

## E-commerce logistics & last-mile orchestration: Διερευνώντας το ελληνικό οικοσύστημα του ηλεκτρονικού εμπορίου

Αποτελέσματα 1<sup>ης</sup> Πανελλήνιας έρευνας



## Επιστημονική Επιμέλεια



### Ομάδα Εργασίας

Βασίλης Ζεϊμπέκης, PhD  
Ζηνοβία Παραγουιού, Dipl. Ing  
Αναστάσιος Γιαλός, MSc, MRes  
Γεώργιος Κακολύρης, MSc

## Περιεχόμενα έρευνας

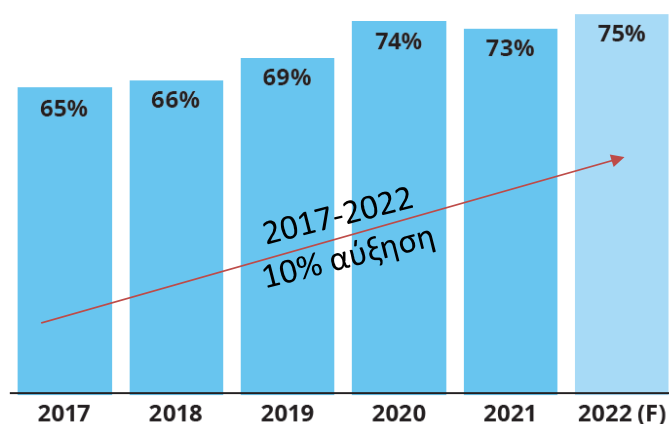
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα
- Μεθοδολογία και ταυτότητα έρευνας
- E-commerce logistics: Η άποψη των e-shops | εμπορικών επιχειρήσεων με ηλεκτρ. καταστήματα
- E-commerce logistics: Η άποψη των παρόχων υπηρεσιών logistics, ταχυμεταφορών & omni-channel λύσεων
- E-commerce logistics: Η άποψη εταιριών πληροφορικής & τεχνολογιών/εξοπλισμού e-commerce
- Ο δρόμος προς τα εμπρός
- Συμπεράσματα

## Περιεχόμενα έρευνας

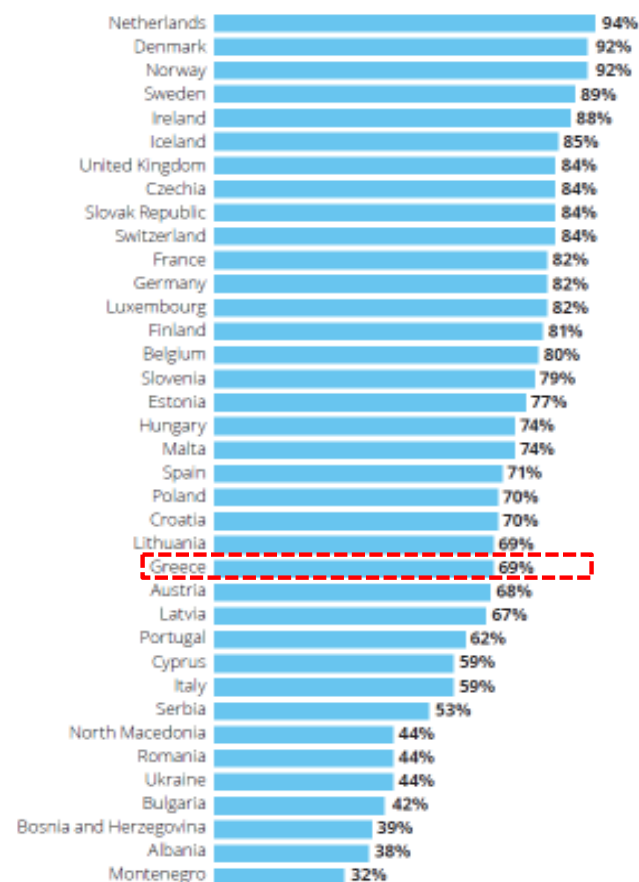
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα
- Μεθοδολογία και ταυτότητα έρευνας
- E-commerce logistics: Η άποψη των e-shops | εμπορικών επιχειρήσεων με ηλεκτρ. καταστήματα
- E-commerce logistics: Η άποψη των παρόχων υπηρεσιών logistics, ταχυμεταφορών & omni-channel λύσεων
- E-commerce logistics: Η άποψη εταιριών πληροφορικής & τεχνολογιών/εξοπλισμού e-commerce
- Ο δρόμος προς τα εμπρός
- Συμπεράσματα

Το ηλεκτρονικό εμπόριο παρουσιάζει σημαντική αύξηση σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ενώ 7 στους 10 στην Ελλάδα έχουν αγοράσει αγαθά ηλεκτρονικά το έτος 2021 (8 στους 10 το 2022)

Ποσοστό χρηστών διαδικτύου που αγόρασαν αγαθά από ηλεκτρ. Κατάστημα (σε Ευρωπαϊκό επίπεδο)



Ποσοστό e-shoppers ανά χώρα για το 2021 (σε Ευρωπαϊκό επίπεδο)



Πηγές: Eurostat, United Nations, Statista

**Τα e-shops από τα οποία που προτιμούν να αγοράζουν οι Έλληνες είναι ελληνικά (91%) στην πλειονότητά τους**  
**Οι δείκτες του ηλεκτ. εμπορίου παρουσιάζουν συνεχή άνοδο στην Ελλάδα**  
**Η πολυκαναλική παράδοση μειώνει το κόστος logistics & αυξάνει σημαντικά το customer experience**

**Κανάλι ηλεκτρ. αγορών για το τελευταίο τρίμηνο του 2021**



**Η πολυκαναλική διανομή εκτός από την αύξηση του customer experience, φαίνεται να μειώνει το κόστος logistics**



Το home delivery κοστίζει έως και 5 φορές περισσότερο από τις παραδόσεις τύπου «click and collect» που αφορούν τα smart lockers

**Δείκτες ηλ. εμπορίου στην Ελλάδα (2022)**



**€20,5 δις** ο τζίρος ηλεκτρ. Εμπορίου στην Ελλάδα για το 2022



Οι Έλληνες δαπανούν, κατά μέσο όρο, **€644** σε φυσικά καταστήματα και **€510** για ηλεκτρονικές αγορές



Ο τζίρος από το ηλ. εμπόριο στη Ελλάδα αποτελεί το **6,9%** του συνολικού τζίρου ~40.000



επιχειρήσεων που απασχολούν 10 άτομα και άνω που είχαν συνολικό κύκλο εργασιών €295,9 δις. ευρώ

## Περιεχόμενα έρευνας

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα
- **Μεθοδολογία και ταυτότητα έρευνας**
- E-commerce logistics: Η άποψη των e-shops | εμπορικών επιχειρήσεων με ηλεκτρ. καταστήματα
- E-commerce logistics: Η άποψη των παρόχων υπηρεσιών logistics, ταχυμεταφορών & omni-channel λύσεων
- E-commerce logistics: Η άποψη εταιριών πληροφορικής & τεχνολογιών/εξοπλισμού e-commerce
- Ο δρόμος προς τα εμπρός
- Συμπεράσματα

## Στόχοι και μεθοδολογία έρευνας

### Στόχοι

#### Στάδιο Α

- Αποτύπωση της λειτουργίας των e-shop ως προς τις διαδικασίες logistics, τον εξοπλισμό, το κόστος, το έργο που εκτελούν & τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν
- Αποτύπωση των υπηρεσιών που παρέχουν εταιρίες 3PL, courier & μεταφορικές
- Αποτύπωση του ρόλου των παρόχων πληρ. συστημάτων και αυτοματισμών για e-commerce logistics

#### Στάδιο Β

- Αποτύπωση των μελλοντικών τάσεων και των προκλήσεων σχετικά με τα logistics του ηλεκτρονικού εμπορίου (π.χ. επενδυτική στρατηγική, υιοθέτηση τεχνολογιών, ανάπτυξη του κλάδου)

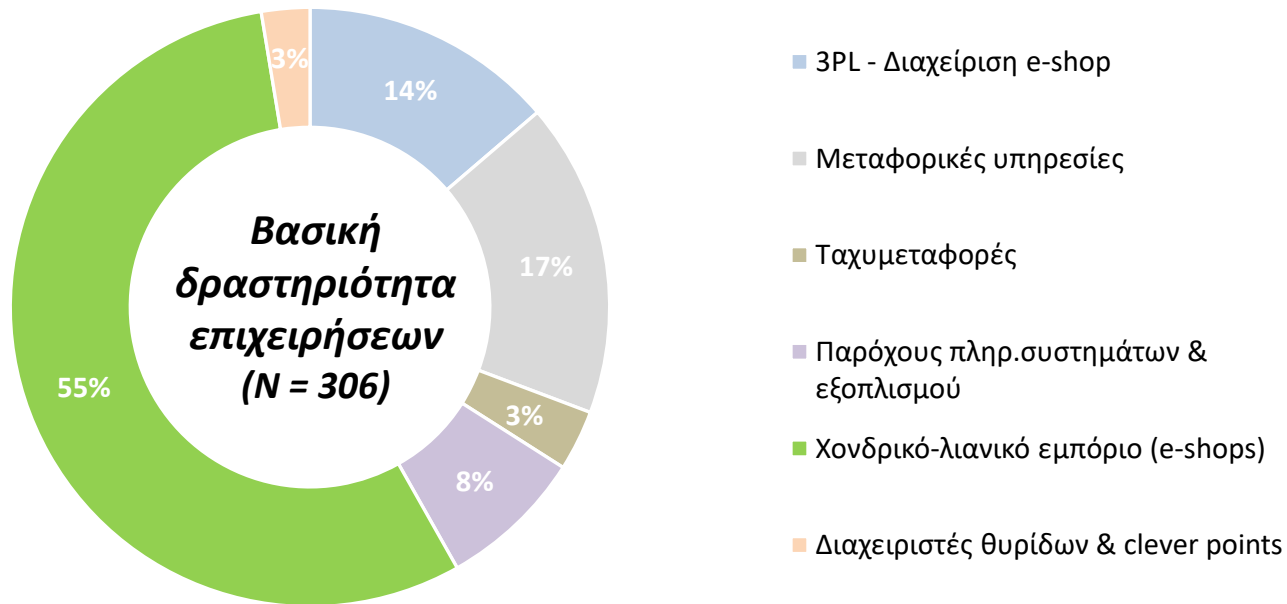
### Μεθοδολογία

- Επισκόπηση και συλλογή στοιχείων για το ελληνικό οικοσύστημα του ηλεκτρονικού εμπορίου
- Δημιουργία ερωτηματολογίου
- Focus group με στελέχη από e-shops, εταιρίες παροχής υπηρεσιών logistics & παρόχους συστημάτων & αυτοματισμών
- Έλεγχος και οριστικοποίηση ερωτηματολογίου
- Διεξαγωγή έρευνας για διάστημα 90 ημέρων (Απρίλιος-Ιούνιος 2023)
- Ανάλυση και καταγραφή της υφιστάμενης κατάστασης και των τάσεων για τα logistics του ηλεκτρονικού εμπορίου

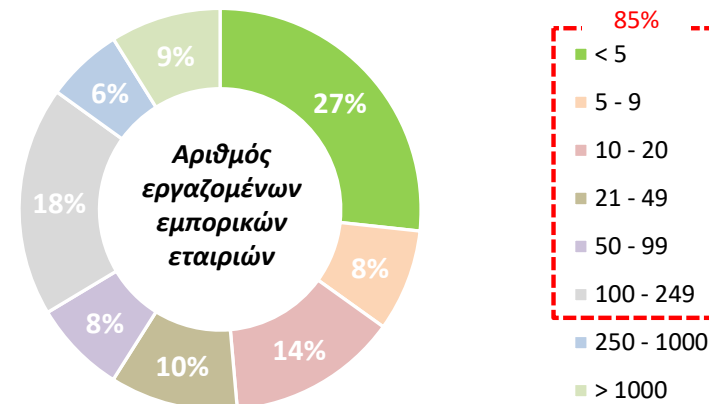
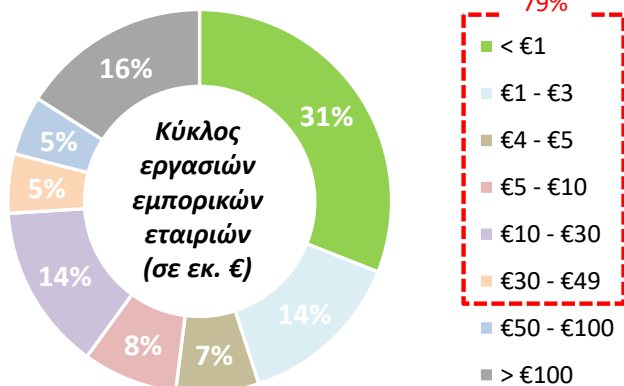
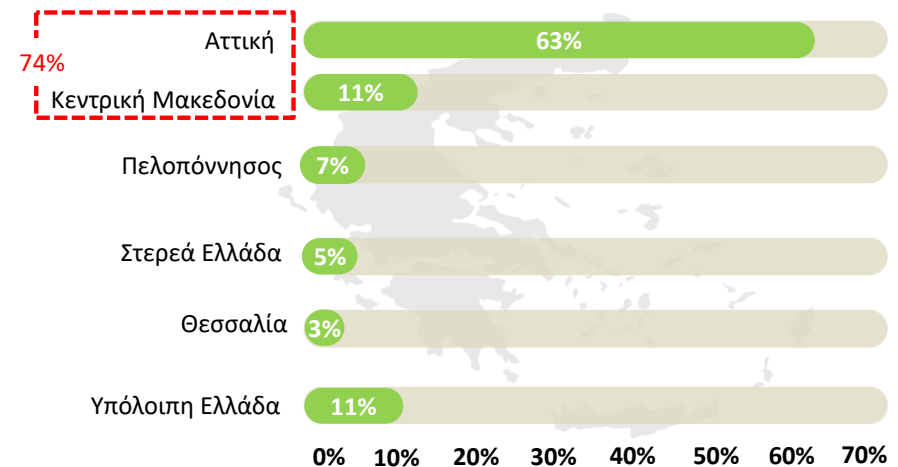
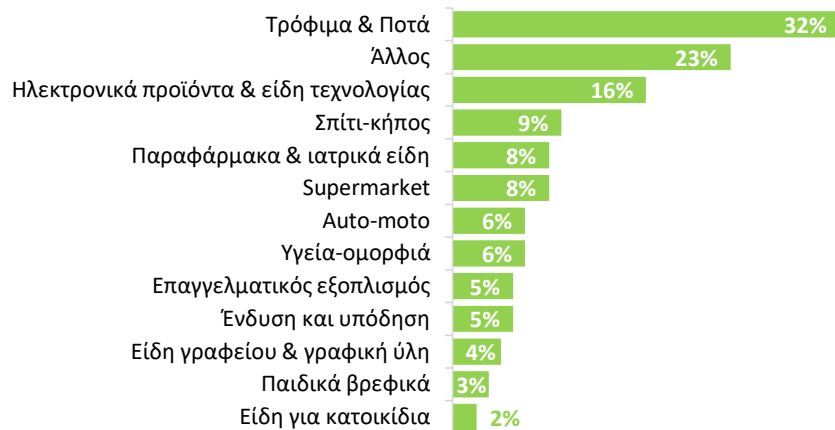




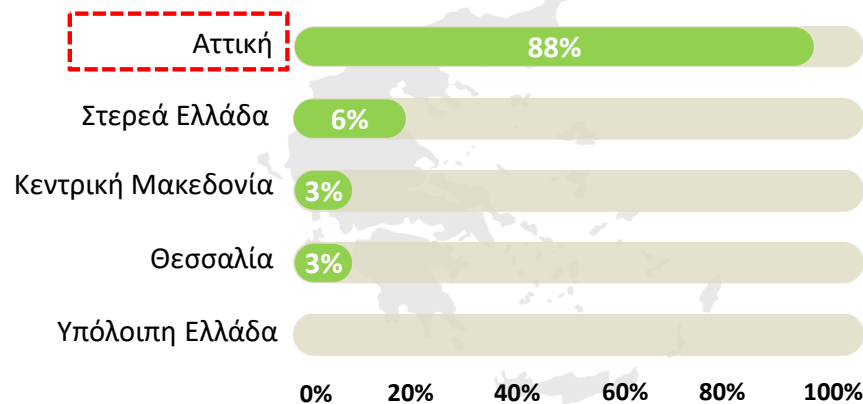
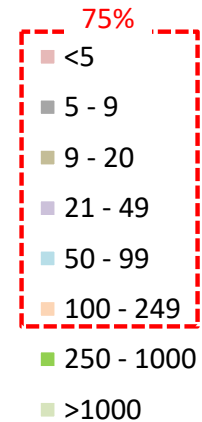
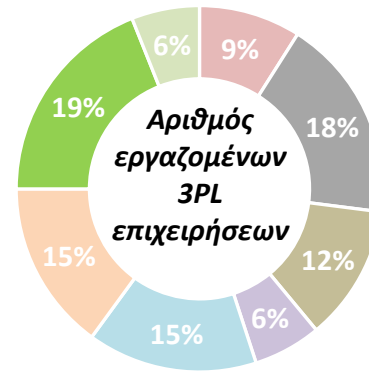
Το δείγμα της έρευνας (N=306) είναι αντιπροσωπευτικό των μερών που αποτελούν το ελληνικό οικοσύστημα του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα. Το 55% του δείγματος αφορά εμπορικές εταιρίες με e-shops, το 37% παρόχους υπηρεσιών logistics και το 8% παρόχους πληρ. συστημάτων και εξοπλισμού



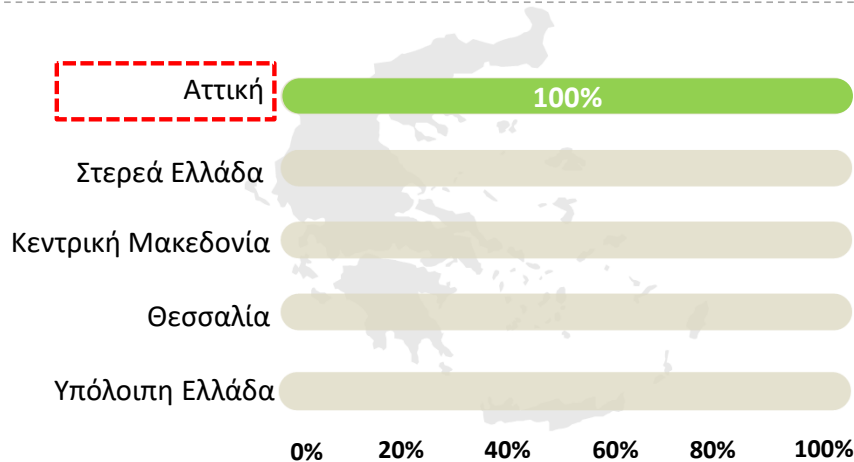
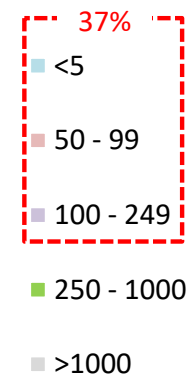
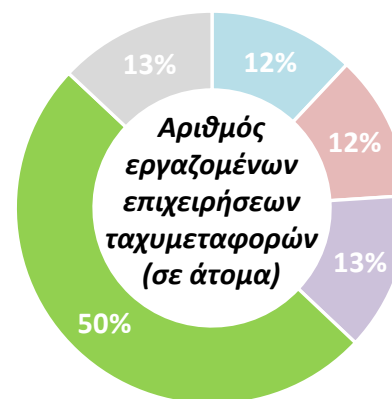
Τα e-shops που συμμετείχαν στην έρευνα δραστηριοποιούνται σε πολλαπλούς κλάδους του εμπορίου, με έδρα κυρίως την Αττική & τη Θεσσαλονίκη (74%) και αποτελούν στην πλειονότητά τους ΜμΕ επιχειρήσεις



