

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ



ΤΜΗΜΑ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ**

**στην
ΝΑΥΤΙΛΙΑ**

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ
ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ: ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΣ
ΠΛΟΙΩΝ ΣΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΛΙΜΑΝΙΑ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ**

Ορέστης Σχορετσανίτης

Διπλωματική Εργασία

που υποβλήθηκε στο Τμήμα Ναυτιλιακών Σπουδών του Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στη Ναυτιλία

Πειραιάς

Νοέμβριος 2015

«Το άτομο το οποίο εκπονεί την Διπλωματική Εργασία φέρει ολόκληρη την ευθύνη προσδιορισμού της δίκαιης χρήσης του υλικού, η οποία ορίζεται στην βάση των εξής παραγόντων: του σκοπού και χαρακτήρα της χρήσης (εμπορικός, μη κερδοσκοπικός ή εκπαιδευτικός), της φύσης του υλικού, που χρησιμοποιεί (τμήμα του κειμένου, πίνακες, σχήματα, εικόνες ή χάρτες), του ποσοστού και της σημαντικότητας του τμήματος, που χρησιμοποιεί σε σχέση με το όλο κείμενο υπό copyright, και των πιθανών συνεπειών της χρήσης αυτής στην αγορά ή στη γενικότερη αξία του υπό copyright κειμένου».

«Η παρούσα Διπλωματική Εργασία εγκρίθηκε ομόφωνα από την Τριμελή Εξεταστική Επιτροπή που ορίστηκε από τη ΓΣΕΣ του Τμήματος Ναυτιλιακών Σπουδών Πανεπιστημίου Πειραιώς σύμφωνα με τον Κανονισμό Λειτουργίας του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στην Ναυτιλία.

Τα μέλη της Επιτροπής ήταν:

- Παρδάλη Αγγελική (Επιβλέπουσα)
- Παντουβάκης Άγγελος
- Τζανάτος Ερνέστος

Η έγκριση της Διπλωματικής Εργασίας από το Τμήμα Ναυτιλιακών Σπουδών του Πανεπιστημίου Πειραιώς δεν υποδηλώνει αποδοχή των γνωμών του συγγραφέα.»

ΠΡΟΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα μελέτη πραγματοποιήθηκε ως μέρος των απαιτήσεων Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Ναυτιλία. Το θέμα της είναι «η αξιολόγηση προμηθευτών ναυτιλιακών εταιρειών: εφοδιασμός πλοίων στα κυριότερα λιμάνια παγκοσμίως».

Η δομή που ακολουθείται στη συγκεκριμένη εργασία ξεκινάει με μια εκτενή βιβλιογραφική ανασκόπηση, η οποία αποτέλεσε το εφαλτήριο για την εύρεση των ερευνητικών σκοπών της μελέτης αυτής. Στη συνέχεια ακολουθεί η μεθοδολογία της έρευνας αποτελούμενη από το δείγμα, το σχεδιασμό και τις διαδικασίες εκπόνησης της. Από όλα τα παραπάνω, προέκυψαν συμπεράσματα που παρουσιάζονται στο τελευταίο κομμάτι της μελέτης.

Θα ήθελα να εκφράσω τις ευχαριστίες μου στην επιβλέπουσα καθηγήτρια κ. Αγγελική Παρδάλη για την καθοδήγηση και την υποστήριξη της καθ' όλη τη διάρκεια της μελέτης αυτής. Είμαι, επίσης, ευγνώμων προς τους συναδέλφους που συμμετείχαν στη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων και με βοήθησαν ουσιαστικά να ολοκληρώσω το ερευνητικό κομμάτι της συγκεκριμένης εργασίας. Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω, ιδιαιτέρως, την οικογένεια μου και τους φίλους μου για την ενθάρρυνσή τους για όσο χρονικό διάστημα διήρκεσε η διπλωματική εργασία.

Στην Αικατερίνα

Περιεχόμενα

1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	11
2.Η ΑΓΟΡΑ ΚΑΙ Η ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ	13
2.1.ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	16
2.1.2.ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	19
2.2.ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ	20
2.2.1.ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	20
2.2.2.ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ	20
2.2.3.Ο ΚΥΚΛΟΣ ΤΗΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	23
2.2.4.Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	29
3.ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	41
3.1.ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΑΔΙΑ ΔΙΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	43
3.2.ΜΕΣΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ...	46
4.ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	58
4.1.ΣΤΑΔΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	70
4.2.ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	74
4.2.1.ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ	75
4.2.2.ΤΡΟΠΟΙ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ	76
4.3.ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ (ISO).....	78
4.3.1.ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ (ISO) ΣΤΗΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑ	79
5.ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	82
5.1.ΔΕΙΓΜΑ	82
5.2.ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	83
5.3.ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ	86
6.ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	87
6.1.ΓΕΝΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	87

6.2.ΜΕΛΕΤΩΝΤΑΣ ΤΗ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΚΑΘΕ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ	90
6.3.ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ.....	99
6.4.ΚΥΡΙΑ ΛΙΜΑΝΙΑ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΥ ΠΛΟΙΩΝ	100
6.5.ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	103
6.6.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	104
7.ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	107
8.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ	116
8.1.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ	116
8.2.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 - ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΦΥΛΛΑΔΙΟ ΓΙΑ ΠΙΘΑΝΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ.....	119

Κατάλογος Εικόνων

Εικόνα 1 – ΛΟΓΟΤΥΠΟ ISSA	47
--------------------------------	----

Κατάλογος Πινάκων

Πίνακας 1 – ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΗΜΕΧΡΟ	56
Πίνακας 2 – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ DICKSON	62
Πίνακας 3 – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	64
Πίνακας 4 – ΟΜΑΔΟΠΟΙΗΣΗ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ... 69	
Πίνακας 5 – ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ.....	74
Πίνακας 6 – ΤΑ ΟΝΟΜΑΤΑ ΤΩΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΚΑΙ ΤΑ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΤΟΥΣ	89
Πίνακας 7 - ΣΕΙΡΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΕΝΙΚΩΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	90

Κατάλογος Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1 - ΣΤΑΔΙΑ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ.....	24
Διάγραμμα 2 - ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ «ΕΓΓΥΗΣΗ»	91
Διάγραμμα 3 - ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ «ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ISO».....	92
Διάγραμμα 4 – ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ «ΟΡΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ».....	93
Διάγραμμα 5 – ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ «ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ».....	94
Διάγραμμα 6 – ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ «ΑΠΟΘΕΜΑ»	96
Διάγραμμα 7 – ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ «ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΣΕ ΣΥΜΦΩΝΗΜΕΝΟΥΣ ΧΡΟΝΟΥΣ»	97
Διάγραμμα 8 – ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ «ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΣΕ ΕΠΕΙΓΟΥΣΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ» ΚΑΙ «ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ».....	99

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στόχος: Πρώτο στόχο αυτής της μελέτης αποτελεί η καταγραφή του βαθμού σημαντικότητας των γενικών κατηγοριών κριτηρίων για την επιλογή προμηθευτών ναυτιλιακών εταιρειών: ποιότητα, τιμή, διαθεσιμότητα προϊόντος- υπηρεσίας, προσαρμοστικότητα προμηθευτή. Δεύτερος στόχος είναι η αξιολόγηση της σημαντικότητας δύο βασικών κριτηρίων σε κάθε μία από τις άνωθεν κατηγορίες. Επιπλέον στόχος της διεξαχθείσας έρευνας αποτελεί η συγκέντρωση των κύριων λιμανιών του παγκόσμιου χάρτη, στα οποία οι ναυτιλιακές εταιρείες προτιμούν να προμηθεύουν τα πλοία τους.

Μεθοδολογία: Η τρέχουσα έρευνα διεξήχθη με την αρωγή ναυτιλιακών εταιρειών που έχουν τα γραφεία διοίκησης τους στην Ελλάδα και στην Κύπρο. Χρησιμοποιήθηκε η ποσοτική μέθοδος, ενώ το δομημένο ερευνητικό εργαλείο για τη συλλογή των δεδομένων ήταν το ερωτηματολόγιο. Το ερωτηματολόγιο στη μελέτη βασίστηκε στις επίσημες, δημοσιευμένες μελέτες των ερευνητών Dickson (1966), White (1978) και Barbarosoglu και Yazgac (1997), ωστόσο υπέστη αλλαγές για να γίνει πιο εξειδικευμένο για την αξιολόγηση προμηθευτών ναυτιλιακών εταιρειών. Δόθηκαν 50 ερωτηματολόγια σε διάφορες ναυτιλιακές εταιρείες. Από αυτά 41 ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν και επιστράφηκαν, πετυχαίνοντας υψηλό ποσοστό ανταπόκρισης που ανέρχεται σε 82%.

Αποτελέσματα: Η έρευνα έδειξε ότι η ποιότητα αξιολογήθηκε ως η πιο σημαντική γενική κατηγορία κριτηρίων επιλογής προμηθευτών ακολουθούμενη από τις κατηγορίες τιμή και διαθεσιμότητα προϊόντος - υπηρεσίας. Η κατηγορία προσαρμοστικότητα προμηθευτή έλαβε την τελευταία θέση. Πιο ειδικά, το κριτήριο παράδοση σε συμφωνημένους χρόνους ακολουθούμενο από το κριτήριο της εξυπηρέτησης σε επείγουσες καταστάσεις διαδραματίζουν τον κυριότερο ρόλο στην απόφαση επιλογής προμηθευτών. Το 84% των ερωτωμένων προτιμούν το λιμάνι της Σιγκαπούρης για να πραγματοποιούν τις προμήθειες τους. Ακολουθούν, τα λιμάνια της Ολλανδίας, Ρότερνταμ και Άμστερνταμ και το λιμάνι του Πειραιά.

ABSTRACT

Purpose: This research study primarily examined the significance of the following categories of criteria for assessing ship suppliers: quality, price, availability of product-service and adaptability of supplier. Two criteria from the above mentioned categories are also investigated in more depth. Another aim was to collect the main ports worldwide where shipping companies prefer to supply their ships.

Methodology: Subjects were recruited from shipping companies located in Greece and Cyprus. This research study was quantitative and involved the use of a self-completion questionnaire. The questionnaire was based on the already validated, published research of Dickson (1966), White (1978) and Barbarosoglu και Yazgac (1997). Nevertheless, changes were carried out to the original questionnaire to make it more applicable for ship suppliers' evaluation. A total of 50 questionnaires were distributed to different shipping companies. Of those, 41 questionnaires were returned achieving the high response rate of 82%.

Findings: This study showed that quality was the most highly rated category followed by price and availability of product-service. Adaptability of supplier scored last among the examined general categories. More specifically, the criterion agreed delivery time scored best, followed closely by the criterion service in emergency case. 84% of respondents prefer the port of Singapore for the supply of ships. The second and third bigger proportion received the ports of the Netherlands, Rotterdam and Amsterdam, and the port of Piraeus, respectively.

1.ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στις μέρες μας είναι γεγονός ότι βασικό χαρακτηριστικό του επιχειρηματικού περιβάλλοντος είναι η ένταση του ανταγωνισμού και η ταχύτητα της μεταβολής των συνθηκών που επικρατούν σε αυτό. Ιδιαίτερα στη ναυτιλιακή βιομηχανία λόγω του αυξημένου ανταγωνισμού παρατηρείται μεγαλύτερη ανάγκη για ορθή και αποτελεσματική λειτουργία των ναυτιλιακών επιχειρήσεων. Επομένως, οι ναυτιλιακές επιχειρήσεις καλούνται να συμβάλουν στην αναζήτηση λύσεων για καλύτερη προσαρμογή των επιχειρήσεων στις νέες συνθήκες και την αύξηση της αποτελεσματικότητας και της αποδοτικότητάς τους.

Πιο ειδικά, για να επιτευχθεί η αποτελεσματική λειτουργία μιας ναυτιλιακής επιχείρησης είναι αναγκαία η ορθή λειτουργία του στόλου της. Κύριο ρόλο στην εύρυθμη λειτουργία του στόλου διαδραματίζει η συνεργασία των τμημάτων προμηθειών και εφοδιασμού της επιχείρησης, και του πληρώματος. Οι προμήθειες των πλοίων είναι γνωστό ότι αποτελούν ένα από τα μεγαλύτερα έξοδα της ναυτιλιακής επιχείρησης, που δεν μπορεί να παραληφθεί, καθώς είναι απαραίτητες για την ασφαλή και αδιάταρακτη λειτουργία του κάθε πλοίου και τη βιωσιμότητα των πληρωμάτων τους (Θεοτοκάς, 2011). Στο σημερινό ανταγωνιστικό μοντέλο και πόσο μάλλον των ναυτιλιακών επιχειρήσεων είναι αδύνατο να παραχθούν επιτυχώς χαμηλού κόστους και υψηλής ποιότητας προϊόντα χωρίς ικανοποιητικούς προμηθευτές. Επομένως, μια από τις πιο σημαντικές αποφάσεις των τμημάτων προμηθειών είναι η επιλογή και η διατήρηση μιας ομάδας ανταγωνιστικών και ικανών προμηθευτών (Παπαδημητρίου και Σχινάς, 2004).

Όπως έχει αποδειχθεί και σε άλλες δημοσιευμένες έρευνες, υπάρχουν τουλάχιστον 50 ευδιάκριτα κριτήρια, χαρακτηριστικά της επίδοσης των προμηθευτών που λαμβάνονται υπόψη για την αξιολόγηση και επιλογή προμηθευτών γενικά στο βιομηχανικό κλάδο

(Dickson, 1966 και White, 1978 και Barbarosoglu και Yazgac, 1997). Είναι προφανές ότι η ύπαρξη τόσο πολλών κριτηρίων, καθιστά περίπλοκη και αβέβαιη την επιλογή κατάλληλου προμηθευτή. Ωστόσο, στη ναυτιλιακή βιομηχανία δεν έχει διεξαχθεί μέχρι σήμερα κάποια επίσημη μελέτη που να ερευνά τα ουσιαστικά κριτήρια που επιδρούν στη λήψη της απόφασης επιλογής προμηθευτή ναυτιλιακών εταιρειών. Βασισμένοι σε όλα τα παραπάνω, καταλήγουμε ότι πρώτο στόχο αυτής της μελέτης αποτελεί η καταγραφή του βαθμού σημαντικότητας των τεσσάρων γενικών κατηγοριών κριτηρίων επιλογής προμηθευτών ναυτιλιακών εταιρειών: ποιότητα, τιμή, διαθεσιμότητα προϊόντος- υπηρεσίας, προσαρμοστικότητα προμηθευτή, όπως ακριβώς τον αντιλαμβάνονται την τρέχουσα χρονική περίοδο οι υπάλληλοι των τμημάτων προμηθειών των ναυτιλιακών επιχειρήσεων σε Ελλάδα και Κύπρο. Δεύτερος στόχος της μελέτης είναι η αξιολόγηση της σημαντικότητας δύο βασικών κριτηρίων σε κάθε μία από τις άνωθεν βασικές κατηγορίες. Ως τρίτος στόχος της διεξαχθείσας έρευνας εμφανίζεται η συλλογή και άλλων σημαντικών κριτηρίων, διατυπωμένων από τους ερωτώμενους, για την αξιολόγηση των προμηθευτών. Συμπερασματικά, συνθέτοντας τους τρίτους αυτούς στόχους, ίσως, προκύψει ένα εργαλείο με συγκεκριμένα κριτήρια, διαβαθμισμένα ανάλογα με τη σημαντικότητά τους, που θα λαμβάνονται υπόψη από τα τμήματα προμηθειών των ναυτιλιακών επιχειρήσεων για την όσο το δυνατόν ορθότερη επιλογή προμηθευτών. Η συγκεκριμένη μελέτη θεωρητικά έχει διττό ρόλο, καθώς θα μπορούσε να συντελέσει στη βελτίωση της παροχής των υπηρεσιών των προμηθευτών, κατανοώντας και οι ίδιοι σε τι βασίζονται οι ναυτιλιακές εταιρείες για να επιλέξουν έναν προμηθευτή. Εν τέλει, στην έρευνα υπάρχει και ένας διαφοροποιημένος στόχος, ο οποίος σχετίζεται με τη συγκέντρωση των κύριων λιμανιών του παγκόσμιου χάρτη, όπου οι ναυτιλιακές εταιρείες σε Ελλάδα και Κύπρο προτιμούν να προμηθεύουν τα πλοία τους.

2.Η ΑΓΟΡΑ ΚΑΙ Η ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ

Στη συγκεκριμένη ενότητα θα αναφερθούν οι ορισμοί των εννοιών της αγοράς και της προμήθειας, διατυπωμένοι από ερευνητές στο πεδίο της Διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού (Human Resources Management) και της Στρατηγικής Διοίκησης του Εφοδιασμού (Strategic Logistics Management). Οι ορισμοί αυτοί θα διαδραματίσουν στη συνέχεια βοηθητικό ρόλο, στην κατανόηση, αφενός των εννοιών της αγοράς και της προμήθειας, και των συνυφασμένων εννοιών τους, και αφετέρου στην λειτουργία και τους στόχους αυτών στον κλάδο της ναυτιλίας.

Ο John J.Coyle (1977) με το έργο του ‘The management of business logistics’ διατυπώνει με μεγάλη ακρίβεια τους ορισμούς της αγοράς και της προμήθειας. Με τον όρο αγορά, συγκεκριμένα, εννοεί έναν τόπο μεγάλο ή μικρό που πωλούνται ή αγοράζονται αγαθά. Η λέξη αγορά επισημαίνει ότι δεν αναφέρεται μόνο στην αγορά προϊόντων με τη στενή έννοια, αλλά στην αγορά όλων των ειδών των αγαθών. Για να υπάρχει αγορά ενός αγαθού δεν είναι απαραίτητο οι αγοραστές και οι πωλητές να βρίσκονται στον ίδιο τόπο, αλλά είναι αρκετό να βρίσκονται σε ικανοποιητική επαφή μεταξύ τους άμεσα ή έμμεσα για να μπορεί να γίνει η μεταξύ τους συναλλαγή. Είναι, όμως, απαραίτητο στοιχείο για την έννοια της αγοράς οι επιθυμίες των αγοραστών και πωλητών να αναφέρονται σε ορισμένο χρόνο. Επομένως, αγορά είναι ο τόπος που εκφράζονται οι επιθυμίες των αγοραστών και των πωλητών για την ποσότητα από κάποιο αγαθό που θα αγοράσουν ή θα πουλήσουν, καθώς και από την τιμή που θα δώσουν ή θα πάρουν σε ορισμένη χρονική στιγμή (John J.Coyle, 1977). Επιπρόσθετα, με τον όρο προμήθεια ο John J. Coyle εννοεί την αγορά απαραίτητων ειδών για έναν συγκεκριμένο σκοπό. Συνεχίζει, λέγοντας ότι συνυφασμένη έννοια με την έννοια της προμήθειας, η οποία μας βοηθά περαιτέρω στην ακριβή κατανόηση του αρχικού όρου της, είναι ο εφοδιασμός, που σχετίζεται με την παροχή αγαθών απαραίτητων για τη

διαβίωση των ανθρώπων και των ζώων. Τέλος, υπογραμμίζει ότι η διαδικασία της προμήθειας εκτυλίσσεται μέσα σε μια σχέση αγοραπωλησίας ενός προμηθευτή και ενός αγοραστή.

Ο Carr και ο Smeltzer (1997), όρισαν ως στρατηγική αγορών, τη διαδικασία σχεδιασμού, την αξιολόγηση εφαρμογής, και τον έλεγχο σημαντικών και κρίσιμων αποφάσεων σχετικά με τις προμήθειες. Παρατηρώντας, την ανέλιξη της αγοραστικής διαδικασίας μέσα από πολλές επιχειρήσεις, οι Mozneka και άλλοι ειδικοί (1998) ανέφεραν ότι η αγοραστική διαδικασία έχει αποκτήσει μεγάλη φήμη, καθώς θεωρείται ένα σημαντικό κερδοσκοπικό εργαλείο. Αναλυτικότερα, αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η αγοραστική διαδικασία αποτελεί μέσο δυνητικής μείωσης κόστους, ασκώντας άμεση επιρροή στην ποιότητα των προϊόντων, που καθορίζει την πορεία μιας εταιρείας (ανάδειξη ή διάλυση), και συμβάλλοντας στην τεχνολογική ανάπτυξη και βελτίωση των προϊόντων και των διαδικασιών σχεδιασμού αυτών.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι οι έννοιες της αγοράς και της προμήθειας, αν και διαφορετικές μεταξύ τους, θεωρητικά φαίνεται ότι κάπου συγκλίνουν. Αυτή η άποψη επιβεβαιώνεται και από τους Lambert και Stock (1993), οι οποίοι διαμόρφωσαν την Στρατηγική της Διοίκησης των Προμηθειών, και στη συνέχεια αναφέρθηκαν εκτενέστερα στους στόχους των αγορών. Ειδικότερα, κάνουν λόγο για τη διαρκή παροχή υλικών, προμηθειών και υπηρεσιών, η οποία συμβάλει στη διατήρηση των αποθεμάτων, καθώς επίσης και στη διατήρηση των προτύπων ποιότητας των προϊόντων σε ένα θεμιτό επίπεδο. Επίσης, κύριοι στόχοι της αγοράς, σύμφωνα με τον Lambert και Stock (1993), θεωρούνται η ανάπτυξη των προμηθευτών σε έναν κύκλο ανταγωνισμού, η τυποποίηση, όπου αυτό μπορεί να καταστεί εφικτό, συγκεκριμένων αγοραζόμενων ειδών, η αγορά των απαιτούμενων υλικών και υπηρεσιών σε όσο το δυνατόν χαμηλότερη τιμή, η βελτιωμένη ανταγωνιστική θέση της οικονομικής μονάδας, η επίτευξη αρμονικών και παραγωγικών σχέσεων με τα υπόλοιπα τμήματα της οικονομικής μονάδας, και τέλος η υλοποίηση των προαναφερθέντων στόχων της αγοράς με το ελάχιστο δυνατό κόστος.

Ωστόσο, επικρατεί η άποψη ότι, ο όρος προμήθεια έχει ευρύτερη έννοια από τον όρο αγορά, και περιλαμβάνει τις αγορές, τις μετακινήσεις αγαθών, την αποθήκευσή τους και την παραλαβή τους (Lambert and Stock, 1993). Επιπλέον, διαδικασίες που συμπεριλαμβάνονται στην έννοια της προμήθειας είναι η αναζήτηση κατάλληλων προμηθευτών, η ζήτηση και η λήψη προσφορών από τους ενδιαφερομένους προμηθευτές, η διαχείριση των υλικών ή των μηχανημάτων που βρίσκονται σε απόθεμα, και η τελική απόφαση σχετικά με την αγορά νέων προμηθειών (Πίττας, 2008).

Ο Κόνταρης (2002) αναλύει με εκτενέστερο τρόπο τη λειτουργία των προμηθειών, ορίζοντάς την ως συστηματική διαδικασία λήψης αποφάσεων για τον προσδιορισμό και την επιλογή της ποιότητας, της ποσότητας, της τιμής, του χρόνου και του τόπου αγοράς και παράδοσης ενός προϊόντος, μιας υπηρεσίας, όπως ακριβώς έχει οριστεί, έτσι ώστε να ανταποκρίνεται πλήρως στις απαιτούμενες προδιαγραφές.

Ειδικότερα, η εκτέλεση και η λειτουργία των παραπάνω διαδικασιών που αφορούν τις προμήθειες διεκπεραιώνεται με την αρωγή του τμήματος προμηθειών. Κύρια αποστολή του τμήματος είναι η εξασφάλιση των ζητούμενων υλικών και υπηρεσιών στη σωστή ποιότητα, ποσότητα και χρόνο, καθώς επίσης και από τη σωστή πηγή προέλευσης και με τις καλύτερες δυνατές οικονομικές συμφωνίες (Hill and Jones, 2001) (Lysons 1996). Σχετικά με τον όρο σωστός που διατυπώθηκε παραπάνω αξίζει να σημειωθεί ότι χρησιμοποιείται συχνά στον χώρο των προμηθειών, και κυρίως σε οτιδήποτε σχετίζεται με την αποστολή του τμήματος προμηθειών (Lysons and Gillingham, 2003). Πιο αναλυτικά, ο όρος σωστός είναι υποκειμενικός για κάθε οργανισμό, εφόσον ο ίδιος τον προσδιορίζει με διαφορετικό τρόπο ανάλογα με τις απαιτήσεις που έχει. Ακόμη, είναι ένας μεταβαλλόμενος όρος, καθώς διαμορφώνεται ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν στο παγκόσμιο περιβάλλον προμηθειών. Απαραίτητη προϋπόθεση για να κριθεί κάτι σωστό είναι η δυνατότητά του υλικού αυτού να συμβαδίσει με το αντικείμενο και την στρατηγική κάθε οργανισμού, στοχεύοντας στην επίτευξη των λειτουργικών σκοπών. Ωστόσο, συχνά παρατηρείται ότι κάποιες εκφάνσεις της έννοιας

σωστός δεν είναι αλληλένδετες, ούτε μπορούν να συμβαδίσουν, αυτό έχει ως αποτέλεσμα να υπάρχει συνήθως μόνο σωστή ποιότητα, αλλά όχι και σωστή τιμή.

Επιπρόσθετα, παρατηρούμε ότι έχουν διατυπωθεί κάποιοι εναλλακτικοί ορισμοί της προμήθειας. Συγκεκριμένα, ορίζεται ως προμήθεια η συμπεριφορά της επιχείρησης σε σχέση με τους προμηθευτές της, ακόμη, το σύνολο των δραστηριοτήτων που έχουν ως αποτέλεσμα την έκδοση ενός τιμολογίου. Τέλος, ως προμήθεια μπορεί να οριστεί και η διαχείριση των εξωτερικών πόρων μιας επιχείρησης, που αποσκοπεί στην απόκτηση αγαθών και υπηρεσιών κάτω από τις πιο ευνοϊκές συνθήκες (Axelsson and Wynstra, 2002).

Συμπερασματικά, παρατηρούμε ότι κύριος στόχος των αγορών και γενικότερα των λειτουργιών του χώρου των προμηθειών δεν αποτελεί, μόνο η μείωση του κόστους, και κατ' επέκταση το κέρδος του κάθε οργανισμού, αλλά και άλλοι εξίσου ουσιώδεις παράγοντες, που εξασφαλίζουν την έγκαιρη και ασφαλή παράδοση, την ποιότητα των αγαθών, τη βελτίωση των μέσων παραγγελίας και τιμολόγησης, την εξάλειψη της γραφειοκρατίας, ικανοποιώντας με αυτόν τον τρόπο, πλήρως και συνεχώς τις απαιτήσεις του πελάτη (Baily et al, 1994).

2.1.ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Ο κύριος στόχος κάθε επιχείρησης, όπως και κάθε ναυτιλιακής επιχείρησης είναι το κέρδος. Ωστόσο, πάνω από κάποιο χρονικό διάστημα τα έσοδα πρέπει να υπερβαίνουν το συνολικό κόστος για την παραγωγή πλεονάσματος. Είναι σύνηθες ότι οι μέτοχοι απαιτούν ένα περιθώριο κέρδους πριν προβούν σε νέες ναυτιλιακές επενδύσεις. Πηγές εισοδήματος για μια ναυτιλιακή επιχείρηση μπορεί να είναι τα σταθερά επιτόκια για ένα φορτίο, για μια χρονική περίοδο ή ένας συνδυασμός των μεταβλητών και των σταθερών συντελεστών του εισοδήματος (Cavinato, 1984).

Η οικονομική θεωρία λειτουργεί με το μεταβλητό κόστος και τα πάγια έξοδα. Το μεταβλητό κόστος ποικίλλει ανάλογα με τη δραστηριότητα λειτουργίας του πλοίου, τη

κατανάλωση των καυσίμων σε συνάρτηση με τη ταχύτητα και το φορτίο. Εάν δεν υπάρχει καμία δραστηριότητα το μεταβλητό κόστος θα πρέπει να είναι μηδενικό. Αντιθέτως, τα πάγια έξοδα είναι τα ίδια ανά πάσα στιγμή ανεξάρτητα από τη δραστηριότητα λειτουργίας. Ακόμα και όταν το πλοίο βρίσκεται εκτός λειτουργίας, τα πάγια έξοδα πρέπει να καταβάλλονται, όπως η ασφάλιση, οι μισθοί και η συντήρηση. Ειδικότερα, τα πάγια έξοδα ποικίλουν, ενώ πρόσθετες επενδύσεις τείνουν να οδηγούν τα πάγια έξοδα σε ένα υψηλότερο επίπεδο.

Οι αγορές (purchasing) στον ναυτιλιακό κλάδο για τη λειτουργία και την μετακίνηση των πλοίων διαφέρουν σε πολλά σημεία από τις αγορές στον τομέα της βιομηχανίας. Το πιο εμφανές, βέβαια, είναι ότι ένα πλοίο είναι ένας κινούμενος στόχος, και γι' αυτόν το λόγο οι παραδόσεις πρέπει να λαμβάνουν χώρα στο σημείο προορισμού του πλοίου. Επιπλέον, ενώ οι πρώτες ύλες θεωρούνται η μεγαλύτερη δαπάνη στη βιομηχανία, τα πετρέλαια αποτελούν, συνήθως, τα μεγαλύτερα έξοδα λειτουργίας στις ναυτιλιακές επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά, η ανάγκη για την παροχή των προϊόντων και των υπηρεσιών που αναπτύσσονται στο θαλάσσιο τομέα ικανοποιείται από μια ποικιλία ναυτιλιακών προμηθευτών σε όλο τον κόσμο. Τα παραπάνω προϊόντα και οι υπηρεσίες που κυμαίνονται από το πετρέλαιο, τα ανταλλακτικά κινητήρων, των ηλεκτρονικών συστημάτων, μέχρι και τον εξοπλισμό πλοήγησης, με τις τεχνικές υπηρεσίες, τις υπηρεσίες των αποβλήτων, καθώς και τη συντήρηση, περιλαμβάνουν αναλώσιμα και τρόφιμα (De Boer et al, 2003). Συγκεκριμένα, τα αγαθά και οι υπηρεσίες που απαιτούνται για την κάλυψη των προμηθειών ενός κρουαζιερόπλοιου ποικίλουν, και η πολυπλοκότητα της αγοράς των απαραίτητων προμηθειών για ένα ταξίδι, απεικονίζεται στο παρακάτω παράδειγμα. Η Royal Caribbean Cruises συνεργάζεται κατά προσέγγιση με 3000 προμηθευτές, οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για την παροχή φαγητού, χημικών, ειδών ρουχισμού και σωστικών μέσων. Ενδεικτικά, πριν από κάθε κρουαζιέρα με 5.000 επιβάτες για ένα ταξίδι διάρκειας μιας εβδομάδας, η εταιρεία προμηθεύεται 5.000 κιλά μοσχάρι, 800 κιλά αστακό, 10.000 κουτάκια σόδας, 3.000 μπουκάλια κρασί (Kotler, 2005).

Οι υπηρεσίες είναι συχνά πιο δύσκολο να προσφερθούν σε αντίθεση με τα προϊόντα. Ο λόγος πίσω από αυτό, είναι το γεγονός ότι οι υπηρεσίες αντιπροσωπεύονται από άυλα στοιχεία που δεν μπορούν να προπαράγονται και να αποθηκεύονται και, επομένως, πρέπει να καταναλωθούν ως έχουν παραχθεί. Ένα μείζον πρόβλημα είναι το πως τα προϊόντα και οι υπηρεσίες μπορούν να προσφερθούν και να παραδοθούν. Ο καθηγητής μάρκετινγκ Philip Kotler (2005) εισήγαγε ένα μοντέλο για τον τρόπο με τον οποίο οι πωλητές λειτουργούν, όταν ήθελαν να πουλήσουν ένα προϊόν σε μια αγορά. Το μοντέλο αυτό περιλαμβάνει τέσσερα βασικά στοιχεία των προϊόντων που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για την πώληση ενός προϊόντος στην αγορά. Αυτά είναι η τιμή, οι δημόσιες σχέσεις, το προφίλ (προδιαγραφές) του προϊόντος / υπηρεσίας, καθώς και ο τόπος. Επιπρόσθετα, ο αγοραστής είναι καλό να γνωρίζει αυτό το μοντέλο κατά την αξιολόγηση των προϊόντων και των προμηθευτών τους σε σχέση με τις εναλλακτικές επιλογές του. Πολλά προϊόντα και υπηρεσίες διαθέτουν υψηλής και χαμηλής τιμής εναλλακτικές λύσεις. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτελεί το κόστος ενός αεροπορικού εισιτηρίου, για ένα δρομολόγιο από Αθήνα-Θεσσαλονίκη μπορεί να αγγίζει τα 150 ευρώ με μια συγκεκριμένη αεροπορική εταιρεία, ενώ μια ανταγωνιστική χαμηλού κόστους αεροπορική εταιρεία το συγκεκριμένο εισιτήριο δεν υπερβαίνει τα 50 ευρώ. Συνήθως, η υψηλότερη τιμή συνεπάγεται ένα πιο ποιοτικό προϊόν, χωρίς αυτό να αποτελεί κανόνα (Λάιος, 2007). Επιπλέον, το προφίλ του προϊόντος, συνήθως, αναφέρεται ως προδιαγραφή από τον αγοραστή, και περιλαμβάνει τις τεχνικές περιγραφές και τα πρότυπα ποιότητας. Ακόμη, ουσιαστικό ρόλο διαδραματίζει ο τρόπος που ο προμηθευτής θα κάνει το προϊόν ή την υπηρεσία διαθέσιμη προς τους πελάτες του, καθώς επίσης ο χρόνος και ο τόπος παράδοσης. Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι ο ακριβής χρόνος παράδοσης στη ναυτιλιακή αγορά είναι συνήθως ο πιο σημαντικός παράγοντας, καθώς η παράδοση στο πλοίο μπορεί να λάβει χώρα μόνο σε ένα συγκεκριμένο χρονικό πλαίσιο.

