Delivery... από τον έμπορο της γειτονιάς

Με σύνθημα «τώρα και στην πόρτα σας», οι επιχειρηματίες ενώνουν τις δυνάμεις τους και, σε συνεργασία με ραδιοταξί ή μεταφορικές εταιρείες, υπόσχονται να παραδίδουν τα προϊόντα τους στο σπίτι του καταναλωτή

Της **ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΑΣ ΧΕΛΙΔΩΝΗ**
k.chelidoni@realnews.gr

«Τώρα και στην πόρτα σας» είναι το κεντρικό σύνθημα της νέας καμπάνιας που ξεκινά ο κλάδος του λιανεμπορίου, προκειμένου να σωθεί ένα κομμάτι από τη χαμένη παρτίδα του τζίρου της εορταστικής περιόδου, αλλά και να παγώσει την «πανδημία» των λουκέτων, από την οποία πλέον απειλείται σοβαρά λόγω του παρατεταμένου lockdown. Σύμφωνα με πληροφορίες της **Realnews**, σύσσωμοι οι φορείς του κλάδου αποφάσισαν να αντιστρέψουν την κατάσταση, προτάσσοντας ένα πρωτόγνωρο κανάλι πωλήσεων για το λιανεμπόριο και τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα, αυτό της κατ' οίκον παράδοσης (delivery), όχι μόνο για τις ημέρες των εορτών, αλλά μέχρι να ανοίξουν και πάλι τα φυσικά καταστήματα. Σε μια χρονική περίοδο, μάλιστα, κατά την οποία οι εταιρείες ταχυμεταφορών βρίσκονται στα όριά τους υπό το βάρος των πολλών παραγγελιών ενόψει των εορτών, ενώ τα ηλεκτρονικά καταστήματα ασφυκτιούν, με τον μέσο χρόνο παράδοσης για την κάθε παραγγελία να κυμαίνεται από 5 έως 10 εργάσιμες ημέρες.

Προβλήματα με το click away

Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, προβληματική είναι η εικόνα και στο μοντέλο λειτουργίας της εορταστικής αγοράς με την υπηρεσία του click away, για δύο βασικούς λόγους. Πρώτον, ένα μερίδιο των καταναλωτών δεν ανταποκρίνεται, είτε γιατί δεν θέλει να περιμένει στην ουρά ξοδεύοντας αρκετό χρόνο, είτε γιατί θεωρεί (ειδικά οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες του πληθυσμού) ότι πρόκειται για μια πολύπλοκη διαδικασία. Δεύτερον, αρκετοί πολίτες έχουν σπεύσει στα καταστήματα, χωρίς ωστόσο να επιθυμούν να τηρούν κατά γράμμα τους υγειονομικούς κανόνες, ζητώντας σε πολλές περιπτώσεις να δοκιμάσουν τα προϊόντα. «Θα πρέπει να αξιοποιήσουμε υπέρ μας, τώρα, την εορταστική περίοδο, που υπάρχει "μποτιλιάρισμα" στα μεγάλα e-shops, αλλά και τα city logistics, και να ξεκινήσουμε τις παραδόσεις κατ' οίκον, με στόχο να παραλαμβάνει ο πελάτης την παραγγελία του, εάν όχι αυθημερόν, τουλάχιστον εντός 24 ωρών. Ουσιαστικά, πρέπει να εκμεταλλευτούμε την ευελιξία και την ταχύτητα που μπορούμε να προσφέρουμε. Επιπλέον, η υπηρεσία του delivery θα βοηθήσει τόσο το έργο της κυβέρνησης όσο και την υγειονομική κατάσταση της χώρας, αφού ο καταναλωτής θα παραλαμβάνει το προϊόν στο σπίτι του με ασφάλεια,

κωδικός

Ενα από τα σημαντικότερα θέματα που πρέπει να διευθετηθούν είναι και η ασφάλεια των πολιτών, την ώρα που ο διανομέας θα παραδίδει το προϊόν στο σπίτι του καταναλωτή. Πηγές σημειώνουν ότι «επεξεργαζόμαστε να λύσουμε το θέμα αυτό με την παροχή ενός προσωπικού κωδικού στην κάθε παραγγελία»

αποφεύγοντας τον συνωστισμό», αναφέρει χαρακτηριστικά ο πρόεδρος του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Πειραιώς και του Περιφερειακού Επιμελητηριακού Συμβουλίου Αττικής, **Βασίλης Κορκίδης**.

