

Studiu privind calitatea serviciilor de coletărie și impactul comerțului electronic asupra serviciilor poștale, în cursul anului 2019

Cuprins:

I. Introducere	4
II. Metodologie	6
II.1. Stabilirea panelului de cercetare	6
II.2. Chestionarea furnizorilor	7
II.2.1. Indicatori referitori la calitatea serviciilor de coletărie	7
II.2.2. Indicatori referitori la impactul comerțului electronic	9
II.3. Colectarea și centralizarea informațiilor	9
II.4. Verificarea, prelucrarea și analizarea datelor	10
II. 5. Realizarea clasamentelor de piață	10
II.5.1. Stabilirea punctajelor pentru clasamentele privind calitatea serviciilor de coletărie	10
II.5.2. Realizarea punctajelor pentru clasamentele privind impactul comerțului electronic	11
II.5.3. Realizarea punctajelor pentru clasamentele generale de piață	11
III. Cercetare privind calitatea serviciilor de coletărie din România,	12
III.1. Dinamica volumelor de trafic din România	12
III.1.1. Dinamica traficului total de trimiteri poștale	12
III.1.2. Dinamica traficului de colete și pachete mici în 2019	12
III.1.3. Indicatorul „Trafic” în piața de coletărie, în 2019	13
III.2. Indicatorul „Venituri” în piața de coletărie, în 2019	13
III.3. Calitatea serviciilor în piața de coletărie, în 2019	14
III.3.1. Proceduri de măsurare a calității	15
III.3.2. Costuri implicate de măsurătorile de calitate	16
III.3.3. Indicatori monitorizați în măsurătorile de calitate	16
III.4. Garantarea timpilor de livrare a trimiterilor poștale interne	17
III.5. Calitatea propriu-zisă a serviciilor poștale de coletărie	18
III.5.1. Calitatea Z+1 - categoria <i>Standard</i>	19
III.5.2. Calitatea Z+1 - categoria <i>Express</i>	20
III.5.3. Calitatea Z+1 - categoria <i>Ramburs</i>	21
III.5.4. Calitatea Z+1 - categoria <i>Alte servicii</i>	22
III.6. Tarifarea serviciilor poștale de coletărie	23
III.7. Numărul de reclamații privind serviciile de coletărie, în 2019	24
III.8. Investiții realizate în vederea creșterii calității serviciilor de coletărie	25
III.8.1. Investiții tehnologice	25
III.8.2. Investiții în personal	26
III.8.3. Investiții în dezvoltarea rețelelor poștale	26

III.8.4. Total investiții realizate în vederea creșterii calității serviciilor	27
III.9. Factorii care generează creșterea calității serviciilor	27
IV. Cercetare privind impactul e-commerce asupra pieței serviciilor poștale din România, în cursul anului 2019.....	29
IV.1. Dinamica industriei comerțului electronic	29
IV.2. Traficul poștal generat de comerțul electronic, în cursul anului 2019	30
IV.2.1. Indicatorul „Trafic” în piața de coletărie, în 2019	31
IV.3. Veniturile poștale generate de industria e-commerce, în 2019	32
IV.3.1. Indicatorul „Venituri” în piața de coletărie, în 2019	32
IV.4. Tipuri de trimiteri poștale generate de comerțul electronic.....	33
IV.5. Numărul de reclamații privind prelucrarea trimitărilor poștale generate de comerțul electronic.....	35
IV.6. Servicii poștale generate de comerțul electronic în 2018 și 2019	36
IV.7. Track & Trace	36
IV.8. Tipuri de expeditori care introduc în rețelele poștale trimiteri generate de comerțul electronic.....	36
V. Concluzii și clasamente generale de piață	38
VI.1. Concluzii privind calitatea serviciilor de coletărie din România, în 2019	38
VI.2. Concluzii privind impactul industriei comerțului electronic asupra pieței serviciilor poștale din România, în 2019	40

I. Introducere

În prezent, industria poștală se dovedește a fi o industrie fundamentală în ceea ce privește conectarea consumatorilor din întreaga lume, chiar și în condițiile în care modalitățile avansate de comunicare specifice informațiilor electronice cunosc un ritm de dezvoltare fără precedent.

Astfel, deși după anii 2000, serviciile poștale tradiționale, specifice de regulă sferei serviciului universal, s-au înscris din punct de vedere statistic pe o curbă descendentă în ceea ce privește atât veniturile realizate, cât și volumele de trafic prelucrate de către furnizori, asistăm în ultimii ani la creșterea accelerată a veniturilor și volumelor de trafic specifice serviciilor din afara sferei serviciului universal, mai cu seamă în cazul pieței coletelor poștale, fapt datorat în principal creșterii volumelor generate în rețelele poștale de comerțul electronic.

În această ordine de idei, din studiile realizate în ultimii ani de către diferite organisme internaționale, precum și din datele colectate din piața serviciilor poștale din România de către ANCOM, rezultă că impactul comerțului electronic asupra pieței poștale se dovedește a fi din ce în ce mai consistent de la an la an.

Acest trend de creștere se manifestă în strânsă legătură cu evoluția nevoilor utilizatorilor finali și cu accelerarea progresului tehnologic, generând în perspectivă statistică, prin comercializarea de produse prin intermediul internetului, creșterea permanentă a indicatorilor specifici pieței de colete poștale.

Datorită creșterii ratei de penetrare a Internetului¹, nevoile utilizatorilor finali de servicii poștale au devenit din ce în ce mai complexe, aceștia renunțând pe scară largă la comunicarea tradițională (scrisori, cărți poștale etc.) în favoarea comunicării electronice (e-mail etc.).

În acest context, rețelele poștale au început să fie utilizate cu preferință în vederea achiziționării de bunuri și servicii prin intermediul comerțului electronic.

Pe plan european, din concluziile *Raportului privind indicatorii fundamentali de monitorizare a pieței poștale europene*, publicat de către Grupul Reglementatorilor Europeni de Poștă² (denumit în continuare *ERGPost*), rezultă pentru perioada 2015-2019 următoarele dinamici referitoare la indicatorii de volum din statele membre ERGPost:

- volumul total de trafic poștal a scăzut cu 3%;
- volumul total de trafic din poșta de scrisori a scăzut cu 4,5%;
- volumul total de trafic din poșta de colete a crescut cu 8,8%.

În ceea ce privește traficul total de trimiteri poștale, piața de servicii poștale din România a cunoscut în ultimii doi ani o scădere de aprox. 18 milioane de trimiteri, de la 579 de milioane de trimiteri în 2018, la 561 de trimiteri în cursul anului 2019, dintre acestea, aprox. 146 de milioane de trimiteri reprezentând piața de coletărie.

¹ https://statistica.ancom.ro/sscpds/public/files/192_ro: ANCOM – Raport de date statistice privind piața serviciilor de comunicații electronice din România (date valabile pentru semestrul II, anul 2019, pag. 57): rata de penetrare a internetului fix la 100 de gospodării = 63,8%%; rata de penetrare a internetului mobil = 102,4% (numărul de conexiuni active de internet mobil a depășit numărul de locuitori); rata de conexiuni active în mediul rural = 52,9%, rata de conexiuni active în mediul urban = 87,4%;

² https://ec.europa.eu/growth/sectors/postal-services/ergp_en: Report on core indicators for monitoring the European market;

Având în vedere această dinamică sectorială atât la nivel comunitar, cât și la nivelul pieței serviciilor poștale din România, precum și nevoia de evaluare cantitativă și calitativă a impactului pe care comerțul electronic îl exercită asupra industriei poștale, ANCOM și-a propus ca direcție strategică de activitate, monitorizarea modului în care comerțul electronic influențează piața, realizând în acest sens studii anuale care, începând cu anul 2018 au fost publicate pe pagina de internet a Autorității.

Astfel, în anii 2018 și 2019, au fost realizate studiile privind **calitatea serviciilor de coletărie și impactul comerțului electronic asupra domeniului serviciilor poștale din România, în anii 2017 și 2018.**

Cercetările în cauză au implicat stabilirea paneelelor de studiu din care au făcut parte primii 29 de furnizori de servicii poștale în ordinea descrescătoare a volumelor de trafic de colete prelucrate în anul 2017, respectiv primii 32 de furnizori de servicii poștale în 2018, care împreună au prelucrat peste 95% din traficul de colete. Acestor furnizori li s-au solicitat informații referitoare pe de-o parte la calitatea serviciilor de coletărie prestate, și pe de altă parte, la prelucrarea de către aceștia a trimitărilor poștale generate exclusiv prin comerțul electronic. Cele două studii sunt disponibile pe pagina de internet a Autorității³.

În acest an, activitățile implicate de realizarea cercetării privind calitatea serviciilor de coletărie și impactul comerțului electronic asupra domeniului serviciilor poștale din România în cursul anului 2019, au fost demarate în luna februarie și s-au derulat până în luna octombrie, concluziile rezultate astfel fiind prezentate în cele ce urmează.

³ https://www.ancom.ro/studii-de-piata_5507;

II. Metodologie

Din punct de vedere metodologic realizarea studiului a presupus, printre altele, derularea în mod necesar a următoarelor etape procesuale, atât în ceea ce privește calitatea serviciilor de coletărie cât și în ceea ce privește impactul comerțului electronic asupra pieței serviciilor poștale:

1. stabilirea panelului de cercetare;
2. chestionarea furnizorilor;
3. colectarea și centralizarea informațiilor;
4. verificarea, prelucrarea și analizarea datelor.

II.1. Stabilirea panelului de cercetare

În **cercetarea privind calitatea serviciilor de coletărie** au fost implicați primii 33 de furnizori de servicii poștale, care au deținut împreună, în cursul anului 2019, mai mult de 95% din piața de prelucrare a coletelor și pachetelor mici, interne și internaționale.

În conformitate cu prevederile art. 2, pct. 16⁵, din Ordonanța de urgență a Guvernului nr. 13/2013 privind serviciile poștale, cu modificările și completările ulterioare, *pachetul mic este trimiterea poștală în greutate de până la 2 kg inclusiv, care conține bunuri cu sau fără valoare comercială și la care se pot atașa orice documente care au caracter de corespondență. Fiind trimiteri specifice activității furnizorilor de serviciu universal, în procesul de colectare, sortare, transport și livrare, pachetele mici sunt prelucrate pe fluxul tehnologic utilizat pentru trimerile de corespondență, astfel cum prevăd Convenția Poștală Universală și Regulamentul poștei de scrisori.*

Fiind caracteristice doar activității furnizorului de serviciu universal, pachetele mici, din perspectiva celorlalți furnizori de pe piață, sunt asimilabile coletelor poștale.

Din acest motiv și pentru ca studiul privind calitatea serviciilor de coletărie să producă rezultate cât mai relevante, ANCOM a decis, cu titlu excepțional, să introducă în studiul privind piața serviciilor de coletărie, inclusiv aceste două categorii de trimiteri.

Astfel, cei 33 de furnizori care au făcut parte din panelul de cercetare din cursul acestui an, pentru , au fost, în ordine alfabetică, următorii:

1. **ALTEX LOGISTIC & DISTRIBUTION S.R.L.**
2. **ALTEXPRESS COURIER & E-FULFILLMENT SERVICES S.R.L.**
3. **ALTO SYSTEMS S.R.L.**
4. **ATLANTIC TRAVELS INTERNATIONAL S.R.L.**
5. **ATLASSIB S.R.L.**
6. **BARSAN TRANS S.L.**
7. **BLUE EURO COURIER S.R.L.**
8. **BOOKURIER LOGISTICS S.R.L.**
9. **C SOLUTION S.R.L.**
10. **CABRITUR S.R.L.**
11. **COMPANIA NAȚIONALĂ POȘTA ROMÂNĂ S.A.**
12. **DANTE INTERNATIONAL S.A.**
13. **DELIVERY SOLUTIONS S.A.**
14. **DHL INTERNATIONAL ROMANIA S.R.L.**
15. **DSC EXPRES LOGISTIC S.R.L.**

16. DYNAMIC PARCEL DISTRIBUTION S.A.
17. ECONT FOR YOU S.R.L.
18. FAN COURIER EXPRESS S.R.L.
19. GLS GENERAL LOGISTICS SYSTEMS ROMANIA S.R.L.
20. LOGISTICA TRANS ROM S.L.
21. MATY EXPRESS S.R.L.
22. NEMO EXPRES LOGISTIC S.A.
23. PINK EXPRESS DELIVERY S.R.L.
24. POȘTA ATASSIB CURIER RAPID S.R.L.
25. ROMFOUR TUR S.R.L.
26. SPEED COLET S.R.L.
27. TABITA TOUR S.R.L.
28. TARSINCOM S.R.L.
29. TCE WORLDWIDE SERVICES S.R.L.
30. TNT ROMÂNIA S.R.L.
31. TRANSILVANIA POST S.R.L.
32. UPS ROMANIA S.R.L.
33. URGENT CARGUS S.R.L.

Având în vedere cele menționate mai sus, și ținând cont de faptul că marea majoritate a trimiterilor poștale generate de industria comerțului electronic fac parte din categoriile coletelor și pachetelor mici, interne și internaționale, în cercetarea **privind impactul comerțului electronic** au fost implicați doar acei furnizori de servicii poștale care au prelucrat trimiteri poștale generate exclusiv de industria comerțului electronic, adică doar 23 de furnizori dintre cei menționați mai sus.

II.2. Chestionarea furnizorilor

Având nevoie de cursivitate și comparabilitate a datelor, Autoritatea și-a propus ca, la fel ca și în cazul studiilor realizate anterior, informațiile solicitate să fie concentrate pe două categorii distincte de indicatori, și anume: indicatori specifici calității serviciilor de coletărie, respectiv, indicatori distincți privind impactul comerțului electronic asupra serviciilor poștale.

Ținându-se cont de toate acestea, a fost realizat chestionarul care a stat la baza procesului de cercetare și care a cuprins, detaliat, următorii indicatori:

II.2.1. Indicatori referitori la calitatea serviciilor de coletărie

- **efectuarea de măsurători de calitate** pentru serviciile poștale care au ca obiect colete răspunsul presupunând doar două opțiuni (*da* sau *nu*).

- **frecvența măsurătorilor de calitate:** pentru acest indicator s-a oferit furnizorilor de servicii posibilitatea să menționeze cu exactitate dacă derulează măsurători de calitate *permanent*, *lunar*, *o dată pe an*, *de două ori pe an* sau *altfel*, cu posibilitatea descrierii alternativei.

- **modalitatea prin care se monitorizează calitatea:** pentru acest indicator opțiunile de răspuns posibile au fost *conform unei proceduri/metodologii interne*, *conform unei proceduri/metodologii implementate de un terț* sau *altfel*, cu posibilitatea descrierii alternativei.

- **resursele și mijloacele implicate în derularea măsurătorilor de calitate:** în acest caz furnizorii li s-a solicitat să menționeze dacă în vederea derulării măsurătorilor de calitate au utilizat sau utilizează resurse *proprie* sau resurse *care aparțin unui terț*.
- **costuri implicate de măsurătorile de calitate,** respondenții trebuind să identifice exact sau să estimeze nivelul costurilor implicate de măsurătorile de calitate derulate de ei în cursul anului 2019; sumele evidențiate au fost rotunjite la „mii”.
- **indicatorii monitorizați de către furnizori prin măsurătorile de calitate:** cu posibilitatea identificării acestora într-un set de indicatori identificați de către Autoritate (lista propusă de ANCOM cuprinde: *timpii de livrare, numărul de reclamații privind întârzierile, numărul de reclamații privind trimiterile deteriorate, numărul de reclamații privind trimiterile pierdute/nelivrate, numărul de reclamații privind comportamentul personalului, numărul de reclamații privind lipsa dotărilor tehnice*, respectiv *alți indicatori* cu posibilitatea descrierii acestora).
- **termenele de livrare a coletelor interne:** în acest caz, furnizorii au raportat care sunt termenele de livrare a coletelor interne pe care și le-au asumat în relația lor cu utilizatorii: *Z+1, Z+2, Z+3*, respectiv *alte termene de livrare*.
- **rezultatele măsurătorilor de calitate derulate de către furnizori în cursul anului 2019,** clasificate pe următoarele categorii distincte de servicii poștale: „Standard”, „Express”, „Ramburs”, respectiv „Alte servicii⁴”; de asemenea, furnizorii au precizat rezultatele măsurătorilor de calitate derulate cu privire la serviciile de coletărie internă în 2019, împărțite pe trei praguri de calitate (*Z+1, Z+2*, respectiv *alte rezultate*, cu posibilitatea descrierii alternativei).
- **tarifarea medie a serviciilor de coletărie:** furnizorii au indicat care au fost tarifele medii practicate de ei în cursul anului 2019, pentru categoriile *Standard, Express și Ramburs*, precum și Tariful mediu total (media totală a acestora).
- **numărul de reclamații adresate furnizorilor în legătură cu prelucrarea trimiterilor poștale în 2019,** cu identificarea motivelor care au stat la baza acestora într-o listă propusă de ANCOM, respectiv: *nerespectarea termenelor de livrare, pierderea trimiterilor poștale, comportamentul salariaților, deteriorarea trimiterilor, neachitarea rambursului, și alte reclamații* cu posibilitatea descrierii acestora.
- **investițiile întreprinse de furnizorii de servicii poștale în vederea creșterii calității serviciilor de coletărie, în 2019:** Autoritatea a identificat trei categorii de investiții care pot fi realizate în vederea creșterii calității serviciilor (*investiții dotare tehnică, investiții personal, investiții rețea*), dând posibilitatea furnizorilor de a menționa și detalia și alte măsuri investiționale pe care le-au implementat în activitatea proprie.
- **factori care concură la creșterea calității serviciilor.** Autoritatea a identificat 5 factori posibili care converg în creșterea calității serviciilor de coletărie (*pregătirea personalului, progresul tehnologic, inovația, salarizarea personalului și optimizarea rețelei poștale*), respondenții trebuind să ordoneze factorii respectivi în funcție de însemnătate, având totodată posibilitatea de a menționa și detalia și alți factori similari.

⁴ În cazul acestui indicator au fost cumulate inclusiv performanțele de calitate corespunzătoare categoriilor *Recomandat, Valoare declarată, Confirmare de primire, Valoare declarată, Livrare specială*;

II.2.2. Indicatori referitori la impactul comerțului electronic

- **traficul poștal generat de comerțul electronic în 2019:** având în vedere posibilitatea redusă ca toți furnizorii de servicii poștale să monitorizeze exact aceste volume de trafic, ANCOM a oferit respondenților posibilitatea să comunice Autorității inclusiv cantități estimate.

- **venituri generate de comerțul electronic în 2019:** având în vedere posibilitatea redusă ca toți furnizorii de servicii poștale să monitorizeze exact veniturile obținute prin prelucrarea trimitărilor poștale generate de comerțul electronic, ANCOM a dat acestora posibilitatea să comunice inclusiv sume estimate.

- **tipuri de trimiteri poștale generate de comerțul electronic în 2019:** în acest caz, furnizorii au avut posibilitatea să identifice tipurile de trimiteri poștale generate de comerțul on-line, împărțite pe mai multe categorii distincte (*Corespondență* și *Imprimare, Colete*, trimiteri *Interne*, trimiteri *Internaționale – Import și Export*). Categoriile de trimiteri constând în *Corespondență* și *Imprimare*, chiar dacă sunt specifice poștei de scrisori, au fost incluse în analizarea acestui indicator exclusiv cu scop informativ, impactul acestora asupra volumului de trafic generat de comerțul electronic fiind nesemnificativ.

- **numărul de reclamații adresate furnizorilor în legătură cu prelucrarea trimitărilor poștale generate de comerțul on-line în 2019,** respondenții trebuind să clasifice reclamațiile pe următoarele categorii: *reclamații întemeiate, reclamații neîntemeiate, reclamații soluționate cu despăgubiri, soluționate fără despăgubiri, respectiv nesoluționate.*

- **tipuri de servicii poștale generate de comerțul electronic și frecvența acestora:** Autoritatea a identificat 6 servicii poștale pretabile proceselor de distribuire a trimitărilor poștale generate prin comerțul on-line, furnizorii urmând să le ordoneze în ordinea frecvenței (lista propusă de ANCOM a conținut următoarele categorii de servicii: *standard, express, ramburs, respectiv alte servicii*).

