



Διεθνές εξαγωγικό Μάρκετινγκ

Ενότητα 1η: Εισαγωγή

Θεοδωρίδης Προκόπης

Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων Αγροτικών
Προϊόντων & Τροφίμων (Δ.Ε.Α.Π.Τ.)



Σκοπός

Σκοπός της ενότητας είναι η εισαγωγή στον χώρο του Διεθνούς Εξαγωγικού Μάρκετινγκ



Περιεχόμενα 1/2

- Επιχειρήσεις
- Διεθνές Μάρκετινγκ και τα είδη περιβάλλοντος
- Διεθνές Μάρκετινγκ και εξαγωγικό εμπόριο
- Λόγοι εξαγωγών
- Κίνητρα που ωθούν στην παγκόσμια αγορά
- Οι εξαγωγές και η επιχείρηση
- Προϋποθέσεις για διεθνή παρουσία
- Περιορισμοί
- Λόγοι ανάπτυξης του διεθνούς Μάρκετινγκ
- Οι πρωταγωνιστές του εξαγωγικού Μάρκετινγκ



Περιεχόμενα 2/2

- Διεθνές Μάρκετινγκ και εξαγωγικό εμπόριο
- Διεθνές Μάρκετινγκ και διάρθρωση της αγοράς
- Βασικές αποφάσεις σε σχέση με το διεθνές Μάρκετινγκ
- Αποφάσεις για επέκταση σε νέες αγορές
- Αποφάσεις εισόδου
- Παράγοντες επιτυχίας
- Κριτήρια τρόπου εισόδου
- Οφέλη
- Δυσκολίες
- Τάσεις



Επιχειρήσεις

Π. Θεοδωρίδης, 2015

**ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ**

ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

**ΕΓΧΩΡΙΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ**

**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙ
ΚΗ ΜΟΝΑΔΑ**

**ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
ΔΙΕΘΝΟΥΣ
ΤΟΜΕΑ**

**ΤΟΜΕΑΣ
ΕΞΑΓΩΓΩΝ**



Διεθνές Μάρκετινγκ και τα είδη περιβάλλοντος

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ

ΠΟΛΙΤΙΚΟ

ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟ

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ

ΕΤΑΙΡΙΑ

ΕΝΔΙΑΜΕΣΟΙ

ΠΕΛΑΤΕΣ



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ

ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟ

ΦΥΣΙΚΟ

Π. Θεοδωρίδης, 2015



Διεθνές Μάρκετινγκ και εξαγωγικό εμπόριο 1/2

ΟΦΕΛΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

- ΧΡΗΣΗ ΕΘΝΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ
- ΕΠΙΤΑΧΥΝΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗΣ ΠΡΟΟΔΟΥ
- ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΘΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ
- ΜΕΙΩΣΗ ΑΝΕΡΓΙΑΣ
- ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΟΥ ΙΣΟΖΥΓΙΟΥ



Διεθνές Μάρκετινγκ και εξαγωγικό εμπόριο 2/2

ΟΦΕΛΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

- ΑΛΛΑΓΗ ΣΥΝΘΕΣΗΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ
- ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ
- ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ
- ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ



Λόγοι εξαγωγών

- Διαθέσιμη παραγωγική δυνατότητα
- Περιορισμένη εθνική αγορά
- Συνεταιριστικές πιέσεις
- Ευκαιρία κέρδους
- Ευκαιρία εισόδου σε νέα αγορά
- Διεθνής εταιρικός προσανατολισμός



Κίνητρα που ωθούν στην παγκόσμια αγορά

- Αγορά: Κοινές πελατειακές ανάγκες, παγκόσμιοι πελάτες, παγκόσμια κανάλια διανομής, Μάρκετινγκ που μπορεί να μεταφερθεί, ηγετικές αγορές
- Ανταγωνισμός
- Κόστος
- Κράτος - δημόσιοι φορείς Διεθνείς εμπορικές πολιτικές



Οι εξαγωγές και η επιχείρηση

- ΣΤΑΘΕΡΟΠΟΙΗΣΗ ΖΗΤΗΣΗΣ
- ΟΙΚΟΝΟΜΙΕΣ ΚΛΙΜΑΚΟΣ
- ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑ
- ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ
- ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΠΡΟΚΛΗΣΗ



Προϋποθέσεις για διεθνή παρουσία

- Θετική διοικητική προδιάθεση
- Πόροι
- Γνώση και εμπειρία
- Αποφασιστικότητα
- Ανταγωνιστικό προϊόν
- Μακροχρόνια άποψη



Περιορισμοί

- Παράγοντες του κλάδου
- Παράγοντες της ίδιας της επιχείρησης
- Ακατάλληλο Μίγμα μάρκετινγκ
- Οικονομικοί παράγοντες



Λόγοι ανάπτυξης του διεθνούς Μάρκετινγκ

- ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ
- ΕΘΝΙΚΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ
- ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ
- ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ



Οι πρωταγωνιστές του εξαγωγικού Μάρκετινγκ

- ΕΞΑΓΩΓΕΙΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
- ΕΙΣΑΓΩΓΕΙΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
- ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ



Διεθνές Μάρκετινγκ και εξαγωγικό εμπόριο 1/4

ΜΙΚΡΕΣ & ΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

- ΑΥΞΗΣΕΙΣ ΚΕΡΔΩΝ
- ΤΥΧΑΙΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΩΝ
- ΠΡΟΣΩΠΙΚΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ-ΕΠΙΣΚΕΨΕΙΣ-ΕΚΘΕΣΕΙΣ-ΜΕΣΑΖΟΝΤΕΣ
- ΜΗ ΚΡΑΤΙΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ
- ΕΛΛΕΙΨΗ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ



Διεθνές Μάρκετινγκ και εξαγωγικό εμπόριο 2/4

ΜΙΚΡΕΣ & ΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

- ΑΝΟΙΓΜΑ ΑΓΟΡΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΚΟΡΕΣΜΕΝΕΣ
- ΚΑΤΑΒΟΛΗ ΑΞΙΑΣ ΑΓΟΡΩΝ ΧΡΗΜΑΤΑ
- ΥΨΗΛΟΣ ΒΑΘΜΟΣ ΕΓΡΗΓΟΡΣΗΣ-ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ



Διεθνές Μάρκετινγκ και εξαγωγικό εμπόριο 3/4

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

- ΜΙΚΡΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ-ΕΛΛΙΠΗΣ ΓΝΩΣΗ ΜΕΤΑΒΛΗΤΩΝ
- ΕΛΛΕΙΨΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΧΡΟΝΟΥ
- ΑΔΥΝΑΜΙΑ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΜΕΣΑΖΟΝΤΩΝ-ΥΠΟΚΙΝΗΣΗ ΤΟΥΣ
- ΕΛΕΓΧΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ
- ΚΟΣΤΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ



Διεθνές Μάρκετινγκ και εξαγωγικό εμπόριο 4/4

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

- ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗ
- ΑΝΑΛΥΣΗ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΩΝ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΩΝ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΩΝ
- ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΜΕ ΠΕΛΑΤΕΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ



Διεθνές Μάρκετινγκ και διάρθρωση της αγοράς

- ΒΑΘΜΟΣ ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗΣ
- ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΙΣΟΔΟΥ
- ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ
- ΚΑΘΕΤΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ



Βασικές αποφάσεις σε σχέση με το διεθνές Μάρκετινγκ

- ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΠΟΥ ΘΑ ΠΑΜΕ
- ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΘΑ ΔΙΕΙΣΔΥΣΟΥΜΕ
- ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΕΙΣΔΥΣΗΣ ΑΓΟΡΩΝ
- ΑΠΟΦΑΣΗ ΓΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
- ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ



Αποφάσεις για επέκταση σε νέες αγορές

- ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΣΕ ΤΟΠΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΣΕ ΩΡΙΜΑΝΣΗ/ΠΑΡΑΚΜΗ
- ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΑ ΚΕΡΔΗ
- ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΩΝ ΚΛΙΜΑΚΑΣ
- ΕΞΟΜΑΛΥΝΣΗ ΕΠΟΧΙΚΩΝ ΔΙΑΚΥΜΑΝΣΕΩΝ
- ΑΥΞΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΜΕΙΩΣΗ ΕΞΑΡΤΗΣΗΣ
- ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ
- ΑΥΞΗΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΣΕ ΤΟΠΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ



Αποφάσεις εισόδου

- ΒΑΘΜΟΣ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ
- ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΑΓΟΡΑ-ΚΟΣΤΟΣ
- ΚΟΣΤΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
- ΑΕΠ-ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ & ΕΙΣΟΔΗΜΑ
- ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΙΣΟΔΟΥ



Παράγοντες επιτυχίας

- ΚΡΑΤΙΚΟΣ ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΣ-ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
- ΚΡΑΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ
- ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ
- ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ



Κριτήρια τρόπου εισόδου (1/2)

- ΣΚΟΠΟΙ-ΣΤΟΧΟΙ ΕΤΑΙΡΙΑΣ
- ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ
- ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ
- ΠΟΙΟΤΗΤΑ
- ΑΝΑΓΚΕΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ
- ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ



Κριτήρια τρόπου εισόδου (2/2)

- ΟΡΑΜΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ
- ΚΙΝΔΥΝΟΙ
- ΑΝΑΓΚΕΣ ΕΛΕΓΧΟΥ
- ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΩΝ ΚΛΙΜΑΚΑΣ
- ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΤΟΥ ΜΑΚΡΟΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ



Οφέλη

- ΕΚΜΕΤΑΛΕΥΣΗ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ
- ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ
- ΕΠΙΜΗΚΥΝΣΗ ΤΗΣ ΖΩΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ - ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ
- ΠΟΛΛΑΠΛΑΣΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΙΣΧΥΟΣ
- ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΕΣ ΕΛΑΦΡΥΝΣΕΙΣ
- ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΚΕΡΔΩΝ



Δυσκολίες

- ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΚΑΙ ΝΟΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ
- ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΙ / ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ
- ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΙ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ
- ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ
- ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΛΕΓΧΟΥ



Τάσεις

- ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕΤΑΞΥ ΚΡΑΤΩΝ
- ΠΙΟ ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΡΟΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
- ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΠΡΩΤΟΕΜΦΑΝΙΖΟΜΕΝΩΝ ΚΡΑΤΩΝ
- ΜΕΙΩΣΗ ΤΩΝ ΔΙΑΦΟΡΩΝ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΤΙΣ ΧΩΡΕΣ
- ΕΠΙΘΕΤΙΚΟΤΕΡΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ



Τέλος ενότητας 1

Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «**Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Πανεπιστήμιο Πατρών**» έχει χρηματοδοτήσει μόνο την αναδιαμόρφωση του εκπαιδευτικού υλικού.
- Το έργο υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» και συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο) και από εθνικούς πόρους.



ΣΗΜΕΙΩΜΑΤΑ

Σημείωμα Ιστορικού Εκδόσεων Έργου

Το παρόν έργο αποτελεί την έκδοση 1.0.

Έχουν προηγηθεί οι κάτωθι εκδόσεις:



Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Πανεπιστήμιο Πατρών, Προκόπιος Θεοδωρίδης. «Διεθνές Εξαγωγικό Μάρκετινγκ. Ενότητα1». Έκδοση: 1.0. Πάτρα 2015. Διαθέσιμο από τη δικτυακή διεύθυνση:
https://eclass.upatras.gr/modules/document/document.php?course=DEAPT_7.5C.



Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά, Μη Εμπορική Χρήση Παρόμοια Διανομή 4.0 [1] ή μεταγενέστερη, Διεθνής Έκδοση. Εξαιρούνται τα αυτοτελή έργα τρίτων π.χ. φωτογραφίες, διαγράμματα κλπ., τα οποία εμπεριέχονται σε αυτό και τα οποία αναφέρονται μαζί με τους όρους χρήσης τους στο «Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων».



[1] <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Ως **Μη Εμπορική** ορίζεται η χρήση:

- που δεν περιλαμβάνει άμεσο ή έμμεσο οικονομικό όφελος από την χρήση του έργου, για το διανομέα του έργου και αδειοδόχο
- που δεν περιλαμβάνει οικονομική συναλλαγή ως προϋπόθεση για τη χρήση ή πρόσβαση στο έργο
- που δεν προσπορίζει στο διανομέα του έργου και αδειοδόχο έμμεσο οικονομικό όφελος (π.χ. διαφημίσεις) από την προβολή του έργου σε διαδικτυακό τόπο

Ο δικαιούχος μπορεί να παρέχει στον αδειοδόχο ξεχωριστή άδεια να χρησιμοποιεί το έργο για εμπορική χρήση, εφόσον αυτό του ζητηθεί.