2.1.2. ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Η λειτουργία των πλοίων συνεπάγεται την ανάγκη για ένα ευρύ φάσμα προϊόντων και υπηρεσιών. Πρόκειται για πόρους που κατέχονται από ένα μεγάλο αριθμό ναυτιλιακών προμηθευτών και διαδίδονται ευρέως σε λιμάνια παγκοσμίως. Στις περισσότερες περιπτώσεις, το προϊόν ή η υπηρεσία πρέπει να κατευθύνεται προς έναν κινούμενο στόχο, το πλοίο από το οποίο προέρχεται η ανάγκη. Η απαίτηση/ανάγκη για ένα προϊόν ή μια υπηρεσία μπορεί να ταξινομηθεί σε μία από τις ακόλουθες τρεις κατηγορίες: πρωτογενή, δευτερογενή ή τριτογενή (Brynhildsvoll and Abrahamsen, 2002). Στον πρωτογενή τομέα, παραδείγματος χάριν περιλαμβάνεται η κατανάλωση καυσίμων. Δηλαδή, το πλοίο όσο μεγαλύτερη απόσταση διανύει και όσο μεγαλύτερο όγκο φορτίου μεταφέρει, τόσο περισσότερα καύσιμα καταναλώνει. Η δευτερεύουσα κατηγορία είναι ανεξάρτητη από τη λειτουργική δραστηριότητα του πλοίου. Ακόμη, δηλαδή, και όταν το πλοίο κινείται με μια σχετικά χαμηλή ταχύτητα, μεταφέροντας λιγότερο σε ποσότητα φορτίο, η ανάγκη για παράδειγμα ηλεκτρολογικού εξοπλισμού είναι λίγο ή πολύ σταθερή. Τέλος, η τριτογενής ανάγκη, η οποία ποικίλλει σημαντικά με την πάροδο του χρόνου περιλαμβάνει επενδύσεις αναβάθμισης για την εύρυθμη λειτουργία του πλοίου, οι οποίες είναι συνήθως υψηλού κόστους, και υλοποιούνται περιστασιακά.

Στην πράξη, χρησιμοποιώντας τον όρο προμήθειες σε μια ναυτιλιακή εταιρεία εννοούμε μια πληθώρα προϊόντων και υπηρεσιών που ανήκουν σε κάποια από τις παρακάτω κατηγορίες: τρόφιμα, εφόδια μηχανής, εφόδια καταστρώματος, εφόδια καμπίνας, λιπαντικά, μπογιές, χημικά, αναλώσιμα είδη συγκόλλησης, συστήματα πλοήγησης, εξοπλισμός διαχείρισης του φορτίου, εξοπλισμός ασφαλείας, εξαρτήματα αγκυροβόλησης, φάρμακα, γραφική ύλη, εξοπλισμός αναψυχής του πληρώματος, ρούχα εργασίας πληρώματος και ανταλλακτικά (Βιτσούνης, 2006) (Fisher, 1997).

2.2.ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ

2.2.1.ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Προτού ξεκινήσει η διαδικασία αγοράς, το πρώτο ζήτημα που πρέπει να συζητηθεί είναι γιατί υπάρχει μια ανάγκη για προσέγγιση της διαδικασίας αγοράς. Από θεωρητική άποψη, μπορούν να αναφερθούν δύο διαφορετικές παραλλαγές: το μοντέλο χρονοδιάγραμμα που απεικονίζει μη επαναλαμβανόμενες αγορές και δεύτερον ένα κυκλικό μοντέλο που απεικονίζει μορφές επαναλαμβανόμενων αγορών, όπως στις συνήθεις αγορές. Οι δραστηριότητες σε αυτά τα δύο μοντέλα είναι αρκετά παρόμοιες, όπως και το μεγαλύτερο μέρος της εργασίας ενός αγοραστή που σχετίζονται με τις καθημερινές δραστηριότητες (Applegate et McKennedy, 1999).

2.2.2.ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ

Είναι σκόπιμο να αναφερθεί ότι κατά τη διαδικασία της αγοράς, οι προμηθευτές μπορεί να προβληματιστούν για διάφορα σημαντικά ζητήματα της, πριν ακόμη συνάψουν κάποια συμφωνία. Αυτό μπορεί να συμβεί, όταν επιλέγουν μια κατάλληλη στρατηγική για την ολοκλήρωση της διαδικασίας αγοράς (Kraljic, 1983). Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για τον καθορισμό των κατηγοριών της αγοράς (Bryndhidsvoll and Abrahamsen, 2002). Ειδικότερα, οι αγορές μπορούν να διακριθούν σύμφωνα με το είδος των προϊόντων / υπηρεσιών που μπορεί να αγοράσει η ναυτιλιακή επιχείρηση, το είδος της αγοραστικής κατάστασης που επικρατεί τη δεδομένη χρονική στιγμή, και το είδος των αναγκών που καλύπτονται από την αγορά. Με αντίστοιχο τρόπο και η φύση των εμπορευμάτων και των υπηρεσιών μπορούν να καταταχθούν σε ομάδες, για παράδειγμα, σε φυσικές πρώτες ύλες, υλικά κατασκευής ή υπηρεσίες συντήρησης. Η λογική πίσω από αυτό το είδος της ταξινόμησης είναι η ανάπτυξη της τεχνογνωσίας, η σωστή κατανομή των πόρων και η διαχείριση μεγάλου όγκου εργασίας. Ο ορισμός της αγοράς σύμφωνα με την κατάσταση που επικρατεί σε αυτή συνεπάγεται ότι ο αγοραστής θα πρέπει να επιλέξει μεταξύ τριών διαφορετικών επιλογών: μιας

καινούριας αγοραστικής κατάστασης, όπου είναι πρωτόγνωρη και ενέχει μεγάλο ρίσκο για αυτόν, μιας επαναλαμβανόμενης αγοράς του ίδιου προϊόντος από τον ίδιο προμηθευτή, όπου το ρίσκο εν προκειμένω είναι ελάχιστο έως και μηδαμινό, και τέλος, μιας τροποποιημένης επαναγοράς όπου μόνο ένα από τα δύο (προϊόν ή προμηθευτής) παραμένει ίδιο με προηγούμενες καταστάσεις-αγορές και σημαίνει μέτριας έντασης ρίσκο. Πιο ειδικά, ο σκοπός της διαδικασίας της αγοράς διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο για να περιγράψει το είδος της ανάγκης της αγοράς. Αυτό σημαίνει ότι σημειώνεται μια διαφοροποίηση μεταξύ των πρωτογενών και των δευτερογενών προμηθειών. Οι πρωτογενείς παροχές συνδέονται με την παραγωγική διαδικασία και από τη φύση τους συντελούν στην υλοποίηση μιας συνεχούς ροής των προϊόντων και των υπηρεσιών προς τον χρήστη. Ακόμη, η δευτεροβάθμια προμήθεια περιλαμβάνει τη συντήρηση, την επισκευή και τη λειτουργία ή τις επενδύσεις, και είναι συνήθως πιο ευέλικτη (Chau, 2006). Λαμβάνοντας υπόψη όσα προηγήθηκαν καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι η αγοραστική συμπεριφορά επηρεάζεται, λιγότερο ή περισσότερο, και από τις τρεις κατηγορίες των αγορών. Πρέπει να τονιστεί ότι κάποιες διαδικασίες αγοράς αποτελούν μια λιτή, επαναλαμβανόμενη εργασία ρουτίνας, ενώ άλλες χαρακτηρίζονται από υψηλό βαθμό πολυπλοκότητας εμπεριέχοντας αβεβαιότητα και υψηλό οικονομικό ρίσκο για τον αγοραστή. Τέλος, θα διατυπωθούν και θα αναλυθούν εκτενέστερα οι τρεις κατηγορίες των αγορών.

2.2.2.1. ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΟ ΕΙΔΟΣ ΤΩΝ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ

Οι αγορές με βάση τον τύπο του αγαθού μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με τη διαθεσιμότητα, τις αγορές εμπορευμάτων, και είναι συχνά πολύπλοκες και απαιτητικές, καθώς απαιτούν εξειδικευμένες γνώσεις. Οι εν λόγω αγορές χαρακτηρίζονται από διαρκή έλλειψη, από υψηλό βαθμό μεταβλητότητας του όγκου και των τιμών, γεγονός που οδηγεί συνήθως σε αβεβαιότητα και σε υψηλό κίνδυνο. Κάποιες από αυτές είναι οι τυπικές αγορές αργού πετρελαίου, τα ορισμένα μέταλλα και τα ορυκτά, τα οποία σχηματίζουν ανισότητες ως προς την προσφορά και τη ζήτησή τους. Συνεπώς, οι μεγάλες εταιρείες, οργανώνουν το προσωπικό τους σε ομάδες εμπειρογνομόνων, όπου μπορούν να αναπτύξουν ειδικές ικανότητες. Κατ' αυτό τον τρόπο, οι εταιρείες

βασιζόμενες σε οικονομίες κλίμακας και μέσω της εκτεταμένης χρήσης εξειδικευμένης γνώσης, όπως προαναφέρθηκε, πετυχαίνουν να κερδίσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα στην κατηγορία αυτή είναι η εταιρεία Royal Caribbean Cruises, όπου δαπανά για καύσιμα κατά προσέγγιση τριακόσια εκατομμύρια δολάρια ετησίως. Προκειμένου να διαχειριστεί αυτή τη δαπάνη με ένα αποτελεσματικό τρόπο, ενέταξε στο προσωπικό της έναν εξειδικευμένο υπάλληλο με πολυετή προϋπηρεσία σε αεροπορική εταιρεία αναθέτοντας του ως αποκλειστική αρμοδιότητα την διαχείριση των καυσίμων (Kotler, 2005).

2.2.2.2.ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Σε αυτήν την περίπτωση ο αγοραστής απαιτεί ουσιαστικές πληροφορίες, και καταβάλλει πολλή προσπάθεια προκειμένου να αξιολογήσει τους πιθανούς προμηθευτές, ενώ λαμβάνει τις προσφορές, προκειμένου να συνεργαστούν. Η συνεχής συνεργασία σχετίζεται με μια διαδικασία που βασίζεται στη ρουτίνα, όπου ο αγοραστής διατηρεί σχέσεις με το ίδιο προμηθευτή κατά τη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου. Αυτό σημαίνει ότι ο αγοραστής δεν θα δραστηριοποιείται σε μεγάλο βαθμό για την αναζήτηση νέων προμηθευτών, εφόσον ο ίδιος πιθανότατα θεωρεί ότι η υπάρχουσα κατάσταση είναι ικανοποιητική και κερδοφόρα για τον ίδιο. Κατά συνέπεια, είναι δύσκολο για τους νέους προμηθευτές να εισέλθουν σε μια κατάσταση, όπως αυτή (Gadde et al, 1994). Είναι προφανές ότι αυτή η αγοραστική συμπεριφορά ισχύει και για την προμήθεια αγαθών και υπηρεσιών με πιο σταθερή ζήτηση, και εφόσον η ανταλλαγή αυτή βασίζεται σε επίσημες και μακροχρόνιες συμβάσεις. Συγκεκριμένα, η μακροχρόνια συντήρηση των σχέσεων με τους προμηθευτές εξαρτάται συχνά από την ύπαρξη αμοιβαίας εμπιστοσύνης, και από το γεγονός ότι ο προμηθευτής παρέχει την αναμενόμενη ποιότητα και ποσότητα, στην συμφωνηθείσα τιμή. Σε περίπτωση που υπάρχει ανάγκη από τους αγοραστές να τροποποιηθεί η συνεργασία τους, τότε αντικαθίστανται είτε το συγκεκριμένο προϊόν είτε ο προμηθευτής. Αν μια εταιρεία οδηγηθεί με κάποιον προμηθευτή στη λήξη της σύμβασης ή στην κατάλυση μιας συμφωνίας, τότε είναι πιθανό να ανακύψει οποτεδήποτε μια νέα διαπραγματευτική κατάσταση. Το γεγονός αυτό δίνει μια ευκαιρία στον αγοραστή να προσδιορίσει και να

ψάξει την καλύτερη λύση στην αγορά, επιφέροντας πιο ανταγωνιστικές προσφορές (Dale et al, 1994).

2.2.2.3. ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Η ανάγκη της αγοράς αναφέρεται είτε σε πρωτογενή είτε σε δευτερογενή εφοδιασμό. Οι πρωτογενείς προμήθειες διακρίνονται συνήθως από συνεχείς και μακροπρόθεσμες σχέσεις με τους προμηθευτές, επειδή οι ναυτιλιακές εταιρείες σπάνια επιθυμούν να καταλύσουν μια τέτοιου είδους ομαλή συνεργασία. Οι επαναλαμβανόμενες αγορές από τους ίδιους προμηθευτές οδηγούν, σε πολλές περιπτώσεις, σε στενές σχέσεις μεταξύ αυτών και της ναυτιλιακής επιχείρησης. Ένας άλλος λόγος, επίσης, είναι ότι η εταιρεία επιδιώκει να εξυπηρετείται και σε περιπτώσεις επείγουσας ανάγκης. Έτσι, ακολουθώντας ένα τέτοιο παράδειγμα σωστής στρατηγικής εξασφαλίζει οποιαδήποτε ζήτηση από τους προμηθευτές, ακόμη και σε μια περιορισμένη αγορά. Μεγάλο μέρος των αγοραστικών συνεργασιών στη ναυτιλιακή βιομηχανία είναι αποτέλεσμα όχι μόνο των μακροχρόνιων συνεργασιών, αλλά και της διατήρησης της ποιότητας και της παραγωγικότητας στην αλυσίδα εφοδιασμού από την πλευρά των προμηθευτών. Συνήθως, η πρωτογενής παροχή των προμηθειών αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο κόστος αγοράς για μια εταιρεία. Όσον αφορά τις δευτεροβάθμιες προμήθειες, αξίζει να σημειωθεί ότι σε ένα μεγάλο ποσοστό είναι τυποποιημένα προϊόντα και υπηρεσίες, διευκολύνοντας έτσι την εργασία του τμήματος προμηθειών στις ναυτιλιακές εταιρείες (Gattorn and Walters, 1996) (Chen et al, 2004).

2.2.3. Ο ΚΥΚΛΟΣ ΤΗΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Η αγοραστική διαδικασία που απεικονίζεται παρακάτω, περιγράφει έναν πλήρη κύκλο προμηθειών. Φυσικά αυτό είναι ένα μοντέλο, όπου αρκετά στοιχεία του μερικές φορές

μπορεί να παραληφθούν, εφόσον η διαδικασία των προμηθειών ποικίλει στην πράξη. Αντίθετα, σε άλλες περιπτώσεις, συναντώνται κάποια ίδια στοιχεία, τα οποία αναλύονται σε μεγαλύτερο βάθος.



Διάγραμμα 1 - ΣΤΑΔΙΑ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ

Πηγή: (Brynhildsvoll και Abrahamsen, 2002).

Όπως μπορεί κανείς να δει στο παραπάνω σχήμα (ΕΙΚΟΝΑ 1), η διαδικασία της αγοράς μπορεί να διαιρεθεί σε τρία κύρια στάδια με πολλές επιμέρους δραστηριότητες (Brynhildsvoll και Abrahamsen, 2002).

2.2.3.1. ΣΤΑΔΙΟ 1: ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ

Ειδικότερα, το πρώτο κύριο στάδιο είναι η προετοιμασία της παραγγελίας συμπεριλαμβανομένης και της ζήτησης των προμηθειών, η οποία περιέχει και επιμέρους στοιχεία. Πιο αναλυτικά, η προετοιμασία ξεκινά έπειτα από τη ζήτηση των

προϊόντων, συνήθως από το πλοίο. Η ανάγκη ζήτησης των προϊόντων προέρχεται κατά κύριο λόγο από την προγραμματισμένη ή μη συντήρηση του εξοπλισμού πάνω στο πλοίο. Επομένως, ο πλοίαρχος στέλνει στη ναυτιλιακή εταιρεία μια επίσημη ηλεκτρονική ζήτηση (requisition), η οποία είναι απαραίτητο να περιέχει πληροφορίες σχετικά με το ζητούμενο προϊόν και τις προδιαγραφές του, την απαιτούμενη ποσότητα, την χρονική περίοδο, καθώς επίσης και την τοποθεσία που πρέπει να παραδοθεί η παραγγελία. Ακολουθώντας τη ροή του κύκλου, παρατηρούμε ότι το επόμενο βήμα περιλαμβάνει τον έλεγχο της ζήτησης του πλοίου από τα αρμόδια τμήματα της ναυτιλιακής εταιρείας, έτσι ώστε να διαπιστωθεί, εάν υπάρχουν ελλιπή ή λανθασμένα στοιχεία. Για παράδειγμα, το τεχνικό τμήμα ελέγχει την ζήτηση που αφορά τα ανταλλακτικά, τα χημικά, τα λιπαντικά, καθώς και τα εφόδια του μηχανοστασίου. Έπειτα, το τμήμα προμηθειών στέλνει τη ζήτηση (request for quotation: RFQ) ηλεκτρονικά συνήθως σε τρεις τουλάχιστον ναυτιλιακούς προμηθευτές, δίνοντάς τους μια χρονική προθεσμία υποβολής (RFQ due date) της προσφοράς, και ζητώντας από τους προμηθευτές να αναφέρουν εκτός από την τιμή, το χρόνο παράδοσης (lead time), τους όρους παράδοσης και πληρωμής (payment terms) (Hutchins, 1992).

Στη συνέχεια, το τμήμα προμηθειών συλλέγει τις προσφορές από τους προμηθευτές με σκοπό να προχωρήσει στην αξιολόγηση τους (evaluation). Η αξιολόγηση των προσφορών πραγματοποιείται από τη σύγκριση και την ανάλυση πολλών στοιχείων. Δεν πρέπει να επικεντρώνεται μόνο στην τιμή και στον έλεγχο των προδιαγραφών του προσφερόμενου προϊόντος, αλλά να συμπεριλαμβάνει όλους τους όρους παράδοσης και πληρωμής, καθώς και το χρόνο προετοιμασίας της παραγγελίας. Το τελευταίο είναι ιδιαίτερα σημαντικό στις περιπτώσεις που η παραγγελία είναι επείγουσα και πρέπει να παραδοθεί άμεσα στο πλοίο. Σε γενικές γραμμές, είναι καλό να διαχωρίζεται η τιμή από τα τεχνικά στοιχεία των προϊόντων, και να αξιολογούνται ξεχωριστά. Επίσης, αξίζει να αναφερθεί ότι σε κάποιες πιο εξειδικευμένες περιπτώσεις πρέπει, ομοίως, να αξιολογηθεί το κόστος του κύκλου ζωής των προϊόντων. Συνεπώς, η επιλογή του ενός ή περισσότερων προμηθευτών θα πρέπει να εξεταστεί λεπτομερώς και η διαδικασία της αξιολόγησης θα πρέπει να πραγματοποιείται για την εύρεση της καλύτερης προσφοράς. Επικρατεί η άποψη ότι, η χρήση ενός μοναδικού προμηθευτή ενισχύει τη σχέση μεταξύ

ναυτιλιακής εταιρείας και προμηθευτή. Αντίθετα, τα επιχειρήματα που διατυπώνονται για τη χρήση δύο ή περισσότερων προμηθευτών σχετίζονται κυρίως με την εξισορρόπηση των τιμών μεταξύ των προμηθευτών, λόγω του υπάρχοντος ανταγωνισμού (Laios and Moschuris, 2001) (Lysons and Gillingam, 2003).

2.2.3.2.ΣΤΑΔΙΟ 2: ΕΚΤΕΛΕΣΗ

Το δεύτερο κυριότερο στάδιο του κύκλου της αγοράς αποτελεί η εκτέλεση της παραγγελίας. Η παραγωγή της παραγγελίας είναι ένα σχεδόν απλό έργο υπό την προϋπόθεση ότι θα πρέπει να έχουν πραγματοποιηθεί κάποια βασικά βήματα, τα οποία αφορούν τη σωστή ζήτηση των προϊόντων, τη σωστή αξιολόγηση της προσφοράς, και κατ' επέκταση την ορθή επιλογή του προμηθευτή. Αρχικά, το τμήμα προμηθειών της ναυτιλιακής εταιρείας δίνει τις παραγγελίες, και στη συνέχεια ο ναυτιλιακός προμηθευτής τις επιβεβαιώνει, συνήθως μέσω ανταλλαγής email. Πιο ειδικά, η εντολή της αγοράς (purchase order: PO) αποτελεί δεσμευτικό νομικό έγγραφο, όταν εγκριθεί από τον προμηθευτή. Πιο ειδικά, η εντολή αγοράς και η επιβεβαίωση της παραγγελίας (order confirmation) αποτελούν τη νομική σύμβαση για την παράδοση σύμφωνα με τους συμφωνηθέντες όρους. Στη συνέχεια, η επιβεβαίωση της παραγγελίας δηλώνει ότι ο προμηθευτής κατανοεί και συμφωνεί με τη συμπλήρωση και την ολοκλήρωση της παραγγελίας. Ακόμη, ο προμηθευτής είναι υποχρεωμένος να συμμορφωθεί με όλους τους όρους που έχουν συμφωνηθεί και αναφέρονται στη σύμβαση. Το κρίσιμο σημείο, που υπάρχει, ίσως, σε αυτή τη διαδικασία, είναι ο έλεγχος της παραγγελίας από τον προμηθευτή, προκειμένου να μην υπάρξει κάποιο κώλυμα στη διεκπεραίωση της με τον αγοραστή, εφόσον είναι πιθανό να υπάρχουν στην παραγγελία αρκετές διαφοροποιήσεις, παραδείγματος χάριν, η αλλαγή στην ποσότητα ενός προϊόντος σε σχέση με την προσφορά. Επιπλέον, κρίνεται απαραίτητη η επιτήρηση της παράδοσης από την πλευρά του τμήματος προμηθειών, ενώ σε περιπτώσεις, όπου υπάρχει καθυστέρηση ή αλλαγή των ημερομηνιών παράδοσης είναι, αντιστοίχως, αναγκαίο να εξασφαλιστεί η παράδοση σύμφωνα με την παραγγελία. Βέβαια, σε αυτό το σημείο

αξίζει να επισημανθεί ότι ο ναυτιλιακός προμηθευτής για να εξασφαλίσει την έγκαιρη παράδοση των προμηθειών πρέπει να είναι σε συνεχή επαφή με τον ναυτιλιακό πράκτορα (agent) που έχει διοριστεί από την ναυτιλιακή εταιρεία, ο οποίος γνωρίζει τους χρόνους άφιξης και παραμονής του πλοίου στο λιμάνι. Σε εξαιρετικά σπάνιες περιπτώσεις, όπου το πλοίο έχει αποπλεύσει πριν την παράδοση της συμφωνηθείσας παραγγελίας, δημιουργούνται τεράστιες αρνητικές συνέπειες τόσο στην ναυτιλιακή εταιρεία, όσο και στον προμηθευτή (Maass et al, 1990).

2.2.3.3.ΣΤΑΔΙΟ 3: ΕΛΕΓΧΟΣ

Το τελικό στάδιο του κύκλου της αγοράς σχετίζεται με την παραλαβή των ληφθέντων προϊόντων και των υπηρεσιών στο πλοίο. Είναι άξιο αναφοράς ότι η καταγραφή και η αποθήκευση των ληφθέντων προϊόντων πρέπει να γίνεται σε εξαιρετικά σύντομο χρονικό διάστημα πάνω στο πλοίο. Πραγματοποιείται αρχικά, ένας πρώτος έλεγχος, κυρίως, στο είδος και στον αριθμό των προϊόντων κατά τη φόρτωση τους. Ένας δεύτερος έλεγχος λαμβάνει χώρα, αμέσως μετά, καθώς κρίνεται απαραίτητος για τα πιο σύνθετα και εξειδικευμένα προϊόντα. Επιπλέον έλεγχοι διεκπεραιώνονται ως προς την ποιότητα των λαμβανομένων προϊόντων και υπηρεσιών, και βοηθούν στην επαλήθευση της παράδοσης, όπως ακριβώς ορίζει η σύμβαση της παράδοσης (delivery note), εφόσον αυτή θεωρείται η βάση για την έγκριση και την πληρωμή των τιμολογίων. Σε περίπτωση που δεν τηρούνται οι κανονισμοί της σύμβασης με κάποιον προμηθευτή, είναι προτιμότερο οι παραδόσεις να καταχωρούνται και να χρησιμοποιούνται ως σημείο αναφοράς για την επιλογή και την έγκριση των προμηθευτών μελλοντικά. Επιπρόσθετα, είναι απαραίτητη η παραλαβή του τιμολογίου από το τμήμα προμηθειών της ναυτιλιακής εταιρείας, όπου πρέπει να ελέγχονται η ορθότητα των τιμών και το συνολικό ποσό σύμφωνα με την παραγγελία (purchase order) και την σύμβαση παράδοσης (delivery note).

Σε τελική ανάλυση, αφού έχουν ελεγχθεί και εγκριθεί τα τιμολόγια από το τμήμα προμηθειών της ναυτιλιακής εταιρείας, ακολουθεί από το λογιστήριο η πληρωμή στους ναυτιλιακούς προμηθευτές το αργότερο μέχρι την ημερομηνία λήξης της προθεσμίας τους. Είναι, ωστόσο, ευθύνη του τμήματος αγορών να τηρεί αρχεία για τις τρέχουσες εγγυήσεις των προϊόντων (Moon and Tikoo, 2002).

Παραπάνω περιγράφηκαν όλα τα βήματα του κύκλου της αγοράς. Είναι σαφές, όμως, ότι το στάδιο της προετοιμασίας είναι περισσότερο απαιτητικό και σημαντικό από στρατηγικής άποψης συγκριτικά με τα στάδια της εκτέλεσης και του ελέγχου και έχει τη μεγαλύτερη επίδραση στο αποτέλεσμα της διαδικασίας των προμηθειών. Τα δύο τελευταία στάδια είναι περισσότερο τυποποιημένα και η επιτυχία τους καθορίζεται κυρίως από το πόσο τα δύο συνεργαζόμενα μέλη (ναυτιλιακή εταιρεία και προμηθευτής) θα τηρήσουν τη συμφωνηθείσα σύμβαση.

Εκτός βέβαια, από το παραπάνω σύστημα που περιγράφηκε και βασίζεται στην αγορά προϊόντων έπειτα από τη ζήτηση τους από το πλοίο, υπάρχουν επιλεγμένα προϊόντα, τα οποία μπορούν να αγοραστούν με βάση τις προγνώσεις από το ιστορικό κάποιας προηγούμενης παραγγελίας. Με βάση τις παραπάνω πληροφορίες, οι στρατηγικές που ακολουθούνται φέρουν τον αγοραστή ως πραγματικά υπεύθυνο για την ορθή παροχή των προϊόντων και των υπηρεσιών με το ελάχιστο δυνατό κόστος για την εταιρεία. Επίσης, πολύ συχνά παρατηρούμε ότι η τιμή και η έγκαιρη παράδοση είναι οι δύο ίσως πιο καθοριστικοί παράγοντες για την αξιολόγηση του τμήματος προμηθειών της ναυτιλιακής εταιρείας. Σε γενικές γραμμές, είναι σημαντικό να επισημάνουμε ότι στην πράξη στο τμήμα προμηθειών υπάρχει λιγότερος χρόνος και λιγότερες ευκαιρίες για να εκτελεστεί σωστά ο στρατηγικός σχεδιασμός για τις δραστηριότητες προμηθειών, αντιθέτως το μεγαλύτερο μέρος του χρόνου δαπανάται στην εκτέλεση των παραγγελιών και εν συνεχεία στον έλεγχο τους (Webster et al, 1972).

2.2.4. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ ΣΤΗΝ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Είναι γεγονός ότι τα τμήματα που ασχολούνται με τις προμήθειες και γενικότερα την ναυτιλιακή αγορά επεξεργάζονται παραδοσιακά ένα μεγάλο όγκο γραφειοκρατίας, καθώς λειτουργούν στο κέντρο των δικτύων επικοινωνίας με τους ναυτιλιακούς προμηθευτές και με άλλα τμήματα της δικής τους οργάνωσης (Gadde και Hakansson, 1994). Αυτές οι επικοινωνίες πραγματοποιούνται με εύκολο τρόπο, τυποποιούνται και καταγράφονται από μια ποικιλία ηλεκτρονικών συστημάτων της αγοράς.

Στο όχι και τόσο μακρινό παρελθόν, η επικοινωνία μεταξύ των εμπορικών εταιρών γίνονταν χειρόγραφα από τους υπαλλήλους, έπειτα σταδιακά χρησιμοποιήθηκαν η γραφομηχανή και το τηλέφωνο (Baily et al, 1994). Πρόσφατα, οι υπολογιστές και τα ηλεκτρονικά δεδομένα που μεταφέρονται από το Διαδίκτυο έχουν αλλάξει τα συστήματα αγορών και των επικοινωνιών. Στο παρελθόν, επίσης, χρησιμοποιούσαν διάφορες κάρτες και χαρτοταινίες για την διεκπεραίωση των παραγγελιών. Ωστόσο σήμερα, όλα αυτά έχουν γίνει εκθέματα σε μουσεία και έχουν αντικατασταθεί από μικρούς επιτραπέζιους υπολογιστές, που συνδέονται με άλλα συστήματα στον παγκόσμιο ιστό. Το λογισμικό παρέχει εφαρμογές που συντελούν στην επεξεργασία κειμένου, στις βάσεις δεδομένων, στα λογιστικά φύλλα, τα οποία χρησιμοποιούνται ευρέως στην ναυτιλιακή αγορά, καθώς και σε όλες τις εργασίες γραφείου.

Καθημερινά στην ναυτιλιακή αγορά και στις συναλλαγές που πραγματοποιούνται δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στους προμηθευτές. Παρατηρούμε, λοιπόν, ότι στην ναυτιλιακή αγορά, για να καλυφθούν οι πολλαπλές, συνεχείς ανάγκες είναι απαραίτητο να πραγματοποιούνται συχνές συναλλαγές μεταξύ ναυτιλιακής εταιρείας και προμηθευτών. Αυτό φαίνεται να συμβάλλει στο γεγονός ότι τα τμήματα προμηθειών

επιλέγουν αρκετές φορές να συνάψουν μακροχρόνια σύμβαση συνεργασίας με κάποιους προμηθευτές.

Τα μέσα και οι διαδικασίες των συναλλαγών στις αγορές διαφέρουν σημαντικά στις επιχειρήσεις. Εν μέρει αυτό αντανακλά στις διαφορές μεταξύ των οργανισμών και των δραστηριοτήτων τους (Groenewegen και Anderson, 1996). Για παράδειγμα, το λιανικό εμπόριο, οι υπεράκτιες υπεργολαβίες, καθώς και η μαζική παραγωγή διαρκών καταναλωτικών αγαθών διαφέρουν τόσο πολύ ως προς την επιλογή των δράσεων στρατηγικής και επομένως χρησιμοποιούν διαφορετικές προσεγγίσεις στην διαδικασία της αγοράς. Επιπρόσθετα, πιθανές παραλλαγές στη διαδικασία της αγοράς μπορούν να οφείλονται σε ατομικές προτιμήσεις, αλλά και στην παράδοση της εταιρείας. Τέλος, αν και είναι εμφανής η βελτίωση που σημειώνεται με τον εκσυγχρονισμό στις διαδικασίες των συναλλαγών προμηθευτών και αγοραστών, παρατηρείται η ύπαρξη σημαντικής διαφοράς μεταξύ των διάφορων αγοραστικών κλάδων (Stanley and Wisner, 2001).

2.2.4.1. ΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΓΟΡΩΝ

Τα συστημάτων των αγορών μπορούν να διαχωριστούν και να εξεταστούν σε τέσσερις κύριες κατηγορίες (Van Weele, 2000). Συγκεκριμένα, διαχωρίζονται στον προγραμματισμό και την ανάλυση, που θεωρούνται στάδια της προετοιμασίας, στην παραγγελία που είναι στάδιο της εκτέλεσης, και τέλος στην ολοκλήρωση της αγοράς που αφορά το τελευταίο στάδιο της, τον έλεγχο.

2.2.4.2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Οι αγορές προέρχονται, συνήθως, από περιοχές εκτός του τμήματος αγορών, δεδομένου ότι η κύρια λειτουργία του τμήματος αγοράς είναι να αγοράσει προϊόντα/ υπηρεσίες για τον υπόλοιπο οργανισμό, εν προκειμένω τη ναυτιλιακή επιχείρηση. Για παράδειγμα, όταν τα αποθέματα στο πλοίο αρχίζουν και μειώνονται ή νέα προγράμματα

λανσάρονται στην ναυτιλιακή επιχείρηση, και ο εξοπλισμός επομένως πρέπει να αντικατασταθεί, τότε το τμήμα προμηθειών πρέπει να είναι ικανό να ανταποκριθεί στις παραπάνω απαιτήσεις της αγοράς. Το τμήμα αγοράς ειδοποιείται για αυτές τις απαιτήσεις μέσω μιας αίτησης αγοράς, ένα έγγραφο που συνήθως εξυπηρετεί τρεις σκοπούς, πρώτον τη ζήτηση και την εξαγορά των απαιτούμενων αγαθών ή υπηρεσιών, δεύτερον την έγκριση των δαπανών, και τρίτον την παροχή ενός αρχείου για τυχόν μελλοντικούς ελέγχους και αναφορές (Trent and Monczka, 1994).