Πώς θα λειτουργεί

Η διαδικασία που θα ακολουθηθεί ώστε να είναι λειτουργική η υπηρεσία του delivery από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, σύμφωνα με αξιόπιστες πηγές, θα περιλαμβάνει είτε την «επιστράτευση» των υπαλλήλων των ίδιων των καταστημάτων είτε τη συνεργασία των εμπόρων με άλλους κλάδους της αγοράς που αντιμετωπίζουν εξίσου σοβαρά οικονομικά προβλήματα, λόγω της υγειονομικής κρίσης, όπως είναι τα ραδιοταξί και οι μεταφορικές εταιρείες. Στόχος είναι μέσα από συνεργασίες να ευνοηθούν τα τοπικά καταστήματα που δεν μπορούν μεμονωμένα να σηκώσουν ένα ακόμη οικονομικό βάρος. Ωστόσο, ένα από τα σημαντικότερα θέματα που πρέπει να διευθετηθούν ώστε να υλοποιηθεί αυτή η υπηρεσία είναι και η ασφάλεια των πολιτών, την ώρα που ο διανομέας θα παραδίδει το προϊόν στο σπίτι του καταναλωτή. Οι ίδιες πηγές σημειώνουν ότι «επεξεργαζόμαστε να λύσουμε το θέμα αυτό με την παροχή ενός προσωπικού κωδικού στην κάθε παραγγελία». Δηλαδή, χτυπώντας το κουδούνι, ο εκάστοτε διανομέας θα έχει έναν κωδικό, τον οποίο θα αναφέρει στον καταναλωτή για να του ανοίγει την πόρτα.

Υπολογίζεται ότι από το σύνολο των 280.000 μικρών εμπορικών επιχειρήσεων της χώρας, οι 40.000-50.000 θα μπορούσαν να κάνουν χρήση της υπηρεσίας αυτής αυξάνοντας τα έσοδά τους. «Να ξεκαθαρίσουμε ότι υπάρχουν εναλλακτικές προτάσεις και όχι υποχρεωτικές παρεμβάσεις ως προς τον κλάδο. Αυτό που θέλουμε είναι να καταστούν και πάλι ενεργές οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, έστω και με αυτή την υπηρεσία. Θα μπορούσαν π.χ. να έρθουν σε συμφωνία 5 ή 10 καταστήματα από τον ίδιο δρόμο με μια εταιρεία ραδιοταξί ή με ένα μεταφορέα που έχει ατομική επιχείρηση, μειώνοντας με αυτό τον τρόπο και το κόστος», αναφέρουν παράγοντες του εμπορίου. Υπενθυμίζεται ότι από τη Δευτέρα έχουν ανοίξει οι ΚΑΔ με τους οποίους επιτρέπονται οι διαδικτυακές και τηλεφωνικές παραγγελίες, αλλά και το delivery από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

«Αποκτήστε τους απαραίτητους ΚΑΔ, τόσο τον 471910, για κατ' οίκον παράδοση εμπορευμάτων, όσο και τον 571611, για παράδοση εκτός, ώστε να μπορέσετε να έχετε και τις δύο υπηρεσίες, ελάτε σε επαφή με το πελατολόγιό σας και κάντε παραδόσεις αυθημερόν ή όσο πιο γρήγορα γίνεται για να έχετε ένα πραγματικό συγκριτικό πλεονέκτημα. Φυσικά και ο ημερήσιος τζίρος θα είναι χαμηλότερος αλλά τουλάχιστον θα δοθεί μια ανάσα», συμπληρώνουν οι ίδιοι, απευθυνόμενοι στους εμπόρους.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Πειραιώς και του Περιφερειακού Επιμελητηριακού Συμβουλίου Αττικής, Βασίλης Κορκίδης

