



**Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**  
(*πρ. Τ.Ε.Ι. Πάτρας & πρ. Τ.Ε.Ι. Μεσολογγίου*)

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:

# ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΗΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ

Όνομα: ΠΕΤΡΟΥΛΑ

Επίθετο: ΜΠΟΥΓΟΥΡΑ

Α.Μ.: 14152

Όνομα: ΖΩΗ

Επίθετο: ΚΡΙΝΑΚΗ

Α.Μ.: 14136

Τμήμα: ΣΔΟ(ΠΡΩΗΝ ΕΠΔΟ)

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : κ.ΛΥΜΠΕΡΗΣ

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ:13/11/2015



## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ.\_\_\_\_\_, για την καθοδήγηση, την υποστήριξη που μου προσέφερε και την ευγενική του ανταπόκριση στις απορίες μου.

Τέλος, οφείλω ένα μεγάλο ευχαριστώ στην οικογένειά μου και στους φίλους μου για την ηθική και οικονομική συμπαράσταση όχι μόνο κατά την διάρκεια της εκπόνησης της πτυχιακής εργασίας μου, αλλά και καθ' όλη την διάρκεια των σπουδών μου.

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	3
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	4
ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΤΟΜΕΥΣΕΩΝ.....	7
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ .....	8
ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ .....	9
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	10
ΕΙΣΑΓΩΓΗ .....	11
Abstract.....	<b>Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1</b>	
.....	13
<b>Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΗΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ.....</b>	<b>13</b>
1.1 Η έννοια της ναυτιλίας.....	13
1.2 Ο κλάδος της ναυτιλίας.....	14
1.3 Ναυτιλιακή βιομηχανία .....	14
1.4 Ο κλάδος των ναυτιλιακών επιχειρήσεων .....	16
1.5 Οι Στρατηγικές Των Ναυτιλιακών Επιχειρήσεων .....	19
1.6 Η ναυτιλία στην Ελλάδα .....	20
1.7 Ιστορική αναδρομή του ναυτιλιακού τομέα.....	23
1.8 Ελληνική ναυτιλιακή επιχειρηματικότητα .....	24
1.9 Ιδιαίτερα Χαρακτηριστικά Των Ναυτιλιακών Επιχειρήσεων.....	27
1.10 Ο ελληνόκτητος στόλος.....	30
1.11 Θεσμικό πλαίσιο ελληνικής ακτοπλοΐας .....	40
1.12 Πλαίσιο Άσκησης Πολιτικής Στην Ελληνική Ακτοπλοΐα.....	42
1.13 Ποιοτικά Χαρακτηριστικά Της Ελληνικής Ακτοπλοΐας .....	45
1.14 Οι επιπτώσεις της ναυτιλιακής δραστηριότητας.....	46
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2</b>	
.....	48
<b>ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ .....</b>	<b>48</b>

2.1 Ορισμός Μάρκετινγκ.....	48
2.2 Η σημασία του μάρκετινγκ.....	49
2.3 Φάσεις του Μάρκετινγκ.....	53
2.4 Μείγμα Μάρκετινγκ .....	55
2.5 Κατηγορίες και λειτουργίες του μάρκετινγκ .....	58
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3</b>	
.....	60
<b>ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ .....</b>	<b>60</b>
3.1 Ναυτιλιακό Μάρκετινγκ .....	60
3.2 Μάρκετινγκ ναυτιλιακών επιχειρήσεων.....	61
3.3 Χαρακτηριστικά των ναυτιλιακών υπηρεσιών .....	62
3.4 Η απροσδιοριστία .....	63
3.5 Ο Μη διαχωρισμός.....	64
3.6 Η ετερογένεια .....	65
3.7 Η φθαρτότητα .....	66
3.8 Η προσαρμογή των ναυτιλιακών υπηρεσιών.....	67
3.9 Η ιδιοκτησία των ναυτιλιακών υπηρεσιών .....	67
3.10 Στρατηγική Προϊόντων Και Υπηρεσιών Για τα Φορτηγά Πλοία Και Τις Τακτικές Γραμμές.....	67
3.11 Στρατηγική προώθησης .....	69
3.11.1 Ανθρώπινο δυναμικό .....	69
3.11.2 Μέθοδος διαπραγμάτευσης.....	69
3.11.3 Τιμή, ναύλος και μίσθωση .....	70
3.11.4 Διανομή .....	71
3.11.5 Στρατηγική φυσικών στοιχείων .....	71
3.11.6 Ηλεκτρονικό εμπόριο και συναλλαγές. ....	71
3.12 Διαδικασία εφαρμογής Μάρκετινγκ στην ναυτιλία .....	72
3.12.1 Το μαζικό μάρκετινγκ .....	72
3.12.2 Μάρκετινγκ ποικιλίας υπηρεσιών .....	72
3.12.3 Το μάρκετινγκ στόχου .....	72
3.12.4 Μάρκετινγκ συγκεκριμένων προδιαγραφών.....	73