Στο τμήμα προμηθειών, ακόμη, σημειώνονται επαναλαμβανόμενες παραγγελίες και τακτικές αγορές, οι οποίες βοηθούν στην εξοικονόμηση χρόνου και στην εξάλειψη των λαθών κατά τη διάρκεια της παραγγελίας, παρέχοντας μια συνεχή καταγραφή των συναλλαγών στο ιστορικό του τμήματος μέσω των εξελιγμένων τεχνολογικών συστημάτων. Τέλος, στα πλοία γίνεται έλεγχος των αποθεμάτων αρκετά συχνά και κυρίως πριν τη δημιουργία νέας ζήτησης. Αυτό πραγματοποιείται με το σύστημα περιοδικής επανεξέτασης. Επίσης, στο πλοίο υπάρχουν συστήματα προγραμματισμού και ελέγχου των αποθεμάτων, τα οποία διευκολύνουν τη ζήτηση των προϊόντων από το τμήμα προμηθειών, αλλά και από άλλα ναυτιλιακά τμήματα, όπως το τμήμα ασφάλειας της ναυτιλιακής εταιρείας στο οποίο ζητείται εξοπλισμός ασφαλείας του πλοίου ο οποίος είναι υποχρεωτικός σύμφωνα με τους διεθνείς κανονισμούς. Με τη σειρά του το τμήμα προμηθειών διαθέτει κάποιες λίστες, οι οποίες διατηρούνται στο σύστημα του υπολογιστή, και ελέγχουν τις προγραμματισμένες παραγγελίες με τους προμηθευτές, καθώς επίσης και το περιεχόμενο τους. Βέβαια, με την εξέλιξη της τεχνολογίας διευκολύνθηκαν και οι παραγγελίες και οι ζητήσεις συγκεκριμένων προϊόντων, καθώς πολλοί από το προσωπικό των ναυτιλιακών γραφείων, των πλοίων, αλλά και προμηθευτών χρησιμοποιούν τις ηλεκτρονικές ψηφιακές φωτογραφίες και τα ηλεκτρονικά μηνύματα για να ενισχύσουν την περιγραφή και τις προδιαγραφές ενός προϊόντος (Johnson, 2001).

2.2.4.3.ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Το επόμενο στάδιο της συναλλαγματικής αγοράς είναι η ανάλυση και η επιλογή των προμηθευτών. Αυτό μπορεί να είναι μια διαδικασία χωρισμένη σε δύο στάδια, αφενός στην επιλογή του εμπορικού σήματος (brand) ή του κατασκευαστή (maker), και αφετέρου στην επιλογή του προμηθευτή. Είναι πολύ πιθανό, βέβαια, η επιλογή του προμηθευτή να έχει ήδη γίνει στο παρελθόν και να μην χρειαστεί τυχόν επανεξέτασή της. Η απλούστερη κατάσταση της αγοράς είναι η επαναλαμβανόμενη αγορά, όταν, δηλαδή, κάτι έχει πρόσφατα αγοραστεί από έναν προμηθευτή στο μέγιστο ικανοποιητικό βαθμό, τότε το ίδιο προϊόν απαιτείται και πάλι. Η εντολή επανάληψης της αγοράς ίδιου προϊόντος είναι φυσιολογική και η δυνατότητα αλλαγής του δεν είναι πάντοτε αναγκαία. Σε εύλογα χρονικά διαστήματα, όμως, είναι καλή πρακτική οι υπεύθυνοι του τμήματος προμηθειών να επικοινωνούν και με άλλους προμηθευτές και να συγκρίνουν ποια είναι η καλύτερη προσφορά, ακόμη και αν αυτή του υφιστάμενου προμηθευτή φαίνεται ελκυστική και ικανοποιητική (Brynhildsvoll and Abrahamsen, 2002).

Η πιο ενδιαφέρουσα κατάσταση στη διαδικασία της αγοράς είναι όταν κάτι αγοράζεται για πρώτη φορά. Στη συγκεκριμένη διαδικασία ουσιαστικό ρόλο διαδραματίζει η τεχνογνωσία του προμηθευτή. Στη διαδικασία επιλογής του νέου προμηθευτή συνήθως εμπλέκονται εκτός από το τμήμα προμηθειών και άλλα τμήματα της ναυτιλιακής εταιρείας, όπως το τεχνικό τμήμα. Ειδικότερα, η διαδικασία επιλογής ξεκινά με την αποστολή ενός αιτήματος για προσφορά σε ένα σύντομο κατάλογο των προκριθέντων προμηθευτών. Το παραπάνω αίτημα δίνει πλήρη στοιχεία ως προς τις προδιαγραφές, την ποσότητα, τους όρους της σύμβασης και την ημερομηνία που απαιτούνται τα προϊόντα, και ζητά από τον παραλήπτη να προσφέρει μια ενδεικτική τιμή για τις ζητήσεις των προϊόντων της παραγγελίας. Για τη δημιουργία αυτού του περιορισμένου καταλόγου των προμηθευτών, οι υπάλληλοι του τμήματος προμηθειών χρησιμοποιούν τη δική τους εμπορική γνώση και εμπειρία, καθώς επίσης και την εμπειρία των συναδέλφων τους από άλλα τμήματα. Επιπλέον, μπορεί να ενημερώνονται από καταλόγους του Διαδικτύου, ενώ υπάρχουν ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων που

παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την περιγραφή του προϊόντος, των προμηθευτών και τη διαθεσιμότητα τους, με το πλεονέκτημα ότι τα στοιχεία αυτά μπορούν να ενημερώνονται σε καθημερινή βάση. Πρόκειται για τεχνικές βιβλιοθήκες που περιλαμβάνουν τους καταλόγους των προϊόντων και άλλες πληροφορίες χρήσιμες για την εύρεση πηγών εφοδιασμού. Ωστόσο, αρκετές φορές αυτές οι πηγές πληροφόρησης ενός μακρύ κατάλογου των πιθανών προμηθευτών, δεν περιλαμβάνουν πληροφορίες για την ικανότητα της ποιότητας, την οικονομική κατάσταση, τις καλύτερες επιδόσεις, και αν η επιχείρηση κάποιου προμηθευτή είναι σε θέση να διεκπεραιώσει τις ζητούμενες υπηρεσίες εντός της περιόδου που απαιτείται. Η συνήθης διαδικασία είναι το τμήμα προμηθειών να στείλει στις επιχειρήσεις μια προκαταρκτική έρευνα, γνωστή ως αίτηση παροχής πληροφοριών (Request For Information: RFI), ή ερωτηματολόγιο προεπιλογής. Μέσω αυτής της διαδικασίας το τμήμα προμηθειών ζητά με συντομία από τους προμηθευτές να απαντήσουν σε κάποιες ερωτήσεις, από τις οποίες θα κατανοήσουν κατά πόσο αυτοί είναι ικανοί και πρόθυμοι να παραθέσουν και να δώσουν τις πληροφορίες που απαιτούνται για να προετοιμαστεί μια σύντομη λίστα. Η αίτηση για προσφορά (Request For Quotation RFQ) ή φόρμα, η οποία αποστέλλεται σε έναν περιορισμένο κατάλογο επιχειρήσεων, είναι βασικά επιστολόχαρτο του αγοραστή με ένα τυποποιημένο κείμενο εκτυπωμένο από πριν, έτσι ώστε να εξοικονομηθεί χρόνος, και απλώς καλεί συχνά τον παραλήπτη να υποβάλει προσφορά για τα προϊόντα ή τις εργασίες που μπορεί να προσφέρει. Στην αίτηση για προσφορά μπορεί να ζητηθεί ακόμη από τους προμηθευτές να υποστηρίξουν την προσφορά τους με μια λεπτομερή ανάλυση κόστους.

Κατά την επιλογή των προμηθευτών για αγορές επανάληψης, όπου αρκετοί προεπιλεγμένοι προμηθευτές είναι διαθέσιμοι, ο αγοραστής μέσω της βαθμολόγησης προμηθευτών παρέχει έναν τρόπο με τον οποίο αξιολογεί, οργανώνει και έπειτα παρουσιάζει πληροφορίες για τις επιδόσεις του κάθε προμηθευτή. Αξίζει να σημειωθεί ότι δεν πρέπει οι αγοραστές να οδηγούνται συνεχώς στην επιλογή των ίδιων προμηθευτών, διότι μία ή και περισσότερες καλές επιδόσεις ενός προμηθευτή στο παρελθόν δεν εγγυάται ότι θα παραμείνει το ίδιο αποδοτικός σε μελλοντικές συνεργασίες, καθώς οι διοικήσεις αλλάζουν, νέα προϊόντα αναπτύσσονται και νέοι

ανταγωνιστές εμφανίζονται στην αγορά. Συνεπώς, οι αγοραστές πρέπει όχι μόνο να λαμβάνουν υπόψη τις προηγούμενες επιδόσεις των προμηθευτών τους, αλλά και να ενημερώνονται διαρκώς για τις μελλοντικές εξελίξεις που σημειώνουν οι προμηθευτές, και κατ' επέκταση η ναυτιλιακή αγορά (Dempsey, 1978).

2.2.4.4. ΣΥΜΒΑΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

Έχοντας, λοιπόν, επιλέξει προμηθευτή το τμήμα προμηθειών της ναυτιλιακής επιχείρησης και αφού έχουν συμφωνηθεί οι λεπτομέρειες, το επόμενο στάδιο είναι να δοθεί η παραγγελία. Μια παραγγελία αποτελεί μια εντολή για την παροχή αγαθών ή την εκτέλεση εργασιών. Ακόμη, η παραγγελία δεν είναι κατ' αρχήν το ίδιο πράγμα με τη σύμβαση. Συνεπώς, η παραγγελία ορίζεται ως μια επιχειρηματική συμφωνία για την προμήθεια αγαθών ή υπηρεσιών με αντάλλαγμα την πληρωμή τους. Οι συμβάσεις υπόκεινται στο δίκαιο των συμβάσεων, τη διεθνή δικαιοδοσία και σε ειδικούς όρους και συνθήκες που συμφωνήθηκαν από τα συμβαλλόμενα μέλη.

Σε πολλές περιπτώσεις, ένα ενιαίο έγγραφο, το δελτίο παραγγελίας, ενσωματώνει τόσο την παραγγελία, όσο και τις λεπτομέρειες της σύμβασης. Η συνήθης πρακτική είναι ότι όλες οι αγορές, εκτός κάποιων ειδικών εξαιρέσεων, πρέπει να γίνονται μέσω του επίσημου δελτίου παραγγελίας. Αυτό γίνεται για πρακτικούς και για νομικούς λόγους. Ο σκοπός του επίσημου δελτίου παραγγελίας είναι να καθορίσει με σαφήνεια τους όρους της συμφωνίας που έχουν δεσμευθεί να αποδεχθούν ναυτιλιακή επιχείρηση και προμηθευτής, το ποσό που καλείται να πληρώσει η ναυτιλιακή εταιρεία και να αποτρέψει την εμφάνιση αθέμιτων εμπορικών πρακτικών. Οι προμηθευτές λαμβάνουν γνώση του συγκεκριμένου κανόνα και τον τηρούν προχωρώντας συνήθως στην εκτύπωση της φόρμας παραγγελίας και αναγράφοντας τον αριθμό της παραγγελίας στα τιμολόγια που εκδίδουν. Το προσωπικό υποδοχής εμπορευμάτων του πλοίου έχει την εντολή να μην αποδεχθεί τα εμπορεύματα, τα οποία παραδίδονται χωρίς επίσημο αριθμό παραγγελίας.

Το έντυπο παραγγελίας αποτελεί μέρος της σύμβασης. Αυτό είναι συνήθως ένα πολυμερές έντυπο με αντίγραφα για τον προμηθευτή, το λογιστήριο, το τμήμα προμηθειών και το πλοίο που λαμβάνει την παραγγελία. Το αντίγραφο της παραγγελίας που στέλνεται στον προμηθευτή σημειώνεται ως επιβεβαίωση της παραγγελίας (order confirmation). Ο προμηθευτής με τη σειρά του στέλνει την απόδειξη ως επιβεβαίωση της παραγγελίας (order confirmation acknowledgement) για να δείξει ότι η παραγγελία έχει παραληφθεί και έχει γίνει δεκτή σύμφωνα με την τιμή, τους όρους και τις προϋποθέσεις που αναφέρονται στην παραγγελία. Ορισμένοι προμηθευτές είναι απρόθυμοι να αποδεχτούν όσα αναγράφονται στην παραγγελία και σε αυτή την περίπτωση το τμήμα προμηθειών πρέπει να επανεξετάσει την παραγγελία του και ίσως να χρειαστεί να τροποποιήσει κάποιους όρους.

Για παράδειγμα, η ναυτιλιακή εταιρεία μπορεί να αναγράφει στους όρους πληρωμής πίστωση σε διάστημα τριών μηνών από την παράδοση των αγαθών στο καράβι, ενώ ο προμηθευτής να επιθυμεί πίστωση δύο μηνών ή και ακόμη προπληρωμή (prepayment) ή πληρωμή κατά την παράδοση των προϊόντων (payment cash upon delivery). Τονίζεται όμως ότι η προπληρωμή συνήθως απαιτείται από τον προμηθευτή σε περιπτώσεις όπου συνεργάζεται για πρώτη φορά με την ναυτιλιακή εταιρεία. Ιδίως στην περίπτωση των μεγάλων συμβάσεων, είναι σημαντικό να διαπιστωθεί ότι και οι δύο πλευρές συμφώνησαν σε όλα τα σημεία και στις ρήτρες του τέθηκαν (Jane's Merchant Ships, 2004).

2.2.4.5.ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

Το τελικό στάδιο ολοκλήρωσης μιας συναλλαγής αγοράς συμβαίνει, όταν το έργο ολοκληρωθεί με την παράδοση των αγαθών στο πλοίο, την αποδοχή τους από το πλήρωμα και, τέλος, την πληρωμή του προμηθευτή από την ναυτιλιακή εταιρεία. Αξίζει να σημειωθεί ότι το τμήμα προμηθειών δεν φέρει την αποκλειστική ευθύνη για το

στάδιο της ολοκλήρωσης, καθώς δεν είναι αυτό που διενεργεί ολοκληρωτικά τη διαδικασία της παραγγελίας αλλά ο ναυτιλιακός προμηθευτής. Ωστόσο, το τμήμα προμηθειών θα πρέπει να ενημερώνεται για τις παραλαβές των προϊόντων από το πλοίο και την ποιότητα τους σύμφωνα με τις απόψεις του πληρώματος και σύμφωνα με τους ελέγχους εκπροσώπων του τμήματος προμηθειών στα πλοία ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Επιπλέον, το τμήμα προμηθειών πρέπει να επικοινωνεί με τους προμηθευτές για τις αποκλίσεις στην τιμή και στην ποσότητα κάποιων προϊόντων, ακόμη να ελέγχει, ερευνά και να αντιμετωπίζει τυχόν απορρίψεις (rejections) κάποιων προϊόντων από το πλήρωμα που μπορεί να προκύψουν.

Επιπρόσθετα, το τμήμα προμηθειών πρέπει να αξιολογεί τις επιδόσεις ενός προμηθευτή για μελλοντική χρήση, στην περίπτωση των απλών ή και τροποποιημένων επαναλαμβανόμενων αγορών, όπως αναφέρθηκε. Αυτό που απαιτείται είναι αδιάσειστα στοιχεία και όχι υποκειμενικές εντυπώσεις για το εάν η εκτέλεση των αρμοδιοτήτων του προμηθευτή υπήρξε ικανοποιητική όσον αφορά την τιμή, την παράδοση, την εξυπηρέτηση και την ποιότητα. Η επίδοση, λοιπόν, του προμηθευτή θα πρέπει να καταγράφεται στα αρχεία του τμήματος, προκειμένου τα συγκεκριμένα στοιχεία να είναι προσβάσιμα και εύχρηστα την επόμενη φορά που θα παρθεί η απόφαση για μια νέα παραγγελία στην αγορά (Porter, 1990).

Η γραφειοκρατία που σχετίζεται με το στάδιο της ολοκλήρωσης ξεκινά, συνήθως, με ένα δελτίο που λαμβάνει το τμήμα προμηθειών ενημερώνοντας ότι τα εμπορεύματα έχουν αποσταλεί στον μεταφορέα (forwarder). Επίσης, ο μεταφορέας κοιτάζει και σημειώνει για να δει αν υπάρχουν παραγγελίες που δεν του έχουν παραδοθεί στο καθορισμένο χρονικό διάστημα από την ναυτιλιακή εταιρεία και αμέσως επικοινωνεί με τους προμηθευτές ώστε να επισπεύσουν την παράδοση τους. Μερικές φορές ένα επιπλέον έγγραφο περιλαμβάνεται στην συσκευασία των προϊόντων με την ένδειξη " Σημείωση περιεχόμενο " (contents note) όπως συμβαίνει στην περίπτωση των φαρμάκων ή κάποιων επικίνδυνων προϊόντων (hazardous items) όπως τα εύφλεκτα υλικά.

Ένα άλλο έγγραφο που χρησιμοποιείται είναι το δελτίο αποστολής (delivery note) που μεταφέρει πληροφορίες σχετικά με την αποστολή των εμπορευμάτων και βάση αυτού ο προμηθευτής εκδίδει το τιμολόγιο του. Ορισμένες εταιρείες συμπεριλαμβάνουν το δελτίο αποστολής στο τιμολόγιο που εκδίδουν, αν και η τιμή των προϊόντων υπό κανονικές προϋποθέσεις, δεν αναγράφεται στο δελτίο αποστολής. Το δελτίο αποστολής περιέχει τον αριθμό εντολής παραγγελίας, την ημερομηνία της αποστολής, την ποσότητα και την περιγραφή των εμπορευμάτων, τον τρόπο που είναι συσκευασμένα, τον αριθμό των δεμάτων και τον τρόπο μεταφοράς. Σε πολλές περιπτώσεις, περιλαμβάνει, επίσης, οδηγίες σχετικά με τη διαδικασία που θα πρέπει να ληφθούν τα εμπορεύματα όταν αυτά είναι εύθραυστα. Ο πλοίαρχος κατά την παραλαβή των προϊόντων πρέπει να σφραγίσει και να υπογράψει το δελτίο αποστολής. Αυτό αποτελεί απόδειξη για το τμήμα προμηθειών ότι τα πλοία παράλαβε τα αναγραφόμενα είδη, ώστε να προχωρήσει στην πληρωμή του προμηθευτή.

Για την παραλαβή των προϊόντων πρέπει επίσης να λαμβάνεται υπόψη το χρονικό πλαίσιο που επιτρέπεται για τις εργασίες φόρτωσης και ελέγχου. Συχνά παρατηρούμε ότι υπάρχουν αγαθά που πρέπει να ελέγχονται και εν συνεχεία να τοποθετούνται σε καθορισμένους χώρους αποθήκευσης προ του απόπλου του πλοίου. Όλες οι εργασίες θα πρέπει να είναι καλά σχεδιασμένες εκ των προτέρων, από τις χερσαίες μεταφορές μέχρι το σημείο φόρτωσης κατά μήκος της πλευράς του πλοίου. Ο έλεγχος των προϊόντων για την ποσότητα, την περιγραφή και την ποιότητα τους έναντι των προδιαγραφών που καθορίζονται στην εντολή της παραγγελίας είναι μια σημαντική εργασία που πρέπει να κάνει το πλήρωμα. Τυχόν διαφορές θα πρέπει να σημειωθούν για την ενημέρωση του τμήματος προμηθειών. Τα προϊόντα που έλαβε το αρμόδιο προσωπικό στο πλοίο, στη συνέχεια συγκρίνονται από το τμήμα προμηθειών με το δελτίο αποστολής και το τιμολόγιο του προμηθευτή καθώς και με τη σχετική εντολή αγοράς (Nydick and Hill, 1992).

2.2.4.6. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ

Πλέον λόγω της τεχνολογικής ανάπτυξης η επικοινωνία αγοραστή και προμηθευτή συμπεριλαμβάνει τις παραγγελίες, τα χρονοδιαγράμματα και τα τιμολόγια, τα οποία αποστέλλονται απευθείας από υπολογιστή σε υπολογιστή και όχι ταχυδρομικώς (Applegate, McFarlan and McKenney, 1999). Συνεπώς, παρατηρούμε την αντικατάσταση της ανταλλαγής εγγράφων από την ηλεκτρονική επιχείρηση. Ηλεκτρονική επιχείρηση είναι η μεταφορά των δεδομένων από έναν υπολογιστή σε έναν άλλο με ηλεκτρονικά μέσα, χρησιμοποιώντας συμφωνημένα πρότυπα. Οι βασικοί τύποι δεδομένων που διαβιβάζονται είναι ο εμπορικός, που περιλαμβάνει την ηλεκτρονική ζήτηση, την παραγγελία και τις οδηγίες παράδοσης, ο τεχνικός τύπος που σχετίζεται με τις προδιαγραφές του προϊόντος και η νομισματική μέθοδος που αφορά τραπεζικά συστήματα για ηλεκτρονική μεταφορά χρημάτων.

Με την τεχνολογική ανάπτυξη και τα νέα μέσα τεχνολογίας είναι, λοιπόν, εμφανής η αλλαγή στα συστήματα πληρωμής. Ειδικότερα, με τα νέα συστήματα πώλησης ο πελάτης έχει τη δυνατότητα να πληρώσει για αγαθά μέσω πιστωτικής κάρτας, η οποία ελέγχεται στο ταμείο. Τέτοιου είδους συναλλαγές γίνεται σε δευτερόλεπτα. Τα κεφάλαια μεταφέρονται από το πιστωτικό λογαριασμό του αγοραστή στο λογαριασμό του προμηθευτή, είτε αμέσως είτε σε μια νύχτα. Ένα άλλο πλεονέκτημα είναι ότι όσοι συμμετέχουν σε ολόκληρη την αλυσίδα εφοδιασμού μοιράζονται άμεσα πληροφορίες για τις πωλήσεις και τα προϊόντα σε απόθεμα. Σχετικά με την εύρεση των προϊόντων πριν την διενέργεια της αγοράς, οι υπάλληλοι του τμήματος προμηθειών μπορούν να αναζητήσουν τα αγαθά μέσω συγκεκριμένων πληροφοριών που είναι ευρέως διαθέσιμες στο διαδίκτυο από τις βάσεις δεδομένων. Η αναζήτηση γίνεται συνήθως είτε μέσω της αναφοράς του προϊόντος είτε με την περιγραφή αυτού, έχοντας επιπλέον τη δυνατότητα να συλλέξουν πληροφορίες για την τιμή και τη διαθεσιμότητα του (Applegate, McFarlan and McKenney, 1999).

2.2.4.7. ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΑΠΟΓΡΑΦΗ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Η σωστή πληροφόρηση για τα προϊόντα που βρίσκονται σε απόθεμα στο πλοίο αποτελεί τη βάση για ένα υγιές σύστημα απογραφής εμπορευμάτων και την ακόλουθη αναπλήρωση (ανεφοδιασμό) αυτών που βρίσκονται σε έλλειψη. Για το σκοπό αυτό χρησιμοποιούνται στα τμήματα προμηθειών σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα (βάσεις δεδομένων) που έχουν εξειδικευμένες ενότητες για την καταγραφή εμπορευμάτων και την παραγωγή παραγγελιών και λειτουργούν με προκαθορισμένες παραμέτρους. Σε περίπτωση που εισαχθούν λανθασμένες παράμετροι στο σύστημα μπορούν να προκληθεί δυσλειτουργία τόσο στην ποσότητα της παραγγελίας, όσο και στο χρόνο παράδοσης (Porter, 1990).

2.2.4.8. ΕΓΚΡΙΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ

Λόγω των διαφορών στην κουλτούρα, στυλ της διαχείρισης και της εκπαίδευσης, οι επιχειρήσεις λειτουργούν με μεγάλη διαφορά ως προς τον τρόπο οργάνωσης του τμήματος προμηθειών. Σε μικρές ναυτιλιακές επιχειρήσεις οι περισσότεροι εργαζόμενοι πρέπει να καλύπτουν περισσότερες από μία περιοχές ευθύνης, ενώ οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις διαθέτουν συνήθως πιο εξειδικευμένο προσωπικό. Το ποσό που μπορεί κάποιος να δαπανήσει για κάθε παραγγελία, και η διαδικασία που πρέπει να πραγματοποιηθεί, εξαρτάται από τη θέση που κατέχει το μέλος αυτό στην εταιρεία, την οργανωτική δομή και τους κανονισμούς της ίδιας. Επειδή σε μια ναυτιλιακή επιχείρηση υπάρχουν πολλοί άνθρωποι με διαφορετικές αρμοδιότητες, εξουσία και γνώση που εμπλέκονται στη διεκπεραίωση μιας παραγγελίας υπάρχει συνήθως ένα μόνο αρμόδιο πρόσωπο το οποίο δίνει την έγκριση (υπογραφή) και εντολή για να προχωρήσει η παραγγελία. Για την πραγματοποίηση των παραγγελιών οι περισσότερες ναυτιλιακές εταιρείες αναπτύσσουν τα όρια του προϋπολογισμού, δηλαδή όταν το ποσό της τάξης

υπερβαίνει ένα καθορισμένο ποσό, το αρμόδιο άτομο πρέπει να υπογράψει την εντολή. Υπάρχουν συνήθως τρία επίπεδα, μικρές παραγγελίες μέχρι περίπου 1000 ευρώ, μεσαίες παραγγελίες στο εύρος των 1000 μέχρι των 15.000 ευρώ και μεγάλες παραγγελίες με όριο άνω των € 15.000. Η έγκριση των μεγάλων παραγγελιών συνήθως απαιτεί την υπογραφή από τον Διευθύνοντα Σύμβουλο (CEO) της ναυτιλιακής επιχείρησης ενώ για τις μικρότερες παραγγελίες αρκεί η υπογραφή του διευθυντή του τμήματος προμηθειών (Brynhildsvoll and Abrahamsen, 2002).

2.2.4.9.ΚΑΤΑΛΛΗΛΑ ΑΡΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ

2.2.4.9.1.ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑΣ

Τα πιο σημαντικά έγγραφα είναι οι παραγγελίες των προϊόντων και τα έγγραφα επιβεβαίωσης της παραγγελίας από τον προμηθευτή. Τα δύο αυτά έγγραφα και το δελτίο παράδοσης αποτελούν τη σύμβαση μεταξύ του προμηθευτή και της ναυτιλιακής εταιρείας που συμμετέχουν στην ανταλλαγή, και αντιπροσωπεύουν την κοινή συμφωνία σχετικά με το τι πρόκειται να παραδοθεί και το τι πρέπει να πληρωθεί. Κανονικά αυτά τα έγγραφα θα πρέπει να είναι διαθέσιμα σε ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων, παρ'όλα αυτά, εξακολουθεί να είναι πιο συχνή η αποθήκευση τους σε ένα σύστημα αρχείων (Brynhildsvoll and Abrahamsen, 2002).

2.2.4.9.2.ΕΠΙΒΕΒΑΙΩΣΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ

Οι παραδόσεις ελέγχονται για την ποσότητα και την ποιότητα σύμφωνα με την παραγγελία και το δελτίο του προμηθευτή. Τυχόν αποκλίσεις από το δελτίο, διαφορές και ζημιές πρέπει να καταγράφονται. Έπειτα από τον έλεγχο των αγαθών, ο ελεγκτής (συνήθως ο καπετάνιος ή ο υποπλοίαρχος) υπογράφει και σφραγίζει το δελτίο του

προμηθευτή (delivery note) για την πιστοποίηση της σωστής παράδοσης στο πλοίο (Brynhildsvoll and Abrahamsen, 2002).

2.2.4.9.3. ΑΠΟΡΡΙΨΗ ΤΩΝ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ

Όταν πρέπει να απορριφθούν προϊόντα, ο προμηθευτής πρέπει να ενημερώνεται αμέσως για την ποσότητα τους και τον λόγο απόρριψής τους. Ανάλογα με το είδος και την αιτία του αποκλεισμού τους, οι διαπραγματεύσεις μεταξύ αγοραστή και πωλητή μπορεί να οδηγήσουν σε διάφορες μεθόδους διάθεσης. Τα εμπορεύματα μπορεί να επιστραφούν στον προμηθευτή για πλήρη πίστωση, είτε για διόρθωση στο εργοστάσιο του προμηθευτή, είτε τέλος μπορούν να διορθωθούν στο καράβι από το πλήρωμα ή από κάποιο τεχνικό του προμηθευτή ο οποίος είναι παρών. Άλλες δυνατότητες περιλαμβάνουν την αποδοχή του προϊόντος με μειωμένη τιμή χρέωσης για την ναυτιλιακή εταιρεία. Τα εμπορεύματα που απορρίφθηκαν από τον αγοραστή είναι ιδιοκτησία του πωλητή, ως εκ τούτου, καμία εργασία δεν επιτρέπεται να γίνει σε αυτά χωρίς τη συγκατάθεση του πωλητή. Όταν τα αγαθά απορρίπτονται, ένα χρεωστικό σημείωμα (debit note) πρέπει να συνοδεύει το δελτίο αποστολής (dispatch note) στον προμηθευτή. Οι παραδόσεις που υπερβαίνουν την ποσότητα που έχει παραγγελθεί από το τμήμα προμηθειών, ή παραδόσεις προϊόντων ανώτερης ποιότητας και αξίας θα πρέπει επίσης να γνωστοποιούνται στον προμηθευτή και η αποδοχή αυτών των προϊόντων υπόκειται σε συμφωνία μεταξύ των δύο μερών (ναυτιλιακής εταιρείας και προμηθευτή) (Axelsson et al, 2005).

3.ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η επιλογή προμηθευτών θεωρείται μία από τις κύριες διαδικασίες των τμημάτων προμηθειών. Έχει παρατηρηθεί ότι η υψηλή ποιότητα των προσφερόμενων αγαθών και υπηρεσιών, ο έγκαιρος χρόνος παράδοσής τους, και οι ανταγωνιστικές τιμές τους, αποτελούν παραδοσιακά τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή ενός προμηθευτή από τους αγοραστές (Mandal και Deschmukh, 1994). Σύμφωνα με τον

Giunipero (1993), για την εύρεση των προμηθευτών χρησιμοποιούνται κάποιες πηγές, όπως το Διαδίκτυο, οι ηλεκτρονικές σελίδες προμηθευτών, οι πωλητές, οι επαγγελματικές επαφές, οι εμπορικές εκθέσεις, οι κατάλογοι των προμηθευτών, και οι παλιότερες καταχωρήσεις αγορών (συνεργασίες). Έπειτα από την εύρεση των προμηθευτών, οι αγοραστές καλούνται να επιλέξουν μεταξύ πολλαπλών ή αποκλειστικών πηγών προμηθειών. Αν και στο παρελθόν, έτεινε να επικρατήσει η τακτική επιλογής πολλαπλών πηγών προμηθευτών, σήμερα είναι γενικώς αποδεκτό ότι καμία από τις προαναφερθείσες μεθόδους δεν επικρατεί υπέρ της άλλης, καθώς η απόφαση εξαρτάται από παράγοντες, όπως ο συγκεκριμένος αγοραστής και προμηθευτής στην συγκεκριμένη χρονική στιγμή, η αγοραστική διαδικασία, το κόστος και η τοποθεσία παράδοσης των προμηθειών (Lysons, 1996). Σύμφωνα με τον Chau (2006) και οι δύο μορφές επιλογής προμηθευτών παρουσιάζουν μια σειρά από πλεονεκτήματα που τις καθιστά ουσιώδεις. Ειδικότερα, προτέρημα θεωρείται η δυνατότητα επιλογής περισσότερων προμηθευτών σε περίπτωση αδυναμίας έγκαιρης παροχής προϊόντων και υπηρεσιών από έναν και μόνο προμηθευτή. Επιπλέον, θετικό στοιχείο αυτής της επιλογής αποτελεί το γεγονός ότι οι αγοραστές μπορούν να αποσπάσουν οικονομικότερες προσφορές, λόγω της ύπαρξης έντονου ανταγωνισμού μεταξύ των προμηθευτών. Τέλος, οι περισσότεροι προμηθευτές παρέχουν ευρύτερη γνώση και κατ' επέκταση εξειδίκευση, και μπορούν να ανταποκριθούν καλύτερα σε μη αναμενόμενες πιθανές διακυμάνσεις των ποσοτήτων των προϊόντων που ζητήθηκαν από τους αγοραστές. Από την άλλη πλευρά στα πλεονεκτήματα της επιλογής ενός αποκλειστικού προμηθευτή συγκαταλέγονται οι μεγαλύτερες οικονομίες κλίμακας, καθώς επίσης και η μεγαλύτερη εμπιστευτικότητα, και η καλύτερη επικοινωνία μεταξύ των δύο συνεργαζόμενων μερών, που με τη σειρά τους αυξάνουν τις πιθανότητες για τη διασφάλιση υψηλής ποιότητας των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών (Zhang et al, 2003).

3.1.ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΑΔΙΑ ΔΙΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΚΑΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Στη συγκεκριμένη ενότητα γίνεται μια απόπειρα συνοπτικής συλλογής των σημαντικότερων βημάτων μιας ουσιαστικής και αποτελεσματικής διεργασίας αξιολόγησης, επιλογής προμηθευτών στις ναυτιλιακές επιχειρήσεις, καθώς επίσης και προσδιορισμού των παραγόντων που θα συντελέσουν στην επιτυχή και αίσια έκβαση του κάθε σταδίου.

Πρώτο Στάδιο: Σχεδιάζοντας την πολιτική προμηθειών

Ως εναρκτήριο και βασικό στάδιο πριν τη διεξαγωγή της αξιολόγησης, επιλογής των προμηθευτών χαρακτηρίζεται ο καθορισμός της πολιτικής προμηθειών. Το στάδιο αυτό περιλαμβάνει το πλαίσιο της διεργασίας, τη φιλοσοφία και τις βασικές αρχές της εταιρείας, προκειμένου να οικοδομηθεί μια κοινή βάση έναρξης και ανάπτυξης της διεργασίας αξιολόγησης και επιλογής προμηθευτών.

