός μεταφορών.
- Εισαγωγή στη μηχανογράφηση με On line σύνδεση με τον πελάτη εντολέα, δηλαδή παροχή υπηρεσιών πληροφορικής και στατιστικών στοιχείων μέσω σύνδεσης συστήματος H/Y, τερματικών.
- Είσπραξη αξίας τιμολογίων
- Picking. Η συλλογή και φόρτωση μη παλετοποιημένων ειδών σε περιπτώσεις όπου οι ποσότητες ανά κωδικό προϊόντος δε συμπληρώνουν ακέραια καθώς η συλλογή από τον κύριο χώρο αποθήκευσης ακέραιων παλετών και τη φόρτωση τους σε φορτηγό για την εκτέλεση συγκεκριμένου δρομολογίου διανομής παραγγελιών.
- Έκδοση διαφόρων εγγράφων και παραστατικών
- Εκτελωνισμοί
- Επικόλληση μηχανογραφημένης ετικέτας που θα υποδεικνύει τον προορισμό της παλέτας ή κιβωτίου με την οποία εξασφαλίζεται και η ιχνηλασιμότητα των προϊόντων και παρτίδων.
- Λίστες Συλλογής και αναδρομολόγηση και ανατροφοδοσία λιστών και θέσεων συλλογής.
- Μεταφορά/Διανομή και παράδοση σε διάφορα σημεία σε όλη τη χώρα από το διανομέα στους πελάτες καθώς και την παράδοση επειγουσών παραγγελιών.
- Παραγγελιοληψία και ετοιμασία παραγγελιών.
- Παρακολούθηση αποθεμάτων
- Παρακολούθηση παραλαβών
- Παραλαβή και μεταφορά π.χ. από το λιμάνι στην αποθήκη του 3PL διανομέα των προϊόντων που αφίχθησαν.
- Παραλαβή των επιστρεφόμενων προϊόντων
- Σύνθετα αποθηκευτικά συστήματα, WMS (Warehouse Management Systems) που αποτελούν τη γέφυρα του λογισμικού της επιχείρησης 3PL με τα προγράμματα του εντολέα. Το σύστημα παράγει τους γραμμικούς κωδικούς των προϊόντων κατά την εισαγωγή τους στους αποθηκευτικούς χώρους και τροφοδοτεί τις απαραίτητες πληροφορίες κατά τη διαδικασία picking μέσω τερματικών χειρός.
- Ποιοτικός έλεγχος

- Ύπαρξη τελωνειακών/φορολογικών χώρων
- Φορτοεκφορτώσεις : είτε παλετοποιημένων προϊόντων δηλαδή την εξαγωγή από φορτηγά ή containers προϊόντων ήδη τοποθετημένων σε παλέτα από το εργοστάσιο παραγωγής είτε μη παλετοποιημένων προϊόντων όπου απαιτείται η χειροκίνητη εκφόρτωση των κιβωτίων των ειδών από φορτηγά, η τοποθέτηση τους σε παλέτα ανά κωδικό και η μεταφορά τους μέχρι την είσοδο της αποθήκης.

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο των 3PL στην Ελλάδα προσφέρουν είτε το σύνολο των ανωτέρω υπηρεσιών, είτε μέρος αυτών. Σε κάθε περίπτωση όμως περιλαμβάνει οπωσδήποτε υπηρεσίες αποθήκευσης, φορτοεκφόρτωσης και μεταφοράς-διανομής.

2.11. ΟΦΕΛΗ

Τα οφέλη, οικονομικά και οργανωτικά, που αναμένουν οι επιχειρήσεις να αποκομίσουν αναθέτοντας σε 3PL εταιρίες τις παραπάνω λειτουργίες είναι πολύ σημαντικά. Η χρήση ενός 3rd party logistics προέκυψε από τη διάδοση της πρακτικής του outsourcing, κλειδώνει το κοστολόγιο της μεταφοράς και της αποθήκευσης και αξιοποιεί την εξειδικευμένη γνώση των 3PL συνεργατών. Η επιχείρηση εκμεταλλεύεται τις οικονομίες κλίμακας που προκύπτουν λόγω των συνεργιών με άμεσο αποτέλεσμα τη μείωση του κόστους και τον περιορισμό των επενδύσεων σε πάγια.

Η κάλυψη των logistics εσωτερικά από τις επιχειρήσεις σημαίνει ότι τα κόστη αποτελούν μέρος των σταθερών εξόδων των επιχειρήσεων, ανεξαρτήτως ύψους πωλήσεων, ενώ με το outsourcing τα κόστη αυτά μετατρέπονται σε μεταβλητά έξοδα. Μέγιστο όφελος αποτελεί για την επιχείρηση η απεμπλοκή από δραστηριότητες που δεν αφορούν την κύρια δραστηριότητα της. Παράλληλα αξιοποιεί τους χρηματικούς και επενδυτικούς πόρους όπου διαθέτει καθώς αφοσιώνεται στην κύρια δραστηριότητα «core business» όπου διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα πχ την έρευνα για την ανάπτυξη προϊόντων, την προώθηση τους ή την ανάπτυξη τους ή την ανάπτυξη νέων εμπορικών δικτύων διανομής και πωλήσεων. (Παπαλόης Γεώργιος, 2005).

Παράλληλα αυξάνεται το επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών αφού μειώνεται ο χρόνος ανταπόκρισης στις παραγγελίες και διευρύνεται ο γεωγραφικός χώρος κάλυψης. Οι λειτουργίες που καλύπτουν όλο το φάσμα της αποθήκευσης, διανομής και μεταφοράς

εμπορευμάτων σαφώς γίνονται καλύτερες αρκεί βέβαια η επιλογή του 3PL συνεργάτη να γίνει με τα σωστά κριτήρια ακολουθώντας μια συγκεκριμένη μεθοδολογία. (Σταλίδης Σωτήρης, 2002.)

Η αναγνώριση των πλεονεκτημάτων αυτών από τις επιχειρήσεις έχει οδηγήσει σε ενίσχυση του θεσμού του outsourcing και σε άνοδο της ζήτησης για τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Η αυξημένη ζήτηση βασίστηκε και στις νέες τεχνολογίες πληροφορικής που αξιοποιούν οι εταιρίες 3PL στη διαχείριση των αποθηκών και στην επικοινωνία μεταξύ των επιχειρήσεων για την αποτελεσματικότερη διαχείριση και διακίνηση των αποθεμάτων.

2.12. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΧΡΗΣΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ 3PL-OUTSOURCING

Σύμφωνα με μελέτη της ICAP 2006, μπορούν να υπάρξουν κάποια μειονεκτήματα στην συνεργασία με μια εταιρία παροχής υπηρεσιών outsourcing. Αυτά μπορεί να είναι :

- Η αποστέριση της επιχείρησης εντολέα, μετά από μακροχρόνια συνεργασία, από την δυνατότητα αποκόμισης σημαντικής τεχνογνωσίας, καθιστώντας την με αυτό τον τρόπο άμεσα εξαρτώμενη από την 3PL εταιρία παροχής υπηρεσιών.
- Στην περίπτωση που η επιχείρηση διαθέτει καλά οργανωμένο και αποτελεσματικό δίκτυο διαμονής, είναι πιθανόν το outsourcing να μην αποφέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα, στο βαθμό που ο εξωτερικός συνεργάτης αδυνατεί να προσφέρει ανάλογα επίπεδα ποιότητας και αποτελεσματικότητας. Η αποτελεσματικότητα της συνεργασίας εξαρτάται από την ποιότητα και την ανταλλαγή πληροφοριών μεταξύ των συμβαλλόμενων μερών, καθώς και από την προσαρμοστικότητα του 3PL Provider στις απαιτήσεις της αγοράς.
- Η επιλογή ενός εξωτερικού συνεργάτη, εταιρία outsourcing, έχει άμεσο αντίκτυπο στη συνολική εικόνα της επιχείρησης που την επιλέγει, καθώς ανάλογα με τις παρεχόμενες υπηρεσίες, ο 3PL Provider έχει άμεση επαφή με τον τελικό πελάτη.
- Υπάρχει πιθανότητα αντιδράσεων των συνεργατών της επιχείρησης- εντολέα, όπως προμηθευτές, τοπικοί αντιπρόσωποι οι οποίες επηρεάζουν την απόφαση για ανάθεση λειτουργιών σε 3PL Providers.

Για όλους τους παραπάνω λόγους, η επιχείρηση θα πρέπει πρώτα να έχει πλήρη επίγνωση της αποτελεσματικότητας και του κόστους πραγματοποίησης των δραστηριοτήτων που θα ήθελε να αναθέσει σε τρίτους με βάση τα δικά της μέσα, ώστε να είναι σε θέση να

αξιολογήσει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα της «κίνησης» που θα πραγματοποιήσει.

2.13. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ 3PL ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ

Μία εταιρεία για να πάρει μία απόφαση αν θα συνεργαστεί με ένα παροχέα Third Party Logistics, πρέπει ο 3PL συνεργάτης να είναι δεκτικός σε όλα τα επίπεδα δηλαδή να έχει σωστή συνεργασία, τεχνογνωσία, διανομή και αν οι υπηρεσίες του προμηθευτή θα μπορεί να αποθηκεύει. Οι συμφωνίες και τα συμβόλαια καθιστούν και τους δύο συνεργάτες να μελετήσουν προσεχτικά ώστε να έχουν υπόψη για κάθε πιθανότητα που τίθεται προκύψει από αυτή τη συνεργασία. Κίνδυνο μπορεί να προκαλέσει η δυσκαμψία στη σωστή συνεργασία και τότε οι κτιριακές και τεχνολογικές υποδομές δεν επαρκούν. Η μεθοδολογία επιλογής ενός 3PL συνεργάτη μιας επιχείρησης στηρίζεται στα έξι εξής βήματα :

1. Δημιουργία ομάδας έργου: Στην ομάδα αυτή θα πρέπει να συμμετέχουν στελέχη από όλα τα κρίσιμα τμήματα της εταιρίας, όπως η παραγωγή, το οικονομικό, το marketing, οι πωλήσεις και τα Logistics. Καλό θα είναι να υπάρχουν υψηλόβαθμα στελέχη ώστε να υπάρχει καλύτερος συντονισμός, καθώς και ένας σύμβουλος με εξειδίκευση σε θέματα Logistics και Outsourcing.
2. Σαφής καθορισμός αναγκών και στόχων: Ο καθορισμός των αναγκών είναι το πρώτο μέλημα της ομάδας, ώστε να χρησιμοποιηθεί η λύση outsourcing και να προσδιοριστούν τα αναμενόμενα οφέλη, οπότε και οι αναμενόμενοι στόχοι.
3. Δημιουργία τεύχους προδιαγραφών: Περιγράφει με σαφήνεια τις ανάγκες και τις απαιτήσεις και στέλνεται στους υποψήφιους συνεργάτες, ώστε να υπάρξουν και οι προσφορές των συνεργατών.
4. Καθορισμός και ιεράρχηση κριτηρίων αξιολόγησης: Η αξιολόγηση των υποψηφίων γίνεται με εξειδικευμένα κριτήρια της ομάδας έργου και τα ιεραρχούν με βάση τη χρήση συντελεστών βαρύτητας. Τα κριτήρια αξιολόγησης βασίζονται σε δύο επίπεδα. Το πρώτο έχει στόχο την επιλογή των υποψηφίων που θα αποσταλεί το τεύχος προδιαγραφών, ενώ το δεύτερο βασίζεται σε πιο εξειδικευμένα κριτήρια όπου γίνεται και η τελική επιλογή και συμπεριλαμβάνει τα γενικά στοιχεία της υποψήφιας εταιρίας, στοιχεία εγκαταστάσεων και εξοπλισμού, στοιχεία ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και στοιχεία κόστους.

5. Δημιουργία λίστας υποψήφιων συνεργατών: Συνήθως αυτή η λίστα αποτελείται από 5-8 εταιρίες και στηρίζεται στο πρώτο επίπεδο αξιολόγησης των παρεχόμενων υπηρεσιών και στοιχεία κόστους.

6. Πολυκριτηριακή αξιολόγηση- Τελική επιλογή: Στο τελευταίο βήμα, η επιλογή του 3PL συνεργάτη γίνεται με την ανάλυση των εξειδικευμένων κριτηρίων του δεύτερου επιπέδου αξιολόγησης και η ομάδα έργου θεωρεί σκόπιμο την επίσκεψη των εγκαταστάσεων της εταιρίας 3PL. (Σταλίδης, 2002)

2.14. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ 3PL ΣΥΝΕΡΓΑΤΗ

Σε γενικές γραμμές τα κριτήρια αξιολόγησης χωρίζονται στις ακόλουθες 4 κατηγορίες (Σταλίδης, 2002) :

Γενικά στοιχεία εταιρίας

Εμπειρία Logistics

Εξειδίκευση σε συγκεκριμένο τομέα Logistics

Τζίρος

Κερδοφορία

Πελατολόγιο

Ανθρώπινο Δυναμικό

Δίκτυο Συνεργατών

Στοιχεία εγκαταστάσεων εξοπλισμού

Κατάσταση, μέγεθος χώρων-εγκαταστάσεων

Χρησιμοποιούμενος εξοπλισμός

Γεωγραφική κατανομή εγκαταστάσεων

Διαθεσιμότητα εγκαταστάσεων την επιθυμητή χρονική στιγμή

Συστήματα μηχανογραφικής υποστήριξης (ERP, WMS, reporting, on line σύνδεση)

Συστήματα ασφαλείας

Στοιχεία ποιότητας παρεχόμενων υπηρεσιών

Συνέπεια χρόνου παράδοσης

Παράδοση χωρίς καταστροφές

Έλλειψη λαθών

Τήρηση-παρακολούθηση συνθηκών ελεγχόμενης θερμοκρασίας

Τήρηση συνθηκών υγιεινής και ασφάλειας

Ευελιξία προσωποποιημένη παροχή υπηρεσιών

Κλίμα συνεργασίας

Εύρος παρεχόμενων υπηρεσιών

Εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας

Ασφάλιση εμπορευμάτων

Στοιχεία Κόστους

Κόστος υπηρεσιών

Διαφανής τρόπος κοστολόγησης

Κατανοητό συμβόλαιο

Δυνατότητα επαναπροσδιορισμού συμφωνίας και συμβολαίου

2.15. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ 3PL ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ

Ένας 3PL προμηθευτής πρέπει να κατέχει ένα περιεκτικό σύνολο δεξιοτήτων και γνώσεων έτσι ώστε να μπορεί να παραδώσει αποτελεσματικά μια 3PL λύση. Οι δεξιότητες και οι γνώσεις ενός 3PL προμηθευτή κρίνονται απαραίτητες για την επιτυχία της συνεργασίας. Έχουν προσδιοριστεί τα ακόλουθα κριτήρια για την αξιολόγηση ενός 3PL προμηθευτή (Σταλίδης, 2002) :

1. Διαθεσιμότητα ενός μεγάλου τμήματος των εκπαιδευμένων επαγγελματιών όσον αφορά τις αλυσίδες εφοδιασμού.
2. Εάν είναι εφικτό, σφαιρικές ικανότητες, προσιτότητα και πόροι.
3. Δυνατότητα ρύθμισης πολλαπλών φορέων παροχής υπηρεσιών.
4. Δυνατότητα ομαλής μετάβασης και μεταβίβασης όσον αφορά τις νέες τάσεις στην οργάνωση των 3PL.
5. Ισχυρή σχέση και ομαδικές δεξιότητες.
6. Παράδοση της παγκόσμιας ποιότητας επανασχεδιασμού διαδικασίας και διατύπωσης στις επιχειρήσεις στρατηγικής αλυσίδων εφοδιασμού.

7. Δυνατή ενσωμάτωση στις τεχνολογίες αλυσίδων εφοδιασμού και την μεταφορά των ικανοτήτων.
8. Κατανόηση οργανωτικών ζητημάτων αλλαγής.

2.16. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ 3PL ΜΕ ΕΤΑΙΡΙΕΣ

Για μια επιτυχημένη συνεργασία με μια εταιρία 3PL πρέπει να είναι :

- Αντικειμενικοί και να έχουν σαφήνεια για τους σκοπούς τους, με αυτόν τον τρόπο επιδιώκεται να έχουν κοινές προσδοκίες από τη διαδικασία και κατανόηση στις επιχειρηματικές ανάγκες τόσο του πελάτη όσο και των 3PL οργανισμών.
- Έχουν ομοφωνία σε θέματα αξίας, πίστης, δέσμευσης, επικοινωνίας αφού είναι το κλειδί στη σχέση εταιρείας και παροχέα, και προθυμία για συμμετοχή και μερίδιο τόσο στην ανάληψη κινδύνου όσο και στην ανταμοιβή. Αυτά είναι κλειδιά για μία επιτυχημένη συμφωνία.
- Είναι η ικανότητα και η φιλοσοφία της διοίκησης να είναι πολιτισμικά ευθυγραμμισμένη και να υπάρχει επίσης πολύ επίπεδη οργανωτική ευθυγράμμιση μεταξύ πελάτη και παροχέα.
- Η στρατηγική λειτουργικότητα, και αξιοποίηση πολιτικής κόστους και υπηρεσιών να είναι σωστά δομημένη
- Να υπάρχει μεταβατικό πλάνο προς τις πιο προοδευτικές υπηρεσίες.
- Τελευταίο και σημαντικό είναι η καθαρή στρατηγική εξόδου, όπου εάν προκύψει τυχόν διαφωνία μεταξύ πελάτη-παροχέα να ξέρει να διακόψει την συμφωνία χωρίς παρατροπές.

