



ΕΕΤΤ

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΑΓΟΡΩΝ

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

2016

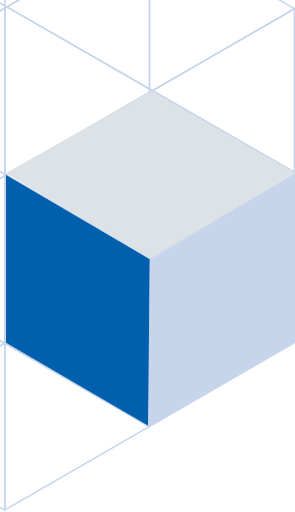


ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΑΓΟΡΩΝ 2016

Πίνακας Περιεχομένων

Σύνοψη	6
Κεφάλαιο 1: Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες	10
1.1. Η πορεία της ελληνικής αγοράς Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών	10
1.2. Εξέλιξη βασικών μεγεθών της αγοράς Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών	15
1.2.1. Οικονομικά στοιχεία	15
1.2.2. Υπηρεσίες επικοινωνιών που παρέχονται σε σταθερή θέση	21
1.2.3. Κινητές επικοινωνίες	30
1.2.4. Σύγκριση σταθερής και κινητής τηλεφωνίας	43
1.2.5. Ευρυζωνικότητα	45
1.2.6. Συνδρομητική τηλεόραση	53
1.2.7. Συνδυαστικές προσφορές	53
1.2.8. Υπηρεσίες Πολυμεσικής Πληροφόρησης (ΥΠΠ) και καταλόγου	62
1.2.9. Σύγκριση λιανικών τιμών Παρατηρητηρίου Τιμών (Pricescope)	63
1.2.10. Συγκρίσεις μεγεθών της ελληνικής αγοράς με αντίστοιχες ευρωπαϊκές	68
Κεφάλαιο 2: Ταχυδρομικές Υπηρεσίες	76
2.1. Η πορεία της ταχυδρομικής αγοράς	76
2.1.1. Στον κόσμο	76
2.1.2. Στην Ευρώπη	81
2.1.3. Στην Ελλάδα	88
2.2. Εξέλιξη βασικών μεγεθών της αγοράς ταχυδρομικών υπηρεσιών στην Ελλάδα	89
2.2.1. Οικονομικά στοιχεία δημοσιευμένων καταστάσεων	89
2.2.2. Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων	91
2.2.3. Απασχόληση και υποδομές ταχυδρομικών επιχειρήσεων	97
2.3. Ανταγωνισμός στην ταχυδρομική αγορά	98
2.3.1. Μεριδία αγοράς	98
2.3.2. Η αγορά της ΚΥ	100
2.3.3. Η αγορά των ταχυμεταφορών	104
Παράρτημα	112
Ευρετήριο Διαγραμμάτων & Πινάκων	112



ΣΥΝΟΨΗ

(α) Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες

Το 2016 δύναται να αποτελέσει σημείο καμπής για την εγχώρια τηλεπικοινωνιακή αγορά. Η έγκριση του Κανονισμού vectoring με την επικείμενη υλοποίησή του αναμένεται να οδηγήσει σε περαιτέρω άνοδο των επενδύσεων με πολλαπλασιαστικά οφέλη. Ήδη, οι τρεις μεγαλύτεροι τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι έχουν ανακοινώσει επενδύσεις ύψους 2 δισ. ευρώ για την επόμενη τετραετία. Παράλληλα, ενισχύθηκε ιδιαίτερα ο ανταγωνισμός σε επίπεδο δεσμοποιημένων προσφορών (bundles) με κινητήριο μοχλό τις υψηλές ταχύτητες ευρυζωνικής πρόσβασης, κινητής ευρυζωνικότητας και τις υπηρεσίες συνδρομητικής τηλεόρασης. Η συμβολή του κύκλου εργασιών του κλάδου στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) της Ελλάδας κυμάνθηκε στο 2,8% το 2016 στο ίδιο περίπου επίπεδο με το 2015.

Οικονομικά μεγέθη

Ο κύκλος εργασιών στον τηλεπικοινωνιακό κλάδο σταθεροποιήθηκε στο επίπεδο των πέντε δισ. ευρώ. Τα έσοδα από τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες καθόρισαν συντριπτικά τον κύκλο εργασιών (~90%), ενώ αυξήθηκαν και τα έσοδα από υπηρεσίες συνδρομητικής τηλεόρασης. Το σύνολο

των επενδύσεων των παρόχων ηλεκτρονικών επικοινωνιών παρουσίασε θεαματική αύξηση κατά 69% και αντιστοιχεί στο 22,6% του συνολικού κύκλου εργασιών του κλάδου, με περίπου το 70% εξ αυτών να πραγματοποιείται σε σταθερά δίκτυα και το υπόλοιπο 30% σε κινητά δίκτυα. Στόχος των επενδύσεων αυτών ήταν κατά κύριο λόγο η τηλεπικοινωνιακή υποδομή και η έρευνα και ανάπτυξη (π.χ. λογισμικό, νέες υπηρεσίες κ.λπ.). Για τις μεγαλύτερες εταιρίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, τα κέρδη προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων (EBITDA) αυξήθηκαν κατά 2,8% σε σχέση με το 2015, ωστόσο τα μικτά τους κέρδη, λόγω των αυξημένων αποσβέσεων, εξακολούθησαν να μειώνονται περαιτέρω στο επίπεδο περίπου των 415 εκατ.

Σταθερές επικοινωνίες

Ο αριθμός των τηλεφωνικών γραμμών αυξήθηκε οριακά για πρώτη φορά τα τελευταία χρόνια σε σχέση με το 2015 με τη διεύδυση να φθάνει σε ποσοστό 44,1% επί του πληθυσμού. Αντίθετα, η κίνηση σταθερής τηλεφωνίας μειώθηκε κατά 6% κυρίως λόγω της μείωσης της διάρκειας των εθνικών κλήσεων προς σταθερό καθώς και των διεθνών κλήσεων. Παρά το γεγονός ότι ο ΟΤΕ προπο-

ρεύεται με μερίδιο 56% στις γραμμές, το μερίδιό του σε όρους κίνησης κυμαίνεται σε χαμηλότερα επίπεδα, στην περιοχή του 45%. Αυτό φαίνεται να οφείλεται κυρίως στο ότι οι υπόλοιποι πάροχοι κατέγραψαν καλύτερη επίδοση στην αύξηση της κίνησης από σταθερά προς κινητά.

Τα λιανικά έσοδα από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση ανήλθαν σε 1,4 δισ. ευρώ, σημειώνοντας οριακή αύξηση σε σχέση με πέρυσι, κυρίως λόγω των εσόδων από υπηρεσίες Διαδικτύου, με το σχετικό μερίδιο του ΟΤΕ να εκτιμάται σε 61% για το 2016. Το μέσο μηνιαίο έσοδο από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση ανήλθε σε 24,75 ευρώ, ενώ μόνο για την τηλεφωνία ήταν 18,94 ευρώ.

Κινητές επικοινωνίες

Το 2016, ο αριθμός των συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας ανήλθε σε 15,9 εκατ. παρουσιάζοντας αύξηση κατά 3,8% σε σχέση με το 2015, με τις ενεργές συνδέσεις να μειώνονται οριακά διατηρούμενες στο επίπεδο των 12,5 εκατ. Σε σχέση με τα μερίδια των Εταιριών Κινητής Τηλεφωνίας (ΕΚΤ) ως προς το συνολικό αριθμό συνδέσεων, τα μερίδια της COSMOTΕ και της VODAFONE παρουσίασαν μικρή αύξηση ανερχόμενα σε 45,6% και 35,3%, ενώ αντίθετα το μερίδιο της WIND μειώθηκε στο 18,7%. Ως προς τις ενεργές συνδέσεις, το μερίδιο της COSMOTΕ βρίσκεται στο εύρος [45%-55%] με τη VODAFONE να ακολουθεί με εύρος [25%-35%].

Η χρήση των δικτύων κινητής τηλεφωνίας χαρακτηρίστηκε 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 1% σε σχέση με πέρυσι και το 62% αυτών των κλήσεων πραγματοποιήθηκε σε κινητά εντός του ίδιου δικτύου κινητής τηλεφωνίας (on-net). Η υπηρεσία δεδομένων μέσω δικτύων κινητής τηλεφωνίας, παρουσίασε εκ νέου σημαντική αύξηση κατά 48% το 2016, φθάνοντας τα 46 δισ. Παρόλα αυτά, τα λιανικά έσοδα από την πώληση υπηρεσιών κινητών επικοινωνιών (συμβολαίου και καρτοκινητής) παρουσίασαν μικρή μείωση κατά 2,5% και ανήλθαν στα 1,6 δισ. ευρώ. Το μέσο ετήσιο έσοδο ανά χρήστη (σύνδεση) συμβολαίου και καρτοκινητής μειώθηκε περαιτέρω στα 280 και 53 ευρώ αντίστοιχα.

Ευρυζωνικότητα

Στο τέλος του 2016, οι σταθερές ευρυζωνικές συνδέσεις έφτασαν τις 3.616.705 γραμμές σημειώνοντας αύξηση κατά 5,2%. Σημειώνεται ότι, η διείσδυση της σταθερής ευρυζωνικότητας στον πληθυσμό έφτασε στο 32,8% υπερβαίνοντας για πρώτη φορά τον ευρωπαϊκό μέσο όρο με το ρυθμό αύξησης της ευρυζωνικής διείσδυσης της χώρας να είναι σχεδόν διπλάσιος από τον αντίστοιχο ευρωπαϊκό μέσο όρο. Οι γραμμές Αδεσμοποίησης Πρόσβασης στον Τοπικό Βρόχο (ΑΠΤΒ) ανήλθαν στα 2,09 εκατ. Παράλληλα, οι γραμμές VDSL συνιστούν το 7,5% του συνόλου των ευρυζωνικών γραμμών.

Σε αντίθεση με την σταθερή ευρυζωνικότητα, η διείσδυση της κινητής ευρυζωνικότητας στην Ελλάδα είναι 49,8% κατατάσσοντας τη χώρα μεταξύ των τελευταίων κρατών μελών της ΕΕ. Ωστόσο, τα περιθώρια βελτίωσης είναι σημαντικά λαμβάνοντας υπόψη τόσο την αύξηση, κατά 10 μονάδες, του ποσοστού πληθυσμιακής κάλυψης σε δίκτυα 4G όσο και τον υπερδιπλασιασμό (32,6% από 14%) του μεριδίου κίνησης μέσω δικτύων 4G.

Συνδυαστικές προσφορές

Το 2016 συνεχίστηκε η αυξητική τάση κατανάλωσης συνδυαστικών/δεσμοποιημένων προσφορών, οι οποίες ανήλθαν σε 3,6 εκατ. με το 61% περίπου να αφορά κάποιο συνδυασμό double play, 35% κάποιο συνδυασμό triple play και 4% υπηρεσίες quad play. Ο πιο δημοφιλής ειδικός τύπος συνδυαστικής προσφοράς παρέμεινε αυτός της σταθερής τηλεφωνίας και του σταθερού ευρυζωνικού Διαδικτύου (περίπου 2,1 εκατ.) και ακολούθησαν στο ίδιο περίπου επίπεδο οι συνδυασμοί σταθερής τηλεφωνίας, Διαδικτύου και συνδρομητικής τηλεόρασης και σταθερής τηλεφωνίας, Διαδικτύου και κινητής υπηρεσίας (περίπου 630 χιλιάδες). Πλέον, τρεις στους τέσσερις συνδρομητές αγοράζουν τη σταθερή τηλεφωνία ως μέρος συνδυαστικής προσφοράς. Το κομμάτι της συνδρομητικής τηλεόρασης γίνεται ολοένα και πιο σημαντικό, καθώς οι συνδρομές τηλεόρασης υπερέβησαν το ένα εκατ. και το 79% του συνόλου των συνδρομών τηλεόρασης πωλούνταν στο τέλος του 2016 ως μέρος συνδυαστικής προσφοράς.

Παρατηρητήριο Τιμών

Με βάση τα στοιχεία που καταχώρισαν οι τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι στο Παρατηρητήριο Τιμών η

πλειονότητα των προϊόντων αφορούσε τις κινητές επικοινωνίες (~62%). Η COSMOTE είχε μια ισορροπία μεταξύ βασικών και πρόσθετων προγραμμάτων (~42-43%), η VODAFONE στηρίχθηκε κυρίως στα βασικά προγράμματα (72%), σε αντίθεση με τη WIND που φάνηκε να δίνει βάση κυρίως στα πρόσθετα προϊόντα της (46%). Τα προγράμματα των COSMOTE και WIND απευθύνονταν κυρίως (>80%) σε οικιακούς πελάτες, ενώ πάνω από τα μισά προγράμματα της VODAFONE (55%) ήταν προσανατολισμένα προς εταιρικούς πελάτες. Τα περισσότερα προγράμματα συμβολαίου κινητής (~53%) συγκεντρώνονταν σε πάγια έως και 40 ευρώ με μέση τιμή τα 26 ευρώ και ενσωματωμένο χρόνο ομιλίας έως και 1000 λεπτά με μέση τιμή τα 375 λεπτά.

β) Ταχυδρομικές Υπηρεσίες

Παρά τις ανταγωνιστικές συνθήκες και τη συνεχιζόμενη μείωση του όγκου του επιστολικού ταχυδρομείου, το 2016 η παγκόσμια ταχυδρομική αγορά εξακολούθησε να αναπτύσσεται κυρίως χάρη στην ανάπτυξη του B2C ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις, που αύξησαν τους όγκους των διακινούμενων δεμάτων και των εξηρές αποστολών τους, επικεντρώθηκαν στη βελτίωση της λειτουργικής αποτελεσματικότητας των δικτύων παράδοσής τους και εστίασαν στην ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων για τους καταναλωτές ηλεκτρονικού εμπορίου. Σε συνδυασμό με το εγχώριο ηλεκτρονικό εμπόριο, η ταχεία αναπτυσσόμενη αγορά του διασυννοριακού ηλεκτρονικού εμπορίου παραμένει βασικός παράγοντας ανάπτυξης για την ταχυδρομική αγορά.

Το 2016, η ελληνική ταχυδρομική αγορά παρουσίασε σημάδια ανάκαμψης, αναφορικά με τα έσοδα, ενώ για το πλήθος των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων η τάση συνέχισε να είναι πτωτική. Συγκεκριμένα, τα έσοδα εμφανίστηκαν αυξημένα κατά 1% σε σχέση με το 2015, φτάνοντας τα 547,3 εκατ. ευρώ, προερχόμενα από τη διακίνηση 376,3 εκατ. αντικείμενων, 4,5% λιγότερων από την προηγούμενη χρονιά.

Το μερίδιο εσόδων του Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (ΦΠΚΥ) μειώθηκε το 2016 στο 38% από 42% που ήταν το 2015, ενώ παράλληλα αυξήθηκε το μερίδιο των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών που ανήλθε στο 59%. Παρ' ότι οι επιστολές εξακολούθησαν να καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς, τόσο σε όγκο (89%) όσο και σε έσο-

δα (56%), το μερίδιο των δεμάτων-μικροδεμάτων αυξήθηκε το 2016, κυρίως λόγω της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά και της υποκατάστασης της επιστολικής αλληλογραφίας από την ηλεκτρονική.

Το 2016, στην αγορά της Καθολικής Υπηρεσίας (ΚΥ), πέραν του ΦΠΚΥ, δραστηριοποιήθηκαν έντεκα επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια, οι οποίες διακίνησαν το 10% των αντικειμένων της αγοράς ΚΥ. Στην αγορά των ταχυμεταφορών, το 2016 εισήλθαν 76 νέες επιχειρήσεις, ανεβάζοντας το συνολικό πλήθος των επιχειρήσεων με Γενική Άδεια σε 509. 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.





ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ

1.1. Η πορεία της ελληνικής αγοράς Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών

Το 2016, ο αριθμός των αδειοδοτημένων παρόχων που δραστηριοποιούνταν στους κυριότερους τομείς της αγοράς Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών αυξήθηκε οριακά ανερχόμενος στους 700 έναντι 691 το 2015 (Διάγραμμα 1.1) με την πλειονότητά τους (69%) 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 έξι¹ και ειδικότερα, πέντε σε σταθερή και τέσσερις σε κινητή (Πίνακας 1.1).

Τα βασικά οικονομικά μεγέθη του κλάδου (κύκλος εργασιών², μικτό κέρδος και ενεργητικό) παρουσίασαν σημαντικές μεταβολές, καθώς, ενώ ο κύκλος εργασιών παρέμεινε σχετικά αμετάβλη-

τος κατά 1%, μικτά κέρδη και ενεργητικό μειώθηκαν κατά 22% και 10% αντίστοιχα, λόγω των αρνητικών επιδόσεων των εναλλακτικών παρόχων σταθερής τηλεφωνίας καθώς και των λοιπών παρόχων (Πίνακας 1.2). Η συμβολή του κύκλου εργασιών του κλάδου στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ)³ της Ελλάδας κυμάνθηκε στο 2,8% το 2016, περίπου στο ίδιο επίπεδο με το 2015 (Διάγραμμα 1.2). Επισημαίνεται ότι για την περίοδο 2006-2016, η μεσοσταθμική μείωση για το ΑΕΠ ήταν -1,9%, ενώ για τον τηλεπικοινωνιακό τζίρο ήταν -5,2%, γεγονός που καταδεικνύει τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στον κλάδο.

Ο αριθμός των εργαζομένων στις Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες ανήλθε στις 16,8 χιλ. παρουσιάζοντας μείωση κατά 3,4% σε σχέση με το 2015 (περίπου 17,4 χιλ.), κυρίως λόγω της μείωσης των εργαζομένων στις εταιρίες σταθερής τηλεφωνίας (Διάγραμμα 1.3).

1. Η WIND, από το 2009 και έπειτα (μετά την εξαγορά της TELLAS), δραστηριοποιείται και στη σταθερή και στην κινητή τηλεφωνία και συνεπώς, προσμετρείται και στις δύο κατηγορίες. Το ίδιο ισχύει από το 2014 για τη CYTA, η οποία δραστηριοποιείται και ως εικονικός πάροχος κινητής τηλεφωνίας (Virtual Mobile Network Operator-VMNO) καθώς και για τη VODAFONE, η οποία απορρόφησε την εταιρία HOL την 01/04/2016.

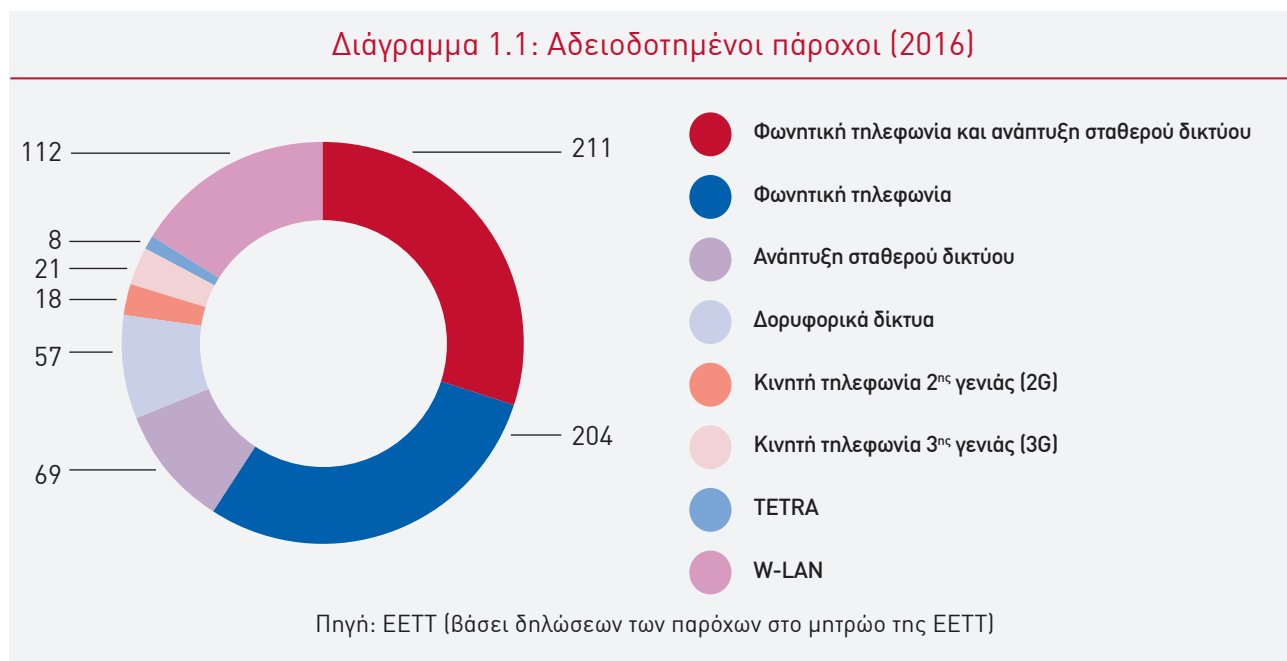
2. Σημειώνεται ότι ο κύκλος εργασιών του κλάδου έχει υπολογιστεί βάσει των καθαρών εσόδων από υπηρεσίες Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών που έχουν δηλώσει οι ενεργοί αδειοδοτημένοι πάροχοι και όχι βάσει των ισολογισμών τους, όπου εμπεριέχονται έσοδα και από άλλες δραστηριότητες.

3. Σημειώνεται ότι τα δεδομένα του ΑΕΠ και των συνιστωσών του για την περίοδο 1995-2016 έχουν αναθεωρηθεί με έτος βάσης 2010, σύμφωνα με τον Κανονισμό ΕΕ 549/2013 της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΣΑ 2010).

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. Ο Υποδείκτης Επικοινωνιών, παρουσίασε για πρώτη φορά μετά από σχεδόν πέντε χρόνια, αυξητική τάση, γεγονός που, εν μέρει, οφείλεται στην επιβολή τέλους στη συνδρομητική τηλεόραση τον Ιούνιο του 2016, ενώ αντίθετα, ο ΓΔΤΚ συνέχισε τη φθίνουσα πορεία που ξεκίνησε το Μάρτιο του

2013. Μπορεί, σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ⁴, ο συντελεστής στάθμισης των επικοινωνιών στο συνολικό καλάθι του νοικοκυριού για τον υπολογισμό του ΓΔΤΚ να μειώθηκε στο 42,74 από 43 που ήταν το 2015, ωστόσο η συμμετοχή της καταναλωτικής δαπάνης για την αγορά συγκεκριμένων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών στα συνολικά έξοδα ενός νοικοκυριού αυξήθηκε λόγω κυρίως της μείωσης των τιμών άλλων αγαθών και υπηρεσιών (π.χ. στέγαση, μεταφορές, ένδυση και υπόδηση κ.ά.) σε σχέση με το 2015.

Διάγραμμα 1.1: Αδειοδοτημένοι πάροχοι (2016)



Πίνακας 1.1: Ενεργοί πάροχοι σταθερής & κινητής τηλεφωνίας

Πάροχοι	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Σταθερή τηλεφωνία	14	14	14	11	11	11	9	8	8	6	5
Κινητή τηλεφωνία	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4

Πηγή: EETT

4. Ενημερωτικό σημείωμα για τον ΔΤΚ και τον ΕνΔΤΚ (Ιανουάριος 2016) <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/DKT87/>

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

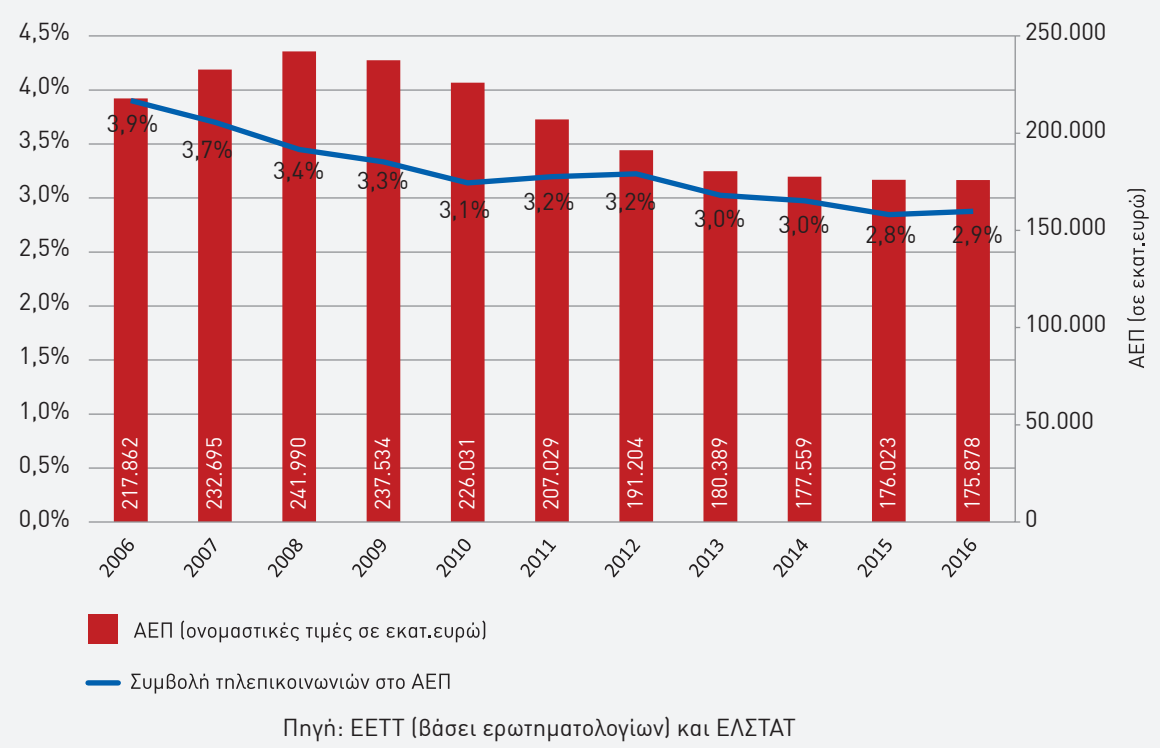
Κύκλος εργασιών	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ΟΤΕ	2,17	1,91	1,7	1,56	1,51	1,54	1,57
ΕΚΤ	3,58	3,23	2,99	2,51	2,37	2,17	2,15
Εναλλακτικοί πάροχοι σταθερής τηλεφωνίας (*)	0,57	0,62	0,63	0,58	0,55	0,81	0,58
Λοιποί πάροχοι (**)	0,77	0,86	0,84	0,81	0,85	0,49	0,71
Σύνολο	7,1	6,62	6,16	5,46	5,28	5,01	5,01
Μικτά κέρδη							
ΟΤΕ	0,14	0,20	0,06	-0,01	0,31	0,23	0,15
ΕΚΤ	0,73	0,75	0,64	0,48	0,49	0,14	0,15
Εναλλακτικοί πάροχοι σταθερής τηλεφωνίας (*)	0,01	0,05	0,09	0,09	0,07	-0,03	-0,03
Λοιποί πάροχοι (**)	0,17	0,18	0,16	0,14	0,15	0,18	-0,03
Σύνολο	1,06	1,18	0,96	0,70	1,02	0,53	0,42
Ενεργητικό							
ΟΤΕ	7,95	7,76	6,61	6,31	6,48	6,05	6,20
ΕΚΤ	7,11	6,81	6,94	6,10	5,98	6,04	5,94
Εναλλακτικοί πάροχοι σταθερής τηλεφωνίας (*)	1,41	1,12	0,92	0,85	0,85	0,77	0,42
Λοιποί πάροχοι (**)	1,69	1,62	1,54	1,53	1,25	2,14	0,86
Σύνολο	18,16	17,31	16,01	14,78	14,59	14,99	13,42

Πηγή: ΕΕΤΤ (Βάσει ισολογισμών και ερωτηματολογίων)

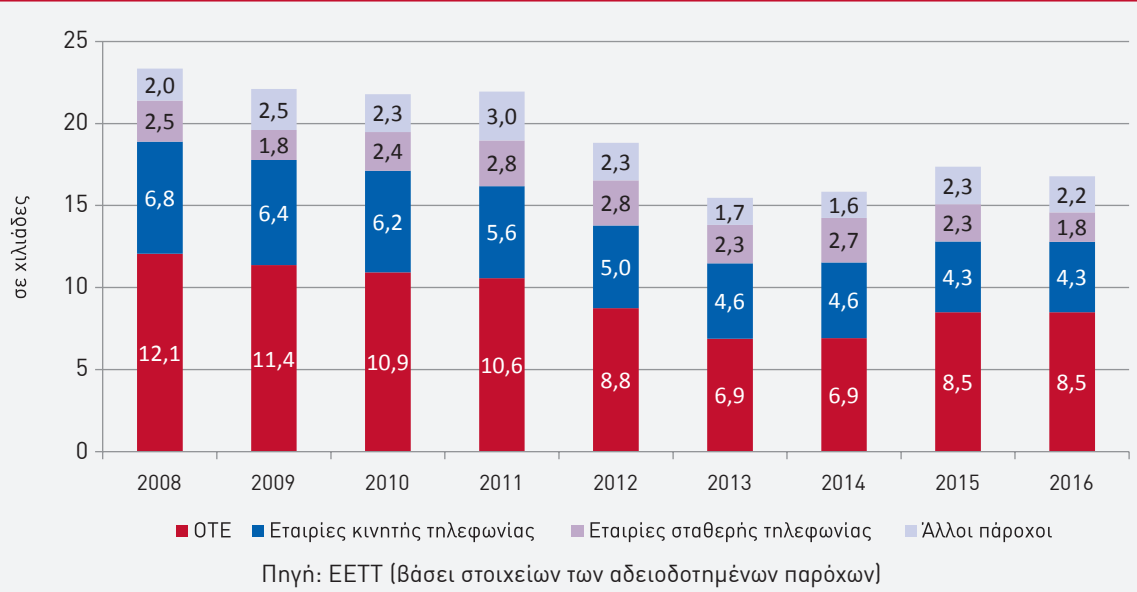
* Περιλαμβάνονται όλοι οι αδειοδοτημένοι πάροχοι σταθερής τηλεφωνίας.

**Περιλαμβάνονται οι υπόλοιποι ενεργοί αδειοδοτημένοι πάροχοι.

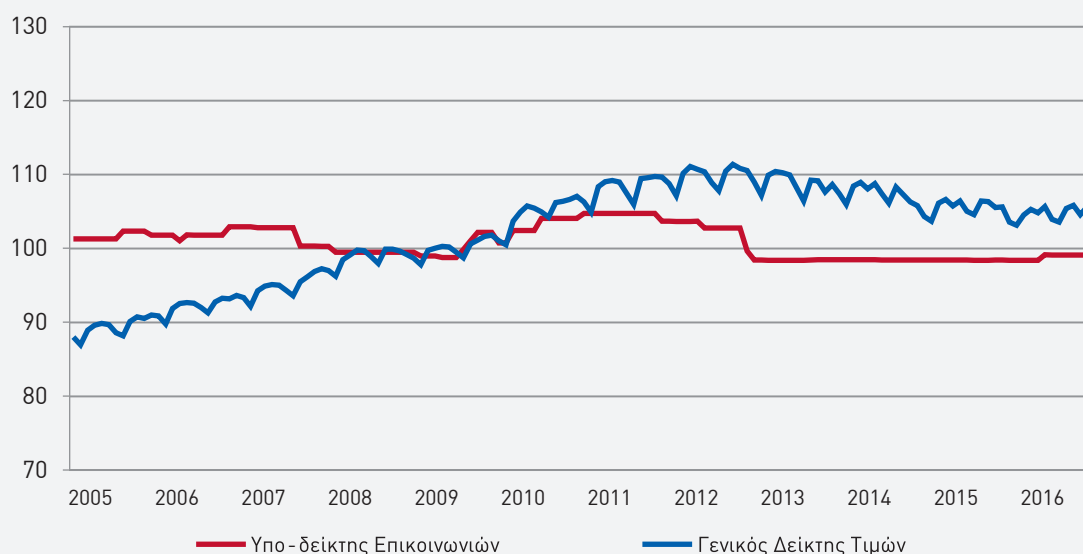
Διάγραμμα 1.2: Συμβολή τηλεπικοινωνιών στο ΑΕΠ



Διάγραμμα 1.3: Αριθμός εργαζομένων στους τηλεπικοινωνιακούς πάροχους

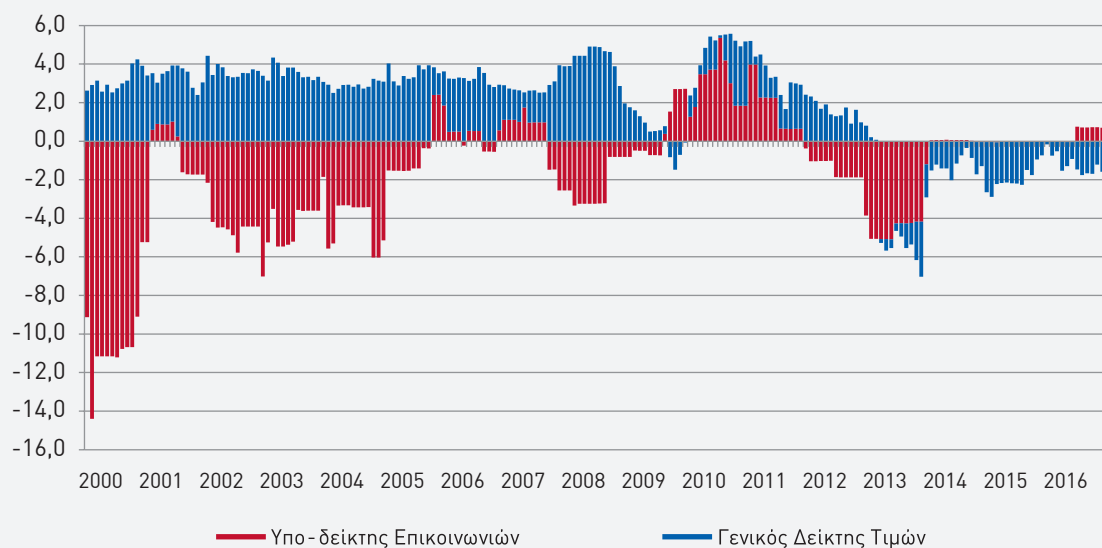


Διάγραμμα 1.4: Εξέλιξη μηνιαίου Δείκτη Τιμών Καταναλωτή
(Γενικός Δείκτης-Υποδείκτης Επικοινωνιών)



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

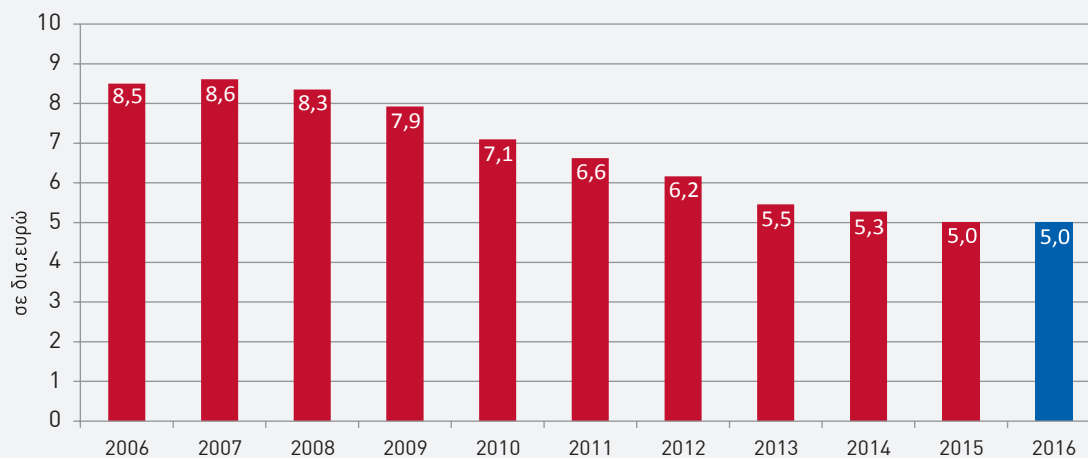
Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται τα βασικά οικονομικά στοιχεία της αγοράς Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών, λαμβάνοντας υπόψη στοιχεία που συλλέγει η ΕΕΤΤ από τους αδειοδοτημένους παρόχους σε εξαμηνιαία βάση, αναφορικά με τον κύκλο εργασιών, τις επενδύσεις κ.ά. Σε αυτό το πλαίσιο, παρατίθενται τα έσοδα που 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 για το 2016 ανήλθε στα ίδια επίπεδα με το 2015 υπερβαίνοντας οριακά τα 5 δισ. ευρώ (Διάγραμμα 1.6). Ο κύκλος εργασιών του ΟΤΕ παρουσίασε αύξηση κατά 2,1%, που οφείλεται κυρίως στην αύξηση των εσόδων από τις ευρυζωνικές υπηρεσίες (αύξηση ευρυζωνικών γραμμών κατά 8,6%) και τις υπηρεσίες συνδρομητικής τηλεόρασης (αύξηση συνδρομητικών τηλεόρασης κατά 12,7%) (Διάγραμμα 1.7).
- Τα έσοδα από τηλεπικοινωνιακές υπηρεσίες καθόρισαν συντριπτικά τον κύκλο εργασιών (88%) (Διάγραμμα 1.8), ενώ και τα έσοδα από υπηρεσίες συνδρομητικής τηλεόρασης αύξησαν το μερίδιό τους στο 5,3% (έναντι 5% που ήταν το 2015).
- Τα έσοδα από την παροχή υπηρεσιών σταθερών επικοινωνιών αποτέλεσαν το 53,5% των εσόδων από την παροχή τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών (Διάγραμμα 1.9). 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 επικοινωνίας 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 αποτέλεσαν περίπου το 69% των συνολικών εσόδων από σταθερά δίκτυα και έπονται τα έσοδα από υπηρεσίες πρόσβασης

χονδρικής με 11,4% (Διάγραμμα 1.10). Από την πλευρά των κινητών δικτύων και υπηρεσιών, τα λιανικά έσοδα από υπηρεσίες φωνής και δεδομένων αποτέλεσαν την συντριπτική πλειονότητα με ποσοστά 66% και 21% αντίστοιχα (Διάγραμμα 1.11).

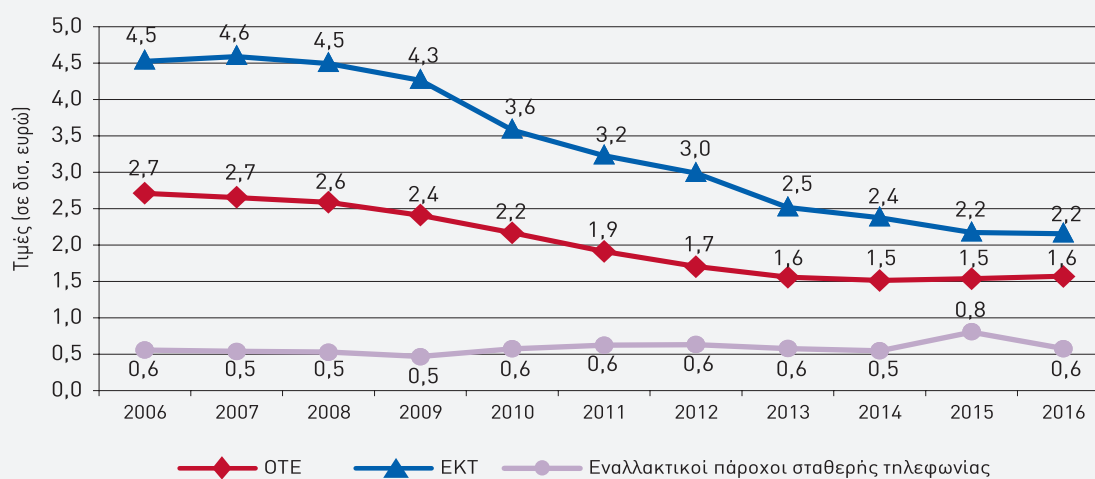
- Το σύνολο των επενδύσεων των παρόχων Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών (Διάγραμμα 1.12) παρουσιάζει θεαματική αύξηση κατά 69% και αντιστοιχεί στο 22,6% του συνολικού κύκλου εργασιών του κλάδου, γεγονός που οφείλεται κυρίως στις αυξημένες επενδύσεις σε σταθερά δίκτυα της VODAFONE (απορρόφηση HOL). Συνεπώς, οι επενδύσεις σε σταθερά δίκτυα για το 2016 αποτέλεσαν περίπου το 70% των συνολικών επενδύσεων και το υπόλοιπο 30% έχει επενδυθεί σε κινητά δίκτυα.
- Η πλειονότητα των επενδύσεων των παρόχων Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών για το 2016 (Διάγραμμα 1.13) πραγματοποιήθηκε στην τηλεπικοινωνιακή υποδομή και στην έρευνα και ανάπτυξη (π.χ. λογισμικό, νέες υπηρεσίες κ.λπ.).
- Η μεσοσταθμική μείωση που παρουσίασε ο κύκλος εργασιών την περίοδο 2010-2016 κυμάνθηκε στα ίδια περίπου επίπεδα με την αντίστοιχη της περιόδου 2010-2015 (-6,7% και -6,1%). Αντίθετα, οι επενδύσεις επέστρεψαν σε μεσοσταθμική αύξηση 1,1% (Διάγραμμα 1.14). Κατά συνέπεια, για την ίδια περίοδο, ο ΟΤΕ μπορεί μεσοσταθμικά να έχασε 6,3% των εσόδων του, ωστόσο σημείωσε αύξηση 5,7% στις επενδύσεις του.
- Για τις μεγαλύτερες εταιρίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, οι επενδύσεις συγκεντρώθηκαν μεταξύ του 5% και του 22% της αξίας των συνολικών εσόδων τους από υπηρεσίες Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών. Εξαιρεση αποτέλεσε η VODAFONE, το ποσοστό της οποίας λόγω της απορρόφησης της HOL εκτινάχθηκε περίπου στο 60%. (Διάγραμμα 1.15).
- Για τις μεγαλύτερες εταιρίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, τα κέρδη προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων (EBITDA) αυξήθηκαν κατά 2,8% σε σχέση με το 2015. Επισημαίνεται ότι, σε σχέση με το 2008 και λαμβάνοντας υπ' όψη αποτελέσματα συγχωνεύσεων και εξαγορών, ο δείκτης κερδοφορίας EBITDA φαίνεται να ανακάμπτει σταδιακά τα τελευταία χρόνια ανερχόμενος στο 1,3 δισ. ευρώ έναντι περίπου 2 δισ. ευρώ που ήταν το 2008 (Διάγραμμα 1.16).