Δεύτερο Στάδιο: Δημιουργώντας τη βέλτιστη λίστα επιλογής προμηθευτών

Πρωταρχικός στόχος για κάθε ναυτιλιακή εταιρεία θεωρείται η εύστοχη επιλογή ναυτιλιακών προμηθευτών, η οποία βασίζεται σε ορισμένα χαρακτηριστικά που την καθιστούν πιο αξιόπιστη, όπως για παράδειγμα ο αριθμός των προμηθευτών και η σχέση τους με την ναυτιλιακή επιχείρηση (Johnson, 2001). Είναι γεγονός ότι πλείονες ναυτιλιακές επιχειρήσεις επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν τους προμηθευτές εκείνους με τους οποίους έχουν συνεργαστεί και παλιότερα μετριάζοντας έτσι επικείμενους κινδύνους που δυνητικά υπάρχουν σε μια νέα συνεργασία. Η ήδη υπάρχουσα συνεργασία βασίζεται σε μια σχέση εμπιστοσύνης του προμηθευτή και της εταιρείας, εφόσον κυριαρχεί η εμπειρία και η γνώση του προμηθευτή για ευρύτερη ποιοτική

απόδοση. Ωστόσο, παρατηρείται μια συνεχόμενη μεταβολή των συνθηκών της αγοράς, όπου νέα προϊόντα, νέες υπηρεσίες και νέοι προμηθευτές προκύπτουν. Έκδηλο είναι, όμως, ότι ελλοχεύει ο κίνδυνος ελλιπούς παροχής υπηρεσιών από τους προμηθευτές, καθώς οι κατάλογοι τους συχνά παρουσιάζουν ελλείψεις, με αποτέλεσμα να περιορίζονται και τα επόμενα στάδια της διαδικασίας της αξιολόγησης. Συνεπώς, απαραίτητη θεωρείται η επανεξέταση του καταλόγου των ήδη επιλεγμένων προμηθευτών, καθώς επίσης και η διηλεκτική έρευνα αγοράς.

Τρίτο Στάδιο: Αξιολογώντας τους πιθανούς προμηθευτές

Έπειτα από το στάδιο σύνταξης ενός καταλόγου ή μιας λίστας εν δυνάμει επιλεγμένων προμηθευτών, ακολουθεί το στάδιο της αξιολόγησης προκειμένου να κατοχυρωθεί ότι η εταιρεία επιλέγει τους προμηθευτές εκείνους που κρίνει ότι διαθέτουν άμεση και συνεχή παροχή του προϊόντος και των υπηρεσιών στην προδιαγεγραμμένη ποιότητα και ποσότητα που επιθυμεί η ναυτιλιακή επιχείρηση. Η διαδικασία της αξιολόγησης θα πρέπει να εφαρμόζεται είτε στους προμηθευτές προϋπάρχουσας συνεργασίας είτε στους υποψήφιους προμηθευτές.

Τέταρτο Στάδιο: Επιλέγοντας τους προμηθευτές

Το συγκεκριμένο στάδιο αποτελεί κύριο στάδιο συνέχειας της διεργασίας της αξιολόγησης, εφόσον οι αρμόδιοι είναι υπόχρεοι να επιλέξουν μεταξύ των προμηθευτών που έχουν ήδη αξιολογηθεί και εγκριθεί. Ειδικότερα, πρέπει να επιλέξουν εκείνους που θεωρούν ικανούς να προχωρήσουν στην προμήθεια προϊόντων και την παροχή υπηρεσιών ανάλογα με τις απαιτήσεις της εταιρείας, προδιαγράφοντας αρχικά τον τρόπο διεργασίας της αξιολόγησης. Αξίζει να αναφερθεί ότι βασικό κριτήριο αξιολόγησης αποτελεί η καλύτερη βαθμολογία που θα αποσπάσει ο προμηθευτής έπειτα από την αξιολόγηση, η οποία θα υλοποιηθεί με τη χρήση τόσο των ποιοτικών, όσο και των ποσοτικών κριτηρίων επιλογής. Επιπλέον, κριτήριο επιλογής αποτελεί και η προσφορά με τη χαμηλότερη τιμή, για τους εγκεκριμένους προμηθευτές. Ακόμη, η τελική απόφαση των αρμοδίων εξαρτάται και επηρεάζεται αναμφισβήτητα από την

εμπειρία κάποιας προϋπάρχουσας συνεργασίας και από τη φήμη του προμηθευτή στην αγορά. Για την τέλεση, λοιπόν, αυτού του σταδίου απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή στη στάση που θα διατηρήσουν οι αρμόδιοι έναντι των προμηθευτών, καθώς θα πρέπει να λειτουργούν με αντικειμενικότητα και αμεροληψία, εφαρμόζοντας εν συνεχεία και τη διαρκή επαναξιολόγηση στους προμηθευτές.

Πέμπτο Στάδιο: Επαναξιολογώντας τους προμηθευτές

Σύμφωνα με το προαναφερθέν στάδιο της επιλογής των προμηθευτών είναι αναγκαίο το στάδιο της επαναξιολόγησης τους ανά τακτά χρονικά διαστήματα. Κύριος στόχος αυτής της διαδικασίας θεωρείται η εμφάνιση που πρέπει να δίνεται στην αξιολόγηση της απόδοσης των επιλεγμένων προμηθευτών κάποιας συνεργασίας. Η επαναξιολόγηση τελείται με τα ίδια ακριβώς κριτήρια, εργαλεία και μεθόδους που χρησιμοποιούνται και στο στάδιο της απλής αξιολόγησης. Ωστόσο, η βαρύτητα δίνεται κυρίως στην αποδοτικότητα του προμηθευτή και στην ευχέρειά του να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις και σε τυχόν προβλήματα που μπορεί να προκύψουν, ικανοποιώντας τους αρμόδιους και διατηρώντας μαζί τους καλή επικοινωνία. Απαραίτητη προϋπόθεση της επαναξιολόγησης αποτελεί η συλλογή στοιχείων που αποδεικνύουν ότι η συνεργασία με τους προμηθευτές είναι συστηματική και τηρούνται τα ατομικά τους αρχεία. Επαναξιολόγηση πρέπει να γίνεται και στους προμηθευτές εκείνους που βρίσκονται στους καταλόγους της εταιρείας ως υποψήφιοι, ακόμη κι αν δεν υπήρξε συνεργασία μαζί τους στα πλαίσια ενός αξιοκρατικού συστήματος.

Έκτο Στάδιο: Παρατηρώντας την ανάπτυξη των προμηθευτών

Παρατηρείται ότι ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις επιλέγουν ένα συγκεκριμένο και μικρό αριθμό προμηθευτών διατηρώντας μακροχρόνιες σχέσεις συνεργασίας παρά συναλλαγής. Αυτό ωφελεί τόσο τις επιχειρήσεις, οι οποίες αισθάνονται ασφάλεια και ικανοποίηση για την έκβαση της παραγωγικής διαδικασίας και την τελική επιλογή ενός ποιοτικού προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, όσο και τους προμηθευτές που αυξάνουν το κέρδος τους, δημιουργώντας έτσι μια σχέση με θεμέλια την εμπιστοσύνη και την

ουσιαστική συνεργασία, και με απαραίτητη προϋπόθεση την προήγηση της αξιολόγησης σχετικά με τη σπουδαιότητα του προμηθευμένου υλικού και τη σταθερή απόδοση του προμηθευτή σε βάθος χρόνου σύμφωνα με τις απαιτήσεις της ναυτιλιακής εταιρείας (Johnson, 2001).

3.2.ΜΕΣΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Αναλυτικότερα, σχετικά αφενός με τη δημιουργία της λίστας των προμηθευτών, και αφετέρου με την επιλογή αυτών, υπάρχουν κάποια μέσα που αποτελούν αρωγούς για εγκυρότερη και πιο αξιόπιστη επιλογή των προμηθευτών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο διαδικτυακός σύνδεσμος I.S.S.A (International Shippers and Service Association) (www.shipsupply.org). Πρόκειται για έναν διεθνή οργανισμό, ο οποίος ιδρύθηκε το 1955 στην Κοπεγχάγη, με βασικά μέλη το Βέλγιο, την Ολλανδία, τη Φιλανδία και τη Γερμανία. Τα περισσότερα μέλη εκπροσωπούνται από κάποιον εθνικό σύνδεσμο. Σήμερα, ο οργανισμός αυτός αντιπροσωπεύει περίπου 1.700 προμηθευτές πλοίων/ τροφοδότες 43 χωρών στα μεγαλύτερα λιμάνια παγκοσμίως. Ωστόσο, υπάρχουν προμηθευτές, οι οποίοι δεν συγκαταλέγονται επίσημα σε αυτόν τον διεθνή οργανισμό, εφόσον δεν εκπροσωπούνται από εθνικούς συνδέσμους, αλλά συμμετέχουν στον I.S.S.A και θεωρούνται συνεργαζόμενα μέλη με τους άλλους προμηθευτές, τα οποία ανέρχονται περίπου στα 550 σε 50 χώρες. Επιπρόσθετα, μέλη του I.S.S.A συχνά διεκδικούν και λαμβάνουν ένα πιστοποιητικό μεγαλύτερης ισχύος (I.S.S.A quality certificate) σχετικά με την ποιότητα των εμπορευμάτων τους, αποδεικνύοντας την αποτελεσματικότητά τους και αποπνέοντας μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στους πελάτες τους (ΣΧΗΜΑ 2).



Εικόνα 1 – ΛΟΓΟΤΥΠΟ ISSA

Πηγή: (www.shipsupply.org)

Ακρογωνιαίοι λίθοι του οργανισμού αυτού θεωρούνται ο ορθός και υγιής ανταγωνισμός, η ομαλή διεξαγωγή του εμπορίου και η διατήρηση των τιμών των προϊόντων σε ένα θεμιτό επίπεδο. Αυτό αποδεικνύεται και από τους κύριους σκοπούς του οργανισμού I.S.S.A, οι οποίοι αναφέρονται παρακάτω:

- Η προώθηση των οικονομικών συμφερόντων των προμηθευτών πλοίων σε παγκόσμιο επίπεδο.
- Η ενίσχυση των επαφών των προμηθευτών μεταξύ τους και η δημιουργία μιας αρμονικής συνεργασίας.
- Η δημιουργία σχέσεων των προμηθευτών με τους πελάτες τους, δηλαδή τις ναυτιλιακές εταιρείες, και η παγίωση τους σε βάθος χρόνου.
- Η βαθύτερη κατανόηση και η τήρηση των διεθνών και νομικά κατοχυρωμένων κανόνων της ναυτιλίας σχετικά με τον εφοδιασμό των πλοίων.

Αξίζει να αναφερθεί ότι οι επιλεγθέντες προμηθευτές υποβάλλονται, πριν την ένταξή τους στον οργανισμό, σε αυστηρούς ελέγχους μεγάλης διάρκειας. Οι χρονοβόροι και αυστηροί έλεγχοι οδηγούν στην επιλογή προμηθευτών από τον οργανισμό, οι οποίοι διαθέτουν προϊόντα και εφόδια αποδεκτής ναυτικής ποιότητας. Συγκεκριμένα, οι

προμηθευτές που απαρτίζουν τον οργανισμό καλούνται να τηρούν κάποιους βασικούς κανόνες που αποπνέουν εμπιστοσύνη, διασφαλίζοντας τη φήμη τους στον ναυτικό κλάδο διεθνώς. Πιο συγκεκριμένα, οι κανόνες αυτοί είναι :

- **1ος ΚΑΝΟΝΑΣ -Διαστρέβλωση**

Ο συγκεκριμένος κανόνας αναφέρει ότι ο προμηθευτής δεν πρέπει να εξαπατήσει τον αγοραστή, εν προκειμένω την ναυτιλιακή εταιρεία, σχετικά με το βάρος, το μέγεθος, την ποσότητα και την ετικέτα του προϊόντος.

- **2^{ος} ΚΑΝΟΝΑΣ-Υποκατάσταση των προϊόντων**

Θεωρείται αναγκαίο από τους προμηθευτές να μην οδηγούνται σε ενέργειες αντιδεοντολογικές και παράνομες. Παραδείγματος χάριν, δεν πρέπει να αντικαθιστούν ένα προϊόν με κάποιο άλλο διαφορετικής ποιότητας ή αξίας, ακόμη και διαφορετικής επωνυμίας (brand), παρά μόνο έπειτα από την ενημέρωση και εν συνεχεία την έγκριση του αγοραστή.

- **3^{ος} ΚΑΝΟΝΑΣ-Πλασματικές λίστες τιμών (price lists)**

Κρίνεται, εξίσου, αντιδεοντολογική η πλασματική καταγραφή των τιμών, όσον αφορά την αγορά των προϊόντων, η οποία πραγματώνεται για να προσεγγίσει περισσότερους αγοραστές, αλλά δεν ισχύει μέχρι το τελικό στάδιο της διαδικασίας.

- **4^{ος} ΚΑΝΟΝΑΣ-Παραπλανητική τιμολόγηση**

Σύμφωνα με τον παραπάνω κανόνα είναι παράνομο και αντιδεοντολογικό ο προμηθευτής να εκδώσει και να προσκομίσει ένα τιμολόγιο ή κάποιο άλλο παρόμοιο έγγραφο με το οποίο θα εξαπατήσει ή θα παραπλανήσει τον αγοραστή.

- **5^{ος} ΚΑΝΟΝΑΣ-Απαγορευμένη διάκριση**

Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τον 5^ο κανόνα, ο προμηθευτής απαγορεύεται να δώσει οποιαδήποτε πίστωση, έκπτωση ή να επιστρέψει κάποιο χρηματικό ποσό. Αν οδηγηθεί σε μια τέτοια ενέργεια, τότε θεωρείται ότι προσβάλλει την υπάρχουσα πολιτική του εμπορίου, καθώς όχι μόνο προβαίνει σε διάκριση με άδικο τρόπο μεταξύ των αγοραστών παρόμοιων εμπορευμάτων, αλλά δημιουργεί μια σχέση μονοπωλίου, η οποία εξελίσσεται με αθέμιτα πλεονεκτήματα.

- **6^{ος} ΚΑΝΟΝΑΣ-Απαγορευμένες μορφές του εμπορίου-Παράνομες πρακτικές καθορισμού των τιμών**

Σύμφωνα με τους κανόνες που πρέπει να τηρούνται προκειμένου να δημιουργηθούν σωστά δομημένες σχέσεις προμηθευτών και αγοραστών, πρέπει να αποφευχθεί η σύναψη κάποιου είδους συμφωνίας ή συνωμοσίας μεταξύ των μελών του I.S.S.A για τον καθορισμό ή τη διατήρηση των τιμών των προϊόντων, ακόμη και για τον περιορισμό του εμπορίου.

- **7^{ος} ΚΑΝΟΝΑΣ-Απαγόρευσης πώλησης κάτω του κόστους ή σε αδικαιολόγητα χαμηλές τιμές**

Προβλέπεται, σύμφωνα με τον παραπάνω κανόνα, η απαγόρευση πώλησης ή προσφοράς ενός προϊόντος κάτω του κόστους ή σε αδικαιολόγητα χαμηλές τιμές, με κύρια πρόθεση να περιοριστεί ο ανταγωνισμός και να ζημιωθεί κάποιος ανταγωνιστής ή να δημιουργηθεί στη συνέχεια μια μονοπωλιακή σχέση.

- **8^{ος} ΚΑΝΟΝΑΣ-Δελεαστική προσέγγιση στους υπαλλήλους των αγοραστών**

Θεωρείται αντιδεοντολογικό να δελεάσει κάποιος προμηθευτής τον υπάλληλο της ναυτιλιακής εταιρείας με κάποιου είδους δωροδοκία, έτσι αποδεικνύεται η πρόθεση του

προμηθευτή να περιοριστεί ο ανταγωνισμός του εμπορίου και να δημιουργηθούν συνθήκες πιο ομαλές για μια ευνοϊκότερη απασχόληση με πολλά κέρδη και οφέλη από την πλευρά, τόσο του προμηθευτή, όσο και του υπαλλήλου της ναυτιλιακής εταιρίας.

- *9^{ος} ΚΑΝΟΝΑΣ-Δυσφήμιση των ανταγωνιστών ή ψευδή δυσφήμιση των προϊόντων τους*

Ο τελευταίος κανόνας ορθού ανταγωνισμού και δεοντολογίας, αναφέρει ότι απαγορεύεται ρητά στους προμηθευτές να δυσφημήσουν ή να υποτιμήσουν ψευδώς κάποιον ανταγωνιστή τους, καταλογίζοντάς του διάφορες κατηγορίες για αναποτελεσματικότητα, αμφισβητώντας τον για την πιστοληπτική του ικανότητα, και κατηγορώντας τον για ανυπόστατες κακές συμπεριφορές (www.shipsupply.org).

Επιπρόσθετα, ένα εναλλακτικό και αποτελεσματικό συγχρόνως μέσο εύρεσης και επιλογής των προμηθευτών είναι το Ship Serve, μια μηχανή αναζήτησης ναυτιλιακών προμηθειών, η οποία βοηθά τις ναυτιλιακές επιχειρήσεις να βρουν τροφοδότες/προμηθευτές εύκολα και να εμπορευτούν επιτυχώς. Συγκεκριμένα, πρόκειται για μια πλατφόρμα, που ιδρύθηκε το 1999 από τον Paul Ostergaard, ο οποίος είχε το όραμα πως το διαδίκτυο θα μπορούσε να ενισχύσει την οικονομία της παγκόσμιας ναυτιλιακής βιομηχανίας. Κύριος στόχος του Ship Serve από την πλευρά των αγοραστών, είναι η επιτάχυνση της διαδικασίας της αγοράς και της αποταμίευσης χρημάτων, ενώ ταυτόχρονα βοηθά τους προμηθευτές να παρέχουν υπηρεσίες υψηλότερης ποιότητας και τους ωθεί σε νέες αγορές με στόχο τη δημιουργία νέου πελατολογίου.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2012 το Ship Serve συνετέλεσε στην εκτέλεση 5.000.000 εμπορικών συναλλαγών συνολικής αξίας 2.300.000.000 δολαρίων. Αυτό προήλθε από την δραστηριότητα 50.000 χρηστών του Ship Serve σε 101 χώρες παγκοσμίως. Σήμερα, εγκαθίσταται σε 9 χώρες με τα μεγαλύτερα γραφεία διοίκησης να βρίσκονται στην Μανίλα στις Φιλιππίνες. Ακόμη, οι χρήστες/ μέλη του Ship Serve αριθμούνται σε 200 ναυτιλιακές εταιρείες, ναυπηγία και εργολάβους γεωτρήσεων και σε πάνω από 8.000 πλοία, ενώ οι προμηθευτές που εδρεύουν στο Ship Serve υπολογίζονται στους 45.000.

Οι προαναφερθείσες δραστηριότητες επιτυγχάνονται με τη δημιουργία ενός διαδικτυακού λογαριασμού της ναυτιλιακής εταιρείας, η οποία θα έχει πρόσβαση σε έναν ευρύ κατάλογο προμηθευτών, αναζητώντας τους με βάση το αντικείμενο που επιδιώκει να προμηθεύσει τα πλοία της. Πιο αναλυτικά, υπάρχουν 4 βασικές κατηγορίες που βοηθούν τους αγοραστές να βρουν άμεσα το αντικείμενο που επιθυμούν να αγοράσουν. Αυτές είναι:

- Το είδος της προμήθειας, παραδείγματος χάριν τα ανταλλακτικά της κύρια μηχανής του πλοίου (main engine spares), οι αντλίες (pumps), η τροφοδοσία (provisions) κ.ά.
- Η μάρκα (brand), δηλαδή, σε περίπτωση που οι αγοραστές επιθυμούν την αγορά ενός συγκεκριμένου ανταλλακτικού απευθύνονται σε έναν συγκεκριμένο αντιπρόσωπο (π.χ. MAN B&W, MITSUBISHI, SKF Bearings, Danfoss Refrigeration, AC and Heating).
- Η χώρα, μια γενική κατηγορία, που περιλαμβάνει προμηθευτές που δραστηριοποιούνται στα λιμάνια της.
- Το όνομα του προμηθευτή, το οποίο αναζητά ο αγοραστής και εμφανίζεται με αλφαβητική σειρά.

Ουσιαστικό βοήθημα αποτελεί και για τους προμηθευτές, οι οποίοι μέσω του Ship Serve έχουν τη δυνατότητα να διαφημιστούν και να δελεάσουν τους πελάτες τους προσφέροντάς τους ποιοτικά προϊόντα σε θεμιτές τιμές με σκοπό να δημιουργήσουν σχέσεις συνεργασίας και εμπιστοσύνης με τους αγοραστές και να αποκτήσουν καλή φήμη παγκοσμίως, διευρύνοντας με αυτόν τον τρόπο την πελατεία τους.

Επιπλέον, μέσω αυτού του συστήματος δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες καταναλώνοντας λιγότερο χρόνο να πραγματοποιήσουν ηλεκτρονικά τις διαδικασίες της ζήτησης προμηθειών από τους αγοραστές, της απάντησης των προμηθευτών με τις προσφορές τους, των παραγγελιών, και τέλος της επιβεβαίωσης της παραγγελίας. Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι δίνεται η δυνατότητα και από τους προμηθευτές να

αναζητήσουν και να βρουν τους εγγεγραμμένους αγοραστές στην πλατφόρμα του Ship Serve (www.shipserve.com).

Είναι εύλογο να αναφερθεί ότι στον ελλαδικό χώρο για πρώτη φορά κάνει την εμφάνισή της μια καινοτόμα ένωση, η HEMEXPO (Hellenic Marine Equipment Manufacturers & Exporters), που αποτελεί μια πρωτοβουλία από ΕΛΛΗΝΩΝ ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΩΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ. Πρωταρχικοί στόχοι της HEMEXPO είναι αφενός η προώθηση ναυτιλιακού εξοπλισμού που κατασκευάζεται στην Ελλάδα από ελληνικές καινοτόμες επιχειρήσεις, και αφετέρου η εξαγωγή του συγκεκριμένου εξοπλισμού στην παγκόσμια αγορά της ναυπηγοεπισκευαστικής βιομηχανίας. Έτσι, ελληνικές εταιρείες που εξειδικεύονται στην ανάπτυξη και κατασκευή τελευταίας τεχνολογίας ναυτιλιακού εξοπλισμού, επενδύοντας στην καινοτομία και στοχεύοντας στην εξωστρέφεια αποφάσισαν να ενώσουν τις δυνάμεις τους και να σχηματίσουν την HEMEXPO. Ξεκινώντας δυναμικά κατόρθωσαν να δημιουργήσουν ισχυρά θεμέλια και προοπτικές για την εξαγωγή των προϊόντων τους σε ναυπηγεία παγκοσμίως. Οι πρώτες εκτιμήσεις των ιδρυτών της HEMEXPO δείχνουν τη γρήγορη εξέλιξή της, η οποία πρόκειται να προέλθει από τις συνεργασίες με έναν σημαντικό αριθμό περίβλεπτων εταιρειών σε παγκόσμια κλίμακα.

Τα μέλη της HEMEXPO λειτουργούν τα εργοστάσια παραγωγής τους στην Ελλάδα, απασχολώντας Έλληνες μηχανικούς και επιστημονικούς εμπειρογνώμονες. Κατασκευάζουν προϊόντα καινοτόμα, όπως προαναφέρθηκε, βραβευμένα και πιστοποιημένα από νηογνώμονες παγκόσμιου κύρους, εφαρμόζοντας στις εταιρείες μεθόδους in-house R&D (έρευνας και ανάπτυξης) σε μόνιμη συνεργασία με ελληνικά και ξένα πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα. Έχουν βραβευτεί από την ακαδημία των Αθηνών, τον ιδρυτή της Microsoft Bill Gates, την Lloyds, την Seatrade καθώς και σύνδεσμο ελληνικών βιομηχανιών.

Η HEMEXPO στοχεύει σε μια υγιή – ισομερή προώθηση των μελών της που θα φέρει οικονομική ανάπτυξη σε όλα τα μέλη της, διασφαλίζοντας μακροπρόθεσμη ανταγωνιστικότητα και βιωσιμότητα. Το στρατηγικό πλάνο της ένωσης πρωταρχικώς

αναφέρεται στην προβολή και προαγωγή των εταιρειών μελών της σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Επίσης, σύμφωνα με το παραπάνω στρατηγικό πλάνο τα μέλη της HEMEXPO θα οργανώνουν και θα συμμετέχουν από κοινού σε εκπαιδευτικά προγράμματα, ενισχύοντας την εμπορική και ερευνητική τους συνεργασία. Συνοψίζοντας, σχετικά με όσα προαναφέρθηκαν, ο κύριος σκοπός της συνεργασίας των μελών της HEMEXPO είναι, δεδομένου του σκληρού ανταγωνιστικού περιβάλλοντος που επικρατεί στην ναυτιλιακή αγορά, οι εταιρείες-μέλη να μπορούν να ανταποκρίνονται αποτελεσματικώς στις συνεχώς αυξανόμενες ανάγκες των πελατών τους, και ταυτόχρονα μέσω της δραστηριοποίησης τους, οι εταιρείες αυτές να προάγουν την ελληνική επιχειρηματικότητα, προσφέροντας περισσότερες θέσεις εργασίας και κατ' επέκταση δίνοντας ώθηση στην ελληνική οικονομία.

Τα μέλη της ένωσης κατασκευάζουν μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων ναυτιλιακού εξοπλισμού που σχετίζονται με την προστασία του περιβάλλοντος, τον ηλεκτρολογικό και ηλεκτρονικό εξοπλισμό, τα συστήματα επεξεργασίας νερού, τον εξοπλισμό για τα μαγειρεία, τα πλυντήρια, την επίπλωση των πλοίων κ.ά (www.hemexpo.gr). Ακολουθεί ένας πίνακας με τα μέλη της HEMEXPO και τον τομέα δραστηριοποίησης τους, ο οποίος καταγράφηκε τον Ιανουάριο του 2015 (ΠΙΝΑΚΑΣ 1).

ΕΤΑΙΡΕΙΑ – ΜΕΛΟΣ HEMEXPO	ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ
	<p>ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ ΜΟΝΑΔΩΝ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ</p>

	<p>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ</p>
	<p>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΥΨΗΛΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΣΧΟΙΝΙΩΝ ΚΑΙ ΣΥΡΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΔΙΑΦΟΡΟΥΣ ΤΥΠΟΥΣ ΚΑΡΑΒΙΩΝ</p>
	<p>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΨΥΞΗ ΚΑΙ ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟ ΠΛΟΙΩΝ</p>
	<p>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΑΙΣΘΗΤΗΡΙΩΝ ΘΕΡΜΟΚΡΑΣΙΑΣ</p>
	<p>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΑΚΑΥΣΤΩΝ ΥΛΙΚΩΝ ΠΑΝΕΛ-ΠΟΡΤΕΣ-ΟΡΟΦΕΣ</p>

	<p>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΝΕΛΚΥΣΤΗΡΩΝ</p>
	<p>ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΝΕΡΟΥ</p>
	<p>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ</p>
	<p>ΠΑΡΑΓΩΓΗ, ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑ ΧΑΛΥΒΑ, ΧΑΛΒΟΥ ΚΑΙ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ</p>
	<p>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ</p>
	<p>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΝΤΑΛΛΑΓΗΣ ΘΕΡΜΟΤΗΤΑΣ</p>
	<p>ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΥΤΟΜΑΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΥ</p>

 <p>olympia[™] electronics SAFETY & SECURITY SYSTEMS <i>for a safer world!</i></p>	<p>ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ</p>
 <p>A. MALLIOS LIGHTING FIXTURES</p>	<p>ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΗΛΕΚΤΡΟΛΟΓΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΠΛΟΙΩΝ</p>
 <p>NanoPhos Marine Pioneering Nanotechnology</p>	<p>ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΙΔΙΑΙΤΕΡΩΝ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΩΝ ΥΛΙΚΩΝ ΜΕ ΤΗ ΒΟΗΘΕΙΑ ΤΗΣ ΝΑΝΟΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ</p>

Πίνακας 1 – ΜΕΛΗ ΤΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΗΜΕΧΡΟ

Πηγή: (www.hemexpo.gr)

Παρομοίως, υπάρχει ένας σύνδεσμος η Worldwide Industrial & Marine Association (W.I.M.A.), η οποία ιδρύθηκε τον Ιούνιο του 2006 με στόχο την προώθηση και την επέκταση των δραστηριοτήτων των εταιρειών-μελών της, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό. Η W.I.M.A. είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός και αποτελεί την υλοποίηση του οράματος του καπετάνιου Γιάννη Κουφοπαντελή, ο οποίος προσπάθησε να δώσει μια ειδική μορφή και δράση με την μακροχρόνια εμπειρία του στον θαλάσσιο κόσμο και τις επιχειρήσεις. Οι δράσεις της W.I.M.A. βασίζονται στη συνεργασία, την αλληλεγγύη, την κοινωνικότητα και τη συλλογικότητα μεταξύ των μελών της, επιβεβαιώνοντας με αυτόν τον τρόπο την πολύτιμη εργασία του οργανισμού στους βιομηχανικούς και ναυτιλιακούς τομείς. Ακόμη, η W.I.M.A αποτελείται από κάποια μέλη, τα οποία έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν κάποιες υπηρεσίες προκειμένου να διεξαχθούν νομίμως, επιτυχώς και με ευεπίτευκτο τρόπο όλες εκείνες οι διαδικασίες,

που αφορούν την κατασκευή, την οργάνωση και τη λειτουργία του πλοίου (www.wima.gr). Ειδικότερα, κάποιες υπηρεσίες που μπορούμε να αναφέρουμε ενδεικτικά είναι οι αγοραπωλησίες πλοίων, οι νομικές υπηρεσίες, οι τηλεπικοινωνίες, οι ναυπηγικές εργασίες, οι ασφάλειες, οι ναυτιλιακοί αυτοματισμοί, η εκπαίδευση προσωπικού, τα ναυπηγεία, τα ανταλλακτικά πλοίων, το ηλεκτρικό και ηλεκτρονικό υλικό, η τροφοδοσία πλοίων, οι εκτελωνισμοί, τα Marine Logistics, οι μετρήσεις ελασμάτων με υπερήχους (UTM), το σύστημα διαχείρισης θαλάσσιου έρματος (BWTS), οι ταξιδιωτικές υπηρεσίες κ.ά. Είναι άξιο αναφοράς ότι κάποιες εταιρείες-μέλη της HEMEXPO όπως η PSYCTOTHERM, η ΕΛΒΙΚ ΑΕΒΕ και η ΠΡΙΣΜΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΑΕΒΕ που προαναφέρθηκαν είναι και μέλη της W.I.M.A.

Τέλος, είναι αξιοσημείωτο ότι εκτός των έγκυρων οργανισμών και ενώσεων, όπως για παράδειγμα ο I.S.S.A και η HEMEXPO αντίστοιχα, και των μη κερδοσκοπικών συνδέσμων, όπως ο W.I.M.A., υπάρχει στη Χώρα μας και το Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Πειραιά (Β.Ε.Π). Το Β.Ε.Π ιδρύθηκε το 1925, και αποτελεί θεσμοθετημένο συμβουλευτικό όργανο της εκάστοτε κυβέρνησης σε θέματα εμπορίου, βιομηχανίας, ναυτιλίας και εν γένει της οικονομίας, ενώ προασπίζει παράλληλα, και προάγει τα συμφέροντα όλων των επιχειρήσεων μελών του. Πιο ειδικά, οι επιχειρήσεις/μέλη στην προκειμένη περίπτωση, όπου κάποιες από αυτές τυγχάνει να είναι και προμηθευτές των ναυτιλιακών επιχειρήσεων, μπορούν εύκολα να βρεθούν από τους υπαλλήλους των ναυτιλιακών επιχειρήσεων, εμπνέοντάς τους μεγαλύτερη ασφάλεια και εγκυρότητα, εφόσον, όπως προαναφέρθηκε, είναι μέλη μιας δημόσιας υπηρεσίας (www.bep.gr). Ωστόσο, οι ίδιοι οι προμηθευτές, σε παγκόσμιο πλέον επίπεδο, μπορούν και αυτοί με τη σειρά τους, μέσω ηλεκτρονικών συστημάτων, που αναφέρουν τον αναμενόμενο χρόνο και λιμάνι άφιξης, να βρουν και να στείλουν ενημερωτικό φυλλάδιο (introduction letter) στους διαχειριστές πλοίων, πληροφορώντας τους σχετικά με τα προϊόντα που διαθέτουν, τις τιμές, τις μεθόδους πληρωμής και την αποτελεσματικότητα της εν δυνάμει συνεργασίας τους. Έτσι σχηματίζεται ένας κύκλος συνεργασίας μεταξύ των αγοραστών και των προμηθευτών.

4.ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

Είναι αποδεδειγμένο ότι οι προμηθευτές αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι των επιχειρήσεων, διαδραματίζοντας καθοριστικό ρόλο στην ανταγωνιστικότητα, και στην εν γένει βιωσιμότητα της κάθε επιχειρησιακής μονάδας. Η διατήρηση των χρηματοοικονομικών και ποιοτικών επιπέδων, η εξελικτική πορεία, καθώς επίσης και η αιεφόρος ανάπτυξη μιας επιχείρησης οφείλεται κατά ένα μεγάλο ποσοστό στην ορθή επιλογή των προμηθευτών τους. Η κατάλληλη επιλογή των προμηθευτών αποτελεί ένα πολυσυζητημένο θέμα, και εξίσου σημαντικό και πολύπλοκο με άλλα ζητήματα που απασχολούν τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς, όπως τα οικονομικά ζητήματα (Mandal and Deshmukh, 1994) (Braglia and Petroni, 2000). Γι' αυτό το λόγο, είναι γνωστό ότι, έχουν διατυπωθεί διάφορες έρευνες, μέρη των οποίων συνεχίζουν να βολιδοσκοπούνται μέχρι και σήμερα, οι οποίες σχετίζονται με τα κριτήρια αξιολόγησης. Ειδικότερα, αναφέρονται στο περιεχόμενο των βασικών κριτηρίων και των αναλύσεων τους, καθώς επίσης και στον τρόπο με τον οποίο κάθε ένα κριτήριο επιδρά ξεχωριστά, αλλά και συνδυαστικά με τα υπόλοιπα στην επιλογή του κάθε προμηθευτή. Είναι προτιμότερο, συνεπώς, για την ορθότερη και πιο αντικειμενική επιλογή των προμηθευτών να γίνεται χρήση των συγκεκριμένων κριτηρίων που έχουν αναφερθεί στις βασικές έρευνες της πολυκριτηριακής αξιολόγησης και μεθοδολογίας επιλογής των προμηθευτών, αφενός για να τηρούνται κάποιες βασικές αρχές της αξιολόγησης κοινώς αποδεδειγμένες, όπου οι επιχειρήσεις θα ακολουθούν έναν κοινό άξονα αξιολογικής διαδικασίας σε παγκόσμιο αγοραστικό επίπεδο, και αφετέρου για να θεωρείται η αξιολόγηση μια διαδικασία αντικειμενική και αξιοκρατική, χωρίς ίχνος συμφερόντων, νοθείας και εξαπάτησης. Λαμβάνοντας υπόψη όλα τα παραπάνω αποδεικνύεται ολοφάνερα ότι η επιλογή κατάλληλων προμηθευτών θεωρείται δικαίως ένα από τα πιο σύνθετα και συγχρόνως σημαντικά καθήκοντα των υπαλλήλων στα τμήματα προμηθειών των επιχειρήσεων.