2.17. ΣΗΜΕΙΑ ΚΛΕΙΔΙΑ ΠΡΙΝ ΤΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ

Η εταιρία, πριν πάρει την κρίσιμη απόφαση συνεργασίας με third party logistics παροχέα, πρέπει να έχει σαφές και καθορισμένες απαντήσεις σε ορισμένα κρίσιμα ερωτήματα. Αρχικά, πρέπει να διευκρινιστεί τι ποσοστό του όγκου των δραστηριοτήτων θα εκχωρηθεί. Η ανάθεση όλων των δραστηριοτήτων σε τρίτους είναι αντιληπτό ότι δημιουργεί σημαντική εξάρτηση και σε περίπτωση που λήξει η συνεργασία θα δημιουργηθεί πολύ μεγάλο πρόβλημα. Σε μια τέτοια περίπτωση, η εταιρία θα χάσει σημαντική τεχνογνωσία, πόρους και την ευελιξία της. Μια λύση στην περίπτωση μιας επιχείρησης που έχει για παράδειγμα έδρα στην Αθήνα, θα ήταν να διανέμει τα προϊόντα της στην ευρύτερη περιοχή της Καβάλας χρησιμοποιώντας Ιδιωτικό Κέντρο Διανομής και να αναθέσει τη διανομή και

την παράδοση των προϊόντων της στην υπόλοιπη Ελλάδα μια εταιρία παροχής υπηρεσιών logistics που εδρεύει στην Θεσσαλονίκη. Οι συμφωνίες και τα συμβόλαια που καθιστούν τις δύο μεριές συνεργάτες πρέπει να συνταχθούν και να μελετηθούν πολύ προσεχτικά ώστε να λαμβάνουν υπόψη κάθε πιθανότητα που να καλύπτει όλες τις δυνατές περιπτώσεις. Σημαντικό είναι ο 3PL συνεργάτης να είναι ευέλικτος και δεκτικός στις εξελίξεις. Σε αντίθετη περίπτωση, η δυσκαψία αποτελεί εμπόδιο στη σωστή συνεργασία αυτή η στάση του παροχέα και τότε οι σύγχρονες κτιριακές και τεχνολογικές υποδομές δεν επαρκούν. Η τεχνογνωσία που υπάρχει μέσα στους κόλπους της επιχείρησης είναι πολύ δύσκολο να μεταφερθεί στον εξωτερικό συνεργάτη και αυτό ίσως κρύβει κάποιους κινδύνους. Όμως με τη σωστή συνεργασία και επικοινωνία μπορεί σύντομα να μεταφερθεί η τεχνογνωσία αυτή στους ανθρώπους της 3PL εταιρίας. Τελευταίο σημαντικό είναι αν η επιχείρηση θα απευθυνθεί σε Έλληνα ή ξένο συνεργάτη παροχέα υπηρεσιών logistics. Επικρατεί η άποψη πως η ανάθεση σε κάποια εταιρία ξένης ιδιοκτησίας αποτελεί λύση σε όλα τα προβλήματα. Αντίθετα, μια ελληνική εταιρία, οργανωμένη και στελεχωμένη από αξιόλογα στελέχη με όλη την απαραίτητη εμπειρία και τεχνογνωσία, αποτελεί την πιο καλή και σαφή επιλογή αφού μπορεί να ανταποκριθεί καλύτερα στις καταστάσεις της ελληνικής πραγματικότητας.(Αγγελετόπουλος, 2005)

2.18. 3PL ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια η ανάπτυξη των υπηρεσιών 3PL, και αυτό οφείλεται γιατί η ελληνική αγορά επηρεάστηκε από την Ευρώπη και την Αμερική. Αυτές οι χώρες κατέχουν την γνώση τη χρήσης τέτοιων υπηρεσιών και ώθησαν και τις ελληνικές υπηρεσίες να αξιοποιήσουν περισσότερο αυτή τη χρήση. Με αυτή τη χρήση 3PL σίγουρα θα βοηθήσει σημαντικά την ανάπτυξη του κλάδου των επιχειρήσεων.

Κατά την διάρκεια 1998-2004, η Ελλάδα σύμφωνα με μελέτη της ICAP παρουσίασε αύξηση της τάξης 25%. Ένα μεγάλο γεγονός που έδωσε την ευκαιρία στην Ελλάδα ήταν οι Ολυμπιακοί Αγώνες, τα οποία πρόσφεραν αναμφισβήτητα διευκολύνσεις στον κάθε επαγγελματία της μεταφοράς. Η Ελλάδα θεωρείται πόλη εισόδου και εξόδου στην νοτιανατολική Ευρώπη, και η ανάπτυξη και η δημιουργία υποδομών μπορούν να προσφέρουν στην Ελλάδα να διαδραματίσει σημαντικό ρόλο παροχής υπηρεσιών 3PL. Θα μπορούσαν να λειτουργήσουν κατάλληλα εξοπλισμένα εμπορευματικά κέντρα, να

κατασκευαστούν υποδομές Logistics, εμπορικό αεροδρόμιο, να αξιοποιηθούν τα γεωγραφικά, οικονομικά και στρατηγικά πλεονεκτήματα της χώρας.

2.19. 3PL ΚΡΗΤΗ

Ο κλάδος των Logistics στην Κρήτη, αποτελεί μια σημαντική και ενδιαφέρουσα αγορά για πολλές επιχειρήσεις. Ως γνωστό η Κρήτη, είναι μια αγορά με ιδιαιτερότητες, μια παραγωγική περιφέρεια όπου τροφοδοτεί με γεωργικά προϊόντα όλη την Ελλάδα και αυτό φαίνεται από το πλήθος των μεταφορικών εταιριών που δραστηριοποιούνται στο νησί. Όλα τα παραπάνω συνέλαβαν στην ιδέα της δημιουργίας να υπάρξει στην Κρήτη αλλαγή πλεύσης στην εφοδιαστική αλυσίδα με καλύτερες προσφερόμενες υπηρεσίες από αυτές που μπορεί να προσφέρει μια μεταφορική εταιρία. Ο συνδυασμός και η συνύπαρξη μιας εταιρίας 3PL και μιας αξιόπιστης μεταφορικής μπορούσε να προσφέρει μόνο θετικά αποτελέσματα τόσο στο πεδίο της εξυπηρέτησης όσο και στις οικονομίες κλίμακας που επιδιώκουν πλέον όλες οι Κρητικές επιχειρήσεις μέσα στα πλαίσια μίας ορθολογικής ανάπτυξης.

2.20. 3PL ΚΥΠΡΟΣ

Το 2002 αναπτύχθηκε μια πύλη για εταιρίες Logistics 3PL για πρώτη φορά στην Κύπρο. Αυτό έφερε ως αποτέλεσμα πολλές επιχειρήσεις να βοηθηθούν στην διαδικασία της διανομής, συστήματα ελέγχου, αποθήκευση. Η εφοδιαστική είναι πλέον αναπόσπαστο κομμάτι των κυπριακών επιχειρήσεων και παίζει σημαντικό ρόλο στην λειτουργία της παραγωγής και άλλων κλάδων. Οι κύπριοι επιχειρηματίες ολοένα και περισσότερο διαδραματίζουν την καθημερινότητα των Logistics ως ένα λειτουργικό τομέα της επιχείρησης που έχει ως στόχο την υποστήριξη των πωλήσεων και του μάρκετινγκ.

Σε συνέντευξη του στο INBNEWS ο κ. Παπασωτηρίου Πρόεδρος του Κυπριακού Συνδέσμου Logistics μη κερδοσκοπικού οργανισμού ανέφερε πως εν λόγω οικονομικής κρίσης, οι περισσότερες εταιρίες Logistics, σχεδιάζουν την αποτύπωση των προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο κλάδος με σκοπό την προβολή του θέματος στην πολιτεία προκειμένου να προκύψουν ωφέλειες για το σύνολο της Κυπριακής Οικονομίας, των επιχειρήσεων και του συνόλου της. Επίσης σε πρόσφατη ομιλία του σε εκδήλωση της LAC(Logistics Association Crete), ανέφερε ότι η Κύπρος και η Κρήτη έχουν το ίδιο μέγεθος οικονομίας (23 δις € ΑΕΠ), ίδιος τύπος οικονομίας, ίδιος πληθυσμός, απόσταση λιμένων Ηρακλείου-Λεμεσού 685χλμ ή 370 N. μίλια, χρόνος εμπορικών πλοίων λιγότερος από 24 ώρες,

αεροπορική απευθείας σύνδεση με “Cyprus”, Ηράκλειο-Λάρνακα κάθε δεύτερη ημέρα και διάρκειας πτήσης μία ώρα. Ακόμη οι δύο εταιρίες Logistics Association Crete και Cyprus Logistics Association, έχουν αναπτύξει μία συνεργασία και διοργανώνουν μεταξύ τους εσπερίδες ενημέρωσης για τη διαμόρφωση και της Κύπρου και της Κρήτης.

2.21. ΟΡΙΣΜΟΣ 4PL

Οι αυξανόμενες απαιτήσεις της αγοράς δημιουργούν νέες ανάγκες στο χώρο των Logistics πέρα από την αποθήκευση και τη διανομή που προσφέρουν οι 3PL. Άλλωστε πολλοί υποστηρίζουν πως δεν είναι μόνο αυτές οι λειτουργίες που δημιουργούν οικονομίες κλίμακας στη λειτουργία της σύγχρονης επιχείρησης (Γιαννάκαινας Βλάσσης,2003). Η νέα γενιά παροχών υπόσχεται να καλύψει περισσότερες ανάγκες των επιχειρήσεων. Μια ακόμα πλευρά των υπηρεσιών Logistics έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια και αποτελεί εξέλιξη του κλάδου των 3PL και η οποία μπορεί να παρέχεται ανεξάρτητα από τις επιχειρήσεις που σχετίζονται με τη διαχείριση ενός αριθμού 3PL Providers ή και διαμεταφορέων για λογαριασμό κάποιου πελάτη εντολέα και είναι γνωστή με τον όρο 4PL. Η δραστηριότητα αυτή περιλαμβάνει την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών και έχει υψηλότερα επίπεδα ευθύνης από τον 3PL. Η τέταρτη-party Logistics(4PL) πάροχος Logistics είναι μια εταιρία συμβούλων που ειδικεύεται στα Logistics, μεταφορά και διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας. Η 4PL συγκεντρώνει τους πόρους, τις ικανότητες, και την τεχνολογία της δικής της οργάνωσης και άλλους οργανισμούς για το σχεδιασμό, την προμήθεια λύσεων αλυσίδας. Οι 4PL εταιρίες αποτελούν ένθερμους υποστηρικτές της ιδέας της συνεργασίας και των συνεργιών.

2.22. ΔΙΑΦΟΡΕΣ 3PL-4PL

Ο ανταγωνισμός έγινε έντονος καθώς μετά την ίδρυση εταιριών 3PL και την αναβάθμιση της δεν άργησε να έρθει η εμφάνιση του Fourth Party Logistics(4PL).

- Ο 3PL συνεργάτης ασχολείται με μεταφορά, αποθήκευση, διανομή. Ο 4PL συνεργάτης δεν περιορίζεται σε αυτή την τριλογία. Δραστηριοποιείται σε όλη την κλίμακα της εφοδιαστικής αλυσίδας.
- Ο 3PL παρακολουθεί τα αποθέματα, ενώ ο 4PL διαχειρίζεται τα αποθέματα.
- Ο 3PL ενεργεί στα πλαίσια ενός συγκεκριμένου πλάνου λειτουργίας του κυκλώματος logistics. Από την άλλη ο 4PL είναι υπεύθυνος για τη διαμόρφωση αυτού του πλάνου

λειτουργίας. Στα πλαίσια αυτά μια από τις αποφάσεις που θα πρέπει να πάρει ο 4PL είναι η επιλογή των κατάλληλων 3PL συνεργατών.

- Ο 3PL πρέπει να διαθέτει υποδομές για να επιτελέσει το έργο του. Αντίθετα ο 4PL δεν είναι απόλυτα αναγκαίο να διαθέτει υποδομές και πάγια στοιχεία, χωρίς βέβαια να αποκλείεται. Χρειάζεται τεχνογνωσία, σύγχρονες τεχνικές, και φυσικά τη βοήθεια τεχνολογιών πληροφορικής.

Συμπεραίνουμε από αυτά που προκύπτουν είναι ότι ο 4PL δεν είναι απλά μεγαλύτερος 3PL, αλλά είναι ο συνεργάτης που μπορεί να προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις στο σύνολο της εφοδιαστικής αλυσίδας. (Αναγνωστίδης Δημήτριος, Ταμπτάκος Λεωνίδα, 2010)

Τα τελευταία χρόνια στο εξωτερικό οι μεγάλες 3PL εταιρίες, στην προσπάθεια τους να προσφέρουν υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας στους πελάτες τους, αλλά και να διαθέτουν στο portfolio τους υπηρεσίες με μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους για τις ίδιες, έχουν αρχίσει να δραστηριοποιούνται στον τομέα 4PL. Μια τέτοια προσπάθεια δεν είναι καθόλου εύκολη. Χρειάζεται αλλαγή φιλοσοφίας στη λειτουργία του 3PL. Ίσως η διατήρηση και των 2 ιδιοτήτων σε ορισμένες περιπτώσεις να μην είναι συμβατή. Αυτό που θεωρείται απαραίτητο συστατικό επιτυχίας είναι η σωστή επικοινωνία. Η γνώση, ο σπάνιος πόρος, αποτελεί στρατηγικό καύσιμο που τροφοδοτεί μια εταιρία για αυτό και πρέπει να γίνει σωστή κυκλοφορία και αξιοποίηση της. Πολλές είναι όμως οι απόψεις που διαπιστώνουν πώς το ισχύον σύστημα είναι ελλιπές, υπάρχει έλλειψη επικοινωνίας. Η ουσία της συνεργασίας βρίσκεται στην ανταλλαγή πληροφοριών αλλά και στην εξειδίκευση. Οι 4PL εταιρίες αποτελούν ένθερμους υποστηρικτές της ιδέας της συνεργασίας και των συνεργών. Βέβαια οι επιχειρήσεις, ιδιαίτερα εκείνες που παρέχουν παρεμφερή προϊόντα, δεν έχουν την ίδια ακριβώς αντίληψη επί του θέματος. Δείχνουν απροθυμία συνεργασίας ενώ σε πολλές περιπτώσεις μια συνεργασία θα μπορούσε για παράδειγμα να οδηγήσει σε σημαντική μείωση του κόστους ή να αυξήσει σημαντικά το επίπεδο παροχής υπηρεσιών. Για παράδειγμα πολλές ελληνικές και πολυεθνικές εταιρίες παραγωγής και εισαγωγής καταναλωτικών και άλλων προϊόντων αρνούνται να μεταφέρουν ή να αποθηκεύσουν τα προϊόντα τους με εκείνα των ανταγωνιστών τους.

Η στρατηγική αυτή να μεν έχει κάποια λογική αλλά από την πλευρά της εφοδιαστικής αλυσίδας και logistics θα μπορούσε να οδηγήσει σε δραματική μείωση του κόστους. Η εξειδίκευση είναι που κάνει τη διαφορά. Η ταυτόχρονη μεταφορά και διανομή δύο ανταγωνιστικών προϊόντων στο ίδιο δίκτυο καταστημάτων δημιουργεί οικονομίες

κλίμακας οπότε και αισθητή μείωση του κόστους ειδικότερα αν μια τέτοια διαδικασία φόρτωσης-μεταφοράς-διανομής από τις κεντρικές αποθήκες,επαναλαμβάνεται για δεκάδες προϊόντων καθημερινά. Η δημιουργία οικονομιών κλίμακας αυτόματα μεταφράζεται σε αύξηση κερδών από τις εταιρείες. Αυτό το κενό καλούνται να καλύψουν οι εταιρίες 4PL. Οι 4PL εταιρίες προσφέρουν και συμβουλευτικές υπηρεσίες εκτός των άλλων παροχών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1. ΕΡΕΥΝΑ

Σκοπός της παρούσας έρευνας είναι να μελετήσει τη χρησιμότητα των Logistics και την ανάπτυξη του κλάδου εταιριών που προσφέρουν υπηρεσίες Logistics σε τρίτους (Third Party Logistics) σε Κρήτη και Κύπρο. Συντάχθηκε ερωτηματολόγιο που στάλθηκε με e-mail στις επιχειρήσεις και επίσης χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της προσωπικής και τηλεφωνικής συνέντευξης.

