

2015

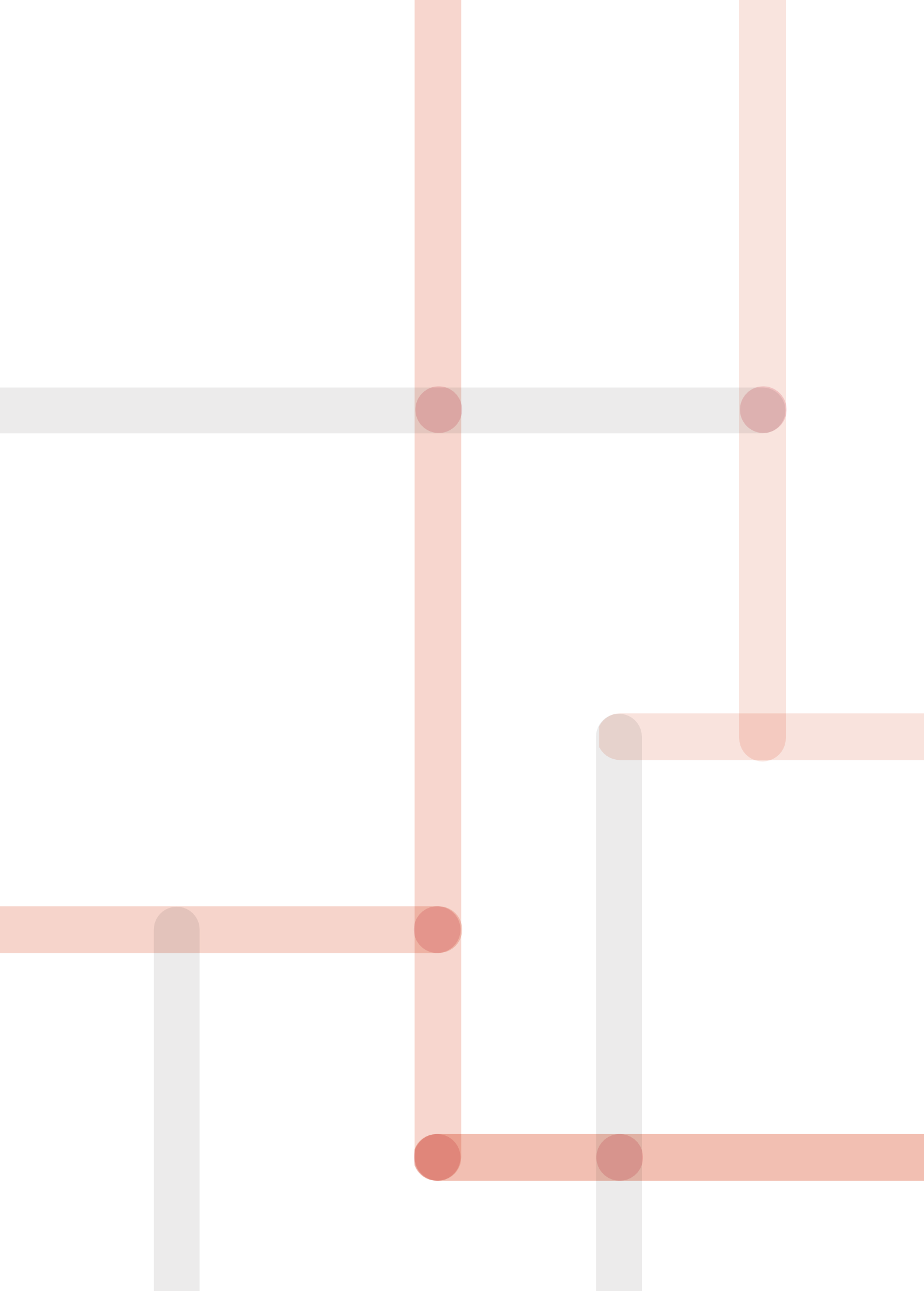
ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΑΓΟΡΩΝ

ηλεκτρονικών επικοινωνιών
& ταχυδρομικών υπηρεσιών



EETT

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ



Περιεχόμενα

Σύνοψη	6
1. Ηλεκτρονικές επικοινωνίες	8
1.1. Η πορεία της αγοράς ηλεκτρονικών επικοινωνιών	8
1.1.1. Στον κόσμο	8
1.1.2. Στην Ευρώπη	8
1.1.3. Στην Ελλάδα	10
1.2. Εξέλιξη βασικών μεγεθών της αγοράς ηλεκτρονικών επικοινωνιών	14
1.2.1. Οικονομικά στοιχεία	14
1.2.2. Σταθερές επικοινωνίες	21
1.2.3. Κινητές επικοινωνίες	29
1.2.4. Σύγκριση σταθερής και κινητής τηλεφωνίας	40
1.2.5. Συνδυαστικές προσφορές	42
1.2.6. Ευρυζωνικότητα	47
1.2.7. Ονόματα διαδικτυακών τόπων με κατάληξη [.gr]	55
1.2.8. Υπηρεσίες Πολυμεσικής Πληροφόρησης (ΥΠΠ) και Καταλόγου	56
1.2.9. Συγκρίσεις μεγεθών της ελληνικής αγοράς με αντίστοιχες ευρωπαϊκές	56
2. Ταχυδρομικές υπηρεσίες	68
2.1. Η πορεία της ταχυδρομικής αγοράς	68
2.1.1. Στον κόσμο	68
2.1.2. Στην Ευρώπη	71
2.1.3. Στην Ελλάδα	77
2.2. Εξέλιξη βασικών μεγεθών της αγοράς ταχυδρομικών υπηρεσιών	78
2.2.1. Οικονομικά στοιχεία δημοσιευμένων καταστάσεων	78
2.2.2. Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων (στατιστικά στοιχεία ΕΕΤΤ)	81
2.3. Ανταγωνισμός στην ταχυδρομική αγορά	84
2.3.1. Μερίδια αγοράς	84
2.3.2. Η αγορά της Καθολικής Υπηρεσίας	85
2.3.3. Η αγορά των ταχυμεταφορών	89
Παράρτημα	94
Ευρετήριο Διαγραμμάτων και Πινάκων	94



Σύνοψη

(α) Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Το 2015 ήταν μια ενδιαφέρουσα χρονιά για την εγχώρια τηλεπικοινωνιακή αγορά. Το δυσχερές οικονομικό περιβάλλον άσκησε σημαντική επίδραση στην αγορά, στρέφοντας το ενδιαφέρον των παρόχων στη διάθεση συνδυαστικών προσφορών (bundles), σε προϊόντα κινητής ευρυζωνικής πρόσβασης και σε διαφοροποιημένες λύσεις που περιλαμβάνουν υπηρεσίες συνδρομητικής τηλεόρασης. Παρ' όλα αυτά, η συμβολή του τηλεπικοινωνιακού κλάδου στο σχηματισμό του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) εξακολουθεί να βαίνει μειούμενη, υποχωρώντας άλλες δύο εκατοστιαίες μονάδες στο 2,8% (έναντι 3% το 2014). Η καταναλωτική δαπάνη για την αγορά συγκεκριμένων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, μπορεί να μην μεταβάλλεται σε απόλυτες τιμές, ωστόσο η συμμετοχή της στα συνολικά έξοδα ενός νοικοκυριού αυξάνεται, λόγω κυρίως της μείωσης των τιμών άλλων αγαθών και υπηρεσιών (π.χ. στέγαση, μεταφορές, ένδυση κ.ά.) σε σχέση με το 2014.

Οικονομικά μεγέθη

Ο κύκλος εργασιών στον τηλεπικοινωνιακό κλάδο συνεχίζει την πτωτική πορεία του προς το επίπεδο των πέντε δισ. ευρώ. Τα έσοδα από τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες καθορίζουν συντριπτικά τον κύκλο εργασιών (~90%), ενώ αυξητική τάση παρουσιάζουν και τα έσοδα από υπηρεσίες συνδρομητικής τηλεόρασης. Το 55% των εσόδων από τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες προέρχεται από την παροχή υπηρεσιών σταθερών επικοινωνιών και το 43% από την παροχή υπηρεσιών κινητών επικοινωνιών. Οι επενδύσεις των παρόχων αντιστοιχούν στο 13,3% του συνολικού κύκλου εργασιών του κλά-

δου. Τα μικτά κέρδη υποχωρούν σε επίπεδα χαμηλότερα του 1 δισ. ευρώ, ενώ για τις μεγαλύτερες εταιρίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, τα κέρδη προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων (EBITDA) μειώνονται κατά 12% σε σχέση με το 2014.

Σταθερές επικοινωνίες

Ο αριθμός των τηλεφωνικών γραμμών σημείωσε μικρή μείωση σε σχέση με το 2014 (0,3%) με τη διείσδυση να φθάνει σε ποσοστό 43,7% επί του πληθυσμού. Παράλληλα, η κίνηση σταθερής τηλεφωνίας σημείωσε, μετά από μια μακρά περίοδο πτωτικής πορείας, αύξηση της τάξης του 2%, δεδομένου ότι η συμπερίληψη των εθνικών κλήσεων προς σταθερό και των εξερχόμενων κλήσεων προς κινητό στον ενσωματωμένο χρόνο ομιλίας των προσφερόμενων πακέτων, συνέβαλε στην αύξηση του όγκου τους. Παρά το γεγονός ότι ο ΟΤΕ διατηρεί την πρωτοκαθεδρία με ποσοστό σημαντικά μεγαλύτερο του 50% στις γραμμές, το μερίδιό του σε όρους κίνησης κυμαίνεται σε χαμηλότερα επίπεδα, στην περιοχή του 46%. Αυτό φαίνεται να οφείλεται, κυρίως, στο ότι οι υπόλοιποι πάροχοι κατέγραψαν καλύτερη επίδοση στην αύξηση της κίνησης από σταθερά προς κινητά (κατά 25%), αλλά και στην αύξηση της κίνησης από σταθερά προς σταθερά. Τα λιανικά έσοδα από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση ανήλθαν σε 1,4 δισ. ευρώ, σημειώνοντας πτώση 3,5% σε σχέση με πέρυσι, με το σχετικό μερίδιο του ΟΤΕ να εκτιμάται σε 61% για το 2015.

Κινητές επικοινωνίες

Το 2015, ο αριθμός των συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας ανήλθε σε 15,4 εκατ., παρουσιάζοντας μικρή μείωση (0,8%) σε σχέση με το 2014. Ωστόσο, οι ενεργές συνδέσεις αυξήθηκαν κατά 3,5% από 12,1 σε 12,6 εκατ., λόγω της αύξησης των ενεργών συνδέσεων καρτοκινη-

τής κατά 5,4%. Σε σχέση με τα μερίδια των Εταιριών Κινητής Τηλεφωνίας (ΕΚΤ) ως προς το συνολικό αριθμό συνδέσεων, το μερίδιο της COSMOTE αυξήθηκε το Δεκέμβριο του 2015 σε 45,2% (έναντι 44,5% το Δεκέμβριο του 2014), το μερίδιο της VODAFONE παρουσίασε σημαντική θετική μεταβολή ανερχόμενο στο 35,1% (έναντι 30,4% το 2014), ενώ μεγάλη ήταν η πτώση του μεριδίου της WIND από 25% σε 19,5%.

Η χρήση των δικτύων κινητής τηλεφωνίας χαρακτηρίζεται κυρίως από τη σημαντική μείωση ως προς τα λεπτά ομιλίας προς διεθνείς κλήσεις και τη μεγάλη αύξηση στη χρήση της υπηρεσίας δεδομένων. Ο όγκος φωνητικών κλήσεων παρουσίασε μείωση κατά 8,7% σε σχέση με πέρυσι και το 65% αυτών των κλήσεων πραγματοποιήθηκε σε κινητά εντός του ίδιου δικτύου κινητής τηλεφωνίας (on-net) έναντι 68% το 2014. Η υπηρεσία δεδομένων μέσω δικτύων κινητής τηλεφωνίας παρουσίασε αξιοσημείωτη αύξηση κατά 69% το 2015, φθάνοντας τα 35,9 δισ. MB έναντι 21,2 δισ. MB το 2014. Παρ' όλα αυτά, τα λιανικά έσοδα από την πώληση υπηρεσιών κινητών επικοινωνιών (συμβολαίου και καρτοκινητής) παρουσίασαν μικρή μείωση κατά 4,7% και ανήλθαν στα 1,66 δισ. ευρώ. Το μέσο ετήσιο έσοδο ανά χρήστη (σύνδεση) συμβολαίου και καρτοκινητής ανήλθε στα 287 (μείωση 3,6%) και 56 ευρώ (μείωση 6,2%) αντίστοιχα.

Συνδυαστικές προσφορές

Το 2015 συνεχίστηκε η τάση εξάπλωσης των συνδυαστικών/δεσμοποιημένων προσφορών με βασικό άξονα τις triple play υπηρεσίες¹ λόγω του οικονομικού οφέλους που απολαμβάνουν οι συνδρομητές σε σχέση με την αγορά μεμονωμένων (αδεσμοποίητων) υπηρεσιών. Οι συνδυαστικές προσφορές ανέρχονται σε 3,4 εκατ. με το 60% περίπου να αφορά κάποιο συνδυασμό double play και

1. Σταθερή τηλεφωνία, σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο και κινητές υπηρεσίες ή σταθερή τηλεφωνία, Διαδίκτυο και υπηρεσίες συνδρομητικής δορυφορικής τηλεόρασης.

40% κάποιο συνδυασμό triple play. Ο πιο δημοφιλής ειδικός τύπος συνδυαστικής προσφοράς παραμένει ο συνδυασμός της σταθερής τηλεφωνίας και του σταθερού ευρυζωνικού Διαδικτύου (περίπου 1,9 εκατ.) και έπεται ο συνδυασμός σταθερής τηλεφωνίας, Διαδικτύου και συνδρομητικής τηλεόρασης (περίπου 715 χιλ.).

Ευρυζωνικότητα

Στο τέλος του 2015, οι σταθερές ευρυζωνικές συνδέσεις έφτασαν τις 3.439.034 γραμμές, σημειώνοντας αύξηση κατά 9%. Οι γραμμές Αδειοδοτητής Πρόσβασης στον Τοπικό Βρόχο (ΑΠΤΒ) ανήλθαν στα 2,05 εκατ. αυξανόμενες κατά 1,5%, ενώ παράλληλα οι γραμμές VDSL συνιστούν το 5,1% του συνόλου των ευρυζωνικών γραμμών (περίπου 175 χιλ.). Η πλειονότητα των ευρυζωνικών γραμμών (77,4%) αντιστοιχεί σε ονομαστικές ταχύτητες (download) άνω των 10Mbps, με ένα μικρό ποσοστό περίπου του 5,5% να αντιστοιχεί σε ταχύτητες άνω των 30Mbps.

(β) Ταχυδρομικές υπηρεσίες

Η στροφή των καταναλωτών προς τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας και η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου σε παγκόσμιο επίπεδο επιβάλλουν αλλαγές στο υφιστάμενο επιχειρηματικό μοντέλο των ταχυδρομικών επιχειρήσεων. Παράλληλα, λόγω του αυξημένου ανταγωνισμού και της συνεχιζόμενης ηλεκτρονικής υποκατάστασης της αλληλογραφίας, δημιουργείται πλέον η ανάγκη για νέες υπηρεσίες και αναζήτηση νέων ευκαιριών ανάπτυξης από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις.

Το 2015, η ταχυδρομική αγορά στην Ελλάδα παρουσίασε σημάδια ύφεσης, σε αντίθεση με την προηγούμενη χρονιά όπου η τάση ήταν σταθεροποιητική. Συγκεκριμένα, τα έσοδα εμφάνιστηκαν μειωμένα κατά 8,1% σε σχέση με το 2014, φτάνοντας τα 542 εκατ. ευρώ, προερχόμενα από τη διακίνηση 400 εκατ. αντικείμενων, 17,2% λιγότε-

ρων από την προηγούμενη χρονιά. Το μερίδιο εσόδων του ΦΠΚΥ μειώθηκε το 2015 στο 42% από 46% που ήταν το 2014, ενώ παράλληλα αυξήθηκε το μερίδιο των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών που ανήλθε στο 55%. Παρ' ότι οι επιστολές εξακολούθησαν να καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς, τόσο σε όγκο (91%) όσο και σε έσοδα (59%), το μερίδιο των δεμάτων-μικροδεμάτων αυξήθηκε το 2015, κυρίως λόγω της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά και της υποκατάστασης της επιστολικής αλληλογραφίας από την ηλεκτρονική.

Το 2015, στην αγορά της Καθολικής Υπηρεσίας (ΚΥ), πέραν του ΦΠΚΥ, δραστηριοποιήθηκαν 13 επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια οι οποίες διακίνησαν το 8% των αντικειμένων της αγοράς ΚΥ. Στην αγορά των ταχυμεταφορών, δραστηριοποιήθηκαν 447 επιχειρήσεις με Γενική Άδεια, 72 περισσότερες από την προηγούμενη χρονιά. Οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα, συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΚΥ, στρέφονται πλέον σε πελατοκεντρικές στρατηγικές, βασισμένες στην τεχνολογία και αναπτύσσουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες, με στόχο την επίτευξη υψηλότερου μεριδίου αγοράς.

1. Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες

1.1. Η πορεία της αγοράς ηλεκτρονικών επικοινωνιών

1.1.1. Στον κόσμο

Σύμφωνα με την έκθεση της ITU “Measuring Information Society Report 2015”², κατά το 2015 η διεθνής αγορά ηλεκτρονικών επικοινωνιών παρουσίασε μικτές τάσεις. Η διείσδυση της σταθερής τηλεφωνίας και του Διαδικτύου στον πληθυσμό παραμένει στάσιμη ή και μειώνεται σε αντίθεση με την έντονα αυξητική τάση της κινητής τηλεφωνίας (που αφορά κυρίως υπηρεσίες 3G και 4G/LTE), η οποία οφείλεται στη συνεχιζόμενη ανάπτυξη νέων δικτύων, τη μείωση τιμών αλλά και την αυξανόμενη χρήση smartphones και tablets. Συνολικά κατά το 2015, περισσότερο από το 45% των νοικοκυριών παγκοσμίως και από το 80% στις αναπτυγμένες χώρες είχαν πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Ωστόσο, το ποσοστό αυτό για τις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες είναι συντριπτικά χαμηλότερο, καθώς μόλις το 7% των νοικοκυριών διαθέτει πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Αντίστοιχα, οι συνδέσεις κινητής υπερέβησαν τα 7 δισ.

Σημαντικές διακυμάνσεις συνεχίζουν να υφίστανται τόσο μεταξύ αναπτυγμένων και αναπτυσσόμενων χωρών όσο και μεταξύ αστικών και αγροτικών περιοχών. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι κατά το 2015 η πληθυσμιακή κάλυψη δικτύων 3G εκτιμάται σε 89% στις αστικές περιοχές, αλλά μόλις 29% στις αγροτικές περιοχές.

Έντονη ανάπτυξη παρουσιάζει και ο τομέας του cloud computing, με κύρια οχήματα την ανάπτυξη υποδομών αποθήκευσης (storage) εξαιρετικά μεγάλης χωρητικότητας, αλλά και την αυξανόμενη τάση για αξιοποίηση σχετικών υπηρεσιών από εφαρμογές και συσκευές. Το Διαδίκτυο των Πραγμάτων (Internet of Things-IoT) αποτελεί πλέον πραγματικότητα με «οδηγούς» τη συνεχή πτώση τιμών σε συσκευές IoT, την αυξανόμενη υιοθέτηση του IPv6, αλλά και τις σημαντικές σχετικές καινοτομίες που έχουν παρουσιαστεί (Wireless Sensor Networks, System on Chip κ.λπ.). Εκτιμάται ότι το οικοσύστημα του IoT θα περιλαμβάνει 100 δισ. συσκευές μέχρι το 2020.

1.1.2. Στην Ευρώπη

Γενικές τάσεις

Στην Ευρώπη το 2015 χαρακτηρίζεται κυρίως από τη συνεχιζόμενη ανάπτυξη της ευρυζωνικής πρόσβασης σε υπέρ-υψηλές ταχύτητες (με έμφαση σε δίκτυα οπτικών ινών) και την αυξανόμενη ζήτηση για κινητές ευρυζωνικές υπηρεσίες (ιδιαίτερα σε δίκτυα 4G/LTE). Το σύνολο ωστόσο της αγοράς παρουσιάζει συρρίκνωση φτάνοντας το 2015 τα 216 δισ. ευρώ, έναντι 237 δισ. ευρώ το 2012, σύμφωνα με την ετήσια έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής “Europe’s Digital Progress Report 2016”³. Τα πακέτα συνδυαστικών υπηρεσιών συνεχίζουν να αποτελούν τον κύριο μοχλό προσέλκυσης καταναλωτών. Ήδη το 50% των ευρωπαϊκών νοικοκυριών λαμβάνουν συνδυαστικές υπηρεσίες (Europe’s Digital Progress Report 2016).

Σύμφωνα με την έκθεση της GSMA για την κινητή τηλεφωνία⁴, η χρήση δεδομένων σε περιφερειακό επίπεδο αποτελεί τη βάση για επιστροφή των εσόδων από τις υπηρεσίες των ηλεκ-

2. <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/publications/mis2015.aspx>

3. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/download-scoreboard-reports>

4. <http://www.gsma.com/mobileeconomy/europe/>

τρονικών επικοινωνιών σε θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης, με προβλεπόμενο ετήσιο ρυθμό αύξησης 1% για την περίοδο 2017-2020. Τα περιθώρια κέρδους έχουν επηρεαστεί αρνητικά από το επίπεδο του ανταγωνισμού και τη ρύθμιση, αλλά τείνουν να σταθεροποιηθούν. Οι επενδύσεις σε δίκτυα 4G, αδειοδοτήσεις φάσματος και επέκτασης δικτύου έχουν ανεβάσει το επίπεδο των κεφαλαιακών δαπανών από το 15% στην αρχή της δεκαετίας στο 20% τα τελευταία χρόνια. Παρά τις σταθεροποιητικές τάσεις, το επίπεδο των ταμειακών ροών παραμένει αρκετά πιο χαμηλό από τον ιστορικό του μέσο όρο, γεγονός που προκαλεί προβληματισμό αναφορικά με την ικανότητα του τομέα να χρηματοδοτήσει το επόμενο κύμα επένδυσης σε τεχνολογίες 5G γενιάς.

Η παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας μέσω του Διαδικτύου (Over the Top) αποκτά διαρκώς αυξανόμενη σημασία στη λειτουργία της αγοράς και, όπως ήταν επόμενο, προσέλκυσε το ενδιαφέρον του Σώματος Ευρωπαίων Ρυθμιστών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών (BEREC), που δημοσίευσε σχετική μελέτη (BEREC Report on OTT services⁵).

Εξαγορές και συγχωνεύσεις

Το 2015, συνεχίζεται η έντονη κινητικότητα στον τομέα των εξαγορών και συγχωνεύσεων που υπερβαίνουν σε μέγεθος τα 45 δισ. ευρώ. Η σημαντικότερη τάση που παρατηρείται είναι η συγκέντρωση της αγοράς κινητής σε χώρες όπου δραστηριοποιούνται τέσσερις εταιρίες κινητής. Ωστόσο, φαίνεται ότι μια πιο πρόσφορη διαδικασία περιλαμβάνει τις συμφωνίες για είσοδο καινούργιων παρόχων σε νέες γεωγραφικές ή προϊόντικές αγορές (footprint-expanding merger & acquisitions deals⁶), δεδομένου ότι η έγκρισή τους πραγματοποιείται πιο γρήγορα και με λιγότερους όρους (π.χ. η εξαγορά καλωδιακών εταιριών στη Γερμανία και την Ισπανία από τη VODAFONE, η συγχώνευση NUMERICABLE-SFR στη Γαλλία κ.ά.).

Παράλληλα, σχετικές κινήσεις έλαβαν χώρα σε Μ. Βρετανία (πρόταση HUTCHISON για εξαγορά της θυγατρικής εταιρίας κινητής της TELEFONICA στη Μ. Βρετανία), Ιταλία (πρόταση για σύγκλιση HUTCHISON και VIMPELCOM σε κοινοπραξία (joint venture) και Γαλλία (προτάσεις πρώτα από ALTICE και

στη συνέχεια από ORANGE για εξαγορά της BOUYGUES TELECOM). Η μεγαλύτερη ωστόσο εξαγορά έλαβε χώρα στη Μ. Βρετανία και αφορά σύγκλιση σταθερής-κινητής, καθώς η BRITISH TELECOM εξαγόρασε την εταιρία κινητής EVERYTHING EVERYWHERE, κοινοπραξία των DEUTSCHE TELEKOM και ORANGE. Η εξαγορά εγκρίθηκε από τη Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού της Ευρωπαϊκής Επιτροπής χωρίς όρους.

Ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες

Σε εξέλιξη βρίσκεται η πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για μία ενιαία ψηφιακή αγορά (Digital Single Market), η οποία εξετάζει θέματα που άπτονται της λειτουργίας της αγοράς ηλεκτρονικών επικοινωνιών, με έμφαση στο Ευρωπαϊκό Κανονιστικό Πλαίσιο, αλλά και ευρύτερα θέματα (π.χ. ψηφιακά πνευματικά δικαιώματα, θέματα ασφάλειας, θέματα ουδετερότητας Διαδικτύου και περιαγωγής (Roam Like at Home) κ.λπ.). Εντός του 2016 αναμένονται οι επίσημες προτάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την αναθεώρηση του Κανονιστικού Πλαισίου, οι οποίες θα τεθούν σε διαπραγμάτευση με τους λοιπούς ευρω-

5. http://berec.europa.eu/eng/document_register/subject_matter/berec/reports/5751-berec-report-on-ott-services

6. <http://www.gsma.com/mobileeconomy/europe/>

Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

παϊκούς θεσμούς (Ευρωκοινοβούλιο και Ευρωπαϊκό Συμβούλιο).

1.1.3. Στην Ελλάδα

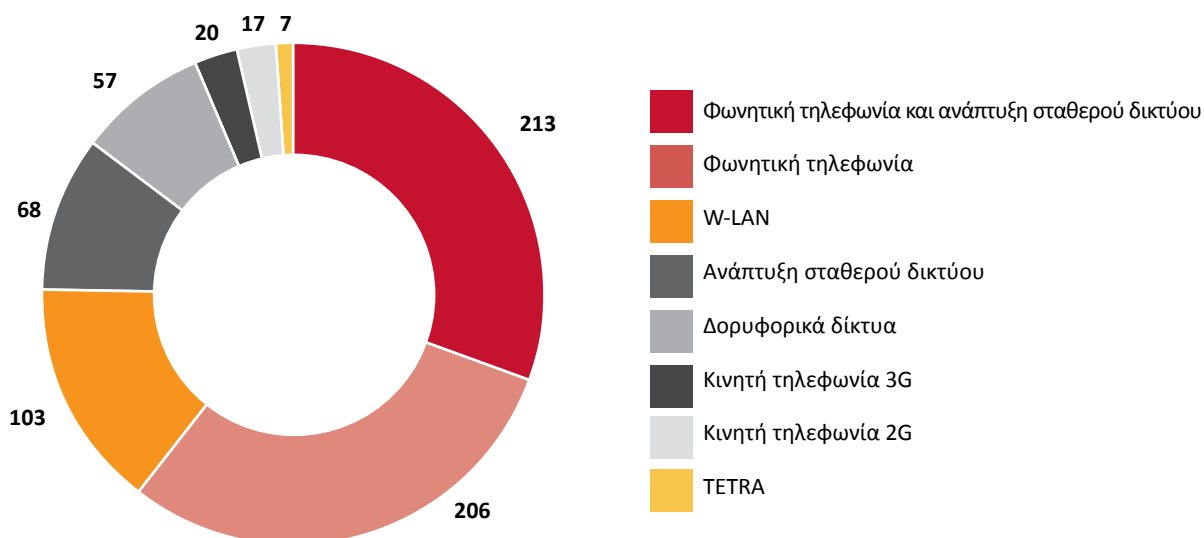
Το 2015 ο αριθμός των αδειοδοτημένων παρόχων που δραστηριοποιούνταν στους κυριότερους τομείς της αγοράς ηλεκτρονικών επικοινωνιών παρέμεινε αμετάβλητος καθώς ανήλθε στους 691 έναντι 633 το 2014 (Διάγραμμα 1.1) με την πλειονότητά τους (70%) να δραστηριοποιείται σε υπηρεσίες σχετικές με τη φωνητική τηλεφωνία και την ανάπτυξη σταθερού δικτύου. Ο αριθμός των παρόχων κινητής τηλεφωνίας και των κύριων παρόχων στη σταθερή τηλεφωνία ανήλθε (από τα μέσα του έτους) σε οκτώ⁷-έξι σε σταθερή και τέσσερις σε κινητή (Πίνακας 1.1)⁸.

Τα βασικά οικονομικά μεγέθη του κλάδου (κύκλος εργασιών⁹, μικτό κέρδος και ενεργητικό) παρουσιάζουν μικρές μεταβολές (Πίνακας 1.2). Η συμβολή του κύκλου εργασιών του κλάδου στο ΑΕΠ¹⁰ της Ελλάδας βαίνει μειούμενη την τελευταία δεκαετία, φθάνοντας στο 2,8% το 2015 (από το ανώτατο σημείο του 3,9% το 2005), γεγονός που οφείλεται αφενός στο μεγαλύτερο ρυθμό ανάπτυξης του συνολικού ΑΕΠ από τον αντίστοιχο των ηλεκτρονικών επικοινωνιών (ειδικότερα την περίοδο 2005-2008, η μέση αύξηση του ΑΕΠ ήταν 5,8% έναντι αύξησης 1,2% του κύκλου εργασιών του κλάδου) και αφετέρου στο εύρος μείωσης του κύκλου εργασιών του τηλεπικοινωνιακού κλάδου σε σχέση με το ΑΕΠ την περίοδο 2009-

2015. Επισημαίνεται ότι η μεσοσταθμική μείωση για το ΑΕΠ είναι 1,2% ενώ για τον τηλεπικοινωνιακό τζίρο 4,4% (Διάγραμμα 1.2, σελ.12), γεγονός που καταδεικνύει τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στον κλάδο.

Ο αριθμός των εργαζομένων στον κλάδο των ηλεκτρονικών επικοινωνιών υπερβαίνει τις 17 χιλ., παρουσιάζοντας αύξηση κατά 10% σε σχέση με το 2014 (περίπου 16 χιλ.) λόγω της ένταξης στον ΟΤΕ των εργαζομένων της ΟΤΕ Plus (Διάγραμμα 1.3, σελ.12). Επισημαίνεται ότι πέραν της μείωσης του κύκλου εργασιών, βασικοί παράγοντες που επηρέασαν τον αριθμό των εργαζομένων την τελευταία εξαετία, ήταν τα προγράμματα εθελου-

Διάγραμμα 1.1: Αδειοδοτημένοι πάροχοι 2015



Πηγή: EETT (βάσει δηλώσεων των παρόχων στο μητρώο της EETT)

7. Η WIND από το 2009 και εντεύθεν (μετά την εξαγορά της TELLAS) δραστηριοποιείται και στη σταθερή και στην κινητή τηλεφωνία και συνεπώς προσμετράται και στις δύο κατηγορίες. Το ίδιο ισχύει από το 2014 και για τη CYTA, η οποία δραστηριοποιείται και ως εικονικός πάροχος κινητής τηλεφωνίας (Virtual Mobile Network Operator-VMNO).

8. Υπενθυμίζεται ότι στο τέλος του πρώτου εξαμήνου του 2015 εξήλθε της αγοράς η ON TELECOMS. Επίσης, η απορρόφηση της HOL από τη VODAFONE ολοκληρώθηκε το 2016.

9. Σημειώνεται ότι ο κύκλος εργασιών του κλάδου έχει υπολογιστεί βάσει των καθαρών εσόδων από υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών που έχουν δηλώσει οι ενεργοί αδειοδοτημένοι πάροχοι και όχι βάσει των ισολογισμών τους, όπου εμπεριέχονται έσοδα και από άλλες δραστηριότητες.

10. Σημειώνεται ότι τα δεδομένα του ΑΕΠ και των συνιστωσών του για την περίοδο 1995-2014 έχουν αναθεωρηθεί με έτος βάσης 2010, σύμφωνα με τον Κανονισμό ΕΕ 549/2013 της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΣΑ 2010).

σίας εξόδου, καθώς και η σύσταση εταιρίας κοινής διαχείρισης δικτύου από δυο εταιρίες κινητών επικοινωνιών, ο αριθμός εργαζομένων της οποίας δεν προσμετράται στο σύνολο των εργαζομένων, καθώς δεν είναι αδειοδοτημένη για την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών από την ΕΕΤΤ.

Τέλος, η γενικότερη εξέλιξη στο κόστος των υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών αντικατοπτρίζεται στη διαχρονική πορεία του Γενικού Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΓΔΤΚ), όπως αυτή παρουσιάζεται στα Διαγράμματα 1.4 και 1.5 (σελ. 13). Ο Υποδείκτης Επικοινωνιών δεν παρουσιάζει μεταβολές στη διάρκεια του 2015 σε αντίθεση με το ΓΔΤΚ, ο οποίος συνεχίζει τη φθίνουσα πορεία

που ξεκίνησε το Μάρτιο του 2013. Η καταναλωτική δαπάνη για την αγορά συγκεκριμένων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών μπορεί να μη μεταβάλλεται σε απόλυτες τιμές, ωστόσο η συμμετοχή της στα συνολικά έξοδα ενός νοικοκυριού αυξάνεται κυρίως λόγω της μείωσης των τιμών άλλων αγαθών και υπηρεσιών (π.χ. στέγαση, μεταφορές, ένδυση κ.ά.) σε σχέση με το 2014.

Πίνακας 1.1: Ενεργοί πάροχοι σταθερής & κινητής τηλεφωνίας

Πάροχοι	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Σταθερή τηλεφωνία	13	14	14	14	11	11	11	9	8	8	6
Κινητή τηλεφωνία	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4

Πηγή: ΕΕΤΤ

Πίνακας 1.2: Οικονομικά μεγέθη παρόχων ηλεκτρονικών επικοινωνιών (σε δισ. ευρώ)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Κύκλος εργασιών							
ΟΤΕ	2,41	2,17	1,91	1,7	1,56	1,51	1,54
ΕΚΤ	4,27	3,58	3,23	2,99	2,51	2,37	2,17
Εναλλακτικοί πάροχοι σταθερής τηλεφωνίας (**)	0,47	0,57	0,62	0,63	0,58	0,55	0,81
Λοιποί πάροχοι (***)	0,78	0,77	0,86	0,84	0,81	0,85	0,49
Σύνολο	7,92	7,1	6,62	6,16	5,46	5,28	5,01
Μικτά κέρδη							
ΟΤΕ	0,35	0,14	0,20	0,06	-0,01	0,31	0,23
ΕΚΤ	1,04	0,73	0,75	0,64	0,48	0,49	0,46
Εναλλακτικοί πάροχοι σταθερής τηλεφωνίας (**)	0,03	0,01	0,05	0,09	0,09	0,07	-0,03
Λοιποί πάροχοι (***)	0,17	0,17	0,18	0,16	0,14	0,15	0,18
Σύνολο	1,58	1,06	1,18	0,96	0,70	1,02	0,85
Ενεργητικό							
ΟΤΕ	8,24	7,95	7,76	6,61	6,31	6,48	6,05
ΕΚΤ	8,35	7,11	6,81	6,94	6,10	5,98	5,79
Εναλλακτικοί πάροχοι σταθερής τηλεφωνίας (**)	1,32	1,41	1,12	0,92	0,85	0,85	0,77
Λοιποί πάροχοι (***)	1,82	1,69	1,62	1,54	1,53	1,25	2,14
Σύνολο	19,73	18,16	17,31	16,01	14,78	14,59	14,74

Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει ισολογισμών και ερωτηματολογίων)

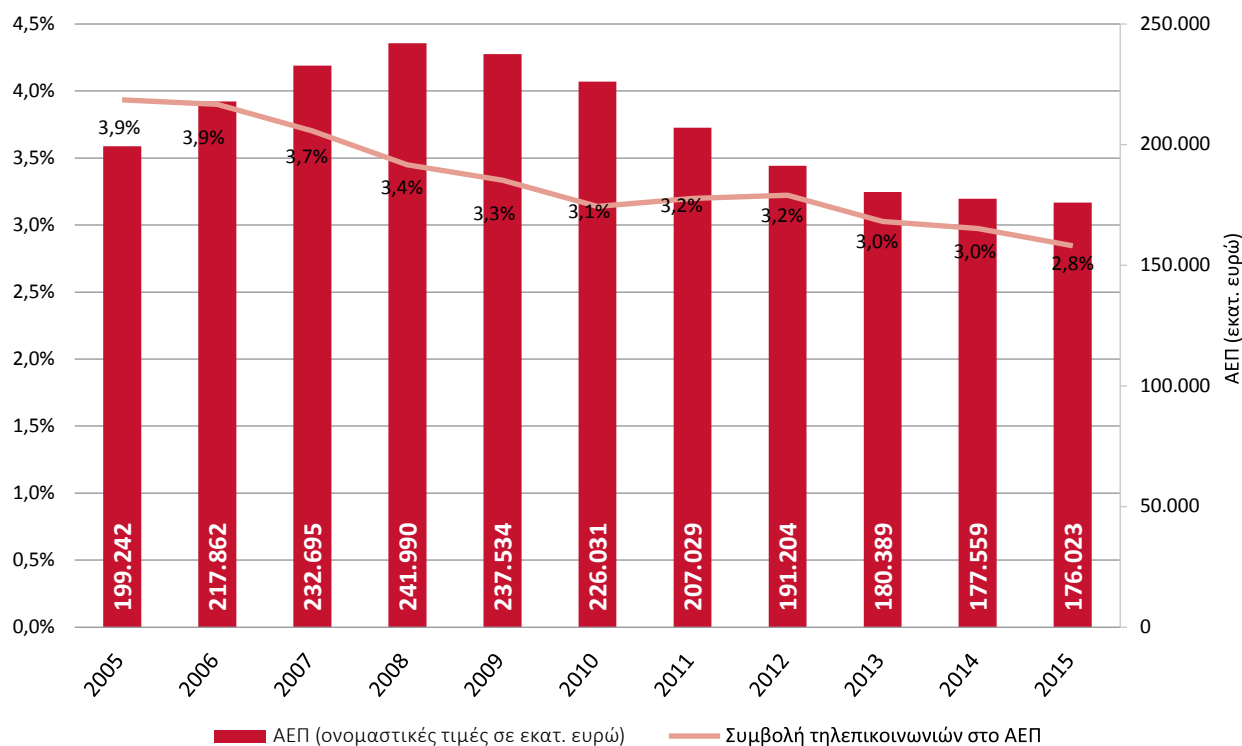
*Εκτίμηση

** Περιλαμβάνονται όλοι οι αδειοδοτημένοι πάροχοι σταθερής τηλεφωνίας.

***Περιλαμβάνονται οι υπόλοιποι ενεργοί αδειοδοτημένοι πάροχοι.

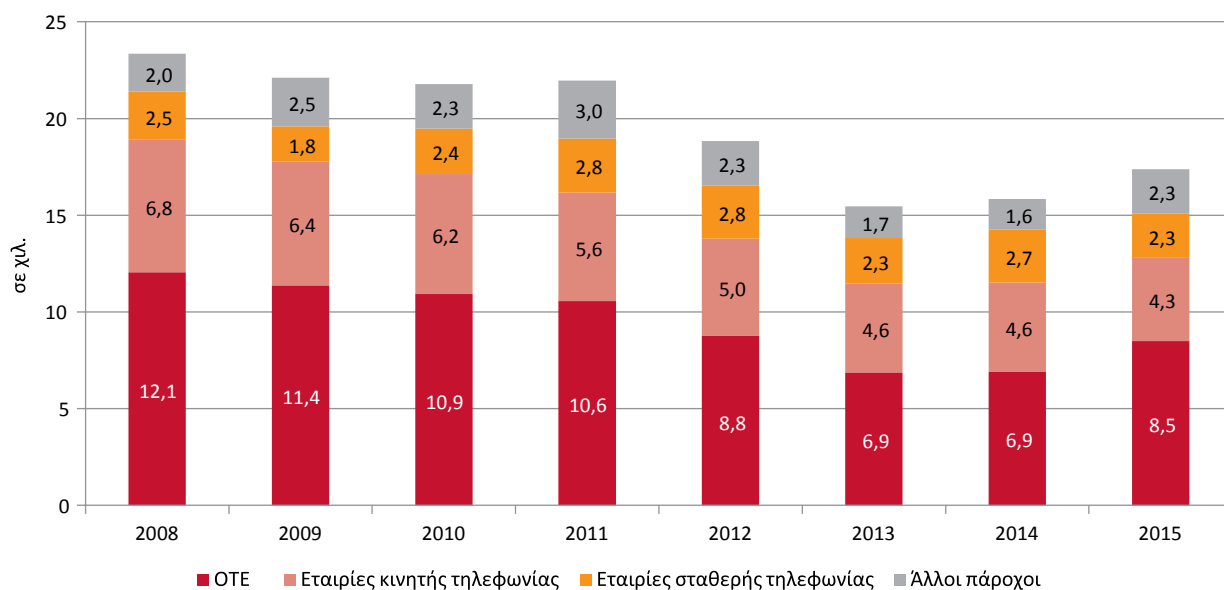
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.2: Συμβολή τηλεπικοινωνιών στο ΑΕΠ (σε εκατ. ευρώ)



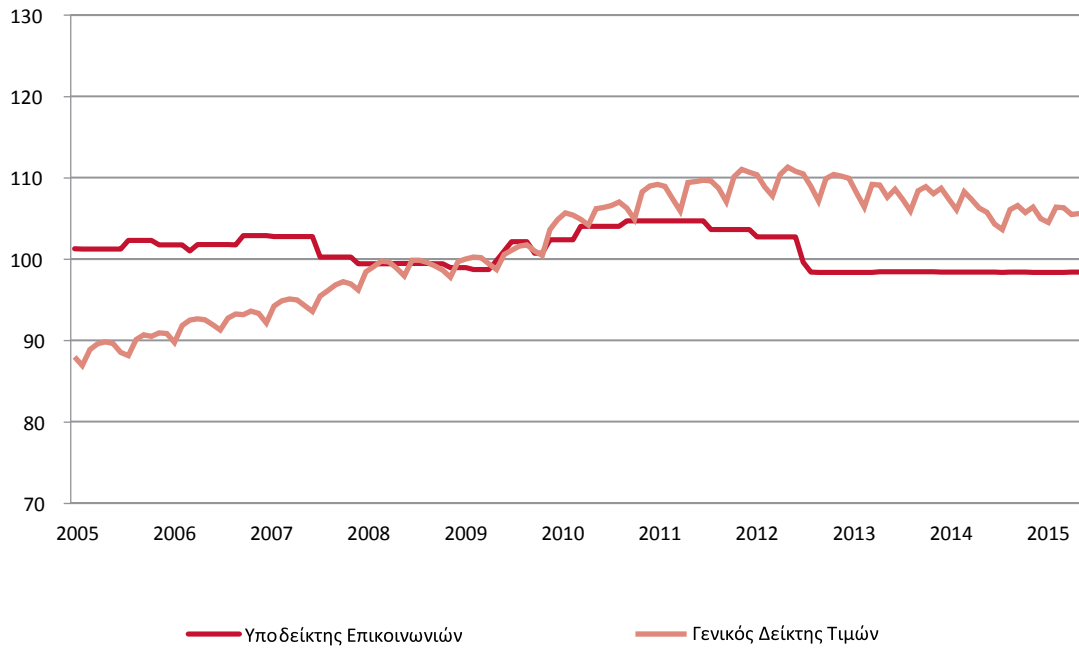
Πηγή: EETT (βάσει ερωτηματολογίων) και ΕΛΣΤΑΤ/EUROSTAT

Διάγραμμα 1.3: Αριθμός εργαζομένων



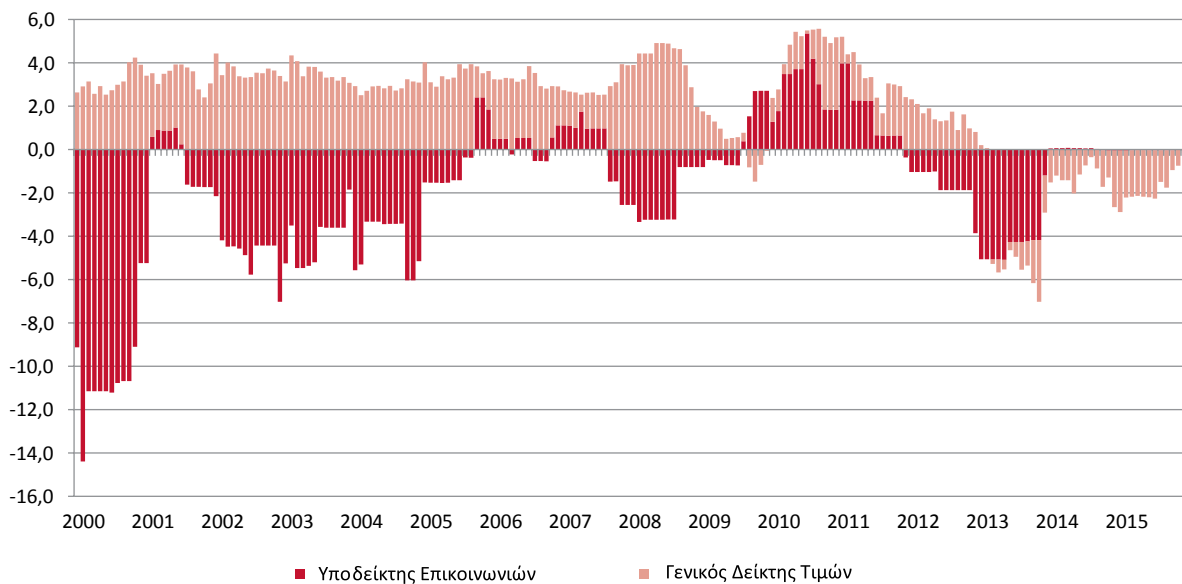
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.4: Εξέλιξη μηνιαίου Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (Γενικός Δείκτης-Υποδείκτης Επικοινωνιών)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ)

Διάγραμμα 1.5: Μεταβολή μηνιαίου Δείκτη Τιμών Καταναλωτή σε σχέση με τον αντίστοιχο Δείκτη του προηγούμενου έτους



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων της ΕΛΣΤΑΤ)

1.2. Εξέλιξη βασικών μεγεθών της αγοράς ηλεκτρονικών επικοινωνιών

1.2.1. Οικονομικά στοιχεία

Στην παρούσα ενότητα, παρουσιάζονται τα βασικά οικονομικά στοιχεία της αγοράς ηλεκτρονικών επικοινωνιών, λαμβάνοντας υπόψη στοιχεία που συλλέγει η ΕΕΤΤ από τους αδειοδοτημένους παρόχους σε εξαμηνιαία βάση, αναφορικά με τον κύκλο εργασιών, τις επενδύσεις κ.ά. Σε αυτό το πλαίσιο, παρατίθενται τα έσοδα που αφορούν σταθερές και κινητές επικοινωνίες, τηλεπικοινωνιακό εξοπλισμό και συνδρομητική τηλεόραση από ενεργούς αδειοδοτημένους παρόχους με ετήσιο κύκλο εργασιών άνω των 150 χιλ. ευρώ.

- Ο κύκλος εργασιών στον τηλεπικοινωνιακό κλάδο υπερέβη τα 5 δισ. ευρώ για το 2015 (Διάγραμμα 1.6). Ο κύκλος εργασιών του ΟΤΕ παρουσιάζει αύξηση κατά 1,6%, που οφείλεται στην αύξηση εσόδων από υπηρεσίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας (Διάγραμμα 1.7).
- Τα έσοδα από τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες καθορίζουν συντριπτικά τον κύκλο εργασιών (~90%), ενώ αυξητική τάση παρουσιάζουν και τα έσοδα από υπηρεσίες συνδρομητικής τηλεόρασης (Διάγραμμα 1.9), κυρίως λόγω της σημαντικής αύξησης της συνδρομητικής βάσης. Επισημαίνεται ότι το 2015 οι συνδρομητές δορυφορικής τηλεόρασης αυξήθηκαν κατά περίπου 170 χιλιάδες (Διάγραμμα 1.9).
- Τα έσοδα από την παροχή υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας αποτελούν περίπου το 55% των εσόδων από την παροχή τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών (Διάγραμμα 1.10). Περιλαμβάνουν τόσο έσοδα από λιανική παροχή τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών (τηλεφωνία και Διαδίκτυο συμπεριλαμβανομένης της πρόσβασης στο τηλεφωνικό δίκτυο, μισθωμένες γραμμές κ.λπ.) όσο και από χονδρική παροχή τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών (π.χ. διασύνδεση, χονδρική πρόσβαση -ΑΠΤΒ). Αντίστοιχα, τα έσοδα από την παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας περιλαμβάνουν τα λιανικά έσοδα από την παροχή υπηρεσιών φωνής και δεδομένων κινητής τηλεφωνίας, καθώς και χονδρικά έσοδα διασύνδεσης, περιαγωγής κ.λπ.

• Τα λιανικά έσοδα από υπηρεσίες τηλεφωνίας και Διαδικτύου αποτελούν το 73% των συνολικών εσόδων από σταθερά δίκτυα και έπονται τα έσοδα από υπηρεσίες πρόσβασης χονδρικής με 10% (Διάγραμμα 1.11). Από την πλευρά των κινητών δικτύων και υπηρεσιών, τα λιανικά έσοδα από υπηρεσίες φωνής και δεδομένων αποτελούν την συντριπτική πλειονότητα με ποσοστά 67% και 20% αντίστοιχα (Διάγραμμα 1.12).

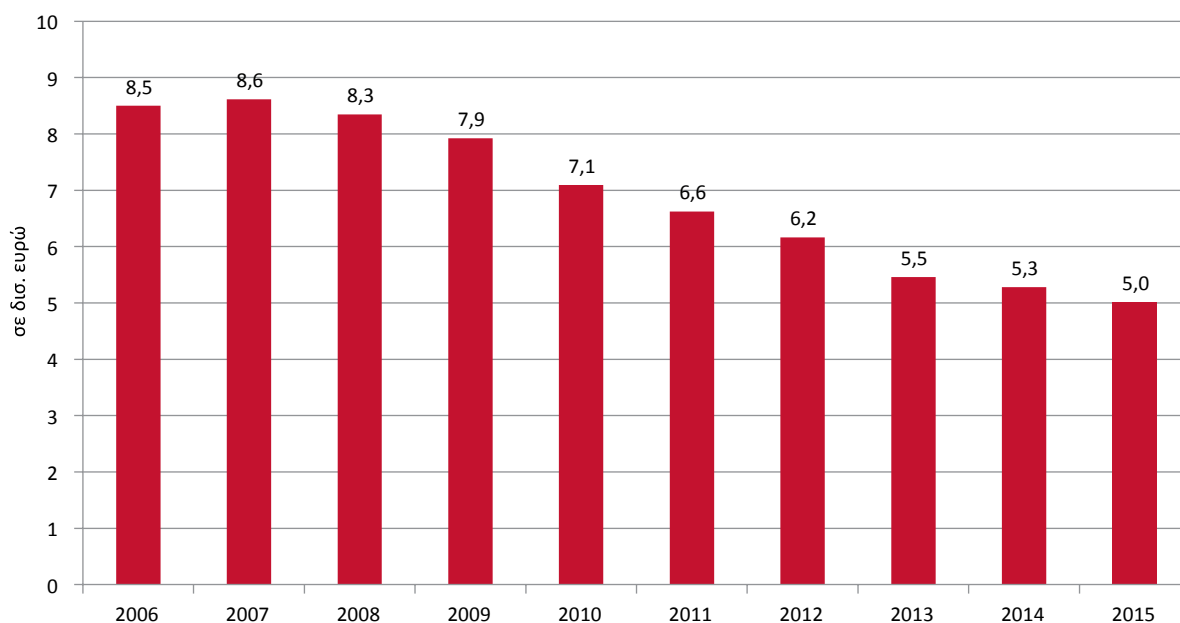
- Το σύνολο των επενδύσεων των παρόχων ηλεκτρονικών επικοινωνιών (Διάγραμμα 1.13) παρουσιάζει μείωση κατά 27% και αντιστοιχεί στο 13,3% του συνολικού κύκλου εργασιών του κλάδου, γεγονός που οφείλεται κυρίως στις αυξημένες επενδύσεις των ΕΚΤ το 2014 λόγω της αδειοδότησης φάσματος ραδιοσυχνότητας. Οι επενδύσεις για το 2015 είναι ισομερώς κατανεμημένες μεταξύ εταιριών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας (49,2% και 50,8% αντίστοιχα).
- Η πλειονότητα των επενδύσεων των παρόχων ηλεκτρονικών επικοινωνιών για το 2015 (Διάγραμμα 1.14) πραγματοποιείται στην τηλεπικοινωνιακή υποδομή και στην έρευνα και ανάπτυξη (π.χ. λογισμικό, νέες υπηρεσίες κ.λπ.).
- Η μεσοσταθμική μείωση που παρουσιάζει ο κύκλος εργασιών την περίοδο

2010-2015 είναι χαμηλότερη της αντίστοιχης των επενδύσεων, γεγονός που οφείλεται και στις περιοδικές αδειοδοτήσεις φάσματος ραδιοσυχνοτήτων (Διάγραμμα 1.15). Για την ίδια περίοδο και ανά εταιρία, η εικόνα είναι διαφορετική, δεδομένου ότι ο ΟΤΕ μπορεί μεσοσταθμικά να χάνει 6,7% των εσόδων του, ωστόσο σημειώνει αύξηση 1,8% στις επενδύσεις του.

- Για τις μεγαλύτερες εταιρίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, οι επενδύσεις συγκεντρώνονται μεταξύ του 5% και του 20% της αξίας των συνολικών εσόδων τους¹¹ (Διάγραμμα 1.16).
- Για τις μεγαλύτερες εταιρίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, τα κέρδη προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων (EBITDA) μειώνονται κατά 12% σε σχέση με το 2014. Επισημαίνεται ότι, σε σχέση με το 2008 και λαμβάνοντας υπόψη αποτελέσματα συγχωνεύσεων και εξαγορών, ο δείκτης κερδοφορίας EBITDA έχει μειωθεί σχεδόν στο μισό, από τα περίπου 2 στο 1,1 δισ. ευρώ (Διάγραμμα 1.17).

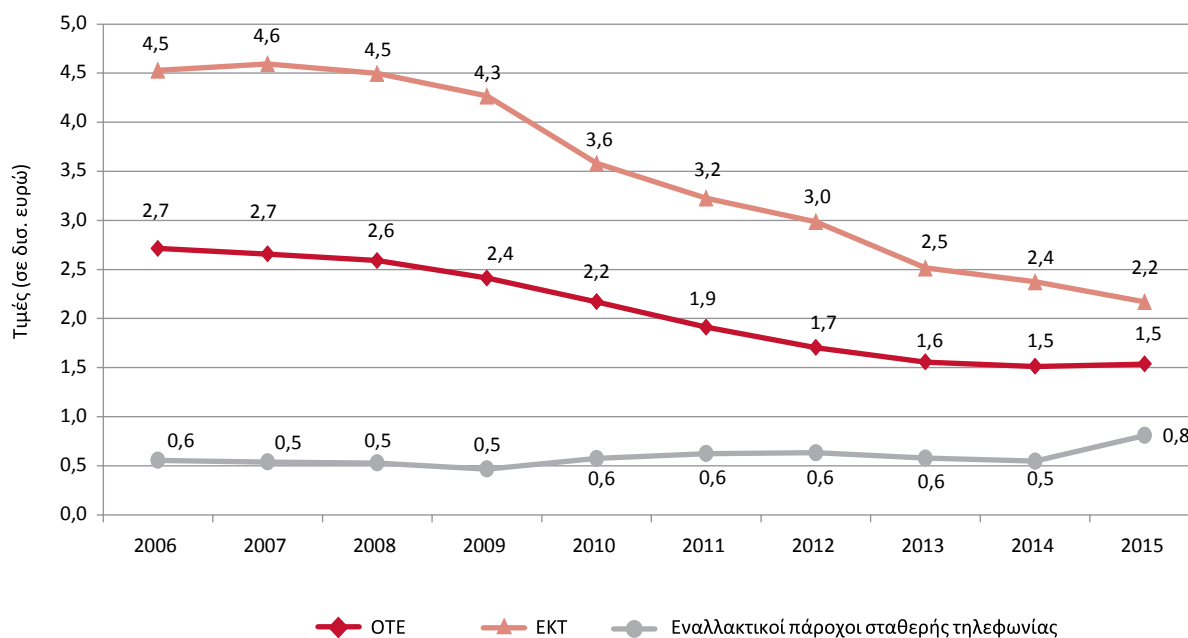
11. Βάσει των οικονομικών καταστάσεων/ισολογισμών των παρόχων υπηρεσιών ηλεκτρονικών επικοινωνιών.

