



Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής

Σχολή Διοικητικών, Οικονομικών και

Κοινωνικών Επιστημών

Τμήμα Λογιστικής &

Χρηματοοικονομικής

Π.Μ.Σ. «Δημόσια Οικονομική & Πολιτική»



Η εξέλιξη του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα εν μέσω της πανδημίας του Covid-19 και του ψηφιακού μετασχηματισμού

Κοιλάκου Μαρία- Άννα

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στη Δημόσια Οικονομική και Πολιτική.

Αιγάλεω, [Σεπτέμβριος 2022]



Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής
Σχολή Διοικητικών, Οικονομικών και
Κοινωνικών Επιστημών
Τμήμα Λογιστικής &
Χρηματοοικονομικής



Π.Μ.Σ. «Δημόσια Οικονομική & Πολιτική»

Η εξέλιξη του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα εν μέσω της
πανδημίας του Covid-19 και του ψηφιακού μετασχηματισμού

Κοιλάκου Μαρία- Άννα, Α.Μ.: 07819

Επιβλέπων Καθηγητής: Παπαηλίας Θεόδωρος, Καθηγητής, Πανεπιστήμιο
Δυτικής Αττικής, Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Λογιστικής &
Χρηματοοικονομικής του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής για την απόκτηση
Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στη Δημόσια Οικονομική και Πολιτική.

Αιγάλεω, [Σεπτέμβριος 2022]



The evolution of the retail sector in Greece during the pandemic of
Covid-19 and the digital transformation

Koilakou Maria-Anna, R.N.: 07819

Supervisor: Papailias Theodoros, Professor, University of West Attica,
Department of Accounting & Finance

Master Thesis submitted to the Dept. of Accounting & Finance of the University
of West Attica in partial fulfilment of the requirements for the degree of M.Sc. in
Public Economics and Policy.

Aigaleo, Greece, *September 2022*

Στην γιαγιά μου.



Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής
Σχολή Διοικητικών, Οικονομικών και
Κοινωνικών Επιστημών
Τμήμα Λογιστικής &
Χρηματοοικονομικής



Π.Μ.Σ. «Δημόσια Οικονομική & Πολιτική»

«Η εξέλιξη του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα εν μέσω της πανδημίας του Covid-19 και του ψηφιακού μετασχηματισμού»

Εγκρίθηκε από την εξεταστική επιτροπή την:
Τετάρτη 12 Οκτωβρίου 2022

Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής:

A/α	ΟΝΟΜΑ ΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ
	Θεόδωρος Παπαηλίας,	Ομότιμος Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής	
	Αλίνα Χυζ	Καθηγήτρια, Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής	
	Βασίλειος Πανάγου	Καθηγητής, Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής	

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΓΓΡΑΦΕΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Κοιλάκου Μαρία-Άννα του Γεωργίου, με αριθμό μητρώου 07819 φοιτήτρια του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών «Δημόσια Οικονομική και Πολιτική» του Τμήματος Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής της Σχολής Διοικητικών, Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, δηλώνω ότι:

«Είμαι συγγραφέας αυτής της μεταπτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος.

Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Η Δηλούσα



Όνομα Επώνυμο/Ιδιότητα

Ψηφιακή Υπογραφή

*** Ψηφιακή υπογραφή του επιβλέποντος αν έχει ζητηθεί απαγόρευση πρόσβασης στην εργασία για κάποιο χρονικό διάστημα.**

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά όλους όσους βοήθησαν με τον τρόπο τους για την δημιουργία της παρούσας διπλωματικής εργασίας.

Ευχαριστώ θερμά τον επιβλέποντα Καθηγητή μου, κύριο Θεόδωρο Παπαηλία για τις πολύτιμες συμβουλές του και την συμβολή του στην προσπάθεια αυτή.

Και τέλος, ευχαριστώ την Επιστημονική Διευθύντρια του Ινστιτούτου Εμπορίου και Υπηρεσιών (INEMY) κυρία Βάλια Αρανίτου.

Η εξέλιξη του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα εν μέσω της πανδημίας του Covid-19 και του ψηφιακού μετασχηματισμού

Περίληψη

Η ζωή και η καθημερινότητα των ανθρώπων έχει αλλάξει. Ο τρόπος που επικοινωνούμε, ο τρόπος που εργαζόμαστε, ο τρόπος που κάνουμε αγορές έχει επηρεαστεί άμεσα από τις ψηφιακές τεχνολογίες που χρόνο με τον χρόνο αλλάζουν και εξελίσσονται.

Κατά την περίοδο της πανδημίας του Covid-19 η στροφή προς την ψηφιοποίηση έπαιξε κρίσιμο ρόλο και δημιουργήθηκε έντονα η ανάγκη για επέκταση της χρήσης των τεχνολογικών επιτευγμάτων. Το λιανικό εμπόριο είναι από εκείνους τους κλάδους που επηρεάστηκε σημαντικά και που ανέδειξε την ανάγκη για μετασχηματισμό.

Η παρούσα μελέτη εξετάζει το κατά πόσον ο κλάδος του εμπορίου στην Ελλάδα και ειδικά η μικρομεσαία επιχείρηση είναι έτοιμη να δεχθεί τον ψηφιακό μετασχηματισμό και τι απαιτείται τελικά για την επίτευξή του.

Όλα τα παραπάνω συνδέονται άρρηκτα και με τους στόχους που έχει θέσει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, οι οποίοι τοποθετούνται χρονικά έως το 2030. Μια από τις βασικότερες προτάσεις στρατηγικής της Ευρωπαϊκής Επιτροπής είναι η «Ψηφιακή Πυξίδα: 2030¹».

Στο πλαίσιο αυτό εξετάζουμε ως εξαρτημένη μεταβλητή το κατά πόσον μια μικρομεσαία επιχείρηση στην Ελλάδα, που δραστηριοποιείται στο λιανικό εμπόριο, μπορεί να προσαρμοστεί και να επιβιώσει στις νέες συνθήκες, τη στιγμή μάλιστα που η Ελλάδα φαίνεται να καθυστερεί να εξελιχθεί σε σχέση με άλλες χώρες, ενώ ως επεξηγηματικές μεταβλητές, που παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο για την προσέγγιση του θέματος, είναι οι υποδομές, ο ψηφιακός αναλφαβητισμός – τα skills που έχει το προσωπικό μιας επιχείρησης/ο ιδιοκτήτης. Τέλος, η εμπιστοσύνη που φαίνεται να δείχνει ο επιχειρηματικός κόσμος στο κράτος και στους Ευρωπαϊκούς θεσμούς και φυσικά οι ρυθμοί με τους οποίους φαίνεται να εξελίσσεται το λιανικό εμπόριο στην

¹European Commission. (2022). *Η ψηφιακή δεκαετία της Ευρώπης: ψηφιακοί στόχοι για το 2030*.

Available at: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_el (Ιούνιος 2022)

χώρα μέσα στα χρόνια.

Μεθοδολογικά, θα πραγματοποιηθεί αρχικά βιβλιογραφική επισκόπηση με βάση την οποία θα καταλήξουμε σε κάποιες υποθέσεις. Στη συνέχεια θα γίνει πρωτογενής έρευνα με την μορφή μη δομημένων συνεντεύξεων, έτσι ώστε τα πιθανά αποτελέσματα από την περιγραφική ανάλυση να απαντήσουν στο βασικό ερώτημα: Τελικά κατά πόσον η μικρομεσαία επιχείρηση στην Ελλάδα είναι έτοιμη να προσαρμοστεί στις νέες συνθήκες και πως θα καταφέρει να επιβιώσει εν όψει των αλλαγών που επέρχονται;

The evolution of the retail sector in Greece during the pandemic of Covid-19 and the digital transformation.

Abstract

People's daily life has changed. The way we communicate with each other, the way we work, and the way we buy products, have been directly affected by digital technologies that are evolving day after day.

During the period of the Covid-19 pandemic, the shift towards digitization played a crucial role, and then the need to expand the use of technological achievements was emerged. Retail trade is one of those sectors that was significantly affected and showed up the need of transformation.

My master thesis examines whether the trade sector in Greece, and especially the small and medium-sized enterprises lack digital transformation and what exactly needs to be in order to achieve it.

All of them have to do with the goals, setted by the European Commission, until 2030. One of the Commission's key strategic proposals is the "Digital Compass:2030".

In this context, we examine as a dependent variable whether a small and a medium-sized enterprise in Greece, as a part of the retail trade sector, can adapt the new technology and survive in the new condition, when the current rate is too slow in our country. Variables such as the infrastructures, and digital illiteracy – the skills of a business's staff/owner, play crucial role. Last but not least, the trust that the businesses seem to show in the state and institutions and of course the pace at which the retail trade sector in the country seems to be developing over the years, are also very important issues.

Our method is a bibliographic review. Regarding this, we will arrive at some research hypotheses. Then research will be done in the form of unstructured interviews so that the possible results from the descriptive analysis will answer at the basic question: Are the small and medium-sized businesses in Greece, able to adapt to the new conditions and how will manage to survive in the future as long as the changes are coming?

Πίνακας Περιεχομένων

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Το λιανικό Εμπόριο.....	1
1.1 Εισαγωγή: Βασικές έννοιες και ερωτήματα, θεωρητικοί στόχοι και βιβλιογραφική ανασκόπηση.....	1
1.2 Μεθοδολογία της έρευνας και Ερευνητικά ερωτήματα.....	4
1.3 Το λιανικό εμπόριο.....	7
1.4 Το λιανικό εμπόριο στην Ελλάδα: Μια σύντομη ιστορική επισκόπηση.....	10
1.5 Το λιανικό εμπόριο σήμερα. Η μικρή και πολύ μικρή επιχείρηση στην Ελλάδα. Οι επιρροές της πανδημικής κρίσης.....	14
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : Το εμπόριο μεταξύ πανδημίας και τεχνολογικού μετασχηματισμού..	25
2.1. Διαχείριση της πανδημικής κρίσης από την Ευρωπαϊκή Ένωση για τις επιχειρήσεις και οι νέοι στόχοι. Το όραμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης «Ψηφιακή Πυξίδα 2030».....	26
2.2. Digital Economy and Society Index (DESI) 2021: Εισαγωγή & Μεθοδολογία του Δείκτη Digital Economy and Society Index (DESI) 2021.....	38
2.3 Οι βασικοί τομείς του Δείκτη Digital Economy and Society Index (DESI) για το έτος 2021.....	42
2.4 Η θέση της Ελλάδας σύμφωνα με τον Δείκτη Digital Economy and Society Index (DESI) και ποιά είναι τα αποτελέσματα για το έτος 2021.....	50
2.5 Οι βασικοί τομείς του Δείκτη Digital Economy and Society Index (DESI) για το έτος 2021: Η περίπτωση της Ελλάδας.....	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : Πρωτογενής έρευνα.....	59
3.1 Ερευνητικές υποθέσεις.....	59
3.2 Συλλογή δεδομένων-Δειγματοληψία.....	61
3.3 Διεξαγωγή της έρευνας και ανάλυση αποτελεσμάτων - Συμπεράσματα.....	62
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Επίλογος.....	73
Βιβλιογραφία.....	77

Κατάλογος Πινάκων

ΠΙΝΑΚΑΣ 1- ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕ ΟΦΕΙΛΕΣ Α΄ΕΞΑΜΗΝΟ 2021	18
ΠΙΝΑΚΑΣ 2 -ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ: ΠΡΩΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ 2016- ΠΡΩΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ 2021 (ΕΡΩΤΗΣΗ ΠΟΛΛΑΠΛΗΣ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΣΕ ΠΟΣΟΣΤΟ %).....	19
ΠΙΝΑΚΑΣ 3 - ΕΚΤΙΜΗΣΗ ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑΣ ΟΥΣΙΑΣΤΙΚΗΣ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΑΠΟ ΤΑ ΝΕΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ, ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ (%).....	19
ΠΙΝΑΚΑΣ 4 - ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΠΑΓΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ (%): ΠΡΩΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ 2016- ΠΡΩΤΟ ΕΞΑΜΗΝΟ 2021	20
ΠΙΝΑΚΑΣ 5 - ΚΛΙΜΑΚΑ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΑΝΑ ΚΛΑΔΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....	21
ΠΙΝΑΚΑΣ 6 - ΠΟΣΟΣΤΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ (ΠΡΟΪΟΝΤΑ & ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ).....	27
ΠΙΝΑΚΑΣ 7 - DIGITAL ECONOMY AND SOCIETY INDEX, 2021	39
ΠΙΝΑΚΑΣ 8 - DIGITAL COMPASS TARGETS IN DESI 2021 IN RELATION TO THE FOUR DIMENSIONS OF THE INDEX	41
ΠΙΝΑΚΑΣ 9 - PERCENTAGE OF INTERNET USERS THAT BOUGHT GOODS OR SERVICES ONLINE- ΠΟΣΟΣΤΑ ΟΣΩΝ ΚΑΝΟΥΝ ΑΓΟΡΕΣ Η ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΜΕΣΩ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ.....	43
ΠΙΝΑΚΑΣ 10 - ENTERPRISES PROVIDING ICT TRAINING (% ENTERPRISES), 2020.....	44
ΠΙΝΑΚΑΣ 11- ADOPTION OF ADVANCED TECHNOLOGIES (% OF ENTERPRISES) IN THE EU, 2020	45
ΠΙΝΑΚΑΣ 12 - ADOPTION OF DIGITAL TECHNOLOGIES (% ENTREPRISES), 2019, 2020.....	46
ΠΙΝΑΚΑΣ 13 - SMEs SELLING ONLINE (2020), AND SELLING ONLINE CROSS-BORDER (2019) (% OF SMEs)	46
ΠΙΝΑΚΑΣ 14 - DIGITAL INTENSITY INDEX INDICATORS TRACKING DIGITIZATION PROCESSES (% ENTERPRISES), 2020.....	48
ΠΙΝΑΚΑΣ 15 - SMEs WITH AT LEAST BASIC LEVEL OF DIGITAL INTENSITY, 2020	48
ΠΙΝΑΚΑΣ 16 - DIGITAL ECONOMY AND SOCIETY INDEX (DESI) 2021 RANKING	51
ΠΙΝΑΚΑΣ 17 - ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ	52
ΠΙΝΑΚΑΣ 18 - ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ- ΠΟΣΟΣΤΑ.....	53
ΠΙΝΑΚΑΣ 19 - ΣΥΝΔΕΣΙΜΟΤΗΤΑ	54
ΠΙΝΑΚΑΣ 20 - ΕΝΣΩΜΑΤΩΣΗ ΤΗΣ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ – ΠΟΣΟΣΤΑ	55
ΠΙΝΑΚΑΣ 21- ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....	56
ΠΙΝΑΚΑΣ 22 - ΚΥΡΙΑ ΠΟΡΙΣΜΑΤΑ ΤΟΥ DESI 2021 ΣΤΟΥΣ ΤΕΣΣΕΡΕΙΣ ΤΟΜΕΙΣ.....	60

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Το λιανικό Εμπόριο

1.1 Εισαγωγή: Βασικές έννοιες και ερωτήματα, θεωρητικοί στόχοι και βιβλιογραφική ανασκόπηση

Το λιανικό εμπόριο αποτελεί ένα βασικό κλάδο της οικονομίας αφού συνδέει την παραγωγή με την κατανάλωση. Πρόκειται δε για έναν κλάδο που έχει δεχθεί σημαντικούς μετασχηματισμούς οι οποίοι εντείνονται μάλιστα τα τελευταία χρόνια. Η συνθήκη της πανδημίας του Covid- 19, που ξεκίνησε στην Ελλάδα επίσημα το 2020, επηρέασε άμεσα τον εμπορικό κόσμο και ειδικότερα τον κλάδο του λιανικού εμπορίου. Ο περιορισμός της ελεύθερης μετακίνησης, η αναστολή λειτουργίας των καταστημάτων και κατά συνέπεια η απότομη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος, έθεσαν στο προσκήνιο την ανάγκη για μετασχηματισμό.

Σήμερα λοιπόν, το λιανικό εμπόριο οδεύει στους δρόμους του εκσυγχρονισμού και της ψηφιοποίησης, κάτι που φυσικά επιβεβαιώνουν και στοχεύουν οι ψηφιακές πολιτικές - ενέργειες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία στις 9 Μαρτίου 2021 έκανε λόγο για τον ψηφιακό μετασχηματισμό ολόκληρης της Ευρώπης μέχρι το 2030. Βασικός στόχος είναι να ενισχύσουν τόσο το ανθρώπινο δυναμικό όσο και τις επιχειρήσεις για ένα πιο βιώσιμο και πάντα ανθρωποκεντρικό μέλλον (2030 DIGITAL COMPASS: YOUR DIGITAL DECADE)² .

Σημαντικότεροι τομείς στο πλαίσιο μιας κοινής διακυβέρνησης με στόχο την ψηφιοποίηση είναι:

1. Η ανάπτυξη των ψηφιακών δεξιοτήτων
2. Η ασφάλεια και ο εκσυγχρονισμός των υποδομών
3. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων
4. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των δημοσίων υπηρεσιών

² EUROPEAN COMMISSION (2021). *2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade*. [online] Available at: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-digital-compass-2030_en.pdf (Ιούνιος 2022)

Το λιανικό εμπόριο αποτελεί ένα αντικείμενο μελέτης το οποίο ήταν αρκετά περιορισμένο και ίσως παραγκωνισμένο από την επιστημονική κοινότητα καθώς σύμφωνα με τον Moore³ (όπως αναφέρεται στο Αρανίτου Β. 2021) οι περισσότεροι το αντιμετώπιζαν ως έναν χαμηλού κύρους κλάδο. Σήμερα όμως φαίνεται να έχει δεχθεί τεκτονικές αλλαγές και μοιάζει να έχει τεθεί στο επίκεντρο οικονομικών και τεχνολογικών μετασχηματισμών. Εν μέσω της πανδημίας είδαμε πολλές επιχειρήσεις και μεγάλες εταιρείες να βάζουν λουκέτο οριστικά, άλλες να μειώνουν τον αριθμό των φυσικών καταστημάτων ενώ άλλες να προχωρούν σε συνέργειες και συγχωνεύσεις με σκοπό την επιβίωση και την διατήρηση της βιωσιμότητάς τους. Όπως αναφέρεται και στο βιβλίο Retailing «τα καταστήματα του λιανικού εμπορίου αποτελούν τον τόπο στον οποίο πραγματοποιείται η τελική οικονομική συναλλαγή»⁴. Τι συμβαίνει όμως όταν ο αριθμός των καταστημάτων μειώνεται σε μια χώρα όπως η Ελλάδα κάτι που παρατηρήσαμε στην πρόσφατη κρίση Covid -19 και γιατί μια έκτακτη και τόσο ξαφνική συνθήκη κατάφερε να φέρει τόση αναταραχή στον κλάδο;

Στην παρούσα διπλωματική εργασία θα αναλυθούν θέματα που σχετίζονται με τον κλάδο του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα από την Μεταπολίτευσή έως σήμερα (ιστορική αναδρομή- επιρροές που έχει δεχθεί τα τελευταία χρόνια-βασικά σημεία). Βασικό μας θέμα προς ανάλυση θα είναι η έναρξη της υγειονομικής κρίσης και πως φαίνεται να έχει επηρεάσει τη μικρομεσαία επιχείρηση στην χώρα για παράδειγμα ως προς τον κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων σε πολύ βασικούς κλάδους όπως Ένδυση- Υπόδηση, Οικιακό εξοπλισμό, Ηλεκτρικά- Ηλεκτρονικά είδη και Τρόφιμα τα έτη 2020 και 2021. Γιατί απαιτείται ο ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων για την επιβίωσή τους; Με τον ίδιο τρόπο μπορούν να μετασχηματιστούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε μια χώρα με τον ίδιο οι μεγάλες; Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει λάβει τα κατάλληλα μέτρα για να μπορέσει να προστατέψει τον κλάδο του εμπορίου από πιθανούς κινδύνους;

³ Moore, C. (2010), “Theories of Retailing”, in Baker, M.J.- Saren, M. (eds), *Marketing Theory: A Student Text*, London, SAGE Publications Ltd, pp. 345-359 (doi: 10.4135/9781446280096.n16)

⁴ Αρανίτου, Β., επιμ (2021) *RETAILING, Ιστορία, οικονομία, μετασχηματισμοί στο λιανικό εμπόριο*. Αθήνα: εκδόσεις Κέρκυρα ΑΕ- economia publishing.

Στην παρούσα διπλωματική εργασία με τίτλο «Η εξέλιξη του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα εν μέσω της πανδημίας του Covid-19 και του ψηφιακού μετασχηματισμού» θα γίνει αρχικά μια εισαγωγή - ιστορική αναδρομή στην οποία θα μελετήσουμε τις βασικές στιγμές του λιανικού εμπορίου στον κόσμο από την περίοδο της Μεταπολίτευσης έως σήμερα και τη θέση της Ελλάδας. Κάνοντας λόγο για τις πιο σημαντικές στιγμές στην ιστορία του λιανικού εμπορίου, θα αναφερθούμε σε αυτές που διαμόρφωσαν και καθόρισαν το πλαίσιο στο οποίο βασίζεται σήμερα το λιανικό εμπόριο το οποίο καλείται να οδηγηθεί στους δρόμους του digitalization, ένα μονοπάτι που ήδη είχε ξεκινήσει να διασχίζει από το 1994 με την ίδρυση της Amazon στις ΗΠΑ.

Στην συνέχεια θα μελετήσουμε ιστορικά την μικρομεσαία επιχείρηση στην Ελλάδα την ίδια περίοδο και θα φτάσουμε στο σήμερα, όπου θα προσπαθήσουμε να προσεγγίσουμε το αν τελικά μια μικρομεσαία επιχείρηση μπορεί να υιοθετήσει αποτελεσματικά τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Θα μιλήσουμε για το τι σημαίνει ψηφιακός μετασχηματισμός και πως τον ορίζει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τους στόχους που έχει θέσει.

Τέλος μέσω των συνεντεύξεων με πρόσωπα, που σχετίζονται θεσμικά με τον κλάδο του λιανικού εμπορίου, θα πάρουμε πληροφορίες για την υφιστάμενη κατάσταση του εμπορίου στην χώρα. Με βάση την γνώση και την εξειδίκευσή τους θα αναλύσουμε το κατά πόσον μπορεί μια μικρομεσαία επιχείρηση στην Ελλάδα να μετασχηματιστεί και αν είναι δυνατόν να επικρατήσει την θέση της στον άκρατο ανταγωνισμό που ανοίγεται μπροστά της.

1.2 Μεθοδολογία της έρευνας και Ερευνητικά ερωτήματα

Στην παρούσα μελέτη θα προσεγγίσουμε θεωρητικά το πόσο καθοριστικό θα είναι για το λιανικό εμπόριο στην χώρα και ειδικά για την μικρομεσαία επιχείρηση η ψηφιακή μετάβαση. Για το σκοπό αυτό θα ξεκινήσουμε μέσω της βιβλιογραφικής επισκόπησης όπως παρουσιάζεται στην βιβλιογραφία της παρούσας εργασίας, με μια γενική περιγραφή της εξέλιξης του εμπορίου εστιάζοντας χρονικά από τη μεταπολίτευση και μετά. Θα εξετάσουμε πως από ένα μικρό κατάστημα φτάσαμε να μιλάμε σήμερα για πολυκαταστήματα αλλά και για ηλεκτρονικά καταστήματα e-shops, καθώς όπως φαίνεται και από την Ετήσια Ευρωπαϊκή Έκθεση για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις – ΜμΕ (ANNUAL REPORT ON EUROPEAN SMEs 2020/2021) ⁵ για τα έτη 2020/2021, μεταξύ των ετών 2010 έως 2019 φαίνεται να έχει γίνει αύξηση της χρήσης διαφόρων ψηφιακών εργαλείων, όπως η πρόσβαση στο διαδίκτυο, ιστοσελίδα, ηλεκτρονικές πωλήσεις, χρήση social media από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.

Επίσης, θα χρησιμοποιήσουμε τεκμηριωμένα στοιχεία από έρευνες της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής- ΕΛΣΤΑΤ, η οποία έχει αναλάβει τη συστηματική παραγωγή επίσημων στατιστικών τα οποία διαχέει και στην EUROSTAT⁶ και από την EUROSTAT η οποία διενεργεί έρευνες σε Ευρωπαϊκό επίπεδο⁷.

Θα αξιοποιηθούν έρευνες και δεδομένα από το επίσημο επιστημονικό Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών – (INEMY)⁸ της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ)⁹ το οποίο μέσω ερευνών μελετά και αναλύει σε βάθος τα θέματα του εμπορίου και των υπηρεσιών στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα θα λάβουμε στοιχεία από την Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου για το 2020 και το 2021¹⁰ καθώς επίσης και στοιχεία από την έρευνα που διεξήχθη στην αρχή της

⁵ European Commission, (2021). *ANNUAL REPORT ON EUROPEAN SMEs 2020/2021*. Available at: <https://www.ggb.gr/sites/default/files/basic-page-files/SME%20Annual%20Report%20-%202021.pdf>

⁶ Statistics.gr. (2015). *Κεντρική Σελίδα ΕΛΣΤΑΤ - ELSTAT*. Available at: <https://www.statistics.gr/> (Ιούνιος 2022)

⁷ Europa.eu. (2011). *Eurostat*. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat> (Ιούνιος 2022)

⁸ IN.EM.Y. *Αρχική*. Available at: <https://inemy.gr/> (Ιούνιος 2022)

⁹ ΕΣΕΕ - Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου & Επιχειρηματικότητας. (n.d.). *ΑΡΧΙΚΗ*. Available at: <https://esee.gr/> (Ιούνιος 2022)

¹⁰ ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ 2021. (n.d.). Available at: https://inemy.gr/wp-content/uploads/2017/12/%CE%95%CF%84%CE%AE%CF%83%CE%B9%CE%B1_%CE%88%CE

πανδημίας το 2020 σχετικά με τον ψηφιακό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων. Τίτλος: « Ο Ψηφιακός μετασχηματισμός, διαδικτυακές πωλήσεις & BLACK FRIDAY: μια ακόμη πρόκληση για τον ελληνικό εμπορικό κόσμο», που διεξήχθη τον Νοέμβριο του 2020. Επίσης στοιχεία από την μελέτη EUROPEAN E-COMMERCE REPORT 2021, η οποία διεξήχθη από τους Ecommerce Europe & EuroCommerce for retail and wholesale. Η μελέτη είναι πλούσια σε στοιχεία σχετικά με την εμπορική δραστηριότητα των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης στο διαδίκτυο και θα μας βοηθήσει να αποτυπώσουμε την ραγδαία ανάπτυξη των ηλεκτρονικών αγορών τα τελευταία 2 χρόνια¹¹. Από το επίσημο site της Ευρωπαϊκής Επιτροπής θα αντλήσουμε το απαραίτητο υλικό σχετικά με την σημασία που έχουν η ΜμΕ για την Ε.Ε και την οικονομία, τον δείκτη που θα μελετήσουμε- Δείκτης DESI¹² και το πλάνο και τους στόχους που έχει θέσει για την «Ψηφιακή Πυξίδα» έως το 2030 και τα χρηματοοικονομικά εργαλεία στο πλαίσιο επίτευξης των βασικών της στόχων.

Τέλος, στοιχεία θα αξιοποιηθούν από το ANNUAL REPORT ON EUROPEAN SMEs 2020/2021, το οποίο παρέχει στοιχεία σχετικά με την ψηφιοποίηση (digitalization) των επιχειρήσεων¹³. Ύστερα θα γίνει μια ανασκόπηση στην ιστορία του ελληνικού λιανικού εμπορίου και την θέση της μικρομεσαίας επιχείρησης στην Ελλάδα, η οποία παίζει καθοριστικό ρόλο στην οικονομία της χώρας, αλλά και της Ευρώπης γενικότερα. Θα ορίσουμε τι εννοούμε μικρομεσαία επιχείρηση, καθώς οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε ολόκληρη την Ευρώπη είναι περίπου 21 εκατομμύρια και αντιπροσωπεύουν το 99,8 % στο σύνολο των επιχειρήσεων στον τομέα Non-financial business sector- NFBS¹⁴ (μη χρηματοπιστωτικών επιχειρήσεων) συνεπώς

[%BA%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%B7_%CE%95%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D_%CE%95%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%BF%CF%85_2021.pdf](#) (Ιούνιος 2022)

¹¹ EUROPEAN E-COMMERCE REPORT. Διαθέσιμο: <https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/09/2021-European-E-commerce-Report-LIGHT-VERSION.pdf> .(Ιούνιος 2022)

¹² European Commission - European Commission. (n.d.). *Press corner*. Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/IP_21_5481. (Ιούνιος 2022)

¹³ European Commission. (2021). *ANNUAL REPORT ON EUROPEAN SMEs 2020/2021*. Διαθέσιμο: <https://www.ggb.gr/sites/default/files/basic-page-files/SME%20Annual%20Report%20-%202021.pdf> (Ιούνιος 2022)

¹⁴ The **non-financial business economy** includes the sectors of industry, construction, distributive trades and services.