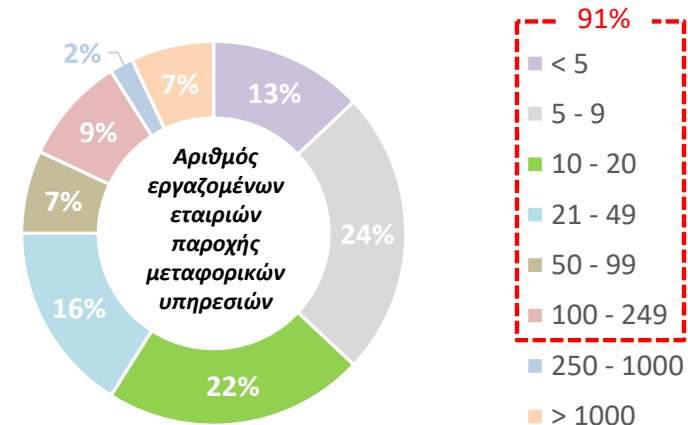
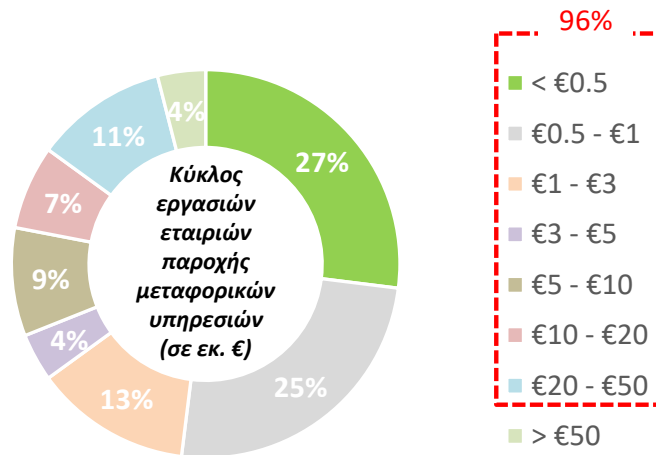
Η πλειονότητα των εταιριών παροχής υπηρεσιών logistics (3PLs) που συμμετείχαν στην έρευνα ανήκουν στην κατηγορία των ΜμΕ (82% έχουν κύκλο εργασιών ως €50M και 75% ως 249 εργαζόμενους) και έχουν έδρα κατά πλειοψηφία (88%) στην Αττική



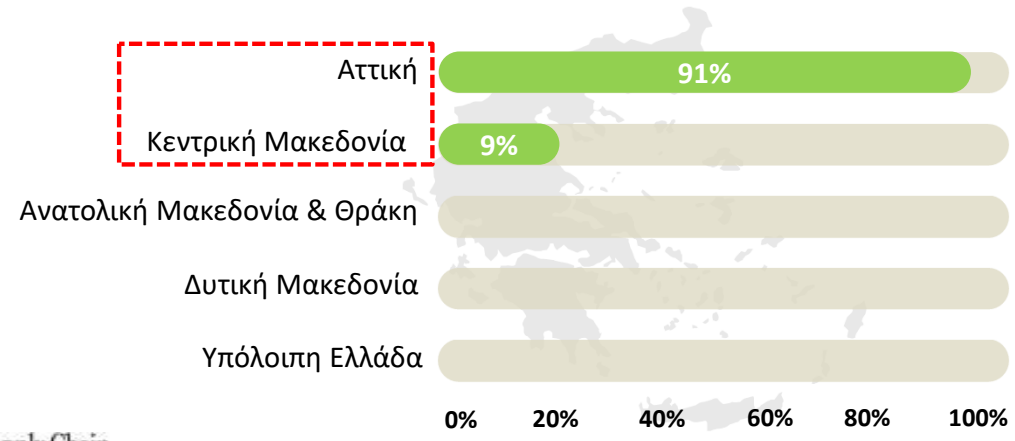
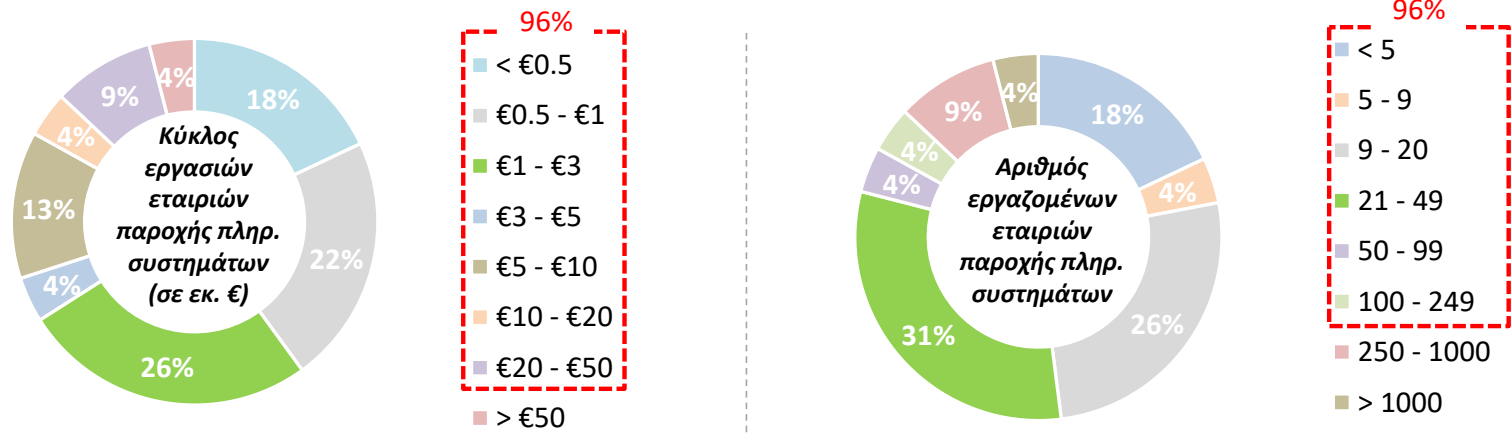
Οι εταιρίες ταχυμεταφορών (courier) / διαχειριστών θυρίδων-clever points που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν έδρα στην Αττική και αποτελούν κατά πλειοψηφία ΜμΕ (όσο αφορά στον κύκλο εργασιών τους – 75%) αλλά το 63% διαθέτει άνω το 250 εργαζομένων



Οι εταιρίες παροχής μεταφορικών υπηρεσιών / πρακτορεία που συμμετείχαν στην έρευνα ανήκουν κατά υψηλή πλειοψηφία στην κατηγορία ΜμΕ και η πλειονότητα αυτών έχουν έδρα στην Αττική (65%) και στην Κεντρική Μακεδονία (11%)



Οι εταιρίες παροχής πληρ. συστημάτων & αυτοματισμών που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν έδρα στην Αθήνα κατά πλειοψηφία (91%) και αντίστοιχα ανήκουν στην κατηγορία των ΜμΕ σε ένα πολύ υψηλό ποσοστό (96%)



## Περιεχόμενα έρευνας

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα
- Μεθοδολογία και ταυτότητα έρευνας
- **E-commerce logistics: Η άποψη των e-shops | εμπορικών επιχειρήσεων με ηλεκτρ. καταστήματα**
- E-commerce logistics: Η άποψη των παρόχων υπηρεσιών logistics, ταχυμεταφορών & omni-channel λύσεων
- E-commerce logistics: Η άποψη εταιριών πληροφορικής & τεχνολογιών/εξοπλισμού e-commerce
- Ο δρόμος προς τα εμπρός
- Συμπεράσματα

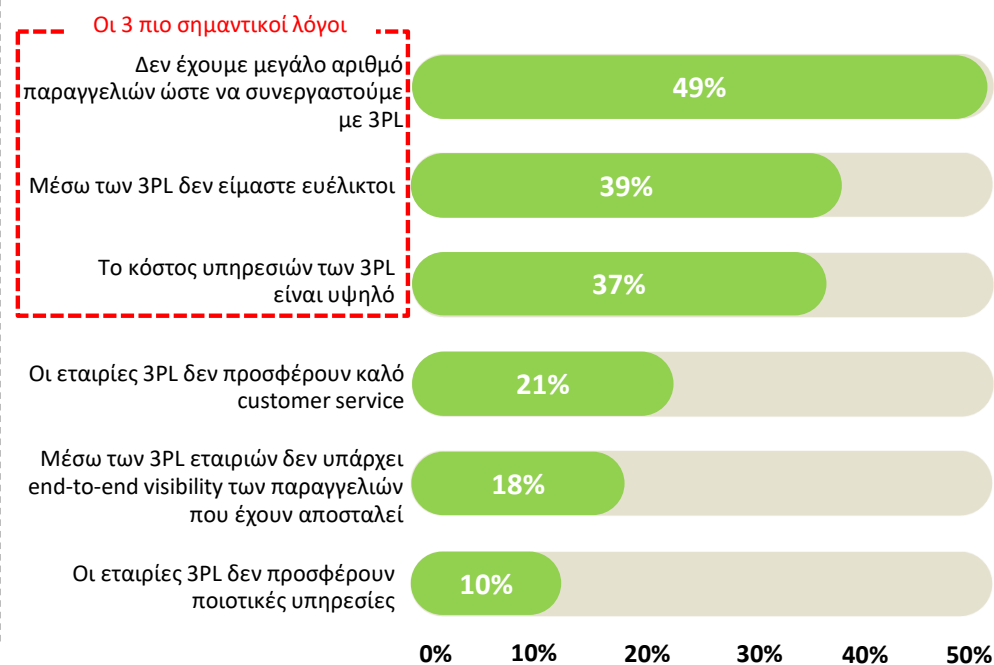
Η πλειονότητα των e-shops (59%) επιλέγει την in-house αποθήκευση, ενώ ένα 27% των e-shops του δείγματος συνεργάζονται παράλληλα και με 3PLs κυρίως λόγω έλλειψης χώρου (λειτουργούν ως buffer areas). Οι βασικοί λόγοι μη πλήρους συνεργασίας με 3PL αφορούν τον αριθμό των παραγγελιών, την ευελιξία, το customer service και το κόστος

### In-house vs. outsourcing (ολικό/μερικό)



- Τις έχετε αναθέσει εξολοκλήρου σε εταιρία παροχής υπηρεσιών logistics
- Μερικώς ενδοεπιχειρησιακή (αποθήκευση) και μερικώς σε εξωτερικό συνεργάτη
- Ενδοεπιχειρησιακά (in-house)

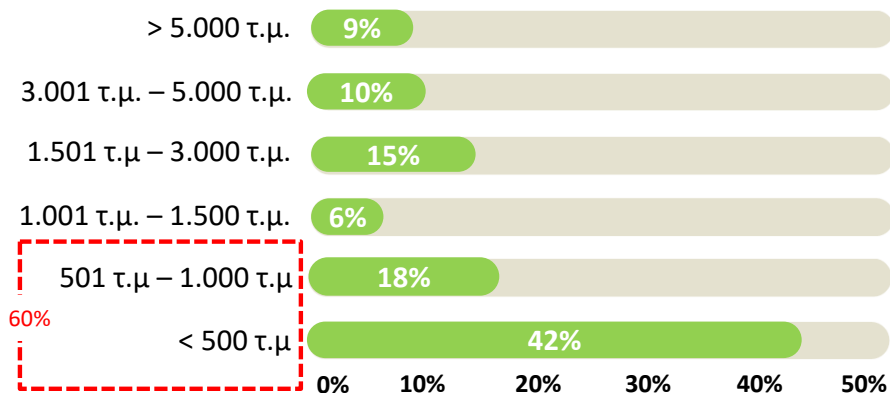
### Λόγοι μη ανάθεσης έργου των logistics σε 3PL εταιρία



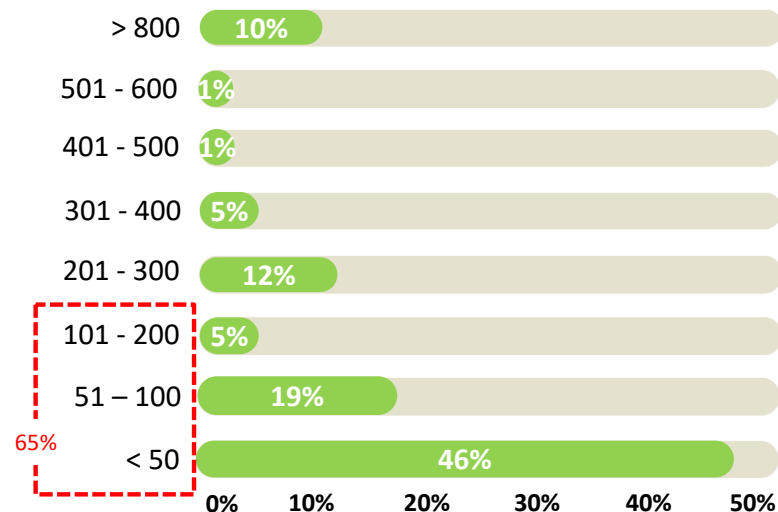


Ένα μεγάλο ποσοστό των e-shops (60%) διαθέτουν μικρούς αποθηκευτικούς χώρου ως 1.000 τ.μ. και η πλειοψηφία αυτών (65%) εκτελούν καθημερινά ως 200 παραγγελίες. Υπάρχει όμως και ένα 10% όπου εκτελούν καθημερινά άνω των 800 παραγγελιών

Επιφάνεια αποθηκευτικών χώρων που χρησιμοποιούν τα e-shops  
(in-house logistics)

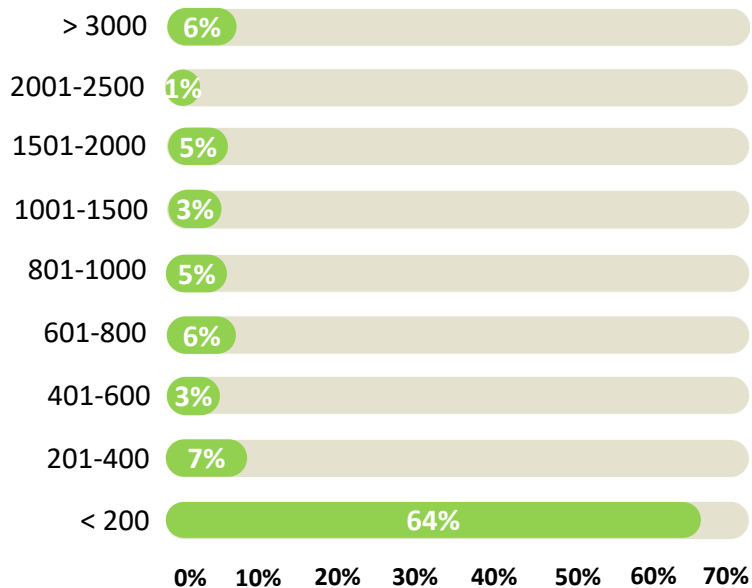


Μέσος αριθμός παραγγελιών ημερησίως

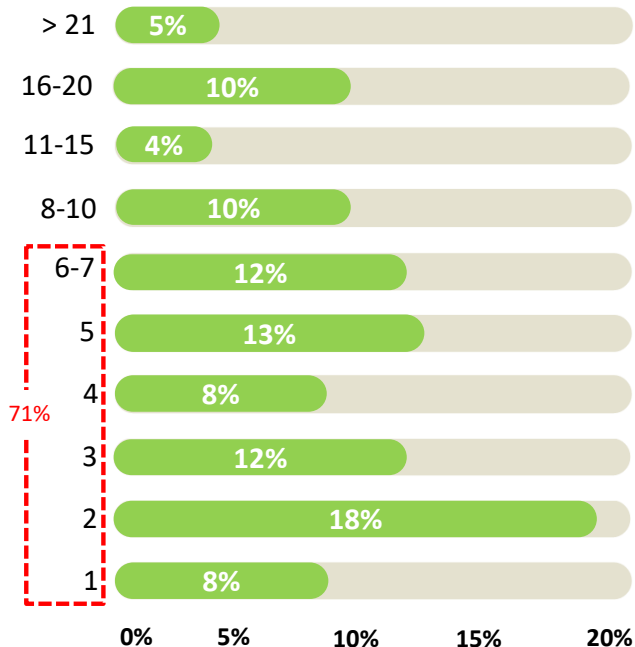


Ο μέσος αριθμός παραγγελιογραμμών που εκτελούνται καθημερινά είναι ως 200 στην πλειοψηφία (64%) των e-shops της έρευνας. Το 71% των e-shops έχουν από 1-7 παραγγελιογραμμές ανά παραγγελία και το 65 % των e-shops μεταξύ 1-5 τμχ ανά παραγγελία (με ένα μεγάλο ποσοστό να έχει 1 τμχ/ παραγγελία)

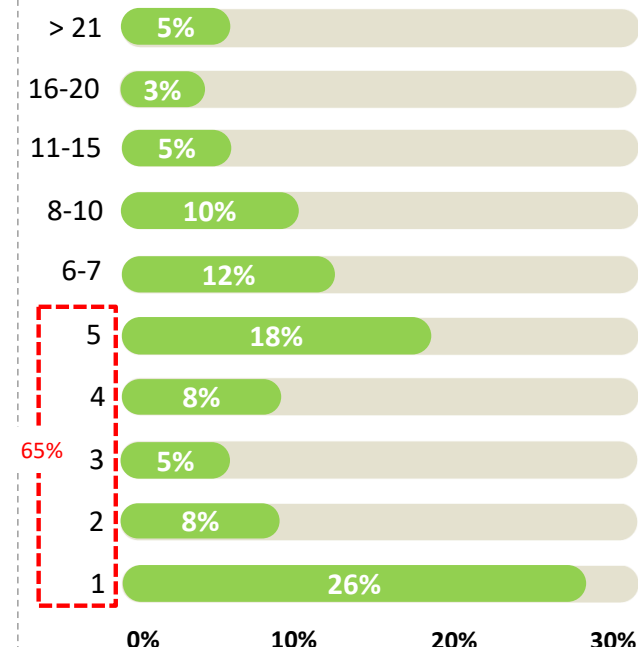
Μέσος αριθμός παραγγελιογραμμών ημερησίως



Μέσος αριθμός παραγγελιογραμμών/παραγγελία ημερησίως

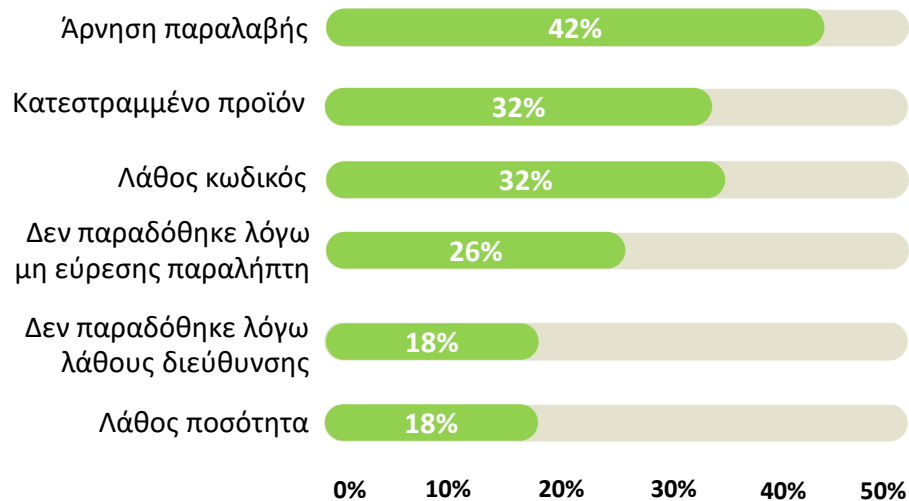


Μέσο πλήθος τεμαχίων/παραγγελία ημερησίως

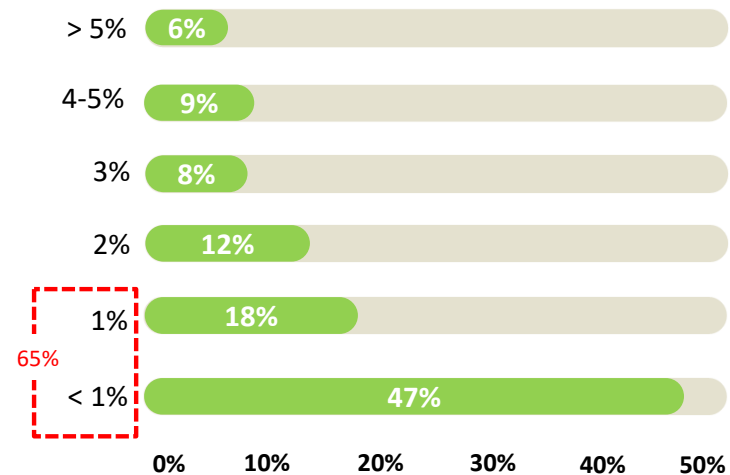


**Οι αιτίες επιστροφών ποικίλουν και αφορούν τόσο την άρνηση παραλαβής (42%) όσο και θέματα logistics (π.χ. κατεστραμμένο προϊόν κατά τη μεταφορά - 32%, λάθος SKU – 32%). Το ποσοστό επιστροφών είναι σε ικανοποιητικά επίπεδα (65% των e-shops έχουν επιστροφές ως 1%)**