Διάγραμμα 1.6: Κύκλος εργασιών παρόχων Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών



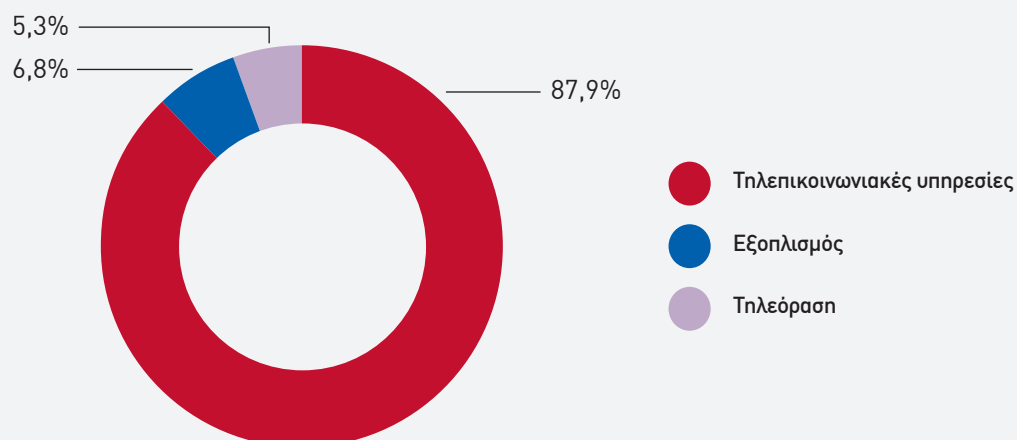
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.7: Κύκλος εργασιών εταιριών σταθερής & κινητής τηλεφωνίας



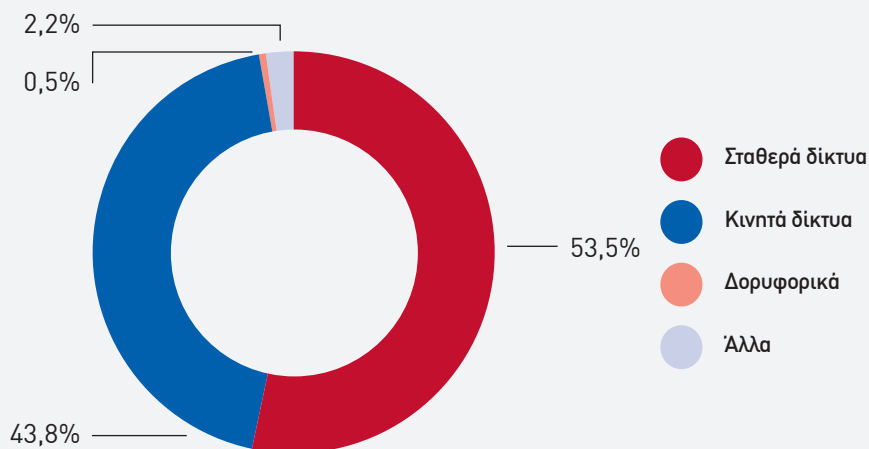
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.8: Ανάλυση κύκλου εργασιών



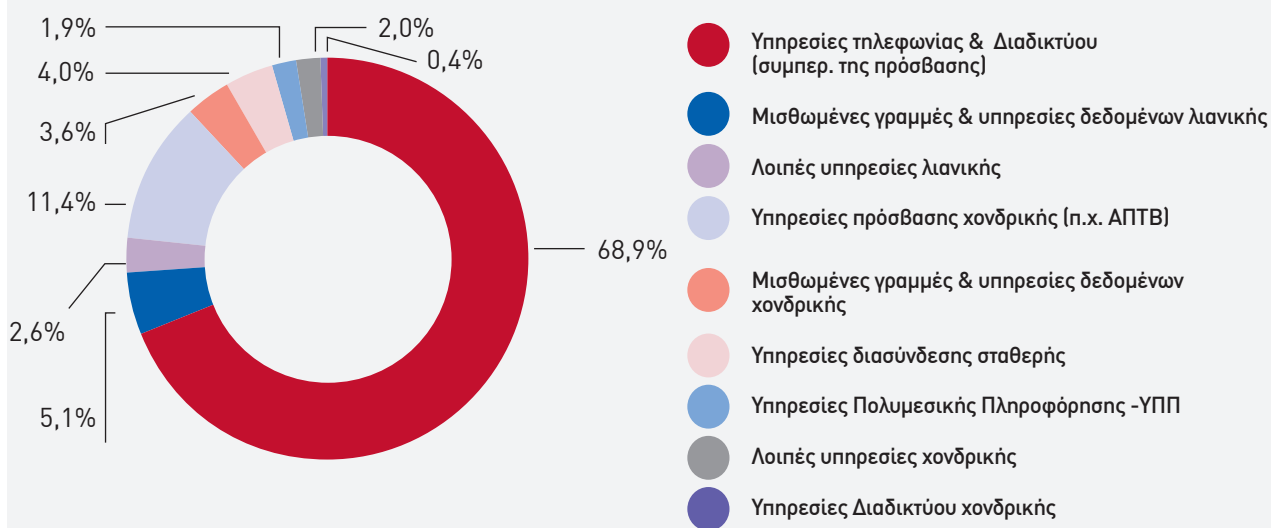
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.9: Ανάλυση τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών



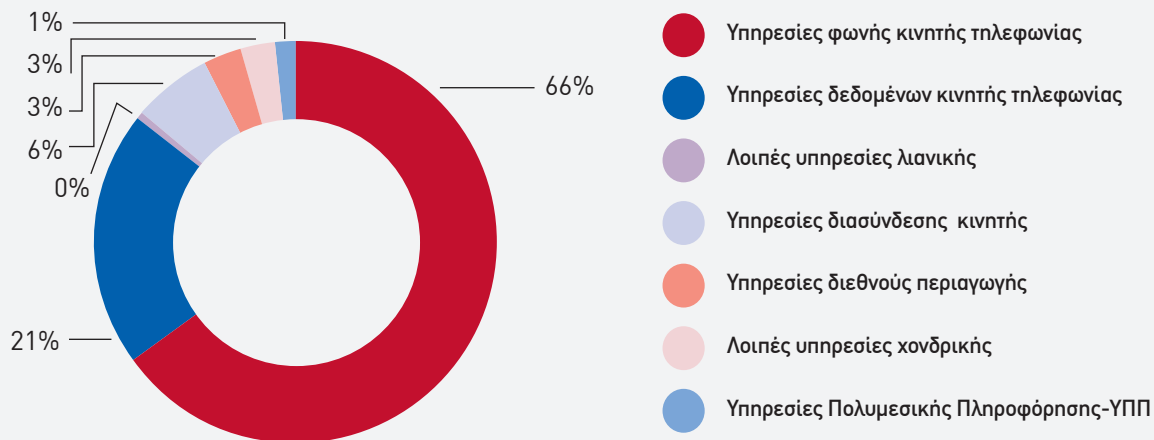
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.10: Ανάλυση εσόδων από σταθερά δίκτυα



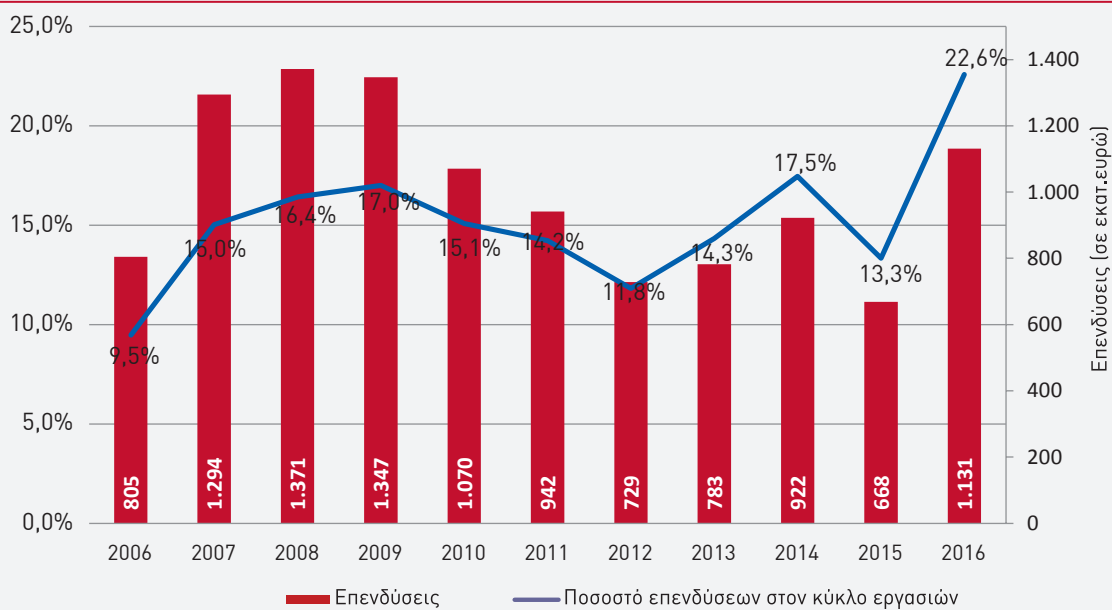
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.11: Ανάλυση εσόδων από κινητά δίκτυα



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.12: Επενδύσεις παρόχων Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών

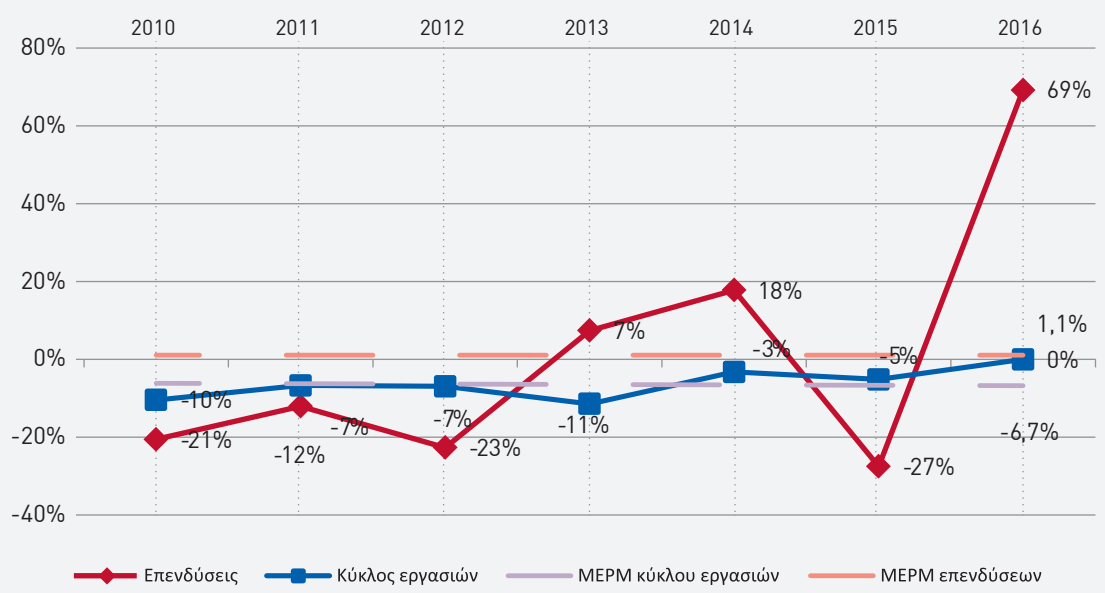


Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

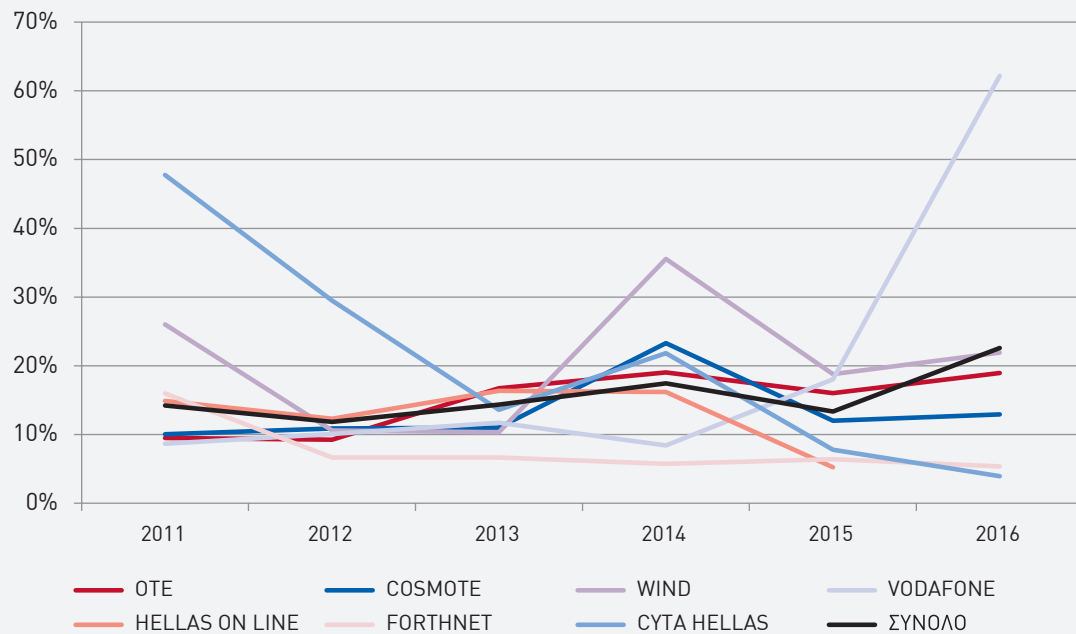
Διάγραμμα 1.13: Ανάλυση επενδύσεων παρόχων Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών για το 2016



Διάγραμμα 1.14: Ρυθμός μεταβολής επενδύσεων-κύκλου εργασιών

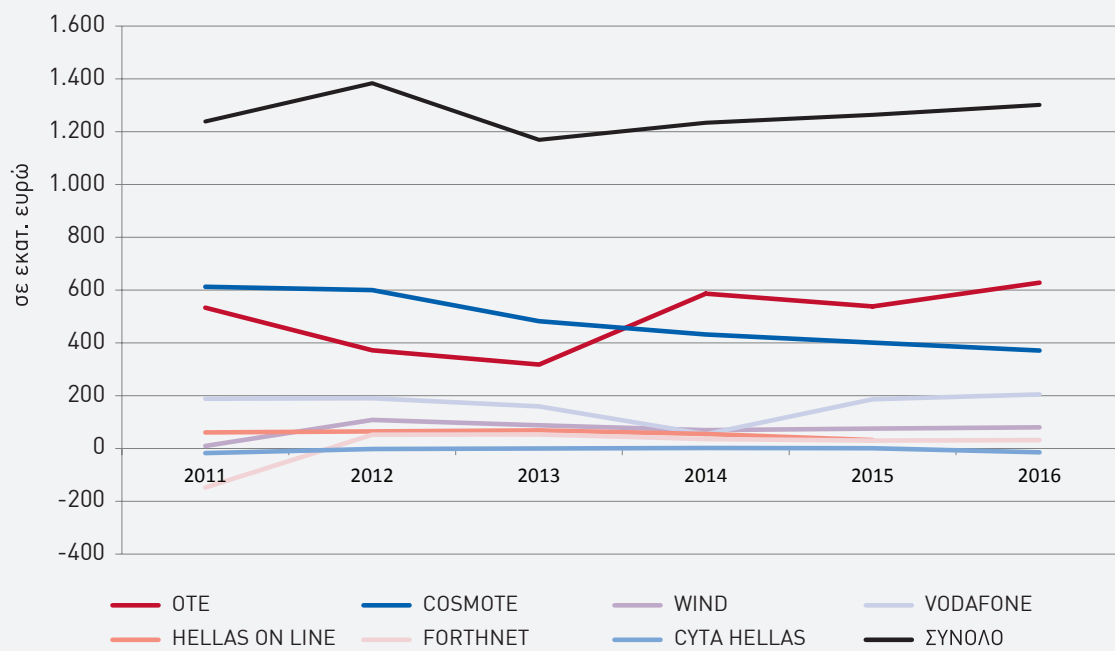


Διάγραμμα 1.15: Επενδύσεις προς κύκλο εργασιών



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.16: Κέρδη προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων (EBITDA)



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

1.2.2. Υπηρεσίες επικοινωνιών που παρέχονται σε σταθερή θέση⁵

Πρόσβαση και συνδρομές

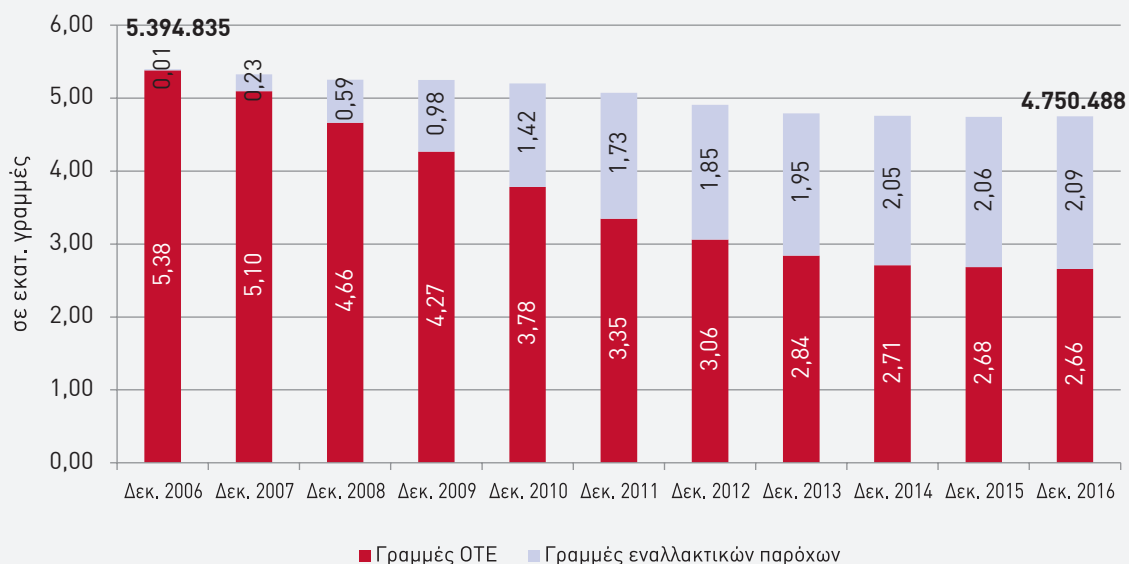
Το Δεκέμβριο του 2016 οι γραμμές πρόσβασης στο δημόσιο τηλεφωνικό δίκτυο σε σταθερή θέση ανήλθαν σε 4.750.488, ήτοι διείσδυση 44,1% στον πληθυσμό, έναντι 4.743.358 το Δεκέμβριο του 2015, σημειώνοντας για πρώτη φορά κατά την τελευταία δεκαετία μικρή αύξηση της τάξης του 0,15% σε σχέση με το προηγούμενο έτος (Διάγραμμα 1.17 και Πίνακας 1.3).

Ο αριθμός των τηλεφωνικών γραμμών του ΟΤΕ σημείωσε μείωση 26.467 γραμμών, αντίστοιχη

με εκείνη που είχε καταγράψει κατά το προηγούμενο έτος (μείωση 26.991 γραμμών κατά το 2015). Το μερίδιό του, στο τέλος του 2016 υποχώρησε σε 56% έναντι 56,6% στο τέλος του 2015. Αξίζει να σημειωθεί ότι, πλέον, το 23% των γραμμών του ΟΤΕ αφορά γραμμές Managed VoIP, ποσοστό ιδιαίτερα αυξημένο σε σχέση με το αντίστοιχο ποσοστό του προηγούμενου έτους (3% κατά το 2015), το οποίο αναμένεται να αυξηθεί περαιτέρω.

Οι τηλεφωνικές γραμμές των υπολοίπων παρόχων σημείωσαν νέα αύξηση (33.597 γραμμές κατά το 2016 έναντι της αύξησης 12.078 γραμμών κατά το 2015), καταλαμβάνοντας μερίδιο 44% έναντι 43,4% στο τέλος του 2015 (Διάγραμμα 1.18).

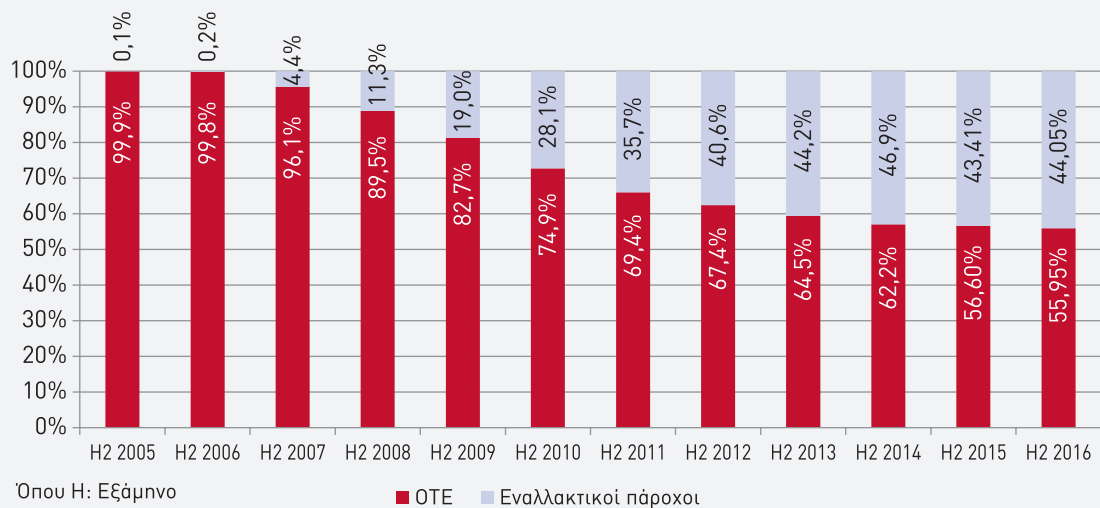
Διάγραμμα 1.17: Εξέλιξη τηλεφωνικών γραμμών



Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

5. Διευκρινίζεται ότι όλα τα στοιχεία που παρουσιάζονται αφορούν υπηρεσίες, οι οποίες παρέχονται σε συνδρομητές, οπότε και εξαιρούνται οι υπηρεσίες τηλεφωνίας που παρέχονται μέσω καρτών.

Διάγραμμα 1.18: Μεριδία αγοράς βάσει του συνολικού αριθμού τρόπων πρόσβασης (στο τέλος του εξαμήνου)



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Πίνακας 1.3: Εξέλιξη τηλεφωνικών γραμμών

	Γραμμές OTE					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	-	-	-	-	0	5.760.192
Δεκ. 2001	5.607.726	199.033	-	5.385	5.812.144	-	-	-	-	0	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
Δεκ. 2016	1.782.963	262.449	609.443	3.069	2.657.924	1.706.449	9.386	374.609	2.120	2.092.564	4.750.488

Πηγή: EETT

Λιανική εξερχόμενη κίνηση

Η κίνηση σταθερής τηλεφωνίας, σημείωσε κατά το 2016 πτώση της τάξης του 6% ανερχόμενη σε 16,5 δισ. λεπτά (Διάγραμμα 1.19), κυρίως λόγω της μείωσης της διάρκειας των εθνικών κλήσεων προς σταθερό καθώς και των διεθνών κλήσεων. Αύξηση για τρίτη συνεχόμενη χρονιά (3,2% κατά το 2016, 12,8% κατά το 2015 και 6,3% κατά το 2014) σημειώθηκε στη διάρκεια των εξερχόμενων κλήσεων από σταθερό προς κινητό, καθώς μεγαλώνει η συμπεριληψη των εν λόγω κλήσεων στον ενσωματωμένο χρόνο ομιλίας των προσφερόμενων πακέτων (Διαγράμματα 1.20 και 1.21). Σημειώνεται ότι κατά την τελευταία πενταετία η διάρκεια των βασικών τύπων κλήσεων αποτελεί το 98% της διάρκειας όλων των τύπων κλήσεων. Αναφορικά με την ποσοστιαία κατανομή των βασικών τύπων κλήσεων, το 83% αποδίδεται στις εθνικές κλήσεις προς σταθερό, το 14% στις κλήσεις προς κινητό και το υπόλοιπο 3% στις διεθνείς κλήσεις. Οι πληροφορίες για τη διαχρονική εξέλιξη της κίνησης ανά τύπο κλήσης παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.4.

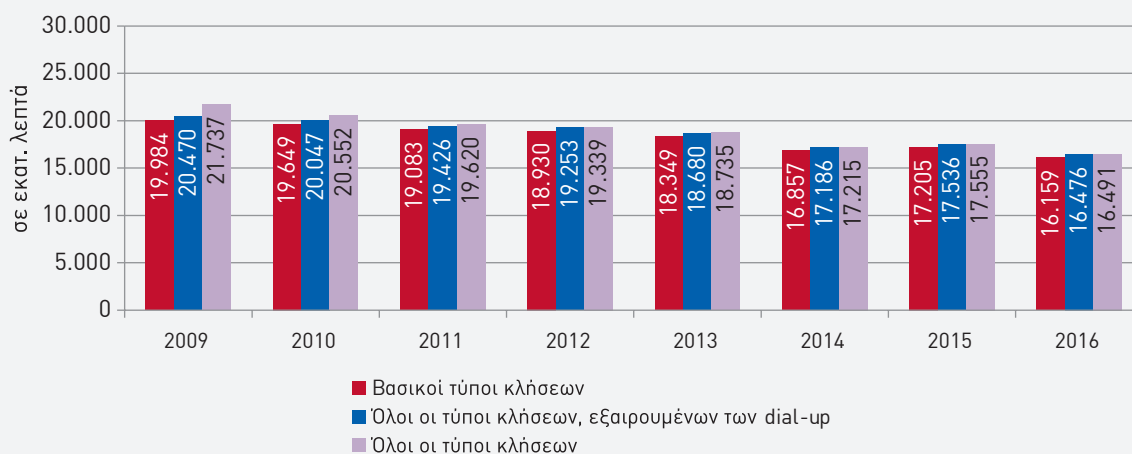
Το μερίδιο του ΟΤΕ βάσει της κίνησης, σημείωσε το 2016 ελαφρά μείωση, λιγότερο από μία ποσοστιαία μονάδα (συγκριτικά με το 2015) και υπο-

λογίζεται σε 45,2% για το σύνολο της κίνησης και σε 44,9% για την κίνηση των βασικών τύπων κλήσεων (Διάγραμμα 1.22). Το γεγονός αυτό οφείλεται, κυρίως, στο ότι, η αυξανόμενη κίνηση των υπολοίπων παρόχων από σταθερά προς κινητά τα τελευταία έτη συνεχίστηκε και το 2016, παρουσιάζοντας αύξηση 6% (Διάγραμμα 1.23).

Η εγχώρια αγορά των επικοινωνιών σε σταθερή θέση χαρακτηρίζεται από υψηλή συγκέντρωση, καθώς αθροιστικά το 99,5% των μεριδίων κατέχεται από τον ΟΤΕ και τέσσερις παρόχους, μετά την ολοκλήρωση της εξαγοράς της HELLAS ON LINE το 2016. Πρόκειται για τις εταιρίες: CYTA, FORTHNET, VODAFONE και WIND (Διάγραμμα 1.24).

Στο Διάγραμμα 1.25 παρουσιάζεται η διαχρονική κατανομή της συνολικής κίνησης (εξαιρουμένων των dial-up κλήσεων) μεταξύ του ΟΤΕ και των εναλλακτικών παρόχων. Όπως αναφέρθηκε ήδη, η κίνηση σταθερής τηλεφωνίας το 2016 παρουσίασε μείωση κατά 6% σε σχέση με το 2015, με τη μεγαλύτερη πτώση να την παρουσιάζει ο ΟΤΕ σε σχέση με τους εναλλακτικούς παρόχους (7,5% έναντι 4,8%). Ο μέσος χρόνος των βασικών τύπων κλήσεων στο 2016 ανήλθε κατά μέσο όρο σε 283,45 λεπτά ανά μήνα ανά σύνδεση.

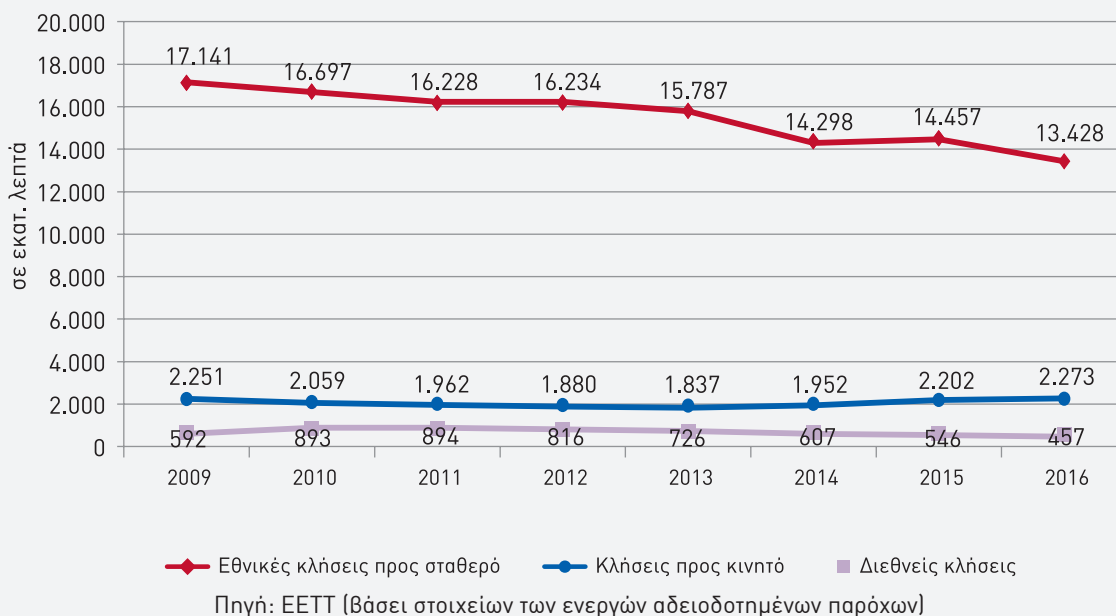
Διάγραμμα 1.19: Εξέλιξη εξερχόμενης κίνησης από σταθερό τηλέφωνο



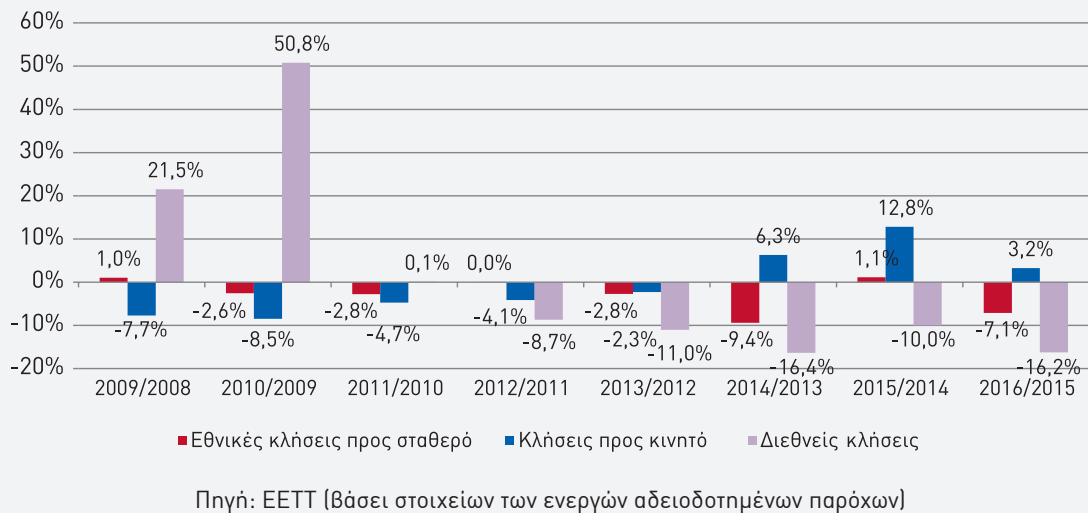
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Σημείωση: Οι βασικοί τύποι τηλεφωνικών κλήσεων περιλαμβάνουν τις εθνικές κλήσεις προς σταθερό (δηλ. τις αστικές και υπεραστικές κλήσεις), τις κλήσεις προς κινητό καθώς και τις διεθνείς κλήσεις.

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



Διάγραμμα 1.21: Ετήσια μεταβολή εξερχόμενης κίνησης από σταθερό τηλέφωνο



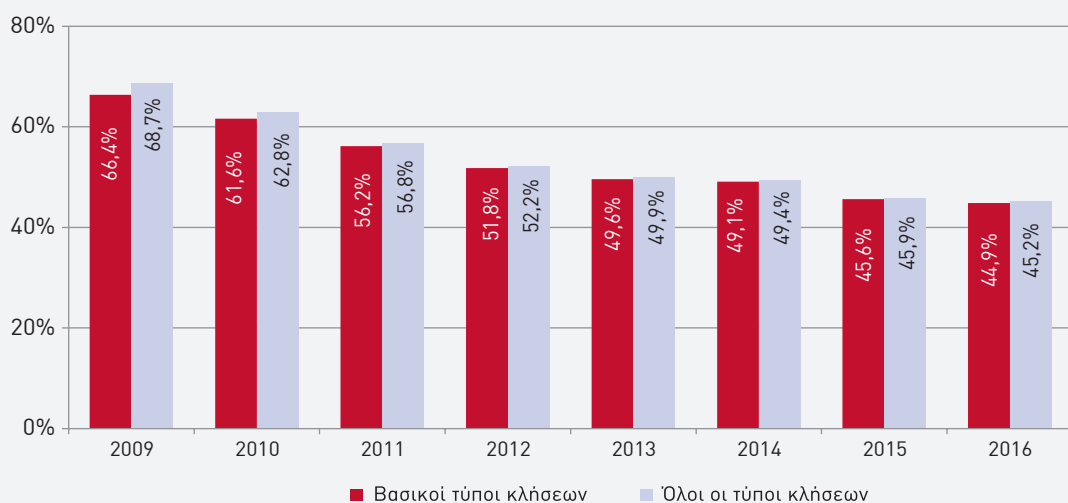
Πίνακας 1.4: Όγκος ανά τύπο κλήσης (σε εκατ. λεπτά)

	Τύπος κλήσης	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Βασικοί τύποι κλήσεων	Εθνικές κλήσεις προς σταθερό	17.141	16.697	16.228	16.234	15.787	14.298	14.457	13.428
	Κλήσεις προς κινητό	2.251	2.059	1.962	1.880	1.837	1.952	2.202	2.273
	Διεθνείς κλήσεις	592	893	894	816	726	607	546	457
Λοιποί τύποι κλήσεων	Dial-up κλήσεις	1.267	505	194	86	55	29	19	15
	Κλήσεις σε προσωπικούς αριθμούς (σειρά 70)	0,00	0,05	0,13	0,13	0,14	0,14	μη διαθέσιμο	μη διαθέσιμο
	Κλήσεις σε υπηρεσίες ατελούς χρέωσης (FreePhone - 800)	30	24	23	23	26	31	58	54
	Κλήσεις σε υπηρεσίες μεριζόμενου κόστους (Shared cost - 801)	158	77	52	35	33	31	0	0
	Κλήσεις σε υπηρεσίες σύντομων κωδικών (3-ψήφια, 4-ψήφια, 5-ψήφια) Βλ. Σημείωση 1	288	236	225	220	219	229	238	230
	Κλήσεις σε υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας Βλ. Σημείωση 2	10	61	43	45	53	37	35	34
Βασικοί τύποι κλήσεων		19.984	19.649	19.083	18.930	18.349	16.857	17.205	16.159
Όλοι οι τύποι κλήσεων, εξαιρουμένων των dial-up		20.470	20.047	19.426	19.253	18.680	17.186	17.536	16.476
Όλοι οι τύποι κλήσεων		21.737	20.552	19.620	19.339	18.735	17.215	17.555	16.491

Σημείωση 1: Μέχρι και το 2009 οι κλήσεις σε υπηρεσίες σύντομων κωδικών περιλαμβάνουν σύντομους κωδικούς για υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας. Από το 2010 και μετά, δεν τους περιλαμβάνουν.

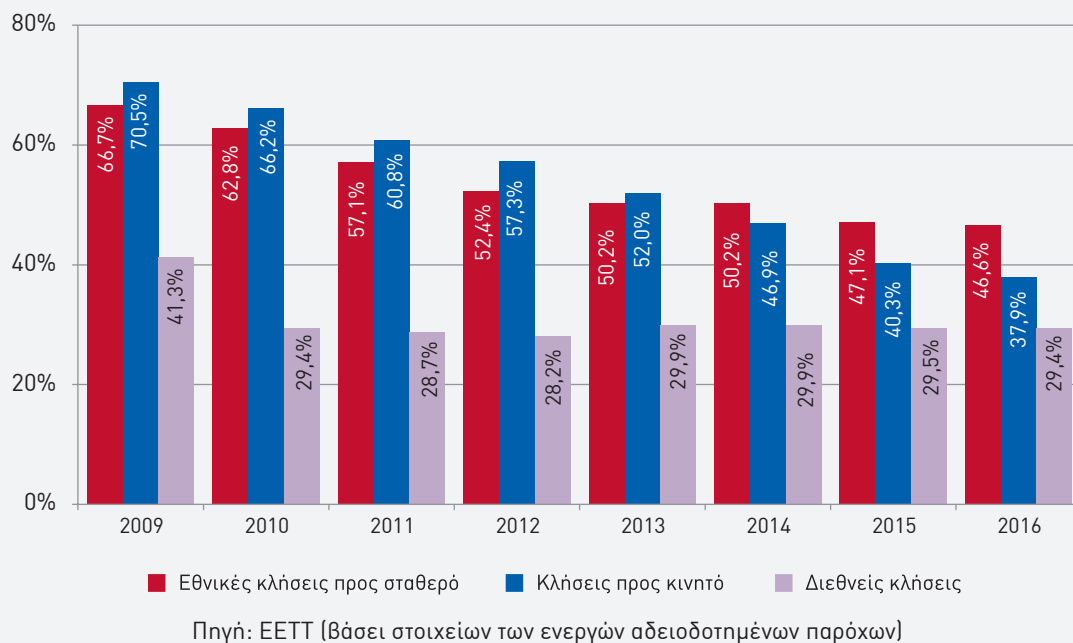
Σημείωση 2: Μέχρι και το 2009 οι κλήσεις σε υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας αναφέρονται μόνο στις κλήσεις 90. Από το 2010 και μετά αφορούν όλες τις υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, συμπεριλαμβανομένων των σύντομων κωδικών για υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας.

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

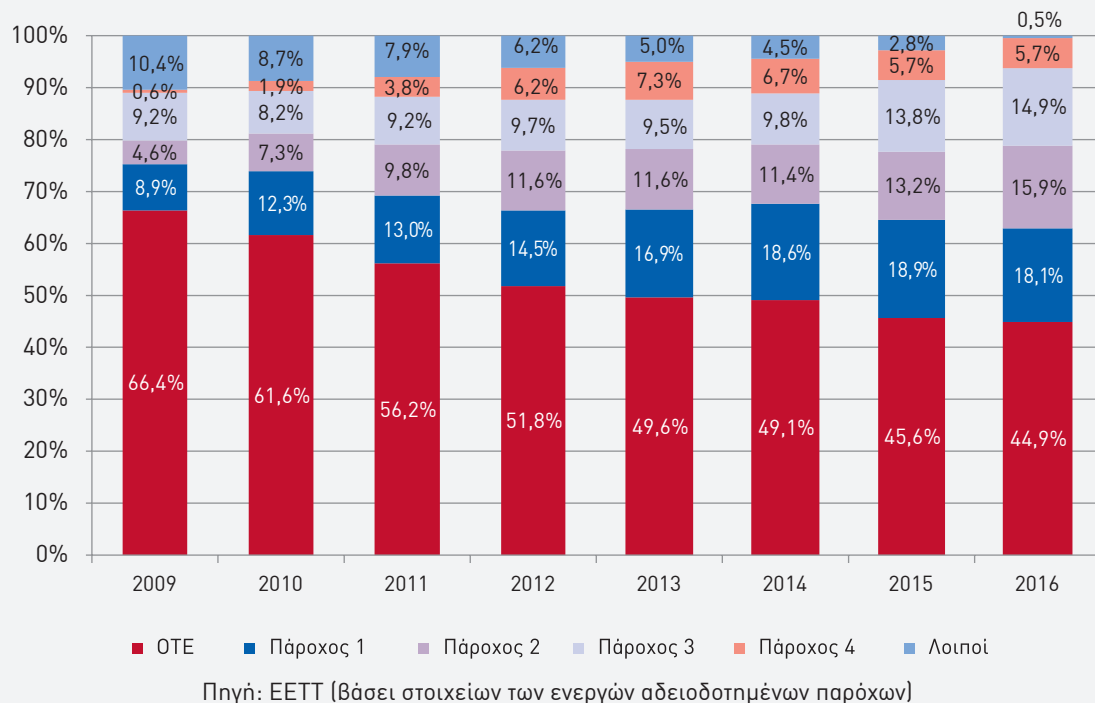


Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

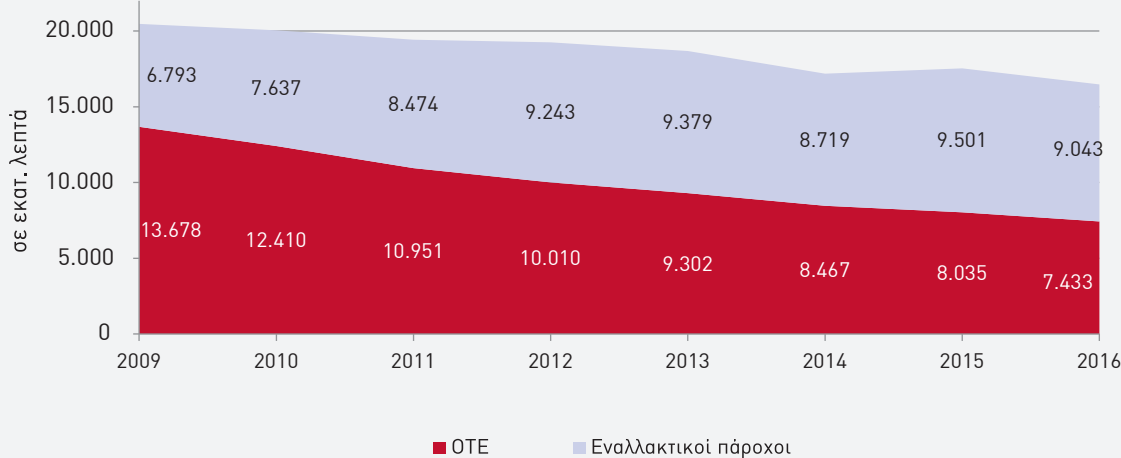
Διάγραμμα 1.23: Μεριδία αγοράς ΟΤΕ ανά βασικό τύπο κλήσης (βάσει της κίνησης)



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



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



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Λιανικά έσοδα από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση⁶

Το 2016 τα λιανικά έσοδα από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση ανήλθαν σε 1,41 δισ. ευρώ, σημειώνοντας ελαφρά αύξηση 0,4% σε σχέση με το 2015 (Διάγραμμα 1.26). Παρά το γεγονός ότι τα λιανικά έσοδα τηλεφωνίας σε σταθερή θέση μειώθηκαν κατά 23,3 εκατ. ευρώ, ήτοι κατά 2,1% συγκριτικά με το προηγούμενο έτος, τα έσοδα από τις υπηρεσίες Διαδικτύου σημείωσαν άνοδο κατά 9,7% σε σχέση με το 2015 και ανήλθαν σε 331,3 εκατ. ευρώ. Διευκρινίζεται αφενός ότι τα έσοδα που παρουσιάζονται είναι προ των αποδόσεων σε τρίτους παρόχους και αφετέρου ότι στα έσοδα τηλεφωνίας περιλαμβάνονται τα έσοδα πρόσβασης⁷ και τα έσοδα από την παροχή όλων των τύπων κλήσεων⁸.

