

---

*Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων*

*Ημερίδα*

*«Το μέλλον της Ταχυδρομικής Αγοράς: Ρυθμιστικές Προκλήσεις και Εργαλεία Ανάπτυξης»*

*21 Απριλίου 2010, Ξενοδοχείο Divani Caravel*

**Η ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗ ΑΓΟΡΑ**

**ΜΕΣΑ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ**

**ΤΗΣ ΕΥΡΥΤΕΡΗΣ ΑΓΟΡΑΣ LOGISTICS**

*Υπό Σταμάτη Ανδριανόπουλου,  
Executive Consultant Planning A.E.*

**|P|L|A|N|N|I|N|G|**

# **ΜΕΡΟΣ Α**

Η ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗ ΑΓΟΡΑ  
ΕΙΝΑΙ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΜΕΡΟΣ ΚΑΙ ΜΕΛΟΣ  
ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ LOGISTICS

## Η Ελλάδα δεν έχει αναγνωρίσει τον κομβικό ρόλο των Logistics στην εθνική οικονομία

- Τα Logistics και γενικά η εφοδιαστική αλυσίδα αναγνωρίζονται διεθνώς σαν ένας από τους κορυφαίους σε ρυθμό ανάπτυξης κλάδους με ποσοστά της τάξης του 4 έως 8% που είναι κατά μέσο όρο 2,5 φορές η μέση αύξηση του ΑΕΠ.
- Υπολογίζεται η συμμετοχή της στα 13,8% του ΑΕΠ διεθνώς ή 5,4 τρις €.
- Στην Ελλάδα όπως έδειξε πρόσφατη έρευνα που διεξήγαγε η PLANNING κατ' εντολή της Γ.Γ.ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ και με τη συνεργασία της EEL η συμμετοχή της εφοδιαστικής στο ΑΕΠ είναι μόλις 6,5% και πάλι βεβαίως είναι κλάδος που έχει δυναμική να φθάσει σε επίπεδο ανάπτυξης και συμμετοχής στα επίπεδα του τουρισμού.
- Δυστυχώς λείπει μια εθνική στρατηγική Logistics, ένα 5ετές επιχειρησιακό σχέδιο για το χώρο.
- Η ταχυδρομική αγορά είναι μέρος του ευρύτερου χώρου των Logistics και γενικά της εφοδιαστικής αλυσίδας, αν την κατηγοριοποιήσουμε με βάση το μέγεθος των μεταφερόμενων προϊόντων. Στην Ελλάδα, βέβαια, έχουμε συνηθίσει όταν αναφερόμαστε στον χώρο των Logistics να τον εξετάζουμε κυρίως υπό το πρίσμα της διακίνησης μεγαλοποσοτήτων, κατά κανόνα σε παλέτες.
- Η έλλειψη εθνικής στρατηγικής Logistics επηρεάζει προφανώς και την εθνική στρατηγική στην ταχυδρομική αγορά

## Η ταχυδρομική αγορά είναι μέλος της ευρύτερης αγοράς Logistics

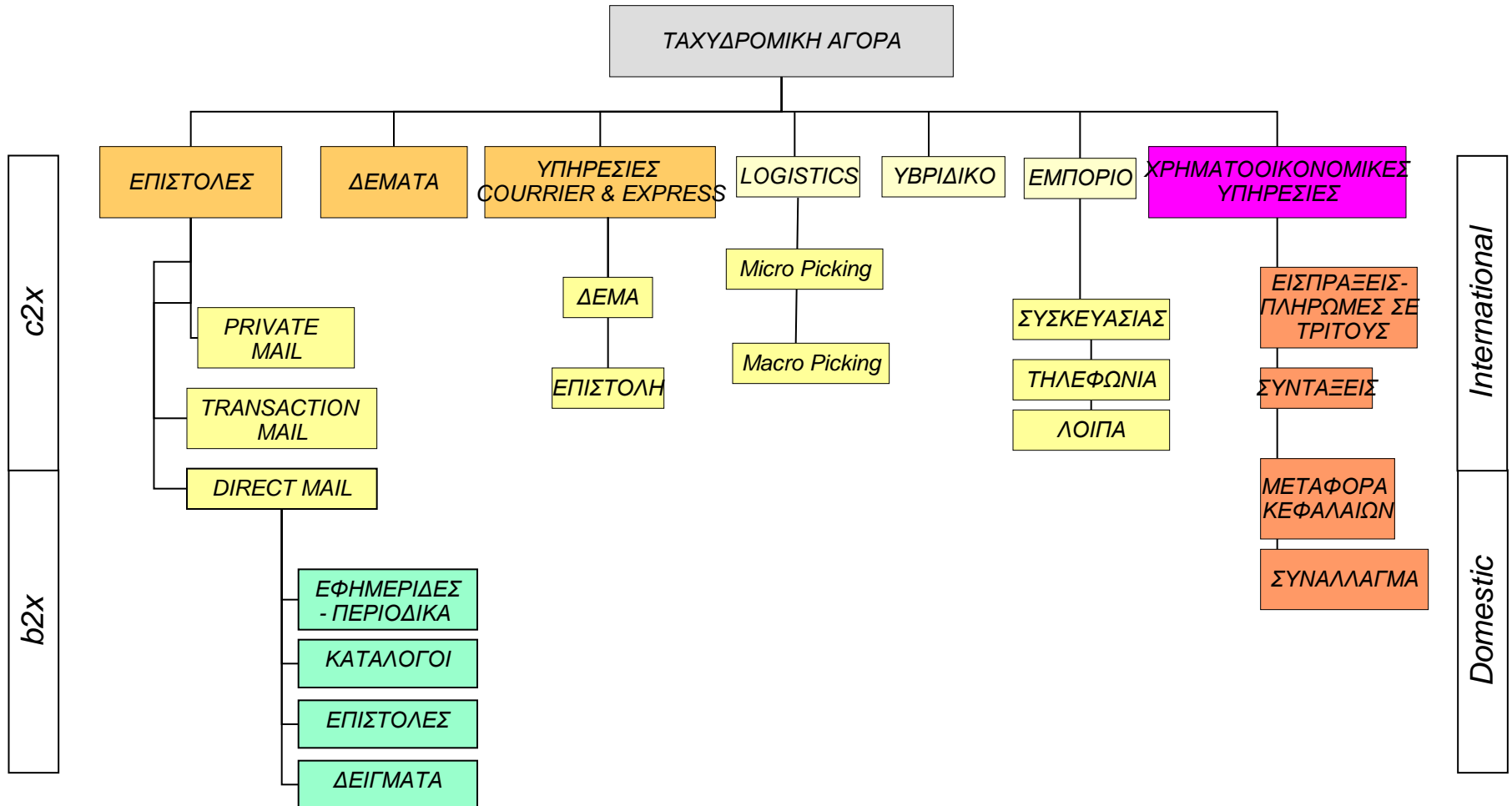
- Η σύγχρονη τάση, όμως, δεδομένων αφενός της τάσης για κατάργηση ενδιάμεσων κρίκων της εφοδιαστικής αλυσίδας και άμεσης προσέγγισης του τελικού καταναλωτή και αφετέρου της διείσδυσης του e-commerce είναι υπέρ της μικροδιανομής και των μικροκιβωτίων.
- Η PLANNING είχε εκπονήσει για τα ΕΛΤΑ την περίοδο του 2005 μελέτη που ερευνούσε την ταχυδρομική αγορά στην ευρύτερη Βαλκανική περιοχή με στόχο τη διάγνωση ευκαιριών διείσδυσης των ΕΛΤΑ σ' αυτήν. Παρ' ότι έχει παρέλθει μια 5ετία από την εκπόνηση της μελέτης πιστεύουμε ότι ορισμένα στατιστικά στοιχεία και αντίστοιχα συμπεράσματα εξακολουθούν να ισχύουν και αξίζει να αναφερθούν.
- Οι στρατηγικές που προτάθηκαν ήταν αφενός στρατηγικές **συνεργιών** σε 4 άξονες
  - Ανάληψη sorting για ορισμένες χώρες
  - Κοινό transport με τη δημιουργία hub στο Ελ. Βενιζέλος
  - Βαλκανικό δέμα
  - Βαλκανικό courier

Και αφετέρου στρατηγικές **διείσδυσης** σε 3 άξονες

- Transaction από Ελλάδα
- B2X επιστολικό
- B2X δέματα

# ΚΑΝΑΛΙΑΚΗ ΚΑΙ ΠΡΟΙΟΝΤΙΚΗ ΔΙΑΣΠΑΣΗ

Η κατάτμηση της ταχυδρομικής αγοράς μπορεί να γίνει υπό το πρίσμα δύο διαφορετικών διαστάσεων οι οποίες αντικατοπτρίζουν τα διαφορετικά χαρακτηριστικά της παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών. Η μία διάσταση αφορά στην φύση των προσφερόμενων υπηρεσιών ( Προϊοντική διάσταση ) και η άλλη αφορά στην φύση του αποστολέα και του παραλήπτη ( Καναλιακή διάσταση).



# ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ

ΑΠΟ ΠΡΟΣ	Consumer	Business
Consumer	<p><b>5 %</b></p> <p>Το 5% που αντιπροσωπεύει η διακίνηση από C προς C φαίνεται χαμηλό . Το μεγαλύτερο μέρος της διακίνησης από C προς C είναι τυπικές ευχές - γεννήσεις, θάνατοι και γάμοι, Χριστούγεννα και γενέθλια, προσκλήσεις, αποδοχές και ευχαριστίες, και κάρτες διακοπών.</p>	<p><b>65 %</b></p> <p>Οι αποστολές από B προς C είναι η κατά πολύ μεγαλύτερη συνιστώσα της ταχυδρομικής διακίνησης. Οι επιχειρήσεις είναι, επομένως, οι πιο σημαντικοί πελάτες των ταχυδρομικών υπηρεσιών. Το μεγαλύτερο μέρος της διακίνησης είναι διαφημιστικό ταχυδρομείο, λογαριασμοί και τραπεζική αλληλογραφία.</p>
Business	<p><b>10 %</b></p> <p>Μόνο το 10 % αυτής της διακίνησης ρέει προς την αντίθετη κατεύθυνση - από C προς B.</p>	<p><b>20 %</b></p> <p>Η διακίνηση από B προς B αντιπροσωπεύει μικρό ποσοστό του συνόλου. Το γεγονός αυτό οφείλεται τόσο στην δράση των εταιρειών courier αλλά και στην χρήση των επικοινωνιών - τηλεφώνου, φαξ και Internet.</p>

( Πηγή: Ecorys 2005)

Η πολιτική της Regional Strategy στον χώρο του επιστολικού B2X έχει κατεξοχήν εφαρμογή στον χώρο των transactions. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η Citibank που τυπώνει και διακινεί από την Ολλανδία όλα τα statements που αφορούν τραπεζικές συναλλαγές και από την Γαλλία τα transactions που αφορούν πιστωτικές κάρτες, δίνοντας το αντίστοιχο έργο στα αντίστοιχα εθνικά ταχυδρομεία. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον αποκτά η εμπλοκή των Ισπανικών ταχυδρομείων που αναλαμβάνουν ήδη μεγάλο μέρος της συγκεκριμένης διακίνησης παρόλο που η εκτύπωση των statements δεν γίνεται στην χώρα τους.

Εξάλλου και στην Ελλάδα υπάρχει χαρακτηριστικό παράδειγμα η First Data που διαχειρίζεται τα transactions για τράπεζες της Αλβανίας, Ρουμανίας, Κύπρου, Βουλγαρίας και Σερβίας.

## ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ – ΔΕΜΑΤΑ

Ως ταχυδρομικά δεματά ορίζονται τα αντικείμενα, που αποστέλλονται με το Ταχυδρομείο και έχουν ορισμένο βάρος και διαστάσεις με ανώτατο όριο τα 25 κιλά στις περισσότερες χώρες

Η αναμενόμενη αύξηση του Direct Mail έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση της αγοράς των ταχυδρομικών δεμάτων μακροπρόθεσμα.

Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελεί επιπλέον παράγοντα αύξησης των ταχυδρομικών δεμάτων αλλά λόγω της χαμηλής χρήσης του Internet στην υπό εξέταση αγορά η αύξηση αυτή δεν προβλέπεται να είναι μεγάλη.

Η αγορά των δεμάτων στις χώρες της Βαλκανικής είναι ιδιαίτερα σημαντική λόγω των μεταναστών, δεν είναι όμως χώρος που τον εκμεταλλεύονται τα Εθνικά Ταχυδρομεία αλλά οι εναλλακτικοί φορείς όπως Τουριστικά πρακτορεία, μεταφορικές εταιρείες, transportation companies κλπ.

Επίσης το B2X μέρος της αγοράς αυτής προτιμά της υπηρεσίες ταχυμεταφορών παρά το αυξημένο κόστος κυρίως λόγω της έλλειψης διαδικασιών ολοκληρωμένου track & trace καθόλο το μήκος της εφοδιαστικής αλυσίδας (door to door) και αξιοπιστίας χρόνου παράδοσης.

Εξάλλου και η διαφορά κόστους μεταξύ κανονικής αποστολής δέματος και αποστολής του μέσω ταχυμεταφοράς δεν είναι συντριπτική. Χαρακτηριστικά για ένα δέμα 5 κιλών προς Αλβανία η τιμή των ΕΛΤΑ είναι 46 € όταν οι Ταχυμεταφορές ζητούν 56,93€, η φθηνότερη τιμή από ιδιωτική εταιρεία είναι 28€ και η αμέσως επόμενη από διεθνή εταιρεία είναι 70€. Αντίστοιχες είναι οι τιμές προς Ρουμανία μόνο που εδώ δεν υπάρχει η χαμηλή τιμή των 28€.

Η ανάγκη συνεργασίας μεταξύ των Βαλκανικών εθνικών φορέων ταχυδρομικών υπηρεσιών στον χώρο του δέματος για επίτευξη συνεργιών κόστους και ποιότητας προκύπτει επιτακτική.

		Company 1	Company 2	Company 3	Company 4	ELTA (EMS)	ELTA (priority A)
Letter 0,5kg	ALBANIA	42,00	30,49	15,39	15,00	24,36	5,5
	BOULGARIA	42,00	30,49	15,39	15,00	24,36	5,5
	CYPROS	39,50	29,41	14,51	15,00	24,36	4,8
	ROMANIA	42,00	30,49	15,39	34,50	24,36	5,5
	SERVIA	42,00	30,49	15,39	34,50	24,36	5,5
	SKOPIA	42,00	30,49	15,39	34,50	24,36	5,5
	TURKEY	42,00	30,49	15,39	34,50	24,36	5,5
Parcel 5kg	ALBANIA	115	106,35	70,18	28,5	56,93	46
	BOULGARIA	115	106,35	70,18	28,5	56,93	46
	CYPROS	115	83,79	59,36	28,5	56,93	34
	ROMANIA	115	106,35	70,18	120,95	56,93	46
	SERVIA	115	106,35	70,18	120,95	56,93	46
	SKOPIA	115	106,35	70,18	120,95	56,93	46
	TURKEY	115	106,35	70,18	120,95	56,93	46
Parcel 20kg	ALBANIA	165	192	130,77	73,50	127,66	121
	BOULGARIA	165	192	130,77	73,50	127,66	121
	CYPROS	165	160,14	124,44	73,50	127,66	86,5
	ROMANIA	165	192	130,77	223,95	127,66	121
	SERVIA	165	192	130,77	223,95	127,66	121
	SKOPIA	165	192	130,77	223,95	127,66	121
	TURKEY	165	192	130,77	223,95	127,66	121

## ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ – COURIER

*Οι υπηρεσίες αυτές αφορούν στην αποστολή επιστολών και δεμάτων σε χρόνους παράδοσης ιδιαίτερα μικρούς. Η τάση τόσο της ελληνικής όσο και της Βαλκανικής αγοράς χαρακτηρίζεται από την απαίτηση για παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών η οποίες εμπίπτουν στον κλάδο των ταχυμεταφορών.*

