



Διεθνές εξαγωγικό Μάρκετινγκ Ενότητα 6η: Εξαγωγικό Μάρκετινγκ και διανομή

Θεοδωρίδης Προκόπης

Σχολή Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

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



Σκοπός

Σκοπός είναι η παρουσίαση της διανομής των προϊόντων σε διεθνές επίπεδο



Περιεχόμενα

- Βασικές Μορφές Καναλιών Διανομής στο Διεθνές Μάρκετινγκ
- Παράγοντες Επιλογής Καναλιού Διανομής
- Σχεδιάζοντας ένα Κανάλι Διανομής
- Βασικά Κριτήρια Αξιολόγησης Ενός Διεθνούς Καναλιού Διανομής
- Προβλήματα στα Διεθνή Κανάλια Διανομής
- Φυσική Διανομή του Προϊόντος
- Σύγχρονη Τεχνολογία και Διανομή των Προϊόντων
- Άμεσες ωφέλειες από την διάδοση του Internet



Βασικές Μορφές Καναλιών Διανομής στο Διεθνές Μάρκετινγκ:

- Λιανέμπορος
- Χονδρέμπορος
- Εμπορικός Αντιπρόσωπος / Πράκτορας
- Κοινοπραξία με Τοπική Επιχείρηση
- Εταιρικό Κέντρο Διανομής / Πωλήσεων



Παράγοντες Επιλογής Καναλιού Διανομής

- Πόροι και Μέγεθος της Επιχείρησης
- Στόχοι και Στρατηγικό Πλάνο της επιχείρησης για την αγορά του εξωτερικού
- Ένταση Ανταγωνισμού στην Αγορά του Εξωτερικού
- Εύρος Προϊοντικού Χαρτοφυλακίου
- Τεχνολογική Πολυπλοκότητα Προϊόντος
- Μέθοδος Διείσδυσης στην αγορά του εξωτερικού
- Ευρύτερο Περιβάλλον της αγοράς του εξωτερικού



Σχεδιάζοντας ένα Κανάλι Διανομής 1/2

- Κατανόηση των κινήτρων ανταλλαγής που αναπτύσσονται μέσα στο κανάλι,
- Κατανόηση των αντιλήψεων των τοπικών εναλλακτικών διανομέων αναφορικά με το ύψος και τις μεθόδους αμοιβής τους,
- Καθορισμός κριτηρίων επιλογής για την επιλογή των μελών του Καναλιού Διανομής,



Σχεδιάζοντας ένα Κανάλι

Διανομής 2/2

- Διερεύνηση της αγοράς για τον εντοπισμό των κατάλληλων υποψήφιων μελών που θα στελεχώσουν το σχεδιαζόμενο κανάλι,
- Διαπραγμάτευση με τα υποψήφια μέλη,
- Καθορισμός κριτηρίων απόδοσης των επιλεχθέντων μελών και συμφωνία μαζί τους,
- Επιλογή και εφαρμογή της κατάλληλης στρατηγικής διοίκησης του Καναλιού.



Βασικά Κριτήρια Αξιολόγησης Ενός Διεθνούς Καναλιού Διανομής:

- Γεωγραφική Κάλυψη
- Κόστος
- Καταλληλότητα σε σχέση με τις Ιδιαιτερότητες του Προϊόντος
- Ικανότητα του Καναλιού να υλοποιήσει το πρόγραμμα Μάρκετινγκ που έχει η επιχείρηση για τη συγκεκριμένη αγορά



Προβλήματα στα Διεθνή Κανάλια Διανομής 1/2

- Επιχείρηση - Παραγωγός
 - Καθυστερήσεις στις Μετακινήσεις των Προϊόντων,
 - Αρνήσεις - Δυσκολίες στην Διεκπεραίωση της Αποθήκευσης,
 - Εισαγωγή στην Αγορά από τους Ενδιάμεσους Ανταγωνιστικών Προϊόντων,
 - Υψηλό Κόστος Πρόσκτησης Πελατολογίου,
 - Ελλιπής επαναπληρόρηση



Προβλήματα στα Διεθνή Κανάλια Διανομής 2/2

- Επιχείρηση - Διανομέας
 - Ανεπαρκής Προμήθεια,
 - Απευθείας Διανομή επιλεκτικά σε μεγάλους λιανέμπορους
 - Απροθυμία προσφοράς αποκλειστικής αντιπροσώπευσης



Φυσική Διανομή του Προϊόντος

- Βασικά Προβλήματα που Σχετίζονται με τη Φυσική Διανομή:
 - Γενικότερη υποδομή της χώρας υποδοχής
 - Διαθεσιμότητα των μεταφορικών και αποθηκευτικών μέσων
 - Κόστος
 - Ειδικότερη υποδομή της χώρας υποδοχής σε υπηρεσίες που επηρεάζουν την ταχεία και ασφαλή διακίνηση των προϊόντων
 - Τεχνογνωσία σε θέματα φυσικής διανομής στη χώρα υποδοχής



Σύγχρονη Τεχνολογία και Διανομή των Προϊόντων:

Οι εξελίξεις στην πληροφορική και το Internet αποτελούν ελκυστικότερες εναλλακτικές μεθόδους διανομής, τόσο για το άμεσο μέλλον όσο και, κυρίως, στο μεσοχρόνιο διάστημα.



Άμεσες ωφέλειες από την διάδοση του Internet:

- Συρρίκνωση των καναλιών διανομής και μείωση αριθμού ενδιάμεσων
- Οικονομικότερη εναλλακτική
- Βελτιστοποίηση φυσικής διανομής με κεντρικές αποθήκες - σημεία αποστολής
- Αμεσότερη, ταχύτερη και αποτελεσματικότερη ανταπόκριση στις ανάγκες του τελικού καταναλωτή, ανεξάρτητα από την απόσταση που τον χωρίζει από τον παραγωγό



Τέλος ενότητας 6

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. Ενότητα 6». 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 κ.λ.π., 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.

