



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Πρόγραμμα επικαιροποίησης γνώσεων αποφοίτων ΑΕΙ

“ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ, ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ”

1^η ΔΙΔΑΚΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ
ΔΙΕΘΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Συγγραφική Ομάδα:

Δρ. Δημήτριος Παναγιώτου, Επίκουρος Καθηγητής Πανεπιστημίου Ιωαννίνων



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΑΙ ΔΙΑ ΒΙΟΥ ΜΑΘΗΣΗ
ανάπτυξη στην κοινωνία της γνώσης
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



Τι είναι εξαγωγικό μάρκετινγκ:

Εξαγωγικό μάρκετινγκ ονομάζεται η διαδικασία αναγνώρισης και εξυπηρέτησης ενός πελάτη που βρίσκεται έξω από τα όρια της χώρας της επιχείρησης.

Χαρακτηριστικά Εξαγωγικού Μάρκετινγκ:

- 1) Συστηματική διαδικασία
- 1) Ευρείας κλίμακας εργασίες
- 1) Κυριαρχία πολυεθνικών επιχειρήσεων
- 1) Εστίαση στον πελάτη
- 1) Εμπόδια στο εμπόριο

συνέχεια:

6) Ανταγωνισμός από τρεις πλευρές

7) Συνάλλαγμα

8) Διεθνής έρευνα μάρκετινγκ

9) Εξάπλωση κινδύνου

10) Φήμη

Πλεονεκτήματα του Εξαγωγικού Μάρκετινγκ σε Εθνικό Επίπεδο :

- 1) Απόκτηση ξένου συναλλάγματος
- 1) Διεθνείς σχέσεις
- 1) Ισοζύγιο πληρωμών
- 1) Διεθνής υστεροφημία

συνέχεια:

5) Απασχόληση

6) Οικονομική ανάπτυξη

7) Άριστη αξιοποίηση πόρων

8) Υψηλότερο βιοτικό επίπεδο

Πλεονεκτήματα του Εξαγωγικού Μάρκετινγκ σε Εταιρικό Επίπεδο :

- 1) Φήμη
- 2) Άριστη παραγωγή
- 3) Μείωση κινδύνου
- 4) Βελτίωση οργανωτικής αποδοτικότητας
- 5) Βελτίωση στα πρότυπα προϊόντων
- 6) Υψηλότερα κέρδη

Διαφορές Εγχωρίου – Εξαγωγικού Μάρκετινγκ:

- 1) Ορισμός
- 2) Βαθμός δυσκολίας
- 3) Περιορισμοί εμπορίου
- 4) Αδειοδότηση
- 5) Κίνδυνοι εμπορίου
- 6) Ανταγωνισμός

συνέχεια:

7) Κυβερνητική παρέμβαση

8) Περιβαλλοντικές αλλαγές

9) Διαίρεση

10) Παραγωγή

11) Μέθοδοι πληρωμών

12) Νόμισμα

Κίνητρα για Εξαγωγικό Μάρκετινγκ:

- 1) Κέρδη
- 2) Πωλήσεις και σταθερότητα παραγωγής
- 3) Μη επαρκής εγχώρια ζήτηση
- 4) Οικονομική ανάπτυξη
- 5) Μείωση επιχειρηματικού κινδύνου
- 6) Στρατηγικό όραμα
- 7) Κυβερνητικό όραμα
- 8) ΠΟΕ
- 9) Επανάσταση στα μέσα ενημέρωσης

Δυσκολίες για Εξαγωγικές Επιχειρήσεις:

- 1) Ύφεση στη διεθνή αγορά
- 2) Τεχνολογικές διαφορές
- 3) Ανταγωνισμός στην παγκόσμια αγορά
- 4) Υψηλά standards ποιότητας
- 5) Συναλλαγματικές ισοτιμίες
- 6) Επιδοτήσεις
- 7) Γραφειοκρατία
- 8) Κυβερνητικοί περιορισμοί
- 9) Ρίσκο και αβεβαιότητα

Εμποδία Εμπορίου:

Δασμολογικά εμπόδια:

- 1) Ειδικός φόρος
- 2) Δασμός ad-valorem
- 3) Συνδυαστικός φόρος
- 4) Εποχιακός φόρος
- 5) Φόρος επί των εισόδων
- 6) Δασμός αντί-ντάμπινγκ
- 7) Προστατευτικός δασμός

Εμπόδια Εμπορίου:

Μη Δασμολογικά εμπόδια:

- 1) Ποσοστώσεις
- 2) Προτιμησιακά καθεστώτα
- 3) Εμπόδια λόγω συναλλαγματικών κανονισμών

Μοντέλα Διεθνοποίησης:

- 1) Μοντέλο Uppsala
- 2) Μοντέλο Υιοθέτησης καινοτομίας
- 3) Θεωρία ΑΞΕ
- 4) Υψηλά standards ποιότητας
- 5) Το εκλεκτικό μοντέλο
- 6) Θεωρία κόστους συναλλαγών
- 7) Θεωρία εσωτερίκευσης
- 8) Θεωρία δικτύων
- 9) Μοντέλο Οργανωσιακών ικανοτήτων και πόρων

Παράγοντες που επηρεάζουν τιμολόγηση εξαγωγών:

Εσωτερικοί παράγοντες:

- 1) Κόστη
- 2) Στόχοι της επιχείρησης
- 3) Προϊόν
- 4) Εικόνα της επιχείρησης
- 5) Προωθητικές ενέργειες

Παράγοντες που επηρεάζουν τιμολόγηση εξαγωγών:

Εξωτερικοί παράγοντες:

- 1) Ανταγωνισμός
- 2) Ζήτηση
- 3) Καταναλωτές
- 4) Οικονομικές συνθήκες
- 5) Κανάλια διανομής
- 6) Ευκαιρίες αγοράς

Στρατηγικές εξαγωγικής τιμολογιακής πολιτικής:

- 1) Τιμολογιακή πολιτική Skimming
- 2) Τιμολογιακή πολιτική διείσδυσης
- 3) Τιμολογιακή πολιτική Ηγετικής-Ακόλουθης
επιχείρησης
- 4) Βασική στρατηγική τιμολόγησης εξαγωγών
- 5) Στρατηγική διάκρισης τιμών
- 6) Στρατηγική τιμής δοκιμαστικής περιόδου
- 7) Στρατηγική ελαστικής τιμής

Μέθοδοι εισόδου σε αγορές:

- 1) Είσοδος με άμεση εξαγωγή
- 2) Είσοδος με έμμεση εξαγωγή
- 3) Joint Ventures
- 4) Franchising
- 5) Η χώρα ως βάση παραγωγής
- 6) Αδειοδότηση
- 7) Βιομηχανικό συμβόλαιο
- 8) Εξαγορά
- 9) Green -Field σχέδιο εισόδου

Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου :

- Λειτουργεί από την 1η Ιανουαρίου 1995.
- Αποτελεί τον διάδοχο της Γενικής Συμφωνίας Δασμών και Εμπορίου (GATT).
- Η GATT έχει γίνει μέρος του ΠΟΕ.

Από GATT στο ΠΟΕ:

- 1947-** 23 χώρες υπέγραψαν τη συμφωνία της GATT. Η GATT δημιουργήθηκε για να ρυθμίσει και να ελευθερώσει το παγκόσμιο εμπόριο μέσω της μείωσης των δασμολογικών φραγμών.
- 1948-** Η GATT τέθηκε σε ισχύ για την απελευθέρωση του παγκόσμιου εμπορίου.
- 1949-** Ο δεύτερος γύρος διεξήχθη στη Γαλλία. 5000 δασμολογικές παραχωρήσεις.
- 1950-** Τρίτος γύρος - Αγγλία
8700 δασμολογικές παραχωρήσεις.
- 1956-** Τέταρτος γύρος - Γενεύη.
Μείωση των δασμών 2,5 δισ. δολάρια.

(συνέχεια) Από GATT στο ΠΟΕ:

- 1960-** Πέμπτος γύρος-Γενεύη.
Φάση I = δημιουργία ενός ενιαίου πίνακα παραχωρήσεων για την Ευρωπαϊκή Κοινότητα
Φάση II = γύρος των δασμολογικών διαπραγματεύσεων.
- 1964-** Γύρος Kennedy--Γενεύη.
Δασμολογικές μειώσεις και αντιντάμπινγκ.
Τρία χρόνια για να ολοκληρωθεί. 62 χώρες.
- 1973-** Γύρος του Τόκιο: τελείωσε στη Γενεύη.
Έξι χρόνια για να ολοκληρωθεί.
Μείωση δασμών και μη δασμολογικών φραγμών.
102 χώρες.

1986- Γύρος της Ουρουγουάης,
ολοκληρώθηκε στη Γενεύη μετά από 8 χρόνια.
123 χώρες.

Διαπραγματεύσεις διεξήχθησαν σε διάφορα θέματα όπως :

1. Δασμολογικά, μη-δασμολογικά και μέτρα αντιντάμπινγκ
2. Εμπόριο υπηρεσιών
3. Εμπόριο αγροτικών προϊόντων
4. Προστασία πνευματικής ιδιοκτησίας

Στόχοι του ΠΟΕ:

- Ελεύθερο εμπόριο χωρίς διακρίσεις.
- Ανάπτυξη λιγότερων ανεπτυγμένων κρατών.
- Προστασία και διατήρηση του περιβάλλοντος.
- Βέλτιστη αξιοποίηση των πόρων παγκοσμίως.
- βελτίωση βιοτικού επιπέδου πολιτών του κράτους μέλους.
- Δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης σε παγκόσμιο επίπεδο.
- Μεγέθυνση παραγωγής και εμπορίου παγκοσμίως.

Λειτουργίες του ΠΟΕ:

I. Εφαρμογή συμφωνιών

II. Εφαρμογή μείωσης εμποδίων στις εμπορικές συναλλαγές

III. Έλεγχος εξωτερικής πολιτικής των κρατών μελών

IV. Συλλογή πληροφοριών εμπορίου μεταξύ των κρατών μελών

V. Διευθέτηση διαφωνιών

VI. Συμβουλευτικές υπηρεσίες

VII. Διαπραγματευτικός ρόλος

Θετικές επιπτώσεις στο παγκόσμιο εμπόριο λόγω ΠΟΕ:

- Ανάπτυξη στις εξαγωγές προϊόντων μεταποίησης
- Ανάπτυξη στο εμπόριο υπηρεσιών
- Άμεσες Ξένες Επενδύσεις