3.2. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Η επιλογή της μεθόδου συλλογής πρωτογενών στοιχείων εξαρτάται κυρίως από 2 παράγοντες. Ο βαθμός δόμησης, δηλαδή το κατά πόσο χρησιμοποιούνται αυστηρά τυποποιημένες ή ανοικτές ερωτήσεις και απαντήσεις, είναι ο ένας και ο βαθμός αμεσότητας ή συγκάλυψης αναφέρεται στην έκταση που οι ερωτώμενοι γνωρίζουν το σκοπό της έρευνας. Με βάση αυτούς τους 2 παράγοντες η έρευνα κατηγοριοποιείται ως εξής :

- Δομημένες-άμεσες : Τόσο οι ερωτήσεις όσο και οι απαντήσεις είναι αυστηρά τυποποιημένες και προκαθορισμένες, όπως γίνεται στα ερωτηματολόγια, και εξηγείται ο σκοπός της έρευνας στους ερωτώμενους. Κύριο πλεονέκτημα της μεθόδου αυτής είναι η ευκολία συμπλήρωσης και επεξεργασίας των δεδομένων.
- Δομημένες-έμμεσες : Οι έρευνες που ανήκουν σ' αυτήν την κατηγορία επιδιώκουν τη διερεύνηση των πραγματικών γνώσεων των ερωτώμενων σχετικά με κάποιο θέμα, είναι όμως δύσκολη στη χρήση και έτσι δε χρησιμοποιείται συχνά.
- Αδόμητες-άμεσες : Ο τρόπος και η σειρά διατύπωσης των ερωτήσεων διαφέρει από ερωτούμενο σε ερωτούμενο ενώ ο σκοπός της έρευνας καθίσταται γνωστός σε όλους συμμετέχουν σ' αυτήν. Στις έρευνες αυτές ο ερωτώμενος έχει μεγάλο βαθμό ελευθερίας αλλά απαιτείται από
- Δομημένες-έμμεσες : Ο ερευνητής επιδιώκει να προσδιορίσει τα κίνητρα μιας συγκεκριμένης συμπεριφοράς, τα οποία οι ερωτούμενοι δεν επιθυμούν να αποκαλύψουν. Όμως η εξαγωγή σωστών συμπερασμάτων και η επιτυχία της έρευνας εξαρτάται από την εμπειρία του ερευνητή καθώς η ερμηνεία των απαντήσεων δεν είναι αντικειμενική.

Για τη συλλογή πρωτογενών δεδομένων σε αυτή την έρευνα χρησιμοποιήθηκε η άμεση και δομημένη μέθοδος καθώς παρέχει ευκολία στην επεξεργασία των αποτελεσμάτων λόγω της τυποποιημένης μορφής των ερωτήσεων και των απαντήσεων. Υπάρχουν πολλοί τρόποι με τους οποίους, τα δεδομένα μπορούν να συλλεχθούν. Συνοπτικά αναφέρονται η προσωπική, τηλεφωνική, ταχυδρομική ή και ηλεκτρονική συνέντευξη, η παρατήρηση, η διαρκής απογραφή. (Πετράκης Μ, 1999). Από τους παραπάνω τρόπους συλλογής πρωτογενών δεδομένων, επιλέχτηκε ένας συνδυασμός προσωπικής, τηλεφωνικής και ηλεκτρονικής συνέντευξης με στελέχη logistics των επιχειρήσεων του δείγματος.

Από τα 15 ερωτηματολόγια του δείγματος τα 8 (53%) συμπληρώθηκαν με προσωπική συνέντευξη στο χώρο που εδρεύουν τα γραφεία των επιχειρήσεων και τα άλλα 7 (47%) στάλθηκαν με email και με τηλεφωνική επικοινωνία τα οποία απαντήθηκαν συμπληρωμένα. Το χρονικό διάστημα συλλογής των δεδομένων ήταν από 1/02/2011 έως 1/03/2011. Ως εργαλείο συγκέντρωσης δεδομένων χρησιμοποιήθηκε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο αποτελεί ένα σημαντικό και χρήσιμο εργαλείο στην ποσοτική έρευνα για τη συλλογή πρωτογενών στοιχείων. Για την αποτελεσματικότητα ενός ερωτηματολογίου σημαντικό ρόλο παίζει ο κατάλληλος σχεδιασμός του και η εύστοχη δομή του. Τα κύρια σημεία στα οποία πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή σε ένα ερωτηματολόγιο είναι τα παρακάτω :

- Η κάθε ερώτηση θα πρέπει να αποβλέπει σε ένα ορισμένο σκοπό και να μπορεί να κατανοηθεί αλλά και να απαντηθεί από όλους τους ερωτώμενους.
- Οι ερωτήσεις θα πρέπει να είναι έτσι διατυπωμένες ώστε να μην κατευθύνουν τις απαντήσεις.
- Συχνές ερωτήσεις ελέγχου είναι σκόπιμο να υπάρχουν προκειμένου να επιβεβαιώνεται ότι ο ερωτώμενος απαντά με όσο το δυνατό μεγαλύτερη ειλικρίνεια.
- Η δομή και το μέγεθος του ερωτηματολογίου δε θα πρέπει να είναι τέτοια που να κουράζει τον ερωτούμενο.

Στο ερωτηματολόγιο, το οποίο παρατίθεται στη συνέχεια, Παράρτημα Α, χρησιμοποιήθηκαν 23 μεταβλητές. Για την επεξεργασία των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το στατιστικό πακέτο «Word». Τα αποτελέσματα της έρευνας είναι ιδιαίτερα αποκαλυπτικά και παρουσιάζονται παρακάτω μέσα από την ανάλυση των μεταβλητών.

3.3. ΤΥΠΟΙ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

Στο παρόν ερωτηματολόγιο της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν δύο τύπους ερωτήσεων.

1)Ανοιχτού τύπου ερωτήσεων, που δίνουν την δυνατότητα και την ελευθερία στον ερωτώμενο να απαντήσει την ερώτηση όπως αυτός νομίζει χρησιμοποιώντας τις δικές του λέξεις.

2)Ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής που αυτές παρέχουν τη δυνατότητα στον ερωτώμενο να επιλέξει μεταξύ πολλών προεπιλογών απαντήσεων. Σε ορισμένες περιπτώσεις η απάντηση θα είναι μόνο μία, ενώ σε άλλες μπορεί να δοθούν περισσότερες από μία απαντήσεις.

- Στη συνέχεια μελετήθηκε η σειρά των ερωτήσεων. Οι ερωτήσεις έχουν μια λογική σειρά.
- Αρχικά υπάρχουν τα γενικά στοιχεία της επιχείρησης δηλαδή οι ειδικές ερωτήσεις, οι σχετικές με το θέμα και στο τέλος υπάρχουν οι ερωτήσεις γενικού περιεχομένου για να συλλέξουμε τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτώμενων.
- Τέλος, ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στη διάταξη και στην εμφάνιση του ερωτηματολογίου ώστε αυτό να έχει μια επαγγελματική εμφάνιση. Προσέχθηκε δηλαδή η στοίχιση των ερωτήσεων, οι γραμματοσειρές.

3.4. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται αναλυτικά τα πρωτογενή δεδομένα της ερευνητικής διαδικασίας, της οποίας η μεθοδολογία έχει περιγραφεί. Οι 15 επιχειρήσεις που συμμετέχουν στην έρευνα έχουν ως απασχόληση τους τα Logistics και αυτές συνιστούν το συνολικό δείγμα όσον αφορά τα στοιχεία που παρουσιάζονται. Ο σχολιασμός γίνεται ξεχωριστά για κάθε ερώτηση του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα, μέσω ενός κατάλληλου γραφήματος και ανάλογου σχολιασμού.

3.5. ΣΧΟΛΙΑΣΜΟΣ ΠΡΩΤΟΓΕΝΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τα πρωτογενή δεδομένα της έρευνας, που πραγματοποιήθηκε από Δεκέμβριο 2010-Μάιο 2011 σε δείγμα 15 εταιριών: Συλλέχθηκαν από τις εταιρίες : Πλαστικά Κρήτης Α.Ε, MegaPlast Α.Ε, Ζαχαράκης Α.Ε, Φαρσάρη ΑΒΕ, Τάλως ΕΠΕ, Kreta Logistics ΑΕ, Μανωλιδάκης ΑΕΕΒΕ, Κόκκαλης ΑΕ, Α/ΦΟΙ ΛΑΝΙΤΗ ΛΤΔ, Christoudias Logistics, Cargoline Logistics, GAP Vassilopoulos, Andreas Orthodoxou l.t.d, Access Global Logistics,

Global Logistics. Για κάθε ερώτηση του ερωτηματολογίου που χρησιμοποιήθηκε στην έρευνα, απεικονίζονται αρχικά τα δεδομένα μέσω γραφήματος και ακολουθεί ένας σύντομος σχολιασμός τους.

Στην πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου ζητήθηκε από τους υπεύθυνους των επιχειρήσεων να προσδιορίσουν τον κλάδο δραστηριοποίησης της επιχείρησης, τον αριθμό του εργατικού δυναμικού που απασχολεί τα «Πλαστικά Κρήτης Α.Ε», είναι βιομηχανία παραγωγής φύλλων για γεωργική χρήση. Είναι πολυεθνική εταιρία με έδρα το Ηράκλειο και έχει εξαγωγική δραστηριότητα σε έξι ακόμα χώρες του κόσμου. Απασχολεί περισσότερους από 250 εργαζομένους και όπως εκτιμά η διοίκηση της εταιρίας ο συνολικός τζίρος του ομίλου θα ενισχυθεί φέτος κατά 5-7%, υπερβαίνοντας τα 180 εκατ.ευρώ.

Ο κύριος κλάδος δραστηριοποίησης της MegaPlast Α.Ε, είναι η κατασκευή σε εξειδικευμένων υλικών συσκευασίας και δεν περιορίζεται στην ελληνική αγορά αφού έχει εξαγωγική δράση, και απασχολεί προσωπικό πάνω από 50 άτομα με περιθώριο κέρδους 37%-40% του έτους 2009 από τα οικονομικά αποτελέσματα της MegaPlast.

Στον κλάδο δραστηριοποίησης εμπόριο λιπασμάτων και γεωργικών εφοδίων είναι η επιχείρηση Ζαχαράκης Α.Ε, οι εγκαταστάσεις της έχουν πάρει ανάπτυξη σχεδόν σε όλη την Κρήτη. Απασχολεί προσωπικό σχεδόν 50 άτομα, και ο ετήσιος κύκλος εργασιών έτους 2008 ανέρχεται στα 1.9εκατ.ευρώ.

Στον τομέα παραγωγής και τυποποίησης ζωοτροφών υψηλών προδιαγραφών είναι και η επιχείρηση ΦΑΡΣΑΡΗΣ Α.Β.Ε.Ε, και ο ετήσιος τζίρος της είναι από 5 έως 10 εκατομμύρια ευρώ και απασχολεί 11 με 50 άτομα προσωπικό και απευθύνεται μόνο στην ελληνική αγορά.

Η Τάλως Ε.Π.Ε, έχει εγκαταστάσεις σε Κρήτη και στην Αθήνα, με προσωπικό στο Ηράκλειο 11 έως και 50 άτομα.

Οι εταιρία ΜΑΝΩΛΙΔΑΚΗΣ Α.Ε.Ε.Β.Ε και Kreta Logistics Α.Ε, δραστηριοποιούνται στον τομέα μεταφορών/διανομής Logistics. Η επιχείρηση Μανωλιδάκης βρίσκεται στην 172^η θέση από τις 326 ισχυρότερες θέσεις στην Ελλάδα, και απασχολεί περίπου 100 άτομα προσωπικό και η Kreta Logistics Α.Ε, 17 άτομα προσωπικό.

Η Ελληνική Εταιρία Κόκκαλης Α.Ε, έχει ως κύρια δραστηριότητα την επεξεργασία και τυποποίηση αλιευμάτων εμπορίας αποθήκευσης και διανομής λοιπών προϊόντων Logistics και αντιπροσωπίες ψυκτικών θαλάμων. Απασχολεί 11 έως και 50 άτομα προσωπικό.

Η εταιρία Α/ΦΟΙ ΛΑΝΙΤΗ ΛΤΔ, είναι η μεγαλύτερη εταιρία του κλάδου των μη αλκοολούχων ποτών στην Κύπρο και ταυτόχρονα δικαιούχος εταιρία εμφιαλώσεως των προϊόντων της εταιρίας The Coca-Cola Company. Με έδρα την Λευκωσία την πρωτεύουσα του νησιού με προσωπικό περίπου στα 1000 άτομα ξεκίνησε την επιχειρηματική της δραστηριότητα από το 1943.

Η Christoudias Logistics είναι μια 3PL εταιρία που φέρνει νέα επίπεδα ορατότητας και έλεγχο σε περίπλοκες λειτουργίες Logistics. Ασχολείται με όλες τις πτυχές της διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας, από την αποθήκευση, διανομή, μεταφορά, εκτελωνισμό, αποστολή εμπορευμάτων και δημόσιες συμβάσεις. Επίσης, το 2002 έγινε η πρώτη εταιρία 3PL στην Κύπρο. Απασχολεί 11 έως και 50 άτομα με έδρα την Λευκωσία και υποκατάστημα στη Λεμεσό.

Η Cargoline Logistics με έδρα τη Λεμεσό ιδρύθηκε το 2003 από τον Ιωάννη Κωνσταντίνου, που αποτελεί πολύ γνωστή προσωπικότητα στην Κύπρο. Ασχολείται με την αποστολή εμπορευμάτων Logistics, μεταφορική διεθνείς, και της ναυτιλίας, και απασχολεί προσωπικό περίπου στα 50 άτομα.

Η εταιρία GAP Vassilopoulos, με προσωπικό που φτάνει σχεδόν τα 1000 άτομα, και με έτη δραστηριοποίησης περισσότερα από 15 χρόνια, προσφέρει ένα πλήρες πακέτο υπηρεσιών από αεροπορικές μεταφορές, διεθνείς μεταφορές χρημάτων, εγχώριες express courier logistics, μετακομίσεις οικιακά, υπηρεσίες marketing. Παρέχει 22 γραφεία δικτύου σε όλη τη Κύπρο.

Η εταιρία Andreas Orthodoxou l.t.d, με ιδρυτή τον κ. Ανδρέα Ορθοδόξου ο οποίος έχει 35 χρόνια εμπειρίας σε ναυτιλιακά θέματα και Logistics & Clearing Forwarding, με έδρα της εταιρείας στη Λεμεσό με προσωπικό 11-50 άτομα.

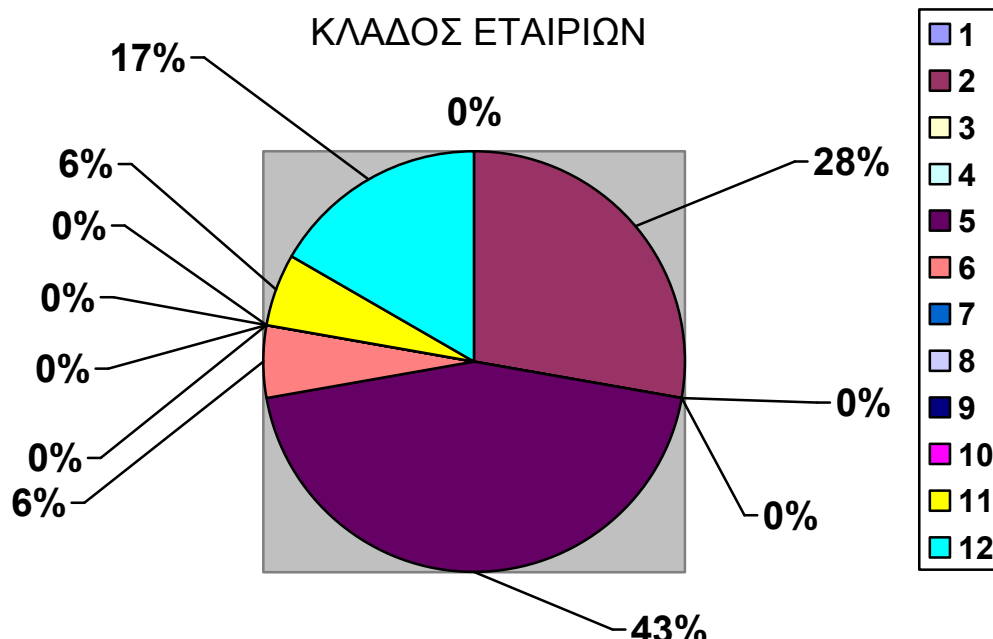
Η εταιρία Access Global Logistics, με έδρα την Λευκωσία και γραφεία σε Λάρνακα και Λεμεσό δραστηριοποιείται στον τομέα των Logistics από το 2002 με προσωπικό 11 έως και 50 άτομα. Με την πολύχρονη πείρα της η εταιρία χειρίζεται αερομεταφορές, εξαγωγή φορτίου, τελωνιακή πριν τον εκτελωνισμό, όπως επίσης και απαιτήσεις ασφάλισης.

Η εταιρία Cyrgus Global Logistics, ιδρύθηκε το 1996, είναι μια διεθνείς εταιρία Logistics με έδρα την πόλη της Λεμεσού προσφέροντας όλο το φάσμα της αποστολής εμπορευμάτων και των υπηρεσιών Logistics προς τους πελάτες και τους αντιπροσώπους για τις διεθνείς υπηρεσίες και παγκοσμίως. Απασχολεί γύρω στα 50 άτομα.