Δεδομένης, δηλαδή, της σημαντικότητας της αξιολόγησης, όπως προαναφέρθηκε, μια σειρά από επιστημονικές μελέτες έχουν διεξαχθεί προσπαθώντας να καταλήξουν στον καθορισμό βασικών παραγόντων αξιολόγησης των προμηθευτών. Μία από τις πιο γνωστές προσπάθειες για να καθοριστούν ευδιάκριτα τα κριτήρια αξιολόγησης προμηθευτών πραγματοποιήθηκε από τον Dickson το 1966. Η συγκεκριμένη έρευνα, παρόλο που έγινε το 1966 αποτελεί μέχρι και σήμερα μια πλήρη λίστα κριτηρίων, τα οποία χρησιμοποιούνται από επιχειρήσεις για τη διεξαγωγή της διαδικασίας της αξιολόγησης των προμηθευτών τους. Πιο συγκεκριμένα, ο Dickson συνέταξε και υπέβαλε ένα ερωτηματολόγιο σε 273 διευθυντές τμημάτων προμηθειών στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και στον Καναδά, όπου βασιζόμενος στις απαντήσεις τους κατέληξε σε 23 κριτήρια διαφορετικής βαρύτητας για την αξιολόγηση των προμηθευτών. Αναλυτικότερα, τα κριτήρια θα διατυπωθούν σύμφωνα με το βαθμό σπουδαιότητας τους, όπως ακριβώς αναπτύχθηκαν από τον Dickson. Πιο ειδικά, τα κριτήρια που σημείωσαν την πιο υψηλή σημαντικότητα είναι η ικανότητα του προμηθευτή να ικανοποιεί τις προδιαγραφές ποιότητας με συνέπεια, που ακολουθείται από την ικανότητα του ιδίου να τηρεί προδιαγεγραμμένα προγράμματα διανομής, διατηρώντας την απόδοση του ιστορικά. Την λίστα με τα κριτήρια ύψιστης σπουδαιότητας κλείνει η πολιτική εγγυήσεων και απαιτήσεων που εφαρμόζεται από τον κάθε προμηθευτή. Οι παράγοντες που ακολουθούν φαίνεται σύμφωνα με τις απαντήσεις των διευθύνων των τμημάτων προμηθειών να έχουν μεγάλη σπουδαιότητα. Στους παραπάνω παράγοντες περιλαμβάνονται οι εγκαταστάσεις παραγωγής των προμηθευτών και η δυναμικότητα τους, η καθαρή τιμή, συμπεριλαμβανομένων εκπτώσεων και εξόδων μεταφοράς, η τεχνολογική ικανότητα του κάθε προμηθευτή και η ύπαρξη τμήματος έρευνας και ανάπτυξης, η οικονομική κατάσταση και ο βαθμός πιστοληπτικής ικανότητας του, η συμμόρφωση του προμηθευτή με τις διαδικασίες προσφοράς τιμής, το σύστημα επικοινωνίας του κάθε προμηθευτή, η θέση και η φήμη του κάθε προμηθευτή στη βιομηχανία, η επιθυμία για εργασία, η διοίκηση και οργάνωση του κάθε προμηθευτή, ο λειτουργικός έλεγχος ποιότητας και αποθεμάτων. Επιπρόσθετα, μέτριας σπουδαιότητας θεωρούνται η παροχή υπηρεσιών επισκευής, η συμπεριφορά του προμηθευτή απέναντι στην εταιρεία, η εντύπωση που αφήνει ο προμηθευτής κατά την διάρκεια της προσωπικής επαφής, η ικανότητα του προμηθευτή

να συσκευάζει το προϊόν σύμφωνα με τις απαιτούμενες ανάγκες της εταιρείας, οι σχέσεις εργασίας-συνεργασίας, η γεωγραφική θέση, το σύνολο των προηγούμενων συνεργασιών που έχουν πραγματοποιηθεί με τον προμηθευτή, τα προγράμματα και τα σεμινάρια επιμόρφωσης που σχετίζονται με την παροχή-χρήση υπηρεσίας-προϊόντος. Τέλος, το κριτήριο που σημειώνει το μικρότερο βαθμό σπουδαιότητας είναι οι μελλοντικές αγορές και οι συνεργασίες που πρόκειται να συνάψει η εταιρεία με τον προμηθευτή. Για την καλύτερη κατανόηση παρατίθεται ένας πίνακας που αναφέρει συνοπτικά τα παραπάνω κριτήρια του Dickson, σύμφωνα με το βαθμό σπουδαιότητάς τους (ΠΙΝΑΚΑΣ 2).

ΚΡΙΤΗΡΙΑ DICKSON	ΒΑΘΜΟΣ ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑΣ
ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ	ΥΨΙΣΤΟΣ
ΔΙΑΝΟΜΗ –ΠΑΡΑΔΟΣΗ	
ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ	
ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΓΓΥΗΣΕΩΝ	
ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ - ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ	
ΚΑΘΑΡΗ ΤΙΜΗ	
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ –ΤΕΧΝΙΚΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑ	

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ	ΜΕΓΑΛΟΣ
ΣΥΜΜΟΡΦΩΣΗ ΣΕ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΠΕΛΑΤΗ	
ΣΥΣΤΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ	
ΦΗΜΗ – ΚΥΡΟΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ	
ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΓΙΑ ΕΡΓΑΣΙΑ – ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ	
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ	
ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ- ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ	
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΠΙΣΚΕΥΗΣ	
ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ-ΣΤΑΣΗ- ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ	
ΕΝΤΥΠΩΣΗ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΕΠΑΦΗ	
ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΣΥΣΚΕΥΑΣΙΑΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ	

ΕΡΓΑΣΙΑΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	ΜΕΤΡΙΟΣ
ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΘΕΣΗ	
ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΕΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ	
ΕΠΙΜΜΟΡΦΩΣΗ	
ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ –ΕΙΔΙΚΕΣ ΣΥΜΦΩΝΙΕΣ	ΜΙΚΡΟΣ

Πίνακας 2 – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ DICKSON

Πηγή: (Dickson, 1966)

Βέβαια είναι εύλογο να αναφερθεί ότι βασικό μειονέκτημα του παραπάνω συστήματος αποτελεί ο μεγάλος όγκος κριτηρίων που το καθιστά δύσχρηστο όσον αφορά το περιεχόμενο του, με αποτέλεσμα να απαιτεί σημαντικό χρονικό διάστημα για να εκτελεστεί. Για αυτό το λόγο, ακολούθησε μια σειρά από μεταγενέστερες μελέτες που στόχευαν στη σύμπτυξη των κριτηρίων αξιολόγησης. Επιπλέον, είναι άξιο αναφοράς ότι η σειρά σημαντικότητας των κριτηρίων επηρεάζεται από μια πληθώρα παραγόντων, όπως το είδος της εταιρείας-αγοραστή, το είδος των προμηθευομένων ειδών, τις επικρατούσες συνθήκες της αγοράς κατά την διεξαγωγή της αξιολόγησης, καθώς επίσης και το σύστημα αγοράς (προαγορές ή έγκαιρες αγορές -just in time-) που εφαρμόζει η επιχείρηση. Πιο αναλυτικά, στη μελέτη του Weber και λοιπών το 1991, βρέθηκε ότι στις επιχειρήσεις που ακολουθούν την φιλοσοφία των έγκαιρων αγορών, όπου τα αγαθά παραδίδονται ακριβώς την στιγμή που χρειάζονται, διατηρώντας μηδενικό κόστος διατήρησης αποθεμάτων (Lambert και Stock, 1993, Hilton, 1999) το κριτήριο που αφορά την τοποθεσία εγκατάστασης του προμηθευτή παρουσίασε αυξημένη απήχηση συγκριτικά με την έρευνα του Dickson το 1966, όπου

κατατασσόταν μόλις στην εικοστή θέση προτεραιότητας. Επιπλέον, στην έρευνα του Weber τα κριτήρια που αφορούσαν την διοίκηση της επιχείρησης, τα συστήματα επικοινωνίας της, και τον έλεγχο αποθεμάτων-ποιότητας κατέλαβαν σημαντικά υψηλότερες θέσεις σε σχέση με την παλαιότερη έρευνα του Dickson.

Επίσης, η σειρά σημαντικότητας των κριτηρίων εξαρτάται, όπως αναφέρθηκε παραπάνω, αφενός από το προμηθευόμενο αγαθό, και αφετέρου από την επίπτωσή του στην δραστηριότητα της επιχείρησης. Στις ναυτιλιακές επιχειρήσεις συγκεκριμένα, κάποια από τα προμηθευόμενα αγαθά είναι τα ανταλλακτικά και ο βασικός εξοπλισμός-εφόδια. Η προμήθεια των αγαθών αυτών στα πλοία αποτελεί, συνήθως, δραστηριότητα του τμήματος προμηθειών ναυτιλιακών επιχειρήσεων. Ενδεικτικά, σύμφωνα με την έρευνα του White το 1978, παραθέτονται στον παρακάτω πίνακα τα κριτήρια αξιολόγησης ανάλογα με τις συνθήκες αγοράς, δηλαδή το προμηθευόμενο είδος, το είδος της παραγγελίας και την απόδοση του προμηθευτή (ΠΙΝΑΚΑΣ 3).

ΕΙΔΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΟΜΕΝΟΥ ΥΛΙΚΟΥ	ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΡΟΥΤΙΝΑΣ	ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΠΟΔΟΣΗ
Ανταλλακτικά	Έγκαιρη παράδοση, τιμή, εύκολη χρήση, φήμη προμηθευτή, εμπειρία, ευκολία συντήρησης	Ευελιξία προμηθευτή, ευκολία παραγγελίας, παροχή εκπαίδευσης, τεχνικές προδιαγραφές, ευκολία συντήρησης, φήμη προμηθευτή
Βασικά εφόδια, Εξοπλισμός	Έγκαιρη παράδοση, τιμή, φήμη προμηθευτή, εμπειρία, ευκολία συντήρησης, υποστήριξη πωλήσεων	Εύκολη χρήση, τεχνική υποστήριξη, αξιοπιστία προϊόντος, τεχνικές προδιαγραφές, ευκολία συντήρησης, φήμη προμηθευτή

Πίνακας 3 – ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΙΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Πηγή: (White, 1978)

Μια ακόμη έρευνα που αποτελεί χρήσιμο εργαλείο για τον καθορισμό των κριτηρίων που επηρεάζουν την αξιολόγηση των προμηθευτών διενεργήθηκε το 1997 από τους Barbarosoglu και Yazgac. Βασικό αντικείμενο της έρευνας αυτής αποτέλεσε η επιλογή κριτηρίων για την αξιολόγηση προμηθευτών για την Τουρκική Βιομηχανία. Βασικό εύρημα της μελέτης αυτής είναι ο διαχωρισμός των κριτηρίων που επηρεάζουν την αξιολόγηση προμηθευτών σε τρεις γενικές κατηγορίες, οι οποίες με τη σειρά τους αναλύονται σε υποκατηγορίες. Σε πρώτο στάδιο θα αναφερθούμε στις τρεις γενικές κατηγορίες κριτηρίων. Συγκεκριμένα, η αξιολόγηση της απόδοσης, η δομή της επιχείρησης και η αξιολόγηση των συστημάτων ποιότητας αποτελούν τις βασικές κατηγορίες. Σε δεύτερο στάδιο οι υποκατηγορίες αυτών θα αναλυθούν με εκτενή τρόπο. Ειδικότερα, στην αξιολόγηση απόδοσης ουσιαστικά υποκριτήρια είναι η ποιότητα του προϊόντος / της υπηρεσίας, η οποία σχετίζεται με την ποσότητα των ελαττωματικών προϊόντων που απορρίπτονται και επιστρέφονται από τον αγοραστή, και τη μέγιστη ανεκτή ποσότητα ελαττωματικών προϊόντων. Επιπλέον, υποκατηγορία θεωρείται η διαδικασία της διανομής, όπου απαιτείται από τον αγοραστή η συμμόρφωση του προμηθευτή με την συγκεκριμένη παραγγελθείσα ποσότητα, με τη συμφωνηθείσα ημερομηνία παράδοσης, και με τα συσκευαστικά πρότυπα. Τελευταία υποκατηγορία της αξιολόγησης απόδοσης αποτελεί η ανάλυση κόστους, σύμφωνα με την οποία ο προμηθευτής πραγματοποιεί μείωση κόστους για να γίνει πιο ανταγωνιστικός. Όσον αφορά το δεύτερο γενικό κριτήριο της συγκεκριμένης έρευνας, δηλαδή τη δομή της επιχείρησης του προμηθευτή, παρατηρούμε ότι η συνεργασία σε τεχνικό επίπεδο σε περίπτωση που προκύψουν προβλήματα ως προς την ποιότητα του προϊόντος, το προφίλ των εργαζομένων της επιχείρησης και η σχέση τους με τη τεχνογνωσία ενός προϊόντος, η χρηματοοικονομική κατάσταση, ο εξελιγμένος τεχνολογικός εξοπλισμός και η αποτελεσματικότητα της παραγωγής ως προς την ποιότητα και την έγκαιρη μεταφορά της παραγγελία, αποτελούν βασικά υποκριτήρια του άνωθεν κριτηρίου, καθώς συμβάλλουν με ουσιαστικό τρόπο στην επίτευξη της συνεργασίας προμηθευτή και αγοραστή. Τελικά, στην τρίτη γενική κατηγορία, την αξιολόγηση συστημάτων ποιότητας περιλαμβάνονται τα παρακάτω υποκριτήρια, η ανάπτυξη προϊόντος μέσω εξελιγμένων τεχνικών ποιότητας και σχεδιασμού, η βελτίωση της αποδοτικότητας διαδικασιών και μηχανισμού του εξοπλισμού, ο προγραμματισμός και η εξασφάλιση

επίτευξης της ποιότητας τόσο στην παραγωγή, όσο και στη διαμονή, ο έλεγχος αποθεμάτων των προϊόντων μέσω της επιθεώρησης, και τέλος η ύπαρξη ποιοτικού προσωπικού με συνεχή εκπαίδευση.

Είναι επιλήψιμο ότι επιλογή των κριτηρίων αξιολόγησης των προμηθευτών στη ναυτιλιακή αγορά εξαρτάται από τις συνθήκες και τις ιδιαίτερες περιπτώσεις που επικρατούν σε κάθε ναυτιλιακή επιχείρηση. Ωστόσο, αν παρατηρήσουμε λεπτομερώς τις παραπάνω έρευνες, θα διαπιστώσουμε ότι κατά βάση όλα τα κριτήρια κατά κάποιο τρόπο σχετίζονται μεταξύ τους και κατηγοριοποιούνται σε τέσσερις βασικές κατηγορίες, οι οποίες συντελούν στην επίτευξη του αρχικού στόχου της έρευνας. Συγκεκριμένα, αυτά τα βασικά κριτήρια που αναφέρονται συνεχώς στις έρευνες και ομαδοποιούνται είναι η υψηλή ποιότητα του προϊόντος-υπηρεσίας, το χαμηλότερο δυνατό κόστος, η δυνατότητα συνεχούς προμήθειας του προϊόντος-υπηρεσίας, και τέλος η ευχέρεια προσαρμογής του προμηθευτή ανάλογα με τις ανάγκες της ναυτιλιακής αγοράς. Για να γίνει απόλυτα κατανοητή η ομαδοποίηση των προαναφερθέντων κριτηρίων θα ακολουθήσει ένας πίνακας, ο οποίος χαρτογραφεί με αναλυτικό τρόπο τα κριτήρια που εμπεριέχει κάθε βασική ομάδα κριτηρίων, επικυρώνοντας την άποψη ότι καθεμία ομάδα συντίθεται από κριτήρια ουσιώδη, τα οποία με τη σειρά τους συμβάλουν στην υλοποίηση της διαδικασίας της αξιολόγησης (Dickson,1966 και White,1978 και Barbarosoglu και Yazgac, 1997) (ΠΙΝΑΚΑΣ 4).

ΒΑΣΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΟΜΑΔΩΝ
ΠΟΙΟΤΗΤΑ(Value)	ΣΤΑΘΕΡΟΤΗΤΑ ΠΑΡΟΧΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
	ΕΓΓΥΗΣΗ
	ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΟΥ ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ
	ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ
	ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΥΕΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ
	ΠΡΟΣΟΝΤΑ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ
	ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΠΑΡΟΧΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ
	ΥΠΑΡΕΧΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ-ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ

	ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
ΤΙΜΗ(Price)	ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΑΞΙΑΣ(Value Analysis)
	ΟΡΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ(Payment Terms)
	ΟΡΟΙ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ(Delivery Terms)
	ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗΣ ΚΑΙ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ
	ΠΡΟΣΦΕΡΟΜΕΝΕΣ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ
ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ(Availability)	ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑΣ
	ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΣΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ
	ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΟΣ
	ΕΓΓΥΗΣΗ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ ΣΕ ΣΥΜΦΩΝΗΜΕΝΟΥΣ ΧΡΟΝΟΥΣ
	ΕΛΕΓΧΟΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
	ΠΡΟΣΒΑΣΕΙΣ ΣΕ ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΜΕΤΑΦΟΡΩΝ-

	ΜΕΤΑΦΟΡΤΩΣΕΩΝ(Logistics)
<p>ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΤΙΚΟΤΗΤΑ- ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ-ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ</p> <p>(Adaptability, Service, Support)</p>	ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ
	ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ
	ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΣΕ ΕΠΕΙΓΟΥΣΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ
	ΥΠΑΡΞΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ ΠΑΡΑΠΟΝΩΝ
	ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΤΑΧΕΙΑΣ ΕΠΙΛΥΣΗΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ
	ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Πίνακας 4 – ΟΜΑΔΟΠΟΙΗΣΗ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

Πηγή: (Dickson,1966 και White,1978 και Barbarosoglu και Yazgac, 1997)

4.1.ΣΤΑΔΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

Πολλοί εμπειρογνώμονες διαπιστώνουν πως δεν υπάρχει μόνο μία μέθοδος αξιολόγησης και επιλογής προμηθευτών που να χαρακτηρίζεται εξαιρετική και ιδανική για τη διαδικασία αυτή. Επικρατεί, δηλαδή, η άποψη ότι η χρήση μιας ποικιλίας προσεγγίσεων και μεθόδων των συγκεκριμένων κριτηρίων ενισχύει τη διαδικασία αξιολόγησης και αποτρέπει σε μεγάλο βαθμό την εμφάνιση προβλημάτων κατά την επίτευξή τους. Όσον αφορά τις μεθόδους που υλοποιούνται για την αξιολόγηση των προμηθευτών παρατηρείται ότι συχνά ακολουθείται μια αυστηρή προσέγγιση με δομή, η οποία είναι αποτέλεσμα χρονοβόρας έρευνας. Γι' αυτό το λόγο, η ναυτιλιακή επιχείρηση είναι καλό να επιλέγει και να συνεργάζεται με συγκεκριμένους προμηθευτές για ένα αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα. Σε τελική ανάλυση, η έρευνα επιλογής ενός προμηθευτή για να θεωρηθεί επιτυχημένη πρέπει να διαθέτει πληρότητα, αντικειμενικότητα, αποτελεσματικότητα, αξιοπιστία, ευελιξία και μαθηματική ακρίβεια. Ακόμη, για να θεωρηθεί ότι η έρευνα για τον προμηθευτή διαθέτει όλα αυτά τα χαρακτηριστικά συνίσταται η παρακάτω διαδικασία, η οποία αποτελείται από τα ακόλουθα επτά βήματα-επίπεδα (Monczka, Trent, Handfield, 2002).

1^ο Βήμα-Προσδιορισμός των βασικών κατηγοριών αξιολόγησης προμηθευτή

Το πρώτο βήμα περιλαμβάνει αρχικά την επιλογή των κατηγοριών αξιολόγησης των προμηθευτών από τον αγοραστή (ναυτιλιακή εταιρεία). Οι κυριότερες κατηγορίες αξιολόγησης είναι το κόστος, η ποιότητα και η διανομή. Ωστόσο, υπάρχουν και άλλες κατηγορίες αξιολόγησης, οι οποίες συντελούν στο μέγιστο βαθμό επιτυχίας επιλογής των προμηθευτών. Αυτές είναι η διοικητική ικανότητα του προμηθευτή, οι ικανότητες του προσωπικού (εκπαίδευση, κατάρτιση, σταθερότητα), η δομή του κόστους, η ποιότητα του management, τα συστήματα και η κουλτούρα του υποψήφιου προμηθευτή, η τεχνογνωσία και ο σχεδιασμός του προϊόντος, η συμμόρφωση στους περιβαλλοντικούς νόμους και κανονισμούς, ο προγραμματισμός παραγωγής και

συστημάτων ελέγχου, η ικανότητα πληροφοριακών συστημάτων, η ικανότητα χρηματοοικονομικής διαχείρισης και σταθερότητας, η στρατηγική αγορών, οι πολιτικές και τεχνικές του προμηθευτή και η δυνατότητα μακροχρόνιας εμπορικής σχέσης.

2^ο Βήμα-Υπολογισμός βαθμού επιρροής κάθε κατηγορίας αξιολόγησης

Έχει διαπιστωθεί ότι κάθε κατηγορία αξιολόγησης επηρεάζεται σε διαφορετικό βαθμό. Γι' αυτό το λόγο, η καθεμία διαθέτει συντελεστή βαρύτητας που αντικατοπτρίζει τη σημαντικότητά της. Το σύνολο όλων των συντελεστών βαρύτητας πρέπει να είναι ίσο με 1.0, προκειμένου να θεωρηθεί η αξιολόγηση αποτελεσματική.

3^ο Βήμα-Ορισμός και υπολογισμός βαθμού επιρροής των υποκατηγοριών αξιολόγησης

Το παραπάνω βήμα σχετίζεται με τον εντοπισμό και τον καθορισμό των υποκατηγοριών αξιολόγησης στις ήδη υπάρχουσες κατηγορίες. Ομοίως, σε αυτό το στάδιο προκειμένου να κριθεί αποτελεσματική η αξιολόγηση είναι αναγκαίο το άθροισμα των συντελεστών βαρύτητας της υποκατηγορίας πρέπει να είναι ίσο με το άθροισμα της κατηγορίας στην οποία ανήκει.

4^ο Βήμα-Ορισμός συστήματος αξιολόγησης των κατηγοριών και των υποκατηγοριών

Σε ένα σύστημα αξιολόγησης τα κριτήρια μπορεί να είναι πολύ υποκειμενικά. Έτσι, το σύστημα αυτό αναπτύσσει μία ποσοτική κλίμακα μέτρησης. Η παρούσα μέθοδος θεωρείται αποτελεσματική σε περίπτωση που συγκρίνουμε διαφορετικούς προμηθευτές πάνω στις ίδιες κατηγορίες αξιολόγησης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα ενός κλασσικού συστήματος αξιολόγησης αποτελεί η κλίμακα μέτρησης από το 1 έως το 10, όπου 1-2=κακό, 3-4=αδύναμο, 5-6=μέτριο, 7-8=καλό, 9-10=άριστο.

5^ο Βήμα-Άμεση αξιολόγηση προμηθευτή

Ο αγοραστής-πελάτης έχει τη δυνατότητα να συγκρίνει διάφορους προμηθευτές και να διαλέξει αυτόν που συγκέντρωσε τη μεγαλύτερη βαθμολογία (σκορ) . Η βαθμολογία διαμορφώνεται με τις δοκιμασίες της μεθόδου αξιολόγησης που επιλέγει ο αγοραστής. Οι αγοραστές, επίσης, πρέπει να ορίζουν κάποιο ελάχιστο επίπεδο βαθμολογίας που υποχρεούται να συγκεντρώσει ο υποψήφιος προμηθευτής, για να επιλεγθεί.

6^ο Βήμα-Εξέταση αποτελεσμάτων αξιολόγησης και τελική απόφαση επιλογής προμηθευτή

Το συγκεκριμένο βήμα αφορά την τελική απόφαση επιλογής ή όχι ενός προμηθευτή. Τέλος, είναι στην ευχέρεια του αγοραστή-πελάτη να αποφασίσει για μελλοντικές συνεργασίες με τους προμηθευτές.

7^ο Βήμα-Συνεχής αξιολόγηση προμηθευτή

Το συγκεκριμένο βήμα επισημαίνει ότι η παρακολούθηση και αξιολόγηση του προμηθευτή ανά τακτά χρονικά διαστήματα από τον πελάτη συντελεί στην καλύτερη ποιότητα του προϊόντος, στην καλύτερη απόδοση του προμηθευτή, και τέλος στην αποτελεσματικότερη συνεργασία αυτών των δύο.

Το παρακάτω σχεδιάγραμμα αποτυπώνει με αναλυτικό τρόπο τη διαδικασία αξιολόγησης κριτηρίων επιλογής (Monczka, Trent, Handfield, 2002) (ΠΙΝΑΚΑΣ 5).

ΣΤΑΔΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	ΑΡΙΘΜΗΣΗ ΒΗΜΑΤΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ	ΒΗΜΑΤΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ
ΣΥΝΤΑΞΗ ΕΡΕΥΝΑΣ	1^ο ΒΗΜΑ	ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΒΑΣΙΚΩΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ
	2^ο ΒΗΜΑ	ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΒΑΘΜΟΥ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΚΑΘΕ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ
	3^ο ΒΗΜΑ	ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΒΑΘΜΟΥ ΕΠΙΡΡΟΗΣ ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ
	4^ο ΒΗΜΑ	ΟΡΙΣΜΟΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ/ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ(Κ ΛΙΜΑΚΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ)
		ΑΜΕΣΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ	5 ^ο ΒΗΜΑ	
	6 ^ο ΒΗΜΑ	ΕΞΕΤΑΣΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΕΛΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ
ΣΥΝΕΧΗΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ	7 ^ο ΒΗΜΑ	ΣΥΝΕΧΗΣ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗ

**Πίνακας 5 – ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ ΕΠΙΛΟΓΗΣ
ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ**

Πηγή: (Monczka, Trent, Handfield, 2002)

4.2. ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

Είναι εύλογο στη διαδικασία της αξιολόγησης και επιλογής των προμηθευτών στις ναυτιλιακές επιχειρήσεις να επικρατεί ένα κλίμα αβεβαιότητας, καθώς ο χώρος της ναυτιλιακής αγοράς είναι πολυδιάστατος και ανταγωνιστικός. Όπως είναι γνωστό, η συνεργασία που συνάπτεται μεταξύ του προμηθευτή και της ναυτιλιακής επιχείρησης εμπεριέχει ψίχουλα αβεβαιότητας, επηρεάζοντας και τις δύο πλευρές. Ειδικότερα, η αβεβαιότητα προκύπτει συνήθως, λόγω δυσκολιών στη διαδικασία παροχής των προϊόντων- υπηρεσιών και λόγω έλλειψης γνώσης και πληροφοριών τόσο από τους προμηθευτές όσο από τη ίδια την ναυτιλιακή επιχείρηση. Προκειμένου να γίνει πιο κατανοητή η έννοια της αβεβαιότητας, ο Ford (1990) τη διαχωρίζει σε τρία είδη. Πρώτο είδος είναι η αβεβαιότητα των αναγκών που κάνει λόγο για την κατάσταση που επικρατεί σε μια ναυτιλιακή επιχείρηση, όπου οι υπεύθυνοι της δε γνωρίζουν ποια είναι

η καλύτερη επιλογή ως προς την επιλογή του προμηθευτή με αποτέλεσμα να καθυστερούν τη σύναψη συμφωνιών, επιλέγοντας είτε πολύ γνωστούς προμηθευτές (brand name) είτε προμηθευτές που συνεργάζονται ένα αρκετά μεγάλο χρονικό διάστημα. Δεύτερο είδος θεωρείται η αβεβαιότητα της αγοράς η οποία, λόγω της ρηξικέλευθης αύξησης των τεχνολογικών μέσων, προκαλείται στους αγοραστές, καθώς έρχονται αντιμέτωποι με το γεγονός ότι υπάρχουν πολλοί υποψήφιοι προμηθευτές με εξελιγμένα και μεγάλη ποικιλία προϊόντων. Γι' αυτό το λόγο, προσπαθούν να διαλέξουν αυτόν που πληροί στο μέγιστο βαθμό τις προϋποθέσεις που θέτουν οι ίδιοι. Τρίτο είδος είναι η αβεβαιότητα των συναλλαγών, η οποία σχετίζεται κυρίως με την ανησυχία της ναυτιλιακής επιχείρησης για το αν θα τηρηθεί η συμφωνία με τον προμηθευτή, αν θα υπάρξει συνέπεια από τον προμηθευτή στην ποιότητα και στην ποσότητα των προϊόντων, και τέλος αν θα παραδοθούν με ορθό τρόπο και έγκαιρα οι παραγγελίες (Brett, 2001) .

4.2.1. ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ

Οι συνθήκες και η πολυπλοκότητα των προϊόντων που υπάρχουν στη διαδικασία της ναυτιλιακής αγοράς επηρεάζουν την επίτευξη των συναλλαγών, ενισχύοντας το αίσθημα της αβεβαιότητας (Van Weele, 2000). Για να κατανοήσουμε, όμως, τον τρόπο που τα παραπάνω επηρεάζουν την επίτευξη συναλλαγών είναι καλό να προχωρήσουμε στην κατηγοριοποίηση τόσο των συνθηκών που επικρατούν στον ναυτιλιακό αγοραστικό κλάδο, όσο και της πολυπλοκότητας των προϊόντων. Αρχικά, σύμφωνα με τον Van Weele (2000) οι συνθήκες της ναυτιλιακής αγοράς χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία αναφέρεται σε μια κατάσταση, όπου η ναυτιλιακή εταιρεία προμηθεύεται ένα προϊόν από έναν άγνωστο προμηθευτή σε περιπτώσεις επείγουσας ανάγκης, ειδικά όταν απαιτείται για τον εξοπλισμό του πλοίου.

Η υλοποίηση αυτής της συνεργασίας εμπεριέχει υψηλό κίνδυνο και αβεβαιότητα σχετικά με την παροχή του προϊόντος, την ποιότητά του και την αποδοτικότητα της

παραγγελίας. Επιπλέον, σημάδια κινδύνου και αβεβαιότητας σε μικρότερο, όμως, βαθμό, υπάρχουν και στη δεύτερη περίπτωση, όταν η ναυτιλιακή επιχείρηση επιλέγει να αγοράσει ένα προϊόν από έναν νέο προμηθευτή, διότι ο ήδη γνωστός της προμηθευτής δεν ικανοποιεί τις απαιτούμενες ανάγκες είτε ως προς την τιμή και την ποιότητα του προϊόντος-υπηρεσίας, είτε ως προς την άμεση και αποτελεσματική εξυπηρέτησή του. Τέλος, στην τρίτη κατηγορία ο αγοραστής επιλέγει ο ίδιος να συνεργαστεί ξανά με έναν γνωστό του προμηθευτή. Παρ' όλα αυτά, και σε αυτή την περίπτωση, όπως και κάθε φορά που πραγματοποιούνται συναλλαγές, εμφανίζεται ένα πολύ μικρό έως ελάχιστο ποσοστό αβεβαιότητας.

Από την άλλη πλευρά, όπως προαναφέρθηκε, με παρόμοιο τρόπο η πολυπλοκότητα των προϊόντων που απαιτούνται για την κάλυψη μιας ναυτιλιακής συναλλαγής, ίσως ενισχύει την αβεβαιότητα που παρατηρείται στην διαδικασία της ναυτιλιακής αγοράς. Συγκεκριμένα, τα προϊόντα διαχωρίζονται κυρίως στις παρακάτω γενικές κατηγορίες, δηλαδή, τα φρέσκα προϊόντα (φρούτα και λαχανικά), τα τρόφιμα, τα προϊόντα ένδυσης, τα εφόδια μηχανής και καταστρώματος. Αξίζει να αναφερθεί ότι σε μια συνεργασία προμηθευτή και ναυτιλιακής επιχείρησης είναι δυνατό και επιτρεπτό να χρησιμοποιηθούν όλα τα παραπάνω κατηγοριοποιημένα προϊόντα. Συνεπώς, παρατηρούμε ότι σε κάθε ναυτιλιακή συναλλαγή με έναν ή περισσότερους προμηθευτές εμφανίζεται το φαινόμενο της αβεβαιότητας, λόγω του υψηλού όγκου παραγγελιών και της σημαντικότητας των προϊόντων για την ομαλή λειτουργία των πλοίων και την επίτευξη άριστων συνθηκών διαβίωσης του προσωπικού, όπως προβλέπει ο Κώδικας της MLC. Τέλος, είναι προφανές πως τέτοιου είδους φαινόμενα αβεβαιότητας λιγοστεύουν σταδιακά, όταν πρόκειται για μακροχρόνιες συνεργασίες (Van Weele, 2000).

4.2.2. ΤΡΟΠΟΙ ΜΕΙΩΣΗΣ ΤΗΣ ΑΒΕΒΑΙΟΤΗΤΑΣ

Είναι πασιδηλο ότι οι ναυτιλιακές επιχειρήσεις διαδραματίζουν εξέχοντα ρόλο στην οικονομία της Χώρας μας με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, τη συμβολή τους στην αύξηση του ανταγωνισμού, και κατ' επέκταση στην ανάπτυξη καινοτομιών.

