

TOKIKO MERKATARITZA, IRAGANA ALA ETORKIZUNA?

Posted on 06/05/2019 by Naider



a soziala oso lotuta dago tokiko merkataritza jasaten ari den aldaketekin. Txikizkako merkataritza hiri baten garapen ekonomiko eta sozialean funtsezko lotura da eta balio-katean herritarren eta kontsumitzaileengandik hurbilen dagoen sektorea da. Beste era batera esanda, txikizkako merkataritza ehun dibertsifikatua eta bizilagunen ongizatea konbinatzen duten hiriek biztanleria hiri handietara joatea eragotzi dezakete.

Tokiko merkataritza funtsezko zutabea da hiri konplexu, seguru eta bizien eraikuntzan. Hiri bateko negozio txikien efektu biderkatzailea zehaztasunez kalkulatzea zaila den arren, lau lanpostutik bat sektore horren mende dagoela kalkulatzen da. Zentzu horretan, merkataritza-jarduerak oinarritzko zutabea da tokiko ekonomientzat. Hala ere, kontsumo eredu berriek erronka handia dakarte hiri askotako merkataritza ehunarentzat. Fenomeno honek, globala den, zuzenean eragiten dio hiriguneek gordetzen duten aniztasunari eta berezko konplexutasunari. Sareko merkataritzaren agerpenak tokiko dinamika komertzialen aldaketa sakona aurreikusten du.

Oso nazioartekotuta dagoenez, txikizkako sektorea hirietan, oro har, eragiten duten aldaketa eta joera global handien menpe dago. Beheraldi ekonomikoaren garaian, Europako hiri gehienek beherakada handia izan dute txikizkako sektorean, eta ondorioz eraikin hutsak, jarduera ekonomikoa galtzea eta lan aukera gutxiago izan dira.

Nola eragingo die kontsumo eredu berriak hiriei? Ez dago erosketa eredu berri hauek planteatzen dituzten erronkei erantzun bakarra. Kasu askotan, testuinguruaren eta erronkaren tamainaren arabera izango dira hartu beharreko neurriak. Era berean, erantzuna bestelakoa izango da hiri txiki edo ertainak edo hirigune handiak badira. Hiri txiki eta ertainen despopulaketak merkataritza-ehun dibertsifikatuagoa duten hiri handiagoen mesedetan lurralde-desoreka nabarmenak eragiten ditu eta, aldi berean, ingurumen-kanpo-eraginkortasun negatiboak sortzen ditu hirigune handietan.

Zenbait hirigunetan merkataritza biziberritzeko politikek izan duten arrakasta adierazten duten kasu gehienek konstante bat dute. Eragile publikoen eta sektore pribatuaren arteko lankidetzak estuak tokiko merkataritzarako baldintzak hobetzeko eragina du negozio-estrategi arrakastatsuetan. Gainera, konponbideak beti hartzen dira kontsumitzaileen esperientzia aztertuz, merkataritza ehuna indartzera zuzendutako edozein neurri edo ekimen hartzeko oinarri gisa. Gero eta proiektu berritzaile gehiagok, sormenean oinarrituta, gainbeheran dauden merkataritza-barrutiak suspertzen dituzte. Txikizkako sektorerako bideratutako kultur eskaintza erakargarrietatik abiatuta, kaleko jarduerak, lasterketak, kirol lehiaketak koordinatzea tokiko negozioaren ordutegiarekin bat eginez; baita auzoko eskaintzaren bidez informazioa eta birtualki gidatutako bisitak eskaintzen dituzten merkataritza-barrutiaren digitalizazio zerbitzuak ere; tokiko komunitateak, artea, kontzertuak eta kultur jarduerak parte hartzen duten erakargarri eta ekitaldi publikoak. Txikizkako merkataritzarako beste soluzio espezifiko batzuk, hala nola, WiFi irekia eta geokapena, gaitu daitezke eta ildo horretan berrikuntzarako aukerak oso handiak dira.

There are no comments yet.