3.6. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Equation 1

Ερώτηση 1 : Σε ποιο από τους παρακάτω κλάδους ανήκει η εταιρία σας ;

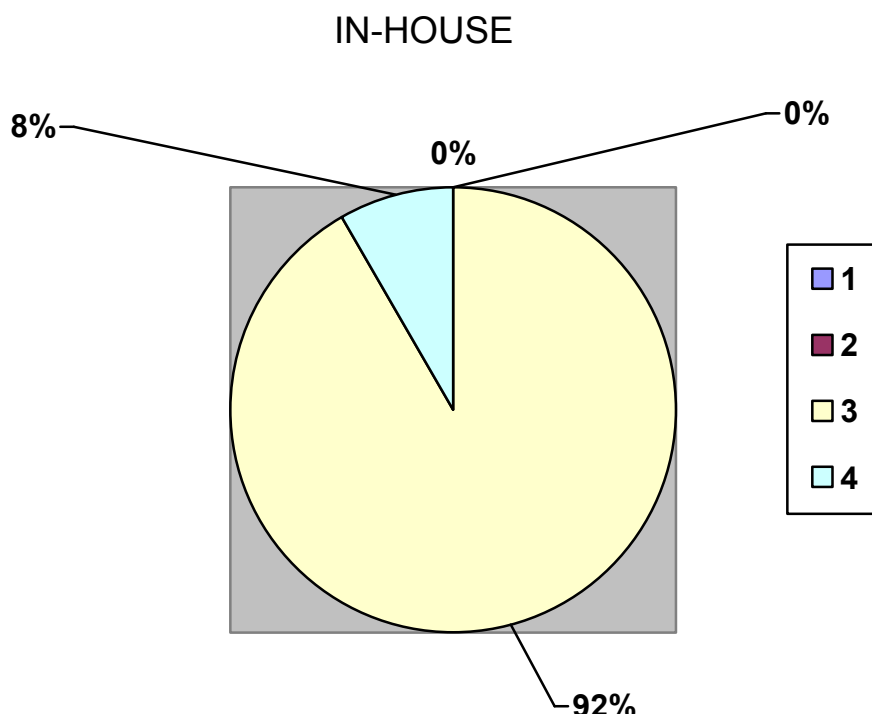


- 1= Φαρμακευτικός Κλάδος
- 2= Κλάδος τροφίμων, ποτών και ευρέως Καταναλωτικών Προϊόντων
- 3= Λιανεμπόριο
- 4= Αυτοκινητοβιομηχανία
- 5= Κλάδος Μεταφορών & Logistics
- 6= Χημικές Βιομηχανίες
- 7= Κλάδος Εταιριών Κοινής Ωφέλειας και Ενέργειας
- 8= Κλάδος Ηλεκτρονικών και νέων Τεχνολογιών
- 9= Κατασκευαστικός Κλάδος
- 10= Ένδυση και Υπόδηση
- 11= Κλάδος Παροχής Υπηρεσιών
- 12= Άλλο...

Όλες οι επιχειρήσεις που ερωτήθηκαν είναι ανεξάρτητου κλάδου, όμως έχουν ως κύριο στοιχείο την λειτουργία Logistics. Απευθυνθήκαμε έτσι ώστε να έχουμε μια πλήρης εικόνα από διάφορες επιχειρήσεις με βασικό σκοπό πώς διαχειρίζονται τις λειτουργίες Logistics. Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν 8 στις 12, είναι εταιρίες μεταφορών Logistics, αυτό δείχνει ότι τα τελευταία χρόνια τα Logistics έχουν πάρει τρομερή ανάπτυξη στο ρόλο της διαχείρισης των δραστηριοτήτων που παρέχουν τα Logistics. Το άλλο 19%

είναι εταιρίες γεωργικών εφοδίων, μεταποιητική βιομηχανία, και μεταφορές & ταχυμεταφορές.

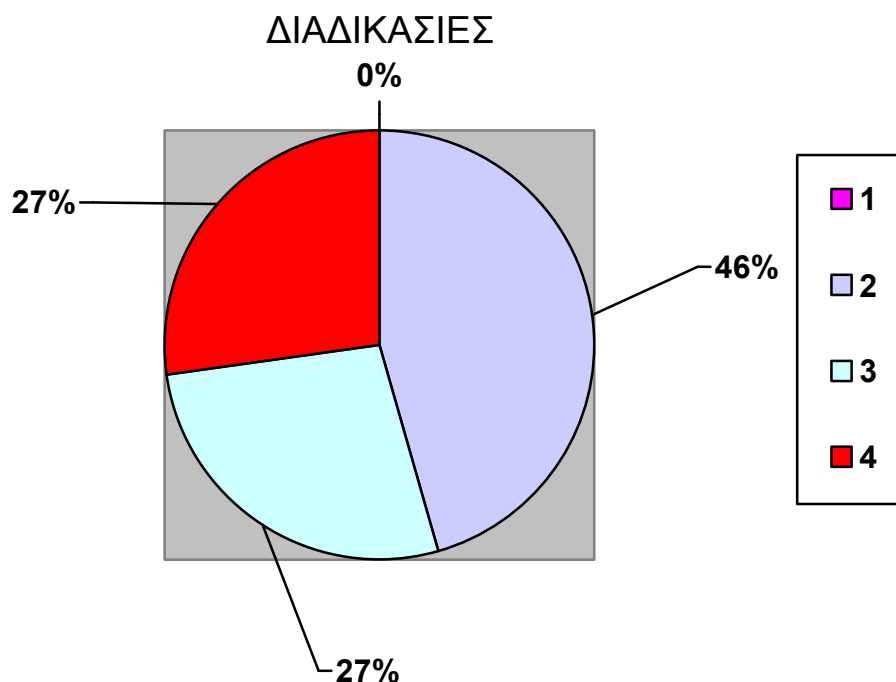
Ερώτηση 2 : Είδος Λειτουργίας-In House



1=Συλλογή μόνο
2=Διανομή μόνο
3=Μικτή (Συλλογή και Διανομή)
4=Άλλο...

Η ερώτηση αυτή αποσκοπεί στο να διευκρινίσει αν οι επιχειρήσεις προσδοκούν να δώσουν στον πελάτη και τα δύο, δηλαδή την ευκαιρία να του παρέχουν το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Παρατηρούμε λοιπόν ότι 12 στις 15 επιχειρήσεις που ερωτήθηκαν το είδος λειτουργίας τους είναι μικτό δηλαδή και συλλέγουν και διανέμουν. Το άλλο 8% το είδος της είναι μόνο παραγωγή και χρησιμοποιείται από την μεταποιητική βιομηχανία που ερωτήθηκε.

Ερώτηση 3 : Ποιες διαδικασίες αναλαμβάνουν άλλοι για εσάς ;

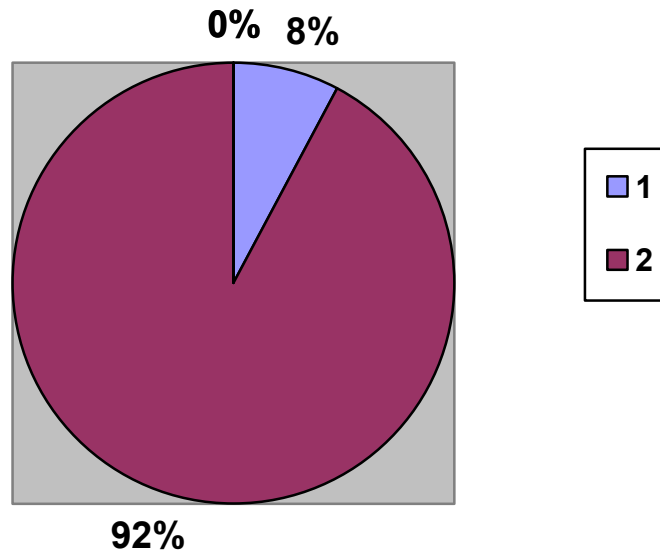


1=Συλλογή μόνο
2=Διανομή μόνο
3=Μικτή (Συλλογή και Διανομή)
4=Άλλο...

Βέβαια φαίνεται ότι 5 στις 10, οι περισσότερες επιχειρήσεις απάντησαν ότι αυτοί που αναλαμβάνουν διαδικασίες για αυτούς είναι μόνο τη διανομή, γιατί έχουν ένα μεγάλο ποσοστό στο ανθρώπινο δυναμικό να εκτελεί τις υπηρεσίες τις συλλογής και αυτό γίνεται για να μην χαραμίζεται χρόνος και να διανέμονται τα προϊόντα όσο πιο γρήγορα γίνεται για να ικανοποιούνται οι πελάτες. Έχουμε και ένα ποσοστό 3 στις 9 επιχειρήσεις που απάντησαν ότι παρέχουν και πώληση και παραγωγή αυτό φυσικά γίνεται με τρόπο λειτουργίας που χρησιμοποιεί η κάθε εταιρία.

Ερώτηση 4 : Νομική Μορφή Εταιρίας

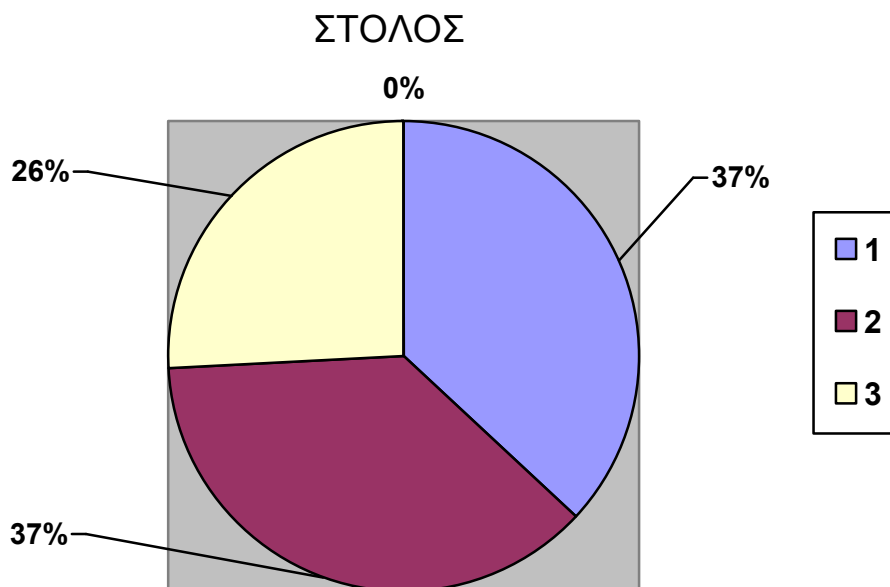
ΜΟΡΦΗ ΕΤΑΙΡΙΑΣ



1=Δημόσια Επιχείρηση
2=Ιδιωτική Επιχείρηση

Το μεγαλύτερο ποσοστό που ερωτήθηκαν όλες οι επιχειρήσεις όπως φαίνεται και στο αποτέλεσμα 100% ήταν ιδιωτικές επιχειρήσεις, εκτός από μία επιχείρηση που είναι δημόσια και είναι η Α/ΦΟΙ ΛΑΝΙΤΗ ΛΤΔ αυτό δεν είχε καταστεί να απαντηθούν τα ερωτηματολόγια μόνο σε ιδιωτικές επιχειρήσεις και δεν ήταν απόλυτα απαραίτητο απλά επιδιώξαμε σε επιχειρήσεις που έχουν ως κύρια διαχείριση τα Logistics.

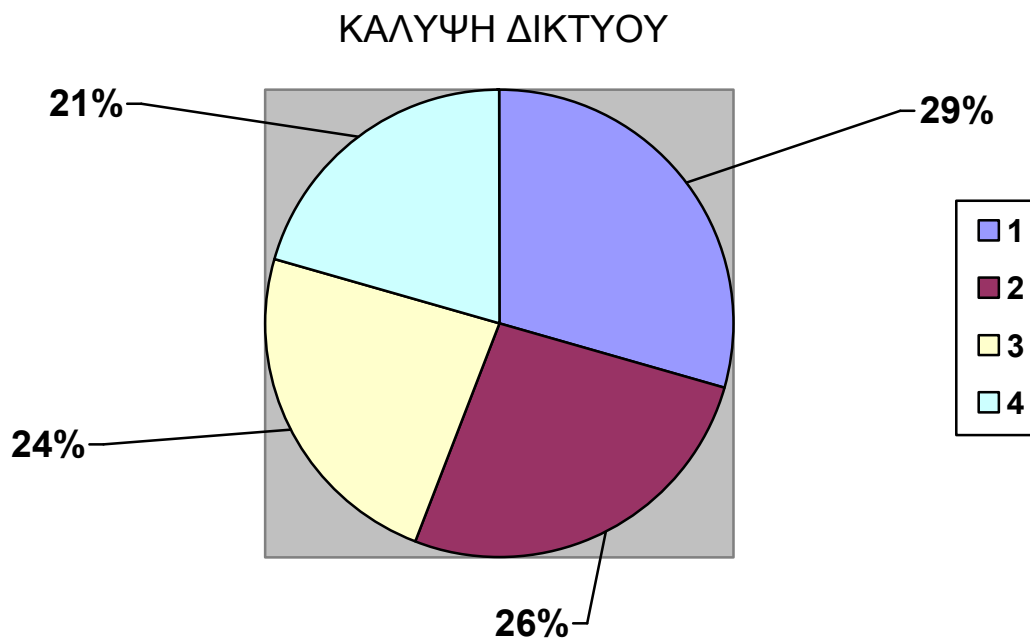
Ερώτηση 5 : Ο Στόλος σας αποτελείται από φορτηγά :



1=Μέχρι 5 τόνους
2=5 μέχρι 10
3=10 και πάνω

Σε αυτή την ερώτηση ζητήθηκε από πόσα φορτηγά αποτελείται ο στόλος της κάθε επιχείρησης και αυτό έγινε για να κατανοήσουμε την αποτελεσματικότητα της διανομής και των χώρων αποθήκευσης που παρέχει η κάθε επιχείρηση. Η εξοικονόμηση εγκατάστασης είναι σίγουρα ένας σημαντικός παράγοντας και καθιστά σημαντικό ρόλο στην οποιαδήποτε επιχείρηση. Φαίνεται ότι, οι περισσότερες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν φορτηγά από 5 τόνους έως και 10 τόνους για περισσότερο αποθηκευτικό χώρο και πιο γρήγορη διανομή.

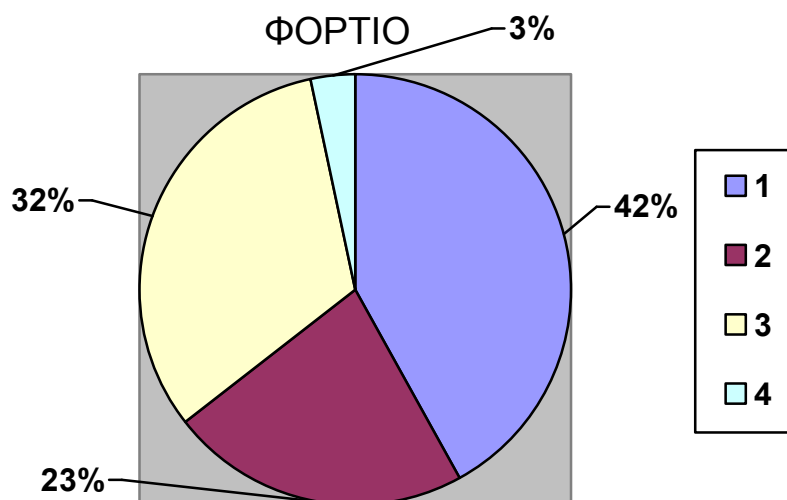
Ερώτηση 6 : Γεωγραφική κάλυψη δικτύου



1=Αστικές
2=Υπεραστικές
3=Εθνικές
4=Διεθνείς

Για κάθε επιχείρηση σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η γεωγραφική κάλυψη δικτύου. Αυτό γιατί, θέλει να επεκτείνει τις επιχειρηματικές δραστηριότητες της πολύ περισσότερο και αυτό θα της αποφέρει κέρδος αλλά και κόστος. Όπως φαίνεται από τα αποτελέσματα 10 στις 23 επιχειρήσεις η γεωγραφική κάλυψη που έχουν είναι αστικές διανομές που σημαίνει μικρό χρόνο μεταφοράς και υψηλή αξιοπιστία προς στους πελάτες. Το άλλο μεγάλο 27% ποσοστό διανέμει σε υπεραστικές διανομές, και ομόφωνα εθνικές διανομές και διεθνείς διανομές στο 21% και αυτό μας δείχνει ότι το κόστος είναι πολύ υψηλό για πολλές επιχειρήσεις να διανέμουν τα προϊόντα τους και τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες σε άλλες χώρες.