### Αιτίες επιστροφών

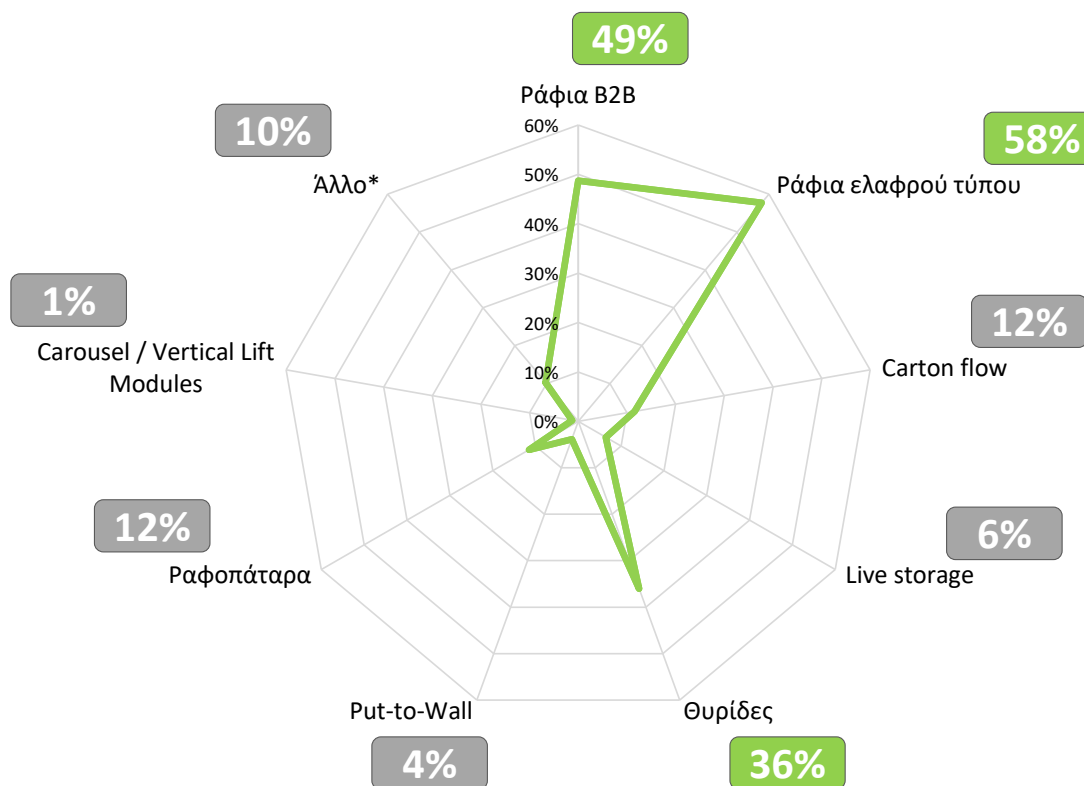


### Ποσοστό επιστροφών (σε ετήσια βάση)



Η πλειονότητα του αποθηκευτικού εξοπλισμού που χρησιμοποιούν τα e-shops (για in-house logistics) είναι ράφια ελαφρού τύπου (58%), ράφια B2B (49%) και θυρίδες (36%) κυρίως για τεμαχιακό picking. Διαφαίνεται μια τάση στη χρήση ραφοπάταρων για την καθ' ύψος εκμετάλλευση αποθ. χώρων

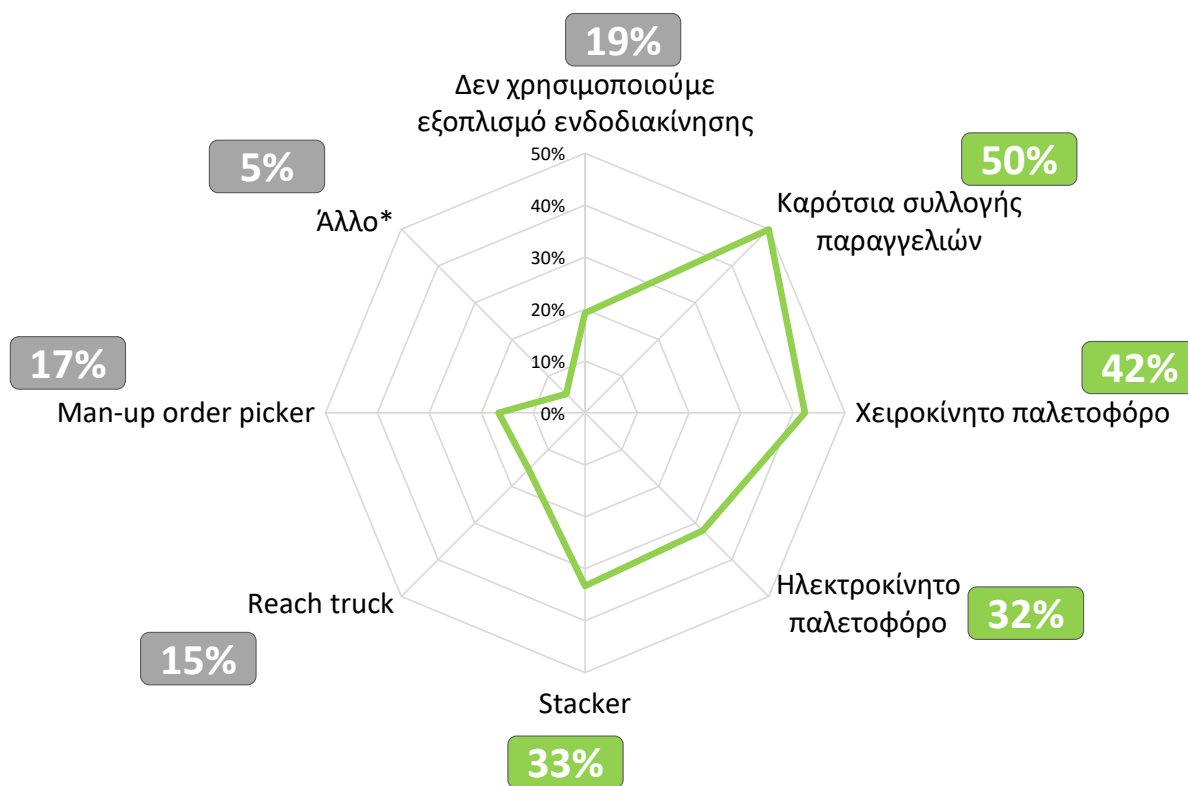
- Αποθηκευτικός εξοπλισμός
- Εξοπλισμός ενδοδιακίνησης
- Συλλογή & διαλογή παραγγελιών
- Διαχείριση επιστροφών



\*Άλλο: παλετοκιβώτια εντός ψυκτικού θαλάμου, προβολικά ράφια, κτλ.

Η πλειονότητα του εξοπλισμού ενδοδιακίνησης που χρησιμοποιούν τα e-shops είναι καρότσια συλλογής παραγγελιών (50%), χειροκίνητα παλετοφόρα (42%), ηλεκτροκίνητα παλετοφόρα (32%) και stackers (33%) λόγω των αποθηκών που δεν διαθέτουν μεγάλο ύψος

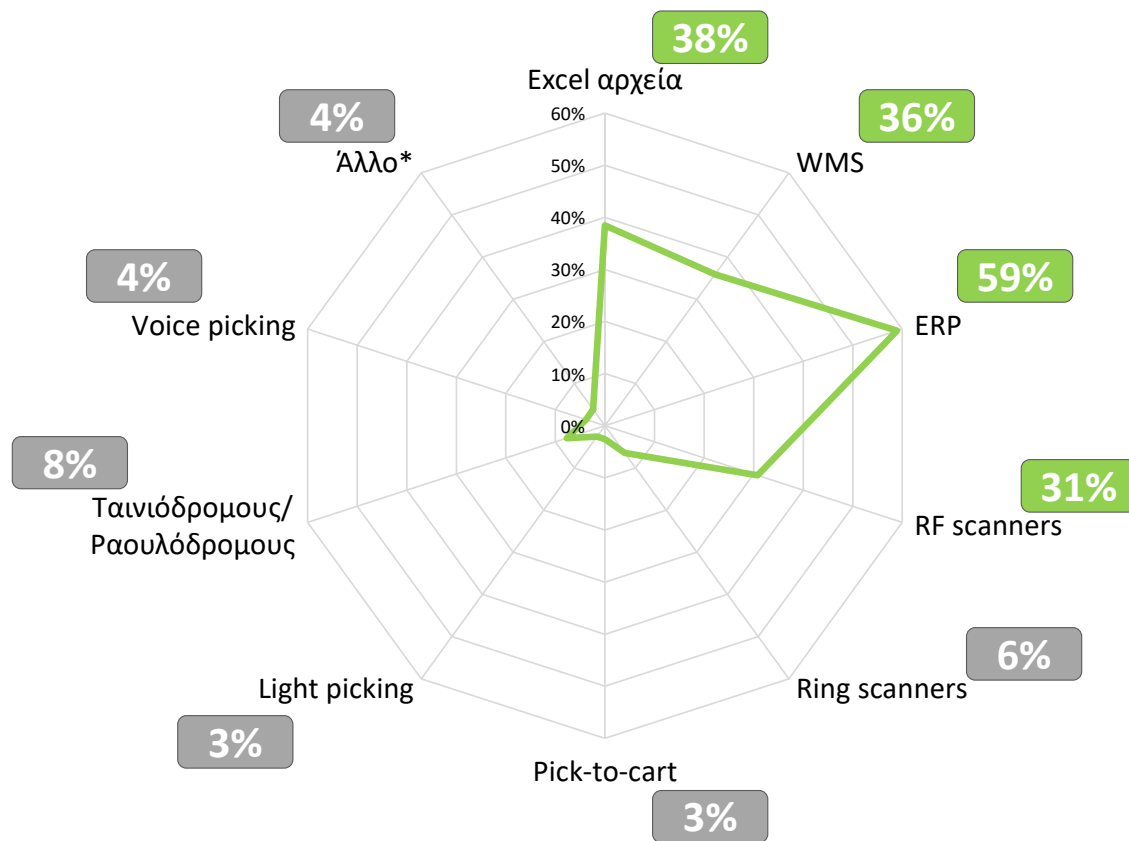
- Αποθηκευτικός εξοπλισμός
- Εξοπλισμός ενδοδιακίνησης
- Συλλογή & διαλογή παραγγελιών
- Διαχείριση επιστροφών



\*Άλλο: ειδικά (custom) καρότσια συλλογής αντικειμένων με μεγάλο όγκο (τροφή κατοικίδιων)

Για τη συλλογή και διαλογή των παραγγελιών τα e-shops χρησιμοποιούν πληροφοριακά συστήματα (ERP – 59%, WMS- 36%) ή αρχεία Excel (38%). Το 1/3 των e-shops χρησιμοποιεί RF-scanners ώστε να επιτυγχάνει συστηματική παρακολούθηση του αποθέματος, ενώ σε μικρό ποσοστό είναι η χρήση εναλλακτικών τεχνολογιών picking (πχ. Light picking)

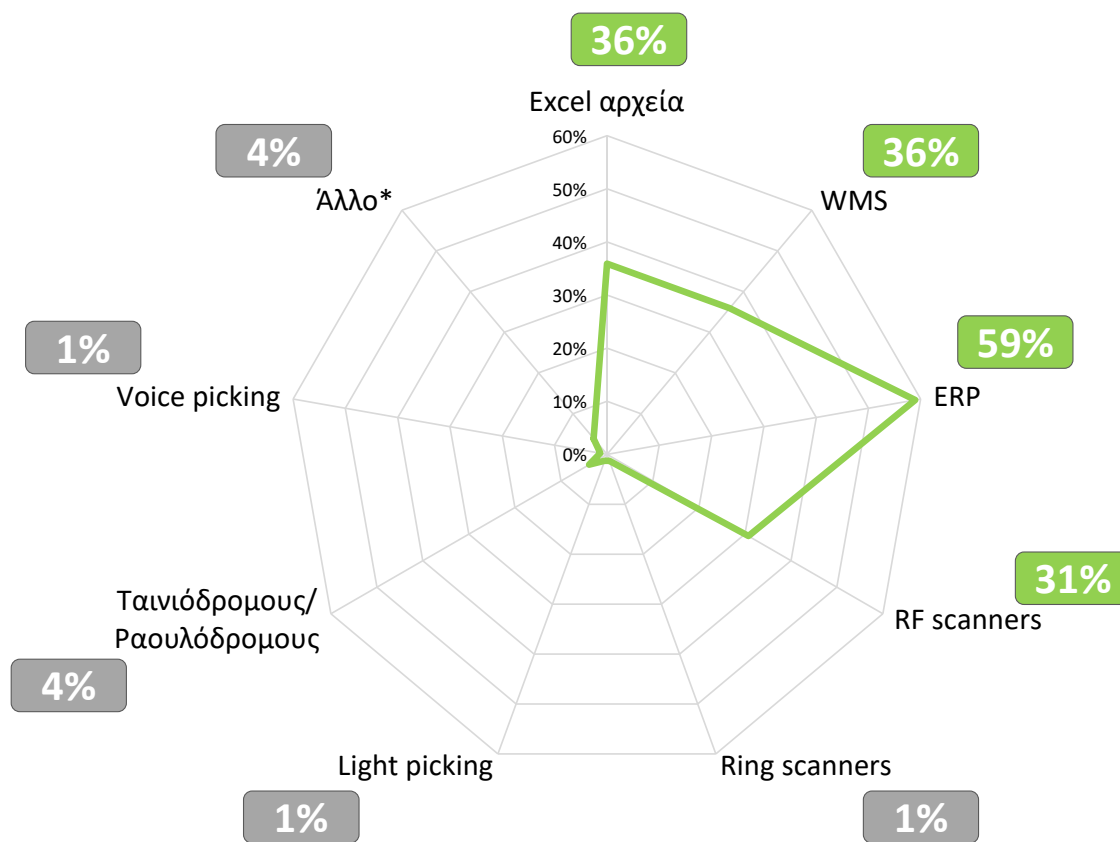
- Αποθηκευτικός εξοπλισμός
- Εξοπλισμός ενδοδιακίνησης
- Συλλογή & διαλογή παραγγελιών
- Διαχείριση επιστροφών



\*Άλλο: Έντυπες λίστες που εκτυπώνονται από το ERP

Και για τη διαχείριση των επιστροφών, τα e-shops χρησιμοποιούν πληροφοριακά συστήματα (ERP – 59%, WMS-36%) ή αρχεία Excel (36%). Το 1/3 των e-shops χρησιμοποιεί RF-scanners ώστε να γίνει ενημέρωση του αποθέματος σε πραγματικό χρόνο

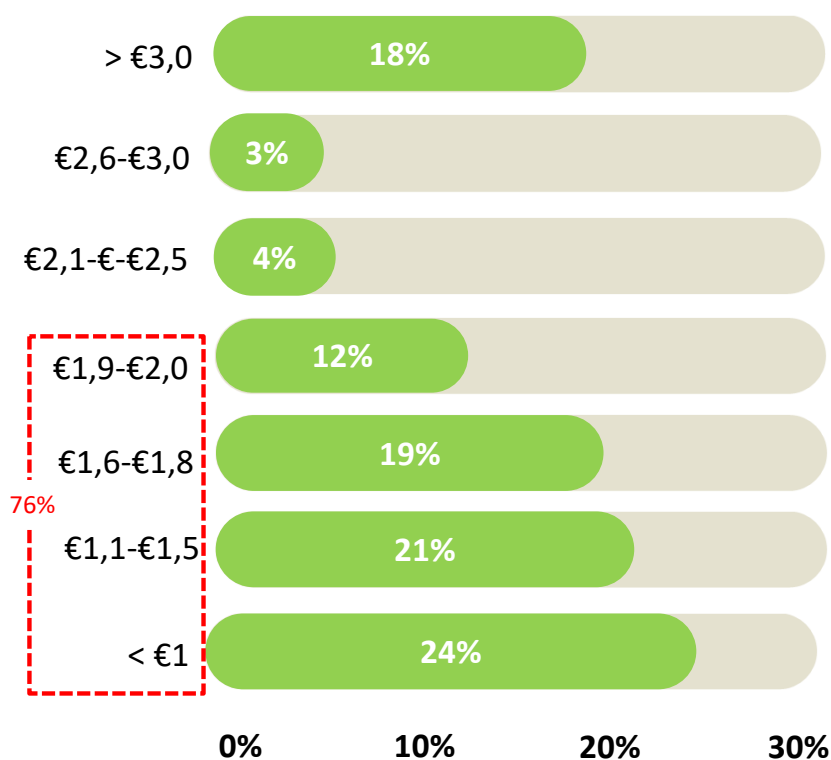
- Αποθηκευτικός εξοπλισμός
- Εξοπλισμός ενδοδιακίνησης
- Συλλογή & διαλογή παραγγελιών
- Διαχείριση επιστροφών**



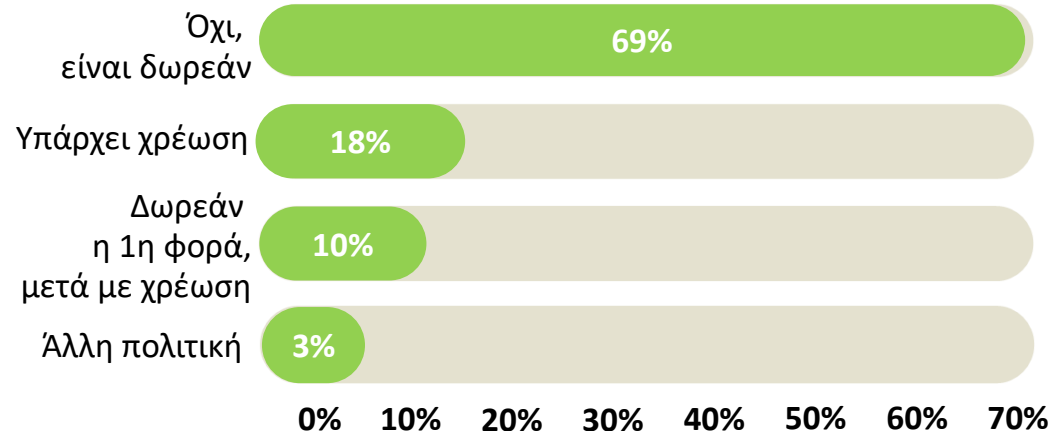
\*Άλλο: Έντυπες λίστες που εκτυπώνονται από το ERP

Το 76% των e-shops αναφέρουν πως το κόστος εκτέλεσης μιας παραγγελίας (in-house logistics) φθάνει ως τα €2, ενώ η πλειονότητα των e-shops δεν χρεώνουν την επιστροφή (69%) με στόχο να προσελκύσουν μεγαλύτερη πελατειακή βάση χωρίς όμως να αναλογιστούν το κόστος logistics της επιστροφής

### Κόστος εκτέλεσης παραγγελίας



### Χρέωση επιστροφής παραγγελίας



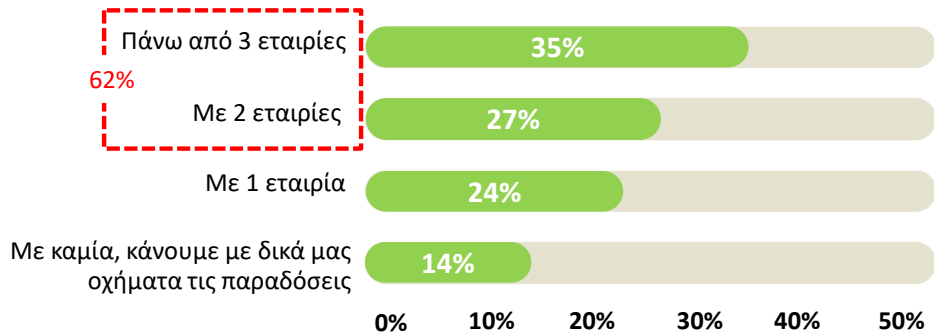
\*Άλλη πολιτική: Αναλόγως την ευθύνη και τον τόπο προορισμού, αναλόγως τον πελάτη

Σημείωση: Σύμφωνα με πρόσφατες έρευνες, το κόστος των επιστροφών μπορεί να φτάσει ως και 2-3 φορές το κόστος των εξερχομένων παραδόσεων.