Διάγραμμα 1.6: Κύκλος εργασιών παρόχων ηλεκτρονικών επικοινωνιών



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

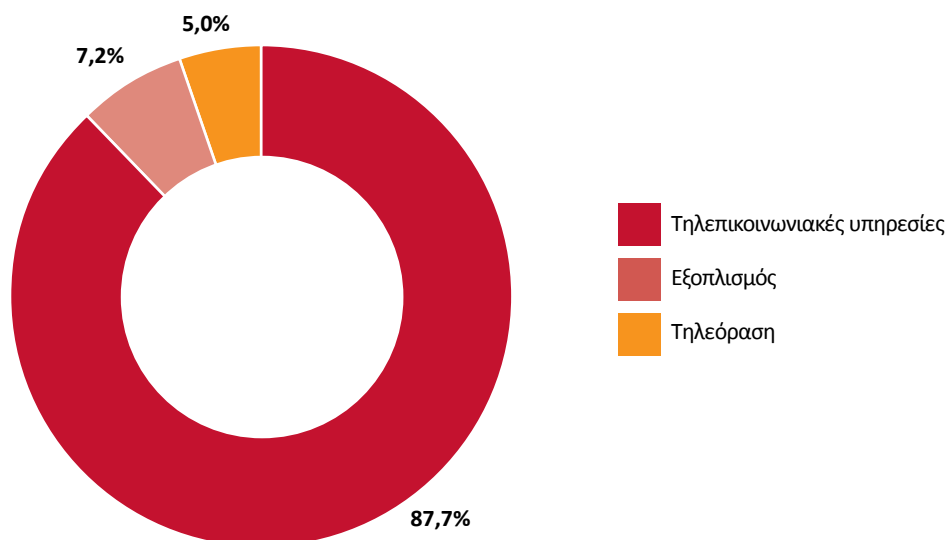
Διάγραμμα 1.7: Κύκλος εργασιών εταιριών σταθερής & κινητής τηλεφωνίας



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

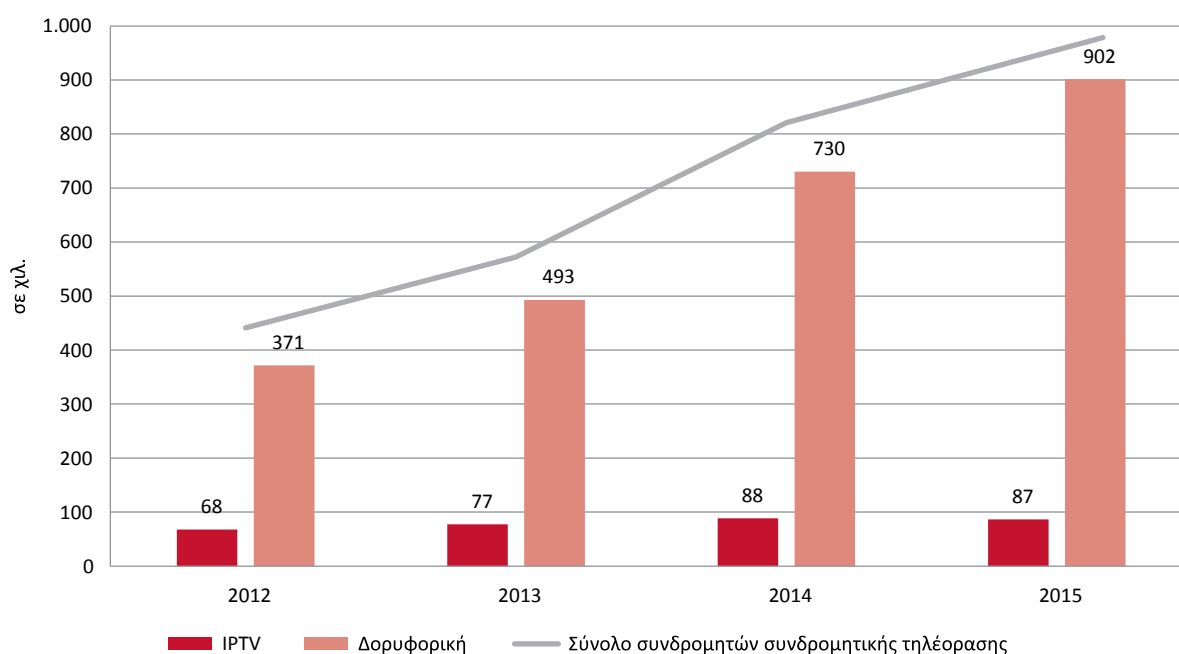
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.8: Ανάλυση κύκλου εργασιών



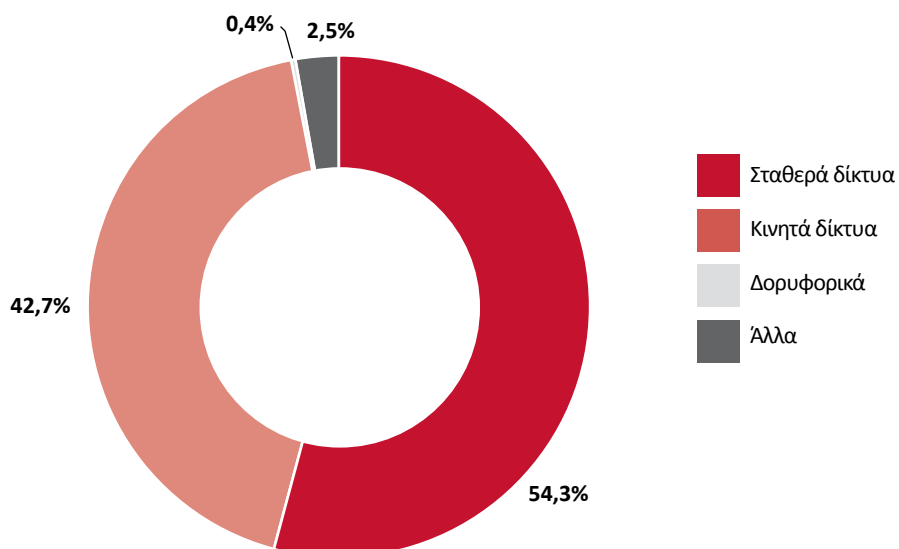
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.9: Εξέλιξη συνδρομητών συνδρομητικής τηλεόρασης



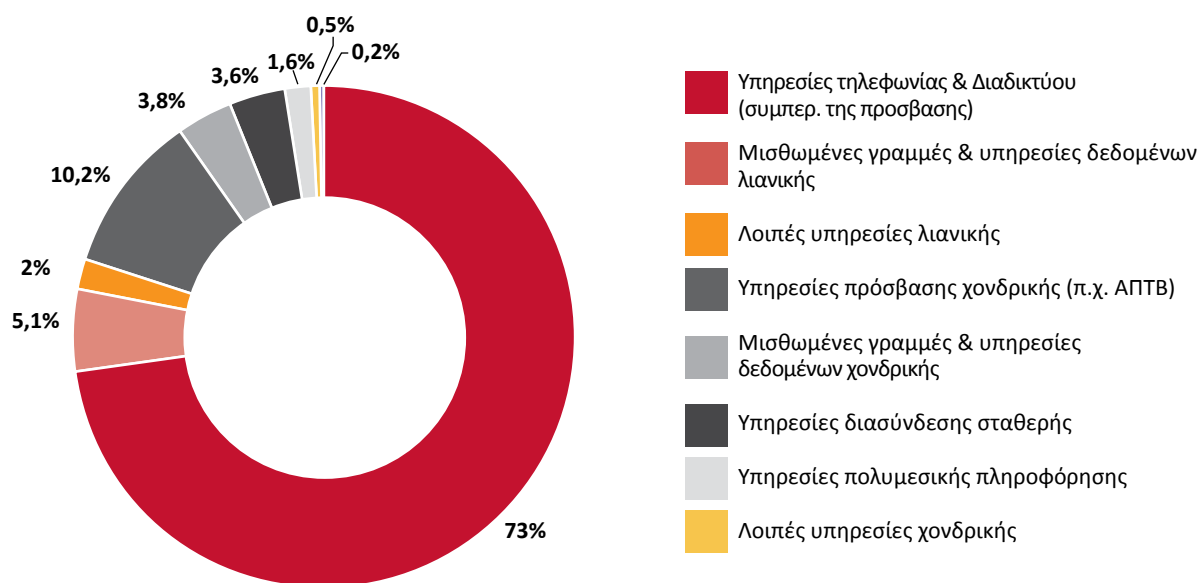
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.10: Ανάλυση τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

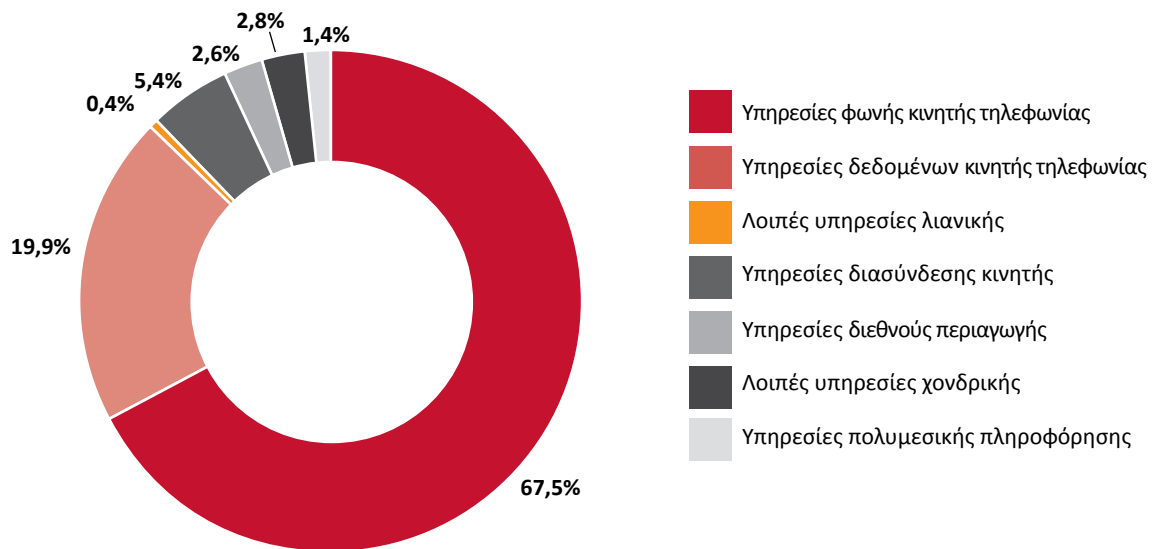
Διάγραμμα 1.11: Ανάλυση εσόδων από σταθερά δίκτυα



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

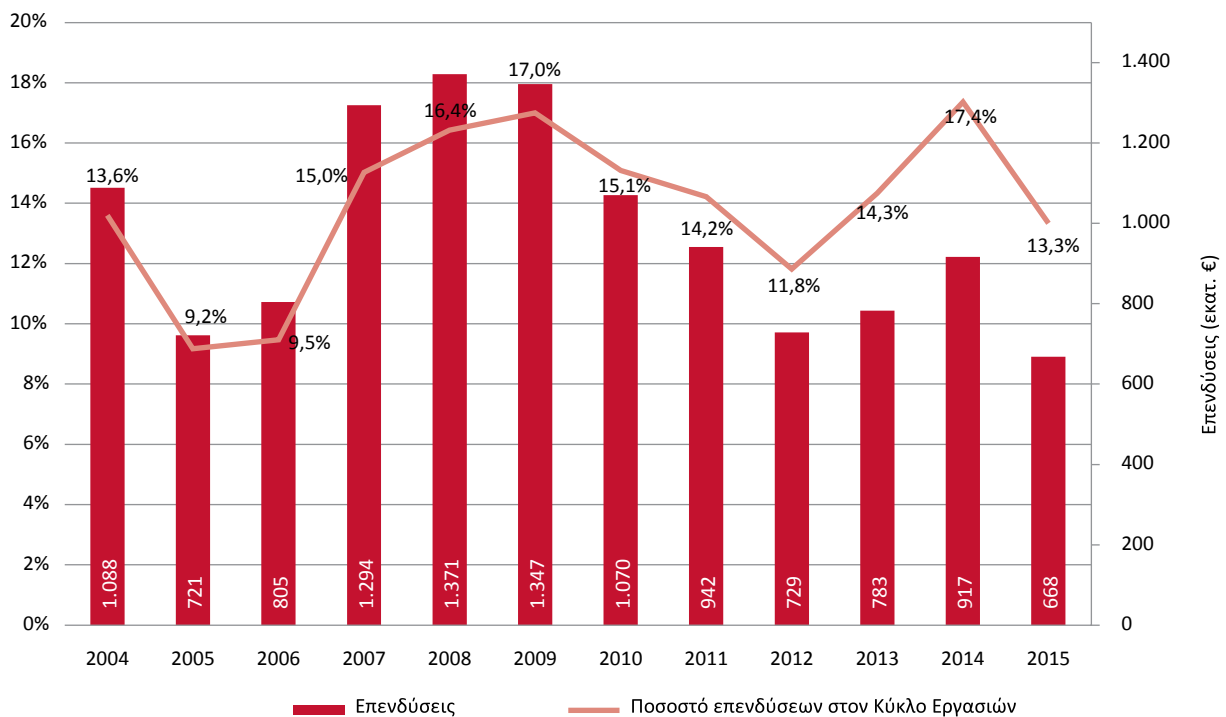
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.12: Ανάλυση εσόδων από κινητά δίκτυα



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.13: Επενδύσεις παρόχων ηλεκτρονικών επικοινωνιών



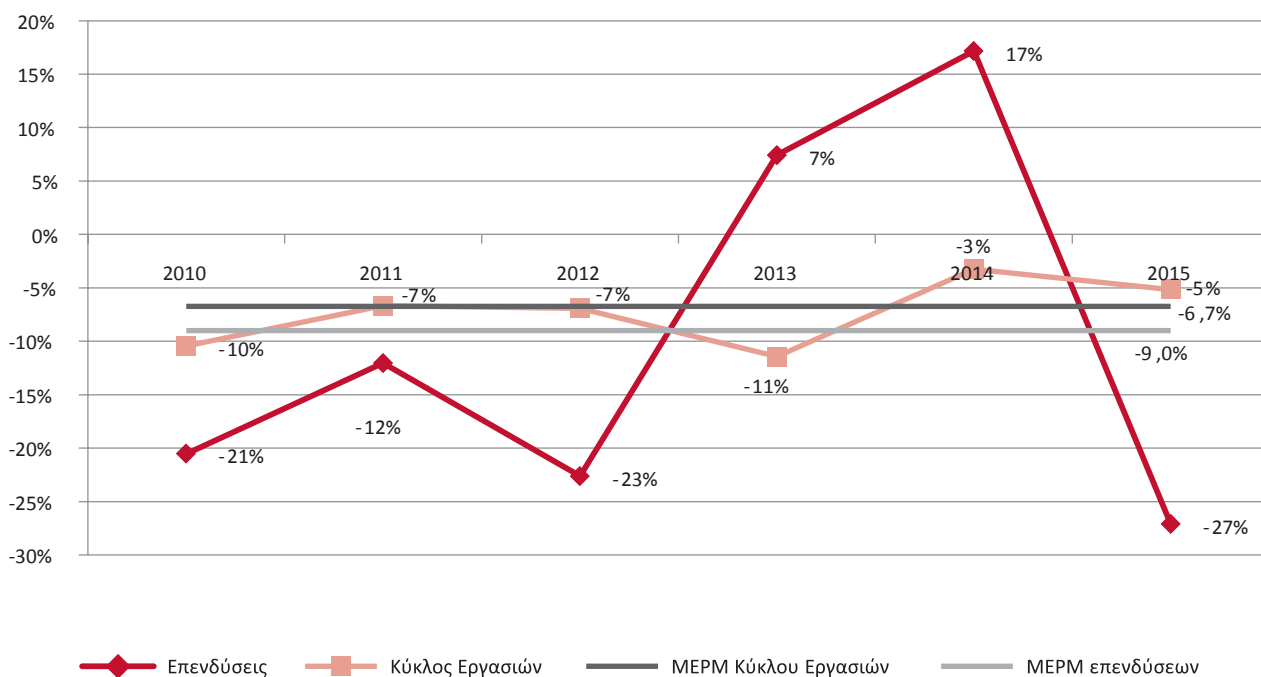
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.14: Ανάλυση επενδύσεων παρόχων ηλεκτρονικών επικοινωνιών (2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

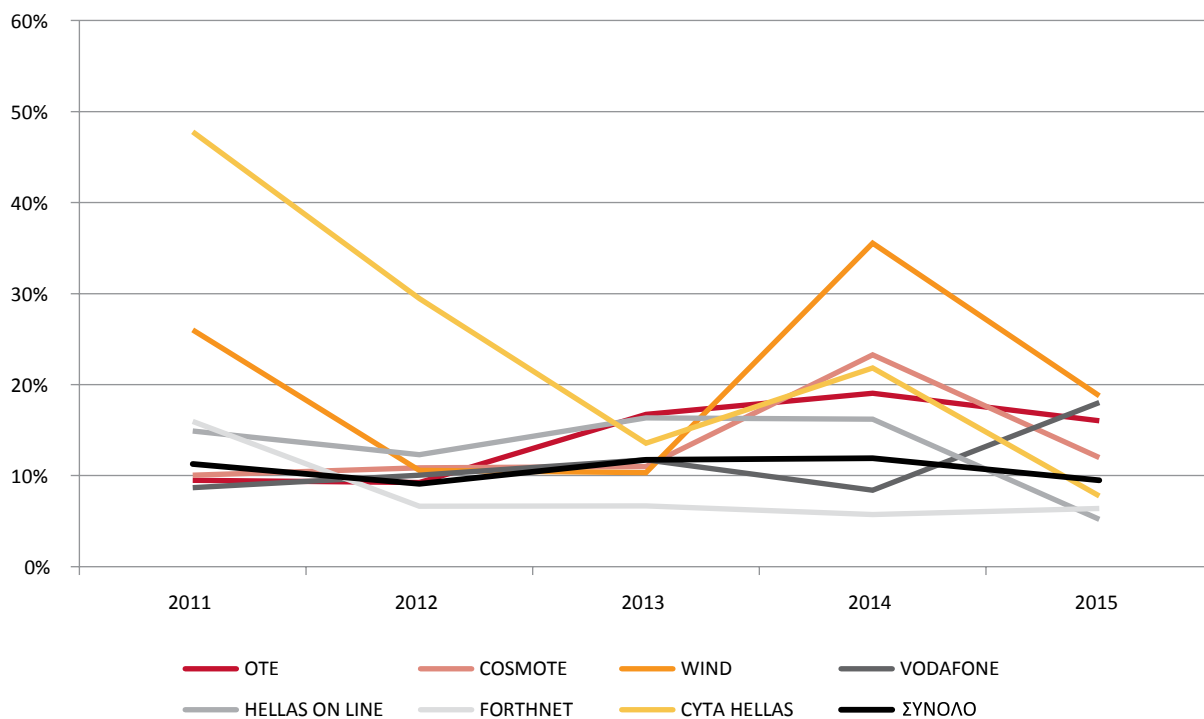
Διάγραμμα 1.15: Ρυθμός μεταβολής επενδύσεων-Κύκλου Εργασιών



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

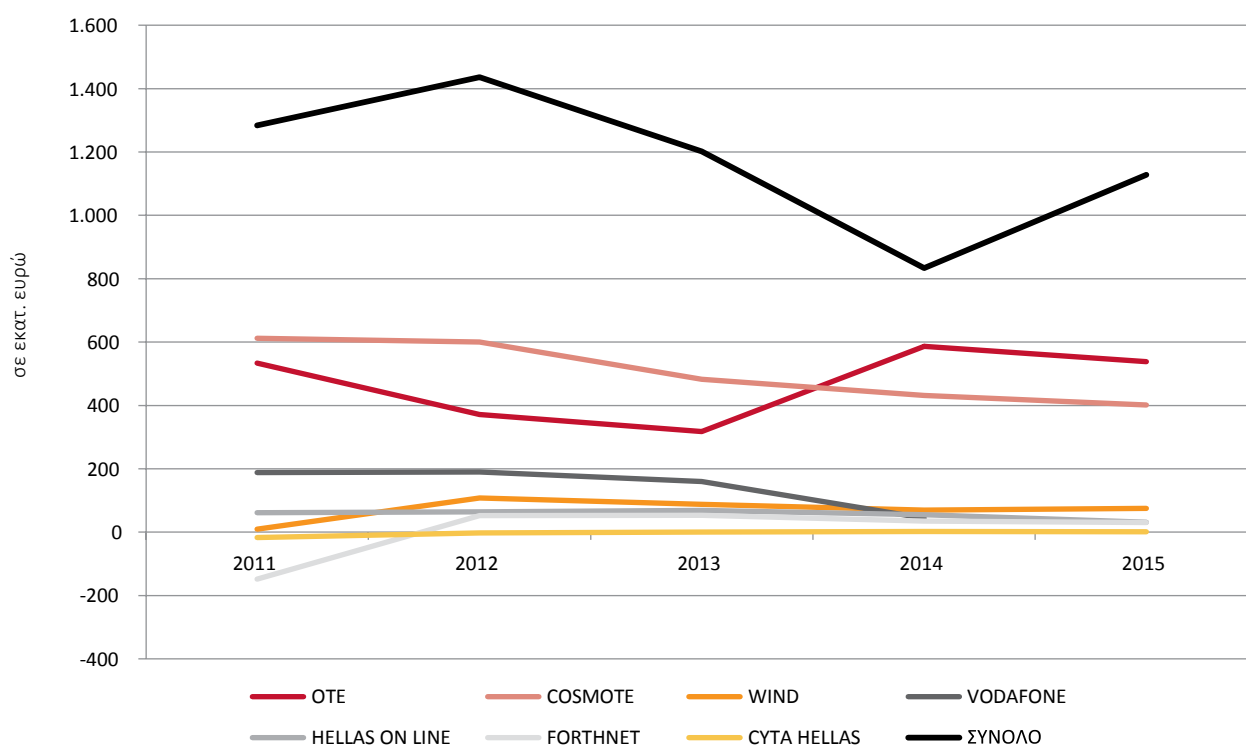
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.16: Επενδύσεις προς κύκλο εργασιών



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.17: Κέρδη προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων (EBITDA)



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

1.2.2. Σταθερές επικοινωνίες

Πρόσβαση και συνδρομές

Το Δεκέμβριο του 2015 ο αριθμός των γραμμών πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση ανήλθε σε 4.748.802, ήτοι διείσδυση 43,7% στον πληθυσμό, έναντι 4.758.271 το Δεκέμβριο του 2014, σημειώνοντας περαιτέρω μικρή μείωση της τάξης του 0,3% και συνολική μείωση 14% σε σχέση με το τέλος του 2005 (5.518.683) (Διάγραμμα 1.18). Στις γραμμές αυτές περιλαμβάνονται οι γραμμές Managed

VoIP, PSTN και ISDN του ΟΤΕ, καθώς και οι αντίστοιχες γραμμές των υπολοίπων παρόχων (Πίνακας 1.3).

Ο αριθμός των τηλεφωνικών γραμμών του ΟΤΕ σημείωσε μείωση 0,8% (κατά 26.991 γραμμές) και το μερίδιό του ανήλθε στο τέλος του 2015 σε 56,6% έναντι 57% στο τέλος του 2014, ενώ αντίθετα ο αριθμός των τηλεφωνικών γραμμών των υπολοίπων παρόχων αυξήθηκε κατά 0,6% (κατά 12.078 γραμμές). Αυτό σημαίνει ότι σε απόλυτους όρους, οι αποσυνδέσεις από το σταθε-

ρό δίκτυο αφορούν περισσότερο τους συνδρομητές του ΟΤΕ. Από την άλλη πλευρά, το 2015 συνεχίστηκε να μειώνεται η δυναμική των υπολοίπων παρόχων να κερδίζουν γραμμές από τον ΟΤΕ. Μάλιστα, το 2015 η δυναμική αυτή ανέρχεται σε επίπεδα κάτω του 15% της δυναμικής που καταγράφηκε το 2014. Αξίζει να σημειωθεί ότι ένα πρόσθετο στοιχείο είναι ότι το 2015 ο ΟΤΕ φαίνεται να έχει 3% των γραμμών του σε τεχνολογία Managed VoIP.

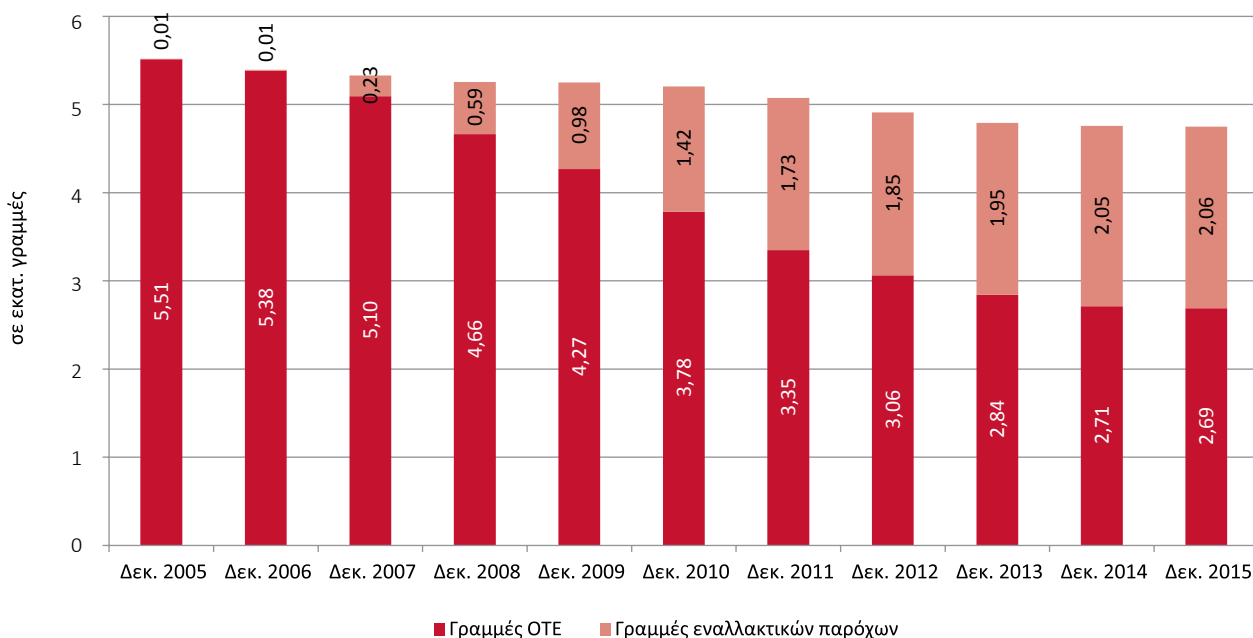
Πίνακας 1.3: Εξέλιξη τηλεφωνικών γραμμών

	Γραμμές ΟΤΕ					Γραμμές εναλλακτικών παρόχων					Σύνολο γραμμών
	PSTN	ISDN BRA	Managed VoIP	ISDN PRA	Σύνολο	PSTN και ISDN BRA-χωρίς ΧΕΓ	PSTN και ISDN BRA-μέσω ΧΕΓ	Managed VoIP	ISDN PRA	Σύνολο	
Δεκ. 2000	5.659.274	96.972	-	3.946	5.760.192	-	-	-	-	-	5.760.192
Δεκ. 2001	5.607.726	199.033	-	5.385	5.812.144	-	-	-	-	-	5.812.144
Δεκ. 2002	5.412.796	349.751	-	6.023	5.768.570	93	-	-	-	93	5.768.663
Δεκ. 2003	5.200.231	448.542	-	6.766	5.655.539	650	-	-	-	650	5.656.189
Δεκ. 2004	5.078.908	525.499	-	7.138	5.611.545	1.787	-	-	-	1.787	5.613.332
Δεκ. 2005	4.927.622	578.505	-	7.094	5.513.221	5.018	-	-	444	5.462	5.518.683
Δεκ. 2006	4.778.245	597.867	-	6.213	5.382.325	12.176	-	-	334	12.510	5.394.835
Δεκ. 2007	4.509.564	579.533	-	6.185	5.095.282	205.707	-	26.875	480	233.062	5.328.344
Δεκ. 2008	4.110.102	548.388	-	5.971	4.664.461	547.242	-	41.992	681	589.915	5.254.376
Δεκ. 2009	3.744.759	517.337	-	5.677	4.267.773	848.354	42.405	89.524	695	980.978	5.248.751
Δεκ. 2010	3.306.469	473.183	-	5.259	3.784.911	1.191.665	71.883	154.833	747	1.419.128	5.204.039
Δεκ. 2011	2.917.578	426.830	-	4.808	3.349.216	1.395.486	82.091	246.697	1.820	1.726.094	5.075.310
Δεκ. 2012	2.670.296	387.692	-	4.320	3.062.308	1.415.564	63.964	364.288	2.791	1.846.607	4.908.915
Δεκ. 2013	2.484.926	354.655	-	3.791	2.843.372	1.516.775	47.082	380.420	3.025	1.947.302	4.790.674
Δεκ. 2014	2.377.849	330.034	-	3.499	2.711.382	1.612.296	35.325	396.306	2.962	2.046.889	4.758.271
Δεκ. 2015	2.298.569	303.791	78.789	3.242	2.684.391	1.651.635	14.344	390.189	2.799	2.058.967	4.743.358

Πηγή: EETT

Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.18: Εξέλιξη τηλεφωνικών γραμμών



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Λιανική εξερχόμενη κίνηση¹²

Η επί σειρά ετών φθίνουσα κίνηση σταθερής τηλεφωνίας σημείωσε αύξηση της τάξης του 2% κατά το 2015, ανερχόμενη σε 17,5 δισ. λεπτά λόγω της αύξησης της διάρκειας των εθνικών κλήσεων προς σταθερό, αλλά και των εξερχόμενων κλήσεων προς κινητό (Διάγραμμα 1.19). Η διάρκεια των κλήσεων από σταθερό προς κινητό σημείωσε αύξηση για δεύτερη συνεχή χρονιά (12,8% κατά το 2015 και 6,3% κατά το 2014), καθώς αυξήθηκε η συμπερίληψη των εν λόγω κλήσεων στον ενσωματωμένο χρόνο ομιλίας των προσφερόμενων πακέτων (Διαγράμματα 1.20 και 1.21). Σημειώνεται ότι η διάρκεια των βασικών τύπων κλήσεων αποτελεί για τέταρτη συνεχή χρονιά το 98% της διάρκειας όλων των τύπων κλήσεων. Όσον αφορά την ποσοστιαία κατανομή των βασικών τύπων κλήσεων από

σταθερό, το 84% αποδίδεται στις εθνικές κλήσεις προς σταθερό, το 13% στις κλήσεις προς κινητό και το υπόλοιπο 3% στις διεθνείς κλήσεις. Περισσότερες πληροφορίες για τη διαχρονική εξέλιξη της κίνησης ανά τύπο κλήσης παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.4.

Παρά το γεγονός ότι ο ΟΤΕ διατηρεί την πρωτοκαθεδρία με ποσοστό σημαντικά μεγαλύτερο του 50% στις γραμμές, το μερίδιό του σε όρους κίνησης κυμαίνεται σε χαμηλότερα επίπεδα, στο 46% περίπου. Αυτό φαίνεται να οφείλεται, κατά κύριο λόγο, στο ότι οι υπόλοιποι πάροχοι κατέγραψαν καλύτερη επίδοση στην αύξηση της κίνησης από σταθερά προς κινητά (κατά 25%), και, λιγότερο, στην αύξηση της κίνησης από σταθερά προς σταθερά. (Διαγράμματα 1.22-1.23).

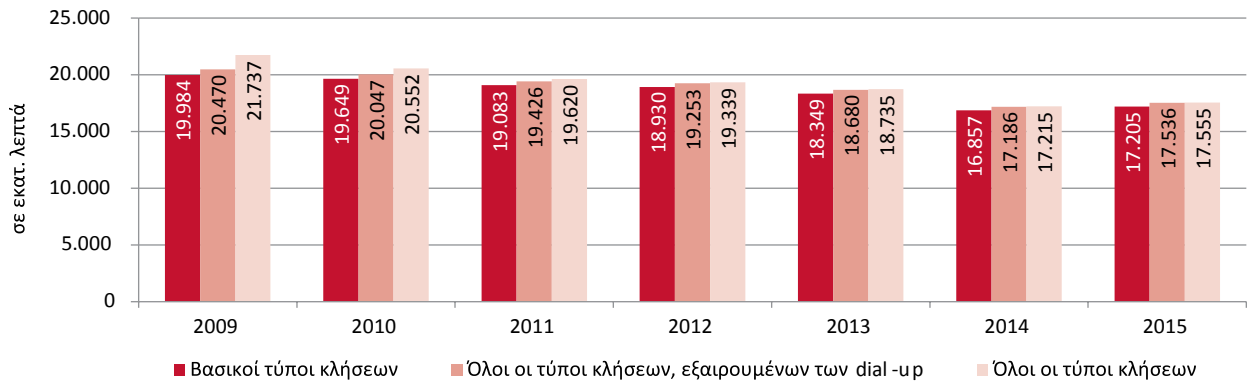
Σύμφωνα με τη διαχρονική κατανομή

των ετήσιων μεριδίων αγοράς (Διάγραμμα 1.24) μεταξύ των παρόχων για το 2015 για το σύνολο των βασικών τύπων κλήσεων, η αγορά χαρακτηρίζεται από ολοένα και μεγαλύτερη συγκέντρωση (μετά και την παύση εργασιών της εταιρίας ON TELECOMS το 2015), καθώς σχεδόν το 97% του μεριδίου για το 2015 αποδίδεται στον ΟΤΕ και σε τέσσερις εναλλακτικούς παρόχους. Πρόκειται για τις ακόλουθες, κατά αλφαβητική σειρά, εταιρίες: CYTA, FORTHNET, HELLAS ON LINE και WIND).

Ιδιαίτερα σημαντική επισήμανση αποτελεί ότι η αύξηση κατά 2% της κίνησης σταθερής τηλεφωνίας το 2015 συγκριτικά με το 2014, αποδίδεται στην αύξηση κατά 9% της κίνησης από παρόχους πλην ΟΤΕ. Στο ίδιο διάστημα η κίνηση από τον ΟΤΕ καταγράφεται μειωμένη κατά 5,1% (Διάγραμμα 1.25).

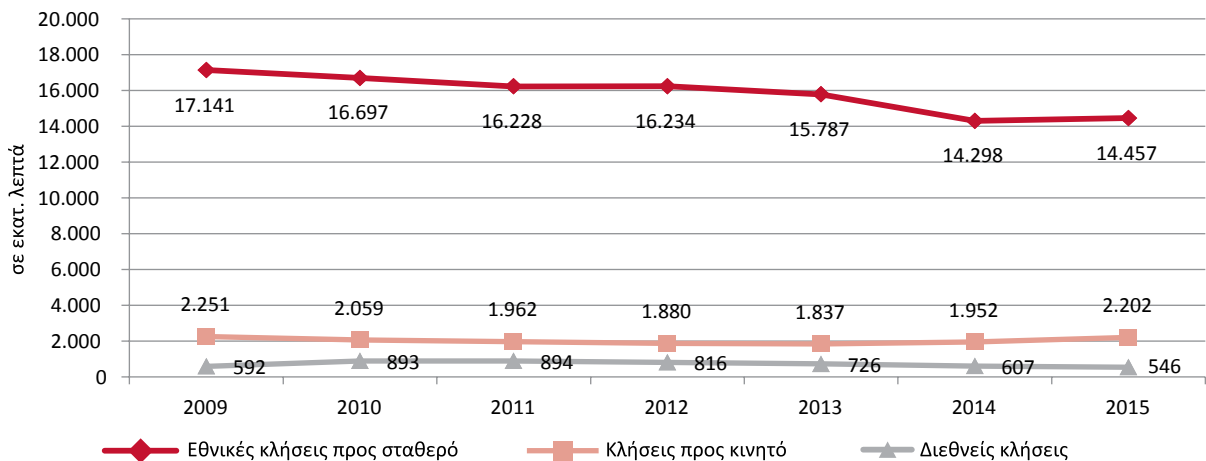
12. Διευκρινίζεται ότι όλα τα παρουσιαζόμενα στοιχεία αφορούν υπηρεσίες που παρέχονται σε συνδρομητές, όποτε και εξαιρούνται οι υπηρεσίες τηλεφωνίας που παρέχονται μέσω καρτών.

Διάγραμμα 1.19: Εξέλιξη εξερχόμενης κίνησης από σταθερό τηλέφωνο



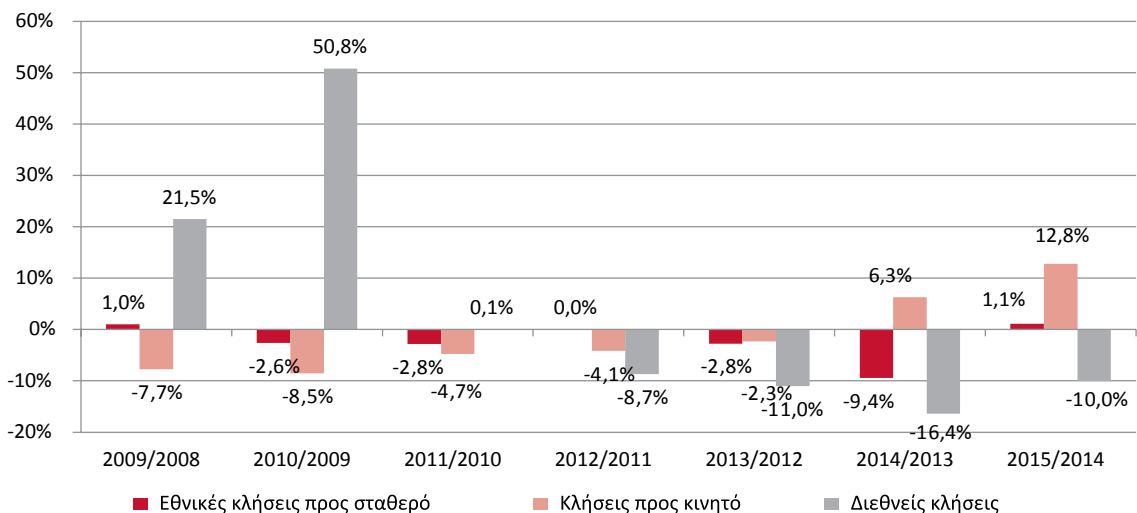
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.20: Εξερχόμενη κίνηση από σταθερό τηλέφωνο για τους βασικούς τύπους κλήσεων



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.21: Ετήσια μεταβολή εξερχόμενης κίνησης από σταθερό τηλέφωνο



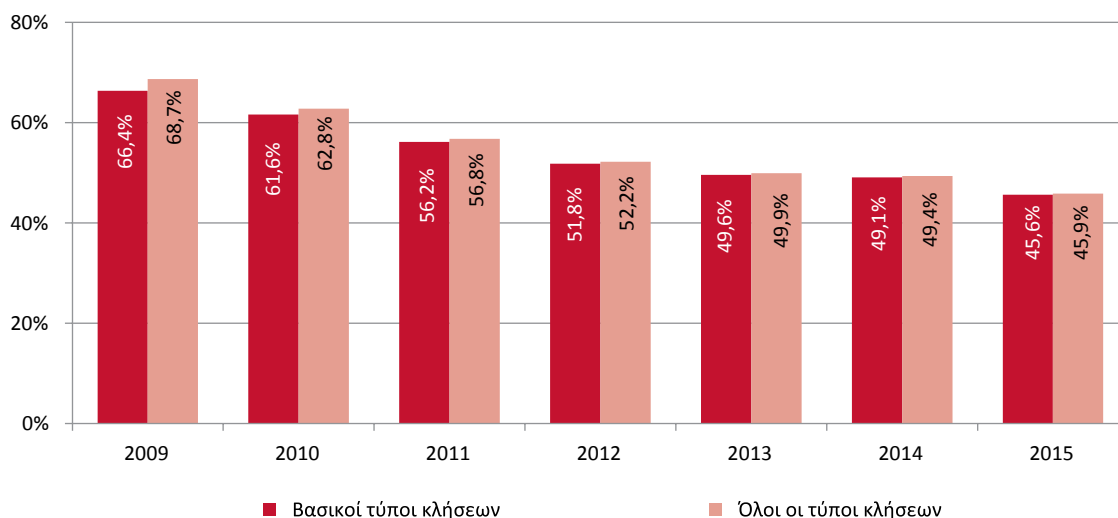
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Πίνακας 1.4: Όγκος ανά τύπο κλήσης (σε εκατ. λεπτά)

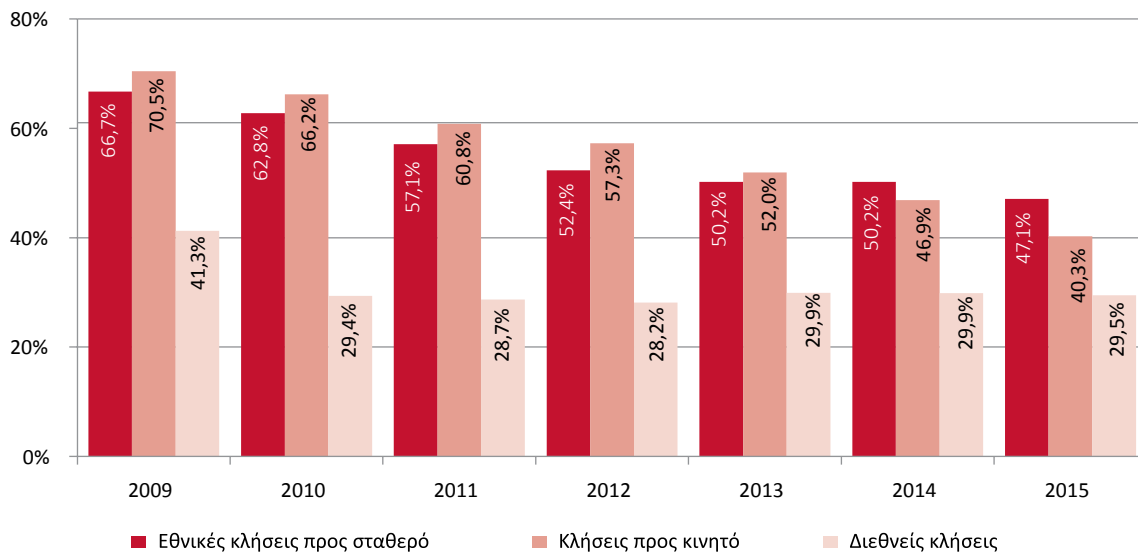
	Τύπος κλήσης	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Βασικοί τύποι κλήσεων	Εθνικές κλήσεις προς σταθερό	17.141	16.697	16.228	16.234	15.787	14.298	14.457
	Κλήσεις προς κινητό	2.251	2.059	1.962	1.880	1.837	1.952	2.202
	Διεθνείς κλήσεις	592	893	894	816	726	607	546
Λοιποί τύποι κλήσεων	Dial-up κλήσεις	1.267	505	194	86	55	29	19
	Κλήσεις σε προσωπικούς αριθμούς (σειρά 70)	0,00	0,05	0,13	0,13	0,14	0,14	μη διαθέσιμο
	Κλήσεις σε υπηρεσίες ατελούς χρέωσης (toll free Phone-800)	30	24	23	23	26	31	58
	Κλήσεις σε υπηρεσίες μεριζόμενου κόστους (Shared cost-801)	158	77	52	35	33	31	0
	Κλήσεις σε υπηρεσίες σύντομων κωδικών (3-ψήφια, 4-ψήφια, 5-ψήφια)	288	236	225	220	219	229	238
	Κλήσεις σε υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας	10	61	43	45	53	37	35
Βασικοί τύποι κλήσεων		19.984	19.649	19.083	18.930	18.349	16.857	17.205
Όλοι οι τύποι κλήσεων (εξαιρουμένων των dial-up)		20.470	20.047	19.426	19.253	18.680	17.186	17.536
Όλοι οι τύποι κλήσεων		21.737	20.552	19.620	19.339	18.735	17.215	17.555

Διάγραμμα 1.22: Ετήσια μερίδια αγοράς ΟΤΕ (βάσει της εξερχόμενης κίνησης)



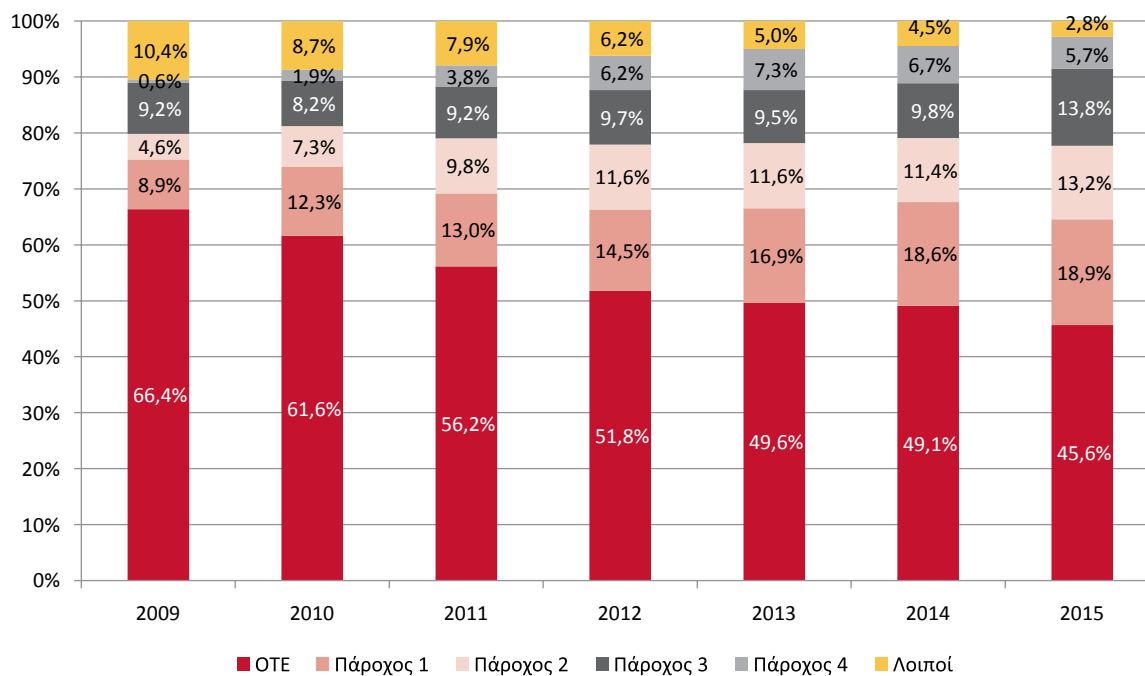
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.23: Μεριδία αγοράς ΟΤΕ ανά βασικό τύπο κλήσης (βάσει της κίνησης)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.24: Μεριδία αγοράς στους βασικούς τύπους κλήσεων (βάσει της κίνησης)



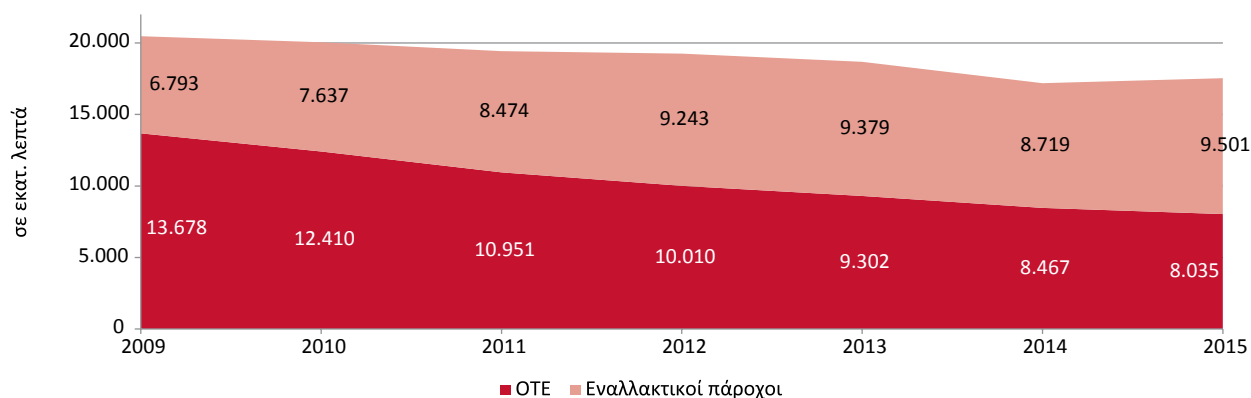
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Πίνακας 1.5: Μερίδια αγοράς στους βασικούς τύπους κλήσεων (βάσει της κίνησης)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ΟΤΕ	66,4%	61,6%	56,2%	51,8%	49,6%	49,1%	45,6%
Πάροχος 1	8,9%	12,3%	13,0%	14,5%	16,9%	18,6%	18,9%
Πάροχος 2	4,6%	7,3%	9,8%	11,6%	11,6%	11,4%	13,2%
Πάροχος 3	9,2%	8,2%	9,2%	9,7%	9,5%	9,8%	13,8%
Πάροχος 4	0,6%	1,9%	3,8%	6,2%	7,3%	6,7%	5,7%
Λοιποί	10,4%	8,7%	7,9%	6,2%	5,0%	4,5%	2,8%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Διάγραμμα 1.25: Εξερχόμενη κίνηση για ΟΤΕ και λοιπούς παρόχους (εξαιρουμένης της dial-up)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Λιανικά έσοδα από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση¹³

Το 2015 τα λιανικά έσοδα από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση ανήλθαν σε 1,4 δισ. ευρώ, σημειώνοντας πτώση 3,5% σε σχέση με το 2014 (Διάγραμμα 1.26). Τα λιανικά έσοδα τηλεφωνίας σε σταθερή θέση μειώθηκαν στα 1,1 δισ.

ευρώ, ήτοι πτώση κατά 5,3%, συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Διευκρινίζεται αφενός ότι τα έσοδα που παρουσιάζονται είναι προ των αποδόσεων σε τρίτους παρόχους και αφετέρου ότι στα έσοδα τηλεφωνίας περιλαμβάνονται τα έσοδα πρόσβασης¹⁴ και τα έσοδα από την παροχή όλων των τύπων κλήσεων. Πρέπει να σημειωθεί ότι τα στοιχεία που παρατίθενται και πιο συγκεκριμένα ο διαχωρισμός των εσόδων

τηλεφωνίας και Διαδικτύου βασίζονται σε εκτιμήσεις εκ μέρους των περισσότερων παρόχων¹⁵.

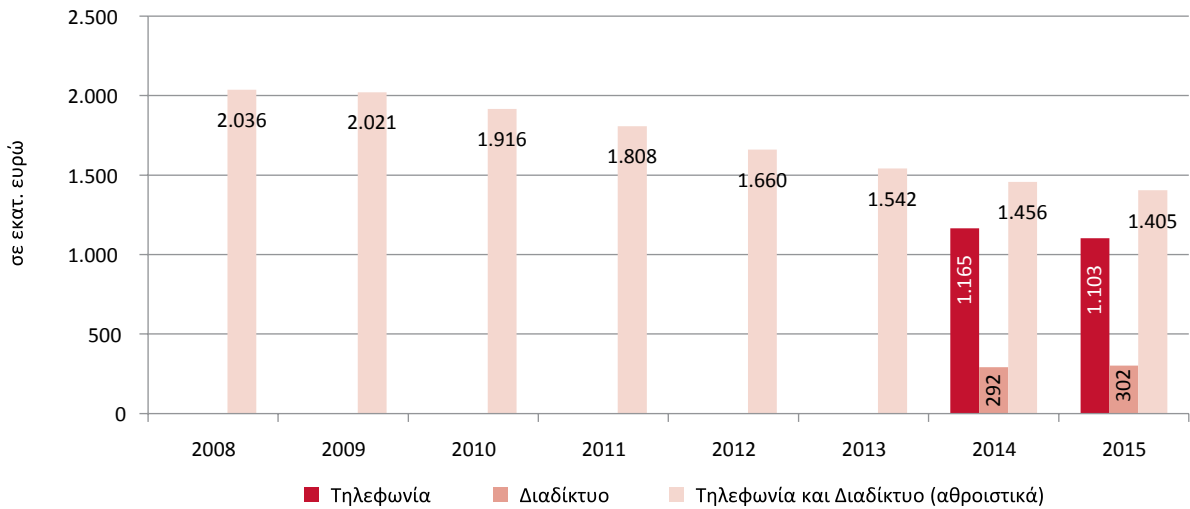
Το αντίστοιχο μερίδιο του ΟΤΕ για το 2015 εκτιμάται σε 60,1% από 61,3% το 2014. Αθροιστικά το μερίδιο του ΟΤΕ βάσει των λιανικών εσόδων τηλεφωνίας και Διαδικτύου παραμένει σχετικά σταθερό (περίπου 61%) κατά τα τελευταία τέσσερα χρόνια (Διάγραμμα 1.27).

13. Διευκρινίζεται ότι όλα τα παρουσιαζόμενα στοιχεία αφορούν υπηρεσίες που παρέχονται σε συνδρομητές, όποτε και εξαιρούνται οι υπηρεσίες τηλεφωνίας που παρέχονται μέσω καρτών.

14. Εδώ περιλαμβάνονται τα έσοδα από αρχική σύνδεση/εγκατάσταση κ.λπ., τα μηνιαία πάγια για τη γραμμή πρόσβασης σε τηλεφωνικές υπηρεσίες και τα έσοδα από πρόσθετες διευκολύνσεις.

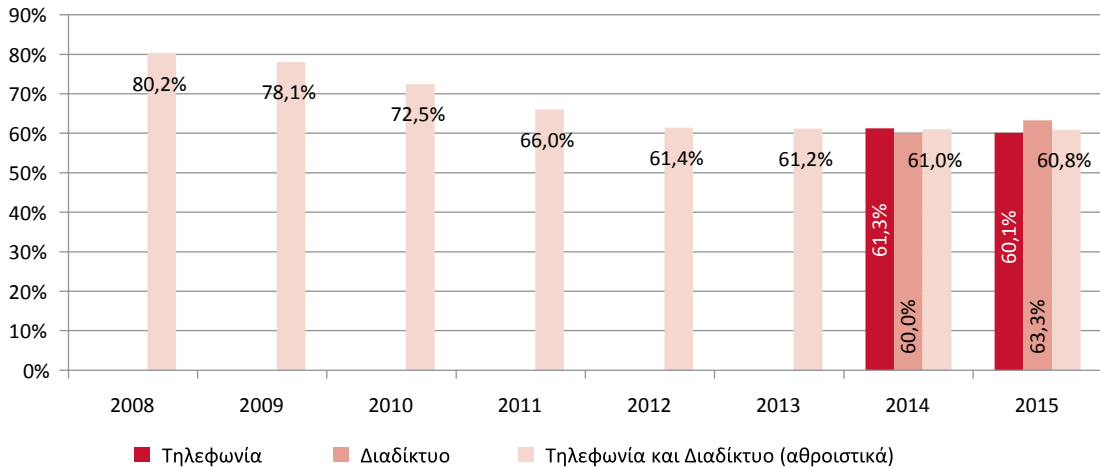
15. Με την επερχόμενη εισαγωγή του τέλους συνδρομητών σταθερής τηλεφωνίας, ενδέχεται οι πάροχοι να προβούν σε επανεκτιμήσεις βάσει των σχετικών κανονιστικών παρεμβάσεων.

Διάγραμμα 1.26: Λιανικά έσοδα από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.27: Μεριδία αγοράς ΟΤΕ (βάσει λιανικών εσόδων από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διασύνδεση σταθερής τηλεφωνίας

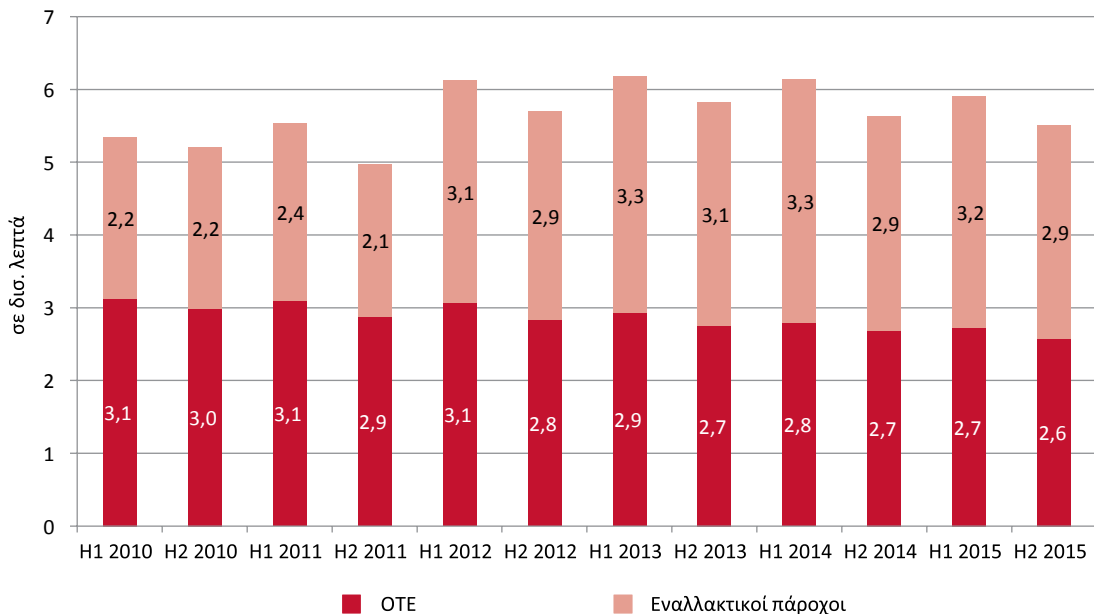
Το 2015, ο τερματισμός κλήσεων (Διάγραμμα 1.28) ακολούθησε την πτωτική πορεία των τελευταίων χρόνων και ανήλθε στο τέλος του έτους στα 5,51 δισ. λεπτά, καταγράφοντας μείωση 2% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2014 (5,63 δισ. λεπτά αντίστοιχα). Από το Β' εξάμηνο του 2012 η κίνηση

τερματισμού στα δίκτυα σταθερής τηλεφωνίας των εναλλακτικών παρόχων υπερβαίνει την κίνηση τερματισμού στο δίκτυο του ΟΤΕ. Η συνολική κίνηση τερματισμού κλήσεων σε δίκτυα σταθερής τηλεφωνίας παρουσιάζει ελαφρά πτώση κατά τα τελευταία έτη. Το 2015 επιβάλλονται για πρώτη φορά απόλυτα συμμετρικά τέλη τερματι-

σμού για όλους τους παρόχους σταθερής τηλεφωνίας (Διάγραμμα 1.29).

