

Στο πλαίσιο οργάνωσης του τομέα παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και της θέσπισης των κανόνων λειτουργίας του, η ΕΕΤΤ απέστειλε ερωτηματολόγια στο σύνολο των επιχειρήσεων που παρείχαν υπηρεσίες με καθεστώς Γενικής Αδειας. Με βάση τα ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία που δήλωσαν οι επιχειρήσεις συντάχθηκε η μελέτη της Αγοράς Ταχυμεταφορών για το 2003.

Τα συμπεράσματα της μελέτης αφορούν :

- ✓ **πρώτον**, στην ανάλυση της αγοράς των ταχυμεταφορών στην Ελλάδα από την πλευρά της ζήτησης και της προσφοράς,
- ✓ **δεύτερον**, στον προσδιορισμό της φύσης και της έντασης του ανταγωνισμού που επικρατεί,
- ✓ **τρίτον**, στην καταγραφή των προβλημάτων που παρουσιάζονται στην αγορά, και
- ✓ **τέταρτον**, στον προσδιορισμό της μελλοντικής εξέλιξης της αγοράς των ταχυμεταφορών στην Ελλάδα
- ✓ Τα συμπεράσματα βασίζονται στα στατιστικά στοιχεία των ερωτηματολογίων που απέστειλαν στην ΕΕΤΤ 119 επιχειρήσεις των οποίων η δραστηριότητα καλύπτει το 97% της Αγοράς, καθώς και στα στοιχεία του Μητρώου Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της ΕΕΤΤ.

Πριν, όμως, παρατεθούν αναλυτικά τα στοιχεία που αφορούν στην αγορά ταχυμεταφορών, θα αναφερθούμε εν συντομία στην ελληνική ταχυδρομική αγορά. Ειδικότερα, οι ταχυδρομικές υπηρεσίες στην Ελλάδα παρέχονται από τον Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (Φ.Π.Κ.Υ), από τις ταχ. επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια στο πεδίο των μη αποκλειστικών δικαιωμάτων της καθολικής υπηρεσίας και από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις με Γενική Άδεια που συνιστούν την αγορά ταχυμεταφορών.

Η ελληνική ταχυδρομική αγορά, το 2003, ανήλθε στα 646 εκ. αντικείμενα από 590 εκ., περίπου, που ήταν το 2000 παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 3%. Η αγορά της καθολικής υπηρεσίας, το 2003, αποτέλεσε το 95% της ταχυδρομικής αγοράς, σε όρους ποσότητας, ενώ το υπόλοιπο 5% αντιστοιχεί στην αγορά ταχυμεταφορών. Αυτό, όμως, που παρατηρείται είναι, η σημαντική διαφοροποίηση στους ρυθμούς μεγέθυνσης των δύο αγορών αφού η μεν αγορά ταχυμεταφορών αυξάνει με υψηλό μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής (17%) η δε αγορά Καθολικής Υπηρεσίας με πολύ χαμηλότερο (2%) για την περίοδο 2000-2003.

Άμεση συνέπεια αυτής της διαφοροποίησης είναι η διαχρονική μείωση του μεριδίου της αγοράς καθολικής υπηρεσίας (από 96,8% το 2000 σε 95,2% το 2003) με αντίστοιχη αύξηση του μεριδίου της αγοράς ταχυμεταφορών (από 3,2% το 2000 σε 4,8% το 2003) .

Διαφοροποιημένη εικόνα εμφανίζει η ποσοστιαία κατανομή κάθε μιας αγοράς στη συνολική ταχυδρομική αγορά σε όρους αξίας. Ειδικότερα, το 2003 η ελληνική ταχυδρομική αγορά ανήλθε σε 575 εκ. ευρώ εκ των οποίων 372 εκ. ευρώ αφορούν την αγορά καθολικής υπηρεσίας (65%) και 203 εκ. ευρώ αφορούν την αγορά ταχυμεταφορών (35%). Η διαφοροποίηση ανάμεσα στις κατανομές των μεριδίων σε όρους όγκου και αξίας της αγοράς καθολικής υπηρεσίας και της αγοράς ταχυμεταφορών σαφώς βασίζεται στη μεγάλη διαφορά των τιμών στις οποίες προσφέρεται η κάθε υπηρεσία δεδομένου ότι πρόκειται για διαφορετικής μορφής διαχείρισης και προστιθέμενης αξίας ταχυδρομικές υπηρεσίες.

ΖΗΤΗΣΗ

Στη συνέχεια θα αναφερθούμε στα ειδικότερα στοιχεία ζήτησης και προσφοράς της αγοράς.

Το 2003 όπως παρουσιάστηκε η **αγορά ταχυμεταφορών ανήλθε στα 31 εκατομμύρια ταχυδρομικά αντικείμενα** έναντι 19 εκατομμυρίων αντικειμένων το 2000 (αύξηση 62%), με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 17%. **Παράλληλα η αξία της αγοράς ταχυμεταφορών το 2003 ανήλθε στα 203 εκατ. ευρώ.**

Η μειωμένη αύξηση που παρατηρείται την περίοδο 2002-2003, σε σχέση με τις αυξήσεις που σημειώθηκαν τα προηγούμενα έτη, πιθανόν να οφείλεται στο γεγονός ότι η αγορά ταχυμεταφορών παρουσιάζει σημάδια ωρίμανσης, μια εικόνα που αναμένεται να ενταθεί τα επόμενα έτη, καθώς επίσης και στη μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για τη συλλογή των στοιχείων όγκου περιόδου 2000-2002 για τη συνδυασμένη διακίνηση αντικειμένων.

Τα αντικείμενα που διακινήθηκαν στο **εσωτερικό** ήταν 27,5 εκ. αντιστοιχώντας στο 88,6% του συνολικού όγκου των αντικειμένων ενώ τα έσοδα για αυτήν την κατηγορία ανήλθαν στα 138,2 εκ. ευρώ (68,1% επί των συνολικών εσόδων). Αντίθετα, σημαντικά μικρότερος παρουσιάζεται ο όγκος και τα έσοδα των **εισερχομένων και εξερχομένων** αντικειμένων εξωτερικού με ποσοστά συμμετοχής, για τον όγκο 6,7% και 4,7%, και για τα έσοδα 12,7% και 19,2% αντίστοιχα.

Σε σχέση με τον **χρόνο επίδοσης, το 88% των αντικειμένων στο εσωτερικό διακινείται σε μια ημέρα**, ενώ σε περισσότερες ημέρες διακινείται το 9%. . Αυθημερόν διακινείται μόλις το 3% του συνολικού όγκου . Είναι προφανές ότι το ποσοστό των αντικειμένων που επιδόθηκε αυθημερόν το 2003 μειώθηκε κατά 5%, ποσοστό που μετατοπίστηκε στην παράδοση την επόμενη ημέρα σε σχέση με το 2002.

Η εξέλιξη αυτή ενδέχεται να οφείλεται στη μεταβολή της ζήτησης του προϊόντος και στη μείωση της ποιότητας της παρεχόμενης υπηρεσίας. Αντίθετα το μερίδιο των αντικειμένων που διακινούνται σε περισσότερες ημέρες παραμένει σταθερό σε 9%.

Όσον αφορά τα αντικείμενα εξωτερικού το 70% των εισερχομένων διακινήθηκε σε 1 ημέρα, ενώ το 30% σε περισσότερες. Τα αντίστοιχα μερίδια για τα εξερχόμενα εξωτερικού ανήλθαν σε 80% και 20%.

Όσον αφορά την κατανομή των διακινήθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους, παρατηρείται ότι στην κατηγορία 1 gr - 500 gr (εκτός δεμάτων) ανήκει το 59,6% των ταχυδρομικών αντικειμένων, στην κατηγορία 500 gr – 2 kgr (εκτός δεμάτων) ανήκει το 21,3%, ενώ τα δέματα έως 20 kgr αποτελούν το 19,1% του συνολικού πλήθους των αντικειμένων.

Όσον αφορά στη διακίνηση των αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης, η μεγαλύτερη ποσότητα των διακινούμενων αντικειμένων κατά το 2003 προέρχεται από την περιφέρεια της Αττικής (56%), ενώ σχετικά σημαντικές περιφέρειες για την εγχώρια αγορά θεωρούνται η Κεντρική Μακεδονία και η Στερεά Ελλάδα, από τις οποίες προέρχεται το 11% και 10% αντίστοιχα. Αντίθετα, οι μικρότερες ποσότητες προέρχονται από τις περιφέρειες του Β. Αιγαίου και της Ηπείρου (μόλις το 0,9% και 1,2%).

Σχετικά με την κατανομή των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού προκύπτει ότι σημαντικότερη περιοχή προέλευσης / προορισμού είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση, με μερίδια συμμετοχής 61% και 62% αντίστοιχα, ενώ ακολουθούν οι ΗΠΑ - Καναδάς και με μικρότερο ποσοστό η Ασία.

Οι σημαντικότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι η εξυπηρέτηση των πελατών, αφού επιλέγεται από το 74% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο

ερωτηματολόγιο, και η ***αξιοπιστία της ταχυδρομικής επιχείρησης***, η οποία επιλέχθηκε από το 73%. Ακολουθεί, με ποσοστό 44%, η *τιμή του προϊόντος*, ενώ μόλις το 8% των επιχειρήσεων θεωρεί το *εισοδηματικό επίπεδο των πελατών* σημαντικό προσδιοριστικό παράγοντα της ζήτησης των υπηρεσιών τους.

Η εξυπηρέτηση των πελατών στην οποία περιλαμβάνεται η ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών αποτελεί στις μέρες μας καθολική απαίτηση όχι μόνον από την πλευρά των χρηστών που είναι αναμενόμενο αλλά και από την πλειοψηφία των επιχειρήσεων

Σημαντικότεροι **εταιρικοί πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών** αναδεικνύονται **οι κλάδοι των υπηρεσιών (50%) και του εμπορίου (26%)**. Ακολουθεί η μεταποίηση (16%), ενώ λιγότερο σημαντικός είναι ο Δημόσιος Τομέας με 8%.

ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Στο πλαίσιο ανάλυσης της προσφοράς παρουσιάζεται στη συνέχεια ο αριθμός των αδειοδοτημένων επιχειρήσεων και η κατανομή τους βάσει τάξης μεγέθους σύμφωνα με τα διακινηθέντα αντικείμενα.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Μητρώου Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της Ε.Ε.Τ.Τ, από το 1999 μέχρι και το 2003 **ο αριθμός των αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων** παρουσιάζει μια σημαντική αύξηση της τάξης του 94%, αποδεικνύοντας ότι η αγορά ταχυμεταφορών παρουσιάζει υψηλή ελκυστικότητα. Αντίθετα από τις 295 επιχειρήσεις του 2003 σημαντικός αριθμός ανέστειλε την λειτουργία κατά το 2004 με αποτέλεσμα ο αντίστοιχος αριθμός με βάση τα στοιχεία Ιουνίου 2004 να ανέρχεται σε 225.

Αξίζει να σημειωθεί ότι και το 2003 συνεχίστηκε η αύξηση του βαθμού συγκέντρωσης με αποτέλεσμα πέντε επιχειρήσεις (ποσοστό 2% ως προς το σύνολο των δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων) που διακινούν πάνω

από 1.000.000 ταχυδρομικά αντικείμενα ανά επιχείρηση να αντιπροσωπεύουν το 77% των ταχυδρομικών αντικειμένων και το 71% των συνολικών εσόδων. (Τονίζεται ότι η μεγαλύτερη από αυτές τις πέντε επιχειρήσεις διακινεί πάνω από το 40% των ταχυδρομικών αντικειμένων). Το ίδιο έτος, επιχειρήσεις που αντιστοιχούσαν στο 5% των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών διακίνησαν από 100.000 μέχρι 1.000.000 αντικείμενα ανά επιχείρηση, αντιπροσωπεύοντας το 15% του συνολικού πλήθους και το 22%, περίπου των συνολικών εσόδων.

Συσχετίζοντας την γεωγραφική κατανομή των αδειοδοτημένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές με την γεωγραφική κατανομή των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων διαπιστώνεται ότι στις περιφέρειες που συγκεντρώνεται η μεγαλύτερη παραγωγή, δηλαδή, **Αττική και Κεντρική Μακεδονία, συγκεντρώνεται και ο μεγαλύτερος αριθμός των επιχειρήσεων.** Ειδικότερα, στην Αττική συγκεντρώνεται το 42% των επιχειρήσεων που δραστηριοποιείται στις ταχυμεταφορές και παράγεται το 56% του πλήθους των αντικειμένων που διακινούνται προς το εσωτερικό και το εξωτερικό

Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών είναι σε μεγαλύτερο ποσοστό το γενικότερο **οικονομικό περιβάλλον**, αφού επιλέχθηκε από το 83% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, ενώ έπεται **η μείωση των τιμών** καθώς και **η νομοθεσία και οι ρυθμιστικοί κανόνες** που απορρέουν από αυτήν, όπως επιλέχθηκαν από το 58% και 39% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο .

Σχετικά με τις **τιμές των ταχυδρομικών υπηρεσιών**, η πλειοψηφία των εκπροσώπων της αγοράς θεωρεί ότι **το έτος 2003 οι μεγαλύτερες μειώσεις παρατηρήθηκαν στην κατηγορία των ταχυμεταφορών**

εγγράφων, ενώ οι μεγαλύτερες αυξήσεις πραγματοποιήθηκαν στις ταχυμεταφορές δεμάτων. Το γεγονός ότι μειώνονται τα τιμολόγια αποτελεί απόδειξη λειτουργίας συνθηκών ανταγωνισμού στο τομέα των εγγράφων, που αντιστοιχεί στο 80% περίπου της συνολικής ζήτησης. Επισημαίνεται ότι οι παράγοντες που θεωρούνται ως εξαιρετικά σημαντικοί στην διαμόρφωση των τιμών των ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι ο χρόνος επίδοσης του ταχυδρομικού αντικειμένου, το βάρος και ο τύπος προορισμού του.

Η **ανάλυση της κατανομής των διαφόρων κατηγοριών κόστους** που ανακύπτουν από την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών, αναδεικνύει **τις αμοιβές προσωπικού ως τον πλέον σπουδαίο παράγοντα (34%)**, ενώ ακολουθούν **τα λειτουργικά έξοδα (26%)**, **τα μεταφορικά μέσα (19%)** και **τα λοιπά έξοδα (12%)**, τα οποία κατά κύριο λόγο αφορούν τις προμήθειες που παρέχουν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών σε άλλες, συνεργαζόμενες με αυτές επιχειρήσεις, και τέλος οι δαπάνες για τεχνολογικό εξοπλισμό (9%) .

Όσον αφορά στο **ανθρώπινο δυναμικό, το 2003 οι αδειοδοτημένες επιχειρήσεις, μαζί με τις επιχειρήσεις – μέλη του Δικτύου τους, εκτιμάται ότι απασχόλησαν 7.294 εργαζομένους**, εκ των οποίων το 81,1% αφορούσε προσωπικό πλήρους απασχόλησης, ενώ το υπόλοιπο ήταν εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης. Γενικά, η απασχόληση στον κλάδο δεν χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένες δεξιότητες γεγονός που εξηγεί και το υψηλό ποσοστό μερικώς απασχολούμενων αλλά και το γεγονός ότι στην συντριπτική τους πλειοψηφία (91,1%) οι απασχολούμενοι στον κλάδο είναι απόφοιτοι μέσης ή υποχρεωτικής εκπαίδευσης.

Τονίζεται ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών αντιμετωπίζει δυσκολίες στην εύρεση ανθρώπινου δυναμικού. Ειδικότερα, οι ειδικότητες στις οποίες παρουσιάζονται οι μεγαλύτερες

δυσκολίες είναι τα στελέχη παραγωγής και διοίκησης, οι διανομείς και οι οδηγοί με ιδιότητα δίκυκλα.

Όσον αφορά την **τεχνολογική υποδομή** των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, σημειώνεται ότι ένα **μικρό ποσοστό των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί προηγμένες τεχνολογίες**, όπως για παράδειγμα σαρωτές (scanner) που χρησιμοποιούν οι διανομείς και ημιαυτοματοποιημένα συστήματα διαλογής. Ειδικότερα, η εφαρμογή προηγμένης τεχνολογίας είναι δυνατή για επιχειρήσεις με σημαντικό αριθμό διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων, μπορεί δε να οδηγήσει σε επιπλέον αύξηση της συγκέντρωσης της αγοράς σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων.

Λαμβάνοντας, όμως, υπόψη το γεγονός ότι η εξέλιξη της τεχνολογίας δημιουργεί νέες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις, επισημαίνεται η αναγκαιότητα των επενδύσεων για εκσυγχρονισμό της τεχνολογικής υποδομής, αφού μέσω αυτών επιτρέπεται η επέκταση των παρεχομένων υπηρεσιών αλλά ιδιαίτερα η βελτίωση της ποιότητάς τους.

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Η αγορά ταχυμεταφορών χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης αφού κατά το 2003 οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις διακίνησαν το 77,4% του συνολικού αριθμού των αντικειμένων της αγοράς και κατέχουν το 70,8% των συνολικών εσόδων. Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών της αγοράς είναι χαμηλή, σε αντίθεση με την δύναμη των πελατών της εν λόγω αγοράς που θεωρείται ιδιαίτερα υψηλή. Επίσης, ο κίνδυνος που υπάρχει από νέες εισόδους στην αγορά δεν είναι υψηλός, καθώς οι οικονομίες κλίμακας είναι δύσκολο να επιτευχθούν από μικρές επιχειρήσεις και το αναγκαίο κεφάλαιο που απαιτείται για να δραστηριοποιηθεί μια εταιρία στην Ελλάδα είναι υψηλό λόγω των σημαντικών επενδύσεων σε υποδομές. Κατά συνέπεια, μόνο οι μεγάλες εταιρείες έχουν και θα έχουν στο μέλλον

την δυνατότητα να εισέλθουν στην ελληνική αγορά. Τέλος, μικρή είναι η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα και υπηρεσίες για την αγορά ταχυμεταφορών στο άμεσο μέλλον. Μακροπρόθεσμα, όμως, θα πρέπει να περιμένουμε αρνητικές επιδράσεις στην αγορά από την χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, των ηλεκτρονικών υπογραφών και του ηλεκτρονικού πρωτοκόλλου.

Οι **στρατηγικές** των μεγάλων επιχειρήσεων επικεντρώνονται στην παροχή εξειδικευμένων ταχυδρομικών υπηρεσιών, καθώς και στις επενδύσεις για εκσυγχρονισμό της τεχνολογικής τους υποδομής, για επιμόρφωση του ανθρωπίνου δυναμικού αλλά και για επέκταση του δικτύου τους. Συχνά μεταξύ των μεγάλων επιχειρήσεων παρατηρούνται συνεργασίες, προκειμένου να αυξήσουν το μερίδιο τους στην αγορά και να αντιμετωπίσουν τον ισχυρό ανταγωνισμό που επικρατεί. Επίσης, πολυεθνικές εταιρείες που δεν επιλέγουν την ανάπτυξη αυτόνομου δικτύου στην εγχώρια αγορά, συνεργάζονται με μεσαίες ή και με μικρότερες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών που λειτουργούν σε τοπικό επίπεδο, προκειμένου να αποκτήσουν σημεία εξυπηρέτησης σε όλη τη χώρα. Αντίστοιχα, επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν δίκτυο για διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στο εξωτερικό συνεργάζονται με πολυεθνικές επιχειρήσεις ταχυμεταφορών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Τέλος, οι μεσαίες επιχειρήσεις του κλάδου συνεργάζονται με τοπικές επιχειρήσεις προκειμένου να επεκτείνουν το δίκτυό τους και να πετύχουν οικονομίες κλίμακας, με απώτερο σκοπό την οικονομική τους ανάπτυξη και ειδικότερα τη δημιουργία προϋποθέσεων ολοκληρωμένης παροχής υπηρεσιών τόσο ως προς τις περιοχές εξυπηρέτησης όσο και ως προς το προϊόντικό χαρτοφυλάκιο. Αποτέλεσμα αυτού είναι η πρόοδος του ανταγωνισμού. Έχουμε διαφορετικές χρεώσεις, διαφορετικές πολιτικές προώθησης, και όφελος για τον χρήστη.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

Οι επιχειρήσεις σήμερα λειτουργούν σε ένα περιβάλλον πολύπλοκο και πολύ αβέβαιο. Ένα περιβάλλον που επηρεάζεται τόσο από την πρόοδο των τεχνολογιών όσο και των κοινωνικοπολιτικών εξελίξεων. Ο ανταγωνισμός είναι παγκόσμιος. Τα σύνορα των κρατών δεν είναι εμπόδιο και δεν αποτελούν διαχωριστικές γραμμές. Τα χαρακτηριστικά αυτά είναι απειλή για εκείνους που δεν κατανοούν τα μηνύματα των καιρών και συνεχίζουν με παλιά επιχειρηματικά μοντέλα.

Ένα πρόβλημα που επισημαίνεται από τις μεγαλύτερες, κυρίως, επιχειρήσεις είναι ότι τα τελευταία χρόνια έχει επικρατήσει μια πίεση στις τιμές των παρεχομένων υπηρεσιών. Άλλο πρόβλημα που παρατηρείται στην αγορά είναι η παρουσία αρκετών τοπικών επιχειρήσεων οικογενειακού τύπου, που δεν διαθέτουν άδεια παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και ταυτόχρονα δεν διαθέτουν τις κατάλληλες υποδομές για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών.

Ένα σημαντικό θέμα που έχει ανακύψει, στο νέο περιβάλλον, είναι το μέγεθος της επιχείρησης. Ορισμένοι υποστηρίζουν πως μόνο οι μεγάλοι θα επιβιώσουν. Άλλοι πως υπάρχει χώρος και για τους μικρούς. Η αύξηση του βαθμού συγκέντρωσης μάλλον επιβεβαιώνει τους πρώτους, ενώ οι δεύτεροι βρίσκουν το δίκιο τους σε ορισμένες μόνο περιπτώσεις, όπου οι εταιρείες καταλαμβάνουν γωνιές της αγοράς όπως τοπικές αγορές ή εντάσσονται σε δίκτυο συνεργασιών με μεσαίες επιχειρήσεις ώστε από κοινού να αποκτήσουν το κρίσιμο μέγεθος βιώσιμης επιχείρησης.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν πρόκειται να χαράζουν νέους δρόμους, δεν πρόκειται να ανακαλύψουν νέες δομές. Σε όλο τον κόσμο και φυσικά και στη χώρα μας βρίσκονται μπροστά σε προκλήσεις που σηματοδοτούνται από τον παγκόσμιο ανταγωνισμό, το περιβάλλον, την ανεργία, την

γήρανση των εργαζομένων, τα δημογραφικά προβλήματα, την μετανάστευση, τις νέες μορφές εργασίας αλλά πάνω από όλα τις επιλογές των καταναλωτών.

ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ

Όσον αφορά τις **προοπτικές εξέλιξης της αγοράς ταχυμεταφορών** την περίοδο 2003-2006, οι εκπρόσωποι της αγοράς θεωρούν ότι θα παρατηρηθεί αύξηση της ζήτησης σε όλες τις κατηγορίες των ταχυδρομικών κατηγοριών. Ειδικότερα, **για τις ταχυμεταφορές εγγράφων προβλέπεται αύξηση της ζήτησης κατά 6,5%, για τις ταχυμεταφορές δεμάτων 10,6%, για την διακίνηση διαφημιστικών αντικειμένων χωρίς διεύθυνση παραλήπτη 5,6%, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για την προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων και την ανταλλαγή εγγράφων είναι 1,2% και 4,3%.**

Οφέλη θα επιδιωχθούν και από την πρόσφατη διεύρυνση της ΕΕ . Έγκαιρα με την ένταξη των νέων κρατών-μελών επιχειρήσεις ταχυμεταφοράς προσφέρουν στους πελάτες τους ίδιες συνθήκες εξυπηρέτησης όπως ισχύουν για τα παλιά κράτη-μέλη.

Η αλλαγή είναι σημαντική . Θα δημιουργηθεί μία αγορά άνω των 450 εκατομμυρίων χρηστών. Θα προστεθούν 20% περισσότεροι χρήστες, θα υπάρχουν κατά δύο τρίτα περισσότερα κράτη-μέλη και το ΑΕΠ θα αυξηθεί κατά 5%. Υπάρχει σαφώς μία μεγάλη ευκαιρία στην αγορά αυτή και οι ελληνικές επιχειρήσεις άλλων κλάδων έχουν ήδη αρχίσει να το εκμεταλλεύονται.

Συνοψίζοντας τα κύρια χαρακτηριστικά της Αγοράς Ταχυμεταφορών είναι η διαρκής αναδόμηση, η σύναψη συνεργασιών και η γρήγορη ανταπόκριση στις απαιτήσεις της αγοράς.