3.13 Διάγνωση .....	74
3.13.1 Το σύστημα πληροφοριών του ναυτιλιακού μάρκετινγκ.....	74
3.13.2 Το υποσύστημα εσωτερικών αρχείων μιας ναυτιλιακής επιχείρησης ..	76
3.13.3 Το υποσύστημα πληροφοριών μάρκετινγκ σε μια ναυτιλιακή επιχείρηση.....	77
3.13.4 Το υποσύστημα έρευνας και μάρκετινγκ στην ναυτιλιακή επιχείρηση.	77
3.13.5 Το υποσύστημα στήριξης αποφάσεων μάρκετινγκ στην ναυτιλιακή επιχείρηση.....	78
3.14 Κατάτμηση της ναυτιλιακής αγοράς.....	79
3.15 Σχεδιασμός Μάρκετινγκ.....	81
3.16 Η Οργάνωση Του Μάρκετινγκ .....	86
3.17 Η Υλοποίηση Του Μάρκετινγκ.....	87
3.18 Ο Έλεγχος Του Μάρκετινγκ .....	87
Βιβλιογραφία.....	88

## **ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΤΟΜΕΥΣΕΩΝ**

UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
ΙΟΒΕ	Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
ΥΕΝ	Υπουργείο Ναυτιλίας και Αιγαίου

## ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Αριθμός και καθαρή χωρητικότητα σε πλοία .....	30
Πίνακας 2: Αριθμός πλοίων ελληνικών συμφερόντων .....	33



## ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Σχεδιάγραμμα 1: Το περιβάλλον λειτουργίας μιας ναυτιλιακής επιχείρησης.....	18
Σχεδιάγραμμα 2: Πρώτη θέση παγκοσμίως ο ελληνόκτητος στόλος .....	35
Σχεδιάγραμμα 3: Ο εμπορικός στόλος της Ε.Ε. ....	36
Σχεδιάγραμμα 4: Παραγγελίες νεότευκτων πλοίων, 2012 .....	38
Σχεδιάγραμμα 5: Παγκόσμιος εμπορικός στόλος ανά ιδιοκτησία, 2012 .....	39
Σχεδιάγραμμα 6: Η Φιλοσοφία του Μάρκετινγκ σύμφωνα με το Βρετανικό Ινστιτούτο Μάρκετινγκ.....	51
Σχεδιάγραμμα 7: 7Ps .....	58
Σχεδιάγραμμα 8: Η κυκλική διαδικασία του μάρκετινγκ.....	61
Σχεδιάγραμμα 9: Τα χαρακτηριστικά των ναυτιλιακών υπηρεσιών .....	63
Σχεδιάγραμμα 10: Ο μη διαχωρισμός παραγωγής και κατανάλωσης .....	65

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η εργασία έγινε με σκοπό την ανάλυση των μεθόδων μάρκετινγκ που χρησιμοποιούν οι ελληνικές επιχειρήσεις που ασχολούνται με την ναυτιλία. Για την καλύτερη οργάνωση της εργασίας και την κατανόηση της από τους αναγνώστες η εργασία χωρίστηκε σε τρεις θεματικές ενότητες.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύεται ο κλάδος της ναυτιλίας στην Ελλάδα. Δίνετε ο ορισμός της, τους στόχους των ελληνικών ναυτιλιακών επιχειρήσεων, ο λόγος που οι ελληνικές επιχειρήσεις είναι πολύ ανταγωνιστικές σε όλο τον κόσμο. Τέλος αναφέρονται οι επιπτώσεις της ναυτιλίας στην Ελλάδα και στην ελληνική κοινωνία και οικονομία.

Στο δεύτερο κεφάλαιο δίνονται ορισμένες πληροφορίες σχετικά με το μάρκετινγκ. Δίνεται ο ορισμός του, οι σημασία του στις σύγχρονες επιχειρήσεις και οι φάσεις τους.

Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται το μάρκετινγκ στις ναυτιλιακές επιχειρήσεις. Ακόμα δίνονται οι λόγοι για τους οποίους το μάρκετινγκ στις ναυτιλιακές επιχειρήσεις πρέπει να αντιμετωπιστεί διαφορετικά από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις που ασχολούνται με άλλους τομείς. Επιπλέον αναφέρονται οι στρατηγικές που χρησιμοποιούν οι ναυτιλιακές επιχειρήσεις για να προωθήσουν τις υπηρεσίες που προσφέρουν.