

ΜΙΚΡΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ

Α. Ζαΐρης – Γ. Σταμάτης

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Α. ΖΑΪΡΗΣ – Γ. ΣΤΑΜΑΤΗΣ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΜΙΚΡΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ

ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ

ΜΙΚΡΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ Νο34
Διεύθυνση σειράς: Μπάμπης Παπαδημητρίου

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ
Επιμέλεια: Βασιλική Αντωνάκη

© 2023, Εκδόσεις Κυριάκος Παπαδόπουλος Α.Ε., Α. Ζαΐρης – Γ. Σταμάτης

Η πνευματική ιδιοκτησία αποκτάται χωρίς καμιά διατύπωση και χωρίς την ανάγκη ρήτρας απαγορευτικής των προσβολών της. Κατά το Ν. 2387/20 (όπως έχει τροποποιηθεί με το Ν. 2121/93 και ισχύει σήμερα) και κατά τη Διεθνή Σύμβαση της Βέρνης (που έχει κυρωθεί με το Ν. 100/1975), απαγορεύεται η αναδημοσίευση, η αποθήκευση σε κάποιο σύστημα διάσωσης και γενικά η αναπαραγωγή του παρόντος έργου με οποιονδήποτε τρόπο ή μορφή, τμηματικά ή περιληπτικά, στο πρωτότυπο ή σε μετάφραση ή άλλη διασκευή, χωρίς γραπτή άδεια του εκδότη.

Πρώτη έκδοση: Μάιος 2023



Καποδιστρίου 9, 144 52 Μεταμόρφωση Αττικής
τηλ.: 210 2816134, e-mail: info@epbooks.gr, www.epbooks.gr

ΒΙΒΛΙΟΠΩΛΕΙΟ
Μασσαλίας 14, 106 80 Αθήνα, τηλ.: 210 3615334

ISBN 978-960-484-938-3

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	7
ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΧΟΛΙΑ	8
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	14
Α΄ ΜΕΡΟΣ: ΜΙΑ ΜΙΚΡΗ ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ	
Ιστορικό και πολιτισμικό υπόβαθρο	18
Η εξέλιξη του λιανικού εμπορίου	22
Β΄ ΜΕΡΟΣ: Η ΦΥΣΗ ΤΟΥ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟΥ	
Το λιανικό εμπόριο: θεωρία και πραγματικότητα	25
Κατηγορίες επιχειρήσεων λιανικής πώλησης	28
Γ΄ ΜΕΡΟΣ: ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟΥ	
Η δομή της λιανεμπορικής επιχείρησης	38
Επικοινωνιακή πολιτική του λιανικού εμπορίου	44
Δ΄ ΜΕΡΟΣ: ΤΟ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ ΣΤΗ ΖΩΗ ΜΑΣ	
Η λιανική πώληση «με το κλειδί στο χέρι»: η λύση στην κρίση	48
Οι επιπτώσεις των μακροτάσεων και των μικροτάσεων στη λειτουργία των εμπορικών κέντρων	52
<i>Ένθετο:</i> Τοι & Μοι: μια ελληνική ιστορία επιτυχίας	58
Ε΄ ΜΕΡΟΣ: E-COMMERCE (ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ)	
Φυσικό λιανικό εμπόριο και περιοριστικοί παράγοντες του e-commerce	62