καταλαβαίνουμε την μεγάλη σημασία που έχουν για την οικονομία. Πιο συγκεκριμένα τα ερευνητικά ερωτήματα που θα απαντηθούν μέσω της βιβλιογραφικής επισκόπησης είναι:

1. Τι ορίζουμε ως μικρομεσαία επιχείρηση; Και πως λειτουργεί; (η περίπτωση της Ελλάδας)
2. Πως έχουμε καταφέρει να μιλάμε σήμερα για την ψηφιοποίηση του εμπορίου (ιστορική αναδρομή);
3. Τι ρόλο έπαιξε η πανδημία, ως επιταχυντής του εκσυγχρονισμού των επιχειρήσεων; (ηλεκτρονικό εμπόριο, δείκτης Digital Economy and Society Index - DESI¹⁵, η περίπτωση της Ελλάδας)
4. Ποια είναι η θέση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία καλείται να διατηρήσει ανταγωνιστική θέση στο παγκόσμιο οικονομικό περιβάλλον;
5. Μπορεί η περίπτωση της Ελλάδας, δεδομένου ότι η ραχοκοκαλιά της οικονομίας της βασίζεται στην μικρομεσαία επιχειρηματικότητα, να συμμετάσχει ενεργά στην επίτευξη του στόχου της ψηφιοποίησης;

This refers to economic activities covered by Sections B to J and L to N and Division 95 of [NACE](#) Rev. 2 and the [enterprises](#) or its legal units that carry out those activities.

¹⁵ digital-strategy.ec.europa.eu. (n.d.). *Countries' digitisation performance | Shaping Europe's digital future*. Διαθέσιμο: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/countries-digitisation-performance>. (Ιούνιος 2022)

1.3 Το λιανικό εμπόριο

Στο παρόν κεφάλαιο θα γίνει μια σύντομη μελέτη της εξέλιξης του λιανικού εμπορίου στον κόσμο και της μεταβολής του ως προς τη μορφή που το συναντάμε ανά περιόδους, με τη σημαντικότερη εξ' αυτών να είναι η μεταπολεμική περίοδος, μια περίοδος άνθησης και αναγέννησης της οικονομίας ενίοτε.

Δεδομένης της έντονης αύξησης του πληθυσμού και της εμφάνισής του φαινομένου Baby Boom (1945-1965)¹⁶, της μείωσης της θνησιμότητας, αλλά και της έντονης μετατόπισης πληθυσμών προς τα προάστια των αστικών κέντρων, κάτι που οδήγησε και στην ανάγκη για κατασκευή οδικών δικτύων αλλά και στην υιοθέτηση στρατηγικών όσον αφορά τις μεταφορές και τις υποδομές γενικότερα, το λιανικό εμπόριο ξεκίνησε να εμφανίζει σημαντικές αλλαγές παγκοσμίως. Παρατηρείται λοιπόν, σε διεθνές επίπεδο, ότι η οικονομία αρχίζει να ανακάμπτει με γοργούς ρυθμούς. Το λιανικό εμπόριο, αρχίζει σιγά σιγά να προσαρμόζεται στις νέες κοινωνικό-οικονομικές συνθήκες και έτσι δημιουργούνται τα πρώτα Discount Stores (εκπτώτικα καταστήματα). Με την εμφάνιση των Discount Stores, τα οποία αποτελούσαν το 35% του συνόλου του λιανικού εμπορίου στις ΗΠΑ, σημειώνεται η πτώση των πολυκαταστημάτων, η οποία συνδέεται άρρηκτα και με την πετρελαϊκή κρίση του 1970. Ωστόσο, στα προάστια έχουμε και την πρώτη εμφάνιση των Shopping Malls (εμπορικά κέντρα) τα οποία έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην διαμόρφωση της σημερινής μορφής του λιανικού εμπορίου.

Τα shopping malls αποτελούν σημείο κομβικό, στο οποίο ο καταναλωτής μπορεί να αγοράσει προϊόντα ενώ παράλληλα μπορεί να διασκεδάσει και να ψυχαγωγηθεί. Στις ΗΠΑ το διάστημα μεταξύ 1956 έως και το 2005 οικοδομήθηκαν περίπου 1.500 εμπορικά κέντρα, ενώ στην Ευρώπη κατά τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα έχουμε έντονη παρουσία εμπορικών στοών.

Στη συνέχεια, μεταξύ των ετών 1960-1990, στις ΗΠΑ συναντάμε τα Big Boxes, πολύ μεγάλα εμπορικά καταστήματα, με χαρακτηριστικό τους γνώρισμα την έλλειψη βιτρίνας, που έχουν τη δυνατότητα να εξυπηρετήσουν υπερβολικά μεγάλο αριθμό καταναλωτών προσφέροντας ποικιλία προϊόντων σε πολύ ανταγωνιστικές τιμές. Στο

¹⁶ Χρήστος Μπάγκαβος, *Δημογραφικές Μεταβολές Αγορά Εργασίας και Συντάξεις στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση*, εκδόσεις Βιβλιοθήκη Κοινωνικής Επιστήμης, Gutenberg.

μεταξύ στην Ευρώπη κάνουν την εμφάνισή τους τα Hypermarkets (υπεραγορές), στα οποία συναντιούνται προϊόντα και είδη πρώτης ανάγκης (τρόφιμα κ.λπ.) σε μια έκταση 2.000 τ.μ. υπό τη μορφή του self service. Ωστόσο τα Big Boxes έπαιξαν καθοριστικό ρόλο για την ανάδειξη των μεγάλων επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου μέχρι και το 1990 που σημειώνεται πτώση και κατά συνέπεια πολλά οδηγούνται στην πτώχευση.

Πολύ σημαντικό σημείο αναφοράς στην ιστορία του εμπορίου είναι η δεκαετία του 1980, όπου σημειώνεται το λεγόμενο (brand globalization) και πάρα πολλές εμπορικές επιχειρήσεις ανοίγουν στην παγκόσμια αγορά. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται στο βιβλίο Retailing , η δεκαετία του 1990 θα μπορούσε με απλά λόγια να θεωρηθεί η δεκαετία της παγκοσμιοποίησης του λιανικού εμπορίου¹⁷.

Με την ανάπτυξη του πρώτου ηλεκτρονικού υπολογιστή, την ίδρυση της Amazon το 1994, το λιανικό εμπόριο φαίνεται να διασχίζει νέους δρόμους και να εισέρχεται σε μια νέα εποχή.

Μέσα στην δεκαετία του 2000, με την γρήγορη ανάπτυξη των νέων τεχνολογικών επιτευγμάτων, την αύξηση των ηλεκτρονικών καταστημάτων-online shops, την εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, τους νέους όρους marketing που έχουν ενταχθεί στο παιχνίδι της αγοράς για την διατήρηση ανταγωνιστικής θέσης μιας επιχείρησης, η επόμενη δεκαετία (2010) θέλει το λιανικό εμπόριο να έρχεται αντιμέτωπο με συνεχείς προκλήσεις. Η τεχνολογία εξελίσσεται με γοργούς ρυθμούς και οι ανταγωνιστικοί παίκτες του εμπορικού κόσμου, οι μεγάλες πλατφόρμες σήμερα (Amazon, Ebay κ.λπ.) φαίνεται να έχουν επωφεληθεί αρκετά από αυτό το εμπορικό περιβάλλον το οποίο ολοένα και μεταβάλλεται, ένα περιβάλλον που χαρακτηρίζεται για το εύρος των προϊόντων που διαθέτει, την ποικιλία που προσφέρει αλλά και τις εμπειρίες που παρέχει στο καταναλωτικό κοινό.

Φτάνοντας στο 2020 και σημειώνοντας μια πολύ ισχυρή υγειονομική κρίση, το διεθνές εμπόριο επηρεάζεται ουσιαστικά. Οποιασδήποτε μορφής επιχείρηση, είτε μεγάλη είτε μικρή ήρθε αντιμέτωπη με μια πρωτόγνωρη κρίση που την επηρέασε άμεσα. Πιο συγκεκριμένα το 2020 το διεθνές εμπόριο σημείωσε μια μείωση του όγκου

¹⁷ Αρανίτου, Β., Reynolds, J., Αράχωβας, Χ., Δουκίδης, Γ., Θεοχαράκης, Ν., Κιοσές, Λ., Κωστής, Π., Λοΐζος, Κ., Μανιούδης, Μ., Μπάλας, Γ., Μπουράκης, Α., Παναγιωτοπούλου, Μ., Πολύζου, Τ., Σώκλης, Γ. & Τσιπούρη, Α. (2021). *RETAILING, Ιστορία, οικονομία, μετασχηματισμοί στο λιανικό εμπόριο*. Αθήνα: εκδόσεις Κέρκυρα ΑΕ- economia publishing. (p.46)

του της τάξεως του 5,3%, η αξία των προϊόντων που εξάγονται διεθνώς μειώθηκε κατά 8%, αλλά και των υπηρεσιών μειώθηκε εξίσου αγγίζοντας το -20%. Το μπλοκάρισμα του τουρισμού, τα αλληπάλληλα lockdowns, και φυσικά ο φόβος που επικράτησε για την επόμενη μέρα και πώς θα είναι αυτή, συνέβαλαν καθοριστικά.

Ωστόσο, φτάνοντας στο 2021, το διεθνές εμπόριο σημείωσε αυξημένες επιδόσεις σε σχέση με αυτές του 2020, με την Ασία να είναι νούμερο ένα στην κατάταξη και την Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική να επανέρχονται σταθερά στα προ πανδημίας επίπεδα. Στο μεταξύ οι αναπτυσσόμενες χώρες και αυτές που σημειώνουν υψηλά επίπεδα φτώχειας καταβάλουν προσπάθειες για να επανέλθουν στα επίπεδα που ήταν πριν την υγειονομική κρίση.

1.4 Το λιανικό εμπόριο στην Ελλάδα: Μια σύντομη ιστορική επισκόπηση

Η περίπτωση της Ελλάδας είναι αρκετά ιδιαίτερη σε σχέση με αυτή των άλλων χωρών παγκοσμίως. Όπως θα δούμε και στην συνέχεια, παρατηρείται καθυστέρηση στην υιοθέτηση καινοτομιών όσον αφορά τη μορφή που εμφανίζεται το λιανικό εμπόριο στη χώρα. Η δομή του, η θέση που κατέχει στην οικονομία της χώρας και οι μεταβολές που σημειώνει ανά τα έτη, είναι μια ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα και πολύπλευρη μελέτη, η οποία όμως φαίνεται να είναι σε αρκετά πρώιμο στάδιο. Ωστόσο, εν όψει της πανδημικής κρίσης, το λιανικό εμπόριο κατείχε και εξακολουθεί να έχει την πρώτη θέση στην ατζέντα, καθώς αποτελεί έναν από τους πιο ευάλωτους κλάδους, δεδομένου ότι χτυπήθηκε ανελέητα, είτε με την επιβολή της υποχρεωτικής αναστολής της λειτουργίας του είτε με την αναγκαστική προσαρμογή του στους νέους κανόνες.

Το ελληνικό λιανικό εμπόριο κατά βάση αποτελείται από μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις και σε αυτό φυσικά οφείλεται η έκταση της χώρας, ο πληθυσμός της, οι εξαντλητικοί περίοδοι πολέμου που δεν έδιναν περιθώρια για ανάπτυξη, και το χρηματοοικονομικό πλαίσιο. Πιο συγκεκριμένα, το λιανικό εμπόριο στη χώρα αντικατοπτρίζει έντονα το κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο της. Η ελληνική περίπτωση παρουσιάζει μια έντονη ανάπτυξη της μεσαίας τάξης με ιδιαίτερο χαρακτηριστικό την παρουσία των μικρών επιχειρήσεων. Όσον αφορά το μικρό εμπόριο στην χώρα, σημειώνει μεγάλη αριθμητική παρουσία και κατά συνέπεια έντονη συμμετοχή στην ανάπτυξη της οικονομίας. Το ίδιο διάστημα, σε άλλες χώρες της Δυτικής Ευρώπης δεν παρατηρείται τόσο έντονη παρουσία, γεγονός που φυσικά σχετίζεται και με τον πληθυσμό αλλά και με την θέση της βιομηχανίας.

Στην Αθήνα, κάνουν την εμφάνισή τους τα πρώτα καταστήματα, περίπου στα μέσα του 19^{ου} αιώνα¹⁸. Κατά τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα και με αφετηρία την περίοδο της ανεξαρτησίας από τον οθωμανικό ζυγό, σημειώνεται η έναρξη μιας μορφής εσωτερικής κατανάλωσης στον ελλαδικό χώρο. Στις αρχές του 19^{ου} αιώνα παρουσιάζονται οι πλανόδιοι πωλητές οι οποίοι ειδικεύονται στην πώληση ειδών πρώτης ανάγκης. Σε μια περίοδο αναπροσαρμογής, ο πλανόδιος πωλητής επιθυμεί να δημιουργήσει την δική του μικρή επιχείρηση περνώντας κατά αυτόν τον τρόπο από το παζάρι στο οργανωμένο και στημένο κατάστημα. Έτσι λοιπόν καθορίζεται το μέγεθος

¹⁸ Μπίρης Κ (1965) Αι Αθήνα: Από του 19^{ου} εις τον 20^ο αιώνα, Μέλισσα, Αθήνα (1^η έκδοση).

και η διάσταση του εμπορίου στη χώρα με κέντρο την Αθήνα.

Στα μέσα του ίδιου αιώνα και με τη σύσταση του αστικού χώρου έρχονται στην επιφάνεια τα πρώτα εμπορικά καταστήματα τα οποία στεγάζονταν σε κεντρικούς δρόμους της Αθήνας όπως είναι η Ερμού, η Αιόλου, δρόμοι στους οποίους συναντάμε έντονη εμπορική δραστηριότητα του γενικού εμπορίου, ενώ σιγά σιγά αναπτύσσεται η εμπορική δραστηριότητα και σε οικοδομικά υλικά, είδη κιγκαλερίας, καταστήματα πολυτελών ενδυμάτων και υποδημάτων τα οποία κάνοντας μια βόλτα τα συναντάμε πλέον σε πληθώρα. Η Αθήνα αρχίζει να μεγαλώνει και να συγκεντρώνει όλο και περισσότερο κόσμο, τα καταστήματα πολλαπλασιάζονται όμως το μικρό εμπόριο παραμένει ως ο πυλώνας της εμπορικής δραστηριότητας.

Προς τα τέλη του 19^{ου} αιώνα και σύμφωνα με πληροφορίες εφημερίδων της εποχής¹⁹ οι κεντρικές εμπορικές περιοχές, που είναι η Αθήνα και ο Πειραιάς (δεδομένου ότι εκεί βρίσκεται το λιμάνι), αποτελούν κεντρικά σημεία λιανικής πώλησης τροφίμων (παντοπωλεία) κατευθείαν από την παραγωγή, αλλά και τροφίμων εισαγωγής από άλλες χώρες όπως το βούτυρο με προέλευση από την Δανία και άλλα. Σιγά σιγά τα παντοπωλεία της εποχής εκείνης αρχίζουν να πολλαπλασιάζονται και δεν τα συναντούμε πια μόνο στο κέντρο των πόλεων, ενώ παράλληλα αποτελούν χώρους συγκέντρωσης κατά κύριο λόγο χαμηλότερων κοινωνικών στρωμάτων.

Μπαίνοντας σιγά σιγά στον 20^ο αιώνα όλοι οι εμπορικοί δρόμοι της χώρας αρχίζουν να πλησιάζουν τα ευρωπαϊκά πρότυπα, αλλά το μικρό εμπόριο διατηρεί τη θέση του.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ένας βασικός παράγοντας εξέλιξης και ανάπτυξης του εμπορίου ήταν και το προσφυγικό ζήτημα μετά τη Μικρασιατική καταστροφή το 1922, όπου παρατηρείται ενίσχυση όλων των κλάδων του εμπορίου στην χώρα, καθώς οι πρόσφυγες δραστηριοποιήθηκαν έντονα²⁰ είτε ως ιδιοκτήτες, είτε ως μισθωτοί υπάλληλοι σε επιχειρήσεις. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι το «Άκρον Ίλιον Κρυστάλ» το οποίο ιδρύθηκε από τον Μικρασιάτη Αντισθένη Μείμαριδη και με τον καιρό αποτέλεσε σήμα κατατεθέν στην πρωτεύουσα. Προχωρώντας μέσα στη δεκαετία, το ξέσπασμα του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου, η κατοχή και εν συνεχεία

¹⁹ Εφημερίδα Εμπορία: Εμποροβιομηχανική και Ναυτική Εφημερίς, έτος Α' (1896), αρ. 6, σ.1.

²⁰ Εμπορικός Σύλλογος Αθηνών 1902-2002. Ιστορική αναδρομή στην συλλογική συνείδηση των εμπόρων (2002) εκδ. Κέρκυρα, Αθήνα

ο εμφύλιος άσκησαν επιρροή στον κλάδο του λιανικού εμπορίου με εξαίρεση τους παντοπώλες και τους μανάβηδες. Παρόλα τα παραπάνω για την θέση της Ελλάδας και το εμπόριο, ενώ το 1945 σε άλλες χώρες όπως Αγγλία, Γαλλία, ΗΠΑ αλλά και άλλες Ευρωπαϊκές, συναντάμε μεγάλα καταστήματα ή αλλιώς πολυκαταστήματα ήδη από τον 19^ο αιώνα, στην Ελλάδα εμφανίστηκαν για πρώτη φορά αρκετά αργότερα. Αυτή η εμφάνιση δεν σχετίζεται όμως με στρατηγικές ανάπτυξης και εξέλιξης. Σχετίζεται άμεσα με μιας μορφής ανάπτυξης των μικρών επιχειρήσεων και κατά συνέπεια δεν ήρθαν για να το ανταγωνιστούν. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το «MINION»²¹. Στην Ελλάδα τα πρώτα μεγάλα μαγαζιά κάνουν την εμφάνισή τους την μεταπολεμική περίοδο καθώς το 1950 παρατηρείται σταθεροποίηση της οικονομίας στην χώρα, αλλά και πάλι όπως προαναφέραμε η σύσταση των μεγάλων καταστημάτων αποτελεί απλά μια εξέλιξη στη δομή των μικρών επιχειρήσεων κάτι που δικαιολογεί και το γεγονός ότι πολλά από αυτά έγιναν ευρέως γνωστά εντός της επικράτειας από το όνομα του ιδιοκτήτη τους. Το μέσο εισόδημα για κάθε έναν μικρό έμπορο δεν παρουσίαζε έντονη διαφορά από αυτό ενός μισθωτού και σε συνάρτηση με τις ώρες εργασίας σίγουρα απαιτούνταν πολλές περισσότερες για να υπάρξει κέρδος και κατά συνέπεια να επενδυθεί στην ανάπτυξη της επιχείρησης. Αυτό το χαρακτηριστικό μεταβάλλεται από το 1960 και μετά όπου τα καταστήματα πια ακολουθούν τα ευρωπαϊκά πρότυπα.

Στο μεταξύ το 1960 συναντάμε και τα super markets, τα οποία μπορούσε κανείς να τα βρει ήδη από το 1930 στις ΗΠΑ, αναπτύσσοντας έτσι μια πιο «απρόσωπη» διάσταση στις αγορές, εντείνοντας τον καταναλωτισμό, τη διάσταση του self service, αφήνοντας πίσω την διαπροσωπική επαφή του πελάτη με τον ιδιοκτήτη του καταστήματος.

Το 1961 συναντάμε το πρώτο κατάστημα του Μαρινόπουλου, το οποίο στεγάστηκε στο Κολωνάκι και μέχρι το 1980 έχουμε πληθώρα τέτοιων καταστημάτων τροφίμων τα οποία αποτελούν απειλή για τα μέχρι τότε παντοπωλεία. Σήμερα εξακολουθούν να είναι γνωστές αλυσίδες καταστημάτων τροφίμων και αποτελούν ακόμα τη μέγιστη απειλή για τους μικρέμπορους του κλάδου που συνθέτουν την ραχοκοκαλιά της οικονομίας.

Συνεχίζοντας την ιστορική αναδρομή του λιανεμπορίου στην Ελλάδα, και καθώς

²¹ Γεωργακάς Ι. (1994), MINION – Η ιστορία ενός καταστήματος, Εξάντας, Αθήνα

πλέον το λιανεμπόριο δέχεται ολοένα και περισσότερες επιρροές από το εξωτερικό, μετά από το 1990 σημειώνεται η παρακμή των πολυκαταστημάτων και την θέση τους διαδέχονται πια τα εμπορικά κέντρα, τα shopping malls και τα εκπτωτικά χωριά τα οποία θα ανοίξουν ένα νέο κεφάλαιο στην ιστορία του κλάδου. Τα πρώτα εμπορικά κέντρα βρίσκονται στο Κολωνάκι και στη Γλυφάδα, περιοχές στις οποίες σημειώνονται μεγαλύτερα εισοδήματα συγκριτικά με άλλες. Παρατηρούμε λοιπόν εδώ, ότι παράγοντας για την εξέλιξη και την υιοθέτηση νέων ιδεών φυσικά είναι και το κοινωνικοοικονομικό υπόβαθρο, και φυσικά αποτελεί και δικαιολογία της καθυστέρησης της χώρας να αναπτυχθεί σε σύγκριση με άλλες. Η Ελλάδα μέχρι και τα μέσα του 90' σημείωνε σημαντική καθυστέρηση στην ανάπτυξη των εμπορικών κέντρων σε συνάρτηση με τον πληθυσμό της, μέχρι που αναπτύχθηκαν πια τα εμπορικά κέντρα δεύτερης γενιάς ή αλλιώς shopping malls.

Γενικά και με βάση την ιστορική ανασκόπηση που έγινε μέχρι στιγμής η δομή του κλάδου βασίζεται κυρίως στο μικρό εμπόριο (με πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις). Στην πορεία των ετών, το λιανικό εμπόριο ήρθε αντιμέτωπο και με ακόμη περισσότερες προκλήσεις. Η πετρελαϊκή κρίση του 1970, η οικονομική κρίση του 2009, η πανδημία που όπως είναι προφανές βρίσκεται ακόμα εν εξελίξει, έχουν επηρεάσει βαθιά την δομή και τη θέση που έχει το λιανικό εμπόριο στην χώρα και ειδικά η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα.

Αν λοιπόν αναλογιστούμε τις κακουχίες των εποχών και τις αρνητικές επιρροές που έχει δεχθεί ο κλάδος, θα παρατηρήσουμε μια ανθεκτικότητα, με διακυμάνσεις στον συνολικό αριθμό των εν λειτουργία επιχειρήσεων και κατά συνέπεια στην απασχόληση, αλλά με διατήρηση του μοτίβου ότι η Ελλάδα έχει μέχρι και σήμερα κυρίως μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις γι' αυτό και εξελίσσεται με αργούς ρυθμούς.

Εν κατακλείδι, σημειώνοντας ως πρώτη απειλή για την μικρομεσαία επιχείρηση στην Ελλάδα την έλευση των πολυκαταστημάτων το 1960 και την έλευση των μεγάλων αλυσίδων τροφίμων, καλούμαστε σήμερα να απαντήσουμε στο κρίσιμο ερώτημα αν το μικρό εμπόριο θα καταφέρει να επιβιώσει ύστερα και από αυτήν την πρόκληση εν όψη της ανάγκης για ψηφιακό μετασχηματισμό, ή αν αυτό θα οδηγήσει στην εξάλειψη της μικρομεσαίας επιχείρησης με τους μεγάλους παίκτες να κερδίζουν ολοένα και περισσότερο έδαφος. Ο εκσυγχρονισμός και οι άνισοι όροι

ανταγωνιστικότητας στο ελεύθερο και πλέον εξελιγμένο εμπόριο καλούν κάθε μορφής επιχείρηση να προσαρμοστεί στις νέες συνθήκες.

1.5 Το λιανικό εμπόριο σήμερα. Η μικρή και πολύ μικρή επιχείρηση στην Ελλάδα. Οι επιρροές της πανδημικής κρίσης.

Το εμπόριο στην χώρα αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους εργοδότες στην οικονομία της χώρας, καθώς το 18,3% ολόκληρης της απασχόλησης είναι απόρροιά του. Σύμφωνα με στοιχεία από το Μητρώο της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής - ΕΛΣΤΑΤ (2017) στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται 222.375 επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν συνολικά πλήθος ατόμων της τάξεως των 696.823 και κάνουν τζίρο 111.464.561 ευρώ. Σχετικά με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος του ελληνικού εμπορικού κόσμου, αυτές χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες ανάλογα με τον τζίρο τους, στις πολύ μικρές, τις μικρές και τις μεσαίες επιχειρήσεις.

Δεδομένων των παραπάνω στοιχείων είναι κατανοητό ότι οποιοσδήποτε παράγοντας επηρεάζει αρνητικά το εμπόριο έχει άμεση συσχέτιση με ολόκληρο τον πληθυσμό και φυσικά με την οικονομία, καθώς το εμπόριο αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες της εγχώριας οικονομίας. Η κρίση της πανδημίας του Covid 19 δημιούργησε μεγαλύτερη ύφεση ακόμα κι από αυτή του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου, έχοντας στο στόχαστρο τις εμπορικές επιχειρήσεις. Ύστερα από μία μακροχρόνια οικονομική κρίση, οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα είχαν αρχίσει ως έναν βαθμό να ανακάμπτουν με αργούς ρυθμούς χωρίς να έχουν βέβαια ακόμα αναπληρώσει το κενό που προξενήθηκε.

Σύμφωνα με έρευνες που διεξήχθησαν από το Ινστιτούτο Εμπορίου και Υπηρεσιών (INEMY) της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ) και κυρίως της έρευνας που διεξήχθη για το έτος 2021, τα στατιστικά αποτελέσματα δείχνουν ότι οι μικρές επιχειρήσεις παρουσίασαν έντονο φόβο και έδειξαν δισταγμό στο να προβούν σε επιχειρηματικές κινήσεις άλλες πιο πολύ, άλλες ίσως λιγότερο, κάτι που θα έλεγε κανείς ότι δημιούργησε μια στασιμότητα. Όμως σε τι περιβάλλον και με ποιό τρόπο να μπορέσουν να νιώσουν ασφάλεια για να αναπτυχθούν; Η αύξηση του πληθωρισμού, η ανεπάρκεια των εισροών, η απότομη αύξηση των τιμών, είναι χαρακτηριστικά που συμβάλουν στην ανάπτυξη ενός αβέβαιου περιβάλλοντος. Σύμφωνα με τον Δείκτη Διεθνούς Αβεβαιότητας- World

Uncertainty Index (WUI)²², πράγματι η ταχύτερη αύξηση του πληθωρισμού έχει επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίον οι επιχειρήσεις θα προχωρήσουν καθώς αυτή η κατάσταση μειώνει τον τζίρο και ελαττώνει το πραγματικό διαθέσιμο εισόδημα των κατώτερων οικονομικά στρωμάτων. Ωστόσο, σύμφωνα με δηλώσεις που έκανε το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο – ΔΝΤ, ο πληθωρισμός ενδέχεται να επανέλθει στα φυσιολογικά του επίπεδα, ή έστω στα επίπεδα που βρισκόταν πριν την πανδημία εντός του 2022 ενώ η οικονομική ανάκαμψη θα καθυστερήσει πιο πολύ.

Τόσο σε επίπεδο κρατικό όσο και σε ευρωπαϊκό έγιναν τάχιστα κινήσεις για την αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων του Κορονοϊού, αντιπροσωπευτικό παράδειγμα είναι η σύσταση του Ταμείου Ανάκαμψης τον Απρίλιο του 2020, το οποίο Ταμείο υπάγεται και στο πρόγραμμα «Next Generation EU». Κατά τη διάρκεια των δύο τελευταίων ετών, οι επιχειρήσεις, δέχθηκαν ισχυρές ενέσεις τόνωσης από το κράτος μέσω των έκτακτων μέτρων που ελήφθησαν. Μερικά από αυτά ήταν η αναστολή συμβάσεων εργασίας, οι άδειες ειδικού σκοπού, η τηλεργασία σε περιπτώσεις που αυτό ήταν εφικτό και άλλα. Επίσης, μέτρα όπως οι ρυθμίσεις ασφαλιστικών εισφορών, η παράταση για την καταβολή των ασφαλιστικών εισφορών, η επιστρεπτέα προκαταβολή, η μείωση των συντελεστών του ΦΠΑ για ένα συγκεκριμένο διάστημα, το μειωμένο μίσθωμα για τις επαγγελματικές στέγες, προγράμματα όπως το Γέφυρα II για όσες επιχειρήσεις έχουν προβεί σε διαδικασία τραπεζικού δανεισμού, η αποζημίωση ειδικού σκοπού, είναι μερικά ακόμη από τα μέτρα στήριξης για όσες επιχειρήσεις πληρούν τα κριτήρια. Βέβαια σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι η πρόσβαση σε χρηματοοικονομικά εργαλεία δεν είναι καθόλου εύκολη και αυτό αποτελεί ένα τρωτό σημείο για τον Ελληνικό επιχειρηματικό κόσμο και την μετέπειτα πορεία του.