*Η αύξηση της χρήσης του ηλεκτρονικού εμπορίου από την μία και οι συνεχώς αυξανόμενες αιτήσεις των πελατών για αναβαθμισμένες υπηρεσίες μεταφοράς έχουν ως αποτέλεσμα την αύξηση του κλάδου των ταχυμεταφορών στην υπό μελέτη αγορά.*

*Σύμφωνα με μελέτη του UPU ποσοστό της τάξης του 85 – 89 % των παροχέων καθολικών υπηρεσιών προβλέπουν αύξηση του τομέα των ταχυμεταφορών για τις χώρες της Βαλκανικής.*

*Η αγορά των ταχυμεταφορών στην Ελλάδα σημειώνει σημαντική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια με κύρια δραστηριοποίηση στην διακίνηση εγγράφων και μικροδεμάτων. Χαρακτηριστικό της εγχώριας ελληνικής αγοράς αποτελεί το γεγονός του υψηλού βαθμού συγκέντρωσης στο άνω άκρο της αγοράς. (3-4 εταιρείες έχουν το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς).*

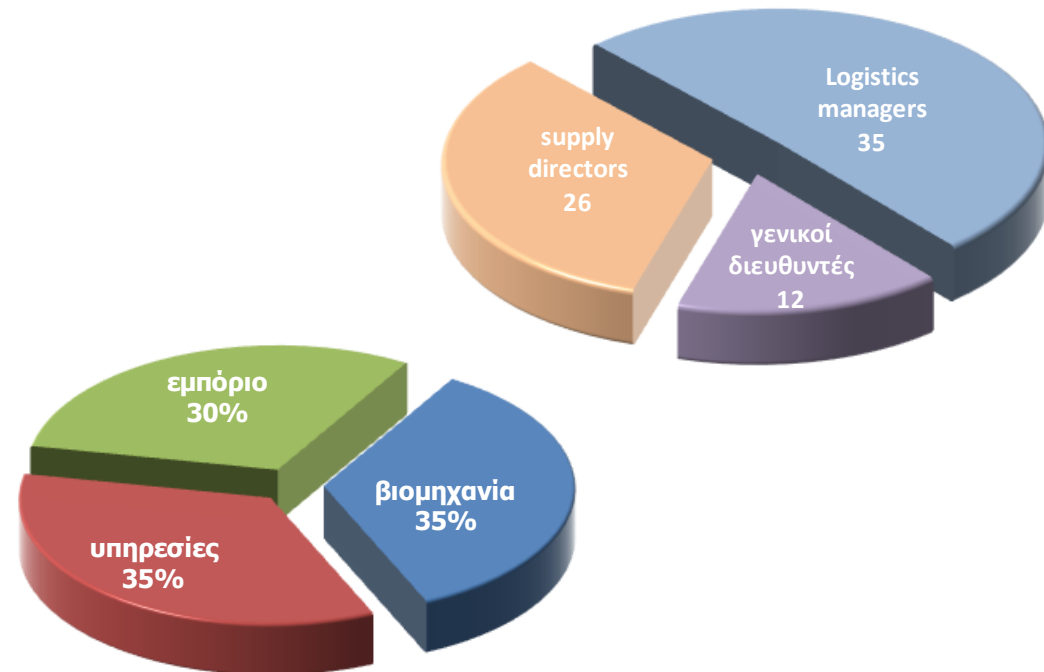
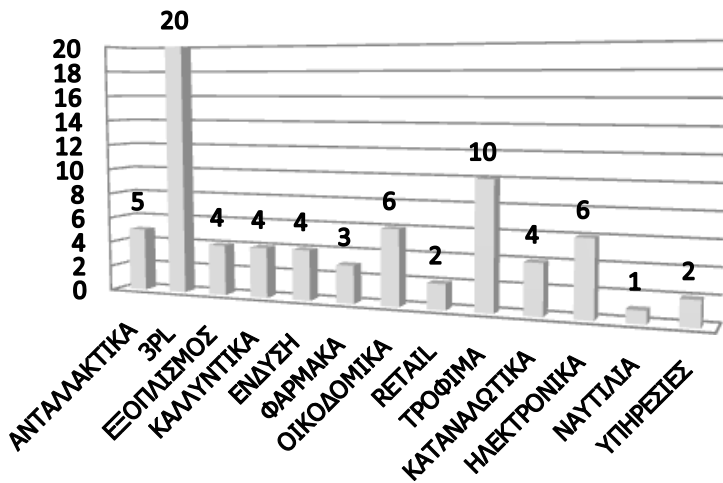


***ΜΕΡΟΣ Β***

**ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ  
LOGISTICS**

## Η 2<sup>η</sup> πανελλήνια έρευνα εφοδιαστικής αλυσίδας

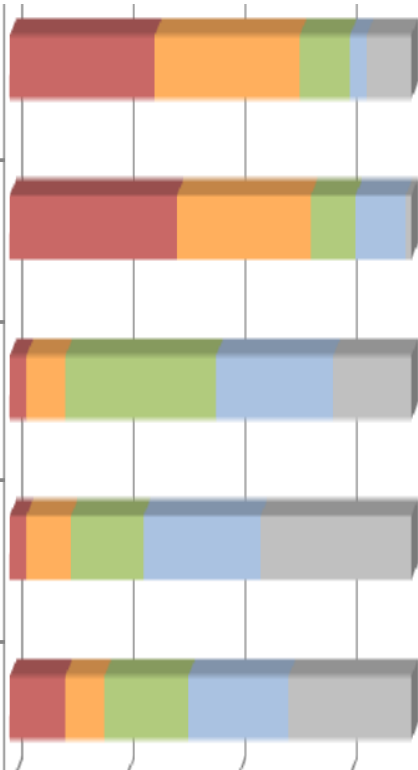
- Η PLANNING στα πλαίσια του 13<sup>ου</sup> πανελληνίου συνέδριου της EEL, διενέργησε έρευνα μέσω ερωτηματολογίου εντοπισμού των τάσεων και αναγκών της ελληνικής αγοράς Logistics.
- Στην έρευνα απάντησαν 73 διακεκριμένοι Έλληνες logisticians. Ήταν επιλογή της ομάδας το επίπεδο που θα απευθυνθεί να είναι ιδιαίτερα υψηλό δεδομένου ότι κατ' εξοχήν τα υψηλόβαθμα στελέχη του χώρου έχουν άποψη για θέματα στρατηγικής.



## ΤΟΜΕΑΣ: «ΕΘΝΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ LOGISTICS»

### Κατανομή βαθμολογίας

5 4 3 2 1



Ποια είναι τα **ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ** που αντιμετωπίζετε από υστέρηση σε βασικούς άξονες του τομέα;

Μη ύπαρξη Συνολικού Σχεδίου Δράσης με αποτέλεσμα α) την έλλειψη συνολικής στρατηγικής για τον κλάδο και β) Δαιδαλώδες νομοθετικό πλαίσιο

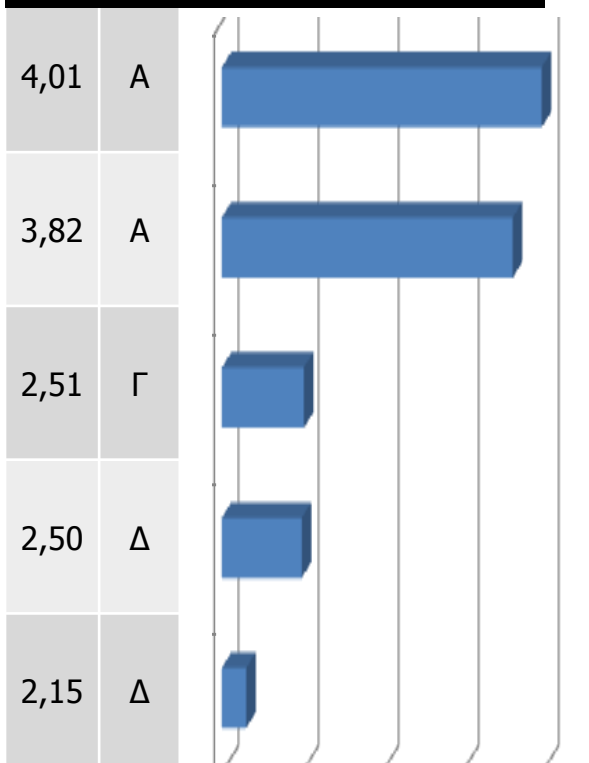
Μη συνειδητοποίηση, από την Πολιτεία, της συμβολής της αγοράς Εφοδιαστικής Αλυσίδας στην Ελληνική Οικονομία και της δυνατότητας ανάπτυξής της, έλλειψη Επιχειρησιακού Σχεδίου/Master Plan

Έλλειψη ενός φορέα που θα προβάλλει τη χώρα μας ως logistics κόμβο της ευρύτερης γεωγραφικής περιοχής

Χαμηλός βαθμός ενσωμάτωσης των δραστηριοτήτων Logistics στο σύνολο των κρατικών προγραμμάτων ενίσχυσης της Επιχειρηματικότητας

Έλλειψη υποστήριξης για την εξάπλωση των Ελληνικών Logistics στις γειτονικές χώρες, τη Νοτιοανατολική Ευρώπη και την ευρύτερη λεκάνη της Μεσογείου

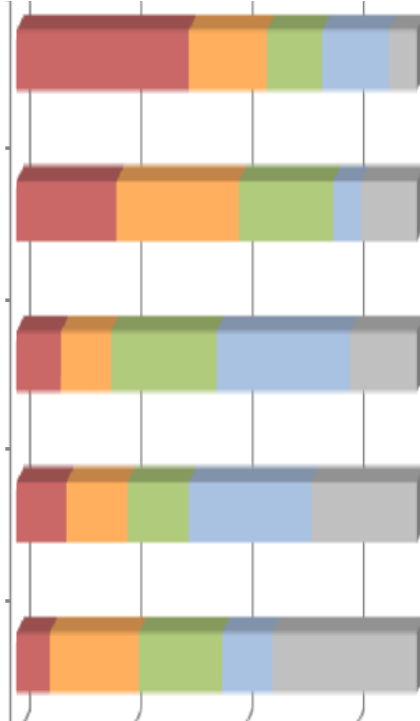
### Βαθμός σημαντικότητας



## ΤΟΜΕΑΣ: «ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ»

Κατανομή βαθμολογίας

5 4 3 2 1



Ποια είναι τα **ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ** που αντιμετωπίζετε από υστέρηση σε βασικούς άξονες του τομέα;

Έλλειψη θεσμοθέτησης αυτόνομων Logistics Περιοχών και κατά κανόνα ενσωμάτωσή τους με Βιομηχανικές Περιοχές

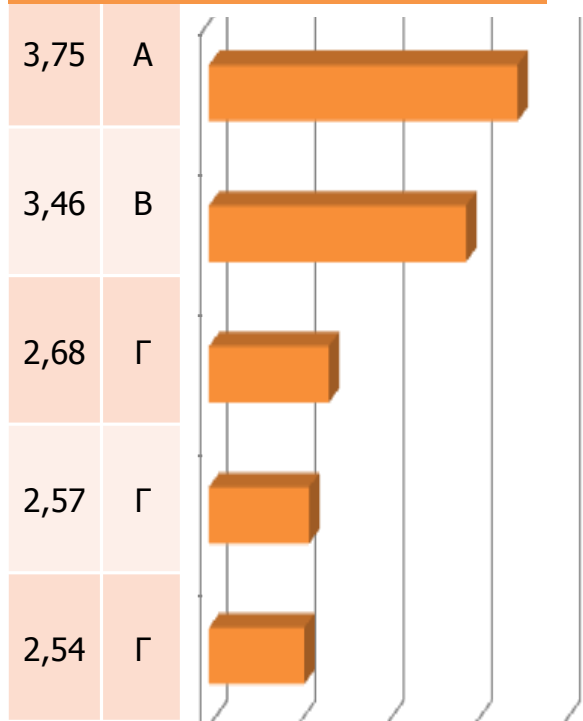
Αδυναμία υλοποίησης Χωροταξικού Σχεδιασμού για δημιουργία δομημένων Logistics Parks εγκατάστασης των αντίστοιχων δραστηριοτήτων ελληνικών επιχειρήσεων

Μεγάλα προβλήματα στην κτήση γης για ανέγερση Logistics εγκαταστάσεων τα οποία εντείνονται ιδιαίτερα λόγω έλλειψης κτηματολογίου

Περιοριστικοί όροι κάλυψης/ δόμησης για ανέγερση εμπορικών αποθηκών / διανεμητικών κέντρων

Μεγάλη γραφειοκρατία κατά την έκδοση των απαιτούμενων αδειών για τη δόμηση και λειτουργία

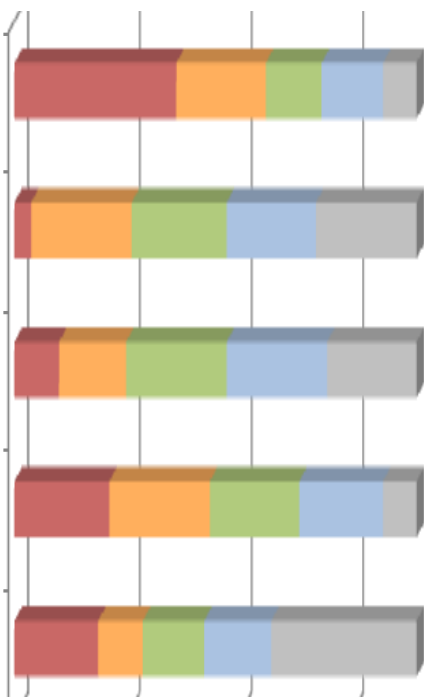
Βαθμός σημαντικότητας



## ΤΟΜΕΑΣ: «ΔΙΚΤΥΑ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ»

### Κατανομή βαθμολογίας

5 4 3 2 1



Ποια είναι τα **ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ** που αντιμετωπίζετε από υστέρηση σε βασικούς άξονες του τομέα;

Καθυστέρηση ολοκλήρωσης βασικών οδικών αξόνων σύνδεσης πόλεων αυξημένης οικονομικής δραστηριότητας / καθυστέρηση ολοκλήρωσης σιδηροδρομικού δικτύου

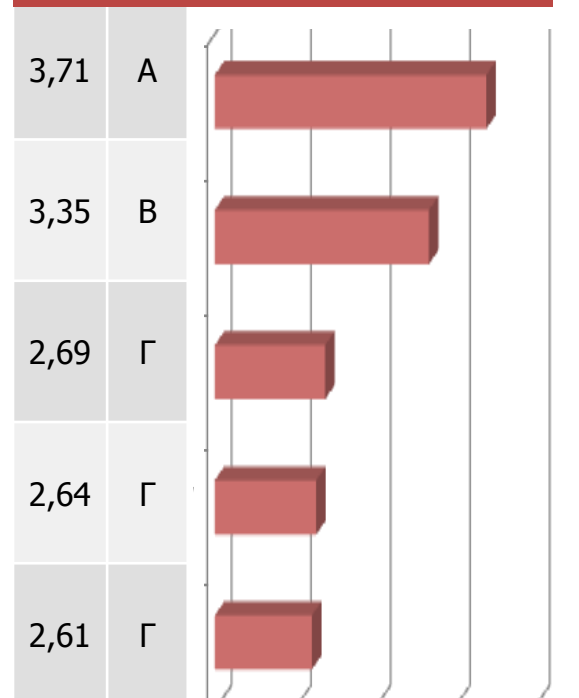
Δυσκολίες εφαρμογής και αξιοποίησης συνδυασμένων μεταφορών ειδικά λόγω περιορισμένης παροχής υπηρεσιών σιδηροδρομικής μεταφοράς

Καθυστερήσεις στην ανανέωση και εκσυγχρονισμό του εθνικού στόλου οδικών μεταφορών

Γραφειοκρατικές καθυστερήσεις και στασιμότητα εμπορευμάτων στις πύλες εισόδου / εξόδου της χώρας (ειδικά από χώρες εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης)

Υψηλό κόστος και περιορισμένο customer service, ειδικά τους καλοκαιρινούς μήνες, από τους παρόχους υπηρεσιών θαλάσσιων εμπορευματικών μεταφορών

### Βαθμός σημαντικότητας



## ΤΟΜΕΑΣ: «ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΑΣ - ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ»

Κατανομή βαθμολογίας

5 4 3 2 1



Ποια είναι τα **ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ** που αντιμετωπίζετε από υστέρηση σε βασικούς άξονες του τομέα;

Έλλειψη καταρτισμένου και με εξειδικευμένες σπουδές μεσαίου στελεχιακού δυναμικού στις διάφορες ειδικότητες των logistics

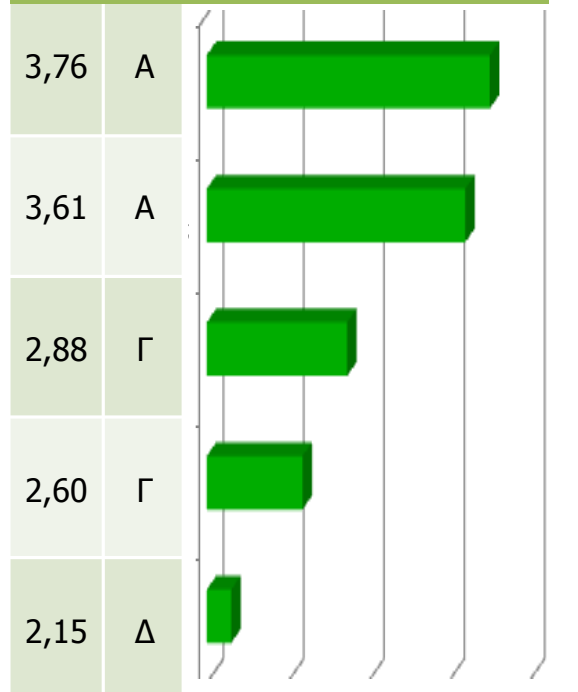
Απασχόληση Logistics Managers ως Project Managers και μη συμμετοχή τους στη διαμόρφωση της συνολικής στρατηγικής της επιχείρησης ως στελέχη πρώτης γραμμής

Έλλειψη managers με εξειδικευμένες σπουδές Εφοδιαστικής Αλυσίδας που θα διοικήσουν τα Ελληνικά Logistics

Έλλειψη κατώτερου προσωπικού που έχει εκπαιδευτεί σε διάφορες εργασίες του χώρου των Logistics

Αναντιστοιχία των προγραμμάτων σπουδών Logistics Ελληνικών Πανεπιστημίων με τις πραγματικές ανάγκες της αγοράς

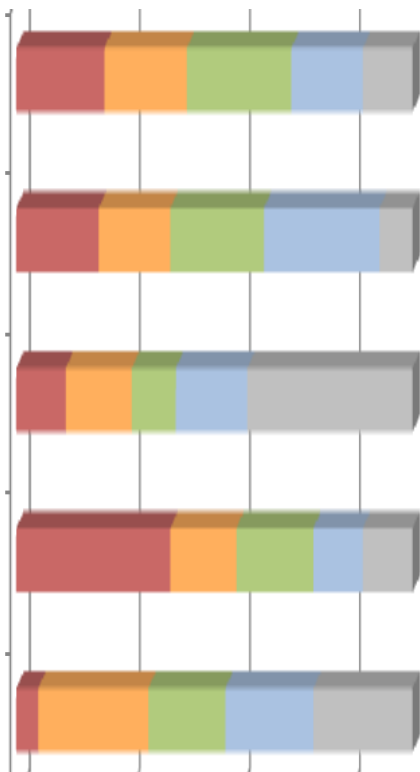
Βαθμός σημαντικότητας



## ΤΟΜΕΑΣ: «ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ»

### Κατανομή βαθμολογίας

5 4 3 2 1



### Ποια είναι τα *ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ* που αντιμετωπίζετε από υστέρηση σε βασικούς άξονες του τομέα;

Έλλειψη κινήτρων για τη χρήση εναλλακτικών μέσων μεταφοράς φιλικότερων στο περιβάλλον (συνδυασμένες μεταφορές)

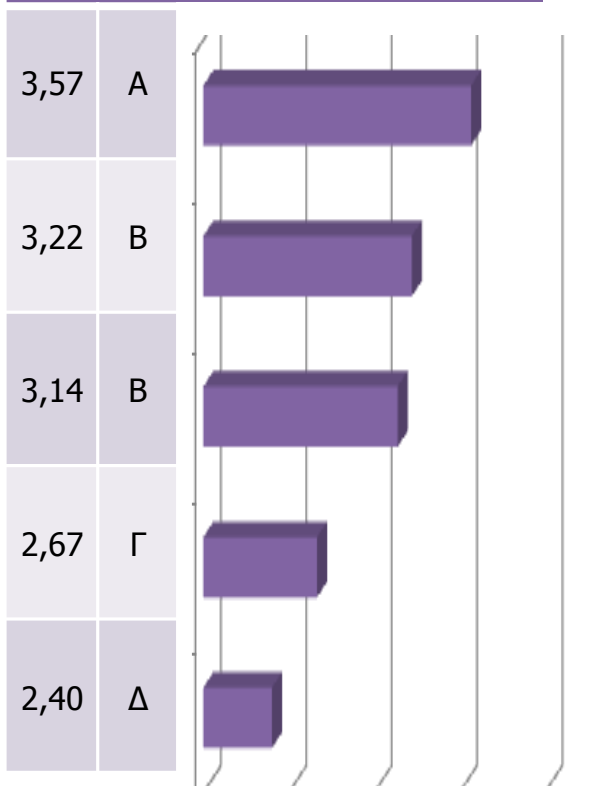
Ελλιπής ενημέρωση για τις νομικές υποχρεώσεις και τα σχετικά με το περιβάλλον προγράμματα επιδοτήσεων, που προκύπτουν από τη συνεχή ενσωμάτωση κοινοτικών οδηγιών

Περιορισμένη προσφορά υπηρεσιών Green Logistics / μη διαμόρφωση σχετικής κουλτούρας

Ανεπαρκής εκμετάλλευση εναλλακτικών τρόπων παραγωγής / χρήσης ενέργειας (ήπιες μορφές ενέργειας)

Ελλείψεις στις υποδομές μεταφοράς και αποθήκευσης για την ασφαλή διαχείριση επικινδύνων εμπορευμάτων / φορτίων ADR

### Βαθμός σημαντικότητας



***ΜΕΡΟΣ Γ***

ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

ΤΗΣ PLANNING

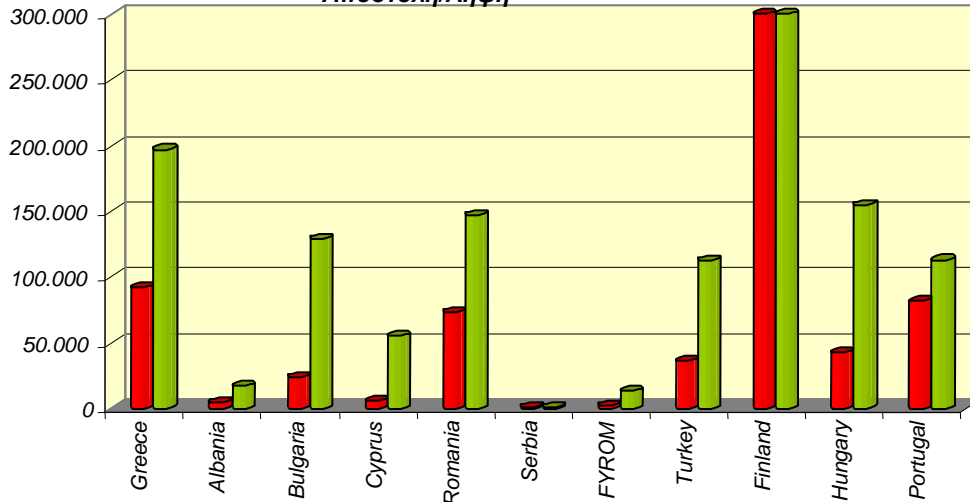


- Η αγορά έχει δυναμική ανάπτυξης αλλά για νέου τύπου παίκτες.

## Η αγορά των Διεθνών δεμάτων είναι μικρή άλλα έχει υψηλές δυνατότητες.

Όγκος διεθνών δεμάτων

Αποστολή/Λήψη



### Σήμερα

✓ Ο όγκος των δεμάτων που λαμβάνονται είναι αρκετά μεγαλύτερος από τον αριθμό των δεμάτων που αποστέλλονται. Οι αριθμοί παρόλα αυτά είναι αρκετά χαμηλοί, κυμαινόμενοι σε ένα επίπεδο χαμηλότερο από 0,025 δέματα συνολικά ανά κάτοικο κάθε έτος (ή 1 δέμα ανά 10 οικογένειες ανά έτος).

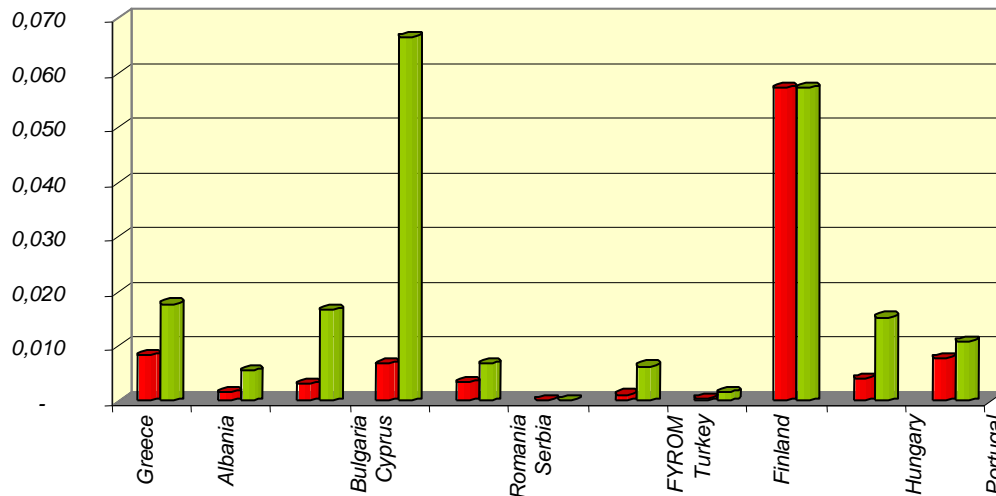
✓ Παρόλα αυτά οι διαφορές μεταξύ των χωρών στις οποίες έγινε η έρευνα δεν είναι τόσο μεγάλη όσο στην αγορά επιστολών εξωτερικού.

### Μέλλον

Εάν ο αριθμός ανά κάτοικο στις υπό εξέταση χώρες αγγίζει τα επίπεδα αυτών στην:

- Ουγγαρία: Ο συνολικός αριθμός δεμάτων θα αυξηθεί κατά 1,73 εκατομμύρια
- Ελλάδα: Ο συνολικός αριθμός των δεμάτων θα αυξηθεί κατά 2,46 εκατομμύρια

Όγκος διεθνών δεμάτων ανά κάτοικο



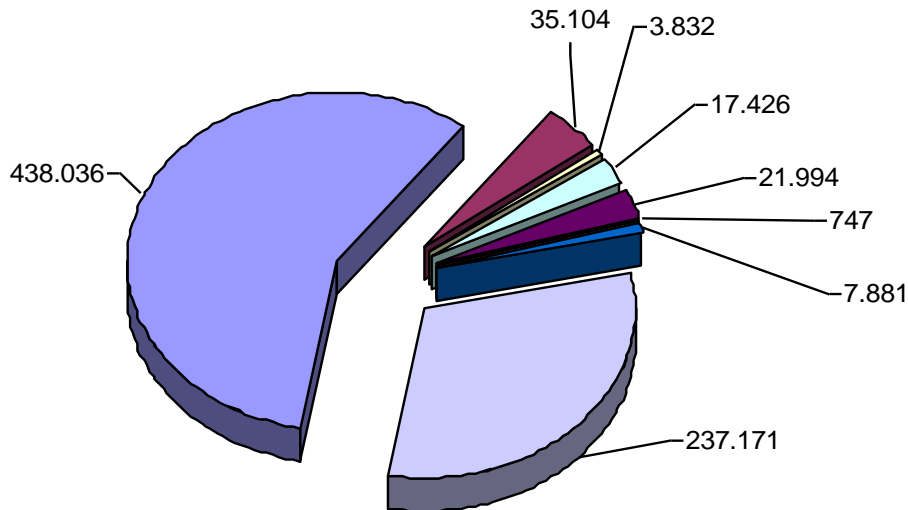
### Παρατηρήσεις

Η αγορά δεμάτων είναι ακόμη πιο δυναμική από την αλληλογραφία γραμμάτων και έχει μεγαλύτερες δυνατότητες ανάπτυξης. Είναι το σημείο στο οποίο θα αναπτυχθεί υψηλός ανταγωνισμός από τις διεθνείς εταιρείες.

## Σημαντική παρουσία μεταναστών

	Albania	Bulgaria	Cyprus	Romania	Serbia	FYROM	Turkey
<b>Immigrants</b>	438.036	35.104	17.426	21.994	3.832	747	7.881
<b>Parcels from Greece per capita</b>	414	1.356	6.590	1.107	281	157	427
<b>Parcels to Greece per capita</b>	121	1.850	238	1.015	148	76	552
	0,0003	0,0527	0,0137	0,0461	0,0386	0,1017	0,0700

Μετανάστες στην Ελλάδα κατά Εθνικότητα



### Σήμερα

Τα δέματα που ανταλλάσσονται μεταξύ της Ελλάδας και των υπόλοιπων υπό εξέταση χωρών (εκτός Κύπρου) είναι 7504.

### Μέλλον

Μετανάστες από τις υπό εξέταση χώρες: 525.000

Μετανάστες από την Αλβανία: 438.000

→ 109.500 τετραμελείς οικογένειες

→ 2 δέματα ετησίως

Συνολικός Όγκος = 219.000 δέματα από Ελλάδα προς Αλβανία

Ένα δέμα 5kg κοστίζει €28 →

Τζίρος : 6.132.000 euros.

### Παρατηρήσεις

Σήμερα ο ανωτέρω αναφερθείς όγκος διαχειρίζεται από ένα μικρό αριθμό ιδιωτικών εταιρειών και ταξιδιωτικά γραφεία. Προκειμένου να γίνει είσοδος σε αυτή την αγορά, οι ταχυδρομικοί φορείς πρέπει να μειώσουν τα κόστη και να βελτιώσουν το επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών προσφέροντας υπηρεσίες όπως Track & Trace

- Η αγορά έχει δυναμική ανάπτυξης αλλά για νέου τύπου παίκτες.
- Ο ανταγωνισμός, όμως, θα είναι έντονος και διεθνοποιημένος.

# ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

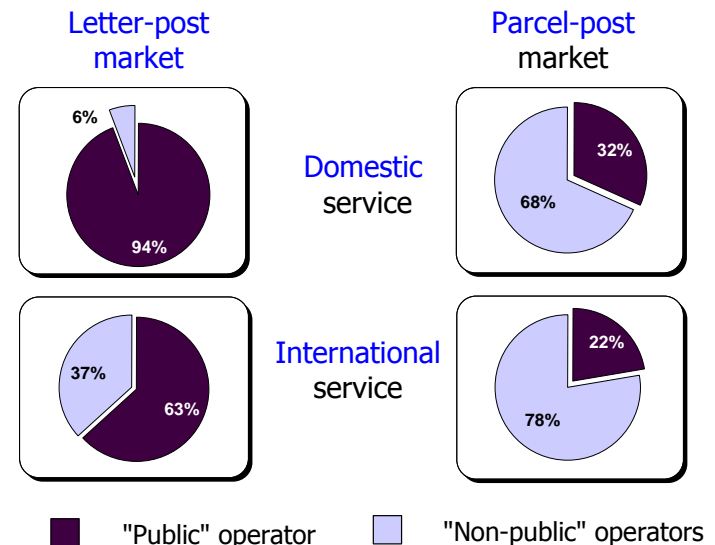
Στην ταχυδρομική αγορά διακρίνονται τρία επίπεδα ανταγωνισμού:

- **Εθνικοί ταχυδρομικοί** φορείς που απολαμβάνουν και το πλεονέκτημα αποκλειστικής παροχής υπηρεσιών σε καθορισμένα market segments.
- **Μικρές τοπικές επιχειρήσεις** που συνεργάζονται μεταξύ τους για να επεκτείνουν τα δίκτυα τους, ώστε να είναι σε θέση να ανταγωνιστούν τις μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες.
- **Πολυεθνικές εταιρίες** που συνεργάζονται με μικρότερες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, που λειτουργούν σε τοπικό επίπεδο, αποκτώντας έτσι πρόσβαση στις εσωτερικές, εθνικές αγορές

Σύμφωνα με την UPU το μερίδιο αγοράς των εθνικών παροχέων στην αγορά επιστολικού είναι 63% στο εξωτερικό και 94 % στην εσωτερική αγορά.

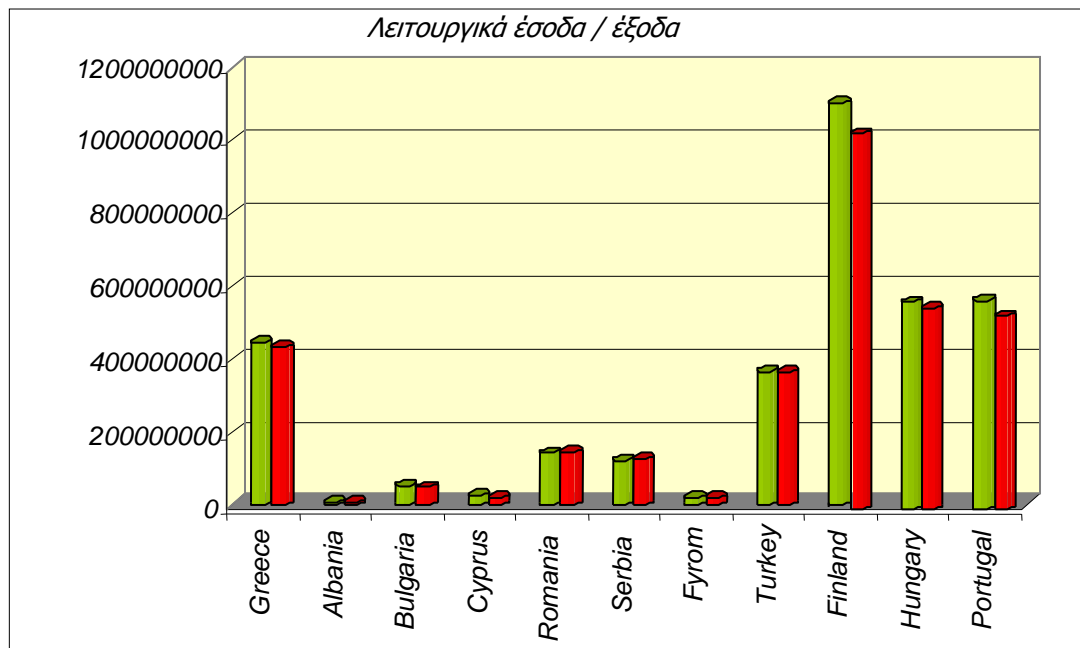
Αντίστοιχα στην αγορά δεμάτων το ποσοστό κυμαίνεται από 22% – 32 %

## Market share (world estimates, 2004)



- Η αγορά έχει δυναμική ανάπτυξης αλλά για νέου τύπου παίκτες.
- Ο ανταγωνισμός, όμως, θα είναι έντονος και διεθνοποιημένος.
- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα θα αποκτήσει όποιος συμπιέσει τα λειτουργικά του έξοδα, λειτουργώντας στα πλαίσια του LEAN MANAGEMENT.

## ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ: Λειτουργικά έσοδα / έξοδα



### Σήμερα

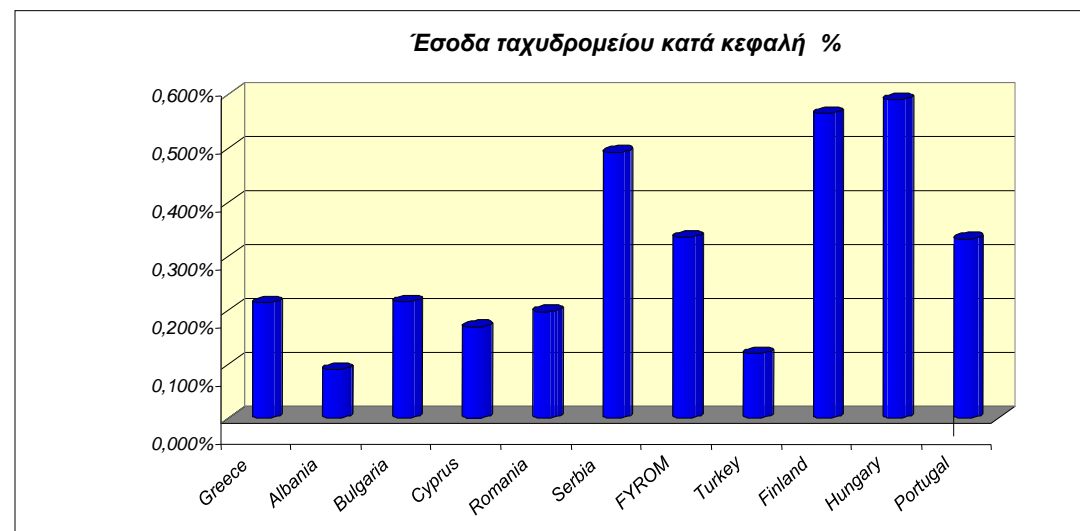
✓ Οι ΡΟ's κάθε χώρας παρουσιάζουν ισορροπημένα έσοδα – έξοδα. Παρόλα αυτά καταλαμβάνουν ένα μικρό μέρος του εισοδήματος της χώρας για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες.

### Μέλλον

Ο συνολικό τζίρος των χωρών που συμμετείχαν στην έρευνα (εκτός Ελλάδος και Τουρκίας) είναι μόλις 324 εκατομμύρια € και 1035 (συμπεριλαμβανομένων Ελλάδος και Τουρκίας). Αν παρόλα αυτά, το ποσοστό του δαπανούμενου εισοδήματος ανά κάτοικο για ταχυδρομικές υπηρεσίες ανέβει στα επίπεδα της Ουγγαρίας, τότε ο συνολικός τζίρος και στις 8 χώρες φτάνει στο ποσό των 3.454 εκατομμυρίων € και επίσης διαμορφώνει υψηλούς τζίρους για την Ευρώπη, δίνοντας διαπραγματευτική δύναμη όποτε απαιτηθεί.

### Παρατηρήσεις

Υπάρχουν υψηλές δυνατότητες ανάπτυξης εφόσον το ταχυδρομικό προϊόν θεωρείται προϊόν προτεραιότητας για τους κατοίκους των χωρών στις οποίες πραγματοποιήθηκε η έρευνα.



- Η αγορά έχει δυναμική ανάπτυξης αλλά για νέου τύπου παίκτες.
- Ο ανταγωνισμός, όμως, θα είναι έντονος και διεθνοποιημένος.
- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα θα αποκτήσει όποιος συμπιέσει τα λειτουργικά του έξοδα, λειτουργώντας στα πλαίσια του LEAN MANAGEMENT.
- Το κόστος που θα πρέπει κυρίως να συμπιεσθεί είναι αυτό της διανομής. Αυτοματοποιημένες δρομολογήσεις, συνδυασμένες μεταφορές, διαφοροποίηση των SLA's, outsourcing, Activity Based Pricing κ.τ.λ. είναι τομείς που μπορούν να βοηθήσουν σημαντικά στο LEAN DISTRIBUTION.



## ΔΟΜΗ ΤΗΣ ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ ΤΩΝ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

Η παραδοσιακή δομή της ταχυδρομικής εφοδιαστικής αλυσίδας περιλαμβάνει τις βασικές διαδικασίες των ταχυδρομικών υπηρεσιών όπως συλλογή, μεταφορά, διαλογή και διανομή.

### Postal Supply Chain



Σύμφωνα με την διεθνή βιβλιογραφία (Cave –2002) η διάσπαση του ταχυδρομικού κόστους κατά μήκος της εφοδιαστικής αλυσίδας είναι

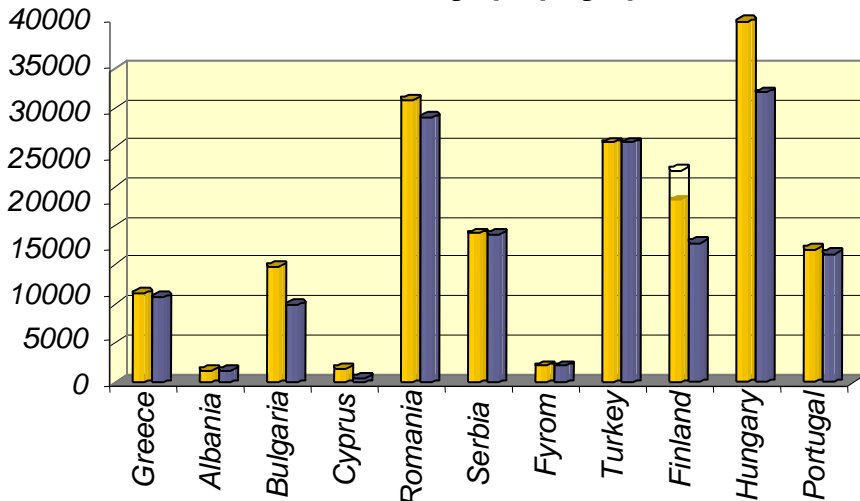
•Collection	5%
•Outward sorting	12%
•Transport	14%
•Inward sorting	14%
•Delivery	43%
•Supporting activities	12%

Όποιος φορέας συμπίεσει το κόστος διανομής που είναι τριπλάσιο του κόστους συλλογής (57/17) θα έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα

- Η αγορά έχει δυναμική ανάπτυξης αλλά για νέου τύπου παίκτες.
- Ο ανταγωνισμός, όμως, θα είναι έντονος και διεθνοποιημένος.
- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα θα αποκτήσει όποιος συμπιέσει τα λειτουργικά του έξοδα, λειτουργώντας στα πλαίσια του LEAN MANAGEMENT.
- Το κόστος που θα πρέπει κυρίως να συμπιεσθεί είναι αυτό της διανομής. Αυτοματοποιημένες δρομολογήσεις, συνδυασμένες μεταφορές, διαφοροποίηση των SLA's, outsourcing, Activity Based Pricing κ.τ.λ. είναι τομείς που μπορούν να βοηθήσουν σημαντικά στο LEAN DISTRIBUTION.
- Το κόστος του προσωπικού είναι σημαντικός παράγοντας αρκεί όλα τα savings να μην γίνονται στους άμεσους παραγωγικούς εργαζόμενους (π.χ. διανομείς) όπως συνήθως, αλλά κυρίως στο έμμεσο και υποστηρικτικό προσωπικό του οποίου συχνά η αναλογία είναι υπερδιπλάσια στην Ελλάδα σε σχέση με τα διεθνή benchmarks.

## ΑΝΑΛΥΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ: Προσωπικό Δικτύου

Συνολικός αριθμός προσωπικό



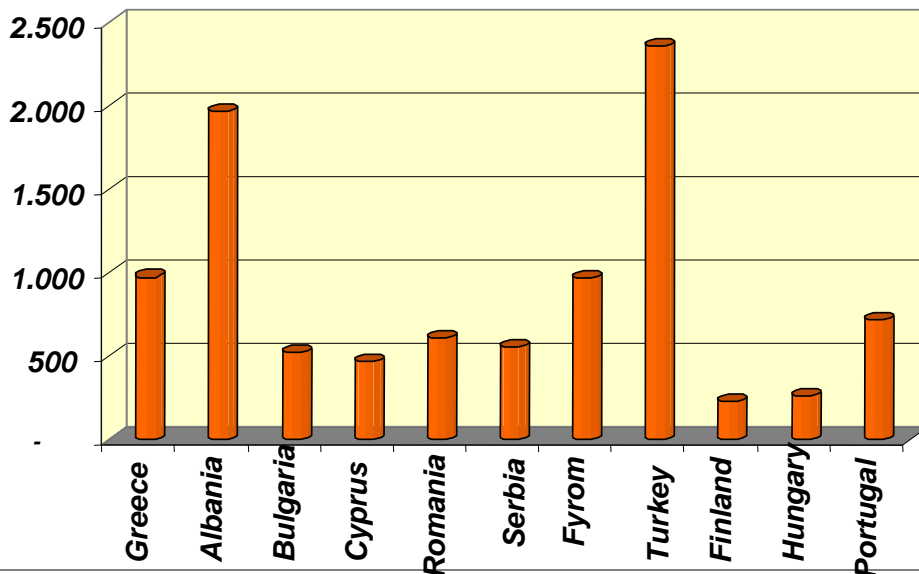
### Παρατηρήσεις

*Οι ΡΟ's έχουν ένα πολυάριθμο προσωπικό και δημιουργούν ένα υψηλό σταθερό κόστος.*

*Αν ο δείκτης κατοίκων/εργαζόμενους σε αυτές τις χώρες αγγίζει τον αντίστοιχο της Ελλάδας (973) αντί 623(μέσος όρος σήμερα, εκτός Τουρκίας) τότε μπορούν να εξυπηρετηθούν μεγαλύτεροι όγκοι.*

*Κατά συνέπεια, η ενδεχόμενη αύξηση του όγκου η οποία αναλύθηκε, μπορεί θεωρητικά να καλυφθεί χωρίς αύξηση στα σταθερά κόστη.*

Κάτοικοι / Εργαζόμενο



- Η αγορά έχει δυναμική ανάπτυξης αλλά για νέου τύπου παίκτες.
- Ο ανταγωνισμός, όμως, θα είναι έντονος και διεθνοποιημένος.
- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα θα αποκτήσει όποιος συμπιέσει τα λειτουργικά του έξοδα, λειτουργώντας στα πλαίσια του LEAN MANAGEMENT.
- Το κόστος που θα πρέπει κυρίως να συμπιεσθεί είναι αυτό της διανομής. Αυτοματοποιημένες δρομολογήσεις, συνδυασμένες μεταφορές, διαφοροποίηση των SLA's, outsourcing, Activity Based Pricing κ.τ.λ. είναι τομείς που μπορούν να βοηθήσουν σημαντικά στο LEAN DISTRIBUTION.
- Το κόστος του προσωπικού είναι σημαντικός παράγοντας αρκεί όλα τα savings να μην γίνονται στους άμεσους παραγωγικούς εργαζόμενους (π.χ. διανομείς) όπως συνήθως, αλλά κυρίως στο έμμεσο και υποστηρικτικό προσωπικό του οποίου συχνά η αναλογία είναι υπερδιπλάσια στην Ελλάδα σε σχέση με τα διεθνή benchmarks.
- Η ελληνική πολιτεία μπορεί να βοηθήσει και τις ελληνικές εταιρείες ταχυδρομείων και μεταφορών στα πλαίσια της γενικότερης ανάγκης υποστήριξης του χώρου των logistics, π.χ. με ένταξή τους στους αναπτυξιακούς νόμους, έτσι ώστε να γίνουν profit center για την εθνική οικονομία.
- Η πράσινη διάσταση και γενικά η διάσταση του sustainability πρέπει να διατρέξει και την αγορά των ταχυδρομείων και των ταχυμεταφορών, ειδικά στον τομέα του μεταφορικού έργου. Η κεντρική διοίκηση μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο εδώ χρηματοδοτώντας όχι μόνο δράσεις περί την οικοδομή, αλλά και για πράσινες μεταφορές.