Ψηφιακός μετασχηματισμός στο νέο περιβάλλον της λιανικής πώλησης.....	65
ΣΤ' ΜΕΡΟΣ: ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	
Νέες ομάδες παγκόσμιων καταναλωτών, πρότυπα, συμπεριφορές και τάσεις (trend) της λιανικής πώλησης.....	69
Μακροοικονομικές τάσεις και νέα αναδυόμενη στρατηγική.....	74
Βιώσιμη κατανάλωση και πράσινη οικονομία: προϋποθέσεις καλής λειτουργίας της λιανεμπορικής αλυσίδας.....	78
Επανατοποθέτηση της λιανικής πώλησης στο μέλλον με έξι στρατηγικές κινήσεις.....	80
<i>Ένθετο:</i> OK! Anytime Markets: καινοτομώντας στην ελληνική αγορά καταστημάτων ευκολίας.....	83
Ζ' ΜΕΡΟΣ: Η ΤΕΧΝΗ ΤΗΣ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ	
Ο ρόλος της εκπαίδευσης στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στη λιανική πώληση.....	87
Η ανατομία του επαγγέλματος του εμπόρου στην πραγματική οικονομία σήμερα.....	94
Ο χαρισματικός ρόλος της γυναίκας εμπόρου.....	98
Το μάρκετινγκ εμπειρίας (experience marketing) στο λιανεμπόριο.....	101
Ο επιτυχημένος πωλητής λιανικής και 9 συμβουλές για να μη χάνετε την πώληση.....	103
Η' ΜΕΡΟΣ: ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟΙ ΠΙΝΑΚΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ.....	
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	112

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλουμε στον Μανώλη Μανιούδη, Οικονομικό Αναλυτή στην ΕΣΕΕ, στη Δρ. Κατερίνα Φραιϊδάκη, Πρόεδρο ΔΣ GRECA (Greek e-Commerce Association), στον Λευτέρη Κιοσέ, Γενικό Διευθυντή του ΙΕΛΚΑ (Ινστιτούτο Έρευνας Λιανεμπορίου Καταναλωτικών Αγαθών), στην Εύη Αναστασίου, από το Τμήμα Αγορών Σούπερ Μάρκετ Αστέρας, στη Δέσποινα Ξυνού, Πρόεδρο και Διευθύνουσα Σύμβουλο στην OK ANYTIME MARKET ΑΕ, και στη Μαρία Αρτίκη, Διευθύντρια Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας, στη Στεφανία Παπαζαφειροπούλου, Product Manager της Εταιρείας Ένδυσης ΤΟΙ ΜΟΙ, καθώς και στην ΕΣΕΕ, το INEMY (Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών της ΕΣΕΕ), την GRECA και την IRI Greece, για την πολύτιμη βοήθειά τους σε επιστημονικό και ερευνητικό επίπεδο, αλλά και την παροχή στοιχείων χρήσιμων για τη συγγραφή αυτού του βιβλίου.

Ξεχωριστές ευχαριστίες οφείλονται επίσης στους συνυπογράφοντες άρθρα: Θάνο Ευθυμιόπουλο, Αθανάσιο Κρυστάλλη, και Σταμάτη Ευσταθόπουλο.

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ ΣΧΟΛΙΑ

Γιώργος Καρανίκας, Πρόεδρος ΕΣΕΕ
(Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας)

Με εφόδια την υψηλή τεχνοκρατική τους συγκρότηση, τη μακρόχρονη «ώσμωςή» τους με τον εμπορικό κόσμο και τη μοναδική τους εμπειρία στην ανάλυση των δεδομένων και των τάσεων της αγοράς, οι συγγραφείς θέτουν τον κλάδο του λιανικού εμπορίου στο μικροσκόπιο, επιτυγχάνοντας τελικά μια ολοκληρωμένη «ακτινογραφία» των εξελίξεων στο διεθνές και εγχώριο retail. Το εγχείρημά τους δεν ήταν καθόλου εύκολο. Ο κλάδος του λιανικού εμπορίου, ειδικά μετά το ξέσπασμα της πανδημίας του COVID-19, είναι σε διαρκή, και μάλιστα μη ομαλή, κίνηση. Το βιβλίο αυτό είναι επομένως ένας ολοκληρωμένος «οδικός χάρτης» για τον σύγχρονο έμπορο, καθώς έχει δομηθεί με τέτοιο τρόπο που επιτρέπει την κατανόηση των συντελούμενων αλλαγών σε όλο το φάσμα της λειτουργίας μιας εμπορικής επιχείρησης, αλλά και σε όλους τους υποκλάδους του λιανικού εμπορίου. Χρησιμοποιώντας πληθώρα από πίνακες, γραφήματα και ενδιαφέροντα παραδείγματα της πραγματικής οικονομίας, οι συγγραφείς αναδεικνύουν σε βάθος τις προοπτικές του φυσικού και του ηλεκτρονικού καταστήματος, εν μέσω των συνεχών οικονομικών κρίσεων και των ραγδαίων μεταβολών στα παγκόσμια καταναλωτικά trend και στην ανθρωπογεωγραφία της αγοράς.