Το μέσο μηνιαίο έσοδο από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση ανήλθε σε 24,75 ευρώ για το 2016, ενώ μόνο από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας σε σταθερή θέση ήταν 18,94 ευρώ. Το μέσο έσοδο ανά λεπτό εξερχόμενης κίνησης σε όλους τους τύπους κλήσεων έφθασε κατά μέσο όρο τα €0,065 το 2016.

Αθροιστικά το μερίδιο του ΟΤΕ βάσει των λιανικών εσόδων τηλεφωνίας και Διαδικτύου παρέμεινε σχετικά σταθερό (περίπου 61%) στο σύνολο της αγοράς

κατά τα τελευταία τέσσερα χρόνια (Διάγραμμα 1.27 & Πίνακας 1.5). Όπως και για το σύνολο της αγοράς, η μείωση στα λιανικά έσοδα τηλεφωνίας σε σταθερή θέση κατά 2,6% στο 2016, υπερκεράστηκε από την αύξηση στα έσοδα από υπηρεσίες Διαδικτύου κατά 11,8% σε σχέση με το 2015.

Τα μερίδια αγοράς των παρόχων υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση, όπως αυτά διαμορφώθηκαν στο τέλος του 2016, παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.5.

Πίνακας 1.5: Μερίδια αγοράς παρόχων υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση

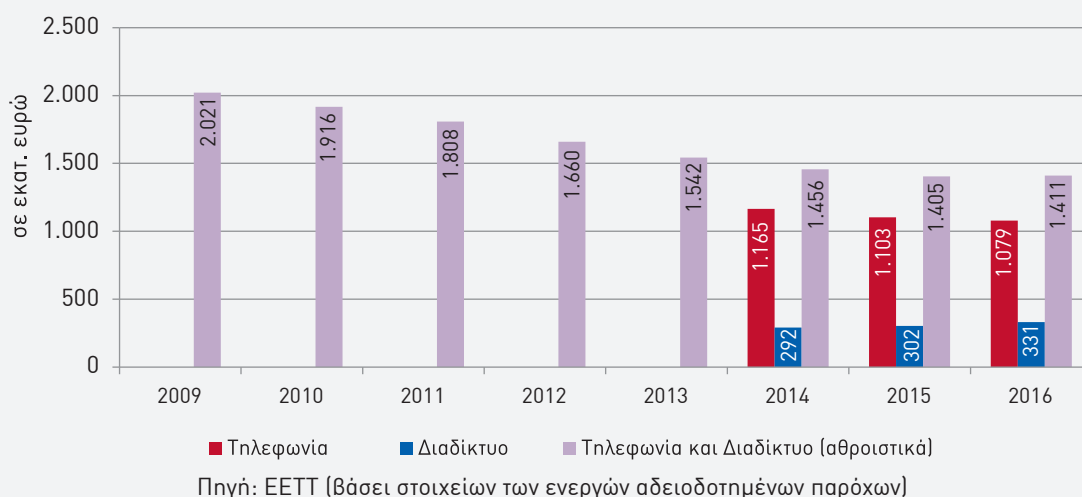
	Δεκ-16
ΟΤΕ	~61%
VODAFONE	10%-15%
FORTHNET	10%-15%
WIND	5%-10%
CYTA	5%-10%
Λοιποί	0%-5%

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

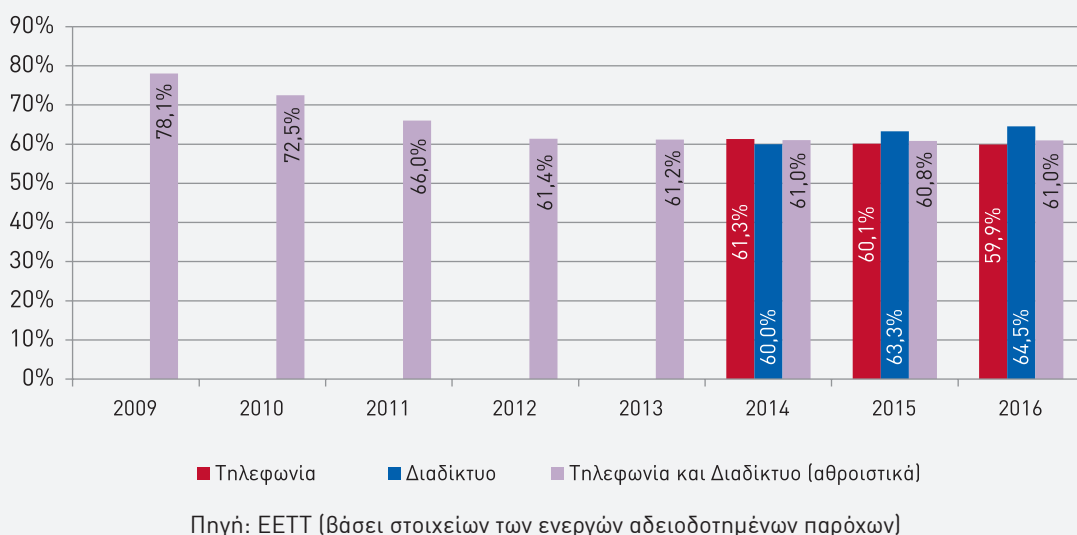
7. Σε αυτά περιλαμβάνονται τα έσοδα από αρχική σύνδεση/εγκατάσταση κ.λπ., τα μηνιαία πάγια για τη γραμμή πρόσβασης σε τηλεφωνικές υπηρεσίες και τα έσοδα από πρόσθετες διευκολύνσεις.

8. Σημειώνεται ότι τα στοιχεία που παρατίθενται και πιο συγκεκριμένα ο διαχωρισμός των εσόδων τηλεφωνίας και Διαδικτύου βασίζονται σε εκτιμήσεις εκ μέρους των περισσότερων παρόχων.

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



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

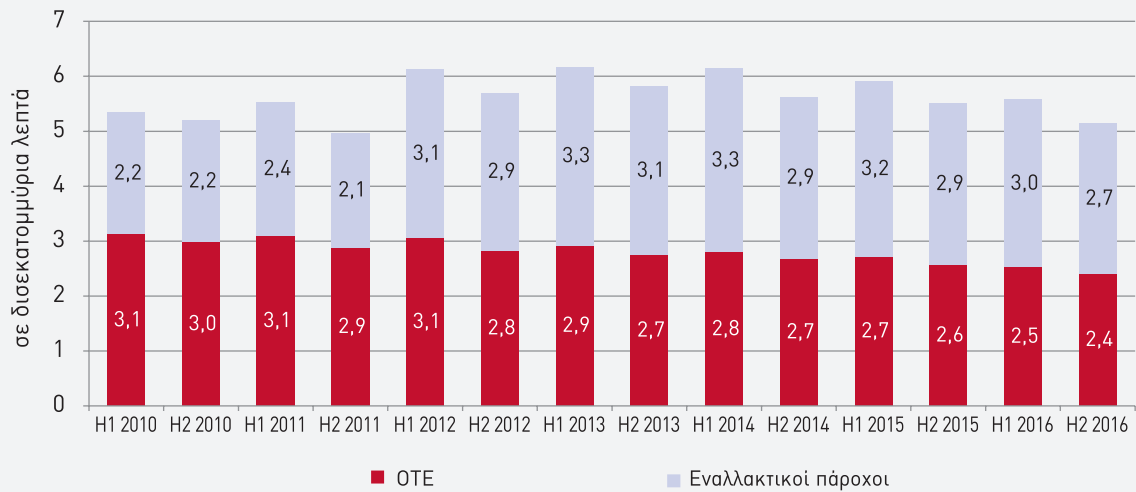


Διασύνδεση σταθερής τηλεφωνίας

Το 2016, ο τερματισμός κλήσεων (Διάγραμμα 1.28) ανήλθε στο τέλος του έτους στα 5,15 δισ. λεπτά, σημειώνοντας μείωση 7% σε σχέση με την αντιστοιχη περίοδο του 2015 (5,51 δισ. λεπτά). Κατά την τελευταία πενταετία, η κίνηση τερματισμού στα δίκτυα σταθερής τηλεφωνίας των εναλλακτικών παρόχων ήταν μεγαλύτερη από την κίνηση τερματισμού στο δίκτυο του ΟΤΕ. Η κίνηση τερματισμού κλήσεων

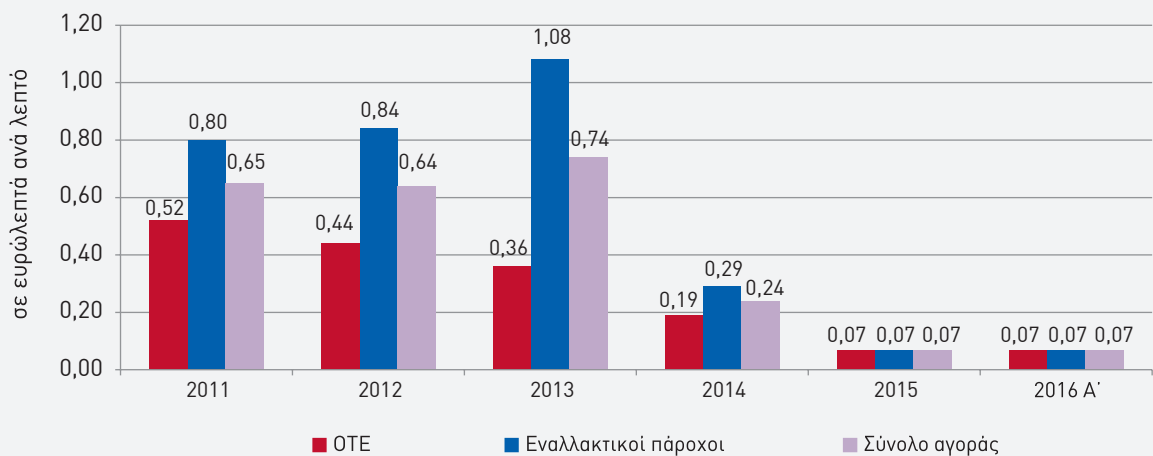
σε δίκτυα σταθερής τηλεφωνίας παρουσίασε στο σύνολό της ελαφρά πτώση κατά τα τελευταία έτη. Την τελευταία διετία υφίστανται συμμετρικά τέλη τερματισμού για όλους τους παρόχους σταθερής τηλεφωνίας (Διάγραμμα 1.29).

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



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.29: Πραγματικά τέλη διασύνδεσης (2016)



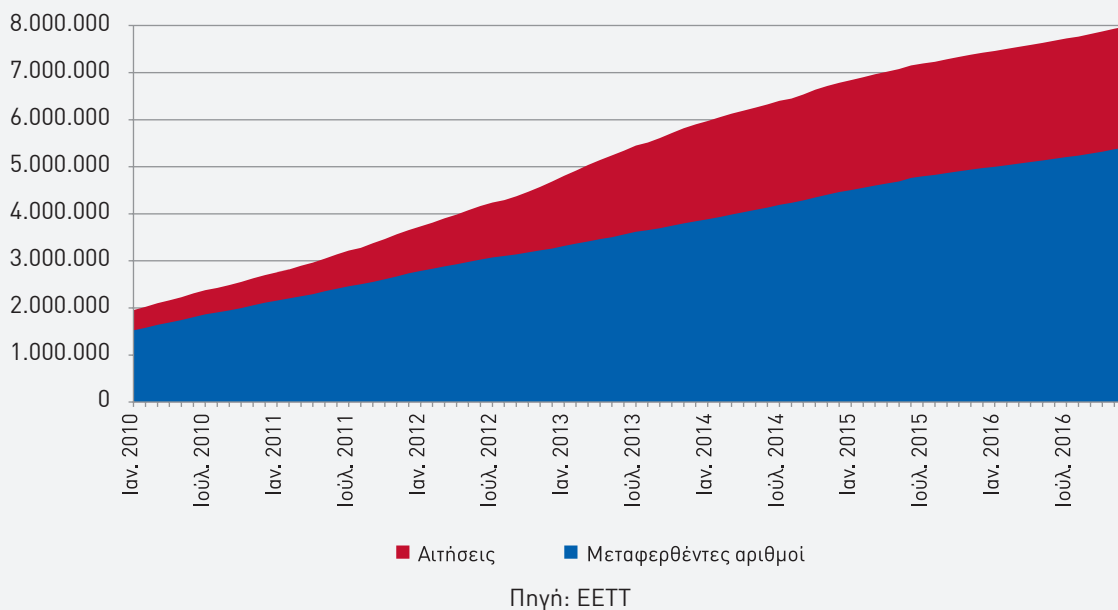
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Φορητότητα αριθμών σταθερής τηλεφωνίας

Στη διάρκεια του 2016, υποβλήθηκαν 590.908 αιτήσεις έναντι 639.865 αιτήσεων το 2015, καταγράφοντας εκ νέου μείωση κατά 12,3%. Αντίστοιχα, το 2016 μεταφέρθηκαν 440.061 αριθμοί έχοντας μει-

ωθεί κατά 13,7% σε σχέση με το 2015 (Διάγραμμα 1.30). Επομένως, οι μεταφορές ολοκληρώνονται για περίπου 80% από τα αρχικά αιτήματα φορητότητας.

Διάγραμμα 1.30: Φορτιτότητα αριθμών στη σταθερή τηλεφωνία



1.2.3.Κινητές επικοινωνίες

Συνδέσεις

Οι συνδέσεις κινητής τηλεφωνίας⁹ στο τέλος του 2016 παρουσίασαν μικρή αύξηση ως προς τον συνολικό αριθμό συνδέσεων, με τον αριθμό των ενεργών συνδέσεων¹⁰ να παραμένει σταθερός σε σχέση με το 2015. Ο συνολικός αριθμός συνδέσεων, στο τέλος του 2016, διαμορφώθηκε στα 15,9 έναντι 15,4 εκατ. συνδέσεις στο τέλος του 2015, αυξανόμενος κατά 3,8%. (Πίνακας 1.6. και Διάγραμμα 1.31).

Τόσο οι συνδέσεις συμβολαίου όσο και οι εγγεγραμμένες συνδέσεις καρτοκινητής παρέμειναν περίπου στα ίδια επίπεδα με το τέλος του 2015 (4,2 εκατ. οι συνδρομητές συμβολαίου και 11,7 εκατ. οι εγγεγραμμένοι της καρτοκινητής) (Διάγραμμα 1.32). Μικρή αύξηση παρουσίασε ο αριθμός των εγγεγραμμένων συνδέσεων καρτοκινητής κατά 5%, ήτοι από 11,1 εκατ. στο τέλος του 2015 σε 11,7 εκατ. στο τέλος του 2016 (Διάγραμμα 1.32 και Πίνακας 1.7).

Οι οικιακοί χρήστες αυξήθηκαν κατά 4% ανερχόμενοι στα 14,7 εκατ. ενώ οι επαγγελματίες χρήστες παρουσιάζουν διαχρονική σταθερότητα κυμαινό-

Πίνακας 1.6: Συνολικές και ενεργές συνδέσεις κινητής τηλεφωνίας (χωρίς datacards)

Συνδέσεις	Εγγεγραμμένες	Ενεργές
Δεκ. 2006	13.874.674	11.097.515
Δεκ. 2007	16.226.675	12.294.912
Δεκ. 2008	18.918.092	13.799.340
Δεκ. 2009	20.298.102	13.295.093
Δεκ. 2010	14.815.705	12.292.716
Δεκ. 2011	14.557.672	12.127.985
Δεκ. 2012	15.151.742	12.897.306
Δεκ. 2013	15.722.476	12.518.645
Δεκ. 2014	15.473.683	12.144.598
Δεκ. 2015	15.353.553	12.566.650
Δεκ. 2016	15.934.294	12.538.927

Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων ΕΚΤ)

9. Χρησιμοποιείται ο όρος «σύνδεση» ή «συνδρομή» αντί του «συνδρομητή». Δεν αποτυπώνεται ο αριθμός των συνδρομητών ως φυσικά πρόσωπα ή οντότητες, αλλά οι συνολικές συνδέσεις/συνδρομές, καθώς ένας συνδρομητής είναι δυνατό να έχει μία ή και περισσότερες συνδρομές/συνδέσεις.

10. Ως «ενεργές συνδέσεις» ή «ενεργές συνδρομές» ορίζονται οι συνδέσεις/συνδρομές που έχουν προκαλέσει τη δημιουργία λιανικού ή χονδρικού εσόδου και κίνηση, τους προηγούμενους τρεις μήνες.

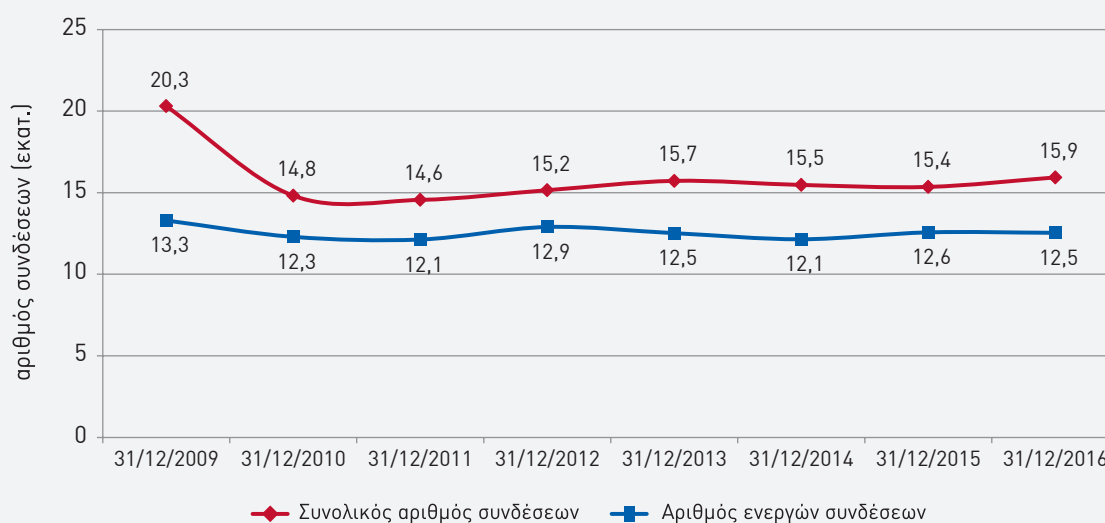
μενοι περίπου στα 1,25 εκατ. (Πίνακας 1.8 και Διάγραμμα 1.33).

Τα μερίδια των ΕΚΤ ως προς τον συνολικό αριθμό συνδέσεων των ΕΚΤ παρέμειναν σταθερά στο τέλος του 2016. Τα μερίδια της COSMOTE και της VODAFONE παρουσίασαν μικρή αύξηση ανερχόμενα σε 45,6% και 35,3% αντίστοιχα, έναντι 45,2% και 35,1% που ήταν στο τέλος του 2015. Το μερίδιο της WIND μειώθηκε στο 18,7% έναντι 19,5% που ήταν το 2015 (Πίνακας 1.9 και Διάγραμμα 1.34). Ως προς

τις ενεργές συνδέσεις¹¹, το μερίδιο της COSMOTE βρίσκεται στο εύρος [45%-55%] με τη VODAFONE να ακολουθεί με εύρος [25%-35%] (Πίνακας 1.10).

Η διείσδυση των ενεργών συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας στον πληθυσμό της Ελλάδας, στο τέλος του 2016 ανήλθε στο 117%, ελαφρώς αυξημένη σε σχέση με το 116% που ήταν στο τέλος του 2015. Αντίστοιχα, στο σύνολο των συνδέσεων η διείσδυση ανήλθε στο 148% (έναντι 142% το 2015) (Πίνακας 1.11).

Διάγραμμα 1.31: Συνδέσεις/συνδρομές κινητής τηλεφωνίας (2009-2016)



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Πίνακας 1.7: Συνολικές συνδέσεις συμβολαίου και καρτοκινητής

Συνδέσεις	Δεκ. 2009	Δεκ. 2010	Δεκ. 2011	Δεκ. 2012	Δεκ. 2013	Δεκ. 2014	Δεκ. 2015	Δεκ. 2016
Συμβολαίου	4.583.091	4.509.815	4.375.606	4.381.879	4.278.843	4.216.579	4.211.675	4.219.022
Καρτοκινητής (εγγεγραμμένες)	15.715.011	10.305.890	10.182.066	10.769.863	11.443.633	11.257.104	11.141.878	11.715.272

Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

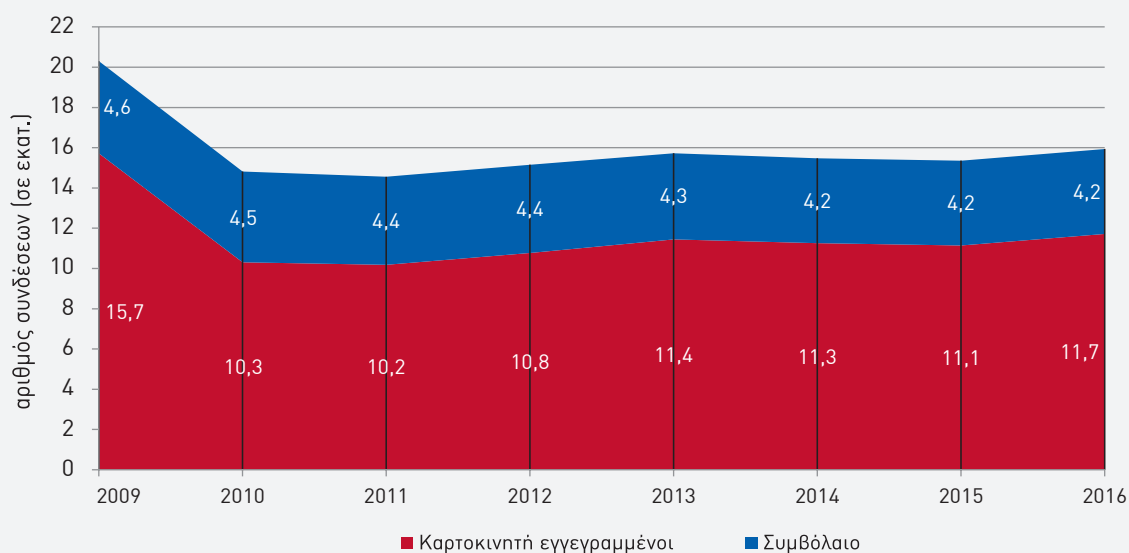
11. Το πλήθος των ενεργών συνδέσεων καθώς και τα μερίδια που προκύπτουν αποτελούν εμπιστευτικά στοιχεία και παρουσιάζονται με τη μορφή εύρους.

Πίνακας 1.8: Συνολικές συνδέσεις οικιακών και επαγγελματιών χρηστών συμβολαίου και καρτοκινητής

Συνδέσεις	Δεκ. 2009	Δεκ. 2010	Δεκ. 2011	Δεκ. 2012	Δεκ. 2013	Δεκ. 2014	Δεκ. 2015	Δεκ. 2016
Οικιακοί	18.906.617	13.436.394	13.233.823	13.876.910	14.497.186	14.254.880	14.118.156	14.682.583
Επαγγελματίες	1.391.485	1.379.311	1.323.849	1.274.537	1.225.290	1.218.803	1.235.397	1.251.711

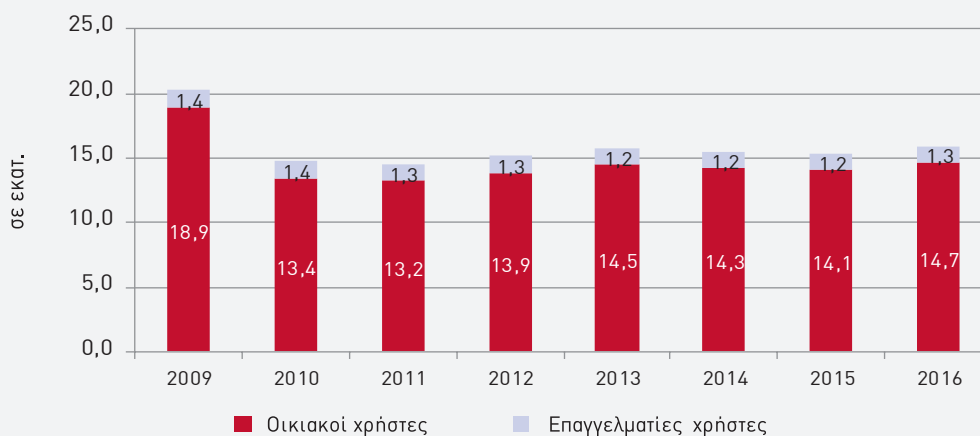
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.32: Εξέλιξη αριθμού συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας (καρτοκινητή και συμβόλαιο)



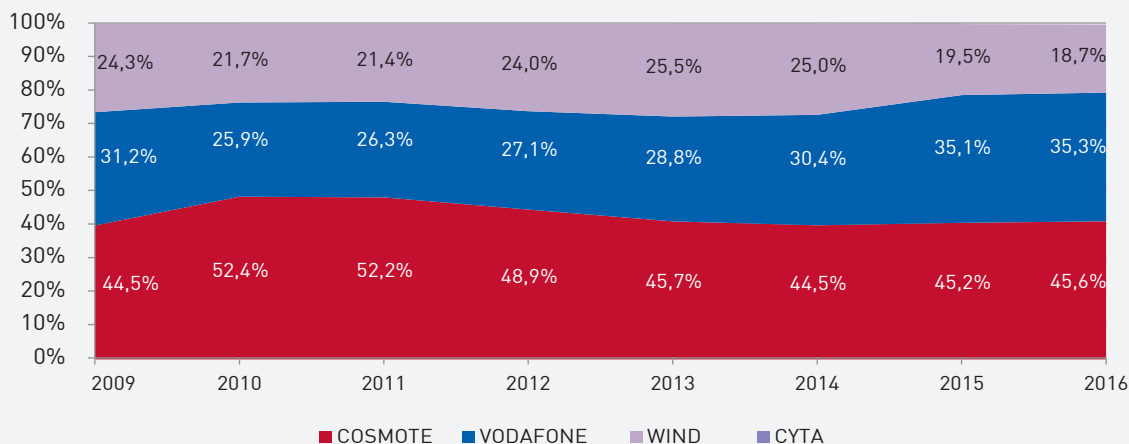
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.33. Εξέλιξη αριθμού συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας (οικιακοί-επαγγελματίες)



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.34: Μερίδια ΕΚΤ στον αριθμό συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας (2009-2016)



Πηγή: ΕΕΤΤ (Βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Πίνακας 1.9: Μερίδια ΕΚΤ ως προς τις εγγεγραμμένες συνδέσεις (2007-2016)

	Δεκ. 2007	Δεκ. 2008	Δεκ. 2009	Δεκ. 2010	Δεκ. 2011	Δεκ. 2012	Δεκ. 2013	Δεκ. 2014	Δεκ. 2015	Δεκ. 2016
COSMOTE	38,6%	41,7%	44,5%	52,4%	52,2%	48,9%	45,7%	44,5%	45,2%	45,6%
CYTA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	0,3%
VODAFONE	33,5%	30,8%	31,2%	25,9%	26,3%	27,1%	28,8%	30,4%	35,1%	35,3%
WIND	27,9%	27,5%	24,3%	21,7%	21,4%	24,0%	25,5%	25,0%	19,5%	18,7%

Πηγή: ΕΕΤΤ (Βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Πίνακας 1.10: Μερίδια ΕΚΤ ως προς τις ενεργές συνδέσεις (2007-2016)

	Δεκ. 2007	Δεκ. 2008	Δεκ. 2009	Δεκ. 2010	Δεκ. 2011	Δεκ. 2012	Δεκ. 2013	Δεκ. 2014	Δεκ. 2015	Δεκ. 2016
COSMOTE	35%-45%	35%-45%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%
CYTA	-	-	-	-	-	-	-	0%-5%	0%-5%	0%-5%
VODAFONE	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%
WIND	25%-35%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%

Πηγή: ΕΕΤΤ (Βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Πίνακας 1.11: Διείσδυση συνδέσεων στον πληθυσμό (2006-2016)

Διείσδυση	Δεκ. 2007	Δεκ. 2008	Δεκ. 2009	Δεκ. 2010	Δεκ. 2011	Δεκ. 2012	Δεκ. 2013	Δεκ. 2014	Δεκ. 2015	Δεκ. 2016
Εγγεγραμμένοι	146%	169%	181%	132%	131%	137%	143%	142%	142%	148%
Ενεργοί	110%	123%	119%	110%	109%	116%	114%	111%	116%	117%

Πηγή: ΕΕΤΤ (Βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Χρήση των δικτύων κινητής τηλεφωνίας

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

Φωνητικές κλήσεις

- Ο όγκος φωνητικών κλήσεων το 2016 διαμορφώθηκε στα 25,6 δισ. λεπτά, παρουσιάζοντας μείωση κατά 1% σε σχέση με το 2015 (25,9 δισ. λεπτά) (Διάγραμμα 1.35).
- Ο μεγαλύτερος όγκος των κλήσεων πραγματοποιήθηκε σε κινητά εντός του ίδιου δικτύου/εταιρίας κινητής τηλεφωνίας (on-net), παρουσιάζοντας ωστόσο μείωση, από 16,7 σε 16 δισ. λεπτά και αποτέλεσε το 62% του συνολικού όγκου φωνητικών κλήσεων, έναντι 65% το 2015 (Διάγραμμα 1.36).
- Ανοδικά κινήθηκαν οι κλήσεις προς κινητά εκτός δικτύου (off-net) παρουσιάζοντας αύξηση 12,8% σε σχέση με το 2015 (από 6,3 σε 7,2 δισ. λεπτά). Μειωμένες κατά 4,1% εμφανίστηκαν οι κλήσεις από κινητά προς σταθερά (από 2,3 σε 2,2 δισ. λεπτά).
- Μείωση κατά 41% παρουσίασαν οι κλήσεις από κινητά προς διεθνείς προορισμούς (Διάγραμμα 1.37).

Το Διάγραμμα 1.38 παρουσιάζει τον όγκο φωνητικών κλήσεων ανά κατηγορία συνδρομητή. Ο μεγαλύτερος όγκος των φωνητικών κλήσεων εξακολούθησε να πραγματοποιείται από τους συνδρομητές καρτοκινητής σε ποσοστό 46,9% του συνόλου των κλήσεων, ακολουθούν οι οικιακοί χρήστες με συμ-

βόλαιο (ποσοστό 37,6%) και οι εταιρικοί χρήστες με συμβόλαιο (ποσοστό 15,5%). Έχοντας ως βάση την πραγματοποιηθείσα κίνηση, η μέση μηνιαία διάρκεια κλήσης για έναν οικιακό χρήστη με συμβόλαιο ανήλθε σε περίπου 248 λεπτά προς κινητά και 27 λεπτά σε σταθερά, για έναν επαγγελματία χρήστη τα αντίστοιχα στοιχεία είναι 277 λεπτά προς κινητά και 86 λεπτά σε σταθερά, ενώ τέλος, ένας συνδρομητής καρτοκινητής μίλησε κατά μέσο όρο το μήνα 113 λεπτά προς κινητά και επτά λεπτά προς σταθερά

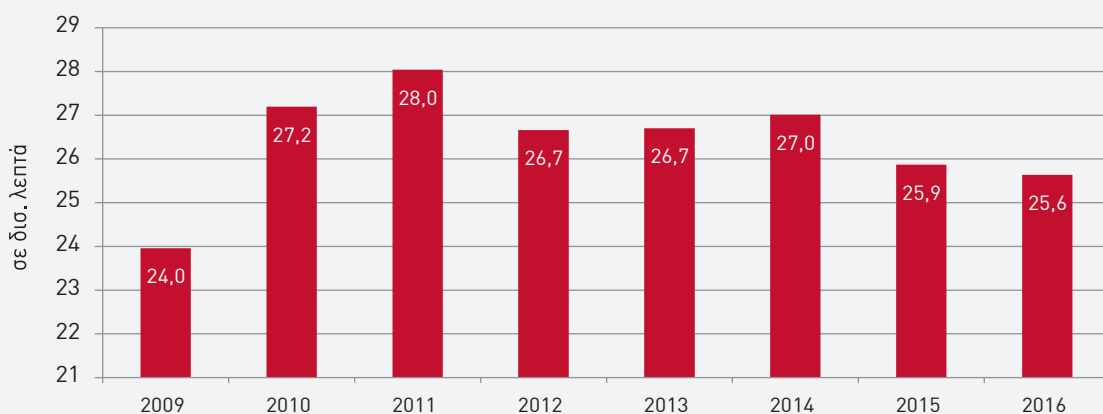
Σύντομα Γραπτά Μηνύματα (SMS)

- Ο συνολικός αριθμός των σύντομων γραπτών μηνυμάτων (SMS) παρουσίασε -για άλλη μια χρονιά- μείωση κατά 20% (2,9 έναντι 3,7 δισ. μηνύματα το 2015) (Διάγραμμα 1.39).
- Η συντριπτική πλειονότητα των SMS διακινήθηκε και το 2016 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).
- Τα SMS από χρήστες καρτοκινητής εμφάνισαν τη μεγαλύτερη μείωση κατά 31% ανερχόμενα σε 1,4 δισ. μηνύματα το 2016 έναντι 2 δισ. το 2015 (Διάγραμμα 1.40).
- Ένας οικιακός χρήστης με συμβόλαιο έστειλε κατά μέσο όρο το μήνα 36 SMS, έπεται ο επαγγελματίας χρήστης με 23 και τέλος, ο συνδρομητής καρτοκινητής με 14 SMS.

Μηνύματα Multimedia (MMS)

- Μείωση 9,4% παρουσίασαν τα μηνύματα πολυμέσων (MMS), τα οποία ανήλθαν, στο τέλος του 2016 σε 13,5 εκατ. από 15 εκατ. το 2015 (Διάγραμμα 1.41).

Διάγραμμα 1.35: Φωνητικές κλήσεις που εκκινούν από κινητό τηλέφωνο



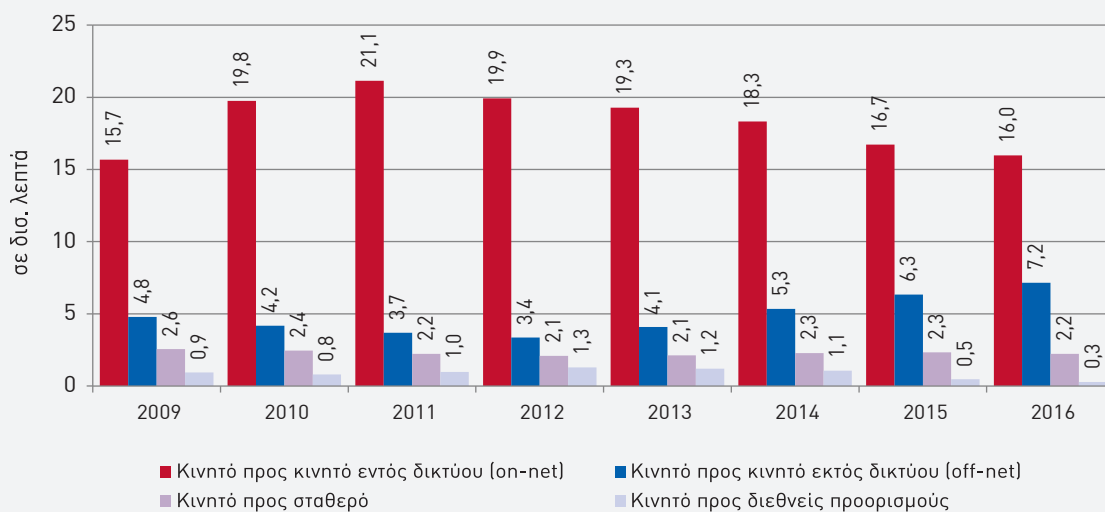
Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Υπηρεσία δεδομένων (data) ¹²

- Η υπηρεσία δεδομένων μέσω δικτύων κινητής τηλεφωνίας, παρουσίασε αύξηση κατά 48% το 2016, φθάνοντας τα 46 δις. (Διάγραμμα 1.42).
- Η πλειονότητα των δεδομένων διακινήθηκαν το 2016 μέσα από συσκευές κινητής τηλεφωνίας σε ποσοστό 84%, ενώ το υπόλοιπο 16% μέσω άλλων φορητών συσκευών με χρήση κάρτας αφιερωμένης σε πρόσβαση υπηρεσιών δεδομένων (datacards).

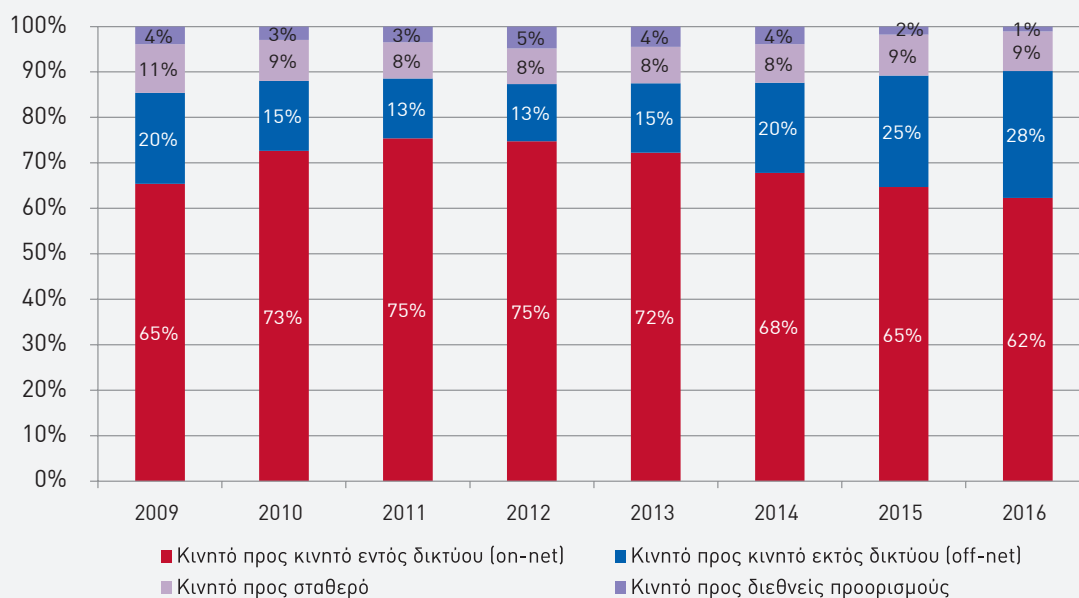
- Ένας οικιακός χρήστης με συμβόλαιο χρησιμοποίησε κατά μέσο όρο το μήνα 496 MB, έπειτα ο επαγγελματίας χρήστης με 379 MB και τέλος, ο συνδρομητής καρτοκινητής με 238 MB.

Διάγραμμα 1.36: Φωνητικές κλήσεις ανά κατηγορία



Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

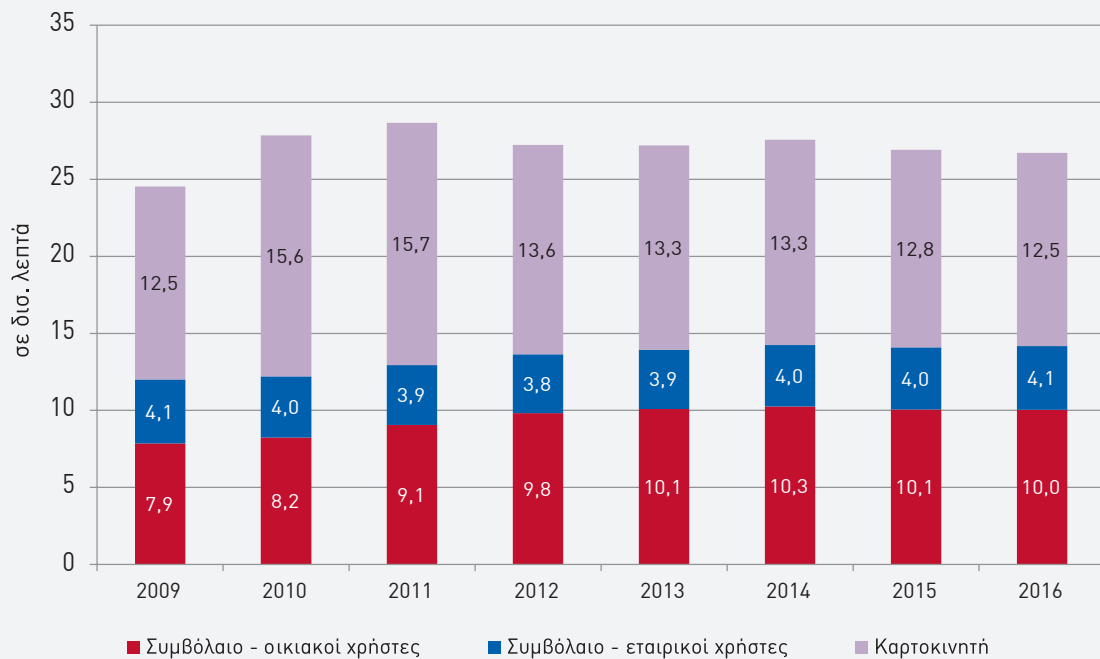
Διάγραμμα 1.37: Φωνητικές κλήσεις ανά κατηγορία ως ποσοστό επί του συνόλου



Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

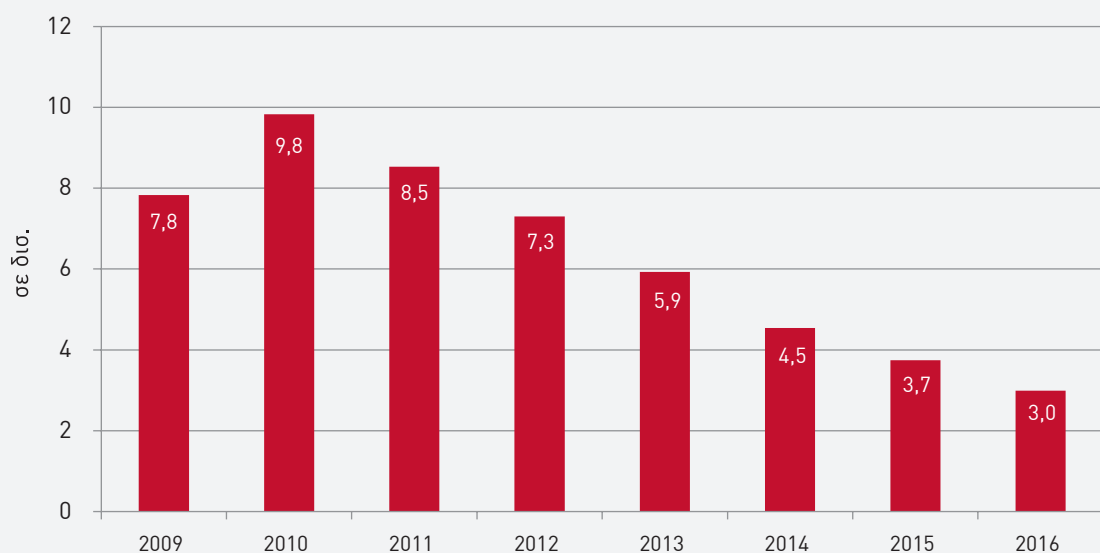
12. Σημειώνεται ότι μέχρι και το 2012 δεν υπήρχε η δυνατότητα ξεχωριστής αποτύπωσης χρήσης δεδομένων μέσω κινητού τηλεφώνου ή datacards.