- **furnizarea serviciului Track & Trace,** furnizorii trebuind să menționeze dacă în cursul anului trecut au furnizat sau nu serviciul în cauză în cazul distribuirii trimitărilor poștale generate de comerțul electronic.

- **categorii de expeditori de trimiteri poștale generate de comerțul electronic în 2019:** Autoritatea a identificat în acest sens următoarele categorii posibile de expeditori de trimiteri poștale generate de comerțul on-line: *platformele de comerț on-line, magazine on-line, respectiv alte categorii de expeditori,* respondenții trebuind să le ordoneze în funcție de frecvență.

II.3. Colectarea și centralizarea informațiilor

Procesul de colectare a datelor s-a derulat în intervalul iunie – septembrie 2020, rata de răspuns obținută în urma chestionării panelului de cercetare fiind de 100%.

De regulă, datele obținute de la furnizori au fost centralizate împreună cu datele similare aferente anului anterior, pentru a putea fi cercetată dinamica indicatorilor specifici ce au făcut obiectul chestionării, pe intervalul 2018-2019.

II.4. Verificarea, prelucrarea și analizarea datelor

Informațiile primite de la furnizori, au fost verificate încrucișat, prin confruntare cu datele statistice raportate de către aceștia în baza obligației de raportare prevăzută în Decizia președintelui ANCOM nr. 388/2020 *privind raportarea unor date statistice de către furnizorii de servicii poștale*.

Activitatea de verificare a datelor a presupus derularea a peste 200 de interviuri telefonice (în medie > 6 interviuri/furnizor) și s-a încheiat în data 15 octombrie 2020.

II. 5. Realizarea clasamentelor de piață

Spre deosebire de anii anteriori, în procesul de realizare a prezentului studiu, ANCOM a introdus ca element de noutate realizarea unor clasamente de piață, fundamentate pe indicatorii raportați de respondenți.

Astfel, pentru cercetarea calității serviciilor de coletărie din România în 2019, au fost realizate următoarele clasamente de piață:

- clasamentul privind *Volumele de trafic prelucrate în piața de coletărie*;
- clasamentul privind *Veniturile realizate în piața de coletărie*;
- clasamentul privind *Calitatea Z+1* (pentru categoriile *Standard, Express, Ramburs* și *Alte servicii*);
- clasamentul privind *Tarifarea serviciilor de coletărie*.

Pentru cercetarea privind impactul comerțului electronic asupra pieței serviciilor poștale în 2019, au fost realizate următoarele clasamente de piață:

- clasamentul privind *Volumele de trafic prelucrate, generate exclusiv de industria comerțului electronic*, respectiv,
- clasamentul privind *Veniturile realizate exclusiv din prelucrarea de trimiteri poștale generate prin comerț electronic*.

Au fost realizate de asemenea două clasamente generale, unul pentru calitatea serviciilor de coletărie, iar altul pentru impactul comerțului electronic asupra pieței serviciilor poștale.

Un alt element de noutate în ceea ce privește procesul de monitorizare a pieței este reprezentat de faptul Autoritatea a decis să publice denumirile furnizorilor de servicii poștale situați pe primele trei poziții, în fiecare clasament de piață realizat.

II.5.1. Stabilirea punctajelor pentru clasamentele privind calitatea serviciilor de coletărie

II.5.1.1. Stabilirea punctajului pentru *Clasamentul privind volumele de trafic prelucrate în piața de coletărie*: au fost avute în vedere volumele de trafic constând în colete și pachete mici, interne și internaționale, fiecare furnizor fiind punctat cu câte un punct pentru fiecare 10 milioane de trimiteri prelucrate (ex. 20.400.000 de trimiteri = 2,4 puncte).

II.5.1.2. Stabilirea punctajului pentru *Clasamentul privind veniturile realizate în piața de coletărie*: au fost avute în vedere veniturile încasate din prelucrarea volumelor de trafic constând în colete și pachete mici, interne și internaționale, fiecare furnizor fiind punctat cu câte un punct pentru fiecare 100 de milioane de Lei încasate (ex. 644.847.736 de Lei = 6,4 puncte).

II.5.1.3. Stabilirea punctajului pentru *Clasamentele privind performanțele de calitate Z+1*: au fost avute în vedere doar rezultatele măsurărilor de calitate pentru indicatorul Z+1, pentru fiecare categorie de servicii în parte (ex. 94% = Z+1 = 9,4 puncte).

II.5.1.4. Stabilirea punctajului pentru *Clasamentul privind tarificarea serviciilor de coletărie*: au fost luate în considerare *tariful mediu total* raportat de către fiecare furnizor în parte, respectiv tariful mediu total cel mai mic raportat, punctajul pentru fiecare respondent fiind stabilit pe baza formulei:

$$x = \frac{\text{Tariful mediu total MINIM}}{\text{Tariful mediu total AL FURNIZORULUI}} \times 10$$

II.5.2. Realizarea punctajelor pentru clasamentele privind impactul comerțului electronic

II.5.2.1. Stabilirea punctajului pentru *Clasamentul privind prelucrarea volumelor de trafic generate prin comerț electronic*: au fost avute în vedere doar volumele de trafic constând în colete și pachete mici, interne și internaționale, generate de industria comerțului on-line, fiecare furnizor fiind punctat cu câte un punct pentru fiecare 10 milioane de trimiteri prelucrate (ex. 20.400.000 de trimiteri = 2,4 puncte).

II.5.1.2. Stabilirea punctajului pentru *Clasamentul privind veniturile realizate exclusiv din prelucrarea trimiterilor generate prin comerț electronic*: au fost avute în vedere doar veniturile încasate din prelucrarea volumelor de trafic constând în colete și pachete mici, interne și internaționale, generate exclusiv de industria comerțului on-line, fiecare furnizor fiind punctat cu câte un punct pentru fiecare 100 de milioane de Lei încasate (ex. 644.847.736 de Lei = 6,4 puncte).

II.5.3. Realizarea punctajelor pentru clasamentele generale de piață

II.5.3.1. *Clasamentul general de performanță privind serviciile de coletărie* a fost realizat pe baza unui algoritm fundamentat pe următoarele ponderi:

- calitatea Z+1 (media aritmetică a punctajelor obținute pentru Z+1): = 35%;
- volumul total de trafic: = 30%;
- tariful mediu total: = 25%;
- venit poștal total: 10%.

II.5.3.2. *Clasamentul general de performanță privind prelucrarea trimiterilor generate de industria comerțului electronic* a fost realizat pe baza unui algoritm fundamentat pe următoarele ponderi:

- calitatea Z+1 (media aritmetică a punctajelor obținute pentru Z+1): = 35%;
- volumul de trafic generat exclusiv prin comerț electronic: = 30%;
- tariful mediu total: = 25%;
- venit poștal generat exclusiv prin comerț electronic: 10%.

III. Cercetare privind calitatea serviciilor de colectare din România, în cursul anului 2019

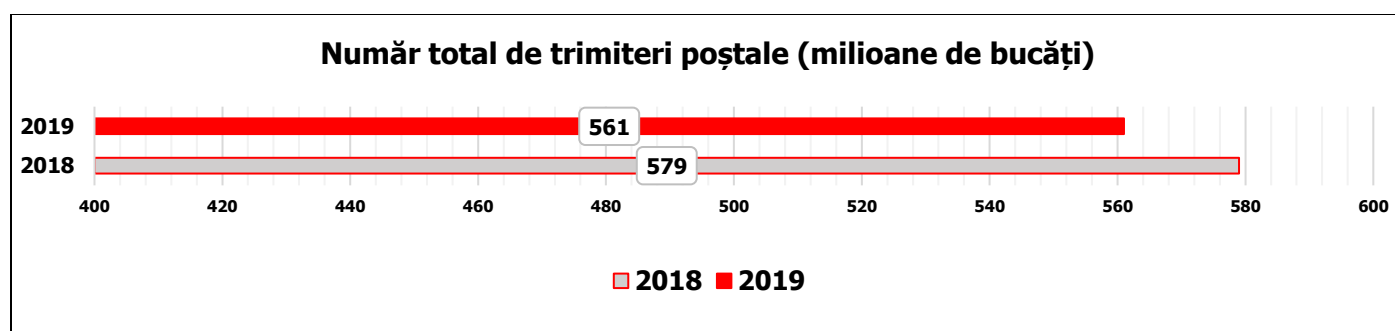
III.1. Dinamica volumelor de trafic din România

III.1.1. Dinamica traficului total de trimiteri poștale

În vederea realizării acestui studiu, Autoritatea a utilizat cele mai recente date privind evoluția industriei poștale, date care au fost generate prin raportările statistice anuale ce intră în sarcina furnizorilor de servicii poștale⁵.

În ceea ce privește traficul total al trimiterilor poștale, industria poștală românească a scăzut nesemnificativ de la 579 de milioane în 2018, la 561 de milioane de trimiteri în cursul anului trecut (scădere de aprox. 3%).

Dinamica traficului poștal total: 2018-2019

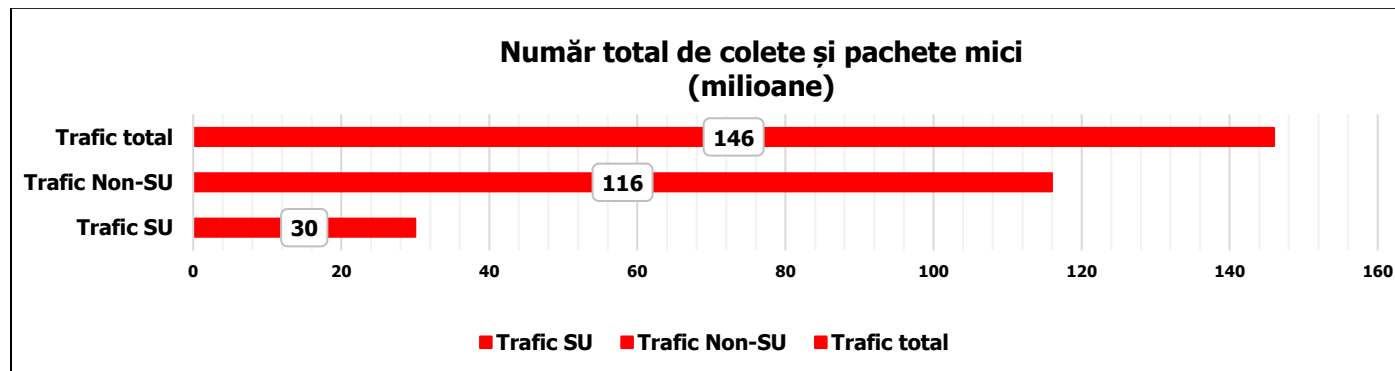


III.1.2. Dinamica traficului de colete și pachete mici în 2019

În ceea ce privește activitatea de prelucrare a trimiterilor poștale constând în colete și pachete mici, în cursul anului 2019, piața poștală din România a înregistrat următoarele valori de trafic:

- trafic total colete + pachete mici = 146 de milioane de trimiteri;
- trafic colete + pachete mici în sfera serviciului universal = 30 de milioane de trimiteri;
- trafic colete + pachete mici în afara sferei serviciului universal = 116 de milioane de trimiteri.

Dinamica traficului de colete și pachete mici - 2019

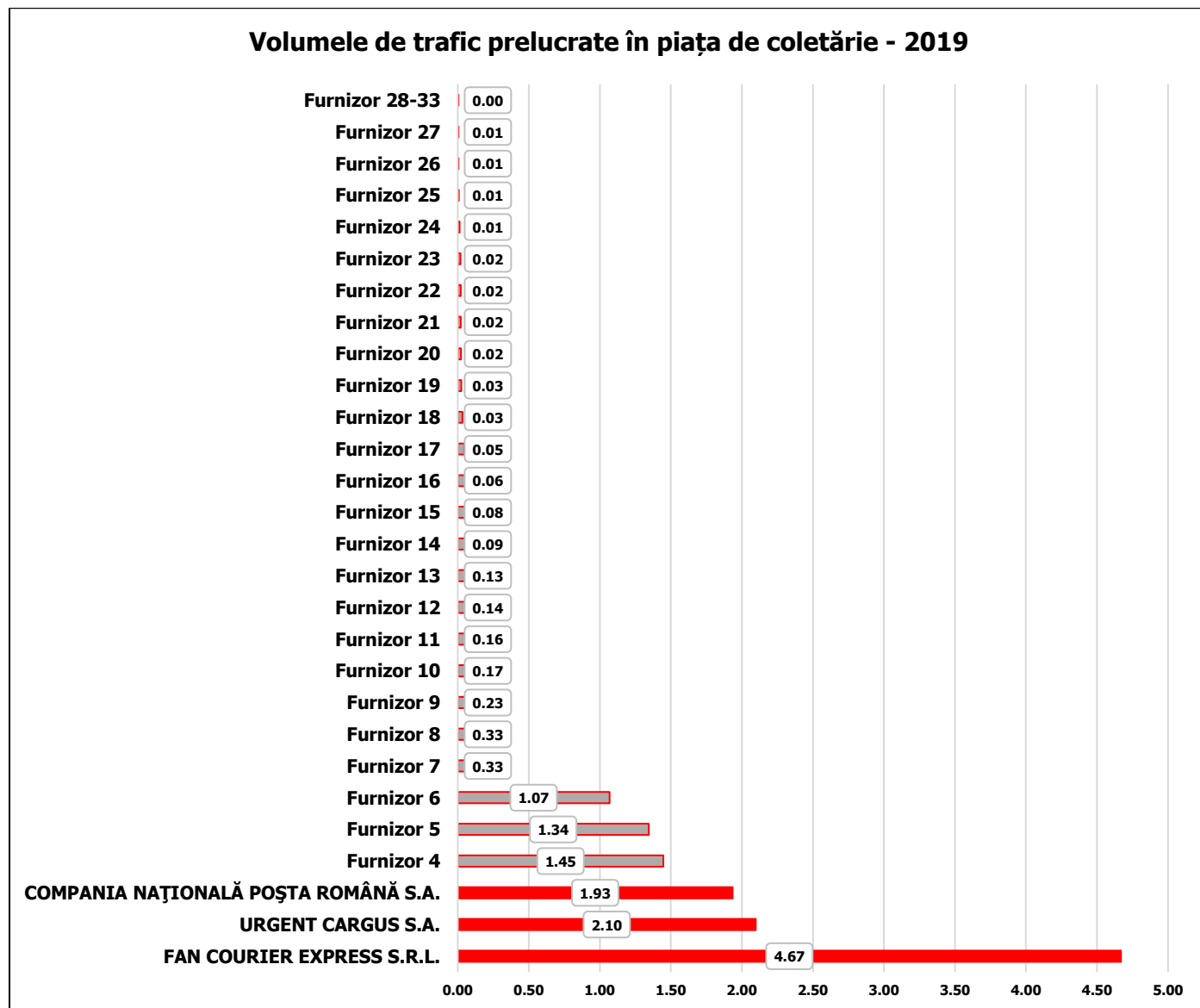


⁵ <https://statistica.ancom.ro/sscpds/public/alldocuments/report?lang=ro>; - Piața serviciilor poștale din România în anul 2018;

III.1.3. Indicatorul „Trafic” în piața de coletărie, în 2019

În procesul de analizare a datelor referitoare indicatorul „Trafic” au fost luate în considerare trimiterile poștale constând în colete și pachete mici. Datele pe baza cărora s-a fundamentat studiul au fost extrase din răspunsurile primite de la furnizorii din panel, acestea fiind confruntate cu datele comunicate ANCOM prin raportările statistice ale furnizorilor respectivi.

Clasament privind volumele de trafic prelucrate în piața de coletărie - 2019



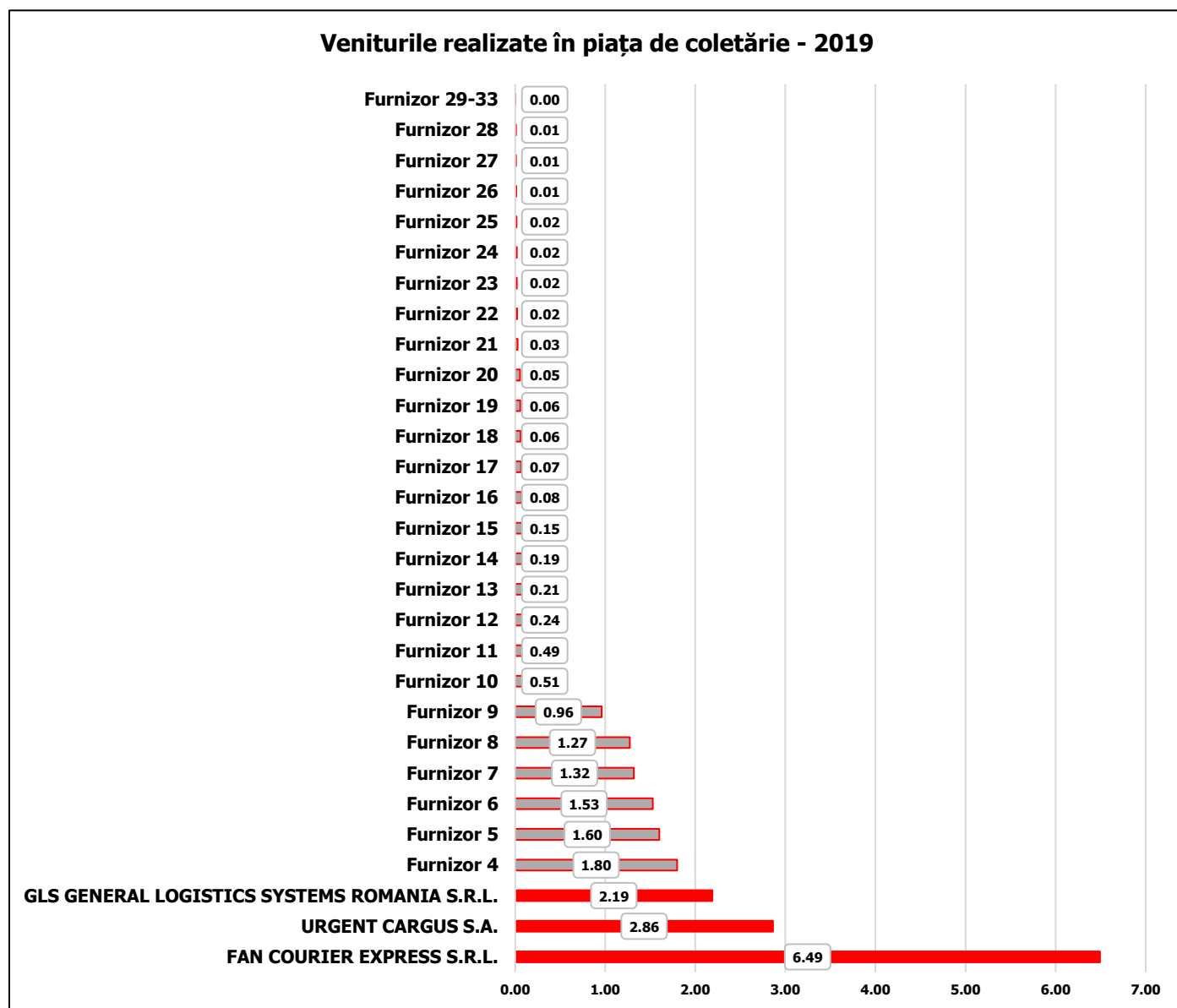
Primii trei furnizori de pe piața de coletărie din România, în ordinea descrescătoare a volumelor de trafic prelucrate au fost în cursul anului trecut FAN COURIER EXPRESS S.R.L., URGENT CARGUS S.R.L. și COMPANIA NAȚIONALĂ POȘTA ROMÂNĂ S.A., aceștia prelucrând împreună peste 87 de milioane de trimiteri, adică aproape 60% din totalul volumelor de trafic de colete prelucrate de furnizorii care au făcut parte din panelul de cercetare (aprox.145 de milioane de trimiteri).

III.2. Indicatorul „Venituri” în piața de coletărie, în 2019

În procesul de analizare a datelor referitoare indicatorul „Venituri” au fost luate în considerare veniturile realizate din prelucrarea volumelor de trafic constând în colete și pachete mici. La fel ca

În cazul analizării informațiilor referitoare la indicatorul „Trafic”, au fost avute în vedere datele extrase din răspunsurile primite de la furnizorii din panel, acestea fiind confruntate cu datele comunicate ANCOM prin raportările statistice ale furnizorilor respectivi.