Είναι γεγονός ότι το λιανικό εμπόριο στην Ελλάδα, ίσως περισσότερο από άλλες ευρωπαϊκές χώρες, αποτελεί έναν σημαντικό και δυναμικό κλάδο, ο οποίος βασιίζεται στον μεγάλο αριθμό μικρών και πολύ μικρών (micro) επιχειρήσεων και ενσωματώνει με συστηματικό και άμεσο τρόπο τους μετασχη-

ματισμούς και τις δυνατότητες που εμφανίζονται σε διεθνές επίπεδο. Το λιανικό εμπόριο στη χώρα μας, όπως προκύπτει και από τα στοιχεία που παρουσιάζονται εδώ, δεν είναι απλώς ο μεγάλος εργοδότης, αλλά και η «πύλη εισόδου» των νέων στην αγορά εργασίας. Στο επίπεδο αυτό, η κοινωνική διάσταση του κλάδου είναι κρίσιμη για την επίτευξη των κριτηρίων ESG, τα οποία σιγά σιγά μπαίνουν στην καθημερινότητά μας. Παράλληλα, τα τελευταία χρόνια, το λιανικό εμπόριο αναδεικνύεται στη δεξαμενή προώθησης του ψηφιακού μετασχηματισμού. Η ΕΣΣΕΕ παρουσιάζει τις αλλαγές αυτές με το Future of Retail, ένα εξαιρετικά σημαντικό forum για το λιανικό εμπόριο.

Στο πλαίσιο των αλλαγών αυτών, το ανά χείρας βιβλίο αποτελεί μια πολύτιμη συμβολή στην προσπάθεια του ελληνικού εμπορίου και των εμπορικών επιχειρήσεων να προσαρμοστούν στις απαιτήσεις των νέων τάσεων.

**Αντώνης Μακρής, Πρόεδρος ΣΕΛΠΕ
(Σύνδεσμος Επιχειρήσεων και Λιανικών Πωλήσεων Ελλάδος)**

Η λιανική πώληση, ασχέτως προϊόντικου μείγματος και μεγέθους, ακολουθεί πιστά την αλυσίδα διαχείρισης «δανείζομαι και αγοράζω προϊόντα, τα πουλάω και από το κέρδος πληρώνω τους υπαλλήλους μου, τα έξοδα του καταστήματος (ενοίκιο, ενέργεια που καταναλώνεται, νερό, επικοινωνία), τους προμηθευτές μου, τους οργανισμούς που με δανείσανε, και τις υποχρεώσεις μου προς την πολιτεία». Είναι κατανοητό ότι, αν σπάσει ένας κρίκος αυτής της αλυσίδας, τότε όλοι οι εμπλεκόμενοι αποσυντονίζονται και εισέρχονται σε προβληματικές περιοχές. Αυτή η προσέγγιση αναδεικνύει τη σπουδαιότητα της λιανικής ως κλάδου της εθνικής οικονομίας. Από την άλλη, οποιοδήποτε γεγονός προκαλεί διαφοροποιήσεις στο

status quo της αγοράς δημιουργεί ικανές προϋποθέσεις για την αύξηση του ανταγωνισμού, λόγω των πιέσεων στο μερίδιο αγοράς κάθε προϊόντος, και ως εκ τούτου μείωση των τιμών προς όφελος του καταναλωτή. Οι συγγραφείς, στο χρήσιμο αυτό εγχειρίδιο, που συνιστά μια διεισδυτική ματιά στον μαγικό κόσμο του λιανεμπορίου, θεμελιώνουν τη σπουδαιότητα της λιανικής μέσα από την ιστορική της διαδρομή, αναφέρονται, μεταξύ άλλων, στις γενικές αρχές λειτουργίας της, τη διασυνδέουν με την καθημερινότητά μας, μιλούν για την αξία του branding, τις νέες ομάδες παγκόσμιων καταναλωτών, το φυσικό λιανικό εμπόριο και τους περιοριστικούς παράγοντες του e-commerce, την έννοια του μεταβαλλόμενου καταναλωτή και τη νέα αναδυόμενη στρατηγική λιανεμπορίου.