Διάγραμμα 1.38: Φωνητικές κλήσεις ανά κατηγορία χρήστη



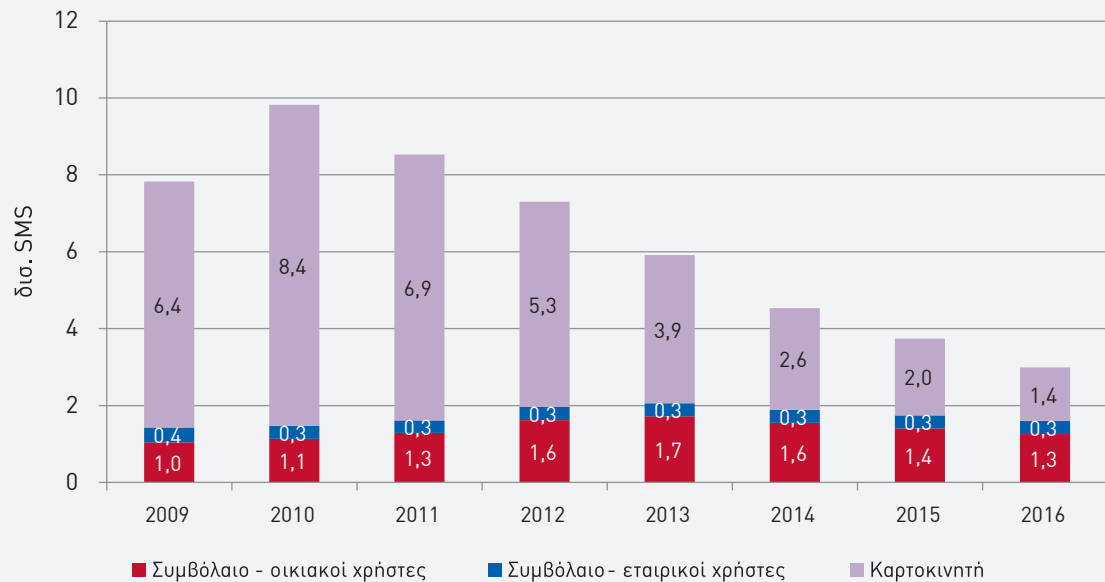
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.39: Συνολικός αριθμός SMS (2009-2016)



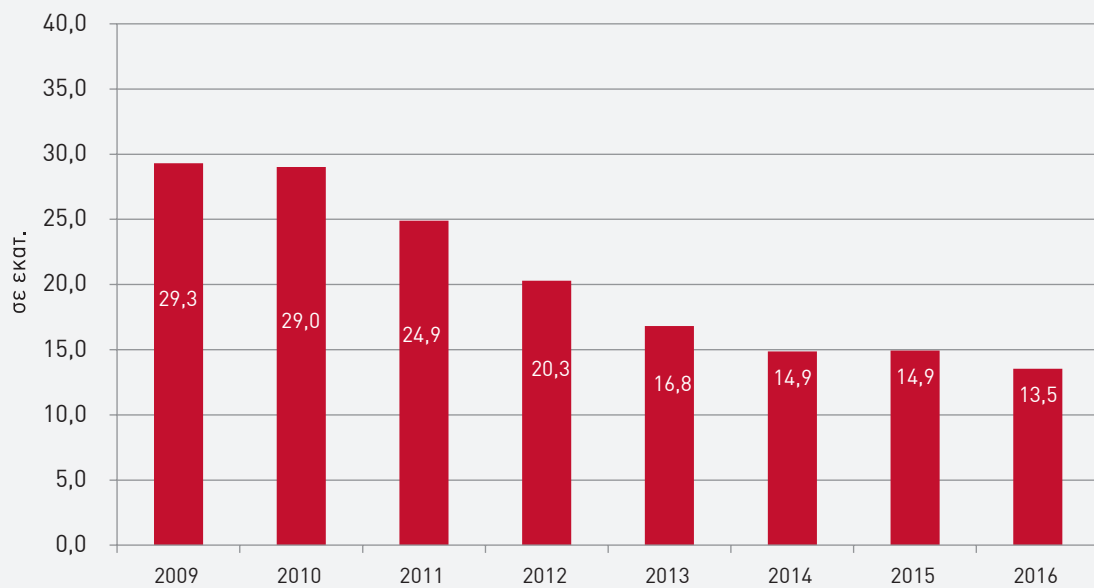
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.40: Αριθμός SMS ανά κατηγορία χρήστη



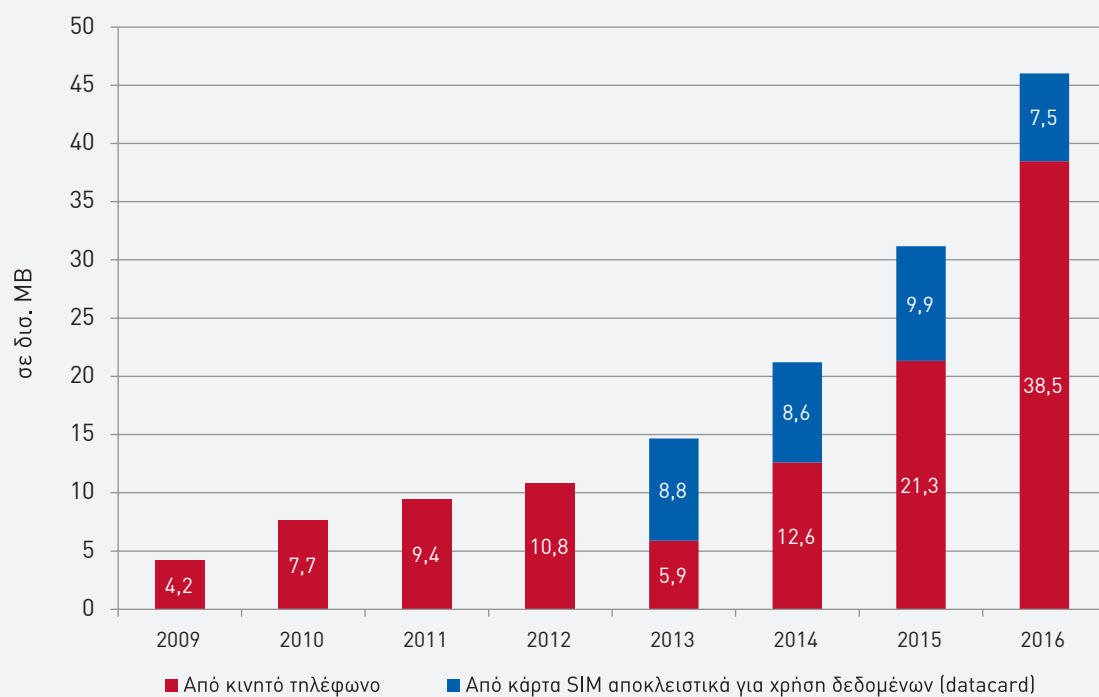
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.41: Συνολικός αριθμός MMS



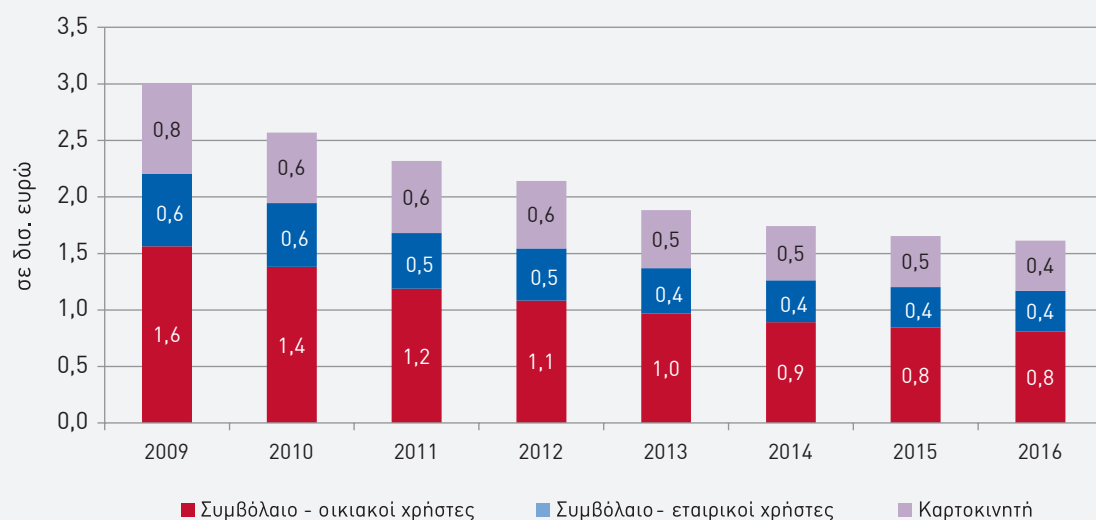
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.42: Συνολικός αριθμός υπηρεσιών δεδομένων μέσω κινητού και datacard



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.43: Λιανικά έσοδα από χρήστες υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας



Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Λιανικά έσοδα από κινητές υπηρεσίες

Το 2016, τα λιανικά έσοδα από πώληση υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας¹³ (συμβολαίου και καρτοκινητής) παρουσίασαν μικρή μείωση κατά 2,5% και ανήλθαν σε 1,6 δισ. ευρώ από 1,66 δισ. ευρώ το 2015 (Διάγραμμα 1.43). Οι Πίνακες 1.12-1.14 παρουσιάζουν τα μερίδια βάσει λιανικών εσόδων¹⁴ των παρόχων κινητής τηλεφωνίας, τόσο συνολικά όσο και ανά κατηγορία συνδρομητή (συμβόλαιο-καρτοκινητή). Τη μεγαλύτερη μείωση κατά 3,9%

παρουσίασαν τα έσοδα από τους οικιακούς χρήστες με συμβόλαιο, ενώ και τα έσοδα καρτοκινητής έχουν μειωθεί κατά 1,8%. Η πλειονότητα των λιανικών εσόδων κινητής τηλεφωνίας (73,6%) προήλθε από τις φωνητικές κλήσεις (Διάγραμμα 1.44). Το μέσο ετήσιο έσοδο ανά χρήστη (σύνδεση) συμβολαίου και καρτοκινητής ανήλθε στα 280 ευρώ (μείωση 2,1%) και 53 ευρώ (μείωση 4%) αντίστοιχα (Διάγραμμα 1.45).

Πίνακας 1.12: Μεριδια ΕΚΤ ως προς τα λιανικά έσοδα (2009-2016)

	Δεκ. 2009	Δεκ. 2010	Δεκ. 2011	Δεκ. 2012	Δεκ. 2013	Δεκ. 2014	Δεκ. 2015	Δεκ. 2016
COSMOTE	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%
CYTA	-	-	-	-	-	0%-5%	0%-5%	0%-5%
VODAFONE	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%
WIND	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%

Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Πίνακας 1.13: Μεριδια ΕΚΤ ως προς τα λιανικά έσοδα συμβολαίου (2009-2016)

	Δεκ. 2009	Δεκ. 2010	Δεκ. 2011	Δεκ. 2012	Δεκ. 2013	Δεκ. 2014	Δεκ. 2015	Δεκ. 2016
COSMOTE	35%-45%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%	45%-55%
CYTA	-	-	-	-	-	0%-5%	0%-5%	0%-5%
VODAFONE	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%	25%-35%
WIND	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%

Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Πίνακας 1.14: Μεριδια ΕΚΤ ως προς τα λιανικά έσοδα καρτοκινητής (2009-2016)

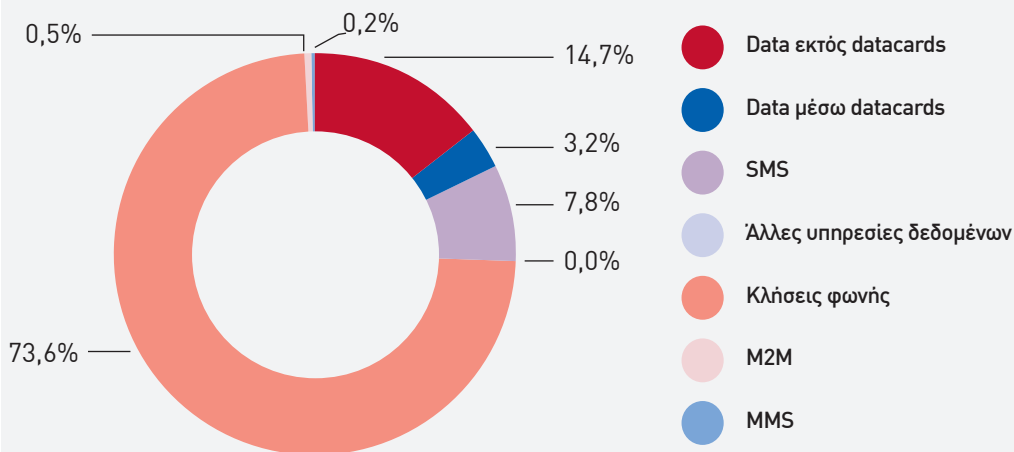
	Δεκ. 2009	Δεκ. 2010	Δεκ. 2011	Δεκ. 2012	Δεκ. 2013	Δεκ. 2014	Δεκ. 2015	Δεκ. 2016
COSMOTE	45%-55%	55%-65%	55%-65%	55%-65%	55%-65%	55%-65%	55%-65%	55%-65%
CYTA	-	-	-	-	-	0%-5%	0%-5%	0%-5%
VODAFONE	25%-35%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	25%-35%	25%-35%
WIND	25%-35%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%	15%-25%

Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

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

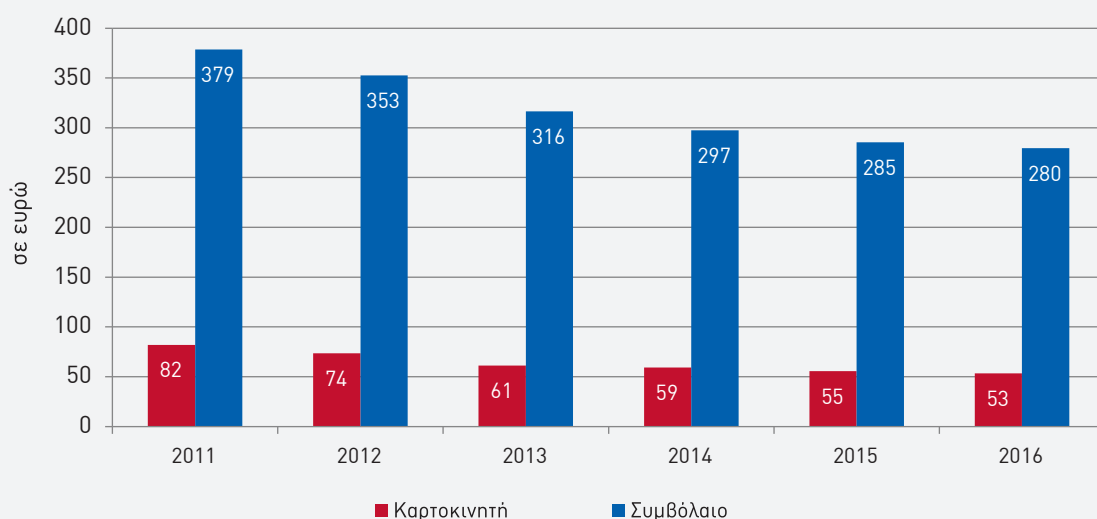
14. Τα λιανικά έσοδα καθώς και τα μερίδια που προκύπτουν αποτελούν εμπιστευτικά στοιχεία και παρουσιάζονται με τη μορφή εύρους.

Διάγραμμα 1.44: Λιανικά έσοδα από υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας (2016)



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.45: Μέσο ετήσιο έσοδο ανά σύνδεση κινητής τηλεφωνίας



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διασύνδεση κινητής τηλεφωνίας

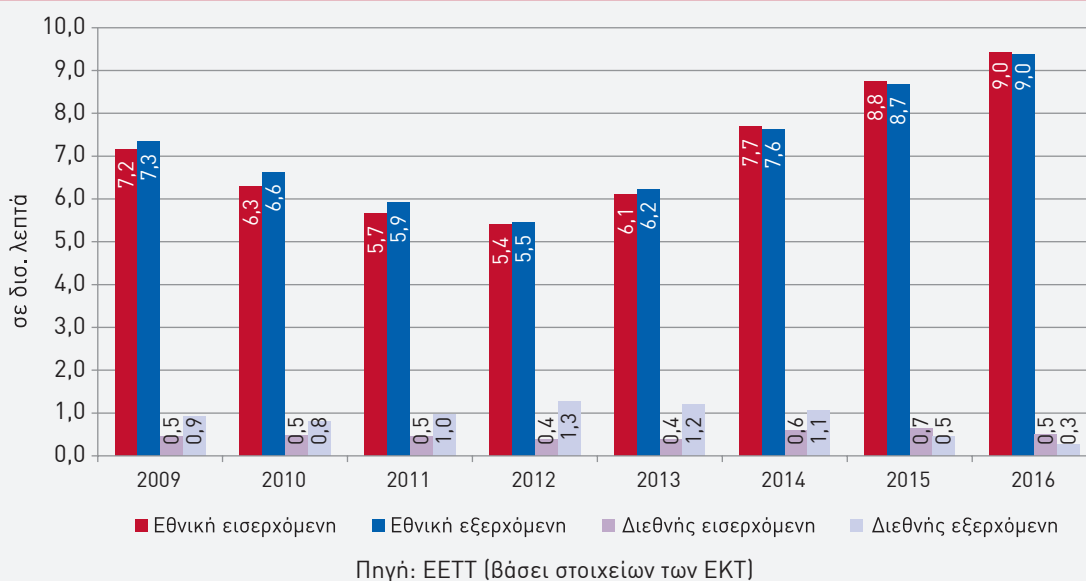
Η κίνηση διασύνδεσης των ΕΚΤ το 2016 εμφάνισε άνοδο, η οποία αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 1.46 όπου παρουσιάζεται η εθνική και η διεθνής κίνηση διασύνδεσης (εισερχόμενη και εξερχόμενη) για τις τρεις ΕΚΤ και τον έναν εικονικό πάροχο κινητής τηλεφωνίας (Mobile Virtual Network Operator -MVNO). Συνολικά, η αύξηση ανήλθε σε 6% σε σχέση με το 2015 που αντιστοιχεί σε συνολική άνοδο 1,06 δισ. λεπτών περίπου σε ετήσια βάση, με σημαντική την αύξηση κατά 8% που παρουσίασαν τόσο η εθνική εξερχόμενη όσο και η εθνική εισερχόμενη κίνηση.

Το Διάγραμμα 1.47 απεικονίζει την εσωτερική κίνηση για τις τρεις ΕΚΤ και τον έναν εικονικό πάροχο κινητής τηλεφωνίας, η οποία για το 2016 ανήλθε στα 16 δισ. λεπτά περίπου, σημειώνοντας εκ νέου μείωση κατά 5% σε σχέση με το 2015 (763 εκατ. λεπτά περίπου), και ως εκ τούτου, αποτελεί το 45% της συνολικής κίνησης διασύνδεσης (η οποία περιλαμβάνει επίσης, την εισερχόμενη και την εξερχόμενη κίνηση). Παράλληλα, η εθνική κίνηση που τερματίζει σε κινητά δίκτυα κυμάνθηκε σε σχετικά σταθερό επίπεδο τα τελευταία πέντε χρόνια. Ειδικά το 2016, οι φωνητικές κλήσεις εντός Ελλάδας που τερματίζουν σε κινητά

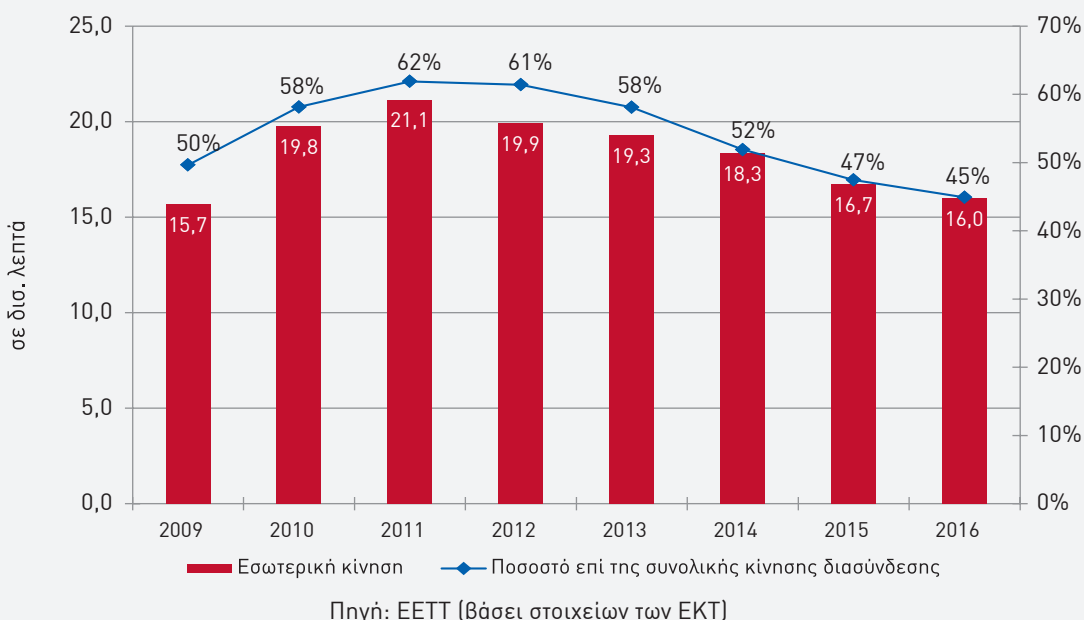
παρουσίασε οριακή μείωση 0,4%, ανερχόμενη στα 25.383 εκατ. λεπτά έναντι 25.483 εκατ. λεπτών το 2015, δεδομένου ότι, όπως προαναφέρθηκε, η μείωση κατά 5% της εσωτερικής κίνησης αντισταθμίσθηκε εν μέρει από την αύξηση κατά 12% που σημείωσε η εισερχόμενη κίνηση από άλλα κινητά δίκτυα (Διάγραμμα 1.48). Τα έσοδα από την εθνική εισερχόμενη κίνηση σε κινητά δίκτυα εντός της Ελλάδας το 2016 σημείωσαν αύξηση κατά 4% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, κα-

θώς ανήλθαν σε 102,3 έναντι 98,1 εκατ. ευρώ το 2015, λόγω της αύξησης της εθνικής εισερχόμενης κίνησης από άλλους κινητούς παρόχους κατά 12%. Η σταδιακή μείωση των τελών τερματισμού και η ενδυνάμωση της εσωτερικής κίνησης έχει οδηγήσει σε μια σωρευτική μείωση των εσόδων τερματισμού κατά 74% σε σχέση με το 2010. Στο πλαίσιο αυτό και από την 1^η Ιανουαρίου 2017, τα τέλη τερματισμού στα δίκτυα κινητής τηλεφωνίας διαμορφώνονται πλέον στα 1,07 ευρώλεπτά ανά λεπτό κίνησης (Διαγράμματα 1.49-1.50).

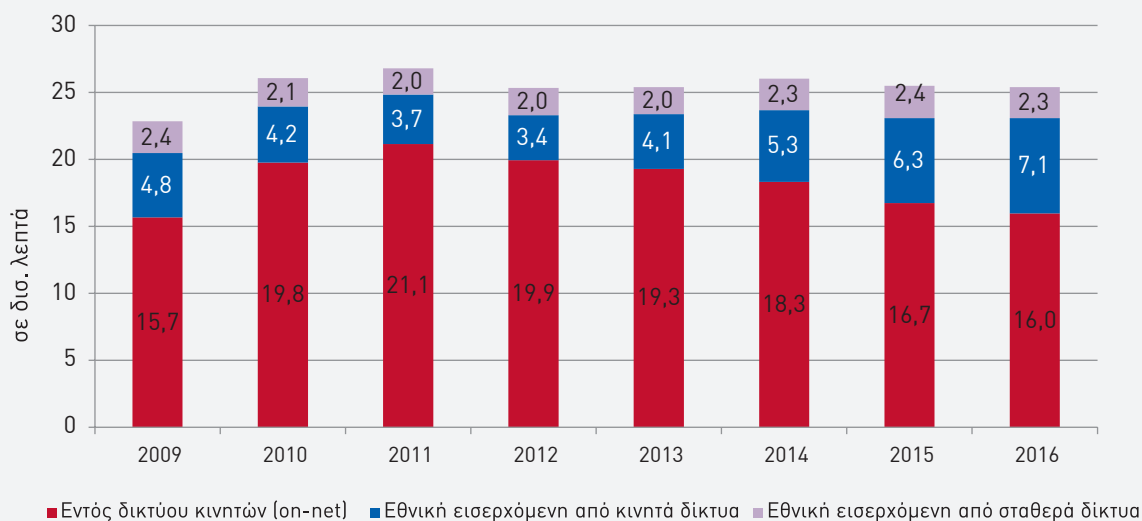
Διάγραμμα 1.46: Κίνηση διασύνδεσης παρόχων κινητής τηλεφωνίας



Διάγραμμα 1.47: Εσωτερική κίνηση παρόχων κινητής τηλεφωνίας

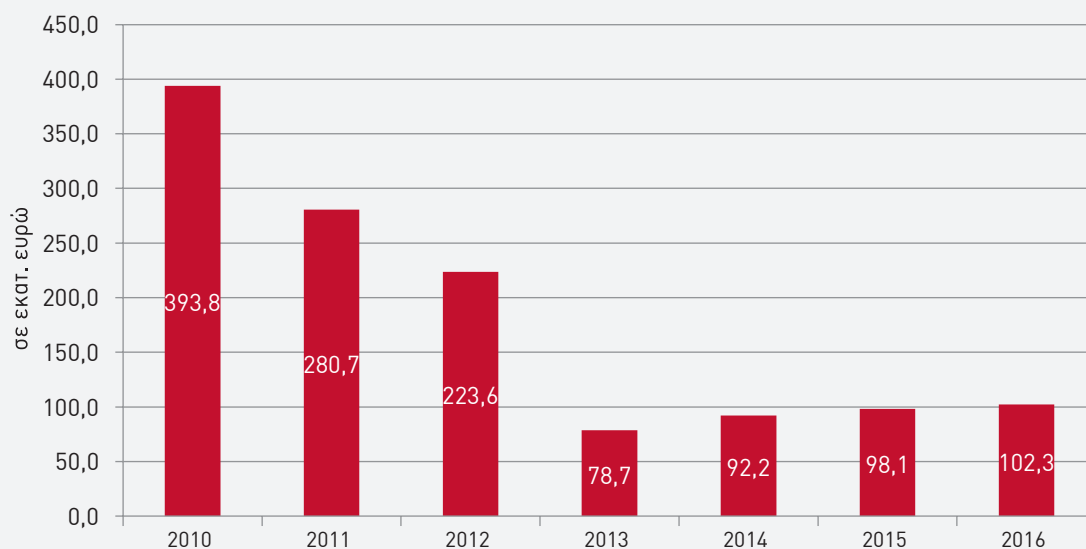


Διάγραμμα 1.48: Φωνητικές κλήσεις που τερματίζουν σε κινητά εντός Ελλάδας (%)



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ΕΚΤ)

Διάγραμμα 1.49: Έσοδα από τερματισμό φωνητικών κλήσεων σε κινητά από σταθερά και κινητά, εντός Ελλάδας



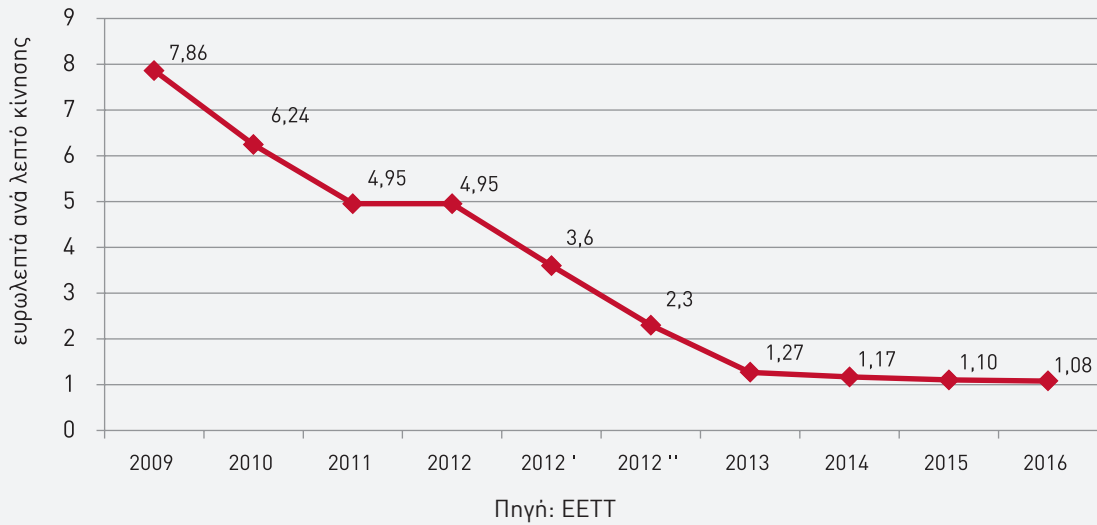
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ΕΚΤ)

Φορητότητα αριθμών κινητής τηλεφωνίας

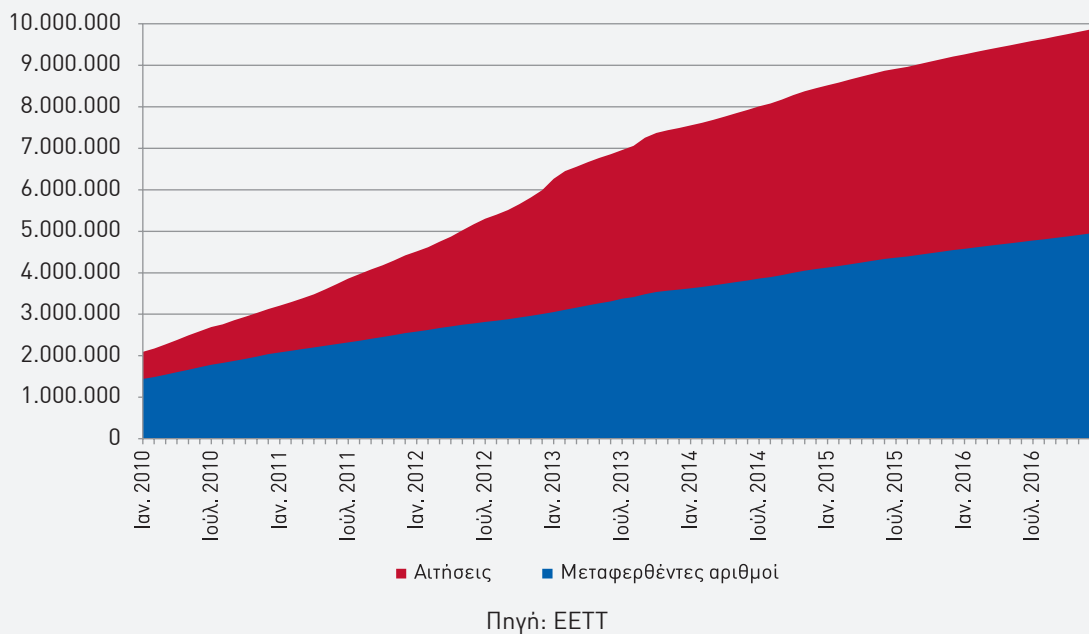
Στη διάρκεια του 2016, υποβλήθηκαν 650.652 αιτήσεις για μεταφορά αριθμών κινητής τηλεφωνίας έναντι 761.908 αιτήσεων το 2015, ήτοι καταγράφηκε μείωση 14,6% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Την ίδια περίοδο, μεταφέρθηκαν

399.763 αριθμοί, γεγονός που σηματοδοτεί μείωση κατά 12,4% σε σχέση με το 2015. Επομένως, οι μεταφορές ολοκληρώνονται για περίπου 61% από τα αρχικά αιτήματα φορητότητας. Η σωρευτική πορεία της φορητότητας αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 1.51.

Διάγραμμα 1.50: Μείωση τελών τερματισμού



Διάγραμμα 1.51: Φορτιότητα αριθμών κινητής τηλεφωνίας



1.2.4. Σύγκριση σταθερής και κινητής τηλεφωνίας

Οι συνδέσεις σταθερής τηλεφωνίας μετά σχεδόν από μια 15ετία αυξήθηκαν οριακά φθάνοντας τις 4,8 εκατ. το 2016, ενώ αντίθετα οι ενεργές συνδρομές/συνδέσεις κινητής τηλεφωνίας μειώθηκαν κατά 0,2% και ανήλθαν στα 12,5 εκατ. Οι ενεργές συνδέσεις σταθερής τηλεφωνίας αντιστοιχούν σε κάτι παραπάνω από το 1/3 των αντίστοιχων της κι-

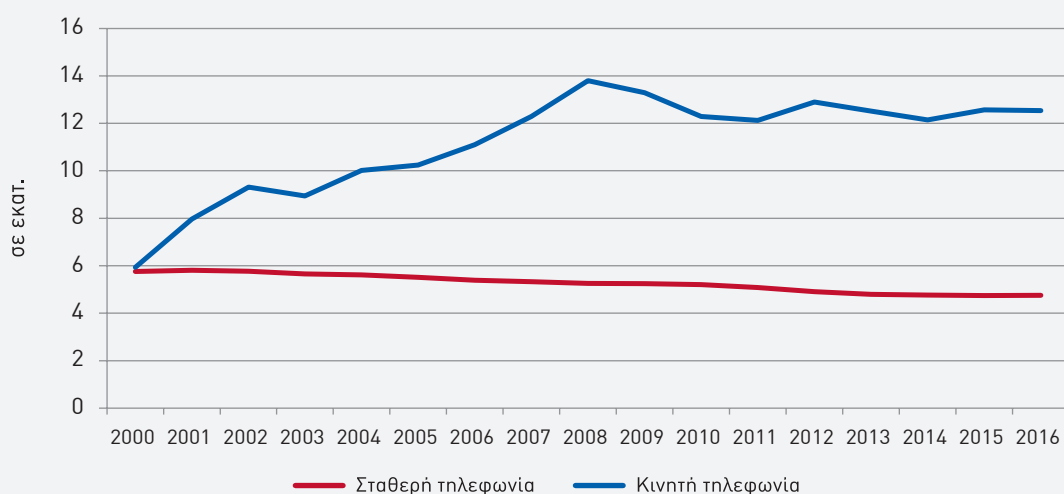
νητής τηλεφωνίας (Διάγραμμα 1.52).

Παράλληλα, το Διάγραμμα 1.53 παρουσιάζει την πορεία των λιανικών εσόδων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας για την περίοδο 2011-2016. Τα λιανικά έσοδα κινητής τηλεφωνίας συνέχισαν τη φθίνουσα πορεία τους καταγράφοντας πτώση 2,5% σε σχέση με το 2015 και πλέον ανήλθαν σε 1,6 δισ. ευρώ, ενώ αντίθετα οριακή αύξηση κατά 0,4% σε σχέση με

το 2015 καταγράφηκε για πρώτη φορά στα λιανικά έσοδα σταθερής τηλεφωνίας, τα οποία και ανήλθαν στα 1,4 δισ. ευρώ. 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 περίπου 1% έναντι του 2015 και αντιστοιχούν πλέον στο 62% της συνολικής κίνησης ένα-

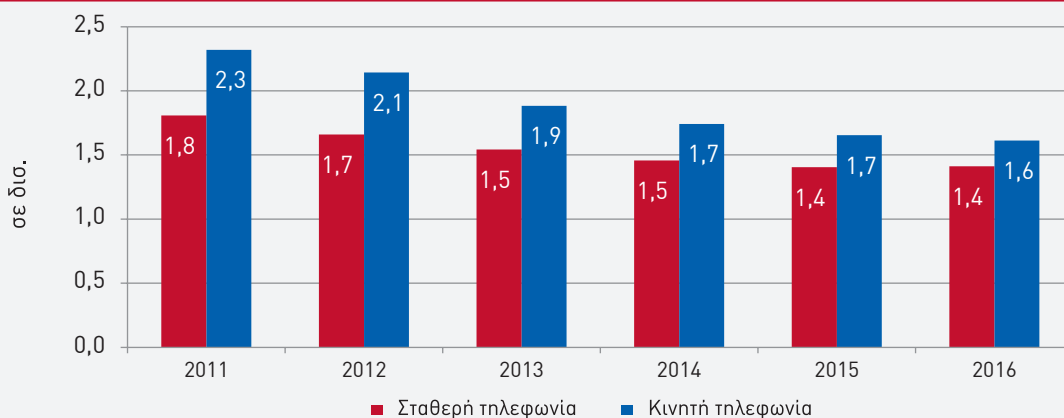
ντι 60% το 2015. Η αύξηση αυτή στο ποσοστό τους οφείλεται στη μεγαλύτερη μείωση που παρουσίασαν οι κλήσεις από σταθερό τηλέφωνο (6,1%), οι οποίες ανήλθαν το 2016 σε 16,2 εκατ. λεπτά έναντι 17,2 εκατ. λεπτών το 2015, λόγω κυρίως της μεγάλης μείωσης κατά 1 δισ. λεπτά των εξερχόμενων εθνικών κλήσεων προς σταθερά τηλέφωνα. Στα Διαγράμματα 1.54 και 1.55 παρουσιάζονται διαδοχικά η εξέλιξη του όγκου κίνησης από σταθερό και κινητό τηλέφωνο και τα αντιστοιχα μερίδια αγοράς, λαμβάνοντας υπόψη τις εθνικές κλήσεις προς σταθερό, προς κινητό, καθώς και τις διεθνείς κλήσεις.

Διάγραμμα 1.52: Εξέλιξη συνδρομών/συνδέσεων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας



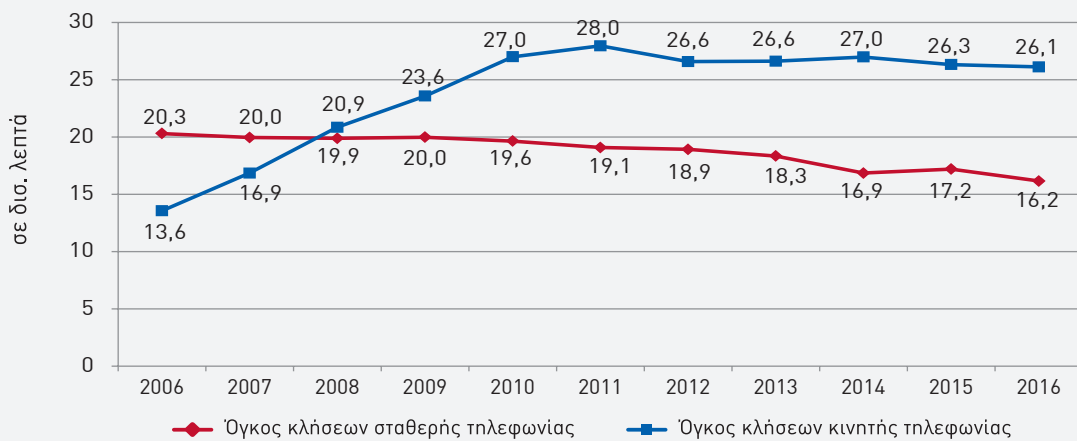
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.53: Εξέλιξη εσόδων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας



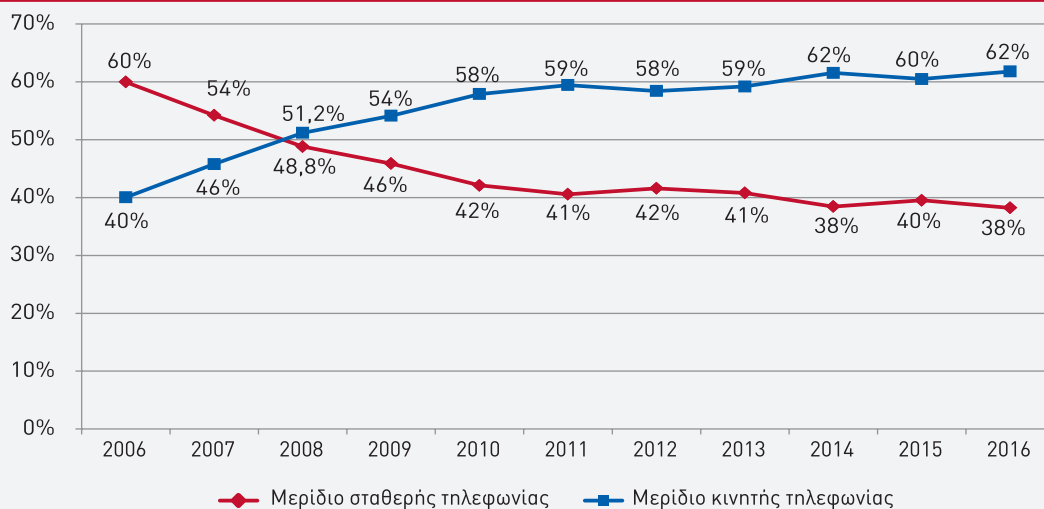
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.54: Όγκος κλήσεων από σταθερό και κινητό τηλέφωνο



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.55: Μεριδία αγοράς σταθερής και κινητής τηλεφωνίας



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

1.2.5. Ευρυζωνικότητα

Σταθερή ευρυζωνικότητα

Στο τέλος του 2016, οι ευρυζωνικές συνδέσεις ανήλθαν σε 3.616.705 έναντι 3.439.034 στο τέλος του 2015, σημειώνοντας αύξηση 5,2% σε ετήσια βάση (Διάγραμμα 1.56), η οποία είναι χαμηλότερη της αντίστοιχης περσινής (8,9%) κατά 105 χιλ. γραμμές.

