

Οι τεχνολογικές και επιχειρηματικές τάσεις της ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς

2023/01/12 10:12 στην κατηγορία TAXYΔΡΟΜΕΙΑ

Οι αυτοματοποιημένες ταχυδρομικές θυρίδες (parcel lockers) και οι δυνατότητες αξιοποίησής τους σε πανελλαδικό επίπεδο αποτελούν αντικείμενο της δημόσιας διαβούλευσης που διεξάγει η ΕΕΤΤ έως τις 10 Μαρτίου 2023.

Στο κείμενο της διαβούλευσης, μεταξύ άλλων, περιέχονται και οι γενικότερες τάσεις της αγοράς, όπως της κατέγραψε η ανεξάρτητη Αρχή.

Τεχνολογικές τάσεις ευρωπαϊκής αγοράς

-Επενδύσεις των παρόχων ταχυδρομικών υπηρεσιών στην αυτοματοποίηση των συστημάτων διαλογής, στη βελτιστοποίηση της παράδοσης, και στη βελτιστοποίηση της διεπαφής για την ανταλλαγή δεδομένων μεταξύ των ταχυδρομικών φορέων και των διαδικτυακών καταναλωτών.

-Καθιέρωση των αυτοματοποιημένων ταχυδρομικών θυρίδων όλο και περισσότερο σε Ευρωπαϊκές χώρες. Ο μελλοντικός στόχος των μεγάλων Ευρωπαϊκών παρόχων είναι η απόσταση μεταξύ των πολιτών μεγάλων αστικών κέντρων και του πλησιέστερου σημείου παραλαβής των δεμάτων τους (pick-up-box) να μην υπερβαίνει τα 300 μέτρα.

-Παροχή των ευνοϊκότερων τεχνολογικών λύσεων στον τομέα της εφοδιαστικής αλυσίδας για την καλύτερη εξυπηρέτηση του πελάτη.

-Ηλεκτρονικός εντοπισμός των ταχυδρομικών αντικειμένων μέσω γεωεντοπισμού (geolocation).

-Ανέπαφες παραδόσεις με ηλεκτρονική υπογραφή μέσω εφαρμογής στο κινητό, καθώς και η δυνατότητα πραγματοποίησης κλήσης κάνοντας χρήση βιντεοκάμερας με τον διανομέα, για τυχόν διευκρινίσεις που αφορούν την παράδοση του δέματος.

-Είσπραξη ΦΠΑ/Τελωνειακού δασμού μέσω ηλεκτρονικής εφαρμογής.

-Παροχή ηλεκτρονικής απόδειξης παράδοσης στους πελάτες.

-Εισαγωγή τεχνολογίας αλυσίδας συστοιχιών (blockchain).

-Έρευνα για νέους τρόπους παράδοσης, όπως π.χ. παράδοση με ΣμηΕΑ (drones).

Γενικές τάσεις ευρωπαϊκής αγοράς

-Εξαγορά και η ενσωμάτωση υφιστάμενων ταχυδρομικών εταιρειών από αντίστοιχες εταιρείες, οδηγεί στην επέκταση του εύρους των εργασιών τους.

-Στις περισσότερες Ευρωπαϊκές χώρες παρατηρείται σταδιακή μείωση του όγκου της επιστολικής αλληλογραφίας και αύξηση στον όγκο των δεμάτων.

-Οι ταχυδρομικοί φορείς προσπαθούν να δημιουργήσουν ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών για τους καταναλωτές που θα καλύπτουν όσο το δυνατόν καλύτερα τις ανάγκες τους. Στο πλαίσιο αυτό, καταγράφεται η ανάληψη ταχυδρομικών υπηρεσιών από πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου και το αντίστροφο.

-Τα μερίδια αγοράς των μεγάλων ταχυδρομικών παρόχων φαίνεται να παραμένουν σταθερά, ενώ τα μερίδια των μικρότερων παρόχων μεταβάλλονται συνεχώς.

-Παρατηρείται πτωτική τάση στον αριθμό παραδοσιακών ταχυδρομικών σημείων εξυπηρέτησης πελατών, όπως τα γραμματοκιβώτια, οι ταχυδρομικές θυρίδες, και τα φυσικά καταστήματα.

-Διασφαλίζεται η διαφάνεια στα τιμολόγια και στους όρους παροχής υπηρεσιών.

-Οι αγορές αρχίζουν να εστιάζουν όλο και περισσότερο στις ανάγκες του τελικού χρήστη, όσον αφορά στην παράδοση, στην ικανοποίηση και στις υπηρεσίες που παρέχονται σε αυτούς.

-Εμφανίζονται πολλοί νέοι παίκτες στις Ευρωπαϊκές αγορές και κυρίως σε αστικές περιοχές.

-Υπάρχει υψηλή συγκέντρωση ταχυδρομικών φορέων στις περισσότερες Ευρωπαϊκές αγορές, και αυτό αναδεικνύεται από το γεγονός ότι 10-15 πάροχοι ταχυδρομικών υπηρεσιών κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιο της εκάστοτε εγχώριας αγοράς.

-Ο όγκος και τα έσοδα των ταχυδρομικών υπηρεσιών αυξάνονται συνεχώς, αλλά το μερίδιο της καθολικής υπηρεσίας στην αγορά μειώνεται.

-Όσον αφορά στην πιστότητα πελατών (customer loyalty), παρατηρείται ότι οι Ευρωπαϊκοί πάροχοι επιδιώκουν τη δημιουργία σχέσης με τους πελάτες τους, παρέχοντας περισσότερα οφέλη σε καταναλωτές που επιλέγουν συστηματικά τις υπηρεσίες τους.