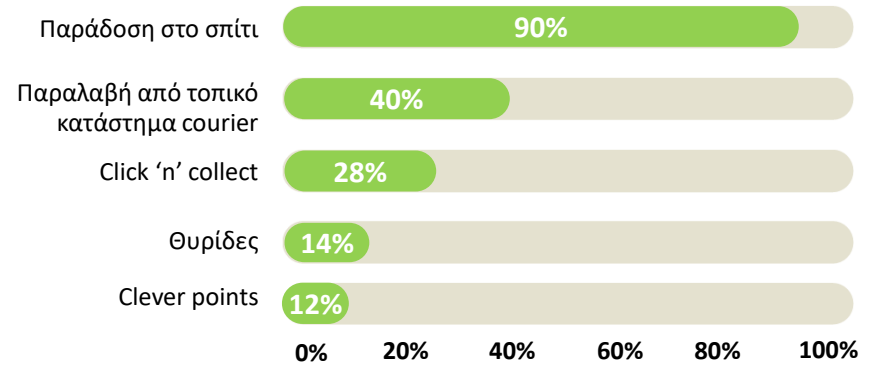


Ένα μεγάλο μέρος των e-shop που συμμετείχαν στην έρευνα επιλέγει να συνεργαστεί με πάνω από 2 εταιρίες courier με στόχο την ευελιξία και το υψηλότερο customer experience. Η παράδοση στο σπίτι κυριαρχεί ακόμα ενώ ανεβαίνει η χρήση των θυρίδων. Οι παραδόσεις συνήθως γίνονται σε 1-2 ημέρες (65%) ενώ παραμένει σημαντικό το διάστημα παράδοσης 48-72 ώρες (56%)

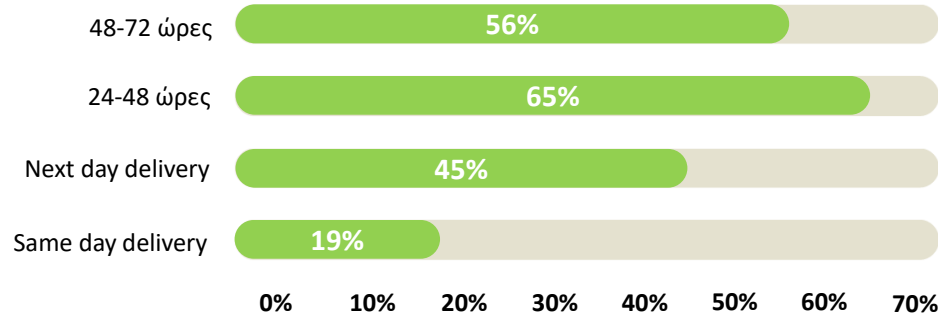
### Συνεργαζόμενος αριθμός εταιριών ταχυμεταφορών



### Επιλογές παράδοσης



### Χρονικές επιλογές παράδοσης

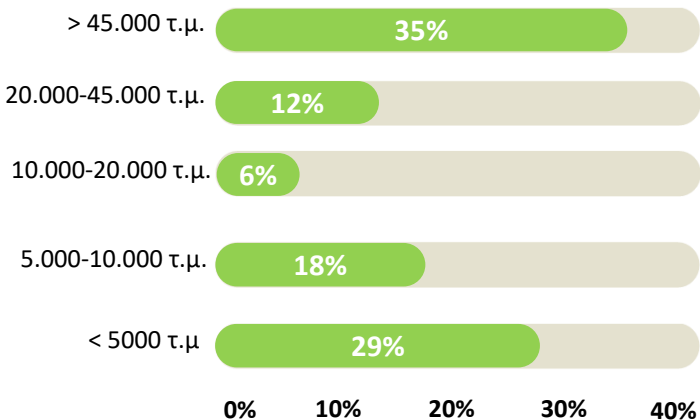


## Περιεχόμενα έρευνας

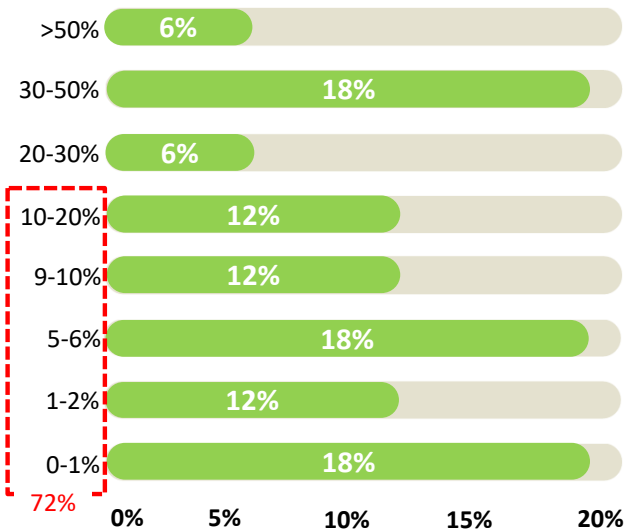
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα
- Μεθοδολογία και ταυτότητα έρευνας
- E-commerce logistics: Η άποψη των e-shops | εμπορικών επιχειρήσεων με ηλεκτρ. καταστήματα
- E-commerce logistics: Η άποψη των παρόχων υπηρεσιών logistics, ταχυμεταφορών & omni-channel λύσεων
  - ✓ Πάροχοι υπηρεσιών logistics
- E-commerce logistics: Η άποψη εταιριών πληροφορικής & τεχνολογιών/εξοπλισμού e-commerce
- Ο δρόμος προς τα εμπρός
- Συμπεράσματα

Παρότι είναι σημαντική η αύξηση της συνολικής επιφάνειας των αποθηκευτικών χώρων των 3PL, οι χώροι που χρησιμοποιούνται για διαχείριση e-shops είναι στην πλειονότητά τους (72% του δείγματος) ως 20% του συνολικού αποθηκευτικού χώρου. Το κόστος χρέωσης μιας παραγγελίας είναι σε μεγάλο βαθμό το ίδιο με την in-house λειτουργία

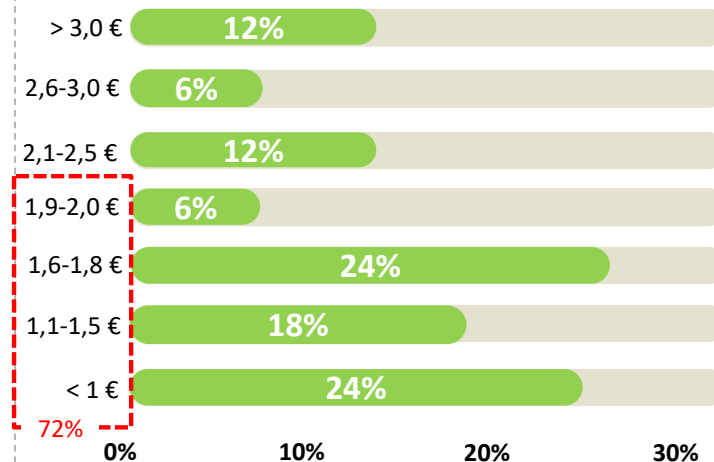
### Συνολική επιφάνεια αποθηκευτικών χώρων που διαθέτει μια εταιρία 3PL



### Ποσοστό αποθήκευσης προϊόντων e-shop στο σύνολο των αποθ. χώρων



### Κόστος χρέωσης παραγγελίας

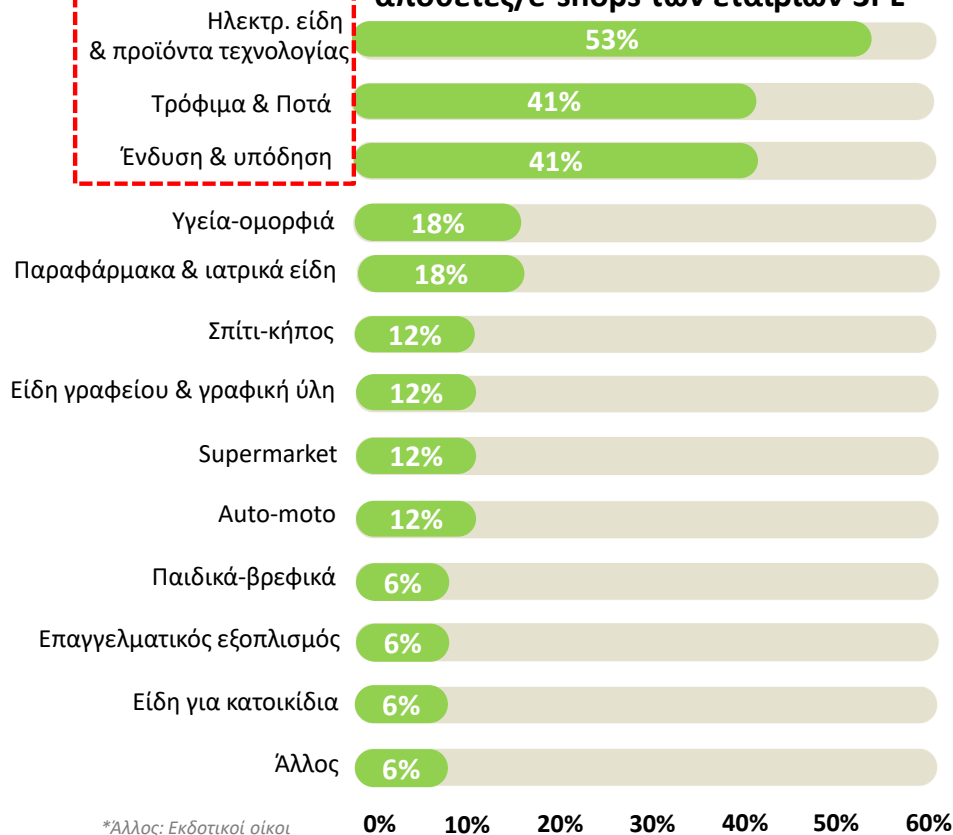


Κόστος εκτέλεσης παραγγελίας ως €2  
76% in-house vs. 72% εταιρίες 3PL

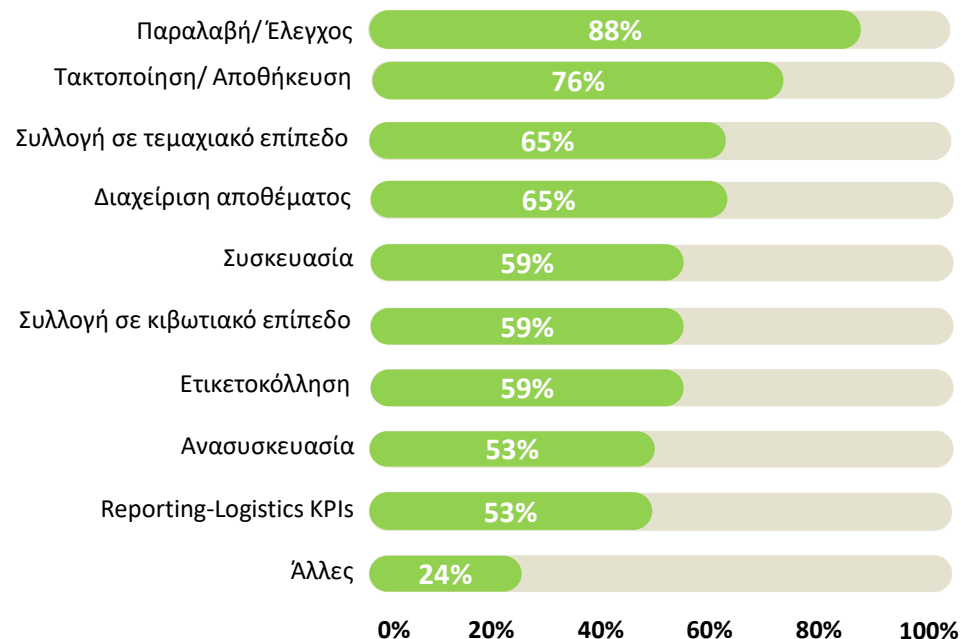
**Ηλεκτρονικά είδη, τρόφιμα & ποτά και ένδυση & υπόδηση αποτελούν τους 3 βασικούς κλάδους των e-shop αποθετών των 3PLs. Οι υπηρεσίες που προσφέρονται από τους 3PL σχετίζονται με τις ανάγκες διαχείρισης αγαθών που πωλούνται σε e-shops (πχ. τμχ παραλαβή)**

**Κλάδοι που δραστηριοποιούνται οι αποθέτες/e-shops των εταιριών 3PL**

Top 3 κλάδοι



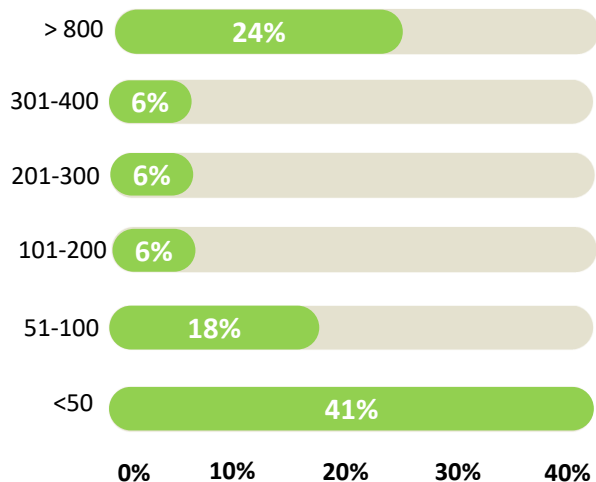
**Υπηρεσίες που προσφέρονται από τις εταιρίες 3PL**



\*Άλλες: π.χ. Φρεσκάρισμα ρούχων

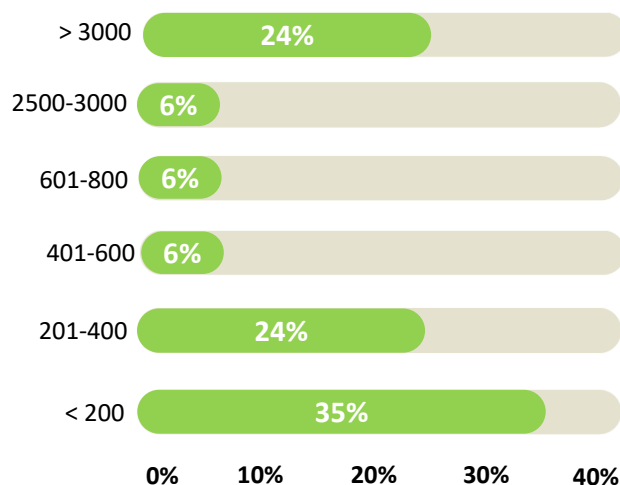
**Το 24% των εταιριών 3PL του δείγματος εκτελούν καθημερινά μεγάλο αριθμό παραγγελιών (> 800 και μεγάλο αριθμό παραγγελιογραμμών (> 3000) ενώ ο μέσος αριθμός παραγγελιογραμμών ανά παραγγελία παραμένει στα ίδια επίπεδα με την in-house διαχείριση**

### Μέσος αριθμός παραγγελιών (σε ημερήσια βάση)



Μέσος αριθμός παραγγελιών >800  
10% in-house vs. 24% εταιρίες 3PL

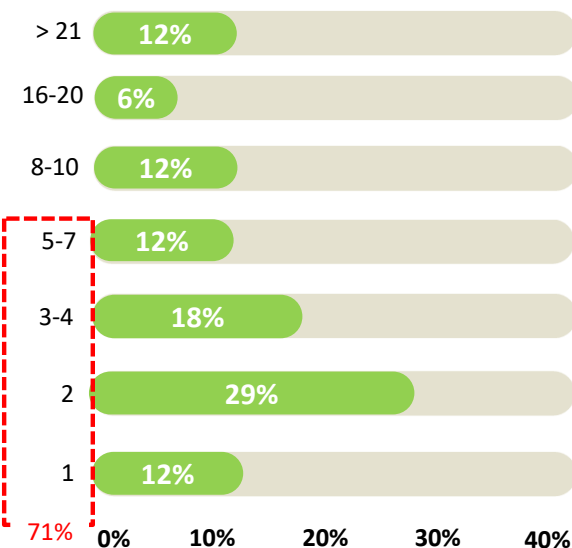
### Μέσος αριθμός παραγγελιογραμμών (σε ημερήσια βάση)



Μέσος αριθμός παραγγελιογραμμών > 3000  
6% in-house vs. 24% εταιρίες 3PL

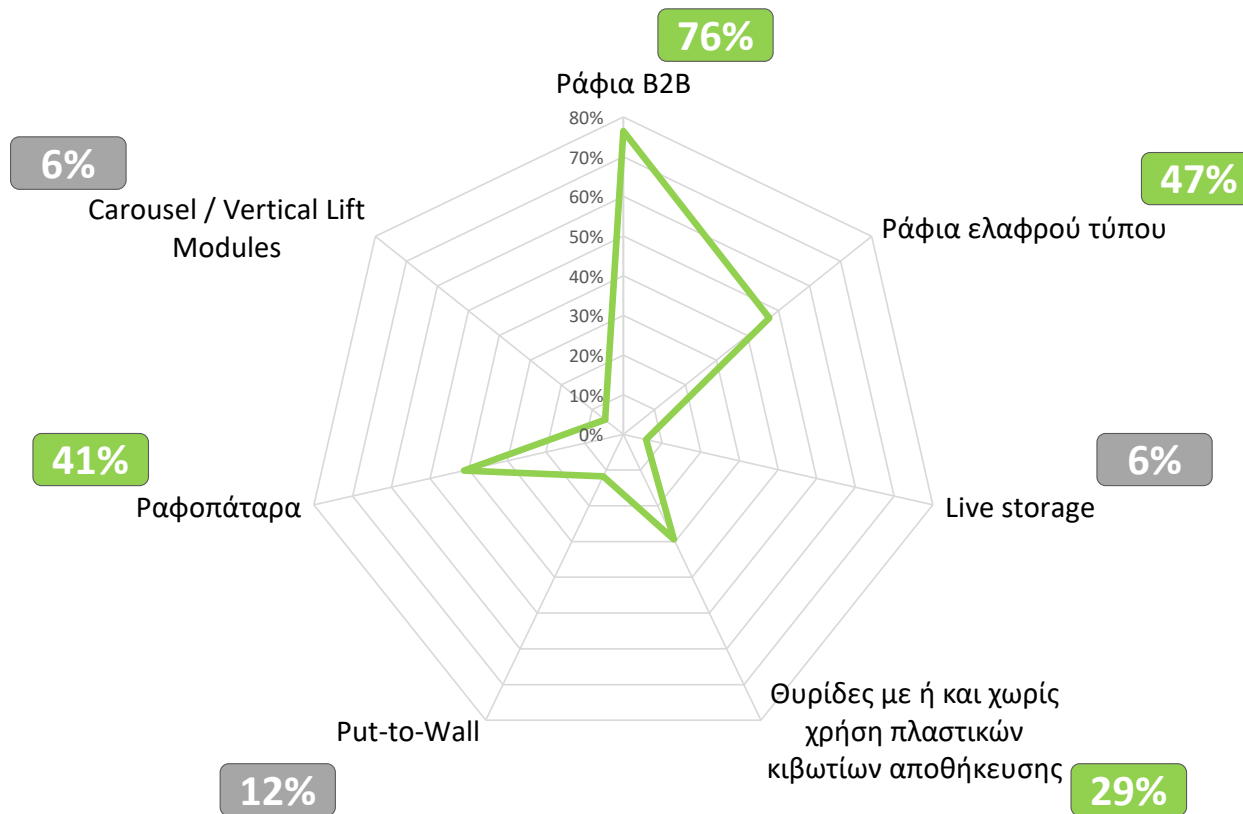
Μέσος αριθμός παραγγελιογραμμών < 200  
64% in-house vs. 35% εταιρίες 3PL

### Μέσος αριθμός παραγγελιογραμμών ανά παραγγελία



71%

Η πλειονότητα των παρόχων υπηρεσιών logistics χρησιμοποιούν ως αποθηκευτικό εξοπλισμό B2B ράφια (76%), ράφια ελαφρού τύπου (47%), ραφοπάταρα (41%) καθώς και θυρίδες (29%). Η λύση put-to-wall διαφαίνεται να έχει προοπτικές περαιτέρω υιοθέτησης από τους 3PL



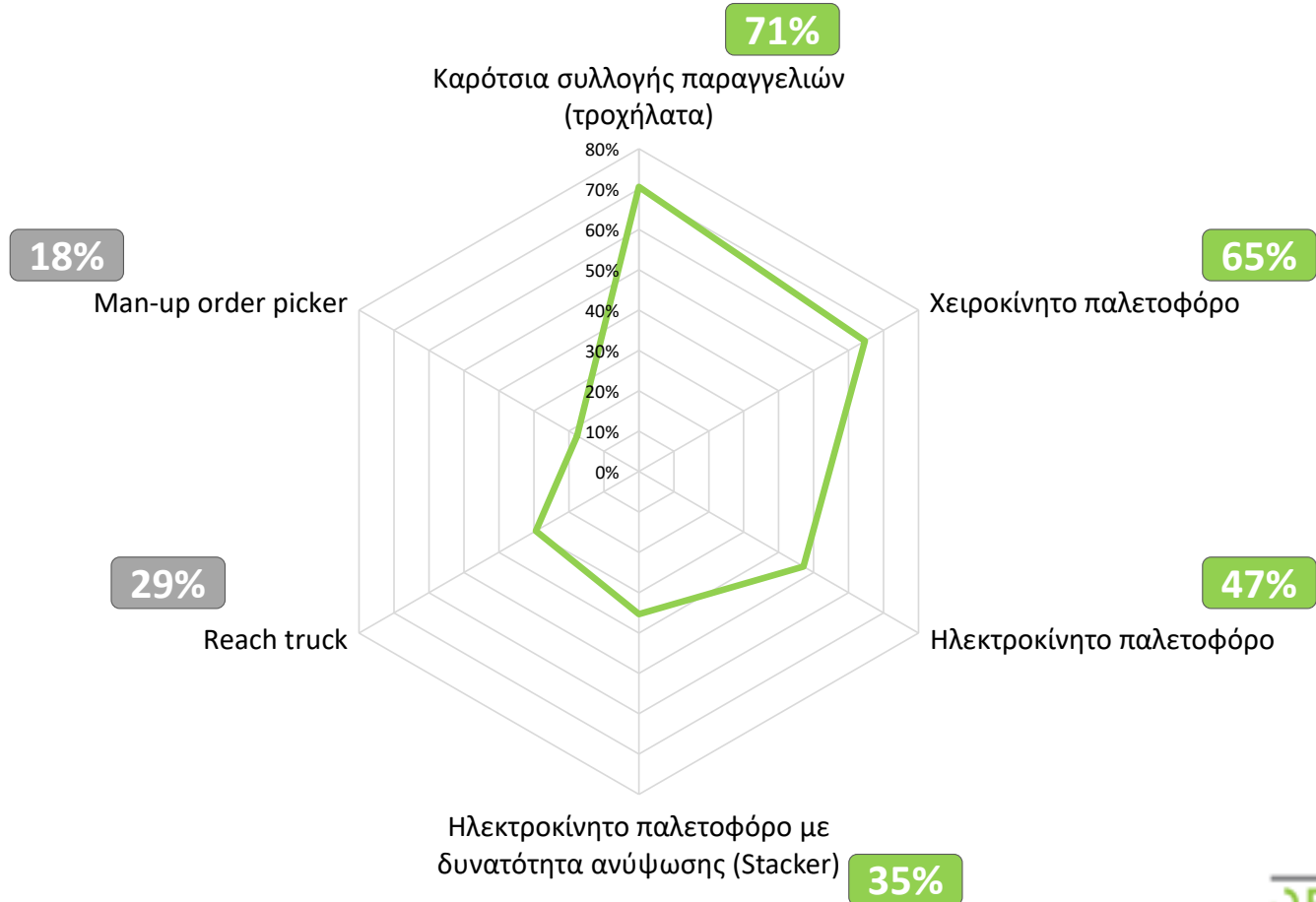
Αποθηκευτικός εξοπλισμός

Εξοπλισμός ενδοδιακίνησης

Συλλογή & διαλογή παραγγελιών

Διαχ. επιστροφών

Η πλειονότητα των παρόχων υπηρεσιών logistics χρησιμοποιούν ως εξοπλισμό ενδοδιακίνησης καρότσια συλλογής (71%), χειροκίνητα (65%) & ηλεκτροκίνητα παλετοφόρα (47%) καθώς και stackers (35%) για την εκτέλεση διαδικασιών logistics εντός αποθηκευτικών χώρων