Οι γραμμές Αδεσμοποίησης Πρόσβασης στον Τοπικό Βρόχο (ΑΠΤΒ) συνέχισαν να αυξάνονται κατά τη διάρκεια του 2016 (Διάγραμμα 1.57), φθάνοντας στο

τέλος του έτους τις 2.085.248 έναντι 2.047.268 στο τέλος του 2015 (αύξηση 1,9% έναντι 1,6% το 2015)¹⁵. Η αύξηση αυτή οφείλεται εξ' ολοκλήρου στις γραμμές πλήρους πρόσβασης, οι οποίες ανήλθαν σε 2.081.058 στο τέλος του έτους έναντι 2.041.824 στο τέλος του 2015 (αύξηση 1,9%), σε αντίθεση με τις γραμμές μεριζόμενης πρόσβασης, οι οποίες συνέχισαν να μειώνονται (4.190 γραμμές στο τέλος του έτους έναντι 5.444 στο τέλος του 2015).

Σήμερα, ο κύριος όγκος ευρυζωνικών γραμμών των παρόχων πλην ΟΤΕ είναι τεχνολογίας ΑΠΤΒ.

15. Οι γραμμές πρόσβασης μέσω ΑΠΤΒ είναι υπερσύνολο των ευρυζωνικών γραμμών μέσω ΑΠΤΒ, καθώς περιλαμβάνουν και γραμμές που αφορούν αποκλειστικά τηλεφωνικές υπηρεσίες (telephony only).

Οι γραμμές VDSL στο τέλος του 2016 ανήλθαν σε 273.165, έναντι 174.266 το Δεκέμβριο του 2015 (ετήσια αύξηση 56,7%), συνιστώντας το 7,5% του συνόλου των ευρυζωνικών γραμμών. Η διείσδυσή τους στον πληθυσμό παρέμεινε σε χαμηλά επίπεδα (2,5% έναντι 1,6% στο τέλος του 2015) (Διάγραμμα 1.58).

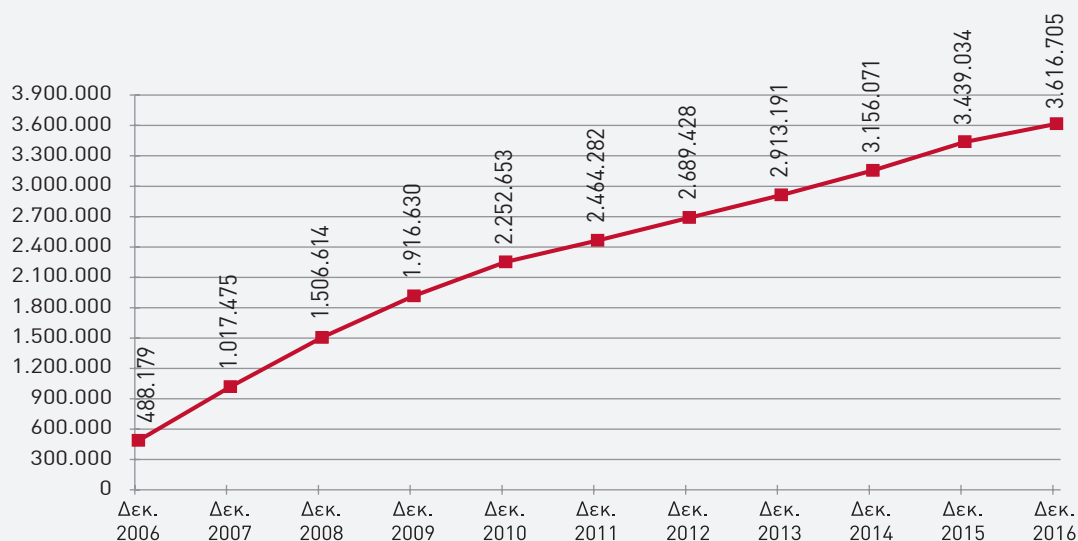
Τα επιμέρους μερίδια των ευρυζωνικών γραμμών ανά τεχνολογία, διαμορφώθηκαν ως εξής:

- Το μερίδιο των γραμμών πρόσβασης xDSL μέσω ΑΠΤΒ στο τέλος του 2016 ανήλθε σε 53,36% έναντι 55,39% που αντιστοιχούσε το προηγούμενο έτος (Διάγραμμα 1.59).
- Το μερίδιο των γραμμών xDSL λιανικής του ΟΤΕ παρουσίασε αύξηση, φθάνοντας το 44,96% του συνόλου των ευρυζωνικών γραμμών (1.626.006 γραμμές) έναντι του 43,53% που αντιπροσώπευαν στο τέλος του 2015 (1.496.886 γραμμές). Από τις γραμμές xDSL του ΟΤΕ, οι 219.166 αφορούν γραμμές VDSL.
- Οι γραμμές ΑΡΥΣ, που προμηθεύονται οι εναλλακτικοί πάροχοι από τον ΟΤΕ για την παροχή υπηρεσιών ευρυζωνικής πρόσβασης, σημείωσαν αύξηση φθάνοντας τις 48.407 γραμμές (1,34% επί του συνόλου των ευρυζωνικών γραμμών) έναντι 25.970 το Δεκέμβριο του 2015, ως αποτέλεσμα της αύξησης των γραμμών χονδρικής ευρυζωνικής πρόσβασης μέσω γραμμών VDSL (37.995 έναντι 12.008 το Δεκέμβριο του 2015).
- Οι γραμμές λοιπών τεχνολογιών παρέμειναν σε κα-

τώτατα επίπεδα με ποσοστό της τάξης του 0,35%.

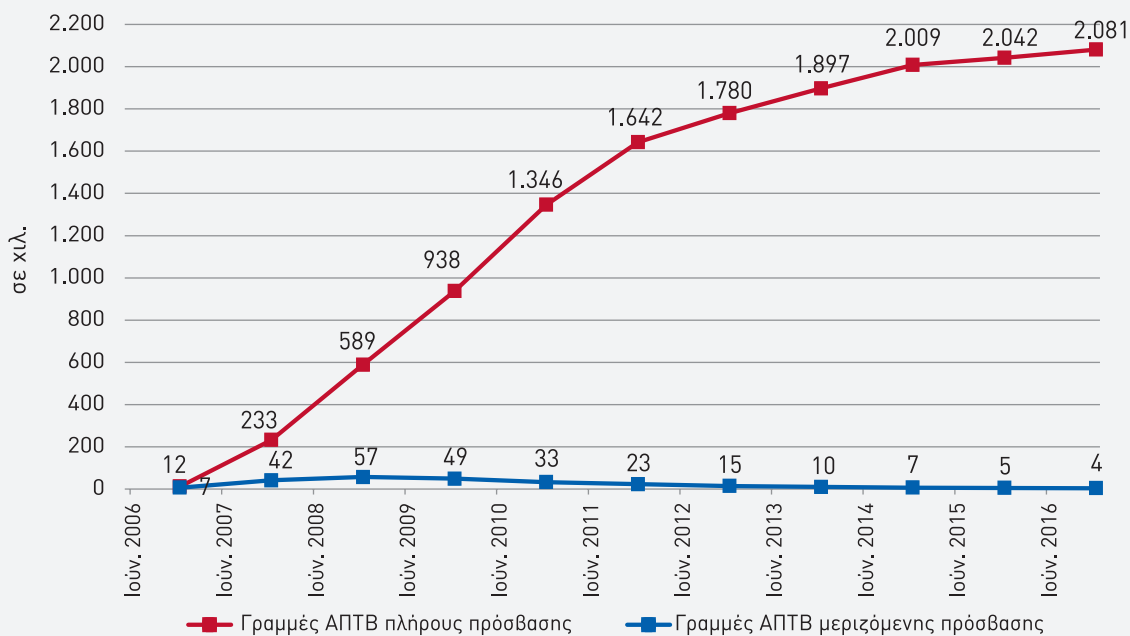
- Η συντριπτική πλειονότητα όλων των ευρυζωνικών γραμμών (88%) αντιστοιχεί σε ονομαστικές ταχύτητες άνω των 10Mbps με ένα ποσοστό (7,6%) να αντιστοιχεί σε ταχύτητες άνω των 30Mbps (έναντι 5,5% στο τέλος του 2015) (Διαγράμματα 1.61 και 1.62).
- Η μέση ονομαστική ταχύτητα των γραμμών ΑΡΥΣ (τόσο των λιανικών, τις οποίες πουλά ο ΟΤΕ στους λιανικούς πελάτες του, όσο και χονδρικών, τις οποίες προμηθεύονται οι πάροχοι από τον ΟΤΕ προκειμένου να παρέχουν ευρυζωνική πρόσβαση σε λιανικούς πελάτες τους) ανήλθε στα 22Mbps (έναντι περίπου 20Mbps το Δεκέμβριο του 2015), ως αποτέλεσμα της αύξησης των γραμμών VDSL (Διάγραμμα 1.63).
- Η διαδικτυακή κίνηση των χρηστών σταθερής ευρυζωνικής πρόσβασης κατά τη διάρκεια του 2016 έφθασε κατά μέσο όρο στα 0.46 TB ανά συνδρομητή.
- Αναφορικά με τα μερίδια των παρόχων σταθερής ευρυζωνικής πρόσβασης, προηγείται η COSMOTE (35%-45%) και ακολουθεί η VODAFONE (15%-25%) (Πίνακας 1.15).
- Η πληθυσμιακή κάλυψη για κάθε περιφέρεια της χώρας όσον αφορά τη δυνατότητα ευρυζωνικής πρόσβασης με απευθείας σύνδεση στο δίκτυο κάποιου παρόχου κυμάνθηκε μεταξύ 88%-93% (Πίνακας 1.16). Η κατάσταση αναμένεται να βελτιωθεί με την ολοκλήρωση των έργων "rural broadband".

Διάγραμμα 1.56: Εξέλιξη ευρυζωνικών γραμμών



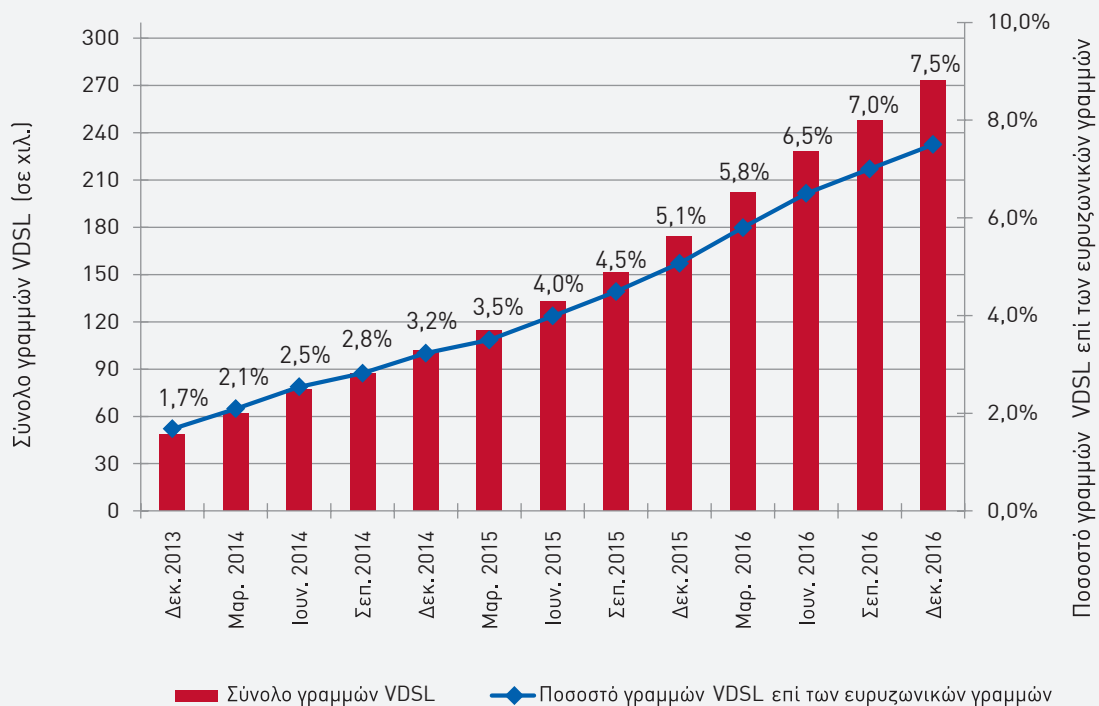
Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.57: Εξέλιξη γραμμών ΑΠΤΒ



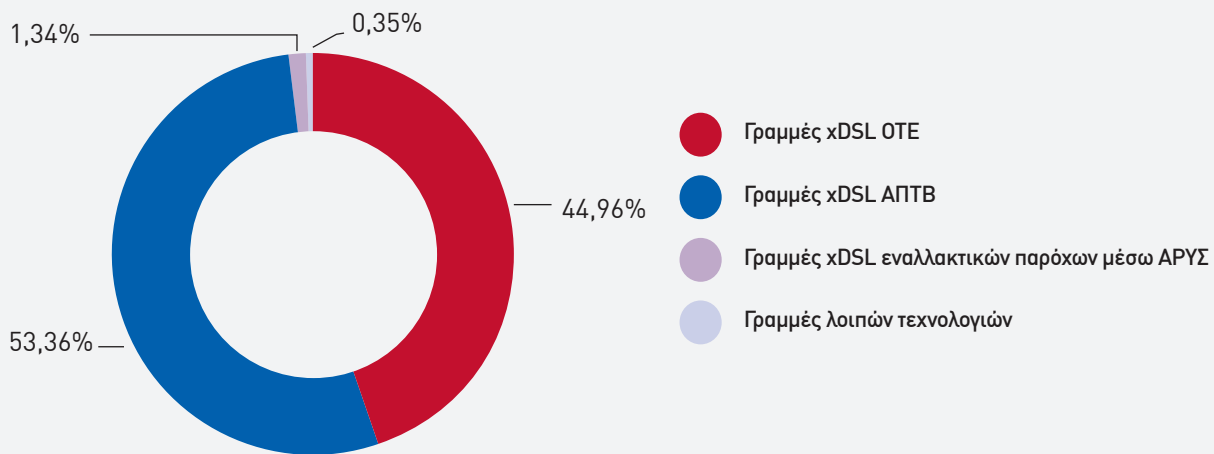
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.58: Εξέλιξη γραμμών VDSL



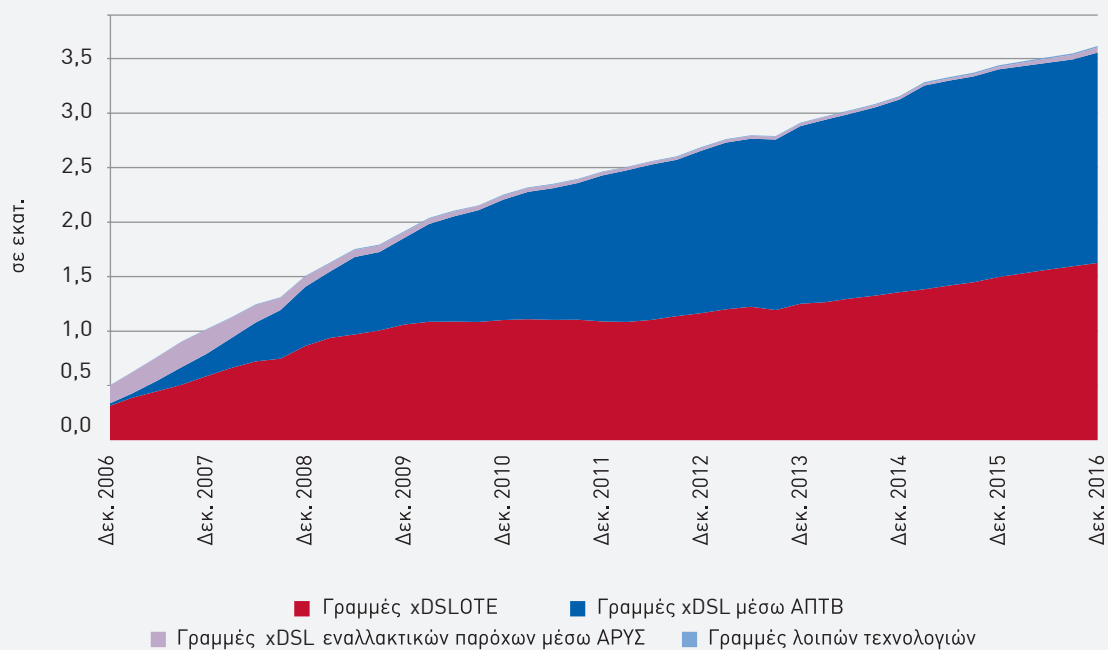
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.59: Κατανομή ευρυζωνικών γραμμών ανά τεχνολογία (Δεκέμβριος 2016)



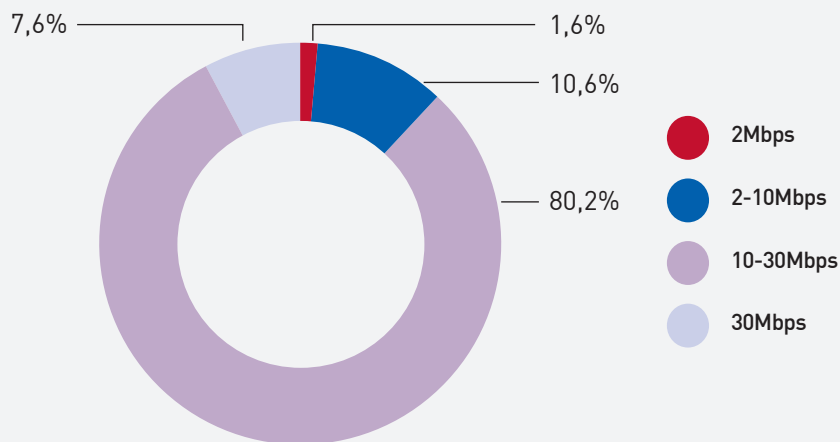
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.60: Εξέλιξη ευρυζωνικών γραμμών ανά τεχνολογία



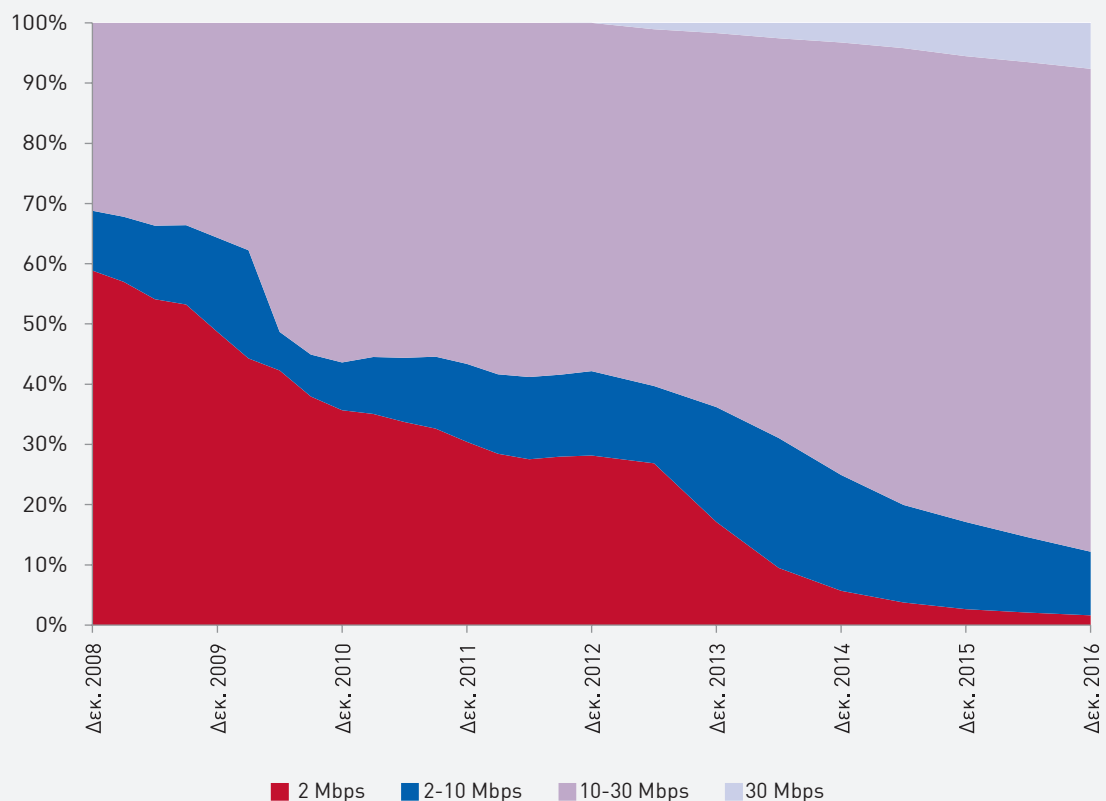
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.61: Ποσοστιαία κατανομή ονομαστικών ταχυτήτων ευρυζωνικών γραμμών (Δεκέμβριος 2016)



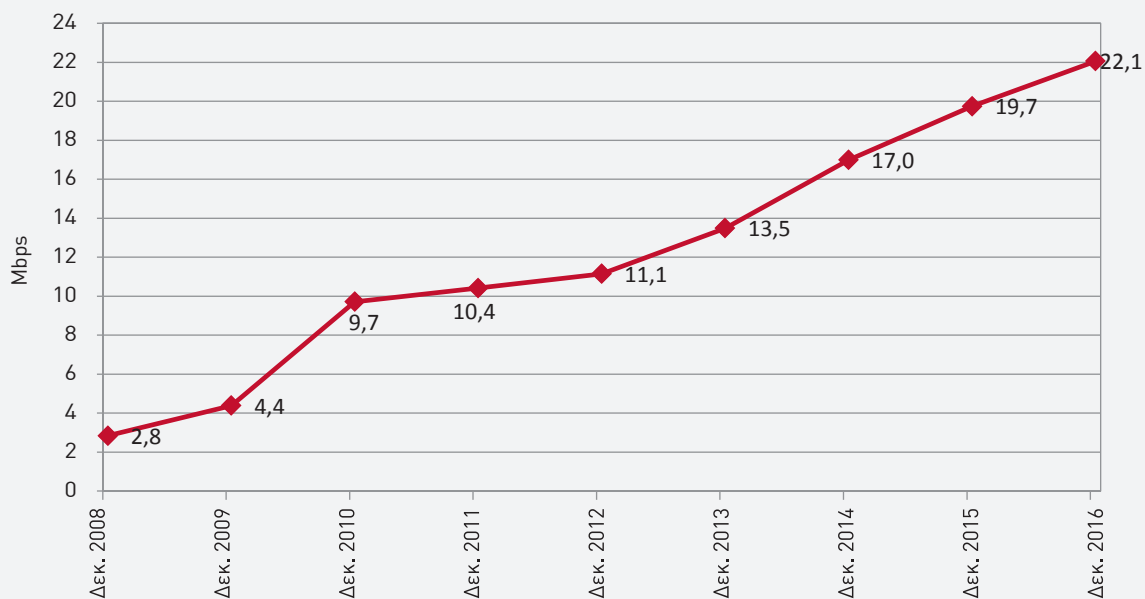
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των ενεργών αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.62: Εξέλιξη ταχυτήτων ευρυζωνικών γραμμών



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.63: Εξέλιξη μέσης ταχύτητας πρόσβασης γραμμών ΑΡΥΣ (χονδρικής και λιανικής)



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Πίνακας 1.15: Μεριδία των παρόχων σταθερής ευρυζωνικής πρόσβασης

	Δεκ. 2016
COSMOTE	35%-45%
VODAFONE	15%-25%
FORTHNET	10%-15%
WIND	10%-15%
CYTA	5%-10%

Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Πίνακας 1.16: Πληθυσμιακή κάλυψη ανά περιφέρεια

Ανατολική Μακεδονία και Θράκη	92%
Κεντρική Μακεδονία	93%
Ήπειρος	90%
Θεσσαλία	89%
Ιόνιοι Νήσοι	92%
Δυτική Ελλάδα	90%
Στερεά Ελλάδα	88%
Αττική	93%
Πελοπόννησος	91%
Βόρειο Αιγαίο	93%
Νότιο Αιγαίο	93%
Κρήτη	92%

Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων για το τέλος του 2015)

Κινητή ευρυζωνικότητα

Το σύνολο των ενεργών συνδρομητών κινητών τηλεπικοινωνιών που έκαναν χρήση υπηρεσιών δεδομένων στο Διαδίκτυο ανερχόταν στο τέλος του 2016 σε 5.709.261 έναντι 5.078.741 στο τέλος του 2015 (Διάγραμμα 1.64), σημειώνοντας ετήσια αύξηση 12,4%. Από αυτούς, η πλειονότητα (5.261.148) 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 συνδυαστικής υπηρεσίας. Επιπρόσθετα, οι 541.130 έκαναν χρήση υπηρεσιών δεδομένων Διαδικτύου μέσω προγραμμάτων κινητής που, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο (ανά μονάδα χρέωσης), ενώ οι 448.113 έκαναν χρήση καρτών για πρόσβαση στο Διαδίκτυο (datacard).

Η εξέλιξη της διαδικτυακής κίνησης που πραγματοποιήθηκε μέσω των δικτύων 3G και 4G, παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 1.65. Η πλειονότητα της κίνησης εξακολούθησε να πραγματοποιείται μέσω δικτύων 3G με το μεριδίό της να βαίνει μειούμενο (67,39% τον Δεκέμβριο του 2016 έναντι 85,8% τον Δεκέμβριο του 2015) ως αποτέλεσμα της αύξησης του μεριδίου κίνησης μέσω δικτύων 4G (32,61% τον Δεκέμβριο του 2016 έναντι 14,1% τον Δεκέμβριο 2015). Η μέση κίνηση ανά χρήστη υπολογίζεται στα 9,33GB για τους

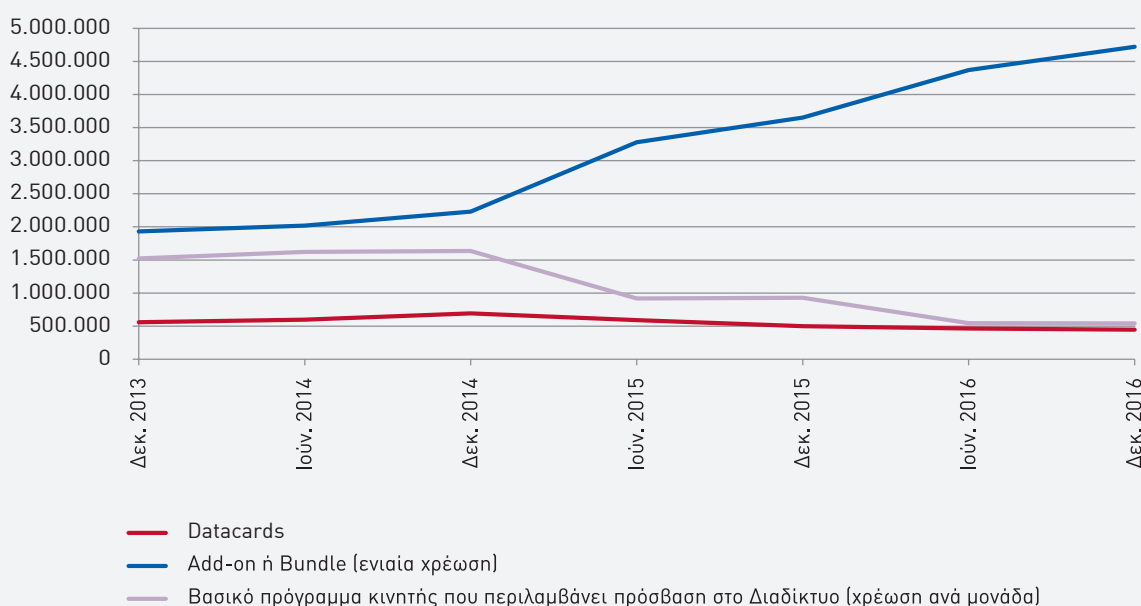
συνδρομητές 3G και 7,415GB για τους συνδρομητές 4G. Η COSMOTE βρίσκεται στην πρώτη θέση αναφορικά με τα μερίδια των ενεργών συνδρομητών 3G και 4G (συμβολαίου και καρτοκινητής) στο τέλος του έτους και ακολουθεί η VODAFONE (Πίνακας 1.17). Τα μέγιστα ποσοστά πληθυσμιακής κάλυψης δικτύων νέας γενιάς των παρόχων κινητής τηλεφωνίας παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 1.66. Αξιοσημείωτη ήταν η αύξηση του ποσοστού πληθυσμιακής κάλυψης δικτύων 4G κατά δέκα ποσοστιαίες μονάδες κατά τη διάρκεια του 2016 (93% στο τέλος του 2016 έναντι 83% στο τέλος του 2015). Η αντίστοιχη πληθυσμιακή κάλυψη δικτύου 3G ήταν σχεδόν 100%.

Πίνακας 1.17: Μεριδια των ενεργών συνδρομητών 3G και 4G (συμβολαίου και καρτοκινητής)

	2016	
	3G	4G
COSMOTE	45%-55%	55% -65%
VODAFONE	15%-25%	35%-45%
WIND	25%-35%	0%

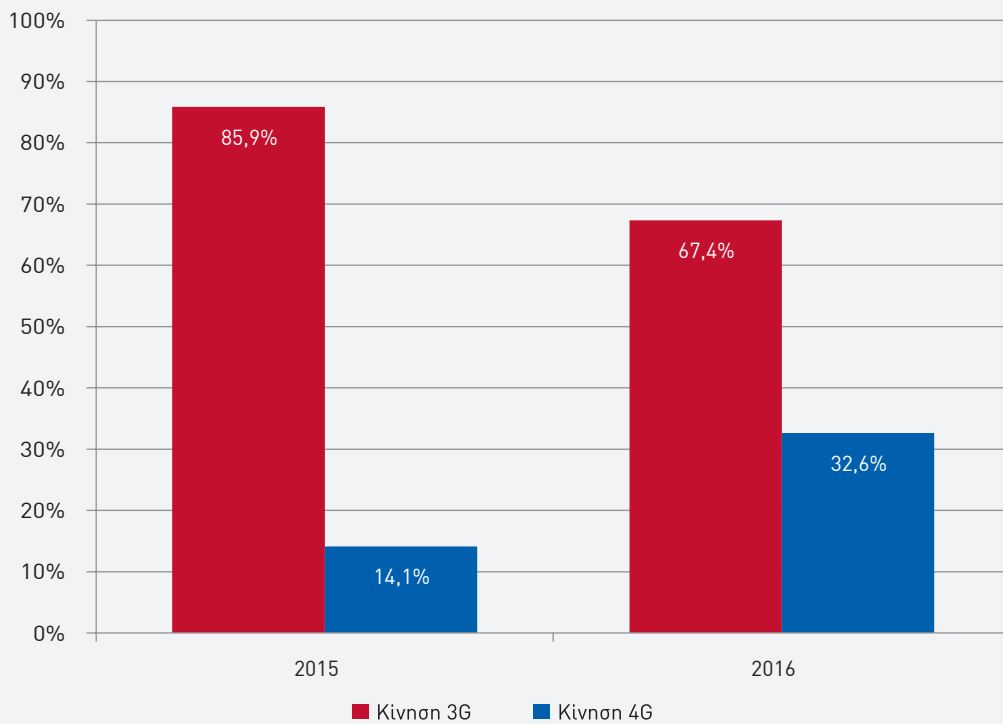
Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.64: Εξέλιξη συνδρομητών κινητής που έκαναν χρήση Διαδικτύου



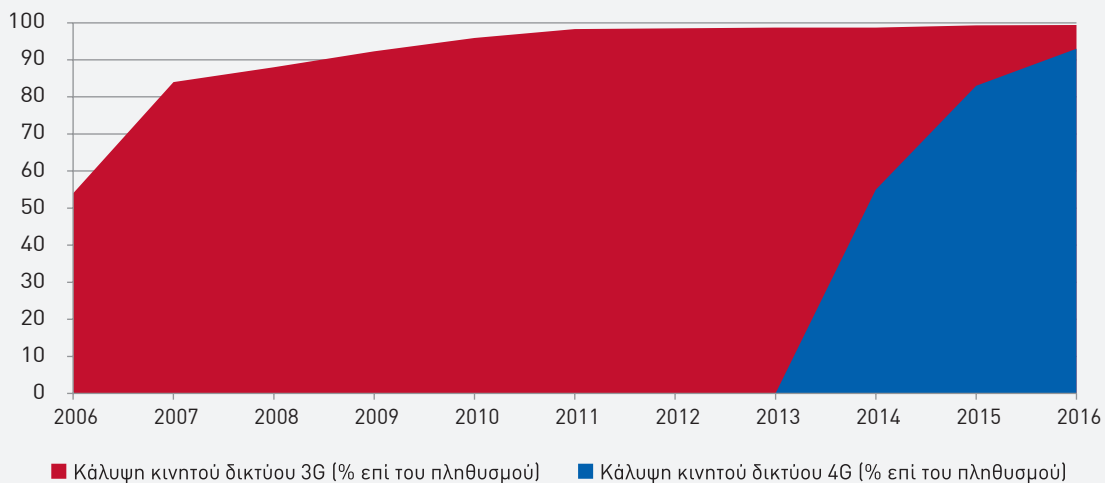
Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.65: Εξέλιξη διαδικτυακής κίνησης δικτύων 3G και 4G



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.66: Πληθυσμιακή κάλυψη κινητού δικτύου



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

1.2.6. Συνδρομητική τηλεόραση

Οι χρήστες συνδρομητικής τηλεόρασης (IPTV και δορυφορική) αυξήθηκαν κατά 2,1 % υπερβαίνοντας το ένα εκατομμύριο (Διάγραμμα 1.67) με τα μερίδια των σχετικών παρόχων να παρουσιάζονται στον Πίνακα 1.18.

Πίνακας 1.18: Μερίδια παρόχων συνδρομητικής τηλεόρασης βάσει συνδρομητών

	2015	2016
FORTHNET/ NOVA	45%-55%	35%-45%
OTE	45%-55%	45%-55%
VODAFONE	-	5%-10%
CYTA	0%-5%	0%-5%
HOL	0%-5%	-

Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

1.2.7. Συνδυαστικές προσφορές

Στην ελληνική αγορά, οι συνδυαστικές προσφορές (bundled offers ή bundles¹⁶) προσφέρονται κατά βάση από τις εταιρίες OTE-COSMOTE, VODAFONE-HOL¹⁷, WIND, CYTA και FORTHNET-FORTHNET MEDIA. Ο συνδυασμός «Σταθερή τηλεφωνία» και «Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο» παρέχονταν κυρίως από τις εταιρίες OTE, VODAFONE-HOL, WIND, CYTA και FORTHNET, υπηρεσίες τηλεόρασης παρείχαν οι OTE, FORTHNET-FORTHNET

MEDIA, VODAFONE-HOL και CYTA, ενώ συνδυαστικές προσφορές που περιλαμβάνουν κινητές υπηρεσίες παρέχονταν από τις OTE-COSMOTE, VODAFONE-HOL, WIND και CYTA¹⁸.

Επισημαίνεται ότι, οι υπηρεσίες σταθερής τηλεφωνίας, σταθερού ευρυζωνικού Διαδικτύου και συνδρομητικής τηλεόρασης είναι υπηρεσίες που απευθύνονται κατά βάση στο νοικοκυριό στην περίπτωση οικιακών συνδυαστικών προσφορών (ή στην εταιρία σε περίπτωση μη οικιακών), ενώ οι συνδρομές συμβολαίου κινητής τηλεφωνίας, που δύναται να αποτελέσουν μέρος των προσφορών, αφορούν κατά βάση εξατομικευμένες/ προσωπικές υπηρεσίες.

Τα βασικότερα συμπεράσματα για το 2016 (τέλος του έτους) είναι τα παρακάτω:

- Οι συνδυαστικές προσφορές ανήλθαν σε 3.572.789 αυξημένες κατά 205 χιλ. σε σχέση με το 2015, ενώ αντίθετα οι αδεσμοποιητές συνδρομές σταθερής τηλεφωνίας μειώθηκαν το ίδιο διάστημα κατά περίπου 193 χιλ. (Διάγραμμα 1.68).
- Οι double play προσφορές κυριάρχησαν, καθώς έξι στις δέκα συνδυαστικές προσφορές, φαίνεται να εμπίπτουν διαχρονικά στη συγκεκριμένη κατηγορία. Καθοριστικός παρέμεινε ο ρόλος των triple play προσφορών που αντιπροσωπεύουν το 35,3% του συνόλου, ενώ σημαντική σταδιακά άρχισε να γίνεται και η παρουσία των quadruple play συνδρομών, οι οποίες προσέγγισαν τις 138 χιλ., αντιπροσωπεύοντας σχεδόν το 4% των συνόλου (Διάγραμμα 1.69)

16. Σημειώνεται ότι ως «bundled προσφορές ή bundles» ορίζονται 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» και «Κινητή υπηρεσία». Διευκρινίζεται ότι:

α) Ο όρος «Συνδρομητική τηλεόραση» αφορά αποκλειστικά την παροχή υπηρεσιών τηλεόρασης μέσω ευρυζωνικής ή δορυφορικής σύνδεσης. Το mobile TV δεν λαμβάνεται υπόψη.

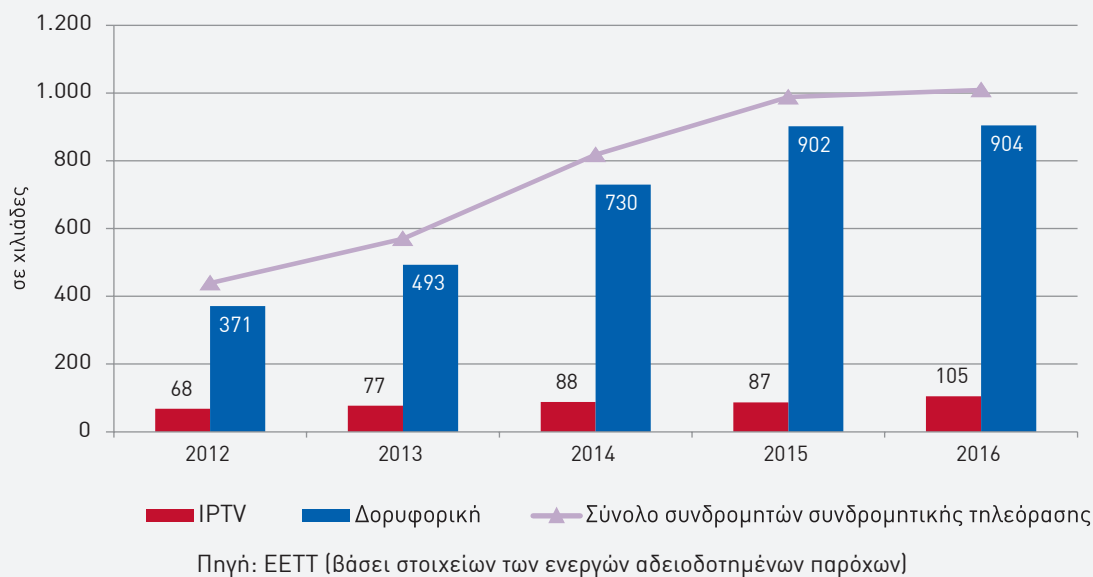
β) Ο όρος «κινητή υπηρεσία» αφορά την κινητή τηλεφωνία ή/και το κινητό ευρυζωνικό διαδίκτυο, χωρίς να γίνεται καμία διάκριση μεταξύ computer-based και handset-based πρόσβασης. Μόνο οι προαναφερθείσες δύο υπηρεσίες κινητών επικοινωνιών λαμβάνονται υπόψη αλλά αντιμετωπίζονται ως μία υπηρεσία (είτε παρέχεται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

γ) Οι συνδυαστικές προσφορές 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» (δηλαδή 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.

17. Σημειώνεται ότι η εταιρία HOL απορροφήθηκε από την εταιρία VODAFONE την 01/04/2016.

18. Επισημαίνεται ότι βάσει του χρησιμοποιούμενου ορισμού των συνδυαστικών/ δεσμοποιημένων προσφορών, τέτοιες προσφορές μπορεί να παρέχονται από έναν ή περισσότερους παρόχους (ξεχωριστές εταιρίες ή/και εταιρίες-μέλη του ίδιου ομίλου). Επίσης, δεδομένου ότι εξ' ορισμού κάθε τέτοια προσφορά περιλαμβάνει υποχρεωτικά τουλάχιστον μία υπηρεσία που παρέχεται σε σταθερή θέση, όλοι οι υπολογισμοί της παρούσας παραγράφου (εκτός αν αναφέρεται κάτι διαφορετικό), βασίζονται στις σταθερές συνδρομές των συνδρομητών, δηλαδή στις συνδρομές που αφορούν την παροχή υπηρεσιών σε σταθερή θέση (fixed subscriptions). Έτσι λόγω χάρη, μία συνδρομή σταθερής τηλεφωνίας και σταθερού ευρυζωνικού Διαδικτύου που συνδυάζεται (συνιστώντας συνδυαστική προσφορά) με τρεις SIM κάρτες κινητής τηλεφωνίας, προσμετρείται ως μία συνδυαστική προσφορά.