Η πανδημία μας απέδειξε ότι όλες οι επιχειρήσεις, διαφορετικού μεγέθους, δεν πλήττονται με τον ίδιο τρόπο και στον ίδιο βαθμό από τους εξωγενείς παράγοντες που επηρεάζουν την λειτουργία τους και επίσης είναι δεδομένο ότι δε μπορούν όλες να κάνουν γρήγορα και δραστικά άλματα για την επιβίωσή τους. Το χάσμα μεταξύ των μεγάλων και των μικρών επιχειρήσεων είναι μεγάλο και αυτό διαφαίνεται και από

²² World Uncertainty Index. (n.d.). *World Uncertainty Index*. Διαθέσιμο: <https://worlduncertaintyindex.com/> (Ιούλιος 2022)

δεδομένα του 2017 από την ΕΛΣΤΑΤ τα οποία υπογραμμίζουν ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις που απασχολούν πάνω από 10 άτομα αντλούν το 61% της καταναλωτικής δαπάνης ενώ οι μικρές το 39%. Φαίνεται πως η πανδημία έχει βάλει σκοπό να απομακρύνει τις επιχειρήσεις από τον παραδοσιακό τρόπο λειτουργίας και να τις μετατρέψει σε έναν καθρέφτη της δυτικής οικονομίας. Επίσης οδηγώντας τις σε έναν εναλλακτικό τρόπο λειτουργίας στη βάση του ψηφιακού μετασχηματισμού, ενδεχομένως να γεφυρώσει και το χάσμα μεταξύ των διαφόρων επιχειρήσεων πλήττοντας όμως το πλεονέκτημα των μικρότερων που δεν είναι άλλο από την άμεση επαφή με τον καταναλωτή και τη διαπροσωπική σχέση που αναπτύσσεται κατά τη διάρκεια της συναλλαγής.

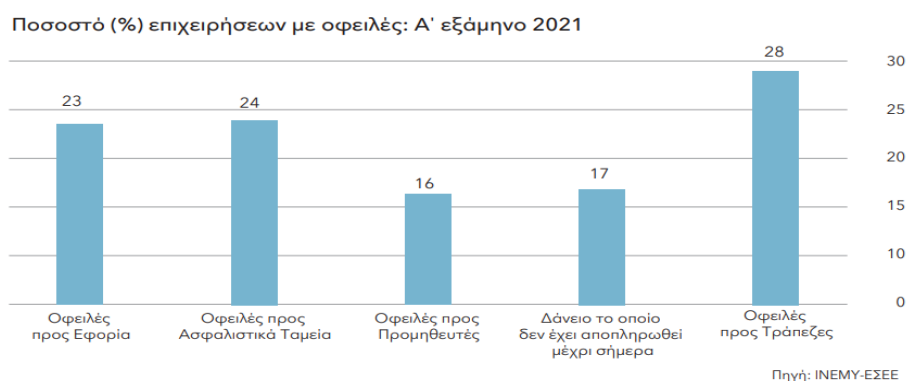
Μέσα λοιπόν στα επόμενα χρόνια το επιχειρηματικό περιβάλλον του κλάδου θα αλλάξει σημαντικά και καινοτομίες όπως οι μικρές συσκευές – τα beatcons για την αποστολή ενημερωτικών – διαφημιστικών μηνυμάτων προς τους καταναλωτές, η δυνατότητα αναγνώρισης προσώπου μέσω της χρήσης της Τεχνητής Νοημοσύνης (Artificial Intelligent), οι πωλητές robot οι οποίοι θα γνωρίζουν πολλές γλώσσες και θα έχουν την δυνατότητα να αναγνωρίζουν τα προϊόντα αλλά και τα αποθέματα αυτών, οι έξυπνοι καθρέφτες, και οι αυτόματες χρεώσεις μέσω των οποίων δε θα χρειάζεται η στάση των καταναλωτών στο ταμείο θα αντικαταστήσουν ως έναν βαθμό τον ανθρωποκεντρικό χαρακτήρα του λιανικού και κυρίως του μικρού λιανικού εμπορίου. Σήμερα με την άρση του μέτρου της αναστολής λειτουργίας των εμπορικών επιχειρήσεων, βλέπουμε τα καταστήματα να λειτουργούν σιγά-σιγά όπως ακριβώς λειτουργούσαν και πριν, έχοντας όμως υποστεί ένα πολύ ισχυρό σοκ. Το φυσικό κατάστημα δεν θα εξαλειφθεί εντελώς όμως ποτέ ξανά δεν θα είναι το ίδιο.

Σε επίπεδο μικρών επιχειρήσεων στοιχεία ερευνών, όπως η Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου του Ινστιτούτου Εμπορίου και Υπηρεσιών (INEMY) της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ) για το 2021, καθώς επίσης και έρευνες του Ινστιτούτου Μικρών Επιχειρήσεων (ΙΜΕ) της Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΓΣΕΒΕΕ)²³

²³ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ. (2021). *Εξαμηνιαία αποτίμηση οικονομικού κλίματος - Ιούλιος 2021*. Διαθέσιμο: <https://imegseevee.gr/%CE%B4%CE%B7%CE%BC%CE%BF%CF%83%CE%B9%CE%B5%CF%8D%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/examinaia-aptotyposi-oikonomikou-klimatos-stis-mikres-epicheiriseis-ioulios-2021-2/> (Ιούλιος 2022)

παρουσιάζουν ένα μέλλον αβέβαιο και με δυσκολία στην πρόβλεψη της πορείας των μικρών επιχειρήσεων. Σύμφωνα με έρευνες του Ινστιτούτου Εμπορίου και Υπηρεσιών (IN.EM.Y) της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΣΕΕ) το μικρό εμπόριο στην Ελλάδα δέχθηκε τρομερούς κλυδωνισμούς προκαλώντας σοβαρές διαταραχές σε ολόκληρη την εφοδιαστική αλυσίδα. Σύμφωνα με την Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου για το 2020, η οποία αποτέλεσε μια εκτίμηση με στοιχεία από το μικρό λιανικό εμπόριο στη χώρα σχετικά με τις πρώτες επιπτώσεις της πανδημίας του Covid-19, σημειώθηκαν ακυρώσεις παραγγελιών και ακυρώσεις επενδύσεων κάτι που προβληματίζει αρκετά, καθώς μακροπρόθεσμα δείχνει μια αδυναμία προσαρμογής των μικρών επιχειρήσεων στο νέο ψηφιακό οικονομικό περιβάλλον. Κλάδοι όπως η ένδυση και η υπόδηση καθώς και συναφείς κλάδοι επηρεάστηκαν αρνητικά και χτυπήθηκαν, σημειώνοντας απώλειες τζίρου και μειώσεις προσωπικού. Όλα τα παραπάνω δημιουργούν ένα αβέβαιο μέλλον για την πορεία της μικρομεσαίας επιχείρησης αλλά και της πολύ μικρής ως προς την λειτουργία τους τόσο σε τοπικό επίπεδο, όσο και σε ευρωπαϊκό αλλά και διεθνές. Ωστόσο σχετικά με την Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου του INEMY για το 2021 με δείγμα χιλίων επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου, η κατάσταση που επικρατεί στον κλάδο, έχοντας βιώσει ήδη ένα χρόνο υπό τις συνθήκες της υγειονομικής κρίσης, φαίνεται βαθιά επηρεασμένη. Οι επιχειρηματίες δηλώνουν με κάθε τρόπο την ανασφάλεια που τους έχει προξενήσει αυτή η κατάσταση. Πιο συγκεκριμένα και αναλύοντας μερικά από τα αποτελέσματα της έρευνας λόγω του γενικού αισθήματος αβεβαιότητας, τουλάχιστον το 30% των επιχειρήσεων διέκοψε την συνεργασία με κάποιον προμηθευτή, είτε επειδή ακόμα και ο κλάδος της χονδρικής πώλησης είναι χτυπημένος από τα αποτελέσματα της υγειονομικής κρίσης και δεν μπορεί να ανταπεξέλθει στις νέες συνθήκες, είτε και λόγω της απότομης αύξησης των τιμών. Όπως και να έχει, η διακοπή συνεργασίας των μικρών επιχειρήσεων με κάποιον προμηθευτή δεν σημαίνει μόνο την διακοπή σε επαγγελματικό επίπεδο, δεδομένης της πιο άμεσης επαφής λόγω του χαρακτήρα των μικρών επιχειρήσεων. Επίσης, το 65% τουλάχιστον, ενοικιάζει ακίνητο για να μπορέσει να δραστηριοποιηθεί στον κλάδο του εμπορίου, αυτό σε συνδυασμό με την μείωση που σημείωσαν οι επιχειρήσεις στον κύκλο εργασιών τους αποτελεί σοβαρό χτύπημα. Παράλληλα, σύμφωνα με την έρευνα

και τα αποτελέσματα που διεξήχθησαν, μία στις τέσσερις επιχειρήσεις είτε είχε ήδη οφειλές προς την εφορία, είτε ξεκίνησε να έχει ληξιπρόθεσμες οφειλές κατά το έτος 2021, είτε ακόμα και προς τράπεζες, τη στιγμή που η πρόσβαση των πολύ μικρών επιχειρήσεων σε χρηματοοικονομικά εργαλεία μέσω τραπεζικού δανεισμού είναι πολύ χαμηλή. Στον πίνακα που ακολουθεί παρατηρούνται οι οφειλές των επιχειρήσεων σε ποσοστά για το πρώτο εξάμηνο του 2021.



Πίνακας 1- Επιχειρήσεις με οφειλές Α' εξάμηνο 2021

Πηγή: <https://inemy.gr/etisia-ekthesi-ellinikoy-emporioy-2021/>

Οι μικρές επιχειρήσεις συνήθως χρηματοδοτούνται μέσω ιδίων κεφαλαίων καθώς σχεδόν σπάνια πληρούν τα απαραίτητα κριτήρια που απαιτούνται για να μπορέσουν να λάβουν άλλα χρηματοοικονομικά εργαλεία.

Στον παρακάτω πίνακα σημειώνεται όπως μπορούμε να διακρίνουμε, μείωση στο ποσοστό των επιχειρήσεων, που κατά το 2021 κατάφεραν να χρηματοδοτήσουν τις ανάγκες της επιχείρησής τους μέσω κεφαλαίων που προέρχονταν από την δραστηριότητα της επιχείρησης.

Εν αντιθέσει όμως και κατά την διάρκεια των δύο τελευταίων ετών η χρηματοδότηση μέσω προγραμμάτων στήριξης εν όψει της πανδημίας, φαίνεται να έχει ωφελήσει αρκετά μεγάλο ποσοστό των μικρών επιχειρήσεων.

Χρηματοδότηση της επιχείρησης λιανικού εμπορίου: Α' εξάμηνο 2016 - Α' εξάμηνο 2021 (πολλαπλής επιλογής, σε %)						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Τραπεζικός δανεισμός	3,4	2,1	3,5	3,2	4,2	6,8
Κεφάλαια επιχείρησης	90,8	87,7	85,2	86,4	86,2	81,8
Προσωπικά κεφάλαια	55,0	52,9	38,4	33,3	54,5	42,3
Συγγενείς	2,4	25,4	19,7	22,2	24,4	6,9
Προγράμματα	-	1,8	1,5	1,6	3,5	22,3
Αποζημίωση Ειδ. Σκοπού	-	-	-	-	62,6	31,1
Επιστρεπτέα Προκαταβολή	-	-	-	-	31,4	62,1

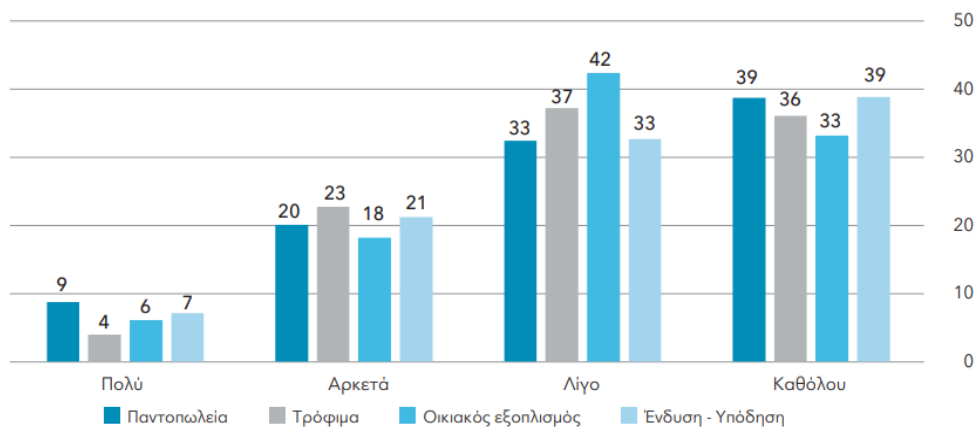
Πηγή: INEMY-ΕΣΣΕ

Πίνακας 2 -Χρηματοδότηση της επιχείρησης λιανικού εμπορίου: Πρώτο εξάμηνο 2016- Πρώτο εξάμηνο 2021 (ερώτηση πολλαπλής επιλογής σε ποσοστό %)

Πηγή: <https://inemy.gr/etisia-ekthesi-ellinikoy-emporioy-2021/>

Παρόλο βέβαια που το ποσοστό φαίνεται υψηλό, αξίζει να σημειωθεί ότι οι επιχειρηματίες διατηρούν επιφυλάξεις σχετικά με το πόσο τελικά θα τους ωφελήσει μακροπρόθεσμα η χρηματοδότηση και το κατά πόσον θα τους στηρίξει ουσιαστικά, αφού το πλήγμα είναι αρκετά μεγάλο. Επτά στις δέκα επιχειρήσεις δηλώνουν ότι τα προγράμματα στήριξης είτε θα βοηθήσουν σε μικρό βαθμό είτε καθόλου. Αυτή τους η άποψη έχει προκύψει από τα βιώματα περασμένων ετών αλλά και από τα κριτήρια που απαιτούνται για να ενταχθεί μια επιχείρηση σε ένα πρόγραμμα.

Εκτίμηση αισιοδοξίας ουσιαστικής στήριξης λιανικού εμπορίου από τα νέα προγράμματα, ανά κλάδο δραστηριότητας (%)



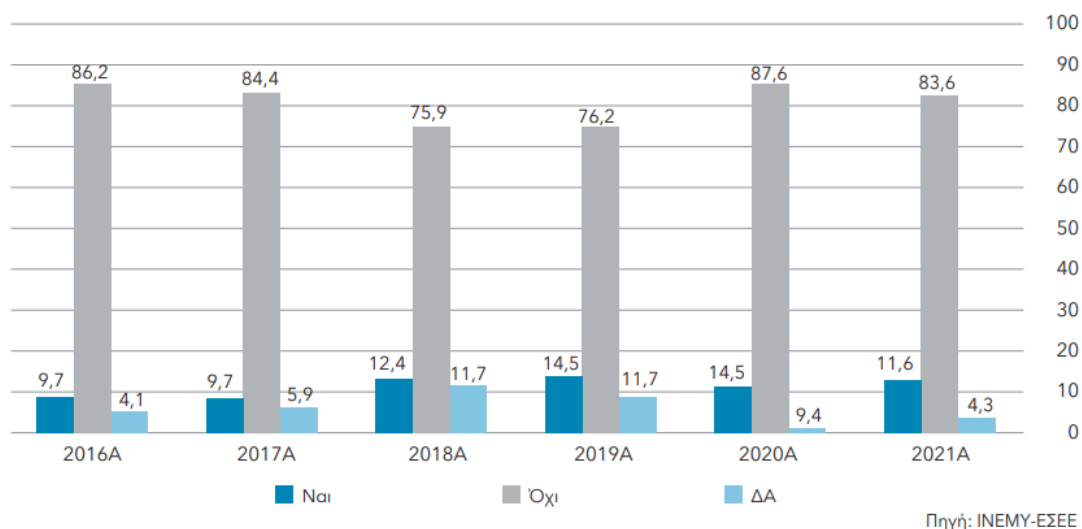
Πίνακας 3 - Εκτίμηση αισιοδοξίας ουσιαστικής στήριξης λιανικού εμπορίου από τα νέα προγράμματα, ανά κλάδο δραστηριότητας (%)

Πηγή: <https://inemy.gr/etisia-ekthesi-ellinikoy-emporioy-2021/>

Τέλος, σχετικά με τις επενδύσεις, οι επιχειρηματίες παρουσίασαν χαμηλά ποσοστά επενδυτικής δραστηριότητας, συνεπώς ακόμα κι αν είχαν στο πλάνο τους να επενδύσουν με στόχο τον ψηφιακό τους μετασχηματισμό, αυτό θα ήταν πολύ δύσκολο

καθώς κυρίως το 2020, το ποσοστό των επιχειρήσεων που δεν θα επένδυε είναι αρκετά μεγάλο (87%) ενώ μελετώντας το διάγραμμα που παρατίθεται παρακάτω διακρίνουμε ότι δεν ευθύνεται μόνον η πανδημία σε αυτό, αλλά το ευρύτερο επιχειρηματικό περιβάλλον στην χώρα το οποίο δεν δίνει την ευκαιρία και τα κατάλληλα εργαλεία.

Επενδύσεις παγίου κεφαλαίου (%): Α' εξάμηνο 2016 – Α' εξάμηνο 2021



Πίνακας 4 - Επενδύσεις παγίου κεφαλαίου (%): Πρώτο εξάμηνο 2016- Πρώτο εξάμηνο 2021

Πηγή: <https://inemy.gr/etisia-ekthesi-ellinikoy-emporioy-2021/>

Η πανδημία απέδειξε ότι δεν επηρεάστηκαν όλοι οι κλάδοι με τον ίδιο τρόπο και στον ίδιο βαθμό. Η ένδυση, η υπόδηση και ο οικιακός εξοπλισμός ήταν αυτοί οι κλάδοι που σημείωσαν σοβαρές μειώσεις στον κύκλο εργασιών τους.

Από την άλλη πάλι τα καταστήματα με είδη τροφίμων, τα παντοπωλεία, φάνηκε να βρίσκονται σε καλύτερη μοίρα. Στον πίνακα βλέπουμε το πόσο τελικά επηρέασε η πανδημία τους κυριότερους κλάδους του εμπορίου ως προς τον κύκλο εργασιών τους, τον καθένα ξεχωριστά.

Κλίμακα κύκλου εργασιών ανά κλάδο δραστηριότητας				
	Δραστηριότητα			
	Παντοπωλεία	Τρόφιμα	Οικιακός εξοπλισμός	Ένδυση - Υπόδηση
Αρνητικά	58%	65%	86%	87%
Θετικά	20%	22%	7%	9%
Δεν επηρέασε	21%	9%	7%	4%
ΔΓ / ΔΑ	1%	4%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%

Πηγή: INEMY-ΕΣΣΕ

Πίνακας 5 - Κλίμακα κύκλου εργασιών ανά κλάδο δραστηριότητας.

Πηγή: <https://inemy.gr/etisia-ekthesi-ellinikoy-emporioy-2021/>

Όσον αφορά την έρευνα του Ινστιτούτου Μικρών Επιχειρήσεων (ΙΜΕ) της Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΓΣΕΒΕΕ) με Τίτλο: «Εξαμηνιαία αποτύπωση οικονομικού κλίματος στις μικρές επιχειρήσεις» η οποία είχε ως πληθυσμό στόχο οκτακόσιες επιχειρήσεις μικρής κλίμακας και μελετούσε το δεύτερο εξάμηνο του 2021, φαίνεται να σημείωσε σοβαρά προβλήματα στην λειτουργία των επιχειρήσεων εξαιτίας των ανατιμήσεων. Αυξήθηκε το κόστος λειτουργίας τους και κατά συνέπεια οδηγήθηκαν σε αύξηση των τιμών, δημιουργώντας ωστόσο οφειλές προς τρίτους.

Το 47,7% αυτών δήλωσε, σύμφωνα με τα αποτελέσματα, ότι η κατάσταση της επιχείρησής του χειροτέρευσε κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2021, ενώ το 46,5% δήλωσε ότι μειώθηκε ο τζίρος του καθώς η ζήτηση σημείωσε σημαντική πτώση. Ακόμα, αξιοσημείωτο για το προφίλ των επιχειρήσεων είναι ότι το 50,5% δεν διαθέτει ταμειακά διαθέσιμα για να καταφέρει να χρηματοδοτήσει τις ανάγκες του για πάνω από ένα μήνα. Συμπερασματικά στην περίπτωση αλλεπάλληλων lockdowns πολλές επιχειρήσεις ενδεχομένως να μην καταφέρουν να επιβιώσουν.

Τέλος, και σχετικά με τον ψηφιακό μετασχηματισμό, το 58,4% φαίνεται να έχει εντάξει σύστημα ψηφιακού marketing στην επιχείρηση, το 17,3% να διαθέτει ηλεκτρονικό κατάστημα (e-shop), το 16,5% να δραστηριοποιείται στο διαδίκτυο συμμετέχοντας και σε κάποια διαδικτυακή πλατφόρμα, ενώ το 17,4% φαίνεται να ενσωμάτωσε κάποια νέα ψηφιακή τεχνολογία κατά τη διάρκεια της πανδημικής κρίσης.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, κατά τη διάρκεια των τελευταίων δύο ετών ήρθαν

αντιμέτωπες με την πρόκληση της έλλειψης της ρευστότητας αλλά και της αδυναμίας τους να έχουν άμεση πρόσβαση σε χρηματοοικονομικά εργαλεία. Παράλληλα είδαν τα ταμειακά τους αποθέματα να μειώνονται είτε ακόμα και να αδειάζουν δεδομένου ότι δεν έχουν και τόσο μεγάλο εύρος αποθεματικών κεφαλαίων όπως οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεδομένου ότι χρηματοδοτούνται μέσω ιδίων κεφαλαίων κυρίως, κατά τη διάρκεια των lockdown, και στην περίπτωση που δεν ασκούσαν δραστηριότητα στο διαδίκτυο, δε μπορούσαν να κάνουν πωλήσεις. Έτσι λοιπόν οι επιρροές που φαίνεται να άσκησε η πανδημία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ήταν δυσανάλογες με τις επιρροές που ασκήθηκαν στις μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν δυνατότητα πρόσβασης σε εναλλακτικούς τρόπους χρηματοδότησης. Επιχειρήσεις με δυνατότητα δραστηριοποίησης στον χώρο του διαδικτύου φαίνεται να κατάφεραν να επιβιώσουν και να εξελιχθούν περαιτέρω. Όσο τα καταστήματα παρέμεναν κλειστά, οι διαδικτυακές πωλήσεις «έλυναν και έδεναν» παγκοσμίως δημιουργώντας ένα νέο περιβάλλον αγοραπωλησίας που συνεχίζεται ακόμα κι αν τα φυσικά καταστήματα άνοιξαν ξανά. Το 2021 ο τζίρος που σημείωσε το διαδικτυακό εμπόριο σύμφωνα με το Eltrun (Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Ηλεκτρονικού Επιχειρείν που έχει ιδρύσει το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών)²⁴ ανήλθε στα 14 δις ευρώ συνεχίζοντας την ανοδική του πορεία μέχρι σήμερα. Φυσικά με δεδομένη την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου προκύπτει η ανάγκη της διασφάλισης της προστασίας των καταναλωτών αλλά και των επιχειρήσεων που πραγματοποιούν διαδικτυακές πωλήσεις.

Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι οι μικρές επιχειρήσεις θα πρέπει να επιταχύνουν τους βηματισμούς τους για να καταφέρουν να επιβιώσουν και φυσικά όπως προαναφέρθηκε να καταφέρουν να γεφυρώσουν το χάσμα τους με τις μεγάλες επιχειρήσεις, βέβαια ανακύπτει το βασικό ερώτημα του κατά πόσον είναι εφικτό αυτό και τελικά τι χρειάζεται για να επιτευχθεί, ερώτημα που θα προσπαθήσουμε να προσεγγίσουμε μέσω της έρευνάς μας σε επόμενο κεφάλαιο.

Παρόλα λοιπόν τα αποτελέσματα των ερευνών και δεδομένου ότι οι επιρροές της πανδημίας βρίσκονται ακόμα εν εξελίξει, είναι σχεδόν βέβαιο ότι οι μελλοντικές έρευνες είναι αυτές που θα μας παρουσιάσουν τα πραγματικά δεδομένα στον κλάδο

²⁴ ELTRUN. (n.d.). *Home Page*. Διαθέσιμο: <https://eltrun.org/> (Ιούλιος 2022)

και τα ποσοστά των επιρροών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο προβλέπεται ήδη ότι θα συνεχίσει να σημειώνει υψηλά ποσοστά, καθώς ήρθε για να παραμείνει. Σύμφωνα με έρευνα της Ecommerce Europe σχετικά με τα αποτελέσματα της πανδημίας στο ηλεκτρονικό εμπόριο, μετά το δεύτερο κατά σειρά lockdown που επιβλήθηκε το 2020 και η οποία έρευνα απευθύνθηκε σε μέλη, το πλήθος των ερωτηθέντων πιστεύει ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο ήρθε και πραγματικά θα παραμείνει²⁵.

Όσο η πανδημία θα υποχωρεί, θα υποχωρούν σταδιακά και τα μέτρα στήριξης όπως έχουμε δει να συμβαίνει μέχρι σήμερα και τότε θα μπορούσαμε να δούμε ουσιαστικά και να διακρίνουμε την πραγματική διαφορά μεταξύ της επικρατούσας συνθήκης με την περίοδο πριν το ξέσπασμα της πανδημίας.

Είναι σίγουρο πάντως ότι μετά τη λήξη της πανδημίας θα μας απασχολήσουν ζητήματα όπως το ποσοστό των λουκέτων σε επιχειρήσεις. Το ποσοστό των πτωχεύσεων που σημειώθηκε στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις κατά την περίοδο της πανδημίας μέχρι και το 2021 το οποίο από 10,43% ανήλθε στο 16,37%. Αλλα ζητήματα όπως είναι η ενδεχόμενη εξαφάνιση θέσεων εργασίας ή έστω η αντικατάσταση τους από άλλες πιο εξειδικευμένες που θα σχετίζονται με την ψηφιοποίηση και τον αυτοματισμό και φυσικά η ανισότητα η οποία τείνει να μεγιστοποιείται. Τέλος ο κοινωνικός αποκλεισμός. Όλα τα παραπάνω, θα βρεθούν με βεβαιότητα στις πρώτες θέσεις των συζητήσεων.

Κλείνοντας αυτήν την ενότητα και έχοντας λάβει ως δεδομένο ότι το εμπόριο είναι δύο ταχυτήτων, συμπεραίνουμε ότι το εμπόριο πλήττεται ουσιαστικά σε βάθος και προκειμένου να μετασχηματιστεί και να επιβιώσει χρειάζεται πόρους και φυσικά εξειδικευμένο προσωπικό. Όλα τα παραπάνω μας δηλώνουν ότι οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα υστερούν αρκετά σε σχέση με αυτές του δυτικού κόσμου, ενώ παράλληλα και με βάση την Έρευνα του INEMY για το έτος 2021 κάνουν αργά και σταθερά βήματα προς την ψηφιοποίηση.

²⁵Impact of the Coronavirus on e-commerce SURVEY RESULTS REPORT. (2021)

Διαθέσιμο:<https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/01/Coronavirus-Survey-Report-January-2021.pdf> . (Ιούλιος 2022)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : Το εμπόριο μεταξύ πανδημίας και τεχνολογικού μετασχηματισμού

Όπως έχουμε αναφέρει, χωρίς αμφιβολία το λιανικό εμπόριο αποτελεί βασικό κλάδο της οικονομίας αφού συνδέει την παραγωγή με την κατανάλωση. Πρόκειται όμως και για έναν κλάδο που έχει δεχθεί σημαντικούς μετασχηματισμούς οι οποίοι εντείνονται πολύ περισσότερο τα τελευταία χρόνια. Η συνθήκη της πανδημίας του Covid- 19, που ξεκίνησε στην Ελλάδα επίσημα το 2020, επηρέασε άμεσα τον εμπορικό κόσμο και ειδικότερα τον κλάδο του λιανικού εμπορίου αλλά συγχρόνως συνέβαλε στην γοργή ενσωμάτωση των νέων τεχνολογιών. Ο περιορισμός της ελεύθερης μετακίνησης, η αναστολή λειτουργίας των καταστημάτων και η στροφή των καταναλωτών προς τις διαδικτυακές αγορές, η απότομη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος και η μείωση που σημειώθηκε τόσο στους τζίρους των φυσικών καταστημάτων όσο και στην απασχόληση έθεσαν στο προσκήνιο την ανάγκη για τον άμεσο μετασχηματισμό του κλάδου.