Ωστόσο, όπως όλες οι επιχειρήσεις, έτσι και οι ναυτιλιακές αντιμετωπίζουν προβλήματα που εμποδίζουν αρκετές φορές την αποτελεσματικότητά τους και σπανίως τη σωστή λειτουργία τους. Τα προβλήματα αυτά παρατηρούνται συνήθως έπειτα από την επίτευξη κακών επαγγελματικών σχέσεων με κάποιους ασυνεπείς προμηθευτές, οι οποίες ενισχύουν την αβεβαιότητα στη διαδικασία της αγοράς και στην ίδια την επιχείρηση. Αναλυτικότερα, η χαμηλή χρηματοοικονομική κατάσταση των προμηθευτών, όπου αδυνατούν να εκπληρώσουν τις απαιτητικές παραγγελίες της ναυτιλιακής επιχείρησης, με αποτέλεσμα να προσφέρουν προϊόντα κακής ποιότητας, οι περιορισμένες παραγωγικές δυνατότητες, λόγω της έλλειψης προσωπικού ή της ύπαρξης χαμηλού τεχνολογικού επιπέδου, η καθυστερημένη διανομή και η ασυνέπεια στις συναλλαγματικές σχέσεις, είναι φαινόμενα που ενισχύουν την αβεβαιότητα, την έλλειψη εμπιστοσύνης και αφοσίωσης μιας ναυτιλιακής επιχείρησης προς τους προμηθευτές της με αποτέλεσμα όλος ο κύκλος της συνεργασίας να εμφανίζει σημάδια αναποτελεσματικότητας. Συμπερασματικά, προκειμένου να αποτραπούν τα προαναφερθέντα φαινόμενα κρίνεται αναγκαία, αρχικά από την πλευρά των προμηθευτών η συνεχής εξέλιξη και ανάπτυξη στην προσφορά και παροχή προϊόντων και υπηρεσιών προς τους αγοραστές, και στη συνέχεια από την πλευρά των αγοραστών η διαρκής ανανέωση των συναλλαγών με τους προμηθευτές και η σύναψη νέων με προσεκτικό τρόπο, εάν υπάρχουν περιπτώσεις έλλειψης ή αναγκαιότητας νέων προϊόντων.

Ωστόσο, το πρόβλημα της αβεβαιότητας είναι απαραίτητο να εξαλειφθεί. Αυτό επιτυγχάνεται κυρίως με τη διερεύνηση του είδους της σχέσης μεταξύ αγοραστή και προμηθευτή. Αναλυτικότερα, οι προμηθευτές προτιμούν να συνεργαστούν με επιχειρήσεις, όπου μπορούν να τηρήσουν τις υποσχέσεις τους σχετικά με την παράδοση, τη σωστή ποσότητα, ποιότητα και συμφωνημένη τιμή του προϊόντος, μπορούν να εξυπηρετήσουν και να ικανοποιήσουν τις απαιτούμενες ανάγκες τους, ανάλογα βέβαια με τις παραγωγικές τους δυνατότητες και τις ικανότητες που διαθέτουν για να εισάγουν κάποια προϊόντα, ώστε να επιλύσουν ένα πρόβλημα που πιθανόν θα προκύψει. Έτσι, κατανοούμε ότι σημαντικό ρόλο στη μείωση της αβεβαιότητας διαδραματίζει η συνέπεια του προμηθευτή, η οποία επιτυγχάνεται, όπως ειπώθηκε

παραπάνω από την τήρηση μεν της συμφωνίας με τον αγοραστή, αλλά και από τη σιγουριά δε των επιχειρήσεων για τις απαιτήσεις τους, με την έννοια ότι οι οδηγίες προς τους προμηθευτές σχετικά με τα προϊόντα που επιθυμούν πρέπει να είναι απολύτως ξεκάθαρες και σαφείς. Με αυτόν τον τρόπο ο προμηθευτής θα οργανωθεί καλύτερα και θα υπάρξει καλύτερη ανταπόκριση. Τέλος, αν πρόκειται για τον περιορισμό του φαινομένου της αβεβαιότητας στην περίπτωση ύπαρξης μιας νέας συνεργασίας, είναι αναγκαίο από την πλευρά της ναυτιλιακής επιχείρησης που κατέχει το ρόλο του αγοραστή να ενεργήσει καταλλήλως, ώστε να ενισχύσει τα κριτήρια επιλογής με τις απαραίτητες πληροφορίες, βοηθώντας, ομοίως, και στη μείωση πιθανότητας λανθασμένης επιλογής προμηθευτή. Ειδικότερα, ο αγοραστής πριν προβεί στη σύναψη συμφωνίας με τον υποψήφιο προμηθευτή πρέπει να συλλέξει αρκετά στοιχεία σχετικά με την χρηματοοικονομική κατάσταση της επιχείρησης του προμηθευτή, να πληροφορηθεί και να λάβει συστάσεις για τον υποψήφιο προμηθευτή από αξιόπιστες πηγές του ναυτιλιακού κλάδου, καθώς επίσης και να λάβει υπόψη του την ύπαρξη πιστοποιητικών ISO ή οποιωνδήποτε άλλων πιστοποιητικών, τα οποία θα επιβεβαιώνουν το υψηλό επίπεδο ποιότητας των προσφερόμενων προϊόντων-υπηρεσιών (Morgan and Monczka, 1996).

4.3.ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ (ISO)

Είναι γεγονός ότι η ποιότητα αναγνωρίζεται σε διεθνές επίπεδο ως ένας κυρίαρχος παράγοντας για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Ειδικότερα, η ποιότητα θεωρείται ουσιαστικό εργαλείο για την δημιουργία ανταγωνιστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, αφενός να επιφέρει κέρδος στην επιχείρηση που βρίσκεται σε έναν κλειστό συνεχούς αγοραστικού ανταγωνισμού, και αφετέρου να ικανοποιεί τις προσδοκίες του αγοραστή-πελάτη. Προκειμένου, λοιπόν, να δοθεί έμφαση στη σημαντικότητα της ποιότητας στις επιχειρήσεις και να ενισχυθεί η λειτουργία της δημιουργήθηκαν τα Συστήματα Διαχείρισης Ποιότητας (ΣΔΠ), τα οποία ασχολούνται με τη διαχείριση της ποιότητας, στοχεύοντας κυρίως στην ικανοποίηση των αναγκών και των προσδοκιών των πελατών και στη συνεχή βελτίωση της απόδοσης των διαδικασιών. Τέλος, μέσω διεργασιών των συστημάτων αυτών, η ποιότητα

διασφαλίζεται, παρέχοντας εμπιστοσύνη, τόσο στην ίδια τη διοίκηση της επιχείρησης, όσο και στους πελάτες (Mandal and Deshmukh, 1994).

4.3.1.ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ (ISO) ΣΤΗΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑ

Όσον αφορά τον ναυτιλιακό κλάδο, η ποιότητα δε θα μπορούσε να εκλείπει ως πρωτεύον μέσο για την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών, προσαρμοσμένων σύμφωνα με τις ανάγκες της παγκόσμιας ναυτιλιακής αγοράς. Είναι γνωστό ότι ο ανταγωνισμός στην παγκόσμια ναυτιλιακή αγορά είναι έντονος, και αυξάνεται συνεχώς με την ανάπτυξη των τεχνολογικών μέσων και τις συνθήκες ευφορίας που επικρατούν στον τεχνολογικό κλάδο. Ωστόσο, δεν αρκεί μόνο να αυξάνεται η αγοραστική δύναμη και το κέρδος μιας επιχείρησης, αλλά να τηρούνται και κάποιες προδιαγραφές στη διαδικασία παροχής των προϊόντων και των υπηρεσιών, ιδίως η ποιότητα. Έτσι, κατέστη αναγκαίο για τις ναυτιλιακές επιχειρήσεις να διαθέτουν και να τηρούν τους κανονισμούς των συστημάτων διαχείρισης ποιότητας, διότι με αυτόν τον τρόπο καταφέρνουν να μειώσουν το κόστος παραγωγής λόγω της βελτιστοποίησης της διαχείρισης των πόρων και του χρόνου, να διατηρήσουν την παραμονή τους στη διεθνή ναυτιλιακή αγορά, καθώς βελτιώνεται η εικόνα και η αξιοπιστία της επιχείρησης, και τέλος να ενισχύσουν τη φήμη της επιχείρησης εξασφαλίζοντας την εμπιστοσύνη των πελατών. Αναλυτικότερα, τα συστήματα διαχείρισης ποιότητας που συναντώνται και τηρούνται στο πεδίο των ναυτιλιακών επιχειρήσεων είναι το ISO 9001:2008 και το ISO 14001 (www.iso.org) (Larson, 2004).

ISO 9001:2008

Το ISO 9001 είναι ένα αναγνωρισμένο πρότυπο για τη διαχείριση της ποιότητας σε παγκόσμιο επίπεδο. Αφορά την οργανωμένη λειτουργία μιας επιχείρησης μέσω μεθόδων και συστηματικών ελέγχων των επιχειρησιακών ενεργειών, όπως ο σχεδιασμός, η ανάπτυξη, η παραγωγή, η συμμόρφωση σε προδιαγραμμένες απαιτήσεις, και η εγκατάσταση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, καλύπτοντας ταυτόχρονα και τις

απαιτήσεις των πελατών. Ακόμη, το συγκεκριμένο πρότυπο ποιότητας μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε όλες τις εταιρείες, ανεξάρτητα από το μέγεθος, το είδος, το παρεχόμενο προϊόν ή υπηρεσία και τις δραστηριότητές τους. Η προηγούμενη έκδοση του προτύπου ποιότητας ήταν το ISO 9001:2000, το οποίο αντικαταστάθηκε το 2008 από τη νέα έκδοση ISO 9001:2008, η οποία ισχύει μέχρι και σήμερα. Στο ναυτιλιακό κλάδο το ISO 9001:2008 ως πρότυπο καθορίζει τις απαιτήσεις, σύμφωνα με τις οποίες υποχρεούται να λειτουργεί κάθε ναυτιλιακή επιχείρηση, έτσι ώστε η τελική μορφή του προϊόντος-υπηρεσίας να κρίνεται ικανοποιητική, τόσο από τους πελάτες της, όσο και από τα λοιπά ενδιαφερόμενα μέρη. Η συνεχής και ορθή εφαρμογή του συστήματος αυτού δημιουργεί ένα κλίμα έντονης ανταγωνιστικότητας, συγκριτικά με τα προηγούμενα χρόνια, καθώς η παραγωγικότητα, η αποδοτικότητα και οι πωλήσεις της επιχείρησης αυξάνονται, ενώ οι δαπάνες μειώνονται σημαντικά λόγω της βελτιωμένης ροής διεργασιών, όπως προβλέπει το πρότυπο ISO 9001:2008. Οι συγκεκριμένες βελτιωμένες συνθήκες που επικρατούν στην ναυτιλιακή επιχείρηση, προβλέπουν την ύπαρξη πλέον βελτιωμένων ποιοτικών προϊόντων-υπηρεσιών που ικανοποιούν στο μέγιστο δυνατό βαθμό τις απαιτήσεις των πελατών και ενισχύουν τη θέση και το κύρος της ναυτιλιακής επιχείρησης στην παγκόσμια ναυτιλιακή αγορά (www.iso.org).

ISO 14001

Η διαφύλαξη και η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος είναι ένα θέμα που απασχολεί σοβαρά όλους τους λαούς και τις Κυβερνήσεις του πλανήτη. Ειδικότερα, η ρύπανση του υγρού στοιχείου, της ατμόσφαιρας, αλλά και του περιβάλλοντος γενικότερα, που προκαλεί ο ανθρώπινος παράγοντας, αποτελεί ένα μεγάλο κίνδυνο για τον πλανήτη μας. Το ISO 14001 ή αλλιώς όπως λέγεται, ο ευρωπαϊκός κανονισμός EMAS είναι το διεθνές πρότυπο για τη διαχείριση περιβάλλοντος, το οποίο διασφαλίζει τις δραστηριότητες μιας επιχείρησης χωρίς να υποβαθμίζεται το περιβάλλον. Συγκεκριμένα, το διεθνές πρότυπο ISO 14001 καθορίζει τις απαιτήσεις για την ανάπτυξη και την εφαρμογή ενός Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης/ΣΠΔ (Environmental Management System/EMS). Το πρότυπο αυτό δύναται να καλύψει όλο το φάσμα των επιχειρήσεων, δεδομένου ότι κάθε επιχείρηση επηρεάζει σε μικρό ή

μεγάλο βαθμό το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται. Ειδικά, στις ναυτιλιακές επιχειρήσεις κρίνεται πλέον αναγκαία η εφαρμογή ενός τέτοιου συστήματος, καθώς οι επιχειρήσεις αυτές που διαθέτουν φορτηγά-πλοία και δεξαμενόπλοια, εκ των οποίων τα δεύτερα σε περίπτωση ατυχήματος μπορεί να προκαλέσουν τεράστια καταστροφή στον υδάτινο κόσμο, είναι απαραίτητο να τηρούν και να εφαρμόζουν μέσα προστασίας και κανόνες που συμβάλουν στην προστασία του περιβάλλοντος και στην πρόληψη της ρύπανσης, προκειμένου να αποφευχθούν τυχόν διαρροές τοξικών ουσιών, αερίων και πετρελαίου, καθώς και η δημιουργία πετρελαιοκηλίδων. Αυτό πραγματοποιείται αρχικά, μέσω μιας συστηματικής προσέγγισης, όπου η ναυτιλιακή επιχείρηση αναγνωρίζει τις επιπτώσεις των δραστηριοτήτων της στο περιβάλλον και θέτει στόχους και προγράμματα για την παρακολούθηση και τη μείωση των επιπτώσεων αυτών, και έπειτα μέσω της εφαρμογής του προτύπου ISO 14001, όπου έχει τη δυνατότητα να βελτιώνει διαρκώς την επίδοσή της. Αξίζει να αναφερθεί ότι η χρήση του συστήματος ISO 14001 είναι επικερδής για την ναυτιλιακή επιχείρηση, εφόσον βοηθά στην ελάττωση του κόστους που μπορεί να προκύψει, εάν δεν τηρηθεί το νομοθετικό πλαίσιο, και στην αποφυγή ενδεχόμενης προσκόμισης προστίμων, που πιθανότατα μπορεί να επηρεάσει τη φήμη της εταιρείας. Επιπλέον, συντελεί στην εξοικονόμηση του κόστους διαχείρισης των αποβλήτων και της κατανάλωσης φυσικών πόρων, μέσω προγραμμάτων διαχείρισης και ορθολογικής χρήσης φυσικών πόρων. Επιπρόσθετα, παρατηρούνται με τη χρήση του προτύπου ISO 14001 από τις ναυτιλιακές επιχειρήσεις οφέλη όχι μόνο στο περιβάλλον, αλλά και στην κοινωνία εν γένει, και σαφώς στην ναυτιλιακή αγορά. Τα οφέλη αυτά είναι η ανάδειξη του αισθήματος της περιβαλλοντικής ευαισθησίας της επιχείρησης ως σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών της, η διευκόλυνση της συνεργασίας της επιχείρησης με άλλους οργανισμούς που απαιτούν την εφαρμογή συστήματος περιβαλλοντικής διαχείρισης, η εκπαίδευση και η πλήρης ενσωμάτωση του προσωπικού στην εφαρμογή και την τήρηση του συστήματος, και τέλος η εξασφάλιση πλήρους νομοθετικής συμμόρφωσης σύμφωνα με τα πρότυπα του Κώδικα ISM (www.iso.org).

Συμπερασματικά, παρατηρούμε ότι τα παραπάνω συστήματα διαχείρισης ποιότητας έχουν θετικό αντίκτυπο, τόσο στην ίδια την ναυτιλιακή επιχείρηση, καθώς συντελούν

στην ομαλή, ορθή και αποδοτική λειτουργία και ανάπτυξη της, όσο και στο περιβάλλον γενικότερα, καθώς διατηρούν τη ζωτικότητα του, έτσι ώστε να υπάρχει η δυνατότητα, και σαφώς οι κατάλληλες συνθήκες να πραγματοποιηθούν συναλλαγματικές σχέσεις στην παγκόσμια ναυτιλιακή αγορά. Έτσι, επιτυγχάνεται η διατήρηση του προγράμματος Πράσινη Ανάπτυξη για το περιβάλλον και η διένεξη παραγωγικών και ποιοτικών διεργασιών για την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών στην παγκόσμια ναυτιλία.

5.ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

5.1.ΔΕΙΓΜΑ

Η τρέχουσα έρευνα διεξήχθη με την αρωγή ναυτιλιακών εταιρειών που έχουν τα γραφεία διοίκησής τους στην Ελλάδα και στην Κύπρο. Συγκεκριμένα, στην παρούσα μελέτη συμμετείχαν ναυτιλιακές εταιρείες που εμφανίζουν ποικιλομορφία ως προς τον τύπο των πλοίων: bulk carriers, tankers, liquid petroleum gas, liquid natural gas, containerships, roll on- roll off. Πιο αναλυτικά, κλήθηκαν να συμμετέχουν εθελοντικά υπάλληλοι των ναυτιλιακών εταιρειών από τμήματα που σχετίζονται με τις διαδικασίες προμηθειών και εφοδιασμού των πλοίων. Συνεπώς, το ευρύ φάσμα των ναυτιλιακών επιχειρήσεων που προσκλήθηκε να συμμετέχει υποδηλώνει την προσπάθεια να προσεγγιστεί ένα σχετικά αντιπροσωπευτικό δείγμα.

5.2. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για τη διεξαγωγή της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η ποσοτική μέθοδος, ενώ το δομημένο ερευνητικό εργαλείο για τη συλλογή των δεδομένων ήταν το ερωτηματολόγιο. Η χρήση του ερωτηματολογίου ήταν κατάλληλη για τους σκοπούς της συγκεκριμένης έρευνας, διότι επιτρέπει τη διερεύνηση του βαθμού σημαντικότητας μεταβλητών και τα αποτελέσματά της βασίζονται σε μεγάλα δείγματα, τα οποία είναι συνήθως ή επιδιώκουν να είναι αντιπροσωπευτικά του πληθυσμού έρευνας. Επιπλέον, ο σχεδιασμός του συγκεκριμένου ερωτηματολογίου έδινε τη δυνατότητα να συλλεχθεί ένα σχετικά μεγάλο δείγμα, καθώς η δομή του ήταν απλή και σύντομη, χωρίς να απαιτείται μεγάλο χρονικό διάστημα για τη συμπλήρωσή του. Ακόμη, το ερωτηματολόγιο περιείχε ερωτήσεις ανοικτού τύπου, δίνοντας τη δυνατότητα στο συμμετέχοντα να εκφράσει ελεύθερα την άποψη του. Σύμφωνα με τα ως άνω στοιχεία κρίθηκε κατάλληλη για τη συγκεκριμένη έρευνα η επιλογή της ποσοτικής μεθοδολογίας, εφόσον η ποιοτική απαιτεί δαπανηρά μέσα, εμπεριέχει έντονα το υποκειμενικό στοιχείο, αναλύει σε βάθος τα δεδομένα και τέλος, τα αποτελέσματά της δεν μπορούν να γενικευτούν (Τσιώλης, 2014).

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε στη διερευνητική μελέτη βασίστηκε στις επίσημες, δημοσιευμένες μελέτες των ερευνητών Dickson (1966), White (1978) και Barbarosoglu και Yazgac (1997). Κοινό θέμα των παραπάνω ερευνών είναι τα κριτήρια αξιολόγησης προμηθευτών σε διαφορετικές βιομηχανίες. Αξίζει να αναφερθεί ότι καμία από τις προαναφερθείσες έρευνες δεν επικεντρώθηκε στην ναυτιλιακή βιομηχανία και συγκεκριμένα στην αξιολόγηση των ναυτιλιακών προμηθευτών. Αν παρατηρήσουμε ενδελεχώς τις παραπάνω έρευνες, θα διαπιστώσουμε ότι κατά κάποιο τρόπο όλα τα κριτήρια σχετίζονται μεταξύ τους και κατηγοριοποιούνται σε τέσσερις βασικές κατηγορίες. Συγκεκριμένα, αυτά τα βασικά κριτήρια που αναφέρονται συνεχώς στις έρευνες και ομαδοποιούνται στις τέσσερις παρακάτω κατηγορίες είναι η ποιότητα του προϊόντος-υπηρεσίας, η τιμή του προϊόντος- υπηρεσίας, η διαθεσιμότητα του

προϊόντος- υπηρεσίας και τέλος η προσαρμοστικότητα του προμηθευτή ανάλογα με τις ανάγκες της ναυτιλιακής εταιρείας. Από τα παραπάνω προκύπτει και το πρώτο τμήμα του ερωτηματολογίου που ζητά από τον συμμετέχοντα να τοποθετήσει με σειρά σημαντικότητας από το 1 έως το 4, τις προαναφερθείσες κατηγορίες κριτηρίων. Επιπρόσθετα, το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου αποτελείται από τέσσερις (4) ερωτήσεις, όπου ζητείται να αξιολογηθεί η σημαντικότητα δύο κριτηρίων από καθεμία από τις τέσσερις κύριες παραπάνω κατηγορίες. Ειδικότερα, στην κατηγορία ποιότητα επιλέχθηκαν τα κριτήρια εγγύηση και συστήματα ISO του προμηθευτή, στην κατηγορία τιμή, τα κριτήρια όροι πληρωμής και εκπτώσεις, στην κατηγορία διαθεσιμότητα, η διατήρηση αποθέματος και η παράδοση σε συμφωνημένους χρόνους, και τέλος στην κατηγορία προσαρμοστικότητα, τα κριτήρια εξυπηρέτηση σε επείγουσες περιπτώσεις και εξειδικευμένο προσωπικό. Κάποια από τα κριτήρια παραλήφθηκαν με στόχο το ερωτηματολόγιο να παραμείνει μικρό σε έκταση και απλό σε δομή, ενώ άλλα επιλέχθηκαν γιατί ήταν περισσότερο εφαρμόσιμα και εξειδικευμένα στην αξιολόγηση προμηθευτών ναυτιλιακών εταιρειών. Ωστόσο, υπήρχαν κριτήρια, όπως οι όροι παράδοσης (Delivery Terms) στην κατηγορία τιμή και η παράδοση σε συμφωνημένους χρόνους στην κατηγορία διαθεσιμότητα, τα οποία, είναι εμφανές ότι εμπεριέχουν κοινά στοιχεία. Για αυτό το λόγο επιλέχθηκε το δεύτερο, το οποίο είναι πιο ακριβές στην περιγραφή του συγκριτικά με το πρώτο. Το ίδιο ισχύει και για το κριτήριο προσόντα και εμπειρία υπαλλήλων προμηθευτή που αναφέρεται στην κατηγορία ποιότητα και το κριτήριο εξειδικευμένο προσωπικό που ανήκει στην κατηγορία προσαρμοστικότητα. Στην προκειμένη περίπτωση, αντίστοιχα, προτιμήθηκε να συμπεριληφθεί στο ερωτηματολόγιο το δεύτερο κριτήριο, καθώς εμπεριέχει στοιχεία του πρώτου κριτηρίου, με σκοπό να αποφευχθεί η σύγχυση των δύο κριτηρίων από τον ερωτώμενο.

Για την αξιολόγηση της σημαντικότητας των κριτηρίων χρησιμοποιήθηκε η κλίμακα Likert διατυπωμένη σε τρεις βαθμίδες: λίγο σημαντικό, σημαντικό και πολύ σημαντικό. Η παραπάνω κλίμακα με τις τρεις βαθμίδες σημαντικότητας χρησιμοποιήθηκε με στόχο να απλοποιηθεί η στατιστική ανάλυση των δεδομένων. Επίσης, προτιμήθηκε σε σχέση με κλίμακες περισσότερων βαθμίδων (5 ή 7), καθώς θεωρήθηκε ότι μπορεί να ήταν ασαφείς λόγω του εύρους τους. Η κλίμακα Likert

επιλέχθηκε για τους σκοπούς της συγκεκριμένης έρευνας, γιατί χρησιμοποιείται ευρέως σε ερωτηματολόγια με τυποποιημένες απαντήσεις, έτσι ώστε να προσδιοριστεί η σχετική ένταση στοιχείων εν προκειμένω της σημαντικότητας (Bryman και Bell, 2007). Ακόμη, χαρακτηρίζεται από την απλότητα της κατασκευής της και παρουσιάζει μεγαλύτερη ακρίβεια και αξιοπιστία από άλλες τακτικές κλίμακες, λόγω του μεγαλύτερου αριθμού εναλλακτικών απαντήσεων συγκριτικά με διμερείς κλίμακες (Ναι- Όχι, Συμφωνώ- Διαφωνώ).

Στο τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου διατυπώνονται οι δύο παρακάτω ερωτήσεις ανοιχτού τύπου *“Αναφέρετε ένα ή περισσότερα άλλα κριτήρια που εσείς λαμβάνετε υπόψη για την επιλογή ναυτιλιακών προμηθευτών”* και *“Αναφέρετε κάποια από τα κύρια λιμάνια στα οποία προμηθεύετε τα πλοία σας”*. Οι συγκεκριμένες ερωτήσεις χρησιμοποιήθηκαν με σκοπό αφενός να αφήσουν στον ερωτώμενο την πλήρη ελευθερία να εκφράσει την άποψή του και τις προτιμήσεις του, οργανώνοντας την απάντησή του, όπως εκείνος την εννοεί, και αφετέρου να επιτρέψουν στον ερευνητή να αντλήσει διαφορετικά στοιχεία που θα τον βοηθήσουν στη διεξαγωγή συμπερασμάτων. Στο τέταρτο τμήμα ζητείται από τον συμμετέχοντα να γράψει το όνομα και το τμήμα της ναυτιλιακής εταιρείας που εργάζεται. Αξίζει να επισημανθεί ότι μόνο ένας εκπρόσωπος από κάθε ναυτιλιακή εταιρεία μπορούσε να συμμετέχει στην έρευνα, ώστε το δείγμα να θεωρείται πιο αξιόπιστο. Τέλος, απαραίτητο στάδιο για τη διεξαγωγή της έρευνας θεωρήθηκε η πιλοτική έρευνα (προ- έρευνα) για τη δοκιμή της ορθότητας του ερωτηματολογίου. Αναλυτικότερα, δόθηκαν ερωτηματολόγια σε τρεις υπαλλήλους ναυτιλιακών εταιρειών και συμπληρώθηκαν σε χρονικό διάστημα μικρότερο των 5 λεπτών, χωρίς να αντιμετωπιστεί κάποιο πρόβλημα στην κατανόηση των ερωτήσεων και να ζητηθεί κάποια επεξήγηση (Παράρτημα 1).

5.3.ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ

Η διαδικασία διανομής των ερωτηματολογίων και συλλογής των δεδομένων ξεκίνησε στις 14 Οκτωβρίου 2015 και ολοκληρώθηκε στις 23 Οκτωβρίου 2015. Ειδικότερα, οι συμμετέχοντες προσεγγίστηκαν με διάφορα μέσα, όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Επιπρόσθετα, κάποιοι από τους συμμετέχοντες προσκλήθηκαν μέσω τηλεφώνου να συμμετάσχουν, ενώ άλλοι κατά τη διάρκεια του συνεδρίου Meet The Buyer (MTB 2015) που διεξήχθη στην Τενερίφη, Ισπανία τις ημερομηνίες 14 έως 17 Οκτωβρίου 2015. Σε όλους τους πιθανούς συμμετέχοντες δόθηκε ένα ενημερωτικό φυλλάδιο, το οποίο εξηγούσε το στόχο της μελέτης και αφορούσε κυρίως ηθικά ζητήματα (Παράρτημα 2). Τους ζητήθηκε να διαβάσουν το ενημερωτικό φυλλάδιο και να αποφασίσουν αν επιθυμούν να λάβουν μέρος στην έρευνα. Το φυλλάδιο αυτό ενημέρωνε τους πιθανούς συμμετέχοντες ότι η συμμετοχή ήταν εξ' ολοκλήρου εθελοντική και κανένας δεν ήταν υποχρεωμένος να συμπληρώσει το ερωτηματολόγιο. Επιπλέον, για λόγους προστασίας και εμπιστευτικότητας των προσωπικών δεδομένων των συμμετεχόντων, το ερωτηματολόγιο ήταν ανώνυμο. Οι συμμετέχοντες ενημερώθηκαν ότι είχαν τη δυνατότητα να διακόψουν τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου οποιαδήποτε στιγμή χωρίς να απολογηθούν. Επιπρόσθετα, τονίστηκε ότι δυνατότητα συμμετοχής είχαν εργαζόμενοι ναυτιλιακών εταιρειών που σχετίζονται με τις προμήθειες και τον εφοδιασμό των πλοίων. Οι συμμετέχοντες διαβεβαιώθηκαν ότι η συμμετοχή στη συγκεκριμένη έρευνα δεν ενέχει κινδύνους και μειονεκτήματα. Όσον αφορά τα πιθανά οφέλη της συμμετοχής οι ερωτώμενοι ενημερώθηκαν ότι τα αποτελέσματα της μελέτης, ίσως, συμβάλλουν στην πιο ομαλή λειτουργία των τμημάτων προμηθειών των ναυτιλιακών εταιρειών, συνεπώς και της εταιρείας, στην οποία εργάζονται. Ακόμη, ενημερώθηκαν ότι δε θα καταβάλλουν, ούτε θα λάβουν κάποιο χρηματικό ποσό για τη συμμετοχή στην έρευνα. Αν και ο χρόνος που εκτιμάται για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου είναι 5 λεπτά, οι ερωτώμενοι

πληροφορήθηκαν ότι είχαν όση ώρα επιθυμούσαν στην διάθεσή τους. Στο τέλος τους δόθηκε η διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του ερευνητή σε περίπτωση που επιθυμούσαν κάποιες διευκρινήσεις σχετικές με το περιεχόμενο του ερωτηματολογίου και το θέμα της έρευνας.

Ένα σύνολο 50 ερωτηματολογίων δόθηκαν σε διάφορες ναυτιλιακές εταιρείες. Από αυτά 41 ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν και επιστράφηκαν, πετυχαίνοντας υψηλό ποσοστό ανταπόκρισης που ανέρχεται σε 82%. Αυτό το ποσοστό μπορεί να εξηγηθεί, κυρίως, από το σχετικά μικρό μήκος του ερωτηματολογίου. Όλα τα επιστρεφόμενα ερωτηματολόγια ελέγχθηκαν οπτικά για την πληρότητά τους και για την ενδεχόμενη ύπαρξη άστοχων απαντήσεων (Hartline και Jones, 1996). Επιπλέον, ελέγχτηκε ότι κάθε ναυτιλιακή εταιρεία συμμετείχε μόνο μια φορά με τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Τα παραπάνω οδήγησαν σε τρία άκυρα ερωτηματολόγια, τα οποία δε συμπεριλήφθηκαν στη στατιστική ανάλυση της έρευνας. Τελικά, για την ανάλυση των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε το Excel που αποτελεί τμήμα του πακέτου Microsoft Office, και παρέχει εκτεταμένες δυνατότητες αριθμητικών υπολογισμών, καθώς και την απεικόνισή τους σε γραφήματα και διαγράμματα.

6.ΕΡΜΗΝΕΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

6.1.ΓΕΝΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Αξίζει να αναφερθεί ότι στην παρούσα μελέτη συμμετείχαν 38 ναυτιλιακές εταιρείες. Επιπρόσθετα, σε μια προσπάθεια να είναι το δείγμα όσο το δυνατόν πιο αντιπροσωπευτικό και αντικειμενικό, ζητήθηκε να συμμετάσχει στην έρευνα μόνο ένας

εκπρόσωπος, που σχετίζεται με τμήματα προμηθειών και εφοδιασμού των πλοίων, από κάθε ναυτιλιακή εταιρεία. Στη συνέχεια παρατίθεται ένας πίνακας ο οποίος αναφέρει τα ονόματα των ναυτιλιακών εταιρειών και τα αντίστοιχα τμήματα τους που συμμετείχαν στην τρέχουσα έρευνα (ΠΙΝΑΚΑΣ 6).


