

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

### 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

1.1. ΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....	19
1.1.1. Οι Λιανεμπορικές Λειτουργίες της Διανομής .....	20
1.1.2. Οι Σχέσεις Λιανεμπόρων και Προμηθευτών τους .....	22
1.1.3. Ειδικά Χαρακτηριστικά του Λιανικού Εμπορίου .....	24
1.2. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ .....	26
1.2.1. Η Εφαρμογή της Ιδεολογίας Marketing στο Λιανικό Εμπόριο .....	27

### 2. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ *ΔΙΟΙΚΤΗΣΙΑ Ή ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ*

2.1. ΓΕΝΙΚΑ .....	29
2.2. ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ .....	30
2.2.1. Φιλοσοφία της Επιχείρησης .....	31
2.2.2. Εναλλακτικές Λύσεις Ιδιοκτησίας και Διοίκησης .....	31
2.2.3. Κατηγορία Αγαθών και Υπηρεσιών .....	33
2.2.3.1. Προσωπικές Δυνατότητες .....	34
2.2.3.2. Χρηματοοικονομικοί Πόροι .....	34
2.2.3.3. Απαιτήσεις Χρόνου .....	36
2.3. ΣΤΟΧΟΙ .....	37
2.3.1. Πωλήσεις .....	37
2.3.2. Κέρδος .....	38
2.3.3. Ικανοποίηση του Κοινού .....	39
2.3.4. Εικόνα Καταστήματος .....	40
2.4. ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΤΩΝ	

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ .....	40
2.5. ΓΕΝΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ .....	41
2.5.1. Ελεγχόμενες Μεταβλητές .....	42
2.5.1.1. Θέση Και Λειτουργίες Καταστήματος .....	42
2.5.1.2. Μίγμα Προϊόντων .....	43
2.5.1.3. Τιμολόγηση .....	43
2.5.1.4. Εικόνα Καταστήματος και Προβολή .....	44
2.5.2. Μη Ελεγχόμενες Μεταβλητές .....	45
2.5.2.1. Πελάτες .....	45
2.5.2.2. Ανταγωνισμός .....	45
2.5.2.3. Τεχνολογία .....	46
2.5.2.4. Οικονομική Κατάσταση-Νομικό Περιβάλλον .....	46
2.6. ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΓΕΝΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ .....	46
2.7. ΕΛΕΓΧΟΣ .....	47
2.8. ΑΝΑΤΡΟΦΟΔΟΤΗΣΗ .....	47

### 3. ΟΙ ΘΕΣΜΟΙ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

3.1. ΒΑΣΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....	49
3.1.1. Γενικά .....	49
3.1.2. Στρατηγικές Λιανικού Εμπορίου .....	50
3.1.3. Ο Τροχός του Λιανικού Εμπορίου .....	51
3.1.4. Γενικό Εμπόρευμα .....	52
3.1.5. Ο Κύκλος Ζωής του Λιανικού Εμπορίου .....	54
3.2. ΟΙ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΚΟΙ ΘΕΣΜΟΙ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ .....	56
3.2.1. Ανεξάρτητος Λιανέμπορος .....	56
3.2.2. Αλυσίδα Καταστημάτων .....	58
3.2.3. Franchise .....	60
3.2.4. Επινοικιασμένο Κατάστημα .....	63
3.2.5. Καθετοποιημένο Σύστημα Μάρκετινγκ .....	64
3.2.6. Καταναλωτική Συνεργασία .....	65
3.3. ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΚΟΙ ΘΕΣΜΟΙ ΒΑΣΙΣΜΕΝΟΙ ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ .....	66
3.3.1. Λιανέμποροι Σχετικοί με Τρόφιμα .....	66
3.3.3.1. Κατάστημα Ευκολίας .....	66
3.3.3.2. Super Market .....	67
3.3.3.3. Κατάστημα Συνδυασμού .....	67
3.3.3.4. Υπερκατάστημα .....	67