Ερώτηση 7 : Είδος Φορτίου

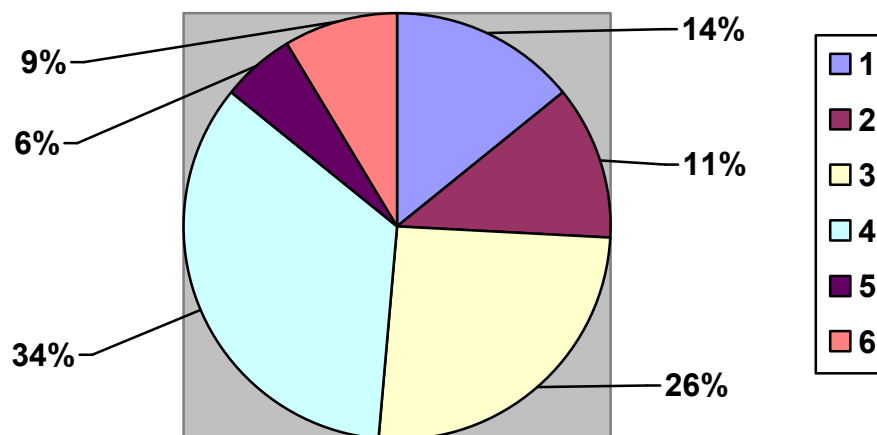


1=Ξηρό Φορτίο
2=Παγωμένο/Κατεψυγμένο φορτίο
3=Μοναδοποιημένο φορτίο
4=Άλλο

Το είδος φορτίου σε κάθε επιχείρηση είναι πολύ σημαντικό γιατί μας δείχνει ποια είναι η κύρια δραστηριότητα της, αυτό όμως δεν σημαίνει ότι δεν παρέχει και άλλα προϊόντα όπως κατεψυγμένα, παγωμένα. Το 44% μας απάντησε ότι παρέχει ξηρό φορτίο και ο εξοπλισμός που διαθέτουν για την διανομή φαίνεται να το χρησιμοποιούν πολλές εταιρίες αυτό συμβαίνει ανάλογα με την κάθε παραγωγική εταιρία στον κάδο που δραστηριοποιείται. Το άλλο 30% χρησιμοποιεί μοναδοποιημένο φορτίο σε πελάτες όπως κιβώτια. Όμως και 7 στις 30 επιχειρήσεις που ερωτήθηκαν χρησιμοποιούν και παγωμένο και κατεψυγμένο φορτίο γιατί κυρίως ήταν εταιρίες με κύρια δραστηριότητα στην παραγωγή κατεψυγμένων προϊόντων. Εντύπωση κάνει ότι 1 στις 30 χρησιμοποιεί μικτά δηλαδή διάφορα φορτία για την διανομή.

Ερώτηση 8 : Ποιο από τα παρακάτω χαρακτηρίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα της εταιρίας στον κλάδο που ανήκετε ;

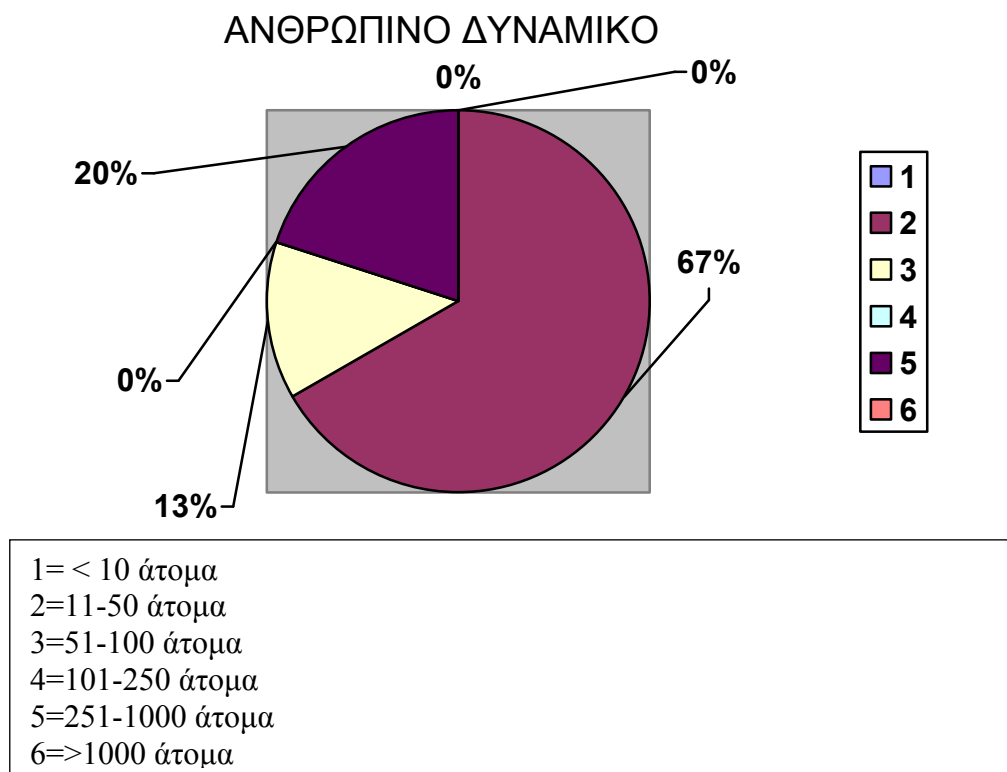
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ



- 1=Παραγωγή
- 2=Συσκευασία
- 3=Αποθήκευση
- 4=Διανομή
- 5=Λιανική Πώληση
- 6=Χονδρική Πώληση

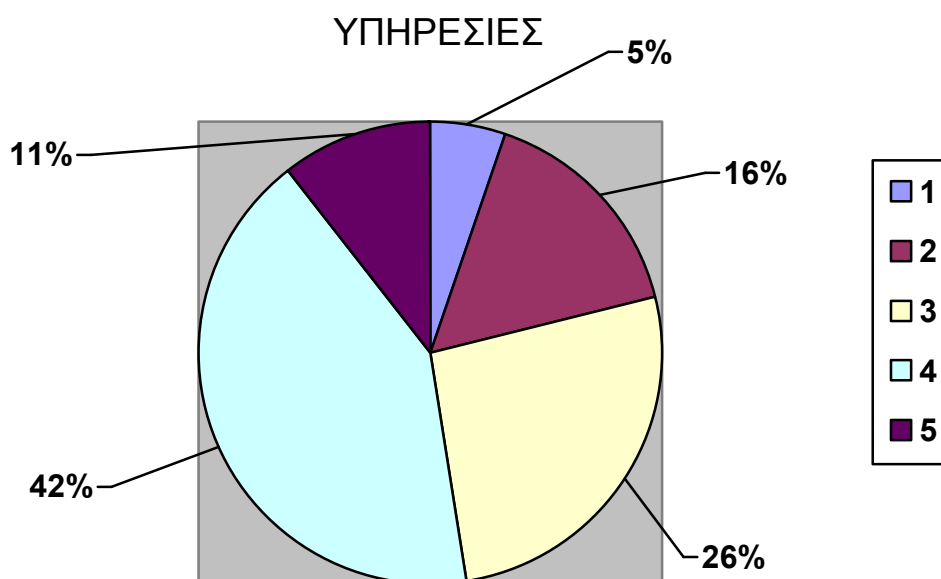
Φαίνεται ότι η διανομή είναι η κύρια επιχειρηματική δραστηριότητα των εταιριών και αυτό της χαρακτηρίζει περισσότερο. Στοχεύουν σε αυτό γιατί τα Logistics είναι πλέον η πιο αποδοτική ροή υπηρεσίας ώστε να ικανοποιηθούν και οι ανάγκες των πελατών και οι απαιτήσεις τους. Είναι ο καλύτερος σχεδιασμός και διαχείριση των εμπορευμάτων που παρέχουν οι περισσότερες επιχειρήσεις. Ένα άλλο 26% η αποθήκευση η οποία είναι η απαραίτητη προϋπόθεση και η ταχεία προσαρμοστικότητα της εφοδιαστικής αλυσίδας να ολοκληρώνει και να ενοποιεί την αποθήκευση. Η παραγωγή, η συσκευασία, και η λιανική πώληση είναι και αυτά δραστηριότητες των Logistics και απαιτούνται να επιτύχουν ένα σκοπό και να φέρουν σε πέρας μια επιχείρηση επιτυχής. Πολλές επιχειρήσεις απάντησαν ότι τους χαρακτηρίζουν όλα τα παραπάνω.

Ερώτηση 9 : Πόσα άτομα απασχολεί η εταιρία σας ;



Η πλειοψηφία 72% των επιχειρήσεων απασχολούν κυρίως άτομα μεταξύ 11-50. Είναι ένα ποσοστό αξιότιμο και φαίνεται ότι πολλές επιχειρήσεις δεν χρειάζονται περισσότερο προσωπικό και από όσες ερωτήθηκαν καμία εταιρία από όσες ερωτήθηκαν δεν υπερβαίνει το ανθρώπινο δυναμικό τους περισσότερο από 1000 άτομα. Υπήρξαν όμως 2 μεγάλες εταιρίες που διαθέτουν άτομα απασχόλησης από 251-1000 άτομα γεγονός που αποδεικνύει ότι έχουν πλήρης απασχόληση και είναι αλυσίδες καταστημάτων.

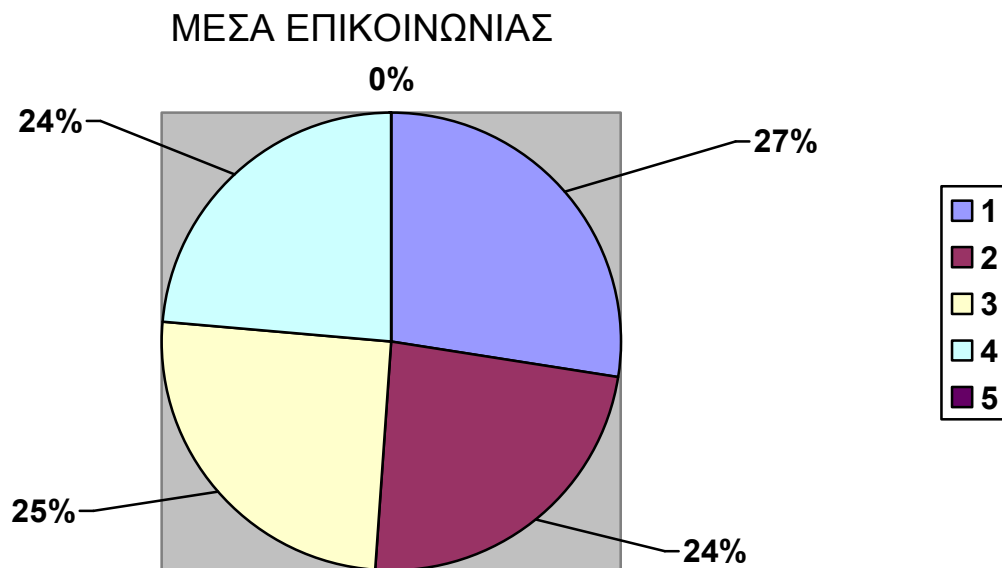
Ερώτηση 10 : Τι υπηρεσίες ιχνηλασίας(track and trace) παρέχεται στους πελάτες σας ;



1=Καμία
2=Έντυπο υλικό
3=Υπηρεσίες μέσω τηλεφωνικού κέντρου
4=Απευθείας σύνδεση με πελάτη
5=Άλλο

Η απευθείας σύνδεση με πελάτη φαίνεται να είναι η πιο αποτελεσματικότερη υπηρεσία ιχνηλασίας που παρέχουν στους πελάτες τους οι εταιρίες. Βέβαια αυτή είναι μια αποτελεσματική μέθοδος ικανοποίησης των πελατών και εξυπηρέτησης από την πλευρά της επιχείρησης γιατί δείχνει στον πελάτη αξιοπιστία και την άμεση δυνατότητα επικοινωνίας είτε για τυχόν προβλήματα λαθών είτε για ενημέρωση καινούργιων προϊόντων.

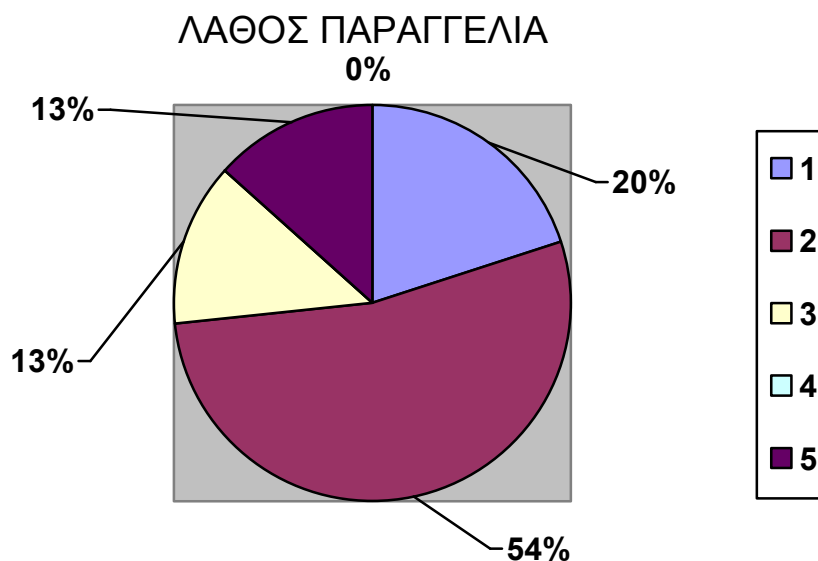
Ερώτηση 11 : Ποιο από τα παρακάτω μέσα χρησιμοποιείτε για την επικοινωνία σας με τους πελάτες ;



1=Κέντρο κλήσεων
2=E-mail
3=Fax
4=Κινητή τηλεφωνία
5=Άλλο..

Η επικοινωνία με τον πελάτη είναι πολύ σημαντική, γιατί βασικός στόχος της εταιρίας είναι να ικανοποιήσει τις ανάγκες του πελάτη. Και το αποτέλεσμα που θέλει η επιχείρηση είναι όσο περισσότερους πελάτες θα έχει μεγαλύτερο τζίρο και μια καλή εικόνα προς τους πελάτες. Ο πελάτης φυσικά αν μείνει ικανοποιημένος θα προσδοκήσει να αποφέρει και άλλους πελάτες στην επιχείρηση. Βασικός παράγοντας είναι η επικοινωνία μεταξύ πελάτη και επιχείρησης. Ο πελάτης χρειάζεται την προστασία και την κατανόηση και όπως προκύπτουν από τα συμπεράσματα το κέντρο κλήσεων και το fax είναι οι πιο αποτελεσματικότεροι τρόποι επικοινωνίας. Το κέντρο κλήσεων με την κινητή τηλεφωνία διαφέρουν γιατί στο κέντρο κλήσεων είναι χωρισμένοι οι τομείς της εταιρίας και έτσι ο πελάτης μπορεί να κατευθυνθεί σε οποιοδήποτε τομέα τον απασχολεί για να πάρει τις απαραίτητες πληροφορίες.

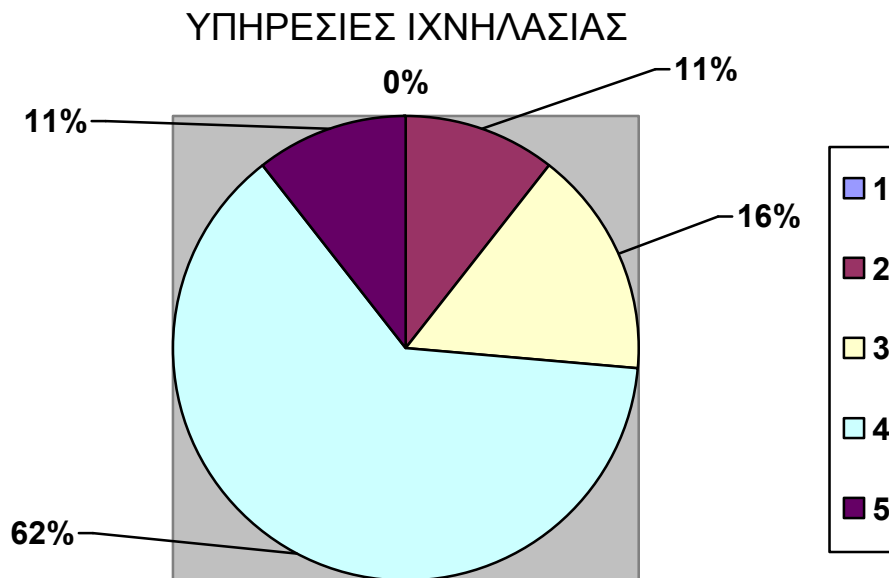
Ερώτηση 12 : Σε περίπτωση λάθους σε παραγγελία πόσος χρόνος απαιτείται για τη διόρθωση του ;



1=Λιγότερο από 1 ημέρα
2=1 Ημέρα
3=1 Εβδομάδα
4=1 Μήνας
5=Περισσότερο παρακαλώ τεκμηριώστε.....

Με πλειοψηφία 1 ημέρα, απαιτείται η διόρθωση μιας παραγγελίας γεγονός που αποδεικνύεται από τις επιχειρήσεις ότι είναι σε άμεση ταχύτητα να διορθώσουν το λάθος τους και να το επανορθώσουν όσο πιο γρήγορα γίνεται. Αυτό δείχνει την ικανότητα της συνέπειας τους για να προσφέρουν στους πελάτες την καλύτερη εξυπηρέτηση. Λιγότερο από μια μέρα απάντησαν 3 εταιρίες, που στο ανθρώπινο δυναμικό τους εντάσσονται περισσότερα από 100 άτομα και έτσι έχουν περισσότερη δύναμη να επανορθώσουν. Για περισσότερο από ένα μήνα μας απάντησαν ότι είναι ανάλογα με την παραγγελία και την απόσταση που βρίσκεται ο πελάτης.