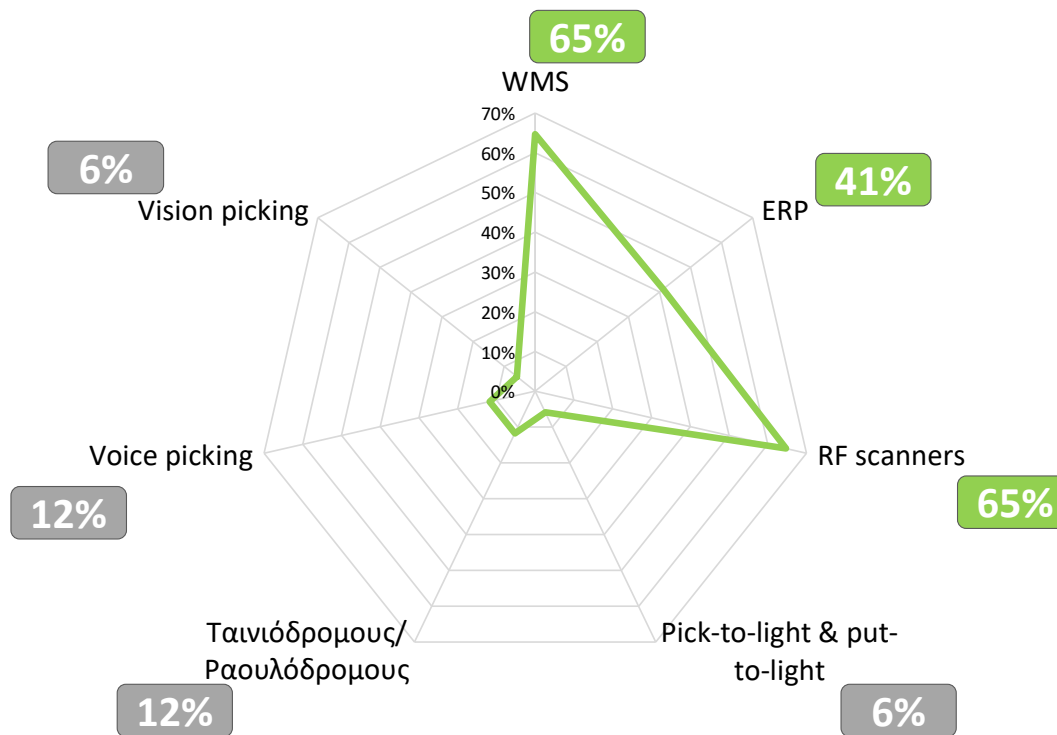
Αποθηκευτικός εξοπλισμός

Εξοπλισμός ενδοδιακίνησης

Συλλογή & διαλογή παραγγελιών

Διαχ. επιστροφών

Η πλειονότητα των παρόχων υπηρεσιών logistics χρησιμοποιούν για τη συλλογή και διαλογή παραγγελιών πληρ. συστήματα WMS (65%) & ERP (41%) για την έκδοση του picking list και RF scanners (65%) κατά την εκτέλεση των ως άνω διαδικασιών



Αποθηκευτικός εξοπλισμός

Εξοπλισμός ενδοδιακίνησης

Συλλογή & διαλογή παραγγελιών

Διαχ. επιστροφών



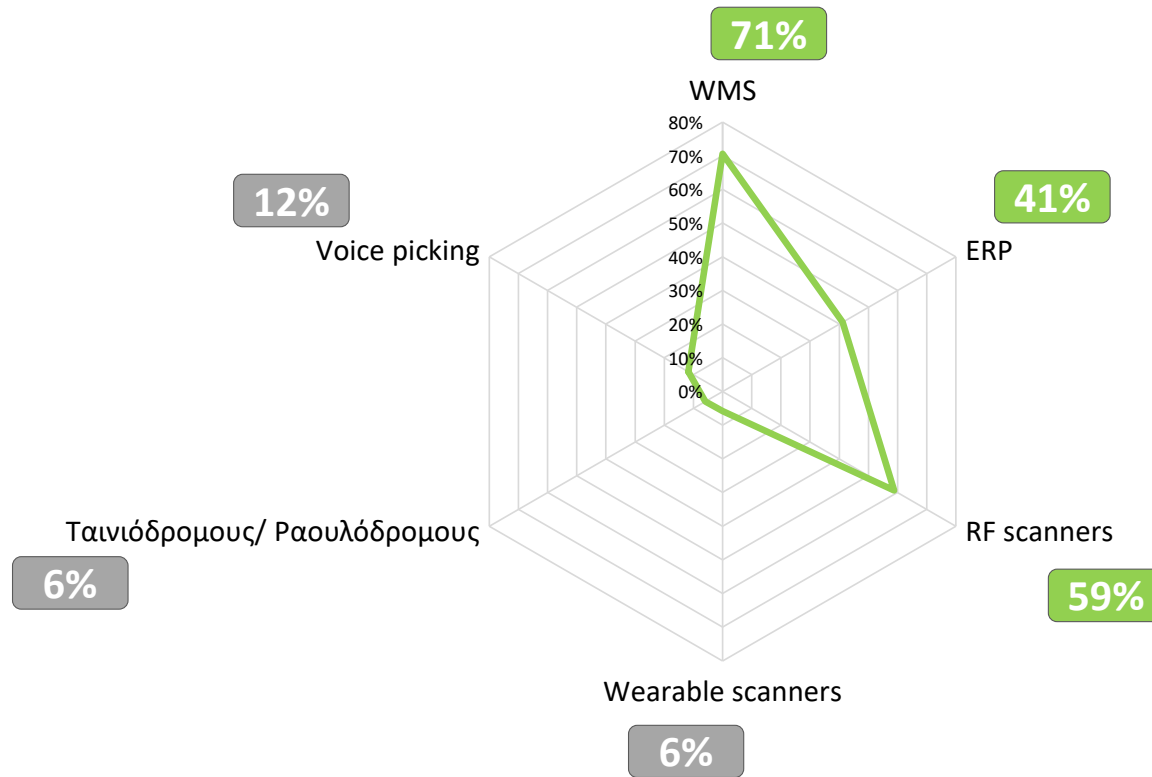
Αντίστοιχα και για τη διαχείριση των επιστροφών, η πλειονότητα των παρόχων υπηρεσιών logistics χρησιμοποιούν πληρ. συστήματα WMS (71%) και ERP (41%) για την έκδοση της λίστας επιστροφών καθώς και RF scanners (59%) για την εκτέλεση της επιστροφικής διαδικασίας

Αποθηκευτικός  
εξοπλισμός

Εξοπλισμός  
ενδοδιακίνησης

Συλλογή & διαλογή  
παραγγελιών

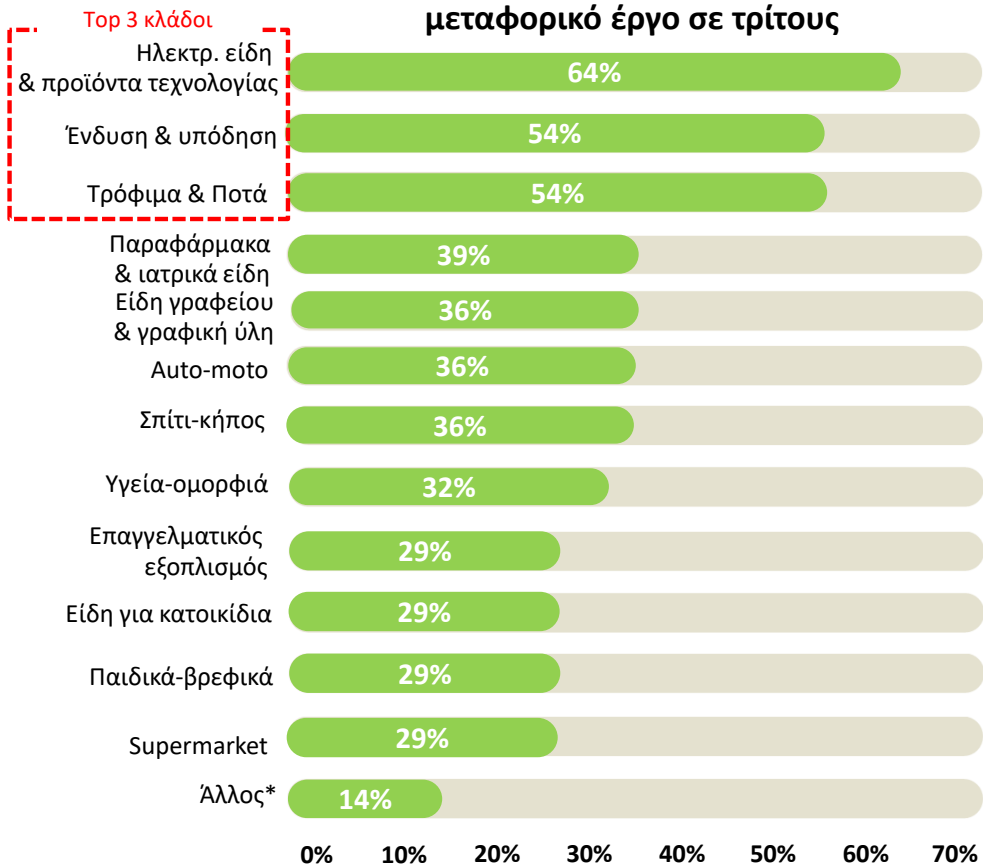
Διαχ. επιστροφών



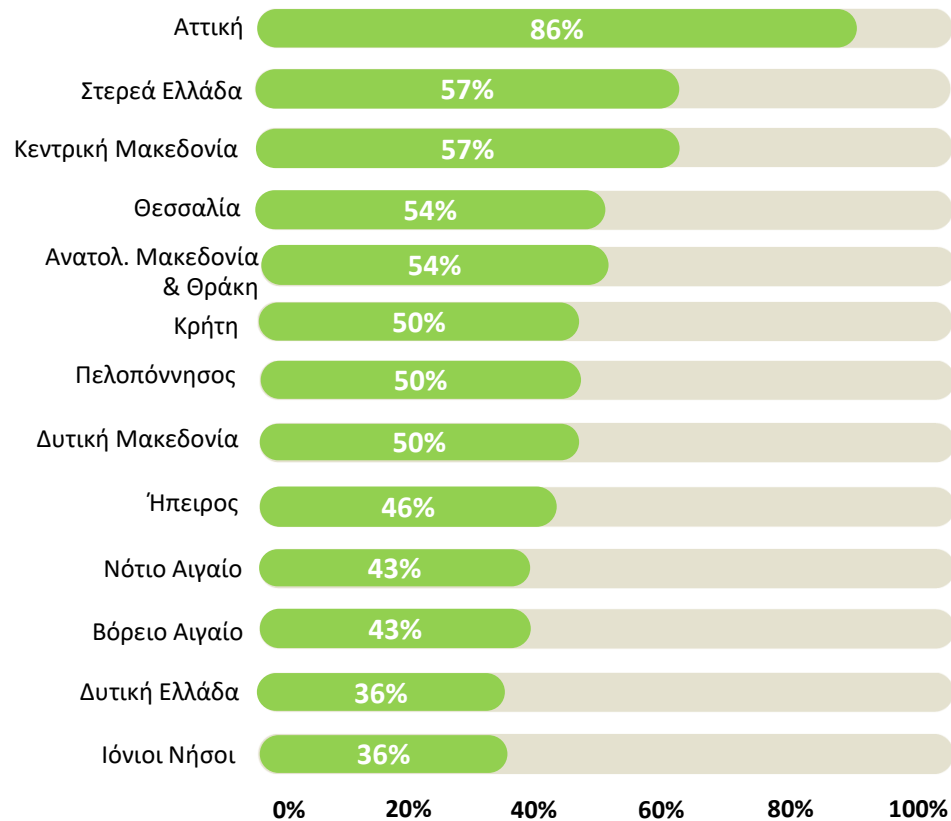
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα
- Μεθοδολογία και ταυτότητα έρευνας
- E-commerce logistics: Η άποψη των e-shops | εμπορικών επιχειρήσεων με ηλεκτρ. καταστήματα
- **E-commerce logistics: Η άποψη των παρόχων υπηρεσιών logistics, ταχυμεταφορών & omni-channel λύσεων**
  - ✓ Μεταφορικές εταιρίες – Πρακτορεία – εταιρίες ταχυμεταφορών
- E-commerce logistics: Η άποψη εταιριών πληροφορικής & τεχνολογιών/εξοπλισμού e-commerce
- Ο δρόμος προς τα εμπρός
- Συμπεράσματα

**Ηλεκτρονικά είδη, ένδυση & υπόδηση και τρόφιμα & ποτά και αποτελούν τους 3 βασικούς κλάδους που δραστηριοποιούνται τα e-shops που αναθέτουν έργο διανομής/μεταφοράς. Οι μεταφορικές εταιρίες / εταιρίες courier παρέχουν πανελλαδική κάλυψη**

**Επιμέρους κλάδοι e-shops που αναθέτουν μεταφορικό έργο σε τρίτους**



**Περιφέρειες που εξυπηρετούνται**

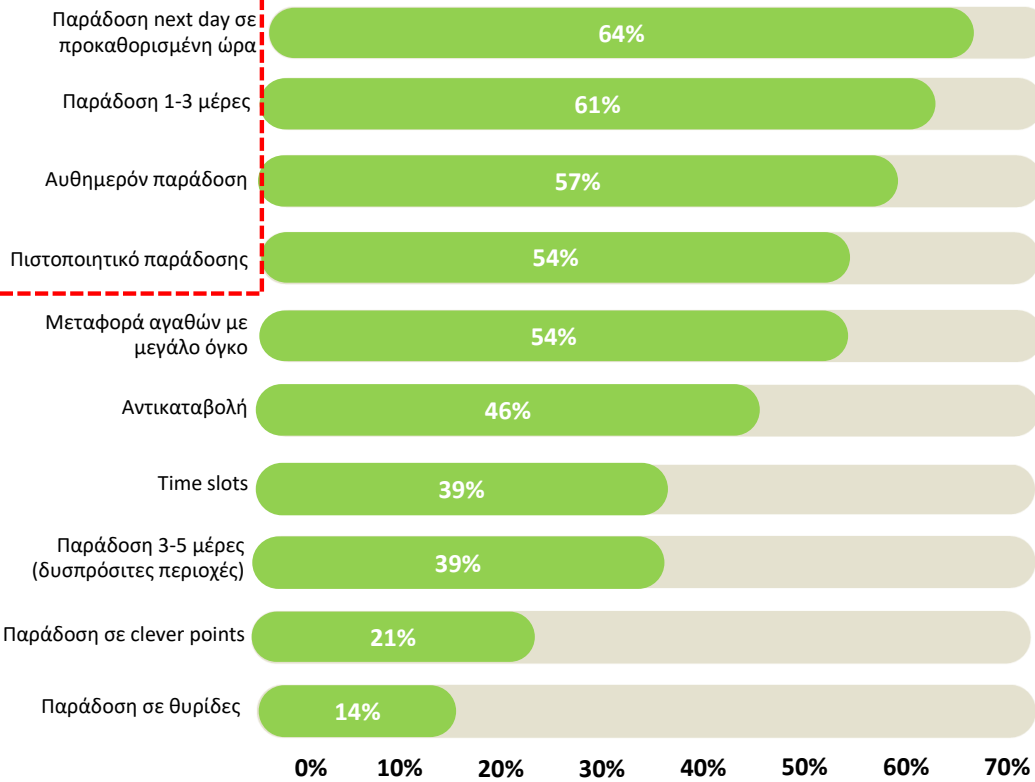


\*Άλλος: π.χ. Χημικά προϊόντα

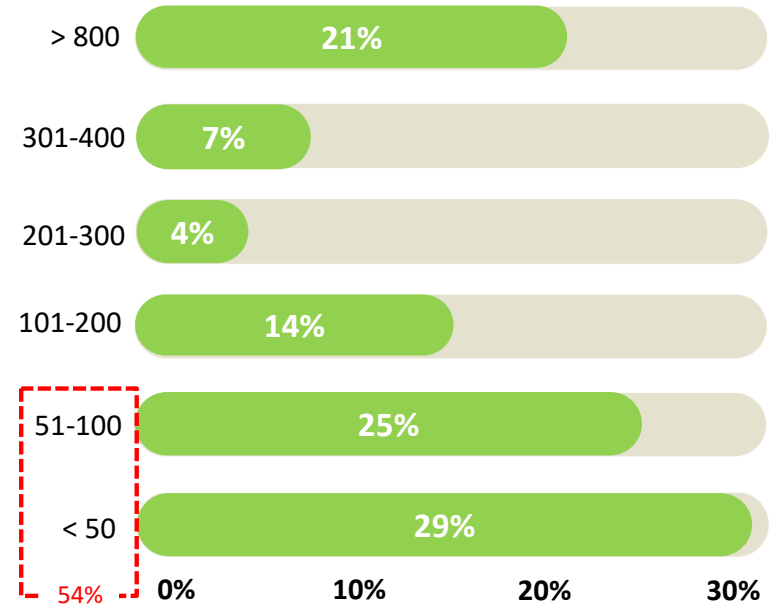
Οι top 5 υπηρεσίες περιλαμβάνουν next day delivery & παράδοση 1-3 ημέρων. Λόγω του quick commerce ανεβαίνει σημαντική η αυθημερόν παράδοση, ενώ το πιστοποιητικό παράδοσης (PoD/IoD) παρουσιάζεται κυρίως στην Αττική ως υπηρεσία. Άνω των μισών (54%) παραδόσεων αφορούν σε ως 100 σημεία παράδοσης σε ημερήσια βάση

### Προσφερόμενες υπηρεσίες

#### Top 5 υπηρεσίες



### Αριθμός Παραδόσεων (σε ημερήσια βάση)



Το 53% των μεταφορικών εταιριών / εταιριών courier αναφέρουν επιστροφές ως 1%, παρόλα αυτά υπάρχει και ένα 21% που αναφέρει επιστροφές 4%-5% των δεμάτων προς παράδοση