3.3.3.5.	Κατάστημα Περιορισμένης Γραμμής .....	68
3.3.3.6.	Κατάστημα - Αποθήκη .....	68
3.3.4.	Λιανέμποροι Γενικού Εμπορεύματος .....	68
3.3.4.1.	Εξειδικευμένο Κατάστημα .....	68
3.3.4.2.	Κατάστημα Ποικιλίας .....	69
3.3.4.3.	Πολυκαταστήματα .....	69
3.3.4.4.	Εκπρωτικό Κατάστημα Πλήρους Γραμμής .....	71
3.3.4.5.	Εκθεση Ειδών Καταλόγου .....	71
3.3.4.6.	Αλυσίδες “Ευκαιριών” .....	72
3.3.4.7.	Κατάστημα Εργοστασίου .....	72
3.3.4.8.	Αγοραστική Λέσχη .....	73
3.3.4.9.	Παζάρι .....	73
3.4.	ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΚΟΙ ΘΕΣΜΟΙ ΠΟΥ ΔΕΝ ΒΑΣΙΖΟΝΤΑΙ ΣΕ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ .....	74
3.4.1.	Μηχανές Πώλησης .....	74
3.4.2.	Πώληση Αμεσα Στο Σπίτι .....	75
3.4.3.	Άμεσο Marketing .....	76
3.5.	ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΚΟΙ ΘΕΣΜΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ .....	77

#### 4. ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΚΑΙ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

4.1.	ΓΕΝΙΚΑ .....	79
4.2.	ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΤΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ .....	80
4.2.1.	Δημογραφικά Στοιχεία των Καταναλωτών .....	80
4.2.2.	Τρόπος Ζωής Καταναλωτών .....	81
4.2.2.1.	Κοινωνικοί παράγοντες .....	81
4.2.2.2.	Ψυχολογικοί παράγοντες .....	82
4.3.	Ο ΤΡΟΠΟΣ ΛΗΨΗΣ ΑΠΟΦΑΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ .....	83
4.3.1.	Η Διαδικασία Αποφάσεων του Καταναλωτή .....	83
4.3.1.1.	Κίνητρο .....	85
4.3.1.2.	Ενημερότητα για το Πρόβλημα .....	85
4.3.1.3.	Αναζήτηση Πληροφοριών .....	86
4.3.1.4.	Αξιολόγηση Εναλλακτικών Λύσεων .....	87
4.3.1.5.	Αγοραστική Δράση .....	87
4.3.1.6.	Συμπεριφορά Μετά την Αγορά .....	89
4.3.2.	Μορφές Λήψης Καταναλωτικών Αποφάσεων .....	89
4.3.2.1.	Εκτεταμένη Λήψη Αποφάσεων .....	90
4.3.2.2.	Περιορισμένη Λήψη Αποφάσεων .....	90
4.3.2.3.	Συνηθισμένη Λήψη Αποφάσεων .....	91

## 5. Η ΕΡΕΥΝΑ MARKETING ΣΤΟ ΔΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

5.1. ΓΕΝΙΚΑ .....	93
5.2. Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ MARKETING .....	94
5.2.1. Δευτερογενή Στοιχεία .....	95
5.2.1.1. Εσωτερικά Δευτερογενή Στοιχεία .....	96
5.2.1.2. Εξωτερικά Δευτερογενή Στοιχεία .....	97
5.2.2. Πρωτογενή Στοιχεία .....	97
5.2.2.1. Πηγές .....	98
5.2.2.2. Ερευνα .....	98
5.2.2.3. Παρατήρηση .....	99
5.2.2.4. Πείραμα .....	100
5.2.2.5. Προσομοίωση .....	100
5.3. ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΤΟΥ ΔΙΑΝΕΜΠΟΡΟΥ .....	100
5.3.1. Σύγχρονοι Τρόποι Συλλογής Στοιχείων .....	103