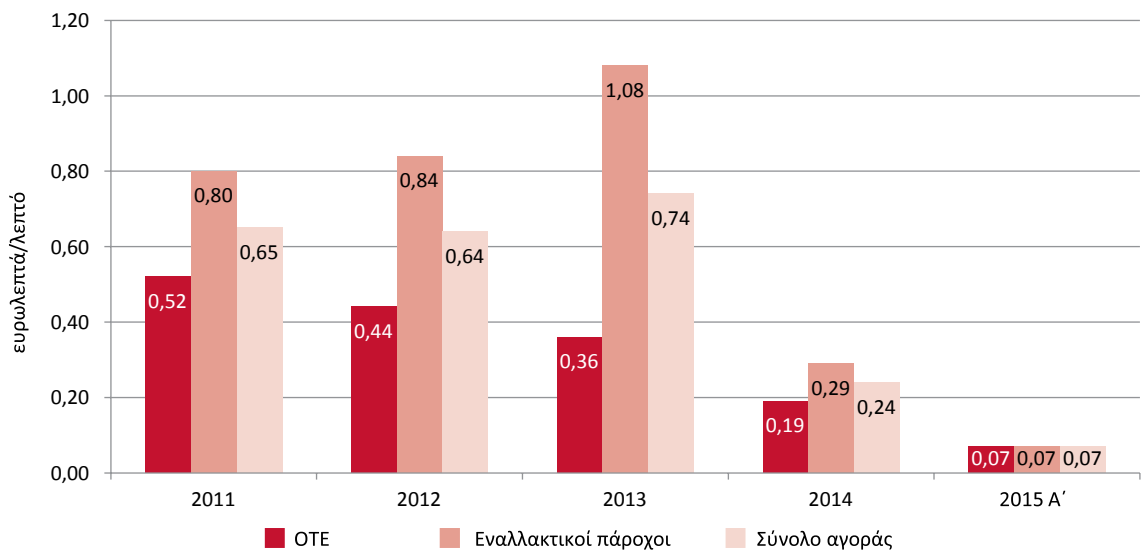
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.28: Κίνηση τερματισμού σε δίκτυα σταθερής τηλεφωνίας (ΟΤΕ - Εναλλακτικοί πάροχοι)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.29: Πραγματικά τέλη διασύνδεσης



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

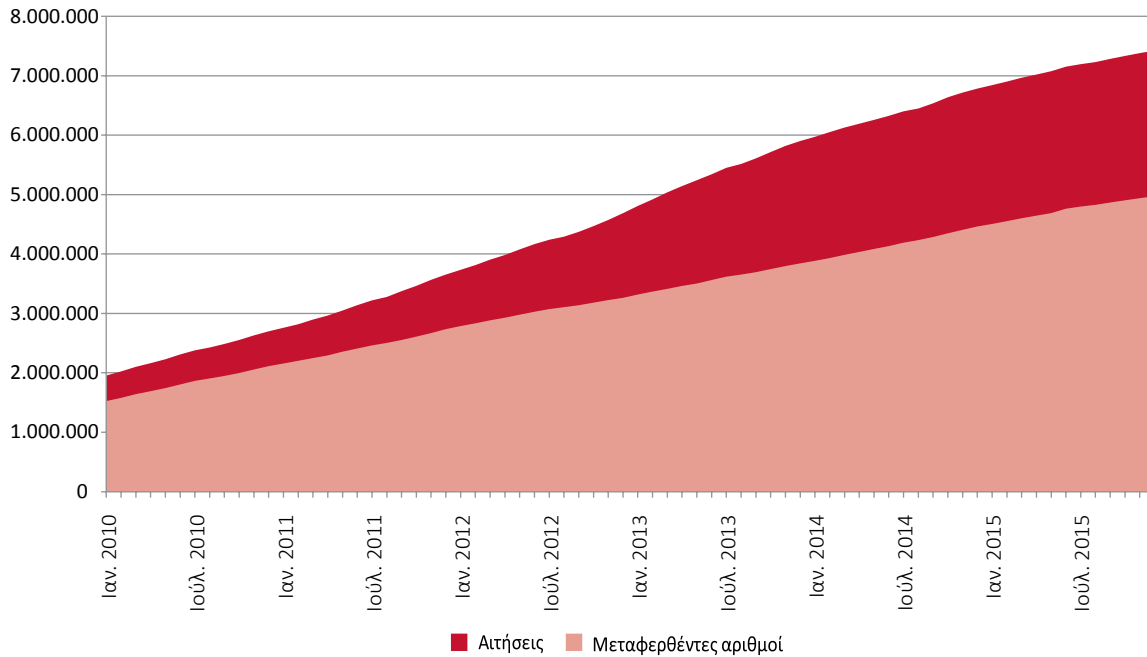
Φορητότητα αριθμών σταθερής τηλεφωνίας

Στη διάρκεια του 2015, υποβλήθηκαν 639.865 αιτήσεις έναντι 882.443 αιτή-

σεων το 2014, καταγράφοντας μείωση κατά 27,5%. Αντίστοιχα, το 2015 μεταφέρθηκαν 509.656 αριθμοί, αριθμός μειωμένος κατά 17,9% σε σχέση με το

2014 (Διάγραμμα 1.30). Επομένως, οι μεταφορές ολοκληρώνονται για περίπου 80% από τα αρχικά αιτήματα φορητότητας.

Διάγραμμα 1.30: Φορητότητα αριθμών στη σταθερή τηλεφωνία



Πηγή: ΕΕΤΤ

1.2.3. Κινητές επικοινωνίες

Συδρομές

Κατά το 2015, οι συνδέσεις¹⁶ κινητής τηλεφωνίας¹⁷ παρουσίασαν μικρή μείωση προς τον συνολικό αριθμό συνδέσεων, αλλά αυξήθηκαν ως προς τον αριθμό των ενεργών συδρομών/συνδέσεων¹⁸. Ο συνολικός αριθμός συνδέσεων στο τέλος του 2015, διαμορφώθηκε στα 15,4 έναντι 15,5 εκατ. συδρομών στο τέλος του 2014, μείωση που ανέρχεται σε 0,8%. Ο αριθμός των ενεργών συνδέσεων ανήλθε από 12,1 σε 12,6 εκατ. συνδέσεις, αύξηση που αντιστοιχεί σε ποσοστό 3,5% (Πίνακας 1.6 και Διάγραμμα 1.31).

Αναφορικά με τις διαφορετικές κατηγορίες συνδέσεων (Διάγραμμα 1.32), τόσο οι συνδέσεις συμβολαίου όσο και οι εγγεγραμμένες συνδέσεις καρτοκινητής παραμένουν στα ίδια επίπεδα με το τέλος του 2014 (4,2 εκατ. οι συδρομητές συμβολαίου και 11,2 εκατ. οι εγγεγραμμένοι της καρτοκινητής), ενώ αύξηση παρουσίασε ο αριθμός των ενεργών συνδέσεων καρτοκινητής κατά 5,4%, ήτοι από 7,9 εκατ. στο τέλος του 2014 σε 8,4 εκατ. στο τέλος του 2015.

Σε σχέση με τα μερίδια των ΕΚΤ ως προς τον συνολικό αριθμό συνδέσεων (Διάγραμμα 1.33), μικρή αύξηση παρουσίασε το μερίδιο της COSMOTE

(από 44,5% στο τέλος του 2014 σε 45,2% το 2015), σημαντική αύξηση το μερίδιο της VODAFONE (από 30,4% σε 35,1%) ενώ ανάλογη πτώση σημείωσε το αντίστοιχο μερίδιο της WIND από 25% σε 19,5%.

16. Χρησιμοποιείται ο όρος «σύνδεση» ή «συδρομή» αντί του «συδρομητή». Δεν αποτυπώνεται ο αριθμός των συδρομητών ως φυσικά πρόσωπα ή οντότητες, αλλά οι συνολικές συνδέσεις/συδρομές, καθώς ένας συδρομητής είναι δυνατό να έχει μία ή και περισσότερες συδρομές/συνδέσεις.

17. Σημειώνεται ότι τα στοιχεία συνδέσεων για την περίοδο 2012-2014 έχουν αναθεωρηθεί ώστε να αφορούν αποκλειστικά χρήστες κινητής τηλεφωνίας (εξαιρουμένων των datacards και των M2M) και να υπάρχει συνέπεια προς τα στοιχεία παρελθόντων ετών.

18. Ως «ενεργές συνδέσεις» ή «ενεργές συδρομές» ορίζονται οι συνδέσεις/συδρομές που έχουν προκαλέσει τη δημιουργία λιανικού ή χονδρικού εσόδου εντός του τελευταίου τριμήνου.

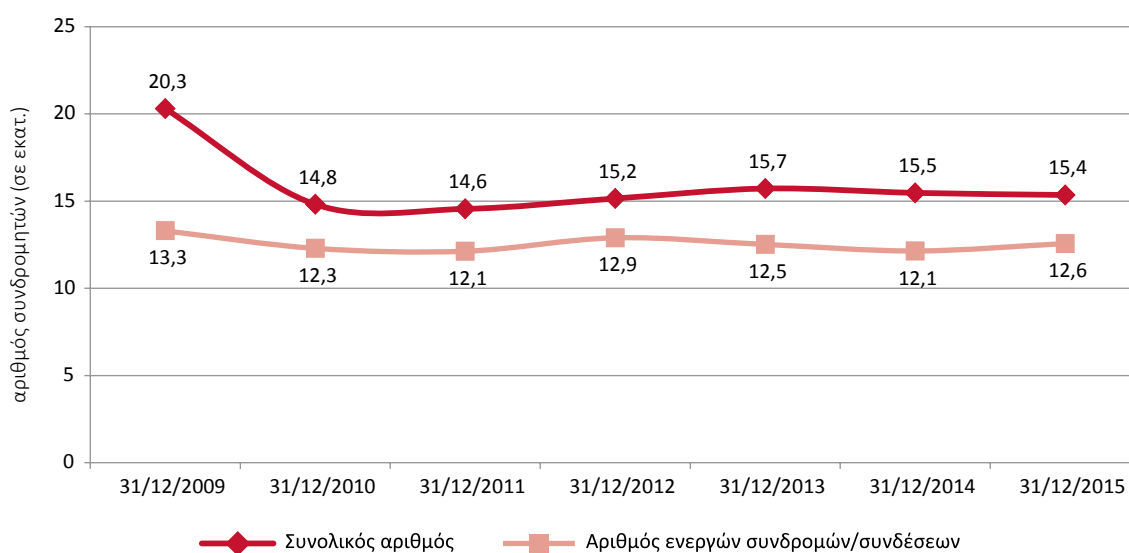
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Πίνακας 1.6. Συνολικές και ενεργές συνδέσεις/συνδρομές κινητής τηλεφωνίας (χωρίς datacards)

	Δεκ. 2009	Δεκ. 2010	Δεκ. 2011	Δεκ. 2012	Δεκ. 2013	Δεκ. 2014	Δεκ. 2015
Συνολικές συνδέσεις	20.298.102	14.815.705	14.557.672	15.151.742	15.722.476	15.473.683	15.353.553
Ενεργές συνδέσεις	13.295.093	12.292.716	12.127.985	12.897.306	12.518.645	12.144.598	12.566.650

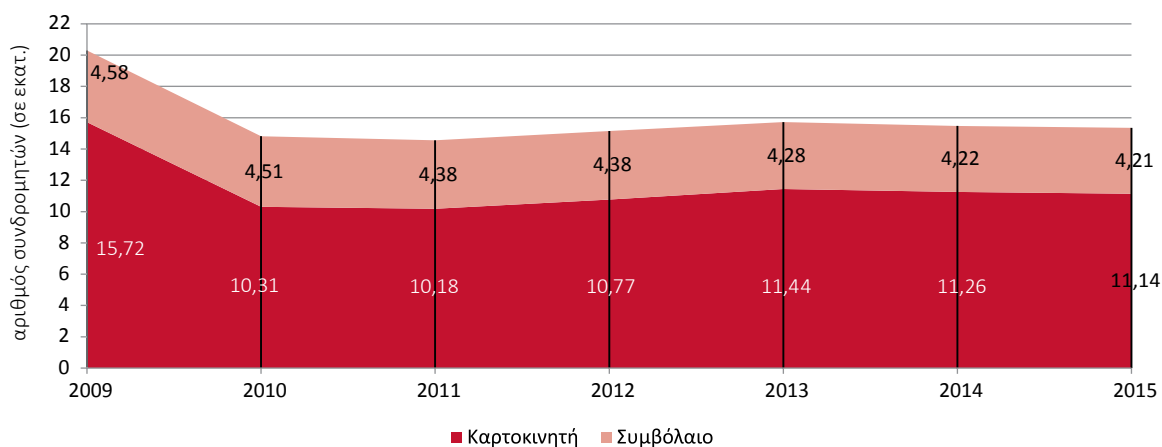
Πηγή: ΕΕΤΤ

Διάγραμμα 1.31: Συνδέσεις/συνδρομές κινητής τηλεφωνίας



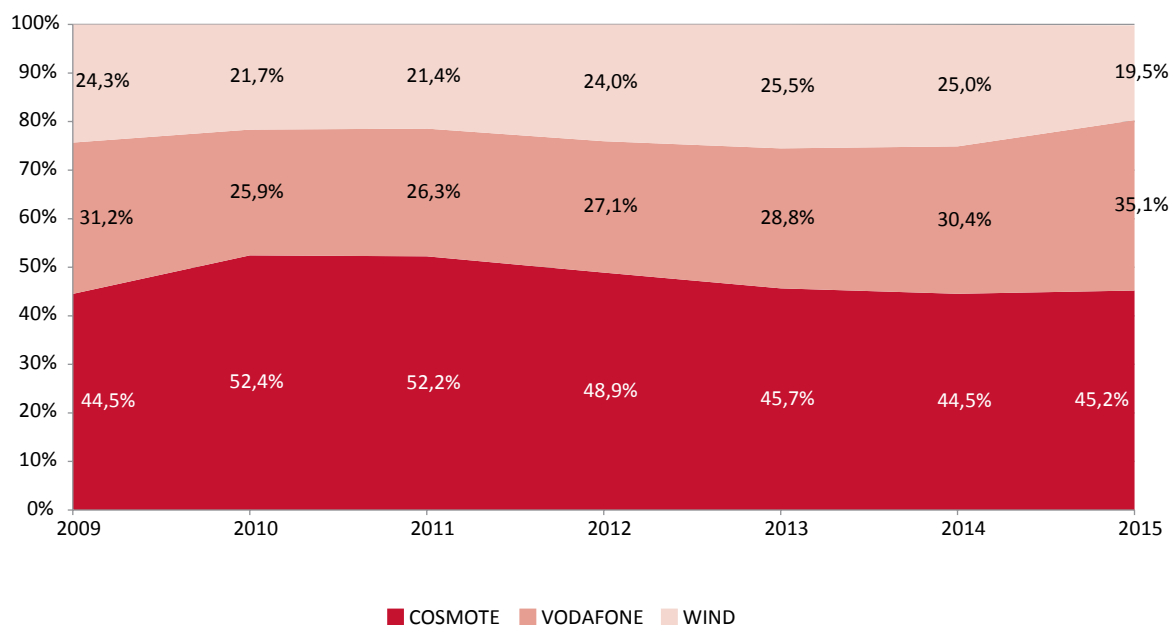
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.32: Εξέλιξη αριθμού συνδρομητών κινητής τηλεφωνίας (καρτοκινητή & συμβόλαιο)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.33: Μερίδια EKT στον αριθμό συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Χρήση των δικτύων κινητής τηλεφωνίας

Η χρήση των δικτύων κινητής τηλεφωνίας παρουσιάζει σχετικά σταθερή εικόνα ως προς τα λεπτά ομιλίας εντός της Ελλάδας, σημαντική μείωση ως προς τα λεπτά ομιλίας προς διεθνείς κλήσεις και μεγάλη αύξηση ως προς τη χρήση της υπηρεσίας δεδομένων, ενώ μικρή μείωση παρουσιάζεται στη χρήση των σύντομων γραπτών μηνυμάτων (SMS) και μικρή αύξηση των οικονομητυμάτων (MMS).

Φωνητικές κλήσεις

- Ο όγκος φωνητικών κλήσεων το 2015 διαμορφώθηκε στα 25,9 δισ. λεπτά, παρουσιάζοντας μείωση κατά 8,7% σε σχέση με το 2014 (27 δισ. λεπτά) (Διάγραμμα 1.34).
- Ο μεγαλύτερος όγκος των κλήσεων πραγματοποιήθηκε σε κινητά εντός του ίδιου δικτύου κινητής τηλεφωνίας (on-net), παρουσιάζοντας ωστόσο μείωση, από 18,3 σε 16,7 δισ. λεπτά και αποτελεί πλέον το 65% του συνολικού όγκου φωνητικών κλήσεων, έναντι 68% το 2014 (Διάγραμμα 1.35).

- Οι κλήσεις προς κινητά εκτός δικτύου (off-net) παρουσίασαν αύξηση 18,6% σε σχέση με το 2014 (από 5,3 σε 6,3 δισ. λεπτά), ενώ οι κλήσεις από κινητά προς σταθερά διατηρήθηκαν στα ίδια επίπεδα (2,3 δισ. λεπτά).

- Μεγάλη μείωση κατά 56% παρουσίασαν οι κλήσεις από κινητά προς διεθνείς προορισμούς.

Το Διάγραμμα 1.36 παρουσιάζει τον όγκο φωνητικών κλήσεων ανά κατηγορία συνδρομητή. Ο μεγαλύτερος όγκος των φωνητικών κλήσεων εξακολουθεί να πραγματοποιείται από τους συνδρομητές καρτοκινητής σε ποσοστό 47,6% του συνόλου των κλήσεων, ακολουθούν οι οικιακοί χρήστες με συμβόλαιο (ποσοστό 37,4%) και οι εταιρικοί χρήστες με συμβόλαιο (ποσοστό 15%).

Σύντομα Γραπτά Μηνύματα (SMS)

- Ο συνολικός αριθμός των σύντομων γραπτών μηνυμάτων (SMS) παρουσιάζει -για άλλη μια χρονιά- μείωση κατά 17,6% (3,7 δισ. μηνύματα έναντι 4,5 δισ. το 2014) (Διάγραμμα 1.37).
- Η συντριπτική πλειονότητα των SMS

διακινήθηκε και το 2015 μεταξύ χρηστών του ίδιου δικτύου (on-net) σε ποσοστό 71% (έναντι 75% το 2014), ενώ αυξήθηκε ως ποσοστό το πλήθος των SMS που διακινήθηκε προς άλλα δίκτυα (off-net).

- Αναφορικά με την κατηγορία συνδρομητών, τα SMS από χρήστες καρτοκινητής (που αντιπροσωπεύουν πλέον το 53% των συνολικών SMS έναντι 58% το 2014) εμφανίζουν τη μεγαλύτερη μείωση κατά 25%, ανερχόμενα από 2,7 σε 2 δισ. μηνύματα το 2015 (Διάγραμμα 1.38).

Μηνύματα Multimedia (MMS)

- Οριακή άνοδο κατά 0,4% παρουσίασαν τα μηνύματα πολυμέσων (MMS), τα οποία ανήλθαν, στο τέλος του 2015, σε 14,9 εκατ. ενώ έχουν υποστεί σωρευτική μείωση 48,5% σε σχέση με το 2010 (από 29 εκατ.) (Διάγραμμα 1.39).

Υπηρεσία δεδομένων (data)

- Η υπηρεσία δεδομένων μέσω δικτύων κινητής τηλεφωνίας, παρουσίασε αξιοσημείωτη αύξηση κατά 69% το 2015,

Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

φθάνοντας τα 35,9 δισ. έναντι 21,2 δισ. MB το 2014 (Διάγραμμα 1.40).

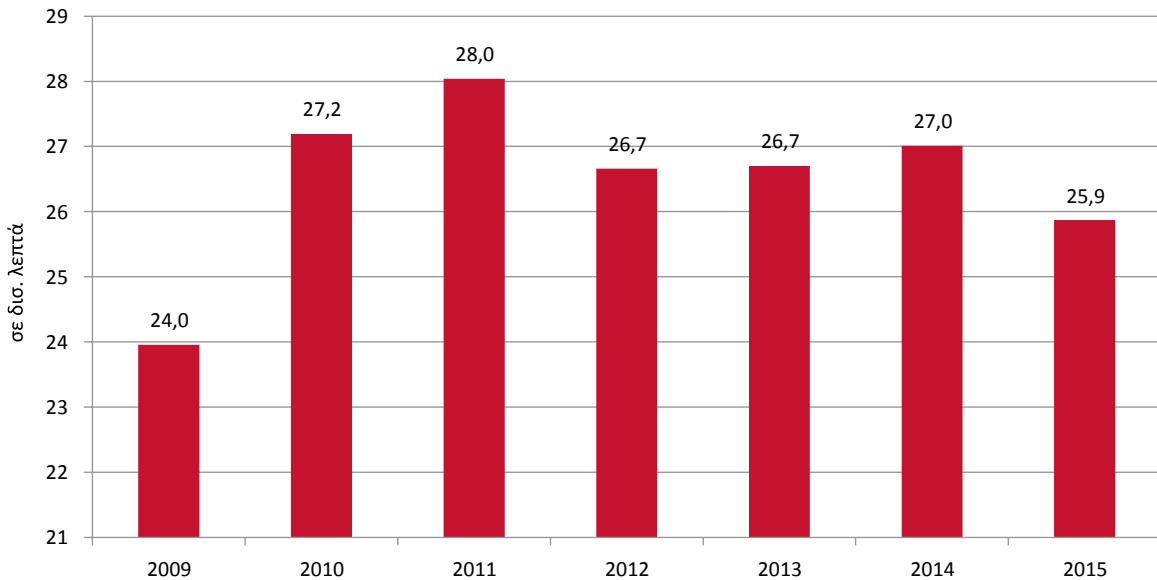
- Η πλειονότητα των δεδομένων διακινήθηκαν μέσα από συσκευές κινητής τηλεφωνίας (σε ποσοστό 73%), ενώ

το υπόλοιπο 27% μέσω άλλων φορητών συσκευών με χρήση κάρτας πρόσβασης σε υπηρεσίες δεδομένων (data cards).

Στο Διάγραμμα 1.41, παρουσιάζεται

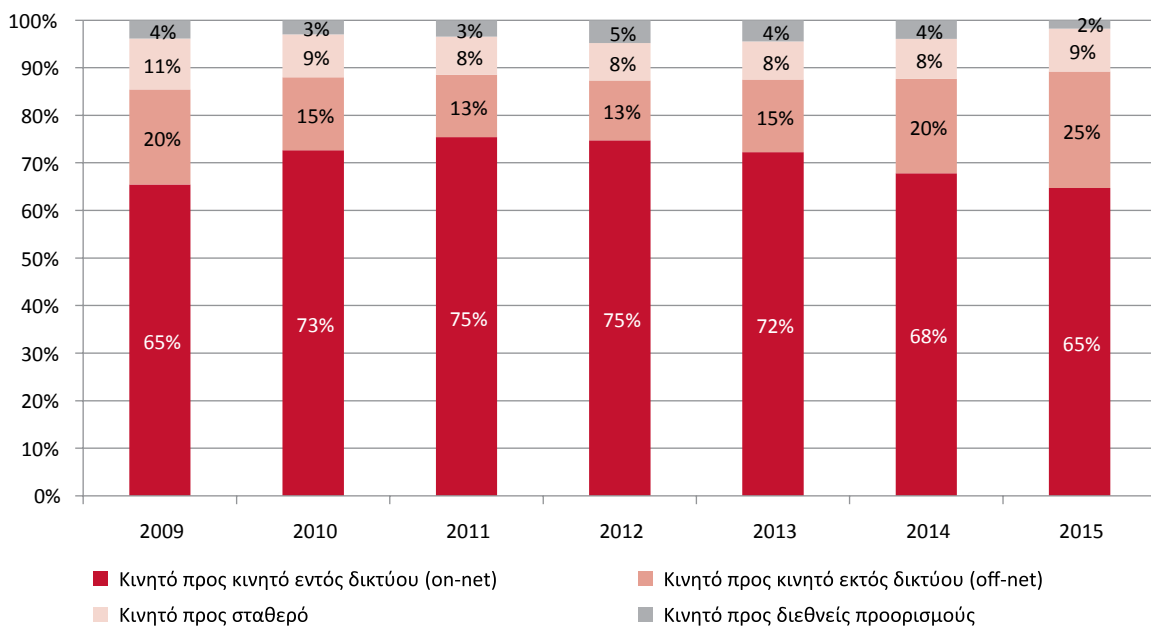
η μέση χρήση υπηρεσίας δεδομένων από κινητό για το 2015, όπου κατά το Α' εξάμηνο η χρήση είναι περίπου 400 MB/μήνα ενώ το Β' εξάμηνο διαμορφώνεται στα 500 MB/μήνα.

Διάγραμμα 1.34: Φωνητικές κλήσεις που εκκινούν από κινητό τηλέφωνο



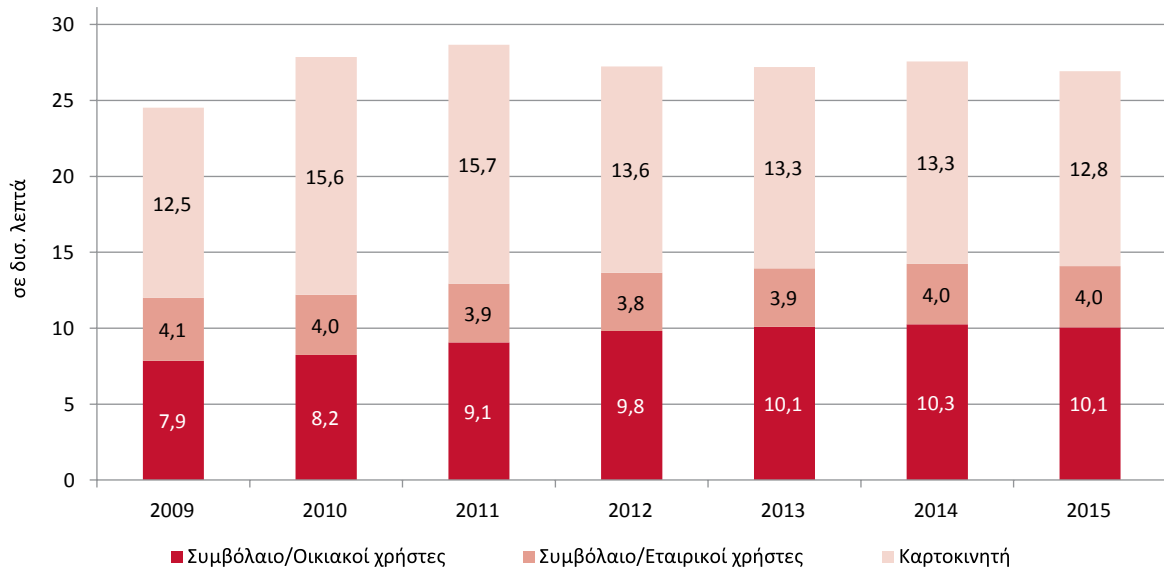
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.35: Φωνητικές κλήσεις ανά κατηγορία (ως ποσοστό επί του συνόλου)



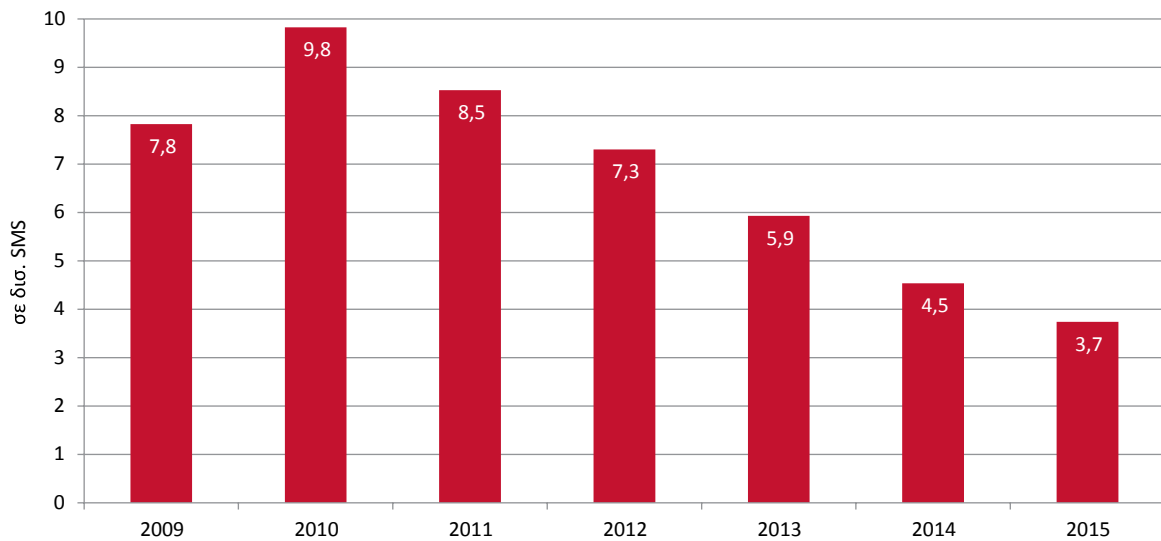
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.36: Φωνητικές κλήσεις ανά κατηγορία χρήστη



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

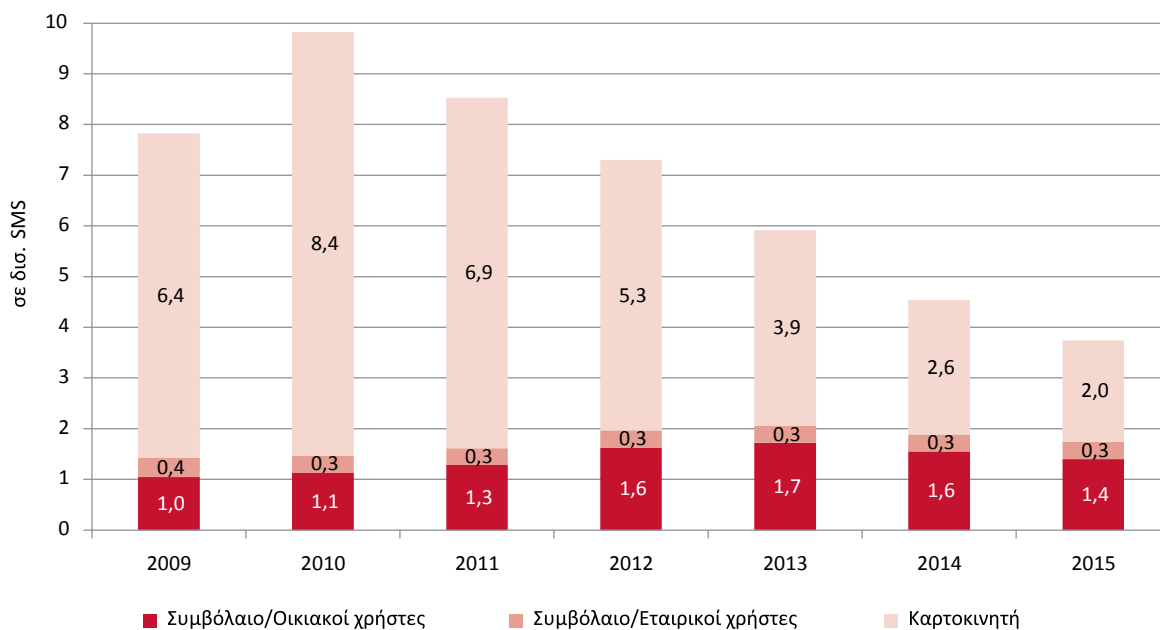
Διάγραμμα 1.37: Συνολικός αριθμός SMS



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

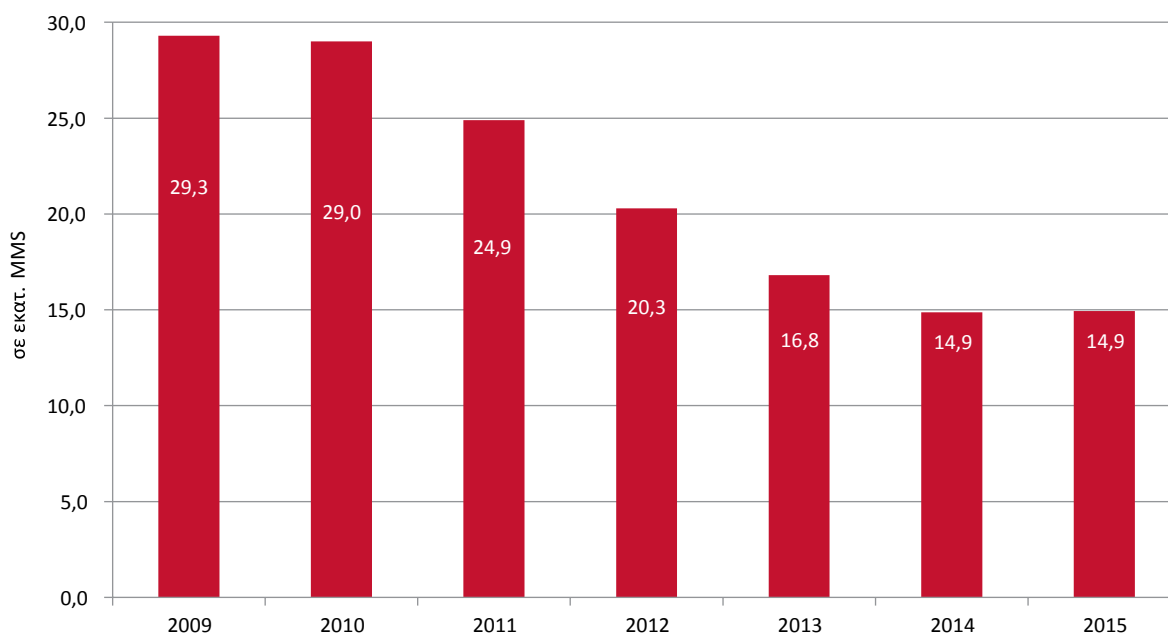
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.38: Αριθμός SMS ανά κατηγορία χρήστη



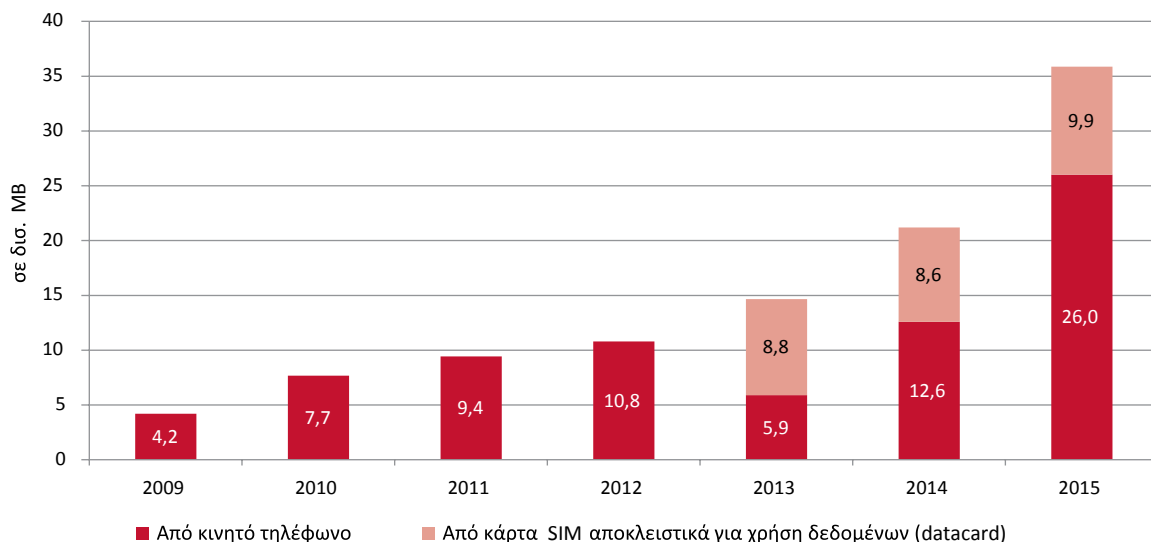
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.39: Συνολικός αριθμός MMS



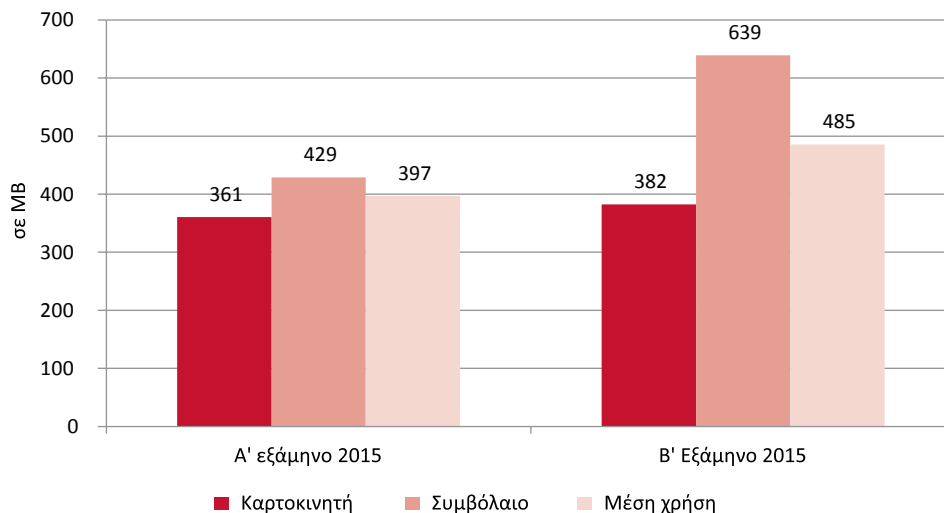
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.40: Συνολικός αριθμός (σε MB) υπηρεσιών δεδομένων (data)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.41: Μέση χρήση δεδομένων από κινητό



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Λιανικά έσοδα από κινητές υπηρεσίες

Το 2015, τα λιανικά έσοδα από πώληση υπηρεσιών κινητών επικοινωνιών¹⁹ (συμβολαίου και καρτοκινητής) παρουσίασαν μικρή μείωση κατά 4,7% και ανήλθαν στα 1,66 δισ. ευρώ (έναντι 1,74 δισ. ευρώ το 2014) (Διάγραμμα

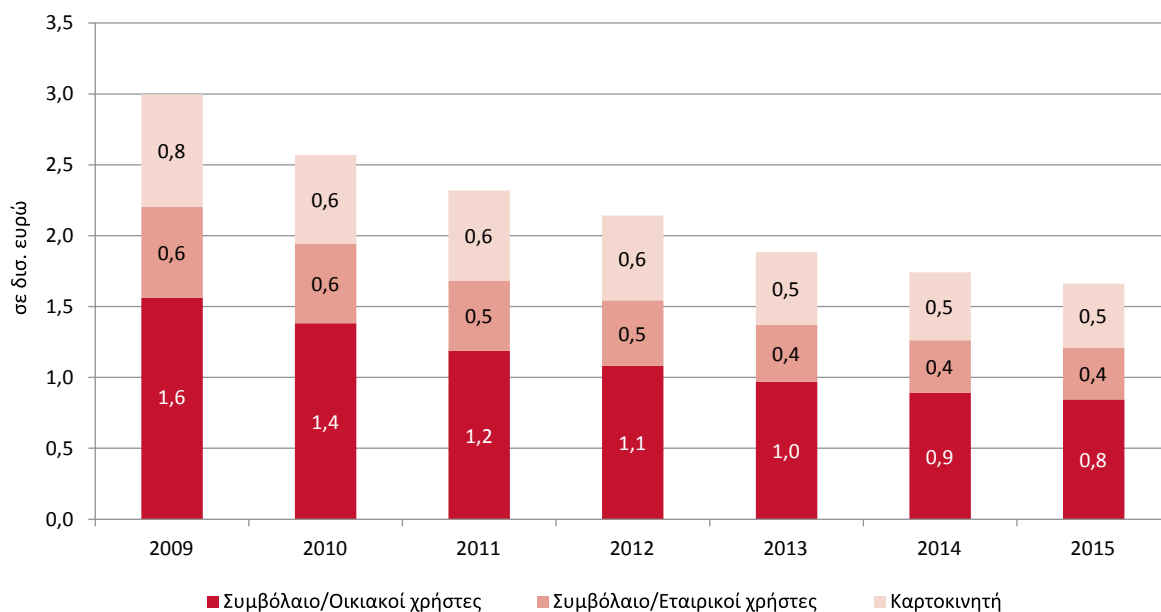
1.42) με την πλειονότητα (74,6%) να προέρχεται από την παροχή υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας (Διάγραμμα 1.43). Με βάση τις διεθνείς τάσεις, η συμμετοχή των υπηρεσιών data στη διαμόρφωση του συνολικού λιανικού εσόδου αναμένεται συνεχώς αυξητική.

Μείωση κατά 5,5% παρουσιάζουν τόσο τα έσοδα από συνδέσεις καρτοκινητής όσο και οι συνδέσεις συμβολαίου/οικιακοί χρήστες. Το μέσο ετήσιο έσοδο ανά χρήστη (σύνδεση) συμβολαίου και καρτοκινητής ανήλθε στα 287 (μείωση 3,6%) και 56 ευρώ (μείωση 6,2%) αντίστοιχα (Διάγραμμα 1.44).

19. Δεν περιλαμβάνονται έσοδα από πώληση συσκευών, χονδρικές ή άλλες υπηρεσίες

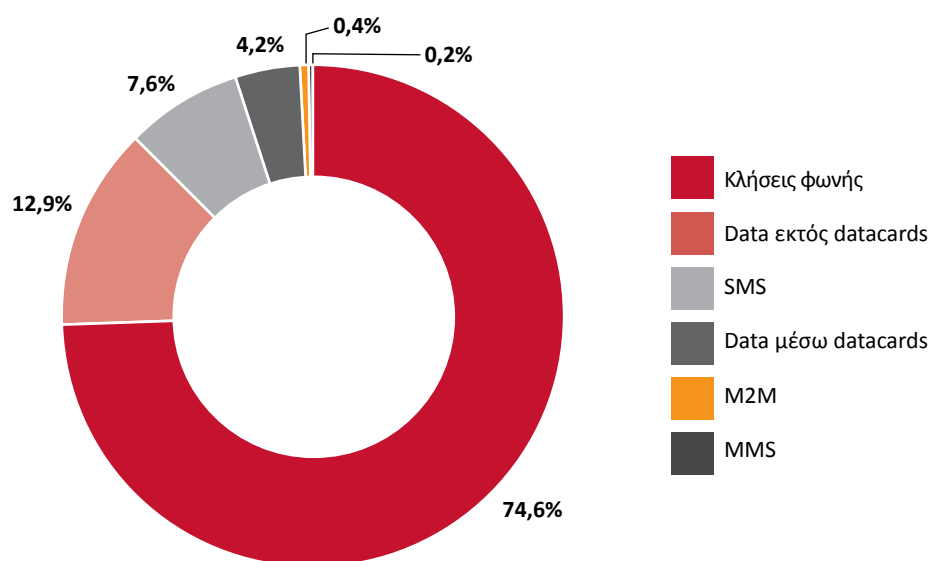
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.42: Λιανικά έσοδα κινητών υπηρεσιών



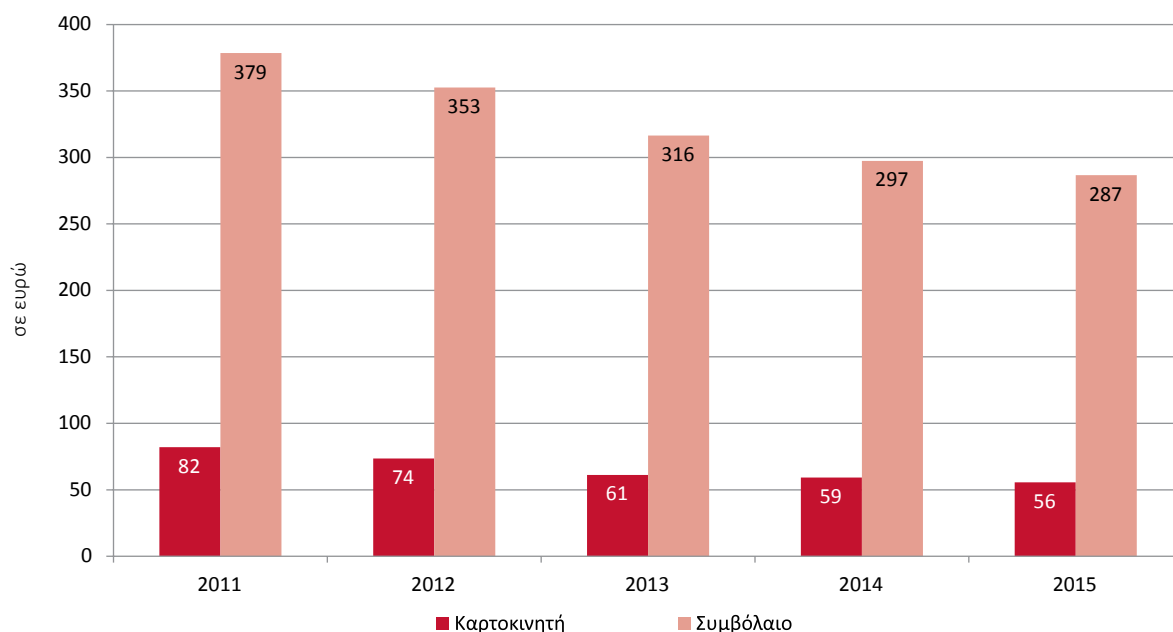
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.43: Ανάλυση λιανικών εσόδων κινητής τηλεφωνίας (2015)



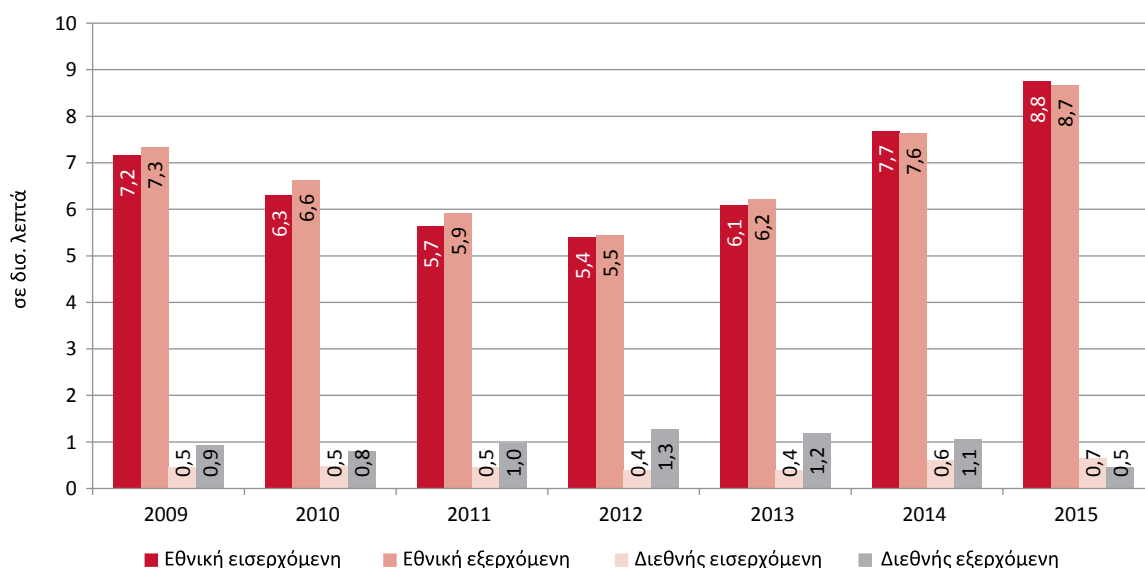
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.44: Μέσο έσοδο ανά χρήστη στην κινητή τηλεφωνία



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.45: Κίνηση διασύνδεσης παρόχων κινητής τηλεφωνίας



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ΕΚΤ)

Διασύνδεση κινητής τηλεφωνίας

Η κίνηση διασύνδεσης των ΕΚΤ το 2015 εμφάνισε άνοδο, η οποία αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 1.45 όπου παρουσιάζεται η εθνική και η διεθνής κίνηση διασύνδεσης (εισερχόμενη και εξερ-

χόμενη) για τις τρεις ΕΚΤ και τον έναν εικονικό πάροχο κινητής τηλεφωνίας (MVNO). Συνολικά, η αύξηση ανήλθε σε 9% σε σχέση με το 2014 που αντιστοιχεί σε συνολική άνοδο 1,55 δισ. λεπτών περίπου σε ετήσια βάση, με σημαντική

την αύξηση κατά 14% που παρουσίασαν τόσο η εθνική εξερχόμενη όσο και η εθνική εισερχόμενη κίνηση.

Το Διάγραμμα 1.46 απεικονίζει την εσωτερική κίνηση για τις τρεις ΕΚΤ και τον έναν εικονικό πάροχο κινητής τη-

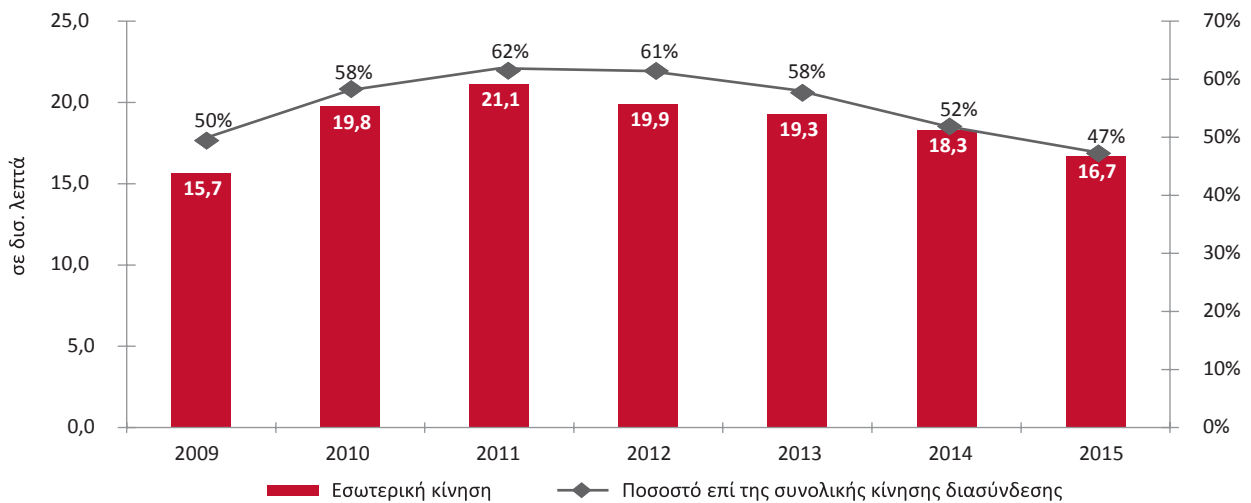
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

λεφώνιας, η οποία για το 2015 ανήλθε στα 16,7 δισ. λεπτά περίπου, σημειώνοντας μείωση κατά 9% σε σχέση με το 2014 (1,59 δισ. λεπτά περίπου), και ως εκ τούτου αποτελεί το 42% της συνολικής κίνησης διασύνδεσης (η οποία περιλαμβάνει επίσης, την εισερχόμενη και την εξερχόμενη κίνηση).

Παράλληλα, η εθνική κίνηση που τερματίζει σε κινητά δίκτυα κυμαίνεται σε σχετικά σταθερό επίπεδο τα τελευταία πέντε χρόνια. Ειδικά το 2015, οι φωνητικές κλήσεις εντός Ελλάδας που τερματίζουν σε κινητά παρουσίασε οριακή μείωση 2%, ανερχόμενη στα 25.484 εκατ. λεπτά έναντι 26.009 εκατ. λεπτών το 2014 (Διάγραμμα 1.47).

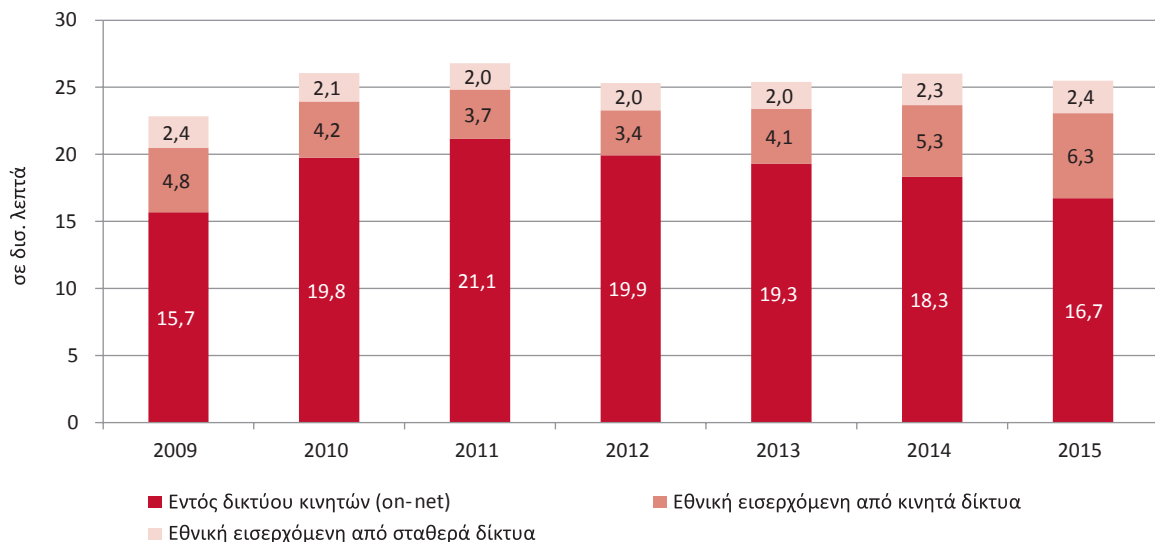
Παράλληλα, συνεχίστηκε η σταδιακή μείωση των τελών τερματισμού στα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας, τα οποία πλέον από την 1^η Ιανουαρίου 2016 διαμορφώνονται στα 1,08 ευρώλεπτά ανά λεπτό κίνησης (Διάγραμμα 1.48).

Διάγραμμα 1.46: Εσωτερική κίνηση παρόχων κινητής τηλεφωνίας



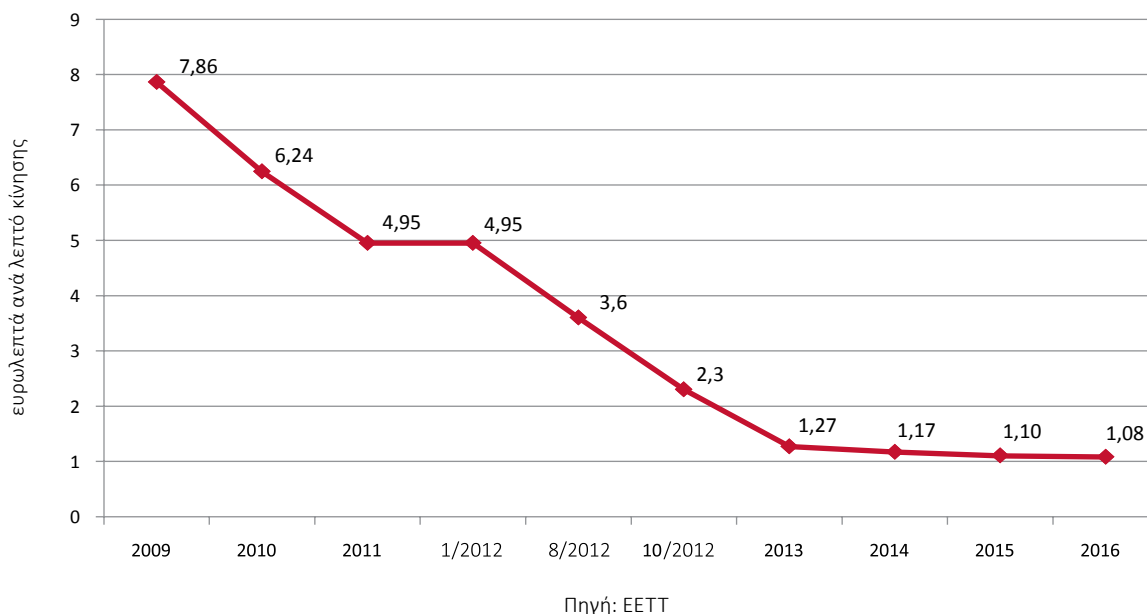
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ΕΚΤ)

Διάγραμμα 1.47: Φωνητικές κλήσεις που τερματίζουν σε κινητά εντός Ελλάδας



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ΕΚΤ)

Διάγραμμα 1.48: Μείωση τελών τερματισμού



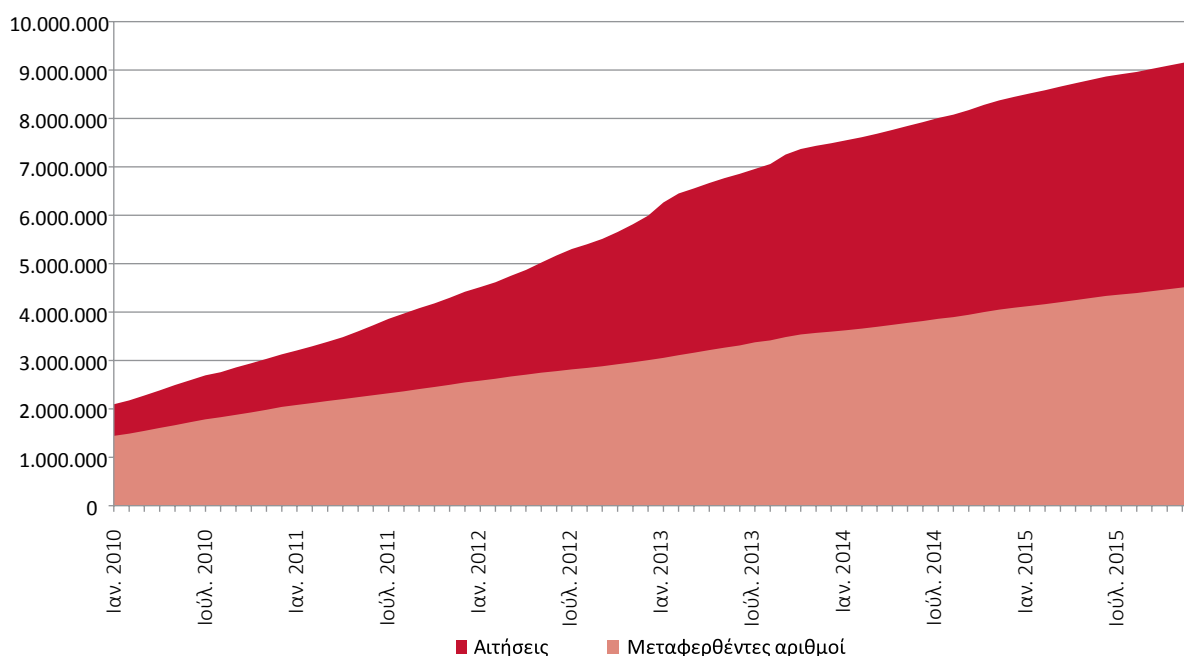
Φορητότητα αριθμών κινητής τηλεφωνίας

Στη διάρκεια του 2015, υποβλήθηκαν 761.908 αιτήσεις για μεταφορά αριθμών κινητής τηλεφωνίας έναντι 959.362

αιτήσεων το 2014, ήτοι καταγράφηκε μείωση 20,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Την ίδια περίοδο, μεταφέρθηκαν 456.247 αριθμοί, γεγονός που σηματοδοτεί μείωση κατά 7,8% σε σχέ-

ση με το 2014. Επομένως, οι μεταφορές ολοκληρώνονται για περίπου 60% από τα αρχικά αιτήματα φορητότητας. Η σωρευτική πορεία της φορητότητας αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 1.49.