Clasament privind veniturile realizate în piața de coletărie – 2019



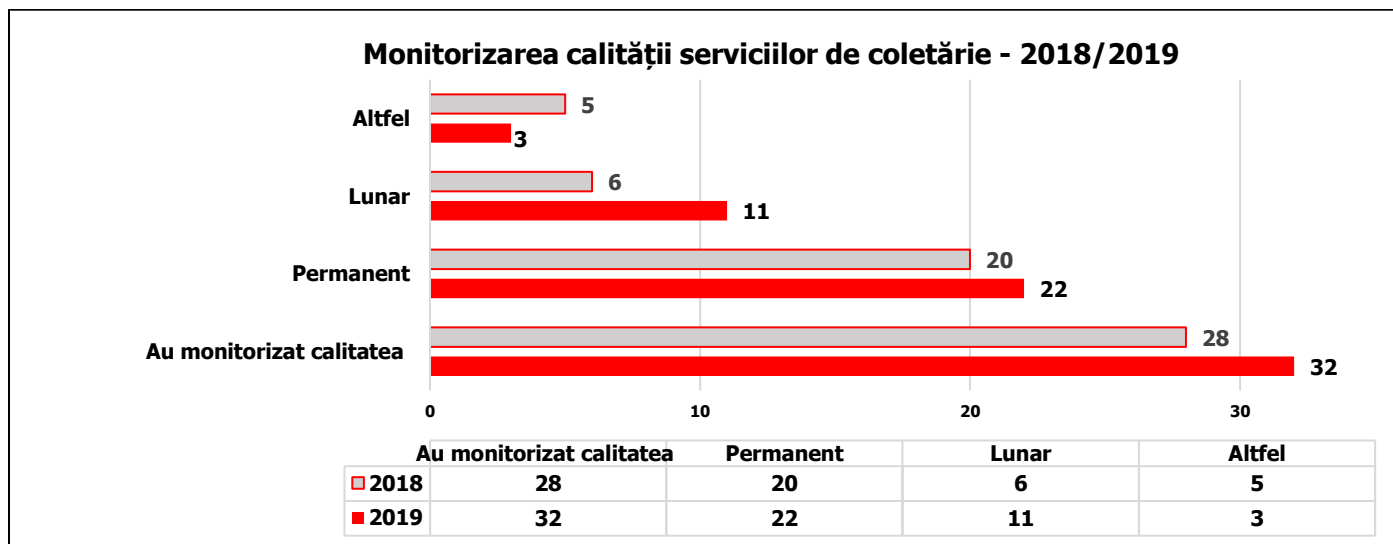
Primii trei furnizori de pe piața de coletărie din România, în ordinea descrescătoare a veniturilor realizate în piața de coletărie au fost în cursul anului trecut FAN COURIER EXPRESS S.R.L., URGENT CARGUS S.R.L. și GLS GENERAL LOGISTICS SYSTEMS ROMANIA S.R.L., aceștia realizând împreună venituri de 1,15 miliarde de Lei, adică aproape 52% din totalul veniturilor încasate de furnizorii care au făcut parte din panelul de cercetare (aprox. 2,22 miliarde de Lei).

III.3. Calitatea serviciilor în piața de coletărie, în 2019

Dintre furnizorii selectați, 32 (97% din panelul de cercetare) au comunicat Autorității că au efectuat măsurători privind calitatea serviciilor de coletărie pe care le-au prestat în 2019. În ceea ce privește frecvența măsurărilor de calitate a reieșit că 22 de furnizori au dezvoltat și implementat sisteme care au monitorizat calitatea serviciilor *permanent* (spre deosebire de 20, în cursul anului 2018), 11 furnizori *lunar* (6 furnizori în 2018), 5 furnizori au derulat procese de monitorizare a

calității *săptămânal, semestrial* sau *o dată pe an* (3 furnizori în 2018). Doar 1 furnizor a comunicat Autorității că nu a efectuat deloc măsurători de calitate în 2019.

Măsurători de calitate: 2018-2019

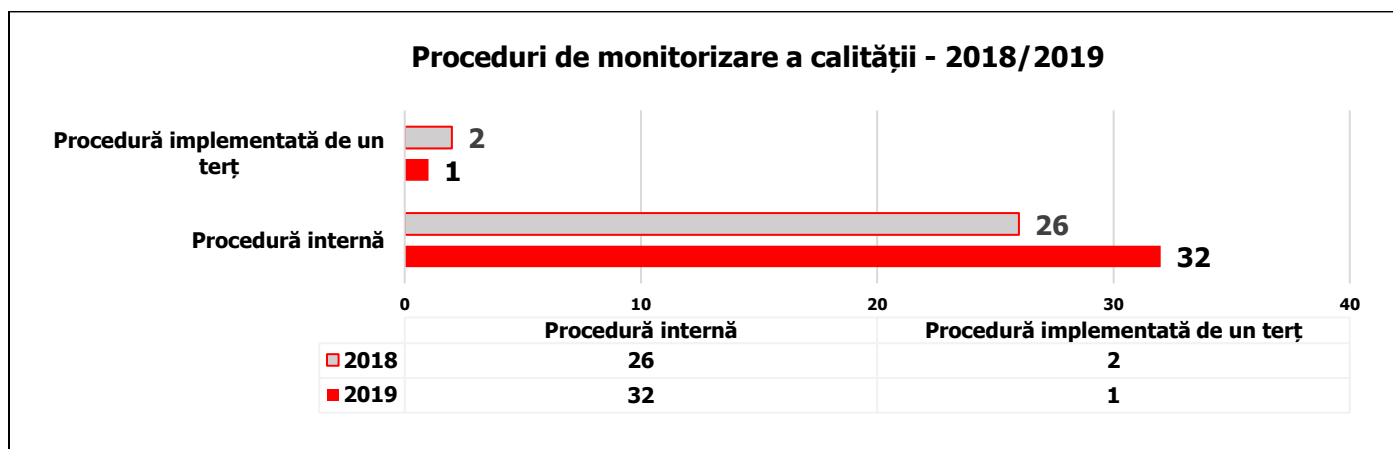


III.3.1. Proceduri de măsurare a calității

Dintre respondenți, 32 de furnizori (97% din panelul de cercetare) au comunicat că monitorizarea calității serviciilor pe care le prestează s-a făcut în 2019 conform unei proceduri interne de lucru.

Un singur furnizor a monitorizat calitatea propriilor servicii de colectare atât prin procedură internă cât și printr-o procedură implementată de un terț, pe baza unor sisteme de cuantificare calitativă personalizate.

Proceduri de monitorizare a calității: 2018-2019



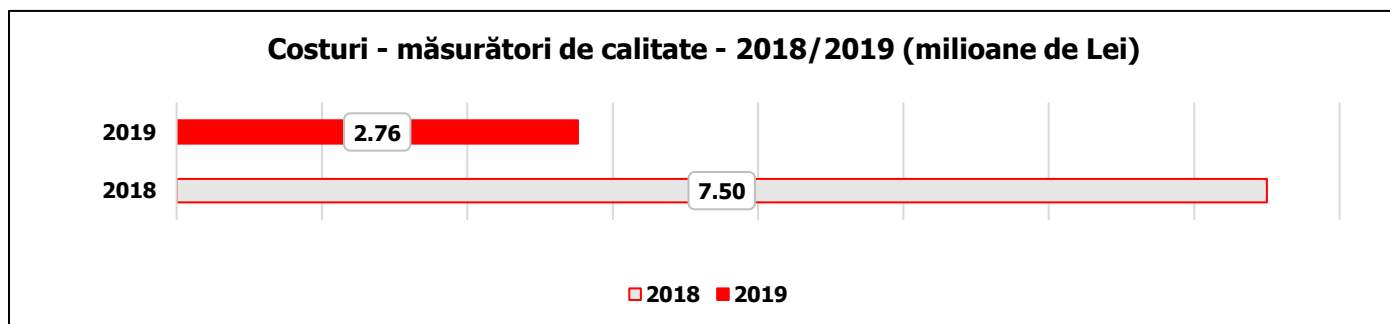
Dintre cei 33 de furnizori chestionați, un singur furnizor a transmis ANCOM că nu a realizat măsurători de calitate în 2019, dar acesta a comunicat că se află în proces de implementare a unui sistem de monitorizare complex, care va presupune, începând cu anul 2021, monitorizarea atât a parametrilor serviciilor de colectare, cât și a performanțelor profesionale a salariaților implicați în procesul de prestare a serviciilor în cauză.

III.3.2. Costuri implicate de măsurătorile de calitate

Din analiza răspunsurilor primite în ceea ce privește indicatorul „*Costuri - măsurători de calitate*”, a reieșit faptul că, în 2019, 31 de furnizori (94% din panel) au investit în monitorizarea calității serviciilor de distribuire a coletelor poștale pe care le prestează. Cu toate acestea, suma totală a cheltuielilor efectuate de furnizorii chestionați în ceea ce privește procesul de monitorizare a calității a scăzut de la aprox. 7,5 milioane de Lei în 2018, la aprox. 2,8 milioane de Lei anul trecut.

Această diferență este explicabilă pe de-o parte prin faptul că panelul de cercetare care a stat la baza acestui studiu este sensibil diferit de panelul de cercetare pe baza căruia a fost realizat același studiu în urmă cu un an de zile, pentru 2018, și pe de altă parte, prin faptul că mulți dintre furnizorii care au făcut parte din procesul de cercetare atât pentru 2018, cât și pentru 2019, au finalizat anumite procese investiționale începute în anii anteriori.

Costuri - măsurători de calitate: 2018-2019



Din comunicarea cu furnizorii chestionați, a rezultat că, spre deosebire de anii precedenți, în care o mare parte din costurile corespunzătoare monitorizării calității era reprezentată de salarizarea personalului propriu implicat în efectuarea măsurătorilor, în 2019, ponderea salarizării personalului în cuantumul total al costurilor ocazionate de măsurarea calității a scăzut, crescând în schimb ponderea cheltuielilor implicate de achiziționarea, implementarea și utilizarea de soft-uri dedicate procesului de monitorizare.

III.3.3. Indicatori monitorizați în măsurătorile de calitate

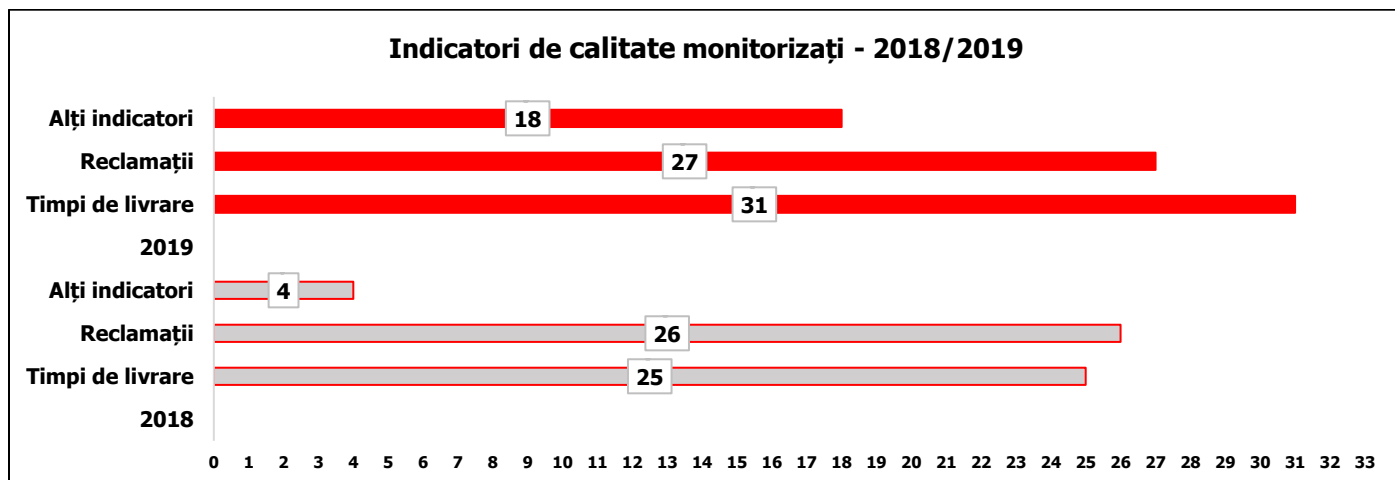
Din răspunsurile primite de Autoritate cu privire la indicatorii specifici care au stat la baza proceselor de monitorizare a calității serviciilor de coletărie de către respondenți, a rezultat faptul că, în marea majoritate a cazurilor, furnizorii respectivi au identificat timpii de livrare și numărul reclamațiilor ca fiind indicatori fundamentali.

Astfel, în 2019, 31 de furnizori din panelul de cercetare (94%) au monitorizat timpii de livrare, ca rezultat al proceselor de distribuire cap-cap al trimiterilor poștale (de la intrarea în rețeaua poștală, până la momentul predării către destinatar), spre deosebire de doar 25 de furnizori, în cursul anului 2018. Numărul reclamațiilor primite din partea utilizatorilor de servicii de coletărie a fost în 2019 monitorizat de către 27 de furnizori din panel, spre deosebire de anul 2018, când acest indicator de calitate a fost monitorizat de 26 de respondenți.

Este demn de precizat faptul că spre deosebire de anii anteriori, a crescut numărul furnizorilor care au introdus în procesele de monitorizare a calității servicii de coletărie pe care le derulează cu regularitate, indicatori de calitate specifici activității proprii (ex. rata de returnare a trimiterilor poștale, dinamica proceselor de livrare, dinamica proceselor de sortare, comportamentul

salariaților în relația directă cu utilizatorii, aplicarea de către salariați a procedurilor de asigurare a securității rețelei și trimiterilor poștale, cazurile de pierdere sau deteriorare a trimiterilor etc.).

Indicatori de calitate monitorizați: 2018-2019



III.4. Garantarea timpilor de livrare a trimiterilor poștale interne

Furnizorii au indicat termenele de livrare pe care și le-au asumat în relația lor cu utilizatorii în procesele de prelucrare a trimiterilor poștale interne ($Z+1$, $Z+2$, respectiv *alte termene de livrare*, cu posibilitatea descrierii alternativei).

Din răspunsurile primite de Autoritate a rezultat că, în anul 2019, și-au asumat distribuirea coletelor poștale interne în Z^6+1 un număr de 21 de furnizori (64% din panelul de cercetare), spre deosebire de 12 furnizori în 2018. Termenul de livrare în $Z+2$ a fost garantat în 2019 de 24 de furnizori (73% din panel) spre deosebire de 13 furnizori în 2018. Alte termene de livrare au fost garantate anul trecut de 7 furnizori (22% din panelul de cercetare). 4 furnizori au garantat timpii de circulație cap-cap a trimiterilor poștale „în cascadă” (ex. au asigurat livrarea în $Z+3$ doar pentru trimiterile poștale pe care din diverse motive nu le-au putut livra $Z+1$ sau $Z+2$).

Din analiza datelor, s-a constatat de asemenea că 7 furnizori din panel au prelucrat în 2019 doar trimiteri internaționale, aceștia neluându-și în relația directă cu utilizatorii propriilor servicii obligația de a garanta timpii de circulație a trimiterilor respective.

La fel ca și în anii precedenți, mai mulți respondenți au indicat că imposibilitatea garantării unor timpi scurți de circulație în procesele de distribuire a trimiterilor poștale pe care le prelucrează este cauzată, în continuare, de lipsa unei infrastructuri rutiere adecvate. Cele mai mari probleme în acest sens au fost întâmpinate pe rutele poștale care fac legătura dintre regiunile istorice, furnizorii mari de pe piață reușind să îmbunătățească timpii de prelucrare a volumelor de trafic exclusiv prin realizarea de investiții consistente care au avut ca obiect dezvoltarea propriilor centre de sortare și eficientizarea operațiunilor implicate de colectarea și livrarea trimiterilor poștale.

De asemenea, mulți dintre respondenți au comunicat Autorității că în ultimii ani, s-au aflat în imposibilitatea de a accesa pentru transportul trimiterilor poștale infrastructura feroviară⁷, pe de-o

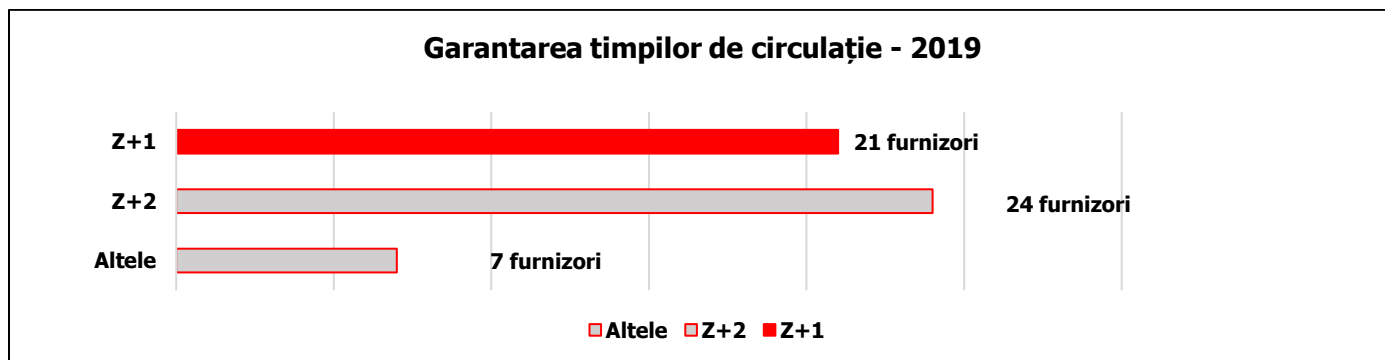
⁶ Z = data colectării trimiterii poștale;

⁷ În 2019, un singur furnizor a executat transportul trimiterilor poștale în regim feroviar;

parte pentru că nu au identificat o ofertă de „servicii de mesagerie” la principalii operatori feroviari din România, și pe de altă parte, pentru că potențiala implementare acestei modalități de transport ar fi generat în fapt o creștere a timpilor de distribuire, nu o îmbunătățire a acestora.

Majoritatea furnizorii chestionați, au subliniat faptul că optimizarea proceselor de transport a trimerilor poștale va fi posibilă pe termen lung doar în condițiile în care infrastructura națională de transport va face obiectul unui proces de dezvoltare fără precedent.

Timpi de circulație garantați în 2019



III.5. Calitatea propriu-zisă a serviciilor poștale de coletărie

Întrebările referitoare la rezultatele măsurătorilor de calitate ce au vizat serviciile interne de coletărie prestate în 2019, au avut ca obiect patru categorii de servicii: Standard, Express, Ramburs, respectiv Alte servicii, în ultima categorie fiind incluse serviciile *Confirmare de primire*, *Valoare declarată* și *Livrare specială*).

Furnizorii chestionați au precizat care au fost rezultatele măsurătorilor de calitate derulate cu privire la serviciile de coletărie internă în 2019, împărțite de asemenea pe trei praguri de calitate (*Z+1*, *Z+2*, respectiv *altele*, cu posibilitatea descrierii alternativei).

Astfel, din analizarea datelor primite de la panelul de cercetare, a rezultat că, în 2019, foarte mulți dintre furnizorii chestionați au efectuat măsurători de calitate privind timpii de circulație cap-cap (de la momentul colectării (*Z*), până la momentul livrării) a trimerilor prin propriile rețele poștale.

Măsurătorile de calitate pentru „*Z+1*”, efectuate pe categorii de trimeri, au fost realizate după cum urmează:

- categoria *Standard*: 16 furnizori (48,5% din panel);
- categoria *Express*: 9 furnizori (27% din panel);
- categoria *Ramburs*: 20 de furnizori (61% din panel);
- categoria *Alte servicii*: 18 de furnizori (55% din panel).

Trebuie precizat, în legătură cu datele menționate mai sus, că cifrele respective trebuie citite astfel:

- nu toți cei chestionați au furnizat servicii de prelucrare pe toate categoriile vizate;
- nu toți cei care au prelucrat trimeri din toate categoriile vizate, au efectuat măsurători pentru fiecare categorie în parte. Astfel, unii dintre furnizori au efectuat măsurători de performanță pentru câte o categorie, în vreme ce alții au efectuat măsurători pentru două sau trei categorii.