Διάγραμμα 1.67: Εξέλιξη χρηστών συνδρομητικής τηλεόρασης



- Δημοφιλέστερη συνδυαστική προσφορά ήταν το double play σταθερής τηλεφωνίας και σταθερού ευρυζωνικού Διαδικτύου, με περίπου 2,1 εκατ. συνδρομές. Τη δεύτερη θέση κατείχαν, με σχεδόν ισάριθμες συνδρομές (περίπου 630 χιλ.), οι triple play συνδυασμοί (α) σταθερής τηλεφωνίας, Διαδικτύου συνδρομητικής τηλεόρασης και (β) σταθερής τηλεφωνίας, Διαδικτύου, κινητής(-ών) υπηρεσίας(-ών), ενώ στην επόμενη θέση έρχεται ο quaduple play συνδυασμός (Διάγραμμα 1.70)
- Το 2016 οι συνδρομητές του double play σταθερής τηλεφωνίας και σταθερού ευρυζωνικού Διαδικτύου αυξήθηκαν κατά 196 χιλ.σε σχέση με το 2015, ενώ κατά το ίδιο διάστημα οι συνδρομητές που αγόραζαν τη σταθερή τηλεφωνία μεμονωμένα (δηλαδή ως αδεσμοποιητη υπηρεσία) μειώθηκαν κατά 193 χιλ. (Διάγραμμα 1.71).
- Το σύνολο των συνδρομών σταθερής τηλεφωνίας, που μειωνόταν επί σειρά ετών, παρουσίασε σταθεροποιητικές τάσεις βαίνοντας αυξανόμενο στη διάρκεια του 2016 (Διάγραμμα 1.71).
- Η σταθερή τηλεφωνία, αποτελούσε διαχρονικά μέχρι και το 2016, συστατικό στοιχείο όλων των προσφερόμενων συνδυαστικών προσφορών. Αντίστοιχα, το σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο περιλαμβανόταν περίπου στο 98% των συνδυαστικών προσφορών που αγοράζουν οι καταναλωτές, ενώ οι κινητές υπηρεσίες και η συνδρομητική τηλεόραση περιλαμβάνονταν αντίστοιχα στο 23% και 22% (Διάγραμμα 1.71).
- Το 75,8% του συνόλου των συνδρομών σταθερής τηλεφωνίας δηλαδή τρεις στις τέσσερις συνδρομές σταθερής τηλεφωνίας πωλούνταν συνδυαστικά με άλλες υπηρεσίες, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό ένα χρόνο πριν ήταν 71,7%. Πιο συγκεκριμένα, το 44,4% του συνόλου των συνδρομών σταθερής τηλεφωνίας αγοράζοταν αποκλειστικά σε συνδυασμό με το Διαδίκτυο (έναντι 40,3% στο τέλος του 2015), το 13,4% αγοράζοταν σε συνδυασμό με το Διαδίκτυο και την τηλεόραση, ένα άλλο 13,3% σε συνδυασμό με το Διαδίκτυο και κινητή(-ές) υπηρεσία(-ες), ενώ τέλος, ένα ποσοστό 2,9% του συνόλου των συνδρομών σταθερής τηλεφωνίας αγοράζοταν συνδυαστικά και με τις τέσσερις υπηρεσίες (Διάγραμμα 1.72).
- Περίπου το 97% των συνδρομών σταθερού ευρυζωνικού Διαδικτύου αγοράζοταν συνδυαστικά με άλλες υπηρεσίες (Διάγραμμα 1.73).
- Οι συνδρομές τηλεόρασης παρουσίασαν αύξηση κατά 2,1% ανερχόμενες στις 1.009.054 έναντι 988.218 πέρυσι. Το 62,5% όσων αγόρασαν υπηρεσίες τηλεόρασης τις συνδύασε με την σταθερή τηλεφωνία και το Διαδίκτυο (δηλαδή το triple play τηλεόρασης, σταθερής τηλεφωνίας και σταθερού Διαδικτύου), 13,7% αγόρασε το quaduple play, ενώ μόλις το 20,9% αγόρασε την τηλεόραση

ως αδεσμοποίητη υπηρεσία (Διάγραμμα 1.74).

- Το 90% περίπου του συνόλου των συνδρομών τηλεόρασης (904.341 συνδρομές) αφορούσε δορυφορικές συνδέσεις, ενώ το υπόλοιπο περίπου 10% συνδρομές μέσω ευρυζωνικών συνδέσεων.
- Οι συνδυαστικές προσφορές που περιλαμβάνουν κινητές υπηρεσίες αυξήθηκαν κατά 13,5% και πλέον ανέρχονται σε 820.450 έναντι 722.594 πέρυσι. Το 76,7% αυτών αφορούν το triple play σταθερής τηλεφωνίας, σταθερού Διαδικτύου και κινητής(-ών) υπηρεσίας(-ών), ενώ συνολικά, το 20% των συνδρομών συμβολαίου κινητής τηλε-

φωνίας αγοράζονταν δεσμοποιημένες με τουλάχιστον μία υπηρεσία που παρέχεται σε σταθερή θέση (Διαγράμματα 1.75-1.76).

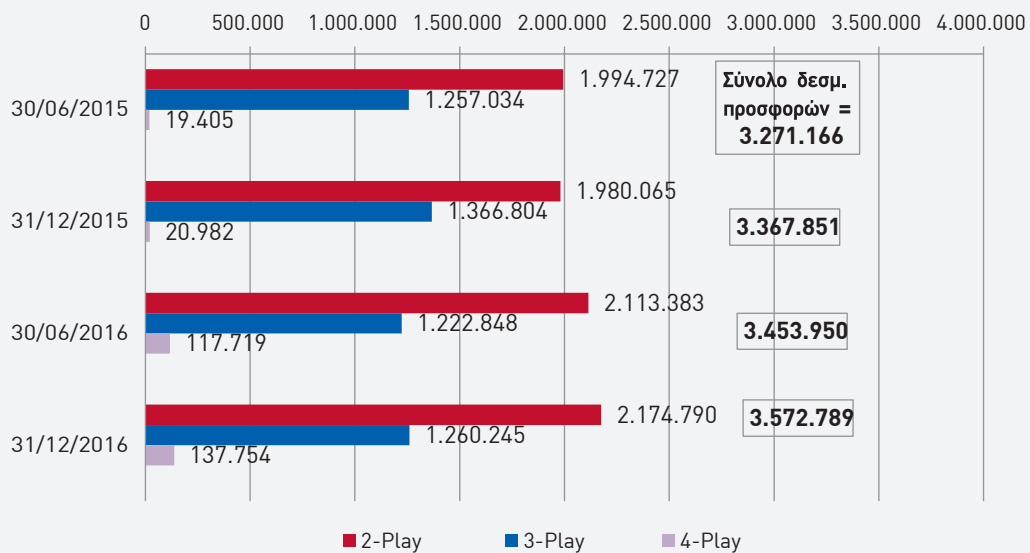
- Οι συνδυαστικές προσφορές που περιλαμβάνουν κινητές υπηρεσίες βάσει των σταθερών συνδρομών αυξήθηκαν κατά περίπου 98 χιλ., ενώ με βάση τις SIM κάρτες (σε μία συνδυαστική προσφορά μπορεί να συμμετέχουν περισσότερες από μία SIM κάρτες) η αύξηση υπολογίζεται σε 171 χιλ. (το εκτιμώμενο μέσο πλήθος SIM ανά σταθερή συνδρομή ανέρχεται σε 1,18 στο τέλος του 2016 έναντι 1,10 στο τέλος του 2015) (Διάγραμμα 1.77).

Διάγραμμα 1.68: Συνδυαστικές προσφορές και αδεσμοποίητες συνδρομές



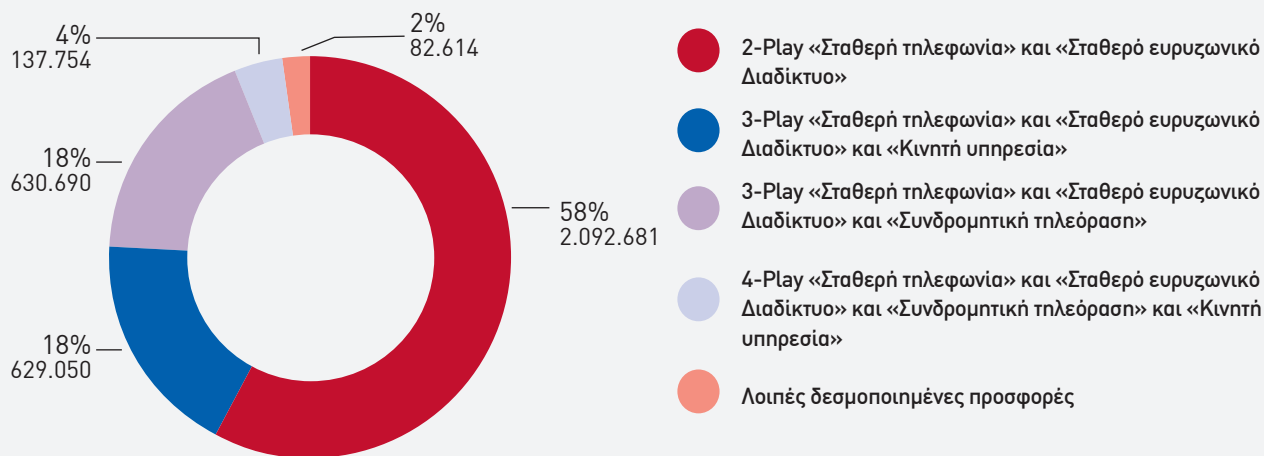
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.69: Συνδυαστικές προσφορές ανά γενικό τύπο



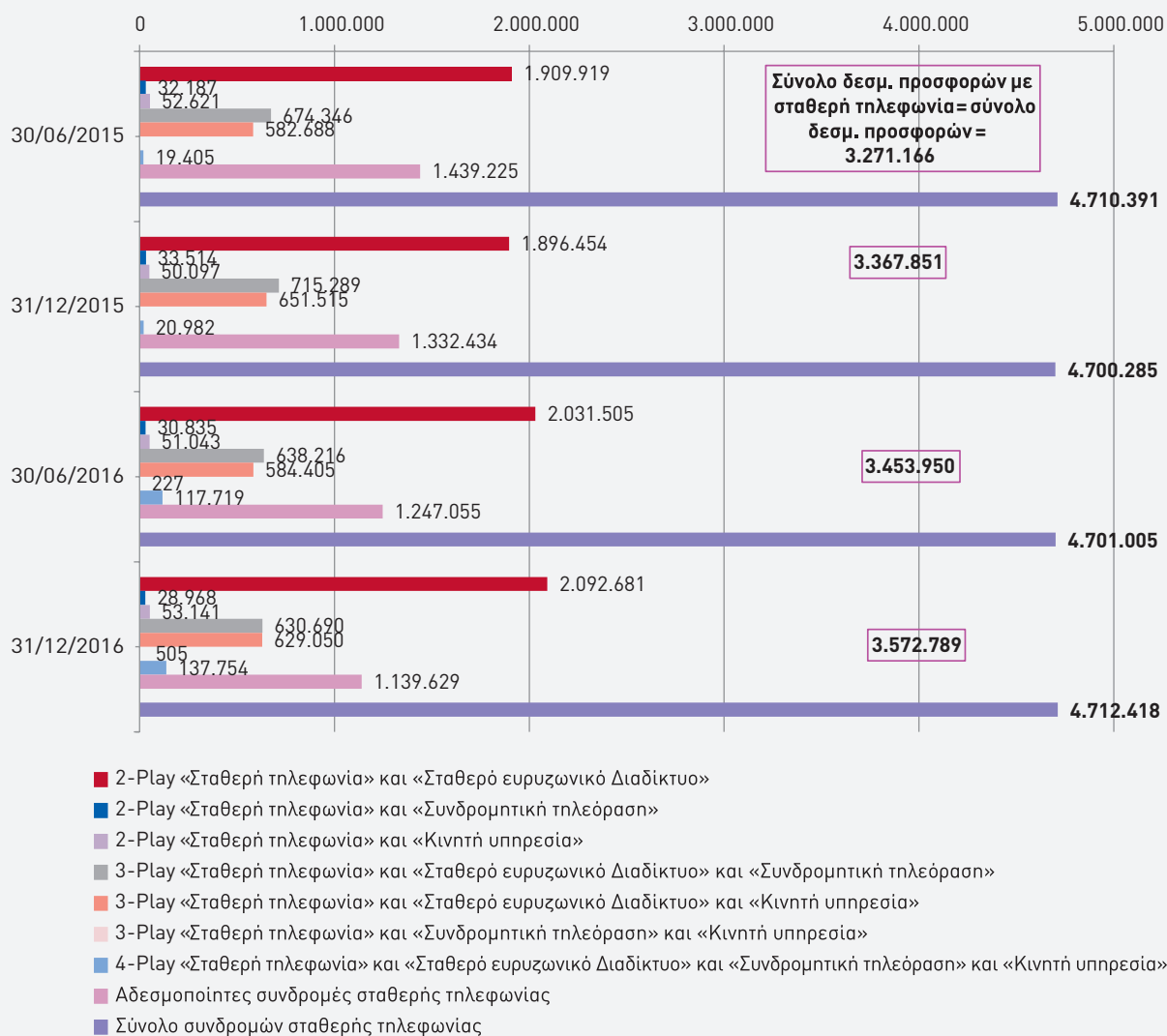
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.70: Συνδυαστικές προσφορές ανά ειδικό τύπο (Δεκ. 2016)



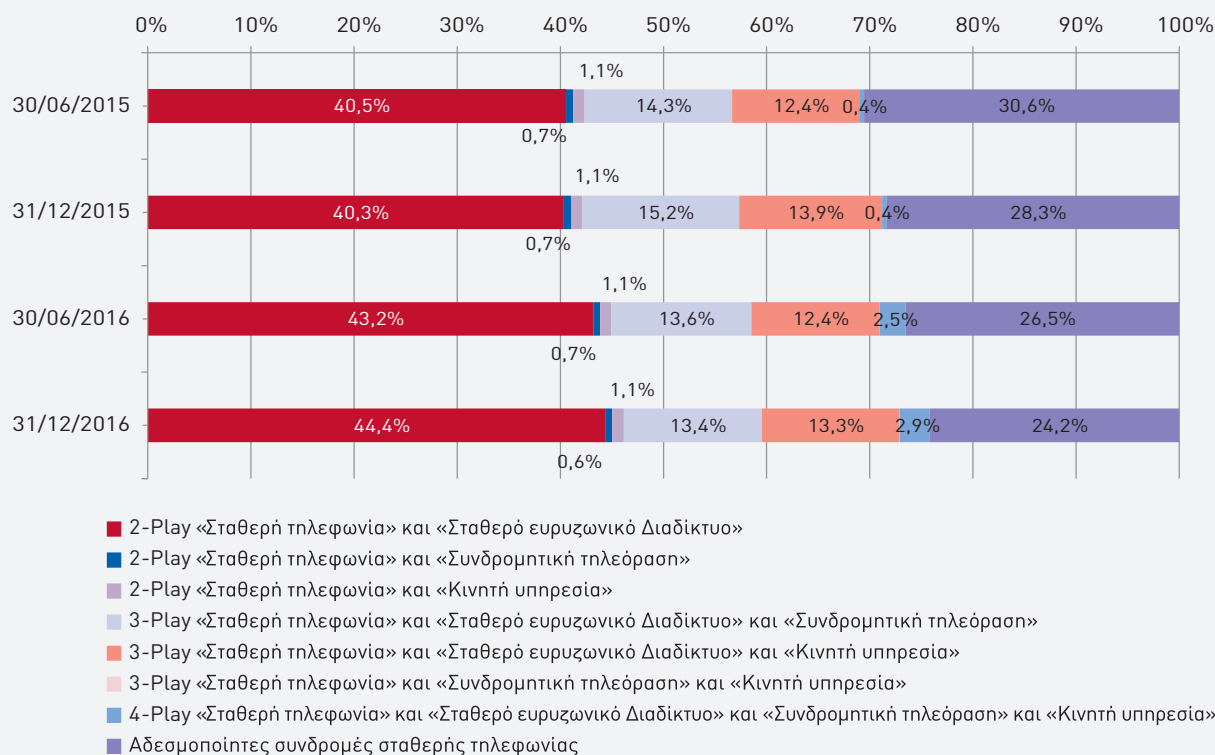
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.71: Σταθερή τηλεφωνία: Συνδυαστικές προσφορές (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητες συνδρομές



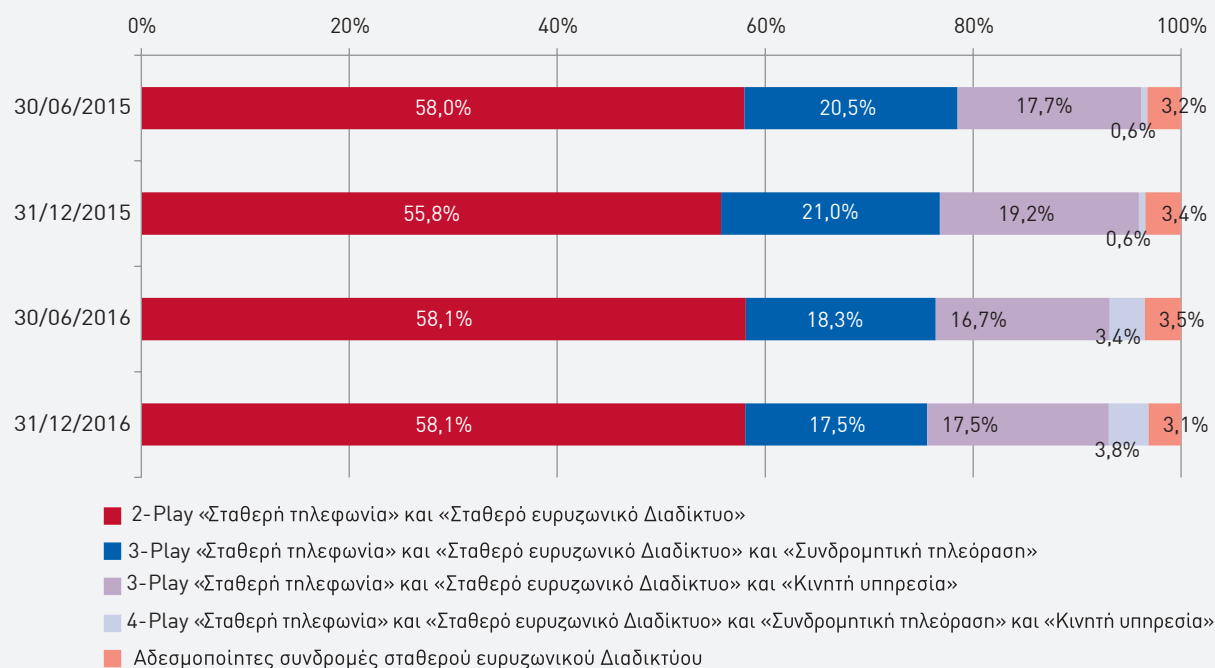
Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.72: Ποσοστιαία (%) κατανομή συνδυαστικών προσφορών (ανά ειδικό τύπο) και αδειοδοτημένων συνδρομών



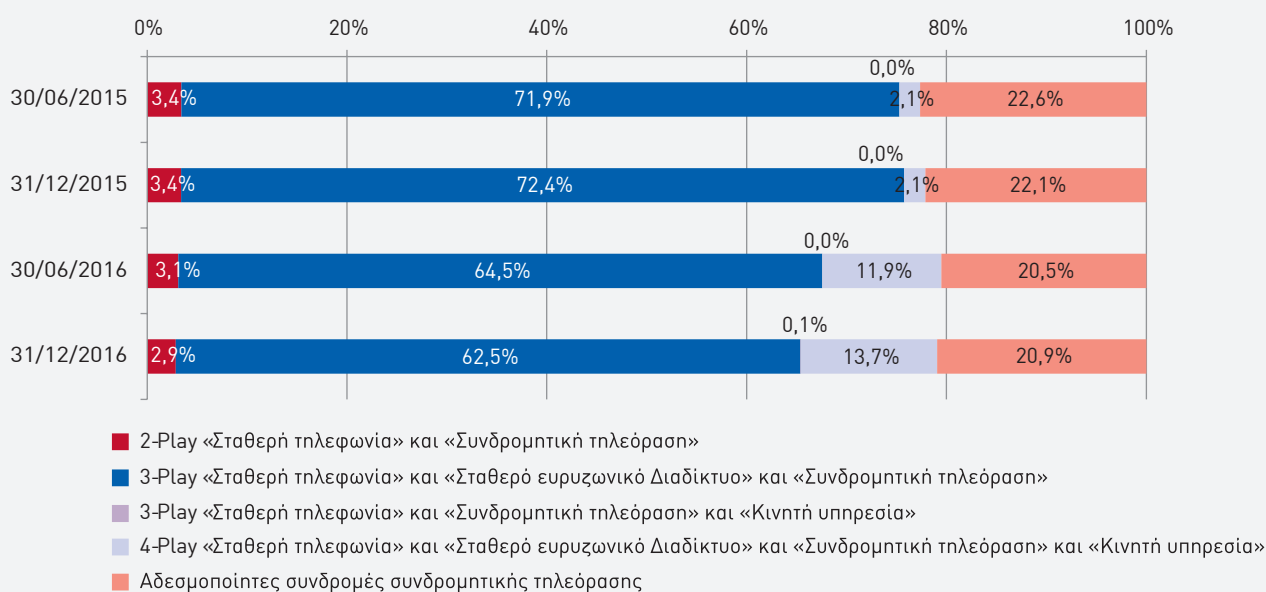
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.73: Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο: Ποσοστιαία (%) κατανομή συνδυαστικών προσφορών (ανά ειδικό τύπο) και αδειοδοτημένων συνδρομών



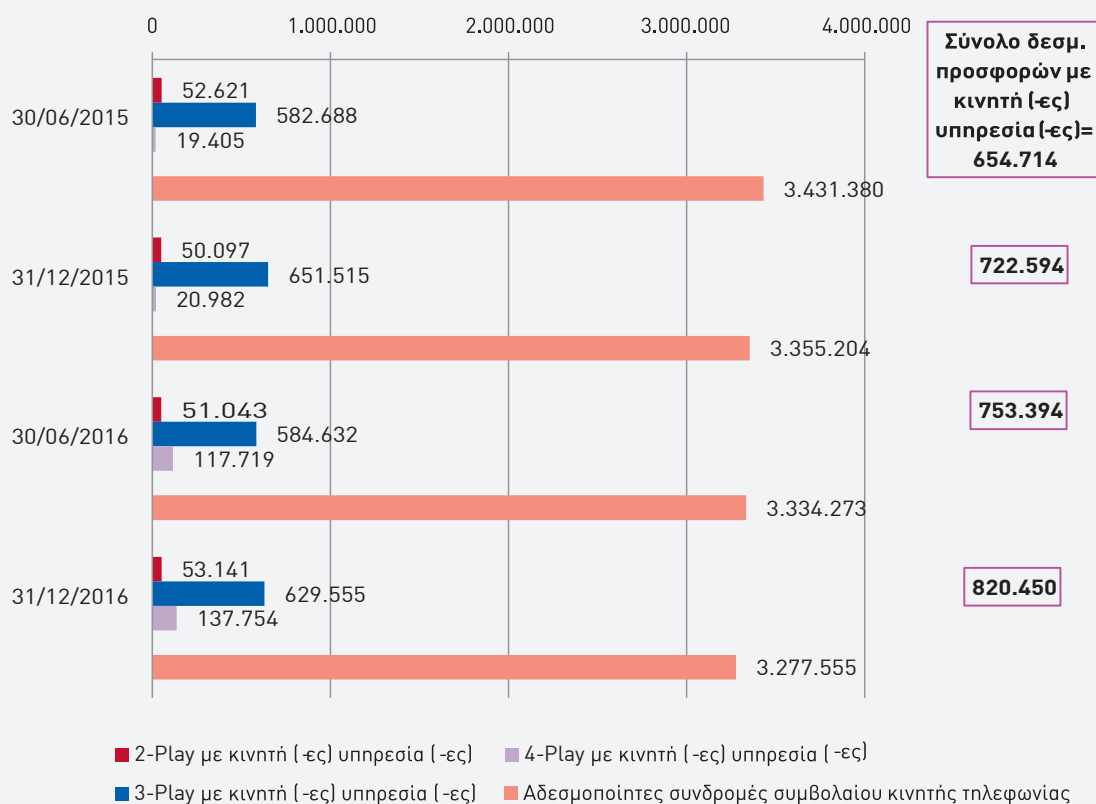
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.74: Συνδρομητική τηλεόραση: Ποσοστιαία (%) κατανομή συνδυαστικών προσφορών (ανά ειδικό τύπο) και αδειοδοτητών συνδρομών



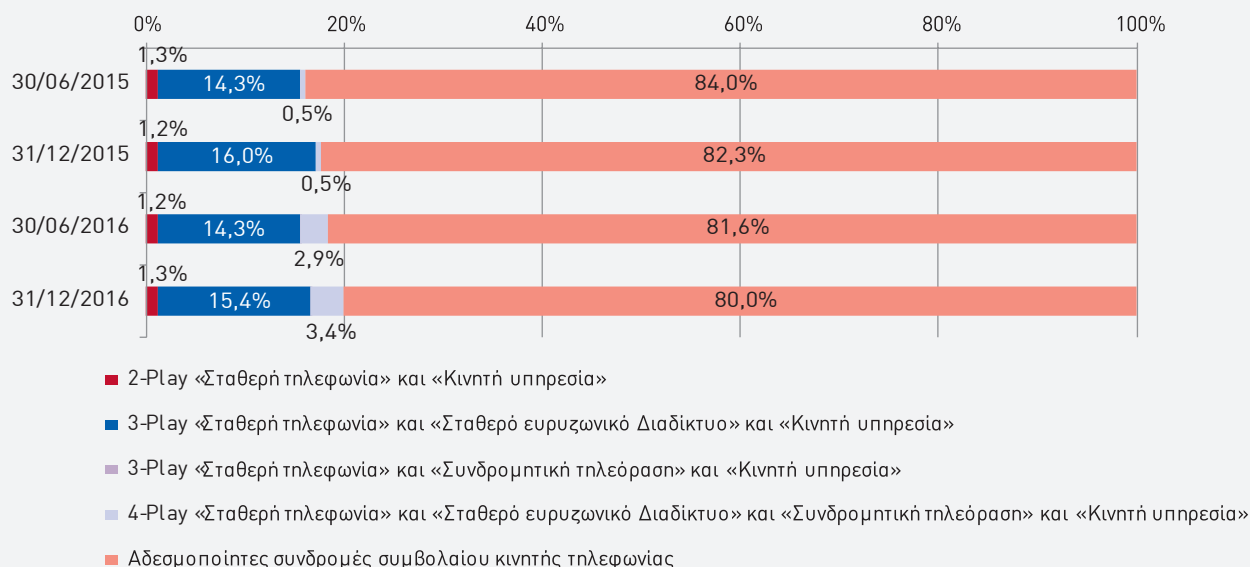
Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.75: Συνδρομές συμβολαίου κινητής τηλεφωνίας: Συνδυαστικές προσφορές (ανά γενικό τύπο) και αδειοδοτητές συνδρομές



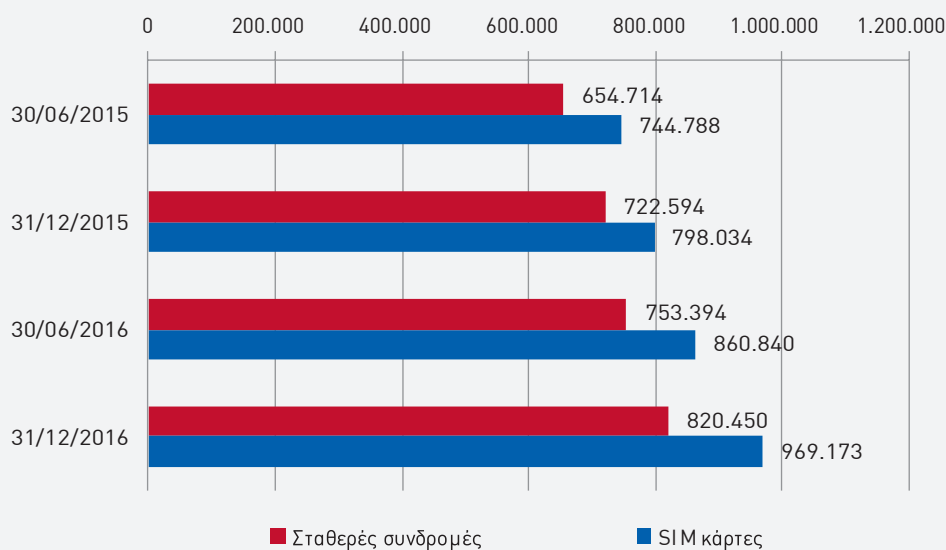
Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.76: Συνδρομές συμβολαίου κινητής τηλεφωνίας: Συνδυαστικές προσφορές (ανά ειδικό τύπο) και αδειοδοτημένες συνδρομές



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Διάγραμμα 1.77: Συνδυαστικές συνδρομές με σταθερές και κινητές υπηρεσίες βάσει σταθερών συνδρομών & κινητών SIM καρτών



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)

Πίνακας 1.19: Αριθμός συνδυαστικών και αδεσμοποίητων συνδρομών

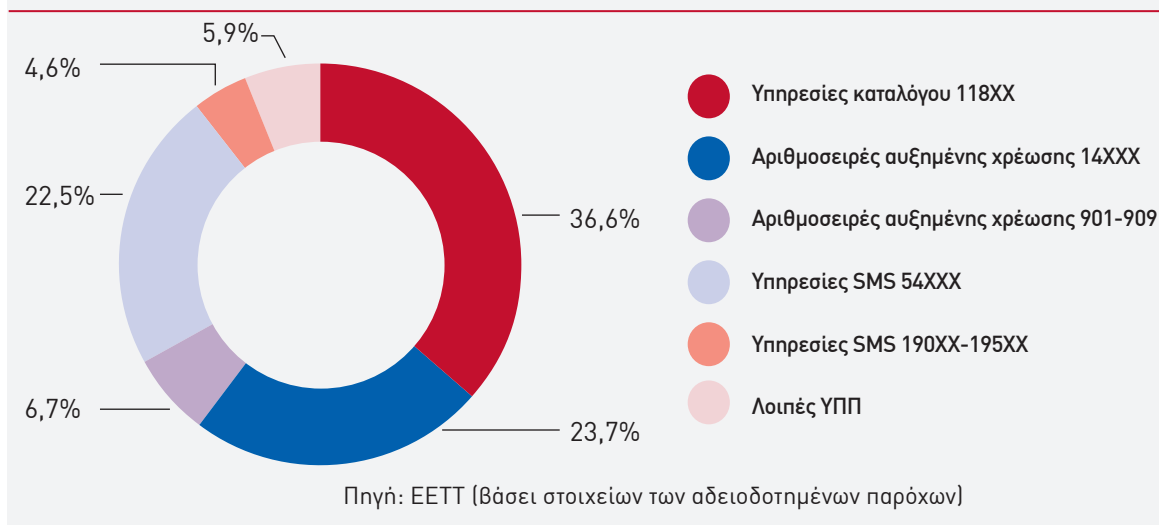
Α. Οπτική παρόχου σταθερών υπηρεσιών (δηλ. Βάσει των σταθερών συνδρομών)		30/06/2015	31/12/2015	30/06/2016	31/12/2016	
Συνδυαστικές συνδρομές	«Σταθερή τηλεφωνία» και «Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο»	1.909.919	1.896.454	2.031.505	2.092.681	
	2-Play «Σταθερή τηλεφωνία» και «Συνδρομητική τηλεόραση»	32.187	33.514	30.835	28.968	
	«Σταθερή τηλεφωνία» και «Κινητή υπηρεσία»	52.621	50.097	51.043	53.141	
	Σύνολο 2-Play	1.994.727	1.980.065	2.113.383	2.174.790	
	«Σταθερή τηλεφωνία» και «Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο» και «Συνδρομητική τηλεόραση»	674.346	715.289	638.216	630.690	
	3-Play «Σταθερή τηλεφωνία» και «Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο» και «Κινητή υπηρεσία»	582.688	651.515	584.405	629.050	
	«Σταθερή τηλεφωνία» και «Συνδρομητική τηλεόραση» και «Κινητή υπηρεσία»	-	-	227	505	
	Σύνολο 3-Play	1.257.034	1.366.804	1.222.848	1.260.245	
	4-Play «Σταθερή τηλεφωνία» και «Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο» και «Συνδρομητική τηλεόραση» και «Κινητή υπηρεσία»	19.405	20.982	117.719	137.754	
	Σύνολο 4-Play	19.405	20.982	117.719	137.754	
	Σύνολο συνδυαστικών συνδρομών (δηλ. 2-Play, 3-Play, 4-Play)	3.271.166	3.367.851	3.453.950	3.572.789	
	Συνδυαστικές συνδρομές που περιλαμβάνουν την κάθε υπηρεσία (α)	«Σταθερή τηλεφωνία»	3.271.166	3.367.851	3.453.950	3.572.789
		«Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο»	3.186.358	3.284.240	3.371.845	3.490.175
«Συνδρομητική τηλεόραση»		725.938	769.785	786.997	797.917	
«Κινητή υπηρεσία»		654.714	722.594	753.394	820.450	
Αδεσμοποίητες συνδρομές ανά υπηρεσία (β)	«Σταθερή τηλεφωνία»	1.439.225	1.332.434	1.247.055	1.139.629	
	«Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο»	106.270	116.891	122.355	112.619	
	«Συνδρομητική τηλεόραση»	212.383	218.433	203.217	211.137	
Συνδρομές που περιλαμβάνουν την κάθε υπηρεσία (σύνολα, δηλ. (α)+(β))	«Σταθερή τηλεφωνία»	4.710.391	4.700.285	4.701.005	4.712.418	
	«Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο»	3.292.628	3.401.131	3.494.200	3.602.794	
	«Συνδρομητική τηλεόραση»	938.321	988.218	990.214	1.009.054	
Β. Οπτική παρόχου κινητών υπηρεσιών (δηλ. Βάσει των mobile SIM καρτών)		30/06/2015	31/12/2015	30/06/2016	31/12/2016	
Αριθμός SIM καρτών που περιλαμβάνουν κινητή τηλεφωνία ή/και κινητό ευρυζωνικό διαδίκτυο και οι οποία(-ες) υπηρεσία(-ες) παρέχεται(-ονται) ως bundle με τουλάχιστον μία σταθερή υπηρεσία		744.788	798.034	860.840	969.173	
Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων των αδειοδοτημένων παρόχων)						

1.2.8. Υπηρεσίες Πολυμεσικής Πληροφόρησης (ΥΠΠ) και καταλόγου

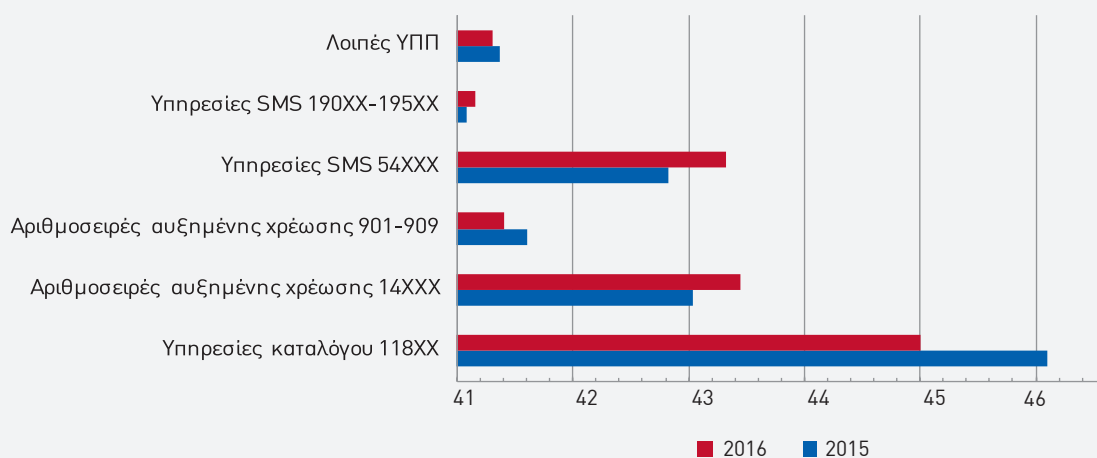
Τα μεγέθη έχουν βασιστεί σε στοιχεία 29 ενεργών επιχειρήσεων του κλάδου από το σύνολο των 60 αδειοδοτημένων σχετικά επιχειρήσεων. Η συνολική τιμολογηθείσα κίνηση ανήλθε σε 62,1 εκατ. λεπτά έναντι 72,8 εκατ. λεπτών το 2015 και σε 89,7 εκατ. κλήσεις ή και σε μηνύματα (83,5 εκατ. στο τέλος του 2015), αποφέροντας έσοδα της τάξης των 120,5 εκατ. ευρώ, μειωμένα κατά 3,1% σε σχέση

με το 2015. Τα έσοδα από υπηρεσίες καταλόγου 118XX ανήλθαν σε 44 εκατ. ευρώ και αποτέλεσαν το 36,6% επί του συνόλου της αγοράς. Έπονται τα έσοδα από τις υπηρεσίες SMS (SMS 54XXX και 19XXX-195XX) που αντιστοιχούν στο 27,1% της συνολικής αξίας της αγοράς και ανήλθαν σε 32 εκατ. ευρώ και τα έσοδα από τις αριθμοσειρές αυξημένης χρέωσης 14XXX με μερίδιο 23,7% και εκτιμώμενο απόλυτο μέγεθος στα 28,5 εκατ. ευρώ (Διαγράμματα 1.78 και 1.79).

Διάγραμμα 1.78: Μεριδία ΥΠΠ και καταλόγου βάσει εσόδων



Διάγραμμα 1.79: Εξέλιξη συνολικών εσόδων από την παροχή ΥΠΠ και καταλόγου (εκατ. ευρώ)



1.2.9. Σύγκριση λιανικών τιμών Παρατηρητηρίου Τιμών (Pricerscope)

Με βάση τα στοιχεία που έχουν καταχωρίσει για το 2016 οι τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι στο Παρατηρητήριο Τιμών ή αλλιώς Pricerscope¹⁹, οι εταιρίες CYTA, FORTHNET, ΟΤΕ-COSMOTE, VODAFONE, WIND διέθεταν εμπορικά περισσότερα από 1.200 προϊόντα/πακέτα στη εγχώρια αγορά²⁰. Σε αρκετές περιπτώσεις παρέχεται από τις εταιρίες η δυνατότητα δημιουργίας ad hoc συνδυασμών των παραπάνω προϊόντων αποσκοπώντας στην κατάλληλη εξυπηρέτηση των καταναλωτικών αναγκών και στην αντιμετώπιση ανταγωνιστικών προτάσεων. Ως εκ τούτου, καταγράφονται περίπου 90.000 δυνατοί και δυναμικά παραγόμενοι συνδυασμοί (εφεξής προϊόντικές λύσεις), γεγονός που σκιαγραφεί την ανταγωνιστική ένταση αλλά και τα περιθώρια της τηλεπικοινωνιακής αγοράς. Τα προϊόντα ταξινομούνται σε βασικά και πρόσθετα. Ως βασικό, χαρακτηρίζεται ένα προϊόν που μπορεί να διατεθεί αυτόνομα, δηλαδή ο πολίτης μπορεί να προμηθευτεί μόνο αυτό και να καλύψει τις τηλεπικοινωνιακές ανάγκες του. Ως πρόσθετο, χαρακτηρίζεται ένα προϊόν-πακέτο που δεν διατίθεται εμπορικά αυτόνομα αλλά πρέπει να συνδυαστεί με κάποιο βασικό προϊόν. Για παράδειγμα, ένα πακέτο προπληρωμένου χρόνου είναι ένα πρόσθετο προϊόν. Οι 90.000 προϊόντικές λύσεις παράγονται με συνδυασμό βασικών με πρόσθετα είτε και με άλλα βασικά προϊόντα. Τέλος, μια τρίτη ημι-αυτόνομη κατηγορία είναι οι προσφορές, δηλαδή η διάθεση βασικών ή πρόσθετων προϊόντων με συγκεκριμένους περιοριστικούς όρους. Με βάση την παραπάνω ταξινόμηση:

- Η COSMOTE φαίνεται να διαθέτει οριακά περισσότερα προϊόντα από τους άλλους παρόχους (Διάγραμμα 1.80).
- Το προϊόντικό μίγμα της COSMOTE είναι περίπου ισομερώς κατανεμημένο μεταξύ βασικών και πρόσθετων προγραμμάτων (~42-43%), η VODAFONE στηρίζεται κυρίως στα βασικά προγράμματα (72%) σε αντίθεση με τη WIND που φαίνεται να δίνει βάση κυρίως στα πρόσθετα προϊόντα της (46%) (Διάγραμμα 1.81).
- Ένα στα δέκα προϊόντα διατίθεται ως προσφορά, ενώ περισσότερα από ένα στα τρία προϊόντα έχουν το χαρακτήρα πρόσθετου πακέτου, καταδεικνύοντας τις ανάγκες διαμόρφωσης πολλαπλών συνδυαστικών, διαφοροποιημένων-προσαρμοσμένων λύσεων (Διάγραμμα 1.82).
- Η πλειονότητα των προϊόντων αφορά τις κινητές επικοινωνίες. Περίπου 62% είναι τα προϊόντα που προσφέρουν υπηρεσίες φωνής πάνω από δίκτυο κινητών επικοινωνιών, ενώ άλλο ένα 13% αφορά προϊόντα κινητής ευρυζωνικότητας. Επομένως, περίπου ένα στα τέσσερα προϊόντα αφορά σταθερές επικοινωνίες, γεγονός που οφείλεται και στο χαμηλότερο πλήθος πρόσθετων προϊόντων στις αγορές σταθερής έναντι της κινητής (Διάγραμμα 1.83).
- Μόλις το 3% των προϊόντων φωνής στην καρτοκινητή ορίζεται από τους παρόχους ως βασικό, ενώ φαίνεται ότι οι αναλογίες βασικών-πρόσθετων στο συμβόλαιο κινητής και στις σταθερές επικοινωνίες κινούνται στα ίδια επίπεδα (Διαγράμματα 1.84 έως 1.86).
- Περίπου έξι στα δέκα προϊόντα απευθύνονται αποκλειστικά σε οικιακούς πελάτες. Αντίθετα, μόλις ένα στα τέσσερα προϊόντα απευθύνεται αποκλειστικά σε εταιρικούς πελάτες, ενώ φαίνεται να υπάρχει και ένα πλήθος προϊόντων που απευθύνονται και στις δύο ομάδες πελατών (Διάγραμμα 1.87).
- Τα προϊόντα καρτοκινητής απευθύνονται κυρίως στους οικιακούς πελάτες, ενώ στο συμβόλαιο κινητής διαπιστώνονται τα περισσότερα αναλογικά και απόλυτα προϊόντα-προγράμματα για εταιρικούς πελάτες (Διάγραμμα 1.88).
- Τα προγράμματα των COSMOTE και WIND απευθύνονται κυρίως (>80%) σε οικιακούς πελάτες, ενώ πάνω από τα μισά προγράμματα της VODAFONE (55%) είναι προσανατολισμένα προς εταιρικούς πελάτες (Διάγραμμα 1.89).
- Τα περισσότερα προγράμματα (~53%) συγκεντρώνονται σε πάγια έως και 40 ευρώ με μέση τιμή τα 26 ευρώ και ενσωματωμένο χρόνο ομιλίας έως και 1000 λεπτά με μέση τιμή τα 375 λεπτά. Περί το 30% των προγραμμάτων συγκε-

19. Οι πληροφορίες της παρούσας ενότητας προέρχονται από τα υποβληθέντα στοιχεία των παρόχων ΟΤΕ-COSMOTE, VODAFONE, WIND, CYTA, FORTHNET στο αποθετήριο στοιχείων του Παρατηρητηρίου Τιμών.