ΟΝΟΜΑ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ	ΤΜΗΜΑ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ
ARCADIA SHIPMANAGEMENT	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
DANAOS SHIPPING	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
ENTERPRISES SHIPPING & TRADING	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
DELTA TANKERS	ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ
AEGEAN SHIPPING MANAGEMENT	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
TSAKOS SHIPPING & TRADING	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
NAFTOMAR SHIPPING & TRADING	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
GLOBUS SHIP MANAGEMENT CORP	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
LIVANOS N.G MARITIME	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
UNISEA SHIPPING	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
GASLOG LNG SERVICES	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
AVIN INTERNATIONAL	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
TMS CARDIFF GAS	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
TMS TANKERS	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
TMS DRY	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
EVRIPOS SHIPMANAGEMENT	ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ
STAMCO SHIPMANAGEMENT	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
MANTINIA SHIPPING	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
SEA DESTINY	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
EDT SHIPMANAGEMENT	ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ
NEW SHIPPING LIMITED	ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ
CHEMICALIEN SEE TRANSPORT	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
GOLDEN UNION SHIPPING	ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ
AEGEAN BULK	ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ
HALKIDON SHIPPING CORP	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
V SHIPS	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
ACA SHIPPING CORP	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
ALTOMARE	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

PHOENIX SHIPPING & TRADING	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
BLUE LINE SHIP MANAGEMENT	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
SAMARTZIS J.P. MARITIME	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
ELETSON CORP	ΑΝΤΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ
MEDITERRANEAN CAR CARRIERS	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
DYNACOM TANKERS MANAGEMENT	ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
SEA TRADERS	ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ
DYNAGAS	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ
ALASSIA NEWSHIPS MANAGEMENT	ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ

Πίνακας 6 – ΤΑ ΟΝΟΜΑΤΑ ΤΩΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΚΑΙ ΤΑ ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΤΟΥΣ

Σύμφωνα με την ανάλυση των ερωτηματολογίων παρατηρούμε ότι στον πρώτο ερευνητικό σκοπό της μελέτης σχετικά με το βαθμό σημαντικότητας των τεσσάρων γενικών κατηγοριών κριτηρίων επιλογής προμηθευτών ναυτιλιακών εταιρειών, η κατηγορία ποιότητα αξιολογήθηκε ως η πιο σημαντική ακολουθούμενη από τις κατηγορίες τιμή και διαθεσιμότητα προϊόντος - υπηρεσίας. Ωστόσο, η κατηγορία προσαρμοστικότητα προμηθευτή έλαβε την τελευταία θέση όσον αφορά το βαθμό σημαντικότητας των ως άνω γενικών κατηγοριών επιλογής προμηθευτών. Πιο ειδικά, έχοντας ορίσει στο ερωτηματολόγιο το 1 ως το πιο σημαντικό και το 4 ως το λιγότερο σημαντικό, διαπιστώθηκε ότι η κατηγορία ποιότητα συγκέντρωσε 22 άσους (1), που σημαίνει ότι το 58% των ερωτώμενων την αξιολόγησε ως την πιο σημαντική κατηγορία, ενώ μόλις το 5% των ερωτώμενων πιστεύει ότι η κατηγορία αυτή είναι η λιγότερο σημαντική. Από την άλλη πλευρά, η κατηγορία προσαρμοστικότητα συγκέντρωσε 26 τέσσερα (4), που σημαίνει ότι το 68% των συμμετεχόντων την αξιολόγησε ως τη λιγότερο σημαντική. Οι κατηγορίες, τιμή και διαθεσιμότητα, οι οποίες έλαβαν την δεύτερη και τρίτη θέση αντίστοιχα, συγκέντρωσαν κυρίως τους ενδιάμεσους βαθμούς σημαντικότητας. Είναι άξιο αναφοράς το γεγονός ότι ένας από τους συμμετέχοντες δεν μπόρεσε να ξεχωρίσει τη σημαντικότητα των τεσσάρων κατηγοριών, με αποτέλεσμα να τις κατατάξει όλες εξίσου πολύ σημαντικές. Τέλος, ένα ακόμη αξιόλογο σχόλιο είναι η σχέση αλληλεπίδρασης μεταξύ των γενικών κατηγοριών

ποιότητα και τιμή, όπως προέκυψε από την ανάλυση των ερωτηματολογίων (ΠΙΝΑΚΑΣ 7).

ΓΕΝΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ	ΣΕΙΡΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΠΟΙΟΤΗΤΑ 	1
ΤΙΜΗ	2
ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	3
ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	4

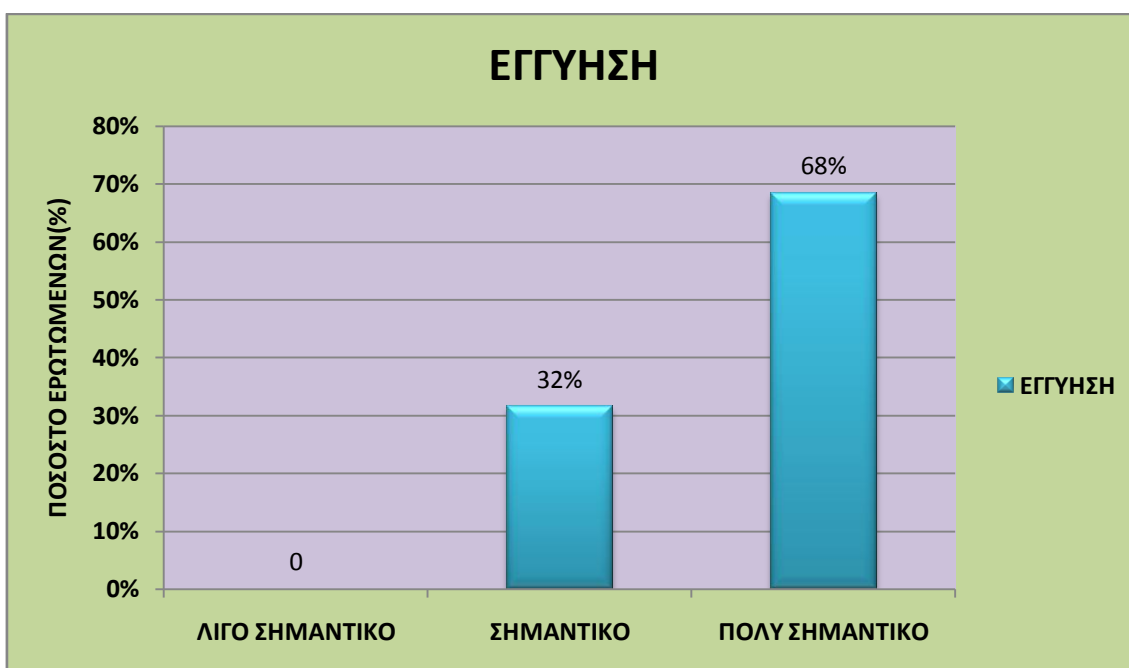
**Πίνακας 7 - ΣΕΙΡΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΕΝΙΚΩΝ ΚΑΤΗΓΟΡΙΩΝ
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ**

Για να έχουμε μια πιο ξεκάθαρη άποψη των παραπάνω αποτελεσμάτων, κρίθηκε σκόπιμο να ερευνήσουμε λεπτομερώς δύο βασικά κριτήρια αξιολόγησης προμηθευτών ναυτιλιακών επιχειρήσεων σε καθεμία από τις τέσσερις κατηγορίες.

6.2.ΜΕΛΕΤΩΝΤΑΣ ΤΗ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΚΑΘΕ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ

Το πρώτο κριτήριο που εξετάστηκε είναι η εγγύηση των παρεχόμενων προϊόντων των προμηθευτών ναυτιλιακών εταιρειών, η οποία ανήκει στην κατηγορία ποιότητα. Όπως απεικονίζεται στο Διάγραμμα 2, 26 από τους 38 συμμετέχοντες (68%) αξιολόγησαν την εγγύηση ως πολύ σημαντική, οι 12 από αυτούς (32%) τη χαρακτήρισαν απλά ως σημαντική, ενώ το πιο εντυπωσιακό αποτέλεσμα είναι ότι κανένας από τους ερωτώμενους δε την θεώρησε ως λίγο σημαντική. Το παραπάνω αποτέλεσμα είναι απολύτως δικαιολογημένο σε ότι αφορά τα αντικείμενα που έχουν υψηλή χρηματική

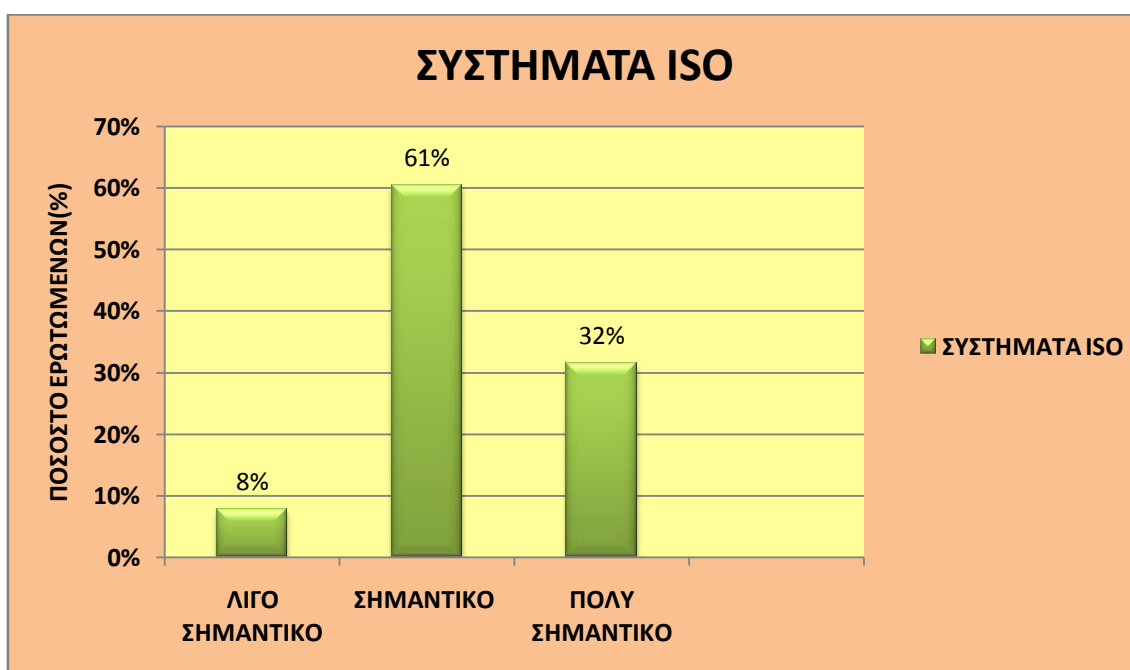
αξία, όπως τα ανταλλακτικά πλοίων, καθώς εάν προκύψει κάποια βλάβη ή ελάττωμα σε αυτά κατά τη διάρκεια ισχύος της εγγύησης, ο προμηθευτής εγγυάται είτε την επισκευή των προϊόντων είτε την αντικατάστασή τους με νέα ίδιων χαρακτηριστικών και ποιότητας. Αυτό αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι και τα 7 τμήματα των συμμετεχόντων ναυτιλιακών εταιρειών που ασχολούνται αποκλειστικά με την προμήθεια ανταλλακτικών πλοίων έκριναν το βαθμό σημαντικότητας του κριτηρίου εγγύηση ως πολύ σημαντικό.



Διάγραμμα 2 - ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ «ΕΓΓΥΗΣΗ»

Το δεύτερο κριτήριο της ποιότητας που μελετήθηκε είναι τα συστήματα ISO που διαθέτει ο προμηθευτής. Πιο συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων (61%) χαρακτήρισε τα συστήματα ISO σημαντικά, ενώ το μισό περίπου του άνωθεν ποσοστού (32%) έκρινε το κριτήριο αυτό πολύ σημαντικό. Από τη μελέτη προκύπτει ότι το ποσοστό του 32% είναι το μικρότερο που σημειώθηκε στο βαθμό σημαντικότητας «πολύ σημαντικό» από τα υπόλοιπα 7 κριτήρια. Μόνο 3 συμμετέχοντες (8%) απάντησαν ότι τα συστήματα ISO είναι λίγο σημαντικά για την

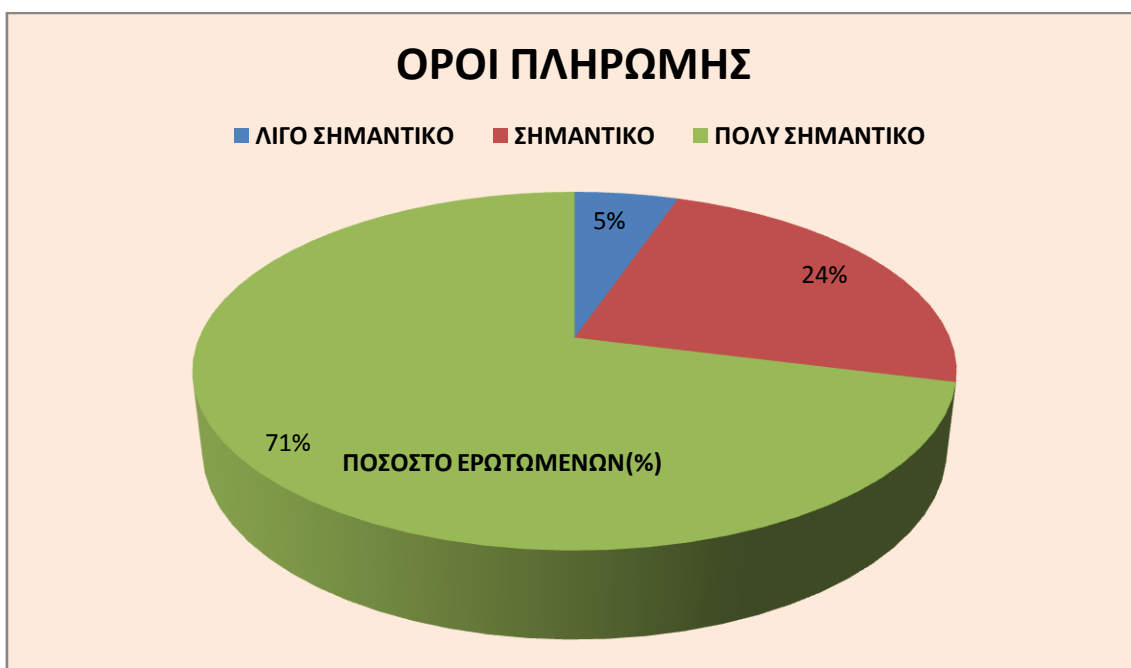
αξιολόγηση προμηθευτών (Διάγραμμα 3). Ειδικότερα, πολλές ναυτιλιακές εταιρείες είναι πιστοποιημένες με ISO 9001 και ISO 14001, συνεπώς προτιμούν να επιλέγουν προμηθευτές που διαθέτουν, ομοίως, τα παραπάνω συστήματα διαχείρισης, σχετικά με τους τομείς της ασφάλειας, ποιότητας και προστασίας του περιβάλλοντος. Επομένως, επιζητούν από τους προμηθευτές την παροχή και τη συσκευασία προϊόντων φιλικών προς το περιβάλλον και ανακυκλώσιμων, όπου αυτό είναι δυνατό, και την αποφυγή παροχής επικίνδυνων προς το περιβάλλον ουσιών. Τέλος, αξίζει να αναφερθεί ότι τα συστήματα ISO δεν υπόκεινται σε κάποιον υποχρεωτικό κανονισμό, αν και η πλειονότητα των προμηθευτών τα επιλέγει, γιατί τους προσδίδει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.



Διάγραμμα 3 - ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ «ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ISO»

Έπειτα από την ανάλυση των κριτηρίων της ποιότητας ακολουθεί αυτή των κριτηρίων της τιμής. Το πρώτο κριτήριο σε αυτή την κατηγορία είναι οι όροι πληρωμής. Τα αποτελέσματα της έρευνας δείχνουν ότι 27 από τους 38 ερωτώμενους (71%) έκριναν το

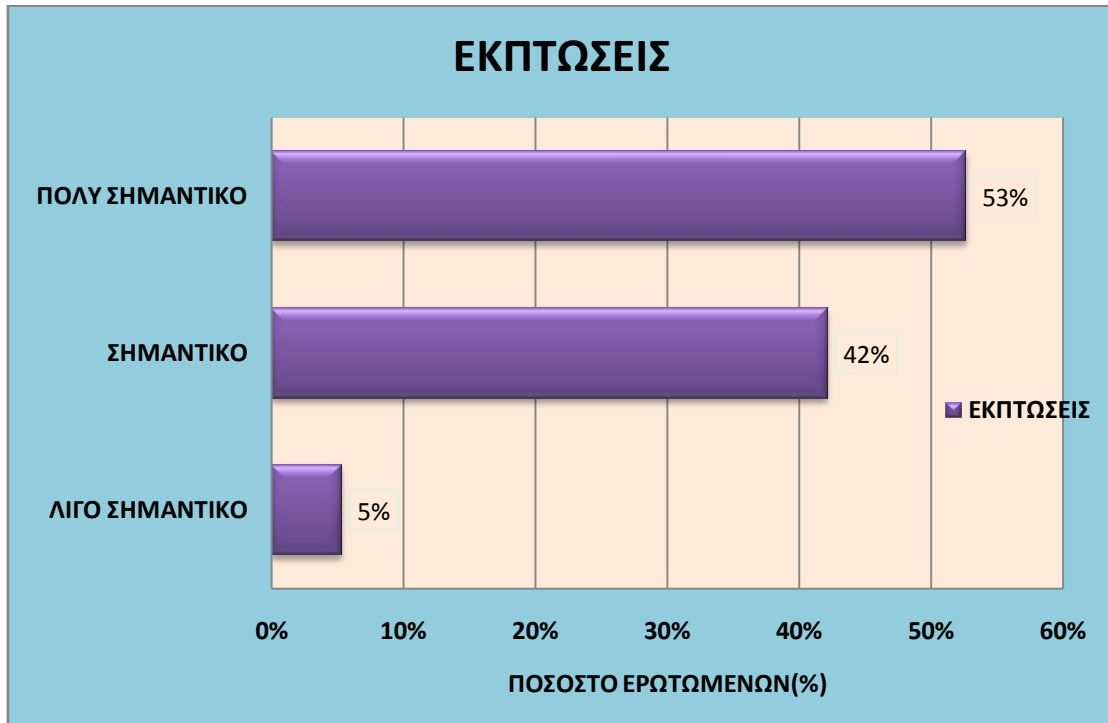
συγκεκριμένο κριτήριο ως πολύ σημαντικό προκειμένου να επιλέξουν έναν προμηθευτή. Αισθητά μικρότερα ποσοστά της τάξης του 24% και του 5% σημείωσαν οι βαθμοί σημαντικότητας «σημαντικό» και «λίγο σημαντικό» αντίστοιχα (Διάγραμμα 4). Ειδικότερα, το εντυπωσιακό ποσοστό του 71% που χαρακτήρισε τους όρους πληρωμής ως πολύ σημαντικό κριτήριο, ίσως εξηγείται σε κάποιο βαθμό από το γεγονός ότι οι συμμετέχοντες συσχετίζουν τους όρους πληρωμής με το χρονικό διάστημα που συμφωνείται να εξοφληθούν οι προμηθευτές. Θεωρείται πολύ επικερδές για μια ναυτιλιακή εταιρεία να έχει τη δυνατότητα πίστωσης κάποιων μηνών, συνήθως μέχρι τριών, απέναντι σε ένα προμηθευτή αντί να τον προπληρώνει ή να τον πληρώνει κατά την παραλαβή προϊόντων – παροχή υπηρεσιών.



Διάγραμμα 4 – ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ «ΟΡΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ»

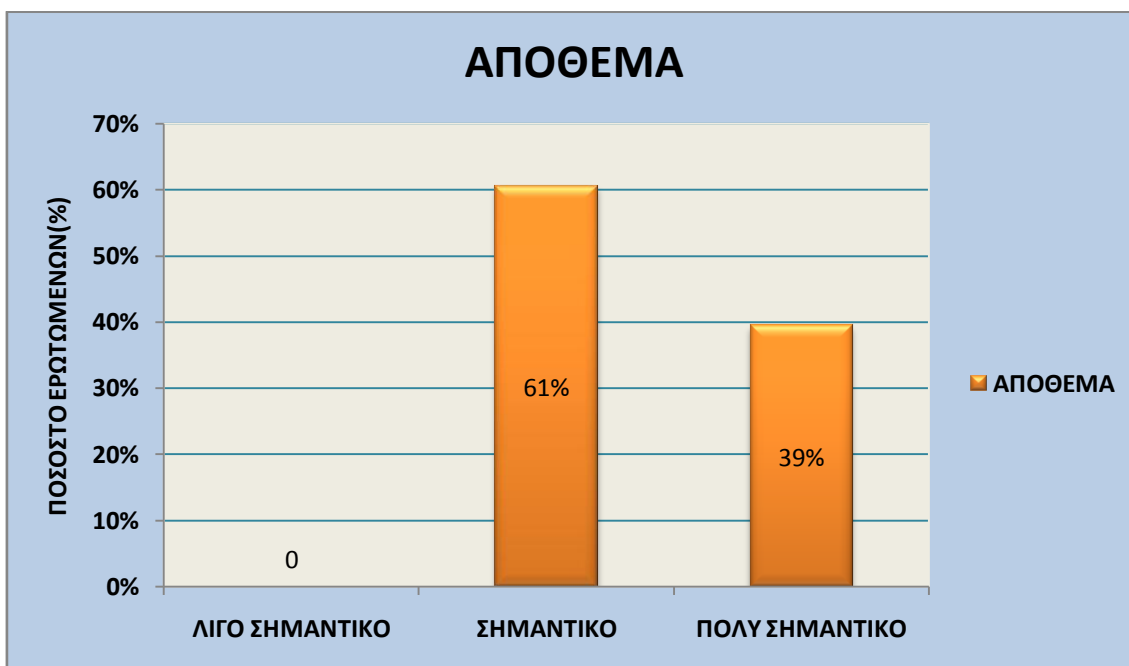
Το δεύτερο και τελευταίο κριτήριο στην κατηγορία τιμή είναι οι εκπτώσεις που προσφέρει ο προμηθευτής στη ναυτιλιακή εταιρεία. Αυτές λειτουργούν πολλές φορές σαν μια μορφή επιβράβευσης στην ναυτιλιακή επιχείρηση. Το 53 % των

συμμετεχόντων απάντησαν ότι οι εκπτώσεις είναι πολύ σημαντικές, ακολουθούμενο στενά από το 42% που τις έκρινε ως σημαντικές. Δύο εκπρόσωποι ναυτιλιακών εταιρειών με ποσοστό που φτάνει μόλις το 5% πιστεύουν ότι οι εκπτώσεις που προσφέρουν οι προμηθευτές διαδραματίζουν μικρή σπουδαιότητα στην αξιολόγησή τους (Διάγραμμα 5). Επί πράγματι, υπάρχουν προμηθευτές, οι οποίοι περιλαμβάνουν την έκπτωση στην αρχική προσφορά τους. Άλλοι προμηθευτές δίνουν έκπτωση ανάλογη του ποσού της συνολικής παραγγελίας, ωστόσο άλλοι δε δύνανται να προσφέρουν καμία έκπτωση. Αξίζει να υπογραμμιστεί ότι οι όροι πληρωμής και οι εκπτώσεις συγκλίνουν, γιατί ο προμηθευτής σε αρκετές περιπτώσεις προσφέρει συγκεκριμένη έκπτωση, εφόσον πληρωθεί στο προκαθορισμένο διάστημα, που έχει συμφωνηθεί από την εταιρεία. Τέλος, μια εναλλακτική μορφή έκπτωσης που συναντάται συχνά στους προμηθευτές ναυτιλιακών εταιρειών είναι η επιστροφή χρημάτων (rebate) στην ναυτιλιακή εταιρεία από τον προμηθευτή, όταν τα έσοδα των πωλήσεων (τζίρος) των προϊόντων του στη συγκεκριμένη ναυτιλιακή εταιρεία ξεπεράσουν ένα προκαθορισμένο ποσό.



Διάγραμμα 5 – ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ «ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ»

Μια άλλη γενική κατηγορία αξιολόγησης προμηθευτών ναυτιλιακών επιχειρήσεων που συναντάμε είναι η διαθεσιμότητα. Στην κατηγορία αυτή βασικό κριτήριο αποτελεί το απόθεμα προϊόντων των προμηθευτών. Η πλειοψηφία των ερωτωμένων, 23 από τους 38 (61%), θεώρησε την ύπαρξη αποθέματος από την πλευρά του προμηθευτή ως σημαντική. Οι 15 ερωτώμενοι από αυτούς (39%) εξέφρασαν την άποψη ότι η διαθεσιμότητα αποθέματος στις εγκαταστάσεις του προμηθευτή είναι πολύ σημαντική για την επιλογή του τελευταίου. Αξιοσημείωτο είναι ότι το παραπάνω κριτήριο δε χαρακτηρίστηκε από κανέναν εκπρόσωπο ναυτιλιακής εταιρείας ως λίγο σημαντικό (Διάγραμμα 6). Το αποτέλεσμα της σημαντικότητας του κριτηρίου μπορεί να εξηγηθεί από το γεγονός ότι η ναυτιλιακή εταιρεία νιώθει ασφάλεια, όταν χρειαστεί ένα προϊόν και ο προμηθευτής μπορεί να της το διαθέσει άμεσα, γιατί υπάρχει σε μεγάλη ποσότητα στις αποθηκευτικές εγκαταστάσεις του. Έτσι, λοιπόν, με την ετοιμότητα του προμηθευτή να ανταπεξέλθει στις ζητήσεις της ναυτιλιακής εταιρείας, εκμηδενίζεται ο χρόνος παράδοσης και κατ' επέκταση δεν καθυστερεί η ολοκλήρωση της παραγγελίας. Αυτό είναι μείζονος σημασίας, όταν πρόκειται για την παροχή προϊόντων που σχετίζονται με τους κανονισμούς ασφαλείας και τους μηχανισμούς των πλοίων. Τέλος, είναι σύνηθες οι προμηθευτές – αποκλειστικοί αντιπρόσωποι συγκεκριμένων εταιρειών (brands) να παρέχουν σε μεταγενέστερο χρόνο στο πλοίο τα προϊόντα που τους ζητήθηκαν, ακόμη και αν αυτά δεν υπάρχουν τη δεδομένη χρονική στιγμή σε απόθεμα (back order).



Διάγραμμα 6 – ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ «ΑΠΟΘΕΜΑ»

Το τελευταίο κριτήριο της γενικής κατηγορίας διαθεσιμότητα είναι η παράδοση σε συμφωνημένους χρόνους. Σε αυτή την κατηγορία εμφανίζεται το μεγαλύτερο ποσοστό από όλα τα κριτήρια όσον αφορά το βαθμό σημαντικότητας «πολύ σημαντικό». Πιο ειδικά, σχεδόν όλοι οι ερωτώμενοι (36/38), σημειώνοντας το εντυπωσιακό ποσοστό της τάξης του 95% χαρακτήρισαν την παράδοση σε συμφωνημένους χρόνους ως πολύ σημαντική. Αντίθετα, κανένας ερωτώμενος δεν την κατέταξε ως λίγο σημαντική, ενώ μόνο 2 ερωτώμενοι (5%) την έκριναν απλά σημαντική (Διάγραμμα 7). Η παράδοση σε συμφωνημένους χρόνους είναι ιδιαίτερα αναγκαία, όταν πρόκειται για παράδοση φρέσκων προϊόντων ή άλλων μικρής αντοχής χωρίς ψύξη, όπου πρέπει να μεταφερθούν στο πλοίο τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή που θα ζητηθεί στον προμηθευτή. Αυτό συμβαίνει κυρίως για λόγους συντήρησης, καθώς αυτά είναι εύκολο να αλλοιωθούν, με αποτέλεσμα να είναι ακατάλληλα για κατανάλωση από το πλήρωμα. Επιπρόσθετα, η παράδοση σε συμφωνημένους χρόνους αφορά και την έγκαιρη και ακριβή παράδοση των προϊόντων, όπως έχει συμφωνηθεί με το αρμόδιο τμήμα της ναυτιλιακής εταιρείας. Ωστόσο, μπορεί να προκύψουν προβλήματα όχι μόνο με τυχόν καθυστέρηση της

παράδοσης, αλλά και με την πρόωρη παράδοσή της, όπως η μη ύπαρξη διαθέσιμου χώρου αποθήκευσης ή επιπλέον μεταφορικά κόστη (launch).



Διάγραμμα 7 – ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥ ΚΡΙΤΗΡΙΟΥ «ΠΑΡΑΔΟΣΗ ΣΕ ΣΥΜΦΩΝΗΜΕΝΟΥΣ ΧΡΟΝΟΥΣ»

Η τελευταία γενική κατηγορία της τρέχουσας έρευνας είναι η προσαρμοστικότητα του προμηθευτή ανάλογα με τις ανάγκες της ναυτιλιακής εταιρείας. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν δύο κριτήρια, η εξυπηρέτηση σε επείγουσες καταστάσεις και το εξειδικευμένο προσωπικό. Το πρώτο κριτήριο θεωρήθηκε πολύ σημαντικό από την πλειονότητα των συμμετεχόντων (32/38) φτάνοντας το ποσοστό του 92%, το δεύτερο μεγαλύτερο ποσοστό για το βαθμό σημαντικότητας «πολύ σημαντικό» μεταξύ των οκτώ κριτηρίων που εξετάστηκαν. Μόνο 3 από τους 38 ερωτώμενους πιστεύουν ότι η εξυπηρέτηση σε επείγουσες καταστάσεις είναι σημαντική, ενώ κανένας δεν συμφώνησε με το βαθμό

σημαντικότητας «λίγο σημαντικό» (Διάγραμμα 8). Ειδικότερα, σε περιπτώσεις που η ναυτιλιακή εταιρεία χρειαστεί κάποια προϊόντα άμεσης ανάγκης, ο προμηθευτής μόλις λάβει τη ζήτηση πρέπει να είναι σε θέση να ανταπεξέλθει όσο το δυνατόν γρηγορότερα, δίνοντας την προσφορά του, και αφού λάβει την έγκριση από την εταιρεία να μπορεί να προχωρήσει αμέσως στην παράδοση της παραγγελίας. Ο προμηθευτής, λοιπόν, συνίσταται να έχει κάποιον αρμόδιο, προκειμένου να εξυπηρετεί τους πελάτες του σε ημέρες αργίας, σαββατοκύριακα, μεταμεσονύχτιες ώρες και όποτε αυτό του ζητηθεί γενικότερα (24-7 service).

Ένα ακόμη κριτήριο που συνθέτει την κατηγορία της προσαρμοστικότητας είναι το εξειδικευμένο προσωπικό, το οποίο και αυτό με τη σειρά του σημείωσε σχετικά υψηλά ποσοστά της τάξης του 53% και του 42% στους βαθμούς σημαντικότητας «πολύ σημαντικό» και «σημαντικό» αντίστοιχα. Μικρό αλλά όχι μηδενικό (5%) ήταν το μερίδιο των ερωτώμενων που απάντησαν ότι το εξειδικευμένο προσωπικό είναι μικρής σημαντικότητας στην επιλογή των προμηθευτών (Διάγραμμα 8). Η έννοια του εξειδικευμένου προσωπικού σχετίζεται με τη καλή και εμπειρική γνώση. Αυτό είναι κυρίως αναγκαίο στην παροχή προϊόντων, όπως τα φάρμακα, τα ανταλλακτικά, τα λιπαντικά, τα χημικά, ο εξοπλισμός πρυμνοδέτησης. Τέλος, συγκρίνοντας τα δύο κριτήρια της προσαρμοστικότητας, η εξυπηρέτηση σε επείγουσες καταστάσεις έλαβε αισθητά μεγαλύτερο ποσοστό απαντήσεων στο βαθμό σημαντικότητας «πολύ σημαντικό» από το εξειδικευμένο προσωπικό, όπως φαίνεται ξεκάθαρα στο Διάγραμμα 8 (92% έναντι 53%).



Διάγραμμα 8 – ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΟΥ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΚΡΙΤΗΡΙΩΝ «ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΣΕ ΕΠΕΙΓΟΥΣΕΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ» ΚΑΙ «ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ»

6.3.ΕΠΙΠΡΟΣΘΕΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ

Στην τρέχουσα μελέτη ζητήθηκε από του ερωτώμενους να αναφέρουν κάποια επιπλέον κριτήρια από τα ως άνω που οι ίδιοι εξετάζουν για να καταλήξουν στην επιλογή προμηθευτή. Αναλύοντας τις απαντήσεις τους, βρέθηκε ότι εξέχοντα σημαντικό ρόλο κατέχει η φήμη – όνομα του προμηθευτή στην ναυτιλιακή αγορά, η οποία χτίζεται με την εμπειρία του ίδιου ανάλογα με τα χρόνια που δραστηριοποιείται σε αυτή, και από τις κριτικές που διατυπώνουν διάφορες ναυτιλιακές εταιρείες για αυτόν. Ιδιαίτερο κριτήριο για την επιλογή των προμηθευτών σύμφωνα με τους συμμετέχοντες, αποτελεί η ύπαρξη παλιότερων αξιόπιστων, επιτυχημένων και ομαλών συνεργασιών με αυτόν. Επιπροσθέτως, οι εκπρόσωποι των ναυτιλιακών εταιρειών που απάντησαν στην έρευνα δίνουν μεγάλη αξία στις προσφορές του προμηθευτή. Πιο συγκεκριμένα, επιζητούν την απάντηση στις προσφορές μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό περιθώριο και την πληρότητα

των προσφορών, δηλαδή την αναφορά της τιμής και του χρόνου παράδοσης σε κάθε ζητούμενου προϊόν. Ακόμη, προτιμούν οι προμηθευτές να είναι σε θέση να προτείνουν εναλλακτικές λύσεις, ενδεχομένως πιο οικονομικές, όπου αυτό είναι δυνατό. Συγκεκριμένα, οι συμμετέχοντες από τα τμήματα ανταλλακτικών επιδιώκουν τη συνεργασία με προμηθευτές που προσφέρουν γνήσια ανταλλακτικά ή μη γνήσια πιστοποιημένα.

Συμπληρωματικά, οι ναυτιλιακές εταιρείες επιθυμούν να συνεργάζονται με προμηθευτές που έχουν τη γνώση να αντιλαμβάνονται τυχόν λάθη που μπορεί να υπάρχουν στην παραγγελία (feedback), όπως υπερβολικές ποσότητες ενός προϊόντος, και να ενημερώνουν τη ναυτιλιακή εταιρεία να προβεί στις απαραίτητες διορθώσεις. Από την έρευνα αυτή, προέκυψε επίσης ότι προμηθευτές που ήταν ακριβείς στην ποσότητα των προϊόντων που παρείχαν, με βάση την παραγγελία, και στην τιμολόγηση τους, με βάση την προσφορά τους, επιλέχθηκαν επανειλημμένως από τις ναυτιλιακές εταιρείες. Εξίσου σημαντικό θεωρείται και το όσο το δυνατόν χαμηλότερο κόστος μεταφοράς που καλείται να πληρώσει η ναυτιλιακή εταιρεία, όταν το λιμάνι προμήθειας του πλοίου της δεν είναι το κεντρικό λιμάνι δραστηριοποίησης του προμηθευτή, όπου βρίσκονται οι εγκαταστάσεις του. Αρκετοί ερωτώμενοι απάντησαν ότι λαμβάνουν ιδιαίτερα υπόψη τους στην επιλογή προμηθευτή την ειλικρίνεια του, την έντιμη διαπροσωπική σχέση και την αξιόπιστη συνεργασία με τον ίδιο. Τέλος, είναι αξιοσημείωτο ότι τρεις από τους ερωτώμενους βασίζουν, σε κάποιο βαθμό, την απόφασή τους στην ευγένεια και στους καλούς τρόπους των προμηθευτών.