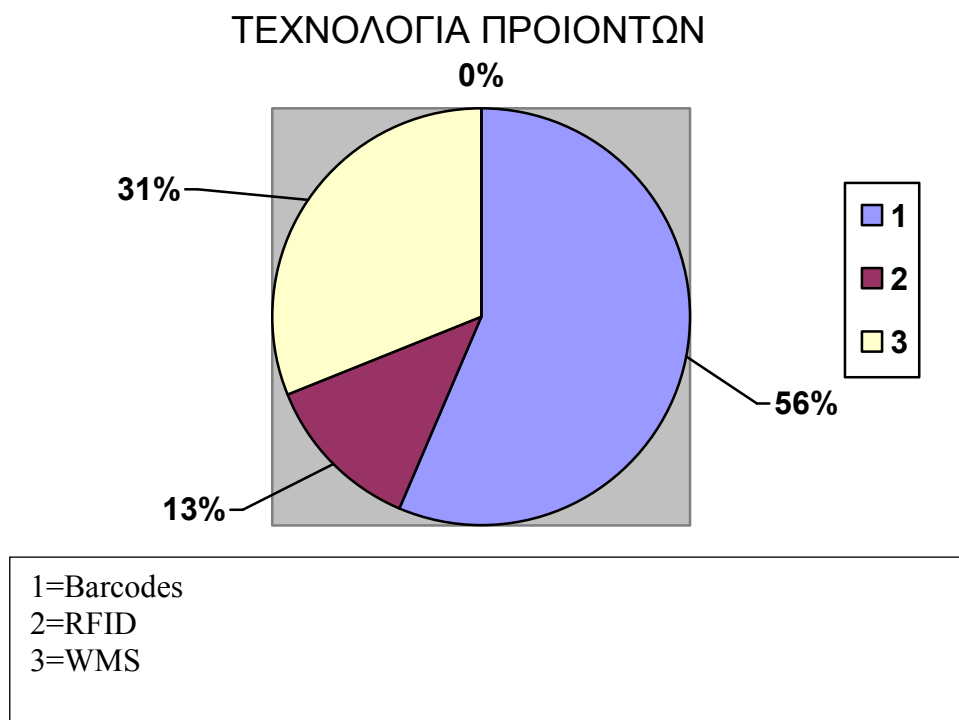
Ερώτηση 13 : Τί υπηρεσίες ιχνηλασίας(track and trace)θα παρέχετε στους πελάτες σας σε 3 χρόνια ;



1=Καμία
2=Έντυπο υλικό
3=Υπηρεσίες μέσω τηλεφωνικού κέντρου
4=Απευθείας σύνδεση με πελάτη
5=Άλλο παρακαλώ αναφέρετε.....

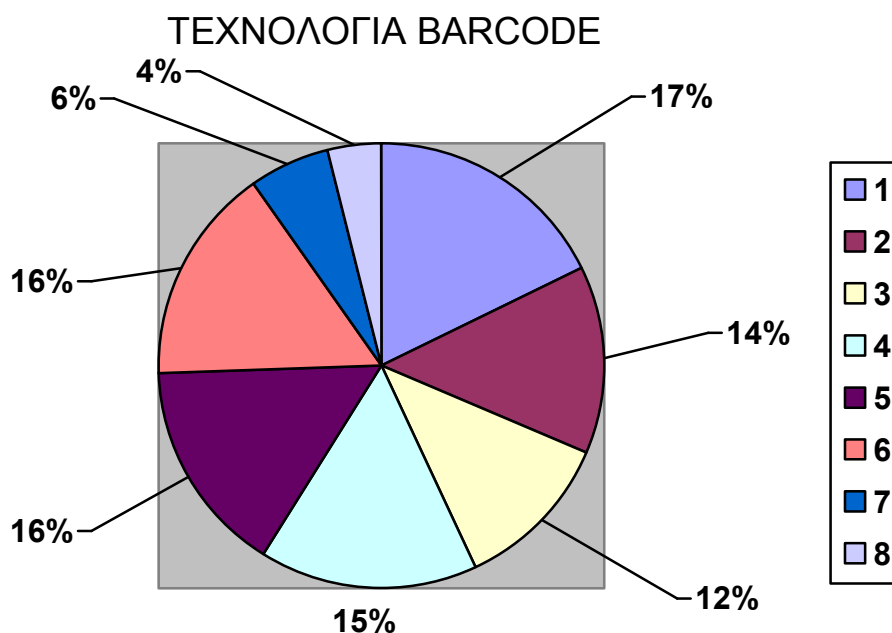
Και βέβαια η απευθείας σύνδεση με πελάτη έχει την πλειοψηφία έτσι πιστεύουν οι επιχειρήσεις έπειτα και μετά από 3 χρόνια για το τι έχουμε διαθέσει και τι έχουμε προμηθευτεί και από πού κύριο συστατικό επίτευξης αυτής της υπηρεσίας είναι και η υπηρεσία μέσω τηλεφωνικού κέντρου εργαλείο υπηρεσίας. Ισοψηφία μεταξύ έντυπο υλικού και όπως μας απάντησαν θα συνιστούσαν on-line υπηρεσία του πελάτη στην αποθήκη και να βλέπει και να επιλέγει ηλεκτρονικά επιτόπου την παραγγελία του ηλεκτρονικά. Επίσης, και το σύστημα HACCD το οποίο είναι σύστημα διασφάλισης ποιότητας και ασφάλειας τροφίμων.

Ερώτηση 14 : Ποια τεχνολογία χρησιμοποιείται για την ιχνηλασιμότητα των προϊόντων σας;



Το 60% των ερωτηθέντων επιχειρήσεων απαντούν στη χρησιμοποίηση του γραμμωτού κώδικα Barcode και το βρίσκουν σύγχρονο εργαλείο εύρεσης πληροφορίας από των χώρων της αποθήκευσης αλλά και για την καταγραφή ποσοτήτων. Τα συστήματα τηλεματικής WMS και RFID είναι και αυτά στις προτιμήσεις τους αλλά η πλειοψηφία επιλέγει barcode γιατί το θεωρεί εύκολο και αποτελεσματικό εργαλείο.

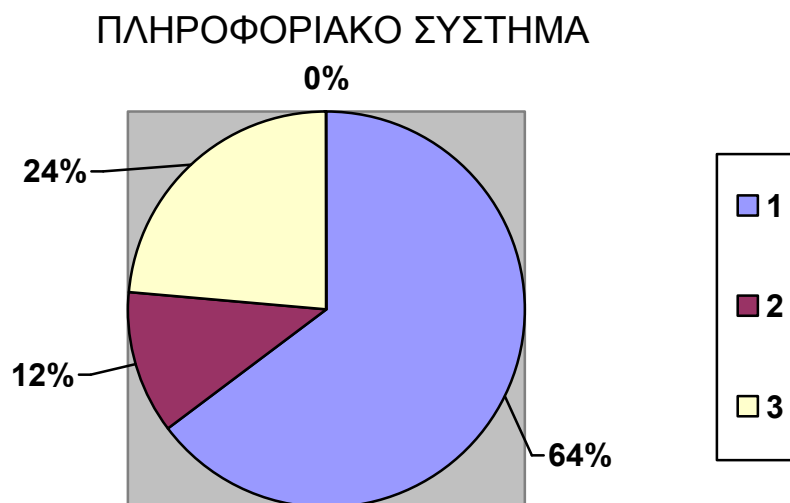
Ερώτηση 15 : Πώς χρησιμοποιείται την τεχνολογία Barcode, για εύρεση ή καταχώρηση κωδικού μονάδας ανά διαδικασία ;



- 1=Παραλαβή
- 2=Τροφοδότηση/Τακτοποίηση
- 3=Απογραφή
- 4=Προετοιμασία Παραγγελίας
- 5=Ιχνηλασία
- 6=Διανομή
- 7=Λιανική Πώληση
- 8=Πώληση επί του αυτοκινήτου

Όπως φαίνεται η τεχνολογία Barcode παίζει σημαντικό ρόλο στην παραλαβή των προϊόντων, γιατί διαδραματίζει ένα κομμάτι ανάπτυξης των τελευταίων χρόνων σε πολλές επιχειρήσεις. Αλλά δεν χρησιμοποιείται μόνο εκεί, η προετοιμασία της παραγγελίας και η διανομή γινόταν με καταγραφή δια χειρός πλέον οι σύγχρονες τεχνολογίες έχουν αλλάξει ριζικά τον τρόπο λειτουργίας πολλών επιχειρήσεων, ώστε να γίνεται πιο αποδοτικά και γρήγορα. Η πώληση επί του αυτοκινήτου με ποσοστό 4%, δεν είναι στις προτιμήσεις των πιο πολλών εταιριών και αυτό μας παραπέμπει στο γεγονός ότι ήταν παλιά μέθοδος.

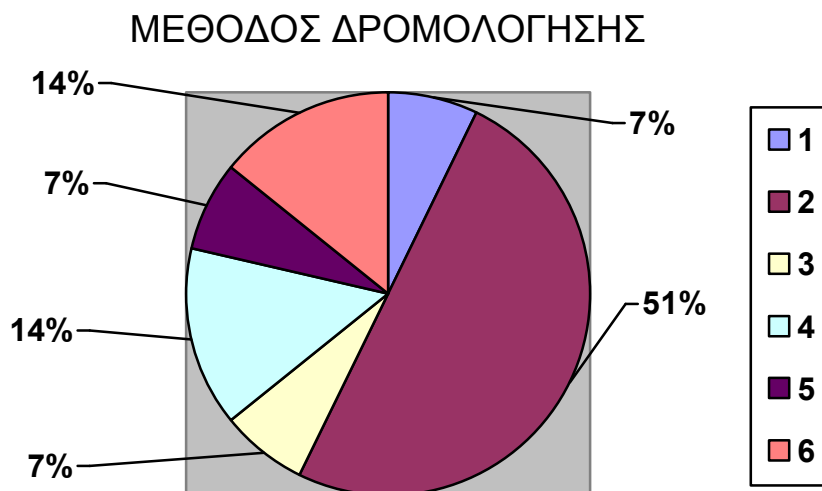
Ερώτηση 16 : Τι τύπο πληροφοριακού συστήματος χρησιμοποιείται ;



1=ERP
2=CRM
3=Άλλο παρακαλώ αναφέρετε...

Τα συστήματα ERP(Enterprise Resources Planning), είναι όπως μας απάντησαν οι περισσότερες εταιρίες η κύρια λειτουργία λογισμικού που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για την διανομή, για την διαχείριση των ανθρωπίνων πόρων και τα Logistics. Οποιαδήποτε επιχείρηση σήμερα Logistics, για την καταγραφή των προϊόντων της χρησιμοποιεί ένα είδος λογισμικού ERP Singular, Informer,MRP, στο αν χρησιμοποιούν κάποιο άλλο είδος μας απάντησαν μεταξύ και των αναφερθέντων στο λογισμικό Badin's,Expert της Informel, Excel, Word, και Customize CRM.

Ερώτηση 17 : Ποιες μεθόδους χρησιμοποιείται για τη δρομολόγηση και το σχεδιασμό των οχημάτων σας ;

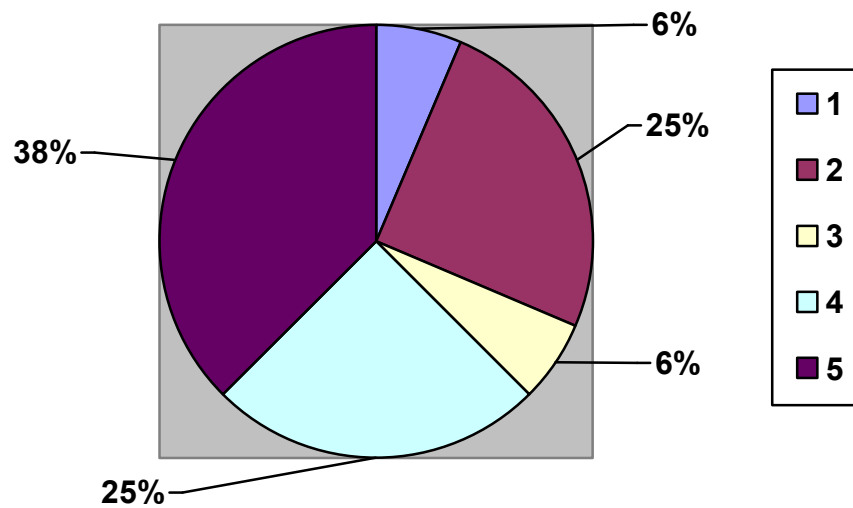


1=Καμία μέθοδος, ο οδηγός αποφασίζει
2=Συστήματα δρομολόγησης-αυτόματος προγραμματισμός
3=Μέθοδος : ηλεκτρονικές πληροφορίες σε υπολογιστή του οχήματος
4=Αναζήτηση επόμενου φορτίου σε πραγματικό χρόνο
5=Επιβεβαίωση του επόμενου φορτίου
6=Μέθοδος σε πραγματικό χρόνο : χειρωνακτική επικοινωνία

Σε αυτή την ερώτηση θέλουμε να διαπιστώσουμε ποια μέθοδο δρομολόγησης είναι η πιο αποτελεσματική και με μεγάλη διαφορά 46% , χρησιμοποιούν συστήματα δρομολόγησης-αυτόματος προγραμματισμός που φαίνεται να είναι ο πιο αποτελεσματικός και σύγχρονος τρόπος στις επιχειρήσεις για τα δρομολόγια τους.

Ερώτηση 18 : Πόσο είναι το χρονικό διάστημα κατά το οποίο η επιχείρησή σας χρησιμοποιεί Third Part Logistics(3PL) ;

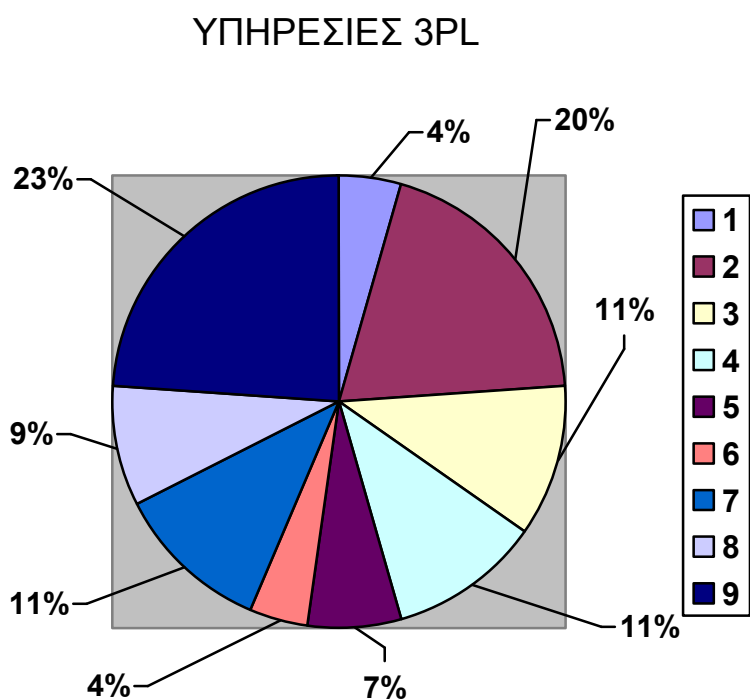
ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ (3PL)



1=0-1 Έτη
2=1-3 Έτη
3=3-6 Έτη
4=6-10 Έτη
5=10-50 Έτη

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν απάντησε πώς για περισσότερο από 10 έτη κάνει outsourcing τα Logistics τους ενώ μόνο μία επιχείρηση απάντησε ότι χρησιμοποιεί 3PL προμηθευτή τα τελευταία 1 με 3 χρόνια.