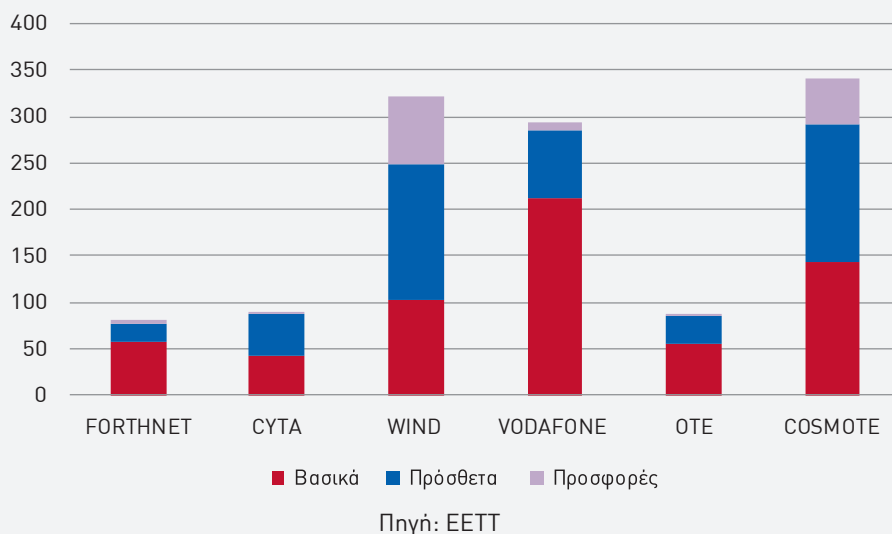
20. Πέραν των προϊόντων που οι πάροχοι διέθεταν εμπορικά, καταγράφονται και πολλά προϊόντα των οποίων, αν και η εμπορική διάθεση έχει διακοπεί, εξακολουθούν να προτιμώνται από πελάτες που τα είχαν επιλέξει στο παρελθόν και εξακολουθούν να τα χρησιμοποιούν. Επίσης, όρος για τη διαφοροποίηση των προϊόντων δεν είναι μόνο η διαφορετική επωνυμία αλλά όλα τα επιμέρους χαρακτηριστικά, όπως η χρονική δέσμευση, που συνοδεύει μια σύμβαση παροχής τηλεπικοινωνιακής υπηρεσίας.

ντώνονται σε πάγια έως και 80 ευρώ με μέση τιμή τα 58 ευρώ και ενσωματωμένο χρόνο ομιλίας έως και 1500 λεπτά με μέση τιμή τα 992 λεπτά (Διάγραμμα 1.90).

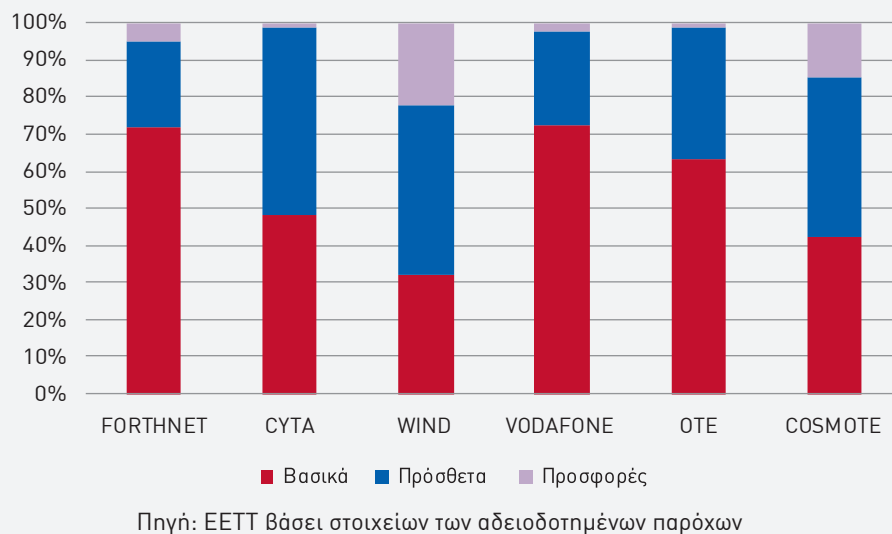
Όλα τα παραπάνω συνιστούν χρήσιμες πληροφο-

ρίες για τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνονται τα προϊόντικά μίγματα ανά πάροχο και οι σχετικές στρατηγικές των εταιριών, ενώ το πλήθος των προϊόντων και των δυναμικών συνδυασμών δείχνει το εύρος τμηματοποίησης της αγοράς.

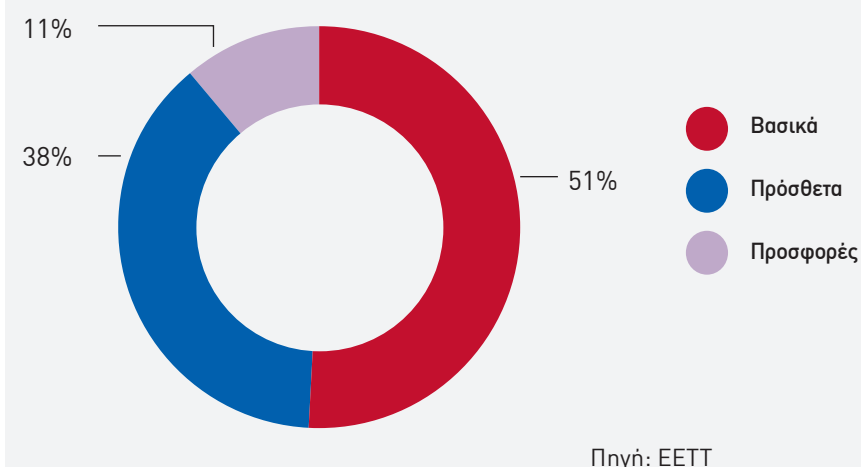
Διάγραμμα 1.80: Εμπορικά διαθέσιμα προϊόντα ανά πάροχο



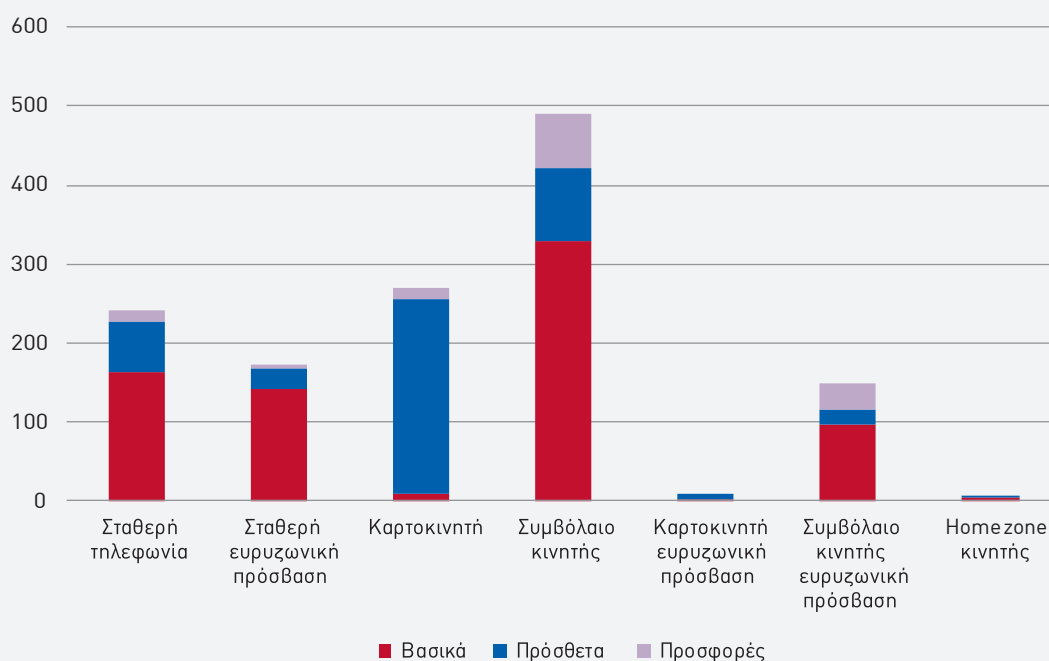
Διάγραμμα 1.81: Ποσοστιαία σύνθεση εμπορικά διαθέσιμων προϊόντων ανά πάροχο



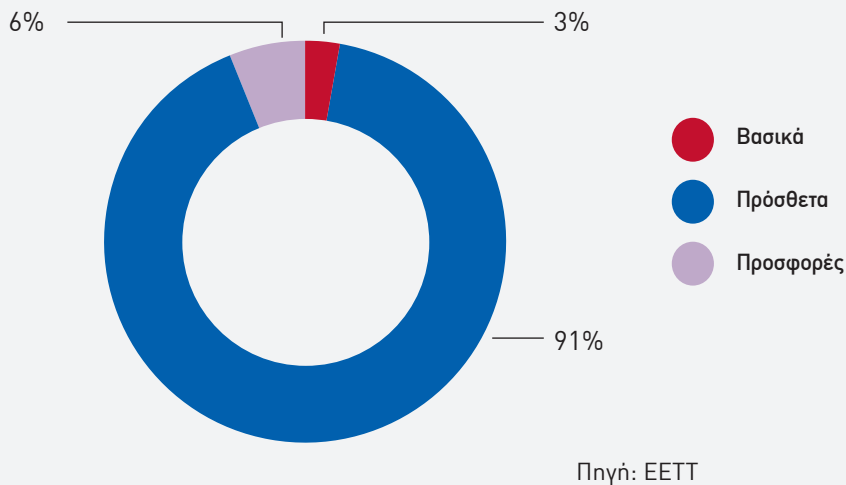
Διάγραμμα 1.82: Κατανομή τύπου προϊόντων στην αγορά



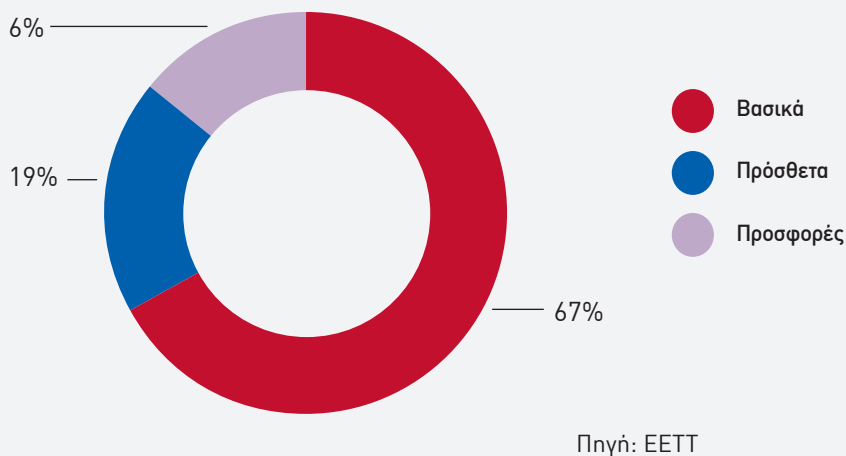
Διάγραμμα 1.83: Πλήθος προϊόντων ανά προσφερόμενο τύπο υπηρεσίας



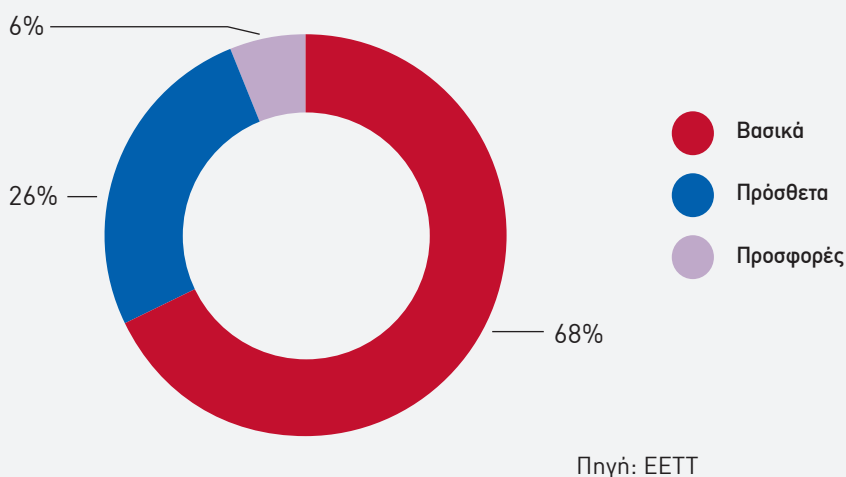
Διάγραμμα 1.84: Αναλογία Βασικών-πρόσθετων σε προϊόντα καρτοκινητής τηλεφωνίας



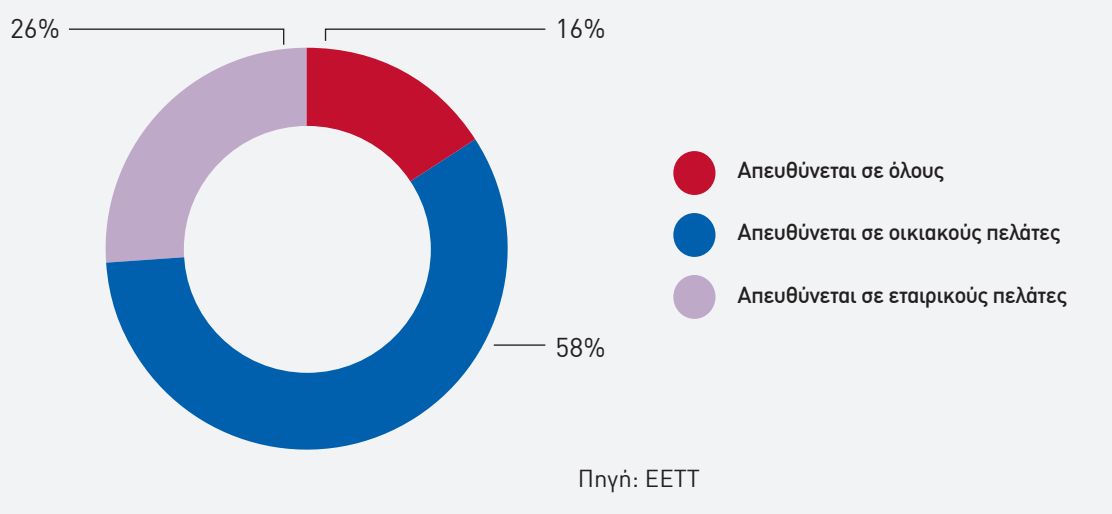
Διάγραμμα 1.85: Αναλογία Βασικών-πρόσθετων σε προϊόντα συμβολαίου κινητής τηλεφωνίας



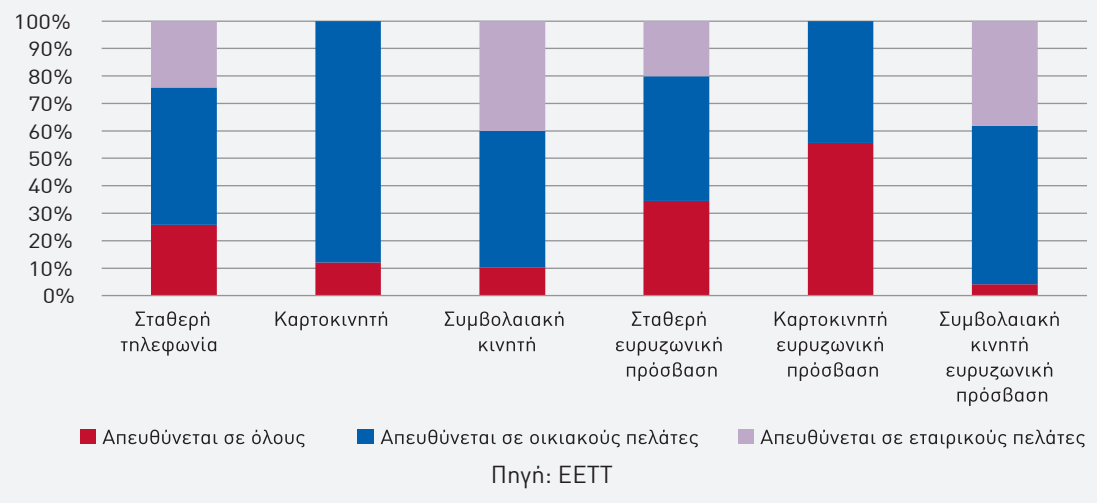
Διάγραμμα 1.86: Αναλογία Βασικών-πρόσθετων σε προϊόντα σταθερής τηλεφωνίας



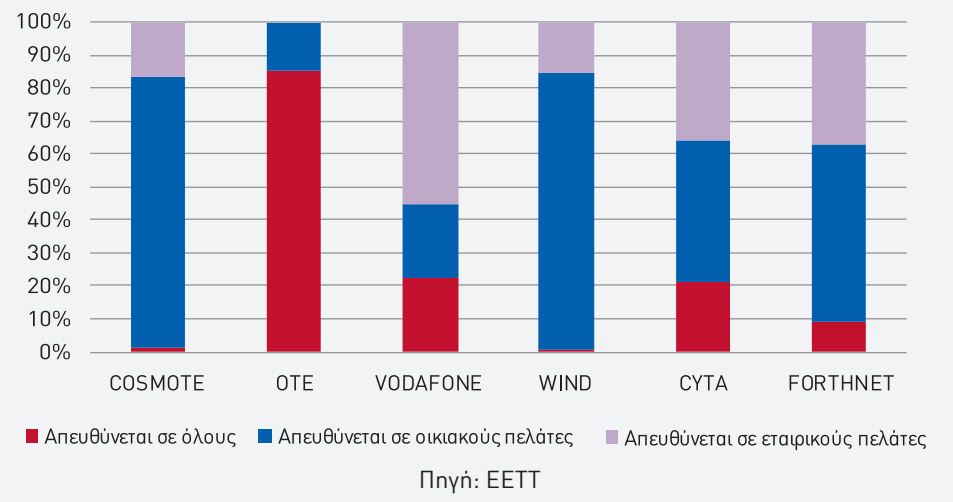
Διάγραμμα 1.87: Αγορές-στόχοι των τηλεπικοινωνιακών προϊόντων



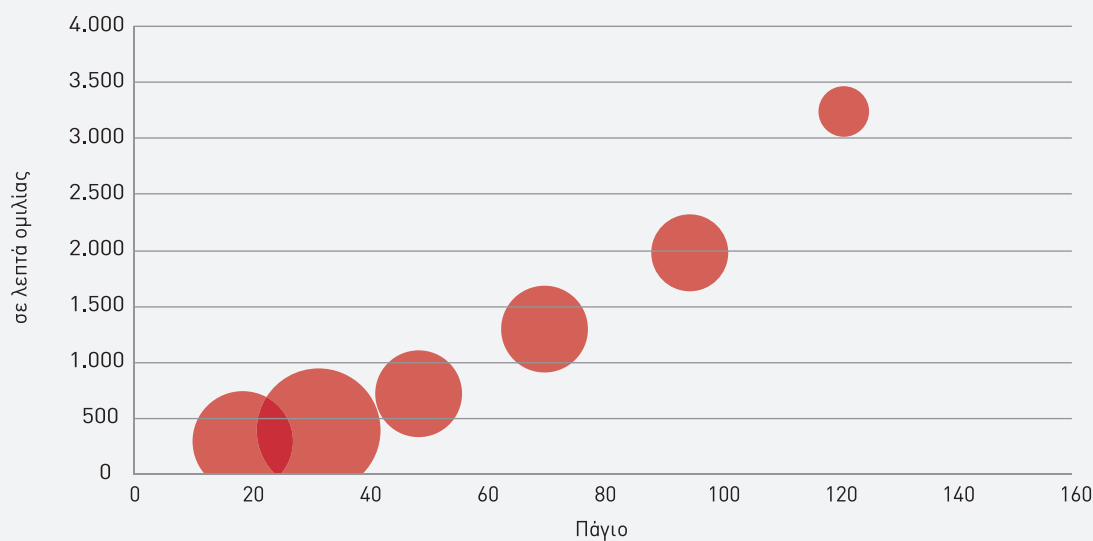
Διάγραμμα 1.88: Κατανομή προϊόντων ανά τύπο στις αγορές - στόχο



Διάγραμμα 1.89: Κατανομή προϊόντων ανά πάροχο στις αγορές-στόχο

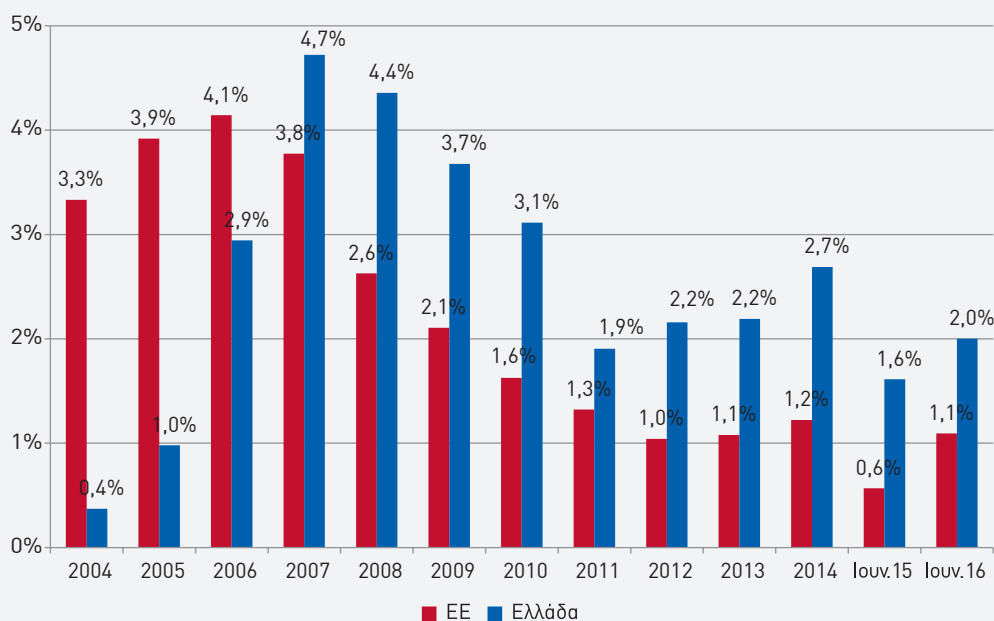


Διάγραμμα 1.90: Συγκέντρωση προϊόντων στο συμβόλαιο κινητής



Πηγή: EETT

Διάγραμμα 1.91: Αύξηση της ευρυζωνικής διείσδυσης σε Ελλάδα και ΕΕ



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων του Digital Economy & Society Index)

1.2.10. Συγκρίσεις μεγεθών της ελληνικής αγοράς με αντίστοιχες ευρωπαϊκές²¹

Σταθερή ευρυζωνικότητα

Η διείσδυση των ευρυζωνικών συνδέσεων στην Ευρώπη συνεχίζεται με επιβραδυνόμενο ρυθμό. Τον

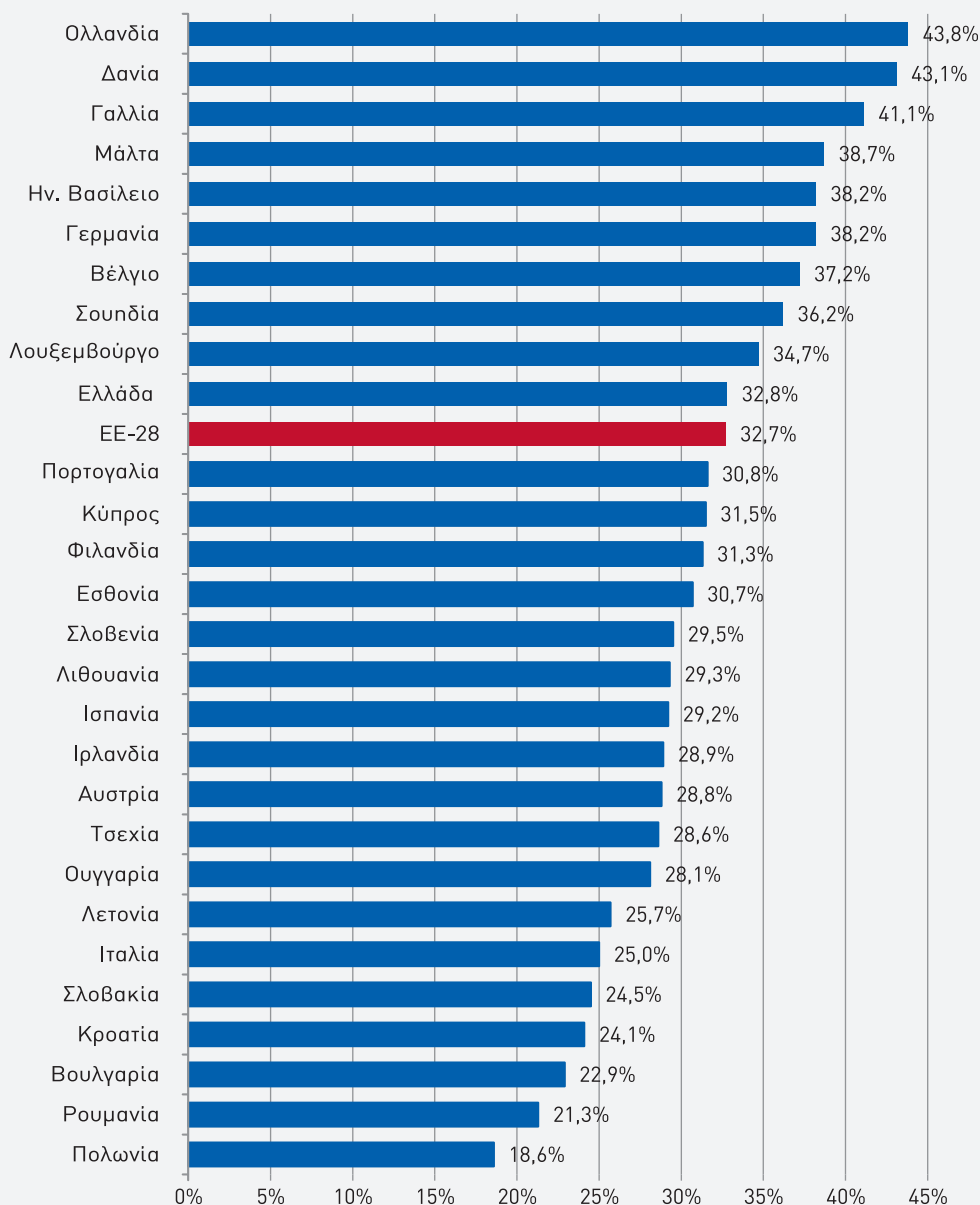
Ιούνιο του 2016, η διείσδυση της σταθερής ευρυζωνικότητας, ήτοι ο αριθμός ευρυζωνικών συνδέσεων ανά 100 κατοίκους, έφτασε το 32,7% έναντι 31,6% τον Ιούνιο του 2015. Τα αντίστοιχα μεγέθη για την Ελλάδα ήταν 32,8% και 30,8%, κατατάσσοντάς την

21. Τα στοιχεία που παρουσιάζονται για την Ελλάδα υστερούν τουλάχιστον κατά ένα εξάμηνο σε σχέση με τα μεγέθη που αναφέρθηκαν νωρίτερα.

στην 10^η θέση μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ, έναντι της 11^{ης} θέσης τον Ιούνιο του 2015. Για πρώτη φορά η Ελλάδα υπερέβη, έστω και οριακά, τον αντίστοιχο ευρωπαϊκό μέσο όρο. Επιπλέον, κατά το ίδιο διάστημα, ο ρυθμός αύξησης της ευρυζωνικής διείσδυσης της χώρας ήταν σχεδόν διπλάσιος από τον αντίστοιχο ευρωπαϊκό μέσο ρυθμό διείσδυσης, ήτοι 2% έναντι 1,1% αντίστοιχα [Διαγράμματα 1.91-1.94].

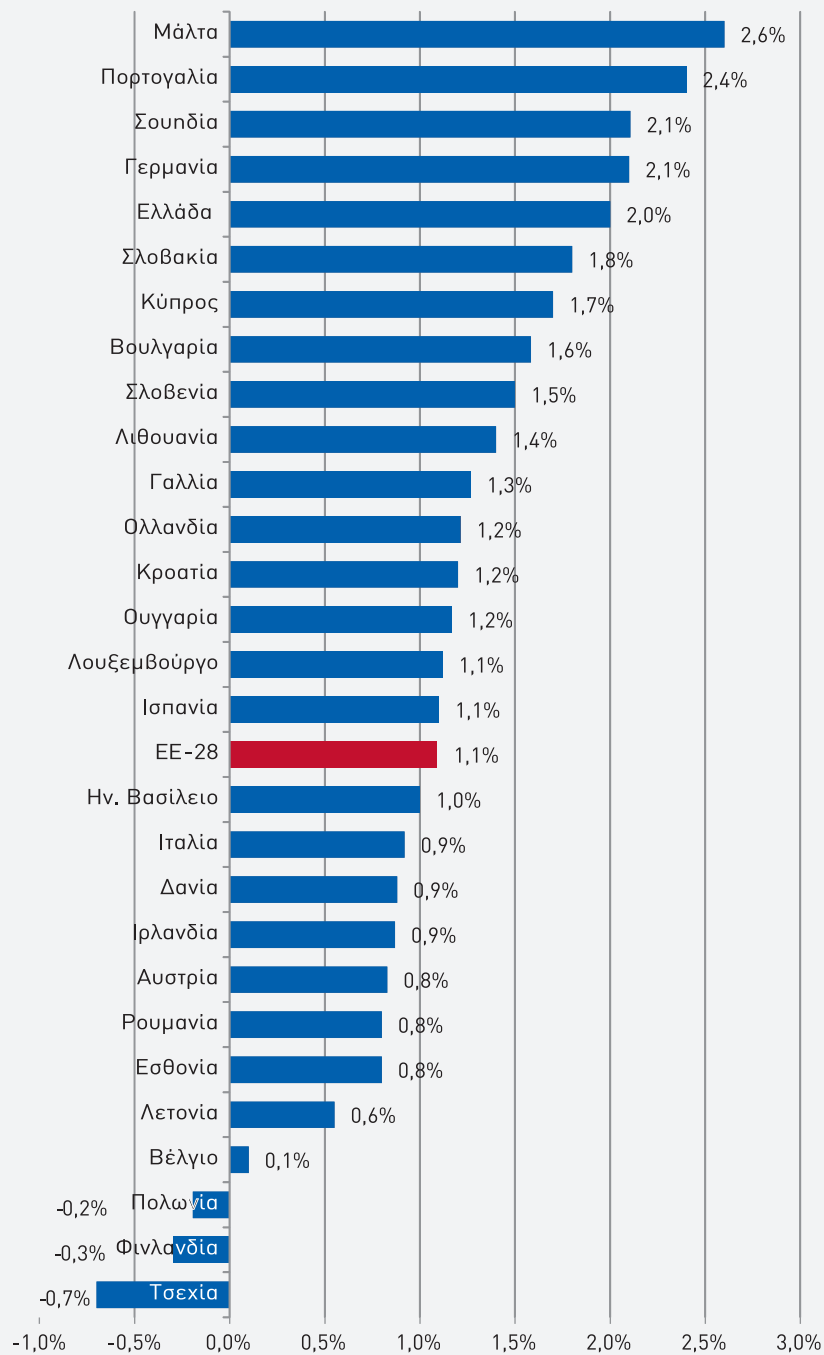
Ακόμη, η ζήτηση ευρυζωνικών γραμμών υπέρ-υψηλών ταχυτήτων συνέχισε να αυξάνεται, με αποτέλεσμα τον Ιούνιο 2016 οι ευρυζωνικές συνδέσεις σε ταχύτητες άνω των 30Mbps να αποτελούν περίπου το 37% του συνόλου (έναντι 30% τον Ιούνιο 2015), με την Ελλάδα να βρίσκεται μεταξύ των ουραγών με 7,1% έναντι 4,2% τον Ιούνιο 2015 [Διάγραμμα 1.95].

Διάγραμμα 1.92: Ευρυζωνική διείσδυση σε Ελλάδα και ΕΕ (Ιούνιος 2016)



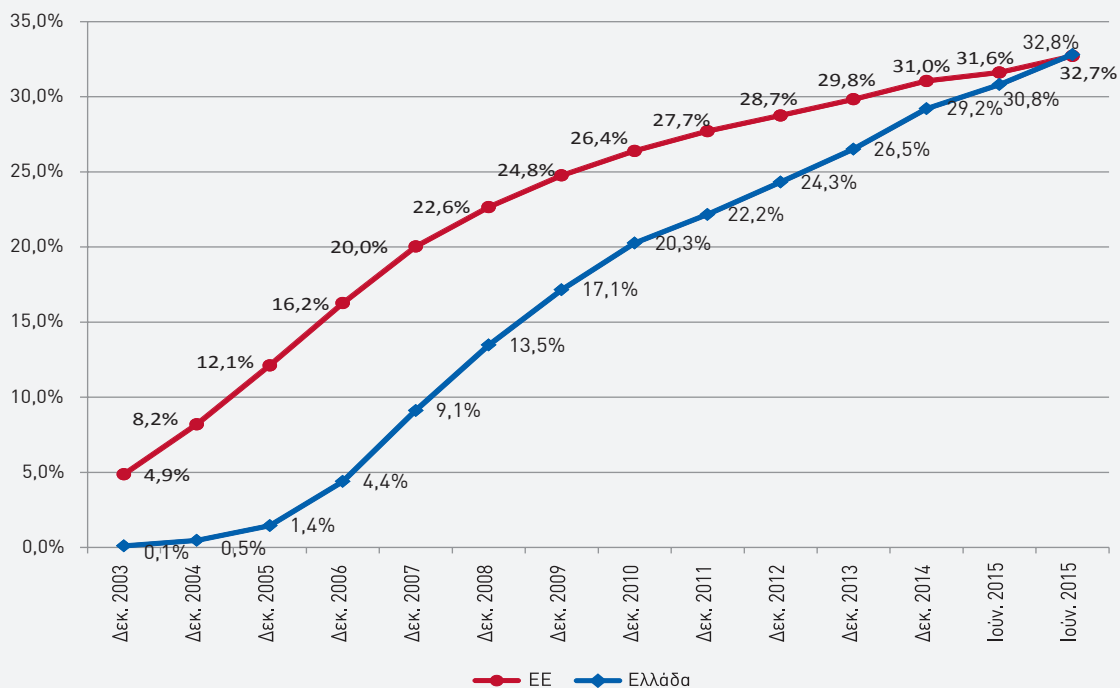
Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων του Digital Economy & Society Index)

Διάγραμμα 1.93: Μεταβολή ευρυζωνικής διείσδυσης στην ΕΕ (Ιούνιος 2016)



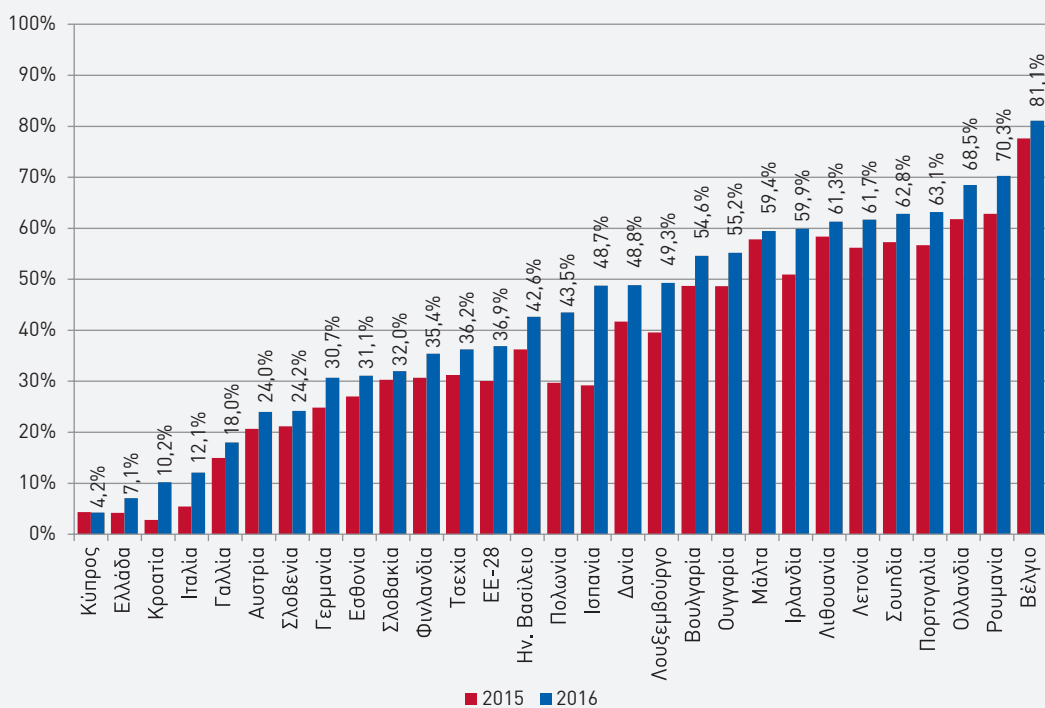
Πηγή: EETT (Βάσει στοιχείων του Digital Economy & Society Index)

Διάγραμμα 1.94: Εξέλιξη της ευρωζωνικής διείσδυσης σε Ελλάδα και ΕΕ



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων του Digital Economy & Society Index)

Διάγραμμα 1.95: Ποσοστό γραμμών με ταχύτητες >30Mbps στην ΕΕ (Ιούνιος 2016)



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων του Digital Economy & Society Index)

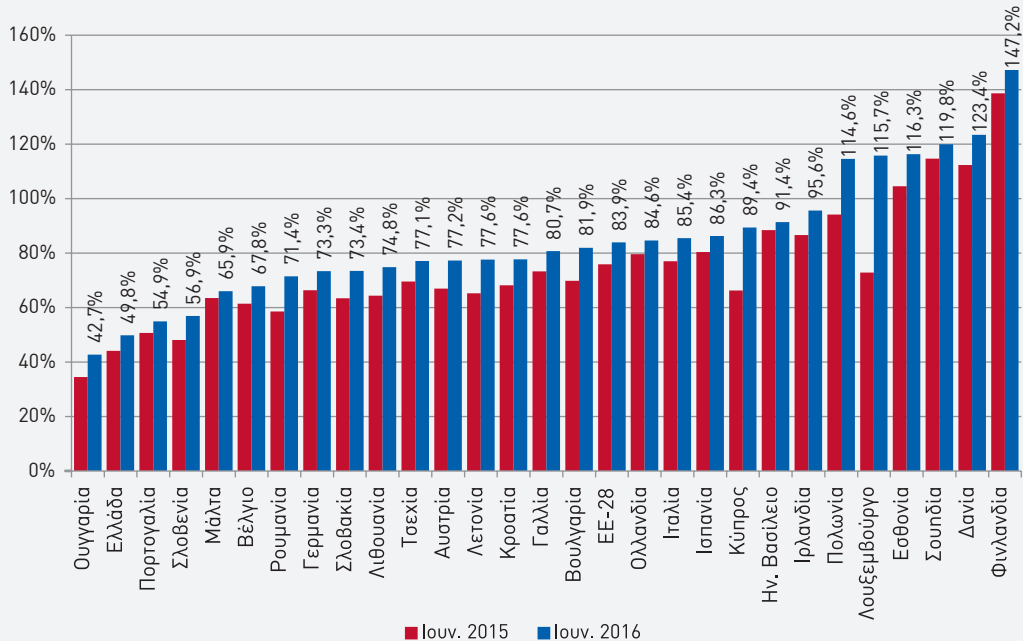
Κινητή ευρυζωνικότητα

Η ανάπτυξη της κινητής ευρυζωνικότητας συνεχίζεται με αμείωτο ρυθμό, με τη διείσδυσή της να φτάνει τον Ιούνιο 2016 στην ΕΕ το 83,9% (συνδέσεις ανά 100 κατοίκους) έναντι 75,3% του Ιουνίου 2015 (Διάγραμμα 1.96). Στις τέσσερις χώρες (Φινλανδία, Δανία, Εσθονία και Σουηδία) που παρουσίαζαν διείσδυση της κινητής ευρυζωνικότητας άνω του 100% πέρασι προστέθηκαν και το Λουξεμβούργο με την Πολωνία. Η Ελλάδα με διείσδυση 49,8% συγκαταλέγεται μεταξύ των ουραγών στην κινητή ευρυζωνική πρόσβαση, ενώ και η αύξηση της διείσδυσης την περίοδο Ιούνιος 2015 - Ιούνιος 2016 ήταν χαμηλότερη του ευρωπαϊκού μέσου όρου (5,5% έναντι 8,6%).