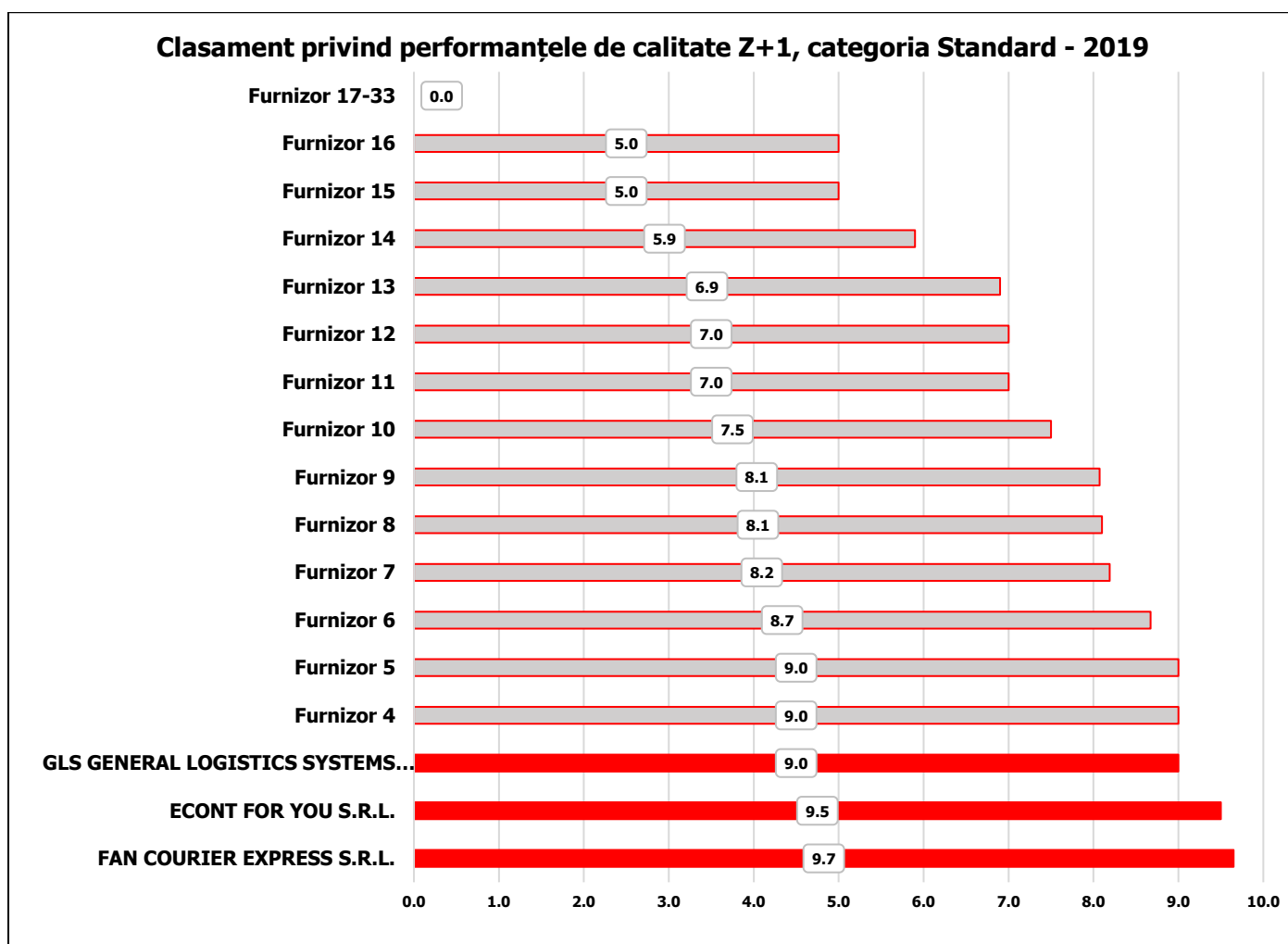
Pentru realizarea punctajelor care au stat la baza realizării clasamentelor privind rezultatele de calitate în 2019, au fost avute în vedere, pentru toate cele patru categorii vizate (Standard, Express, Ramburs și Alte servicii), doar performanțele obținute pentru Z+1, această viteză de procesare a trimerilor poștale pe întregul lanț tehnologic fiind pragul de referință care denotă cel mai fidel așteptările utilizatorilor finali⁸.

III.5.1. Calitatea Z+1 - categoria *Standard*

În cazul calității serviciilor de prelucrare pentru categoria Standard, din datele raportate de respondenți, a rezultat că, în 2019, doar 16 furnizori au efectuat măsurători de calitate având ca obiect pragul de calitate Z+1 pentru categoria respectivă.

Dintre aceștia, se disting 9 furnizori, care au obținut pentru Z+1, fiecare în parte, performanțe de calitate mai mari de 80%, primii 5 dintre aceștia obținând rezultate de peste 90%.

Performanțe de calitate Z+1 - categoria *Standard* în 2019



Primii trei furnizori de pe piața de colectare din România, în ordinea descrescătoare a performanțelor de calitate obținute în procesele de prelucrare a trimerilor din categoria *Standard*

⁸ https://statistica.ancom.ro/sscpds/public/files/181_ro; Studiu privind preferințele de consum ale utilizatorilor de servicii poștale din România persoane fizice - Raport de cercetare calitativă, (pag. 33-34), criterii de alegere a furnizorilor de servicii poștale – viteza de livrare);

au fost în cursul anului trecut FAN COURIER EXPRESS S.R.L., ECONT FOR YOU S.R.L. și GLS GENERAL LOGISTICS SYSTEMS ROMANIA S.R.L., aceștia reușind să livreze între 90 și 97% din trimerile respective în Z+1.

III.5.2. Calitatea Z+1 - categoria *Express*

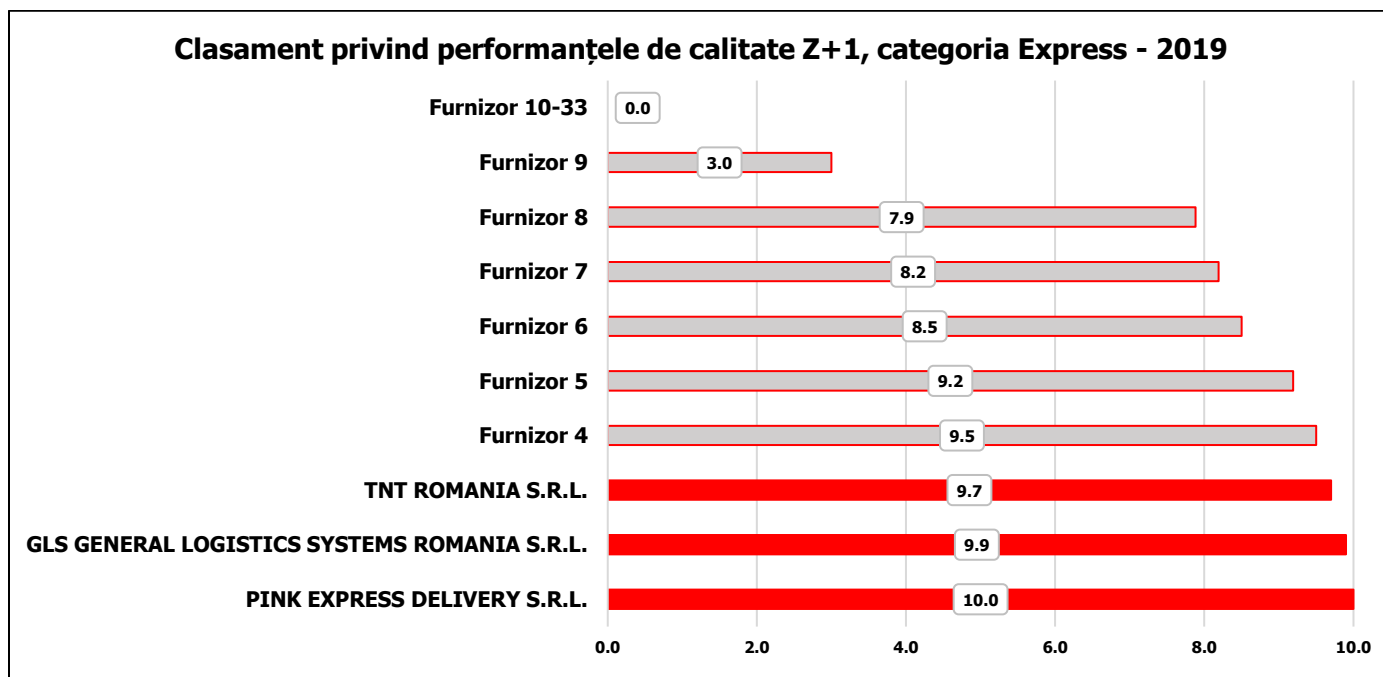
În conformitate cu prevederile pct. 3.14.7. din Anexa nr. 1 – Regimul de autorizare generală la Decizia președintelui ANCOM nr. 313/2017 *privind regimul de autorizare generală pentru furnizarea serviciilor poștale*, furnizorii de servicii Express au obligația de a distribui trimerile în cauză în 12 ore în aceeași localitate, 24 de ore între reședințele de județ și intrajudețean, respectiv în 36 de ore între oricare alte două localități de pe teritoriul României.

Având în vedere obligația specifică a acestor furnizori de a asigura livrarea la destinatar a trimerilor respective în maxim Z+1 în aceeași localitate și între reședințele de județ și intrajudețean, respectiv în maxim Z+2 în oricare alte două localități de pe teritoriul României (în funcție de ora de depunere), se poate considera că efectuarea de măsurători de calitate privind timpii de circulație Z+1, în cazul trimerilor Express ar trebui să fie una dintre prioritățile manageriale ale furnizorilor în cauză.

Cu toate acestea, din răspunsurile primite de la respondenți, a reieșit că *doar 9* dintre aceștia (28% din panelul de cercetare) au efectuat în 2019 măsurătorile de calitate respective.

Dintre aceștia, se disting 7 furnizori, care au obținut pentru Z+1, fiecare în parte, performanțe de calitate mai mari de 80%, primii 2 dintre aceștia obținând rezultate de 99, respectiv 100%.

Performanțe de calitate Z+1 - categoria *Express* în 2019



Primii trei furnizori de pe piața de coletărie din România, în ordinea descrescătoare a performanțelor de calitate obținute în procesele de prelucrare a trimerilor din categoria *Express* au fost în cursul anului trecut PINK EXPRESS DELIVERY S.R.L., GLS GENERAL LOGISTICS SYSTEMS

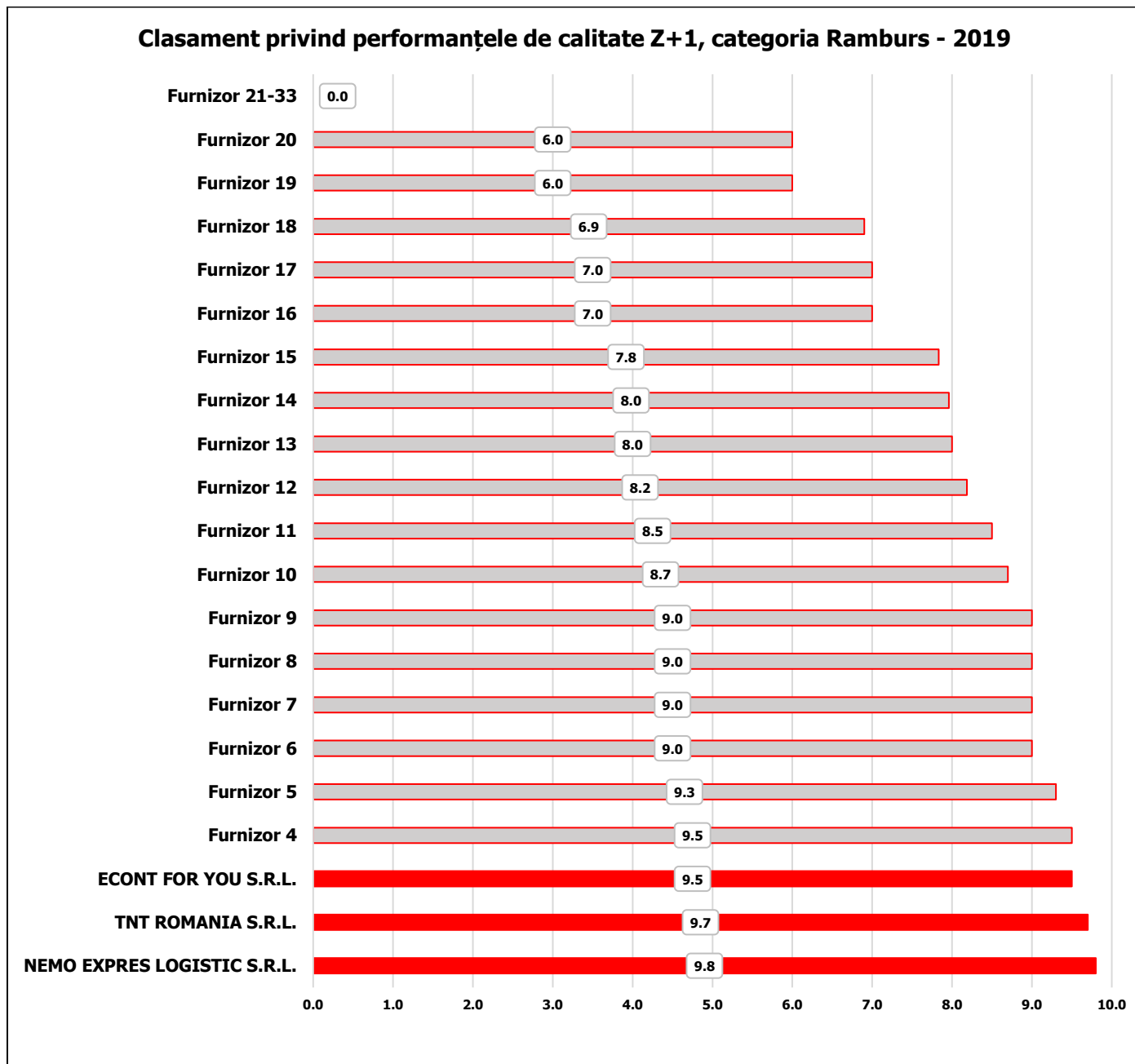
ROMANIA S.R.L. și TNT ROMANIA S.R.L., aceștia reușind să livreze între 97 și 100% din trimerile respective în Z+1.

III.5.3. Calitatea Z+1 - categoria *Ramburs*

În cazul calității serviciilor de prelucrare pentru categoria Ramburs, din datele raportate de respondenți a rezultat că, în 2019, 20 de furnizori (61% din panel) au efectuat măsurători de calitate având ca obiect pragul de calitate Z+1 pentru categoria respectivă.

Dintre aceștia, se disting 14 furnizori, care au obținut pentru Z+1, fiecare în parte, performanțe de calitate mai mari de 80%, primii 9 dintre aceștia obținând rezultate de peste 90%.

Performanțe de calitate Z+1 - categoria *Ramburs* în 2019



Primii trei furnizori de pe piața de colectare din România, în ordinea descrescătoare a performanțelor de calitate obținute în procesele de prelucrare a trimerilor din categoria *Ramburs*

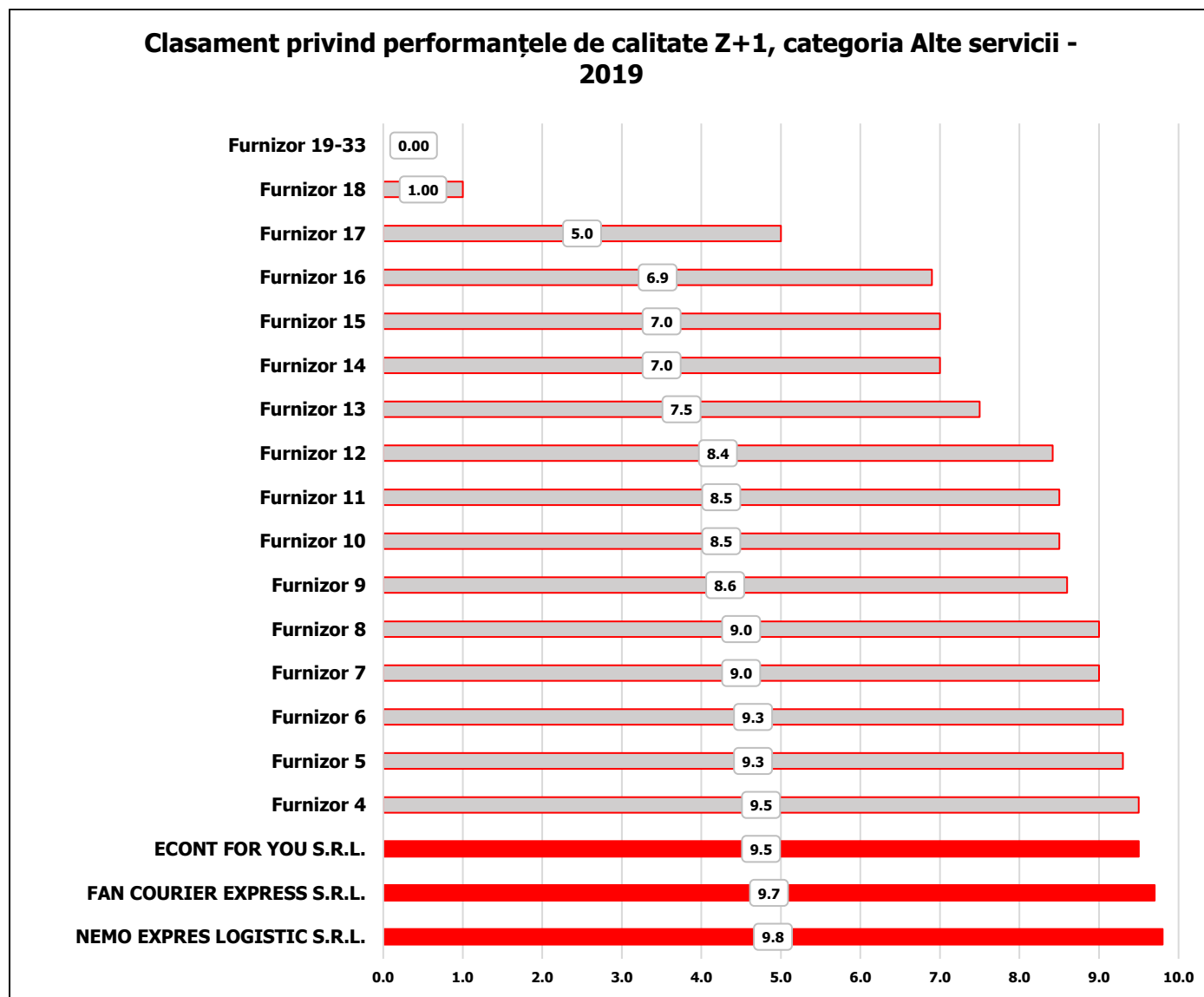
au fost în cursul anului trecut NEMO EXPRES LOGISTIC S.R.L., TNT ROMANIA S.R.L. și ECONT FOR YOU S.R.L., aceștia reușind să livreze între 95 și 98% din trimerile respective în Z+1.

III.5.4. Calitatea Z+1 - categoria *Alte servicii*

În cazul calității serviciilor de prelucrare pentru categoria *Alte servicii*, din datele raportate de respondenți a rezultat că, în 2019, 18 de furnizori (55% din panel) au efectuat măsurători de calitate având ca obiect pragul de calitate Z+1 pentru categoria respectivă.

Dintre aceștia, se disting 12 furnizori, care au obținut fiecare în parte performanțe de calitate mai mari de 80%, dintre aceștia, primii 9 dintre aceștia obținând rezultate de calitate de peste 90%.