Εμφαση στη δημιουργία e-shop

Ωστόσο, το βασικότερο κανάλι πωλήσεων της φετινής χρονιάς δεν είναι άλλο από το ηλεκτρονικό κατάστημα, αποδεικνύοντας με τον πιο περίτρανο τρόπο ότι έχει έρθει για να μείνει. Μάλιστα, και ο πρωθυπουργός **Κυριάκος Μητσοτάκης**, έχει επισημάνει, μεταξύ άλλων, ότι πρόκειται για μια παγκόσμια τάση της οικονομίας, στην οποία δεν μπορούμε να πάμε κόντρα. Την ίδια εικόνα έχουν και οι εκπρόσωποι του λιανεμπορίου, οι οποίοι καλούν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να εκσυγχρονίσουν τις υποδομές του ηλεκτρονικού εμπορίου, αφού πλέον υπάρχουν τα διαθέσιμα κεφάλαια από το υπουργείο Ανάπτυξης, με το νέο πρόγραμμα του ΕΣΠΑ, που επιδοτεί τη δημιουργία e-shop. Παράλληλα, τις τελευταίες ημέρες γίνονται προσπάθειες προκειμένου και οι επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν ηλεκτρονικό κατάστημα να έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνήσουν με τους πελάτες τους, αλλά και να διαφημιστούν μέσα από άλλες πλατφόρμες. «Η συμμετοχή πολλών μικρών επιχειρήσεων σε μεγάλες online πλατφόρμες, όπως η Google, που έχει 60.000 εμπορικές επιχειρήσεις χωρίς e-shop, μπορεί επίσης να βοηθήσει τις διαδικτυακές πωλήσεις τους. Η μεγαλύτερη, πάντως, βοήθεια προς τα μεμονωμένα συνοικιακά εμπορικά καταστήματα θα προέλθει από τις τελικές επιλογές και την προτίμηση των καταναλωτών», προσθέτει ο πρόεδρος του ΕΒΕΠ. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι και η συνεργασία του Εμπορικού Συλλόγου Πειραιώς -για τα μέλη του- με δύο πλατφόρμες του ηλεκτρονικού εμπορίου, τα public.gr και skroutz.gr, η οποία ανακοινώθηκε μέσα στην εβδομάδα. Μέσα από αυτή τη συνεργασία, δίνεται η δυνατότητα σε όλες τις εμπορικές επιχειρήσεις του Πειραιά (ακόμη και σε αυτές που δεν διαθέτουν e-shop) να έχουν άμεση πρόσβαση σε ηλεκτρονικές πωλήσεις και να αποκτήσουν ψηφιακό «ράφι» εντός μίας ημέρας. Επιπλέον, στο πλαίσιο της συμφωνίας, οι επιχειρηματίες θα μπορούν να παρακολουθήσουν σεμινάρια εκπαίδευσης για το πώς λειτουργεί το ηλεκτρονικό κανάλι πωλήσεων.

Μάχη

Την πεποίθησή τους πως το φάσμα όλων αυτών των υπηρεσιών μπορεί να σώσει ακόμα τον μισό τζίρο των Χριστουγέννων επιβεβαιώνουν, μέσω της «R», παράγοντες του εμπορίου, χωρίς ωστόσο να είναι το ίδιο αισιόδοξοι για το αν μπορεί να καλυφθεί το σύνολο των επιχειρήσεων, καθώς -όπως φαίνεται- το ελληνικό καταναλωτικό κοινό φέτος είναι αρκετά πιεσμένο οικονομικά. Το γεγονός αυτό καταδεικνύεται και από την έρευνα του Συνδέσμου Επιχειρήσεων και Λιανικής Πωλήσεως Ελλάδος, η οποία υλοποιήθηκε με την επιστημονική υποστήριξη του εργαστηρίου ELTRUN του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών. Η έρευνα έδειξε ότι η συντριπτική πλειονότητα του κοινού, της τάξεως του 73%, θεωρεί ότι η αξία των αγορών της τα φετινά Χριστούγεννα θα είναι μειωμένη, ενώ μόλις ένα 5% εκτιμά ότι θα είναι αυξημένη.

Μεσοσταθμικά, η εκτίμηση των καταναλωτών μεταφράζεται σε μια μείωση της τάξεως του 34%, δηλαδή ότι φέτος θα χαθεί πάνω από το 1/3 του περσινού τζίρου. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 63% υπολογίζεται πως έχει ήδη ολοκληρώσει τις αγορές του για τα Χριστούγεννα, ενώ ένα 37% θα το κάνει την εβδομάδα των Χριστουγέννων, δηλαδή από αύριο.