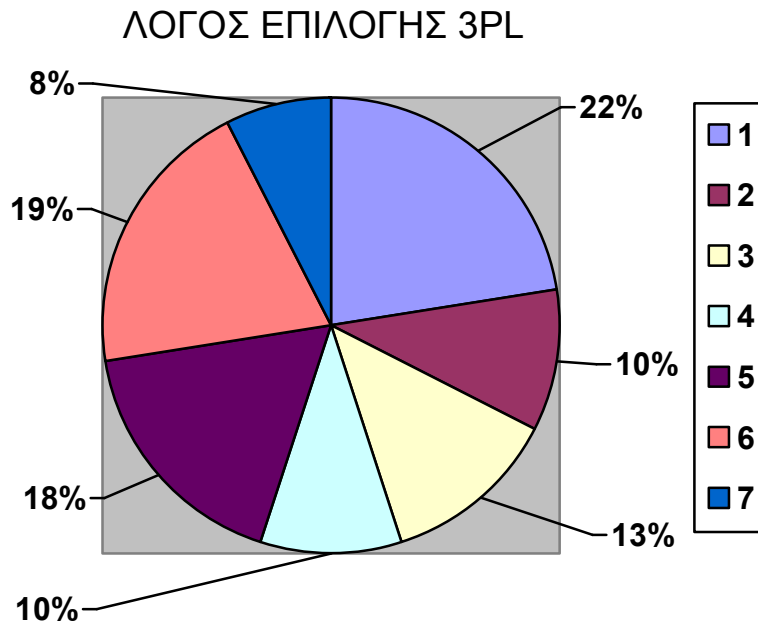
Ερώτηση 19 : Ποιες υπηρεσίες 3PL παροχέα χρησιμοποιείται ;



- 1=4PL
- 2=Αποθήκευση
- 3=Συσκευασία/Ανασυσκευασία
- 4=Ασφαλιστική Κάλυψη
- 5=Αναφορές
- 6=Track & Trace
- 7=Διαχείριση Παραγγελιών
- 8=Έλεγχος Αποθεμάτων
- 9=Διανομή-διακίνηση

Το ζητούμενο εδώ είναι να φανεί ποιες είναι εκείνες που έχουν την μεγαλύτερη ζήτηση. Ο 4PL προμηθευτής και η χρήση Track & Trace χρησιμοποιούνται μόνο από 4 εταιρίες προφανώς δεν έχουν καθόλου ζήτηση. Η συσκευασία/ανασυσκευασία, η ασφαλιστική κάλυψη και οι αναφορές χρησιμοποιούνται μόνο από 15 επιχειρήσεις, ενώ αντίθετα η διαχείριση παραγγελιών και ο έλεγχος αποθεμάτων σε ποσοστό ισοψηφίας 9%. Τέλος, η αποθήκευση και η διανομή-διακίνηση, βρίσκονται σε μεγάλη προτίμηση.

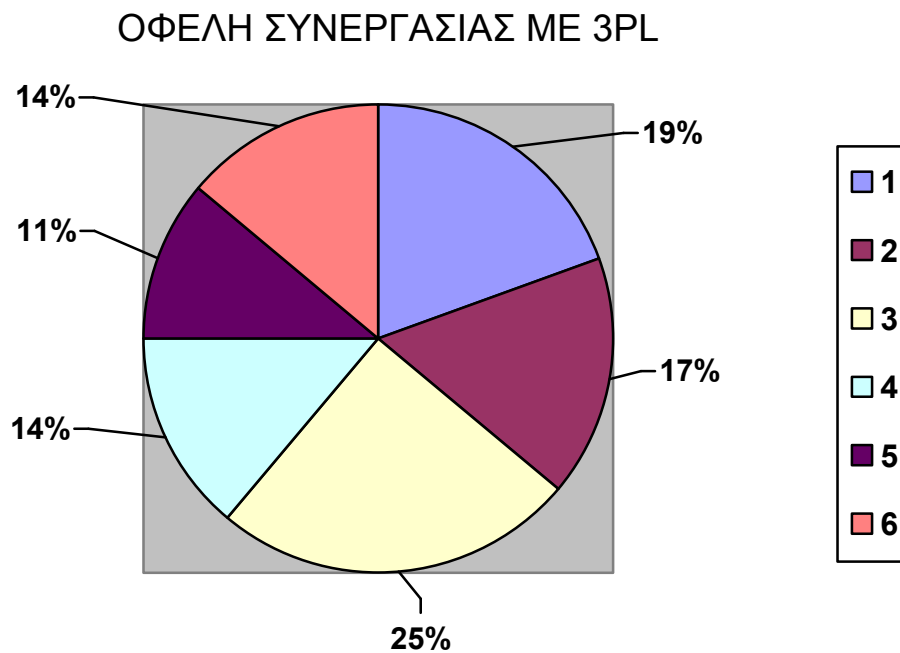
Ερώτηση 20 : Ποιος είναι ο λόγος για τον οποίο επιλέξατε τον 3PL παροχέα που χρησιμοποιείται τώρα ;



- 1=Εμπειρία Logistics
- 2=Τζίρος
- 3=Ανθρώπινο Δυναμικό
- 4=Κερδοφορία
- 5=Πελατολόγιο
- 6=Δίκτυο Συνεργατών
- 7=Εξειδίκευση σε συγκεκριμένο τομέα Logistics

Η εξειδίκευση σε κάποιο συγκεκριμένο τομέα logistics όπως ο τζίρος, κερδοφορία, το ανθρώπινο δυναμικό φαίνεται να είναι λόγοι που αφήνουν σχεδόν αδιάφορη την πλειοψηφία των επιχειρήσεων ως προς την επιλογή του πιο κατάλληλου για εκείνες παροχέα. Αντιθέτως, η πολύχρονη εμπειρία γενικότερα στο χώρο των logistics φαίνεται να παίζει τον καθοριστικό ρόλο για να επιλέξει μια εταιρία έναν 3PL με βάση τα γενικά του στοιχεία.

Ερώτηση 21 : Ποια οφέλη αποκόμισε η επιχείρησή σας από τη συνεργασία με τον 3PL ;



1=Μείωση Κόστους
2=Μείωση Λαθών
3=Βελτίωση εξυπηρέτησης πελατών
4=Ορθή διαχείριση αποθεμάτων
5=Μείωση παραγγελίας
6=Ταχύτερη λήψη αποφάσεων

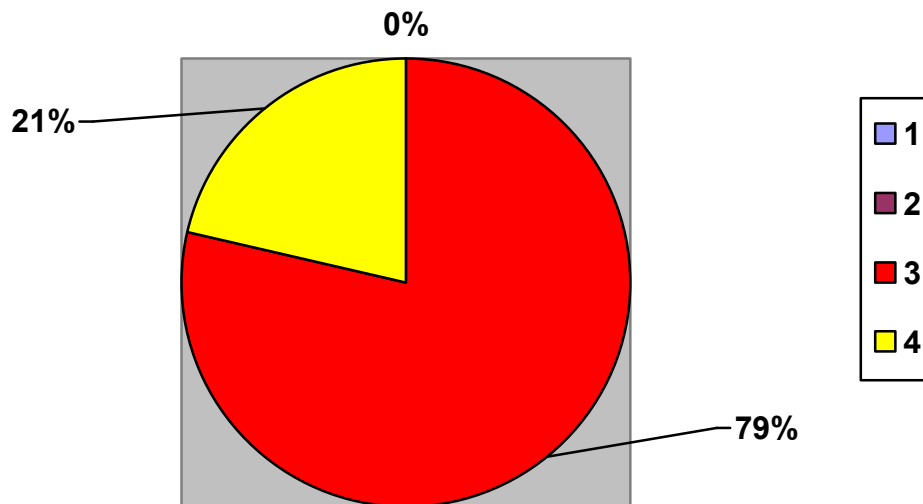
Εδώ ζητούμενο είναι να αποδειχτεί το κατά πόσο το outsourcing βοήθησε την εταιρία να εκπληρώσει το στόχο της και να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις του πελάτη της. Φαίνεται πως κατά κύριο λόγο βοήθησε στη βελτίωση εξυπηρέτησης πελατών. Εξίσου η μείωση κόστους αποτελεί ενθαρρυντικό για εκείνες.

Ερώτηση **22** : Πώς φαντάζεστε τον 3PL του μέλλοντος ;

Στην ερώτηση αυτή οι απόψεις δίστανται, οι προτάσεις τους επιδιώκουν σε μια καλύτερη συνεργασία μεταξύ τους, σε καλύτερες παροχές, πιο εξελιγμένα συμβόλαια 2ετή στη μεταφορά. Ακόμη μια ανοιχτή και καλύτερη συνεργασία στην αποθήκευση και στην παρακολούθηση με ενημέρωση σε καλύτερους χρόνους. Όπως μας ανέφεραν, θα ήθελαν μια καλύτερη on-line παρακολούθηση αποθηκών και να έχει ο 3pl συνεργάτης τις ίδιες δομές και φιλοσοφίες που έχει η εταιρία τους, με μειωμένα κόστη σε καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών και να βελτιωθεί ο παροχέας και ο παραλήπτης. Ευελπιστούν, σε μια καλύτερη συνεργασία με περισσότερους 3pl στο μέλλον και να είναι δημόσιος οργανισμός εκφόρτωσης λιμενεργάτης.

Ερώτηση 23 : Σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένοι με την επικοινωνία που υπάρχει με τον 3PL ;

ΒΑΘΜΟΣ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΜΕ 3PL



1=Καθόλου
2=Λίγο
3=Αρκετά
4=Πολύ

Η συνεχής και απρόσκοπτη επικοινωνία αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικότερα στοιχεία που πρέπει να χαρακτηρίζει τη συνεργασία με τον 3PL. Όπως φαίνεται κατά 77% επιτυγχάνεται σε αρκετό βαθμό η επικοινωνία μεταξύ του μηχανογραφημένου συστήματος της επιχείρησης και της φυσικής αποθήκης.

3.7. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για μια επιχείρηση με τα σημερινά δεδομένα της παγκοσμιοποιημένης της αγοράς, των πολυεθνικών εταιριών, των συγχωνεύσεων και των συνεργασιών κρίνεται απαραίτητο να εκμεταλλευτεί κάθε δραστηριότητα που της προσφέρεται προκειμένου να αποκομίσει όφελος και επομένως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην αγορά που δραστηριοποιείται.

Τα συμπεράσματα που εξάγονται σχετικά με τα ερωτήματα της μελέτης με θέμα την χρησιμότητα των Logistics φαίνεται και στα δύο νησιά να κερδίζουν έδαφος τόσο στην κυπριακή και κρητική εμπορία αλλά και στη διεθνή βιομηχανία. Ως περίπτωση μελέτης για την λειτουργία Logistics σε Κύπρο-Κρήτη διαπιστώθηκε ότι έχουν καταφέρει να κατανοήσουν τις ανάγκες του πελάτη σε όλους τους τομείς των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, όπως και τη γνώση παραγόντων όπως η ταχύτητα, η ικανότητα δράσης και η ποιότητα των υπηρεσιών.

Η γνώση σε συνδυασμό με τη διαφοροποίηση των λειτουργιών, είναι αυτή που θα δώσει άμεση και μόνιμη απάντηση στις ανάγκες των πελατών. Τα Logistics είναι η επένδυση στον παράγοντα ευελιξία, έτσι ώστε να μπορούν να δίνουν άμεσες και μόνιμες λύσεις στις ανάγκες των πελατών. Ακόμη τα Logistics δεν είναι απλά ένας οδηγός για να μειωθεί το κόστος, αλλά ένας τρόπος για βελτιωθεί η ποιότητα και να επιτευχθεί η ασφάλεια, έτσι ώστε να μπορεί να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της σύγχρονης αγοράς. Η προτεραιότητα είναι η εστίαση στον πελάτη, λαμβάνοντας υπόψη τους παράγοντες εκείνους που έχουν να αντιμετωπίσουν οι πελάτες ενόψει της οικονομικής κρίσης.

Συνεχείς προσπάθειες για αναβάθμιση και επέκταση των υποδομών που διαθέτουν, είναι να τονιστεί πόσο πολύ σημαντικό κομμάτι των χρηστών των εταιριών είναι να συνεχίσουν ή να ανοίξουν μια συνεργασία με 3PL εταιρίες ή συνεργάτη. Στο επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών διαπιστώνουμε ότι όλες οι εταιρίες έχουν ως βασικό στόχο τον πελάτη. Όπως φάνηκε και από την έρευνα προσπαθούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο στην επικοινωνία μέχρι την παραλαβή να είναι συνεπείς και άξιοι σε αυτό που πραγματικά περιμένει ο πελάτης από αυτούς δηλαδή την συνέπεια.

Τα οφέλη που προκύπτουν είναι πολλά και σημαντικά, οι επιχειρήσεις είναι απόλυτα ικανοποιημένες από το συνεργάτη τους αλλά και τη μεταξύ τους επικοινωνία και επιφυλάσσουν σε πιο χρονικής διάρκειας συμβολαίων ώστε να εκπληρώνονται οι ανάγκες και οι στόχοι αυτών των επιχειρήσεων αλλά και του συνολικού σχεδιασμού. Η επιλογή ενός συγκεκριμένου προμηθευτή στηρίζεται γενικότερα στα στοιχεία της επιχείρησης και έπειτα

στα στοιχεία κόστους. Αυτό δείχνει ωριμότητα σκέψης των υπευθύνων των επιχειρήσεων καθώς δεν επηρεάζονται από την τιμολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Οι προοπτικές ανάπτυξης των 3PL σε 4PL φαίνεται μην είναι στα σχέδια των επιχειρήσεων.

Αξιολογώντας τα αποτελέσματα που προέκυψαν από το σχολιασμό της έρευνας, οι εταιρίες που ερωτήθηκαν κρίθηκαν αξιόπιστη επιλογή. Απαραίτητο στοιχείο για μία επιτυχημένη επιχείρηση είναι να συνεχίσει να προσφέρει προσφερόμενες υπηρεσίες, να επιδιώκει να αυξάνει την παραγωγικότητα της, σωστή πληροφόρηση πελάτη-συνεργάτη, επίπεδο επικοινωνίας. Ακόμη πρέπει να αποτελεί ενδιαφέρον για τις ανάγκες των πελατών της και να υπάρχουν κανάλια σωστής και εύκολης πρόσβασης σε πρόσωπα και διαδικασίες και επικοινωνία μεταξύ των συνεργατών.

Ο ρόλος των τεχνολογιών παίζει σημαντικό ρόλο στην βέλτιστη πορεία του κλάδου. Τα τεχνολογικά και σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα ανταλλαγής δεδομένων που προσφέρουν τη δυνατότητα αποτελεσματικής συνεργασίας μεταξύ της επιχείρησης και του εντολέα και του 3PL Provider, επιτρέποντας τη συνεχή επικοινωνία μεταξύ του μηχανογραφικού συστήματος της επιχείρησης και της αποθήκης. Η ανταγωνιστικότητα του κυκλώματος Logistics απαιτεί επενδύσεις σε σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό. Οι επιχειρήσεις που ερωτήθηκαν έχουν πλήρη σαφήνεια της τεχνολογίας σε κάθε στάδιο χειρισμού προετοιμασίας, μεταφοράς, συστήματα ιχνηλασιμότητας κ.τ.λ., με στόχο όλες οι διαδικασίες να εκτελούνται σε μικρότερο δυνατό χρόνο, με την μεγαλύτερη ακρίβεια και στο χαμηλότερο κόστος.

Η δραστηριότητα που κατά κύριο λόγο ανατίθεται σε εξωτερικούς συνεργάτες είναι η διανομή προϊόντων, ο βασικός λόγος ανάθεσης δραστηριοτήτων σε εταιρίες 3PL είναι το υψηλό κόστος εκτέλεσης τους και όσο αφορά το βαθμό ικανοποίησης των επιχειρήσεων από τις εξωτερικές συνεργασίες δηλώνουν ούτε ικανοποιημένα ούτε δυσαρεστημένα, υποδηλώνοντας ότι αυτές έχουν ακόμη σημαντικά περιθώρια βελτίωσης. Βέβαια, σε αρκετές περιπτώσεις οι οικονομίες κλίμακας στον τομέα της παραγωγής και διακίνησης ωθούν τις εταιρίες παροχής υπηρεσιών σε συγχωνεύσεις και συνεργασίες, με απώτερο στόχο την επίτευξη της μείωσης κόστους διανομής και αποθήκευσης με την παράλληλη εξοικονόμηση κεφαλαίων.

Τέλος διαπιστώθηκε ακόμα σε ερώτηση πως φαντάζονται το 3PL του μέλλοντος, οι απόψεις δίστανται 1) Καλύτερη συνεργασία μεταξύ τους 2) Καλύτερες παροχές 3) Πιο εξελιγμένα συμβόλαια 4) Ακόμη μια ανοιχτή και καλύτερη συνεργασία στην αποθήκευση και στην

παρακολούθηση με ενημέρωση σε καλύτερους χρόνους. 5) Θα ήθελαν μια καλύτερη on-line παρακολούθηση αποθηκών και να έχει ο 3pl συνεργάτης τις ίδιες δομές και φιλοσοφίες που έχει η εταιρία τους, με μειωμένα κόστη σε καλύτερη ποιότητα υπηρεσιών και να βελτιωθεί ο παροχέας και ο παραλήπτης. 6)Ευελπιστούν, σε μια καλύτερη συνεργασία με περισσότερους 3pl στο μέλλον και να είναι δημόσιος οργανισμός εκφόρτωσης

Συνοψίζοντας, ο κλάδος Third Party Logistics (3PL), εμφανίζει έντονη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια, όμως βρίσκεται σε ακόμη σε χαμηλά επίπεδα συγκριτικά με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Σε περίοδο οικονομικής κρίσης παγκοσμίως, οι απειλές που δέχεται ο κλάδος είναι 1)Δυσμενείς συνθήκες χρηματοδότησης 2)Συνθήκες κοινωνικής αναταραχής και κινητοποίησης που παρακωλύουν τις μεταφορές. 3)Συνθήκες οικονομικής κρίσεως που συρρικνώνουν τη δραστηριότητα όλων των επιχειρήσεων που είναι πελάτες των εταιριών 3PL. Την ίδια στιγμή θα πρέπει να λάβει υπόψη και τις νέες ευκαιρίες που διανοίγονται μπροστά της, σύμφωνα με την ανάλυση SWOT της ICAP, οι οποίες είναι 1) Ανάπτυξη της λεγόμενης Πράσινης Εφοδιαστικής Αλυσίδας 2) Δημιουργία Εμπορευματικών Κέντρων κατά τα πρότυπα του εξωτερικού, για μια οργανωμένη ανάπτυξη του κλάδου. 3) Ανάπτυξη των υπηρεσιών Third Party Logistics που σχετίζονται με τα συστήματα πληροφορικής και τις σχετικές τεχνολογίες 4)Ευκαιρίες που θα προκύψουν με την επικείμενη αλλαγή του ειδικού καθεστώτος που ισχύει για τις άδειες των Φορτηγών Δημοσίας Χρήσεως.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

A. ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ

- 1.Lieb R. and Randall H. “A comparison of the use of third party Logistics services by large American manufactures, 1991, 1994 and 1995”, Journal of Business Logistics, Vol.17, No. 1, 1996, pp.305-320.
- 2.Sauvage Thierry. “The relationship between technology and logistics third-party providers”, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 33, No. 3, 2003, pp. 236-253.
- 3.Sum Chee-Chuong, Teo Chew-Been and Ng Kwan-Kee. “Strategic logistics management in Singapore”, International Journal of Operations & Production Management, Vol. 21, No. 9, 2001, pp 1239-1260.
- 4.Tage Skjoett-Larsen. “Third party logistics-from an interorganizational point of view”, International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, Vol. 30, No. 2, 2003, pp. 112-127.
- 5.Vaidyanathan Ganesh “A framework for evaluating third party logistics”, Communications of the ACM, Vol. 48, No. 1, pp 89-94, 2005.