Performanțe de calitate Z+1 - categoria *Alte servicii* în 2019



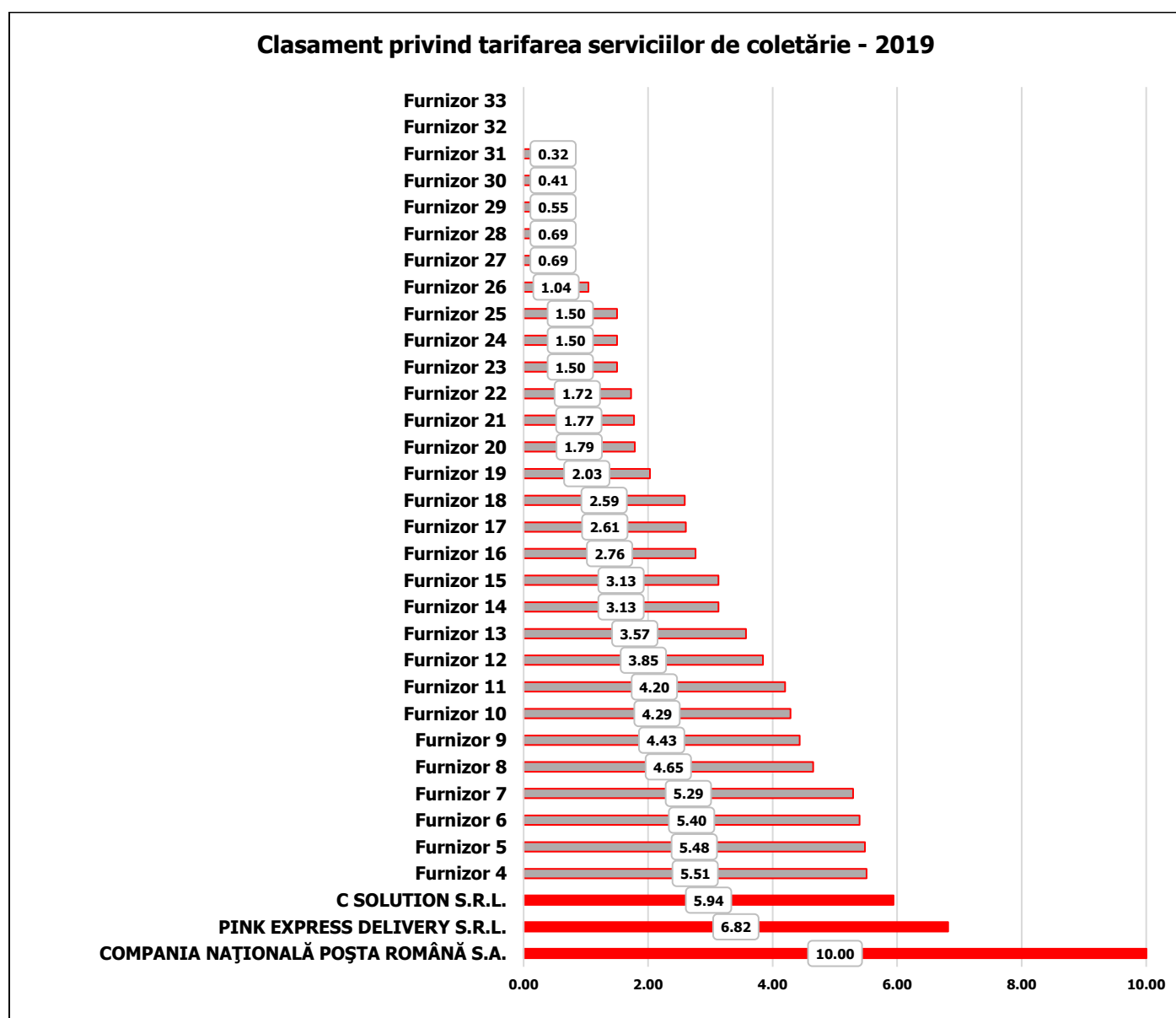
Primii trei furnizori de pe piața de colectare din România, în ordinea descrescătoare a performanțelor de calitate obținute în procesele de prelucrare a trimerilor din categoria *Alte servicii* au fost în cursul anului trecut NEMO EXPRES LOGISTIC S.R.L., FAN COURIER EXPRESS S.R.L. și ECONT FOR YOU S.R.L., aceștia reușind să livreze între 95 și 98% din trimerile respective în Z+1.

III.6. Tarifarea serviciilor poștale de coletărie

Furnizorii au prezentat la această secțiune a chestionarului, tarifele medii practicate pentru serviciile de coletărie în cursul anului 2019, indicând media pentru trei categorii tarifare distincte (*coletărie Standard, coletărie Express și coletărie Ramburs*), precum și tariful mediu total, realizat ca medie aritmetică a tarifelor comunicate pentru cele trei categorii menționate mai sus. Din analiza datelor raportate de respondenți în legătură cu acest indicator, a rezultat că în 2019, cel mai mic *Tarif mediu total* a fost de 7,5 Lei/colet, iar cel mai mare *Tarif mediu total* a fost de 231,67 de Lei/colet. Punctajele pentru *Clasamentul privind tarifarea serviciilor de coletărie* au fost stabilite prin luarea în considerare a *tariful mediu total* raportat de către fiecare furnizor în parte, respectiv a celui mai mic *tarif mediu total* raportat (7,5 Lei), prin aplicarea formulei:

$$x = \frac{\text{Tariful mediu total MINIM}}{\text{Tariful mediu total AL FURNIZORULUI}} \times 10$$

Clasament privind tarifarea serviciilor de coletărie în 2019



Primii trei furnizori de pe piața de colectare din România, în ordinea descrescătoare a punctajelor stabilite pe baza tarifelor medii totale percepute pentru prelucrarea trimerilor poștale au fost în cursul anului trecut COMPANIA NAȚIONALĂ POȘTA ROMÂNĂ S.A., PINK EXPRESS DELIVERY S.R.L. și C SOLUTIUONS S.R.L..

III.7. Numărul de reclamații privind serviciile de colectare, în 2019

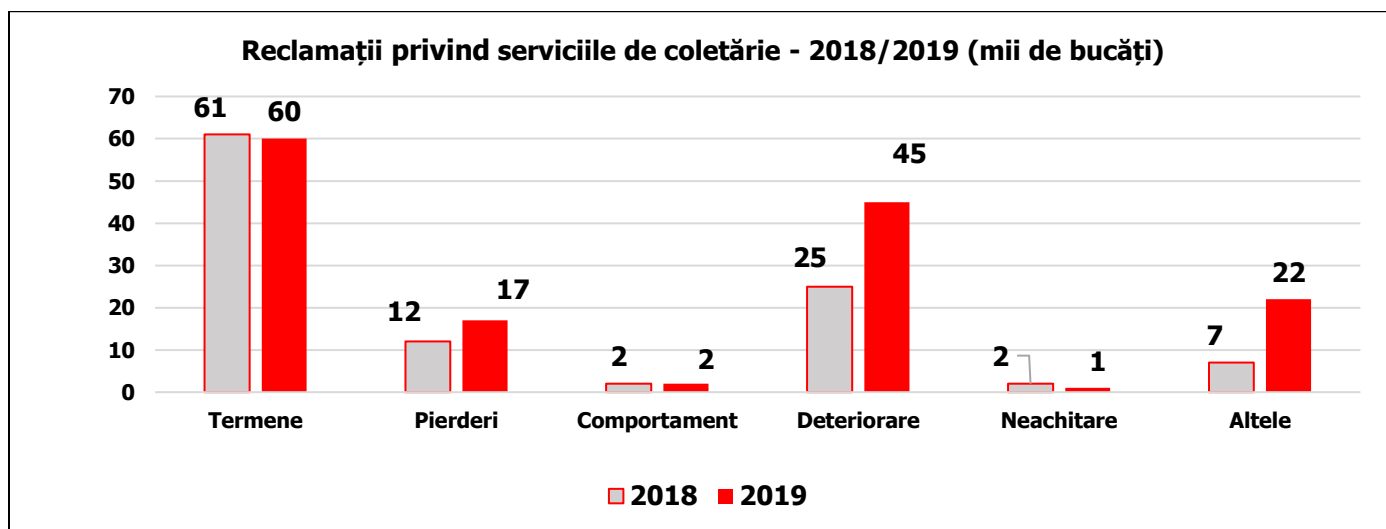
Din răspunsurile furnizorilor în ceea ce privește numărul de reclamații privind serviciile de colectare în 2019, a rezultat că, la fel ca și în anii anteriori, în cazul majorității furnizorilor din panelul de cercetare acestea au fost monitorizate clasificate pe motivele care le-au generat, acestea fiind: nerespectarea termenelor de livrare, pierderea trimerilor poștale, comportamentul salariaților, neachitarea rambursurilor, deteriorarea trimerilor și alte tipuri de reclamații.

Având în vedere faptul că unii dintre furnizorii chestionați au efectuat corecții asupra datelor privind statistica reclamațiilor corespunzătoare anului 2018, numărul acestora a suferit modificări față de Studiul publicat de ANCOM anul trecut, dar și față de cifrele publicate în rapoartele statistice anuale publicate anterior de către Autoritate. Cu toate acestea, având în vedere că modificările respective nu au fost de natură să modifice consistent dinamica acestui indicator, în procesul de realizare a acestui studiu au fost efectuate corecturile necesare, dar s-a luat decizia ca cifrele totale să fie publicate cu aproximare în ordinul miilor.

Astfel, în 2018 au fost înregistrate aprox. 61 de mii de reclamații pentru nerespectarea termenelor de livrare, aprox. 25 de mii de reclamații pentru deteriorarea trimerilor, aprox. 12 mii de reclamații pentru pierderea trimerilor, aprox. 2 mii de reclamații vizând comportamentul salariaților în relația cu utilizatorii, și aprox. 2 mii de reclamații pentru neachitarea rambursurilor.

Pe parcursul anului 2019, cele mai multe reclamații primite de la utilizatori au avut ca obiect nerespectarea termenelor de livrare (aprox. 60 de mii) și cele privind deteriorarea trimerilor poștale (aprox. 45 de mii). Pentru pierderea trimerilor poștale au fost înregistrate aprox. 17 mii de reclamații.

Reclamații privind serviciile de colectare – 2018/2019



Trebuie precizat că din interviurile realizate cu furnizorii din panel, în cazul reclamațiilor primite de la utilizatori și încadrate în categoria *Altele*, de regulă, au fost cuantificate reclamațiile care au vizat aspecte care nu au legătură directă cu activitatea de prelucrare a trimerilor poștale.

În ceea ce privește cuantumul total al despăgubirilor acordate de către furnizorii din panel utilizatorilor care au reclamat prestarea neconformă a serviciilor de colectare, acesta a fost de puțin peste 9 milioane de Lei.

III.8. Investiții realizate în vederea creșterii calității serviciilor de colectare

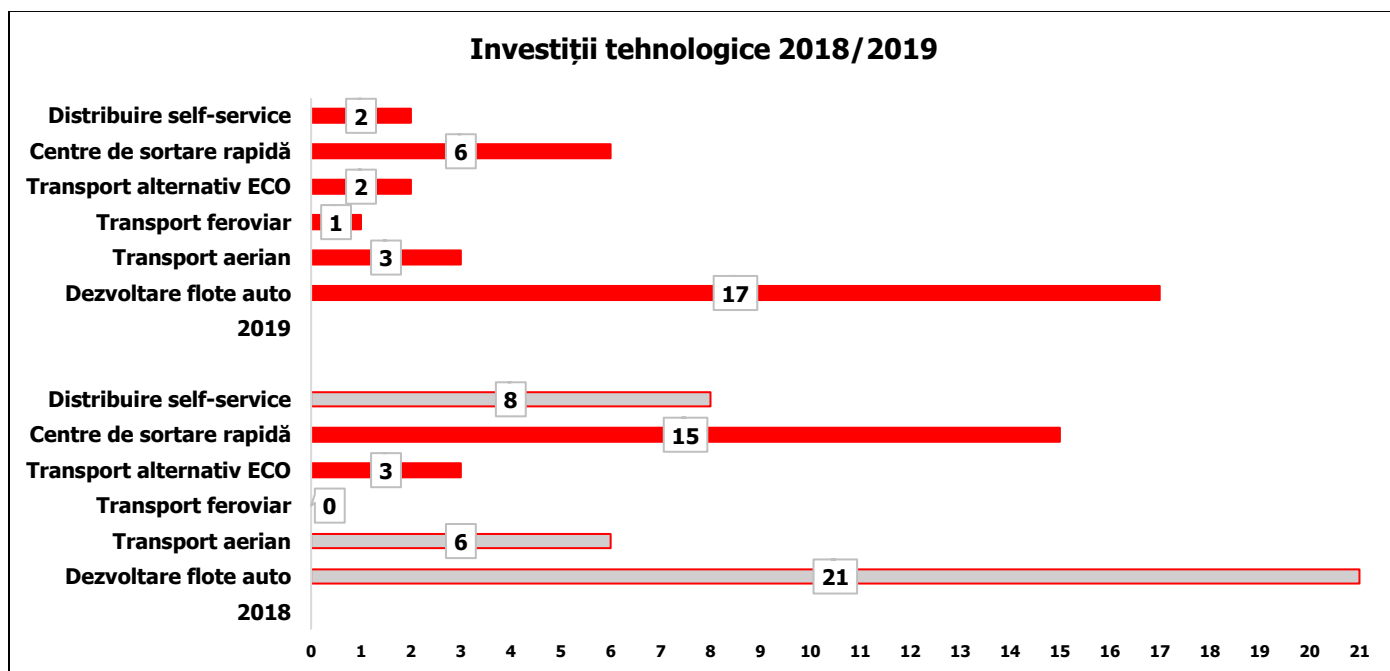
Din analizarea informațiilor primite de la furnizorii din panelul, în ceea ce privește investițiile realizate de către aceștia în cursul anului trecut în vederea creșterii calității serviciilor de colectare, au rezultat următoarele:

III.8.1. Investiții tehnologice

În 2019 au investit în dezvoltarea flotelor auto un număr de 17 furnizori (52% din panel), spre deosebire de 21 de furnizori în 2018. De asemenea, 3 furnizori au achiziționat servicii de transport aerian, cu scopul eficientizării procesului de prelucrare prin transportul în regim de viteză sporită, iar un 1 furnizor a achiziționat servicii de transport feroviar. În achiziționarea de instalații inteligente și implementarea de servicii de distribuire de tip „self-service”, în anul 2019 au investit 2 furnizori (6% din panel). Dezvoltarea și implementarea de sisteme de sortare rapidă, automatiză, a fost o prioritate anul trecut doar pentru 6 dintre furnizorii chestionați (19% din panel), spre deosebire de 15 furnizori (46% din panelul de cercetare) care au făcut investiții de acest gen în anul 2018. În 2019, diversificarea mijloacelor de transport în aglomerările urbane și/sau în ariile geografice rurale, greu accesibile, prin achiziționarea de biciclete, scutere, motociclete, ATV-uri etc., a reprezentat o prioritate pentru doar 2 furnizori.

În ceea ce privește valoare totală a investițiilor privind dotarea tehnică în 2019, aceasta a depășit 156 de milioane de Lei, peste 60 de milioane Lei din aceste investiții fiind alocate de către furnizori proceselor de dezvoltare a flotelor auto.

Investiții tehnologice 2018/2019

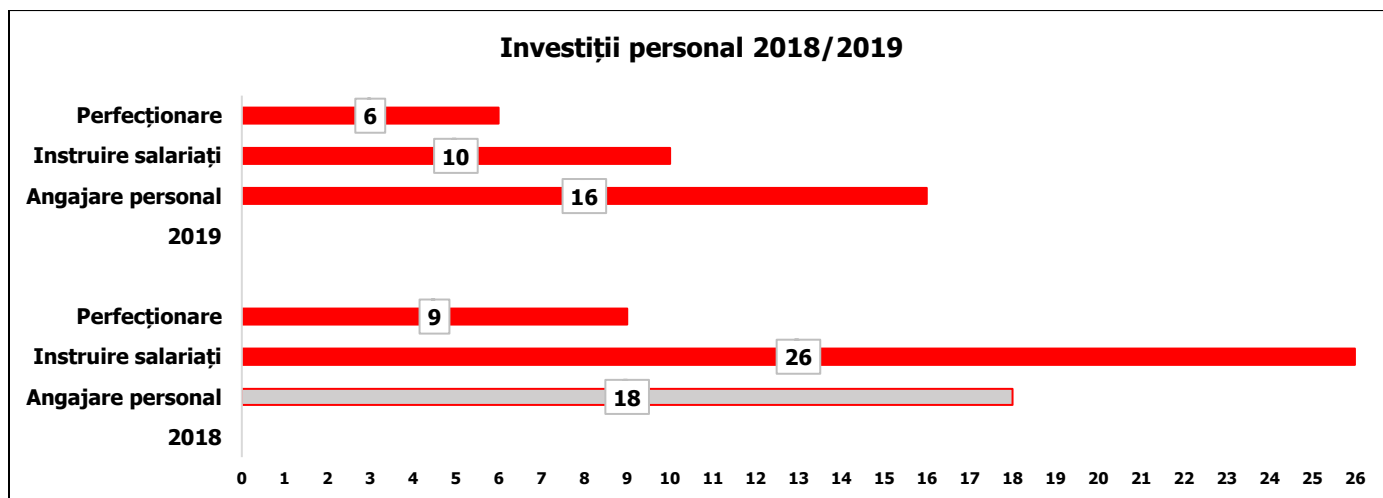


III.8.2. Investiții în personal

În 2019, angajarea de personal suplimentar a fost o prioritate pentru 16 dintre furnizorii chestionați (49% din panel), spre deosebire de 18 furnizori în 2018. În instruirea personalului, în 2019, au investit 10 de furnizori (33% din panel), spre deosebire de anul anterior când aceasta a fost o prioritate pentru 26 respondenți.

În ceea ce privește valoarea totală a investițiilor de acest gen, aceasta a depășit în cursul anului trecut cu puțin 10 milioane de Lei.

Investiții personal 2018/ 2019



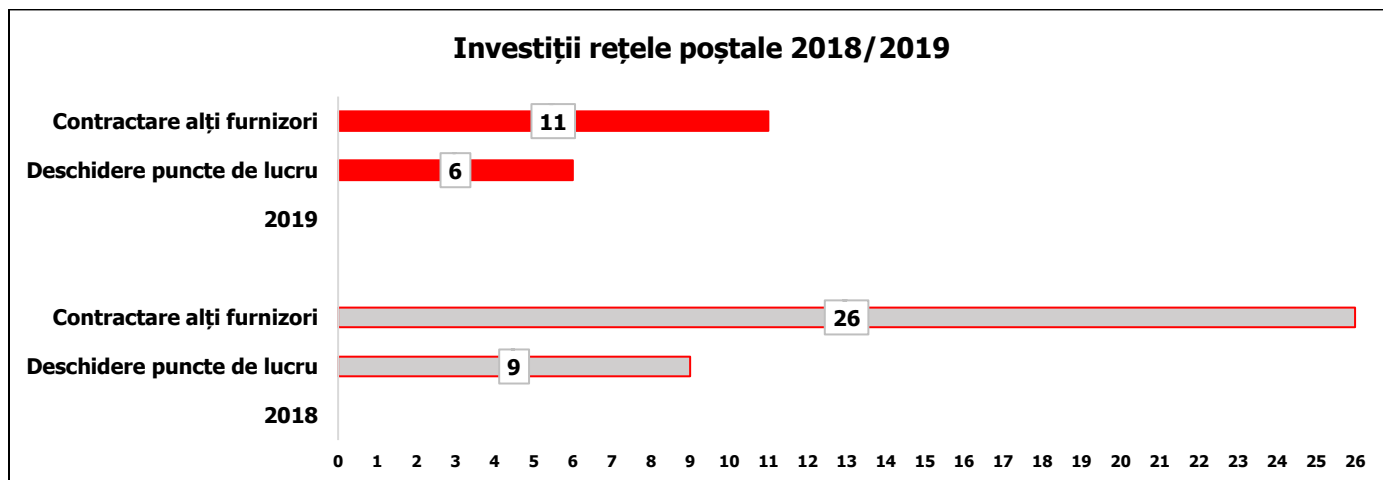
III.8.3. Investiții în dezvoltarea rețelelor poștale

În 2019, au deschis puncte de lucru suplimentare 6 furnizori (19% din panelul de cercetare), în comparație cu 9 furnizori în 2018.