2.1. Διαχείριση της πανδημικής κρίσης από την Ευρωπαϊκή Ένωση για τις επιχειρήσεις και οι νέοι στόχοι. Το όραμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης «Ψηφιακή Πυξίδα 2030»

Σήμερα λοιπόν, το λιανικό εμπόριο οδεύει στους δρόμους του εκσυγχρονισμού και της ψηφιοποίησης, κάτι που φυσικά επιβεβαιώνουν και στοχεύουν οι ψηφιακές πολιτικές - ενέργειες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις 9 Μαρτίου 2021 έκανε λόγο για τον ψηφιακό μετασχηματισμό ολόκληρης της Ευρώπης μέχρι το έτος 2030. Πρόκειται για ένα νέο πλαίσιο διακυβέρνησης το οποίο θα ωθεί συγκεκριμένους στόχους προς επίτευξη μέσω της άμεσης συνεργασίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αλλά και των Κρατών μελών²⁶. Θα θέσει συγκεκριμένη πορεία και με βάση τους εθνικούς χάρτες των κρατών θα επιτευχθεί ο μετασχηματισμός ολόκληρης της Κοινότητας.

Τα τέσσερα βασικά σημεία, τα οποία είναι άμεσα συνυφασμένα μεταξύ τους, με βάση τα οποία διαρρυθμίζεται το όραμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι²⁷:

1. Η ανάπτυξη των ψηφιακών δεξιοτήτων
2. Ο εκσυγχρονισμός των υποδομών
3. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων
4. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των δημοσίων υπηρεσιών

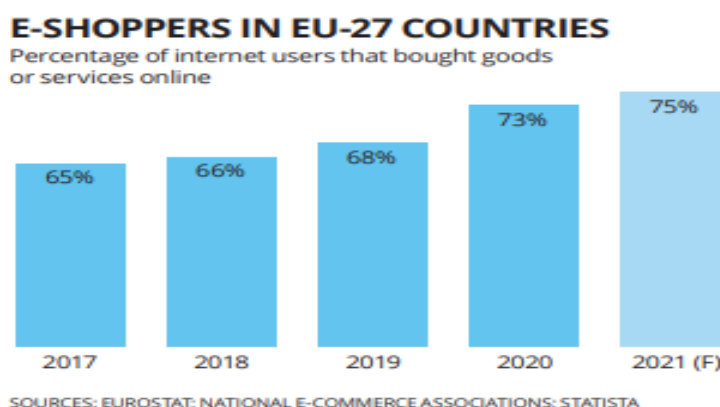
Βασικός στόχος είναι αυτό το όραμα να μην ξεχωρίσει κανένα και καμία επιχείρηση ή πολίτη. Κανείς να μην μείνει στο περιθώριο και τελικά να μην γίνουν διακρίσεις, να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων αλλά και να προσφέρει στους πολίτες ευκαιρίες προωθώντας πάντα, με σεβασμό στα ανθρώπινα δικαιώματα, την

²⁶ EUROPEAN COMMISSION ed., (2021). *COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS 2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decad.* Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-digital-compass-2030_en.pdf (Ιούλιος 2022)

²⁷ EUROPEAN COMMISSION ed., (2021). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions 2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade.* Διαθέσιμο: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:12e835e2-81af-11eb-9ac9-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_2&format=PDF (Ιούλιος 2022)

ενημερία και την βιωσιμότητα. Επιθυμεί να ενισχύσει τόσο το ανθρώπινο δυναμικό όσο και τις επιχειρήσεις για ένα πιο βιώσιμο και πάντα πιο ανθρωποκεντρικό μέλλον (2030 DIGITAL COMPASS: YOUR DIGITAL DECADE)²⁸.

Τα τελευταία χρόνια η Ευρωπαϊκή Επιτροπή με συγκεκριμένο σχέδιο –ψηφιακή στρατηγική, προσπαθώντας να ισοροπήσει την κατάσταση στο πλαίσιο του αθέμιτου ανταγωνισμού και των προκλήσεων, προσπαθεί να δημιουργήσει ένα ασφαλές περιβάλλον στο οποίο η ψηφιοποίηση του εμπορίου θα μοιάζει παιχνίδι και δεν θα εγκυμονεί κινδύνους ούτε για τις εμπορικές επιχειρήσεις, ούτε για τους καταναλωτές. Φυσικά, ενόψει της πανδημίας του Covid-19, η ανάγκη για εξέλιξη φάνηκε να είναι επιτακτική. Η αναστολή λειτουργίας καταστημάτων, το αβέβαιο περιβάλλον που ζήσαμε, σε παγκόσμιο επίπεδο, φαίνεται να ευνόησε περισσότερο τις επιχειρήσεις που είχαν την δυνατότητα να κάνουν πωλήσεις διαδικτυακά. Αυτό παρατηρείται και από τα πολύ υψηλά ποσοστά διαδικτυακών αγορών τα τελευταία έτη (2020-2021) (Πίνακας 6)



Πίνακας 6 - Ποσοστά διαδικτυακών αγορών (προϊόντα & υπηρεσίες)

Πηγή: <https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/09/2021-European-E-commerce-Report-LIGHT-VERSION.pdf>

²⁸ EUROPEAN COMMISSION (2021). *2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade*. Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-digital-compass-2030_en.pdf (Ιούνιος 2022)

Ωστόσο αυτό, δεν σημαίνει ότι αυτές οι επιχειρήσεις δεν είχαν οικονομική δραστηριότητα και μέσω φυσικού καταστήματος, άλλα όμως είχαν την δυνατότητα να μπορούν να κάνουν ηλεκτρονικές πωλήσεις ακόμα κι αν το φυσικό τους κατάστημα παρέμενε κλειστό. Σε κάθε περίπτωση όμως, η πανδημία ανέδειξε περαιτέρω το χάσμα που υπάρχει μεταξύ των καλά συνδεδεμένων αστικών κέντρων εν αντιθέσει με την επαρχία, αλλά και το χάσμα που επικρατεί μεταξύ των επιχειρήσεων καθώς μέρος αυτών αξιοποιούσαν το ψηφιακό περιβάλλον ακόμα και πριν το ξέσπασμα της πανδημίας, ενώ άλλες (π.χ. πολύ μικρές επιχειρήσεις) φάνηκαν αδύναμες μπροστά σε αυτήν την πρόκληση.

Ορμώμενη από αυτή την νέα συνθήκη η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, καλείται να δράσει με τρόπο τέτοιο ώστε να ενισχύσει τη θέση της σε παγκόσμιο επίπεδο. Έθεσε λοιπόν νέους στόχους με σκοπό ολόκληρη η Ευρώπη να μετασχηματιστεί σε μια πιο πράσινη και τεχνολογικά εξελιγμένη κοινότητα. Φυσικά, όπως είναι προφανές, οι ψηφιακές τεχνολογίες, όπως για παράδειγμα τα νέα συστήματα επικοινωνιών, η τεχνητή νοημοσύνη, ο μεγάλος αριθμός δεδομένων, εγκυμονούν κινδύνους. Κάθε πολίτης είτε με την ιδιότητα του ως καταναλωτής είτε χωρίς, πρέπει να μπορεί να εμπιστευτεί τον κυβερνοχώρο του διαδικτύου και φυσικά οι επιχειρήσεις θα πρέπει να νιώθουν ασφάλεια για να μπορέσουν να επεκταθούν, να αναπτύξουν τις ικανότητες τους, να κάνουν χρήση καινοτομιών και χρήση δεδομένων. Φαίνεται ότι πολλές επιχειρήσεις στην Ευρώπη είναι σε πολύ πρώιμο στάδιο σε σχέση με το ευρύτερο πλαίσιο στην υιοθέτηση ψηφιακών τεχνολογιών. Σε μια κοινωνία που η τεχνολογία τρέχει με γοργούς ρυθμούς, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρέπει να αναπτύξει μια στρατηγική προκειμένου να διευκολύνει την μετάβαση και κατά συνέπεια να δημιουργήσει μια ανταγωνιστική βιομηχανία στον κόσμο. Για την επίτευξη όλων αυτών, είναι ζωτικής σημασίας η θέσπιση κανόνων κοινών για όλες τις χώρες, η ανάπτυξη δεξιοτήτων και η ευκολία πρόσβασης σε χρηματοοικονομικά εργαλεία. Στις 9 Μαρτίου του 2021, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρουσίασε το σχέδιο- πρόταση για την επίτευξη του ψηφιακού μετασχηματισμού με ορίζοντα το 2030. Ένα από τα τέσσερα κομβικά σημεία είναι ο ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων.

2.1.1 Η ανάπτυξη των ψηφιακών δεξιοτήτων:

Σχετικά με την ανάπτυξη των ψηφιακών δεξιοτήτων²⁹, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή φιλοδοξεί ότι μέχρι το 2030, το 80% της ενήλικης κοινότητας θα διαθέτει τουλάχιστον τις βασικές γνώσεις – ψηφιακές δεξιότητες - skills για να μπορεί να διαχειριστεί την ψηφιακή μετάβαση σε όλα τα επίπεδα, άλλα και να βοηθήσει στην επίτευξη του μετασχηματισμού. Επίσης θα ενισχύσει την κατάρτιση των ήδη εξειδικευμένων στον τομέα ενώ, θα αμβλύνει και την ανισότητα των φύλων καθώς το 2019, το 82,1 % των ειδικών στους τομείς της τεχνολογίας, ήταν άνδρες.

Είναι δεδομένο ότι η ψηφιακή τεχνολογική ανάπτυξη είναι άμεσα συνυφασμένη με τον ψηφιακό αλφαριθμητισμό και αποτελεί βασική προϋπόθεση³⁰. Κύριος στόχος είναι ως το 2030 να απασχολούνται τουλάχιστον 20 εκ. ειδικοί ΤΠΕ (Τεχνολογία Πληροφορίας και Επικοινωνιών) σε ολόκληρη την Ευρώπη, οι οποίοι το 2019 ήταν στο σύνολο σχεδόν 7,4 εκατομμύρια. Ο τεχνολογικός αλφαριθμητισμός, δεν έχει στόχο μόνο να καλλιεργήσει τις ψηφιακές δεξιότητες, αλλά και να στήσει μια κοινωνία η οποία θα μπορεί να διακρίνει άμεσα τους κινδύνους που εγκυμονεί ο κυβερνοχώρος του διαδικτύου, να είναι σε θέση να προλαμβάνει την οποιαδήποτε διαδικτυακή απάτη, καθώς και να μπορεί να κάνει αυτό που με πολύ απλά λόγια λέμε διαλογή πληροφοριών, καθώς το διαδίκτυο παρέχει πληθώρα πληροφοριών και υπηρεσιών. Για να επιτευχθεί αυτό φυσικά απαιτεί και άμεση παρέμβαση της Ευρωπαϊκής Ένωσης μέσω νομοθετικών έργων για την διασφάλιση και την προστασία τόσο των επιχειρήσεων, αλλά και ολόκληρης της κοινότητας. Με αυτόν τον τρόπο, θα δημιουργηθεί ένα ανθρώπινο δυναμικό το οποίο θα μπορεί να διεκδικήσει θέσεις εργασίας οι οποίες θα είναι πιο απαιτητικές εξαιτίας της τεχνολογικής μεταβολής που πρόκειται να υποστούν οι κλάδοι της οικονομίας.

²⁹ futurium.ec.europa.eu. *Futurium / Digital Skills*. Διαθέσιμο:

<https://futurium.ec.europa.eu/en/digital-compass/digital-skills?page=2> (Ιούλιος 2022).

³⁰ education.ec.europa.eu. *Digital Education Action Plan (2021-2027) | European Education Area*.

Διαθέσιμο: <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/digital-education-action-plan> (Ιούλιος 2022).

2.1.2 Ο εκσυγχρονισμός των υποδομών³¹:

Σχετικά με την παράμετρο των υποδομών αλλά και τις δυνατότητες συνδεσιμότητας στο διαδίκτυο, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει θέσει ως στόχο να αποκτήσει ηγετική θέση στο παιχνίδι των ψηφιακών εργαλείων με καινοτομίες που θα την κάνουν μια από τις πλέον ανταγωνιστικές δυνάμεις παγκοσμίως. Με συγκεκριμένα επενδυτικά προγράμματα και συντονισμένες πολιτικές στοχεύει, κάθε νοικοκυριό αλλά και κάθε φορέας και επιχείρηση, να διαθέτει πολύ γρήγορες ταχύτητες δικτύου στο σπίτι, δηλαδή συνδεσιμότητα gigabit μέσω οπτικών ινών. Το Gigabit connectivity, προσφέρει μεγάλη αλλά και σταθερή ταχύτητα μετάδοσης δεδομένων. Μέχρι στιγμής η ταχύτητα συνδεσιμότητας μετριόταν μέσω των Mbps, σήμερα 1000 Mbps αντιστοιχούν σε 1 gigabit, συνεπώς καταλαβαίνουμε ότι κάνουμε λόγο πια για τεράστιες ταχύτητες σύνδεσης οι οποίες θα φέρουν τρομερές αλλαγές και μεγάλες διευκολύνσεις τόσο στις επιχειρήσεις, όσο και στα νοικοκυριά. Ταχύτερη πρόσβαση, γρηγορότερες πληρωμές, on-line αγορές χωρίς αναμονή είναι μερικά από τα προτερήματα που θα φέρει αυτή η δυνατότητα.

Παράλληλα, ακόμη ένα όραμα, που έχει τεθεί προς επίτευξη είναι όλες οι πυκνά κατοικημένες περιοχές και τα αστικά κέντρα να έχουν την δυνατότητα πρόσβασης στο δίκτυο 5G χωρίς εμπόδια. Διανύουμε μια εποχή που το δίκτυο είναι 5^{ης} γενιάς, με άλλα λόγια αυτό σημαίνει γρηγορότερες ταχύτητες ασύρματης μετάδοσης δεδομένων, δυνατότητα χρήσης real time εφαρμογών, σταθερότητα στην μετάδοση αλλά και συνδυασμό του φάσματος 5G με Υπηρεσίες IoT (Internet of Things)³². Ακόμα, η Ευρωπαϊκή Ένωση επιθυμεί, μέχρι το 2030 να αντιπροσωπεύει το 20% της παραγωγής των ημιαγωγών σε αξία, σε παγκόσμιο επίπεδο, έναντι του 10% που αντιπροσώπευε μέχρι το 2021. Με άλλα λόγια σκοπεύει να δημιουργεί προηγμένα - αξιόπιστα micro chips (μικροεπεξεργαστές- ημιαγωγούς)³³ τα οποία θα είναι κατάλληλα για την πολύ

³¹ futurium.ec.europa.eu. (n.d.). *Futurium | Digital Infrastructures*. Διαθέσιμο:

<https://futurium.ec.europa.eu/en/digital-compass/digital-infrastructures?page=2> (Ιούλιος 2022).

³² digital-strategy.ec.europa.eu. *Europe's Internet of Things Policy | Shaping Europe's digital future*.

Διαθέσιμο: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/internet-things-policy#:~:text=The%20Internet%20of%20Things%20merges> (Ιούλιος 2022)

³³ Europa.eu. (2017). Διαθέσιμο: <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/87440> [

(Ιούνιος 2022)

γρήγορη μετάδοση δεδομένων και πληροφορίας και αποτελούν βασικό παράγοντα ψηφιακής εξέλιξης σε πολύ σημαντικούς τομείς όπως αυτός της βιομηχανίας, των υπηρεσιών και άλλους. Επίσης στόχος είναι η ανάπτυξη 10.000 κόμβων υψηλής ανάλυσης ή αλλιώς Cloud Data Center τα οποία θα προσφέρουν πλήθος υπηρεσιών (συγκέντρωση) για την διαχείριση μεγάλων όγκων δεδομένων.

Τέλος, ένας ακόμη στόχος είναι μέχρι το 2025 να έχει τεθεί σε λειτουργία ο πρώτος υπολογιστής που θα λειτουργεί μέσω της κβαντομηχανικής, καινοτομία που θα ανοίξει νέες πόρτες αναφορικά με την κβαντομηχανική στην Ευρώπη. Σήμερα ένας υπολογιστής λειτουργεί με την κλασική του μορφή. Όταν κάνουμε λόγο για κβαντικούς υπολογιστές αναφερόμαστε σε μιας μορφής έξυπνους υπολογιστές, οι οποίοι θα είναι ικανοί να διαχειρίζονται μεγαλύτερες και πιο περίπλοκες και απαιτητικές βάσεις δεδομένων.

2.1.3 Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων:

Η πανδημία έφερε τρομερούς κλυδωνισμούς στον κλάδο του εμπορίου και τον χώρο των επιχειρήσεων και κατέστησε, για την πλειονότητα των επιχειρήσεων, ουσιαστικής σημασίας την ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών.

Έτσι λοιπόν το όραμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης στοχεύει στην ψηφιοποίηση και στον τεχνολογικό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων με γνώμονα την επιβίωση τους μπροστά στις νέες συνθήκες που προκύπτουν. Μέχρι το 2030 το δίκτυο 5G το οποίο είναι το εργαλείο για την αξιοποίηση της τεχνολογίας, η χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης, οι Υπηρεσίες Internet of Things (IoT), η ρομποτική, η εικονική πραγματικότητα θα είναι βάση για νέα προϊόντα, υπηρεσίες, εφαρμογές και φυσικά νέα επιχειρηματικά μοντέλα. Για την ομαλή αυτή εξέλιξη, η οποία δεν έχει καμία σχέση με όσα γνωρίζαμε μέχρι στιγμής, θα πρέπει να δημιουργηθεί μια νέα ψηφιακή ενιαία αγορά κατάλληλη για όλους και με ισότιμους όρους για έναν υγιή ανταγωνισμό. Ο στόχος αυτός συνδέεται άρρηκτα και με τα προαναφερθέντα. Είναι κοινά αποδεκτό ότι όσα βήματα και να κάνει μια επιχείρηση προς την ψηφιοποίηση, ακόμα κι αν έχει τα κατάλληλα μέσα και το κεφάλαιο να το κάνει, αν δεν έχει την σωστή υποδομή για να λειτουργεί σωστά και φυσικά αν δεν έχει το κατάλληλα εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό για να μπορεί να τα διαχειρίζεται, δυστυχώς ο στόχος δεν θα είναι δυνατόν να υλοποιηθεί.

Από τα παραπάνω λοιπόν συνάγεται το συμπέρασμα ότι ο ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων και το κατά πόσον είναι εφικτό να επιτευχθεί, θα εξαρτηθεί από πολλούς παράγοντες που επηρεάζουν το οικοσύστημα. Ο τεχνολογικός μετασχηματισμός θα εξαρτηθεί από το πόσο γρήγορα και κατά πόσον είναι ικανές οι επιχειρήσεις να τον υιοθετήσουν. Πέραν από τις μεγάλες εταιρείες και τις επιχειρήσεις ο κλάδος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, αποτελεί κι αυτός με την σειρά του μεγάλη πρόκληση για την επίτευξη του συγκεκριμένου στόχου. Η ενιαία αγορά θα πρέπει να δημιουργήσει το έδαφος και τις κατάλληλες συνθήκες που θα θέσουν την βάση για τον μετασχηματισμό των ΜμΕ. Απαιτείται έντονη στήριξη από την Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και ουσιαστική βοήθεια, προκειμένου να μην μείνει καμία επιχείρηση στο περιθώριο της στασιμότητας. Ο μετασχηματισμός μπορεί να δημιουργεί νέες ευκαιρίες και νέες προοπτικές, όμως εγκυμονεί και κινδύνους.

Το όραμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα υλοποιηθεί αν μέχρι το 2030 το 75% των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, έχει καταφέρει να υιοθετήσει και να θέσει σε λειτουργία

διάφορες εξελιγμένες τεχνολογικές υπηρεσίες και εργαλεία όπως, τα Clouds, τα Big Data, και την χρήση Τεχνητής Νοημοσύνης - Artificial Intelligent.

Ακόμη μια φιλοδοξία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με χρονικό όριο έως το 2030, σχετίζεται με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Πιο συγκεκριμένα επιθυμεί τουλάχιστον πάνω από το 90% στο σύνολο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, να έχουν καταφέρει να κατακτήσουν τουλάχιστον ένα βασικό επίπεδο ψηφιακού μετασχηματισμού. Μέχρι το 2021 το ποσοστό ήταν 60% στο σύνολο των ΜμΕ σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Κοινότητα. Βέβαια από χώρα σε χώρα οι ρυθμοί και τα ποσοστά αλλάζουν, παρόλα τα παραπάνω είναι κοινά αποδεκτό ότι οι μικρομεσαίες φαίνεται να καθυστερούν σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες και αυτό αποτελεί μια τεράστια πρόκληση για την οικονομία.

Τέλος μέχρι το 2030, στόχος είναι να έχουν διπλασιαστεί οι νεοφυείς επιχειρήσεις –στην Ευρώπη αλλά και η βελτίωση της πρόσβασής τους σε χρηματοδοτήσεις. Φαίνεται ότι το χάσμα μεταξύ Ηνωμένων Πολιτειών, Κίνας και Ευρώπης είναι ακόμα αρκετά μεγάλο και η Ευρώπη έχει ακόμα περιθώρια βελτίωσης προκειμένου να γίνει ανταγωνιστική.

2.1.4 Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των δημοσίων υπηρεσιών:

Τέλος, λόγος γίνεται για την ψηφιοποίηση των δημοσίων υπηρεσιών. Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχοντας θέσει στόχους για τεχνολογική αναδιάρθρωση όλων των κλάδων και συγκεκριμένα του κλάδου του εμπορίου, δεν θα γινόταν να παραλείψει τις κρατικές δημόσιες υπηρεσίες που αλληλοεπιδρούν τόσο με τους πολίτες, όσο και με τις επιχειρήσεις.

Η πανδημία ανέδειξε την ανάγκη για πιο εύκολη αλλά και πιο ασφαλή πρόσβαση σε δημόσιες υπηρεσίες, ενώ παράλληλα η ταχύτητα με την οποία αναπτύσσεται η τεχνολογία προσφέρει ένα πολύ σημαντικό εργαλείο για τον μετασχηματισμό. Έτσι λοιπόν, σύμφωνα με το πολιτικό πρόγραμμα για την ψηφιακή δεκαετία που έχουμε ήδη αρχίσει να διανύουμε, έχουν τεθεί στόχοι για τον μετασχηματισμό των δημοσίων υπηρεσιών. Έως το 2030 οι δημόσιες υπηρεσίες θα πρέπει να είναι εύχρηστες, στοχευμένες και με υψηλή διασφάλιση προστασίας της ανθρώπινης ζωής και των προσωπικών δεδομένων. Πρώτος στόχος είναι οι βασικές κρατικές δημόσιες υπηρεσίες να είναι διαθέσιμες μέσω διαδικτύου και προς τους ευρωπαίους πολίτες αλλά και προς όλες τις επιχειρήσεις. Αναφορικά με την υγεία, όλοι οι πολίτες θα πρέπει να έχουν την δυνατότητα πρόσβασης σε ιατρικά αρχεία τα οποία θα έχουν ψηφιοποιημένη μορφή και τέλος το 80% όλων των πολιτών της Ευρωπαϊκής Ένωσης να έχουν πια ψηφιοποιημένη μορφή ταυτότητας. Στατιστικά στοιχεία δείχνουν ότι μέχρι και το έτος 2021 οι 75 πολίτες στους 100 είχαν δυνατότητα πρόσβασης σε υπηρεσίες, ενώ σε επίπεδο επιχειρήσεων είχαν οι 84. Στόχος είναι το 100% των ευρωπαίων πολιτών αλλά και των επιχειρήσεων να μπορούν να κάνουν χρήση των ψηφιοποιημένων δημοσίων υπηρεσιών πέραν από τις βασικές όπως π.χ. η συμπλήρωση εντύπων.

2.1.5 Βασικοί πυλώνες συντονισμού

Φυσικά για να μπορέσουν να υλοποιηθούν τα παραπάνω με μεγαλύτερη ευκολία, θα πρέπει να γίνει η επιτάχυνση των διαδικασιών πολύ σπουδαίων πολυκρατικών έργων, έργα για τα οποία απαιτείται συντονισμένη δράση, καθώς δεν γίνεται να επιτευχθούν μεμονωμένα από το κάθε ένα κράτος- μέλος ξεχωριστά.

Έτσι λοιπόν, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τα Κράτη Μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, θα συνεργαστούν και αυτή τους η συνεργασία θα συντονίζεται από βασικούς πυλώνες³⁴:

1. Από τον Δείκτη Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας - Digital Economy and Society Index (DESI)³⁵. Ο συγκεκριμένος δείκτης, ήδη χρησιμοποιείται από το 2014 για την παρακολούθηση της ψηφιακής προόδου των κρατών-μελών, συνοψίζει δεκάδες άλλους δείκτες και αποτελεί πλέον το επίσημο σύστημα παρακολούθησης της επίτευξης των στόχων που έχει θέσει η Ευρωπαϊκή Ένωση.
2. Αξιολόγηση της επίτευξης των στόχων, μέσω Ετήσιας Έκθεσης με βάση την οποία η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα κρίνει το κατά πόσον προχωρά το σχέδιο και η υλοποίηση των στόχων σε κρατικό επίπεδο. Αυτό θα του παρέχει την δυνατότητα να προσδιορίζει τους τομείς που φαίνεται να καθυστερεί η πρόοδος και ποια θα είναι τα καταλληλότερα διαρθρωτικά μέτρα για την επίλυση των προβλημάτων που θα προκύψουν.
3. Μακροπρόθεσμα στρατηγικά σχέδια, στρατηγικοί χάρτες για κάθε ένα από τα Κράτη Μέλη, σχετικά με τις κινήσεις που θα κάνουν προς την επίτευξη των στόχων.
4. Οργανωμένο με συγκεκριμένη δομή πλαίσιο, στο οποίο θα γίνονται σχετικές διαβουλεύσεις και συζητήσεις μεταξύ των χωρών για το συγκεκριμένο θέμα.
5. Διάφοροι μηχανισμοί στήριξης- εργαλεία.

³⁴ European Commission. (2022). *Η ψηφιακή δεκαετία της Ευρώπης: ψηφιακοί στόχοι για το 2030*. Available at: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_el. (Ιούνιος 2022)

³⁵ European Commission - European Commission. (n.d.). *Press corner*. Available at: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/IP_21_5481. (Ιούνιος 2022)

Στο μεταξύ το πρόγραμμα όπως «Ψηφιακή Ευρώπη- Digital Europe»³⁶, σε συνδυασμό με άλλα προγράμματα όπως, το «Horizon Europe Program»³⁷, το «Connecting Europe Facility»³⁸, ο Μηχανισμός Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας³⁹ θα προσφέρουν χρηματοδότηση για την προώθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού τόσο της οικονομίας, όσο και της κοινωνίας⁴⁰.

Η μετατροπή όλων των παραπάνω και ο ψηφιακός τους μετασχηματισμός θα πρέπει να γίνει χωρίς διακρίσεις, με βάση τους δημοκρατικούς θεσμούς και με πλήρη εναρμόνιση των δράσεων των κρατικών φορέων, κοινοτικών και τοπικών καθώς και όλων των πολιτών με τους στόχους της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Όλες αυτές οι δράσεις θα πρέπει να συνοδεύονται από ένα σύνολο αρχών για την διασφάλιση της ασφάλειας και της προστασίας προκειμένου να υπάρχει καθολική χρήση τους διαδικτύου, ασφαλές διαδικτυακό περιβάλλον, καθολική ψηφιακή εκπαίδευση και πρόσβαση σε υπηρεσίες υγείας, συσκευές και παροχές που να σέβονται τον περιβάλλον, οριοθέτηση της χρήσης των αλγορίθμων στον κυβερνοχώρο του διαδικτύου, προστασία των νεαρών πολιτών από τους κινδύνους σε διάφορους ιστότοπους.

Με βάση αυτές τις αρχές, η Ευρωπαϊκή Ένωση θα μπορεί να διεκδικήσει τα συμφέροντά της, να συμμετέχει ενεργά και επίσημα στην παροχή και εύρεση λύσεων των προβλημάτων που θα προκύψουν στον κυβερνοχώρο του διαδικτύου και θα μπορούσε να αντικρούεται με αθέμιτες πρακτικές.