Διάγραμμα 1.49: Φορητότητα αριθμών στην κινητή τηλεφωνία



Πηγή: ΕΕΤΤ

Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

1.2.4. Σύγκριση σταθερής και κινητής τηλεφωνίας

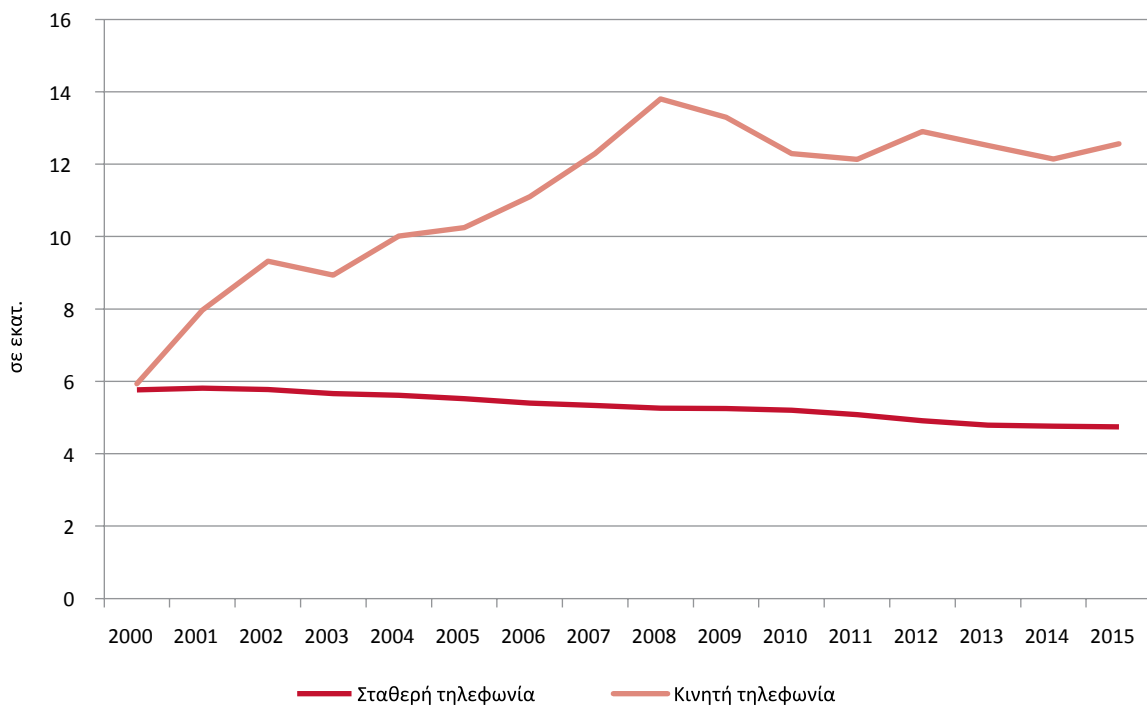
Οι συνδέσεις σταθερής τηλεφωνίας συνέχισαν τη φθίνουσα πορεία τους, φθάνοντας τις 4,7 εκατ. το 2015, ενώ οι συνδρομές/συνδέσεις κινητής τηλεφωνίας αυξήθηκαν κατά 3,5% και ανήλθαν στα 12,6 εκατ. Οι συνδέσεις σταθερής τηλεφωνίας αντιστοιχούν σε κάτι παραπάνω από το 1/3 των αντίστοιχων της κινητής τηλεφωνίας (Διάγραμμα 1.50).

Παράλληλα, το Διάγραμμα 1.51 παρουσιάζει την πορεία των λιανικών εσόδων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας για την περίοδο 2011-2015. Τα λιανικά

έσοδα κινητής τηλεφωνίας μειώθηκαν με μεγαλύτερο ρυθμό την τελευταία πενταετία σε σχέση με τα αντίστοιχα της σταθερής τηλεφωνίας (πτώση 8% και 6% αντίστοιχα) ανερχόμενα στα 1,66 δισ. ευρώ έναντι 1,4 δισ. ευρώ της σταθερής τηλεφωνίας. Υπενθυμίζεται ότι τα έσοδα κινητής τηλεφωνίας αφορούν μόνο λιανικά έσοδα από φωνή και δεδομένα (SMS, MMS, Data) (εξαιρούνται τα έσοδα από συσκευές ή άλλες υπηρεσίες), ενώ τα έσοδα σταθερής τηλεφωνίας παρουσιάζονται συνολικά για την περίοδο 2011-2013 και από το 2014 και μετά αφορούν λιανικά έσοδα φωνής και Διαδικτύου.

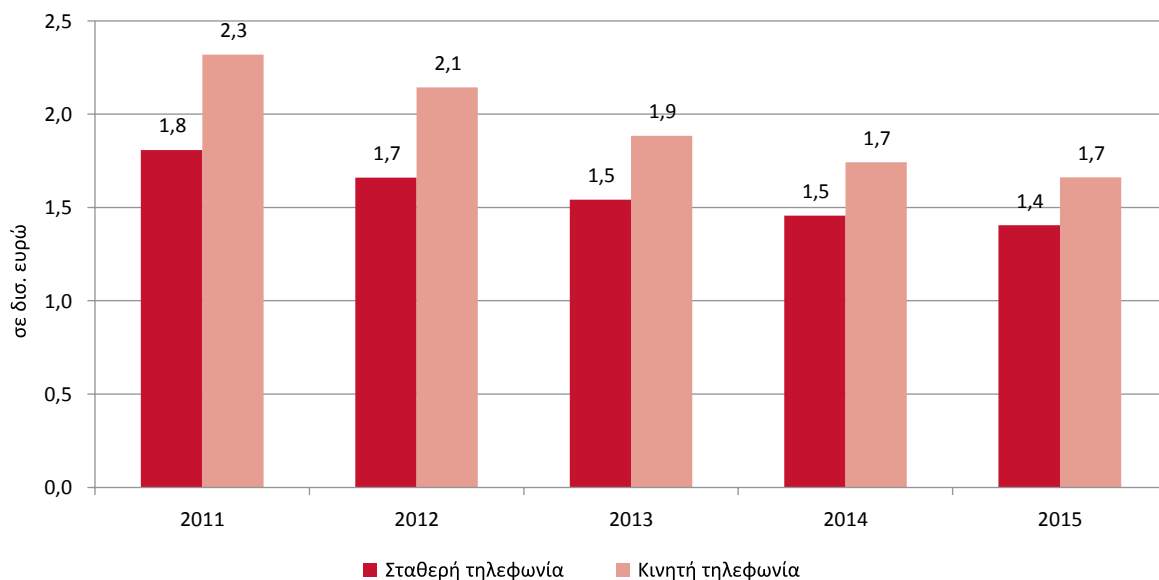
Οι κλήσεις από κινητό τηλέφωνο παρουσίασαν μείωση 4,2% έναντι του 2014 και αντιστοιχούν πλέον στο 60% της συνολικής κίνησης έναντι 62% το 2014. Οι κλήσεις από σταθερό τηλέφωνο αυξήθηκαν κατά 2,1% και ανήλθαν το 2015 σε 17,2 εκατ. λεπτά έναντι 16,9 εκατ. λεπτών το 2014. Στα Διαγράμματα 1.52 και 1.53 παρουσιάζονται διαδοχικά η εξέλιξη του όγκου κίνησης από σταθερό και κινητό τηλέφωνο και τα αντίστοιχα μερίδια αγοράς, λαμβάνοντας υπόψη τις εθνικές κλήσεις προς σταθερό, προς κινητό, καθώς και τις διεθνείς κλήσεις.

Διάγραμμα 1.50: Εξέλιξη συνδρομών/συνδέσεων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας



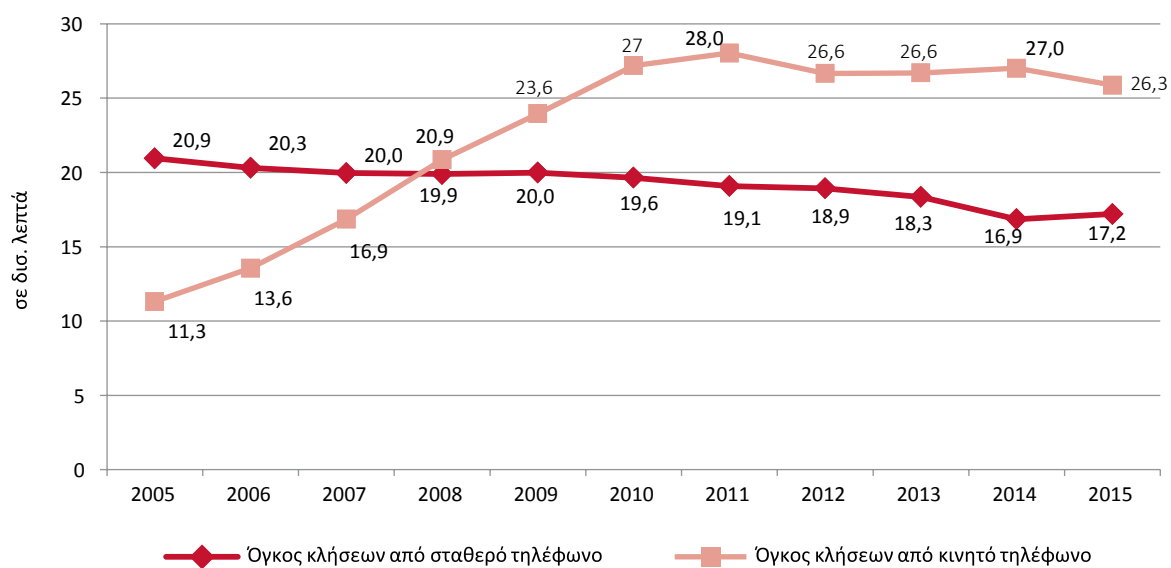
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.51: Εξέλιξη εσόδων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

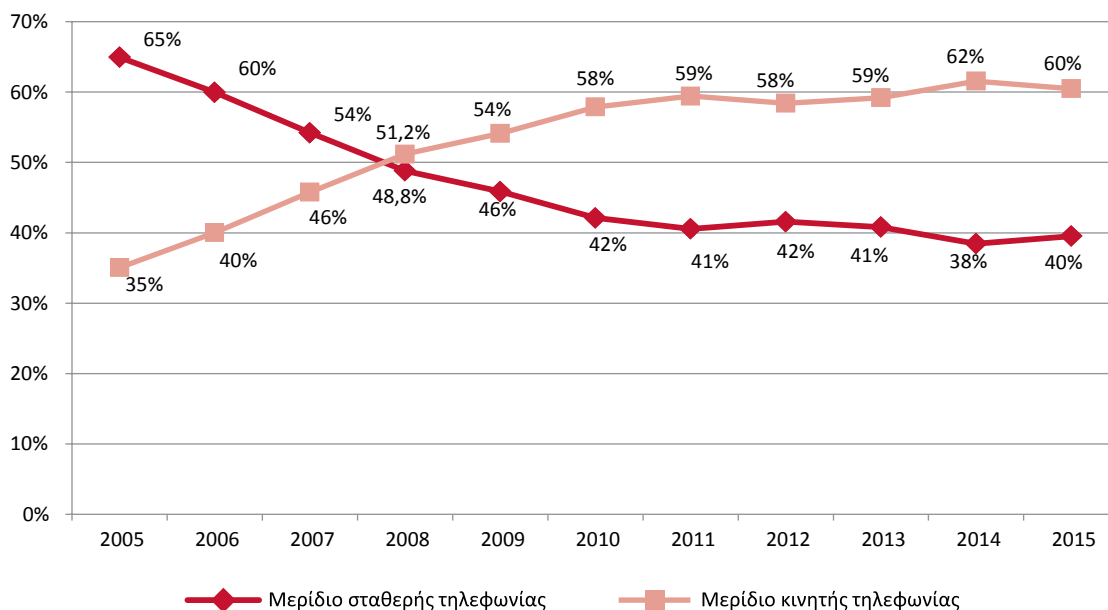
Διάγραμμα 1.52: Όγκος κλήσεων από σταθερό και κινητό τηλέφωνο



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.53: Μεριδία αγοράς σταθερής και κινητής τηλεφωνίας



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

1.2.5. Συνδυαστικές προσφορές

Τα στοιχεία της συγκεκριμένης ενότητας προκύπτουν βάσει του νέου ορισμού της «Συνδυαστικής/δεσμοποιημένης προσφοράς (bundled offer)» του BEREC και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σύμφωνα με τον οποίο: «συνδυαστικές/δεσμοποιημένες προσφορές (bundled offers)» είναι οι εμπορικές προσφορές που παρέχονται από έναν ή περισσότερους παρόχους και οι οποίες περιλαμβάνουν δύο ή περισσότερες από τις ακόλουθες τέσσερις υπηρεσίες: “Σταθερή τηλεφωνία”, “Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο”, “Συνδρομητική τηλεόραση”²⁰ και “Κινητή υπηρεσία”^{21,22}.

Το 2015 συνεχίστηκε η τάση εξάπλωσης των συνδυαστικών/δεσμοποιημένων προσφορών με κυριότερο μοχλό τις triple play υπηρεσίες²³, λόγω του οικονομικού οφέλους που απολαμβάνουν οι συνδρομητές σε σχέση με την αγορά μεμονωμένων (αδεσμοποιητών) υπηρεσιών. Η καταμέτρηση των συνδυαστικών προσφορών βασίζεται στις σταθερές συνδρομές (δηλ. στις συνδρομές στις οποίες παρέχονται σταθερές υπηρεσίες), δεδομένου ότι κάθε συνδυαστική προσφορά περιλαμβάνει, βάσει του ανωτέρω ορισμού, μία τουλάχιστον υπηρεσία που παρέχεται σε σταθερή θέση.

Εξαιρέση αποτελούν οι συνδυαστικές προσφορές που περιλαμβάνουν και

κινητές υπηρεσίες, όπου ο τρόπος μέτρησής τους πραγματοποιείται τόσο βάσει των σταθερών συνδρομών όσο και βάσει των SIM καρτών, δεδομένου ότι μία σταθερή συνδρομή μπορεί να συνδυασθεί με περισσότερες από μία SIM κάρτες. Πιο συγκεκριμένα, στην περίπτωση που τρεις SIM κάρτες (τρία κινητά τηλέφωνα μιας οικογένειας) συνδυάζονται με μία σταθερή συνδρομή συνδυαστικής προσφοράς (π.χ. σταθερή τηλεφωνία και σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο), τότε προσμετράται μία συνδυαστική προσφορά βάσει των σταθερών συνδρομών και τρεις βάσει των SIM καρτών.

Σημειώνεται ότι οι δεσμοποιημένες προσφορές μπορεί να αφορούν υπη-

20. Ο όρος “συνδρομητική τηλεόραση” αφορά αποκλειστικά την παροχή υπηρεσιών τηλεόρασης μέσω ευρυζωνικής και δορυφορικής σύνδεσης.

21. Ο όρος “κινητή υπηρεσία” αφορά την κινητή τηλεφωνία ή/και το κινητό ευρυζωνικό Διαδίκτυο, χωρίς να γίνεται καμία διάκριση μεταξύ computer-based και handset-based πρόσβασης. Μόνο οι προαναφερθείσες δύο υπηρεσίες κινητών επικοινωνιών λαμβάνονται υπόψη αλλά αντιμετωπίζονται ως μία υπηρεσία (είτε παρέχεται η μία εξ αυτών είτε και οι δύο μαζί).

22. Διευκρινίζεται ότι οι συνδυαστικές/δεσμοποιημένες προσφορών μπορεί να είναι είτε (α) αμιγείς συνδυασμοί υπηρεσιών (pure bundles), είτε (β) συνδυασμοί δεσμευμένων (tied) και δεσμευουσών (tying) υπηρεσιών, είτε (γ) μεικτοί συνδυασμοί υπηρεσιών (mixed bundles), όπου ο/οι πάροχος/-οι παρέχει/ουν κάποιο κίνητρο για την συνδυαστική (από κοινού) αγορά αυτών των υπηρεσιών, χορηγώντας στον πελάτη κάποιους “μόνιμους ευνοϊκούς όρους” (δηλ. ευνοϊκούς όρους καθ’ όλη τη διάρκεια της από κοινού αγοράς), οι οποίοι όροι δεν μπορούν να ληφθούν στην περίπτωση που οι εν λόγω υπηρεσίες αγοράζονται ξεχωριστά (δηλ. όχι συνδυαστικά).

23. Σταθερή τηλεφωνία, σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο και κινητές υπηρεσίες ή σταθερή τηλεφωνία, Διαδίκτυο και υπηρεσίες συνδρομητικής δορυφορικής τηλεόρασης.

ρεσίες που παρέχονται τόσο από έναν όσο και από δύο παρόχους λόγω σχετικής συνεργασίας ή εμπορικής συμφωνίας μεταξύ τους και δεν αφορούν αποκλειστικά προϊόντα που παρέχονται με μία ενιαία τιμή, μία εμπορική ονομασία, ενιαίο τιμολόγιο, κ.λπ. Επιπλέον, θα πρέπει να αναφερθεί ότι ένας συνδρομητής μπορεί να έχει συνδρομές που εμπίπτουν σε μία ή/και περισσότερες κατηγορίες π.χ. μπορεί να λαμβάνει συνδυαστική προσφορά υπηρεσιών σταθερής τηλεφωνίας και Διαδικτύου από έναν πάροχο και αδεσμοποίητη υπηρεσία τηλεόρασης από άλλο πάροχο (οπότε η πρώτη από τις συνδρομές του εμπεριέχεται στην κατηγορία double play (σταθερή τηλεφωνία και Διαδίκτυο) και η δεύτερη στην κατηγορία αδεσμοποίητης συνδρομητικής τηλεόρασης).

Τα Διαγράμματα 1.54 και 1.55. παρουσιάζουν, ανά γενικό και ειδικό τύπο για το 2015, το πλήθος των συνδυαστικών προσφορών βάσει των σταθερών συνδρομών και των αδεσμοποίητων συνδρομών. Οι double play υπηρεσίες αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος των δεσμοποιημένων προσφορών (περίπου έξι στις δέκα). Επίσης, σημαντικό ρόλο φαίνεται να διεκδικούν και οι triple play προσφορές, οι οποίες αυξήθηκαν σε ένα εξάμηνο κατά περίπου 110 χιλ. (8,7%), ενώ οι quadre play υπηρεσίες κινούνται ακόμη σε πολύ χαμηλά επίπεδα (περίπου 21 χιλ.). Ο δημοφιλέστερος ειδικός τύπος συνδυαστικής προσφοράς παραμένει ο συνδυασμός της σταθερής τηλεφωνίας και του σταθερού ευρυζωνικού Διαδικτύου (περίπου 1,9 εκατ.) και έπεται ο συνδυασμός σταθερής τηλεφωνίας, Διαδικτύου και συνδρομητικής τηλεόρασης (περίπου 715 χιλ.). Επίσης, σημαντική αύξηση κατά 11,8% (περίπου

69 χιλ.) σημείωσε κατά το Β' εξάμηνο του 2015, ο συνδυασμός σταθερής τηλεφωνίας, Διαδικτύου και υπηρεσίας/ών κινητών επικοινωνιών, γεγονός που τον καθιστά τρίτο δημοφιλέστερο.

Οι συνδυαστικές προσφορές που περιλαμβάνουν την υπηρεσία σταθερής τηλεφωνίας²⁵ αυξήθηκαν το Β' εξάμηνο του 2015 κατά 96.685 (3%) ανερχόμενες στο τέλος του 2015 σε 3.367.851, ενώ αντίθετα, οι αδεσμοποίητες συνδρομές σταθερής τηλεφωνίας μειώθηκαν κατά 106.791 (μείωση 7,4%). Μόλις το 28,3% του συνόλου των συνδρομών σταθερής τηλεφωνίας λαμβάνονταν στο τέλος του 2015 μη συνδυαστικά με άλλες υπηρεσίες, ποσοστό μικρότερο κατά 2,3 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με τα μέσα του 2015 (Διάγραμμα 1.56). Παράλληλα, ποσοστό περίπου στο 70% του συνόλου των συνδρομών σταθερής τηλεφωνίας συνδύαζε την αγορά της συγκεκριμένης υπηρεσίας με το σταθερό Διαδίκτυο, ενώ ο συνδυασμός της τηλεφωνίας αποκλειστικά με το Διαδίκτυο κυμαίνεται στο 40,3%. Αντίστοιχα, το 16,4% του συνόλου των συνδρομών σταθερής τηλεφωνίας συνδύαζε την αγορά της με τη συνδρομητική τηλεόραση ενώ 15,4% συνδύαζε την τηλεφωνία με κινητές υπηρεσίες.

Όσον αφορά το σύνολο των συνδρομών (δεσμοποιημένες και αδεσμοποίητες) που παρέχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο, η αύξησή τους κατά 108.503 συνδρομές από τα μέσα έως στο τέλος του 2015 αποδίδεται κατά κύριο λόγο στις συνδυαστικές προσφορές οι οποίες σημείωσαν το συγκεκριμένο διάστημα αύξηση κατά 97.882. Επιπλέον, μόλις το 3,4% των σταθερών συνδρομών λαμβάνει την πρόσβαση στο Διαδίκτυο ως αδεσμοποίητη υπηρεσία (Διάγραμμα 1.57).

Οι συνδρομές τηλεόρασης ανήλθαν στις 988.218 το Β' εξάμηνο του 2015, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 5,3%, με δημοφιλέστερο τύπο το triple play τηλεφωνίας, Διαδικτύου και τηλεόρασης (72% περίπου του συνόλου των συνδρομών), ενώ παράλληλα ποσοστό 22,1% των συνδρομών λαμβάνει τη συνδρομητική τηλεόραση ως αδεσμοποίητη υπηρεσία (Διάγραμμα 1.58).

Τέλος, αναφορικά με τις συνδυαστικές προσφορές που περιλαμβάνουν και κινητές υπηρεσίες, οι συνδρομές που συνδυάζουν σταθερές με κινητές υπηρεσίες στο τέλος του 2015 ανέρχονται σε 722.594, ήτοι αύξηση 10,4% συγκριτικά με τα μέσα του έτους, με το 90% αυτών να αφορούν το triple play τηλεφωνίας, Διαδικτύου και υπηρεσιών κινητών επικοινωνιών. Ωστόσο, με βάση μέτρησης τις SIM κάρτες, ο αριθμός που συνδυάζεται με σταθερές συνδρομές υπολογίζεται στο τέλος του 2015 σε 798.034 (αύξηση κατά 53.246 σε σχέση με το Α' εξάμηνο του 2015)²⁶ (βλ. Διάγραμμα 1.59).

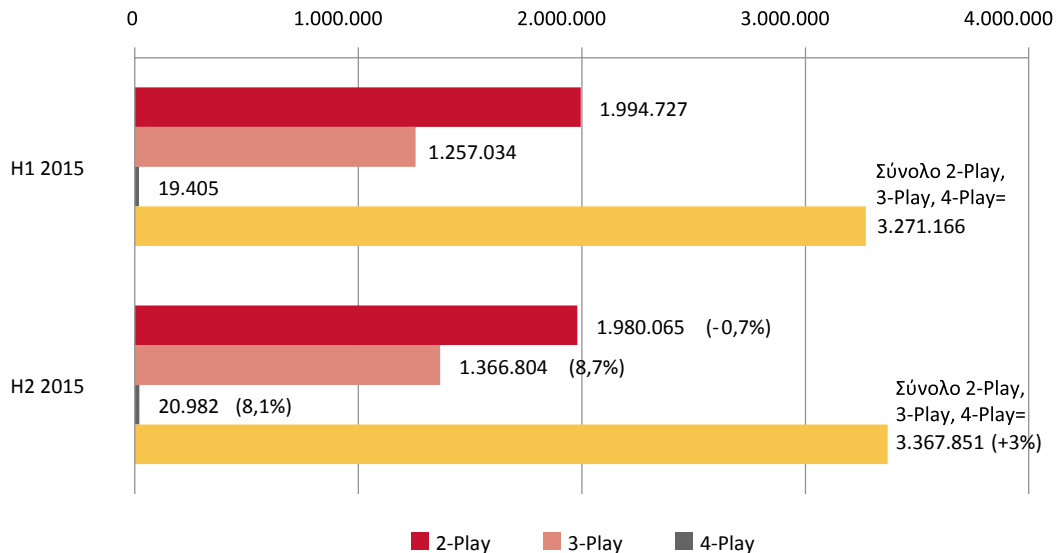
24. Σημειώνεται ότι μία σταθερή συνδρομή μπορεί να αφορά περισσότερες από μία συνδέσεις (γραμμές).

25. Οι συνδρομές Homezone και Officezone δεν περιλαμβάνονται στις συνδρομές σταθερής τηλεφωνίας.

26. Υπενθυμίζεται, όπως έχει προαναφερθεί ότι μία σταθερή συνδρομή δύναται να συνδυάζεται με περισσότερες από μία SIM κάρτες.

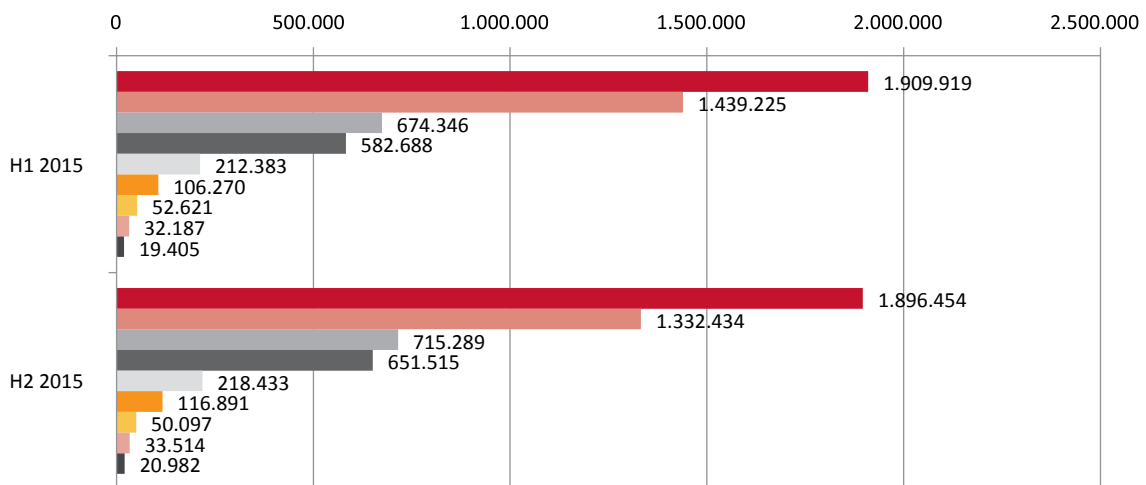
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.54: Συνδυαστικές προσφορές (ανά γενικό τύπο δεσμοποίησης)



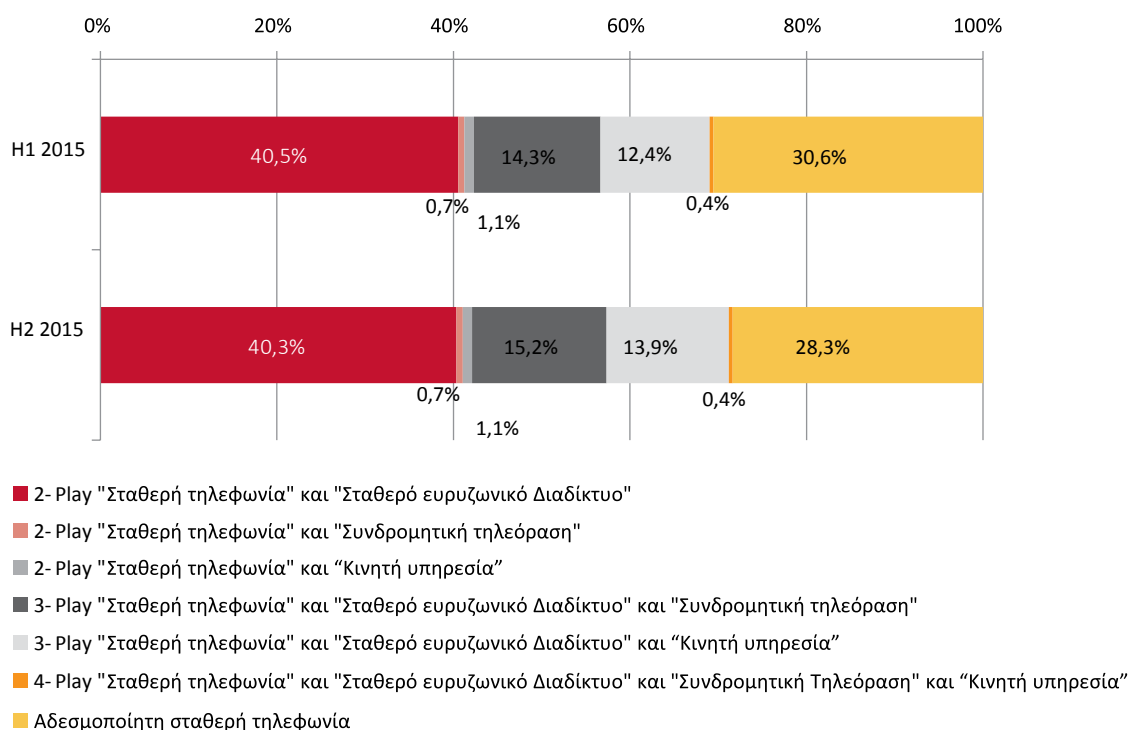
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.55: Δεσμοποιημένες (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητες συνδρομές



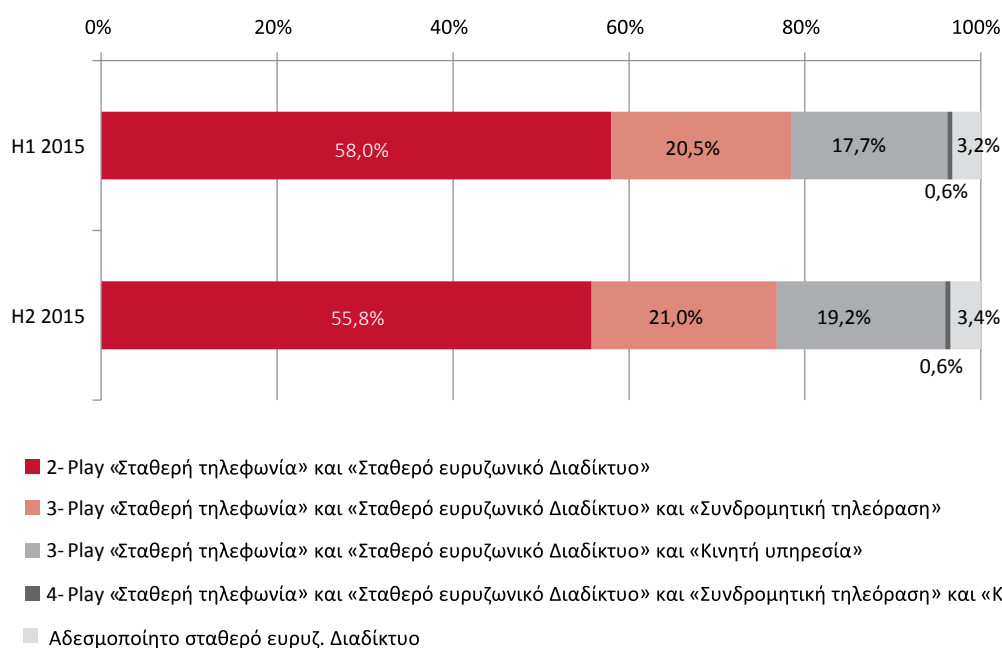
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.56: Σταθερή τηλεφωνία: Κατανομή δεσμοποιημένων (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητων συνδρομών



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

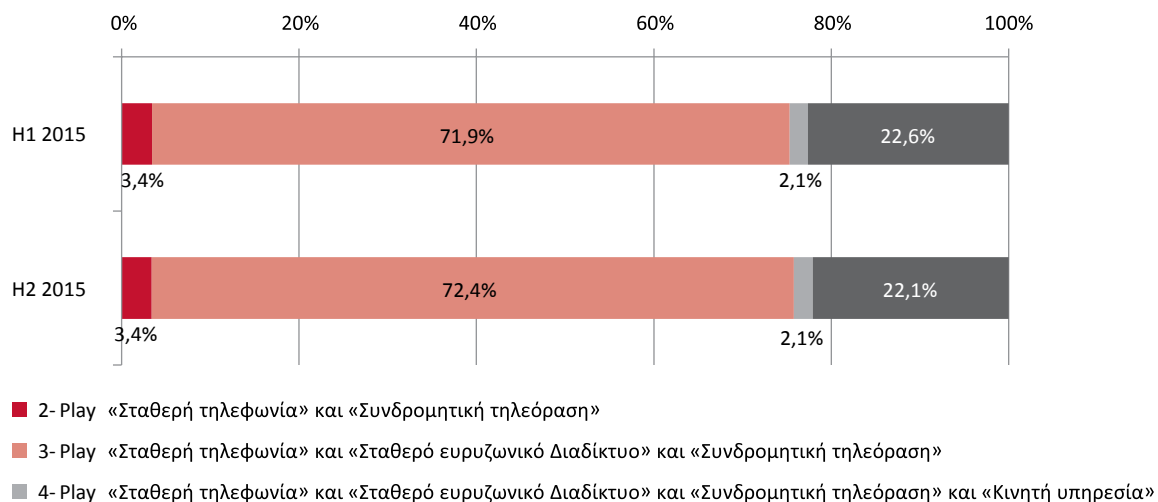
Διάγραμμα 1.57: Σταθερό Διαδίκτυο: Κατανομή δεσμοποιημένων (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητων συνδρομών



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

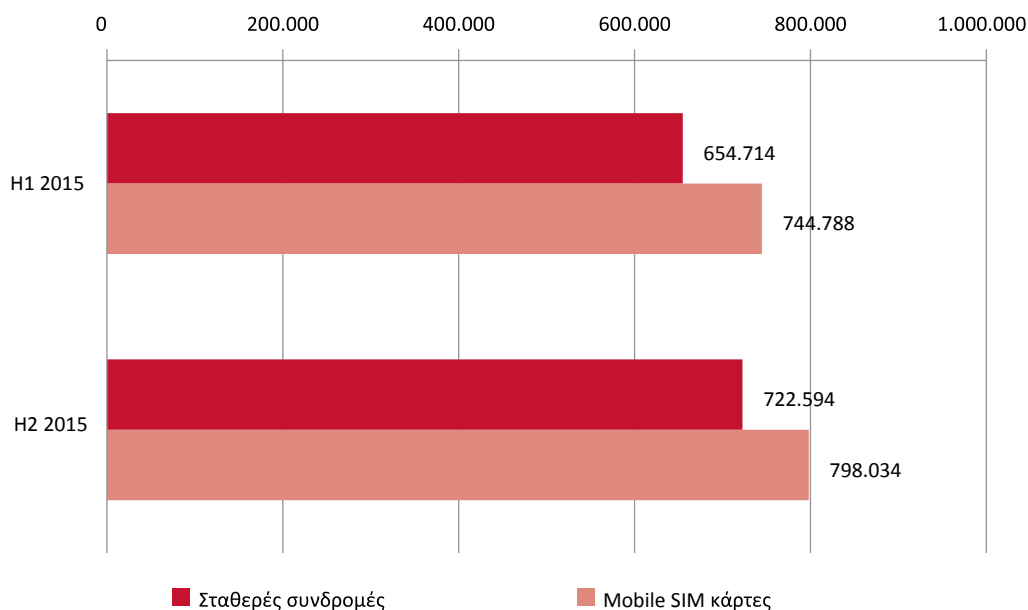
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.58: Συνδρομητική τηλεόραση: Κατανομή δεσμοποιημένων (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητων συνδρομών



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.59: Δεσμοποιημένες συνδρομές με σταθερές και κινητές υπηρεσίες βάσει σταθερών συνδρομών & κινητών SIM καρτών



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Πίνακας 1.7: Αριθμός συνδυαστικών/ δεσμοποιημένων προσφορών και αδεσμοποίητων συνδρομών

Α. Οπτική παρόχου σταθερών υπηρεσιών (δηλ. βάσει των σταθερών συνδρομών)			H1 2015	H2 2015
Δεσμοποιημένες προσφορές	Double play	«Σταθερή τηλεφωνία» και «Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο»	1.909.919	1.896.454
		«Σταθερή Τηλεφωνία» και «Συνδρομητική Τηλεόραση»	32.187	33.514
		«Σταθερή τηλεφωνία» και «Κινητή υπηρεσία»	52.621	50.097
		Σύνολο double play	1.994.727	1.980.065
	Triple play	Σταθερή τηλεφωνία και «Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο» και «Συνδρομητική τηλεόραση»	674.346	715.289
		«Σταθερή τηλεφωνία» και «Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο» και «Κινητή υπηρεσία»	582.688	651.515
		Σύνολο triple play	1.257.034	1.366.804
	Quadre play	«Σταθερή τηλεφωνία» και «Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο» και «Συνδρομητική τηλεόραση» και «Κινητή υπηρεσία»	19.405	20.982
		Σύνολο quadre play	19.405	20.982
			Σύνολο double play, triple play, quadre play	3.271.166
Δεσμοποιημένες προσφορές που περιλαμβάνουν την κάθε υπηρεσία (α)	«Σταθερή τηλεφωνία»		3.271.166	3.367.851
	«Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο»		3.186.358	3.284.240
	«Συνδρομητική τηλεόραση»		725.938	769.785
	«Κινητή υπηρεσία»		654.714	722.594
Αδεσμοποίητες συνδρομές ανά υπηρεσία (β)	«Σταθερή τηλεφωνία»		1.439.225	1.332.434
	«Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο»		106.270	116.891
	«Συνδρομητική τηλεόραση»		212.383	218.433
Συνδρομές που περιλαμβάνουν την κάθε υπηρεσία (σύνολα, δηλ. (α)+(β))	«Σταθερή τηλεφωνία»		4.710.391	4.700.285
	«Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο»		3.292.628	3.401.131
	«Συνδρομητική τηλεόραση»		938.321	988.218
Β. Οπτική παρόχου κινητών υπηρεσιών (δηλ. βάσει των mobile SIM καρτών)			H1 2015	H2 2015
Αριθμός SIM καρτών που περιλαμβάνουν κινητή τηλεφωνία ή/και κινητό ευρυζωνικό Διαδίκτυο και η οποία/ες υπηρεσία/-ες παρέχεται/-ονται ως «Συνδυαστική/ δεσμοποιημένη προσφορά» με τουλάχιστον μία σταθερή υπηρεσία.			744.788	798.034

1.2.6. Ευρυζωνικότητα

Εξέλιξη ευρυζωνικών γραμμών

Στο τέλος του 2015, οι ευρυζωνικές συνδέσεις ανήλθαν σε 3.439.034 έναντι 3.156.071 στο τέλος του 2014, ση-

μειώνοντας αύξηση 8,9% σε ετήσια βάση (Διάγραμμα 1.60), η οποία είναι αντίστοιχη της περσινής (8,3%). Η ευρυζωνική διείσδυση έφθασε το 31,67% του πληθυσμού έναντι 28,7% το 2014.

Αδεσμοποίητη πρόσβαση στον τοπικό βρόχο (ΑΠΤΒ)

Οι γραμμές Αδεσμοποίητης Πρόσβασης στον Τοπικό Βρόχο (ΑΠΤΒ) συνέχισαν να αυξάνονται κατά τη

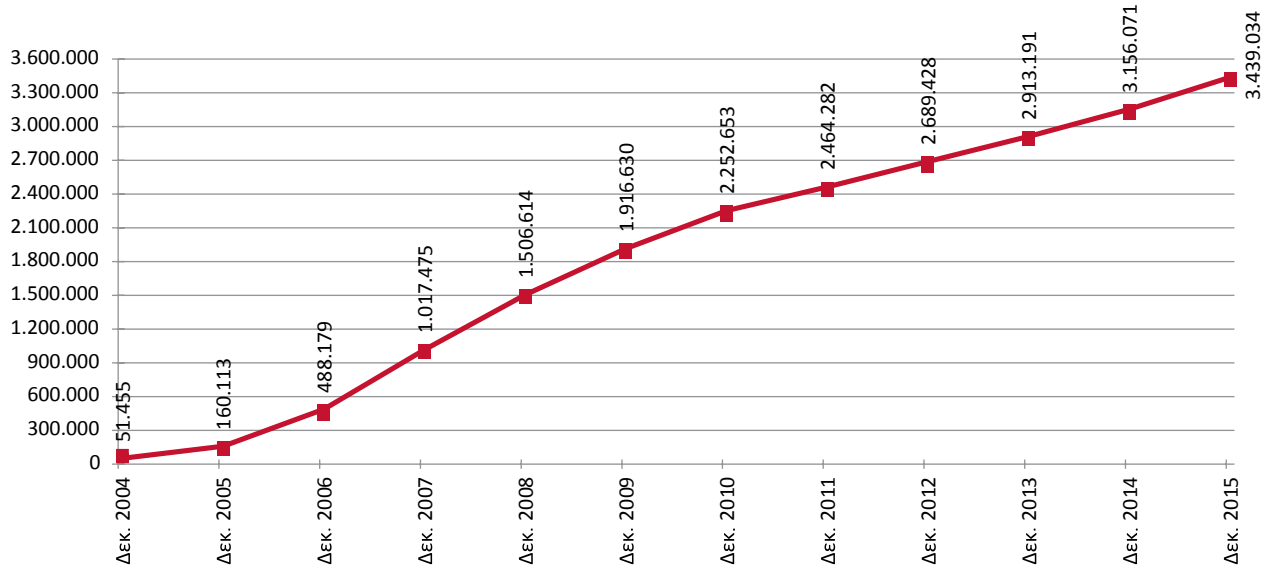
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

διάρκεια του 2015 (Διάγραμμα 1.61), φθάνοντας στο τέλος του έτους τις 2.047.268 έναντι 2.015.940 στο τέλος του 2014 (αύξηση 1,5% έναντι 5,7% του 2014)²⁷. Η αύξηση αυτή οφείλεται

εξ ολοκλήρου στις γραμμές πλήρους πρόσβασης, οι οποίες ανήλθαν σε 2.041.824 στο τέλος του έτους έναντι 2.008.602 στο τέλος του 2014 (αύξηση 1,65%), σε αντίθεση με τις γραμ-

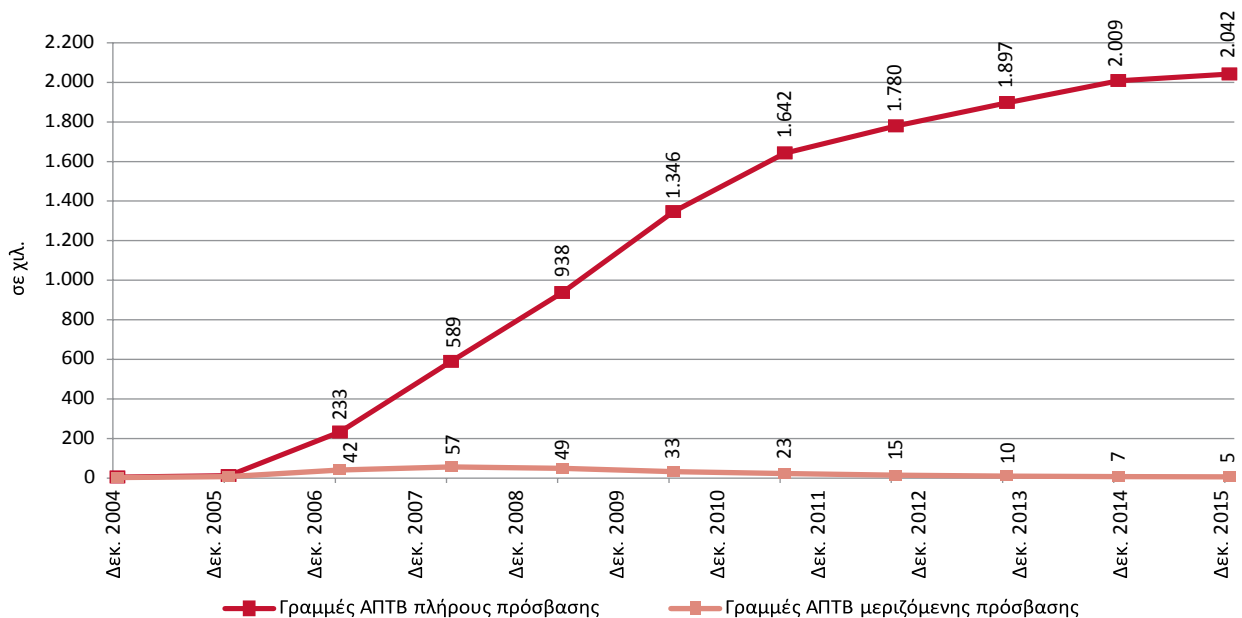
μές μεριζόμενης πρόσβασης, οι οποίες συνέχισαν να μειώνονται (5.444 γραμμές στο τέλος του έτους έναντι 7.338 στο τέλος του 2014).

Διάγραμμα 1.60: Εξέλιξη ευρυζωνικών γραμμών



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.61: Εξέλιξη γραμμών ΑΠТВ



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

27. Οι γραμμές πρόσβασης μέσω ΑΠТВ είναι υπερασύνολο των ευρυζωνικών γραμμών μέσω ΑΠТВ, καθώς περιλαμβάνουν και γραμμές που αφορούν αποκλειστικά τηλεφωνικές υπηρεσίες (telephony only).

Γραμμές ADSL/VDSL

Οι γραμμές VDSL στο τέλος του 2015 ανήλθαν σε 174.266, έναντι 101.934 το Δεκέμβριο του 2014 (ετήσια αύξηση 71%), συνιστώντας το 5,1% του συνόλου των ευρυζωνικών γραμμών. Η διείσδυσή τους στον πληθυσμό παραμένει σε χαμηλά επίπεδα στην περιοχή του 1,6% έναντι 0,93% στο τέλος του 2014 (Διάγραμμα 1.62).

Ευρυζωνικές γραμμές ανά τεχνολογία σε σταθερή θέση

Τα επιμέρους μερίδια των ευρυζωνικών

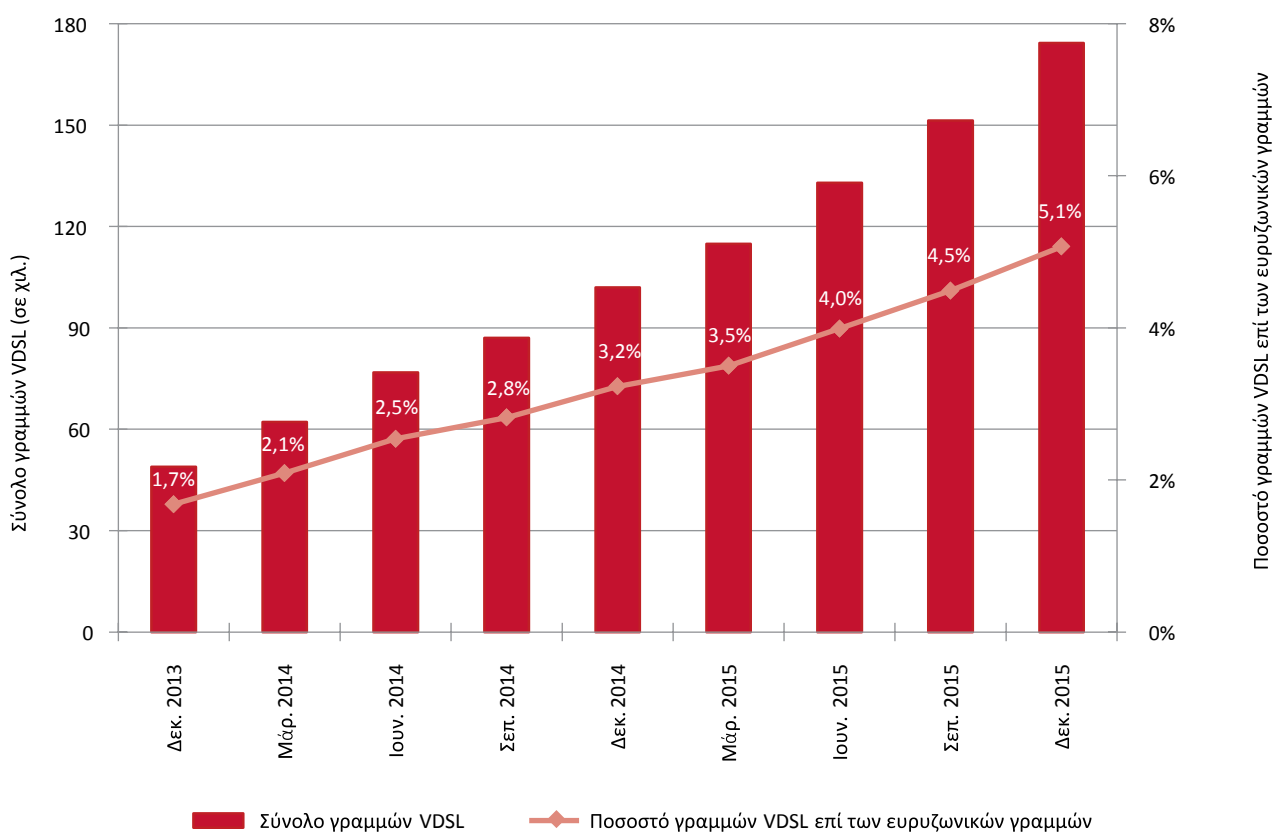
γραμμών ανά τεχνολογία διαμορφώθηκαν ως εξής (Διαγράμματα 1.63-1.64):

- Η πρόσβαση xDSL μέσω ΑΠΤΒ αυξήθηκε σε 1.904.716 γραμμές στο τέλος του 2015 (έναντι 1.767.466 στο τέλος του 2014) φθάνοντας το 55,4% ως μερίδιο επί των ευρυζωνικών γραμμών έναντι 56% για το προηγούμενο έτος.
- Οι γραμμές xDSL λιανικής του ΟΤΕ παρουσίασαν αύξηση, φθάνοντας τις 1.496.886 γραμμές το Δεκέμβριο του 2015 έναντι 1.357.878 το Δεκέμβριο του 2014. Το μερίδιό τους επί του συνόλου των ευρυζωνικών γραμμών πα-

ρουσίασε μικρή άνοδο από 43,02% σε 43,53%. Από τις γραμμές xDSL του ΟΤΕ οι 174.266 (ποσοστό 5,1% επί των ευρυζωνικών γραμμών) αφορούν γραμμές VDSL.

- Οι γραμμές ΑΡΥΣ έφθασαν τις 25.970 (0,76% επί του συνόλου των ευρυζωνικών γραμμών) έναντι 22.483 το Δεκέμβριο του 2014. Οι γραμμές λοιπών τεχνολογιών παραμένουν σε κατώτατα επίπεδα με ποσοστό της τάξης του 0,3%.

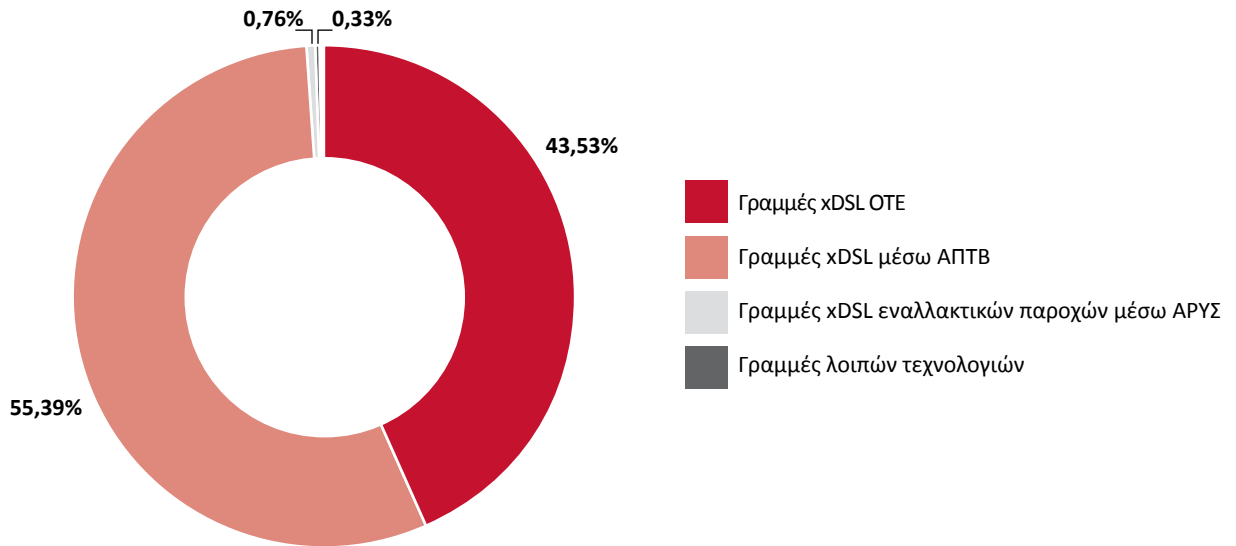
Διάγραμμα 1.62: Εξέλιξη γραμμών VDSL



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

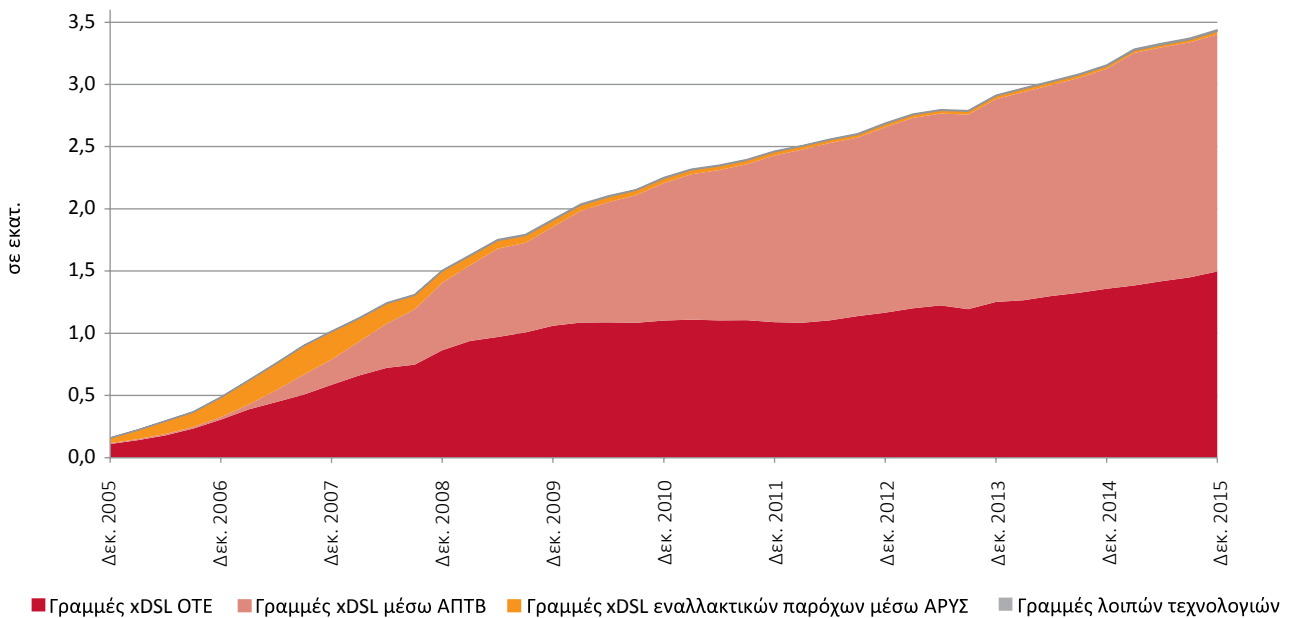
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.63: Κατανομή ευρυζωνικών γραμμών ανά τεχνολογία (Δεκέμβριος 2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.64: Εξέλιξη ευρυζωνικών γραμμών ανά τεχνολογία (αριθμός γραμμών)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

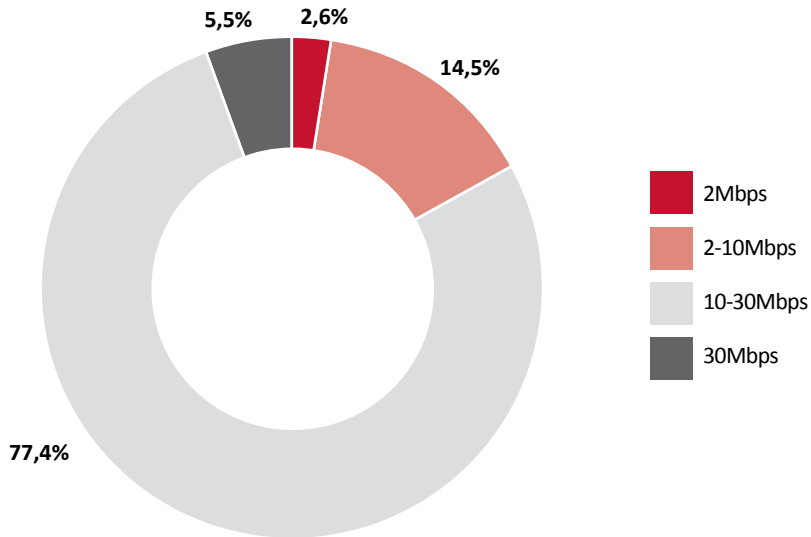
Ταχύτητες ευρυζωνικών γραμμών

Η πλειονότητα των ευρυζωνικών γραμμών (77,4%) αντιστοιχεί σε ονομαστικές ταχύτητες (download) άνω των 10Mbps με ένα μικρό ποσοστό περί

του 5,5% να αντιστοιχεί σε ταχύτητες άνω των 30Mbps έναντι 3,3% στο τέλος του 2014 (Διαγράμματα 1.65 & 1.66). Η μέση ονομαστική ταχύτητα των γραμμών ΑΡΥΣ (χονδρικής και λιανικής)

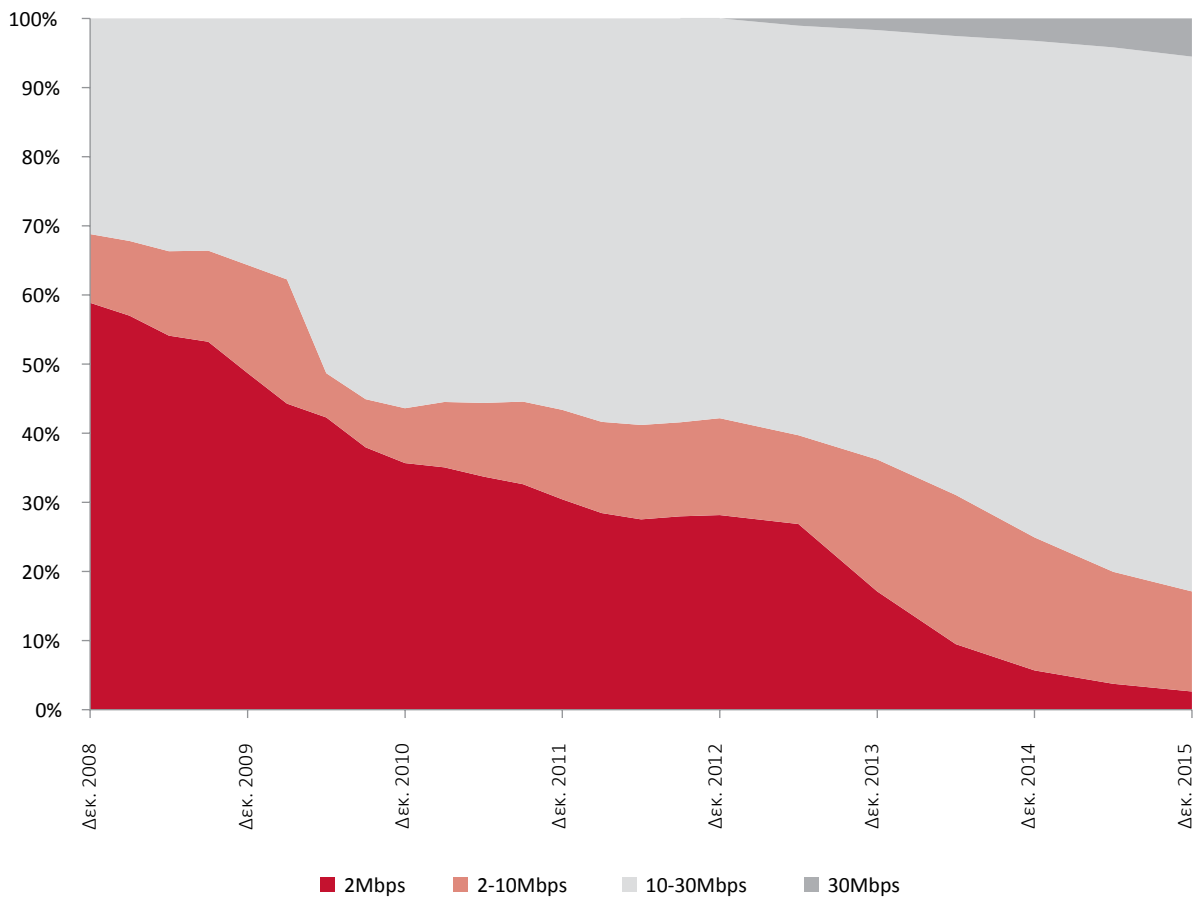
πλησίασε τα 20Mbps (Διάγραμμα 1.67) ως αποτέλεσμα αφενός της μείωσης του αριθμού των γραμμών χαμηλών ταχυτήτων αφετέρου της αύξησης των γραμμών VDSL.