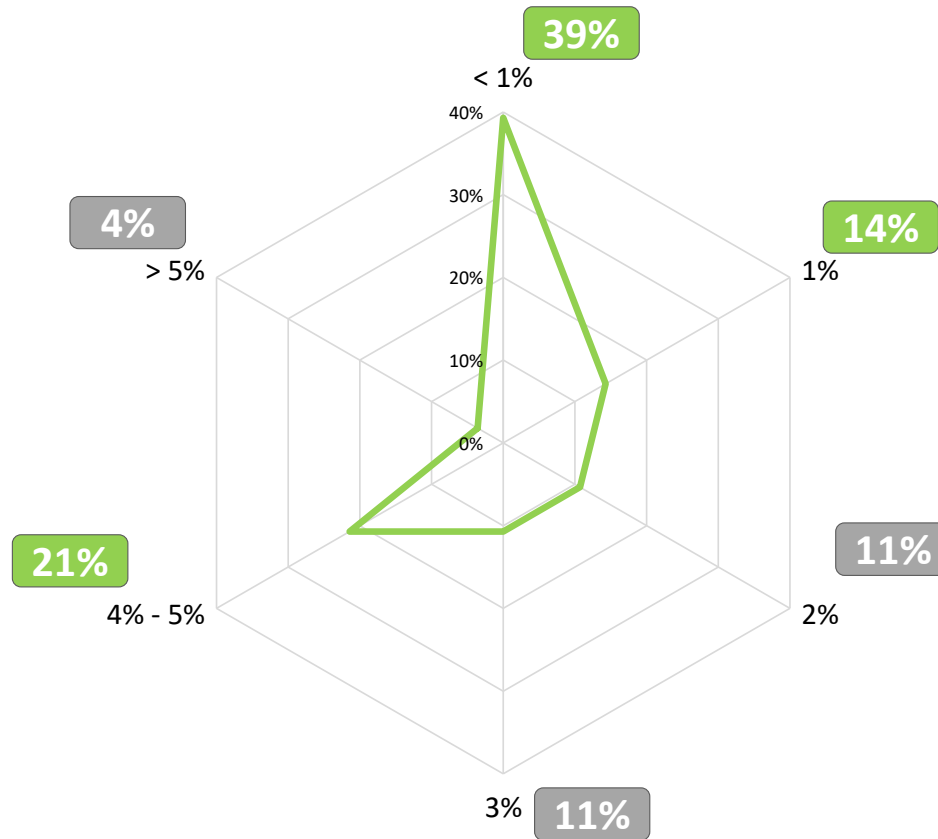
Ποσοστό ετήσιων  
επιστροφών

Λόγοι επιστροφών  
παραγγελιών

Εξοπλισμός/ συστήματα/  
αυτοματισμοί

Οχήματα για τη  
μεταφορά/ διανομή  
παραγγελιών

Καύσιμα



Η άρνηση παραλαβής (64%) είναι ο κυριότερος λόγος για την επιστροφή παραγγελιών και ακολουθεί η μη εύρεση παραλήπτη για την επίδοση του δέματος (54%). Οι 2 λόγοι σχετίζονται με την νοοτροπία των πελατών e-commerce, με την μη ύπαρξη χρέωσης για επιστροφή, καθώς και με τις επιλογές που υπάρχουν στους εναλλακτικούς τρόπους παράδοσης (omni-channel)

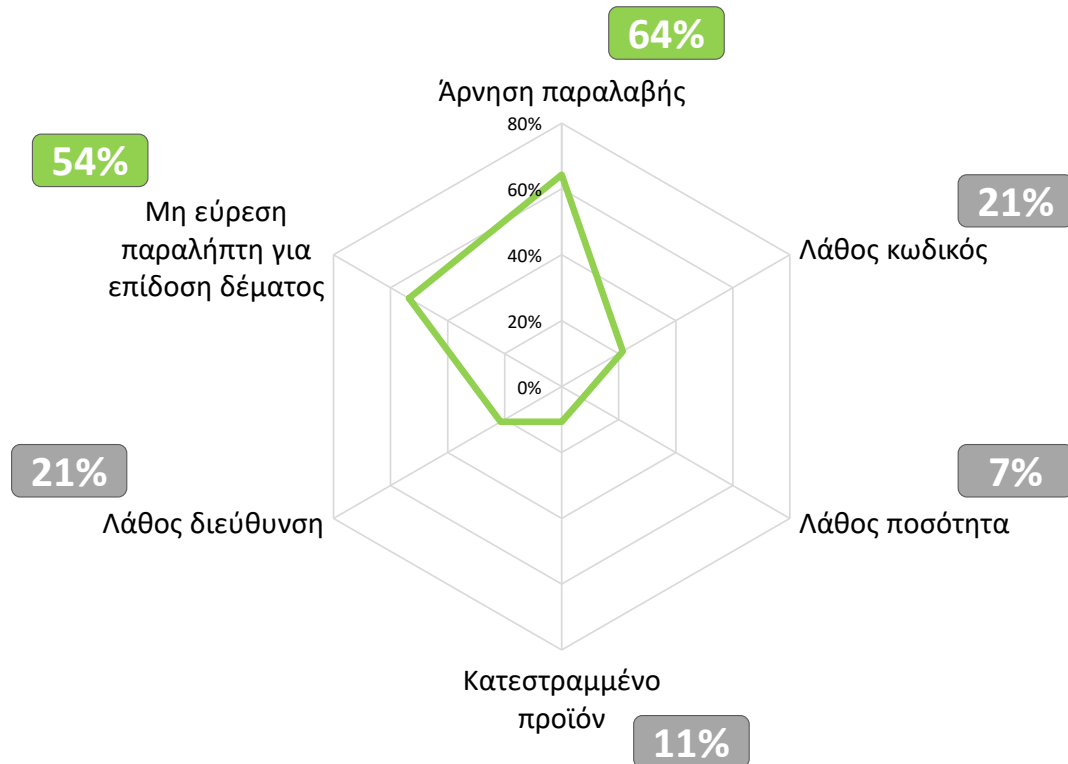
Ποσοστό ετήσιων  
επιστροφών

Λόγοι επιστροφών  
παραγγελιών

Εξοπλισμός/  
συστήματα/  
αυτοματισμοί

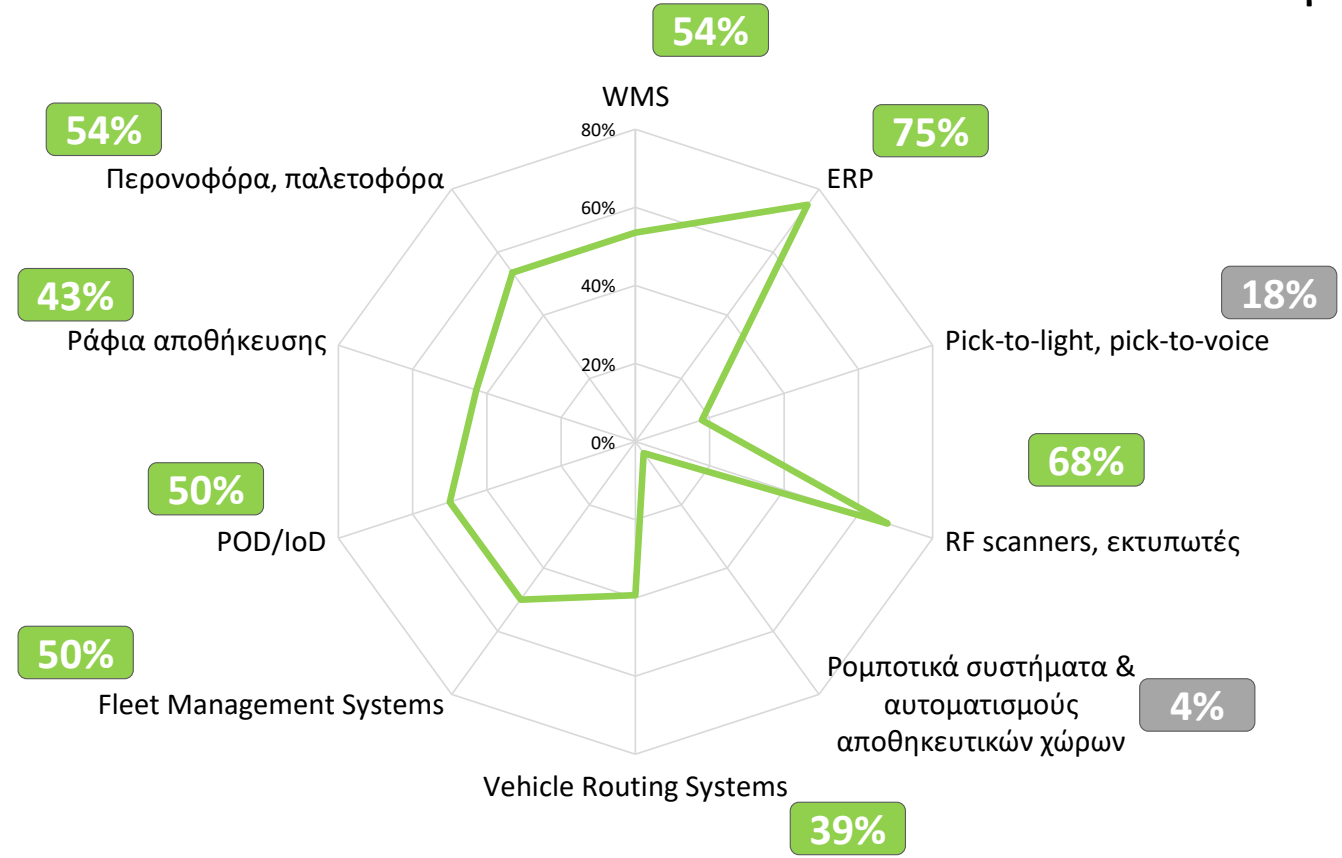
Οχήματα για τη  
μεταφορά/  
διανομή  
παραγγελιών

Καύσιμα



Η πλειονότητα των μεταφορικών εταιριών & εταιριών courier έχουν υιοθετήσει πολλαπλές λύσεις εξοπλισμού ολιγώρης αποθήκευσης εμπορευμάτων, πληρ. συστημάτων στην αποθήκευση (WMS, ERP) και στη διανομή (Fleet mgt / Routing) ενώ έχει ξεκινήσει και η χρήση ρομποτικών συστημάτων & αυτοματισμών

- Ποσοστό ετήσιων επιστροφών
- Λόγοι επιστροφών παραγγελιών
- Εξοπλισμός/ συστήματα/ αυτοματισμοί
- Οχήματα για τη μεταφορά/ διανομή παραγγελιών
- Καύσιμα



Η πλειονότητα των μεταφορικών εταιριών / εταιριών courier, χρησιμοποιεί επικαθήμενα φορτηγά για τις line-haul μεταφορές και μικρά οχήματα (ως 3,5t) για τη διανομή μέσα στον αστικό ιστό. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η ύπαρξη και εναλλακτικών μέσων μεταφοράς (cargo bikes)

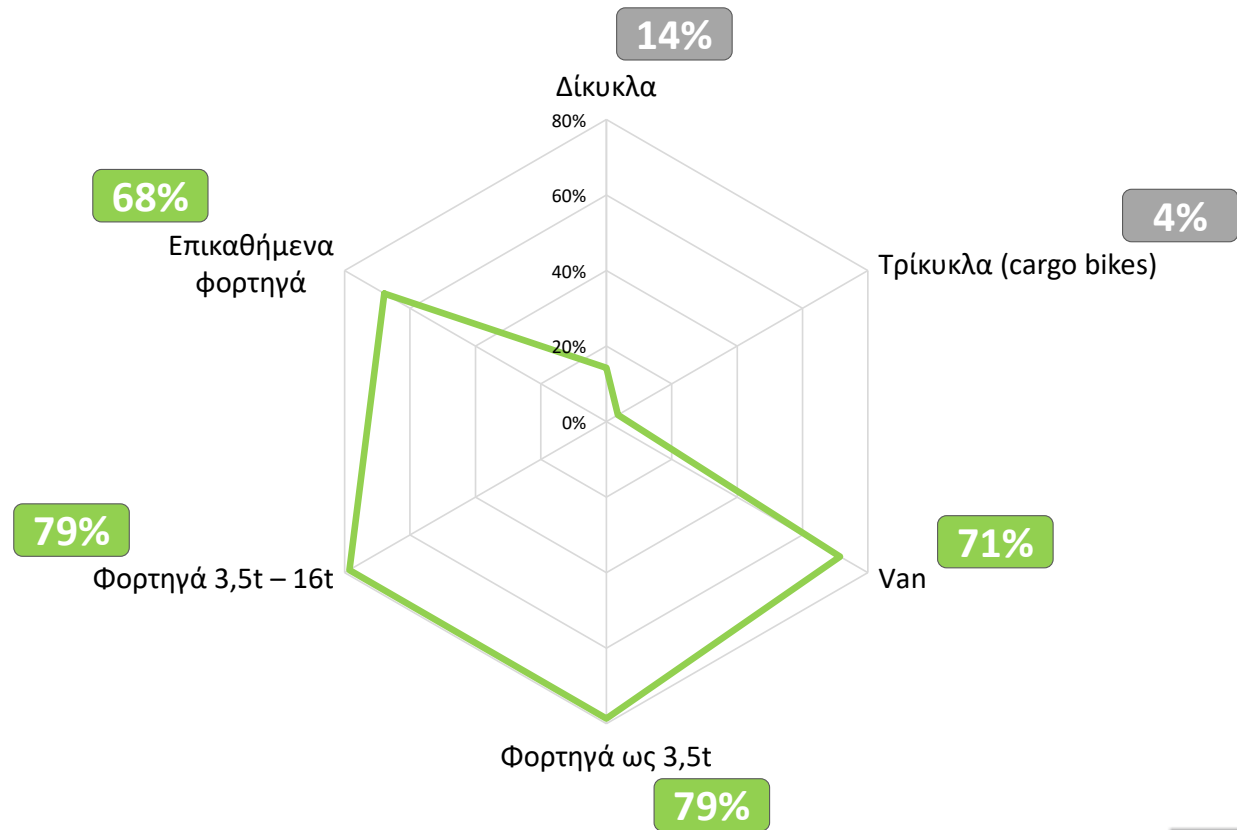
Ποσοστό ετήσιων επιστροφών

Λόγοι επιστροφών παραγγελιών

Εξοπλισμός/ συστήματα/ αυτοματισμοί

Οχήματα για τη μεταφορά/ διανομή παραγγελιών

Καύσιμα





Οι μεταφορικές εταιρίες / εταιρίες courier που συμμετείχαν στην έρευνα έχουν κατά πλειοψηφία οχήματα που χρησιμοποιούν το πετρέλαιο ως καύσιμο κίνησης. Παρόλα αυτά το τελευταίο χρονικό διάστημα τα εναλλακτικά καύσιμα (CNG, ηλεκτροκίνηση) έχουν κάνει την εμφάνισή τους

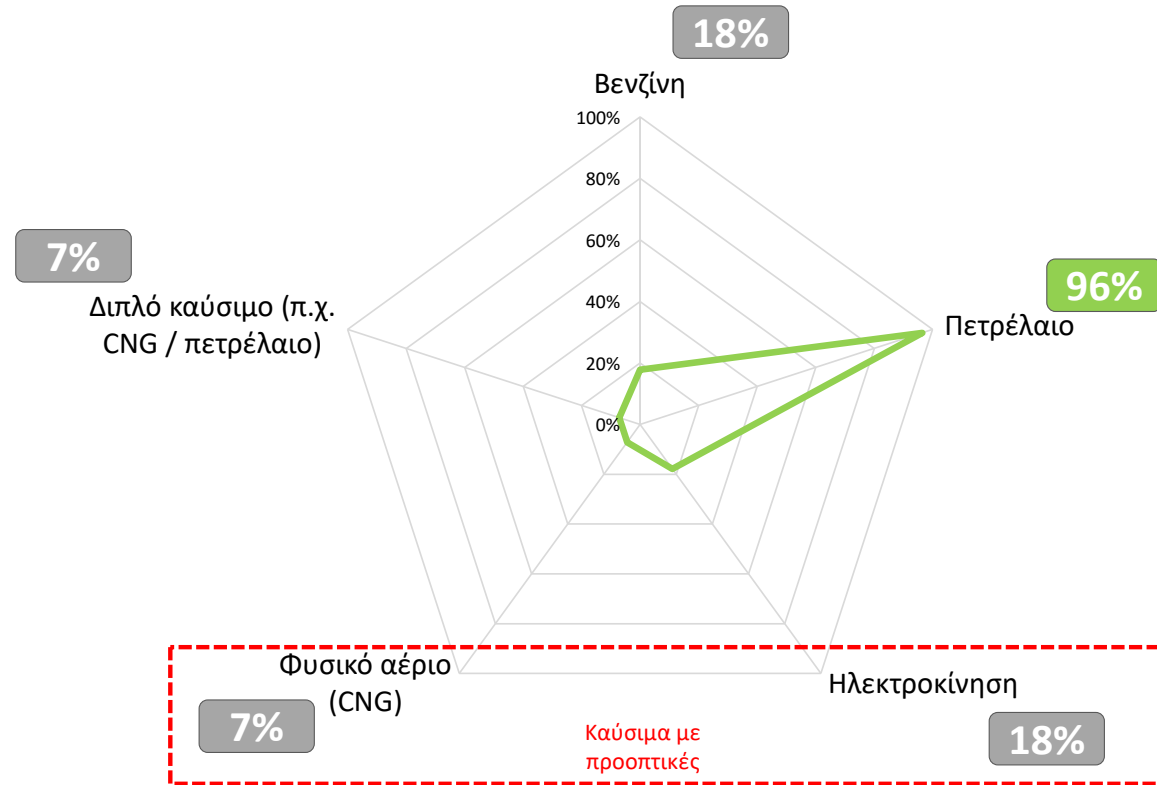
Ποσοστό ετήσιων επιστροφών

Λόγοι επιστροφών παραγγελιών

Εξοπλισμός/ συστήματα/ αυτοματισμοί

Οχήματα για τη μεταφορά/ διανομή παραγγελιών

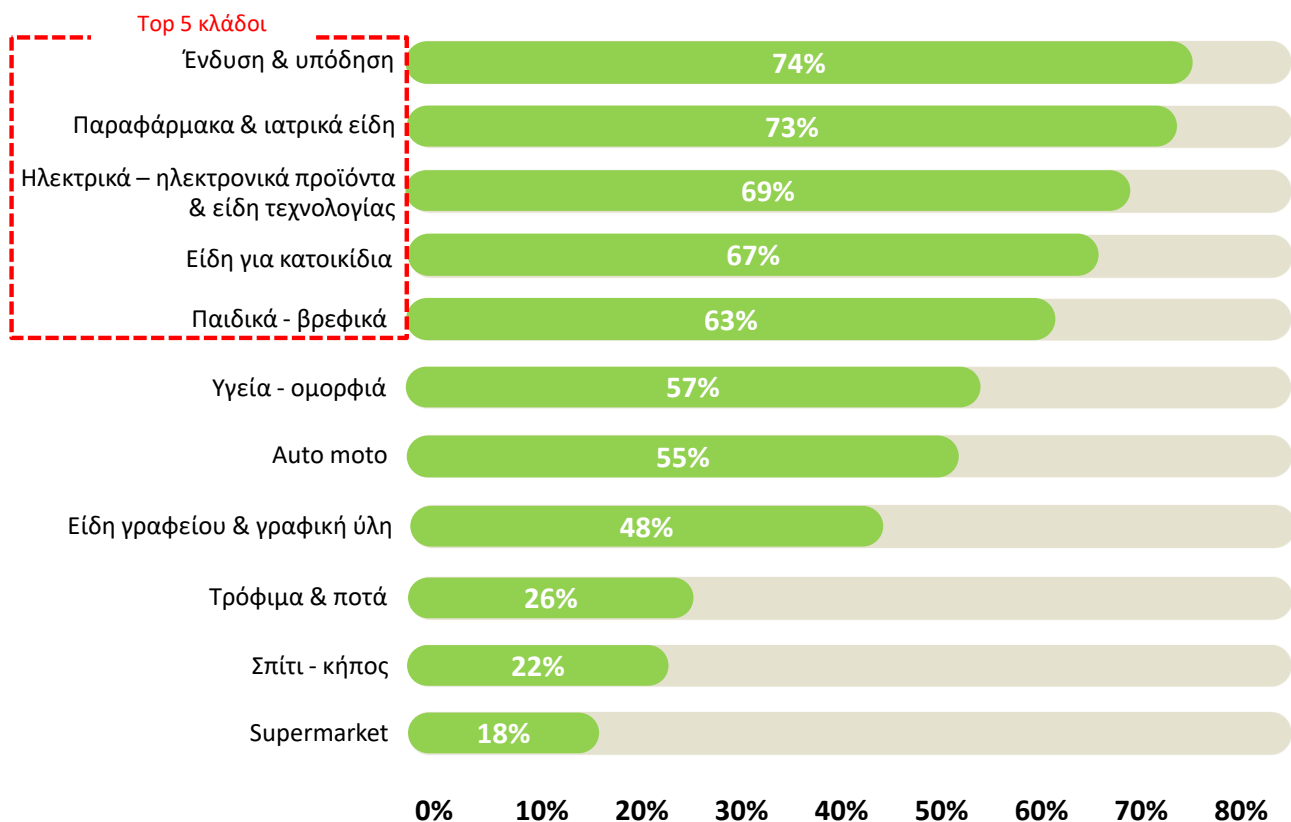
Καύσιμα



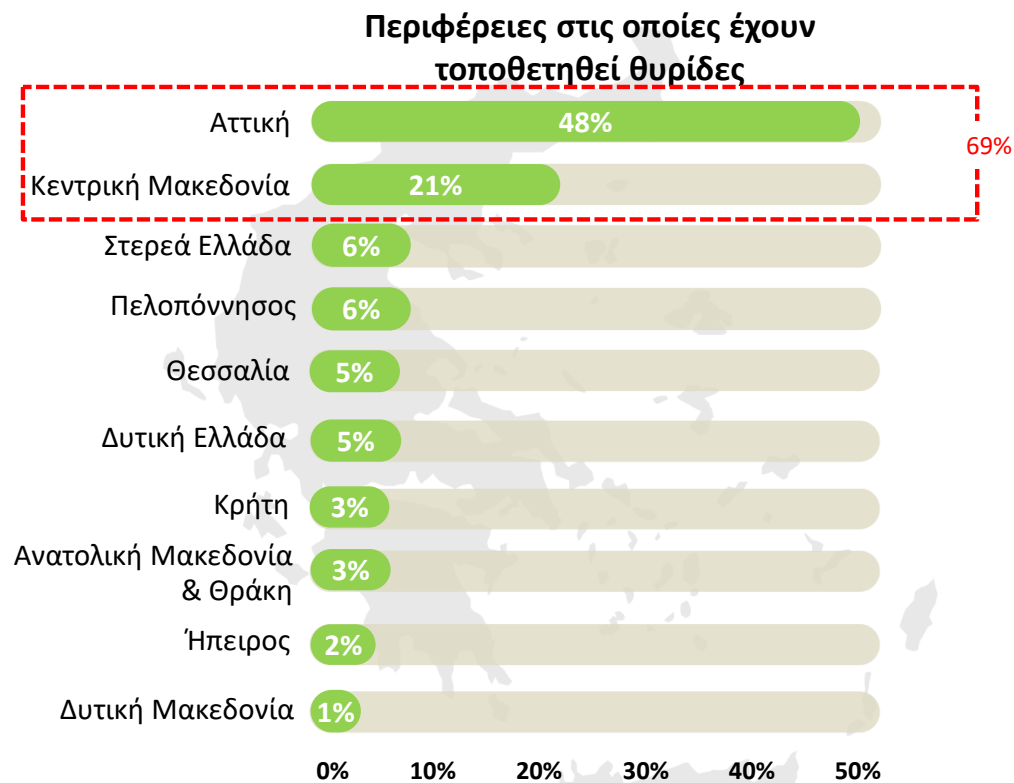
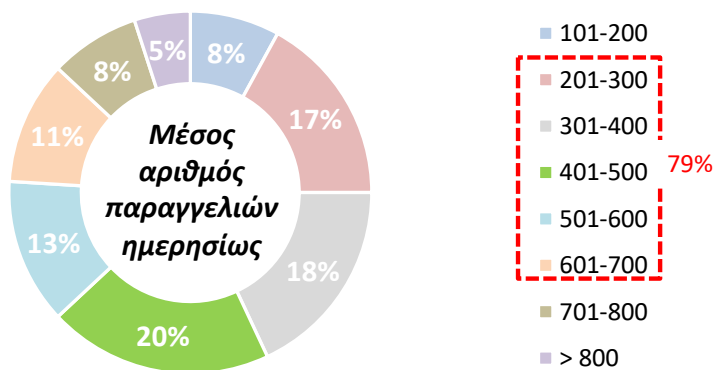
## Περιεχόμενα έρευνας

