



Συμπερασματικά, οι προοπτικές εξέλιξης της αγοράς ταχυμεταφορών είναι θετικές, γεγονός που επιβεβαιώνεται και από την αυξητική πορεία που διαγράφει ο δείκτης αντικειμένων ταχυμεταφορών ανά κάτοικο. Συγκεκριμένα, σε κάθε κάτοικο της Ελλάδας αναλογούν περί τα 3,5 αντικείμενα ταχυμεταφορών ετησίως το 2005, ενώ το 2004 ο αντίστοιχος δείκτης ήταν 2,8 αντικείμενα ανά κάτοικο.

3.3. Η Ευρωπαϊκή Ταχυδρομική Αγορά

Η συνεισφορά του ταχυδρομικού τομέα εκτιμάται στο 0,4% του ΑΕΠ της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.) απασχολώντας περί το 0,8% του συνόλου των εργαζομένων το 2004. Όσον αφορά στους χρήστες των ταχυδρομικών υπηρεσιών, ο επιχειρηματικός τομέας αποστέλλει το 88% και λαμβάνει το 30% των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων⁹.

Η ένταση του ανταγωνισμού διαφέρει στα διάφορα τμήματα της ταχυδρομικής αγοράς. Οι ΦΠΚΥ είναι κυρίαρχοι στην αγορά υπηρεσιών αλληλογραφίας (letter post). Στην αγορά αυτή, οι δημόσιοι ταχυδρομικοί πάροχοι κατέχουν το 83% των συνολικών εσόδων. Αντίθετα, η αγορά δεμάτων και υπηρεσιών επείγουσας διαβίβασης (ταχυμεταφορών) χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό. Στην εν λόγω αγορά κυρίαρχοι παρουσιάζονται πέντε ιδιωτικοί πάροχοι, τέσσερις εκ των οποίων ανήκουν (σε κάποιο ποσοστό) σε δημόσιους ταχυδρομικούς παρόχους.

Οι ΦΠΚΥ απασχολούν συνολικά γύρω στο 1,7 εκ., εργαζόμενους, εκ των οποίων το 1,5 εκ. απασχολήθηκε για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών για το έτος 2004. Η εκτίμηση του απασχολούμενου προσωπικού στους ιδιωτικούς ταχυδρομικούς παρόχους που ανταγωνίζονται τους ΦΠΚΥ ανέρχεται σε 0,1 εκ. άτομα.¹⁰

3.3.1. Η Αγορά Αντικειμένων Αλληλογραφίας

Η ευρωπαϊκή (Ε.Ε. 25) εγχώρια αγορά αντικειμένων αλληλογραφίας ανήλθε σε 54 δις. ευρώ το 2004 ενώ υπολογίζεται ότι διακινήθηκαν 93 δις. αντικείμενα. Οι τρεις μεγαλύτεροι ΦΠΚΥ εξακολουθούν να καταλαμ-

βάνουν μερίδιο αγοράς μεγαλύτερο του 60% της ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς. Στην εν λόγω αγορά, ενώ η συνολική ζήτηση για αντικείμενα αλληλογραφίας παραμένει σταθερή από το 2002, οι υπηρεσίες direct mail αυξάνονται σημαντικά. Επιπλέον, η ηλεκτρονική υποκατάσταση της συναλλακτικής αλληλογραφίας (π.χ. λογαριασμοί) δεν υλοποιήθηκε στην έκταση που προβλεπόταν πριν από το έτος 2000.

Ο μέσος ρυθμός αύξησης των συνολικών εσόδων των ΦΠΚΥ ήταν 3,7% από το 2002 έως το 2004. Σε γενικές γραμμές, τα έσοδα των ΦΠΚΥ συνέχισαν να αυξάνονται παρόλο που ο ρυθμός αύξησής τους έχει μειωθεί σε σχέση με τα προηγούμενα έτη. Τα συνολικά έσοδα των ΦΠΚΥ ανήλθαν σε 112 δις. ευρώ το 2004, εκ των οποίων ποσοστό 80% προήλθε από ταχυδρομικές υπηρεσίες ενώ το 50% των συνολικών εσόδων προήλθε από τη διακίνηση αντικειμένων αλληλογραφίας (συμπεριλαμβανομένης της διακίνησης αντικειμένων χωρίς διευθυσή αλληλογραφίας).¹¹

3.3.2. Η Αγορά Δεμάτων και Ταχυμεταφορών

Είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι η αγορά δεμάτων και ταχυμεταφορών λειτουργεί σε απελευθερωμένο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία ο συνολικός κύκλος εργασιών στην αγορά δεμάτων και υπηρεσιών ταχυμεταφορών ανήλθε στα 35 δις. ευρώ το 2004 έναντι 33 δις. ευρώ το 2000.¹²

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, οι πέντε μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου είναι οι:

- DHL (100% ανήκει στην Deutsche Post),
- DPD (La Poste)
- TNT (μέλος του Ολλανδικού Ομίλου TNT N.V),
- GLS (Royal Mail)
- UPS

Το μερίδιο που κατέχουν οι πέντε αυτές εταιρίες στην ευρωπαϊκή αγορά, σύμφωνα με εκτιμήσεις της Deutsche Post, ανέρχεται σε περίπου 59%. Οι εταιρίες διαθέτουν υποκαταστήματα σε όλο σχεδόν τον κόσμο, ιδιόκτητους στόλους αυτοκινήτων, φορτηγών, μηχανών και αεροπλάνων καθώς και σύγχρονα κέντρα διαλογής αντικειμένων.

⁹ Πηγή: WIK Consult, Main Developments in the Postal Sector (2004-2006), (WIK Consult GmbH – May 2006).

^{10,11,12} Πηγή: WIK Consult (2004) "Main Developments in the European Postal Sector" E.C. – D.G. Internal Market.