B. ΔΙΕΘΝΗΣ

- 1.David A. Taylor, Ph.D (2006) Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας, Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος
- 2.David Simchi-Levi και Philip Kaminsky και Edith Simchi-Levi (2000) Designing and Managing the Supply Chain, United States : McGraw-Hill Companies
- 3.Donald J.Bowersox & David J.Closs (1996) Logistical Management, United States : McGraw-Hill Companies

Γ. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

- 1.Δημήτριος Θεοδωράς (2008) Διοίκηση Αλυσίδας Εφοδιασμού & Εξυπηρέτηση Πελάτη, Αθήνα : Εκδόσεις Σταμούλη.

2. Ευάγγελος Σαμπράκος (2001) Εισαγωγή στην Οικονομική των Μεταφορών, Αθήνα : Εκδόσεις Σταμούλη
3. Λάμπρος Λάιος (2010) Διοίκηση Εφοδιασμού, Αθήνα : Εκδόσεις Humantec.
4. Martin Christopher (2006) Logistics και Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας, Αθήνα : Εκδόσεις Κριτική.
5. Ν. Παπαβασιλείου και Γ. Μπάλας (2003) Διοίκηση Δικτύων Διανομής & Logistics, Αθήνα : Εκδόσεις Rosili
6. Στράτος Παπαδημητρίου και Ορέστης Σχινάς (2004) Εισαγωγή στα Logistics, Αθήνα : Εκδόσεις Σταμούλη

Δ. ΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

1. Αναγνωστίδης Δημήτριος, Ταμπτάκος Λεωνίδα, «Αξιολόγηση Ποιότητας Παρεχόμενων Υπηρεσιών σε Third Party Logistics (3PL) επιχειρήσεις στη Βόρεια Ελλάδα», κεφ. 1, <http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/2158/ENTYPO.pdf?sequence=1>, 2010
2. Απόστολου Ρομόσιου, «Διαχείριση Πράσινων Logistics και Εφοδιαστικών Αλυσίδων», κεφ. 4, http://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/13743/1/Romosios_Msc2010.pdf, 2010
10. Γεράκος Ηλίας, Κεχράς Ιωάννης, Τσέτσος Βασίλειος, «Ενδυναμώνοντας την Κατάρτιση των Εργαζομένων και τη Διαχείριση της Καινοτομίας στη Νότια Ανατολική Ευρώπη», κεφ. 2, http://www.uehr.panteion.gr/artemis/files/VOCATIONAL%20TRAINING_LOGISTICS.pdf
3. Γκαλμπογκίνη Ευτυχία, Γραμμένου Χαρίκλεια, «Ιδιαιτερότητες, Τάσεις και Πρακτικές της Ψυχρής Εφοδιαστικής Αλυσίδας στο Νέο Περιβάλλον των Logistics», κεφ. 2, http://estia.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/1314/1/gkalbogkini_grammenou.pdf, 2011
4. Γκατζιούφα Παρασκευή, «Η συμβολή των Logistics στη σύγχρονη επιχείρηση», κεφ. 2, <http://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/13398/2/GatzioufaMsc2008.pdf>, 2008
5. Γκλαβέτα Ζωή, «Η Διαχείριση της Εφοδιαστικής Αλυσίδας στις Εταιρίες Μεταφορών (Οδικές, Αεροπορικές, Θαλάσσιες Μεταφορές,)», κεφ. 5, <http://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/13352/2/GlavetaMsc2008.pdf>, 2008
6. Crisis Management- Crisis Logistics: «Πώς να αντιμετωπίζουμε τις κρίσεις» <http://www.plant-management.gr/index.php?id=232>, (ανακτήθηκε στις 13/10/200).

7. Δαφερμάκη Λίλιαν, «Ασπίδα προστασίας στις επιχειρήσεις Logistics», <http://www.patris.gr/articles/200916?PHPSESSID=kt9khjrkap2h2jc930rcq9gi61>, 7/05/2011
8. Ελληνική Εταιρία Logistics Παράρτημα Θεσσαλονίκης, <http://www.logistics.org.gr/4/27/136/>
9. FILIOPLESTI, «Ορισμός του Μάρκετινγκ», <http://marketing-lexicon.pblogs.gr/2006/11/orismos-toy-marketing.html>, 26/11/2006
10. Κορέα Ασάνα, «Διοίκηση Ανθρώπινου Δυναμικού στη Εφοδιαστική Αλυσίδα», κεφ. 1, <http://dspace.lib.uom.gr/handle/2159/13558>, 2009
11. Λαζαρόπουλος Χ.Κ, Logistics & Management, «Δέκα κριτήρια υπεροχής στην ψυκτική αλυσίδα», <http://www.logistics-management.gr/article.php?ID=627>
12. Λιβανιού Στέλλα, «Μελέτη για τη λήψη απόφασης Αγορά ή Ιδιοκατασκευή Υποψήφιας Διαδικασίας των Ναυπηγείων Ελευσίνας», κεφ.2, http://dspace.lib.ntua.gr/bitstream/123456789/2886/3/livanious_makeorbye.pdf, 2008
13. Logistics Voice, «Μείωση Δραστηριοτήτων και κερδών στα 3PL», <http://www.fmvoice.gr/CarVoice/Logistics%20Voice/%CE%9C%CE%B5%CE%AF%CF%89%CF%83%CE%B7%CE%B4%CF%81%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CE%BF%CF%84%CE%AE%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%BA%CE%B5%CF%81%CE%B4%CF%8E%CE%BD%CF%83%CF%84%CE%B1-3PL/14-6736.html>
14. Μπενάρδος Α, «Δημιουργία Υπογείων Αποθηκευτικών Χώρων στην Αττική», http://www.metal.ntua.gr/uploads/2544/under_works_no10.pdf
15. Παπουτσόγλου Βασιλεία, «Logistics & Επιχειρήσεις», κεφ. 2, <http://nefeli.lib.teicrete.gr/browse/sdo/log/2007/Papoutsoglou,Vasilia/attached-document/papoutsoglou.pdf>, 2007
16. Ραυτοπούλου Αγγελική, «Ολοκλήρωση νέων τεχνουργημάτων στην εφοδιαστική αλυσίδα των επιχειρήσεων», κεφ. 1, http://nemertes.lis.upatras.gr/dspace/bitstream/123456789/991/3/Nimertis_Rautopoulou.pdf, 2008
17. Σουλιώτη Χριστίνα, «Εφοδιαστική Αλυσίδα και Αντίστροφη Εφοδιαστική του Αγροδιατροφικού τομέα», κεφ.3, <http://dspace.lib.uom.gr/handle/2159/13861>, 2010

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το Ερωτηματολόγιο που ακολουθεί αφορά τις λειτουργίες μεταφορών/Logistics της εταιρείας σας. Έχει σχεδιαστεί με τρόπο τέτοιο ώστε να γίνεται εύκολα αντιληπτό και να απαιτούνται λιγότερο από 5 λεπτά για την ολοκλήρωσή του.

Σας διαβεβαιώνουμε πώς οι απαντήσεις σας θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για αυτό το σκοπό.

Γενικές Πληροφορίες :

Ημερ/μία :

Επωνυμία :

Κλάδος Δραστηριοποίησης:

Κύρια Δραστηριότητα:

Έδρα:

Έτη Δραστηριοποίησης: <1 1-5 5-10 10-15 >15

Οδηγίες :

1) Παρακαλώ απαντήστε στις ερωτήσεις που ακολουθούν μαρκάροντας με «X» το τετράγωνο που είναι δίπλα στην απάντηση που σας αντιπροσωπεύει.

2) Απαντήστε αν είναι δυνατόν σε όλες τις ερωτήσεις.

ΠΑΡΑΚΑΛΟΥΜΕ ΤΟ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΕΝΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΝΑ ΣΤΑΛΕΙ ΜΕΧΡΙ ΤΙΣ 28 ΜΑΙΟΥ 2011 ΜΕ ΕΝΑ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΑΚΟΛΟΥΘΟΥΣ ΤΡΟΠΟΥΣ

1. Συνημμένο με email στην κ. Στέλλα Πιταροκίλη (pitarokili@gmail.com) επιβλέπουσα καθηγήτρια της πτυχιακής αυτής, ή (despo.demetriou@live.com)
2. Με fax στο (028420-) στην κ. Δέσπω Δημητρίου
3. Στη διεύθυνση : Δέσπω Δημητρίου, Κουντουριώτη 35, 2^{ος} όροφος, Τ.Κ. 72200, Ιεράπετρα, Κρήτη.
4. Τηλέφωνα επικοινωνίας : 6956751035-99773246

Ερωτήσεις :

1. Σε ποιόν από τους παρακάτω κλάδους ανήκει η εταιρία σας; :

- Φαρμακευτικός κλάδος
- Κλάδος τροφίμων, ποτών και ευρέως Καταναλωτικών Προϊόντων
- Λιανεμπόριο
- Αυτοκινητοβιομηχανία
- Κλάδος Μεταφορών & Logistics
- Χημικές Βιομηχανίες
- Κλάδος Εταιριών Κοινής Ωφέλειας και Ενέργειας (Πετρελαίου, Φυσικού Αερίου κ.ο.κ)
- Κλάδος ηλεκτρονικών και νέων τεχνολογιών
- Κατασκευαστικός κλάδος
- Ένδυση και Υπόδηση
- Κλάδος Παροχής Υπηρεσιών
- Άλλο παρακαλώ διευκρινίστε.....

2.Είδος Λειτουργίας-In House :

- Συλλογή μόνο
- Διανομή μόνο
- Μικτή (Συλλογή και Διανομή)
- Άλλο παρακαλώ διευκρινίστε.....

3.Ποιές διαδικασίες αναλαμβάνουν άλλοι για εσάς;

- Συλλογή μόνο
- Διανομή μόνο
- Μικτή (Συλλογή και Διανομή)
- Άλλο παρακαλώ διευκρινίστε.....

4.Νομική Μορφή Εταιρείας :

- Δημόσια Επιχείρηση
 Ιδιωτική Επιχείρηση

5.Ο Στόλος σας αποτελείται από φορτηγά :

- Μέχρι 5 τόνους
 Από 5 μέχρι 10 τόνους
 Από 10 τόνους και πάνω

6.Γεωγραφική κάλυψη δικτύου: (συμπληρώστε ένα ή και περισσότερα)

- Αστικές διανομές
 Υπεραστικές διανομές
 Εθνικές διανομές
 Διεθνείς Διανομές

7.Είδος Φορτίου :

- Ξηρό φορτίο
 Παγωμένο/Κατεψυγμένο φορτίο
 Μοναδοποιημένο φορτίο (σε πελάτες, κιβώτια κ.τ.λ.)
 Άλλο παρακαλώ διευκρινίστε.....

8.Ποιο από τα παρακάτω πιστεύετε ότι χαρακτηρίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα της εταιρίας σας στο κλάδο που ανήκετε ;

- Παραγωγή
 Συσκευασία
 Αποθήκευση
 Διανομή
 Λιανική Πώληση

9.Πόσα άτομα απασχολεί η εταιρεία σας ;

- < 10 άτομα
 11-50 άτομα
 51-100 άτομα
 101-250 άτομα
 251-1000 άτομα

> 1000 άτομα

10. Τι υπηρεσίες ιχνηλασίας(track and trace)παρέχεται στους πελάτες σας ;

- Καμία
- Έντυπο υλικό
- Υπηρεσίες μέσω τηλεφωνικού κέντρου
- Απευθείας σύνδεση με πελάτη
- Άλλο παρακαλώ αναφέρετε.....

11. Ποιο από τα παρακάτω μέσα χρησιμοποιείτε για την επικοινωνία σας με τους πελάτες ;

- Κέντρο κλήσεων
- E-mail
- Fax
- Κινητή τηλεφωνία
- Άλλο παρακαλώ αναφέρετε.....

12. Σε περίπτωση λάθους σε παραγγελία πόσος χρόνος απαιτείται για τη διόρθωση του ;

- Λιγότερο από μια μέρα
- 1 Ημέρα
- 1 Εβδομάδα
- 1 Μήνας
- Περισσότερο παρακαλώ
(τεκμηριώστε).....
-

13. Τι υπηρεσίες ιχνηλασίας (track and trace) θα παρέχετε στους πελάτες σας σε 3 χρόνια ;

- Καμία
- Έντυπο Υλικό
- Υπηρεσίες μέσω τηλεφωνικού κέντρου
- Απευθείας σύνδεση με πελάτη
- Άλλο παρακαλώ αναφέρετε.....

14. Ποια τεχνολογία χρησιμοποιείται για την ιχνηλασιμότητα των προϊόντων σας;

- Barcodes
- RFID
- WMS

15. Πώς χρησιμοποιείται την τεχνολογία Barcode, για εύρεση ή καταγραφή κωδικού μονάδας ανά διαδικασία ;

- Παραλαβή
- Τροφοδότηση/ Τακτοποίηση
- Απογραφή
- Προετοιμασία Παραγγελίας
- Ιχνηλασία
- Διανομή
- Λιανική Πώληση
- Πώληση επί του αυτοκινήτου

16. Τι τύπο πληροφοριακού συστήματος χρησιμοποιείται ;

- ERP
- CRM
- ERP
- Άλλο παρακαλώ αναφέρετε.....

17. Ποιες μεθόδους χρησιμοποιείτε για τη δρομολόγηση και το σχεδιασμό των οχημάτων σας;

- Καμία μέθοδος, ο οδηγός αποφασίζει
- Συστήματα δρομολόγησης –αυτόματος προγραμματισμός
- Μέθοδος : ηλεκτρονικές πληροφορίες- σε υπολογιστή του οχήματος
- Αναζήτηση επόμενου φορτίου σε πραγματικό χρόνο
- Επιβεβαίωση του επόμενου φορτίου
- Μέθοδος σε πραγματικό χρόνο : χειρωνακτική επικοινωνία

18. Πόσο είναι το χρονικό διάστημα κατά το οποίο η επιχείρησή σας χρησιμοποιεί Third Part Logistics (3PL) ;

- 0-1 Έτη
- 1-3 Έτη

- 3-6 Έτη
- 6-10 Έτη

19. Ποιες υπηρεσίες 3PL παροχέα χρησιμοποιείται ;

- 4PL
- Αποθήκευση
- Συσκευασία/ Ανασυσκευασία
- Ασφαλιστική Κάλυψη
- Αναφορές
- Track & Trace
- Διαχείριση παραγγελιών
- Έλεγχος αποθεμάτων
- Διανομή- διακίνηση

20. Ποιος είναι ο λόγος για τον οποίο επιλέξατε τον 3pl παροχέα που χρησιμοποιείτε τώρα ;

- Εμπειρία Logistics
- Τζίρος
- Ανθρώπινο Δυναμικό
- Κερδοφορία
- Πελατολόγιο
- Δίκτυο συνεργατών
- Εξειδίκευση σε συγκεκριμένο τομέα Logistics

21. Ποια οφέλη τελικά αποκόμισε η επιχείρησή σας από τη συνεργασία με τον 3pl;

- Μείωση Κόστους
- Μείωση λαθών
- Βελτίωση εξυπηρέτησης πελατών
- Ορθή διαχείριση αποθεμάτων
- Μείωση παραγγελίας
- Ταχύτερη λήψη αποφάσεων

22. Πώς φαντάζεστε τον 3PL του μέλλοντος

.....
.....

.....
.....
23. Σε ποιο βαθμό είστε ικανοποιημένος με την επικοινωνία που υπάρχει με τον 3PL;

- Καθόλου
- Λίγο
- Αρκετά
- Πολύ