Είναι εμφανές ότι το λιανεμπόριο είναι ένα παιχνίδι για όλους, κάτι που απαιτεί διαρκή και ακούραστη συμμετοχή, προσφέροντας ως ανταμοιβή ενδιαφέρουσες συναλλαγές και εναλλαγές, που επιδρούν σε όλες τις αισθήσεις, αυξάνοντας την ενεργητικότητα του ατόμου.

Βασίλης Κορκίδης, Πρόεδρος ΕΒΕΠ (Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Πειραιά)

Το εγχώριο retail, γνωστό και ως λιανεμπόριο, είναι ο οικονομικός κλάδος που συνηθίζουμε να αποκαλούμε «ραχοκοκαλιά της οικονομίας», δεδομένου ότι αποτελεί έναν κλάδο κρίσιμο και δυναμικό· έναν κλάδο που είναι ο «αφανής ήρωας» στην παροχή απασχόλησης, αλλά κυρίως στην παροχή ευκαιριών απασχόλησης για τους νεοεισερχόμενους στην αγορά εργασίας. Το λιανεμπόριο είναι ένας ζωντανός οργανισμός, που υπόκειται στις δομικές και άλλες εξελίξεις που επιβάλλει το εσωτερικό και διεθνές οικονομικό περιβάλλον. Οι συγγραφείς του παρόντος εγχειριδίου έχουν καταφέρει να αποτυπώ-

σουν πτυχές που δεν έχουν γίνει ακόμη κατανοητές, καθώς το λιανεμπόριο, ιδίως την περίοδο της πανδημίας, συνέβαλε σε δομικές αλλαγές, που επηρέασαν την εικόνα του καταναλωτικού κοινού γι' αυτό, αλλά και τη συμπεριφορά της εφοδιαστικής αλυσίδας. Μια από τις μεγάλες προκλήσεις στις οποίες πρέπει να ανταποκριθεί το λιανεμπόριο σήμερα, στη μεταπανδημική περίοδο, δεν είναι η εξοικείωση με τον ψηφιακό μετασχηματισμό, που έχει ήδη αρχίσει, αλλά η επιτάχυνση της ψηφιοποίησης αυτής, χάρη στην οποία οι εμπορικές επιχειρήσεις μικρού μεγέθους έχουν, στην οθόνη του υπολογιστή του αγοραστικού κοινού, την ίδια προοπτική να πουλήσουν τα προϊόντα τους. Το εγχειρίδιο αυτό δίνει στον αναγνώστη την ευκαιρία να προσεγγίσει έναν ζέοντα κλάδο της οικονομίας, που είναι καθημερινά δίπλα του, χωρίς όμως να γίνεται αντιληπτό το ιστορικό βάθος, το επιχειρηματικό εύρος, αλλά και η δυναμική του. Η έκδοση αυτή, προϊόν της διεισδυτικής ματιάς του Αντώνη Ζαΐρη και του Γιώργου Σταμάτη, αποτελεί μια πολύτιμη συμβολή προκειμένου να γίνει κατανοητή η ιδιαίτερη σημασία του κόσμου των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Καλοτάξιδο!