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα
- Μεθοδολογία και ταυτότητα έρευνας
- E-commerce logistics: Η άποψη των e-shops | εμπορικών επιχειρήσεων με ηλεκτρ. καταστήματα
- **E-commerce logistics: Η άποψη των παρόχων υπηρεσιών logistics, ταχυμεταφορών & omni-channel λύσεων**
  - ✓ Διαχειριστές θυρίδων & clever points
- E-commerce logistics: Η άποψη εταιριών πληροφορικής & τεχνολογιών/εξοπλισμού e-commerce
- Ο δρόμος προς τα εμπρός
- Συμπεράσματα

## Τop 5 κλάδοι που εξυπηρετούν εταιρίες που διαθέτουν θυρίδες & clever points, ως εναλλακτικούς τρόπους παράδοσης

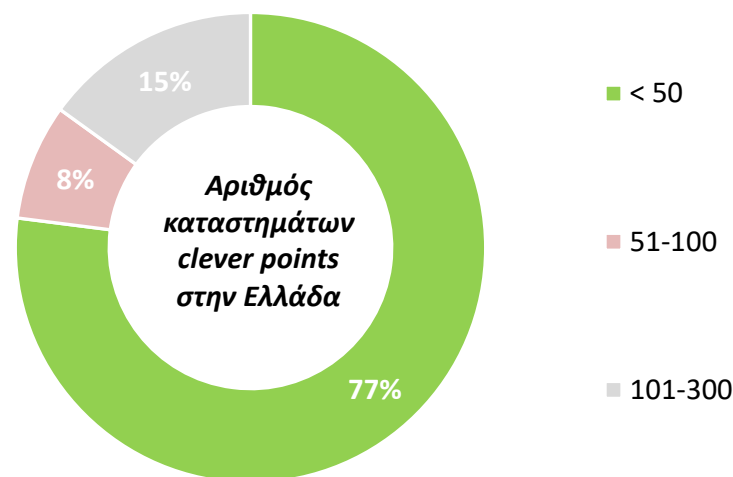
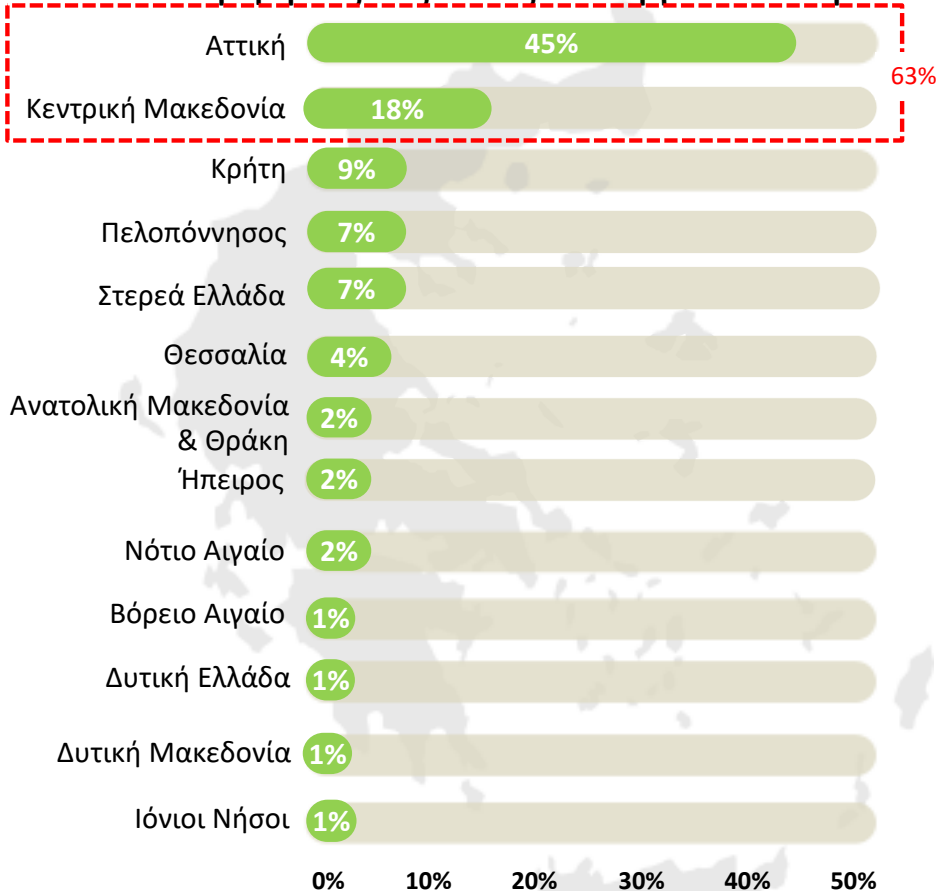


Το 79% των εταιριών που συμμετείχαν στην έρευνα διαχειρίζονται από 201-700 παραγγελίες καθημερινά μέσω των θυρίδων & των clever points που διαθέτουν. Διαφάνεται πως οι εναλλακτικοί τρόποι παράδοσης κερδίζουν έδαφος και επεκτείνονται σε Πανελλαδικό επίπεδο (προς το παρόν 69% βρίσκονται σε Αθήνα & Θεσ/νίκη)



Το δίκτυο καταστημάτων παραλαβής/επίδοσης παραγγελιών (clever points) έχει αναπτυχθεί σημαντικά στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, ενώ οι πλειονότητα (77%) των εταιριών του δείγματος αναφέρει πως έχει εντάξει στο πανελλαδικό της δίκτυο ως 50 καταστήματα

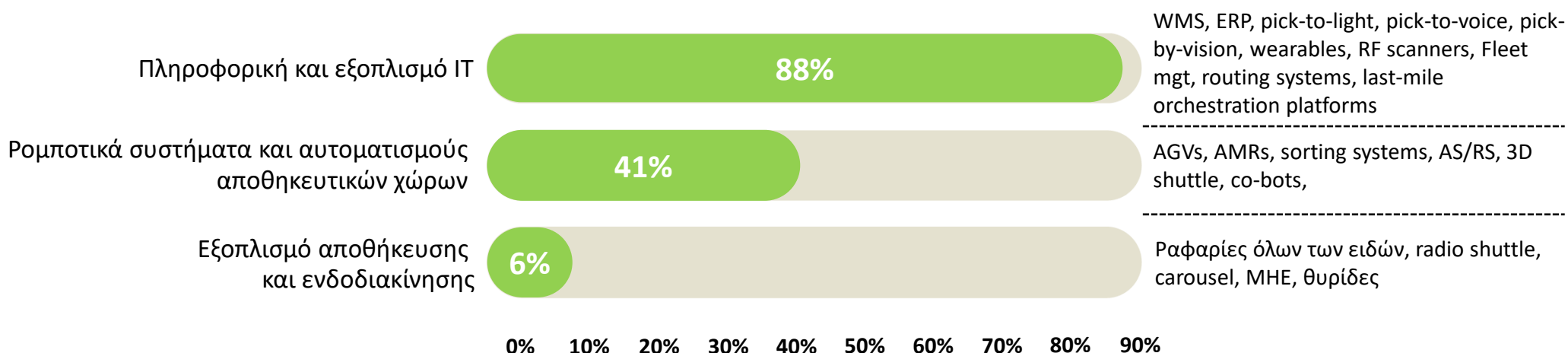
Περιφέρειες στις οποίες λειτουργούν clever points



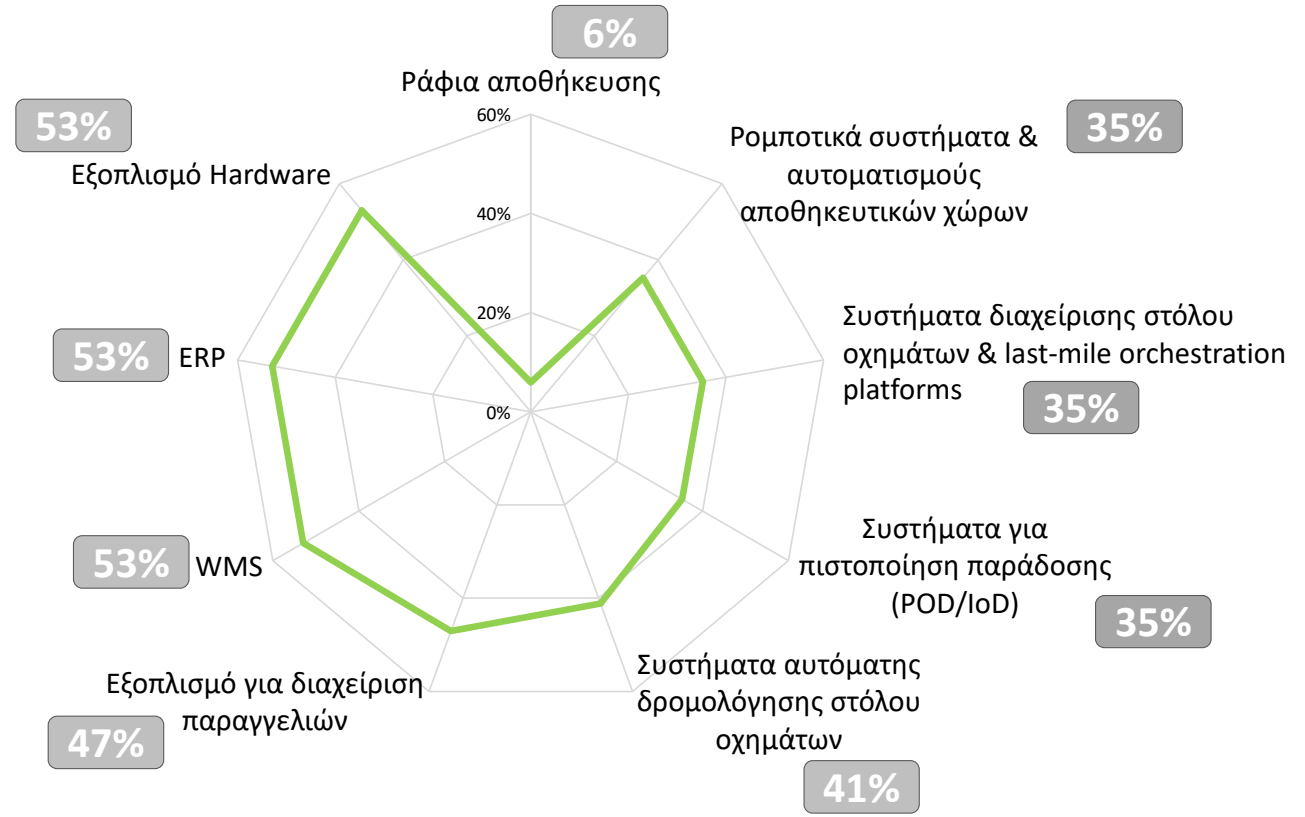
## Περιεχόμενα έρευνας

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα
- Μεθοδολογία και ταυτότητα έρευνας
- E-commerce logistics: Η άποψη των e-shops | εμπορικών επιχειρήσεων με ηλεκτρ. καταστήματα
- E-commerce logistics: Η άποψη των παρόχων υπηρεσιών logistics, ταχυμεταφορών & omni-channel λύσεων
- **E-commerce logistics: Η άποψη εταιριών πληροφορικής & τεχνολογιών/εξοπλισμού e-commerce**
- Ο δρόμος προς τα εμπρός
- Συμπεράσματα

**Η πλειονότητα των εταιριών που συμμετείχε στην έρευνα δραστηριοποιείται στην πληροφορική και τον εξοπλισμό IT (88%) καθώς επίσης και στην κατασκευή και εμπορία ρομποτικών συστημάτων & αυτοματισμών αποθηκευτικών χώρων (41%)**



# Οι εταιρίες παροχής συστημάτων πληροφορικής, αυτοματισμών και αποθηκευτικού εξοπλισμού διαθέτουν όλες τις λύσεις που εφαρμόζονται για την οργάνωση των διαδικασιών των e-commerce logistics

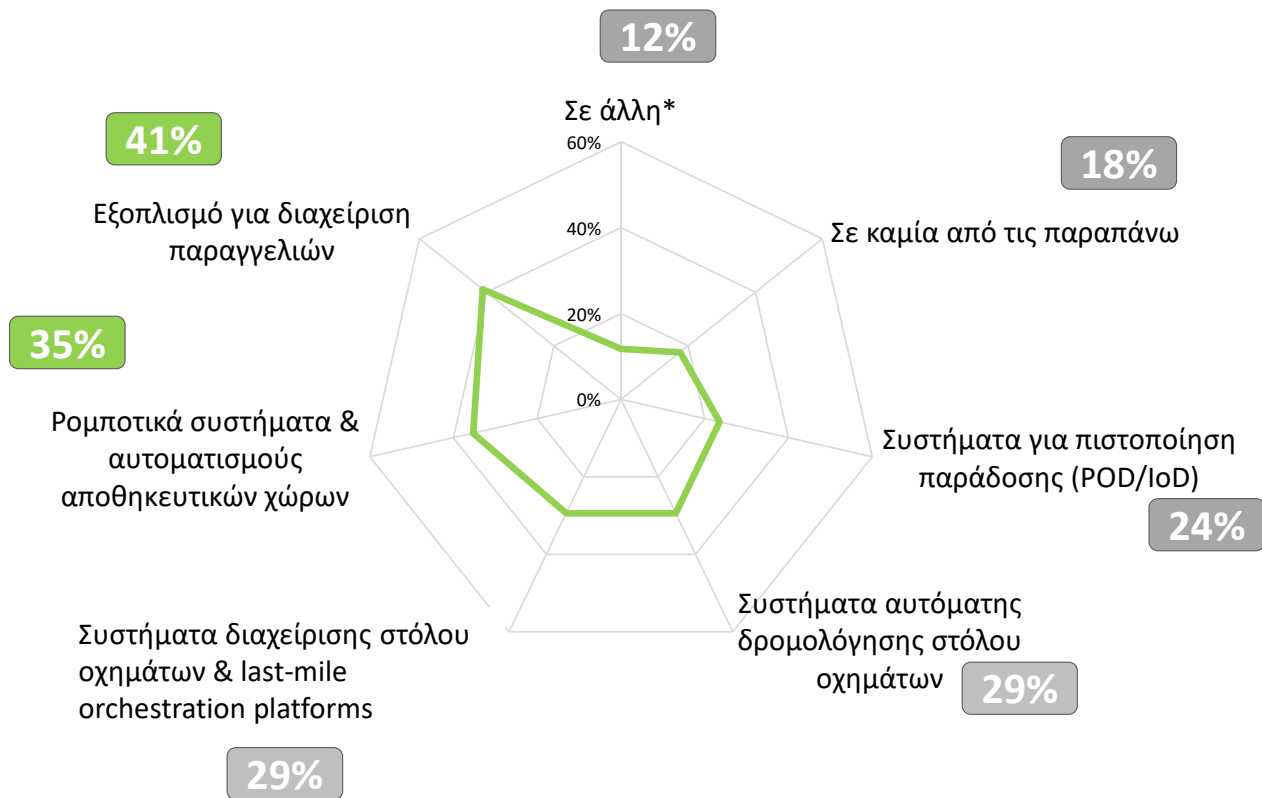


- Εξοπλισμός/ συστήματα/ αυτοματισμοί
- Πιλοτικές εφαρμογές
- Αίτια χαμηλής ψηφιακής ωριμότητας



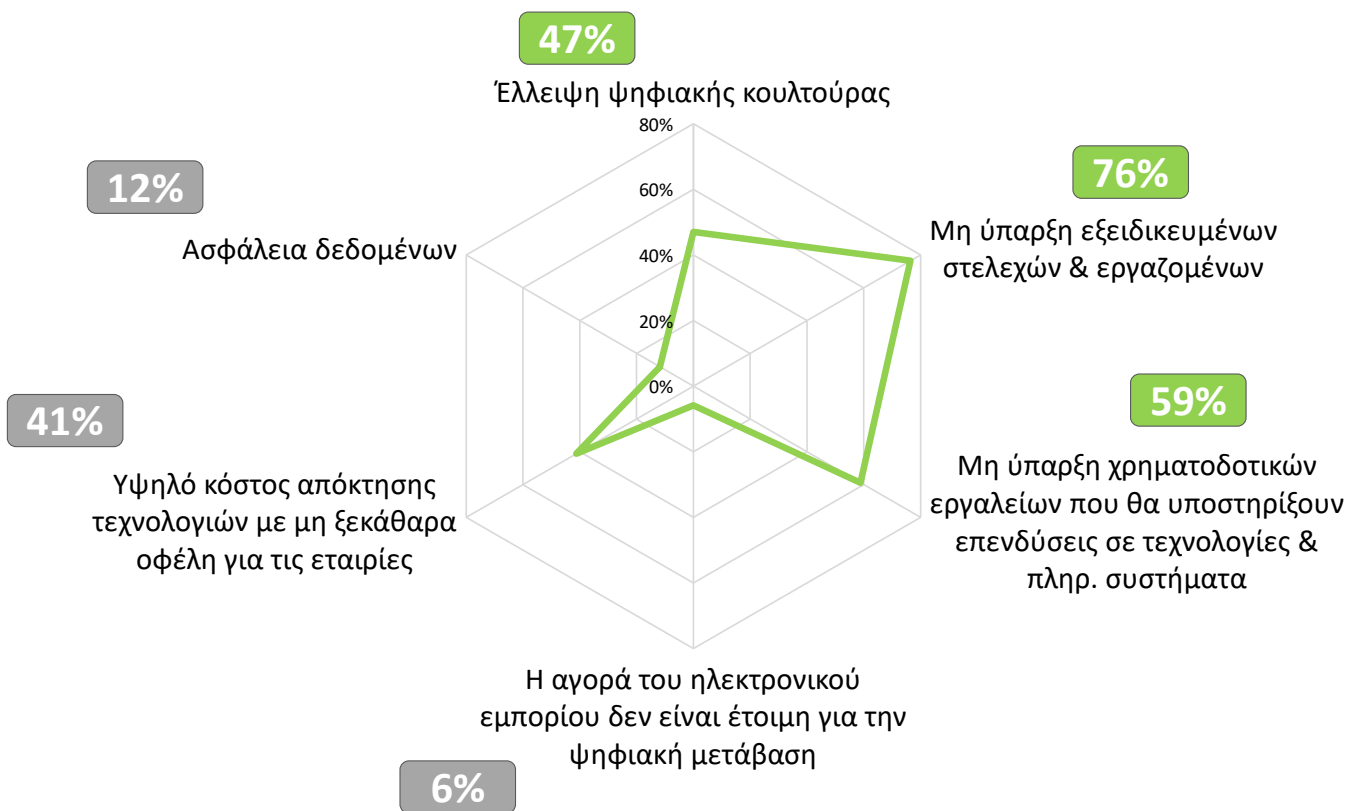
Η πλειονότητα των πιλοτικών που έχουν τρέξει το τελευταίο χρονικό διάστημα αφορούν εξοπλισμό για τη διαχείριση παραγγελιών picker to goods & goods to picker (41%) καθώς και ρομποτικά συστήματα & αυτοματισμούς (35%) με έμφαση σε AGVs & AMR συστήματα