Βέβαια εν κατακλείδι και μελετώντας όλα τα παραπάνω πηγάζει το καίριο ερώτημα αν ισχύουν τα ίδια για κάθε μέγεθος επιχείρησης. Υπάρχει σίγουρα ως δεδομένο ότι

³⁶ EPIC (n.d.). DIGITALEUROPE – *The voice of digitally transforming industries in Europe*.

DIGITALEUROPE. Διαθέσιμο: <https://www.digitaleurope.org/>. (Ιούνιος 2022)

³⁷ European Commission (2021). *Horizon Europe*. European Commission. Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe_en. (Ιούνιος 2022)

³⁸ European Commission. (2015). *Connecting Europe Facility*. Διαθέσιμο: <https://ec.europa.eu/inea/en/connecting-europe-facility>. (Ιούνιος 2022)

³⁹ European Commission. (2022). *Μηχανισμός ανάκαμψης και ανθεκτικότητας*. Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/recovery-coronavirus/recovery-and-resilience-facility_el (Ιούνιος 2022)

⁴⁰ futurium.ec.europa.eu. (n.d.). Futurium | *Digital Businesses - The Digital Europe Programme - DIGITAL*. Available at: <https://futurium.ec.europa.eu/en/digital-compass/digital-businesses/library-video/digital-europe-programme-digital> (Ιούνιος 2022)

οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις σημειώνουν μεγαλύτερη εξέλιξη και πρόοδο, όμως τι γίνεται με τις μικρές; Υπάρχει τελικά εμπόριο δύο ταχυτήτων ; Όλα τα παραπάνω μας οδηγούν στο κεντρικό μας ερώτημα κατά πόσον δηλαδή οι ΜμΕ του λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα και ειδικά οι πολύ μικρές μπορούν να ανταποκριθούν και να συμμετέχουν ενεργά στην επίτευξη του στόχου της ψηφιοποίησης και τελικά κατά πόσον διαφυλάττονται από τον ακραίο ανταγωνισμό που ανοίγεται μπροστά τους.

2.2. Digital Economy and Society Index (DESI) 2021: Εισαγωγή & Μεθοδολογία του Δείκτη Digital Economy and Society Index (DESI) 2021

Ήδη από το 2014, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, χρησιμοποιεί τον δείκτη DESI προκειμένου να παρακολουθεί στενά την πορεία των κρατών μελών προς την ψηφιοποίηση. Πρόκειται για ετήσιες εκθέσεις οι οποίες παρέχουν συγκεκριμένα στοιχεία ποιοτικά και ποσοτικά, αναλύσεις των προφίλ της κάθε χώρας μέλος και σημεία στα οποία ενδεχομένως να υστερούν και χρήζουν άμεσης παρέμβασης με στόχο πάντα την ψηφιοποίηση και εξέλιξη των κρατών. Ο δείκτης DESI δημιουργήθηκε και αναπτύχθηκε με βάση το εγχειρίδιο του ΟΟΣΑ (Organisation for Economic Co-operation and Development- OECD) το οποίο αναφέρεται στην δημιουργία σύνθετων δεικτών, οι οποίοι έχουν ως στόχο να θέσουν την βάση για μια αποτελεσματικότερη και πιο στοχευμένη χάραξη πολιτικής⁴¹. Εν όψει της πανδημίας του Covid- 19, αλλά και της πολύ γρήγορης ανάπτυξης της τεχνολογίας, ο δείκτης DESI αναδιαρθρώθηκε με πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, προκειμένου να αντικατοπτρίζει και να δίνει στοιχεία με βάση τους στόχους που έχει θέσει τόσο το πολιτικό πρόγραμμα « Η ψηφιακή δεκαετία της Ευρώπης: ψηφιακοί στόχοι για το 2030 – Ψηφιακή Πυξίδα» όσο και ο Μηχανισμός Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας. Όπως έχει ήδη αναφερθεί σε προηγούμενη ενότητα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέκρινε τον Μάρτιο του 2021 το κοινό όραμα « Η ψηφιακή δεκαετία της Ευρώπης: ψηφιακοί στόχοι για το 2030 – Ψηφιακή Πυξίδα» οριοθετημένο έως το 2030, ένα όραμα που προσβλέπει στον ψηφιακό μετασχηματισμό και των 27 χωρών.

Η ψηφιακή ανάπτυξη συμπεριλαμβάνει τέσσερα πολύ βασικά σημεία:

1. Ψηφιακές δεξιότητες
2. Υποδομές με συγκεκριμένες προδιαγραφές
3. Ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων

⁴¹ www.oecd.org. (n.d.). *Handbook on constructing composite indicators: methodology and user guide* - OECD. Διαθέσιμο:

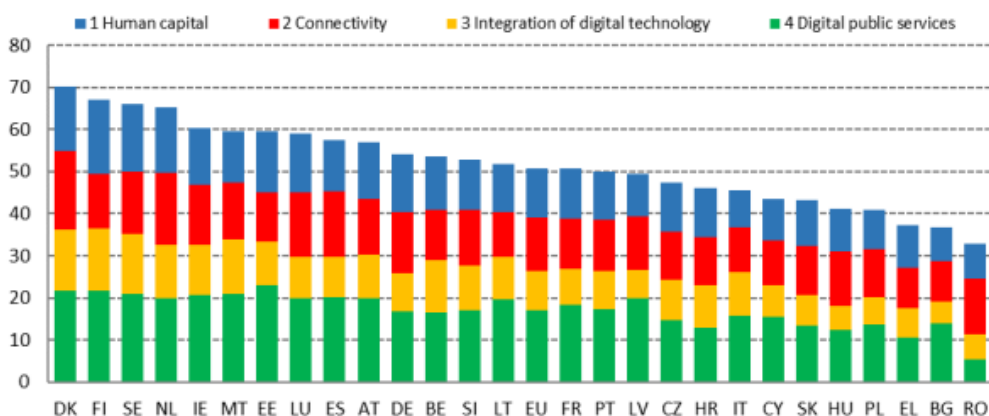
<https://www.oecd.org/els/soc/handbookonconstructingcompositeindicatorsmethodologyanduserguide.htm> (Ιούνιος 2022)

4. Ψηφιοποίηση των δημοσίων υπηρεσιών

Τα προαναφερθέντα βασικά σημεία φαίνεται να αποτελούν τον μεγάλο στόχο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, στόχο που θα αυξήσει την ανταγωνιστικότητα της σε παγκόσμιο επίπεδο και θα φέρει οικονομική άνθηση και ισχυροποίηση της θέσης της στο χάρτη. Παράλληλα, η επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί αποτελεί αδιαμφισβήτητα μια μεγάλη πρόκληση και για τα 27 κράτη μέλη.

Είναι κοινά αποδεκτό, ότι όλες οι χώρες που συντελούν την Ευρωπαϊκή Κοινότητα, δεν αναπτύσσονται με τους με τους ίδιους ρυθμούς και η αιτία είναι πολύ-παραγοντική. Συνεπώς συμπεραίνουμε ότι και στον τομέα της ψηφιοποίησης θα υπάρχουν σημαντικές διαφορές στις ταχύτητες ανάπτυξης των κρατών μελών. Η εποπτεία και η παρακολούθηση αυτών των στόχων καθώς και η συστηματική μελέτη της πορείας που σημειώνουν τα κράτη-μέλη, γίνονται μέσω του δείκτη Digital Economy and Society Index (DESI) για το έτος 2021 με δεδομένα που πηγάζουν από στοιχεία κατά το έτος του 2020. Παρακάτω θα αναφέρουμε μερικά στοιχεία σχετικά με την πρόοδο των χωρών.

Όσον αφορά την πρόοδο όλων των χωρών και σύμφωνα με τις εκθέσεις του δείκτη DESI, ανά κράτος - μέλος, με βάση τους τέσσερις βασικούς τομείς που αναλύει ο Δείκτης, παρατηρείται ότι οι χώρες Δανία, Φιλανδία, Σουηδία και οι Κάτω Χώρες (Ολλανδία, Βέλγιο, Λουξεμβούργο) έχουν κατακτήσει την υψηλότερη βαθμολογία με βάση τις μετρήσεις του Δείκτη, ενώ αντιθέτως η Ελλάδα, η Βουλγαρία και η Ρουμανία βρίσκονται στις χαμηλότερες.



Πίνακας 7 - Digital Economy and Society Index, 2021

Πηγή: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/qanda_21_5483

Στο σημείο αυτό, αξίζει να σημειωθούν μερικά μεθοδολογικά στοιχεία του Δείκτη, καθώς ο DESI αποτελεί δείκτη απλής κατάταξης των χωρών. Συνεπώς όταν μια χώρα κατέχει χαμηλή θέση με βάση την βαθμολογία της στην κατάταξη ή σημειώνει πτώση από την μια χρόνια μέχρι την επόμενη, δεν σημαίνει ότι δεν προοδεύει και δεν κάνει σημαντικά βήματα ανάπτυξης. Αντιθέτως, σημαίνει ότι ενδεχομένως να έχει χαμηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης και προόδου συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες γι' αυτό και σημειώνει καθυστέρηση στην ανέλιξή της⁴² με ό,τι μπορεί να συνεπάγεται αυτό.

Οι βασικοί τρόποι ανάλυσης για την τελική βαθμολογία και την τελική κατάταξη των κρατών μελών εξαρτάται από την γενική αξιολόγηση της πορείας τους, από τον εντοπισμό των βασικών σημείων που χρήζουν άμεσης παρέμβασης για την βελτίωση και κατά συνέπεια την ανάπτυξη, από το κατά πόσον εξελίσσονται και σημειώνουν σημαντικά βήματα σε βάθος χρόνου και τέλος μέσω συγκριτικής ανάλυσης της προόδου για ταξινόμηση των χωρών σε κατηγορίες με βάση τα βήματα που κάνουν για την ψηφιοποίηση.

Οι κύριοι τομείς του Δείκτη DESI 2021 που είναι άμεσα συνυφασμένοι και σχετικοί μεταξύ τους, έχουν τροποποιηθεί για να εναρμονίζονται σε μεγάλο βαθμό με τα τέσσερα βασικά σημεία που περιλαμβάνει το κοινό όραμα « Η ψηφιακή δεκαετία της Ευρώπης: ψηφιακοί στόχοι για το 2030 – Ψηφιακή Πυξίδα» και αυτοί είναι:

1. Το Ανθρώπινο κεφάλαιο
2. Η Συνδεσιμότητα
3. Η Ενσωμάτωση της ψηφιακής τεχνολογίας
4. Η Ψηφιοποίηση των δημοσίων υπηρεσιών

Παρακάτω παρατίθεται πίνακας που απεικονίζει τους στόχους της Ψηφιακής Πυξίδας σε σχέση με τις τέσσερις διαστάσεις του δείκτη.

⁴² www.opengov.gr. (n.d.). 3.1. Δείκτης Ψηφιακής Οικονομίας & Κοινωνίας 'DESI' | Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης.] Διαθέσιμο: <http://www.opengov.gr/digitalandbrief/?p=2149> (Ιούνιος 2022)

1 Human capital	At least basic digital skills ICT specialists Female ICT specialists
2 Connectivity	Gigabit for everyone (Fixed very high capacity network coverage) 5G coverage
3 Integration of digital technology	SMEs with a basic level of digital intensity AI Cloud Big data
4 Digital public services	Digital public services for citizens Digital public services for businesses

Πίνακας 8 - Digital Compass targets in DESI 2021 in relation to the four dimensions of the index

Πηγή: <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/80563>

2.3 Οι βασικοί τομείς του Δείκτη Digital Economy and Society Index (DESI) για το έτος 2021

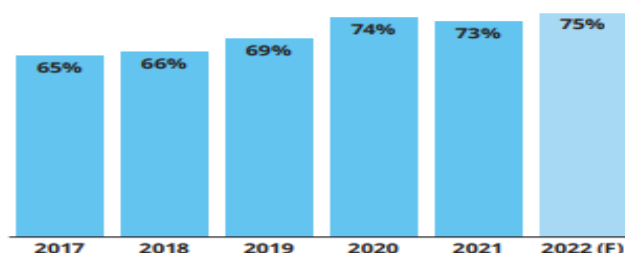
➤ Ανθρώπινο Κεφάλαιο- Human Capital:

Το Ανθρώπινο κεφάλαιο και ότι αφορά στην ανάπτυξη βασικών δεξιοτήτων- βασικές γνώσεις, αλλά και στις πιο προηγμένες, αποτελούν μέρος των στόχων που έχει θέσει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μέσω του πολιτικού της προγράμματος.

Κύριο μέλημα είναι το 80% των πολιτών της Ε.Ε να διαθέτει δεξιότητες για να μπορεί να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις της νέας εποχής. Σήμερα, εν όψει της πανδημίας του Covid-19, οι νέες θέσεις εργασίας απαιτούν τέτοιου είδους ικανότητες. Όμως ακόμα και η εργασία με τη μορφή που είχαμε συνηθίσει να συναντάμε μέχρι στιγμής, είχε τροποποιηθεί. Κατά τη διάρκεια των Lockdown παρατηρήθηκε έντονα το φαινόμενο της απομακρυσμένης εργασίας (τηλεργασία) και της ψηφιοποιημένης επικοινωνίας - συμμετοχής σε διάφορα projects μέσω διαδικτύου. Επίσης παρατηρήθηκε αύξηση των ηλεκτρονικών αγορών. Οι καταναλωτές στράφηκαν στις ηλεκτρονικές αγορές εξαιτίας της αναστολής της λειτουργίας των φυσικών καταστημάτων. Συνεπώς, ανακύπτει όλο και περισσότερο η ανάγκη για προσωπικό που θα μπορεί να διαχειρίζεται όγκο δεδομένων και άλλα ψηφιοποιημένα εργαλεία. Παράλληλα αναδύθηκε η άμεση ανάγκη για ψηφιοποίηση των υπηρεσιών. Στον παρακάτω πίνακα παρατηρούμε την πορεία αύξησης της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου από τους καταναλωτές, καθώς και της αξιοποίησης των διαθέσιμων online υπηρεσιών τα οποία εξηγούν όλα όσα έχουμε αναφέρει παραπάνω. Από το 2017 έως το 2022 η χρήση του ηλεκτρονικού εμπορίου και των υπηρεσιών έχει σημειώσει αυξητική τάση.

E-shoppers, Europe

Percentage of internet users that bought goods or services online

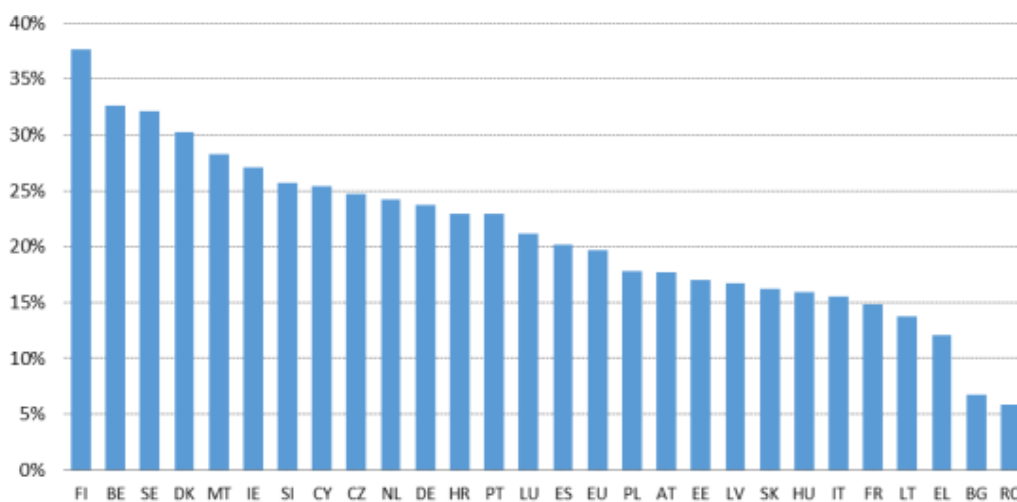


Πίνακας 9 - Percentage of internet users that bought goods or services online- Ποσοστά όσων κάνουν αγορές ή χρησιμοποιούν υπηρεσίες μέσω διαδικτύου

Πηγή: https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2022/06/CMI2022_FullVersion_LIGHT_v2.pdf

Από το 2015, ο ρυθμός ανάπτυξης των δεξιοτήτων στην Ευρωπαϊκή Ένωση ήταν μόλις 0.9%. Προκειμένου να επιτευχθεί ο στόχος που έχει τεθεί από την ευρωπαϊκή Επιτροπή, ο ρυθμός ανάπτυξης θα πρέπει να τριπλασιαστεί (2,7%) κάτι που δεδομένης της κατάστασης, φαίνεται να είναι εφικτό. Όσον αφορά τον επιχειρηματικό κόσμο, το 2020 το 70% των επιχειρήσεων σημείωσε δυσκολία στην εύρεση προσωπικού, το οποίο να διαθέτει ψηφιακές δεξιότητες, κάτι που αποτελεί εμπόδιο και για μετέπειτα επενδύσεις και ανάπτυξη των επιχειρήσεων σε κάτι πιο ψηφιακό. Η έλλειψη κατάρτισης και γνώσης εντείνεται ακόμη περισσότερο δεδομένης της έλλειψης εκπαιδευτικών προγραμμάτων σε τομείς όπως η τεχνητή νοημοσύνη, η ασφάλεια στον κυβερνοχώρο του διαδικτύου και άλλων τέτοιων ψηφιακών εργαλείων.

Στο μεταξύ σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί ότι το 20% των επιχειρήσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση είχε τη δυνατότητα να προσφέρει την απαιτούμενη κατάρτιση στο προσωπικό του, με την Φιλανδία να κατέχει την πρώτη θέση στην κατάταξη με 38%, ενώ στην τελευταία θέση βρίσκεται η Ελλάδα με 12%. Τα στοιχεία αυτά αντικατοπτρίζουν τον αρνητικό αντίκτυπο που θα έχει αυτό στις επιχειρήσεις στην χώρα μας σε βάθος χρόνου και την ανισότητα που θα δημιουργηθεί ως προς το εκπαιδευτικό – ψηφιακό - επίπεδο από χώρα σε χώρα.



Πίνακας 10 - Enterprises providing ICT training (% enterprises), 2020

Πηγή: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/qanda_21_5483

Με βάση λοιπόν τα διαθέσιμα δεδομένα που έχουμε, παρατηρούμε ότι η αγορά έχει άμεση ανάγκη από εργατικό δυναμικό το οποίο θα διαθέτει ειδικευμένες γνώσεις στην χρήση ψηφιοποιημένων εργαλείων.

➤ **Συνδεσιμότητα:**

Ένας ακόμη στόχος που έχει τεθεί προς επίτευξη, είναι η δυνατότητα συνδεσιμότητας, τόσο η σταθερή, όσο και η κινητή.

Μέχρι στιγμής 25 κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης φαίνεται να έχουν δυνατότητα πρόσβασης στο νέο φάσμα του 5G. Δεδομένης της νέας συνθήκης της πανδημίας η σύνδεση στο διαδίκτυο είναι κρίσιμης σημασίας. Η τηλεργασία, οι απομακρυσμένες επικοινωνίες, η εξ αποστάσεως εκπαίδευση, η αύξηση της αξιοποίησης των ηλεκτρονικών αγορών θα πρέπει να γίνονται υπό το πρίσμα των κατάλληλων υποδομών και εργαλείων για να επιτευχθούν με επιτυχία. Συνεπώς η συνδεσιμότητα είναι ένας τομέας που είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με τους άλλους τρεις στόχους και αποτελεί ακόμη μια πρόκληση.

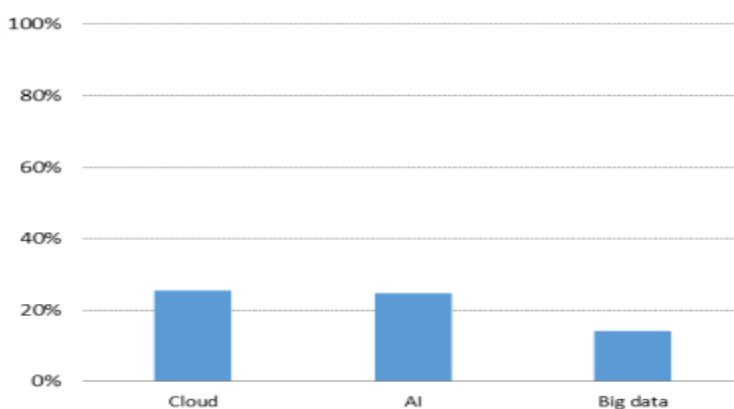
➤ **Η ενσωμάτωση της ψηφιακής τεχνολογίας από τις επιχειρήσεις:**

Η ψηφιακή πυξίδα έχει θέσει, ως έναν ακόμα στόχο, έως το τέλος της δεκαετίας, το 90% των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων να διαθέτουν τουλάχιστον ένα βασικό επίπεδο ψηφιακής ανάπτυξης.

Είναι δεδομένο ότι οι ψηφιακές τεχνολογίες έχουν φέρει και θα φέρουν ακόμα περισσότερες αλλαγές, θα τονώσουν τον ανταγωνισμό και θα δημιουργήσουν νέες ευκαιρίες στην εργασία. Σύμφωνα με την μελέτη των εκθέσεων του δείκτη για το 2021 με στοιχεία από την χρονιά του 2020, η οποία ήταν η πρώτη χρονιά που βιώσαμε την υγειονομική κρίση, μόνο το 60% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων κατά το έτος 2020 φαίνεται να το έχει επιτύχει και να έχει υιοθετήσει μερικές από αυτές.

Από τις αναλύσεις των στοιχείων προκύπτει ότι, οι χώρες Δανία και η Φιλανδία φαίνεται να έχουν αγγίξει το 88% του στόχου αυτού, ενώ η Ελλάδα έχει χαμηλή θέση στην κατάταξη.

Όσον αφορά τις μεγαλύτερες εταιρείες, ως στόχος έχει τεθεί, το 75% των εταιρειών να χρησιμοποιούν ως το τέλος του 2030, τεχνολογίες όπως τεχνητή νοημοσύνη- Artificial Intelligent, Cloud και βάση δεδομένων, ενώ σύμφωνα με τη μελέτη, παρόλο που όλο και περισσότερες επιχειρήσεις φαίνεται να κάνουν βήματα προς την ψηφιοποίηση (όπως για παράδειγμα η δημιουργία ενός ηλεκτρονικού καταστήματος, η χρήση των πιο εξειδικευμένων ψηφιακών εργαλείων, όπως τα παραπάνω, φαίνεται να εκλείπει. Στον πίνακα που ακολουθεί, φαίνονται τα ποσοστά υιοθέτησης τέτοιων εργαλείων από ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Κοινότητα, τα οποία όμως δε φαίνεται να ξεπερνούν το 30%.

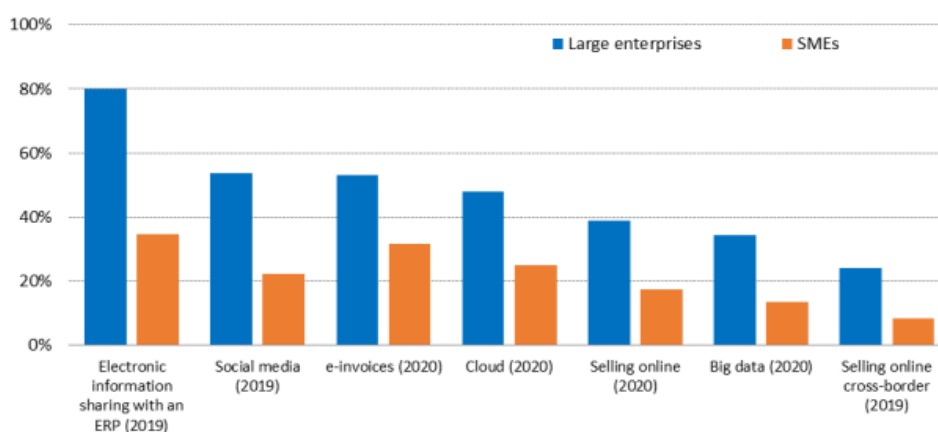


Πίνακας 11- Adoption of advanced technologies (% of enterprises) in the EU, 2020

Πηγή: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/qanda_21_5483

Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί το χάσμα που υπάρχει μεταξύ των μεγάλων εταιρειών και των ΜμΕ, όχι μόνο ως προς την χρήση των εξειδικευμένων εργαλείων στα οποία οι ΜμΕ παρουσιάζουν πολύ χαμηλά ποσοστά ως προς την χρήση τους, αλλά ακόμα και στην αξιοποίηση των θετικών στοιχείων που προσφέρει ένα ηλεκτρονικό κατάστημα. Στον παρακάτω πίνακα παρατηρείται ότι μόνο το 17% των

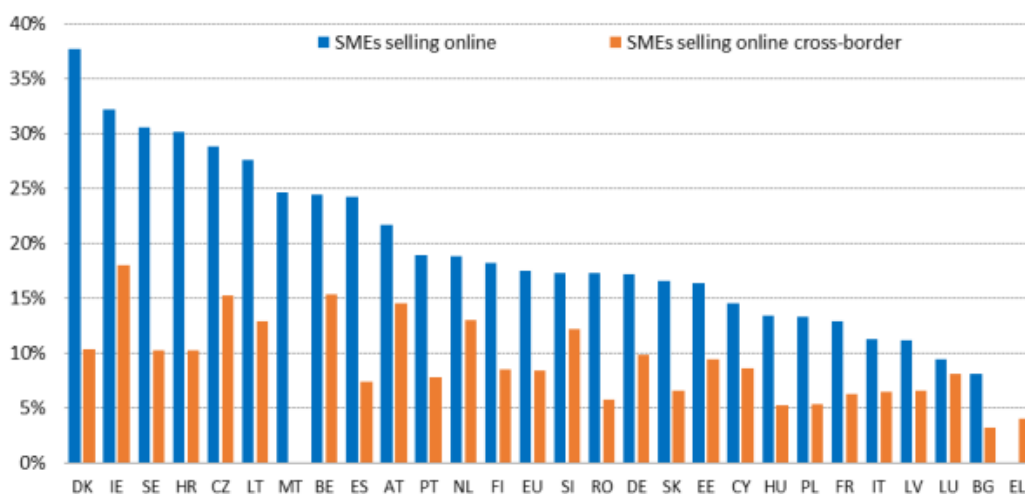
μικρομεσαίων επιχειρήσεων πραγματοποιεί διαδικτυακές πωλήσεις, σε αντίθεση με τις μεγαλύτερες (39%). Όσον αφορά τις διασυνοριακές πωλήσεις, τα ποσοστά είναι ακόμη πιο χαμηλά για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (8%). Σχετικά με τα λοιπά ψηφιακά εργαλεία, παρατηρείται χαμηλή αξιοποίηση τους από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις κάτι που μας ωθεί στο συμπέρασμα, ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κάνουν βήματα προς την ψηφιοποίηση, όμως οι ρυθμοί ανάπτυξής τους είναι ιδιαίτερα χαμηλοί.



Πίνακας 12 - Adoption of digital technologies (% enterprises), 2019, 2020

Πηγή: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/qanda_21_5483

Στον πίνακα που παρατίθεται παρακάτω, θα δούμε αναλυτικά τις διαδικτυακές πωλήσεις των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε ποσοστά, με την Ελλάδα να κατέχει χαμηλή θέση όπως προαναφέραμε.



Πίνακας 13 - SMEs selling online (2020), and selling online cross-border (2019) (% of SMEs)

Πηγή: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/qanda_21_5483

Οι ψηφιακές τεχνολογίες και τα καινοτόμα ψηφιακά εργαλεία, δίνουν τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να έχουν ανταγωνιστική θέση στην παγκόσμια αγορά και να βελτιώσουν την οικονομική ανθεκτικότητα των επιχειρήσεων. Λόγος γίνεται για μια αγορά που από τη μια έρχεται αντιμέτωπη με την πανδημία και τις επιπτώσεις αυτής και προσπαθεί να προσαρμοστεί στις νέες συνθήκες. Από την άλλη δέχεται πιέσεις εξαιτίας της γοργής ανάπτυξης της τεχνολογίας και τέλος και πολύ σημαντικό αντιμετωπίζει πιέσεις από την ανάπτυξη των πολύ μεγάλων εταιρειών όπως Amazon, eBay και άλλες εξίσου σημαντικές και πολύ ανταγωνιστικές στο πλαίσιο της ελεύθερης αγοράς εταιρείες.