**Βάλια Αρανίτου, Αναπληρώτρια Καθηγήτρια,
Τμήμα Κοινωνιολογίας ΕΚΠΑ, Διευθύντρια INEMY-ΕΣΕΕ**

Το λιανικό εμπόριο είναι ένας κλάδος καταλύτης, στο εσωτερικό του οποίου επωάζονται οι σημαντικοί μετασχηματισμοί της παγκόσμιας οικονομίας. Αυτό έγινε ξεκάθαρο με την πανδημία του COVID-19, όπου το λιανικό εμπόριο κατέστη πρωταγωνιστικός κλάδος. Η πανδημική κρίση επιτάχυνε τις δομικές αλλαγές σε όλη την αλυσίδα του λιανικού εμπορίου, όπως τη γνωρίζαμε από την τελική πώληση στο φυσικό κατάστημα, αλλά και εκτός αυτού. Μετασχημάτισε την εφο-

διαστική αλυσίδα (logistics), τους τρόπους πληρωμής, την προβολή των εμπορευμάτων και τη διαφήμιση. Οι μεγατάσεις της διεθνούς οικονομίας μάς οδηγούν να αναστοχαστούμε τις κυκλικές και μη κυκλικές θεωρίες του λιανικού εμπορίου. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός, η κλιματική κρίση και οι αλλαγές των καταναλωτικών συνηθειών απαιτούν την επικαιροποίηση των ερμηνευτικών μας σχημάτων.

Σε όρους ελληνικής οικονομίας, το ελληνικό εμπόριο αποτελεί έναν από τους σπουδαιότερους κλάδους, αλλά και κρίσιμη παράμετρο της οικονομικής ιστορίας της χώρας. Είναι χαρακτηριστικό ότι περιλαμβάνει περίπου 250.000 επιχειρήσεις όλων των τύπων και μεγεθών και απασχολεί πάνω από 800.000 εργαζομένους, προσδιορίζοντας σε μεγάλο βαθμό την κοινωνικοοικονομική δομή της Ελλάδας.

Ιστορικά, όσον αφορά την ελληνική κοινωνική δομή, το λιανικό εμπόριο αποτέλεσε τον εγγυητή της εσωτερικής κατανάλωσης υποστηρίζοντας την παραγωγική διαδικασία, τη διανομή ειδών πρώτης ανάγκης, αλλά και πολυτελείας. Παράλληλα, είναι μια πρώιμη τυπολογία επιχειρηματικότητας. Όσον αφορά τις τυπολογίες αυτές, ιστορικά προκύπτει το κυριότερο γνώρισμα του λιανικού εμπορίου, που είναι το μικρό του μέγεθος: μικρέμποροι, πλανόδιοι έμποροι, αυτοαπασχολούμενοι επαγγελματίες.

Παρά τις σημαντικές μεταβολές, όπως την εμφάνιση των μεγάλων καταστημάτων, των σουπερμάρκετ, των εμπορικών κέντρων (mall), αλλά και των εκπτωτικών χωριών, το μικρό μέγεθος διατηρεί το έντονο αποτύπωμά του, δυσανάλογα μάλιστα σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Βέβαια, σήμερα, στην αυγή της 4ης Βιομηχανικής Επανάστασης και στον κυκλώνα των πολλαπλών οικονομικών κρίσεων, οι προκλήσεις για το ελληνικό εμπόριο, και για τις μικρές επιχειρήσεις, είναι πολυδιάστατες.

Σε αυτή την κρίσιμη καμπή, το βιβλίο των Αντώνη Ζαΐρη και Πύργου Σταμάτη *Λιανικό εμπόριο* έρχεται να συμβάλει στη

μελέτη και στον προβληματισμό ενός σημαντικού αλλά συγχρόνως παραμελημένου ερευνητικά κλάδου. Εκκινώντας από την παρουσίαση της δομής και της λειτουργίας της εμπορικής επιχειρηματικότητας, οι συγγραφείς προχωρούν στη μελέτη της ελληνικής περίπτωσης. Αναδεικνύουν το ιστορικό βάθος του εμπορίου στην Ελλάδα και στη συνέχεια παρουσιάζουν με διεισδυτικό τρόπο την εξέλιξη των εμπορικών επιχειρήσεων. Θεωρώ πως αποτελεί ένα εξαιρετικά χρήσιμο ανάγνωσμα για όλους όσους θέλουν να κατανοήσουν το ιστορικό βάθος της κλαδικής εξειδίκευσης στην ελληνική οικονομία.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Μπορούμε να φανταστούμε πώς θα ήταν η ζωή μας χωρίς καταστήματα; Αυτό και μόνο αρκεί για να αναλογιστούμε πόσο σημαντικό είναι το λιανεμπόριο, όχι μόνο για την οικονομία, αλλά και για ολόκληρη την κοινωνική μας ζωή. Δεν είναι τυχαίο εξάλλου ότι το λιανεμπόριο είναι ιδιαίτερα συνδεδεμένο με τον χαρακτήρα των Ελλήνων, ενός ιστορικά ναυτικού και εμπορικού λαού.