Creșterea gradului de acoperire geografică prin contractarea de servicii prestate de alți furnizori, a atras în 2019 investiții de la 26 de furnizori.

Valoarea totală a investițiilor realizate pentru dezvoltarea rețelelor poștale, în cursul anului trecut, a depășit aprox. 63 de milioane de Lei.

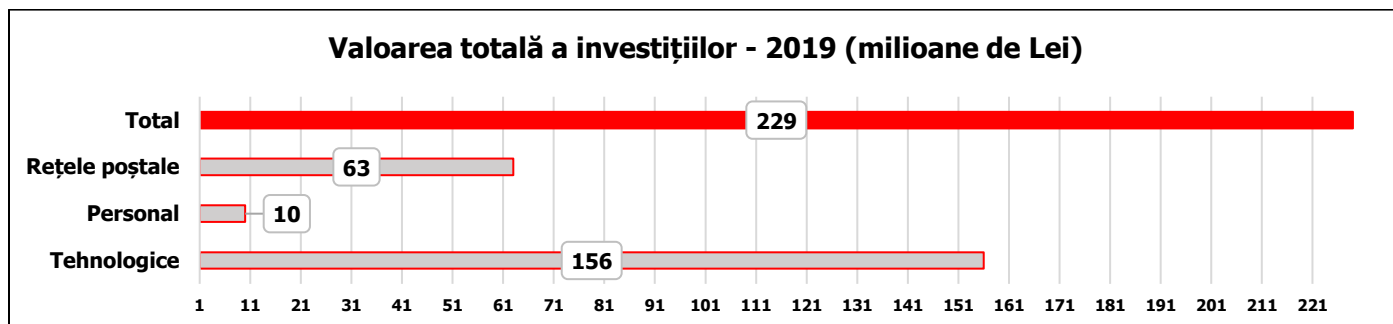
Investiții rețele 2018/2019



III.8.4. Total investiții realizate în vederea creșterii calității serviciilor

În cursul anului trecut, valoarea totală a investițiilor realizate pentru creșterea calității serviciilor de coletărie a fost de aprox. 229 de milioane de Lei.

Valoarea totală a investițiilor în 2019



III.9. Factorii care generează creșterea calității serviciilor

Ca și în anii precedenți, prin chestionarul privind calitatea serviciilor de coletărie, furnizorilor li s-a propus o listă cu factori care concură la creșterea calității serviciilor, aceștia trebuind să ordoneze factorii respectivi de la „1 - cel mai important” la „5 - cel mai puțin important”. Factorii menționați mai sus sunt: „pregătirea personalului salariat”, „progresul tehnologic”, „inovația”, „salarizarea personalului operațional” și „optimizarea rețelei poștale”.

În acest fel a fost realizat sinopticul politicilor directoare care sunt implementate de furnizorii chestionați în sensul creșterii calității serviciilor și dezvoltării manageriale, punctajele stabilite de către respondenți pentru factorii care au făcut obiectul cercetării fiind pentru anul 2019, următoarele:

- „pregătirea personalului salariat”: 60 de puncte (49 în 2018); pregătirea profesională a salariaților a rămas principalul factor de creștere a calității serviciilor din perspectiva furnizorilor chestionați;

- „progresul tehnologic”: 75 de puncte (66 în 2018); a fost considerat al doilea factor ca importanță în efortul de creștere a calității serviciilor acest fapt corelându-se inclusiv cu investițiile tehnologice realizate de furnizori în cursul anului trecut;

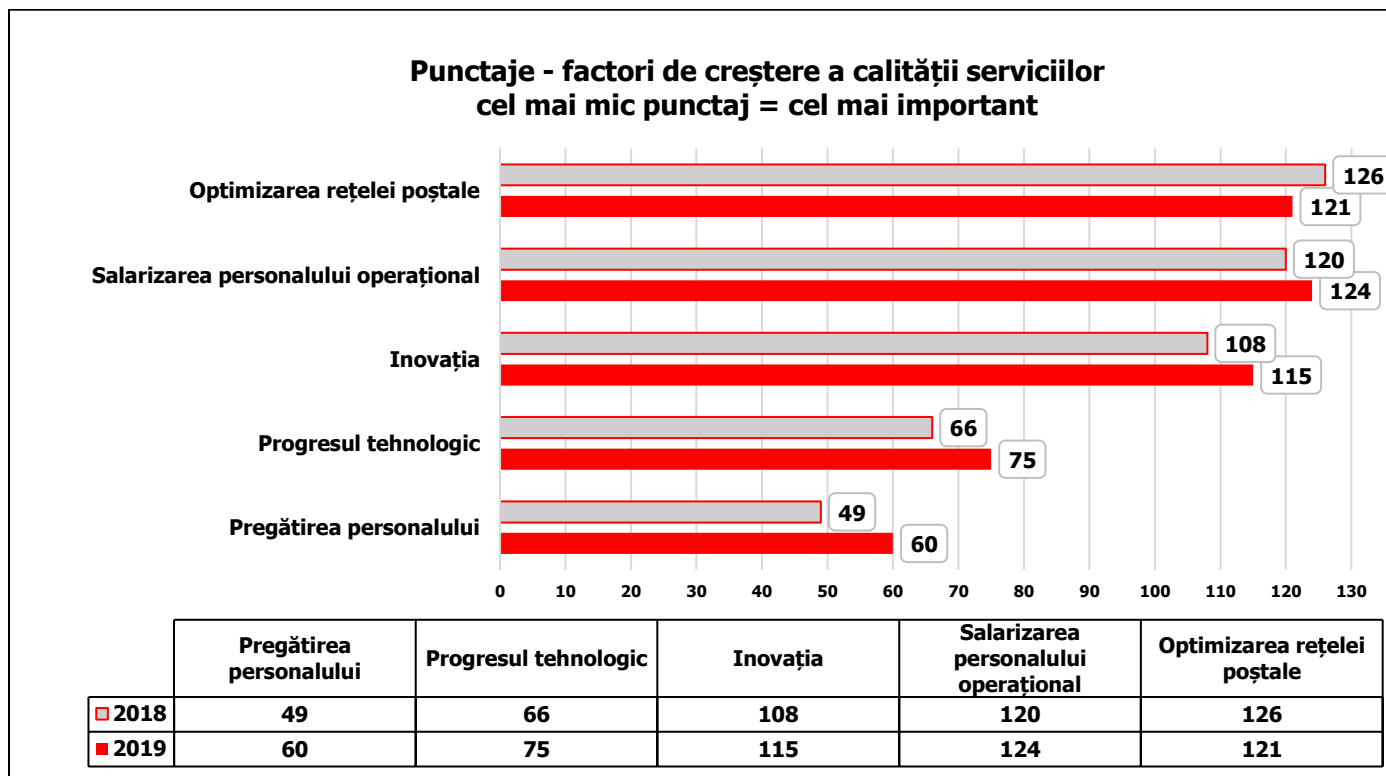
- „inovația”: 115 de puncte (108 în 2018); aducerea inovației în procesul de furnizare a serviciilor poștale, în opinia furnizorilor din panelul de cercetare, este un factor de creștere a calității mai puțin important decât pregătirea profesionalizarea salariaților și tehnologizarea proceselor operaționale;

- „salarizarea personalului”: 124 de puncte (120 în 2018); la fel ca și în cursul anului trecut, în 2019, salarizarea angajaților implicați în procesul de prelucrare a trimiterilor poștale nu este considerată ca fiind un posibil motor de creștere a calității serviciilor;

- „optimizarea rețelei poștale”: 121 de puncte (126 în 2018); optimizarea rețelei poștale prin deschiderea de noi puncte de acces/contact sau actualizarea rutelor de transport etc. este considerată, la fel ca în 2018, ca fiind factorul cu ponderea cea mai scăzută în ceea ce privește

posibilitatea de creștere a calității serviciilor, acest fapt denotând stabilitatea rețelelor furnizorilor chestionați.

Factori care concură la creșterea calității serviciilor 2018/2019



În comparație cu anul anterior, în 2019, singura modificare notabilă în ceea ce privește sinopticul politicilor directe care sunt implementate de furnizorii chestionați în sensul creșterii calității serviciilor și dezvoltării manageriale constă în faptul că salarizarea personalului operațional a fost considerat ca fiind cel mai neimportant factor de creștere a calității serviciilor.

Din analiza punctajelor rezultate din răspunsurile furnizorilor din panel și corelarea acestora cu alte categorii de informații care au făcut obiectul cercetării privind calitatea serviciilor de coletărie din România în cursul anului 2019, rezultă că în cazul mării majorități a furnizorilor chestionați, pregătirea personalului a rămas considerată ca fiind cel mai important factor de creștere a calității serviciilor prestate. Acest fapt este concordant cu informațiile primite de la respondenți în legătură cu investițiile realizate în cursul anului trecut, conform cărora cea mai mare parte din investițiile efectuate cu personalul (puțin peste 10 milioane de Lei), a fost angajată de către furnizori în procesele de instruire și perfecționare a salariaților.

Din sinopticul prezentat mai sus, rezultă o aparentă distonanță între procesele de optimizare a rețelelor poștale, care pe lângă salarizarea personalului sunt considerate de către furnizori ca fiind foarte puțin importante din perspectiva creșterii calității serviciilor, și investițiile angajate în cursul anului trecut în dezvoltarea rețelelor poștale (aprox. 63 de milioane de Lei). Această neconcordanță poate fi explicată prin faptul că în cuantumul investițiilor angajate în cursul anului trecut în dezvoltarea rețelelor poștale se regăsesc sume foarte mari investite de un număr foarte mic de furnizori, existând între aceștia și restul pieței diferențe extrem de mari în ceea ce privește capacitatea financiară.

IV. Cercetare privind impactul e-commerce asupra pieței serviciilor poștale din România, în cursul anului 2019

IV.1. Dinamica industriei comerțului electronic

Europa

Fenomenul cumpărăturilor online continuă să crească în Uniunea Europeană. Creșterea gradului de utilizare a internetului, precum și îmbunătățirea standardelor de securitate a operațiunilor de plată online și a modului de utilizare a datelor cu caracter personal, au generat în comportamentul consumatorilor încrederea și acceptarea cu ușurință a conceptului de „cumpărături on-line”. Comoditatea de a putea cumpăra oricând și de oriunde, accesul imediat la o gamă mai largă de produse, posibilitatea facilă de comparare a prețurilor și de a alege modalități de livrare moderne, inclusiv de tipul „Self-service”, conforme în acest fel cu nevoile personale, au devenit în ultimii ani o stare de normalitate, contribuind în acest fel inclusiv la dezvoltarea industriei serviciilor poștale. Conform unui sondaj efectuat în cursul anului trecut de către Eurostat⁹ și publicat în cursul lunii ianuarie a anului 2020, proporția celor care efectuat cumpărături online în 2019 a fost variabilă la nivelul statelor europene. Pe primul loc se situează din acest punct de vedere Marea Britanie, cu 91% dintre utilizatori care au efectuat cumpărături online, iar pe ultimul loc se situează România cu 29%.

Din punct de vedere social, cercetarea realizată de Eurostat a relevat faptul că în statele europene deprinderea cumpărăturilor online este aparent înscrisă într-un proces de dezvoltare cu „două viteze”. Astfel, una dintre concluziile raportului prezintă situația a mai multe state din vestul continentului, respectiv Marea Britanie, Danemarca, Germania, Olanda și Suedia, cu procente de peste 80% dintre consumatori care au făcut cumpărături online, în antiteză cu situația din statele europene în care această proporție s-a situat sub 50%, respectiv Italia (49%), Cipru (45%), Bulgaria (31%) și România (29%). Cu toate acestea, din concluziile documentului publicat de Eurostat, rezultă și faptul că în perioada 2014-2019 cele mai mari creșteri au fost înregistrate în țări precum Lituania, Cehia, Estonia, Ungaria, Croația, Polonia, Spania și Slovenia.¹⁰

De asemenea, în conformitate cu raportul menționat mai sus, numărul utilizatorilor care au efectuat cumpărături online a crescut în state europene, în perioada 2009-2019, pe toate categoriile de vârstă, cele mai mari creșteri fiind constatate în grupele 16-24 ani (78%), respectiv 25-54 ani (76%)¹¹. Cele mai populare bunuri și servicii achiziționate online în statele europene au fost în 2019 articolele de îmbrăcăminte și articolele sportive (65%), cu 73% dintre consumatori în grupa de vârstă 16-24 de ani, urmate de serviciile turistice (54%), cu 57% dintre consumatori în grupa de vârstă 25-54 de ani, respectiv achiziționarea de cărți și periodice (33%), cu 35% dintre consumatori în grupele de vârstă 25-54, respectiv 55-74 de ani¹².

⁹ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/E-commerce_statistics_for_individuals#General_overview;

¹⁰ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/e/ec/E-commerce_statistics_for_individuals_2019_final.xlsx - „Internet users who bought or ordered goods or services for private use in the previous 12 months, 2014 and 2019”;

¹¹ https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/e/ec/E-commerce_statistics_for_individuals_2019_final.xlsx - „Internet users who bought or ordered goods or services for private use in the previous 12 months by age group, EU-28, 2009-2019”;

¹² https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/e/ec/E-commerce_statistics_for_individuals_2019_final.xlsx - „Online purchases, EU-28, 2019 (% of individuals who bought or ordered goods or services over the internet for private use in the previous 12 months)”;

România

Pe plan național, conform datelor prezentate în ultimul raport privind dinamica achizițiilor online din România, realizat de GPeC¹³ și publicat în luna februarie a anului 2020, consumatorii de comerț electronic au efectuat cumpărături online în 2019 de peste 4,3 miliarde de euro, în creștere cu 20% față de 2018, estimându-se că în cursul acestui an acest fenomen va depăși valoarea de 5 miliarde de EUR.

În ceea ce privește preferințele consumatorilor din România, cele mai importante categorii de produse achiziționate prin intermediul comerțului electronic au constatat în produse electronice, accesorii de modă și produse de înfrumusețare, articole de design interior, articole pentru copii și cărți/muzică/film.

La fel ca și în anii anteriori, unul dintre factorii importanți de creștere a industriei a fost valoarea evenimentului Black Friday, care a ajuns în noiembrie 2019, la 253 de milioane de EUR, în spațiul public fiind însă vehiculate și cifre care depășesc pragul de 300 de milioane de EUR.

De asemenea, conform datelor GPeC, numărul comercianților online activi din România a ajuns la 20.119 în 2019, în creștere semnificativă față de anul anterior, când erau înregistrați un număr de doar 14.749 de comercianți.

„Prețul” și „Livrarea rapidă” se mențin ca fiind primii doi factori esențiali în luarea deciziei de cumpărare online, iar modalitatea preferată de livrare a rămas în 2019, la fel ca și în anii anteriori, serviciul de trimitere poștală „contra ramburs” (pentru 80% din achiziții).

Din perspectiva rezultatelor studiilor efectuate de către Eurostat și GPeC și ținând cont de interdependența existentă între industria comerțului on-line și industria poștală, ANCOM a realizat prezentul studiu privind impactul cantitativ și calitativ al comerțului electronic asupra serviciilor poștale, urmărind identificarea dinamicii principalilor indicatori pe care i-a selectat în acest sens.

Din cercetarea realizată de către Autoritate, prin analizarea răspunsurilor primite de la furnizorii de servicii poștale selectați în panelul de cercetare privind impactul comerțului electronic asupra industriei, au rezultat mai multe concluzii, acestea fiind detaliate în cele ce urmează.

IV.2. Traficul poștal generat de comerțul electronic, în cursul anului 2019

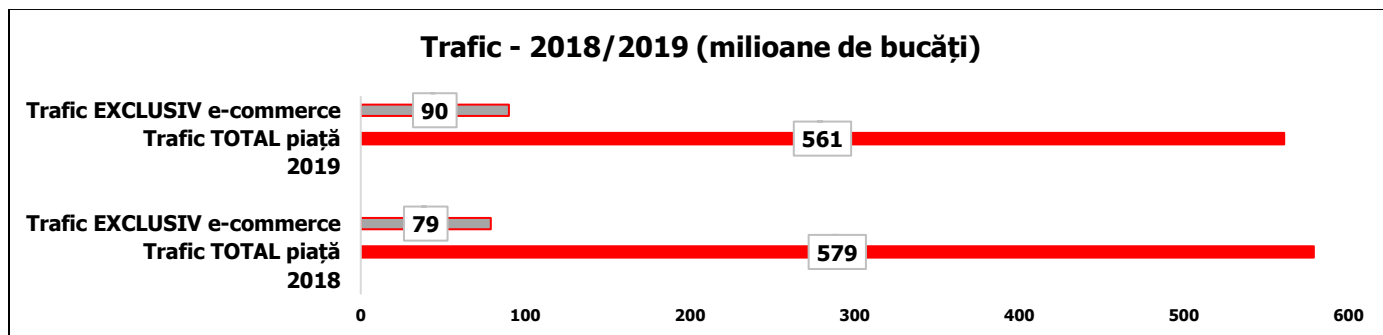
În cursul anului 2018, volumul total de trafic prelucrat pe piața serviciilor poștale din România a fost de aprox. 579 de milioane de trimiteri poștale, din care, puțin peste 79 de milioane (aprox. 14%) au fost generate prin comerț electronic.

În 2019, volumul total de trafic poștal prelucrat în România a fost de aprox. 561 de milioane de trimiteri poștale, în scădere cu 18 de milioane față de anul anterior. Cu toate acestea, numărul trimiterilor poștale generate de comerțul electronic, a crescut și a depășit cu puțin pragul de 90 de milioane trimiteri, ajungând în traficul total al pieței la o pondere 16%.

¹³ GPeC – Gala Premiilor E-Commerce: <https://www.gpec.ro/blog/raport-gpec-e-commerce-romania-2019> - „Raport E-Commerce România 2019”;

De asemenea, este important de subliniat că toți cei 23 de furnizori care au raportat că au prelucrat trimiteri generate de comerțul electronic în 2019, au prelucrat împreună aprox. 424 de milioane de trimiteri, 21% din activitatea acestora constând în prelucrarea trimitărilor poștale rezultate din efectuarea de cumpărături online.

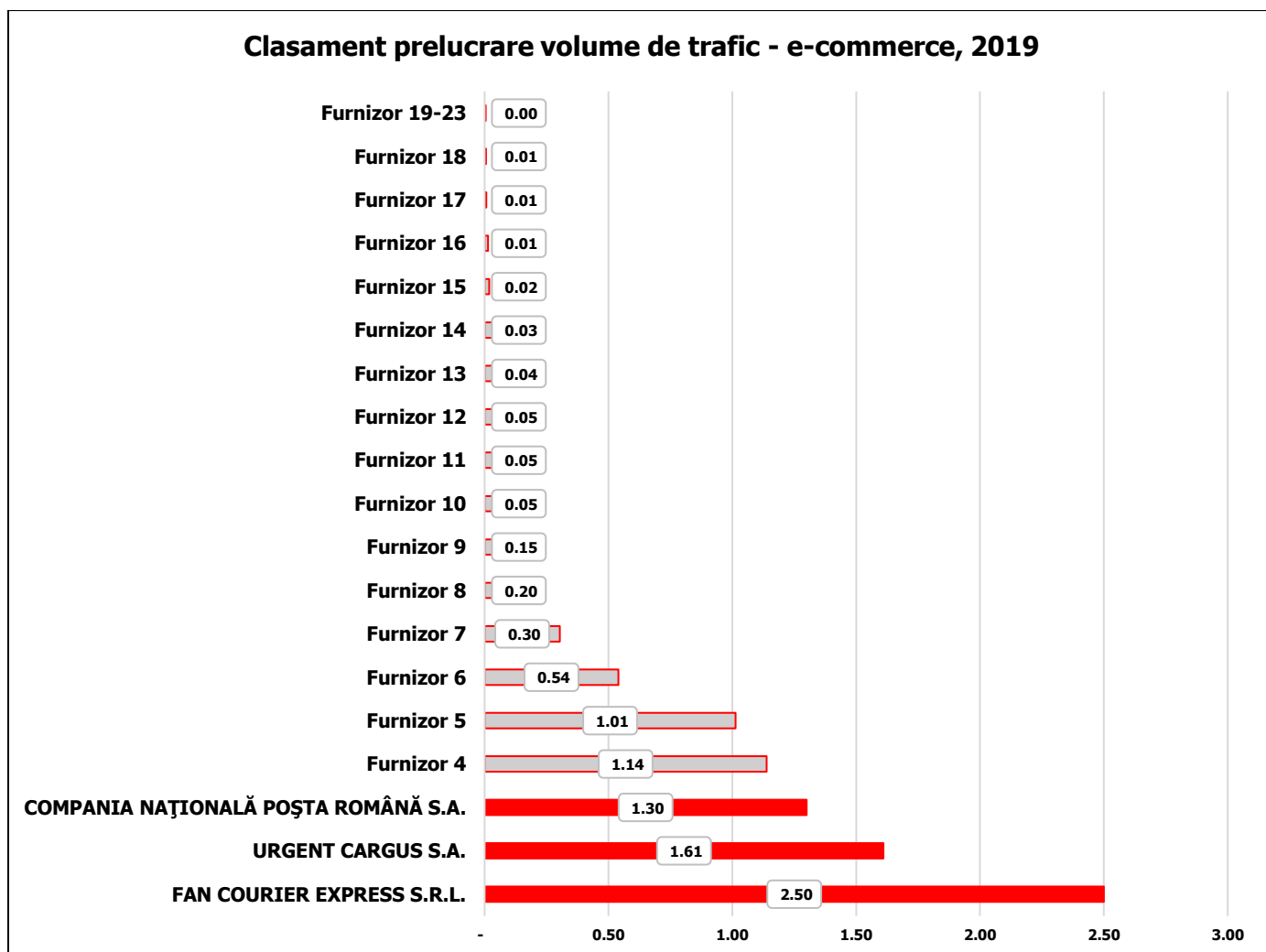
Dinamica traficului: 2018/2019



IV.2.1. Indicatorul „Trafic” în piața de coletărie, în 2019

În procesul de analizare a datelor referitoare indicatorul „Trafic” au fost luate în considerare exclusiv informațiile referitoare la volumele de trafic generate prin comerț electronic, fiecare furnizor din panel primind câte un punct pentru fiecare 10 milioane de trimiteri.