Η ψηφιακή ένταση των επιχειρήσεων, δηλαδή το κατά πόσον και σε ποιο βαθμό υιοθετούν οι επιχειρήσεις τέτοιου είδους ψηφιακές τεχνολογίες, μετρείται μέσω του Δείκτη Ψηφιακής Έντασης, Digital Intensity Index (DII)⁴³. Ο Δείκτης αυτός, που περιλαμβάνεται στον Δείκτη DESI και μετρά την χρήση των ψηφιακών τεχνολογιών από τις επιχειρήσεις, τους ρυθμούς με τους οποίους εξελίσσονται και τον βαθμό διείσδυσης. Διαρθρώνεται σε 12 τομείς μελέτης, όπως για παράδειγμα η ιστοσελίδα, τα ηλεκτρονικά τιμολόγια, η απασχόληση ειδικών- ΤΠΕ (ICT specialists)⁴⁴ και άλλα και διαχωρίζεται σε μετρήσεις για τις μεγάλες εταιρείες και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ξεχωριστά, καθώς και με βάση τα συμπεράσματα που έχουμε βγάλει μέχρι στιγμής, αλλιώς αναπτύσσεται μια μεγάλη εταιρεία κι αλλιώς μια μικρομεσαία επιχείρηση. Στον πίνακα που ακολουθεί⁴⁵ αναλύονται οι 12 τομείς που μελετά ο DII και το ποσοστό των επιχειρήσεων που κάνουν χρήση για τον κάθε έναν τομέα από αυτούς σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση.

⁴³ Europa.eu. (2022). Διαθέσιμο: <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/80563> (Ιούλιος 2022) σελ.54

⁴⁴ DIRECTORATE FOR SCIENCE, TECHNOLOGY AND INNOVATION COMMITTEE ON DIGITAL ECONOMY POLICY Working Party on Measurement and Analysis of the Digital Economy EUROSTAT-OECD DEFINITION OF ICT SPECIALISTS. (2019). Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/Annexes/isoc_skslf_esms_an1.pdf (Ιούλιος 2022)

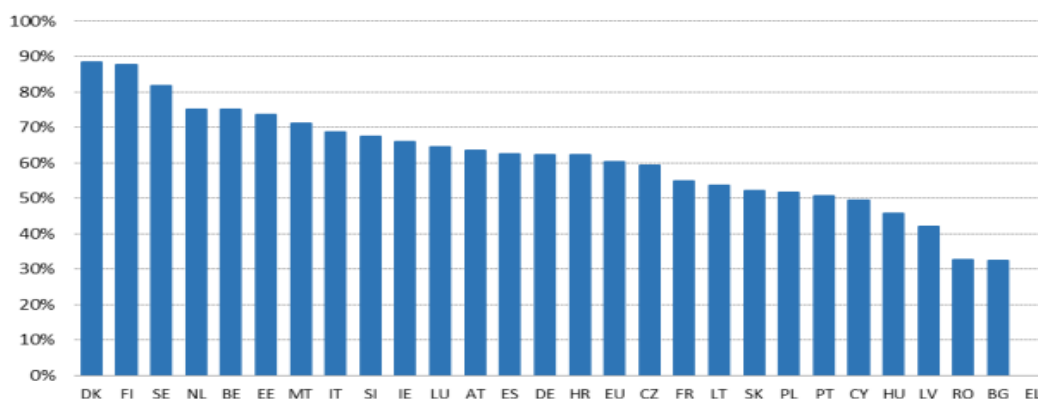
⁴⁵ Europa.eu. (2016). Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=67076 (Ιούλιος 2022).

	Large	SMEs
Have a website	94%	76%
The maximum contracted download speed of the fastest fixed line internet connection is at least 30 Mb/s	92%	76%
Website has at least one of : description of goods or services, price lists; possibility for visitors to customise or design online goods or services; tracking or status of orders placed; personalised content in the website for regular/ recurrent visitors	78%	62%
Enterprises where more than 50% of the persons employed used computers with access to the internet for business purposes	56%	46%
Provide more than 20% of the employed persons with a portable device that allows internet connection via mobile telephone networks, for business purposes	47%	39%
eInvoices sent, suitable for automated processing	53%	32%
Buy medium-high CC services	48%	25%
Employ ICT specialists	76%	18%
Enterprises with e-commerce sales of at least 1% turnover	39%	17%
Analyse big data internally from any data source or externally	34%	14%
Use industrial or service robots	28%	6%
Use 3D printing	17%	5%

Πίνακας 14 - Digital Intensity Index indicators tracking digitization processes (% enterprises), 2020

Πηγή: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=67076

Σχετικά με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ευρωπαϊκή Ένωση, το βασικό επίπεδο του DII χρήζει απαραίτητη τη χρήση τουλάχιστον τεσσάρων τεχνολογιών. Στον πίνακα που ακολουθεί παρατηρούμε ότι το 80% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Σκανδιναβία έχουν επιτύχει τουλάχιστον το βασικό επίπεδο έντασης και φαίνεται να είναι πάνω από 80%, ενώ η μικρομεσαία επιχείρηση στην Ελλάδα διατηρεί την τελευταία θέση καθώς καθυστερεί αρκετά σε σύγκριση με τις υπόλοιπες.



Πίνακας 15 - SMEs with at least basic level of digital intensity, 2020

Πηγή: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=67076

➤ **Ψηφιοποίηση των δημοσίων υπηρεσιών:**

Τέταρτος και τελευταίος στόχος της Ψηφιακής πυξίδας είναι οι ψηφιοποίηση των δημοσίων υπηρεσιών.

Κατά τη διάρκεια της πανδημίας είδαμε όλο και περισσότερες τεχνολογικές εφαρμογές και ψηφιακά εργαλεία να διεισδύουν εντονότερα στις υπηρεσίες προκειμένου να μπορεί το κοινό να τις χρησιμοποιεί χωρίς να χρειάζεται να μετακινηθεί από την κατοικία του. Βασικός στόχος είναι να ψηφιοποιηθούν εντελώς έως το τέλος της δεκαετίας.

Στοιχεία δείχνουν ότι ενώ το 2015 το 58% των χρηστών έκανε χρήση των υπηρεσιών στο διαδίκτυο, το 2020 το ποσοστό αυτό ανήλθε σε 64%. Βέβαια η ανάγκη για περαιτέρω επένδυση σε αυτό τον τομέα είναι κρίσιμης σημασίας. Μεταξύ των κρατών η Εσθονία, η Δανία, η Φιλανδία και η Μάλτα φαίνεται να βρίσκονται στην κορυφή, ενώ η Ελλάδα διατηρεί χαμηλή βαθμολογία.

2.4 Η θέση της Ελλάδας σύμφωνα με τον Δείκτη Digital Economy and Society Index (DESI) και ποιά είναι τα αποτελέσματα για το έτος 2021

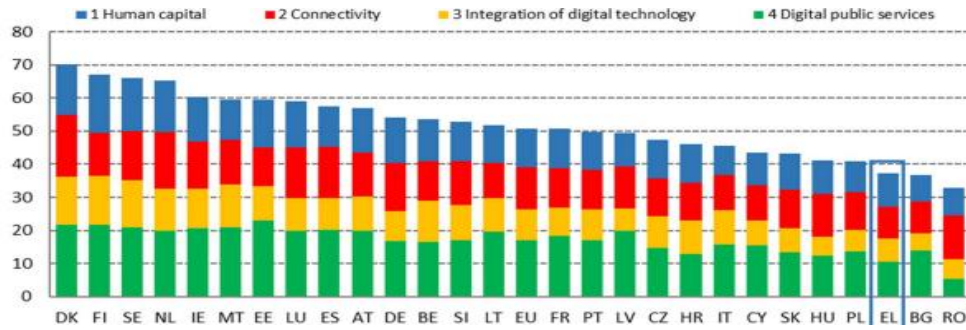
Ύστερα από την ανασκόπηση και την μικρή ανάλυση της πορείας των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης προς τον ψηφιακό μετασχηματισμό με βάση τον Δείκτη Digital Economy and Society Index (DESI) για το 2021, παρατηρείται έντονα ότι οι ρυθμοί τεχνολογικού μετασχηματισμού από χώρα σε χώρα διαφέρουν αισθητά.

Όπως προαναφέραμε, οι χώρες διαχωρίζονται σε κατηγορίες ανάλογα με την βαθμολογία τους και το σκορ που έχουν σημειώσει με βάση τις αναλύσεις του Δείκτη. Η περίπτωση της Ελλάδας φαίνεται να είναι αρκετά ενδιαφέρουσα προς ανάλυση αλλά δεδομένης της δομής της είναι και αρκετά δύσκολη περίπτωση, καθώς δεν υπάρχει επάρκεια και διαθεσιμότητα στατιστικών και μετρήσιμων στοιχείων όσον αφορά τον κλάδο του εμπορίου που να είναι συγκρίσιμα.

Η Ελλάδα βρίσκεται στις τελευταίες θέσεις στην κατάταξη και των τεσσάρων τομέων του Δείκτη. Ο λόγος που συμβαίνει αυτό είναι πολυπαραγοντικός. Η ιστορική εξέλιξη του εμπορίου στην χώρα (βλέπε κεφ. 1), το δημογραφικό ζήτημα, η οικονομία της χώρας και η δομή της επιχειρηματικότητας αποτελούν βασικούς λόγους οι οποίοι τελικά καθορίζουν τη θέση της, αλλά σίγουρα θα δούμε κι άλλους λόγους αναλύοντας τα αποτελέσματα της έρευνας. Όπως είδαμε παραπάνω, με βάση τα στοιχεία του Δείκτη, η χώρα μας, παρόλο που σημειώνει ανοδικά βήματα, ακόμα κατέχει μια από τις χαμηλότερες θέσεις. Πιο συγκεκριμένα βρίσκεται στην 25^η θέση στο σύνολο των 27 χωρών. Αν μελετήσουμε τις ετήσιες εκθέσεις ανά έτος⁴⁶ μέχρι και την τελευταία έκδοση του 2021 παρατηρείται βελτίωση των επιδόσεων της χώρας σε όλους τους τομείς, δυστυχώς όμως η βαθμολογία της παραμένει κατώτερη του μέσου όρου ολόκληρης της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σε μια κοινωνία που όλοι έχουν πλέον στραφεί προς την χρήση των ψηφιοποιημένων εργαλείων για την διευκόλυνσή τους, η Ελλάδα κάνει βήματα προς αυτήν την κατεύθυνση, σημειώνοντας όμως χαμηλούς ρυθμούς σε

⁴⁶ digital-strategy.ec.europa.eu. (n.d.). *DESI - Greece | Shaping Europe's digital future*. Διαθέσιμο: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-greece> (Ιούλιος 2022)

σύγκριση με τα υπόλοιπα κράτη. Παρακάτω ακολουθεί πίνακας που μας δείχνει την κατάταξη των χωρών με βάση τον Δείκτη, ως προς τους τέσσερις τομείς που μελετά.



Πίνακας 16 - Digital Economy and Society Index (DESI) 2021 ranking

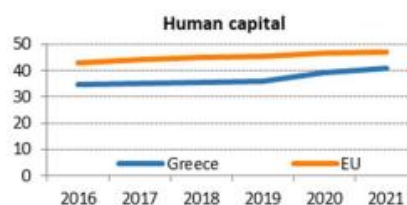
Πηγή: <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/80479>

2.5 Οι βασικοί τομείς του Δείκτη Digital Economy and Society Index (DESI) για το έτος 2021: Η περίπτωση της Ελλάδας

➤ Ανθρώπινο κεφάλαιο

Αναλύοντας τους τομείς, με αφετηρία το Ανθρώπινο κεφάλαιο, παρατηρούμε ότι η Ελλάδα κατέχει την 21^η θέση. Ο μέσος όρος βαθμολογίας στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι 47,1 ενώ η βαθμολογία της Ελλάδας είναι 41, αρκετά χαμηλότερα από τον μέσο όρο.

1 Human capital	Greece		EU
	rank	score	score
DESI 2021	21	41.0	47.1



Πίνακας 17 - Ανθρώπινο κεφάλαιο

Πηγή: <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/80479>

Οι βασικές ψηφιακές- τεχνολογικές δεξιότητες του ανθρώπινου δυναμικού στη χώρα μας είναι σε χαμηλά επίπεδα, καθώς μόνο το 51% στο σύνολο του πληθυσμού διαθέτει έστω ένα βασικό επίπεδο γνώσης για να μπορεί να κάνει χρήση ψηφιακών εργαλείων. Στον πίνακα που ακολουθεί παρακάτω παρατίθενται τα ποσοστά που διατηρεί η Ελλάδα τα οποία όμως δεν παρουσιάζουν και ιδιαίτερα μεγάλες αποκλίσεις από τα προηγούμενα έτη, γεγονός που εξηγεί για ακόμη μια φορά τους πολύ χαμηλούς ρυθμούς εξέλιξής της. Αξιοσημείωτο είναι το ποσοστό των εργαζομένων που διαθέτουν εξειδικευμένες γνώσεις, ηλικίας από 15 έως 74, οι οποίοι αποτελούν το 2%, ενώ σε ολόκληρη την Ευρώπη ο μέσος όρος είναι 4,3%. Αυτό αποτελεί στοιχείο που δείχνει ξεκάθαρα την ελλιπή εκπαίδευση μέσω ειδικά διαμορφωμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων κατάρτισης. Καθώς λοιπόν οι ανάγκες τροποποιούνται και έτσι προκύπτει η απαίτηση για εκσυγχρονισμό, η χώρα οφείλει να λάβει πρωτοβουλίες και να θέσει ορισμένο σχέδιο για την εκπαίδευση και την εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η δημιουργία της «Ψηφιακής

Ακαδημίας των Πολιτών»⁴⁷. Εθνικοί και διεθνείς οργανισμοί προσφέρουν μέσω της πλατφόρμας μαθήματα προκειμένου να βελτιωθούν οι τεχνολογικές δεξιότητες των εκπαιδευομένων, είτε διαθέτουν τις βασικές γνώσεις, είτε έχουν πιο εξειδικευμένα προσόντα τα οποία επιθυμούν να εξελίξουν περαιτέρω. Η ανάπτυξη της τεχνολογίας σίγουρα θα έφερνε στο προσκήνιο τέτοιες ανάγκες, ωστόσο η συνθήκη της πανδημίας τις επιτάχυνε. Στον πίνακα που ακολουθεί δίνονται αναλυτικά τα στοιχεία του Δείκτη για την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, με πολύ θετικό πρόσημο το υψηλό ποσοστών των γυναικών που κατέχουν εξειδίκευση σε τέτοια θέματα, ποσοστό που ξεπερνά κατά πολύ τον μέσο όρο της Ε.Ε.

	Greece			EU
	DESI 2019	DESI 2020	DESI 2021	DESI 2021
1a1 At least basic digital skills	46%	51%	51%	56%
% individuals	2017	2019	2019	2019
1a2 Above basic digital skills	22%	23%	23%	31%
% individuals	2017	2019	2019	2019
1a3 At least basic software skills	52%	56%	56%	58%
% individuals	2017	2019	2019	2019
1b1 ICT specialists	2.3%	2.1%	2.0%	4.3%
% individuals in employment aged 15-74	2018	2019	2020	2020
1b2 Female ICT specialists	16%	20%	27%	19%
% ICT specialists	2018	2019	2020	2020
1b3 Enterprises providing ICT training	14%	15%	12%	20%
% enterprises	2018	2019	2020	2020
1b4 ICT graduates	2.9%	3.1%	3.4%	3.9%
% graduates	2017	2018	2019	2019

Πίνακας 18 - Ανθρώπινο κεφάλαιο- ποσοστά

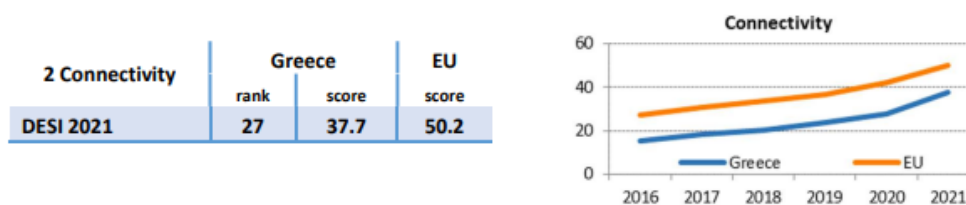
Πηγή: <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/80479>

Στο μεταξύ καταβάλλονται προσπάθειες και σχεδιάζονται επενδύσεις προκειμένου να γίνουν μεταρρυθμίσεις τόσο στις διαδικασίες όσο και στις υποδομές, αλλά γίνονται και συντονισμένες προσπάθειες για την αναβάθμιση των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού αλλά και της εκπαίδευσης της επόμενης γενιάς προκειμένου η χώρα να πετύχει τους στόχους που έχουν τεθεί με βάση το πρόγραμμα « Ψηφιακή Πυξίδα».

⁴⁷nationaldigitalacademy.gov.gr. (n.d.). Εθνική Ακαδημία Ψηφιακών Ικανοτήτων - Gov.gr. Διαθέσιμο: <https://nationaldigitalacademy.gov.gr/> (Ιούλιος 2022)

➤ Συνδεσιμότητα

Σχετικά με την δυνατότητα συνδεσιμότητας, η Ελλάδα κατέχει την 27^η θέση και σημειώνει βαθμολογία 37,7 σε σχέση με τον μέσο όρο της Ε.Ε που είναι 50,2. Παρόλα αυτά αν και χαμηλή θέση, φαίνεται σύμφωνα με τις αναλύσεις να προοδεύει ταχύτατα και γιατί όχι να μην σημειώσει υψηλότερη βαθμολογία στην επόμενη ετήσια έκθεση. Το κράτος σε συνεργασία με άλλες εταιρείες προχωρά σε επιχορηγήσεις, οι οποίες στοχεύουν στην εγκατάσταση υποδομών σε πολλά κτήρια, τα οποία θα είναι πλέον κατάλληλα για να υποδεχτούν τις οπτικές ίνες⁴⁸, κάτι που θα βελτιώσει τις ταχύτητες δικτύου στον χώρο εργασίας, την ένταξη του δικτύου 5G σε όλους τους αυτοκινητόδρομους, την εγκατάσταση ειδικών καλωδίων σε υποβρύχιες υποδομές για τα νησιά καθώς και άλλες προωθητικές ενέργειες με στόχο την ανάπτυξη του δικτύου.



Πίνακας 19 - Συνδεσιμότητα

Πηγή: <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/80479>

➤ Ενσωμάτωση της ψηφιακής τεχνολογίας

Όσον αφορά την ενσωμάτωση της ψηφιακής τεχνολογίας, η Ελλάδα κατέχει την 22^η θέση στην κατάταξη. Η βαθμολογία της είναι 28,5 ενώ ο μέσος όρος είναι 37,6.

Όπως έχουμε ήδη αναφέρει σε προηγούμενα κεφάλαια, η Ελλάδα υιοθετεί τις νέες τεχνολογίες πολύ πιο αργά συγκριτικά με άλλα κράτη της Νοτιοανατολικής Ευρώπης, αλλά και συγκριτικά με ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση. Συμπεραίνουμε ότι αυτό ευθύνεται και στην έλλειψη κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού αλλά και σε συνάρτηση με τους υπόλοιπους τομείς που είναι αλληλένδετοι τους οποίους μελετάμε

⁴⁸ Ανον, (2021). *Ταχεία σύνδεση μέσω οπτικών ινών και τεχνολογικός εκσυγχρονισμός των Δημόσιων Νοσοκομείων* | Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης. Διαθέσιμο: <https://mindigital.gr/archives/2290> (Ιούλιος 2022)

και θα αναλύσουμε περαιτέρω και παρακάτω. Επίσης ενώ φαίνεται να βρίσκεται πολύ κοντά στο μέσο όρο, ως προς την χρήση Big Data, αντιθέτως υστερεί αισθητά ως προς τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

	Greece			EU
	DESI 2019	DESI 2020	DESI 2021	DESI 2021
3a1 SMEs with at least a basic level of digital intensity % SMEs	NA	NA	NA	60%
3b1 Electronic information sharing % enterprises	37%	38%	38%	36%
3b2 Social media % enterprises	21%	19%	19%	23%
3b3 Big data % enterprises	13%	13%	13%	14%
3b4 Cloud % enterprises	7%	7%	NA	26%
3b5 AI % enterprises	NA	NA	34%	25%
3b6 ICT for environmental sustainability % enterprises having medium/high intensity of green action through ICT	NA	NA	65%	66%
3b7 e-Invoices % enterprises	9%	9%	NA	32%
3c1 SMEs selling online % SMEs	11%	9%	NA	17%
3c2 e-Commerce turnover % SME turnover	4%	4%	NA	12%
3c3 Selling online cross-border % SMEs	7%	4%	4%	8%

Πίνακας 20 - Ενσωμάτωση της ψηφιακής τεχνολογίας – ποσοστά

Πηγή: <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/80479>

Στις 23 Ιουνίου 2021 η χώρα ανακοίνωσε τη Βίβλο Ψηφιακού Μετασχηματισμού⁴⁹, η οποία παρουσιάζει μια νέα πολιτική στρατηγική με στόχο την ψηφιοποίηση μέσω συγκεκριμένων έργων. Οι τομείς θα είναι οι δεξιότητες, η συνδεσιμότητα, το ψηφιακό κράτος, η ψηφιοποίηση των επιχειρήσεων, η καινοτομία και η ένταξη της ψηφιακής τεχνολογίας.

Όσον αφορά την ψηφιοποίηση των επιχειρήσεων η Βίβλος στοχεύει, δημιουργώντας τις κατάλληλες προϋποθέσεις, στην δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων στο διαδίκτυο, τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών μοντέλων, την κατάρτιση των υπαλλήλων μέσω συγκεκριμένων δράσεων και φυσικά την ενίσχυση

⁴⁹digitalstrategy.gov.gr. Βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού 2020-2025. Διαθέσιμο:

<https://digitalstrategy.gov.gr/> (Ιούλιος 2022)

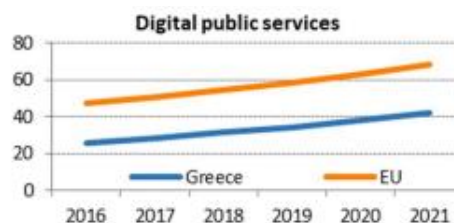
των επιχορηγήσεων προς τις ΜμΕ προκειμένου να αποκτήσουν την δυνατότητα να δημιουργήσουν το δικό τους e-shop. Ένας από τους βασικότερους τομείς στρατηγικής της Βίβλου είναι ο τομέας της Τεχνητής Νοημοσύνης. Το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Ένωση έχει λάβει την πολύ κρίσιμη απόφαση να καταφέρει να σημειώσει πρόοδο όσον αφορά την ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών και αυτό θα γίνει μέσω προγραμμάτων, συντονισμένων πολιτικών και επιχορηγήσεων (βλ. Εθνικό σχέδιο ανάκαμψης και ανθεκτικότητας)⁵⁰.

➤ Ψηφιακές Δημόσιες Υπηρεσίες

Τέλος αναφορικά με την ψηφιοποίηση των δημοσίων υπηρεσιών τόσο για τους πολίτες όσο και για τις επιχειρήσεις έχουν σημειωθεί τα τελευταία χρόνια αξιοσημείωτα βήματα εξέλιξης.

Πάρα το γεγονός αυτό, η Ελλάδα βρίσκεται ακόμα σε χαμηλότερα επίπεδα από τον μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η θέση που κατείχε μέχρι και το 2021 ήταν η 26^η ενώ και η βαθμολογία της είναι χαμηλή συγκριτικά με τον μέσο όρο.

4 Digital public services	Greece		EU
	rank	score	score
DESI 2021	26	41.9	68.1



Πίνακας 21- Ψηφιακές δημόσιες υπηρεσίες

Πηγή: <https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/80479>

Ο εκσυγχρονισμός της δημόσιας διοίκησης αποτελεί προτεραιότητα για την κυβέρνηση. Βασικότερος στόχος είναι κατά την ψηφιοποίηση των δημοσίων υπηρεσιών να είναι εφικτή η χρήση και η πρόσβαση από όλους τους πολίτες και τις επιχειρήσεις χωρίς διακρίσεις, αλλά να είναι και πιο άμεσες και απλοποιημένες οι διαδικασίες πατάσσοντας έτσι την εκτεταμένη γραφειοκρατία και τις αλληπάλληλες

⁵⁰ admin_140621. Ελλάδα 2.0 - Εθνικό Σχέδιο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας. Διαθέσιμο:

<https://greece20.gov.gr/> (Ιούλιος 2022)

καθυστερήσεις. Ήδη από το 2020 κάνει την εμφάνισή της η πλατφόρμα « Gov.gr»⁵¹ μια από τις πλέον εξελιγμένες και πολύ οργανωμένες πλατφόρμες που σχετίζονται με τη δημόσια διοίκηση. Παράλληλα ακόμη ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η ηλεκτρονική πλατφόρμα εμβολιασμού⁵², η οποία αναπτύχθηκε την περίοδο της πανδημίας το 2021 και βοήθησε με τον τρόπο της στην επιτάχυνση του εμβολιασμού, την εξοικονόμηση χρόνου και την μέτρηση του ακριβή αριθμού των εμβολιασμών προκειμένου να ελεγχθεί η διασπορά. Έχοντας λοιπόν υπόψη τα δύο παραδείγματα, συμπεραίνουμε ότι η ψηφιοποίηση των δημοσίων υπηρεσιών μπορεί να βελτιώσει άμεσα την ποιότητα της ζωής καθώς και να την απλουστεύσει. Τέλος με τη βοήθεια του Εθνικού σχεδίου ανάκαμψης και ανθεκτικότητας, το οποίο προβλέπει αρκετά μεγάλο μέρος του προϋπολογισμού του αναφορικά με τον εκσυγχρονισμό της δημόσιας διοίκησης, θα επιτευχθεί σταδιακά.

⁵¹ Gov.gr. Βρείτε τη δημόσια υπηρεσία που θέλετε. Διαθέσιμο: <https://www.gov.gr/> (Ιούλιος 2022)

⁵² Εμβολιασμός COVID-19. Εμβολιασμός κατά της COVID-19. Διαθέσιμο: <https://emvolio.gov.gr/> (Ιούλιος 2022)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : Πρωτογενής έρευνα

« Η Ψηφιοποίηση του μικρού εμπορίου, οι επιρροές στον εμπορικό κόσμο και η ανάγκη για μετασχηματισμό και προσαρμογή στις νέες συνθήκες»

3.1 Ερευνητικές υποθέσεις

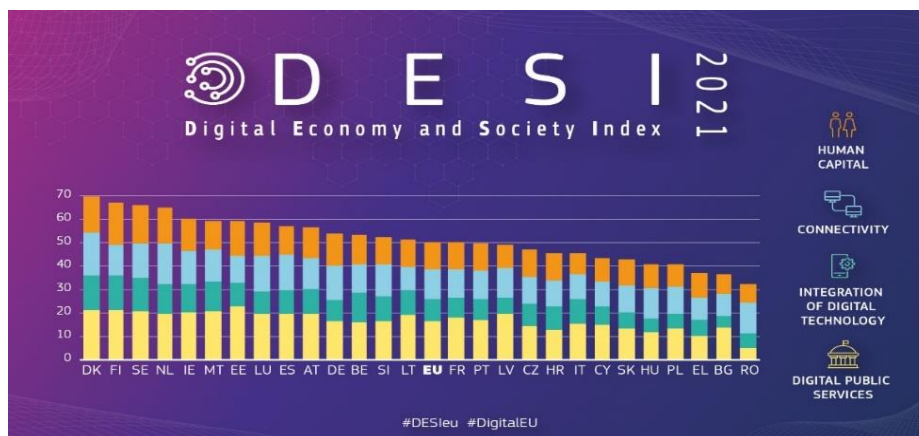
Κατά τη διάρκεια της Βιβλιογραφικής επισκόπησης ήδη προκύπτουν κάποιες ερευνητικές υποθέσεις, τις οποίες με βάση τα σημερινά δεδομένα και ύστερα από την διεξαγωγή πρωτογενούς έρευνας, θα διαπιστώσουμε αν τελικά ισχύουν μέχρι και σήμερα. Αυτές οι υποθέσεις αποτελούν ουσιαστικά τη ραχοκοκαλιά της διπλωματικής εργασίας καθώς δίνουν τροφή για την διεξαγωγή της πρωτογενούς έρευνας. Παρατίθενται μερικές εξ αυτών:

Υπόθεση Νο1:

Η ταχύτητα με την οποία το εμπόριο στην Ελλάδα μεταβάλλεται και προσαρμόζεται στις νέες εξελίξεις, είναι πιο αργή σε σχέση με αυτήν της Δυτικής Ευρώπης καθώς μεταπολεμικά οι τάσεις και η πορεία που κατέγραψε το μικρό εμπόριο στην χώρα παρουσιάζει διαφορές σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη. Αυτό φυσικά φαίνεται από το γεγονός ότι ενώ σε άλλες χώρες του ανεπτυγμένου καπιταλισμού είχαμε εμφάνιση του λιανεμπορίου σε πιο οργανωμένη μορφή ήδη από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, στην Ελλάδα μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1990, η οικονομία στηριζόταν κυρίως στο μικρό εμπόριο.