Η σημασία του εμπορίου τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι τεράστια. Είναι χαρακτηριστικό ότι στη χώρα μας, σύμφωνα με στοιχεία του 2010, η προστιθέμενη αξία του Εμπορίου, χονδρικού και λιανικού, στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν της χώρας (ΑΕΠ) ανερχόταν στο 16%, αντιπροσωπεύοντας το 18% περίπου της συνολικής απασχόλησης και το 23,1% της απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας, έναντι 11,3% της Γεωργίας-Αλιείας και 11,8% της Μεταποίησης (832.000 άτομα, το υψηλότερο ποσοστό δηλαδή απ' όλους τους κλάδους της οικονομίας).

Η μεγάλη ωστόσο αναδιάρθρωση του ελληνικού εμπορίου συντελέστηκε την περίοδο 1995-2008, συμβάλλοντας σημαντικά στην αύξηση της παραγωγικότητας. Συγκεκριμένα, ο Γενικός Δείκτης Όγκου Λιανικών Πωλήσεων, σε σταθερές τιμές για τα έτη 1995-2000, παρουσίασε αύξηση +3,8%, ενώ η αύξηση του ΑΕΠ την ίδια χρονική περίοδο ήταν +3,5%.

Αντίστοιχα, ο ίδιος δείκτης την περίοδο 2000-2008 εκτοξεύτηκε στο 14,5%, ενώ το ΑΕΠ της ίδιας περιόδου ήταν στο +4,06%. Από το 2009 όμως, όταν ξεκίνησε η μεγάλη οικονομική κρίση, η πτώση του Δείκτη ήταν κατακόρυφη, της τάξης του -9,3%.

Σήμερα, μετά την κρίση της εποχής των μνημονίων και την

πρόσφατη περιπέτεια της πανδημίας, το ελληνικό εμπόριο έχει εισέλθει σε μια περίοδο ριζικού μετασχηματισμού, κατά την οποία οι μεγάλες επιχειρήσεις μεγεθύνονται και οι πολύ μικρές βαθμιαία συρρικνώνονται, ως αποτέλεσμα των ραγδαίων αλλαγών που συντελούνται στις αγοραστικές συνθήκες και στο προφίλ του σύγχρονου καταναλωτή. Η απασχόληση στον κλάδο του εμπορίου αντιπροσωπεύει περίπου το 17,9% στο σύνολο των εργαζομένων, ενώ ο αριθμός των εργοδοτών χονδρικού και λιανικού εμπορίου διαμορφώνεται στα 93.375 άτομα το 2021 από 80.230 που ήταν το 2020 (στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ του β' τριμήνου 2022). Ένα άλλο στοιχείο του μετασχηματισμού είναι η συγκέντρωση που παρατηρείται στον κλάδο, με αύξηση της μέσης απασχόλησης ανά εταιρεία σε 44 εργαζομένους το 2020 από 42,4 που ήταν το 2019 (στοιχεία ICAP). Όσον αφορά τη συμμετοχή των νέων στο εμπόριο, το ποσοστό για το 2019 ανά ηλικιακή κατηγορία διαμορφώνεται ως εξής: 15 έως 19 ετών - 22%, 20 έως 24 ετών - 18,6%, 25-29 ετών - 21,4%, 30 έως 64 ετών - 17,1% (στοιχεία ΔιαΝΕΟ-σις). Με βάση επίσης τα εποχικά διορθωμένα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για το α' τρίμηνο του 2022, η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία που παράχθηκε στην ελληνική οικονομία ανήλθε στα 41 δις ευρώ, ενώ το ποσοστό συμμετοχής των κλάδων του εμπορίου, της μεταφοράς-αποθήκευσης, της εστίασης και των υπηρεσιών παροχής καταλυμάτων άγγιξε το 26,5% στο σύνολο της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας. Σύμφωνα επιπλέον με τα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ), ο Δείκτης Όγκου Λιανικών Πωλήσεων (σε σταθερές τιμές) την περίοδο Ιανουάριος-Αύγουστος 2022 κατέγραψε αύξηση 4,6% ΥοΥ (Year on Year - Χρόνο με τον Χρόνο) από 9% την αντίστοιχη περίοδο του 2021, ενώ ο ρυθμός ανάπτυξης-ΑΕΠ αναμένεται να κινηθεί στο 5,45% στα τέλη του 2022, σύμφωνα με προβλέψεις του ΚΕΠΕ.