- Εξοπλισμός/ συστήματα/ αυτοματισμοί
- Πιλοτικές εφαρμογές
- Αίτια χαμηλής ψηφιακής ωριμότητας

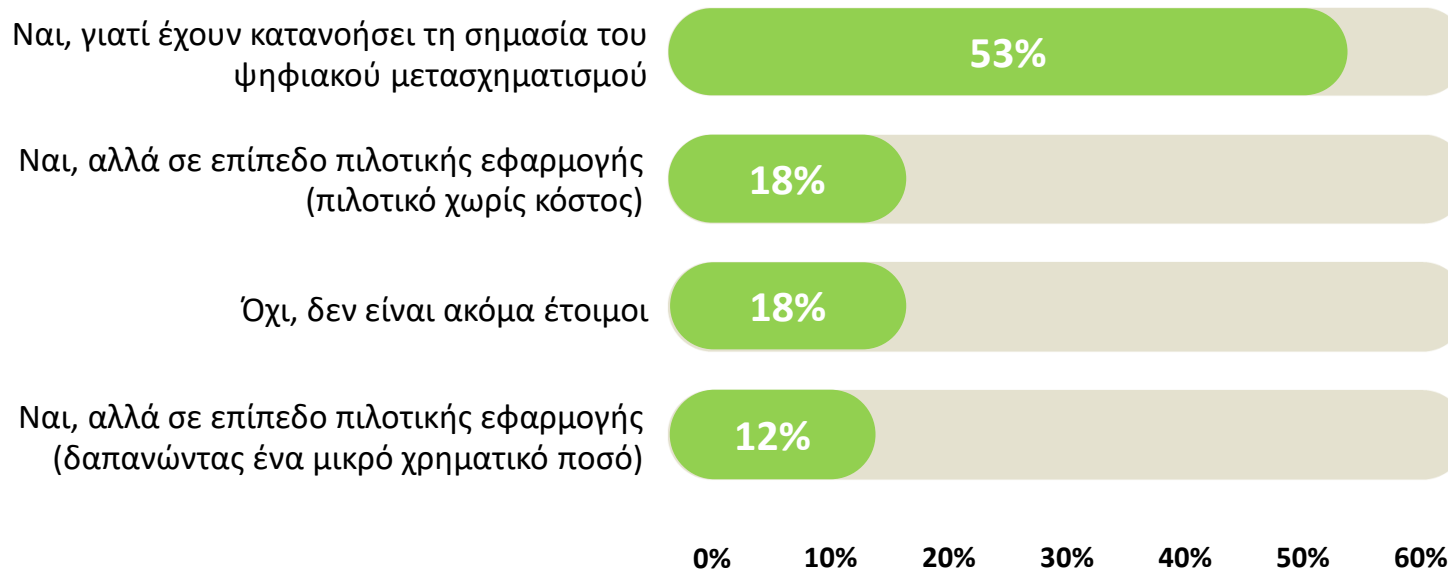


Οι κύριοι λόγοι της χαμηλής ψηφιακής ωριμότητας, σύμφωνα με τους παρόχους τεχνολογιών, είναι η μη ύπαρξη εξειδικευμένων στελεχών και εργαζομένων (76%), η έλλειψη χρηματοδοτικών εργαλείων για επενδύσεις σε Πληρ. Συστήματα (59%) καθώς και η έλλειψη ψηφιακής κουλτούρας (47%)

- Εξοπλισμός/ συστήματα/ αυτοματισμοί
- Πιλοτικές εφαρμογές
- Αίτια χαμηλής ψηφιακής ωριμότητας



Παρότι τα e-shops δεν προχωρούν με γοργούς ρυθμούς στον ψηφιακό τους μετασχηματισμό, η πλειονότητα αυτών (53%) έχει αντιληφθεί τη σημασία του. Παραμένει όμως ένα πολύ υψηλό ποσοστό εταιριών (30%) που ζητούν την υλοποίηση ενός πιλοτικού ώστε να διαπιστώσουν σε πρακτικό επίπεδο τα οφέλη που θα αποκομίσουν

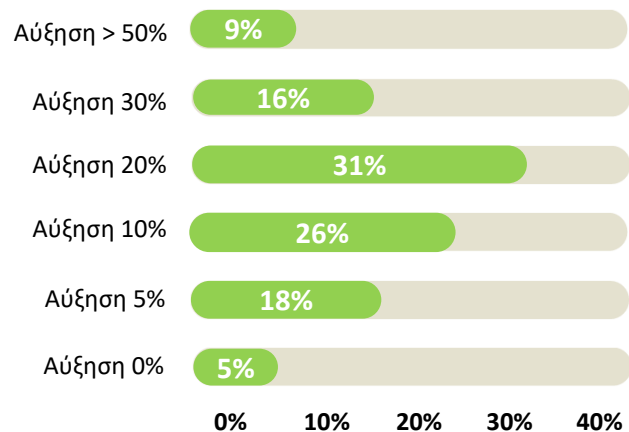


## Περιεχόμενα έρευνας

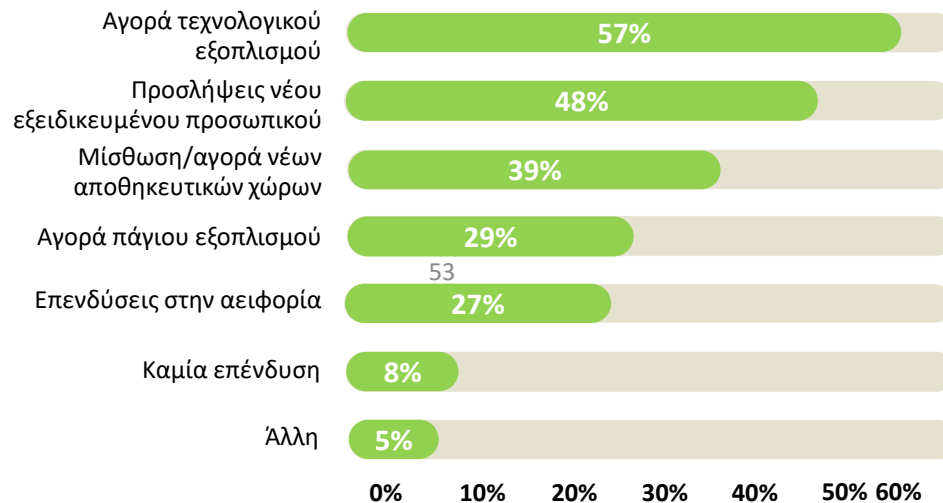
- Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα
- Μεθοδολογία και ταυτότητα έρευνας
- E-commerce logistics: Η άποψη των e-shops | εμπορικών επιχειρήσεων με ηλεκτρ. καταστήματα
- E-commerce logistics: Η άποψη των παρόχων υπηρεσιών logistics, ταχυμεταφορών & omni-channel λύσεων
- E-commerce logistics: Η άποψη εταιριών πληροφορικής & τεχνολογιών/εξοπλισμού e-commerce
- Ο δρόμος προς τα εμπρός
- Συμπεράσματα

**Οι εταιρίες που συμμετείχαν στην έρευνα βλέπουν μια σημαντική αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου η οποία διαφαίνεται πως θα οδηγήσει σε μια επενδυτική στρατηγική προς την αγορά εξοπλισμό, νέες προσλήψεις εξειδικευμένων εργαζόμενων και νέους αποθηκευτικούς χώρους**

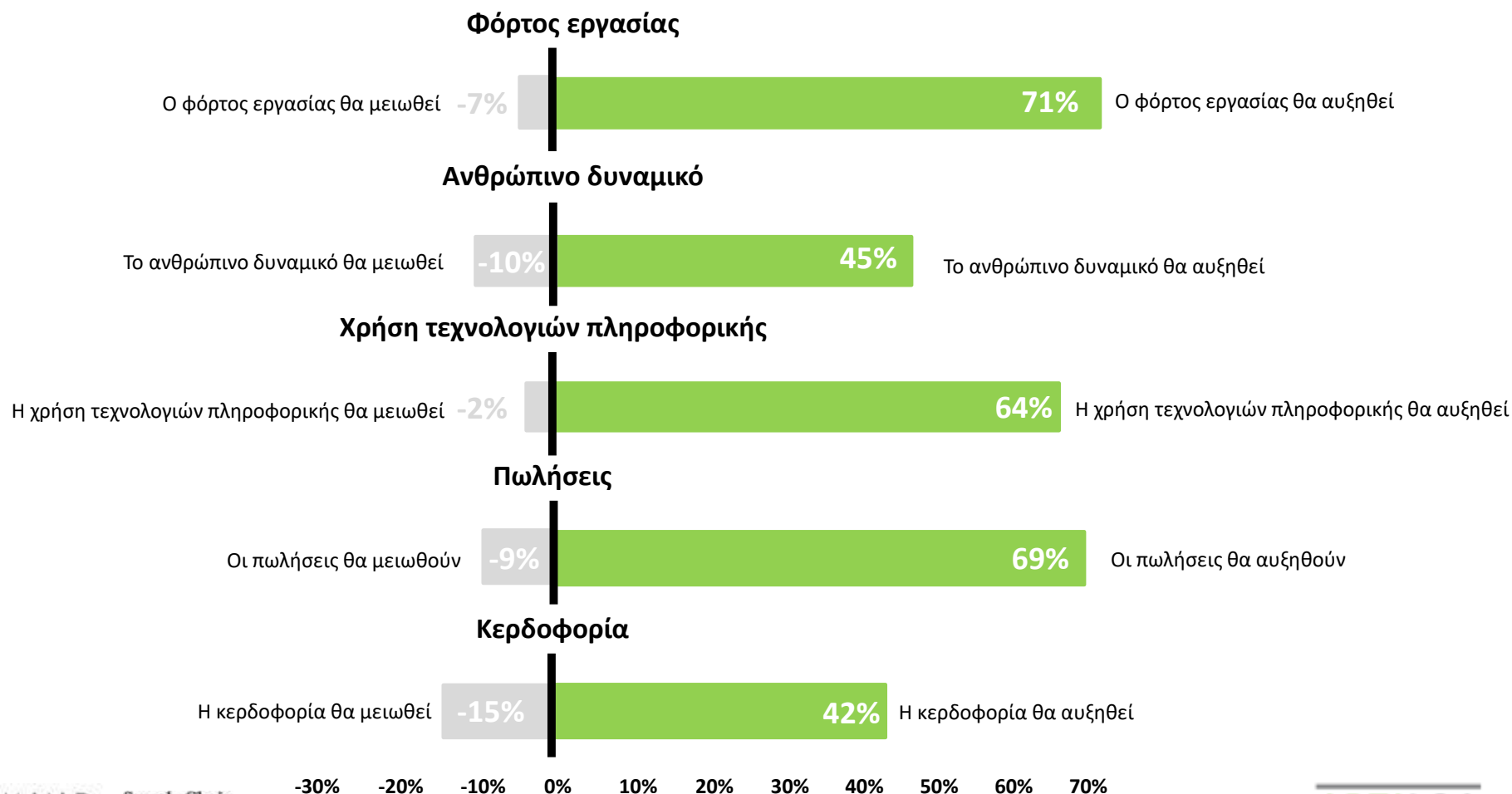
**Αυξητικές οι τάσεις για τον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου**



**Επενδυτική στρατηγική που θα ακολουθήσουν οι εταιρίες τα επόμενα 1- 3 έτη**



## Η πλειονότητα των εταιριών που συμμετείχαν στην έρευνα, ανέφεραν πως αναμένουν σημαντικές αυξήσεις σε όλα τα θέματα που σχετίζονται με την εκτέλεση έργου που αφορά τα e-commerce logistics



## Περιεχόμενα έρευνας

- Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα
- Μεθοδολογία και ταυτότητα έρευνας
- E-commerce logistics: Η άποψη των e-shops | εμπορικών επιχειρήσεων με ηλεκτρ. καταστήματα
- E-commerce logistics: Η άποψη των παρόχων υπηρεσιών logistics, ταχυμεταφορών & omni-channel λύσεων
- E-commerce logistics: Η άποψη εταιριών πληροφορικής & τεχνολογιών/εξοπλισμού e-commerce
- Ο δρόμος προς τα εμπρός
- Συμπεράσματα

## Κύρια συμπεράσματα της έρευνας (1/3)

### Συμπεράσματα για τη λειτουργία των e-shops

- Οι αποθηκευτικοί χώροι που χρησιμοποιούνται κατά βάση από τα e-shops για in-house logistics είναι μικροί, χρησιμοποιούνται βασικά συστήματα αποθήκευσης (π.χ. ράφια ελαφρού τύπου, θυρίδες), ενώ οι διαδικασίες εντός της αποθήκης γίνονται χωρίς την υιοθέτηση εξειδικευμένων πληροφοριακών συστημάτων (κυρίως με αρχεία Excel & ERP).
- Η πλειονότητα των e-shops (59%) επιλέγει την in-house αποθήκευση, ενώ ένα 27% των e-shops του δείγματος συνεργάζονται παράλληλα και με 3PLs κυρίως λόγω έλλειψης χώρου (λειτουργούν ως buffer areas).
- Τα e-shops (όσα δυνητικά θα είχε νόημα να πάνε σε λύση logistics outsourcing), δεν έχουν πεισθεί για τα οφέλη που θα αποκομίσουν. Θεωρούν πως το κόστος είναι σε αρκετές περιπτώσεις υψηλότερο ή ακόμα και εάν είναι ίδιο, θεωρούν πως χάνουν σε ευελιξία καθώς και στο end-to-end visibility το οποίο το θεωρούν κύριο συστατικό του customer experience που θέλουν να προσφέρουν στην πελατειακή τους βάση.
- Για τη συλλογή και διαλογή των παραγγελιών τα e-shops χρησιμοποιούν απλές-βασικές λύσεις και συστήματα. Μικρό ποσοστό αποτελεί η χρήση εναλλακτικών τεχνολογιών picking (πχ. light picking).
- Προσπαθώντας να αυξήσουν την πελατειακή τους βάση, συνεργάζονται με πολλαπλές εταιρίες courier, προσφέρουν πολυκαναλικούς τρόπους παράδοσης, αλλά δεν έχουν αντιληφθεί πλήρως τον ρόλο που διαδραματίζουν τα logistics σε όρους κόστους, παραγωγικότητας και customer experience. Γι' αυτό και η πλειονότητα των e-shops του δείγματος δεν έχει επενδύσει στον ψηφιακό μετασχηματισμό των διαδικασιών logistics τους.

### Συμπεράσματα για τη λειτουργία των παρόχων υπηρεσιών logistics / μεταφορικών υπηρεσιών / ταχυμεταφορών

- Οι εταιρίες 3PL διαθέτουν μεγάλους αποθηκευτικούς χώρους όπου θα μπορούσαν δυνητικά να φιλοξενήσουν τα αποθέματα πολλαπλών e-shops.
- Παρόλα αυτά, ελάχιστες είναι οι περιπτώσεις εταιριών 3PLs που έχουν επενδύσει σε εξοπλισμό και τεχνολογίες που αφορούν στη διαχείριση αγαθών σε τεμαχιακό επίπεδο (π.χ. Pick-to-light, καρότσια για multi-order picking, put-to-wall, κτλ.).
- Πολύ λιγότερες είναι οι εταιρίες 3PL που έχουν επιλέξει αυτοματισμούς και goods-to-picker λύσεις (π.χ. AMRs για picking, sorting, κτλ.).



## Κύρια συμπεράσματα της έρευνας (2/3)

### (συνέχεια) Συμπεράσματα για τη λειτουργία των παρόχων υπηρεσιών logistics / μεταφορικών υπηρεσιών / ταχυμεταφορών

- Οι εταιρίες 3PL δεν έχουν καταφέρει ακόμα να μειώσουν το κόστος εκτέλεσης μιας παραγγελίας διατηρώντας όμως την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Μια λύση για την επίτευξη του παραπάνω στόχου θα ήταν η επένδυση σε αυτοματοποιημένα συστήματα.
- Οι εταιρίες (κυρίως οι μεταφορικές και οι εταιρίες ταχυμεταφορών) έχουν προσπαθήσει να βελτιώσουν το επίπεδο εξυπηρέτησης των τελικών πελατών χρησιμοποιώντας εργαλεία δρομολόγησης, διαχείρισης στόλου οχημάτων, PoD/IoD αλλά ακόμα η ανάγκη των πελατών για end-to-end visibility των παραγγελιών τους και για παράδοση στο χρονικό διάστημα που αναφέρουν τα e-shops δεν έχει επιτευχθεί. Σημαντικά προβλήματα και αδυναμίες υπάρχουν ακόμα κατά τη διάρκεια των peak seasons με σημαντικές καθυστερήσεις στις ημέρες παράδοσης.
- Ένα υποσύνολο των εταιριών ταχυμεταφοράς έχουν προχωρήσει σε πολυκαναλικές λύσεις (π.χ. Smart lockers, home delivery με time slots) ώστε να προσφέρουν εναλλακτικές λύσεις παράδοσης και για να μειώσουν το κόστος διανομής ή και το κόστος τη μη παράδοσης. Επίσης έχουν προχωρήσει στη χρήση πλατφορμών ενορχήστρωσης του τελευταίου μιλίου ώστε να προσφέρουν πλήρη ιχνηλασιμότητα για μια παραγγελία.
- Παρόλα αυτά πολλά e-shops επιλέγουν να διατηρούν έναν μικρό ιδιόκτητο στόλο οχημάτων για να εξυπηρετούν (κυρίως στην Αττική) αυθημερόν παραδόσεις και πελάτες VIP (π.χ. με καλάθι αγορών άνω των 100 ευρώ).

### Συμπεράσματα από τους παρόχους συστημάτων πληροφορικής & τεχνολογιών/εξοπλισμού e-commerce

- Παρότι τα e-shops δεν προχωρούν με γοργούς ρυθμούς στον ψηφιακό τους μετασχηματισμό, η πλειονότητα αυτών έχει αντιληφθεί τη σημασία του. Παραμένει όμως ένα πολύ υψηλό ποσοστό εταιριών που ζητούν την υλοποίηση ενός πιλοτικού ώστε να διαπιστώσουν σε πρακτικό επίπεδο τα οφέλη που θα αποκομίσουν.
- Ένα ενθαρρυντικό εύρημα της έρευνας ήταν ότι η πλειονότητα των πιλοτικών που έχουν τρέξει το τελευταίο χρονικό διάστημα αφορούν εξοπλισμό για τη διαχείριση παραγγελιών picker-to-goods & goods-to-picker καθώς και ρομποτικά συστήματα & αυτοματισμούς με έμφαση σε AGVs & AMR συστήματα.
- Οι κύριοι λόγοι της χαμηλής ψηφιακής ωριμότητας, σύμφωνα με τους παρόχους τεχνολογιών, είναι η μη ύπαρξη εξειδικευμένων στελεχών και εργαζομένων, η έλλειψη χρηματοδοτικών εργαλείων για επενδύσεις σε Πληρ. Συστήματα καθώς και η έλλειψη ψηφιακής κουλτούρας.

## Κύρια συμπεράσματα της έρευνας (3/3)

### Συμπεράσματα για την επόμενη ημέρα

- Όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα, εκτιμούν πως ο κλάδος του ηλεκτρονικού εμπορίου θα αυξηθεί σημαντικά τα επόμενα έτη.
- Η πλειονότητα των συμμετεχόντων στην έρευνα εκτιμά πως τα επόμενα χρόνια ο φόρτος εργασίας θα αυξηθεί, θα απαιτηθούν περισσότεροι εργαζόμενοι (εάν δεν αυτοματοποιηθούν διαδικασίες), θα αυξηθεί σημαντικά η χρήση πληροφοριακών συστημάτων με ταυτόχρονο θετικό πρόσημο στις πωλήσεις και στην κερδοφορία.
- Ως εκ τούτου, για να μπορέσουν οι εταιρίες (e-shops ή/και εταιρίες παροχής υπηρεσιών logistics) να ανταπεξέλθουν στις ολοένα και αυξανόμενες απαιτήσεις των τελικών πελατών θα πρέπει: α) να αποκτήσουν ψηφιακή κουλτούρα, β) να αναδιοργανώσουν τις διαδικασίες τους, γ) να εκπαιδεύσουν το προσωπικό τους και να προσελκύσουν στελέχη με εμπειρία και εξειδίκευση, δ) να επενδύσουν σε αυτοματισμούς και έξυπνα συστήματα.

## E-commerce logistics & last-mile orchestration: Διερευνώντας το ελληνικό οικοσύστημα του ηλεκτρονικού εμπορίου

Αποτελέσματα 1<sup>ης</sup> Πανελλήνιας έρευνας