## 6. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΟΧΗΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

6.1. Η ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΘΕΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΔΙΑΝΕΜΠΟΡΟ .....	105
6.2. Η ΠΕΡΙΟΧΗ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΕΝΟΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ .....	106
6.2.1. Η Περιοχή Εμπορίου ενός Υπάρχοντος Καταστήματος .....	107
6.2.2. Η Περιοχή Εμπορίου ενός Νέου Καταστήματος .....	108
6.3. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....	110
6.3.1. Χαρακτηριστικά του Πληθυσμού .....	112
6.3.2. Χαρακτηριστικά της Οικονομικής Βάσης .....	112
6.3.3. Ο Ανταγωνισμός και το Επίπεδο Κορεσμού .....	114
6.3.4. Μέτρηση Κορεσμού μιας Περιοχής Εμπορίου .....	114
6.4. ΕΠΙΛΟΓΗ ΧΩΡΟΥ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ .....	115
6.5. ΤΟ ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ .....	116
6.6. Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΕΡΙΟΧΗ (ΑΓΟΡΑ) .....	117
6.6.1. Κεντρική Αγορά .....	117
6.6.2. Δευτερεύουσα Αγορά .....	118
6.6.3. Συνοικιακή Αγορά .....	118
6.6.4. Περιφερειακή Αγορά .....	118
6.6.5. Εμπορικό Κέντρο .....	119
6.7. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗΣ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗΣ ΘΕΣΗΣ .....	120
6.7.1. Αξιολόγηση της Γεωγραφικής Θέσης .....	120

**7. Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ ΣΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**

7.1. ΓΕΝΙΚΑ .....	123
7.2. ΕΓΚΑΘΙΔΡΥΣΗ ΜΙΑΣ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗΣ ΔΟΜΗΣ .....	123
7.2.1. Κατανομή Καθηκόντων Μεταξύ των Μελών του Καναλιού και των Καταναλωτών .....	125
7.2.2. Ομαδοποίηση των Καθηκόντων σε Επαγγέλματα .....	127
7.2.3. Δημιουργία Οργανογράμματος .....	128
7.3. ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΑ ΠΡΟΤΥΠΑ ΣΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ .....	128
7.3.1. Οργανωτικά Πρότυπα για Ανεξάρτητους Λιανεμπόρους .....	128
7.3.2. Οργανωτικά Πρότυπα για Πολυκαταστήματα .....	129
7.3.3. Οργανωτικά Πρότυπα για Αλυσίδες Καταστημάτων .....	130
7. 4. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΩΝ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΠΟΡΩΝ .....	134
7.4.1. Ιδιαιτερότητες των Ανθρώπινων Πόρων .....	134
7.4.2. Η Διαδικασία Διοίκησης των Ανθρώπινων Πόρων .....	135
7.4.2.1. Στρατολόγηση Προσωπικού .....	135
7.4.2.2. Επιλογή Προσωπικού .....	135
7.4.2.3. Εκπαίδευση Προσωπικού .....	136
7.4.2.4. Αμοιβές Προσωπικού .....	138
7.4.2.5. Επόπτευση Του Προσωπικού .....	139

**8. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ**

8.1. Η ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ.....	141
8.1.1 Στοιχεία Ενεργητικού και Παθητικού .....	141
8.1.2. Προϋπολογισμός .....	143
8.1.2.1. Η Διαδικασία Κατάρτισης Προϋπολογισμού .....	146
8.1.3. Κατανομή Πόρων .....	147
8.2. ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ .....	148
8.2.1. Στοιχεία Καταστήματος .....	148
8.2.2. Αξιοποίηση του Προσωπικού .....	149
8.2.3. Συντήρηση Καταστήματος .....	150
8.2.4. Διαχείριση Αποθεμάτων .....	151
8.2.5. Ασφάλεια Καταστήματος .....	152
8.2.6. Ασφάλιση .....	153
8.2.7. Διοίκηση Πιστώσεων .....	153
8.2.8. Μηχανογράφηση .....	154
8.2.9. Αντιμετώπιση Κρίσεων .....	154

**9. Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΟΥ ΜΙΓΜΑΤΟΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ**