Διάγραμμα 1.65: Κατανομή ονομαστικών ταχυτήτων ευρυζωνικών γραμμών (Δεκέμβριος 2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

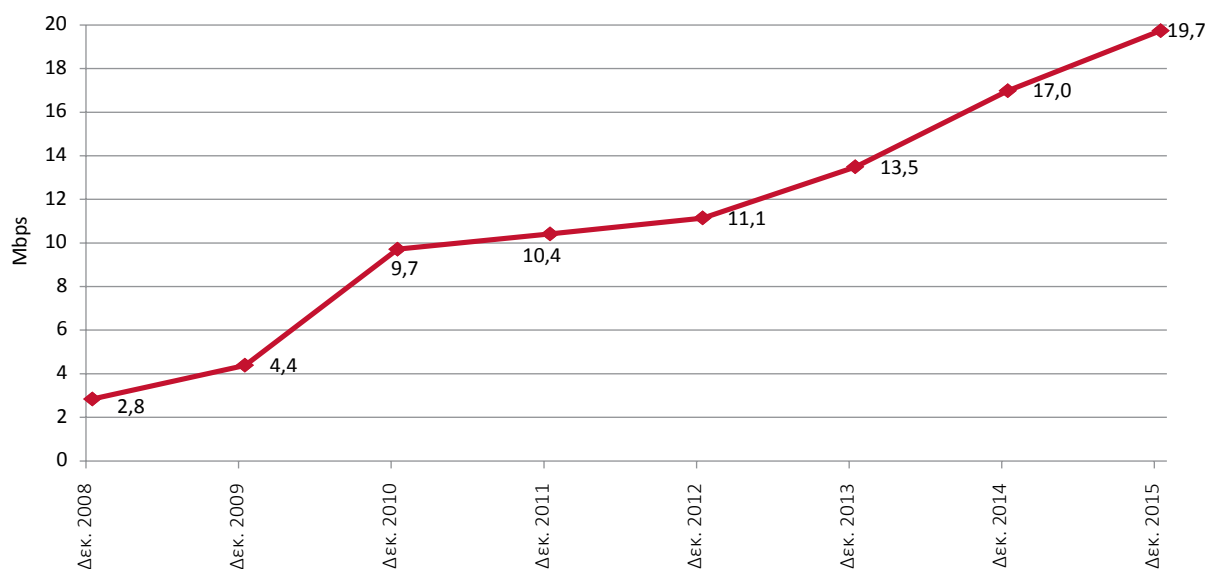
Διάγραμμα 1.66: Εξέλιξη ονομαστικών ταχυτήτων ευρυζωνικών γραμμών



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.67: Εξέλιξη μέσης ταχύτητας πρόσβασης γραμμών ΑΡΥΣ λιανικής & χονδρικής



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

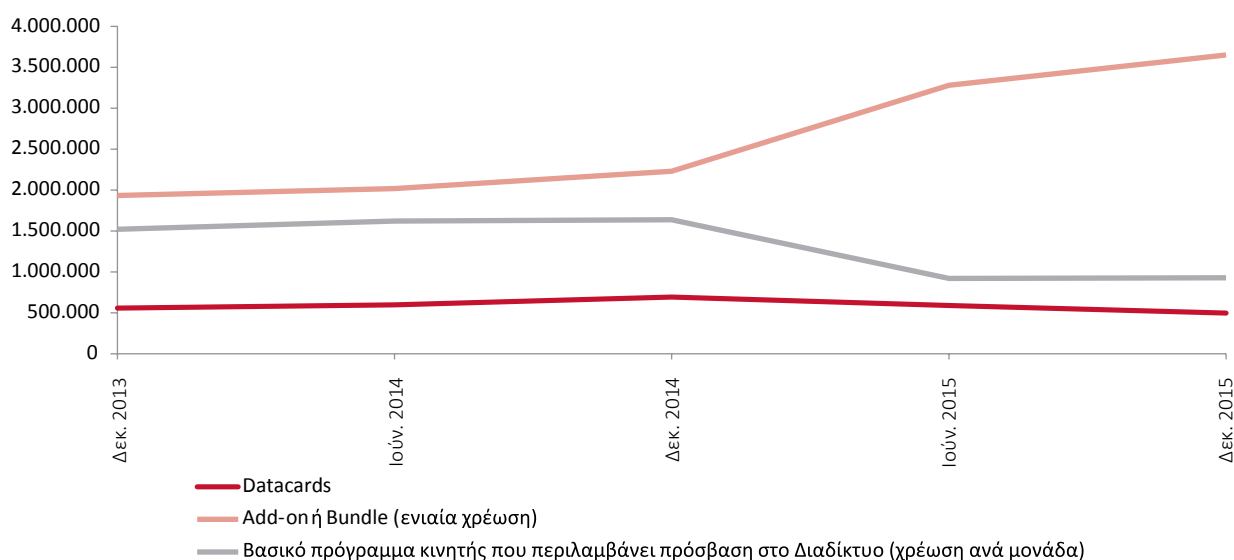
Κινητή ευρυζωνικότητα

Το σύνολο των ενεργών συνδρομητών κινητών τηλεπικοινωνιών που έκαναν χρήση υπηρεσιών δεδομένων στο Διαδίκτυο ανέρχονταν στο τέλος του 2015 σε 5.078.741 έναντι 4.559.958 στο τέλος του 2014 (Διάγραμμα 1.68), ήτοι αύξηση κατά 11,5%. Από αυτούς, η πλειονότητα

(4.580.308) είτε προμηθεύτηκε κάποιο πακέτο δεδομένων Διαδικτύου επιπρόσθετα στο πακέτο κινητής τηλεφωνίας (add-on) είτε έκανε χρήση υπηρεσιών δεδομένων Διαδικτύου μέσω προγραμμάτων κινητής που, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο με ενιαία χρέωση, δηλαδή μέσω συν-

δραστικής υπηρεσίας. Επιπρόσθετα, οι 929.345 έκαναν χρήση υπηρεσιών δεδομένων Διαδικτύου μέσω προγραμμάτων κινητής που, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο (ανά μονάδα χρέωσης), ενώ οι 498.433 έκαναν χρήση καρτών για πρόσβαση στο Διαδίκτυο (datacard).

Διάγραμμα 1.68: Συνδρομητές κινητής που έκαναν χρήση Διαδικτύου



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

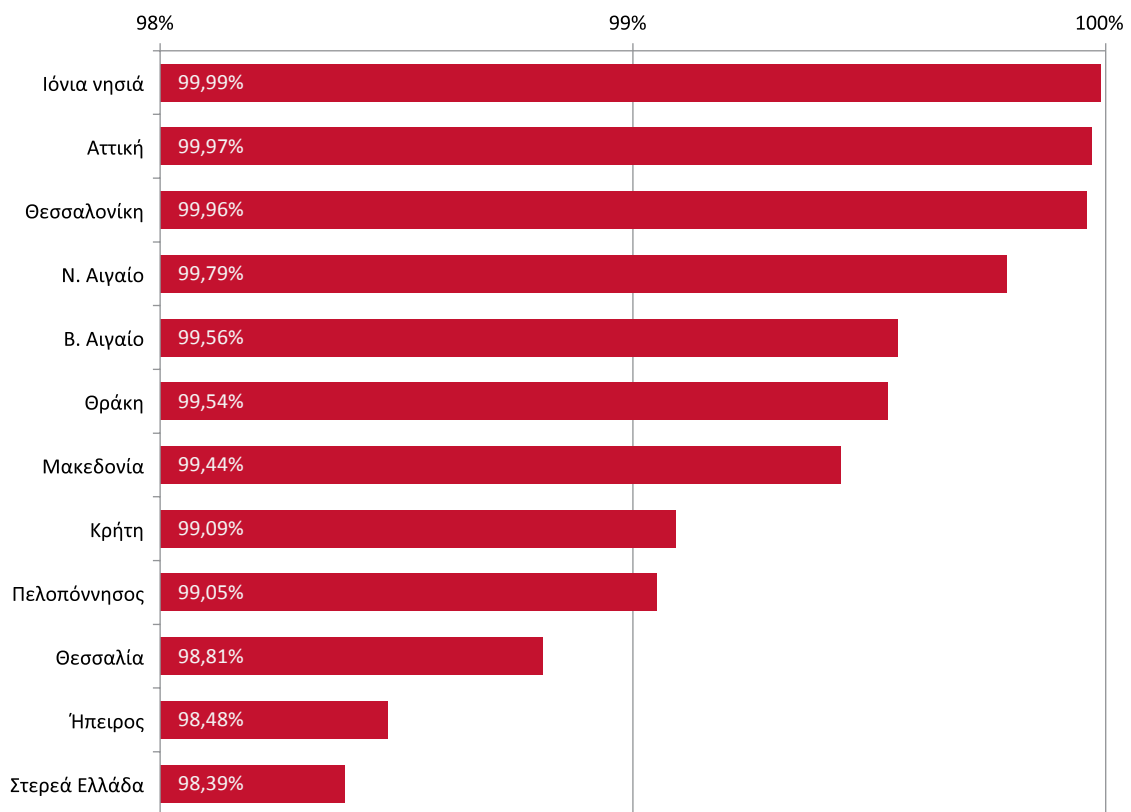
Στοιχεία ευρυζωνικής διαθεσιμότητας

Η ευρυζωνική διαθεσιμότητα²⁸ παρουσιάζει υψηλά ποσοστά για την πλειονότητα του πληθυσμού της χώρας (Διάγραμμα 1.69). Ειδικότερα και αναφορικά με την ευρυζωνική διαθεσι-

μότητα που εξασφαλίζουν οι πάροχοι μέσω των συνεγκαταστάσεών τους σε αστικά κέντρα του ΟΤΕ (ευρυζωνική διαθεσιμότητα μέσω γραμμών ΑΠΤΒ), αυτή κυμαίνεται μεταξύ 52% έως σχεδόν 100% για τους νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης (Διάγραμμα 1.70). Πα-

ράλληλα και ενώ η κάλυψη δικτύου 3G έχει φθάσει σχεδόν το 100% του ελληνικού πληθυσμού, προχωράει με ταχείς ρυθμούς η εξάπλωση κινητού δικτύου 4G, το οποίο έχει φθάσει σε ποσοστό πληθυσμιακής κάλυψης το 83% (Διάγραμμα 1.71).

Διάγραμμα 1.69: Πληθυσμιακή ευρυζωνική διαθεσιμότητα ανά γεωγραφικό διαμέρισμα

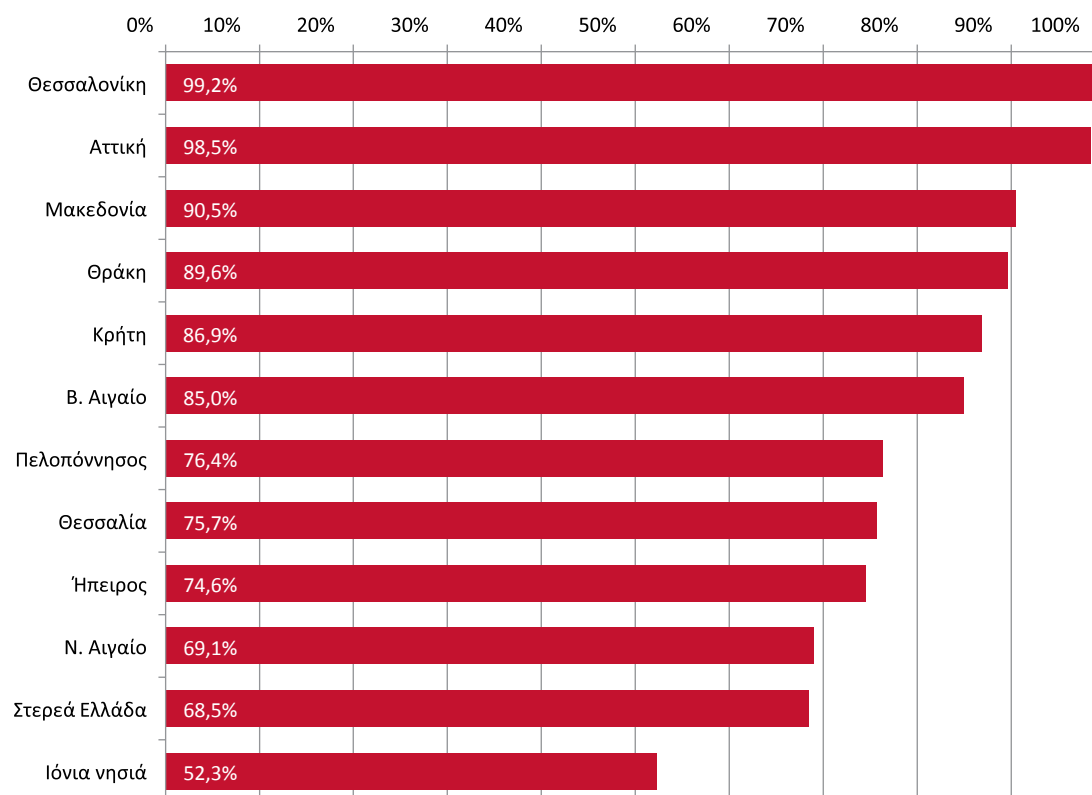


Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

28. Δυνατότητα ευρυζωνικής σύνδεσης μέσω α) γραμμής ΑΠΤΒ παρόχων β) γραμμής ΑΡΥΣ λιανικής του ΟΤΕ γ) γραμμής ΑΡΥΣ χονδρικής παρόχων.

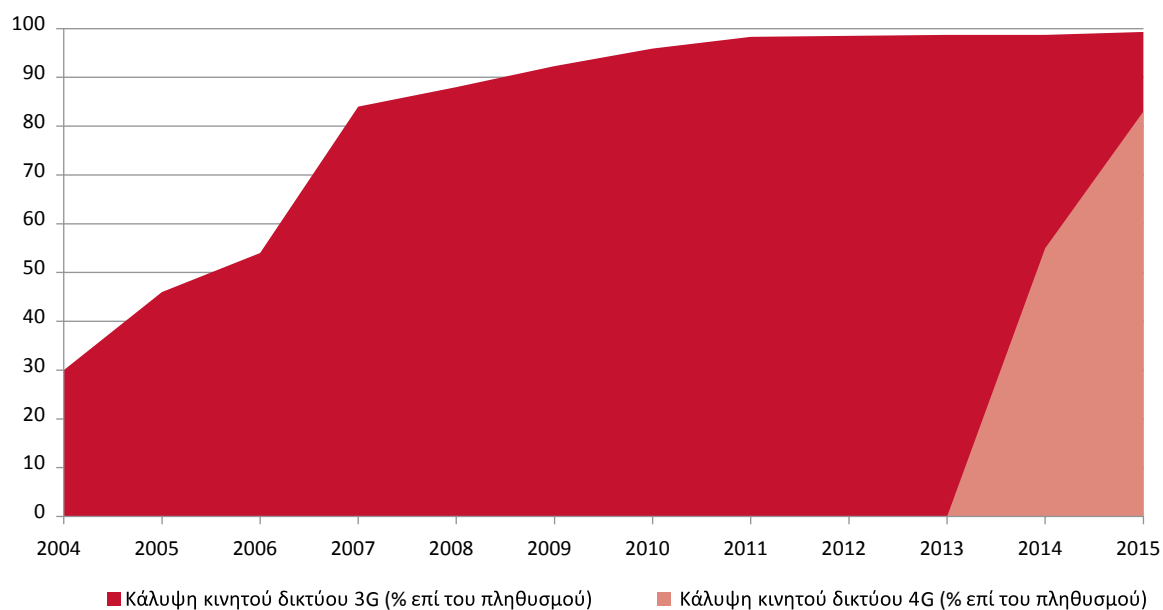
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.70: Πληθυσμιακή διαθεσιμότητα ΑΠΤΒ ανά γεωγραφικό διαμέρισμα (Δεκέμβριος 2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.71: Πληθυσμιακή κάλυψη κινητού δικτύου



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

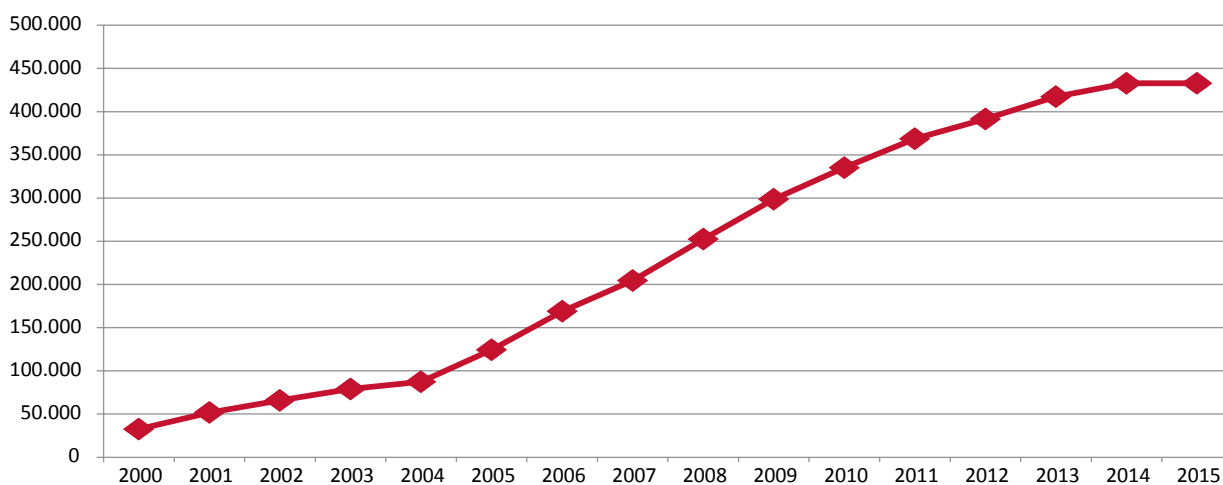
1.2.7. Ονόματα διαδικτυακών τόπων με κατάληξη [.gr]

Το 2015, ο συνολικός αριθμός των ονομάτων διαδικτυακών τόπων με κατάληξη [.gr], συμπεριλαμβανομένων και

των υπο-τόπων (π.χ. com.gr) ανήλθε περίπου στις 433.000,²⁹ στα ίδια επίπεδα με το 2014. Το Διάγραμμα 1.72 παρουσιάζει τη διαχρονική εξέλιξη του συνολικού αριθμού ονομάτων διαδικτυακών τόπων. Στο Διάγραμμα

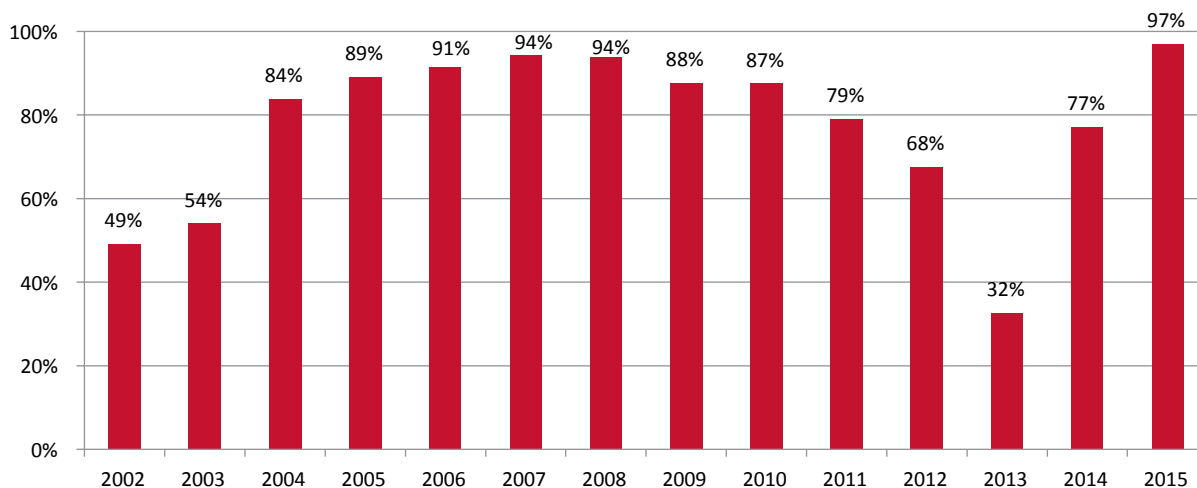
1.73 παρουσιάζεται η ετήσια εξέλιξη του μέσου ποσοστού εκχωρήσεων επί του αριθμού των αιτήσεων για την περίοδο 2002-2015³⁰, το οποίο και διαιωνώθηκε στο 97% το 2015 έναντι 77% το 2014.

Διάγραμμα 1.72: Εξέλιξη αριθμού ονομάτων διαδικτυακών τόπων



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.73: Μέσο ποσοστό εκχωρήσεων



Πηγή: ΕΕΤΤ

29. Σημειώνεται ότι τα στοιχεία για το συνολικό αριθμό των ονομάτων διαδικτυακών τόπων των τελευταίων ετών έχουν διορθωθεί ώστε να αποτυπώνουν τον «καθαρό» συνολικό αριθμό ενεργών ονομάτων διαδικτυακού τύπου.

30. Υπενθυμίζεται ότι το χαμηλό ποσοστό το 2013 οφειλόταν στις πολλαπλές αιτήσεις που γίνονταν για το ίδιο όνομα διαδικτυακού τόπου αυτόματα, προκειμένου οι αιτούντες να εξασφαλίσουν ότι θα κατοχυρωθεί, τη χρονική στιγμή που λήγει η προηγούμενη άδεια εκχώρησής του. Μετά από σύσταση προς τους καταχωρητές για περιορισμό των αιτήσεων αυτών, η κατάσταση έχει εξομαλυνθεί σχεδόν πλήρως.

Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

1.2.8. Υπηρεσίες Πολυμεσικής Πληροφόρησης (ΥΠΠ) και Καταλόγου

Η ενότητα αυτή παρουσιάζει τα βασικά στοιχεία για την κίνηση και τα έσοδα των τηλεπικοινωνιακών παρόχων από υπηρεσίες πολυμεσικής πληροφόρησης και καταλόγου στην εγχώρια αγορά για το έτος 2015. Τα μεγέθη έχουν βασιστεί σε στοιχεία 29 ενεργών επιχειρήσεων του κλάδου από το σύνολο των 60 αδειοδοτημένων σχετικά επιχειρήσεων. Η συνολική τιμολογηθείσα κίνηση ανήλθε σε 72,8 εκατ. λεπτά και σε 83,5 εκατ. κλήσεις ή και σε μηνύματα, αποφέροντας έσοδα της τάξης των 124,2 εκατ. ευρώ. Τα έσοδα από υπηρεσίες καταλόγου 118XX ανέρχονται σε 55 εκατ. ευρώ και

αποτελούν το 44,3% επί του συνόλου της αγοράς. Έπονται τα έσοδα από τις υπηρεσίες SMS (SMS 54XXX και 19XXX-195XX) που αντιστοιχούν στο 21,8% της συνολικής αξίας της αγοράς και ανέρχονται σε 27 εκατ. ευρώ και τα έσοδα από τις αριθμοσειρές αυξημένης χρέωσης 14XXX με μερίδιο 19,6% και εκτιμώμενο απόλυτο μέγεθος στα 24,4 εκατ. ευρώ (Διάγραμμα 1.74).

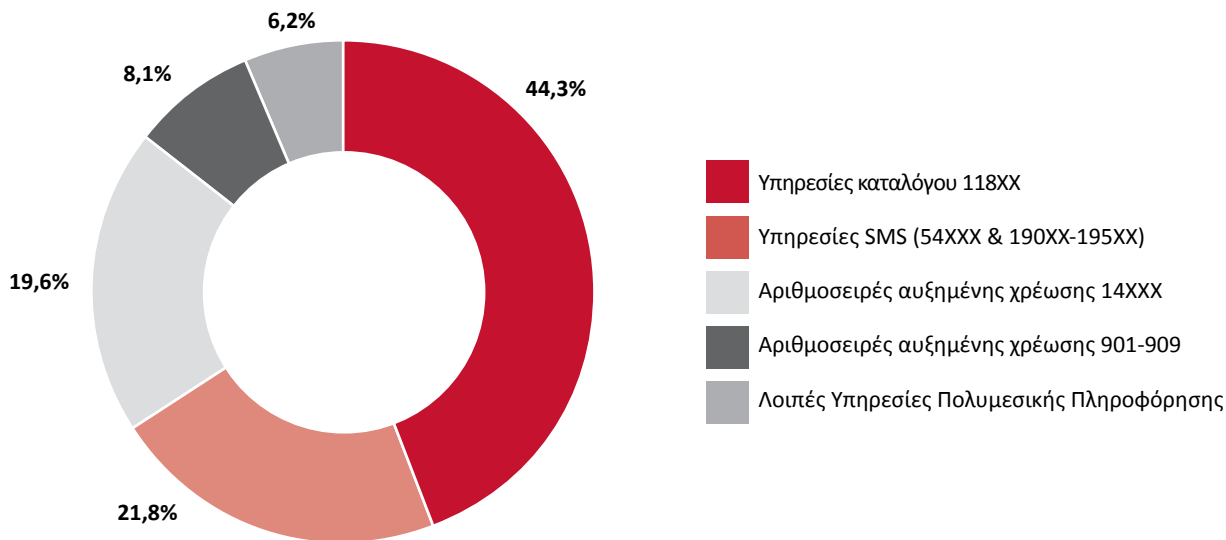
1.2.9. Συγκρίσεις μεγεθών της ελληνικής αγοράς με αντίστοιχες ευρωπαϊκές

Κινητή τηλεφωνία

Η διείσδυση των ενεργών συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας στον πληθυσμό της Ελλάδας, τον Ιούνιο 2015, διαμορ-

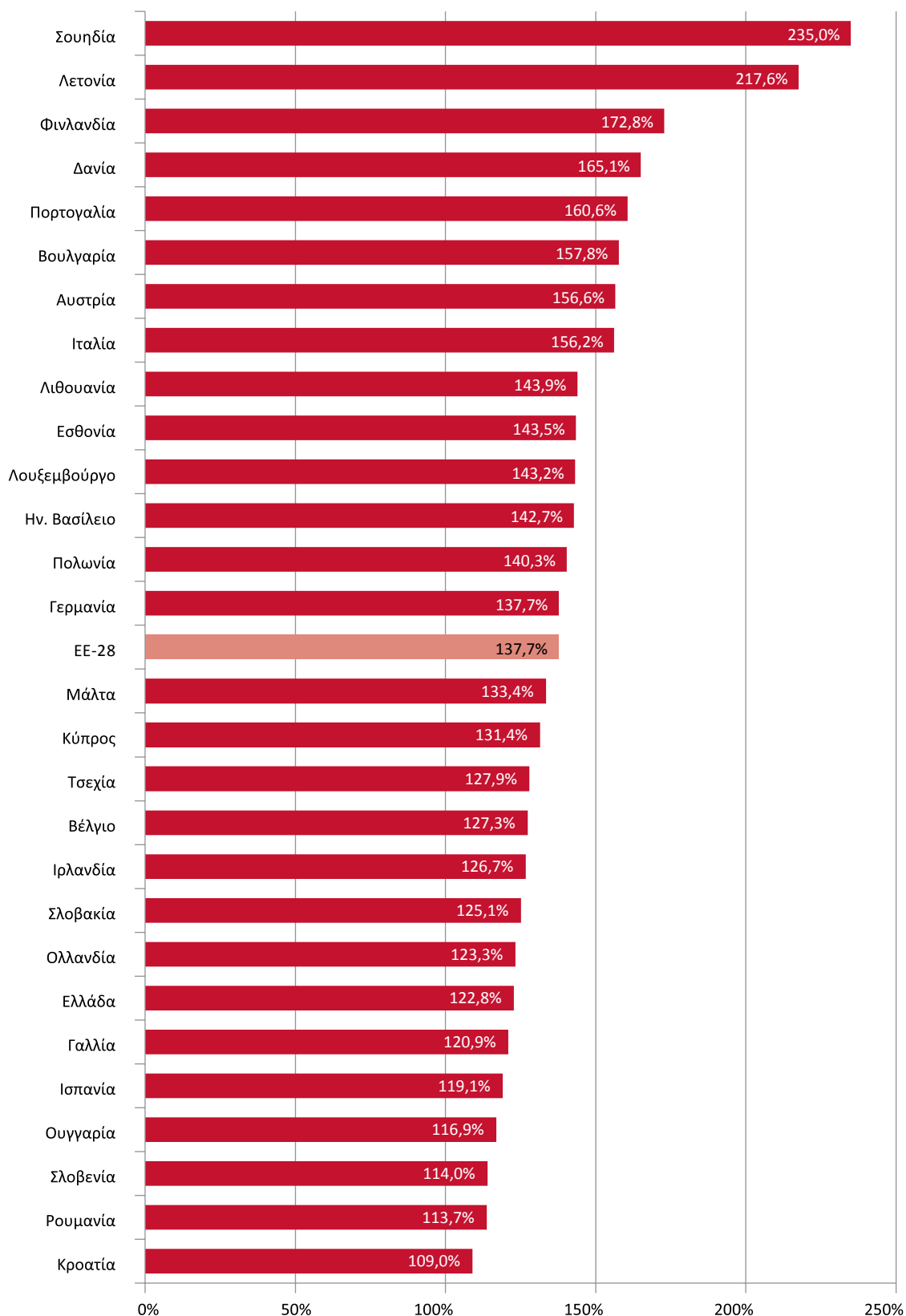
φώθηκε στο 122,8%, με το μέσο όρο της ΕΕ των 28 κρατών μελών να φτάνει το 137,7% (Διάγραμμα 1.75). Το Διάγραμμα 1.76 παρουσιάζει το μέσο έσοδο ανά χρήστη στην κινητή τηλεφωνία στα κράτη μέλη της ΕΕ (στοιχεία 2014), όπου η Ελλάδα με 136 ευρώ (έναντι 143 ευρώ το 2013) εξακολουθεί να βρίσκεται κάτω από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (162 ευρώ). Παράλληλα, μόλις το 34,1% των Ελλήνων συνδέεται στο Διαδίκτυο μέσω του κινητού τηλεφώνου όταν ο αντίστοιχος ευρωπαϊκός μέσος όρος είναι 53,9% (Διάγραμμα 1.76).

Διάγραμμα 1.74: Μερίδια ΥΠΠ και καταλόγου βάσει εσόδων



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

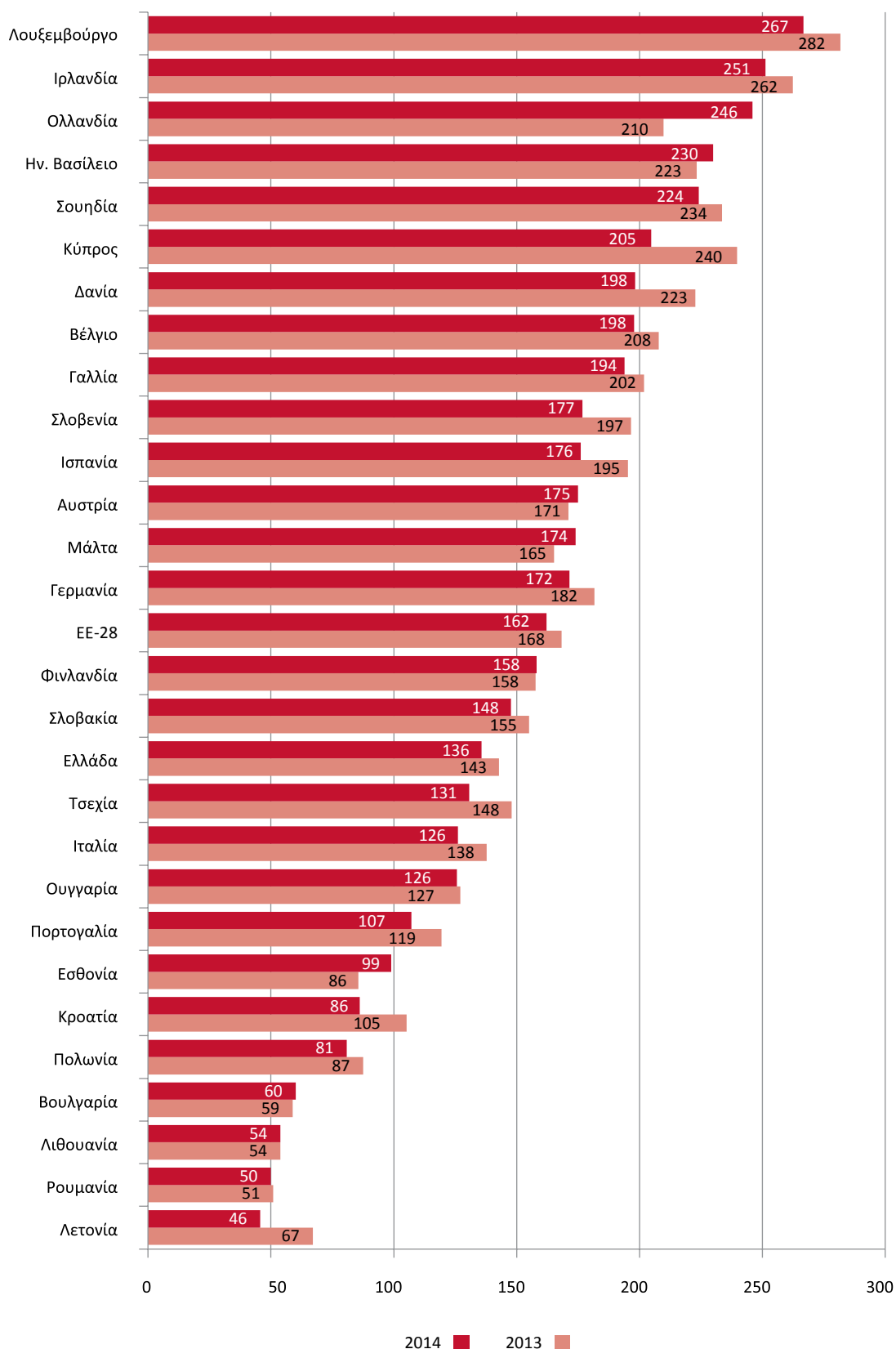
Διάγραμμα 1.75: Διείσδυση κινητής τηλεφωνίας στην ΕΕ



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

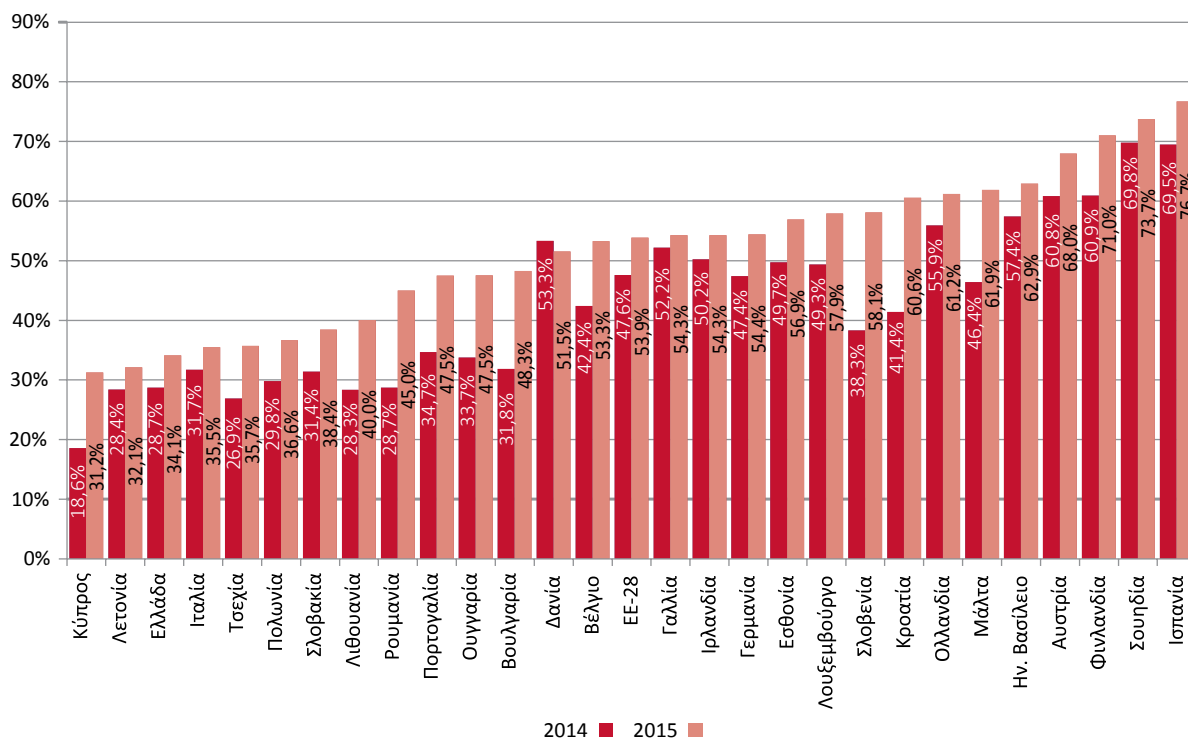
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.76: Μέσο έσοδο ανά χρήστη στην κινητή τηλεφωνία στην ΕΕ (σε ευρώ)



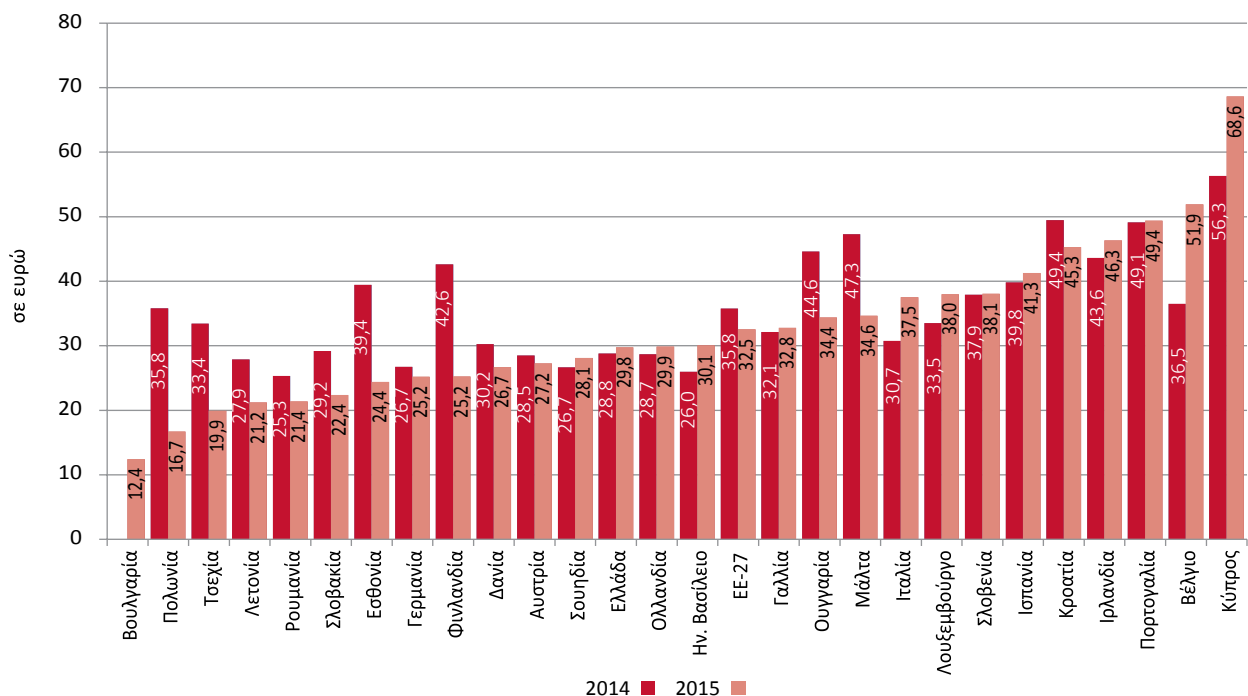
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

Διάγραμμα 1.77: Πρόσβαση στο Διαδίκτυο μέσω κινητού



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

Διάγραμμα 1.78: Μηνιαία τιμή δεσμοποιημένης προσφοράς double play (σταθερή τηλεφωνία + Διαδίκτυο)



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

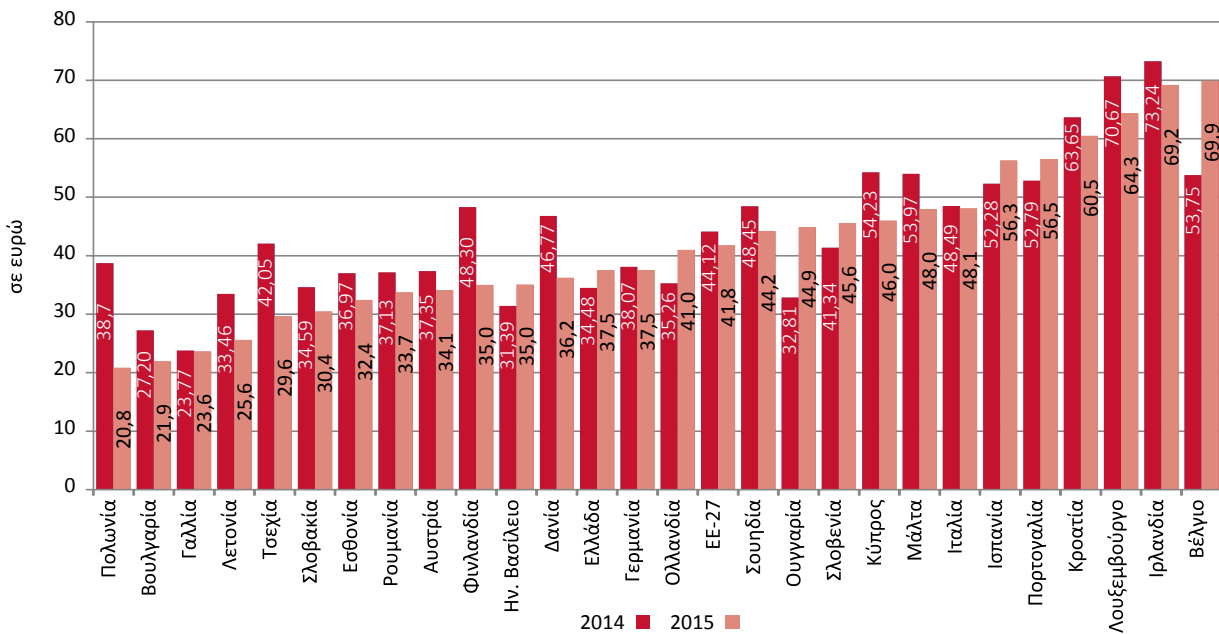
Συνδυαστικές προσφορές σταθερής τηλεφωνίας και Διαδικτύου

Η Ελλάδα κατατάσσεται κάτω του ευρωπαϊκού μέσου όρου όσον αφορά τη μέση μηνιαία τιμή double play και triple play προσφορών. Πιο αναλυτικά, για ονομαστική ταχύτητα καθόδου

(download) άνω του 12 και έως 30Mbps (όπου βρίσκεται και το 77,4% των ευρωζωνικών γραμμών στην Ελλάδα), η μέση μηνιαία τιμή μιας double play προσφοράς είναι 29,8 ευρώ έναντι 32,5 ευρώ της μέσης ευρωπαϊκής τιμής (Διάγραμμα 1.78), ενώ τα σχετικά μεγέθη για μια triple play προσφορά είναι 37,5 ευρώ και

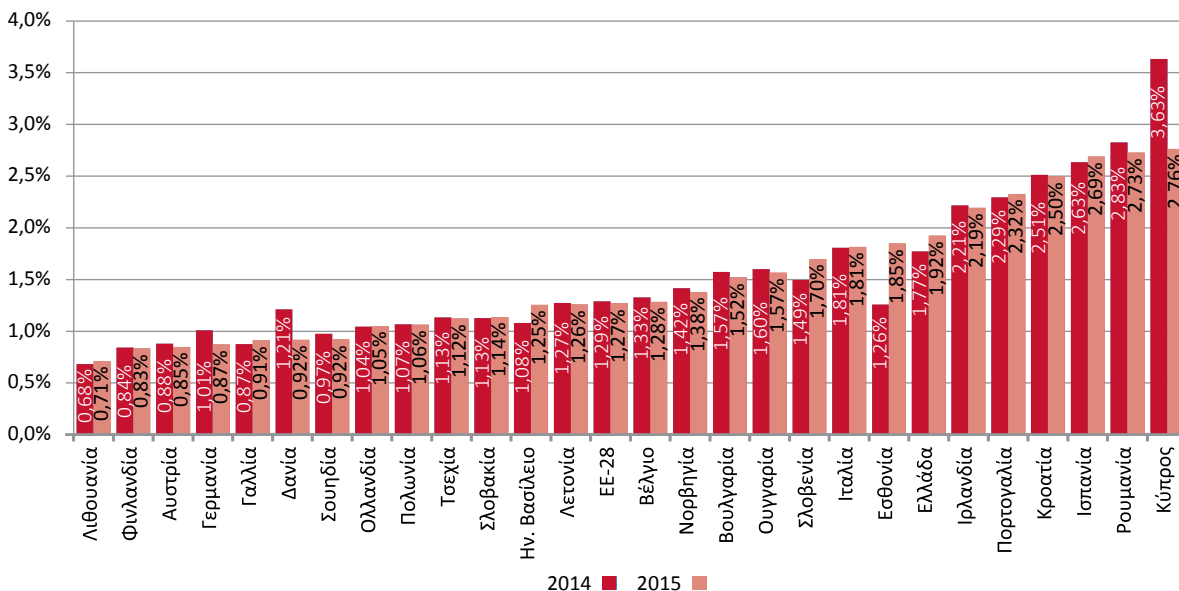
41,8 ευρώ αντίστοιχα (Διάγραμμα 1.79). Ωστόσο, διαπιστώνεται ότι στην Ελλάδα, απαιτείται το 1,92% του διαθέσιμου εισοδήματος ενός νοικοκυριού, κατά μέσο όρο, για τη διατήρηση υπηρεσίας πρόσβασης στο Διαδίκτυο σε ετήσια βάση. Το αντίστοιχο μέγεθος στην ΕΕ κυμαίνεται στο 1,27% (Διάγραμμα 1.80).

Διάγραμμα 1.79: Μηνιαία τιμή δεσμοποιημένης προσφοράς triple play (σταθερή τηλεφωνία + Διαδίκτυο + TV)



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

Διάγραμμα 1.80: Προσιτότητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο βάσει διαθέσιμου εισοδήματος



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

Ευρυζωνική αγορά

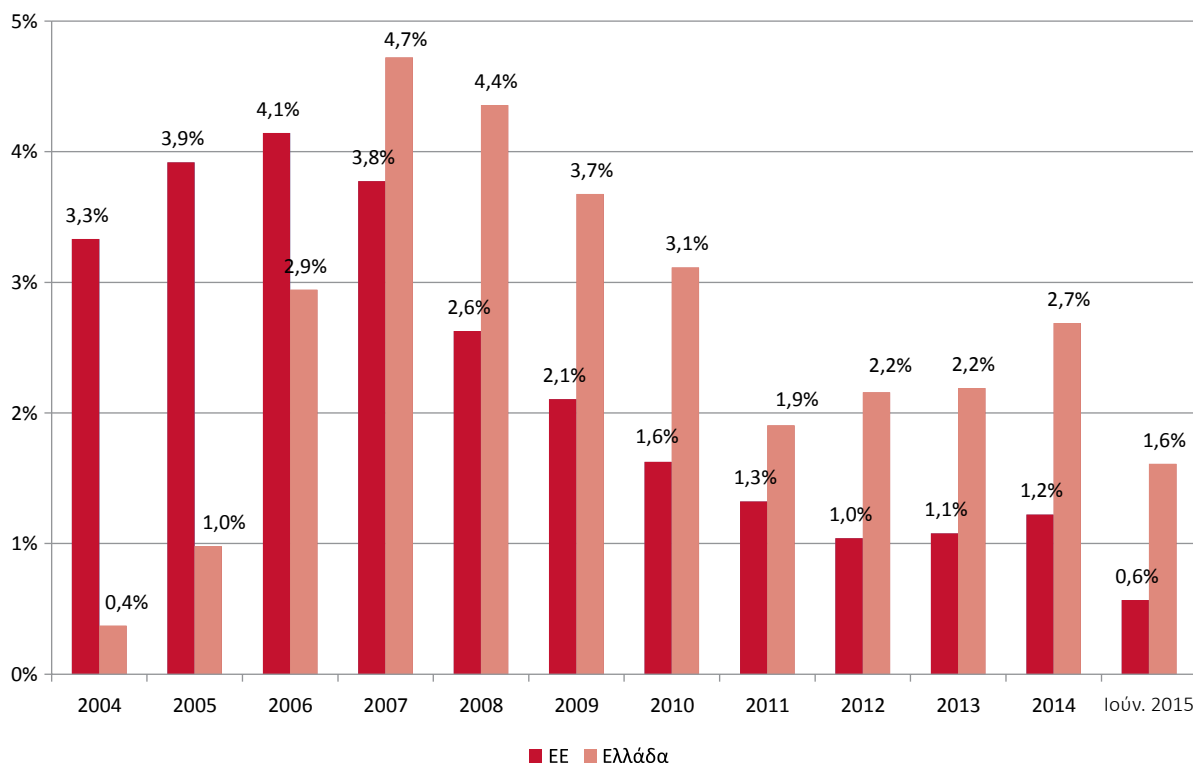
Η διείσδυση των ευρυζωνικών συνδέσεων στην Ευρώπη συνεχίζεται με επιβραδυνόμενο ρυθμό. Τον Ιούνιο του 2015, η διείσδυση της σταθερής ευρυζωνικότητας, ήτοι ο αριθμός ευρυζωνικών συνδέσεων ανά 100 κατοίκους, έφτασε το 31,6% έναντι 30,5% τον Ιούνιο 2014. Τα αντίστοιχα μεγέθη για την Ελλάδα ήταν 30,8% και 27,5%, κατατάσσοντάς την στην 11^η θέση μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ, έναντι της 13^{ης} θέσης το Δεκέμβριο του 2014. Πλέ-

ον η Ελλάδα υπολείπεται ελάχιστα του αντίστοιχου ευρωπαϊκού μέσου όρου, γεγονός που αντανακλά σαφή πορεία σύγκλισης στην ευρυζωνική διείσδυση. Επιπλέον, κατά το ίδιο διάστημα, ο ρυθμός αύξησης της ευρυζωνικής διείσδυσης της χώρας ήταν παραπάνω από διπλάσιος από τον αντίστοιχο ευρωπαϊκό μέσο ρυθμό διείσδυσης, ήτοι 1,6% έναντι 0,6% αντίστοιχα (Διαγράμματα 1.81-1.84).

Ακόμη, η ζήτηση ευρυζωνικών γραμμών υπέρ-υψηλών ταχυτήτων συνεχι-

ζει να αυξάνεται, με αποτέλεσμα τον Ιούνιο 2015 οι ευρυζωνικές συνδέσεις σε ταχύτητες άνω των 30 και 100Mbps να αποτελούν το 30% και 10,8% του συνόλου αντίστοιχα (έναντι 22,8% και 6,7% τον Ιούνιο 2014). Η Ελλάδα βρίσκεται και στις δύο κατηγορίες μεταξύ των ουραγών με 4,2% και 0% αντίστοιχα έναντι 2,6% και 0% τον Ιούνιο 2014 (Διαγράμματα 1.84-1.85).