Υπόθεση Νο2:

Μια ακόμα βασική υπόθεση εργασίας είναι ότι σύμφωνα με τα τελευταία δεδομένα της έκθεσης του 2019 που μελετά ο Δείκτης Digital Economy and Society Index – DESI και μέχρι στιγμής είναι η επικρατέστερη, η Ελλάδα κατέχει την 26^η θέση στην κατάταξη. Αυτό σημαίνει ότι έχει ακόμα αρκετά μεγάλο δρόμο να διασχίσει για να ανέβει στην κλίμακα. Παρόλα τα παραπάνω αξίζει να σημειωθεί ότι έχει σημειώσει πρόοδο από το 2016 όπου κατείχε την τελευταία θέση (28^η θέση). Συνεπώς αυτό μας δίνει μερικά δείγματα αισιοδοξίας, χωρίς όμως να σημαίνει ότι δεν απαιτείται μεγάλη συντονισμένη προσπάθεια και συγκεκριμένη στρατηγική για τον εκσυγχρονισμό.



Πίνακας 22 - Κύρια πορίσματα του DESI 2021 στους τέσσερις τομείς

Πηγή: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi>

Υπόθεση Νο3:

Μια ακόμη υπόθεση σχετίζεται με την δυνατότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για πρόσβαση σε χρηματοοικονομικά εργαλεία και συγκεκριμένα στην εμπιστοσύνη που φαίνεται να δείχνουν οι επιχειρηματίες σε αυτά. Η εμπειρία προηγούμενων ετών έχει δείξει ότι υπάρχει μια γενική δυσανεμία ως προς την γραφειοκρατία, τις προϋποθέσεις και την δυνατότητα πρόσβασης σε τραπεζικό δανεισμό κάτι που εξακολουθεί να φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα.

Κατά τη διάρκεια της πανδημίας του Covid – 19 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έδειξε άμεση ανταπόκριση ανακοινώνοντας προγράμματα στήριξης με στόχο την οικονομική ανάκαμψη. Σύμφωνα με την Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου για το 2021, παρατηρούμε ανά κλάδο δραστηριότητας, την αδυναμία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου να πειστούν ότι τέτοιου είδους οικονομικά εργαλεία θα βοηθήσουν ουσιαστικά στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Αυτή η υπόθεση εργασίας θα ληφθεί σοβαρά υπόψιν, ως η πεποίθηση που επικρατεί σε μεγάλο μέρος του κλάδου, την στιγμή που η ευρωπαϊκή επιτροπή συζητά για την βοήθεια των επιχειρήσεων προκειμένου να επιτευχθεί η ψηφιακή μετάβαση.

3.2 Συλλογή δεδομένων-Δειγματοληψία

Η πρωτογενής έρευνα συλλογής δεδομένων θα πραγματοποιηθεί μέσω μη δομημένων συνεντεύξεων (ποιοτική έρευνα). Οι συνεντεύξεις θα γίνουν σε Key Persons του κλάδου του λιανικού εμπορίου (αναμένεται ο αριθμός) και θα έχουν την μορφή διαλόγου. Στόχος της δειγματοληψίας θα είναι να αποτυπωθεί η εικόνα του λιανικού εμπορίου και συγκεκριμένα της μικρομεσαίας επιχείρησης στην Ελλάδα από ανθρώπους που γνωρίζουν εκ των έσω το συγκεκριμένο αντικείμενο και οι οποίοι έχουν εμπειρισταωμένη άποψη.

Πιο συγκεκριμένα οι ερωτήσεις που θα τεθούν κατά τη διάρκεια της συνέντευξης είναι:

1. Κάνοντας μια ιστορική αναδρομή και μελετώντας την εξέλιξη του εμπορίου στην Ελλάδα, συμπεραίνουμε ό,τι η Ελλάδα σημειώνει καθυστερήσεις στις εξελίξεις συγκριτικά με τον υπόλοιπο κόσμο. Ποιες είναι οι αιτίες κατά τη γνώμη σας; Και σε ποιο βαθμό θα πρέπει αυτό να μας ανησυχεί σήμερα που το εμπόριο καλείται να μετασχηματιστεί ξανά;
2. Θεωρείτε ότι η ψηφιοποίηση θα ενισχύσει ή θα αμβλύνει το «χάσμα» μεταξύ μικρών και πολύ μεγάλων επιχειρήσεων; Υπάρχουν κατά τη γνώμη σας τρόποι/πολιτικές ώστε αυτό να καταστεί εφικτό;
3. Πώς θα επηρεάσει ο ψηφιακός μετασχηματισμός τις καταναλωτικές προτιμήσεις σε σχέση με αυτό που γνωρίζαμε μέχρι σήμερα;
4. Η Ελλάδα έχει στο μεγαλύτερο μέρος της πολύ μικρές επιχειρήσεις. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θέτει ως στόχο με βάση την ψηφιακή πυξίδα, πάνω από το 90% των ΜμΕ να επιτύχουν τουλάχιστον ένα στοιχειώδες επίπεδο ψηφιακής έντασης, πιστεύετε ότι είναι εφικτό να γίνει αυτό στη χώρα μας; Κι αν ναι σε πόσο χρονικό διάστημα;
5. Ο DESI αποτελεί ένα δείκτη που μελετά τους ρυθμούς του ψηφιακού μετασχηματισμού μιας χώρας, η Ελλάδα κατέχει την 25^η θέση, στο σύνολο των 27 χωρών, γιατί θεωρείτε κατά τη γνώμη σας ότι συμβαίνει αυτό;

3.3 Διεξαγωγή της έρευνας και ανάλυση αποτελεσμάτων - Συμπεράσματα

Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν σε σημαντικά πρόσωπα που εκπροσωπούν τον κλάδο του εμπορίου και συγκεκριμένα της μικρής επιχειρηματικότητας, που είναι η κοιτίδα της οικονομίας στην χώρα μας.

Ονομαστικά διεξήχθησαν συνεντεύξεις σε εκπροσώπους της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΕΣΕΕ) , όπως στον Πρόεδρο κ. Γεώργιο Καρανίκα, την Επιστημονική Διευθύντρια του Ινστιτούτου Εμπορίου και Υπηρεσιών (INEMY) την κ. Βάλια Αρανίτου, την Υπεύθυνη Διεθνών και Ευρωπαϊκών Σχέσεων της ΕΣΕΕ κ. Μιλένα Παναγιωτοπούλου, η οποία σχετίζεται άμεσα με τις Ευρωπαϊκές κατευθύνσεις και είναι υπεύθυνη για τις επικοινωνίες με άλλους σχετικούς οργανισμούς στο εξωτερικό (όπως για παράδειγμα SMEunited), τον Πρόεδρο της Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΓΣΕΒΕΕ) κ. Γεώργιο Καββαθά καθώς και την κ. Κατερίνα Φραιδάκη, η οποία είναι πρόεδρος του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GR.EC.A).

Η ανάλυση των δεδομένων, όπως είναι αναμενόμενο δεν έχει γίνει με την χρήση στατιστικών εργαλείων και γραφημάτων. Κατά τη διάρκεια των συνεντεύξεων καταγράφηκαν όσα ειπώθηκαν σε hardcopy, έτσι ώστε να μελετηθούν και να αναλυθούν για να έχουμε πλήρη εικόνα για κάθε έναν συνεντευξιζόμενο. Στην συνέχεια κωδικοποιήθηκαν τα κοινά νοήματα και συγκρίθηκαν οι απαντήσεις για να αναλυθούν. Παρακάτω παρατίθενται περιληπτικά οι απαντήσεις των ερωτώμενων στις συνεντεύξεις και τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την ανάλυση του περιεχομένου των ερωτήσεων.

Ανάλυση της Πρώτης Ερώτησης:

«Καθυστερήσεις τότε και τώρα...»:

Οι ερωτώμενοι στην ερώτηση « Κάνοντας μια ιστορική αναδρομή και μελετώντας την εξέλιξη του εμπορίου στην Ελλάδα, συμπεραίνουμε ότι η Ελλάδα σημειώνει καθυστερήσεις στις εξελίξεις συγκριτικά με τον υπόλοιπο κόσμο. Ποιες είναι οι αιτίες κατά τη γνώμη σας; Και σε ποιο βαθμό θα πρέπει αυτό να μας ανησυχεί σήμερα που το εμπόριο καλείται να μετασχηματιστεί ξανά;» επιβεβαίωσαν ότι πράγματι και σύμφωνα με την βιβλιογραφική μας επισκόπηση, ο κλάδος του εμπορίου στην

Ελλάδα, όντως σημειώνει σημαντικές καθυστερήσεις στην ενσωμάτωση νέων καινοτομιών τονίζοντας σύσσωμοι την μεγάλη διαφορά που έχουν οι μικρές επιχειρήσεις συγκριτικά με τις μεγάλες, κάτι που έχει ήδη επισημανθεί και από την βιβλιογραφική επισκόπηση.

Η ελληνική οικονομία υστερεί σε πολλά επίπεδα σε σύγκριση με τις περισσότερο ανεπτυγμένες οικονομίες. Συνεπώς είναι αναμενόμενο να καταγράφονται καθυστερήσεις στις εξελίξεις συγκριτικά με τον υπόλοιπο κόσμο και στο επίπεδο του εμπορίου. Βέβαια, όπως επισήμανε και ο Πρόεδρος της ΕΣΕΕ κ. Γεώργιος Καρανίκας, είναι πολύ σημαντικό να μην ξεχνάμε ότι η Ελλάδα πέρασε μια πολύ βαριά οικονομική ύφεση – κρίση χρέους (2008- 2016) η οποία άλλαξε το επιχειρηματικό πλαίσιο και κατέστησε τις επιχειρήσεις πολύ διστακτικές σε νέες μορφές εμπορίου ενώ απέτρεψε/ καθυστέρησε και πολύ μεγάλες εταιρείες του εξωτερικού να έλθουν στη χώρα. Οι καθυστερήσεις οφείλονται σε μια σειρά σημαντικών παραγόντων όπως κατ' αρχάς το μη ευνοϊκό επιχειρηματικό περιβάλλον που συνοψίζεται στο δυσμενές φορολογικό πλαίσιο, τη γραφειοκρατία, την περιορισμένη πρόσβαση στη χρηματοδότηση για τις μικρές επιχειρήσεις, την απουσία δομών υποστήριξης και την απουσία στοχευμένων εργαλείων χρηματοδότησης. Το μη ευνοϊκό εγχώριο επιχειρηματικό περιβάλλον δεν ευνοεί διαχρονικά την ανάπτυξη των επιχειρήσεων αποθαρρύνοντας νέες επενδύσεις, επιχειρηματική ανάπτυξη και τεχνολογική αναβάθμιση.

Κατά δεύτερον και σε συνάρτηση με το προηγούμενο σημείο, η ολιγοπωλιακή διάρθρωση της αγοράς παραμένει ένας ανασχετικός παράγοντας ως προς την ευρύτερη ανάπτυξη του τομέα του εμπορίου. Η συγκεντροποίηση των δραστηριοτήτων ιδιαίτερα σε συγκεκριμένους υπό-τομείς του εμπορίου δεν δημιουργεί κίνητρα για την ανάπτυξη νέων ή την αναβάθμιση εμπορικών δραστηριοτήτων σε μικρότερη κλίμακα επιχειρήσεων.

Τρίτον, οι προηγούμενοι παράγοντες οδήγησαν σε ένα χαμηλό βαθμό προσαρμογής και σε περιορισμένες ικανότητες μετασχηματισμού ένα μεγάλο μέρος των μικρών εμπορικών επιχειρήσεων, οι οποίες λειτουργώντας σε ένα μη ευνοϊκό επιχειρηματικό περιβάλλον και ένα ολιγοπωλιακό καθεστώς επιχειρούν περισσότερο να επιβιώσουν παρά να αναπτυχθούν δυναμικά αντιμετωπίζοντας παράλληλα ένα διεθνές περιβάλλον που μεταβάλλεται ραγδαία (π.χ. διεθνής ανταγωνισμός, εμπορικές αλυσίδες, ψηφιακές πλατφόρμες, ηλεκτρονικό εμπόριο, νέες οικονομικές δυνάμεις και αγορές σε διεθνές επίπεδο). Όπως διεξάγεται από τις συνεντεύξεις, οι μικρές

επιχειρήσεις βρίσκονται σε καθεστώς λιτότητας ήδη και δεδομένου του πλαισίου, το οποίο είναι ασφυκτικό, θα δυσκολευτούν πολύ να επενδύσουν.

Οι νέες προκλήσεις που ορθώνονται σε σχέση με την ανάγκη μετασχηματισμού του εμπορίου είναι όντως ανησυχητικές υπό το πρίσμα ότι απαιτούν νέες επενδύσεις, τεχνολογική αναβάθμιση, νέες γνώσεις και ικανότητες και νέα επιχειρηματικά μοντέλα. Οι μικρές εμπορικές επιχειρήσεις επιχειρούν να προσαρμοστούν υπό αντίξοες συνθήκες στο αναδυόμενο επιχειρηματικό και οικονομικό περιβάλλον. Η κρίσιμη παράμετρος αφορά στη δυνατότητα εντοπισμού και αξιοποίησης των κατάλληλων εργαλείων (π.χ. χρηματοδότηση) που θα βοηθήσουν τις μικρές επιχειρήσεις να δρομολογήσουν αλλαγές που θα επιτρέψουν τόσο την επιβίωση όσο και τη βιώσιμη ανάπτυξη τους. Όπως πολύ ορθά επισημαίνει και η Υπεύθυνη Διεθνών και Ευρωπαϊκών Σχέσεων της ΕΣΕΕ, όλο το παιχνίδι βρίσκεται στα χρηματοοικονομικά εργαλεία τα οποία θα ξεκλειδώσουν τις δυνατότητες και θα δώσουν ανάσα στις επιχειρήσεις για να κάνουν βήματα προς την εξέλιξη. Όμως όσο τα κριτήρια για την πρόσβαση σε αυτά είναι πολύ αυστηρά τόσο αυξάνεται η δυσπιστία και τόσο απομακρυνόμαστε από τον στόχο.

Κλείνοντας βασικό ρόλο παίζει και η κουλτούρα των Ελλήνων. Οι Έλληνες δεν διέθεταν για παράδειγμα εξοικείωση στις συναλλαγές τους, όχι μόνο με τον ιδιωτικό τομέα αλλά και με το δημόσιο. Χαρακτηριστικό φαίνεται να είναι το παράδειγμα το ότι οι ψηφιακές συναλλαγές μέσω POS έγιναν υποχρεωτικές μόλις λίγα χρόνια πριν, την στιγμή που σε άλλες χώρες υπήρχαν ήδη. Επίσης σε σχέση με άλλες χώρες, οι ελληνικές τράπεζες καθυστέρησαν στην ενσωμάτωση του λεγόμενου e-banking, καθυστερώντας την ψηφιακή ωρίμανση του κλάδου. Επιπρόσθετα, εκτός από τις βασικές προϋποθέσεις (γνώση Η/Υ, χώροι αποθήκευσης, κόστος συντήρησης και λειτουργίας ιστοσελίδας, κόστος παραγγελιών) οι μικρέμποροι στην Ελλάδα είχαν ένα βασικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των μεγαλύτερων επιχειρήσεων: Την άμεση, προσωπική και υψηλού επιπέδου εξυπηρέτηση των πελατών τους κάτι που επίσης αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα για την ύπαρξη τόσων μικρών επιχειρήσεων και αυτό γιατί οι μικρές επιχειρήσεις επένδυναν και εξακολουθούν να επενδύουν κυρίως στην ποιότητα και όχι στις ανταγωνιστικές τιμές, κάτι που στο διαδίκτυο σήμερα υπάρχει κατά κόρον.

Συνεπώς κάθε τι άλλο τους τρομάζει καθώς δεν δείχνουν και οι ίδιοι την απαιτούμενη εμπιστοσύνη στους κρατικούς θεσμούς. Έτσι λοιπόν οι απότομες

αλλαγές στο σκηνικό της οικονομίας δημιουργούν αβεβαιότητα στις επιχειρήσεις. Συμπερασματικά, η κουλτούρα των Ελλήνων, η προηγούμενη οικονομική ύφεση, η δυσκολία στην πρόσβαση στα χρηματοοικονομικά εργαλεία και ο ανταγωνισμός ποιότητας έναντι τιμής είναι σήμερα μερικοί από τους λόγους καθυστέρησης προς την ψηφιοποίηση στη χώρα, συγκριτικά με άλλες.

Ανάλυση της Δεύτερης Ερώτησης:

«Το χάσμα μεταξύ μικρών και μεγάλων»:

Οι ερωτώμενοι στην ερώτηση «Θεωρείτε ότι η ψηφιοποίηση θα ενισχύσει ή θα αμβλύνει το «χάσμα» μεταξύ μικρών και πολύ μεγάλων επιχειρήσεων; Υπάρχουν κατά τη γνώμη σας τρόποι/πολιτικές ώστε αυτό να καταστεί εφικτό;» απάντησαν ότι πράγματι η ψηφιοποίηση ήδη οξύνει το χάσμα μεταξύ μικρών και πολύ μεγάλων επιχειρήσεων. Το γεγονός αυτό έγινε καταφανές κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Οι μεγάλες επιχειρήσεις διαθέτουν τα απαραίτητα μέσα για να δρομολογήσουν ταχύτερα επενδύσεις και μετασχηματισμούς.

Οι μικρές επιχειρήσεις από την άλλη πλευρά, καλούνται να αντιμετωπίσουν την ταυτόχρονη πρόκληση του μετασχηματισμού και την ανάγκη πραγματοποίησης νέων επενδύσεων σε ένα περιβάλλον έλλειψης ρευστότητας, απόλυτης αβεβαιότητας, περιορισμού της σωρευτικής ζήτησης (και άρα του κύκλου εργασιών), αύξησης των ληξιπρόθεσμων υποχρεώσεων καθώς και περιορισμένης πρόσβασης σε χρηματοδοτικά εργαλεία.

Με άλλα λόγια, ένα μεγάλο μέρος των μικρών επιχειρήσεων «εγκλωβίστηκαν» περαιτέρω εν μέσω της πανδημίας σε έναν φαύλο κύκλο στασιμότητας, από-επένδυσης και τεχνολογικής υστέρησης, τη στιγμή που στο ευρύτερο περιβάλλον παρακολουθούσαμε την αυξητική τάση του ηλεκτρονικού εμπορίου και την πραγματοποίηση εμβληματικών (mega) επενδύσεων σε επίπεδο μεγάλων εμπορικών αλυσίδων.

Επίσης πολύ σημαντική ειδοποιός διαφορά είναι ο κλάδος αλλά και το προϊόν. Για παράδειγμα στα φαρμακευτικά προϊόντα βλέπουμε έντονο ενδιαφέρον και από τις μικρότερες επιχειρήσεις να θέλουν να δραστηριοποιηθούν, με γνώμονα την τιμή, ιδιαίτερα τώρα που μειώνεται το διαθέσιμο εισόδημα και διογκώνεται η αβεβαιότητα. Ωστόσο και σύμφωνα με τις απαντήσεις σημειώθηκε ότι στην ένδυση-υπόδηση (τουλάχιστον στις μαζικές αγορές) οι μεγαλύτερες μονάδες είναι αυτές που διαθέτουν

τη γνώση και έχουν πρόσβαση σε φθηνότερες πηγές εμπορευμάτων και όχι οι μικρές, κάτι που διευρύνει το χάσμα τους. Παράδειγμα για τον κλάδο του εμπορίου και συγκεκριμένα των αθλητικών ειδών, είναι ό,τι πολύ σπάνια πια βλέπουμε μικρές επιχειρήσεις να πωλούν αθλητικά είδη, κυρίως βλέπουμε μεγάλες αλυσίδες, ενώ παλαιότερα υπήρχαν σε εμπορικούς δρόμους προσωπικές εταιρείες που πωλούσαν επώνυμα αθλητικά είδη.

Θεωρητικά όπως και με βάση τις τοποθετήσεις των ερωτώμενων θα λέγαμε ότι από τη μια ίσως να υπάρχουν προοπτικές να αμβλυνθεί το χάσμα, όμως στην πραγματικότητα αυτό που θα γίνει, είναι ότι η ψηφιοποίηση θα δώσει την ευκαιρία να τρέξουν παραπάνω οι μεγάλες επιχειρήσεις και αυτό θα δώσει το κίνητρο στις μικρές να ακολουθήσουν με βήμα γοργό για να αποφύγουν τις δυσμενείς επιπτώσεις. Συνεπώς αν δεν τα καταφέρουν το χάσμα θα μεγαλώσει.

Αντιθέτως αν η ψηφιοποίηση των μικρότερων μονάδων υποστηριχθεί από το κράτος π.χ. μέσω επιδοτήσεων ΕΣΠΑ και άλλων κινήτρων και επίσης αν πραγματοποιηθεί συστηματική εκπαίδευση των εμπόρων, τότε και για τις μικρότερες επιχειρήσεις θα υπάρξουν θετικές επιπτώσεις.

Σε γενικές γραμμές και όπως μας αναφέρουν οι φορείς τόσο η ΕΣΕΕ όσο και η ΓΕΣΕΒΕΕ δια των αντιπροσώπων τους, υπάρχει ενθάρρυνση προς τις επιχειρήσεις να ακολουθήσουν τον δρόμο του “digital” γιατί αυτό θα αυξήσει και το target group των υποψήφιων πελατών τους, όμως απαιτούνται πολιτικές ψηφιακής ανάπτυξης που θα αμβλύνουν το συγκεκριμένο χάσμα.

Οι συγκεκριμένες πολιτικές, πέραν του ότι απαιτείται να έχουν στοχευμένο χαρακτήρα ως προς τις μικρές επιχειρήσεις και τις εξειδικευμένες ανάγκες τους, απαιτείται επίσης να καλύψουν ένα ευρύ φάσμα αντικειμένων και πεδίων σε επίπεδο:

- χρηματοδοτικών εργαλείων για την αναζωογόνηση των επενδύσεων
- νέων ψηφιακών δεξιοτήτων για την αξιοποίηση νέων εργαλείων και συστημάτων.
- ενίσχυση συνεργατικών σχημάτων
- ανάπτυξη ψηφιακών υποδομών για την υποστήριξη του ψηφιακού μετασχηματισμού σε κλάδους και γεωγραφικές περιοχές.

Πρέπει να σημειωθεί, τέλος, ότι όλες οι ανεπτυγμένες χώρες εκπονούν συντεταγμένα εθνικά προγράμματα και ολοκληρωμένες στρατηγικές ψηφιακής ανάπτυξης μέσα από δράσεις που έχουν ως στόχο την ψηφιακή αναβάθμιση της

κοινωνικής και οικονομικής δραστηριότητας.

Ανάλυση της Τρίτης Ερώτησης:

« Οι καταναλωτικές προτιμήσεις »:

Οι ερωτώμενοι στην ερώτηση «Πώς θα επηρεάσει ο ψηφιακός μετασχηματισμός τις καταναλωτικές προτιμήσεις σε σχέση με αυτό που γνωρίζαμε μέχρι σήμερα;» συμφώνησαν ότι πράγματι οι προτιμήσεις έχουν επηρεαστεί ριζικά κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών ως συνέπεια του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Κατ' αρχάς, το διαδίκτυο προσφέρει τη δυνατότητα καλύτερης πληροφόρησης προς τους καταναλωτές, οι οποίοι μπορούν να συγκρίνουν προϊόντα και υπηρεσίες ανά πάσα στιγμή.

Επιπλέον, η ραγδαία εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου προσφέρει τη δυνατότητα πραγματοποίησης αγορών ηλεκτρονικά σε όλο το φάσμα των προϊόντων. Για παράδειγμα τρόφιμα ή κοσμήματα από τοπικές αγορές κατά τη διάρκεια των θερινών διακοπών, θα είναι εφικτό για τους καταναλωτές να τα απολαμβάνουν οποιαδήποτε στιγμή του χρόνου επιθυμούν. Δηλαδή ο μετασχηματισμός θα προσφέρει περισσότερες επιλογές στον καταναλωτή.

Επιπροσθέτως, η επικράτηση του Web 2.0 δίνει τη δυνατότητα παρακολούθησης κριτικών και αξιολόγησης ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών, ενώ η έλευση του Web 3.0 θα δημιουργήσει νέες καταναλωτικές συνήθειες και πρακτικές που θα «παρακάμπτουν» τα παραδοσιακά ψηφιακά εμπορικά κανάλια μέσα από νέα ψηφιακά εργαλεία αγορών και συναλλαγών. Κατά συνέπεια, είναι ευνόητο ότι οι καταναλωτικές προτιμήσεις, πρακτικές και συνήθειες μετακινούνται ολοένα και περισσότερο προς την κατεύθυνση της αξιοποίησης των ψηφιακών μέσων.

Σημειώνεται ότι παράπλευρη συνέπεια των ως άνω αλλαγών είναι το γεγονός ότι σε συνάρτηση με την αλλαγή των καταναλωτικών προτιμήσεων μετασχηματίζεται και το επίπεδο του ανταγωνισμού. Η ραγδαία εξάπλωση του ηλεκτρονικού εμπορίου συνοδεύεται και από την εντατικοποίηση του ανταγωνισμού, αφενός διότι τα γεωγραφικά όρια δεν προσφέρουν πλέον την «προστασία της γεωγραφικής απόστασης» (γεγονός που συχνά πλήττει τις τοπικές αγορές ως συνέπεια της επέκτασης «ψηφιακών υπερ-αγορών»), ενώ παράλληλα παρατηρείται μια νέα μορφή υπερσυγκεντροποίησης σε ψηφιακό επίπεδο. Τέλος εξαπλώνεται ένα περιβάλλον το οποίο δίνει την δυνατότητα σύγκρισης τιμών.

Παρότι το ηλεκτρονικό εμπόριο μπορεί δυναμικά να δημιουργήσει νέες ευκαιρίες και σε επίπεδο μικρών επιχειρήσεων, το εύρος, η κλίμακα και οι ικανότητες που απαιτούνται για την ανάπτυξη και λειτουργία μιας ψηφιακής παρουσίας με εκτεταμένο χαρακτήρα σε επίπεδο ψηφιακού εμπορίου δημιουργεί συχνά νέα ψηφιακά χάσματα μεταξύ προηγμένων ψηφιακά επιχειρήσεων (π.χ. ψηφιακές πλατφόρμες) και λιγότερο ανεπτυγμένων ψηφιακών μικρών επιχειρήσεων. Βέβαια και σύμφωνα με την Διευθύντρια του INEMY κ. Βάλια Αρανίτου, σημειώνεται ότι οι καταναλωτές θα συνεχίζουν να επισκέπτονται «την αγορά» και τούτο διότι η βόλτα στα μαγαζιά επιτελεί και ανταποκρίνεται και σε άλλες ανάγκες περισσότερο κοινωνικές και ψυχολογικές. Θα συνεχίσουν βέβαια να αναζητούν εμπορεύματα ψηφιακά χωρίς αυτό να τους εμποδίζει να επισκέπτονται και τα φυσικά καταστήματα.

Ανάλυση της Τέταρτης Ερώτησης:

«Ο στόχος της Ευρωπαϊκής Ένωσης»:

Οι ερωτώμενοι στην ερώτηση «Η Ελλάδα έχει στο μεγαλύτερο μέρος της πολύ μικρές επιχειρήσεις. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θέτει ως στόχο με βάση την ψηφιακή πυξίδα, πάνω από το 90% των ΜμΕ να επιτύχουν τουλάχιστον ένα στοιχειώδες επίπεδο ψηφιακής έντασης, πιστεύετε ότι είναι εφικτό να γίνει αυτό στη χώρα μας; Κι αν ναι σε πόσο χρονικό διάστημα;» απάντησαν κυρίως ό,τι ο ρυθμός ψηφιακής προσαρμογής κινείται με αργούς ρυθμούς σε επίπεδο μικρών επιχειρήσεων (σε εγχώριο επίπεδο). Το στοιχειώδες επίπεδο ψηφιακής έντασης θα μπορούσε να αποτελέσει έναν εφικτό στόχο για ένα πολύ μεγάλο μέρος των μικρών επιχειρήσεων και ό,τι όσο και να φαίνεται απλοϊκό η απάντηση είναι μονοσήμαντη: αύξηση της χρηματοδότησης στις πιο μικρές επιχειρήσεις, εκεί βρίσκεται η ουσιαστική λύση.