9.1. ΓΕΝΙΚΑ .....	157
9.2. MERCHADISING .....	158
9.3. Ο ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ .....	158
9.4. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΜΙΓΜΑΤΟΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ .....	161
9.4.1. Επιλογή Εμπορευμάτων .....	161
9.4.2. Μόδα και Απόσυρση Προϊόντων .....	166
9.5. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΤΟΥ ΜΙΓΜΑΤΟΣ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ .....	167
9.6. ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΑΠΟΘΕΜΑΤΟΣ .....	168
9.6.1. Η Μέθοδος Κόστους .....	169
9.6.2. Η Λιανεμπορική Μέθοδος .....	170
9.7. ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΚΑΙ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ: ΧΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ .....	173
9.7.1. Καθορισμός Μονάδων Ελέγχου .....	174
9.7.2. Πρόβλεψη Πωλήσεων .....	175
9.7.3. Προγραμματισμός Επιπέδου Αποθεμάτων .....	176
9.7.4. Προγραμματισμός Μειώσεων των Τιμών .....	178
9.7.5. Προγραμματισμός Αγορών .....	178
9.7.6. Προγραμματισμός Περιθωρίων Κέρδους .....	179
9.8. ΠΡΟΒΛΕΨΗ ΚΑΙ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ: ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΟΝΑΔΩΝ ΕΛΕΓΧΟΥ .....	180
9.9. ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΟΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΑΠΟΘΕΜΑΤΩΝ .....	181
9.9.1. Χρόνος και Ποσότητα Επαναπαραγγελίας .....	182

**10. ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΣΤΟ ΔΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ**

10.1 ΓΕΝΙΚΑ .....	183
10.2. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΤΙΜΟΛΟΓΙΣΗ .....	184
10.2.1. Ο Καταναλωτής και η Τιμολόγηση .....	184
10.2.2. Το Κράτος και η Τιμολόγηση .....	185
10.2.3. Οι Προμηθευτές και η Τιμολόγηση .....	186
10.2.4. Ο Ανταγωνισμός και η Τιμολόγηση .....	187
10.3. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ .....	188
10.3.1. Στόχοι της Στρατηγικής Τιμολόγησης .....	188
10.3.2. Γενικοί Στόχοι και Τιμολόγηση .....	190
10.3.3. Ευρύτερη Τιμολογιακή Πολιτική .....	190
10.3.4. Στρατηγική Τιμολόγησης .....	191

10.3.5. Εφαρμογή Τιμολογιακής Στρατηγικής .....	191
---	-----

## **11. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ**

11.1. ΓΕΝΙΚΑ .....	193
11.2. Η ΕΙΚΟΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ .....	193
11.3. Η ΑΤΜΟΣΦΑΙΡΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ .....	195
11.4. ΧΩΡΟΤΑΞΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ .....	197
11.4.1. Κατανομή Χώρου Δαπέδου .....	197
11.4.2. Κατηγορίες Προσφερομένων Ειδών .....	198
11.4.3. Καθορισμός Διάταξης Ροής της Κίνησης .....	198
11.4.4. Καθορισμός των Αναγκών Χώρου .....	199
11.4.5. Χαρτογράφηση των Θέσεων Μέσα στο Κατάστημα .....	200
11.4.6. Τοποθέτηση των Προϊόντων στο Κατάστημα .....	200
11.5. ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ .....	201
11.5.1. Ανάπτυξη Στρατηγικής Υπηρεσιών .....	201
11.5.2. Σχεδιασμός Επιμέρους Υπηρεσιών .....	202

## **12. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗΣ**

12.1. ΓΕΝΙΚΑ .....	205
12.2. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ .....	205
12.2.1. Διαφημιστικά Μέσα .....	207
12.3. ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ .....	209
12.3.1. Τύποι Δημοσιότητας .....	210
12.4. ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΠΩΛΗΣΗ .....	210
12.5. ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ .....	214
12.6. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ .....	216
12.6.1. Προσδιορισμός των Στόχων της Προβολής .....	217
12.6.2. Κατάρτιση του Προϋπολογισμού Προβολής .....	218
12.6.3. Επιλογή του Μίγματος Προβολής .....	219
12.6.4. Εφαρμογή του Μίγματος Προβολής .....	221
12.6.4.1. Αποφάσεις για τα Μέσα .....	221
12.6.4.2. Περιεχόμενο των Μηνυμάτων .....	222
12.6.4.3. Ο Αριθμός των Πωλητών .....	222
12.6.4.4. Μέσα Προώθησης Πωλήσεων .....	222
12.6.5. Επισκόπηση και Αναθεώρηση του Προγράμματος Προβολής .....	223