Όσον αφορά τις μικρές εμπορικές επιχειρήσεις, είναι αναγκαίο να κατανοήσουν τις νέες συνθήκες της αγοράς και να

επιστρατεύσουν τα δυνατά τους όπλα, που είναι: η ποιοτική υπεροχή και η καινοτομία του προϊόντος, το υψηλό επίπεδο προσωπικής εξυπηρέτησης και δημιουργίας διαπροσωπικών σχέσεων, η εταιρική κουλτούρα και, κυρίως, η ικανότητα προσαρμογής στο νέο μοντέλο ανάπτυξης που θα κυριαρχήσει τα επόμενα χρόνια στην ελληνική οικονομία, στο οποίο η κατανάλωση ικανοποιεί τις πραγματικές πλέον καταναλωτικές ανάγκες και όχι τις προσδοκίες αναγκών, κάτι που συνέβαινε μέχρι πριν από δύο περίπου χρόνια.

Παρά τους κλυδωνισμούς που προκάλεσε η χρηματοπιστωτική κρίση, οι λιανεμπορικές επιχειρήσεις πρωταγωνιστούν ακόμα και σήμερα, υιοθετώντας έξυπνες στρατηγικές σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο ανταγωνιστικό περιβάλλον, που γεννά καθημερινά προκλήσεις, οι οποίες απαιτούν άμεση αντίδραση και εγρήγορση, οργανωτική αναδιάταξη δυνάμεων, ευελιξία, δεξιότητες και αυξημένη αντιληπτική ικανότητα για κάθε τι καινούριο που μεταλλάσσεται διαρκώς, δημιουργώντας μια νέα πρόκληση. Είναι σχεδόν βέβαιο από την άλλη ότι η γεωγραφία της αγοράς, από σήμερα και για τα επόμενα χρόνια, θα υποστεί σημαντικές αλλαγές.

Σε αυτή τη φάση, ο πλέον σημαντικός συντελεστής παραγωγής υπεραξίας και κοινωνικού ερείσματος παραμένει η γνώση σε συνδυασμό με την ευελιξία και την κατάρτιση. Η κατά το δυνατόν συντομότερη συνειδητοποίηση αυτού από τις επιχειρήσεις συνιστά ουσιαστικά τη μεγαλύτερη επένδυσή τους για το μέλλον.

Οι υγιείς δυνάμεις της επιχειρηματικότητας είναι οι μόνες που μπορούν να προαγάγουν την αριστεία και την ευγενή άμιλλα, καθώς δημιουργούν θέσεις εργασίας, επενδύουν και ρισκάρουν σε αυτή τη δύσκολη φάση της οικονομίας, της κοινωνίας και της αγοράς.