Οι Έλληνες έμποροι προσαρμόζονται στις νέες συνθήκες πολύ πιο εύκολα από ότι μπορούμε να υποθέσουμε αρκεί να το θέλουν. Το έχουν αποδείξει κατά το παρελθόν. Αυτό που φαίνεται να τους λείπει ουσιαστικά είναι τα εργαλεία και θα καταφέρουν να επιβιώσουν και να συμβάλλουν στο στόχο. Ήδη η πανδημία ανέδειξε την ανάγκη μετασχηματισμού με τον πλέον σαφή τρόπο (δείτε τα στατιστικά δεδομένα των τελευταίων δύο Ετήσιων Εκθέσεων Ελληνικού Εμπορίου 2020-2021). Ωστόσο, η ταχύτητα με την οποία θα επιτευχθεί εξαρτάται από σειρά παραγόντων όπως η ευρωστία των επιχειρήσεων, πιθανά σχετικά κίνητρα, η δυναμική της ζήτησης, οι προσδοκίες, το διαθέσιμο εισόδημα, η εισερχόμενη κατανάλωση, η αποκατάσταση

της σταθερότητας, το κόστος συντήρησης και λειτουργίας της ιστοσελίδας, digital skills availability, το κόστος διανομής των προϊόντων και άλλα. Συνεπώς, και καταλήγοντας σε συμπέρασμα, η πρόβλεψη του πότε θα γίνει είναι αυτή που κανένας από τους ερωτώμενους δεν κατάφερε να κάνει. Φυσικά παίζει πολύ σημαντικό ρόλο και το κατά πόσον οι επιχειρήσεις επιθυμούν να προβούν σε αυτή τη διαδικασία. Σίγουρα όμως δεν μπορεί να γίνει πρόβλεψη σχετικά με το αν στο τέλος του 2030 θα έχουμε υποαπόδοση του στόχου ή όχι.

Ο χρονικός ορίζοντας επίτευξης της ψηφιακής μετάβασης και της επίτευξης ενός στοιχειώδους επιπέδου ψηφιακής έντασης αποτελεί συνάρτηση του βαθμού υποστήριξης και κινητοποίησης του παραγωγικού δυναμικού των μικρών επιχειρήσεων προς την κατεύθυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού. Με βάση το σενάριο και την προϋπόθεση μιας ισχυρής υποστήριξης των μικρών επιχειρήσεων μέσω στοχευμένων πολιτικών ψηφιακής ανάπτυξης, η ολοκλήρωση της τρέχουσας δεκαετίας θα μπορούσε να αποτελέσει ορόσημο επίτευξης του συγκεκριμένου στόχου. Κάθε κλάδος έχει και διαφορετικές ταχύτητες. Το μόνο που είναι σίγουρο, είναι ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση πρέπει να προσφέρει περαιτέρω εργαλεία.

Ανάλυση της Πέμπτης Ερώτησης:

«DESI»:

Οι ερωτώμενοι στην ερώτηση «Ο DESI αποτελεί έναν δείκτη που μελετά τους ρυθμούς του ψηφιακού μετασχηματισμού μιας χώρας, η Ελλάδα κατέχει την 25^η θέση, στο σύνολο των 27 χωρών, γιατί θεωρείτε κατά τη γνώμη σας ότι συμβαίνει αυτό;» απάντησαν ότι ουσιαστικά όλοι οι λόγοι που αναφέρθηκαν παραπάνω είναι και αυτοί που τελικά οδηγούν την Ελλάδα να κατέχει αυτή τη θέση στην κατάταξη.

Κατ' αρχάς, είναι αναγκαίο να εξεταστούν επιμέρους παράγοντες για την κάθε κατηγορία του DESI και την αντίστοιχη χαμηλή βαθμολογία. Σε επίπεδο ενσωμάτωσης νέων τεχνολογιών από τις επιχειρήσεις για παράδειγμα, ένας βασικός παράγοντας εντοπίζεται στο χαμηλό βαθμό επενδύσεων που διαχρονικά πραγματοποιούνται στη χώρα σε επίπεδο νέων τεχνολογιών και ιδιαίτερα στους λεγόμενους παραδοσιακούς κλάδους.

Η τάση αυτή εντοπίζεται, μεταξύ άλλων, και στις σχετικές έρευνες που πραγματοποιεί το ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, σύμφωνα με τις απαντήσεις του κ. Καββαθά, και αποτυπώνουν τον χαμηλό βαθμό επενδύσεων και επικέντρωση σε βασικές

τεχνολογίες. Η περιορισμένη κλίμακα επενδύσεων συνδέεται επίσης άμεσα και με τον βαθμό υποστήριξης από πλευράς δημοσίων πολιτικών και δη πολιτικών ψηφιακής ανάπτυξης.

Ο περιορισμένος βαθμός υποστήριξης μέσω κατάλληλα δομημένων και ανεπτυγμένων πολιτικών ψηφιακής ανάπτυξης για τις επιχειρήσεις συνιστά ανασχετικό παράγοντα ως προς την υποβοήθηση του ψηφιακού μετασχηματισμού ιδιαίτερα σε κλάδους που υστερούν τεχνολογικά. Αντίστοιχα, η χαμηλή κατάταξη της χώρας στους υπόλοιπους δείκτες του DESI σε μεγάλο βαθμό συνδέεται με τις χαμηλού βαθμού επενδύσεις από την πλευρά του Κράτους (βλ. ψηφιοποίηση δημόσιας διοίκησης, ψηφιακές και τηλεπικοινωνιακές υποδομές, ψηφιακές δεξιότητες). Κατ' επέκταση, παρότι τα τελευταία χρόνια έχει πραγματοποιηθεί μια σταδιακή ψηφιακή προσαρμογή σε εγγώριο επίπεδο, το υφιστάμενο «ψηφιακό χάσμα» μεταξύ ευρωπαϊκών χωρών παραμένει –όπως και η χαμηλή θέση της χώρας- και σε ορισμένες περιπτώσεις (κατηγορίες μετασχηματισμού) οξύνεται λόγω του διαφορετικού σημείου εκκίνησης της κάθε οικονομίας (ως προς το τεχνολογικό/ψηφιακό της επίπεδο) καθώς και λόγω των διαφοροποιημένων ρυθμών ψηφιακής προσαρμογής που παρατηρούνται σε διαφορετικές χώρες. Ιδιαίτερα στην Ελλάδα, η προσαρμογή κινείται με αργούς ρυθμούς –και δη σε επίπεδο μικρών επιχειρήσεων- για λόγους που περιγράφονται παραπάνω και συνοψίζονται στο μη ευνοϊκό επιχειρηματικό περιβάλλον, στην περιορισμένη πρόσβαση στη χρηματοδότηση και τον περιορισμένο βαθμό επενδύσεων, την ελλιπή ανάπτυξη ψηφιακών ικανοτήτων και τις ελλειπείς δομές υποστήριξης.

Με άλλα λόγια, ο υφιστάμενος (ούτως ή άλλως περιορισμένος) βαθμός προσαρμογής δεν αποτελεί επαρκή συνθήκη ψηφιακής σύγκλισης προς οικονομίες που προσαρμόζονται ταχύτερα και πολυεπίπεδα. Εάν λάβουμε υπόψη τους περιορισμούς του επιχειρηματικού περιβάλλοντος (π.χ. περιορισμένη πρόσβαση στη χρηματοδότηση για τις ΜμΕ και δυνατότητα πραγματοποίησης νέων επενδύσεων), γίνονται ακόμη πιο κατανοητοί οι ανασχετικοί παράγοντες του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Έτσι λοιπόν, η Ελλάδα κάνει βήματα προς την εξέλιξη όμως δεν είναι τόσο πολύ γρήγορα σε σχέση με άλλες χώρες. Αυτό όμως δεν σημαίνει ό,τι δεν κάνει. Και αυτό γιατί η πλειοψηφία του λιανικού εμπορίου - αριθμητικά - είναι πάρα πολύ μικρές επιχειρήσεις στις οποίες δεν παρέχεται η δυνατότητα για να πραγματοποιηθούν

επενδύσεις. Σχεδόν το 88% των επιχειρήσεων απασχολούν έως 2 άτομα. Άρα ενώ οι νέες τεχνολογίες στο λιανικό εμπόριο είναι παρούσες, η έκταση είναι περιορισμένη, οι επενδύσεις επίσης, συνεπώς πως μπορούν να γίνουν πολύ γρήγορα βήματα;

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Επίλογος- Ανακεφαλαίωση

Με βάση την βιβλιογραφική επισκόπηση, καθώς και την περαιτέρω μελέτη τόσο σε στατιστικά στοιχεία αλλά και σε πηγές, ένα πρώτο συμπέρασμα είναι ότι το εμπόριο στην χώρα καθυστερεί αρκετά να ενσωματώσει νέες πρακτικές και να εξελιχθεί.

Από την περίοδο της γέννησης των καταστημάτων, την έναρξη λειτουργίας των εμπορικών κέντρων και την εμφάνιση των μεγάλων καταστημάτων τροφίμων, βλέπουμε την καθυστέρηση της εξέλιξης του λιανικού εμπορίου στην χώρα σε σύγκριση με τον υπόλοιπο κόσμο, αλλά και το πόσο απειλητική μπορεί να είναι η κάθε μορφής εξέλιξη των μεγάλων επιχειρήσεων για τις μικρότερες. Αυτό, όπως είδαμε και στα προηγούμενα κεφάλαια, οφείλεται κατά κύριο λόγο, στην δομή της ελληνικής επιχειρηματικότητας, η οποία στηρίζεται στις μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες μικρές επιχειρήσεις υστερούν συγκριτικά με τις μεγάλες και δεν διαθέτουν τα εφόδια των μεγάλων για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν σε οτιδήποτε νέο αλλά και απειλητικό μπορεί να προκύψει. Αντιθέτως, μοναδική τους έννοια δεν είναι η εξέλιξη, αλλά η επιβίωση στο πλαίσιο της ενιαίας αγοράς.

Σύμφωνα με τις έρευνες που αναλύσαμε στα προηγούμενα κεφάλαια αλλά και με βάση την βιβλιογραφική ανασκόπηση, καταλήγουμε εύλογα στο συμπέρασμα ότι οι μικρές επιχειρήσεις είναι και αυτές που πλήττονται βαθύτατα σε περιόδους κρίσης.

Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι επιχειρήσεις αυτές δεν έχουν πρόσβαση σε οικονομικά εργαλεία, δεν έχουν δυνατότητα εύκολης πρόσβασης σε τραπεζικούς δανεισμούς, δεν έχουν την δυνατότητα και το μέσον να ανοιχτούν στην μεγάλη και πολύ ανταγωνιστική αγορά, συνεπώς παραμένουν μικρές επιχειρήσεις στις γειτονιές, με περιορισμένο πελατολόγιο και με δυσπιστία στην ενσωμάτωση οποιασδήποτε καινούργιας μορφής δραστηριοποίησης. Αισθάνονται δικαιολογημένη ανασφάλεια να ανοιχτούν σε νέα επιχειρηματικά πλάνα, γιατί το επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται δεν είναι ασφαλές και εν όψει ενός άκρατου ανταγωνισμού παλεύουν να διατηρήσουν αυτό το χαρακτηριστικό που τις διακρίνει σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες αλλά και τις αλυσίδες, το οποίο είναι η διατήρηση της ποιότητας και η αμεσότητα με τον πελάτη.

Το επιχειρηματικό περιβάλλον δεν ευνοεί και ενώ κάνουν σημαντικές προσπάθειες προκειμένου να οδηγηθούν προς τον εκσυγχρονισμό και την ψηφιοποίηση με όσα

μέσα διαθέτουν, καθυστερούν αρκετά εντείνοντας το ήδη υπάρχον χάσμα με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, ύστερα από το ξέσπασμα της πανδημίας επιτάχυνε τις διαδικασίες για την ψηφιοποίηση, καθώς φάνηκε να αποτελεί σωτήρια λύση για όσο καιρό βρισκόμασταν σε καθεστώς περιορισμών. Έτσι λοιπόν το 2021 κατέληξε σε μια ευρωπαϊκή πολιτική συμφωνία «Ψηφιακή Πυξίδα: 2030» με στόχο την περαιτέρω ανάπτυξη των κρατών η οποία θα είναι συγχρονισμένη γύρω από συγκεκριμένους άξονες. Ένας εξ' αυτών η ψηφιοποίηση των επιχειρήσεων.

Στο μεταξύ η μελέτη της επίτευξης των στόχων για το κάθε κράτος μέλος ξεχωριστά θα πραγματοποιείται με διάφορα εργαλεία και με πρώτο και κυριότερο τον Δείκτη DESI ο οποίος ήδη με όσα στοιχεία διαθέτει και βάση στατιστικών μετρήσεων έχει καταλήξει στο συμπέρασμα ότι η χώρα μας κατέχει μια από τις χαμηλότερες θέσεις σε σύγκριση με όλες τις άλλες ευρωπαϊκές, χωρίς αυτό όμως να σημαίνει ότι δεν καταβάλει σημαντικές προσπάθειες και δεν σημειώνει αργή αλλά σταθερή πρόοδο.

Συνεπώς και με βάση τους στόχους για την ψηφιοποίηση των ΜμΕ, που έχει θέσει η Ευρωπαϊκή Κοινότητα, εύλογα γεννάται το ερώτημα, του κατά πόσον μπορούν να ακολουθήσουν οι μικρές επιχειρήσεις αυτόν τον σχεδιασμό και τελικά να επιτύχουν τουλάχιστον έναν σημαντικό βαθμό ψηφιοποίησης.

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε πρόσωπα που συνδέονται άρρηκτα με τον κλάδο του λιανικού εμπορίου, με εξειδίκευση στην μελέτη της μικρομεσαίας και της μικρής επιχείρησης, μας απέδειξε, ό,τι το καλό σενάριο είναι πως ως έναν βαθμό είναι εφικτό να πραγματοποιηθεί με τα κατάλληλα μέσα. Αυτό που φαίνεται να ανησυχεί, από την άλλη μεριά, είναι ο ρυθμός που θα επιτευχθεί και ο χρόνος που θα χρειαστεί τη στιγμή που άλλες χώρες τρέχουν με μεγάλες ταχύτητες. Ενώ παράλληλα με τις αλλαγές που επέρχονται στον κλάδο του εμπορίου, ακόμα μια είναι και αυτή των καταναλωτικών προτύπων.

Μέχρι στιγμής στην χώρα μας σημειώνουμε την κρίση της πανδημίας, μια μεγάλη οικονομική ύφεση της οποίας τα αποτελέσματα φαίνονται ακόμα και σήμερα, πολέμους και άλλες κρίσεις, οι οποίες μακροπρόθεσμα δημιούργησαν ένα αβέβαιο περιβάλλον και ένα περιβάλλον στο οποίο δε γίνονται επενδύσεις, δεν δίνονται χρηματοοικονομικά εργαλεία, δεν ασκούνται στοχευμένες πολιτικές, συνεπώς αυτό δημιουργεί στασιμότητα και διστακτικές κινήσεις άρα κατά συνέπεια σημαντικές

καθυστερήσεις.

Το background, ο τρόπος λειτουργίας της μικρομεσαίας επιχείρησης και η κουλτούρα που έχει διαμορφώσει, η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού, η ανάπτυξη των ικανοτήτων, αλλά κυρίως το κοινωνικό-πολιτικό περιβάλλον, οι οικονομικές συνθήκες, αλλά και άλλοι σημαντικοί παράγοντες όπως για παράδειγμα το δημογραφικό, η ενεργειακή κρίση εν έτη 2022 της οποίας τα αποτελέσματα ακόμα δεν τα έχουμε δει, καταδεικνύουν ότι χρειάζεται μεγάλη προσπάθεια και βοήθεια για να επιτευχθεί αυτός ο σκοπός.

Να διευκρινίσουμε σε αυτό το σημείο ότι όταν μιλάμε για προσπάθεια και βοήθεια προφανώς εννοούμε συντονισμένες ενέργειες και συνεργασία του κράτους και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής προκειμένου να βρεθούν λύσεις, που στόχο θα έχουν να επιταχύνουν τις διαδικασίες για την ψηφιοποίηση, τόσο στο πλαίσιο της δικής μας χώρας, όσο και άλλων χωρών που φαίνεται να ακολουθούν με τους ίδιους ή και χαμηλότερους ρυθμούς. Εξίσου σημαντικό για την επίτευξη της ισορροπίας είναι η άμβλυνση του χάσματος μεταξύ μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων, προκειμένου να μην αναπτύσσεται ο εμπορικός κόσμος κατά το ήμισυ, τη στιγμή που άλλες επιχειρήσεις παλεύουν με νύχια και με δόντια να διατηρήσουν τη θέση τους και να μην εξαφανιστούν.

Σίγουρα πρόκειται για μια διαδικασία στην οποία εμπλέκονται πολλοί παράγοντες. Όμως με τον κατάλληλο συντονισμό, τα σωστά και στοχευμένα χρηματοοικονομικά εργαλεία θα καταφέρει το μικρό κυρίως εμπόριο να βελτιώσει τους ρυθμούς ανάπτυξης εκσυγχρονισμού του και να επιτευχθεί μια ισορροπία στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα καθώς επίσης να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα των επιχειρήσεων του κλάδου, χωρίς να κινδυνεύει κανένας και καμία επιχείρηση.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ποτέ ότι το μικρό εμπόριο στην χώρα μας είναι αυτό που ακόμα παλεύει να διατηρήσει την επαφή με τον καταναλωτή, να έχει επικοινωνία, και να προσφέρει την ποιότητα που μέσα σε ένα παγκόσμιο περιβάλλον ανταγωνισμού ενδεχομένως να χάνεται. Οι μικροί έμποροι μέχρι και σήμερα έχουν καταφέρει να αποδείξουν τη δυναμική τους, όμως το σπουδαίο ερώτημα σχετικά με το αν θα καταφέρουν να ανταπεξέλθουν και να προσαρμοστούν και σε αυτή τη δυσκολία, παραμένει.

Βιβλιογραφία

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:

Αρανίτου, Β., επιμ.(2021) *RETAILING, Ιστορία, οικονομία, μετασχηματισμοί στο λιανικό εμπόριο*. Εκδόσεις Κέρκυρα ΑΕ- economia publishing.

Αρανίτου, Β. (2006), *Το μικρό εμπόριο στη μεταπολεμική Ελλάδα. Η πολιτική μιας αμφίβολης επιβίωσης*. Εκδόσεις Παπαζήση.

Γεωργακάς Ι. (1994), *MINION – Η ιστορία ενός καταστήματος*, Εξάντας, Αθήνα

Εμπορικός Σύλλογος Αθηνών 1902-2002. Ιστορική αναδρομή στην συλλογική συνείδηση των εμπόρων (2002) εκδ. Κέρκυρα, Αθήνα

Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου (2020), Αθήνα, INEMY-ΕΣΕΕ

Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου (2021), Αθήνα, INEMY-ΕΣΕΕ

Εφημερίδα Εμπορία: Εμποροβιομηχανική και Ναυτική Εφημερίς, έτος Α' (1896), αρ. 6, σ.1.

Μπάγκαβος Χρήστος, *Δημογραφικές Μεταβολές Αγορά Εργασίας και Συντάξεις στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση*, εκδόσεις Βιβλιοθήκη Κοινωνικής Επιστήμης, Gutenberg.

Μπίρης Κ (1965) *Αι Αθήναι: Από του 19^{ου} εις τον 20^ο αιώνα*, Μέλισσα, Αθήνα (1^η έκδοση).

Παπαηλίας Θεόδωρος (2015) *Οικονομία και Κοινωνία*, Εκδόσεις ΚΡΙΤΙΚΗ

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:

Moore, C. (2010), “Theories of Retailing” , in Baker, M.J. – Saren, M. (eds), *Marketing Theory: A Student Text*, London, SAGE Publications Ltd, pp. 345-359 (doi: 10.4135/9781446280096.n16).

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ- ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΠΗΓΕΣ:

European Commission. (2022). *Η ψηφιακή δεκαετία της Ευρώπης: ψηφιακοί στόχοι για το 2030*. Available at: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_el (Ιούνιος 2022)

EUROPEAN COMMISSION (2021). *2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade*. [online] Available at: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-digital-compass-2030_en.pdf (Ιούνιος 2022)

European Commission, (2021). *ANNUAL REPORT ON EUROPEAN SMEs 2020/2021*. Available at: <https://www.ggb.gr/sites/default/files/basic-page-files/SME%20Annual%20Report%20-%202021.pdf>

Statistics.gr. (2015). *Κεντρική Σελίδα ΕΛΣΤΑΤ - ELSTAT*. Available at: <https://www.statistics.gr/> (Ιούνιος 2022)

Europa.eu. (2011). *Eurostat*. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat> (Ιούνιος 2022)

IN.EM.Y. *Αρχική*. Available at: <https://inemy.gr/> (Ιούνιος 2022)

ΕΣΕΕ - Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου & Επιχειρηματικότητας. (n.d.). *ΑΡΧΙΚΗ*. Available at: <https://esee.gr/> (Ιούνιος 2022)

ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ 2021. (n.d.). Available at: https://inemy.gr/wp-content/uploads/2017/12/%CE%95%CF%84%CE%AE%CF%83%CE%B9%CE%B1_%CE%88%CE%BA%CE%B8%CE%B5%CF%83%CE%B7_%CE%95%CE%BB

[%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CF%8D_%CE%95%CE%BC%CF%80%CE%BF%CF%81%CE%AF%CE%BF%CF%85_2021.pdf](#)

EUROPEAN E-COMMERCE REPORT. Available at: <https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/09/2021-European-E-commerce-Report-LIGHT-VERSION.pdf> .(Ιούνιος 2022)

European Commission - European Commission. (n.d.). *Press corner*. Available at: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/IP_21_5481. (Ιούνιος 2022)

European Commission. (2021). *ANNUAL REPORT ON EUROPEAN SMEs 2020/2021*. Available at: <https://www.ggb.gr/sites/default/files/basic-page-files/SME%20Annual%20Report%20-%202021.pdf> . (Ιούνιος 2022)

digital-strategy.ec.europa.eu. (n.d.). *Countries' digitisation performance | Shaping Europe's digital future*. Available at: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/countries-digitisation-performance>. (Ιούνιος 2022)

World Uncertainty Index. (n.d.). *World Uncertainty Index*. [online] Διαθέσιμο: <https://worlduncertaintyindex.com/> (Ιούλιος 2022)

ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ. (2021). *Εξαμηνιαία αποτύπωση οικονομικού κλίματος - Ιούλιος 2021*. Διαθέσιμο: <https://imegsevee.gr/%CE%B4%CE%B7%CE%BC%CE%BF%CF%83%CE%B9%CE%B5%CF%8D%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/examiniaia-apatyposi-oikonomikou-klimatos-stis-mikres-epicheiriseis-ioulios-2021-2/> (Ιούλιος 2022)

ELTRUN. (n.d.). *Home Page*. Διαθέσιμο: <https://eltrun.org/> (Ιούλιος 2022)

Impact of the Coronavirus on e-commerce SURVEY RESULTS REPORT. (2021) Διαθέσιμο:<https://ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2021/01/Coronavirus-Survey-Report-January-2021.pdf> . (Ιούλιος 2022)

EUROPEAN COMMISSION ed., (2021). *COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS 2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decad.* Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-digital-compass-2030_en.pdf (Ιούλιος 2022)

EUROPEAN COMMISSION ed., (2021). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions 2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade.* Διαθέσιμο: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:12e835e2-81af-11eb-9ac9-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_2&format=PDF (Ιούλιος 2022)

EUROPEAN COMMISSION (2021). *2030 Digital Compass: the European way for the Digital Decade.* Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/communication-digital-compass-2030_en.pdf (Ιούνιος 2022)

futurium.ec.europa.eu. *Futurium / Digital Skills.* Διαθέσιμο: <https://futurium.ec.europa.eu/en/digital-compass/digital-skills?page=2> (Ιούλιος 2022).

education.ec.europa.eu. *Digital Education Action Plan (2021-2027) | European Education Area.* Διαθέσιμο: <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/digital-education-action-plan> (Ιούλιος 2022).

futurium.ec.europa.eu. (n.d.). *Futurium / Digital Infrastructures.* Διαθέσιμο: <https://futurium.ec.europa.eu/en/digital-compass/digital-infrastructures?page=2> (Ιούλιος 2022).

digital-strategy.ec.europa.eu. *Europe's Internet of Things Policy | Shaping Europe's digital future*. Διαθέσιμο: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/internet-things-policy#:~:text=The%20Internet%20of%20Things%20merges> (Ιούλιος 2022)

Europa.eu. (2017). Διαθέσιμο:

<https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/87440> [(Ιούνιος 2022)

European Commission. (2022). *Η ψηφιακή δεκαετία της Ευρώπης: ψηφιακοί στόχοι για το 2030*. Available at: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/europes-digital-decade-digital-targets-2030_el. (Ιούνιος 2022)

European Commission - European Commission. (n.d.). *Press corner*. Available at: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/el/IP_21_5481 . (Ιούνιος 2022)

EPIC (n.d.). DIGITALEUROPE – *The voice of digitally transforming industries in Europe*. DIGITALEUROPE. Διαθέσιμο: <https://www.digitaleurope.org/> . (Ιούνιος 2022)

European Commission (2021). *Horizon Europe*. European Commission. Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe_en . (Ιούνιος 2022)

European Commission. (2015). *Connecting Europe Facility*. Διαθέσιμο: <https://ec.europa.eu/inea/en/connecting-europe-facility> . (Ιούνιος 2022)

European Commission. (2022). *Μηχανισμός ανάκαμψης και ανθεκτικότητας*. Διαθέσιμο: https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/recovery-coronavirus/recovery-and-resilience-facility_el (Ιούνιος 2022)

futurium.ec.europa.eu. (n.d.). Futurium | *Digital Businesses - The Digital Europe Programme - DIGITAL*. Available at: <https://futurium.ec.europa.eu/en/digital->

[compass/digital-businesses/library-video/digital-europe-programme-digital](https://compass.digital-businesses/library-video/digital-europe-programme-digital) (Ιούνιος 2022)

www.oecd.org. (n.d.). *Handbook on constructing composite indicators: methodology and user guide* - OECD. Διαθέσιμο:

<https://www.oecd.org/els/soc/handbookonconstructingcompositeindicatorsmethodologyanduserguide.htm> (Ιούνιος 2022)

www.opengov.gr. (n.d.). 3.1. Δείκτης Ψηφιακής Οικονομίας & Κοινωνίας 'DESI' | Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης.] Διαθέσιμο:

<http://www.opengov.gr/digitalandbrief/?p=2149> (Ιούνιος 2022)

Europa.eu. (2022). Διαθέσιμο:

<https://ec.europa.eu/newsroom/dae/redirection/document/80563> (Ιούλιος 2022)

σελ.54

DIRECTORATE FOR SCIENCE, TECHNOLOGY AND INNOVATION
COMMITTEE ON DIGITAL ECONOMY POLICY Working Party on Measurement
and Analysis of the Digital Economy EUROSTAT-OECD DEFINITION OF ICT
SPECIALISTS. (2019). Διαθέσιμο:

https://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/Annexes/isoc_skslf_esms_an1.pdf

(Ιούλιος 2022)

Europa.eu. (2016). Διαθέσιμο:

https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=67076 (Ιούλιος 2022).

digital-strategy.ec.europa.eu. (n.d.). *DESI - Greece | Shaping Europe's digital future.*

Διαθέσιμο: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-greece> (Ιούλιος 2022)

nationaldigitalacademy.gov.gr. (n.d.). *Εθνική Ακαδημία Ψηφιακών Ικανοτήτων -*

Gov.gr. Διαθέσιμο: <https://nationaldigitalacademy.gov.gr/> (Ιούλιος 2022)

Anon, (2021). *Ταχεία σύνδεση μέσω οπτικών ινών και τεχνολογικός εκσυγχρονισμός των Δημόσιων Νοσοκομείων* | Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης. Διαθέσιμο: <https://mindigital.gr/archives/2290> (Ιούλιος 2022)

digitalstrategy.gov.gr. *Βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού 2020-2025*. Διαθέσιμο: <https://digitalstrategy.gov.gr/> (Ιούλιος 2022)

admin_140621. *Ελλάδα 2.0 - Εθνικό Σχέδιο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας*. Διαθέσιμο: <https://greece20.gov.gr/> (Ιούλιος 2022)

Gov.gr. *Βρείτε τη δημόσια υπηρεσία που θέλετε*. Διαθέσιμο: <https://www.gov.gr/> (Ιούλιος 2022)

Εμβολιασμός COVID-19. *Εμβολιασμός κατά της COVID-19*. Διαθέσιμο: <https://emvolio.gov.gr/> (Ιούλιος 2022)