### 13. ΟΔΟΚΛΗΡΩΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

13.1. ΓΕΝΙΚΑ .....	225
13.1.1. Διαδικασίες Προγραμματισμού και Ανάλυση Ευκαιριών .....	225
13.1.2. Μέτρηση Εκτέλεσης των Δραστηριοτήτων .....	226
13.1.3. Παραγωγικότητα .....	231
13.1.4. Χρήσεις της Νέας Τεχνολογίας .....	232
13.2. Η ΧΡΗΣΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ .....	232
13.2.1. Προσδιορισμός του Ποιός Διενεργεί την Ερευνα .....	234
13.2.2. Προσδιορισμός του Πότε και Πόσο Συχνά Διεξάγεται η Ερευνα .....	234
13.2.3. Προσδιορισμός των Τομέων που θα Ερευνηθούν .....	235
13.2.4. Δημιουργία Ερωτηματολογίων .....	235
13.2.5. Διεξαγωγή της Ερευνας .....	235
13.2.6. Αναφορά των Ευρημάτων της Ερευνας στην Διοίκηση .....	236
13.2.7. Απόκριση της Διοίκησης στην Ερευνα .....	236
13.3. ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ .....	236

### 14. ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

14.1. ΓΕΝΙΚΑ .....	237
14.2. ΙΔΙΑΙΤΕΡΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ .....	237
14.3. ΑΝΑΛΥΣΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ .....	241
14.4. ΘΕΣΗ ΣΤΟΧΩΝ .....	242
14.5. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΕΞΕΤΑΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΤΟΧΟΥ .....	242
14.6. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ: ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ .....	243
14.6.1. Γεωγραφική Θέση Καταστήματος και Λειτουργίες .....	244
14.6.2. Προσφορά Υπηρεσιών .....	245
14.6.3. Τιμολόγηση .....	247
14.6.4. Εικόνα Καταστήματος και Προβολή .....	249
14.7. ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ: ΜΗ ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ .....	250
14.7.1. Καταναλωτής .....	250
14.7.2. Ανταγωνισμός .....	251
14.7.3. Τεχνολογία .....	252
14.7.4. Η Οικονομία .....	252



14.7.5. Εποχικότητα .....	252
14.7.6. Νομικοί Περιορισμοί .....	253
14.8. ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ .....	253
14.9. ΕΠΑΝΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ .....	253

## **15. ΤΟ ΜΕΤΑΒΑΛΛΟΜΕΝΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΟΥ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ**

15.1. ΓΕΝΙΚΑ .....	255
15.2. ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ .....	256
15.2.1. Μέγεθος Πληθυσμού και Κατανομή Ηλικιών .....	256
15.2.2. Αριθμός Νοικοκυριών .....	256
15.2.3. Κινητικότητα και Γεωγραφική Κατανομή Πληθυσμού .....	257
15.2.4. Εργαζόμενες Γυναίκες .....	257
15.2.5. Εισόδημα .....	258
15.3. ΤΡΟΠΟΣ ΖΩΗΣ .....	259
15.3.1. Κοινωνικοί Ρόλοι .....	259
15.3.2. Μορφωτικό Επίπεδο .....	260
15.3.3. Ελλειψη Χρόνου .....	260
15.3.4. Δραστηριότητες Ελεύθερου Χρόνου .....	261
15.3.5. Αυτο - Εκπλήρωση .....	262
15.4. ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ .....	262
15.5. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ .....	264
15.5.1. Ηλεκτρονικές Τράπεζες .....	264
15.5.2. Μηχανογράφηση των Λειτουργιών .....	264
15.6. ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΚΟΙ ΘΕΣΜΟΙ .....	265
15.6.1. Λιανικό Εμπόριο Χωρίς Κατάστημα .....	265
15.6.2. Ελαχιστοποίηση του Κινδύνου .....	266
15.6.3. Μαζικό Εμπόρευμα .....	266
15.6.4. Ιδιαιοποιημένο Λιανικό Εμπόριο .....	267
15.6.5. Στρατηγικές Προσαρμογής .....	267
15.7. ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ .....	267