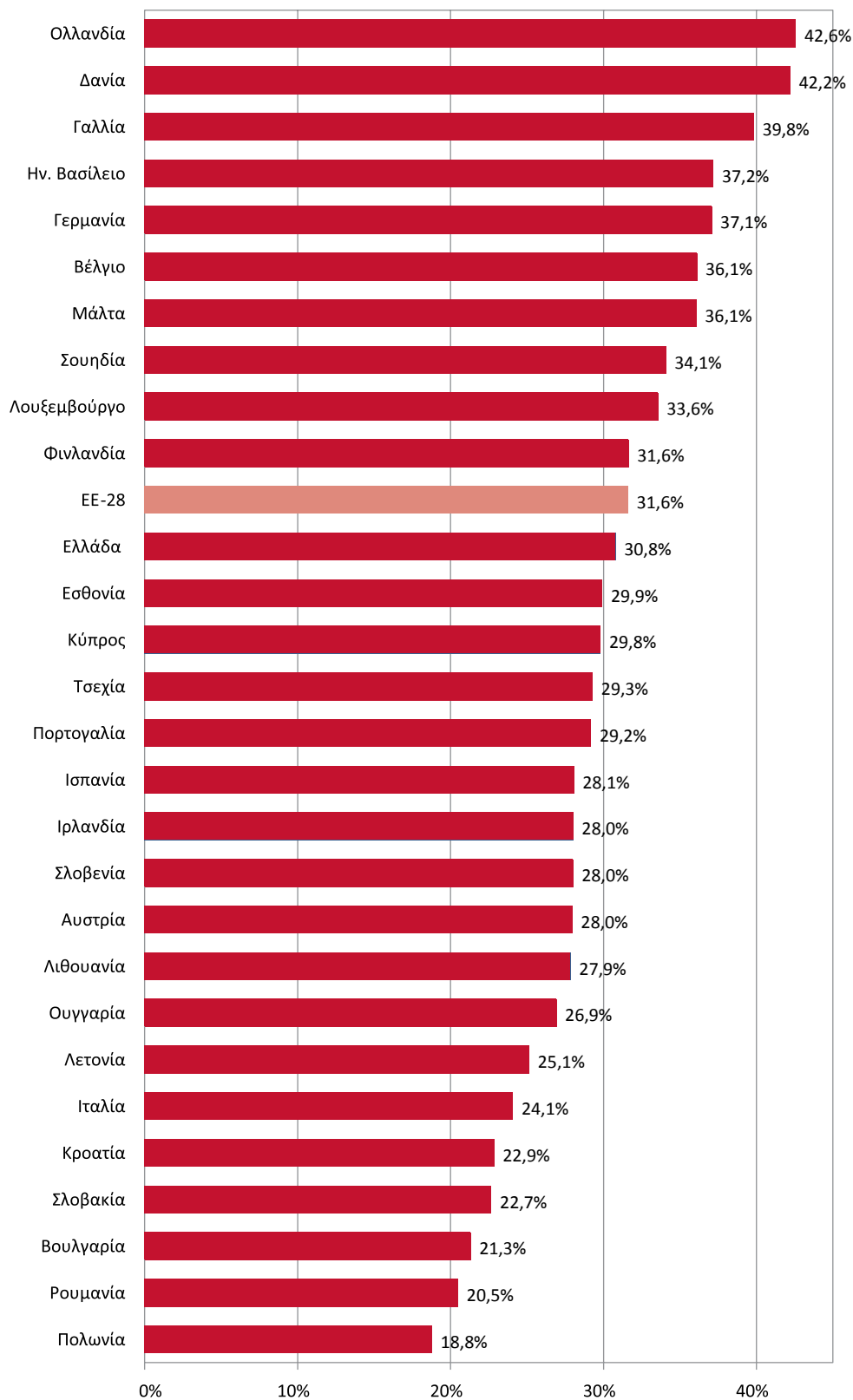
Διάγραμμα 1.81: Αύξηση της ευρυζωνικής διείσδυσης σε Ελλάδα και ΕΕ



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

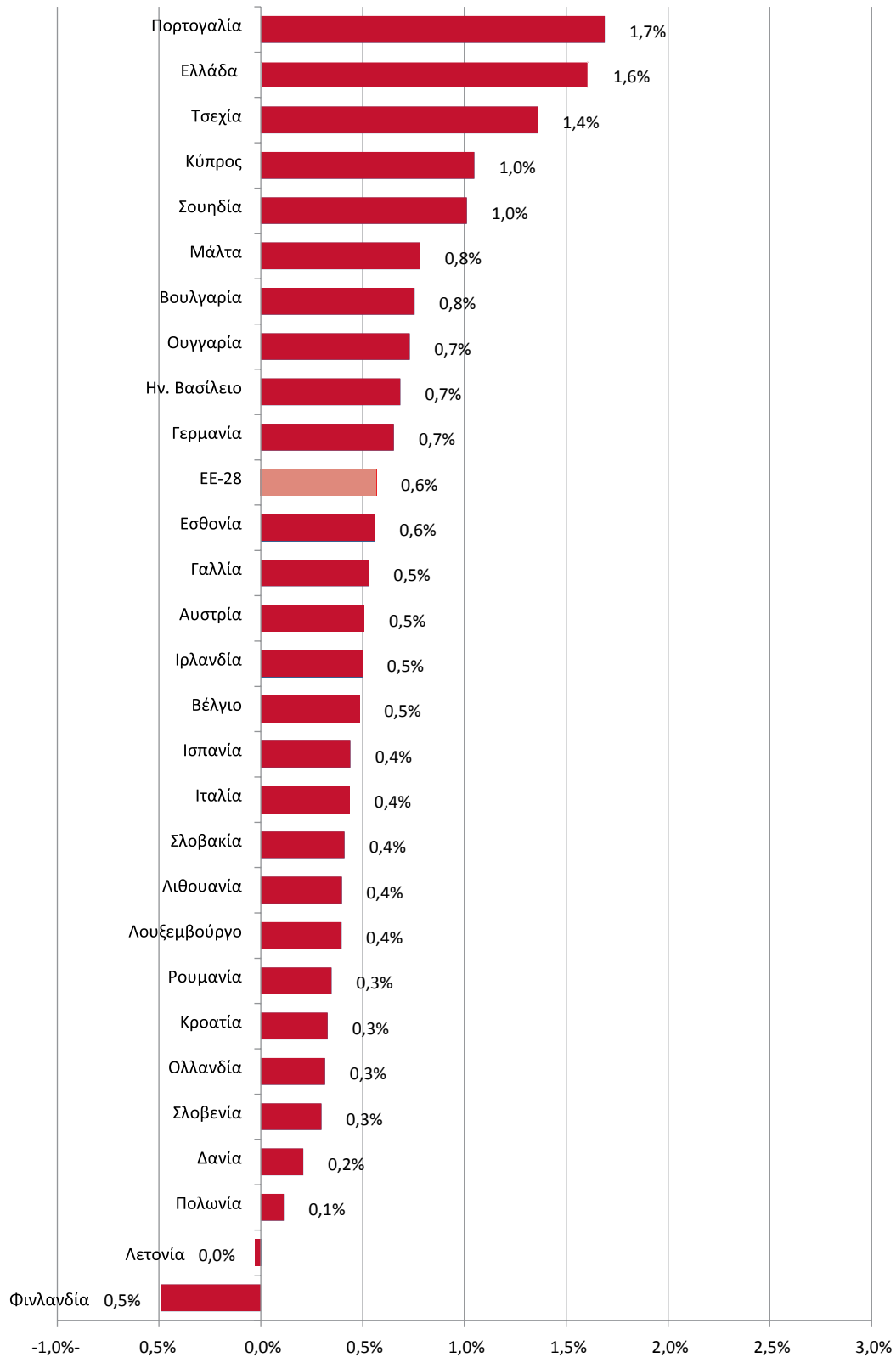
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.82: Ευρυζωνική διείσδυση στην ΕΕ (Ιούνιος 2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

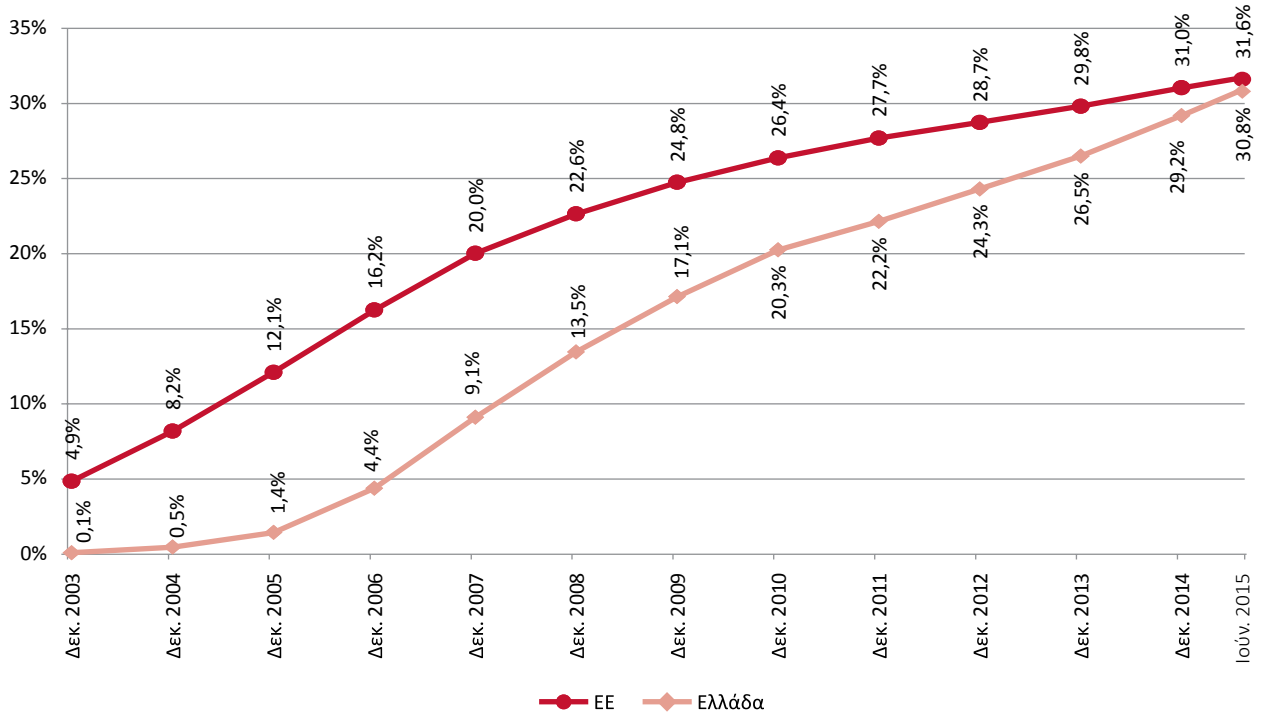
Διάγραμμα 1.83: Μεταβολή ευρωζωνικής διείσδυσης στην ΕΕ (Ιούνιος 2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

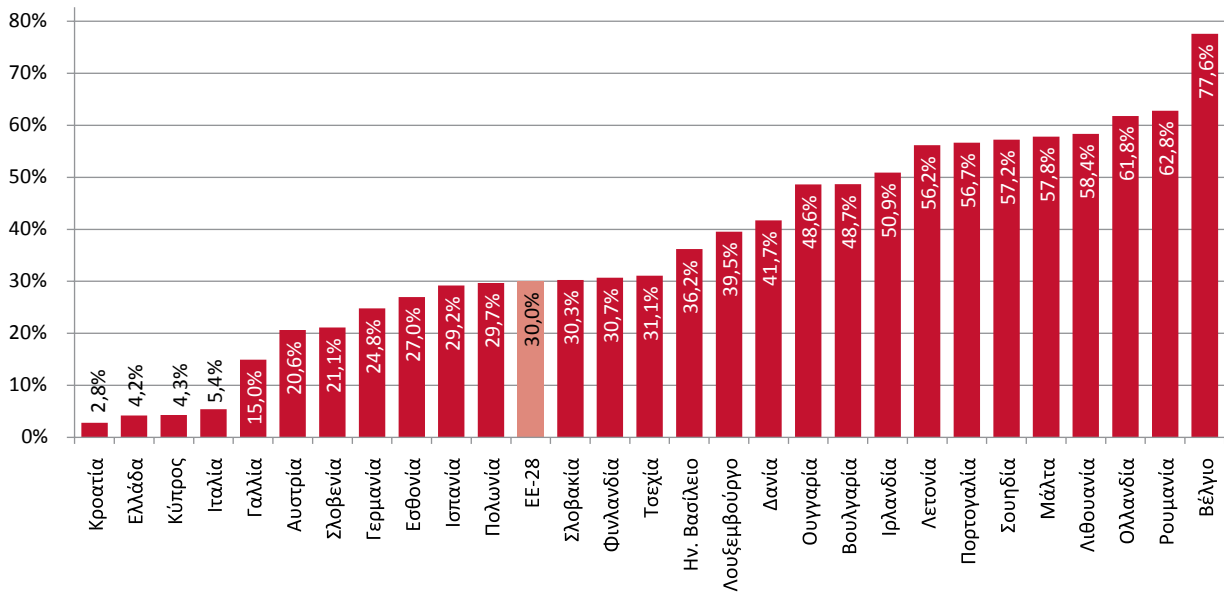
Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Διάγραμμα 1.84: Εξέλιξη ευρυζωνικής διείσδυσης σε Ελλάδα και ΕΕ



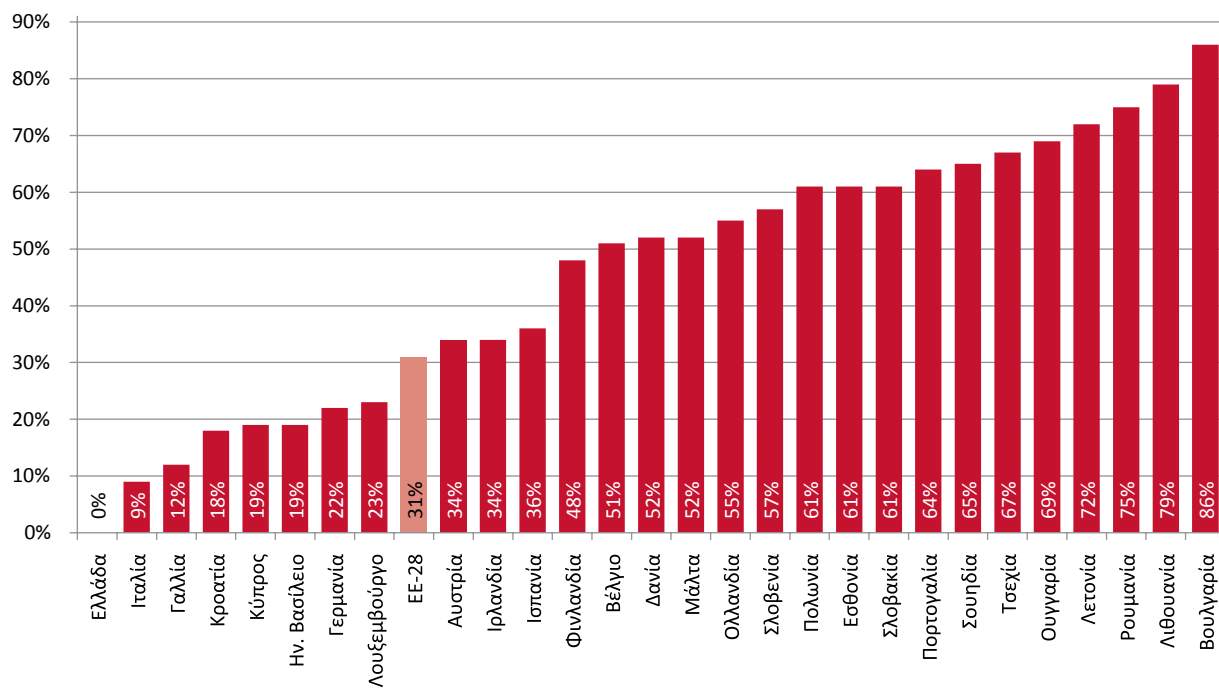
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

Διάγραμμα 1.85: Ποσοστό γραμμών με ταχύτητες >30Mbps στην ΕΕ (Ιούνιος 2015)



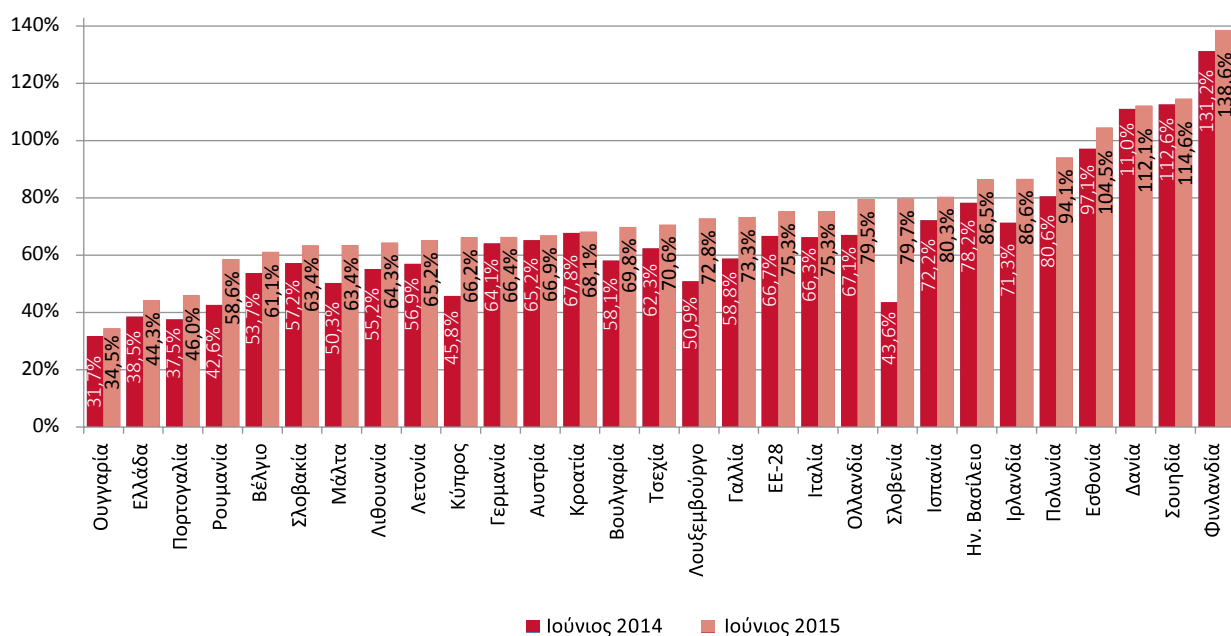
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

Διάγραμμα 1.86: Ευρυζωνικές γραμμές με τεχνολογίες εκτός DSL στην ΕΕ (Ιούνιος 2015)



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

Διάγραμμα 1.87: Διείσδυση κινητής ευρυζωνικότητας στην ΕΕ



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

Ηλεκτρονικές επικοινωνίες

Κινητή ευρυζωνικότητα

Η ανάπτυξη της κινητής ευρυζωνικότητας συνεχίζεται με αμείωτο ρυθμό, με τη διείσδυσή της να διαμορφώνεται τον Ιούνιο 2015 στην ΕΕ το 75,3% (συνδέσεις ανά 100 κατοίκους) έναντι 66,7% του Ιουνίου 2014 (Διάγραμμα 1.86). Ήδη από το 2014, τέσσερις χώρες (Φινλανδία, Δανία, Εσθονία και Σουηδία) παρουσιάζουν διείσδυση της κινητής ευρυζωνικότητας άνω του 100%. Η Ελλάδα με διείσδυση 44,3% συγκα-

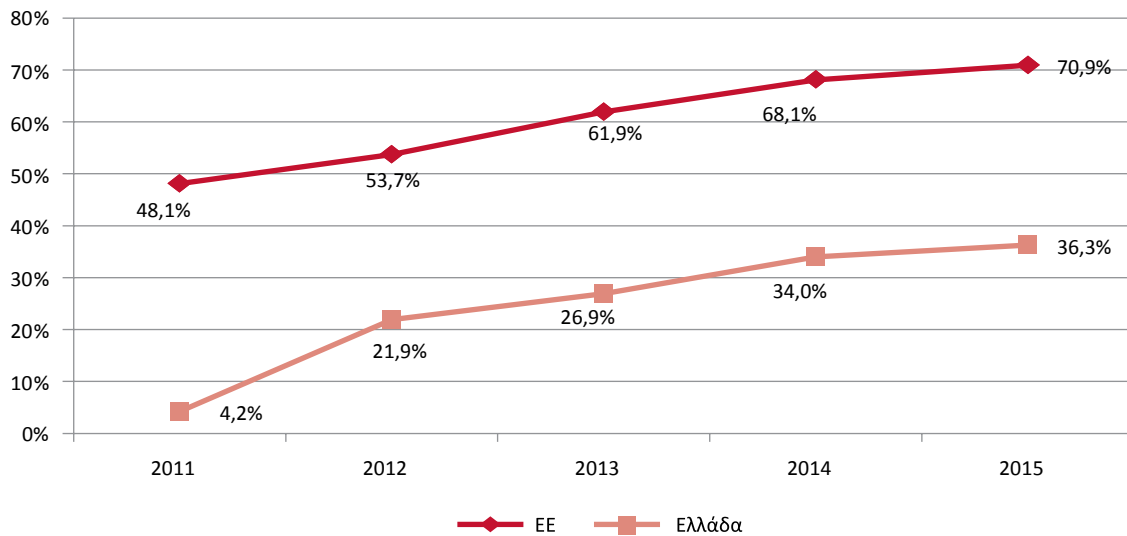
ταλέγεται μεταξύ των ουραγών στην κινητή ευρυζωνική πρόσβαση, ενώ και η αύξηση της διείσδυσης την περίοδο Ιούνιος 2014 - Ιούνιος 2015 ήταν χαμηλότερη του ευρωπαϊκού μέσου όρου (5,8% έναντι 8,6%).

Ανάπτυξη δικτυακών υποδομών

Η κάλυψη δικτύων πρόσβασης νέας γενιάς (Next Generation Access networks- NGA) επεκτείνεται και έχει φτάσει το 2015 το 70,9% των νοικοκυριών έναντι 68,1% το 2014 (Διάγραμμα 1.88). Η Ελ-

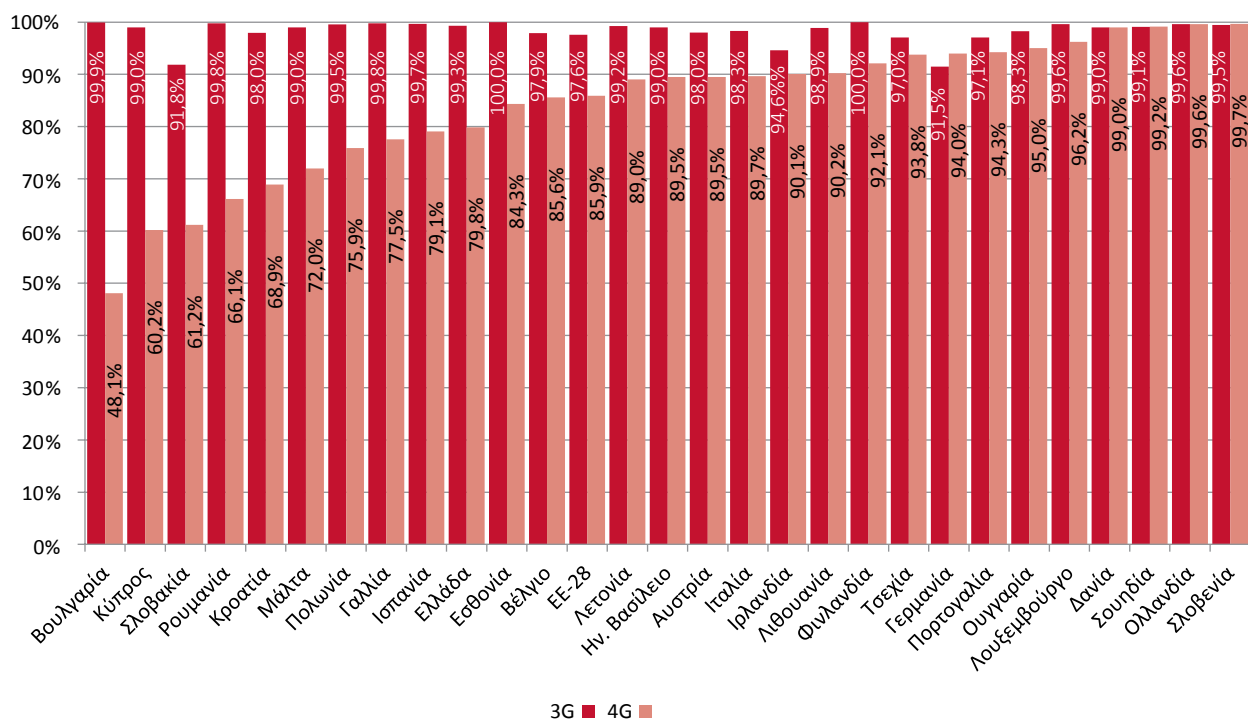
λάδα υπολείπεται του ευρωπαϊκού μέσου όρου με κάλυψη 36,3%. Τη μεγαλύτερη κάλυψη παρουσιάζουν δίκτυα καλωδιακής τηλεόρασης Cable DOCSIS 3.0 (44%) και ακολουθούν τα δίκτυα VDSL (41%) και FTTP (21%). Επισημαίνεται ότι στην Ελλάδα δεν υφίστανται δίκτυα Cable DOCSIS 3.0. Η ονομαστική κάλυψη δικτύων 4G (LTE) έφτασε τον Ιούνιο 2015 το 85,9% επί του πληθυσμού με την Ελλάδα να υστερεί ελαφρά με κάλυψη 79,8% (Διάγραμμα 1.89).

Διάγραμμα 1.88: Ευρυζωνική κάλυψη δικτύων πρόσβασης νέας γενιάς (NGA) σε ΕΕ και Ελλάδα



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

Διάγραμμα 1.89: Κάλυψη δικτύων κινητής ευρυζωνικής πρόσβασης με τεχνολογία 3G και 4G



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων Digital Economy and Society Index)

2. Ταχυδρομικές υπηρεσίες

2.1. Η πορεία της ταχυδρομικής αγοράς

2.1.1. Στον κόσμο

Βασικά οικονομικά μεγέθη

Η συνεχιζόμενη στροφή, σε παγκόσμιο επίπεδο, προς το ηλεκτρονικό εμπόριο και τα ηλεκτρονικά μέσα επικοινωνίας και ενημέρωσης έχει φέρει «επανάσταση» στην ταχυδρομική αγορά, αλλάζοντας τον τρόπο με τον οποίο οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις συνεργάζονται μεταξύ τους, αλλά και τον τρόπο με τον οποίο αλληλεπιδρούν με τους καταναλωτές-πελάτες τους. Κοινός στόχος των ταχυδρομικών επιχειρήσεων είναι η διαφοροποίηση των πηγών εσόδων τους μέσω της ανάπτυξης νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και της εισόδου σε νέες γεωγραφικές αγορές. Παράλληλα, λόγω του αυξημένου ανταγωνισμού και της συνεχιζόμενης ηλεκτρονικής υποκατάστασης της αλληλογραφίας, οι φορείς της ταχυδρομικής αγοράς εστιάζουν περισσότερο στη βελτίωση της λειτουργικής παραγωγικότητας, με στόχο τη μείωση του κόστους και τη διατήρηση των κερδών.

Όπως φαίνεται από τα πρώτα αποτελέσματα για το 2015³¹, η παγκόσμια ταχυδρομική αγορά συνέχισε να εμφανίζει σημαντικές τάσεις ανάπτυξης. Τα έσοδα αυξήθηκαν κατά 2,5% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Παρά τη μείωση στον όγκο του επιστολικού ταχυδρομείου, τα έσοδα του συγκεκριμένου τομέα αυξήθηκαν κατά 0,9%, ενώ τα έσοδα του τομέα των δεμάτων και των υπηρεσιών επείγουσας διαβίβασης (express) αυξήθηκαν κατά 4,7%, χάρη στη συνεχιζόμενη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Παρά τη θετική τάση, η ταχυδρομική αγορά εμφάνισε χαμηλότερο ρυθμό ανάπτυξης σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Το 2014, τα έσοδα της παγκόσμιας ταχυδρομικής αγοράς ανήλθαν σε 435,6 δισ. ευρώ, με μέσο ρυθμό ανάπτυξης 2,8% και μέση λειτουργική κερδοφορία 4,8%³². Η αύξηση αυτή προήλθε κυρίως από τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων στους τομείς των δεμάτων και των ταχυμεταφορών και λιγότερο στους τομείς του επιστολικού ταχυδρομείου, της εφοδιαστικής αλυσίδας και των μεταφορών.

Παρά τη συνεχιζόμενη πτώση στο συνολικό όγκο των διακινούμενων αντικειμένων επιστολικού ταχυδρομείου, ο τομέας αυτός παρέμεινε ισχυρός, καθώς του αναλογούσε το 44,8% των εσόδων της αγοράς, κυρίως χάρη στην προσπάθεια μείωσης του κόστους και την καινοτομία. Αξίζει να σημειωθεί ότι παρόλο που ο όγκος του επιστολικού ταχυδρομείου το 2014 μειώθηκε κατά 3,9%, τα έσοδα αυξήθηκαν κατά 1,5% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Ως βασική αιτία της πτώσης του όγκου του επιστολικού ταχυδρομείου θεωρείται η ηλεκτρονική υποκατάσταση της αλληλογραφίας, που παρατηρείται ιδιαίτερα έντονα στους τομείς της εταιρικής διαφήμισης και της δημόσιας διοίκησης. Οι κατηγορίες ταχυδρομικών αντικειμένων που παρουσίασαν τη μεγαλύτερη πτώση συγκριτικά με το προηγούμενο έτος είναι η αλληλογραφία α' προτεραιότητας (μείωση κατά 6,5%) και β' προτεραιότητας (μείωση κατά 4,6%). Στην προσπάθειά τους να αντισταθμίσουν τα αρνητικά αποτελέσματα στον τομέα αυτόν, οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις εισάγουν νέες καινοτόμες υπηρεσίες όπως ψηφιακά γραμματοκιβώτια, ταχυδρομικές

31. IPC Preliminary Results 2015.

32. IPC, "Global Postal Industry Report" (November 2015).

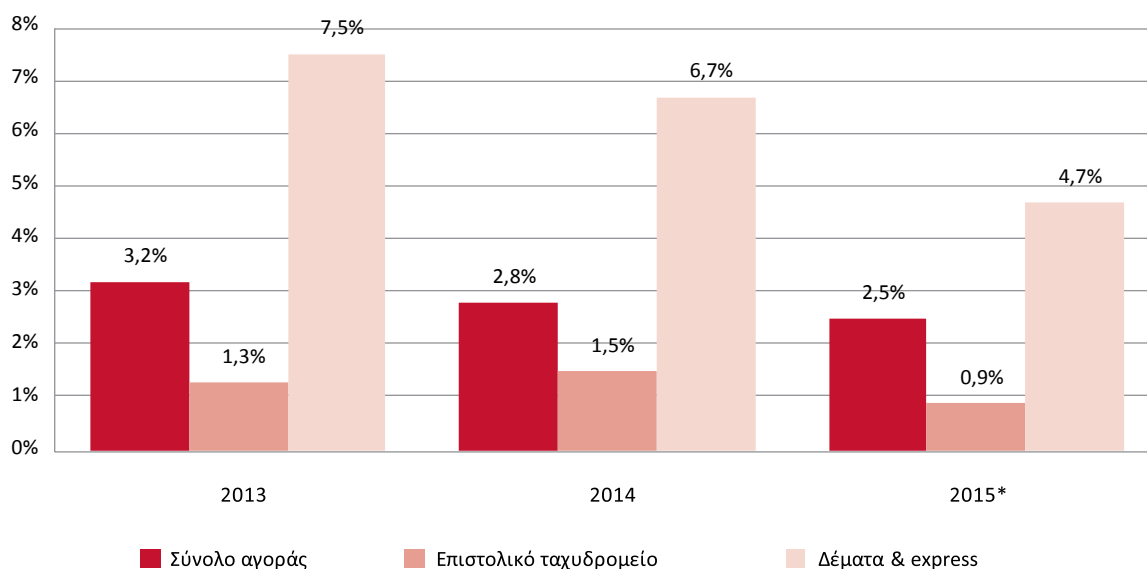
εφαρμογές (apps), ψηφιακά γραμματόσημα και καρτ ποστάλ κ.ά.

Η αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου, η παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη³³, οι εξαγορές μεταξύ των ταχυδρομικών παρόχων και η χρήση νέων προϊόντων και υπηρεσιών από

τους καταναλωτές αποτέλεσαν τις βασικές κινητήριες δυνάμεις για την ανάπτυξη του τομέα των δεμάτων. Ο όγκος των δεμάτων και των υπηρεσιών επείγουσας διαβίβασης (express) έχει σημειώσει αύξηση άνω του 5% ετησίως την τελευταία τριετία και ειδικά το 2014 παρουσίασε αύξηση

6,3%. Τα έσοδα επίσης, αυξήθηκαν κατά 6,7%, παρουσιάζοντας όμως τάση επιβράδυνσης συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Βασικός λόγος γι' αυτό αποτελεί η αύξηση του ανταγωνισμού που επηρεάζει τις τιμές και την κερδοφορία των επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 2.1: Μέσος ρυθμός ανάπτυξης εσόδων παγκόσμιας ταχυδρομικής αγοράς



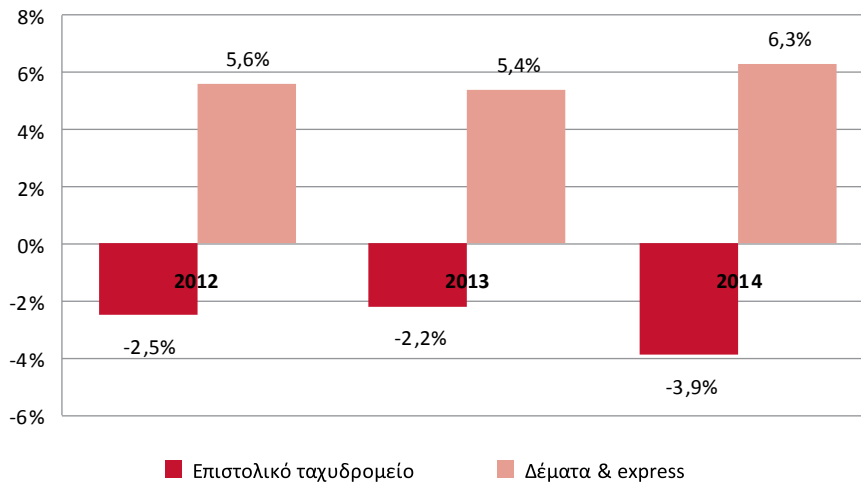
* Εκτίμηση για το έτος (IPC Preliminary Results)

Πηγή: IPC, "Global Postal Industry Report" (Νοέμβριος 2015)

33. Το 2014, το παγκόσμιο ΑΕΠ αυξήθηκε κατά 3,4% (IPC, "Global Postal Industry Report", November 2015).

Ταχυδρομικές υπηρεσίες

Διάγραμμα 2.2: Ρυθμός ανάπτυξης όγκου επιστολικού ταχυδρομείου έναντι όγκου δεμάτων & express στην παγκόσμια ταχυδρομική αγορά (2012-2014)



Πηγή: IPC, "Global Postal Industry Report" (Νοέμβριος 2015)

Τάσεις στην παγκόσμια ταχυδρομική αγορά

Οι αλλαγές που παρατηρούνται στον ταχυδρομικό τομέα αναμένεται να ενταθούν τα επόμενα χρόνια, καθώς μειώνεται σημαντικά ο όγκος του επιστολικού ταχυδρομείου λόγω της ηλεκτρονικής υποκατάστασης της αλληλογραφίας. Η «ψηφιακή επανάσταση» και η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου ήδη επιβάλλουν αλλαγές στο υφιστάμενο επιχειρηματικό μοντέλο των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, δημιουργώντας την ανάγκη για ανάπτυξη νέων υπηρεσιών και αναζήτηση νέων ευκαιριών ανάπτυξης. Την ίδια στιγμή όμως, εντείνεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου. Η παροχή άριστης εμπειρίας στους καταναλωτές, η ανάπτυξη πολυκαναλικών υπηρεσιών, η δυνατότητα αναμόρφωσης και προσαρμογής στις νέες τάσεις, καθώς και το ικανό προσωπικό αποτελούν τους πιο σημαντικούς παράγοντες επιτυχίας των ταχυδρομικών επιχειρήσεων για το μέλλον.

Βασικός στόχος των ταχυδρομικών επιχειρήσεων είναι η αύξηση της ευκολίας και άνεσης των πελατών τους όσον αφορά την παράδοση και την παραλαβή των δεμάτων τους. Στο πλαίσιο αυτό, πολλές ταχυδρομικές επιχειρήσεις προσφέρουν εναλλακτικούς της κατ' οίκον τρόπους

παράδοσης, εγκαθιστώντας σταθμούς αυτοματοποιημένων θυρίδων (automated parcel terminals) σε δημόσιους ή/και εμπορικούς χώρους, προκειμένου οι καταναλωτές να εξυπηρετούνται στην παραλαβή ή/και παράδοση των δεμάτων τους όλο το 24ωρο. Για παράδειγμα, η Swiss Post στην Ελβετία έχει εγκαταστήσει αυτοματοποιημένες θυρίδες σε κεντρικούς σιδηροδρομικούς σταθμούς από τους οποίους διέρχονται καθημερινά χιλιάδες επιβάτες. Στο Ηνωμένο Βασίλειο, η Parcelforce Select, μέλος του ομίλου της Royal Mail, προσφέρει στους καταναλωτές τη δυνατότητα να τροποποιούν τον τόπο ή το χρόνο παράδοσης του δέματός τους, σε περίπτωση που δε βρίσκονται κατ' οίκον, ακόμη και κατά την ημέρα παράδοσής του. Στην Ελλάδα, η ACS και η DHL έχουν προχωρήσει σε συνεργασία με την Coral AE για την τοποθέτηση ειδικά διαμορφωμένων αυτοματοποιημένων θυρίδων παραλαβής/παράδοσης δεμάτων στα πρατήρια καυσίμων Shell.

Η αύξηση των εξ αποστάσεως αγορών έχει φέρει στο προσκήνιο την ανάγκη των καταναλωτών για εύκολη επιστροφή των προϊόντων στις επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις αναπτύσσουν ηλεκτρονικές υπηρεσίες προκειμένου

να βοηθήσουν τις εταιρίες ηλεκτρονικού εμπορίου να διαχειρίζονται τις επιστροφές των προϊόντων τους και να προσφέρουν καλύτερη αγοραστική εμπειρία στους καταναλωτές τους. Για παράδειγμα στο Ηνωμένο Βασίλειο, η Royal Mail ανέπτυξε μια διαδικτυακή πύλη μέσω της οποίας οι επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου μπορούν να διαχειρίζονται τις επιστροφές και τα αποθέματα των προϊόντων τους, ενώ οι καταναλωτές μπορούν να εκτυπώνουν ειδικές ετικέτες για την αποστολή των επιστρεφόμενων προϊόντων και παράλληλα να παρακολουθούν την πορεία της αποστολής τους.

Οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις επεκτείνουν τις διεθνείς υπηρεσίες δεμάτων τους, προσφέροντας ολοκληρωμένες λύσεις ηλεκτρονικού εμπορίου στις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Για παράδειγμα, στη Γερμανία, η DHL έχει αναπτύξει μια ηλεκτρονική πλατφόρμα όπου 3,5 εκατ. καταναλωτές μπορούν να αγοράσουν πάνω από 15 εκατ. προϊόντα από περισσότερους από 3.000 ηλεκτρονικούς εμπόρους, συμπεριλαμβανομένων και νωπών προϊόντων σούπερ μάρκετ. Επίσης, η Royal Mail ανέπτυξε δική της παρουσία σε κινέζικη πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου, προκειμένου να προσφέρει

στους Κινέζους καταναλωτές πρόσβαση σε προϊόντα Βρετανών εμπόρων.

Η διευκόλυνση των καταναλωτών στις ηλεκτρονικές αγορές έχει οδηγήσει τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις στην ανάπτυξη νέων ηλεκτρονικών υπηρεσιών. Για παράδειγμα, η Swiss Post προσφέρει στους καταναλωτές μια υπηρεσία μέσω της οποίας μπορούν να διαμορφώσουν το προφίλ τους, σε ό,τι αφορά τα στοιχεία και τις προτιμήσεις παράδοσης και να το χρησιμοποιούν στις αγορές τους στα συμβεβλημένα ηλεκτρονικά καταστήματα. Επίσης, η Royal Mail ανέπτυξε μια νέα ηλεκτρονική λύση με την οποία οι πωλητές της πλατφόρμας eBay μπορούν εύκολα να αγοράζουν και να τυπώνουν τις ετικέτες για την αποστολή των προϊόντων τους προς τους αγοραστές.

Η μείωση του όγκου του επιστολικού ταχυδρομείου και η στροφή προς την ηλεκτρονική επικοινωνία έχει ωθήσει τις ταχυδρομικές υπηρεσίες στην ανάπτυξη καινοτόμων υπηρεσιών ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Αυστραλίας, όπου η Australia Post προσφέρει στους πελάτες της υπηρεσία ψηφιακού γραμματοκιβωτίου προκειμένου να λαμβάνουν με ασφάλεια τους λογαριασμούς και την

εμπιστευτική αλληλογραφία τους από εταιρίες και δημόσιους φορείς.

Σε συλλογικό επίπεδο, η International Post Corporation (IPC) αναπτύσσει λύσεις προκειμένου να στηρίξει τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις-μέλη της. Στο πλαίσιο της προσπάθειας βελτίωσης της διαδικασίας διακίνησης των διασυνοριακών δεμάτων, η IPC δημιούργησε μια εναρμονισμένη ετικέτα που απλοποιεί την επεξεργασία και παρακολούθηση των δεμάτων από τους ταχυδρομικούς παρόχους. Επιπλέον, η IPC έχει αναπτύξει μια πλατφόρμα μέσω της οποίας τα ηλεκτρονικά καταστήματα μπορούν να προσφέρουν στους πελάτες τους προπληρωμένες ετικέτες για την επιστροφή των προϊόντων τους χωρίς καμία οικονομική επιβάρυνση.

2.1.2. Στην Ευρώπη

Βασικά οικονομικά μεγέθη

Το 2014 η ταχυδρομική αγορά στην Ευρώπη παρουσίασε άνοδο σε ό,τι αφορά τα έσοδα του επιστολικού ταχυδρομείου (0,7%) και των δεμάτων (5,3%)³⁴. Η μείωση του όγκου του επιστολικού ταχυδρομείου (3,8%) επιταχύνθηκε σε σύγκριση με το 2013, ενώ ο όγκος των διακινούμενων δεμάτων

αυξήθηκε κατά 8,9%.

Από το 2011 έως το 2014, ο συνολικός όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων μειώθηκε κατά μέσο όρο 5,6% ανά έτος³⁵. Η μείωση αυτή οφείλεται στο απλό (non-express) ταχυδρομείο, που αποτελεί το 94,3% του συνολικού όγκου και μειώθηκε κατά μέσο όρο κατά 6,5% ανά έτος. Ο τομέας επείγουσας διαβίβασης (express) αυξήθηκε κατά μέσο όρο κατά 6% ανά έτος. Επιπλέον, σχεδόν όλες οι χώρες υπέστησαν μείωση στη συνολική κίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων κατά τη διάρκεια της ως άνω περιόδου.

Τα συνολικά έσοδα μειώθηκαν κατά 1,1% μεταξύ 2013 και 2014, λόγω της σημαντικής πτώσης του απλού (non-express) τομέα, που δεν αντισταθμίστηκε από την υψηλή αύξηση του τομέα επείγουσας διαβίβασης (express). Παρά τη γενική πτώση σε ευρωπαϊκό επίπεδο, μερικές χώρες παρουσίασαν αύξηση των εσόδων τους το 2014. Η ποσοστιαία μεταβολή των εσόδων κυμαίνεται από -4,7% στην Ιταλία σε +25% στη Βουλγαρία.

Πίνακας 2.1: Ρυθμός ανάπτυξης εσόδων και όγκου της ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς

Επιστολές		Δέματα	
Έσοδα 2013-14	Όγκος 2013-14	Έσοδα 2013-14	Όγκος 2013-14
0,70%	-3,80%	5,30%	8,90%

Πηγή: IPC, "Global Postal Industry Report" (Νοέμβριος 2015)

Πίνακας 2.2: Συνολικός όγκος ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς

Συνολικός όγκος	Μέση ετήσια μεταβολή (2011-2014)	Δ 2013-2014
Σύνολο αγοράς	-5,60%	-3,50%
Non-express	-6,50%	-4,60%
Express	6,00%	9,50%

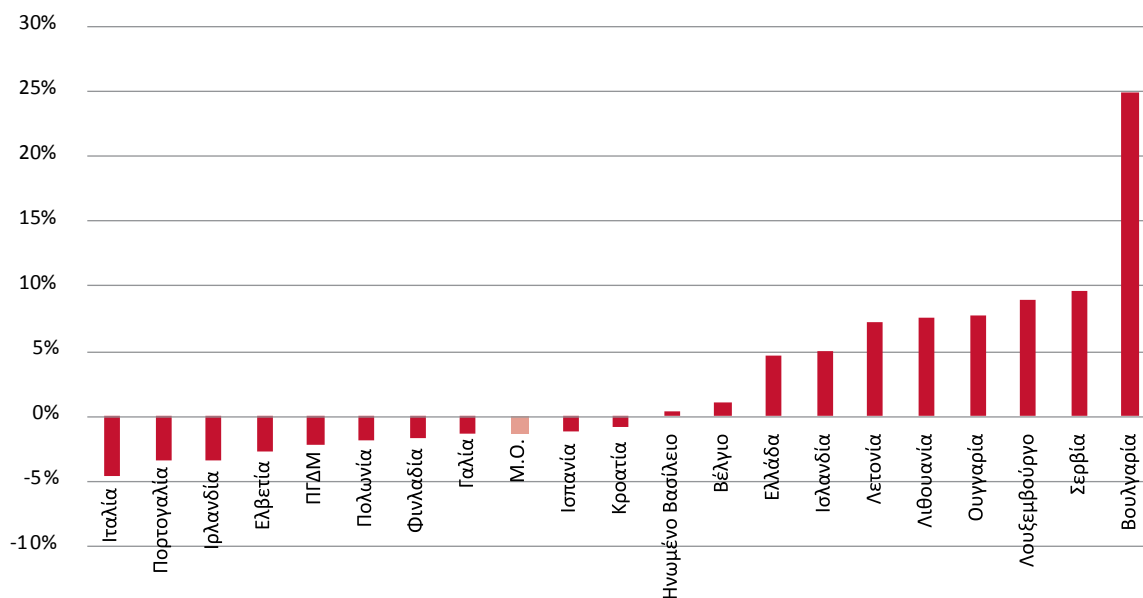
Πηγή: IPC, "Global Postal Industry Report" (Νοέμβριος 2015)

34. IPC, "Global Postal Industry Report" (November 2015).

35. Flash of the ERGP Report on Core Indicators for monitoring the European Postal Market (2015).

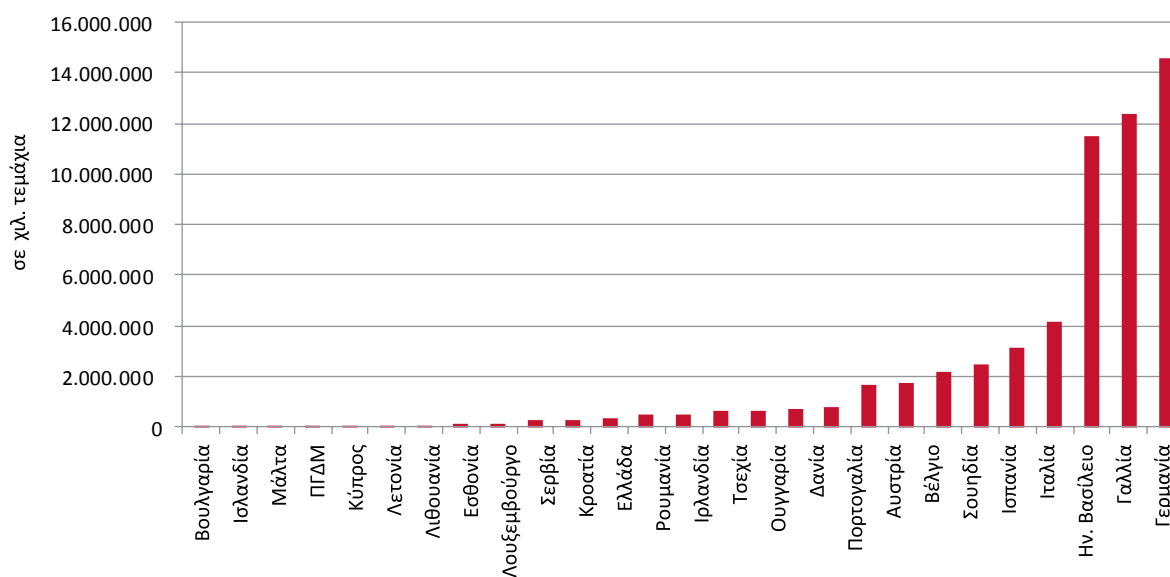
Ταχυδρομικές υπηρεσίες

Διάγραμμα 2.3: Συνολικά έσοδα ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς (2013-2014)



Πηγή: Flash of the ERGP Report on Core Indicators for monitoring the European Postal Market (2015)

Διάγραμμα 2.4: Όγκος του εγχώριου επιστολικού ταχυδρομείου (εξαιρουμένων των επιστολών χωρίς διεύθυνση παραλήπτη) στην ΕΕ (2014)



Πηγή: EU Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (DG GROW)

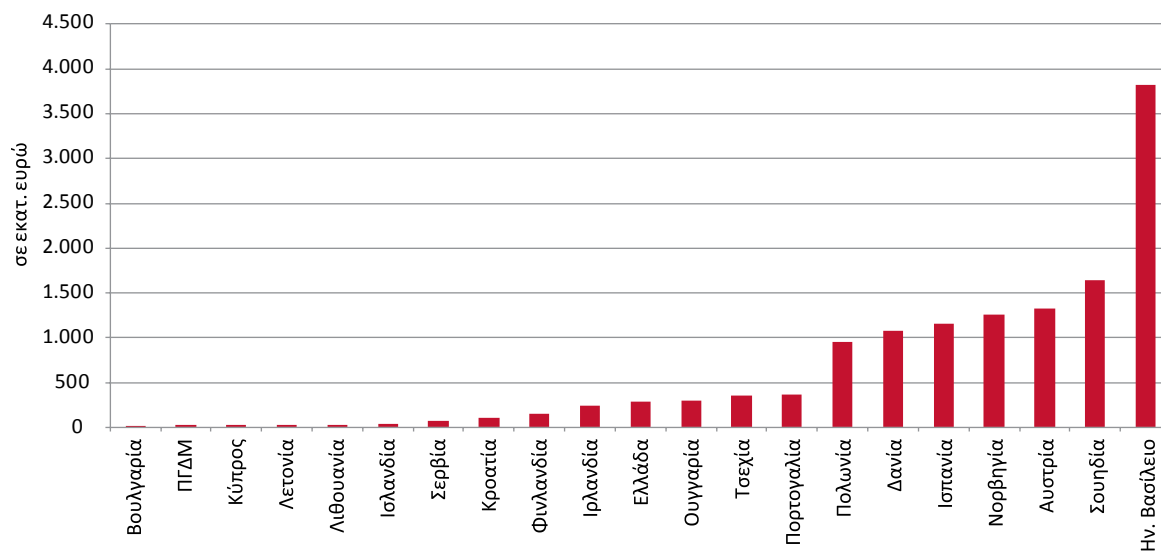
Το 2014, ο συνολικός όγκος του εγχώριου επιστολικού ταχυδρομείου (εξαιρουμένων των επιστολών χωρίς διεύθυνση παραλήπτη) στην ΕΕ ανήλθε σε 64,1 δισ. αντικείμενα,

μειωμένος κατά 3,58% σε σύγκριση με το 2013.

Στον τομέα της ΚΥ, τα συνολικά εγχώρια έσοδα το 2014 σημείωσαν

μικρή αύξηση σε σχέση με το προηγούμενο έτος και ανήλθαν σε 23,89 δισ. ευρώ.

Διάγραμμα 2.5: Συνολικά εγχώρια έσοδα ΚΥ ανά χώρα (2014)



Πηγή: EU Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (DG GROW)

Πίνακας 2.3: Δείκτης Herfindahl-Hirschman (HHI) (2013 & 2014)

	HHI – Όγκος			HHI - Έσοδα		
	2013	2014	Τάση	2013	2014	Τάση
Αυστρία	7.200	7.200	Σταθερή	6.200	6.200	Σταθερή
Βέλγιο	ΔΑ	ΔΑ	-	4.705	4.539	Πτωτική
Βουλγαρία	ΔΑ	ΔΑ	-	5.691	5.230	Πτωτική
Κροατία	5.424	5.196	Πτωτική	4.969	4.796	Πτωτική
Τσεχία	9.503	8.964	Πτωτική	8.978	7.692	Πτωτική
Εσθονία	5.243	5.244	Σταθερή	3.372	3.312	Πτωτική
Γαλλία	9.801	9.796	Πτωτική	9.707	9.607	Πτωτική
ΠΓΔΜ	8.998	8.694	Πτωτική	4.553	4.257	Πτωτική
Ελλάδα	7.648	6.871	Πτωτική	2.836	2.465	Πτωτική
Ουγγαρία	2.655	9156	Ανοδική	4.766	4.380	Πτωτική
Λετονία	1.897	2.441	Ανοδική	3.036	3.488	Ανοδική
Λιθουανία	5.236	5.007	Πτωτική	2.263	2.544	Ανοδική
Μάλτα	9.600	9.500	Πτωτική	4.600	4.600	Σταθερή
Πορτογαλία	8.977	8.942	Πτωτική	4.694	4.968	Πτωτική
Ρουμανία	4.783	3.578	Πτωτική	ΔΑ	1.226	-
Σερβία	9.463	9.357	Πτωτική	4.603	4.518	Πτωτική
Σλοβακία	6.833	6.772	Πτωτική	3.209	3.125	Πτωτική
Ισπανία	7.777	7.766	Πτωτική	8.465	8.490	Ανοδική
Σουηδία	7.590	7.420	Πτωτική	8.640	8.560	Πτωτική
Ολλανδία	6.678	ΔΑ	-	7.826	ΔΑ	-
Ηνωμένο Βασίλειο	9.913	9.752	Πτωτική	9.236	9.126	Πτωτική

Πηγή: Flash of the ERGP Report on Core Indicators for monitoring the European Postal Market (2015)

Ταχυδρομικές υπηρεσίες

Ανταγωνισμός

Η ευρωπαϊκή ταχυδρομική αγορά παρουσιάζει υψηλό βαθμό συγκέντρωσης, όπως προκύπτει τόσο από το δείκτη Herfindahl-Hirschman (HHI) όσο και από το πλήθος των ταχυδρομικών επιχειρήσεων με μερίδιο αγοράς άνω του 1%³⁶. Ωστόσο, μεταξύ του 2013 και 2014, ο βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς σημείωσε σταθεροποιητικές ή πτωτικές τάσεις στις περισσότερες χώρες τόσο σε όγκο όσο και σε έσοδα.

Παρά την απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς στις ευρωπαϊκές χώρες, ο βαθμός του ανταγωνισμού παραμένει ακόμη χαμηλός, καθώς το 52% του όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων διακινείται από χώρες στις οποίες

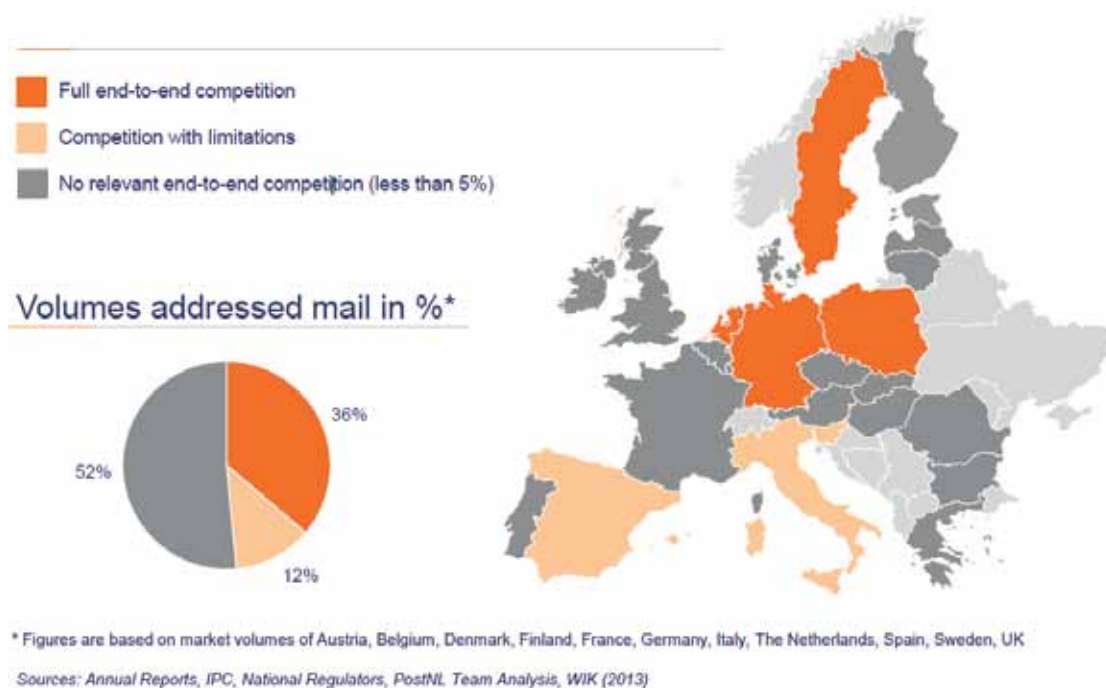
ο ανταγωνισμός είναι κάτω του 5% της αγοράς³⁷. Οι χώρες με υψηλότερο βαθμό ανταγωνισμού, διακινούν το 36% των ταχυδρομικών αντικειμένων.

Το 2014, οι Φορείς Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (ΦΠΚΥ) διατήρησαν υψηλό μερίδιο αγοράς στον τομέα του απλού ταχυδρομείου (non-express) που ανήλθε κατά μέσο όρο σε 87%, ενώ στον τομέα της επείγουσας διαβίβασης (express) το μερίδιο αγοράς τους ήταν σημαντικά χαμηλότερο, διαμορφούμενο σε 16% κατά μέσο όρο.

Η ευρωπαϊκή αγορά δεμάτων είναι ανταγωνιστική και χαρακτηρίζεται από ένα εύρος μοντέλων λειτουργίας και δομών ιδιοκτησίας³⁹. Η αγορά εξυπηρετείται από ένα συνδυασμό

από integrators⁴⁰ (όπως η UPS που εξαγόρασε την TNT, DHL, FedEx), εθνικούς φορείς παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών (π.χ. Royal Mail, La Poste, Deutsche Post, bpost, Poste Italiane, Correos, PostNL), μερικοί από τους οποίους λειτουργούν σε ευρωπαϊκά δίκτυα (DHL, DPD, GLS), και ανεξάρτητες (κυρίως τοπικές) επιχειρήσεις παράδοσης δεμάτων (π.χ. UKMail, Yodel, MRW, BRT, TIPSA, Hermes). Επίσης, ορισμένα δίκτυα οδικών μεταφορών (π.χ. Eurodis, Net Express) λειτουργούν ως εταίροι μεταξύ εθνικών φορέων παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, επιτρέποντάς τους να περιλαμβάνουν διεθνείς παραδόσεις στο εύρος των υπηρεσιών τους.