Prelucrare trafic comerț electronic în 2019



Din perspectiva activității de prelucrare a volumelor de trafic constând în trimiteri generate de industria comerțului electronic, performerii pieței de servicii poștale din România, în cursul anului 2019 au fost FAN COURIER EXPRESS S.R.L., URGENT CARGUS S.A. și COMPANIA NAȚIONALĂ POȘTA ROMÂNĂ S.A., acești trei furnizori prelucrând împreună peste 54 de milioane din totalul de aprox. 90 de milioane de trimiteri pe care le-a introdus în rețelele poștale industria e-commerce.

IV.3. Veniturile poștale generate de industria e-commerce, în 2019

În anul 2018, cuantumul total al veniturilor încasate în piața serviciilor poștale din România a fost de aprox. 3,11 miliarde de Lei.

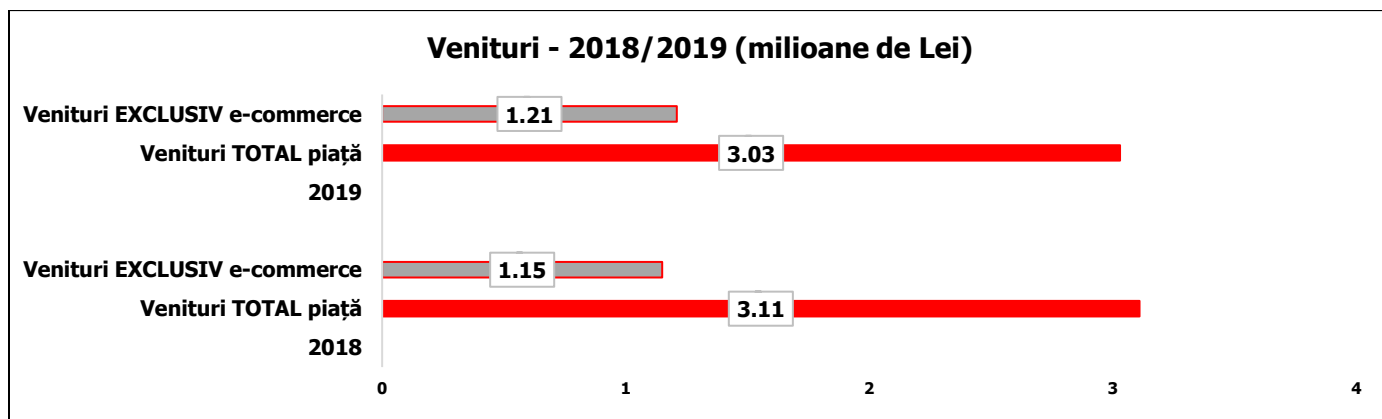
În același an, furnizorii care au prelucrat trimiteri poștale generate de comerțul electronic, au acumulat împreună un venitul poștal total cumulat de aprox. 3,05 miliarde de Lei, din care aprox. 1,15 miliarde de Lei au fost venituri încasate exclusiv din prelucrarea trimiterilor generate de industria e-commerce, cu o pondere în totalul pieței de aprox. 38%. În 2019, cuantumul total al veniturilor încasate în piața serviciilor poștale din România a fost de aprox. 3,03 miliarde de Lei.

Din datele comunicate Autorității de către furnizorii care au prelucrat trimiteri poștale generate de comerțul electronic, venitul poștal total cumulat de către aceștia a fost în cursul anului trecut de 2,83 miliarde de Lei.

Totalul veniturilor încasate exclusiv din prelucrarea trimiterilor generate de comerțul electronic în 2019 s-a situat la aprox. 1,21 de miliarde de lei, cu o pondere în venitul total cumulat al pieței serviciilor poștale din România de 40% și cu o pondere de 43% în venitul total cumulat al furnizorilor care au prelucrat trimiteri generate în activitatea acestora de industria e-commerce.

Este remarcabil faptul că industria comerțului electronic din România a generat în 2019, pentru al doilea consecutiv venituri mai mari de 1 miliard de Lei, ponderea acestor venituri în totalul încasărilor din piața poștală înscriindu-se într-o dinamică de creștere.

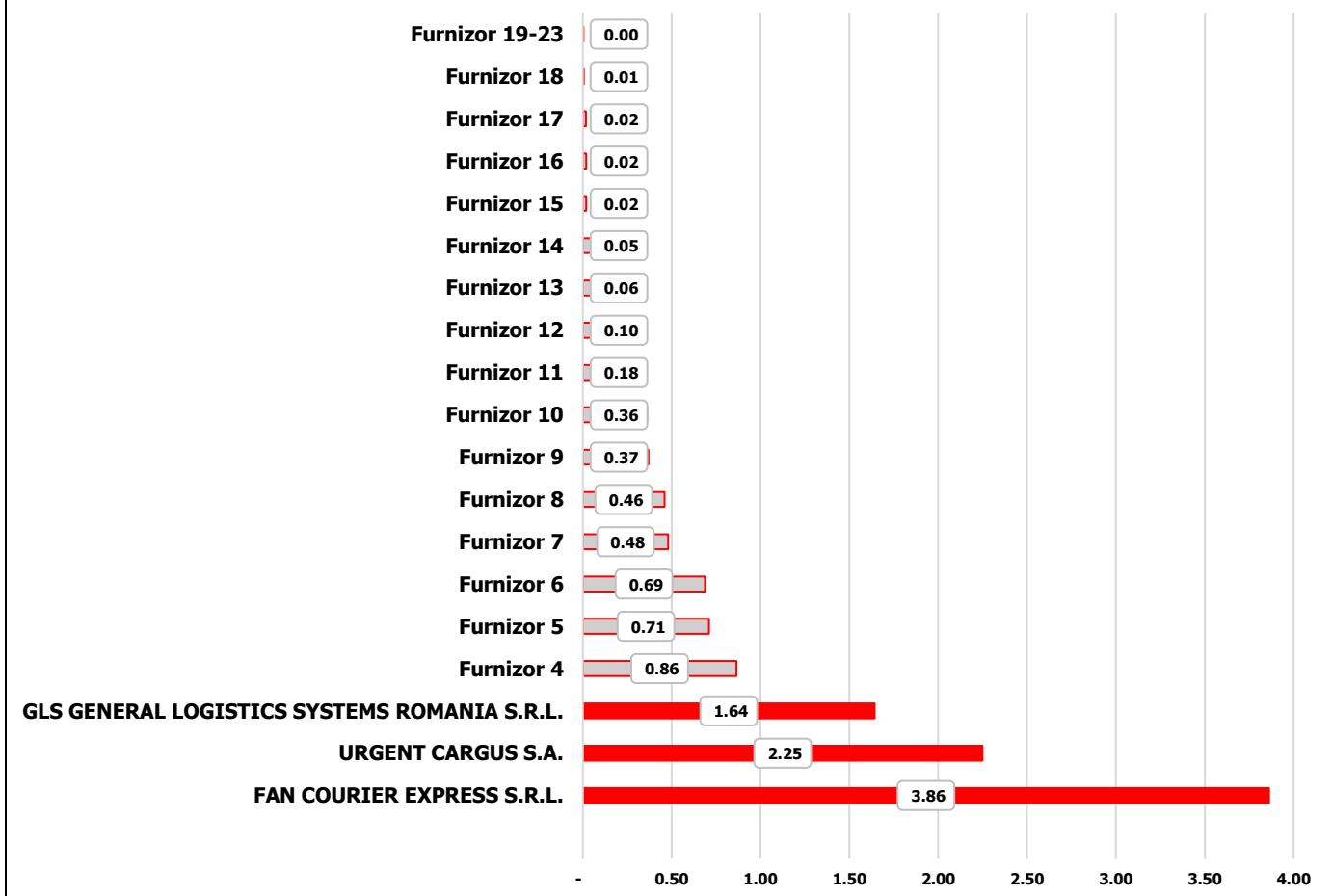
Dinamica veniturilor poștale: 2018/2019



IV.3.1. Indicatorul „Venituri” în piața de coletărie, în 2019

Pentru realizarea acestui clasament al furnizorilor au fost luate în considerare exclusiv informațiile referitoare la veniturile încasate din prelucrarea trimiterilor generate prin comerț electronic, fiecare furnizor din panel primind câte un punct pentru fiecare 100 milioane de Lei.

Clasament venituri e-commerce, 2019



Din perspectiva veniturilor încasate din prelucrarea volumelor de trafic constând în trimeri generate de industria comerțului electronic, performerii pieței de servicii poștale din România, în cursul anului 2019 au fost FAN COURIER EXPRESS S.R.L., URGENT CARGUS S.A. și GLS GENERAL LOGISTIC SYSTEMS S.R.L., acești trei furnizori realizând împreună venituri de peste 775 de milioane din totalul de aprox. 1,21 de miliarde de lei pe care le-a generat industria e-commerce în piața poștală.

IV.4. Tipuri de trimeri poștale generate de comerțul electronic

Dintre toți furnizorii chestionați, doar 23 dintre aceștia au comunicat Autorității că au prelucrat trafic poștal generat de comerțul electronic, toți dintre aceștia indicând categoria coletelor poștale ca tipul preponderent al trimiterilor respective.

Singura excepție notabilă de la această regulă a fost furnizorul de serviciu universal, Compania Națională „Poșta-Română” S.A., care a prelucrat atât colete poștale cât și trimeri poștale constând în „pachete mici”¹⁴.

¹⁴ Conform art. 2, pct. 16⁵ din Ordonanța de urgență a guvernului nr. 13/2013, privind serviciile poștale, cu modificările și completările ulterioare, trimiterile *pachet mic* sunt acele trimeri poștale ce conțin bunuri cu sau fără valoare comercială la care se pot atașa orice documente care au caracter de corespondență, în greutate de până la 2 kg, inclusiv, și care urmează fluxul tehnologic utilizat pentru trimiterile de corespondență, astfel cum prevăd Convenția Poștală Universală și Regulamentul poștei de scrisori;

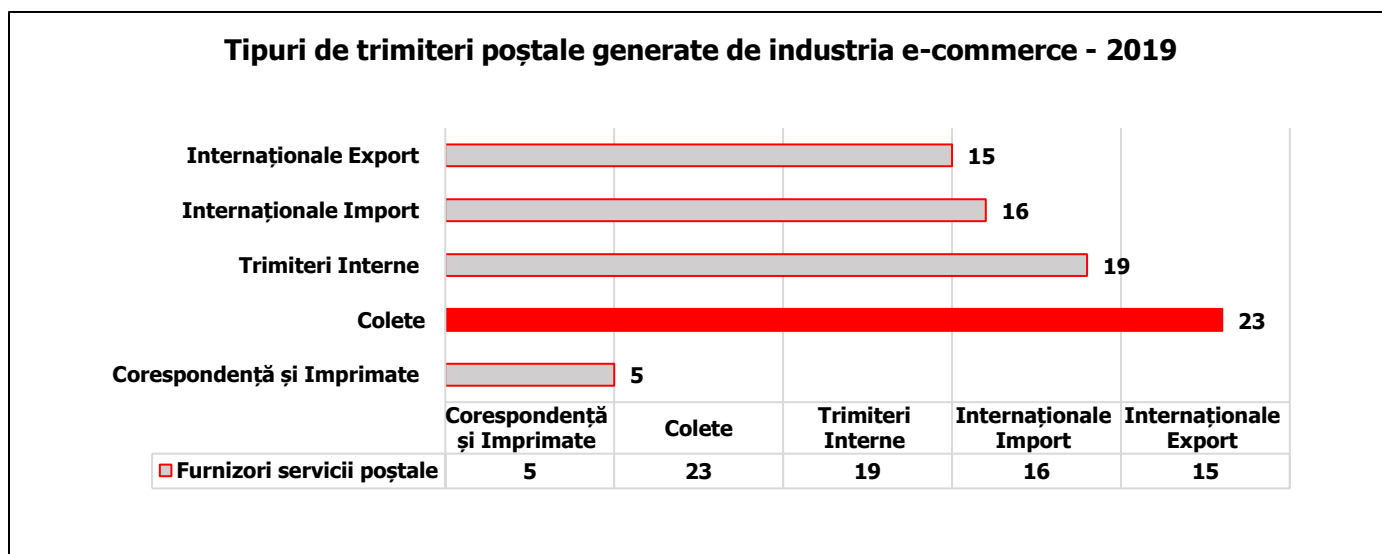
De asemenea, cu titlu excepțional, chestionarea furnizorilor a inclus toate categoriile de trimiteri poștale generate de comerțul electronic în anul 2019, inclusiv trimiterile constând în *corespondență* și *imprimate*, în procesul de efectuare a cumpărăturilor online, în aceste categorii fiind de regulă cuprinse bunuri care nu fac obiectul serviciilor de coletărie (de ex. bilete de avion, bilete evenimente, timbre etc.).

Trebuie precizat că doar 5 respondenți au comunicat ANCOM că au prelucrat ca trimiteri generate prin comerț electronic inclusiv trimiteri de corespondență și imprimate, dar au precizat inclusiv faptul că nu au posibilitatea să identifice volume exacte sau estimate de trafic în acest sens, neexistând un obicei de monitorizare a trimiterilor în cauză.

La întrebarea referitoare la trimiterile poștale internaționale, atât în cazul trimiterilor poștale expediate de pe teritoriul altor state către adrese situate pe teritoriul României (import), cât și în cazul trimiterilor expediate de pe teritoriul României către adrese situate pe teritoriul altor state (export), respondenții au indicat, în ordinea volumelor de trafic prelucrate în cursul anului 2019, țările de origine sau de destinație respective.

Cu privire la situația trimiterilor internaționale generate de comerțul electronic, din răspunsurile primite de Autoritate, a rezultat că în 2019, 16 respondenți au prelucrat trimiteri internaționale import și 15 furnizori a prelucrat trimiteri internaționale export.

Tipuri de trimiteri poștale generate de comerțul electronic în 2019



Astfel, în cazul trimiterilor internaționale, import, primele cinci țări de origine, în ordinea volumelor de trafic prelucrate de către furnizorii din panel, au fost Germania, Marea Britanie, Italia, Ungaria și Bulgaria. În cazul trimiterilor internaționale, export, primele cinci țări de destinație au fost în ordinea volumelor de trafic, Bulgaria, Ungaria, Italia, Germania și Marea Britanie.

Totodată trebuie menționat faptul că în cazul a 4 furnizori din panelul de cercetare, rutele de prelucrare a trimiterilor internaționale, atât pentru import, cât și pentru export, generează trafic poștal exclusiv cu țările respective (2 furnizori – 100%, Spania; 1 furnizor – 100%, Bulgaria; respectiv 1 furnizor – 100%, Marea Britanie).

IV.5. Numărul de reclamații privind prelucrarea trimiterilor poștale generate de comerțul electronic

Numărul de reclamații primite de către respondenți, pentru prelucrarea coletelor poștale generate de industria comerțului electronic, în 2018 și 2019¹⁵, a fost monitorizat pe categoriile: reclamații *întemeiate*, reclamații *neîntemeiate*, reclamații *soluționate cu despăgubiri*, reclamații *soluționate fără despăgubiri*, respectiv reclamații *nesoluționate*.

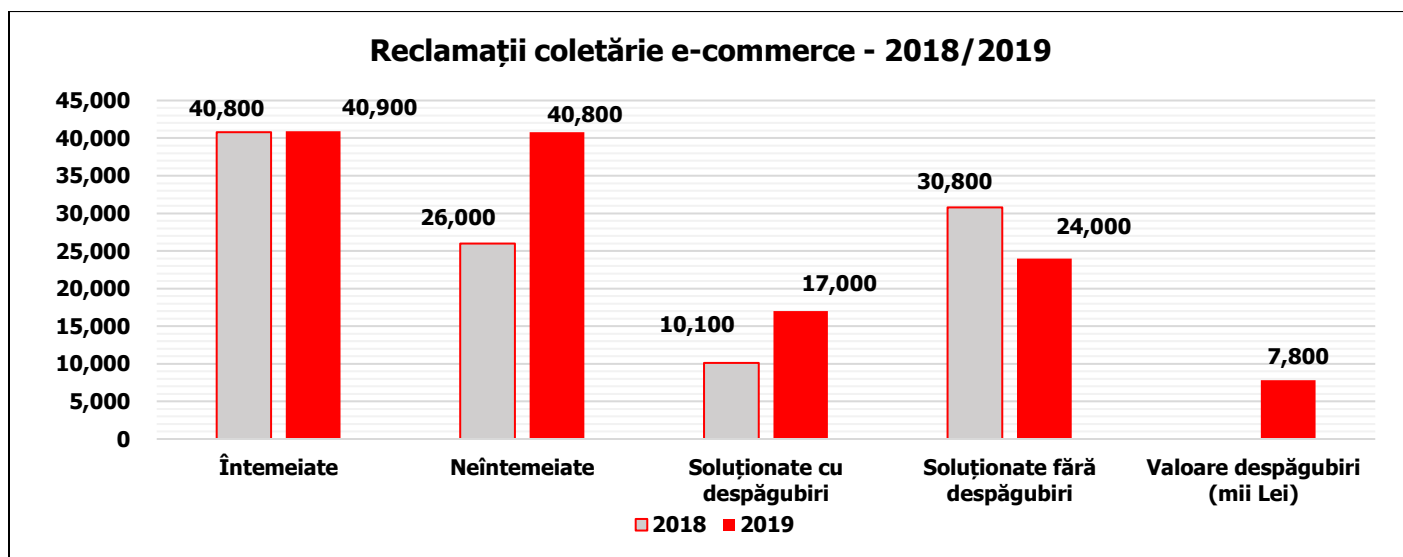
Având în vedere că 6 furnizori nu au monitorizat în mod special acest indicator și, prin urmare, nu au fost în măsură să raporteze informațiile respective, concluziile de mai jos au fost fundamentată pe valori aproximative.

Din analizarea datelor primite în acest sens, s-au putut constata următoarele:

- numărul reclamațiilor întemeiate a crescut în 2019, față de anul precedent, de la 40.800, la 40.900;
- în comparație cu anul 2018, în 2019 a crescut foarte mult numărul reclamațiilor neîntemeiate (creștere de aproape 15.000 – creștere de peste 50%);
- în cursul 2019, au fost înregistrate aproape 17.000 de reclamații soluționate cu despăgubiri, în creștere cu aprox. 6.800, față de anul anterior;
- numărul reclamațiilor soluționate fără despăgubiri a scăzut în 2019 cu aprox. 6.800 (de la 30.800, în 2018, la puțin peste 24.000 de reclamații în 2019).

