

Οι προκλήσεις που ανοίγονται είναι τεράστιες και ως έναν βαθμό επαναστατικές. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι το λιανικό εμπόριο αναδεικνύεται στο «χωνευτήρι» όλων αυτών των τεχνολογικών μετασχηματισμών που με γοργό ρυθμό είχαν εμφανιστεί τα τελευταία χρόνια. Είναι δε συγχρόνως ο «ιδανικός» τρόπος ένταξης και εξοικείωσης των πολιτών, αλλά και των καταναλωτών ειδικότερα, με τις νέες δυνατότητες της τεχνολογίας. Μάλιστα, λαμβάνοντας υπόψη αντίστοιχες περιπτώσεις «κρίσης» του παρελθόντος, οι μεν καταναλωτές ενδέχεται να απαντήσουν με αύξηση της κατανάλωσης αλλά και πολλοί «νέοι» επιχειρηματίες να ξεκινήσουν νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες θέλοντας να καλύψουν κενά της αγοράς.

Ίσως είναι αλήθεια ότι η πανδημία ήρθε σε μια στιγμή κατά την οποία η ανάγκη για μετασχηματισμό των επιχειρήσεων ήταν παρούσα. Οι πλατφόρμες,

όπως η Amazon ή η Alibaba, είχαν μπει πολύ νωρίτερα στη ζωή μας, αυξάνοντας διαρκώς την επιρροή τους στη δομή του λιανικού εμπορίου. Παράλληλα, είχε αλλάξει και ο ίδιος ο καταναλωτής πολύ πριν από το 2020. Η εξάρτησή του από την τεχνολογία είχε ήδη συντελεστεί ως έναν βαθμό, ενώ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είχαν δείξει τη δύναμή τους στη διαμόρφωση καταναλωτικών τάσεων και προτύπων. Ωστόσο, ο ξαφνικός αντίκτυπος της πανδημίας, σε συνδυασμό με τη νέα τεχνολογική πραγματικότητα, επιτάχυνε την ανάγκη για ευελιξία και ανθεκτικότητα των επιχειρήσεων. Είναι ενδεικτικό ότι από τον Απρίλιο του 2020 οι διαδικτυακές πληρωμές αυξήθηκαν 10 φορές, την ίδια στιγμή όπου, όπως υπολογίζεται, οι ηλεκτρονικές πωλήσεις στις ΗΠΑ εκτιμάται ότι θα αυξηθούν από 18% έως 29%.

Έτσι, ενώ από τη μια πλευρά φαίνεται οι αλλαγές αυτές να απειλούν το λιανικό εμπόριο, ταυτόχρονα αποτελούν έναν επιταχυντή του νέου επιχειρηματικού του μοντέλου. Καταλυτικό ρόλο στην επόμενη ημέρα του λιανικού εμπορίου θα διαδραματίσουν η τεχνολογία του «scan and go», που εισάγει το χωρίς ταμεία εμπόριο, τα ψηφιακά δοκιμαστήρια (virtual fitting rooms), η τεχνητή νοημοσύνη και η μηχανική μάθηση, που συμβάλλουν στην πρόβλεψη της ζήτησης, το «voice commerce» (π.χ. Google Assistant, Alexa, Siri κ.λπ.) και το «social commerce» μέσα από την εισβολή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο εμπόριο (Facebook shops, Instashops κ.ά.) και τέλος τα ρομπότ και τα μη επανδρωμένα οχήματα (drones), που ήδη χρησιμοποιούνται στις τηλε-ελεγχόμενες διανομές/παραδόσεις για τη βελτιστοποίηση του «last-mile delivery» και την καλύτερη και ταχύτερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών.