
Σε «κατάσταση άμυνας» οι εταιρείες ταχυμεταφορών. Οι όγκοι / παραγγελίες ξεπέρασαν τις προβλέψεις, τι αναφέρουν στελέχη της αγοράς

2020/12/08 10:23 στην κατηγορία ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΑ

Κάθε αρχική πρόβλεψη ξεπέρασε ο όγκος παραγγελιών / αποστολών την περίοδο της Black Friday και της Cyber Week, αλλά – με τα υφιστάμενα δεδομένα – και της περιόδου των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς.

Οι εταιρείες ταχυμεταφορών διαπιστώνουν σημαντικά μεγαλύτερο έργο στο δεύτερο lockdown σε σχέση με το πρώτο, με αποτέλεσμα καθυστερήσεις στις παραδόσεις και τροποποίηση ή και αναστολή πρόσθετων υπηρεσιών, κάτι το οποίο επιφέρει διαμαρτυρίες επιβατών.

Είναι ενδεικτικό ότι στο δεύτερο lockdown, τα e-shops και οι εταιρείες ταχυμεταφορών **είχαν προετοιμαστεί για όγκους ίδιους ή και ελαφρά υψηλότερους (έως 15%) του πρώτου lockdown, κάτι το οποίο δεν επιβεβαιώθηκε.**

Στελέχη της εγχώριας αγοράς ταχυμεταφορών σημειώνουν τα ακόλουθα:

-Ποια είναι η κατάσταση τώρα στην αγορά; Τι γίνεται με τα e-shops;

Με το πρόσφατο lockdown, ανέστειλε τη φυσική του λειτουργία του ένας εξαιρετικά μεγάλος αριθμός καταστημάτων του λιανικού εμπορίου.

Συγκεκριμένα, ανάμεσα σε άλλα: καταστήματα του λιανικού εμπορίου ηλεκτρονικών υπολογιστών, τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού, εξοπλισμού ήχου και εικόνας, ηλεκτρικών οικιακών συσκευών, επίπλων, φωτιστικών, βιβλίων, χαρτικών ειδών, εγγραφών μουσικής και εικόνας, αθλητικού εξοπλισμού, παιχνιδιών κάθε είδους, ενδυμάτων, υποδημάτων και δερμάτινων ειδών, καλλυντικών και ειδών καλλωπισμού, κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, σιδηρικών, χρωμάτων και τζαμιών, χαλιών, κιλιμιών, λουλουδιών, φυτών, σπόρων, λιπασμάτων, ζώων συντροφιάς και σχετικών ζωοτροφών, ρολογιών και κοσμημάτων.

Άλλη μια διαφορά, σε σχέση με το lockdown του Μαρτίου, είναι ότι πλέον παραμένουν σε λειτουργία οι εταιρείες, η βιομηχανία και χονδρεμπόριο και επιτρέπονται όλες οι δραστηριότητες του πρωτογενούς τομέα και του δευτερογενούς τομέα. Όλοι εν δυνάμει πελάτες των εταιρειών ταχυμεταφορών

Ωστόσο, αυτά τα καταστήματα μπορούσαν να συνεχίσουν τη λειτουργία τους προσφέροντας τα προϊόντα τους με υπηρεσίες ηλεκτρονικού ή τηλεφωνικού εμπορίου με παράδοση κατ' οίκον (e-shop, τηλεφωνικές παραγγελίες κτλ.).

Όλα τα παραπάνω καταστήματα είναι εν δυνάμει πελάτες των εταιρειών ταχυμεταφορών μέσω των e-shop τους.

Στο lockdown του Μαρτίου, οι καταναλωτές είχαν τη δυνατότητα να αγοράσουν με φυσική παρουσία ορισμένα από αυτά τα προϊόντα από τα καταστήματα super market, τα οποία παρέμεναν ανοικτά, όπως και σε αυτό το lockdown.

Τώρα όμως, λόγω απόφασης της κυβέρνησης, **τα super market δεν επιτρέπεται να πωλούν στα καταστήματα παιχνίδια, βιβλία, ρούχα, υποδήματα, ηλεκτρικές και οικιακές συσκευές**, είδη για την κουζίνα (π.χ. κατσαρόλες, πιάτα, ποτήρια κλπ) και είδη κηπουρικής.

Τα προαναφερθέντα είδη πωλούνται πλέον και από τα super market, μόνο μέσω των e-shop τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα μέρος του συγκεκριμένου τζίρου των super market να καταλήγει πάλι στα e-shop των καταστημάτων που αναφέρθηκαν παραπάνω. **Κάτι που σημαίνει περισσότερες αποστολές για τις εταιρείες ταχυμεταφορών.**

Άλλη μια διαφορά, σε σχέση με το lockdown του Μαρτίου, είναι ότι πλέον παραμένουν σε λειτουργία οι εταιρείες, η βιομηχανία και χονδρεμπόριο και επιτρέπονται όλες οι δραστηριότητες του πρωτογενούς τομέα και του δευτερογενούς τομέα. Όλοι εν δυνάμει πελάτες των εταιρειών ταχυμεταφορών.

Συμπερασματικά, είναι δεδομένη η σημαντικότερη αύξηση της ζήτησης των υπηρεσιών των εταιρειών ταχυμεταφορών και μάλιστα, συνυπολογίζοντας το διάστημα της περιόδου που διαρκεί το Black Friday και των εορτών Χριστουγέννων και Πρωτοχρονιάς.

Τη φετινή χρονιά όμως, λόγω του lockdown, πρέπει να υπολογιστεί και η αύξηση των αποστολών με εταιρείες ταχυμεταφορών **από ιδιώτη σε ιδιώτη** (π.χ. αποστολή δώρων νονού σε βαφτιστήρι, γονιών σε παιδί που ζει σε άλλο σπίτι κ.λ.π.), καθώς

μεγάλος αριθμός συμπολιτών μας πειθαρχεί πλήρως στις οδηγίες των αρχών για την αποφυγή συναναστροφών και μετακινήσεων σε άλλα σπίτια.

-Τελικά οι εταιρείες ταχυμεταφορών ούτε τώρα είναι έτοιμες να αντιμετωπίσουν την κατάσταση;

Είναι απαραίτητο να επισημανθεί η τωρινή εξαιρετικά ρευστή κατάσταση, που οδήγησε στην επέκταση του lockdown δύο φορές με προοπτική και για τρίτη επέκταση.

Αυτή η αβεβαιότητα σίγουρα **δεν επιτρέπει ακριβή επιχειρησιακό προγραμματισμό** για οποιαδήποτε επιχείρηση, πόσο μάλλον για τις εταιρείες ταχυμεταφορών που το αντικείμενό τους επηρεάζεται άμεσα από το lockdown.

Λόγω της συγκυρίας του συνδυασμού του lockdown με το black Friday και την προ-εορταστική περίοδο, προέκυψαν πολύ υψηλότεροι όγκοι, οι οποίοι απαιτούν και διπλάσιες υποδομές, εξοπλισμό αλλά και προσωπικό σε όλα τα επίπεδα, κάτι που δεν μπορούσε να προβλεφθεί με ακρίβεια – αλλά και να είχε προβλεφθεί, το πιθανότερο είναι ότι δεν ήταν εφικτό να καλυφθεί/υλοποιηθεί σε μόλις μερικούς μήνες

Ωστόσο, οι εταιρείες ταχυμεταφορών προετοιμάστηκαν και για το δεύτερο lockdown, αλλά πάντα σύμφωνα με τις εκτιμήσεις που υπήρχαν για την αύξηση της κίνησης, τα μέσα που είναι διαθέσιμα και τις οικονομικές δυνατότητες κάθε εταιρείας, ώστε να μπορεί να διατηρεί τις υπηρεσίες της σε λογικές και ανταγωνιστικές τιμές, επιτρέποντάς της να παραμένει οικονομικά υγιής.

Βασικός στόχος κάθε εταιρείας, πέρα από το να προσφέρει ποιοτικές υπηρεσίες στους πελάτες της, είναι να παραμένει υγιής, ώστε να μπορεί να συνεχίζει τη λειτουργία της και να διατηρεί αμείωτο τον αριθμό των θέσεων εργασίας της.

Στην παρούσα περίπτωση του δεύτερου lockdown, όλοι (και τα e-shops και οι εταιρείες ταχυμεταφορών) είχαν προετοιμαστεί για όγκους ίδιους ή και ελαφρά υψηλότερους (έως 15%) του πρώτου lockdown.

Παρόλα αυτά, τελικά λόγω της συγκυρίας του συνδυασμού του lockdown με το black Friday και την προ-εορταστική περίοδο, **προέκυψαν πολύ υψηλότεροι όγκοι**, οι οποίοι απαιτούν και διπλάσιες υποδομές, εξοπλισμό αλλά και προσωπικό σε όλα τα επίπεδα, κάτι που δεν μπορούσε να προβλεφθεί με ακρίβεια – αλλά και να είχε προβλεφθεί, το πιθανότερο είναι ότι δεν ήταν εφικτό να καλυφθεί/υλοποιηθεί σε μόλις

μερικούς μήνες.

Αποτέλεσμα είναι και ότι κάποιες μεγάλες εταιρείες ταχυμεταφορών, αλλά και ηλεκτρονικά καταστήματα μεγάλων εταιρειών, αναγκάστηκαν να προβούν στη διακοπή στην λειτουργία τους για μερικές ημέρες, ενώ όσοι είχαν κάνει καλύτερη προετοιμασία μπόρεσαν να συνεχίσουν την εξυπηρέτηση των αυξημένων όγκων, έχοντας ελεγχόμενη καθυστέρηση στην ροή των αποστολών, ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν στους συσσωρευμένους όγκους παραγγελιών και δεμάτων.

-Ποιο είναι το στοίχημα που πρέπει να κερδηθεί από τις εταιρείες ταχυμεταφορών;

Σίγουρα, το θέμα είναι η εύρυθμη παράδοση των αποστολών, η οποία όμως εξαρτάται από δύο παράγοντες.

Ο ένας παράγοντας είναι ο όγκος των αποστολών που μπορεί να διανεμηθεί ημερησίως, ο οποίος είναι πολύ σημαντικός, αλλά εξίσου σημαντικός είναι και ο δεύτερος παράγοντας, **δηλαδή η δυνατότητα αποθήκευσης των αποστολών πριν τη διανομή τους.**

Για να γίνει καλύτερα αντιληπτό, αν και με μία δόση υπερβολής: Ακόμα και αν μπορούσαν να πραγματοποιηθούν ημερήσιες διανομές από 1.000.000 courier σε όλη την επικράτεια, αν για την αποθήκευση του συνολικού ημερήσιου όγκου των αποστολών ήταν απαραίτητοι αποθηκευτικοί χώροι 10.000.000 τ.μ. και αυτοί δεν ήταν διαθέσιμοι, πάλι θα υπήρχε πρόβλημα στην ομαλή λειτουργία των εταιρειών.

Άρα απαιτείται κατανόηση των δεδομένων και των συνθηκών και οι καταναλωτές να έχουν υπομονή μέχρι να αρθεί το lockdown και οι περιορισμοί ώστε – όπως έγινε και στο πρώτο lockdown – να υπάρχει σταδιακά αποκατάσταση της κανονικότητας, κάτι το οποίο προβλέπεται να γίνει μετά το τέλος της εορταστικής περιόδου – καθώς με το άνοιγμα των φυσικών καταστημάτων τον Δεκέμβριο θα πέσει μεν ο ρυθμός αύξησης των αποστολών από τις online παραγγελίες, αλλά και πάλι θα διατηρηθεί σε επίπεδα άνω των δυνατοτήτων της αγοράς, όπως επισημαίνουν στελέχη κάποιων εταιρειών ταχυμεταφορών.