Διάγραμμα 2.6: Η απελευθέρωση στην Ευρώπη (2015)³⁸



Πηγή: PostNL, "European postal markets, 2016 an overview" (Φεβρουάριος 2015)

36. Flash of the ERGP Report on Core Indicators for monitoring the European Postal Market (2015).

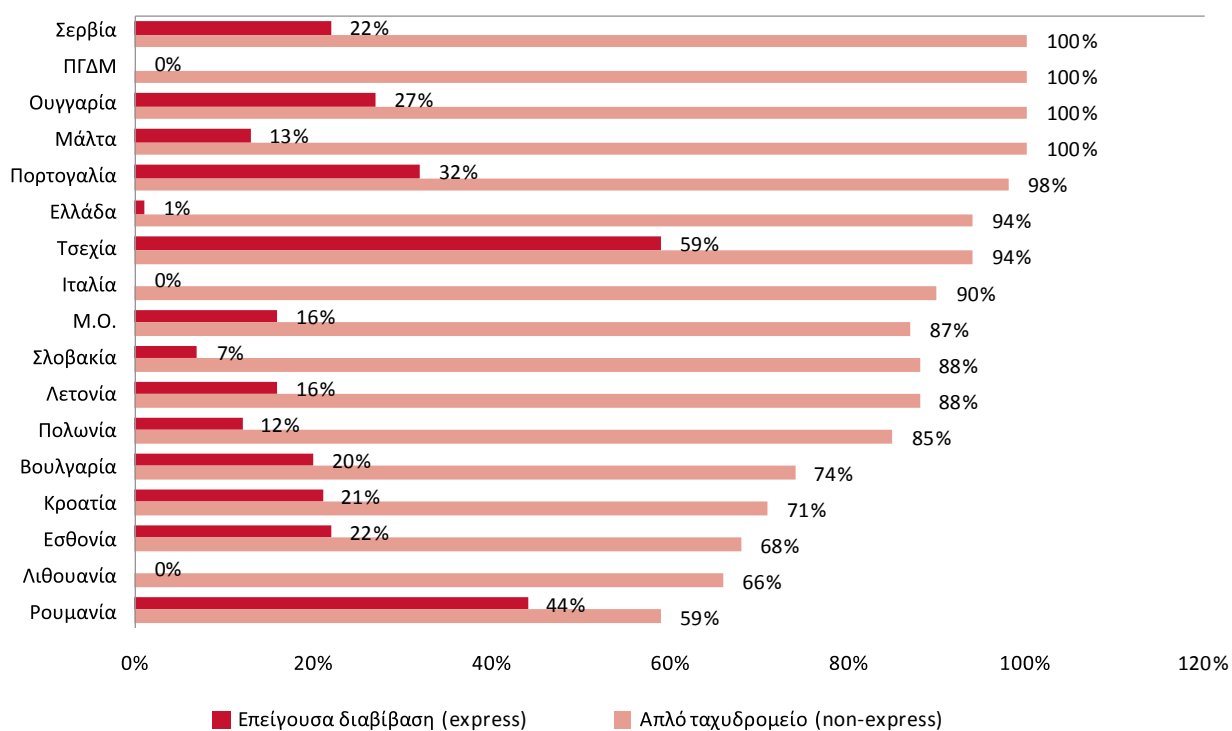
37. PostNL, "European postal markets, 2016 an overview" (February 2015).

38. Σημειώνεται ότι το 2015 ο ανταγωνισμός στην Ελλάδα ανήλθε στο 8% κι ως εκ τούτου η χώρα θα ήταν χαρακτηρισμένη με πορτοκαλί χρώμα.

39. Apex Insight Ltd, "European Parcels Market Insight Report 2016".

40. Integrators είναι εταιρίες που ελέγχουν ένα ολοκληρωμένο εναέριο και οδικό δίκτυο για την παράδοση μικρών δεμάτων παντού στην Ευρώπη και εκτός αυτής και είναι ικανές να προσφέρουν το ευρύτερο χαρτοφυλάκιο των ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Διάγραμμα 2.7: Μεριδία αγοράς ΦΠΚΥ σε όγκο το 2014: express και non-express τομείς



Πηγή: Flash of the ERGP Report on Core Indicators for monitoring the European Postal Market (2015)

Τιμολογιακές τάσεις

Το 2014, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η μέση τιμή ενός αντικειμένου αλληλογραφίας α' προτεραιότητας εσωτερικού της πρώτης βαθμίδας κλίμακας βάρους ήταν 0,62 ευρώ. Μεταξύ του 2008 και του 2014, η μεγαλύτερη αύξηση τιμών παρουσιάστηκε στις δυτικές ευρωπαϊκές χώρες και η μικρότερη στις χώρες του Νότου. Η μέση τιμή για την αποστολή αντίστοιχων αντικειμένων διασυνοριακά εντός Ευρώπης ήταν 0,96 ευρώ το 2014, αυξημένη κατά 7,3% σε σύγκριση με το 2013. Το 2014, η Δανία είχε την υψηλότερη τιμή (2,22 ευρώ), ενώ η Ρουμανία τη χαμηλότερη (0,47 ευρώ).⁴¹

Κατά μέσο όρο, οι διασυνοριακές τιμές των ΦΠΚΥ είναι τουλάχιστον τρεις φορές υψηλότερες (324%) από τις αντίστοιχες εγχώριες για τις επιστο-

λές και σχεδόν πέντε φορές υψηλότερες (471%) για τα δέματα⁴². Επιπλέον, η τιμή αποστολής ενός ταχυδρομικού αντικειμένου μπορεί να είναι πολύ υψηλή προς μία κατεύθυνση και αρκετά χαμηλότερη προς την αντίθετη κατεύθυνση. Για παράδειγμα, η τιμή για την αποστολή ενός πακέτου 2 κιλών από την Αυστρία προς την Ιταλία είναι 14 ευρώ, ενώ η αποστολή του ίδιου αντικειμένου από την Ιταλία προς την Αυστρία στοιχίζει 25 ευρώ⁴³.

Επίσης, έχουν παρατηρηθεί σημαντικές διαφορές στην αποστολή ενός δέματος από δύο χώρες με παρόμοια χαρακτηριστικά προς τον ίδιο προορισμό. Για παράδειγμα, το Βέλγιο και η Ολλανδία είναι δύο γειτονικές χώρες με παρόμοια τιμή για τα αντικείμενα εσωτερικού, ωστόσο η αποστολή ενός πακέτου 2 κιλών από το Βέλγιο

στην Ισπανία στοιχίζει 26,10 ευρώ, ενώ η αποστολή του ίδιου πακέτου από την Ολλανδία στην Ισπανία στοιχίζει το ήμισυ, δηλ. 13 ευρώ. Αξίζει να σημειωθεί πως η αποστολή του ίδιου πακέτου προς την αντίθετη κατεύθυνση, δηλαδή από την Ισπανία στο Βέλγιο ή την Ολλανδία στοιχίζει ακόμη περισσότερο (32,74 ευρώ).

Οι υψηλότερες τιμές των διασυνοριακών αποστολών αποτελούν σημαντικό ανασταλτικό παράγοντα για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και στην πραγματικότητα δεν σχετίζονται απόλυτα με το κόστος παράδοσης στην χώρα προορισμού, καθώς δεν υπάρχει κάποια προφανής σύνδεση μεταξύ του πραγματικού κόστους και της τιμής παράδοσης του ταχυδρομικού αντικειμένου.

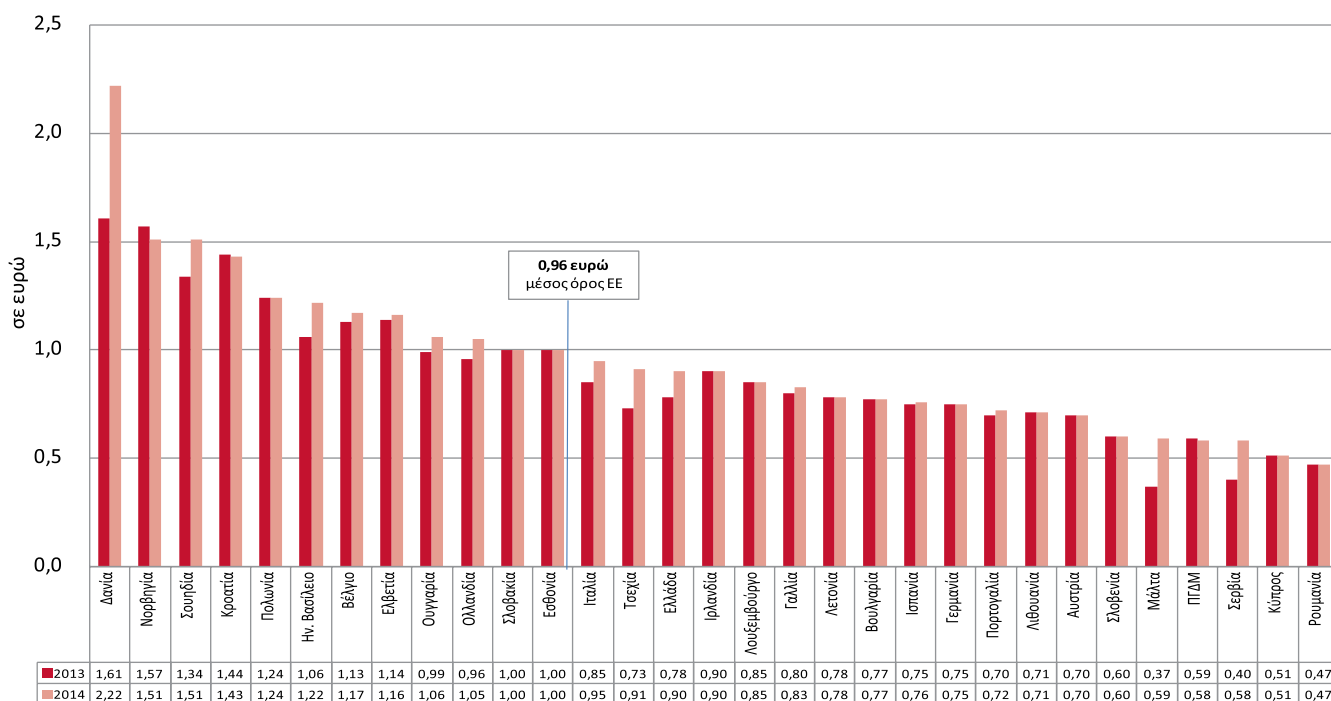
41. Flash of the ERGP Report on Core Indicators for monitoring the European Postal Market (2015).

42. Université Saint-Louis Bruxelles, «Econometric study on parcel list prices».

43. EC, Cheaper cross-border parcel delivery to boost e-commerce in the EU (22-12-2015).

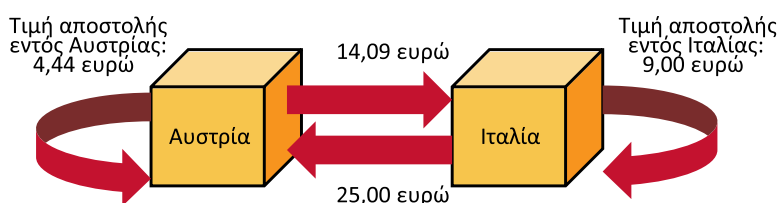
Ταχυδρομικές υπηρεσίες

Διάγραμμα 2.8: Μέση τιμή αποστολής φακέλου α' βαθμίδας βάρους εντός Ευρώπης (2013 & 2014)



Πηγή: Flash of the ERGP Report on Core Indicators for monitoring the European Postal Market (2015)

Διάγραμμα 2.9: Τιμή αποστολής δέματος 2 κιλών μεταξύ Αυστρίας και Ιταλίας



Πηγή: EC, Cheaper cross-border parcel delivery to boost e-commerce in the EU (22-12-2015)

Διασυνοριακή παράδοση δεμάτων

Η ανάγκη μείωσης των τιμών των διασυνοριακών υπηρεσιών παράδοσης δεμάτων αποτελεί προτεραιότητα της πολιτικής της ΕΕ για τη διευκόλυνση του ηλεκτρονικού εμπορίου και τη δημιουργία μιας Ενιαίας Ψηφιακής Αγοράς στην ΕΕ. Σχεδόν 4 δισ. δέματα παραγγέλλονται online και παραδίδονται κάθε χρόνο εντός της ΕΕ. Παρότι

όμως το 44% των καταναλωτών αγοράζουν online εντός της χώρας τους, μόλις το 15% παραγγέλλει διασυνοριακά από άλλη χώρα⁴⁴. Επίσης, το 62% των επιχειρήσεων που επιθυμούν να πωλούν τα προϊόντα τους online, αναγνωρίζουν τα υψηλά κόστη και την αναποτελεσματικότητα των υπηρεσιών παράδοσης ως βασικό εμπόδιο για την ανάπτυξη του διασυνοριακού

ηλεκτρονικού εμπορίου⁴⁵.

Στις 6 Μαΐου 2015, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθέτησε μία φιλόδοξη στρατηγική για την ολοκλήρωση της Ενιαίας Ψηφιακής Αγοράς. Στο πλαίσιο αυτό, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προτίθεται να αναλάβει δράση με σκοπό τη βελτίωση της ρυθμιστικής εποπτείας παράλληλα με την υποστήριξη της καινοτομίας και τη διασφάλιση ίσων όρων ανταγωνισμού

44. EC, Cheaper cross-border parcel delivery to boost e-commerce in the EU (22-12-2015).

45. EC, Better access for consumers and business to online goods.

για τους ταχυδρομικούς παρόχους. Επιπλέον, προκειμένου για την υποστήριξη των καταναλωτών και των μικρών επιχειρήσεων, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα εξετάσει το θέμα της διαφάνειας των τιμών, συμπεριλαμβανομένων των τιμών των μικρών αποστολών⁴⁶.

Εντός του 2015, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πραγματοποίησε δημόσια διαβούλευση προκειμένου να εντοπίσει τρόπους βελτίωσης της διασυνοριακής παράδοσης δεμάτων και να κατανοήσει καλύτερα τον τρόπο λειτουργίας της εν λόγω αγοράς. Τα βασικότερα προβλήματα που ανέφεραν οι καταναλωτές είναι η αβεβαιότητα ή η έλλειψη επιλογής ημέρας και ώρας παράδοσης, καθώς και οι υψηλές τιμές παράδοσης. Οι επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου ανέφεραν ότι οι τιμές και η ύπαρξη συστημάτων παρακολούθησης και εντοπισμού των αντικειμένων (track and trace) αποτελούν τους πιο σημαντικούς παράγοντες για την επιλογή παρόχου παράδοσης δεμάτων. Οι ηλεκτρονικοί έμποροι δεν είναι ικανοποιημένοι από τη δυνατότητα αλλαγής της τοποθεσίας παράδοσης μετά την αποστολή ενός δέματος, τις τιμές παράδοσης και τη διαχείριση παραπόνων. Οι ΦΠΚΥ επεσήμαναν ότι η διαλειτουργικότητα των συστημάτων και η αύξηση του ανταγωνισμού θα μπορούσαν να βελτιώσουν τις διασυνοριακές υπηρεσίες παράδοσης⁴⁷.

Μια κοινή ομάδα εργασίας μεταξύ του Σώματος Ευρωπαίων Ρυθμιστών Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών (BEREC) και του Σώματος Ευρωπαίων Ρυθμιστών για τις Ταχυδρομικές Υπηρεσίες (ERGP) συστάθηκε εντός του 2015, με σκοπό να αναλύσει κατά πόσο η κανονιστική γνώση από τον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών μπορεί να μεταφερθεί στον τομέα των διασυνοριακών δεμάτων⁴⁸. Η ομάδα εργασίας εξέδωσε μια κοινή γνώμη προς την Ευρωπαϊκή Επιτροπή σχετικά με τη διαφάνεια των τιμών και τη ρυθμιστική εποπτεία των διασυνοριακών υπηρεσιών παράδοσης δεμάτων. Στην κοινή αυτή γνώμη, περιγράφονται οι αρμοδιότητες που θα πρέπει να έχουν οι Ανεξάρτητες Αρχές για την παρακολούθηση της παράδοσης των διασυνοριακών δεμάτων και την παρέμβαση σε ό,τι αφορά τη διαφάνεια των τιμών παράδοσης. Το έγγραφο εστιάζει επίσης, στα υφιστάμενα μέτρα που έχουν ληφθεί για την αύξηση της πληροφόρησης των καταναλωτών και των ηλεκτρονικών εμπόρων, όπως οι ηλεκτρονικές πλατφόρμες για τις μικρές επιχειρήσεις με πληροφορίες για διαθέσιμες υπηρεσίες παράδοσης, οι ιστοσελίδες σύγκρισης τιμών, τα διευρυμένα συστήματα παρακολούθησης και εντοπισμού των αντικειμένων (track and trace) και οι πίνακες επίδοσης παράδοσης. Κατά το πρώτο εξάμηνο του 2016, η Επιτροπή θα δρομολογήσει μέτρα για

τη βελτίωση της διαφάνειας των τιμών και την ενίσχυση της κανονιστικής εποπτείας για τη μεταφορά δεμάτων.

2.1.3. Στην Ελλάδα

Η ταχυδρομική αγορά στην Ελλάδα αποτελείται από δύο τομείς:

α) τον τομέα της Καθολικής Υπηρεσίας (ΚΥ), όπου δραστηριοποιείται ο ΦΠΚΥ και 13 ιδιωτικές επιχειρήσεις, που είναι κάτοχοι Ειδικής Άδειας παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και

β) τον τομέα ταχυμεταφορών, όπου δραστηριοποιούνται 447 επιχειρήσεις που κατέχουν Γενική Άδεια παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Ο ΦΠΚΥ που έχει οριστεί από το ελληνικό κράτος, βάσει νόμου, είναι τα Ελληνικά Ταχυδρομεία (ΕΛΤΑ).

Το 2015, η ταχυδρομική αγορά στην Ελλάδα παρουσίασε σημάδια ύφεσης, σε αντίθεση με την προηγούμενη χρονιά όπου η τάση ήταν σταθεροποιητική. Παρ' ότι οι επιστολές εξακολούθησαν να καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς, τόσο σε όγκο όσο και σε έσοδα, το μερίδιο των δεμάτων-μικροδεμάτων αυξήθηκε, κυρίως λόγω της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου αλλά και της υποκατάστασης της επιστολικής αλληλογραφίας από την ηλεκτρονική.

Διάγραμμα 2.10: Η ελληνική ταχυδρομική αγορά



Πηγή: EETT (Μητρώο ταχυδρομικών επιχειρήσεων)

46. EC, Digital Single Market for business and consumers.

47. 17-12-2015 «Summary of Responses to the European Commission's 2015 Public Consultation on Cross-border Parcel Delivery».

48. Joint BEREC-ERGP Opinion: Price transparency and regulatory oversight of cross-border parcels delivery, taking into account possible regulatory insights from the electronic communications sector.

Ταχυδρομικές υπηρεσίες

2.2. Εξέλιξη βασικών μεγεθών της αγοράς ταχυδρομικών υπηρεσιών

2.2.1. Οικονομικά στοιχεία δημοσιευμένων καταστάσεων

Στην ανάλυση που ακολουθεί παρουσιάζονται τα βασικά οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων της ταχυδρομικής αγοράς, όπως προέκυψαν από τις οικονομικές καταστάσεις των αδειοδοτημένων παρόχων, για το έτος 2015. Στον τομέα ΚΥ εκτός από τον ΦΠΚΥ δραστηριοποιήθηκαν το 2015 και επτά εταιρίες με Ειδική Άδεια εκ των οποίων οι τρεις δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στον τομέα των ταχυδρομικών υπηρεσιών. Δεδομένου, όμως, ότι το κύριο ταχυδρομικό έργο των προαναφερόμενων τριών εταιριών με Ειδική Άδεια είναι στον κλάδο των ταχυμεταφορών και όχι στον τομέα της ΚΥ, η χρηματοοικονομική ανάλυση των οικονομικών τους καταστάσεων εντάσσεται στον τομέα των ταχυμεταφορών. Σε ό,τι αφορά τον τομέα των επιχειρήσεων Γενικής Άδειας,

τα αναφερόμενα μεγέθη έχουν βασιστεί στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, καθώς η πλειονότητα αυτών δεν υποχρεούται να δημοσιεύει οικονομικές καταστάσεις, εφόσον πρόκειται για ατομικές επιχειρήσεις.

Κύκλος εργασιών

Ο κλάδος των ταχυδρομικών υπηρεσιών ακολούθησε την αρνητική τάση που επικρατεί σε όλους σχεδόν τους τομείς της οικονομίας, παρά τη σταθεροποίηση το προηγούμενο έτος, όπως αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 2.11.

Στο Διάγραμμα 2.12, παρουσιάζεται ο κύκλος εργασιών της ταχυδρομικής αγοράς. Το 2015, οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις Γενικής Άδειας παρουσίασαν μείωση του κύκλου εργασιών τους κατά 8% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, ενώ αντίστοιχα ο κύκλος εργασιών του ΦΠΚΥ μειώθηκε κατά 4%.

Σημειώνεται ότι ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων ενδέχεται να περιλαμβάνει στοιχεία από μη ταχυδρομικές δραστηριότητες. Ως εκ τούτου,

παρουσιάζεται απόκλιση σε σχέση με το ύψος των εσόδων, που αναλύονται στη συνέχεια και που αφορούν αποκλειστικά την ταχυδρομική αγορά.

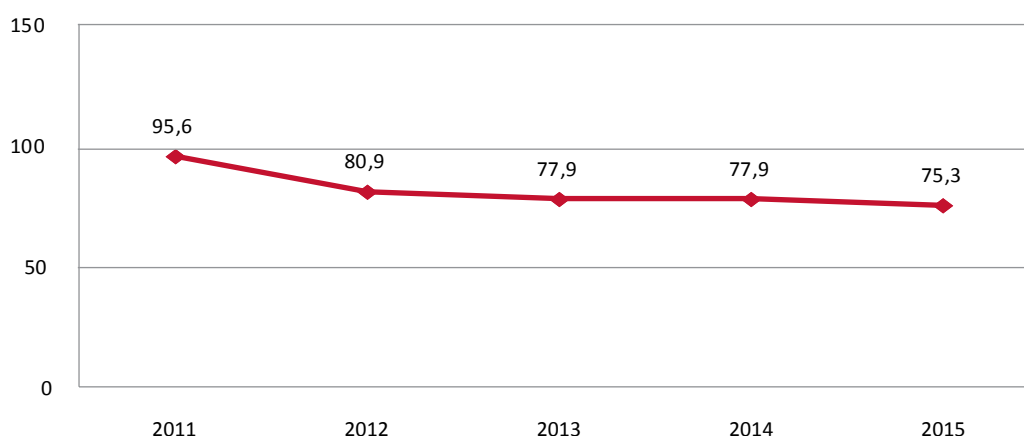
Κερδοφορία

Στον Πίνακα 2.4 παρατίθενται τα βασικά οικονομικά στοιχεία σχετικά με την κερδοφορία των ταχυδρομικών επιχειρήσεων. Είναι εμφανές ότι παρά τον υψηλό κύκλο εργασιών, το μικτό περιθώριο κέρδους ήταν αρκετά χαμηλό για τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις, κυρίως όμως για τον ΦΠΚΥ.

Ανάλυση ισολογισμών

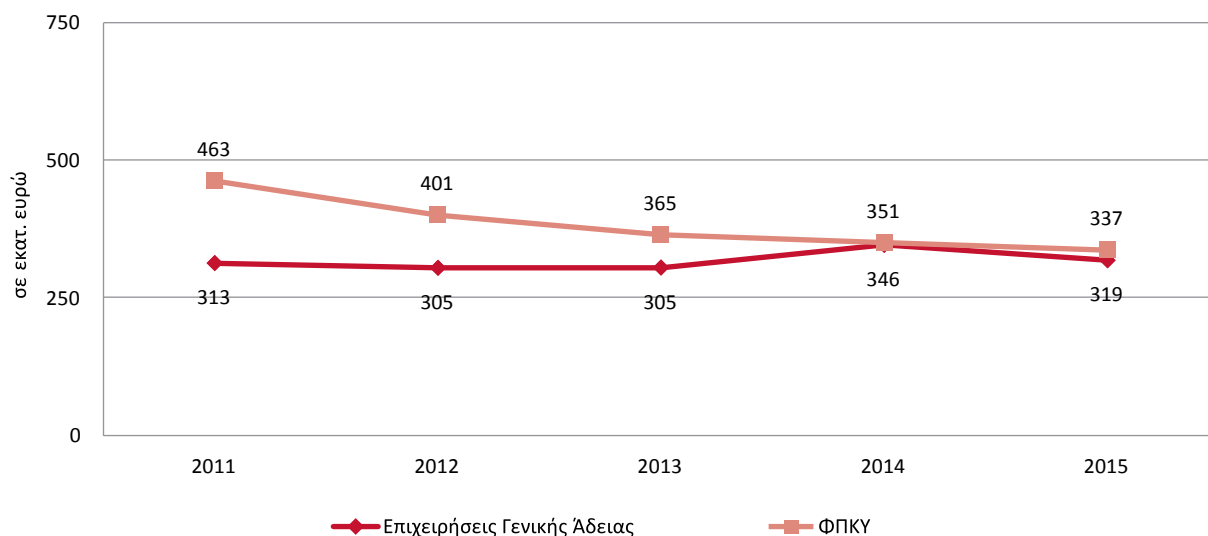
Στο Διάγραμμα 2.13 παρουσιάζεται η κατανομή του ενεργητικού για τον ΦΠΚΥ και τις επιχειρήσεις με Γενική Άδεια. Οι επιχειρήσεις Γενικής Άδειας διατήρησαν την πλειονότητα των κεφαλαίων τους (85%) σε άμεσα ρευστοποιήσιμα στοιχεία (κυκλοφορούν ενεργητικό), ενώ ο ΦΠΚΥ διατήρησε το 59% των κεφαλαίων του σε κυκλοφορούντα στοιχεία και το υπόλοιπο 41% σε πάγιο εξοπλισμό.

Διάγραμμα 2.11: Εξέλιξη δείκτη κύκλου εργασιών για την ταχυδρομική αγορά (έτος βάσης 2010)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Εξέλιξη δεικτών κύκλου εργασιών στον τομέα των υπηρεσιών (Σεπτέμβριος 2016)

Διάγραμμα 2.12: Κύκλος εργασιών ταχυδρομικών επιχειρήσεων (σε εκατ. ευρώ)



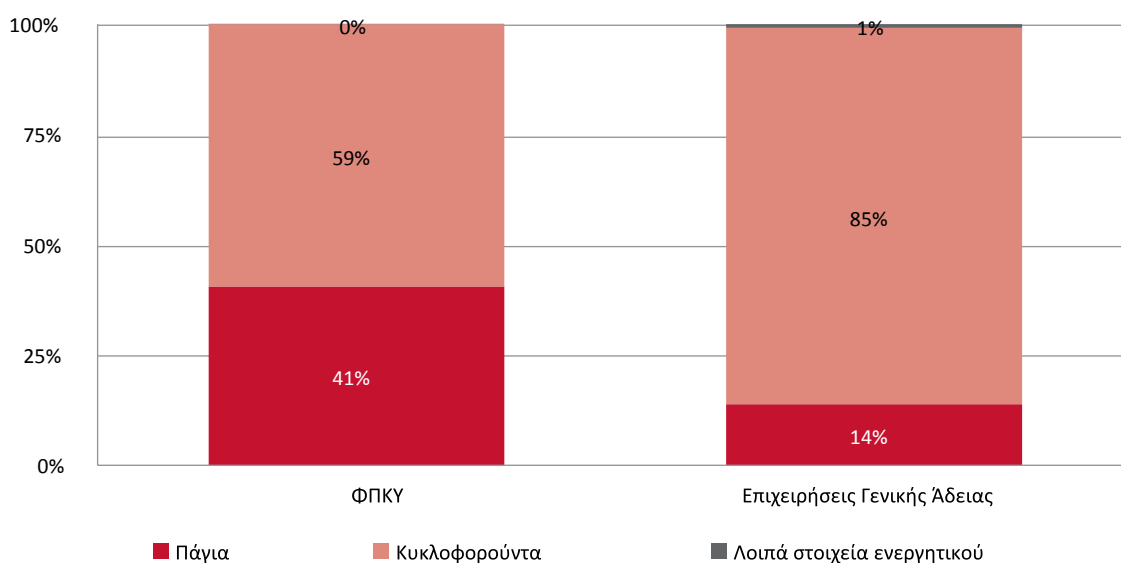
Πηγή: Οικονομικές καταστάσεις χρήσης 2015

Πίνακας 2.4: Βασικά οικονομικά στοιχεία ταχυδρομικών επιχειρήσεων (σε εκατ. ευρώ) (2015)

	Κύκλος εργασιών	Μικτά κέρδη	Μικτό περιθώριο κέρδους	Καθαρά κέρδη	Καθαρό περιθώριο κέρδους
ΦΠΚΥ	337	39	11,5%	3	0,9%
Επιχειρήσεις Γενικής Άδειας	319	53	16,5%	8	2,6%

Πηγή: Οικονομικές καταστάσεις χρήσης 2015

Διάγραμμα 2.13: Κατανομή ενεργητικού στην ταχυδρομική αγορά (2015)



Πηγή: Ετήσιες οικονομικές καταστάσεις χρήσης 2015

Ταχυδρομικές υπηρεσίες

Αναφορικά με τη διάρθρωση του παθητικού, οι υποχρεώσεις του ΦΠΚΥ έφθασαν το 91,4% του παθητικού, ενώ οι υποχρεώσεις των επιχειρήσεων Γενικής Άδειας έφθασαν το 87,2%

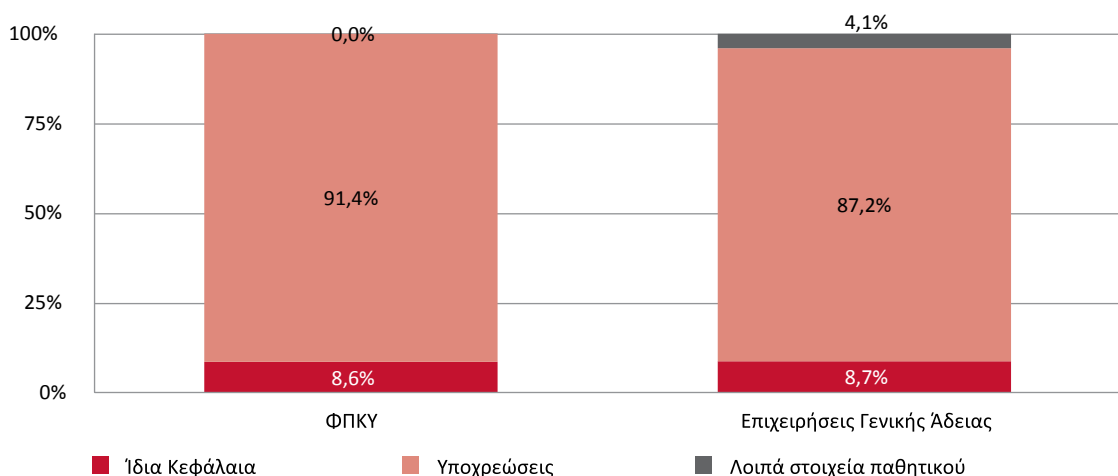
του παθητικού (Διάγραμμα 2.14).

Ανάλυση αριθμοδεικτών

Στον Πίνακα 2.5 παρουσιάζονται οι βασικοί αριθμοδείκτες, όπως προέ-

κυψαν από την ανάλυση των ισολογισμών των υπό εξέταση ταχυδρομικών επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 2.14: Κατανομή παθητικού στην ταχυδρομική αγορά (2015)



Πηγή: Οικονομικές καταστάσεις χρήσης 2015

Πίνακας 2.5: Χρηματοοικονομικοί δείκτες στην ταχυδρομική αγορά (2010-2015)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Δείκτης Γενικής Ρευστότητας						
ΦΠΚΥ	0,92	0,94	0,93	0,86	0,89	1,07
Επιχειρήσεις Γενικής Άδειας	1,22	1,12	1,14	1,37	1,33	1,09
Δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας						
ΦΠΚΥ	0,70	0,61	0,61	0,84	0,81	0,69
Επιχειρήσεις Γενικής Άδειας	2,16	2,16	2,16	2,12	2,48	2,00
Δείκτης Ταχύτητας Είσπραξης Απαιτήσεων						
ΦΠΚΥ	65,74	60,85	58,62	74,14	99,19	179,62
Επιχειρήσεις Γενικής Άδειας	129,97	129,67	120,51	107,75	89,56	96,19
Δείκτης Αποδοτικότητας Ιδίων Κεφαλαίων						
ΦΠΚΥ	1,9%	2,9%	-10,9%	-14,7%	12,6%	7,4%
Επιχειρήσεις Γενικής Άδειας	17,0%	17,5%	-45,4%	30,8%	73,0%	59,5%

Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Ο δείκτης γενικής ρευστότητας για τις επιχειρήσεις Γενικής Άδειας παρέμεινε μεγαλύτερος από τη μονάδα στην εξαετία, γεγονός που υποδηλώνει τη δυνατότητα να αντιμετωπίζουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις με στοιχεία του κυκλοφορούντος ενεργητικού τους. Ο δείκτης για τον ΦΠΚΥ παρουσίασε σημαντική αύξηση το 2015 και ανήλθε πάνω από τη μονάδα λόγω αύξησης των κυκλοφορούντων στοιχείων του ενεργητικού.

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ήταν μεγαλύτερος από τη μονάδα για τις επιχειρήσεις Γενικής Άδειας, καθώς οι επιχειρήσεις αυτές είναι εντάσεως κυκλοφορούντων μέσων (κυρίως απαιτήσεων). Ο αντίστοιχος δείκτης του ΦΠΚΥ ήταν χαμηλότερος από τη μονά-

δα, καθώς έχει αφενός επενδύσει σε πάγιο εξοπλισμό, αφετέρου ο κύκλος εργασιών του είναι διαχρονικά μειούμενος.

Ο δείκτης ταχύτητας είσπραξης των απαιτήσεων για τις επιχειρήσεις Γενικής Άδειας ήταν υψηλός και βελτιωμένος σε σχέση με το προηγούμενο έτος κατά 7,4%. Ο δείκτης του ΦΠΚΥ το 2015 παρουσίασε ιδιαίτερα υψηλή αύξηση, της τάξης του 81%, λόγω αύξησης του λογαριασμού του ενεργητικού «Απαιτήσεις από ΚΥ».

Ο δείκτης αποδοτικότητας κινήθηκε πτωτικά τόσο για τον ΦΠΚΥ όσο και για τις επιχειρήσεις Γενικής Άδειας, γεγονός που οφείλεται στην πτωτική πορεία των κερδών προ φόρων των επι-

χειρήσεων της ταχυδρομικής αγοράς, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος.

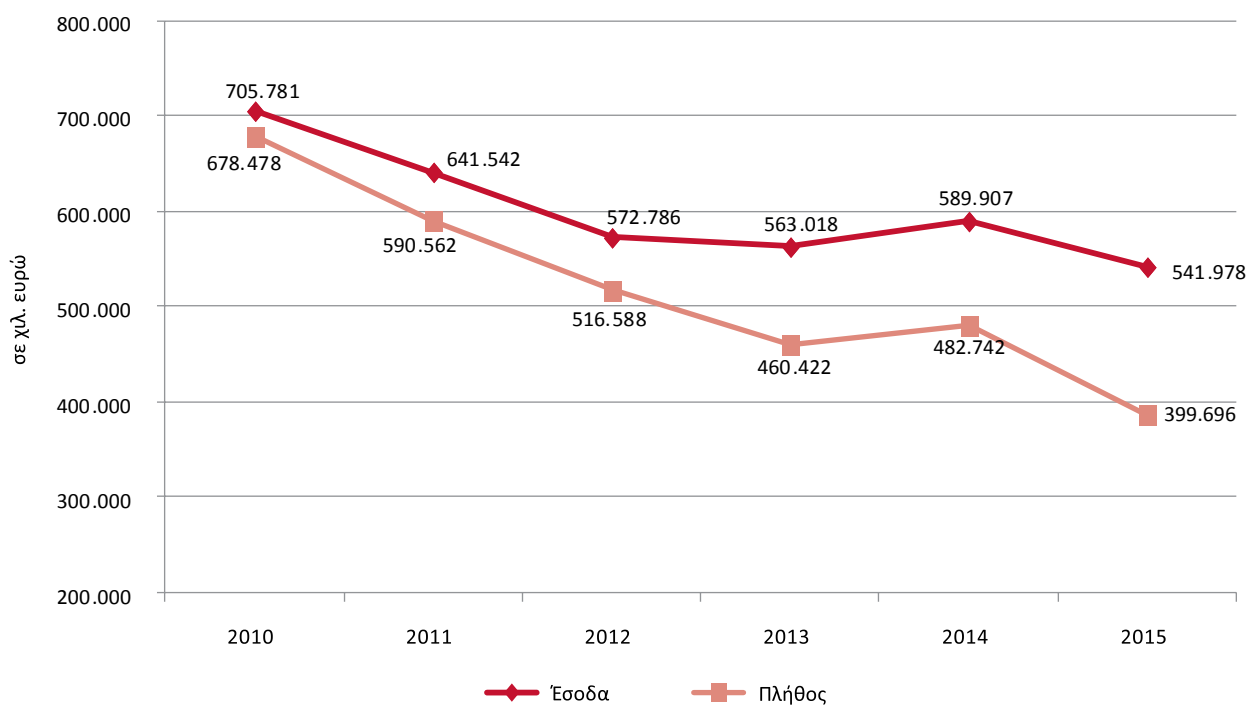
2.2.2 Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων (στατιστικά στοιχεία ΕΕΤΤ)

Συνολικά έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων

Το 2015, η ελληνική ταχυδρομική αγορά παρουσίασε σημάδια ύφεσης, σε αντίθεση με την προηγούμενη χρονιά όπου η τάση ήταν ανοδική. Συγκεκριμένα, διακινήθηκαν 400 εκατ. αντικείμενα, αποφέροντας έσοδα της τάξης των 542 εκατ. ευρώ.

Η πορεία της ταχυδρομικής αγοράς την τελευταία εξαετία αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 2.15.

Διάγραμμα 2.15: Έσοδα και πλήθος ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς (2010-2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Ταχυδρομικές υπηρεσίες

Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων ανά τομέα

Οι τρεις τομείς που συνθέτουν την ελληνική ταχυδρομική αγορά παρουσιάζουν διαφορετική πορεία την τελευταία εξαετία, η οποία αποτυπώνεται στους

Πίνακες 2.6 και 2.7. Η συνολική πτωτική τάση της αγοράς το 2015 επηρεάζεται κατά κύριο λόγο από τον ΦΠΚΥ, ο οποίος παρουσίασε σημαντική μείωση τόσο σε ό,τι αφορά το πλήθος των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακίνησε όσο

και στο σύνολο των εσόδων του. Οι επιχειρήσεις με Ειδική και Γενική Άδεια διακίνησαν ελαφρώς περισσότερα ταχυδρομικά αντικείμενα το 2015, αλλά τα έσοδά τους παρουσίασαν μικρή πτώση σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Πίνακας 2.6: Πλήθος αντικειμένων ταχυδρομικής αγοράς (σε χιλ. τεμάχια)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015/14
ΦΠΚΥ	622.526	531.343	461.361	402.818	398.325	313.867	-21,2%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	6.765	10.933	8.065	5.326	26.854	27.251	1,5%
Επιχειρήσεις με Γενική Άδεια	49.187	48.286	47.162	52.278	57.563	58.577	1,8%
Σύνολο	678.478	590.562	516.588	460.422	482.742	399.695	-17,2%
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	-6,8%	-13,0%	-12,5%	-10,9%	4,8%	-17,2%	-

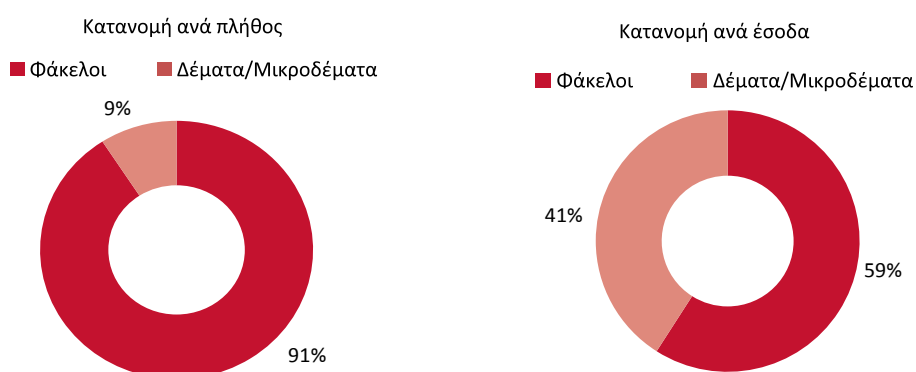
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Πίνακας 2.7: Έσοδα ταχυδρομικής αγοράς (σε χιλ. ευρώ)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015/14
ΦΠΚΥ	417.134	370.864	317.486	282.919	272.658	227.715	-16,5%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	2.498	4.066	3.486	2.471	14.496	14.309	-1,3%
Επιχειρήσεις με Γενική Άδεια	286.149	266.612	251.814	277.628	302.753	299.954	-0,9%
Σύνολο	705.781	641.542	572.786	563.018	589.907	541.978	-8,1%
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	-5,0%	-9,1%	-10,7%	-1,7%	4,8%	-8,1%	-

Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Διάγραμμα 2.16: Κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων ανά πλήθος και ανά έσοδα (2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων ανά υπηρεσία

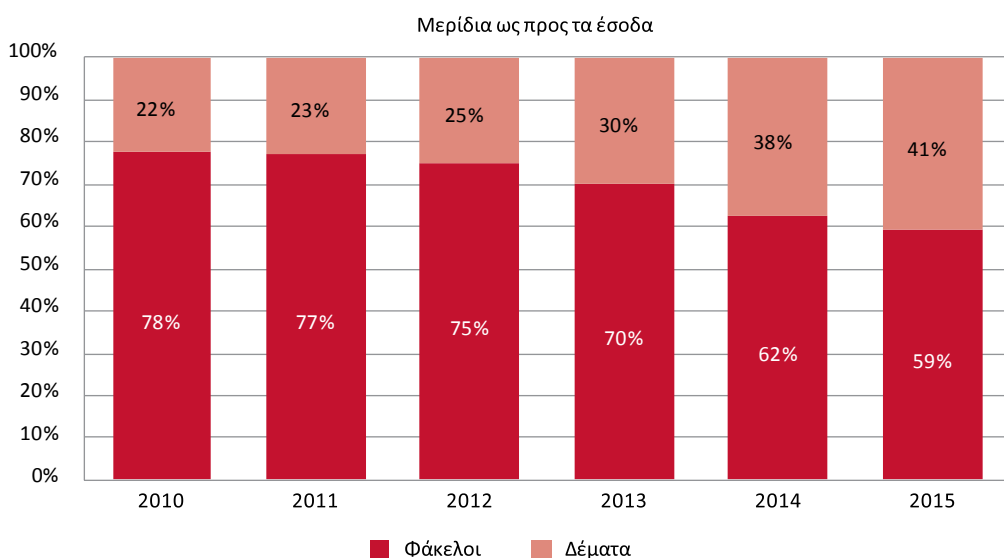
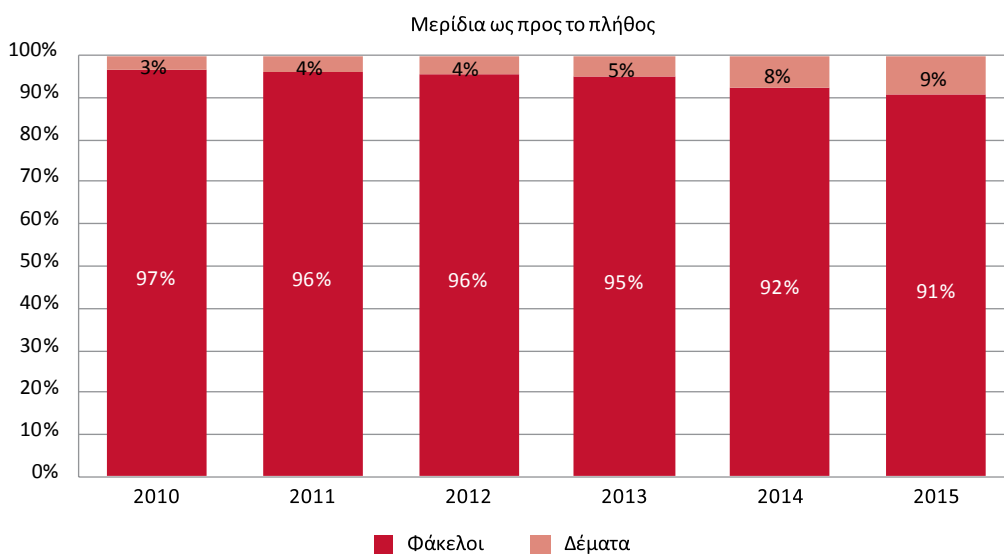
Τα ταχυδρομικά αντικείμενα διακρίνονται σε φακέλους και δέματα (συμπεριλαμβανομένων των μικροδεμάτων). Στο Διάγραμμα 2.16, αποτυπώνεται η κατανομή των ταχυδρομικών αντικειμένων στο σύνολο της ταχυδρομικής αγοράς το 2015.

Παρ' ότι η διακίνηση των φακέλων

αποτελεί παραδοσιακά την κύρια δραστηριότητα των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, η αγορά των δεμάτων, που διακίνησε το 9% του συνόλου των ταχυδρομικών αντικειμένων, το 2015 απέφερε το 41% των συνολικών εσόδων. Το μερίδιο των δεμάτων-μικροδεμάτων στο σύνολο των ταχυδρομικών αντικειμένων, καθώς και των εσόδων αυξάνεται διαχρονικά κυρίως λόγω της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού

εμπορίου αλλά και της υποκατάστασης της επιστολικής αλληλογραφίας από την ηλεκτρονική. Ειδικότερα, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 2.17, κατά την τελευταία εξαετία, το μερίδιο των δεμάτων/μικροδεμάτων σχεδόν τριπλασιάστηκε σε ό,τι αφορά το πλήθος των διακινούμενων αντικειμένων και διπλασιάστηκε σε ό,τι αφορά τα έσοδα.

Διάγραμμα 2.17: Μερίδια φακέλων και δεμάτων σε πλήθος και έσοδα (2010- 2015)



Πηγή: EETT (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Ταχυδρομικές υπηρεσίες

2.3. Ανταγωνισμός στην ταχυδρομική αγορά

2.3.1. Μέρη αγοράς

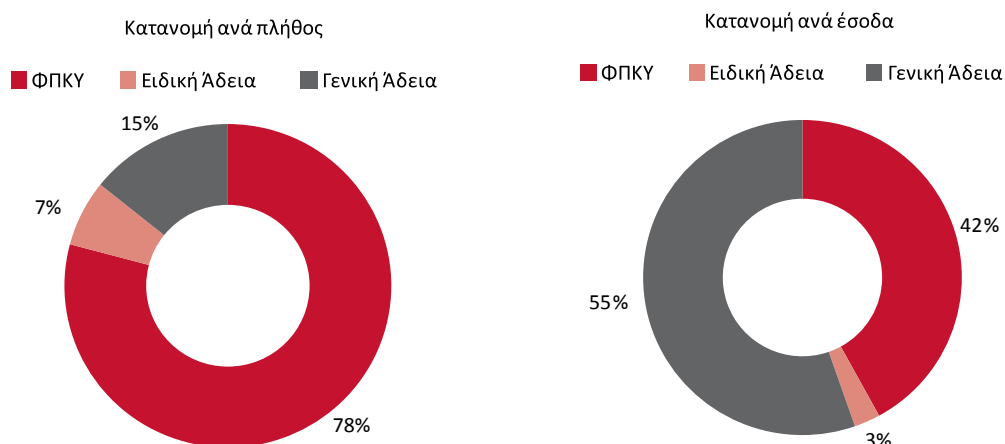
Το 2015, ο ΦΠΚΥ κατείχε το 78% της αγοράς σε ό,τι αφορά το πλήθος των ταχυδρομικών αντικειμένων και το 42% αναφορικά με το σύνολο των εσόδων της ταχυδρομικής αγοράς (Διάγραμμα 2.18).

Το μερίδιο εσόδων του ΦΠΚΥ μειώθηκε κατά την τελευταία εξαετία, ενώ χαρακτηριστική είναι η ανοδική πορεία των εσόδων των ταχυμεταφορών ανά έτος. Οι επιχειρήσεις Ειδικής Άδειας παρουσίασαν μικρή άνοδο μετά την απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς το 2013.

Ός προς τις παρεχόμενες υπηρεσίες, είναι εμφανές ότι η ΚΥ υπερτερεί στη

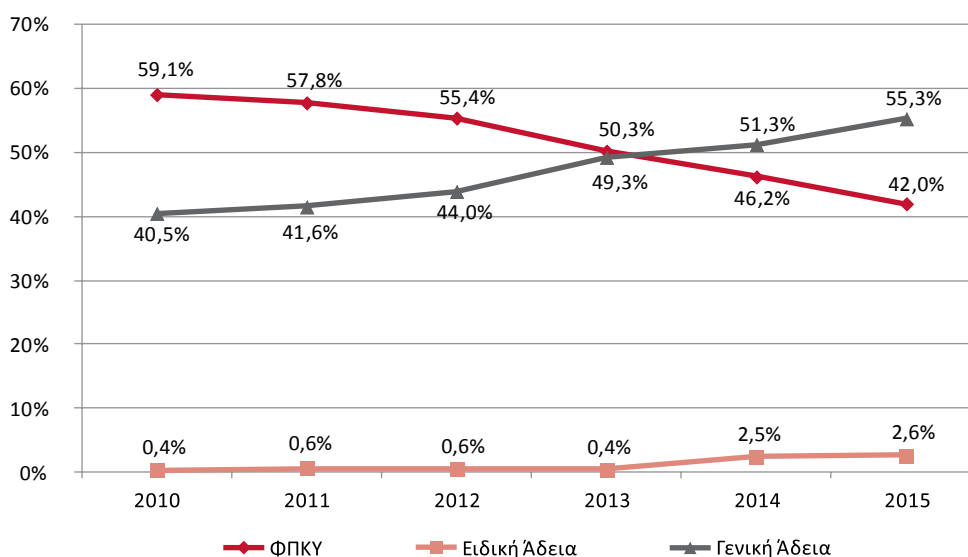
διακίνηση φακέλων⁴⁹, κατέχοντας το 93,1% ως προς το πλήθος και το 70,4% ως προς τα έσοδα. Στην αγορά των δεμάτων/μικροδεμάτων κυριαρχούν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, κατέχοντας το 93% ως προς το πλήθος και το 92,5% ως προς τα έσοδα.

Διάγραμμα 2.18: Μέρη ταχυδρομικής αγοράς σε πλήθος και έσοδα (2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

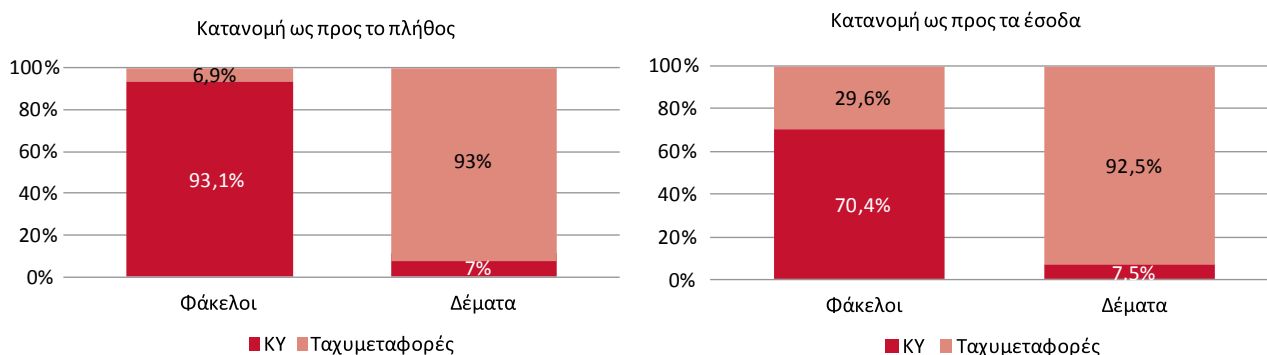
Διάγραμμα 2.19: Μέρη αγοράς ως προς τα ταχυδρομικά έσοδα (2010-2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

49. Συμπεριλαμβανομένων διαφημιστικών, εφημερίδων, βιβλίων, καταλόγων και περιοδικών.

Διάγραμμα 2.20: Μερίδια αγοράς φακέλων και δέματων ΚΥ και ταχυμεταφορών (2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

2.3.2. Η αγορά της Καθολικής Υπηρεσίας

Στην αγορά της ΚΥ δραστηριοποιούνται ο ΦΠΚΥ και οι επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια. Σύμφωνα με το υφιστάμενο νομικό πλαίσιο, τα ΕΛΤΑ είναι ο ΦΠΚΥ

στην Ελλάδα και έχουν αναλάβει την υποχρέωση παροχής ΚΥ για διάστημα 15 ετών από την έναρξη της πλήρους απελευθέρωσης δηλ. έως την 31-12-2028⁵⁰.

Η παροχή της ΚΥ αφορά φακέλους,

διαφημιστικό ταχυδρομείο, εφημερίδες, βιβλία, καταλόγους και περιοδικά με βάρος έως 2 κιλά καθώς και δέματα βάρους έως 20 κιλά. Η κατανομή των παραπάνω ταχυδρομικών αντικειμένων στο σύνολο της αγοράς ΚΥ απεικονίζεται στον Πίνακα 2.8.

Πίνακας 2.8: Κατανομή πλήθους αντικειμένων και εσόδων υπηρεσιών ΚΥ (2015)

	Πλήθος	Έσοδα
Φάκελοι	88,3%	86,9%
Διαφημιστικά	6,6%	2,9%
Εφημερίδες	1,6%	1,7%
Βιβλία/κατάλογοι/περιοδικά	2,8%	1,7%
Δέματα & μικροδέματα	0,7%	6,8%
Σύνολο ΚΥ	100%	100%

Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

50. Ν.4053/2012 «Ρύθμιση λειτουργίας της ταχυδρομικής αγοράς, θεμάτων ηλεκτρονικών επικοινωνιών και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ 44/Α/2012).

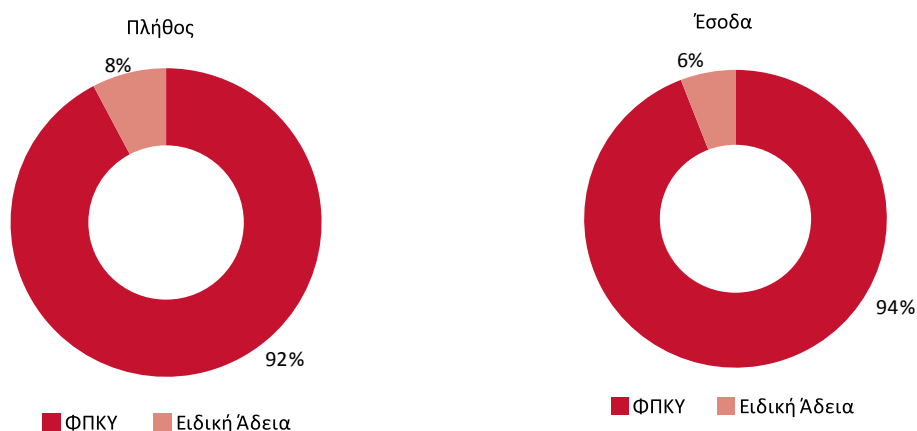
Ταχυδρομικές υπηρεσίες

Το 2015 ο ΦΠΚΥ ήταν ο κυρίαρχος παίκτης στην αγορά της ΚΥ, καθώς κατείχε το 92% του πλήθους και το 94% των εσόδων των ταχυδρομικών αντικειμέ-

νων. Η αύξηση του μεριδίου αγοράς των επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος προέκυψε κυρίως από τη διακίνηση

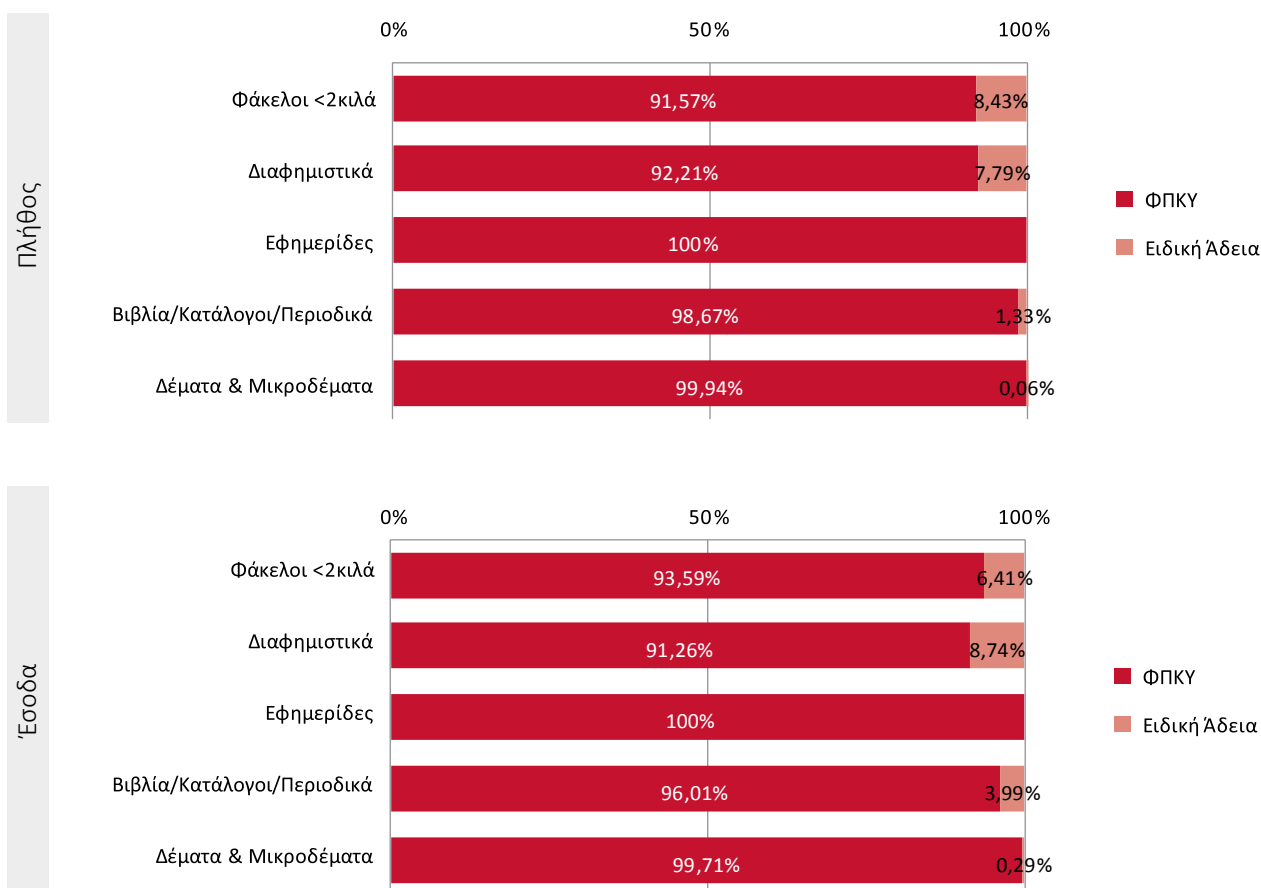
φακέλων και διαφημιστικών με διεύθυνση παραλήπτη.