Valoarea totală a despăgubirilor¹⁶ acordate pentru furnizarea neconformă a serviciilor poștale având ca obiect trimiteri generate prin comerț electronic, a fost în 2019 de aprox. 7.800.000 de Lei.

Reclamații generate de industria comerțului electronic - 2018/2019



¹⁵ Având în vedere faptul că panelul de cercetare pe care se bazează prezentul studiu este diferit de panelul de cercetare precedent, precum și corecțiile efectuate de furnizorii de servicii poștale cu privire la datele statistice raportate ANCOM, cifrele publicate în studiul de anul trecut cu referire la reclamațiile primite exclusiv pentru prelucrarea trimiterilor e-commerce în 2018 au suferit modificări pe descresștere;

¹⁶ În ceea ce privește acest indicator, Autoritatea nu deține date referitoare la anul 2018, colectarea datelor pentru prezentul studiu fiind primul exercițiu de colectare a informațiilor în cauză;

IV.6. Servicii poștale generate de comerțul electronic în 2018 și 2019

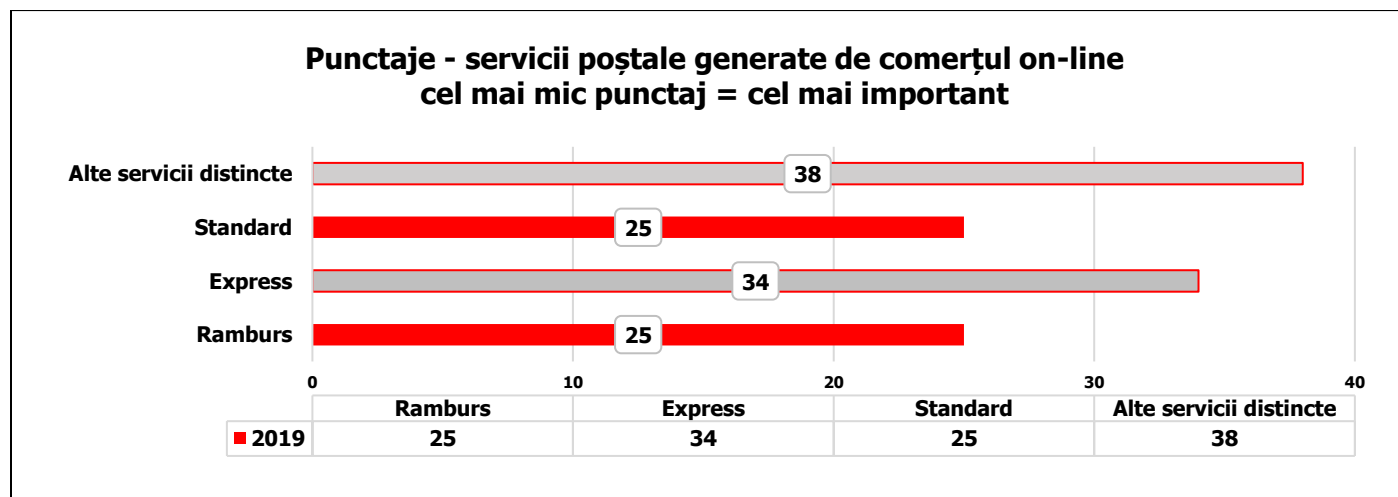
Prin chestionarul privind impactul comerțului electronic asupra pieței serviciilor poștale, furnizorilor din panelul de cercetare li s-a propus o listă de servicii, aceștia urmând să le ordoneze de la „1 - cel mai frecvent” la „4 - cel mai puțin frecvent”. Serviciile poștale în cauză sunt: *Ramburs, Express, Standard, Alte servicii distincte (confirmare de primire, livrare specială, etc.)*. În acest fel s-a urmărit realizarea unei situații sinoptice privind serviciile poștale care au rezultat din comerțul electronic.

În urma analizării răspunsurilor primite de la furnizori, au rezultat următoarele:

- marea majoritate a furnizorilor au comunicat Autorității că cele mai frecvente servicii pe care trebuie să le presteze în cazul trimitărilor poștale rezultate din comerțul electronic au fost în 2019 serviciile „Ramburs” și „Standard” (acestea primind cel mai mic punctaj: 25);

- următoarele servicii prestate de furnizori în ordinea frecvenței au fost în 2019 serviciul „Express”, cu 34 de puncte, respectiv categoria „Alte servicii distincte”, cu 38 de puncte.

Servicii poștale generate de comerțul on-line în 2019



IV.7. Track & Trace

În 2019, au asigurat serviciul Track & Trace în cazul prelucrării trimitărilor poștale generate de comerțul electronic un număr de 17 de furnizori (74%% din panel).

IV.8. Tipuri de expeditori care introduc în rețelele poștale trimiteri generate de comerțul electronic

Pentru 2019, la fel ca și în anii anteriori, furnizorii au avut de încadrat sursele generatoare de trimiteri poștale rezultate din comerțul on-line, în categoriile *Platforme de comerț electronic* și *Magazine on-line propriu-zise*. Din categoria Platformelor on-line fac parte structurile de tip „market-place” (eMag, Ebay, Okazii, Olx etc.) prin care este facilitată relația vânzător-cumpărător și prin intermediul cărora, de regulă, sunt asigurate inclusiv servicii de livrare la tarife și condiții negociate.

Din acest punct de vedere, piața serviciilor poștale din România a creat în ultimii ani un tipar de dezvoltare care se fundamentează în principal pe posibilitatea furnizorilor de a prelucra volumele de trafic. Astfel, de regulă, furnizorii mari de servicii, prin capacitatea de a absorbi volume mari de

trafic, se află în poziția de a putea negocia tarifele corespunzătoare operațiunilor implicate de procesul de distribuire a trimiterilor poștale cu marile platforme de comerț electronic din mediul on-line, în vreme ce restul furnizorilor se află de regulă în situația de a prelucra volume de trafic mai mici, generate prin relația directă vânzător-cumpărător.

Pentru anul 2019, un număr de 17 furnizori din panelul de cercetare (74%) au comunicat ANCOM că în cazul lor principalii expeditori generatori de trimiteri poștale rezultate din comerțul electronic au fost *Magazinele on-line* propriu-zise, spre deosebire de doar 6 furnizori care au indicat faptul că principalii generatori de trimiteri sunt, în cazul lor, Platforme on-line de tip „market-place”.

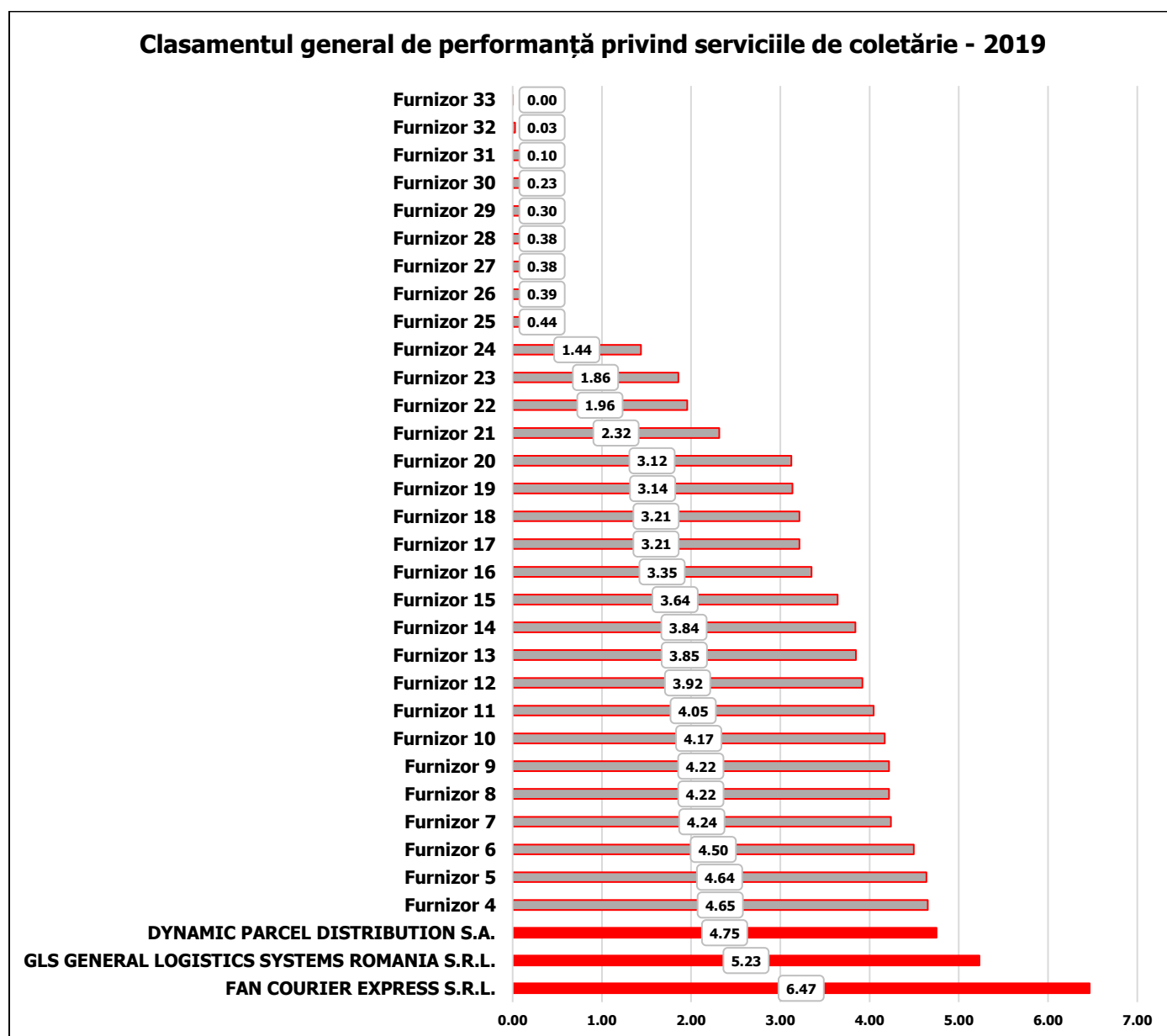
V. Concluzii și clasamente generale de piață

VI.1. Concluzii privind calitatea serviciilor de coletărie din România, în 2019

Clasamentul general de performanță privind serviciile de coletărie a fost realizat pe baza unui algoritm fundamentat pe următoarele ponderi:

- calitatea Z+1 (media aritmetică a rezultatelor obținute de fiecare furnizor în parte pentru Z+1): = 35%;
- volumul total de trafic prelucrat în piața de coletărie: = 30%;
- tariful mediu total: = 25%;
- venit poștal total realizat în piața de coletărie: 10%.

Piața serviciilor de coletărie din România în 2019, clasament general de performanță



Prin analizarea datelor prezentate în clasamentul general de mai sus, se poate constata că media punctajelor stabilite pe baza performanțelor raportate de furnizorii din panelul de cercetare pentru indicatorii Calitate Z+1, Trafic, Tarife și Venituri este de 2,79 de puncte, 20 de furnizori din cei 33 care au fost selecționați pentru realizarea studiului obținând performanțe peste acest prag.

Formerii pieței de coletărie din România au fost în cursul anului trecut FAN COURIER EXPRESS S.R.L., GLS GENERAL LOGISTIC SYSTEMS ROMANIA S.R.L. și DYNAMIC PARCEL DISTRIBUTIUN S.A., performanțele realizate de aceștia în ceea ce privește prestarea serviciilor fiind mult superioare pragului mediu realizat de furnizorii din panel.

În ceea ce privește piața serviciilor de coletărie din România în cursul anului trecut, din prezentul studiu pot fi extrase, printre altele, următoarele concluzii:

- fără ca prin actele normative care guvernează domeniul serviciilor poștale să fie impusă în sarcina furnizorilor obligația de realizare de măsurători de calitate, 97% dintre furnizorii care au prelucrat împreună peste 95% din traficul total de colete și pachete mici au monitorizat calitatea propriilor servicii;

- sumele investite în vederea implementării de sisteme de monitorizare a calității au înregistrat față de 2018 o scădere semnificativă, de la 7,10 milioane de Lei la 2,76 milioane de Lei, majoritatea furnizorilor din piață dezvoltând propriile sisteme de evaluare a calității în cursul anilor trecuți;

- marea majoritate a furnizorilor din panel au monitorizat ca indicatori fundamentali de calitate timpii de circulație cap-cap a trimerilor poștale (31 de furnizori) și reclamațiile primite de la utilizatori pentru prestarea defectuoasă a serviciilor (27 de furnizori);

- cuantumul total al resurselor financiare investite de către furnizorii din panel în vederea creșterii calității serviciilor, a fost de aprox. 229 de milioane de Lei, peste 60 de milioane Lei din aceste investiții fiind alocate de către furnizori proceselor de dezvoltare a flotelor auto;

- suma totală investită de furnizorii din panel cu personalul (angajare personal operațional, instruire și perfecționare etc.) a fost de aprox. 10 milioane de Lei, dar „salarizarea personalului operațional” a fost în viziunea patronatului din industrie, la fel ca și în anii anteriori, cel mai neimportant factor de creștere a calității serviciilor;

- volumul total de trafic de coletărie a fost de aprox. 145 de milioane de trimiteri, primii trei furnizori din piață prelucrând împreună aproape 60% din total;

- în ceea ce privește veniturile obținute prin prelucrarea volumelor de trafic de coletărie, primii trei furnizori din piață, au realizat împreună venituri de aprox. 1,15 miliarde de Lei, adică aproape 52% din totalul veniturilor încasate de furnizorii care au făcut parte din panelul de cercetare (aprox. 2,22 miliarde de Lei);

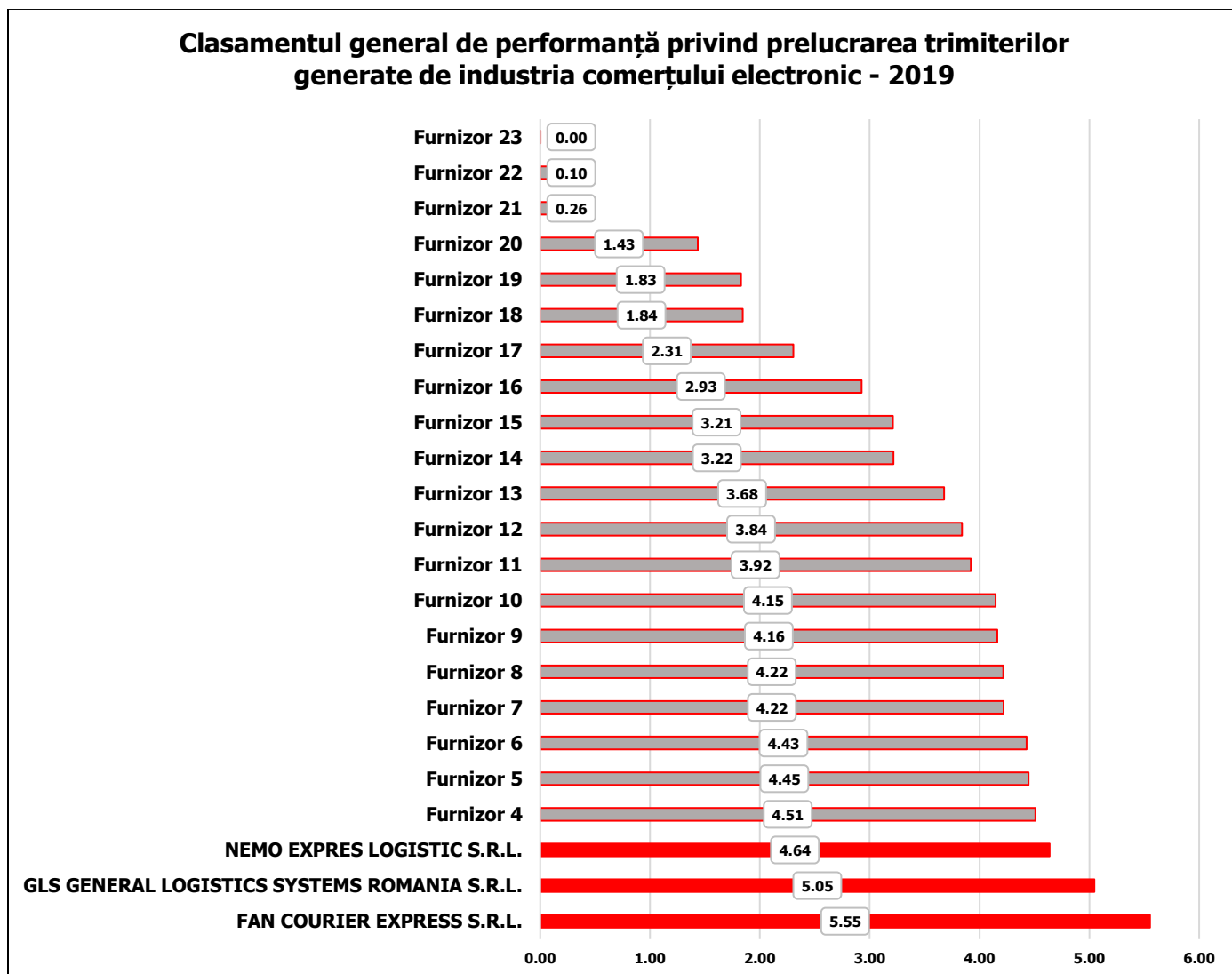
- cele mai presante probleme pe care le întâmpină furnizorii din piața de servicii poștale din România sunt lipsa forței de muncă și situația dezastruoasă a infrastructurii rutiere, prin lipsa unei rețele de autostrăzi care să facă legătura rutiere dintre regiunile istorice.

VI.2. Concluzii privind impactul industriei comerțului electronic asupra pieței serviciilor poștale din România, în 2019

Clasamentul general de performanță privind prelucrarea volumelor de trafic generate de industria comerțului electronic a fost realizat pe baza unui algoritm fundamentat pe următoarele ponderi:

- calitatea Z+1 (media aritmetică a rezultatelor obținute de fiecare furnizor în parte pentru Z+1): = 35%;
- volumul total de trafic prelucrat în piața de coletărie, generat exclusiv de industria comerțului electronic: = 30%;
- tariful mediu total: = 25%;
- venit poștal total realizat în piața de coletărie, exclusiv prin prelucrarea volumelor de trafic generate exclusiv de industria comerțului electronic: 10%.

Piața serviciilor de coletărie din România în 2019, clasament general de performanță



Prin analizarea datelor prezentate în clasamentul general de mai sus, se poate constata că media punctajelor stabilite pe baza performanțelor raportate de furnizorii din panelul de cercetare pentru indicatorii Calitate Z+1, Trafic, Tarife și Venituri este de 3,21 de puncte, 15 furnizori dintre cei 23 care au prelucrat trimiteri poștale generate de industria comerțului electronic obținând performanțe peste acest prag.

Performerii pieței de coletărie din România au fost în cursul anului trecut FAN COURIER EXPRESS S.R.L., GLS GENERAL LOGISTIC SYSTEMS ROMANIA S.R.L. și NEMO EXPRES LOGISTIC S.R.L., performanțele realizate de aceștia în ceea ce privește prestarea serviciilor fiind mult superioare pragului mediu realizat de furnizorii din panel.

În ceea ce privește impactul comerțului electronic asupra pieței serviciilor poștale din România în cursul anului trecut, din prezentul studiu pot fi extrase, printre altele, următoarele concluzii:

- volumul total de trafic poștal generat de industria comerțului electronic cunoaște un trend ascendent, crescând de la aproximativ 54 de milioane de colete în 2017, la puțin peste 78 de milioane de colete în anul 2018 și depășind cu puțin 90 de milioane de trimiteri în cursul anului trecut;

- veniturile încasate din prelucrarea volumelor de trafic constând în trimiteri generate de industria comerțului electronic, au fost aprox. 1,21 de miliarde de lei, primii trei furnizori încasând mai mult de jumătate din total (puțin peste 775 de milioane de Lei).