



# Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου & Δικτύου Διανομής

Ενότητα 1 : Εισαγωγή στη Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου

Χριστίνα Μπουτσούκη  
Τμήμα Οικονομικών Επιστημών



# Άδειες Χρήσης

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό υπόκειται σε άδειες χρήσης Creative Commons.
- Για εκπαιδευτικό υλικό, όπως εικόνες, που υπόκειται σε άλλου τύπου άδειας χρήσης, η άδεια χρήσης αναφέρεται ρητώς.



# Χρηματοδότηση

- Το παρόν εκπαιδευτικό υλικό έχει αναπτυχθεί στα πλαίσια του εκπαιδευτικού έργου του διδάσκοντα.
- Το έργο «Ανοικτά Ακαδημαϊκά Μαθήματα στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης» 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.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΑΝΟΙΚΤΑ  
ΑΚΑΔΗΜΑΪΚΑ  
ΜΑΘΗΜΑΤΑ



# Εισαγωγή στη Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου



Ευρωπαϊκή Ένωση  
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ  
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΕΣΠΑ  
2007-2013  
πρόγραμμα για την ανάπτυξη  
ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

# Περιεχόμενα ενότητας

1. Θεωρίες εξέλιξης λιανικών πωλήσεων.
2. Μορφές επιχειρήσεων στον τομέα τροφίμων.
3. Επιχειρήσεις χωρίς κατάστημα.
4. Βιβλιογραφία.



# Σκοποί ενότητας

- Η ενότητα αυτή έχει ως σκοπό να κάνει μια εισαγωγή στη Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου.





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου και Δικτύου Διανομής

# Θεωρίες εξέλιξης λιανικών πωλήσεων

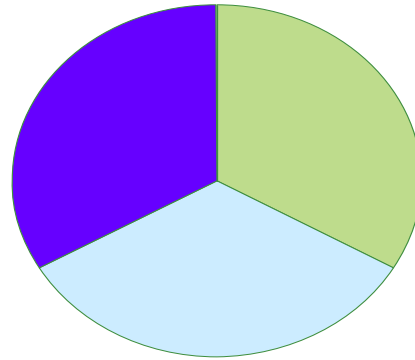
# 1. Θεωρίες εξέλιξης λιανικών πωλήσεων 1/2

## Η θεωρία του τροχού

Vulnerability  
phase (κάμψη)

### **Mature Retailer**

Έλλειψη ευελιξίας  
συντηρητισμός  
μείωση ROI



Entry  
phase (είσοδος)

### **Innovation Retailer**

χαμηλή τιμή  
χαμηλό service  
κακής ποιότητας  
εγκαταστάσεις  
μικρή ποικιλία

Trading-up phase  
(φάση ανόδου)

### **Traditional Retailer**

Σύνθετες εγκαταστάσεις  
βελτιωμένο service  
αναβάθμιση τοποθεσίας  
υψηλότερες τιμές  
διεύρυνση ποικιλίας





# 1. Θεωρίες εξέλιξης λιανικών πωλήσεων 2/2

## Η θεωρία του κύκλου ζωής των μορφών λιανικών πωλήσεων

	ανάπτυξη	εισαγωγή	επέκταση	ωριμότητα	παρακμή
πωλήσεις	Χαμηλές /αυξανόμενες		Γρήγορη επιτάχυνση	υψηλές	Φθίνουσες
κερδοφορία	Αρνητική ως μηδενική		Υψηλή απόδοση	Υψηλή / φθίνουσα	Χαμηλή ως μηδενική
χωροθέτηση	Καινοτομία ιδεών		Ειδικές ανάγκες	Ευρεία αγορά	niche
ανταγωνισμός	καθόλου		περιορισμένος	Εκτενής / κορεσμός	Έντονος / παγιωμένος





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου και Δικτύου Διανομής

# Μορφές επιχειρήσεων στον τομέα τροφίμων

## 2. Μορφές επιχειρήσεων στον τομέα τροφίμων 1/3

- Συμβατικά σουπερμάρκετ (conventional)
  - Ευρύ φάσμα ειδών τροφίμων, άλλα είδη 10-25%, βασική πηγή προμήθειας ειδών μπακαλικής.
- Υπερκαταστήματα
  - Εξειδικευμένα τμήματα μέσα, άλλα είδη 20-40%.
- Μεγάλες μορφές (big box retailing)
  - Υπεραγορές (άλλα είδη 60-70%), στρατηγική χαμηλών τιμών.



## 2. Μορφές επιχειρήσεων στον τομέα τροφίμων 2/3

- Καταστήματα ευκολίας (convenience stores)
  - Εύκολη πρόσβαση, 24 ώρες, περιορισμένη ποικιλία.
- Εκπτωτικά καταστήματα (discount stores)
  - 20-30% χαμηλότερα από s/m, EDLP, μάρκες καταστήματος.
- Προμηθευτικές λέσχες (warehouse clubs)
  - Ιδιότητα μέλους με ετήσια συνδρομή, τελικούς χρήστες και μμε (30% πελατιακής βάσης – 70% κατανάλωσης).



## 2. Μορφές επιχειρήσεων στον τομέα τροφίμων 3/3

	Συμβατικό	Υπερκατ.	Υπεραγορά	Ευκολίας	Εκπτωτικά
μέγεθος	400-1000	1000-5000	5000-30000	200-400	500-1500
απόθεμα	20-30000	30-40000	40-150000	1000-3000	700-1500
εμπόρευμα	Εκτενές Μέση ποιότη.	πλήρης		Μέσου πλάτους & βάθους	Μικρό βάθος Μάρκες καταστήματος
%Τροφίμων	75-90%	60-80%	60-70%	90%	80-90%
Τιμές	Μέτριες Ανταγωνιστ.	Ανταγωνιστικές		Άνω μετρίου Υψηλές	Πολύ χαμηλές
Ατμόσφαιρα Υπηρεσίες	καλή	μέτρια			Χαμηλή
τοποθεσία	Γειτονιά ή πόλη	Εμπορικό κέντρο ή απομονωμένα σημεία		Γειτονιά ή σημεία με υψηλή κίνηση	
προώθηση	Εφημερίδες, φυλλάδια, κουπόνια			Ελάχιστη ως μέτρια	Εφημερίδες φυλλάδια





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

---

Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου και Δικτύου Διανομής

# Επιχειρήσεις χωρίς κατάστημα

### 3. Επιχειρήσεις χωρίς κατάστημα

- Παραγγελίες από απόσταση (remote ordering).
- Παραδοσιακές μορφές χωρίς κατάστημα.
- Αυτόματοι πωλητές (vending machines).



## 4. Βιβλιογραφία

1. Zentes, J., Morschett D. & Schramm-Klein H., "Στρατηγικό Μάνατζμεντ Λιανικών Πωλήσεων", εκδόσεις Παπασωτηρίου, Αθήνα 2008.
2. Παπαβασιλείου, Ν., Μπάλτας Γ., "Μάρκετινγκ Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου", εκδόσεις Τζωρτζάκης Μ. & ΣΙΑ, Αθήνα 2003.





# Σημείωμα Αναφοράς

Copyright Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης, Χριστίνα Μπουτσούκη.  
«Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου και Δικτύου Διανομής. Εισαγωγή στη Διοίκηση  
Λιανικού Εμπορίου». Έκδοση: 1.0. Θεσσαλονίκη 2014. Διαθέσιμο από τη  
δικτυακή διεύθυνση: <http://eclass.auth.gr/courses/OCRS272/>



# Σημείωμα Αδειοδότησης

Το παρόν υλικό διατίθεται με τους όρους της άδειας χρήσης Creative Commons Αναφορά - Παρόμοια Διανομή [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».



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

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





# Εισαγωγή στη Διοίκηση Λιανικού Εμπορίου

Επεξεργασία: <Έλλη Βλαχοπούλου>  
Θεσσαλονίκη, <Χειμερινό εξάμηνο 2014-2015>





ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ  
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

---

# Σημειώματα

# Διατήρηση Σημειωμάτων

Οποιαδήποτε αναπαραγωγή ή διασκευή του υλικού θα πρέπει να συμπεριλαμβάνει:

- το Σημείωμα Αναφοράς
- το Σημείωμα Αδειοδότησης
- τη δήλωση Διατήρησης Σημειωμάτων
- το Σημείωμα Χρήσης Έργων Τρίτων (εφόσον υπάρχει)

μαζί με τους συνοδευόμενους υπερσυνδέσμους.