6.4.ΚΥΡΙΑ ΛΙΜΑΝΙΑ ΕΦΟΔΙΑΣΜΟΥ ΠΛΟΙΩΝ

Το τελευταίο κομμάτι αυτής της έρευνας, αποτελεί η συλλογή στοιχείων από τους συμμετέχοντες σε μια προσπάθεια, αφενός να συγκεντρώσουμε τα λιμάνια που επιλέγουν οι ναυτιλιακές εταιρείες, όσο αυτό είναι δυνατό, για την πραγμάτωση των προμηθειών τους, και αφετέρου να κατανοήσουμε τους λόγους επιλογής των λιμανιών αυτών. Πιο ειδικά, από την εξέταση των ερωτηματολογίων προκύπτει ότι 32 από τους 38 συμμετέχοντες (84%) προτιμούν το λιμάνι της Σιγκαπούρης για να

πραγματοποιήσουν τις προμήθειες τους. Το παραπάνω αποτέλεσμα δικαιολογείται σε μεγάλο βαθμό από το γεγονός ότι το λιμάνι της Σιγκαπούρης έχει πολλά πλεονεκτήματα για τις ναυτιλιακές εταιρείες, όπως μεγάλη γκάμα προμηθευτών με προϊόντα αποδεκτής ναυτικής ποιότητας, άμεσης διαθεσιμότητας και ανταγωνιστικών τιμών. Επιπροσθέτως, στο συγκεκριμένο λιμάνι είναι ιδιαίτερα χαμηλά τα κόστη για ενοικίαση πλοιαρίων, φορτηγίδων και γερανών (hire of launches, barges and cranes), και ευνοούνται οι αποστολές από διάφορα μέρη του κόσμου, γιατί οι χρεώσεις των τελωνείων είναι σχετικά χαμηλές και δεν απαιτείται ιδιαίτερη γραφειοκρατία. Ακολούθως, συχνή επισκεψιμότητα εμφανίζουν τα λιμάνια της Ολλανδίας, Ρότερνταμ και Άμστερνταμ, με ποσοστό της τάξης του 37%, καθώς βρίσκονται σε πολύ καλό γεωγραφικό σημείο και διαθέτουν φθηνούς χώρους αποθήκευσης. Την πρώτη βασική τριάδα κλείνει ο Πειραιάς με ποσοστό 24%. Το λιμάνι του Πειραιά, επίσης, είναι προτιμητέο, από τις ναυτιλιακές εταιρείες που συμμετέχουν στην έρευνα, όχι μόνο λόγω της πλεονεκτικής γεωγραφικής θέσης στο σταυροδρόμι Ασίας-Αφρικής-Ευρώπης, αλλά και λόγω της υψηλής ποιότητας και των καλών τιμών που προσφέρουν οι ελληνικές προμηθευτικές εταιρείες (Παρδάλη, 2001) (Παρδάλη, 2007). Το τελευταίο μπορεί να πιστοποιηθεί και μέσα από ελέγχους που εύκολα μπορούν να πραγματοποιούν οι αρμόδιοι του τμήματος προμηθειών, τόσο στις αποθηκευτικές εγκαταστάσεις των Ελλήνων εφοδιαστών, όσο και κατά την παράδοση των προϊόντων στο πλοίο.

Έπονται τα λιμάνια της Κίνας (Σαγκάη, Ναντόνγκ, Γκουαντζού), εμφανίζοντας το ποσοστό του 21%. Το πλεονέκτημα σε αυτά τα λιμάνια είναι η ύπαρξη φθηνών προμηθευτών. Συχνά, όμως, ελλοχεύει ο κίνδυνος παροχής όχι τόσο καλών ποιοτικά προϊόντων. Το ίδιο ακριβώς ποσοστό ερωτωμένων (21%) απάντησαν ότι τα πλοία του στόλου της ναυτιλιακής εταιρείας, που εργάζονται, επισκέπτονται για τις προμήθειές τους τα λιμάνια των Αραβικών Εμιράτων, Φουτζέιρα και Άμπου Ντάμπι και του Κόλπου του Γκαλφ στην Αμερική (US Gulf), Νέα Ορλεάνη και Χιούστον. Αξίζει να αναφερθεί ότι τα λιμάνια στον Κόλπο του Γκαλφ, αν και διαθέτουν προμηθευτές που παρέχουν υψηλής ποιότητας προϊόντα, υστερούν στα υψηλά κόστη προς ενοικίαση πλοιαρίου (launch services) για την μεταφορά εφοδίων στο καράβι, για αμοιβή τρίτων,

όπως τοπικά τελωνεία, και στους αυστηρούς ελέγχους των λιμενικών αρχών, οι οποίες μπορεί να καθυστερήσουν την αναχώρηση του πλοίου.

Σε σχετικά υψηλή θέση βρίσκεται το λιμάνι της Κωνσταντινούπολης, στα στενά του Βοσπόρου, όπου αναφέρθηκε από 6 ερωτώμενους (16%). Στο λιμάνι αυτό οι εταιρείες οργανώνουν, συνήθως, την προμήθεια φρέσκων προϊόντων και τροφίμων. Ακολουθούν με αξιόλογο ποσοστό (13%) τα λιμάνια της Νότιας Αφρικής, Κέιπ Τάουν, Ντέρμπαν και Ρίτσαρντς Μπέι, τα οποία κλείνουν τη λίστα με τα λιμάνια μεγαλύτερης επισκεψιμότητας.

Τα λιμάνια που ακολουθούν δόθηκαν ως απαντήσεις στα ερωτηματολόγια από αισθητά μικρότερο αριθμό συμμετεχόντων συγκριτικά με αυτά που έχουν προηγηθεί. Ξεκινώντας με το γεωγραφικό χώρο της Ευρώπης, το λιμάνι της Αμβέρσας στο Βέλγιο λαμβάνει το δίολου ευκαταφρόνητο ποσοστό του 11% των ερωτώμενων, ακολουθούμενο στενά από τα λιμάνια της Ισπανίας, Αλτζεσίρας, Μπιλμπάο και Καρταγένα, και το λιμάνι της Βαλέτας στη Μάλτα που όλα σημείωσαν το ποσοστό της τάξεως του 8%. Ακριβώς το ίδιο μερίδιο της πίτας (8%), κατέλαβε και το λιμάνι του Γιβραλτάρ, που αποτελεί επίσης ένα από τα κύρια λιμάνια ανεφοδιασμού των πλοίων. Κλείνοντας με την Ευρώπη, δοθήκαν λίγες απαντήσεις για λιμάνια του Ηνωμένου Βασιλείου, όπως το Άμπερντην και το Κάρντιφ, καθώς και για μερικά λιμάνια της Ιταλίας, σαν την Τεργέστη, τη Νάπολη, τη Τζένοβα και το Λιβόρνο.

Συνεχίζοντας με την Αμερική, αναφέρθηκαν τα λιμάνια του Λονγκ Μπιτς στην Καλιφόρνια και του Κρίστομπαλ στον Παναμά. Επίσης, 2 συμμετέχοντες υποστήριξαν ότι πραγματοποιούν τις προμήθειες των πλοίων τους στα λιμάνια της Βραζιλίας, Τουμπαράο και Σάο Πάολο. Περνώντας στην Αφρική, και πιο ειδικά στην Αίγυπτο, ακόμη, 2 ερωτώμενοι απάντησαν το λιμάνι του Πορτσάιντ στη διώρυγα του Σουέζ, όπως επίσης, και το λιμάνι της Αλεξάνδρειας. Επιπλέον, αναφέρθηκαν και κάποια λιμάνια της Ασίας. Πιο συγκεκριμένα, 3 συμμετέχοντες ανέφεραν το λιμάνι του Μπουσάν στην Κορέα, ενώ υπήρχαν 2 απαντήσεις για τα λιμάνια του Χονγκ Κονγκ και του Τόκουου στην Ιαπωνία. Τέλος, πολύ μικρό ποσοστό της τάξεως του 5%, συγκέντρωσαν 2 λιμάνια της Αυστραλίας, το Φρήμαντλ και το Μπένμπουρι. Αν και στα λιμάνια της Αυστραλίας παρέχονται υψηλής ποιότητας προϊόντα από τους εφοδιαστές

πλοίων, δεν αποτελούν, συνήθως, πρώτη επιλογή για τις ναυτιλιακές εταιρείες, λόγω της υψηλού κόστους αγοράς και μεταφοράς αυτών.

6.5. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ένας από τους βασικούς περιορισμούς της παρούσας μελέτης είναι ότι το δείγμα αφορούσε ναυτιλιακές εταιρείες με γραφεία διοίκησης στην Ελλάδα και στην Κύπρο. Αυτό σημαίνει ότι τα αποτελέσματα δεν μπορούν να γενικευτούν πλήρως, καθώς δεν υπήρχαν ερωτώμενοι-εκπρόσωποι ναυτιλιακών εταιρειών σε άλλες χώρες της Ευρώπης ή μη. Επιπλέον, ένα άλλο μειονέκτημα είναι ότι δεν συμπεριλαμβάνονταν στο ερωτηματολόγιο ξεχωριστές ενότητες-ερωτήσεις για τις διαφορετικές κατηγορίες προμηθειών των πλοίων. Το παραπάνω έχει βάση, σκεφτόμενοι ότι οι ερωτώμενοι είναι πιθανό να αξιολογούν με διαφορετικά κριτήρια τους προμηθευτές τους, όταν προτίθενται να αγοράσουν τρόφιμα αντί για εφόδια μηχανής και ανταλλακτικά. Βέβαια, αξίζει να αναφερθεί ότι στην πράξη, στα περισσότερα λιμάνια, οι υπάλληλοι των ναυτιλιακών εταιρειών αναθέτουν το μεγαλύτερο μέρος των προμηθειών σε ένα εφοδιαστή, από τροφοδοσία και βιομηχανικά εφόδια μέχρι ρούχα και φάρμακα. Οπότε, από αυτή την άποψη, η αξιολόγηση στον προμηθευτή πρέπει να λαμβάνει χώρα για το σύνολο των προϊόντων που παρέχει και όχι για κάθε είδος ξεχωριστά. Τέλος, κάποια κομμάτια του ερωτηματολογίου θα μπορούσαν να είναι πιο ξεκάθαρα, γιατί ίσως παρερμηνεύτηκαν από τους συμμετέχοντες. Για παράδειγμα, στην ερώτηση «αξιολογήστε τη σημαντικότητα του κριτηρίου Συστήματα ISO» δεν διευκρινίζεται ότι αναφέρεται στα Συστήματα ISO του προμηθευτή, και επομένως κάποιοι από τους ερωτώμενους ίσως πίστευαν ότι αναφέρεται στην ναυτιλιακή εταιρεία.

6.6.ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Συνοψίζοντας, η πρώτη ερευνητική ερώτηση, που εξετάζεται στην παρούσα μελέτη, κατατάσσει με σειρά σημαντικότητας τις γενικές κατηγορίες κριτηρίων επιλογής προμηθευτών ναυτιλιακών εταιρειών. Η σειρά αυτή διαμορφώθηκε με την ποιότητα να καταλαμβάνει την πρώτη θέση, ακολουθούμενη από την τιμή, τη διαθεσιμότητα του προϊόντος – υπηρεσίας, και τέλος την προσαρμοστικότητα του προμηθευτή.

Αναλυτικότερα, βασιζόμενοι στα αποτελέσματα της παρούσας έρευνας, καταλήγουμε ότι το κριτήριο παράδοση σε συμφωνημένους χρόνους (95%) που ανήκει στη γενική κατηγορία διαθεσιμότητα ακολουθούμενο από το κριτήριο της εξυπηρέτησης σε επείγουσες καταστάσεις (92%) που ανήκει στην κατηγορία προσαρμοστικότητα, διαδραματίζουν τον κυριότερο ρόλο στην απόφαση επιλογής των προμηθευτών ναυτιλιακών εταιρειών. Εντυπωσιακό είναι το γεγονός ότι κανένα από τα δύο αυτά κριτήρια δεν ανήκει στην κατηγορία ποιότητα, που κρίθηκε ως πιο σημαντική στην επιλογή προμηθευτών από τους ερωτώμενους. Αμέσως μετά από τα δύο προαναφερόμενα κριτήρια σημαντικό ρόλο στην επιλογή προμηθευτή διαδραματίζουν, επίσης, οι όροι πληρωμής (71%) , η εγγύηση (68%), καθώς και οι εκπώσεις και το εξειδικευμένο προσωπικό, τα οποία εμφανίζουν ακριβώς το ίδιο ποσοστό στο βαθμό υψηλής σημαντικότητας (53%). Τις δύο τελευταίες θέσεις στη σειρά σημαντικότητας των οκτώ κριτηρίων κατέχουν το απόθεμα (39%) στις εγκαταστάσεις του προμηθευτή και τα συστήματα ISO που διαθέτει (32%). Αν και τα δύο αυτά κριτήρια κατέλαβαν τις τελευταίες θέσεις στην κατάταξη της σημαντικότητας των κριτηρίων, γεγονός που προκύπτει από τα εξαιρετικά χαμηλά ποσοστά που εμφάνισαν στο βαθμό σημαντικότητας «λίγο σημαντικό», είναι αναγκαίο να λαμβάνονται υπόψη στην επιλογή των προμηθευτών.

Έπειτα, από την ανοιχτού τύπου ερώτηση που τέθηκε στους συμμετέχοντες, προέκυψαν, και επιπλέον κριτήρια μείζονος σημασίας για την αξιολόγηση προμηθευτών, όπως η αξιοπιστία, η εμπειρία και η καλή φήμη. Ακόμη, βασικό εύρημα

της παρούσας μελέτης είναι ότι το λιμάνι της Σιγκαπούρης αποτελεί την κύρια επιλογή των ναυτιλιακών εταιρειών για την πραγματοποίηση προμηθειών.

Η παρούσα μελέτη αποτελεί το υπόβαθρο για μελλοντική έρευνα που μπορεί να διεξαχθεί στην αξιολόγηση προμηθευτών ναυτιλιακών εταιρειών. Τα αποτελέσματα της θα μπορούσαν, ίσως, να συγκριθούν με αυτά μιας παρόμοιας μελλοντικής έρευνας με σκοπό να εξεταστεί αν τα συγκεκριμένα ευρήματα είναι αποδοτικά ή όχι. Θα ήταν, επίσης, ιδιαίτερα ενδιαφέρον να γίνει μια σύγκριση μεταξύ των απόψεων των εργαζομένων, που συμμετείχαν σε αυτή την έρευνα, με τις αντιλήψεις των προμηθευτών. Επιπλέον, μελλοντικοί ερευνητές ενθαρρύνονται να εξετάσουν αν ο βαθμός σημαντικότητας των κριτηρίων αξιολόγησης διαφέρει σε σχέση με κάποιες μεταβλητές που δεν χρησιμοποιήθηκαν στην τρέχουσα έρευνα, όπως η οργανωσιακή κουλτούρα των εταιρειών, ο τύπος και ο αριθμός των πλοίων. Ωστόσο, χρήσιμο θα ήταν να είχαμε ένα μεγαλύτερο δείγμα ναυτιλιακών εταιρειών, πέρα από τα γεωγραφικά όρια της Ελλάδας και της Κύπρου, που θα επέτρεπε να προκύψουν ακόμη πιο γενικευμένα αποτελέσματα.

Καταλήγοντας, το ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον της ναυτιλιακής αγοράς υποχρεώνει τις ναυτιλιακές επιχειρήσεις να προσαρμόζονται ανάλογα με τις αυξημένες ανάγκες της. Με δεδομένο ότι οι προμήθειες των πλοίων είναι ένα δαπανηρό έξοδο για τις ναυτιλιακές εταιρείες, είναι αναγκαίο τα τμήματα προμηθειών να προχωρούν στις σωστές αποφάσεις για την επιλογή προμηθευτών. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω σε συνδυασμό με το γεγονός ότι η παρούσα εργασία αποτελεί την πρώτη απόπειρα αξιολόγησης προμηθευτών ναυτιλιακών επιχειρήσεων, συμπεραίνουμε ότι, ίσως, έχει ουσιώδη λόγο ύπαρξης.

Κλείνοντας, βασιζόμενοι στις απαντήσεις υπαλλήλων ναυτιλιακών εταιρειών σε Ελλάδα και Κύπρο, η παρούσα έρευνα διερεύνησε τα κριτήρια αξιολόγησης προμηθευτών – εφοδιαστών πλοίων, καθώς και τα κύρια λιμάνια που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη επισκεψιμότητα για την πραγματοποίηση προμηθειών. Οι εργαζόμενοι σε τμήματα προμηθειών ναυτιλιακών εταιρειών, ίσως, βρουν τα ευρήματα αυτής της

έρευνας βοηθητικά στην προσπάθειά τους να επιλέγουν όσο το δυνατόν πιο αποτελεσματικούς προμηθευτές. Ομοίως, τα ευρήματα της παρούσας μελέτης μπορεί να αποτελέσουν ένα βοηθητικό εργαλείο στα χέρια των εφοδιαστών πλοίων στο συνεχές τους έργο να προσφέρουν πιο αποδοτικές υπηρεσίες.

7.ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Θεοτοκάς, Γ., (2011), Οργάνωση και διοίκηση ναυτιλιακών επιχειρήσεων, Αθήνα: Αλεξάνδρεια.
- Παπαδημητρίου Ε., Σχινάς Ορ.(2004), Εισαγωγή στα Logistics, Αθήνα: Σταμούλη.
- Παρδάλη , Α., (2001), Η Λιμενική Βιομηχανία, Πειραιάς: Σταμούλης.
- Παρδάλη, Α., (2007), Οικονομική και Πολιτική των λιμένων: Ανταγωνισμός & Ανταγωνιστικότητα στη Σύγχρονη Λιμενική Βιομηχανία, Αθήνα: Σταμούλης.
- Τσιώλης, Γ., (2014), Μέθοδοι και Τεχνικές ανάλυσης στην έρευνα, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.

Διεθνής Βιβλιογραφία

- Applegate, L. McKennedy (1999) Corporate Information Systems Management- Text and Cases. Boston: McGraw-Hill.
- Axelsson, Bjorn and Finn Wynstra (2002): Buying Business Services. John Willey & Sons, Chichester, England.

- Axelsson, Bjorn, Frank Rozemeijer and Finn Wynstra (2005): *Developing Sourcing Capabilities*. John Wiley & Sons, Chichester, England.
- Baily Peter, David Farmer, David Jessop, David Jones (1994) *Purchasing Principles and Management*. London: Pitman Publishing Andersen B., Fagerhaug T., Randmoel S., Sxhuldmaier J., Prenninger J., “Benchmarking supply chain management: finding best practices”, *Journal of Business and Industrial Marketing*, Vol.14 No 5 / 6, pp. 378-389.
- Barbarosoglu, G. & Yazgac, T. (1997) “An application of the analytic hierarchy process to the supplier selection problem. *Production and inventory management journal*, Vol.38, pp. 14-21.
- Braglia and Petroni (2000), “Vendor Selection using Principal Component Analysis”, *The Journal of Supply Chain Management: A Global Review of Purchasing and Supply*.
- Brett, Jeane M. (2001) *Negotiating globally: how to negotiate deals, resolve disputes, and make decisions across cultural boundaries*. The Jossey- Bass business & management series San Francisco: Jossey- Bass.
- Bryman, A. and Bell, E. (2007) *Business Research Methods*. New York: Oxford.
- Bryman, A. and Burgess, R. G. (1994) “Developments in Qualitative Data Analysis: An introduction”, in A. Bryman and R. G. Burgess (eds) *Analyzing Qualitative Data*. London: Routledge, pp. 1-17.

- Brynhildosvoll, Ivar and Thor Abrahamsen (2002) Prinsipper for bedre innkjop. Fagbokforlaget, Bergen. (Translation from Norwegian textbook).
- Carr, A.S., Smeltzer, L.R (1997). An empirically based operational definition of strategic management. *European Journal of Purchasing & Supply Management*, Vol. 3, pp. 199-207.
- Cavinato, Joseph L (1984) *Purchasing and Materials Management*. St. Paul: West Publishing Company.
- Chau M. (2006) "The Market and Temple Fairs of Rural China: Red Fire".
- Chen, L.J., Paulra, A., Lado, A.A.(2004). Strategic purchasing, supply management and firm performance.
- Dale, B. G., Lascelles, D. M. and Lloyd, A.,1994, Supply chain management and development. In B. G. Dale (ed.), *Managing Quality* (London: Prentice- Hall), pp. 292-315.
- Dan White (1978), "Evaluation criteria depending on market conditions", *Journal of Purchasing and Materials Management*, pp.15-26.
- De Boer, L., Ebben, M., Sttar, C.P. (2003). Studying purchasing specialization in organizations: a multi-agent simulation approach. *Journal of Purchasing & Supply Management*, Vol. 9, pp. 199-206.
- Dempsey (1978), "Vendor Selection and the Buying Process", *Industrial Marketing Management* 9.

- Dickson, G. W. (1966), “An Analysis of vendor selection systems and decisions”, *Journal of Purchasing*. Vol. 2, No , pp. 5-17.
- Fisher Marshall L., “What is the right Supply Chain for your Product?”, *Harvard Business Review*, March – April, 1997.
- Ford, D., 1990, *Understanding Business Markets* (London: Academic Press). Galt, J. D. A. and DALE, B. G., 1991, Supplier development: a British case study, *International Journal of Purchasing and Materials Management*, Vol. 27, pp. 19-24.
- Gadde, Lars-Erik, Hakan Hakansson (1994) *The changing role of Purchasing: reconsidering three Strategic issues*. *European Journal of Purchasing and Supply Management* No 1, 1994.
- Gattorna, JL, DW Walters (1996) *Managing the Supply Chain- a Strategic Perspective*. New York: Palgrave.
- Groenewegen, John, Erin Anderson (1996) *Transaction Cost Economics and Beyond*. Massachusetts: Kluwer Academic Publishers.
- Guinipero C.L., and Brewer J.D. (1993). *Performance Based Evaluation Systems Under Total Quality Management*, *International Journal of Purchasing Materials Management*, Vol.29, pp. 35-41.
- Hampson J. and Lamming R., (1996), *The environment as a supply chain management issue*, *British Journal of Management*, Vol.7, pp. S45-S46.
- Hartline, M. D. and Jones, K. C. (1996) “Employee performance cues in a hotel service environment: influence on perceived service quality,

value, and word-of-mouth intentions”, *Journal of Business Research*, Vol. 35, No. 3, pp. 207-215.

- Hill C. and Jones G., (2001), *Strategic Management Theory* 5th edn Houghton Mifflin Company, USA.
- Hutchins, Greg (1992) *Purchasing Strategies for Total Quality*. Portland: The Business One Irwin/APICS.
- Jane’s Merchant Ships, (2004) Jane’s Information Group ; 9th edn.
- John J. Coyle (1977) “The management of business logistics: A Supply Chain Perspective”, 7th edn.
- Johnson M. Eric (2001) “Learning from Toys: Lessons in Managing Supply Chain Risks From the Toy Industry”, *California Management Review*, Vol. 43, No 3.
- Kotler, Philip (2005): *Principles of marketing*. 4th European ed. FT Prentice Hall, Harlow.
- Kraljic, Peter (1983) *Purchasing must become Supply Management* *Harvard Business Review*, No5, 1983.
- Laios Lambros G., Moschuris Socrates J. (2001) “The influence of enterprise type on the purchasing decision process”, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol 21, Issue 3.
- Lambert, D.M. and Stock, J.R., 1993, *Strategic Logistics Management* (Homewood: Dow- Jones Irwin).

- Larson Melissa (2004) “Tips for ISO 9000 preparation: Establishing a Purchasing System”, Quality.
- Lysons K., Gillingam M. (2003) “Purchasing and Supply Chain Management” .
- Lysons K. (1996) “The Chartered Institute of Purchasing and Supply (Stamford), Pitman.
- Maass, Richard, John Brown, James Bossert (1990) Supplier Certification; a Continuous Improvement Strategy. Milwaukee: American Society for Quality Control.
- Mandal A. and Deshmukh S.G., 1994, Vendor Selection using ISM , International J. Operations & Production Management, Vol.14, pp. 55-61.
- Monczka, R.M., Petersen, K.J., Handsfield, R.B. & Ragatz, G. 1998, Success Factors in Strategic Supplier Alliances: The Buying Company Perspective. Decision Sciences, Vol. 29, No 3, pp. 553-577.
- Moon, J., Tikoo, S. (2002). Buying decision approaches of organizational buyers and users, Journal of Business Research, Vol.55, pp. 293- 299.
- Morgan, J. and Monczka, R.M. 1996, Supplier integration: a new level of supply chain management. Purchasing, Vol.120, pp. 110-113.

- Nydick and Hill (1992), “Using the Analytic Hierarchy Process to Structure the Supplier Selection Procedure”, *International Journal of Purchasing and Materials Management*.
- Porter, Michael (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. London: The McMillan Press.
- Stanley L.L., Wisner, J.J. (2001). Service quality along the supply chain: implications for purchasing, *Journal of Operations Management*, Vol. 19, pp. 287-306.
- Trent, R.J., Monczka, R.M. (1994). Effective cross-functional sourcing teams: critical success factors, *International Journal of Purchasing and Supply Management*, Vol. 30, No 4, pp. 3-11. Research 27.
- Van Weele, A. J, (2000), “Purchasing and Supply Chain Management: Analysis, Planning and Practice”, (2nd Ed.). Business Press: Thomas learning UK.
- Weber, C.A., Current, J.R. and Benton, W.C. (1991), “Supplier selection criteria and methods”. *European Journal of Operational Research*, Vol. 50, pp. 2-18.
- Webster, Frederick E. and Yoram Wind (1972); *Organizational Buying Behaviour*. Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Zhang,Z; Lei,J; Cao,N; To,k & Kengpo N (2003), “Evolution of Supplier Selection Criteria and Methods”. School of Economic and Management, Tsinghua University, Beijing.

Διαδίκτυο

Ελληνικές Ιστοσελίδες

- Βιτσούνης, Θ., (2006), Πώς οργανώνεται ο εφοδιασμός πλοίων; Διαθέσιμο από: (www.logistics-management.gr), τελευταία επίσκεψη: 15/05/2015.
- Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Πειραιά (Β.Ε.Π), Διαθέσιμο από: (www.bep.gr), τελευταία επίσκεψη: 22/04/2015.
- Κόνταρης, Σ., (2000), Μέτρηση και Αξιολόγηση Απόδοσης στα Συστήματα Εφοδιασμού, Διαθέσιμο από: (www.telecom.ntua.gr), τελευταία επίσκεψη: 17/06/2015.
- Κόνταρης, Σ., (2002), Εισαγωγή στην Σύγχρονη Διοίκηση Προμηθειών, Διαθέσιμο από: (www.unipi.gr), τελευταία επίσκεψη 4/03/2015.
- Λάιος, Λ., (2007), Διοίκηση Προμηθειών, Διαθέσιμο από: (www.tex.unipi.gr), τελευταία επίσκεψη 29/03/2015.
- Πίττας, Σ., (2008), Η Λειτουργία της Επιχείρησης, Διαθέσιμο από: (<http://mow.uoa.gr>), τελευταία πρόσβαση: 17/06/2015.
- HEMEXPO (Hellenic Marine Equipment Manufacturers & Exporters), Διαθέσιμο από: (www.hemexpo.gr), τελευταία επίσκεψη: 12/05/2015.

Διεθνείς Ιστοσελίδες

- International Shippers & Services Association: Representing Ship suppliers Throughout The World, Διαθέσιμο από: (www.shipsupply.org), τελευταία επίσκεψη: 22/05/2015.
- OECD (2007): Integrity in Public Procurement; Good Practice from A to Z. Organization for Economic Co-operation and Development, Paris, Διαθέσιμο από: (www.oecd.org), τελευταία επίσκεψη: 08/09/2015.
- Overview of ISO 9001 and ISO 14011, Διαθέσιμο από: (www.iso.org), τελευταία επίσκεψη: 28/09/2015.
- Ship Serve International Inc, Διαθέσιμο από: (www.shipserve.com), τελευταία επίσκεψη: 20/04/2015.
- W.I.M.A (Worldwide Industrial & Marine Association): Διεθνής Ναυτική & Βιομηχανική Ένωση, Διαθέσιμο από: (www.wima.gr), τελευταία επίσκεψη: 24/04/2015.

8.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

8.1.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 - ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Τοποθετήστε με σειρά σημαντικότητας ,από το 1 έως το 4, όπου το 1 η πιο σημαντική και το 4 η λιγότερο σημαντική, τις παρακάτω γενικές κατηγορίες κριτηρίων για την επιλογή ναυτιλιακών προμηθευτών.

Ποιότητα του προϊόντος/υπηρεσίας

Τιμή του προϊόντος/υπηρεσίας

Διαθεσιμότητα προϊόντος/υπηρεσίας

Προσαρμοστικότητα προμηθευτή

Στην κατηγορία Ποιότητα αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω κριτηρίων.

	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ
Εγγύηση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Συστήματα ISO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
---------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Στην κατηγορία Τιμή αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω κριτηρίων.

	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ
Όροι Πληρωμής	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εκπτώσεις	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Στην κατηγορία Διαθεσιμότητα αξιολογήστε τη σημαντικότητα των παρακάτω κριτηρίων.

	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ
Διατήρηση Αποθέματος	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Παράδοση σε Συμφωνημένους Χρόνους	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Στην κατηγορία Προσαρμοστικότητα αξιολογείστε τη σημαντικότητα των παρακάτω κριτηρίων.

	ΛΙΓΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ	ΠΟΛΥ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟ
Εξυπηρέτηση σε Επείγουσες Περιπτώσεις	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Εξειδικευμένο Προσωπικό	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Αναφέρετε ένα ή περισσότερα άλλα κριτήρια που εσείς θα λαμβάνετε υπόψη για την επιλογή προμηθευτών ναυτιλιακών εταιρειών.

.....

Αναφέρετε κάποια από τα κύρια λιμάνια στα οποία προμηθεύετε τα πλοία σας.

.....

Όνομα ναυτιλιακής εταιρείας στην οποία εργάζεστε.

.....

Τμήμα ναυτιλιακής εταιρείας στο οποίο εργάζεστε.

.....

8.2.ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 - ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΦΥΛΛΑΔΙΟ ΓΙΑ ΠΙΘΑΝΟΥΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ

Σας ζητείται να λάβετε μέρος σε μια έρευνα για την αξιολόγηση προμηθευτών ναυτιλιακών εταιρειών. Σημειώστε ότι μόνο οι υπάλληλοι ναυτιλιακών εταιρειών που σχετίζονται με τις προμήθειες και τον εφοδιασμό των πλοίων μπορούν να συμμετέχουν στην έρευνα. Αν επιθυμείτε περισσότερες πληροφορίες για κάτι το οποίο δεν αναφέρεται εδώ, μη διστάσετε να ρωτήσετε. Παρακαλώ, αφιερώστε λίγο από το χρόνο σας για να διαβάσετε τις παρακάτω πληροφορίες προσεκτικά πριν αποφασίσετε αν θέλετε να συμμετέχετε στην έρευνα.

Ποιος είναι ο σκοπός της έρευνας;

Η έρευνα αποσκοπεί να διερευνήσει τη σημαντικότητα των κριτηρίων αξιολόγησης των προμηθευτών στη ναυτιλιακή αγορά, όπου τα αποτελέσματά της θα συντελέσουν στην καλύτερη λειτουργία των τμημάτων προμηθειών στις ναυτιλιακές εταιρείες. Τέτοιου είδους έρευνα διεξάγεται για πρώτη φορά.

Τι πρέπει να κάνω αν συμμετάσχω;

Η έρευνα εμπεριέχει τη συμπλήρωση ενός σύντομου ερωτηματολογίου. Εκτιμάται ότι περίπου 5 λεπτά απαιτούνται για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου.

Είμαι υποχρεωμένος να συμμετάσχω;

Δεν είστε υποχρεωμένος να συμμετέχετε αν δεν το επιθυμείτε. Η συμμετοχή είναι εθελοντική και ακόμα και αν ξεκινήσετε να συμπληρώνεται το ερωτηματολόγιο μπορείτε να διακόψετε οποιαδήποτε στιγμή χωρίς να δώσετε κάποια εξήγηση.

Ποιοι είναι πιθανοί κίνδυνοι της συμμετοχής;

Δεν υπάρχουν κίνδυνοι συμμετοχής.

Θα έχω κάποιο όφελος με τη συμμετοχή μου;

Τα αποτελέσματα της μελέτης ίσως συμβάλλουν στην πιο ομαλή λειτουργία των τμημάτων προμηθειών των ναυτιλιακών εταιρειών, συνεπώς και της εταιρείας, στην οποία εργάζεστε.

Τα στοιχεία μου θα είναι απόρρητα;

Όλα τα ερωτηματολόγια θα είναι ανώνυμα. Ζητείται μόνο να αναφερθεί το όνομα της ναυτιλιακής εταιρείας και το τμήμα που εργάζεστε.

Θα πληρώσω για τη συμμετοχή ή θα πληρωθώ;

Δε θα πληρωθείτε και δε θα πληρώσετε τίποτα.

Τι θα συμβεί στα αποτελέσματα της έρευνας;

Τα αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν για τη διεξαγωγή μιας διπλωματικής εργασίας σχετικά με την αξιολόγηση ναυτιλιακών προμηθευτών.

Ποιος οργανώνει την έρευνα;

Είμαι ένας μεταπτυχιακός φοιτητής του τμήματος Ναυτιλιακών στο Πανεπιστήμιο του Πειραιά.

Με ποιόν μπορώ να επικοινωνήσω για περαιτέρω πληροφορίες;

Μπορείτε να επικοινωνήσετε μαζί μου για οποιαδήποτε ερώτηση σχετική με την έρευνα.

Στοιχεία Επικοινωνίας:

Ορέστης Σχορετσανίτης, e-mail: orestissxor@live.com

Ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας!