Διάγραμμα 2.21: Μεριδία ΚΥ με βάση το πλήθος και τα έσοδα (2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Διάγραμμα 2.22: Μεριδία υπηρεσιών ΚΥ με βάση το πλήθος και τα έσοδα (2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Ο Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (ΦΠΚΥ)

Το 2015, ο ΦΠΚΥ παρουσίασε 227,7 εκατ. ευρώ έσοδα, μειωμένα κατά 16,5% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, έχοντας διακινήσει 313,9 εκατ. ταχυδρομικά αντικείμενα, 21,2% λιγότερα σε σύγκριση με το 2014. Η διαχρονική πορεία των εσόδων και του πλήθους των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων του ΦΠΚΥ την τελευταία εξαετία παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 2.23.

Ο κύριος όγκος των εσόδων του ΦΠΚΥ προήλθε από τη διακίνηση φακέλων

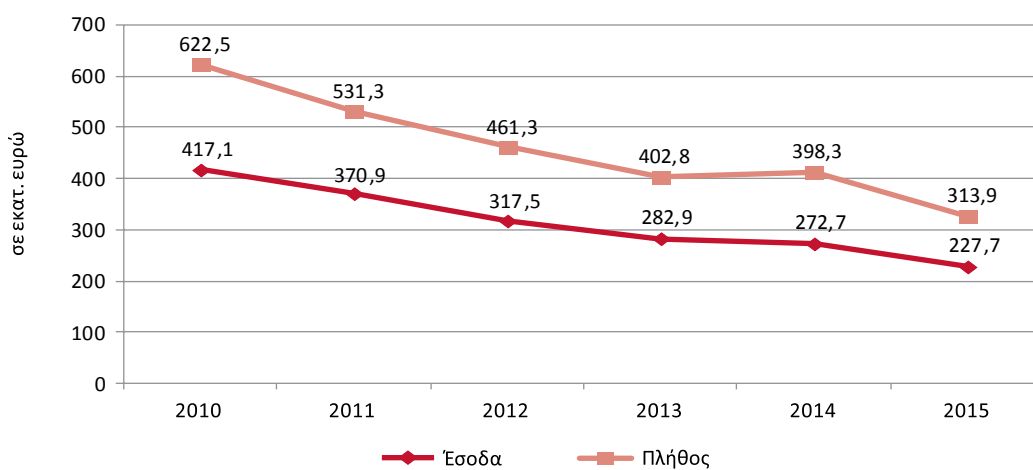
έως 2 κιλ. και δευτερευόντως από τη διακίνηση δεμάτων έως 20 κιλ. και διαφημιστικών με διεύθυνση παραλήπτη. Το 2015 το μέσο έσοδο ανά υπηρεσία μειώθηκε σημαντικά στα δέματα και μικροδέματα έως 2 κιλά, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, ενώ αυξήθηκε στα διαφημιστικά αντικείμενα με διεύθυνση παραλήπτη.

Το πελατολόγιο του ΦΠΚΥ αποτελείται κατά 76% από πελάτες με σύμβαση και 24% από πελάτες τοις μετρητοίς. Ο δημόσιος τομέας αποτελεί το 30% του πελατολογίου του ΦΠΚΥ, οι πάροχοι τηλεπικοινωνιών το 20%, οι ιδιώτες το

20%, οι τραπεζοασφαλιστικές εταιρίες το 5% και το υπόλοιπο 25% αποτελείται από επιχειρήσεις με άλλες δραστηριότητες.

Ο αριθμός των εργαζομένων στον ΦΠΚΥ για το 2014 μειώθηκε κατά 4,5% σε σχέση με το 2014, στους 6.859 υπαλλήλους. Όσον αφορά τις υποδομές, ο ΦΠΚΥ διαθέτει 693 καταστήματα και 720 πρακτορεία. Ο αριθμός των καταστημάτων σημείωσε πτώση 0,4%, ενώ ο αριθμός των πρακτορείων παραμένει σταθερός σε σχέση με το προηγούμενο έτος⁵¹. Επίσης, διαθέτει 739 αυτοκίνητα και 1.867 δίκυκλα.

Διάγραμμα 2.23: Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων του ΦΠΚΥ (2010-2015)



Πηγή: Ετήσιες οικονομικές καταστάσεις χρήσης

Πίνακας 2.9: Κατανομή πλήθους και εσόδων ΦΠΚΥ ανά υπηρεσία

	Σύνολο αντικειμένων	Σύνολο εσόδων	Μέσο έσοδο (ευρώ)	2014-2015
Φάκελοι	87,9%	86,4%	0,71	5,60%
Διαφημιστικά	6,6%	2,9%	0,31	11,30%
Εφημερίδες	1,7%	1,8%	0,76	0,10%
Βιβλία/κατάλογοι/περιοδικά	3,1%	1,7%	0,40	-3,51%
Μικροδέματα	0,2%	0,7%	2,76	-12,77%
Δέματα	0,6%	6,5%	7,90	-17,29%
Σύνολο	100%	100%	-	-

Πηγή: Ετήσιες οικονομικές καταστάσεις χρήσης

51. ΕΛΤΑ. Οικονομικές καταστάσεις χρήσης 2015.

Ταχυδρομικές υπηρεσίες

Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια

Στον τομέα της ΚΥ εκτός από τον ΦΠΚΥ δραστηριοποιήθηκαν το 2015 επιπλέον 13 επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια⁵².

Μέχρι την απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς, οι επιχειρήσεις Ειδικής Άδειας είχαν επιλέξει τη στρατηγική του «niche in the market», δηλαδή δραστηριοποιούνταν επιλεκτικά σε μεμονωμένες ταχυδρομικές υπηρεσίες, τις οποίες προσέφεραν σε λίγους πελάτες, κυρίως χονδρικής. Με

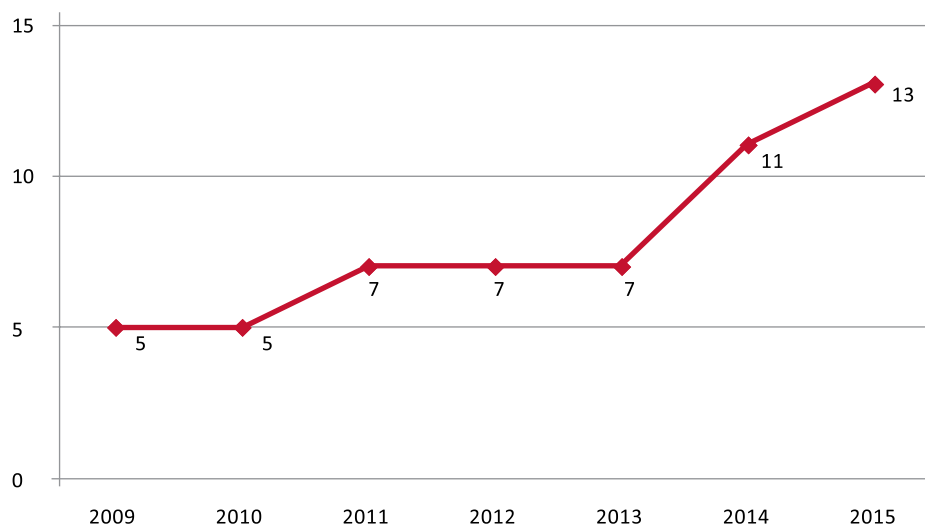
το άνοιγμα της ταχυδρομικής αγοράς το 2013, άρχισε να εκδηλώνεται ενδιαφέρον από επιχειρήσεις με ισχυρό μερίδιο στις ταχυμεταφορές, για παροχή υπηρεσιών απλού ταχυδρομείου. Πλέον, το 2015 οι επιχειρήσεις Ειδικής Άδειας διακινούσαν το 8% των αντικειμένων της αγοράς ΚΥ, αποκομίζοντας το 6% των συνολικών εσόδων.

Ειδικότερα, τρεις επιχειρήσεις δραστηριοποιούνταν στη διακίνηση φακέλων, τρεις στα διαφημιστικά, μία σε βιβλία/καταλόγους/περιοδικά και δύο στη

διακίνηση δεμάτων. Είναι αξιοσημείωτο ότι μόνο μία από τις επιχειρήσεις δραστηριοποιείται σε περισσότερες από μία υπηρεσίες, διακινώντας το 95% των φακέλων και το 79% των δεμάτων.

Παρ' ότι μέχρι και το 2013 η βασική δραστηριότητα των επιχειρήσεων Ειδικής Άδειας ήταν η διανομή διαφημιστικών, το 2015 η διανομή φακέλων σχεδόν μονοπώλησε τη δραστηριότητα του τομέα.

Διάγραμμα 2.24: Αριθμός επιχειρήσεων Ειδικής Άδειας



Πηγή: ΕΕΤΤ (Μητρώο ταχυδρομικών επιχειρήσεων)

Πίνακας 2.10: Κατανομή πλήθους και εσόδων υπηρεσιών σε επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια (2015)

	Σύνολο αντικειμένων	Σύνολο εσόδων
Φάκελοι	93,1%	94,2%
Διαφημιστικά	6,4%	4,3%
Εφημερίδες	0,0%	0,0%
Βιβλία/κατάλογοι/περιοδικά	0,5%	1,1%
Δέματα & μικροδέματα	0,0%	0,1%
Σύνολο ΚΥ	100%	100%

Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

52. Περιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις που ήταν ενεργές έστω και κατά ένα μέρος του έτους αναφοράς.

2.3.3. Η αγορά των ταχυμεταφορών

Ο τομέας των ταχυμεταφορών αποτελεί μία αγορά με ιδιαίτερο ενδιαφέρον ιδίως λόγω της σημαντικής δραστηριότητας στην κατηγορία των δεμάτων και μικροδεμάτων. Οι επιχειρήσεις του τομέα είναι κάτοχοι Γενικής Άδειας και παρέχουν υπηρεσίες «courier», δηλαδή επείγουσας διαβίβασης με δυνατότητα παρακολούθησης και εντοπισμού του ταχυδρομικού αντικειμένου.

Το 2015 εισήλθαν στην αγορά ταχυμεταφορών 72 νέες επιχειρήσεις, ανεβάζοντας το συνολικό πλήθος των επιχειρήσεων με Γενική Άδεια σε 447⁵³.

Για το 2015, η κατανομή του πλήθους και των εσόδων από τα ταχυδρομικά αντικείμενα που διακίνησαν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 2.25.

Οι φάκελοι καταλαμβάνουν ολοένα και μικρότερο ποσοστό του πλήθους των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινούν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφο-

ρών (45,5% το 2014 και 48% το 2013). Το 2015 το σύνολο των δεμάτων/μικροδεμάτων υπερτερούσε σημαντικά του πλήθους των φακέλων, ενώ επιπλέον, οι φάκελοι απέφεραν εμφανώς λιγότερα έσοδα. Αξιοσημείωτη, επίσης, ήταν η δραστηριότητα στην αγορά των μικροδεμάτων.

Οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών διέθεταν στο σύνολό τους πάνω από 1.800 καταστήματα, συμπεριλαμβανομένων θυρίδων υποδοχής και καταστημάτων δικτύου, κατείχαν περισσότερα από 5.500 οχήματα (αυτοκίνητα και δίκυκλα) και απασχολούσαν περισσότερους από 9.000 υπαλλήλους.

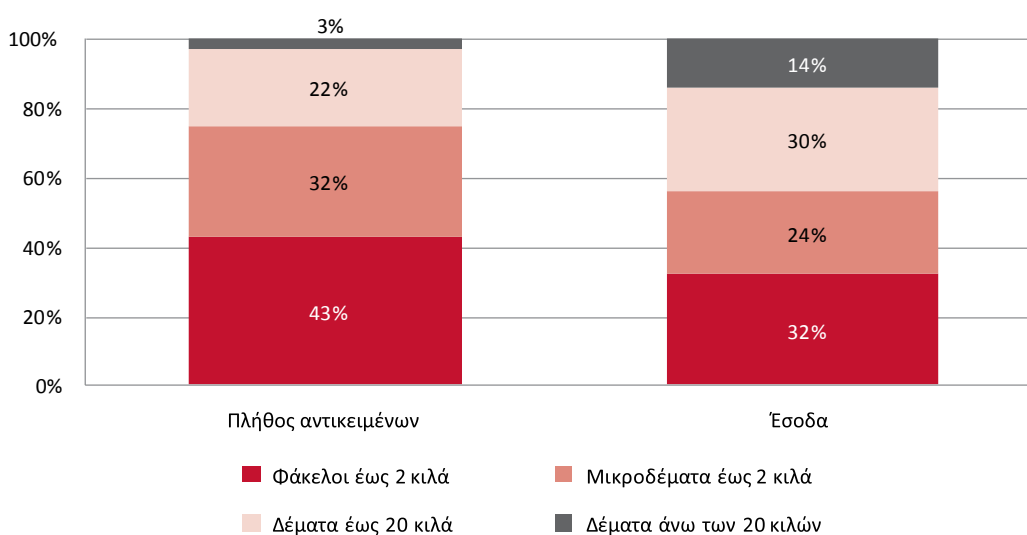
Για καλύτερη κατανόηση των συνθηκών ανταγωνισμού που επικρατούν στην αγορά των ταχυμεταφορών, ακολουθεί εφαρμογή του μοντέλου των πέντε δυνάμεων του Porter⁵⁴. Το μοντέλο εξετάζει: α) το βαθμό ανταγωνισμού μεταξύ των υφιστάμενων παικτών, β) τον κίνδυνο από την είσοδο νέων ανταγωνιστών στην αγορά, γ) την απειλή από πιθανά υποκατάστατα προϊόντα, δ) τη διαπρα-

ματευτική δύναμη των αγοραστών και ε) τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών. Οι πέντε δυνάμεις είναι ενδεικτικές αφενός των συνθηκών ανταγωνισμού που ο εκάστοτε ταχυδρομικός πάροχος έχει να αντιμετωπίσει εντός της αγοράς ταχυμεταφορών και αφετέρου του βαθμού ανταγωνιστικότητας της αγοράς ταχυμεταφορών και των ευκαιριών που τυχόν προσφέρει για νέα επιχειρηματική δραστηριότητα.

(α) Ανταγωνισμός μεταξύ των υπαρχόντων παικτών

Παρόλο που στην αγορά ταχυμεταφορών δραστηριοποιούνται πολλές επιχειρήσεις (447 το 2015), ο μεγαλύτερος όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων διακινείται από μόλις έξι επιχειρήσεις, οι οποίες αποκόμιζαν αντίστοιχα το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων της αγοράς. Όπως φαίνεται και από το Διάγραμμα 2.26, το 2015, οι έξι μεγαλύτερες επιχειρήσεις διακίνησαν το 83,3% των ταχυδρομικών αντικειμένων, καταλαμβάνοντας μερίδιο 81,4% των εσόδων της αγοράς ταχυμεταφορών.

Διάγραμμα 2.25: Κατανομή πλήθους και εσόδων ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών (2015)



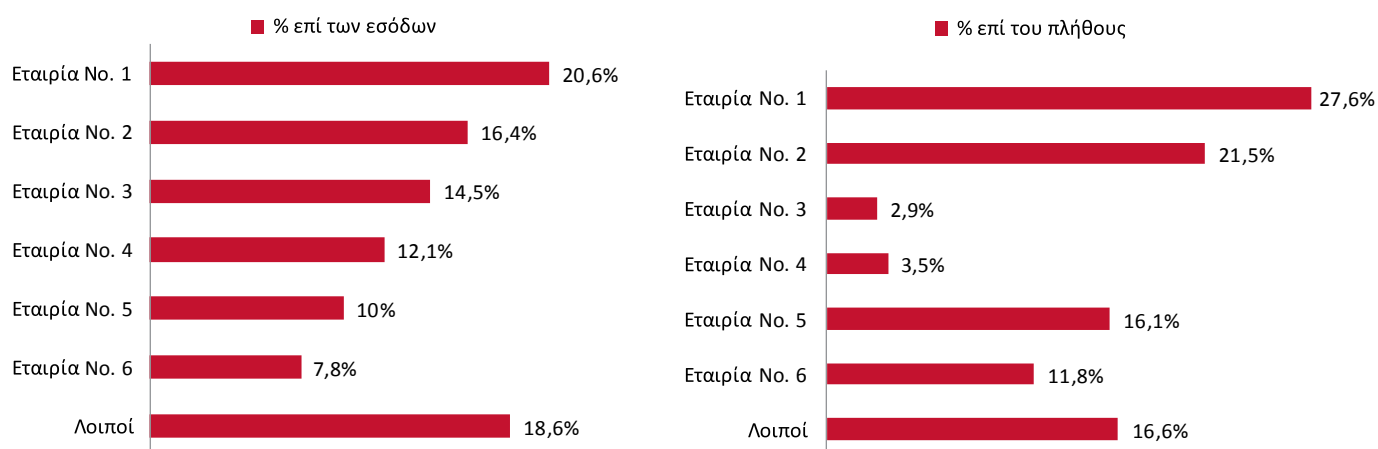
Πηγή: EETT (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

53. Περιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις που ήταν ενεργές έστω και κατά ένα μέρος του έτους αναφοράς.

54. Porter M.E. (1979), «How Competitive Forces Shape Strategy», Harvard Business Review.

Ταχυδρομικές υπηρεσίες

Διάγραμμα 2.26: Μερίδιο επιχειρήσεων ταχυμεταφορών ως προς το πλήθος και τα έσοδα (2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Ο ανταγωνισμός εμφανίζεται εντονότερος στις περιοχές της Αττικής και της Μακεδονίας, όπου διακινείται περίπου το 80% των ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού και εξωτερικού. Η ανάπτυξη του διασυνοριακού ηλεκτρονικού εμπορίου έχει δώσει ώθηση στη δραστηριότητα των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, καθώς πλέον το ένα πέμπτο περίπου των εσόδων τους προέρχεται από αποστολές προς το εξωτερικό. Το σημαντικότερο μέρος των ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού κατευθύνθηκε προς τις χώρες της ΕΕ (70%) και την Ασία (10%), ενώ αντίστοιχα τα εισερχόμενα ταχυδρομικά αντικείμενα προήλθαν ως επί το πλείστον από τις ίδιες περιοχές (69% από ΕΕ και 18% από Ασία)⁵⁵.

Ένδειξη του βαθμού ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων του τομέα ταχυμεταφορών δίνει ο δείκτης Herfindahl-Hirschman (HHI)⁵⁶. Πρόκειται για ένα δείκτη συγκέντρωσης της

αγοράς, που αποτυπώνει τον βαθμό στον οποίο ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων αντιπροσωπεύει μεγάλο τμήμα της αγοράς. Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης HHI, τόσο υψηλότερος είναι ο βαθμός συγκέντρωσης. Ειδικότερα, ένας HHI δείκτης μεταξύ 1.000 και 1.800 υποδηλώνει μία αγορά μέτριας συγκέντρωσης. Το 2015 ο δείκτης HHI για το σύνολο της αγοράς ταχυμεταφορών κυμαίνεται περίπου στα επίπεδα του προηγούμενου έτους, γεγονός που συνεπάγεται μέτριο βαθμό συγκέντρωσης. Στους επιμέρους τομείς, ο δείκτης HHI δείχνει ότι υπάρχει μεγάλος βαθμός συγκέντρωσης στον τομέα των φακέλων, καθώς μια εταιρία διακινεί το 45% των αντικειμένων, καθώς και σημαντικός βαθμός συγκέντρωσης στον τομέα των δεμάτων, όπου μια εταιρία διακινεί το 35% των αντικειμένων.

Προσφέροντας υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας προς τον πελάτη, όπως

η ταχύτερη εξυπηρέτηση, η δυνατότητα εντοπισμού του ταχυδρομικού αντικειμένου σε όλα τα στάδια διακίνησής του, το υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών, αλλά και διαδικασίες που διευκολύνουν το ηλεκτρονικό εμπόριο, όπως η δυνατότητα παράδοσης σε προκαθορισμένο χρόνο και χώρο και η εύκολη διαδικασία επιστροφής του ταχυδρομικού αντικειμένου, οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών επιδιώκουν να αποκτήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα, τόσο έναντι στον εσωτερικό ανταγωνισμό του κλάδου όσο και έναντι του ΦΠΚΥ.

(β) Εμπόδια εισόδου νέων ανταγωνιστών

Στον τομέα των ταχυμεταφορών, όπου ο ανταγωνισμός είναι έντονος, δεν υπάρχουν κανονιστικά εμπόδια εισόδου, αλλά θέματα οικονομικής φύσεως που συνδέονται και με την ύφεση της ελληνικής οικονομίας και αφετέρου θέματα επιχειρησιακής φύσεως σχετικά με⁵⁷:

55. ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων ποιοτικών στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις).

56. Πηγή: Hirschman A. (1945), National Power and the Structure of Foreign Trade, Berkley & Los Angeles: Publications of the Bureau of Business and Economic Research, University of California και Herfindahl, O.C. (1950), Concentration in the U.S. Steel Industry, Columbia University, unpublished Ph.D. thesis. $HHI = \sum_{i=1}^n s_i^2$, όπου s_i είναι το μερίδιο αγοράς της εταιρίας "i" και n το πλήθος των εταιριών.

57. ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων ποιοτικών στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις).

α) τη ζήτηση από τη μεριά των καταναλωτών, η οποία επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από παράγοντες όπως η αξιοπιστία της επιχείρησης, η προσφερόμενη τιμή των ταχυδρομικών υπηρεσιών και η ποιότητα στην εξυπηρέτηση των πελατών και σε αρκετό βαθμό από την ποικιλία των προσφερόμενων υπηρε-

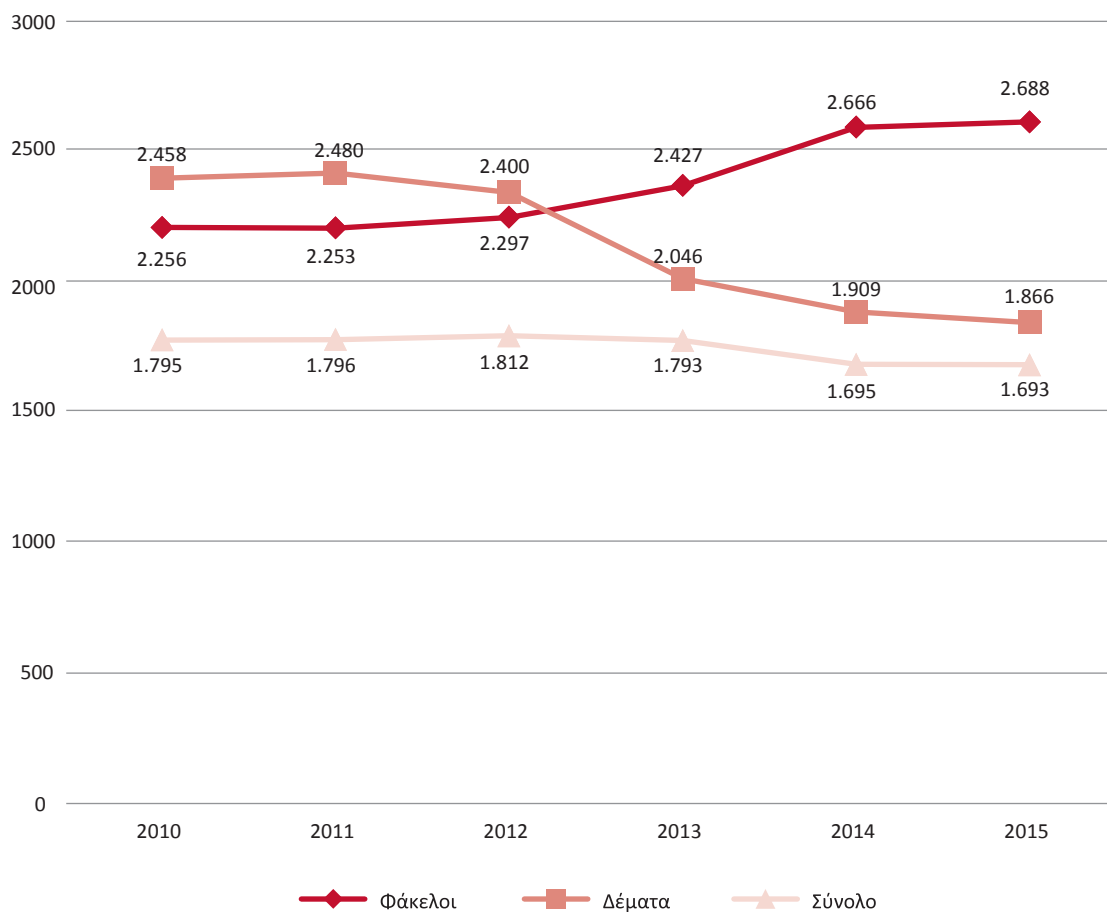
σιών, την ισχυρή επωνυμία της επιχείρησης (brand name) και την ανάπτυξη ταχυδρομικού δικτύου,

β) τα προβλήματα της αγοράς όπως η συμπίεση του τιμολογίου παροχής υπηρεσιών, το υψηλό κόστος αγοράς και συντήρησης μεταφορικών μέσων, ο ήδη μεγάλος αριθμός ανταγωνιστών στην

ταχυδρομική αγορά και ο ανταγωνισμός από εναλλακτικά δίκτυα μεταφορών.

Ο αριθμός των νέων επιχειρήσεων που δραστηριοποιήθηκαν το 2015 είναι υπερδιπλάσιος σε σχέση με το προηγούμενο έτος, γεγονός που υποδεικνύει τάσεις ανάκαμψης της αγοράς.

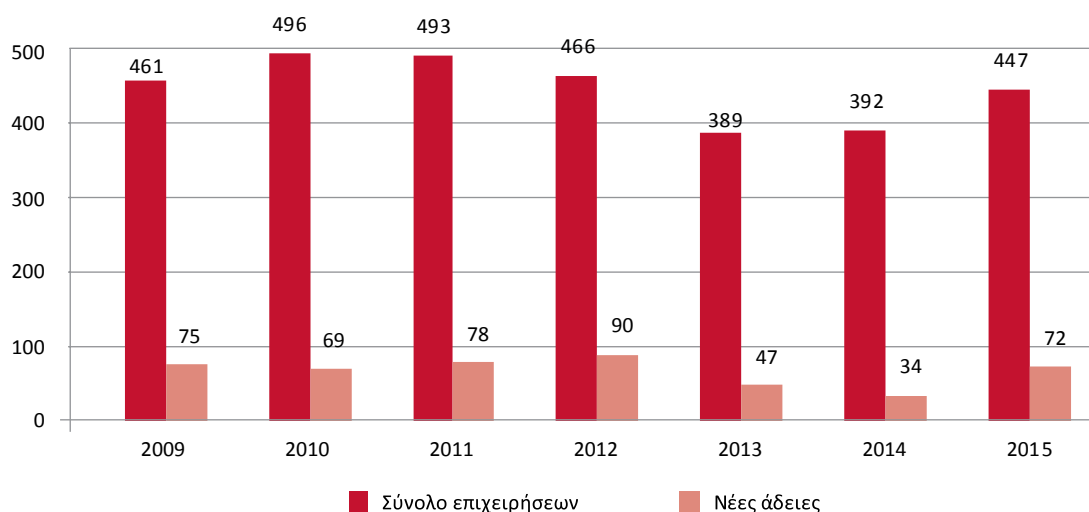
Διάγραμμα 2.27: Δείκτης Herfindahl – Hirschman



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Ταχυδρομικές υπηρεσίες

Διάγραμμα 2.28: Αριθμός επιχειρήσεων με Γενική Άδεια



Πηγή: ΕΕΤΤ (Μητρώο ταχυδρομικών επιχειρήσεων)

(γ) Υποκατάστατα προϊόντα

Την πιο σημαντική απειλή αναφορικά με την επιστολική αλληλογραφία αποτελεί η συνεχής ανάπτυξη της τεχνολογίας και η υποκατάσταση των παραδοσιακών τρόπων επικοινωνίας με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και τις νέες διαδικτυακές εφαρμογές, τόσο από τους ιδιώτες όσο και από τις επιχειρήσεις.

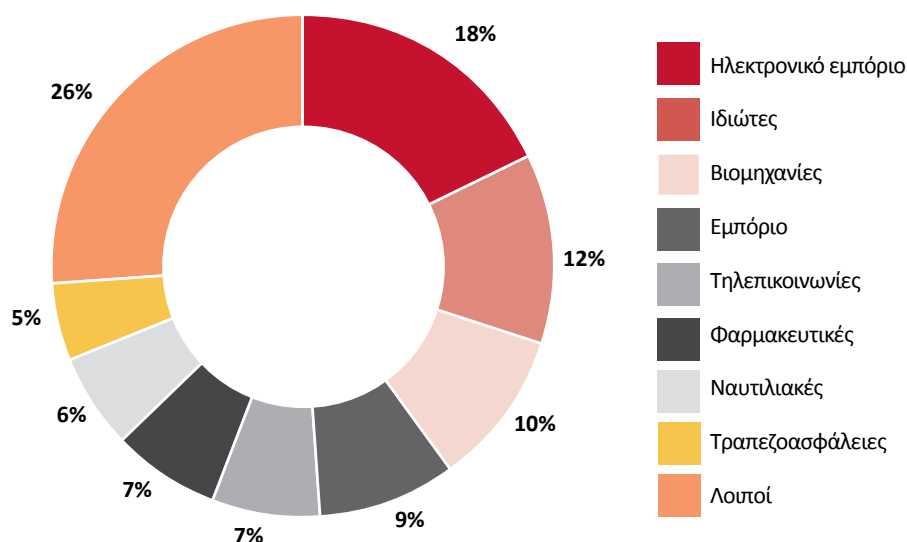
Όσον αφορά τα δέματα, είναι σχεδόν αδύνατο για έναν ιδιώτη ή μια επιχείρηση να παραδίδει ο ίδιος τα δέματά του, ιδιαίτερα με τα χαρακτηριστικά της ταχυμεταφοράς. Επομένως, είναι προφανές ότι δεν υπάρχουν σαφή υποκατάστατα, αλλά πιθανόν συμπληρωματικά προϊόντα. Καθώς η αγορά βρίσκεται σε ανοδική πορεία λόγω της άμεσης συσχέτισής της με

την ανάπτυξη του marketing στο Διαδίκτυο και το ηλεκτρονικό εμπόριο, ενδέχεται να δημιουργηθούν συμπληρωματικά προϊόντα πρόσθετης αλληλογραφίας, όπως βεβαιώσεις, λογαριασμοί, αποδείξεις και τιμολόγια.

(δ) Διαπραγματευτική δύναμη πελατών

Οι μεγάλοι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών διαθέτουν

Διάγραμμα 2.29: Κατανομή πελατολογίου εταιριών ταχυμεταφορών ως προς τα έσοδα (2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη, κυρίως λόγω του αυξημένου όγκου ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινούν και της αυξημένης συχνότητας χρήσης των ταχυδρομικών υπηρεσιών. Αντίθετα, οι ιδιώτες πελάτες διαθέτουν «μικρή» διαπραγματευτική δύναμη στον καθορισμό της τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών που αναζητούν.

Δεδομένης της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου και κατ' επέκταση της σημασίας του στη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, η διαπραγματευτική δύναμη των εμπόρων γίνεται ολοένα ισχυρότερη. Σε αυτό συντελεί το γεγονός ότι υπάρχουν ταχυδρομικές επιχειρήσεις πλήρως εξαρτημένες από μεμονωμένους πελάτες, τους οποίους προκειμένου να διατηρήσουν, συμπιέζουν τις τιμές τους και μειώνουν με κάθε τρόπο τα λειτουργικά τους κόστη.

Το πελατολόγιο των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών αποτελείται ως επί το πλείστον από επιχειρήσεις και λιγότερο από ιδιώτες καταναλωτές, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 2.29. Οι κυριότεροι επιχειρηματικοί πελάτες προέρχονται από τον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου, ακολουθούμενοι από πελάτες της βιομηχανίας, του γενικού εμπορίου, των τηλεπικοινωνιών, της φαρμακοβιομηχανίας κ.ά.

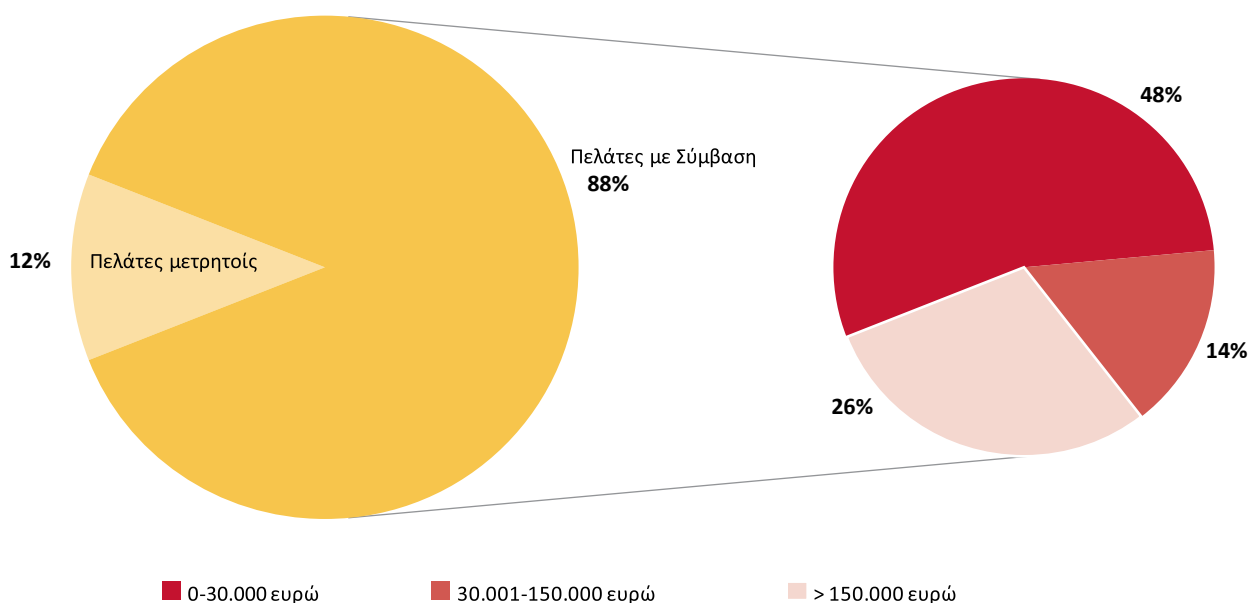
Οι πελάτες με σύμβαση απέφεραν το 88% των εσόδων των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών έναντι 12% που προήλθε από τους πελάτες με συναλλαγές με μετρητά. Περαιτέρω, τα έσοδα από συμβάσεις προήλθαν κυρίως από πελάτες που έχουν χαμηλές συμβάσεις έως 30.000 ευρώ (48%) και δευτερευόντως από πελάτες με συμβάσεις άνω των 150.000 ευρώ (26%). Τα έσοδα ανά κατηγορία

πελατών αποτυπώνονται στο Διάγραμμα 2.30.

(ε) Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Οι προμηθευτές της ταχυδρομικής αγοράς, όπως οι παραγωγοί των μηχανημάτων διαλογής, των μέσων μεταφοράς, των μηχανημάτων επεξεργασίας της αλληλογραφίας, της παροχής καυσίμων κ.λπ., επηρεάζουν τη λειτουργία της ταχυδρομικής επιχείρησης χωρίς, όμως, να φαίνεται ότι επιδρούν σε θέματα ανταγωνισμού με την έννοια του καθορισμού των τιμών, της συχνότητας διανομής ή της κάλυψης του δικτύου. Εντούτοις, οι ταχυδρομικοί πάροχοι, προκειμένου να ανταπεξέλθουν στον ανταγωνισμό είναι διατεθειμένοι να επενδύσουν στο άμεσο μέλλον κυρίως σε νέες τεχνολογίες και μέσα μεταφοράς και λιγότερο στην ανάπτυξη του δικτύου τους και τη διαφήμιση.

Διάγραμμα 2.30: Ανάλυση εταιριών ταχυμεταφορών ως προς το πελατολόγιο με βάση τα έσοδα (2015)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Παράρτημα

Ευρετήριο Πινάκων και Διαγραμμάτων

(α) Πίνακες

Πίνακας 1.1: Ενεργοί πάροχοι σταθερής & κινητής τηλεφωνίας	11
Πίνακας 1.2: Οικονομικά μεγέθη παρόχων ηλεκτρονικών επικοινωνιών (σε δισ. ευρώ)	11
Πίνακας 1.3: Εξέλιξη τηλεφωνικών γραμμών	21
Πίνακας 1.4: Όγκος ανά τύπο κλήσης (σε εκατ. λεπτά)	24
Πίνακας 1.5: Μερίδια αγοράς στους βασικούς τύπους κλήσεων (βάσει της κίνησης)	26
Πίνακας 1.6: Συνολικές και ενεργές συνδέσεις/συνδρομές κινητής τηλεφωνίας (χωρίς datacards)	30
Πίνακας 1.7: Αριθμός συνδυαστικών/ δεσμοποιημένων προσφορών και αδεσμοποίητων συνδρομών	47
Πίνακας 2.1: Ρυθμός ανάπτυξης εσόδων και όγκου της ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς	71
Πίνακας 2.2: Συνολικός όγκος ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς	71
Πίνακας 2.3: Δείκτης Herfindahl-Hirschman (HHI) (2013-2014)	73
Πίνακας 2.4: Βασικά οικονομικά στοιχεία ταχυδρομικών επιχειρήσεων (σε εκατ. ευρώ) (2015)	79
Πίνακας 2.5: Χρηματοοικονομικοί δείκτες στην ταχυδρομική αγορά (2010-2015)	80
Πίνακας 2.6: Πλήθος αντικειμένων ταχυδρομικής αγοράς (σε χιλ. τεμάχια)	82
Πίνακας 2.7: Έσοδα ταχυδρομικής αγοράς (σε χιλ. ευρώ)	82
Πίνακας 2.8: Κατανομή πλήθους αντικειμένων και εσόδων υπηρεσιών ΚΥ (2015)	85
Πίνακας 2.9: Κατανομή πλήθους και εσόδων ΦΠΚΥ ανά υπηρεσία	87
Πίνακας 2.10: Κατανομή πλήθους και εσόδων υπηρεσιών σε επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια (2015)	88

(β) Διαγράμματα

Διάγραμμα 1.1: Αδειοδοτημένοι πάροχοι 2015	10
Διάγραμμα 1.2: Συμβολή τηλεπικοινωνιών στο ΑΕΠ (σε εκατ. ευρώ)	12
Διάγραμμα 1.3: Αριθμός εργαζομένων	12
Διάγραμμα 1.4: Εξέλιξη μηνιαίου Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (Γενικός Δείκτης–Υποδείκτης Επικοινωνιών)	13
Διάγραμμα 1.5: Μεταβολή μηνιαίου Δείκτη Τιμών Καταναλωτή σε σχέση με τον αντίστοιχο Δείκτη του προηγούμενου έτους	13
Διάγραμμα 1.6: Κύκλος εργασιών παρόχων ηλεκτρονικών επικοινωνιών	15
Διάγραμμα 1.7: Κύκλος εργασιών εταιριών σταθερής & κινητής τηλεφωνίας	15
Διάγραμμα 1.8: Ανάλυση κύκλου εργασιών	16
Διάγραμμα 1.9: Εξέλιξη συνδρομητών συνδρομητικής τηλεόρασης	16
Διάγραμμα 1.10: Ανάλυση τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών	17
Διάγραμμα 1.11: Ανάλυση εσόδων από σταθερά δίκτυα	17
Διάγραμμα 1.12: Ανάλυση εσόδων από κινητά δίκτυα	18
Διάγραμμα 1.13: Επενδύσεις παρόχων ηλεκτρονικών επικοινωνιών	18
Διάγραμμα 1.14: Ανάλυση επενδύσεων παρόχων ηλεκτρονικών επικοινωνιών(2015)	19
Διάγραμμα 1.15: Ρυθμός μεταβολής επενδύσεων-κύκλου εργασιών	19
Διάγραμμα 1.16: Επενδύσεις προς κύκλου εργασιών	20
Διάγραμμα 1.17: Κέρδη προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων (EBITDA)	20
Διάγραμμα 1.18: Εξέλιξη τηλεφωνικών γραμμών	22
Διάγραμμα 1.19: Εξέλιξη εξερχόμενης κίνησης από σταθερό τηλέφωνο	23
Διάγραμμα 1.20: Εξερχόμενη κίνηση από σταθερό τηλέφωνο για τους βασικούς τύπους κλήσεων	23
Διάγραμμα 1.21: Ετήσια μεταβολή εξερχόμενης κίνησης από σταθερό τηλέφωνο	23
Διάγραμμα 1.22: Ετήσια μερίδια αγοράς ΟΤΕ (βάσει της εξερχόμενης κίνησης)	24
Διάγραμμα 1.23: Μερίδια αγοράς ΟΤΕ ανά βασικό τύπο κλήσης (βάσει της κίνησης)	25

(β) Διαγράμματα (συνέχεια)

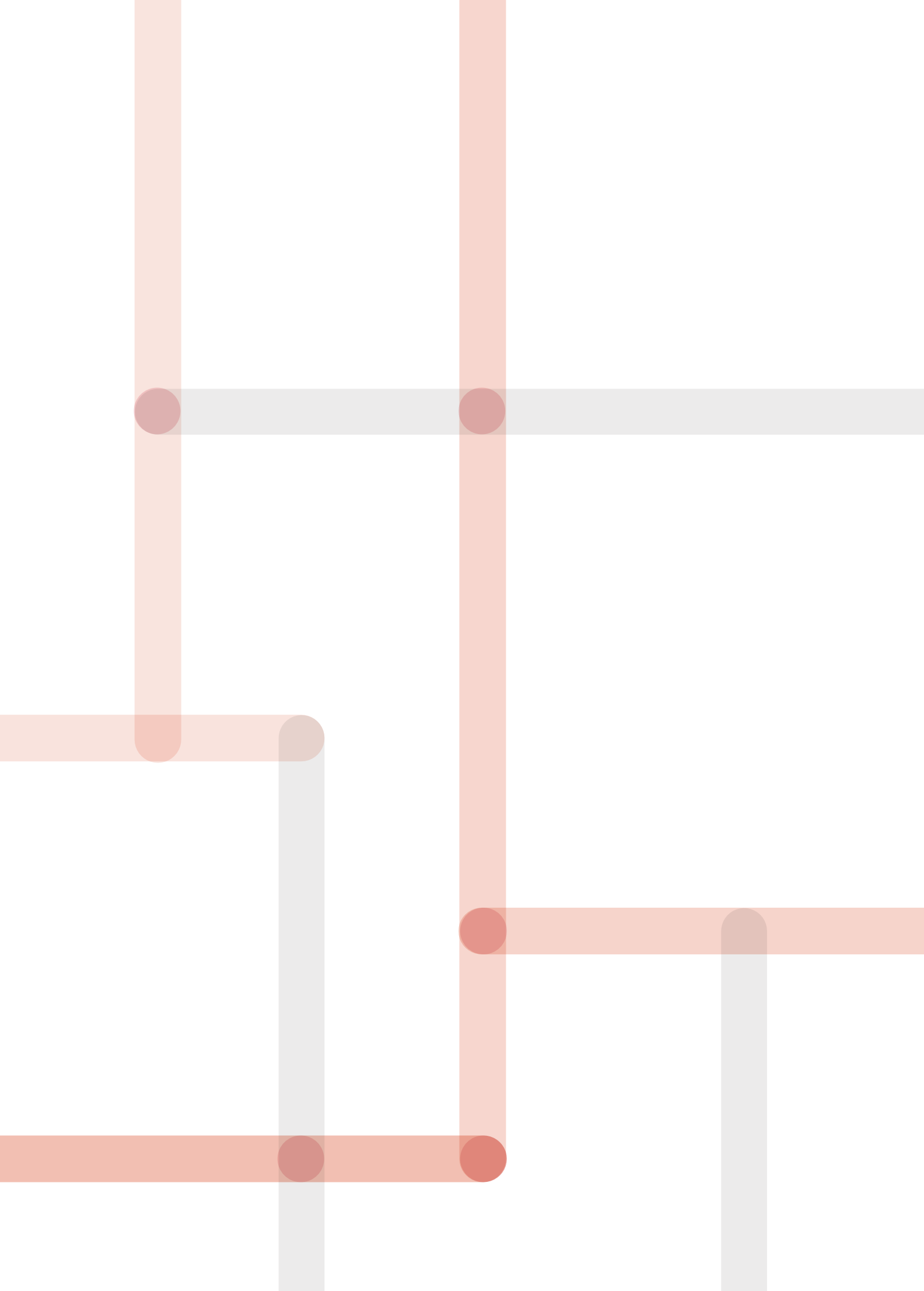
Διάγραμμα 1.23: Μεριδία αγοράς ΟΤΕ ανά βασικό τύπο κλήσης (βάσει της κίνησης)	25
Διάγραμμα 1.24: Μεριδία αγοράς στους βασικούς τύπους κλήσεων (βάσει της κίνησης)	25
Διάγραμμα 1.25: Εξερχόμενη κίνηση για ΟΤΕ και λοιπούς παρόχους (εξαιρουμένης της dial-up)	26
Διάγραμμα 1.26: Λιανικά έσοδα από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση	27
Διάγραμμα 1.27: Μεριδία αγοράς ΟΤΕ (βάσει λιανικών εσόδων από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και διαδικτύου σε σταθερή θέση)	27
Διάγραμμα 1.28: Κίνηση τερματισμού σε δίκτυα σταθερής τηλεφωνίας (ΟΤΕ- Εναλλακτικοί πάροχοι)	28
Διάγραμμα 1.29: Πραγματικά τέλη διασύνδεσης	28
Διάγραμμα 1.30: Φορητότητα αριθμών στη σταθερή τηλεφωνία	29
Διάγραμμα 1.31: Συνδέσεις/συνδρομές κινητής τηλεφωνίας	30
Διάγραμμα 1.32: Εξέλιξη αριθμού συνδρομητών κινητής τηλεφωνίας (καρτοκινητή & συμβόλαιο)	30
Διάγραμμα 1.33: Μεριδία ΕΚΤ στον αριθμό συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας	31
Διάγραμμα 1.34: Φωνητικές κλήσεις που εκκινούν από κινητό τηλέφωνο	32
Διάγραμμα 1.35: Φωνητικές κλήσεις ανά κατηγορία (ως ποσοστό επί του συνόλου)	32
Διάγραμμα 1.36: Φωνητικές κλήσεις ανά κατηγορία χρήστη	33
Διάγραμμα 1.37: Συνολικός αριθμός SMS	33
Διάγραμμα 1.38: Αριθμός SMS ανά κατηγορία χρήστη	34
Διάγραμμα 1.39: Συνολικός αριθμός MMS	34
Διάγραμμα 1.40: Συνολικός αριθμός (σε MB) υπηρεσιών δεδομένων (data)	35
Διάγραμμα 1.41: Χρήση δεδομένων από κινητό	35
Διάγραμμα 1.42: Λιανικά έσοδα κινητών υπηρεσιών	36
Διάγραμμα 1.43: Ανάλυση λιανικών εσόδων κινητής τηλεφωνίας (2015)	36
Διάγραμμα 1.44: Μέσο έσοδο ανά χρήστη στην κινητή τηλεφωνία	37
Διάγραμμα 1.45: Κίνηση διασύνδεσης παρόχων κινητής τηλεφωνίας	37
Διάγραμμα 1.46: Εσωτερική κίνηση παρόχων κινητής τηλεφωνίας	38
Διάγραμμα 1.47: Φωνητικές κλήσεις που τερματίζουν σε κινητά εντός Ελλάδας	38
Διάγραμμα 1.48: Μείωση τελών τερματισμού	39
Διάγραμμα 1.49: Φορητότητα αριθμών στην κινητή τηλεφωνία	39
Διάγραμμα 1.50: Εξέλιξη συνδρομών/συνδέσεων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας	40
Διάγραμμα 1.51: Εξέλιξη εσόδων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας	41
Διάγραμμα 1.52: Όγκος κλήσεων από σταθερό και κινητό τηλέφωνο	41
Διάγραμμα 1.53: Μεριδία αγοράς σταθερής και κινητής τηλεφωνίας	42
Διάγραμμα 1.54: Συνδυαστικές προσφορές (ανά γενικό τύπο δεσμοποίησης)	44
Διάγραμμα 1.55: Δεσμοποιημένες (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητες συνδρομές	44
Διάγραμμα 1.56: Σταθερή τηλεφωνία: Κατανομή δεσμοποιημένων (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητων συνδρομών	45

(β) Διαγράμματα (συνέχεια)

Διάγραμμα 1.57: Σταθερό Διαδίκτυο:-Κατανομή δεσμοποιημένων (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητων συνδρομών	45
Διάγραμμα 1.58: Συνδρομητική τηλεόραση: Κατανομή δεσμοποιημένων (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητων συνδρομών	46
Διάγραμμα 1.59: Δεσμοποιημένες συνδρομές με σταθερές και κινητές υπηρεσίες βάσει σταθερών συνδρομών & κινητών SIM καρτών	46
Διάγραμμα 1.60: Εξέλιξη ευρυζωνικών γραμμών	48
Διάγραμμα 1.61: Εξέλιξη γραμμών ΑΠΤΒ	48
Διάγραμμα 1.62: Εξέλιξη γραμμών VDSL	49
Διάγραμμα 1.63: Κατανομή ευρυζωνικών γραμμών ανά τεχνολογία (Δεκέμβριος 2015)	50
Διάγραμμα 1.64: Εξέλιξη ευρυζωνικών γραμμών ανά τεχνολογία (αριθμός γραμμών)	50
Διάγραμμα 1.65: Κατανομή ονομαστικών ταχυτήτων ευρυζωνικών γραμμών (Δεκέμβριος 2015)	51
Διάγραμμα 1.66: Εξέλιξη ονομαστικών ταχυτήτων ευρυζωνικών γραμμών	51
Διάγραμμα 1.67: Εξέλιξη μέσης ταχύτητας πρόσβασης γραμμών ΑΡΥΣ λιανικής & χονδρικής	52
Διάγραμμα 1.68: Συνδρομητές κινητής που έκαναν χρήση Διαδικτύου	52
Διάγραμμα 1.69: Πληθυσμιακή ευρυζωνική διαθεσιμότητα ανά γεωγραφικό διαμέρισμα	53
Διάγραμμα 1.70: Πληθυσμιακή διαθεσιμότητα ΑΠΤΒ ανά γεωγραφικό διαμέρισμα (Δεκέμβριος 2015)	54
Διάγραμμα 1.71: Πληθυσμιακή κάλυψη κινητού δικτύου	54
Διάγραμμα 1.72: Εξέλιξη αριθμού ονομάτων διαδικτυακών τόπων	55
Διάγραμμα 1.73: Μέσο ποσοστό εκχωρήσεων	55
Διάγραμμα 1.74: Μερίδια ΥΠΠ και καταλόγου βάσει εσόδων	56
Διάγραμμα 1.75: Διείδυση κινητής τηλεφωνίας στην ΕΕ	57
Διάγραμμα 1.76: Μέσο έσοδο ανά χρήστη στην κινητή τηλεφωνία στην ΕΕ	58
Διάγραμμα 1.77: Πρόσβαση στο Διαδίκτυο μέσω κινητού	59
Διάγραμμα 1.78: Μηνιαία τιμή δεσμοποιημένης προσφοράς double play (σταθερή τηλεφωνία + Διαδίκτυο)	59
Διάγραμμα 1.79: Μηνιαία τιμή δεσμοποιημένης προσφοράς triple play (σταθερή τηλεφωνία + Διαδίκτυο + TV)	60
Διάγραμμα 1.80: Προσιτότητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο βάσει διαθέσιμου εισοδήματος	60
Διάγραμμα 1.81: Αύξηση της ευρυζωνικής διείδυσης σε Ελλάδα και ΕΕ	61
Διάγραμμα 1.82: Ευρυζωνική διείδυση στην ΕΕ (Ιούνιος 2015)	62
Διάγραμμα 1.83: Μεταβολή ευρυζωνικής διείδυσης στην ΕΕ (Ιούνιος 2015)	63
Διάγραμμα 1.84: Εξέλιξη ευρυζωνικής διείδυσης σε Ελλάδα και ΕΕ	64
Διάγραμμα 1.85: Ποσοστό γραμμών με ταχύτητες >30Mbps στην ΕΕ (Ιούνιος 2015)	64
Διάγραμμα 1.86: Ευρυζωνικές γραμμές με τεχνολογίες εκτός DSL στην ΕΕ (Ιούνιος 2015)	65
Διάγραμμα 1.87: Διείδυση κινητής ευρυζωνικότητας στην ΕΕ	65
Διάγραμμα 1.88: Ευρυζωνική κάλυψη δικτύων πρόσβασης νέας γενιάς (NGA) σε ΕΕ και Ελλάδα	66
Διάγραμμα 1.89: Κάλυψη δικτύων κινητής ευρυζωνικής πρόσβασης με τεχνολογία 3G και 4G	67

(β) Διαγράμματα (συνέχεια)

Διάγραμμα 2.1: Μέσος ρυθμός ανάπτυξης εσόδων παγκόσμιας ταχυδρομικής αγοράς	69
Διάγραμμα 2.2: Ρυθμός ανάπτυξης όγκου επιστολικού ταχυδρομείου έναντι όγκου δεμάτων & express στην παγκόσμια ταχυδρομική αγορά (2012-2014)	70
Διάγραμμα 2.3: Συνολικά έσοδα ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς (2013-2014)	72
Διάγραμμα 2.4: Όγκος του εγχώριου επιστολικού ταχυδρομείου (εξαιρουμένων των επιστολών χωρίς διεύθυνση παραλήπτη) στην ΕΕ (2014)	72
Διάγραμμα 2.5: Συνολικά εγχώρια έσοδα ΚΥ ανά χώρα (2014)	73
Διάγραμμα 2.6: Η απελευθέρωση στην Ευρώπη (2015)	74
Διάγραμμα 2.7: Μεριδία αγοράς ΦΠΚΥ σε όγκο το 2014: express και non-express τομείς	75
Διάγραμμα 2.8: Μέση τιμή αποστολής φακέλου α' βαθμίδας βάρους εντός Ευρώπης (2013 & 2014)	76
Διάγραμμα 2.9: Τιμή αποστολής δέματος 2 κιλών μεταξύ Αυστρίας και Ιταλίας	76
Διάγραμμα 2.10: Η ελληνική ταχυδρομική αγορά	77
Διάγραμμα 2.11: Εξέλιξη δείκτη κύκλου εργασιών για την ταχυδρομική αγορά (έτος βάσης 2010)	78
Διάγραμμα 2.12: Κύκλος εργασιών ταχυδρομικών επιχειρήσεων (σε εκατ. ευρώ)	79
Διάγραμμα 2.13: Κατανομή Ενεργητικού στην ταχυδρομική αγορά (2015)	79
Διάγραμμα 2.14: Κατανομή Παθητικού στην ταχυδρομική αγορά (2015)	80
Διάγραμμα 2.15: Έσοδα και πλήθος ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς (2010-2015)	81
Διάγραμμα 2.16: Κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων ανά πλήθος και ανά έσοδα (2015)	82
Διάγραμμα 2.17: Μεριδία φακέλων και δεμάτων σε πλήθος και έσοδα (2010- 2015)	83
Διάγραμμα 2.18: Μεριδία ταχυδρομικής αγοράς σε πλήθος και έσοδα (2015)	84
Διάγραμμα 2.19: Μεριδία αγοράς ως προς τα ταχυδρομικά έσοδα (2010-2015)	84
Διάγραμμα 2.20: Μεριδία αγοράς φακέλων και δεμάτων ΚΥ και ταχυμεταφορών (2015)	85
Διάγραμμα 2.21: Μεριδία ΚΥ με βάση το πλήθος και τα έσοδα (2015)	86
Διάγραμμα 2.22: Μεριδία υπηρεσιών ΚΥ με βάση το πλήθος και τα έσοδα (2015)	86
Διάγραμμα 2.23: Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων του ΦΠΚΥ (2010-2016)	87
Διάγραμμα 2.24: Αριθμός επιχειρήσεων Ειδικής Άδειας	88
Διάγραμμα 2.25: Κατανομή πλήθους και εσόδων ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών (2015)	89
Διάγραμμα 2.26: Μεριδίο επιχειρήσεων ταχυμεταφορών ως προς το πλήθος και τα έσοδα (2015)	90
Διάγραμμα 2.27: Δείκτης Herfindahl – Hirschman	91
Διάγραμμα 2.28: Αριθμός επιχειρήσεων με Γενική Άδεια	91
Διάγραμμα 2.29: Κατανομή πελατολογίου εταιριών ταχυμεταφορών ως προς τα έσοδα (2015)	92
Διάγραμμα 2.30: Ανάλυση εταιριών ταχυμεταφορών ως προς το πελατολόγιο με βάση τα έσοδα (2015)	93





EETT

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Ελληνική Δημοκρατία
Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών & Ταχυδρομείων
Λεωφ. Κηφισίας 60, 151 25 Μαρούσι
T 210 6151000 • F 210 6105049
W www.eett.gr • E info@eett.gr