Η σημερινή εξέλιξη της ελληνικής κοινωνίας και οι συνθήκες που δημιούργησε ένα ακόμη κύμα παγκοσμιοποίησης της οικονομίας, όπως και οι αλλαγές στη γεωγραφία του εμπο-

ρίου, η εμφάνιση νέων αγορών, η διαρκής τάση ανακατανομής μεριδίων και η ένταση του ανταγωνισμού κατέστησαν απαραίτητη τη συνεχή δραστηριοποίηση των λιανεμπορικών επιχειρήσεων, προκειμένου να είναι ανταγωνιστικές και να διεκδικούν ολοένα και μεγαλύτερα μερίδια στην αγορά.

Το βιβλίο αυτό φιλοδοξεί να δώσει μια ολοκληρωμένη εικόνα του λιανεμπορίου. Γι' αυτό τον λόγο άλλωστε περιλαμβάνει άρθρα σχετικά με το λιανεμπόριο που έχουν δημοσιευτεί στον Τύπο.

Στόχος μας ήταν να παρουσιάσουμε το λιανεμπόριο σε όλες τις διαστάσεις του: από τη φύση, τη λειτουργία, την ιστορία και τη χρησιμότητά του μέχρι την αντοχή και την ευελιξία που επιδεικνύει σε περιόδους κρίσης, όπως πρόσφατα με την πανδημία, καθώς και τις τάσεις και τις προοπτικές του σε παγκόσμιο επίπεδο. Ως φυσική κατάληξη, παρουσιάζεται προς το τέλος η τέχνη του λιανεμπορίου.

Το βιβλίο ολοκληρώνεται με έναν «χρηστικό», θα λέγαμε, τρόπο, με τρεις πίνακες που απεικονίζουν τα μοντέλα επιτυχίας στη λιανική πώληση, χρήσιμους για το λιανεμπόριο στην Ελλάδα και τον κόσμο, καθώς και τις ιστορίες επιτυχίας δύο σημαντικών ελληνικών λιανεμπορικών επιχειρήσεων. Καλή ανάγνωση.

Φεβρουάριος 2023

Αντώνης Ζαΐρης – Γιώργος Σταμάτης

Α. ΖΑΪΡΗΣ - Γ. ΣΤΑΜΑΤΗΣ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

Μπορούμε να φανταστούμε πώς θα ήταν η ζωή μας χωρίς καταστήματα; Αυτό και μόνο αρκεί για να αναλογιστούμε τη μεγάλη σημασία του λιανεμπορίου, όχι μόνο για την οικονομία, αλλά και για ολόκληρη την κοινωνική μας ζωή. Δεν είναι τυχαίο εξάλλου ότι το λιανεμπόριο είναι ιδιαίτερα συνδεδεμένο με τον χαρακτήρα των Ελλήνων, ενός ιστορικά ναυτικού και εμπορικού λαού.

Το βιβλίο αυτό φιλοδοξεί να παρουσιάσει μια ολοκληρωμένη εικόνα του λιανικού εμπορίου, εξετάζοντας όλες τις διαστάσεις του: τη φύση, τη λειτουργία, την ιστορία και τη χρησιμότητά του, την αντοχή και την ευελιξία του σε περιόδους κρίσης, τις τάσεις και την προοπτική του, αλλά και την ίδια την τέχνη της λιανικής πώλησης. Επιπλέον, στοχεύει να αναδείξει το λιανεμπόριο ως κρίσιμο μέγεθος στον τομέα της απασχόλησης, που εγγυάται επαγγελματική προοπτική και ανέλιξη για τις νέες γενιές στελεχών.

Η σειρά ΜΙΚΡΕΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ περιλαμβάνει βιβλία αναφοράς, γραμμένα από ειδικούς, τα οποία δίνουν έγκυρη και σε βάθος πληροφόρηση για θέματα άμεσου ενδιαφέροντος. Απλή αλλά όχι απλουστευτική, επιστημονική αλλά όχι απροσπέλαστη, σύντομη αλλά και πλήρης, η σειρά προσφέρει στον σύγχρονο αναγνώστη τα κλειδιά ώστε να κατανοήσει σε βάθος τον πολύπλοκο και μεταβαλλόμενο κόσμο μας.



www.epbooks.gr