Ανάπτυξη δικτυακών υποδομών

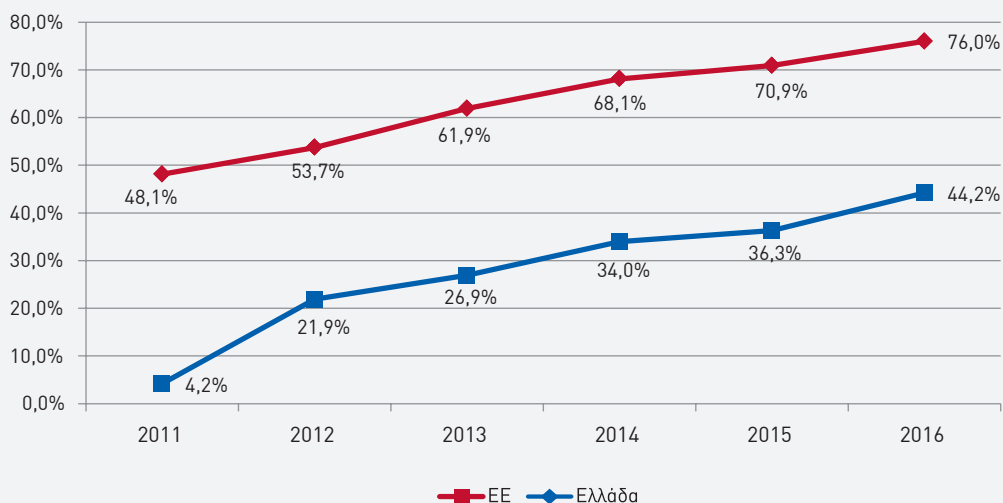
Η κάλυψη δικτύων πρόσβασης νέας γενιάς (Next Generation Access networks-NGA) επεκτάθηκε και έχει φτάσει το 2016 το 76% των νοικοκυριών έναντι 70,9% το 2015 (Διάγραμμα 1.97). Η Ελλάδα υπολείπεται του ευρωπαϊκού μέσου όρου με κάλυψη 44,2%, παρουσιάζοντας ωστόσο μεγαλύτερο βαθμό αύξησης από τον αντίστοιχο ευρωπαϊκό (7,9% έναντι 5,1%). Παράλληλα, το ποσοστό των κατοικημένων περιοχών που καλύπτονται από δίκτυα 4G (μέσος όρος κάλυψης των τηλεπικοινωνιακών παρόχων σε κάθε χώρα) ανήλθε τον Ιούνιο του 2016 στο 84,9% του πληθυσμού με την Ελλάδα να υστερεί ελαφρά με κάλυψη 79,8% (Διάγραμμα 1.98).

Διάγραμμα 1.96: Διείσδυση κινητής ευρυζωνικότητας (ανά 100 κατοίκους)



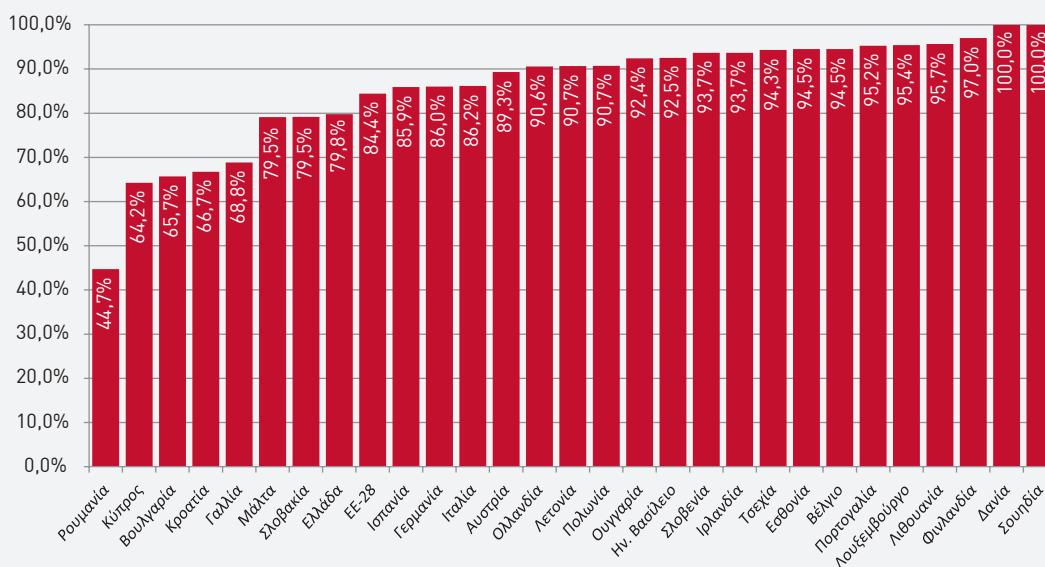
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων του Digital Economy & Society Index)

Διάγραμμα 1.97: Ευρυζωνική κάλυψη δικτύων νέας γενιάς (NGA) σε ΕΕ και Ελλάδα



Πηγή: EETT, βάσει στοιχείων του Digital Economy & Society Index

Διάγραμμα 1.98: Ποσοστό κατοικημένων περιοχών που καλύπτεται από 4G



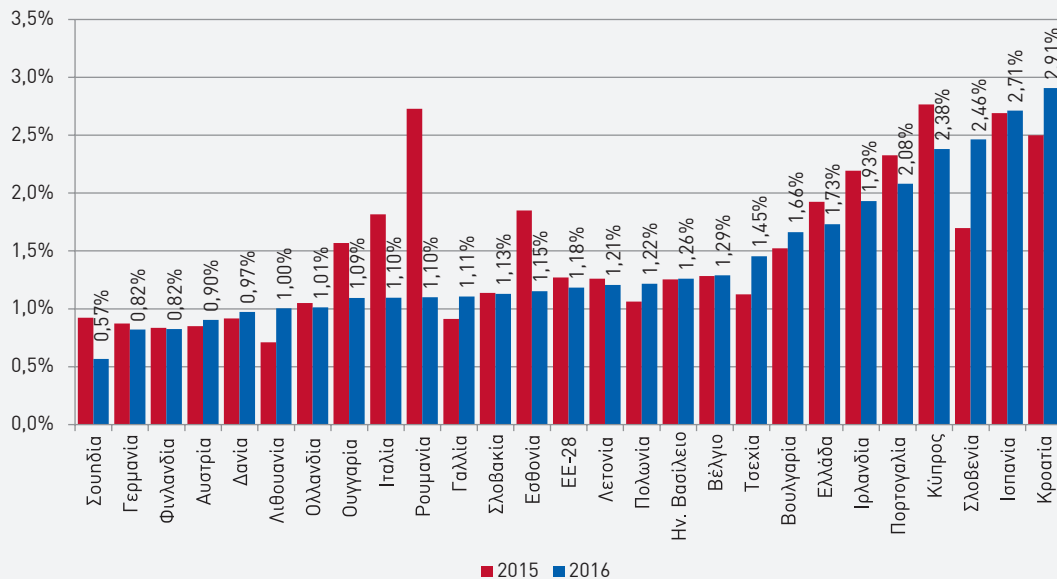
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων του Digital Economy & Society Index)

Πρόσβαση στο Διαδίκτυο

Στην Ελλάδα, απαιτείται το 1,73% 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 1,18% (Διάγραμμα 1.99). Το 66% των Ελλήνων συνδέθηκε στο Διαδίκτυο τουλάχιστον μία

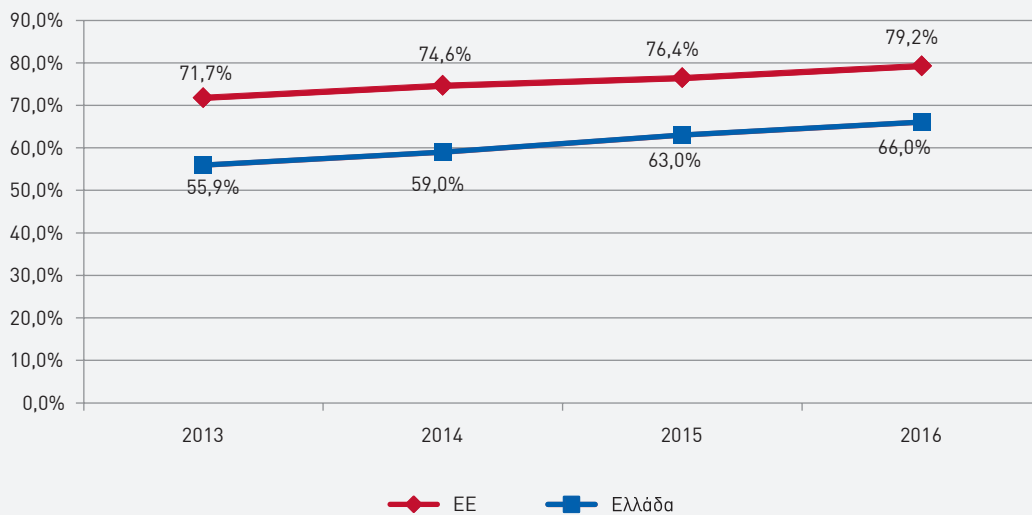
φορά την εβδομάδα έναντι 79% του ευρωπαϊκού μέσου όρου, παρουσιάζοντας σταδιακά σημάδια σύγκλισης (Διάγραμμα 1.100), με το μεγαλύτερο ποσοστό εξ αυτών να ενημερώνεται και να απολαμβάνει διάφορες μορφές διασκέδασης (85,3% και 76,6% αντίστοιχα) (Διάγραμμα 1.101)

Διάγραμμα 1.99: Προσιτότητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο βάσει του διαθέσιμου εισοδήματος



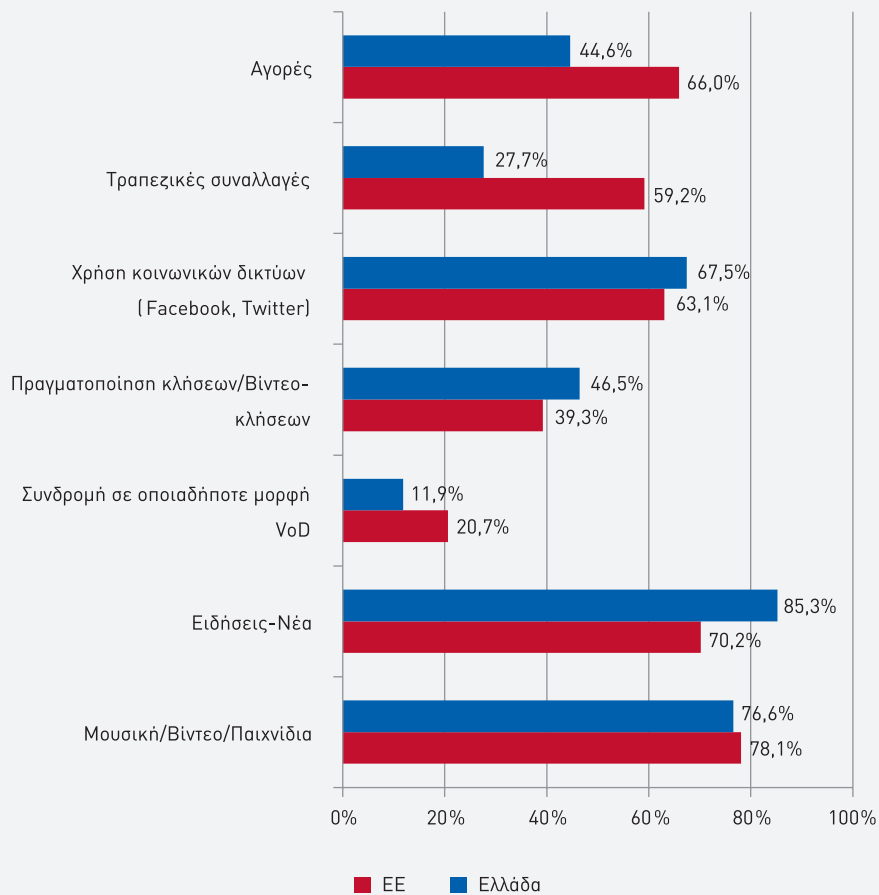
Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων του Digital Economy & Society Index)

Διάγραμμα 1.100: Πρόσβαση στο Διαδίκτυο τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων του Digital Economy & Society Index)

Διάγραμμα 1.101: Χρήση Διαδικτύου, 2016



Πηγή: EETT (βάσει στοιχείων του Digital Economy & Society Index)



ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

2.1. Η πορεία της ταχυδρομικής αγοράς

2.1.1. Στον κόσμο

Βασικά οικονομικά μεγέθη

Η παγκόσμια ταχυδρομική αγορά εξακολούθησε να αναπτύσσεται το 2016 παρά τις ανταγωνιστικές συνθήκες και τη συνεχιζόμενη μείωση του όγκου του επιστολικού ταχυδρομείου. Οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις αύξησαν τους όγκους των διακινούμενων δεμάτων και των express αποστολών τους, ιδίως σε ότι αφορά αντικείμενα B2C ηλεκτρονικού εμπορίου, και διαφοροποίησαν περαιτέρω τις εργασίες τους, προκειμένου να στηρίξουν την αύξηση των εσόδων τους. Το 2016, πολλές ταχυδρομικές επιχειρήσεις επικεντρώθηκαν στη βελτίωση της λειτουργικής αποτελεσματικότητας των δικτύων παράδοσής τους, για παράδειγμα με επενδύσεις στην αυτοματοποίηση των κέντρων διαλογής τους, και εστίασαν στην ανάπτυξη καινοτόμων λύσεων για τους καταναλωτές ηλεκτρονικού εμπορίου, ιδίως για τις διασυννοριακές αγορές.

Όπως φαίνεται από τα πρώτα αποτελέσματα για το 2016²², η παγκόσμια ταχυδρομική αγορά συνέχισε να εμφανίζει τάσεις ανάπτυξης. Τα έσοδα της αγοράς αυξήθηκαν κατά 1,5% σε σχέση με την

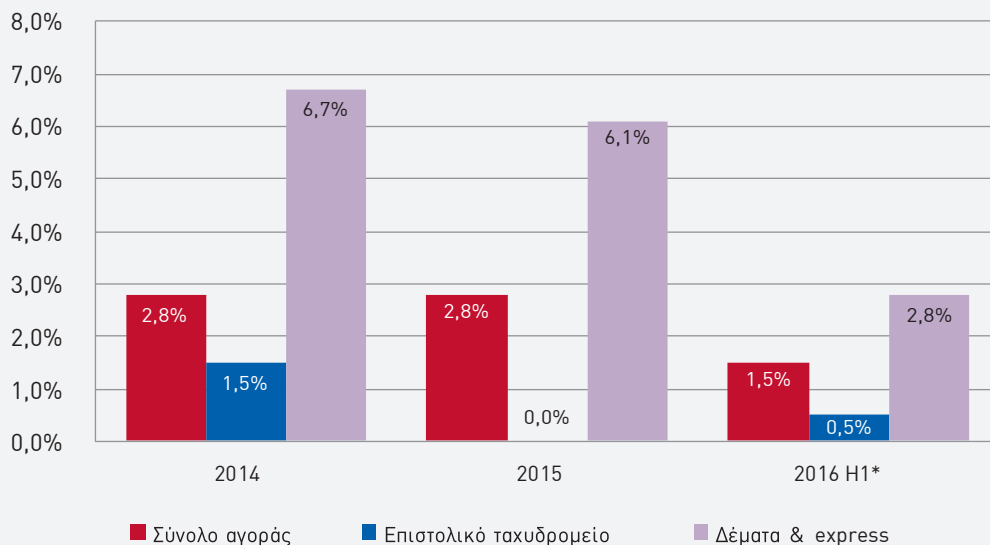
προηγούμενη χρονιά. Παρά τη μείωση στον όγκο του επιστολικού ταχυδρομείου, τα έσοδα του συγκεκριμένου τομέα αυξήθηκαν κατά 0,5%, ενώ τα έσοδα του τομέα των δεμάτων και των υπηρεσιών επείγουσας διαβίβασης (express) αυξήθηκαν κατά 2,8%, χάρη στη συνεχιζόμενη ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Παρά τη θετική τάση, το 2016 η ταχυδρομική αγορά αναπτύχθηκε με χαμηλότερο ρυθμό σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Ενώ ο όγκος των ταχυδρομικών αποστολών μειώθηκε στις περισσότερες αγορές, ο τομέας του επιστολικού ταχυδρομείου παρέμεινε κατά μέσο όρο κερδοφόρος, καθώς οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις βελτίωσαν περαιτέρω τις ταχυδρομικές λειτουργίες τους και αύξησαν την αποτελεσματικότητά τους. Επίσης, οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις συνέχισαν να επεκτείνουν τα δίκτυα αποστολής δεμάτων τους προκειμένου να αξιοποιήσουν την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και να βελτιώσουν την εξυπηρέτηση των πελατών τους. Το 2016, οι διεθνείς εργασίες παρέμειναν μια σημαντική πηγή εσόδων για πολλές ταχυδρομικές επιχειρήσεις τόσο στον τομέα του επιστολικού ταχυδρομείου όσο και στον τομέα των δεμάτων.

Το 2015, τα έσοδα της παγκόσμιας ταχυδρομικής

22. IPC "2016 Key Findings, Global Postal Industry Report", Δεκέμβριος 2016.

Διάγραμμα 2.1: Μέσος ρυθμός ανάπτυξης εσόδων παγκόσμιας ταχυδρομικής αγοράς

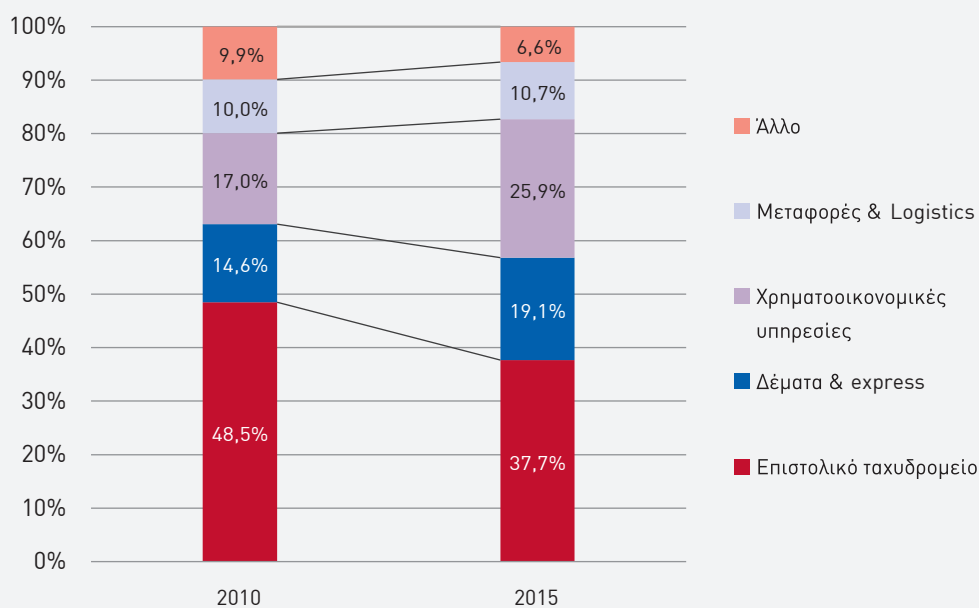


Πηγή: IPC, "Global Postal Industry Report", Δεκέμβριος 2016

αγοράς ανήλθαν σε 424,4 δισ. ευρώ, με μέσο ρυθμό ανάπτυξης 2,8% και μέση λειτουργική κερδοφορία 4,4%. Παρά την τάση για διαφοροποίηση των εργασιών των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, ο τομέας του επιστολικού ταχυδρομείου αντιπροσώπευσε το 37,7% των παγκόσμιων εσόδων της

αγοράς το 2015 (από 48,5% το 2010), ενώ ο τομέας των δεμάτων, των υπηρεσιών express και χρηματοοικονομικών υπηρεσιών το 45%. Οι διεθνείς εργασίες των ταχυδρομικών επιχειρήσεων απέφεραν κατά μέσο όρο το 23% των εσόδων τους κυρίως χάρη στο διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο.

Διάγραμμα 2.2: Μεριδία εσόδων της ταχυδρομικής αγοράς ανά τομέα δραστηριότητας (2010, 2015)



Πηγή: IPC, "Global Postal Industry Report", Δεκέμβριος 2016

Ο όγκος του επιστολικού ταχυδρομείου το 2015 μειώθηκε κατά 4,8% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, ενώ η μεταβολή των εσόδων ήταν σε μηδενικά επίπεδα. Η ηλεκτρονική υποκατάσταση της αλληλογραφίας εξακολουθεί να οδηγεί στη μείωση του όγκου των ταχυδρομικών αποστολών παγκοσμίως καθώς οι καταναλωτές, οι επιχειρήσεις και οι δημόσιοι φορείς στρέφονται σε εναλλακτικές ψηφιακές λύσεις. Οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις παγκοσμίως επιδιώκουν να αυξήσουν την αποτελεσματικότητά τους και να αξιοποιήσουν τις νέες τεχνολογίες προκειμένου να εξασφαλίσουν μια βιώσιμη υπηρεσία υψηλής ποιότητας για όλους τους πολίτες και ν' αυξήσουν την αξία του επιστολικού ταχυδρομείου. Εκμεταλλευόμενες τις ευκαιρίες του πολυκαναλικού μάρκετινγκ, πολλές ταχυδρομικές επιχειρήσεις επιδιώκουν να καταστήσουν τις υπηρεσίες διαφημιστικού ταχυδρομείου πιο ελκυστικές για τους πελάτες τους ενόψει του έντονου ανταγωνισμού από τα δίκτυα ψηφιακής διαφήμισης.

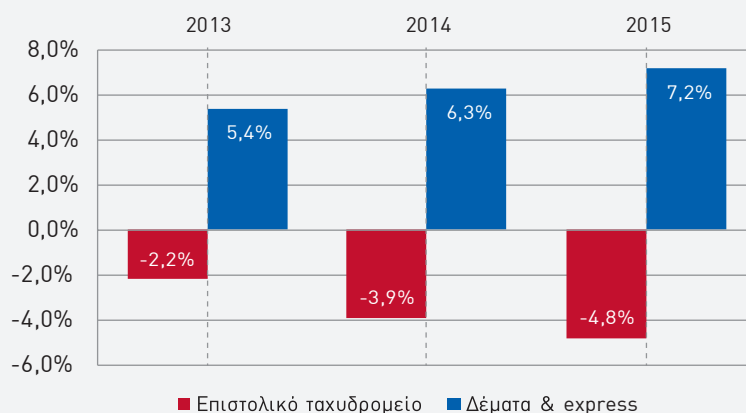
Ο όγκος των δεμάτων και των υπηρεσιών επείγουσας διαβίβασης (express) το 2015 αυξήθηκε κατά 7,2% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, ενώ τα έσοδα αυξήθηκαν κατά 6,1%. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι ξεκάθαρα ο πιο σημαντικός παράγοντας για τη μελλοντική ανάπτυξη του τομέα δεμάτων και υπηρεσιών express, καθώς οι online αγοραστές ενισχύουν τη ζήτηση για υπηρεσίες παράδοσης δεμάτων διεθνώς. Μεγάλες επιχειρήσεις όπως η UPS, η Amazon και η Uber συναγωνίζονται σε επίπεδο τιμών, καθώς οι πελάτες ζητούν ταχύτερες, φθηνότερες και πιο ευέλικτες υπηρε-

σίες παράδοσης. Από την άλλη μεριά, οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις προχωρούν σε επενδύσεις στα δίκτυα διανομής τους και εστιάζουν σε καινοτόμες λύσεις προκειμένου ν' αυξήσουν τα μερίδιά τους στον αναπτυσσόμενο τομέα των δεμάτων. Σε συνδυασμό με το εγχώριο ηλεκτρονικό εμπόριο, η ταχεία αναπτυσσόμενη αγορά του διασυνοριακού ηλεκτρονικού εμπορίου παραμένει βασικός παράγοντας ανάπτυξης για την ταχυδρομική αγορά. Σύμφωνα με μελέτη της AliResearch και της Accenture, η παγκόσμια διασυνοριακή αγορά B2C ηλεκτρονικού εμπορίου ανήλθε στα 280 δισ. ευρώ το 2015, αυξημένη κατά 30% σε σύγκριση με το 2014, και αναμένεται να αυξάνεται πάνω από 25% ετησίως έως το 2020. Παρ' όλο που ακόμη οι διεθνείς αποστολές δεμάτων αντιπροσωπεύουν κατά μέσο όρο λιγότερο από το ένα πέμπτο του συνολικού όγκου των δεμάτων των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, πολλές επιχειρήσεις πλέον αναφέρουν αυξήσεις στις διασυνοριακές παραδόσεις τους.

Διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο και υπηρεσίες παράδοσης δεμάτων

Την τελευταία πενταετία το ηλεκτρονικό εμπόριο σε παγκόσμιο επίπεδο αυξήθηκε σημαντικά, περίπου 20% ετησίως κατά μέσο όρο, εκτιμώντας ότι το 2016 θα ξεπεράσει σε έσοδα τα 2,67 δισ. δολάρια. Το ίδιο έτος, η Forrester Research σε έρευνά της προβλέπει πως το παγκόσμιο διασυνοριακό B2C ηλεκτρονικό εμπόριο θα φτάσει τα 424 δισ. δολάρια το 2021, κατακτώντας μερίδιο 15% του συνολικού ηλεκτρονικού εμπορίου²³.

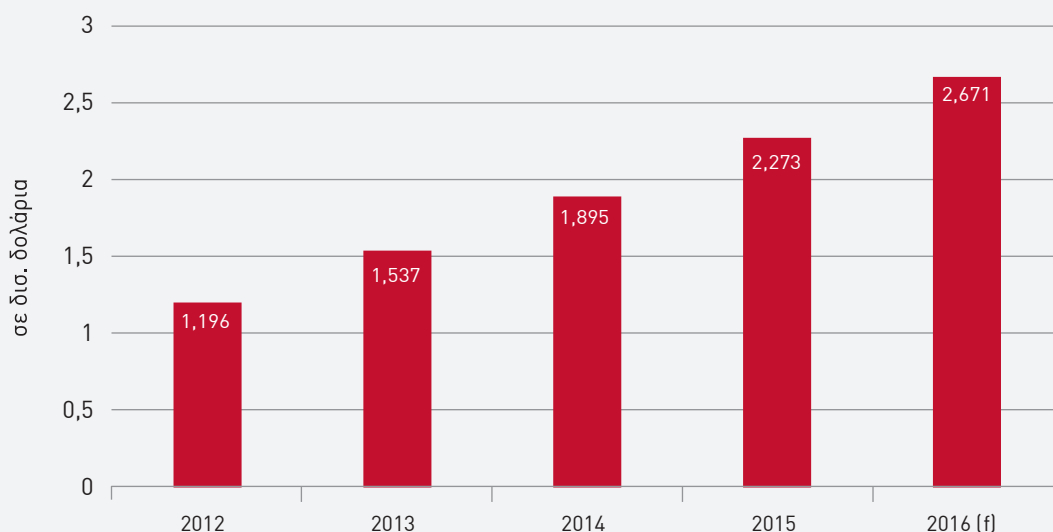
Διάγραμμα 2.3: Ρυθμός ανάπτυξης όγκου επιστολικού ταχυδρομείου έναντι όγκου δεμάτων & express της παγκόσμιας ταχυδρομικής αγοράς



Πηγή: IPC, "Global Postal Industry Report", Δεκέμβριος 2016

23. eMarketer Report "Cross-Border Ecommerce 2017: A Country-by-Country Look at Consumer Behavior and Trends".

Διάγραμμα 2.4: Παγκόσμιες πωλήσεις B2C ηλεκτρονικού εμπορίου



(f) πρόβλεψη για το έτος

Πηγή: Ecommerce Foundation, "Global B2C E-commerce Report 2016"

Τον Οκτώβριο 2016 η International Post Corporation (IPC) διεξήγαγε έρευνα σε πάνω από 24.000 καταναλωτές σε 26 χώρες στην Ευρώπη, Ασία-Ωκεανία και Βόρεια Αμερική σχετικά με τις διασυνοριακές αγορές ηλεκτρονικού εμπορίου²⁴. Σκοπός της έρευνας ήταν η απόκτηση καλύτερης κατανόησης των προτιμήσεων και της εμπειρίας του καταναλωτή σχετικά με τις διασυνοριακές ηλεκτρονικές αγορές, ώστε να εντοπιστούν οι τομείς στους οποίους μπορούν να βελτιωθούν αλλά και τους οποίους μπορούν να επηρεάσουν οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις.

Από την έρευνα προέκυψε ότι οι σημαντικότερες χώρες από τις οποίες αγοράζαν online οι καταναλωτές είναι η Κίνα, οι Η.Π.Α., η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Συγκεκριμένα, οι Έλληνες καταναλωτές προτιμούν την Κίνα (36%), το Ηνωμένο Βασίλειο (22%), τη Γερμανία (12%), τις Η.Π.Α. (11%) και την Ιταλία (5%) για τις διασυνοριακές αγορές τους.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, οι σημαντικότεροι ηλεκτρονικοί έμποροι ήταν οι Amazon, eBay, Alibaba/ AliExpress, Wish, Zalando, Apple και Asos. Στην Ελλάδα υπήρχε ιδιαίτερα υψηλή προτίμηση στο eBay (44%).

Οι τέσσερις κορυφαίες κατηγορίες προϊόντων που αγοράζαν οι καταναλωτές διασυνοριακά είναι ρούχα, παπούτσια και αξεσουάρ (33%), ηλεκτρονικά είδη (21%), βιβλία, μουσική και ψηφιακό υλικό

(14%) και προϊόντα υγείας και ομορφιάς (13%).

Το laptop (41%) και ο σταθερός Η/Υ (36%) ήταν οι προτιμώμενες συσκευές των χρηστών για την τοποθέτηση μιας ηλεκτρονικής παραγγελίας. Ωστόσο, παρατηρήθηκε μια αυξανόμενη τάση χρήσης των smartphones (14%) τόσο για έρευνα όσο και για τη διεξαγωγή των ηλεκτρονικών αγορών, ιδίως από τους νεότερους καταναλωτές.

Οι κορυφαίες επιλογές των καταναλωτών για τρόπους πληρωμής των αγορών τους ήταν το PayPal (41%), οι πιστωτικές κάρτες (33%), οι χρεωστικές κάρτες ή το τραπεζικό έμβασμα (18%) και τα μετρητά κατά την παράδοση (4%). Στην Ελλάδα, η πληρωμή με μετρητά κατά την παράδοση ήταν περισσότερο δημοφιλής (15%) απ' ό,τι σε άλλες χώρες, ενώ αντίθετα η πληρωμή με πιστωτική κάρτα ήταν λιγότερο δημοφιλής (12%).

Τα δέματα που διακινήθηκαν διασυνοριακά από τις ηλεκτρονικές αγορές, ως επί το πλείστον (81%) αφορούσαν πακέτα έως 2κ. και όχι μεγαλύτερα δέματα (13%). Η πιο κοινή κατηγορία βάρους (28%) ήταν 200-500γρ. Στην Ελλάδα το 57% των διασυνοριακών αγορών είχαν βάρος έως 0,5κ.

Η αξία των διασυνοριακών αγορών μπορεί να χαρακτηριστεί σχετικά χαμηλή, καθώς το 56% των καταναλωτών έκανε αγορές αξίας έως 49 ευρώ, ενώ το ποσοστό ανήλθε σε 81% για αγορές αξίας

24. IPC, "Cross-Border E-Commerce Shopper survey 2016", January 2017.

έως 99 ευρώ. Το Λουξεμβούργο και η Ελβετία ήταν οι δυο χώρες με τα υψηλότερα ποσοστά αγορών αξίας άνω των 100 ευρώ.

Σχετικά με τις επιλογές παράδοσης των αγορών που παρέχονταν από τους ηλεκτρονικούς εμπόρους, τα σημαντικότερα στοιχεία σχετίζονταν με την εξοικονόμηση χρημάτων από τους καταναλωτές (86% επιθυμούσαν δωρεάν επιστροφή ή δωρεάν αποστολή σε αγορές άνω συγκεκριμένης αξίας) και την παροχή μεγαλύτερης διαφάνειας στα κόστη παράδοσης (92% επιθυμούσαν ξεκάθαρη πληροφόρηση για τις χρεώσεις αποστολής πριν από την αγορά τους). Μόνο το 51% των καταναλωτών έκρινε σημαντική τη δυνατότητα επιλογής της εταιρίας παράδοσης δερμάτων.

Σε ότι αφορά τις επιλογές παράδοσης που παρέχονταν από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις, το 82% των καταναλωτών έκρινε σημαντικό να μπορούν να λαμβάνουν το δέμα τους εντός συμφωνημένου χρονικού διαστήματος, να έχουν πλήρη εικόνα της διαδικασίας παράδοσης μέσω “track and trace” συστήματος και να λαμβάνουν ηλεκτρονική ειδοποίηση για την παράδοση. Λιγότερο ενδιαφέρον σημειώθηκε στη δυνατότητα παράδοσης το Σαββατοκύριακο ή στην αλλαγή της δρομολόγησης της αποστολής.

Τα αποτελέσματα σχετικά με τον τόπο παράδοσης έδειξαν ξεκάθαρα ότι οι καταναλωτές προτιμούσαν την παράδοση των αγορών τους κατ’ οίκον (76%). Ως δεύτερη επιλογή σημειώθηκε η παράδοση σε ταχυδρομικό κατάστημα (8%), ακολουθούμενη από την παράδοση στο χώρο εργασίας (5%), σε προσδιορισμένο ασφαλές σημείο κατ’ οίκον (5%), σε εμπορικό κατάστημα (2%), σε θυρίδα υποδοχής δερμάτων (1%)

ή σε γείτονα (1%). Οι παραπάνω προτιμήσεις διαφοροποιήθηκαν αρκετά σε ορισμένες χώρες, π.χ. στις βόρειες και σκανδιναβικές χώρες η παράδοση σε ταχυδρομικό κατάστημα ήταν ιδιαίτερα υψηλότερη (35-50%) όπως και η παράδοση σε θυρίδα (13-14%). Η ενημέρωση σε κάθε στάδιο της πορείας παράδοσης ενός δέματος διασυννοριακά, κρίθηκε πολύ σημαντική από τους καταναλωτές. Πιο σημαντική, όμως, κρίθηκε η ενημέρωση του καταναλωτή ότι «το δέμα θα παραδοθεί σήμερα, συγκεκριμένη ημέρα και ώρα» και ότι «το δέμα έχει αποσταλεί από τον διεθνή ηλεκτρονικό έμπορο».

Η εμπειρία παράδοσης των αγορών έδειξε ότι το 59% των αγοραστών έλαβε δωρεάν μεταφορικά είτε επειδή τα προσφέρει ο έμπορος είτε λόγω του ύψους των αγορών τους ή και λόγω ειδικής προσφοράς για δωρεάν μεταφορικά καθώς και λόγω προγράμματος πιστότητας πελατών. Επίσης, το 69% των αγοραστών είχε τη δυνατότητα παρακολούθησης των αγορών του. Επιπλέον, το 72% των διασυννοριακών παραδόσεων πραγματοποιήθηκε από ταχυδρομικές επιχειρήσεις και 16% από άλλους παρόχους, π.χ. ταχυμεταφορείς. Στην Ελλάδα το ποσοστό των αποστολών που διεκπεραιώθηκε από τα ΕΛΤΑ ανήλθε σε 73%. Σχεδόν 6% των αγοραστών επέστρεψαν κάποιο προϊόν από τις διασυννοριακές αγορές τους και 94% αυτών χρησιμοποίησαν υπηρεσίες απλού ταχυδρομείου.

Σε γενικές γραμμές οι καταναλωτές ήταν ικανοποιημένοι από την αγοραστική τους εμπειρία (93%) και από τη διαδικασία παράδοσης (87%) των δερμάτων των διασυννοριακών ηλεκτρονικών αγορών τους.

Διάγραμμα 2.5: Επιθυμητά στοιχεία υπηρεσιών παράδοσης που παρέχονται από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις (% απαντήσεων ερωτώμενων)



Πηγή: IPC, “Cross-Border E-Commerce Shopper survey 2016”, January 2017

2.1.2. Στην Ευρώπη

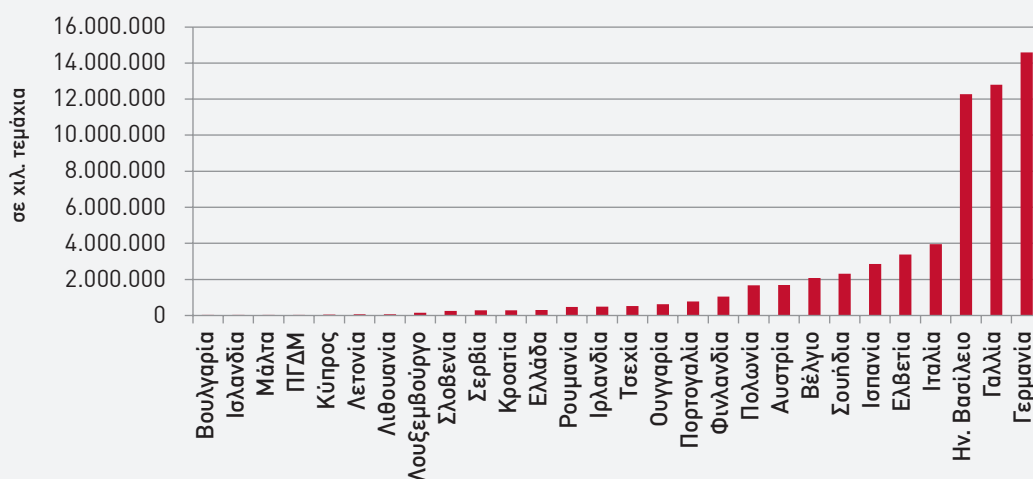
Βασικά οικονομικά μεγέθη

Το 2015, ο συνολικός όγκος του εγχώριου επιστολικού ταχυδρομείου (εξαιρουμένων των επιστολών χωρίς διεύθυνση παραλήπτη) στην ΕΕ ανήλθε σε πάνω από 63 δισ. αντικείμενα, με τις αγορές του Ην. Βασιλείου, της Γαλλίας και της Γερμανίας να παρουσιάζουν εμφανώς μεγαλύτερους όγκους από τις υπόλοιπες χώρες.

Από το 2013 έως το 2015, ο συνολικός όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων μειώθηκε περίπου κατά

4,7 δισ. αντικείμενα, που αντιστοιχεί σε μέση ετήσια μείωση της τάξης του 4,3%²⁵. Η μείωση αυτή οφείλεται κατά κύριο λόγο στη μείωση του όγκου του επιστολικού ταχυδρομείου (-4,6% ετησίως). Παρά το γεγονός ότι την ίδια περίοδο ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης του συνολικού όγκου των δεμάτων ήταν 6,9%, σε απόλυτες τιμές, η αύξηση αυτή δεν ήταν ικανή να αντιστρέψει τη μεγαλύτερη μείωση του επιστολικού ταχυδρομείου. Το 2015, τα δέματα αντιστοιχούσαν κατά μέσο όρο σε 6,7% του συνολικού όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων (από 5,2% το 2013).

Διάγραμμα 2.6: Όγκος του εγχώριου επιστολικού ταχυδρομείου (εξαιρουμένων των επιστολών χωρίς διεύθυνση παραλήπτη) στην ΕΕ, 2015



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

Πίνακας 2.1: Συνολικός όγκος ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς

Συνολικός όγκος	Μέση ετήσια μεταβολή (2013-2015)
Σύνολο αγοράς	-4,3%
Επιστολικό ταχυδρομείο	-4,6%
Δέματα	6,9%

Πηγή: Flash of the ERGP Report on Core Indicators for monitoring the European Postal Market, 2016

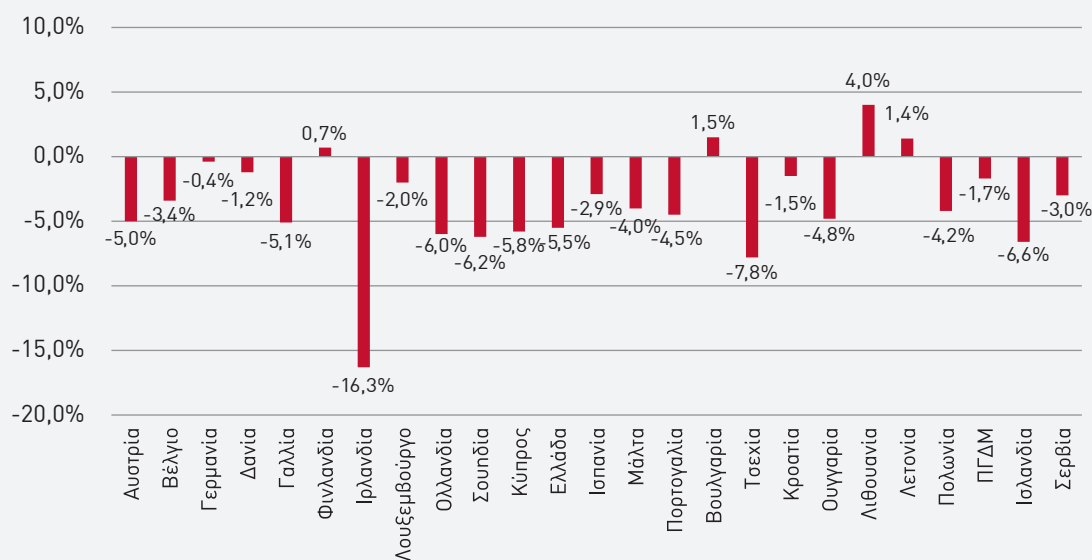
25. ERGP, Report on core indicators for monitoring the European postal market, 2016.

Ο συνολικός όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων αυξήθηκε στη Φινλανδία, τη Λιθουανία, τη Βουλγαρία και τη Λετονία. Στη Λιθουανία και τη Λετονία η αύξηση σημειώθηκε τόσο στα δέματα όσο και στις επιστολές.

Τα συνολικά έσοδα της ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς μειώθηκαν με μέσο ετήσιο ρυθμό 0,3%, την περίοδο 2013-2015²⁶. Η μείωση αυτή οφείλεται

στην πτώση των εσόδων του τομέα του επιστολικού ταχυδρομείου (-1,8% ετησίως) που δε μπόρεσε να αντισταθμιστεί από την αύξηση εσόδων του τομέα των δεμάτων (5,1% ετησίως). Το 2015, τα δέματα απέφεραν κατά μέσο όρο 37,4% των συνολικών εσόδων της ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς (από 34,8% το 2013).

Διάγραμμα 2.7: Συνολικοί όγκοι ανά ευρωπαϊκή χώρα - Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (2013-2015)



Πηγή: ERGP, Report on core indicators for monitoring the European postal market, 2016

Πίνακας 2.2: Συνολικά έσοδα ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς

Συνολικά έσοδα	Μέση ετήσια μεταβολή (2013-2015)
Σύνολο αγοράς	0,3%
Επιστολικό ταχυδρομείο	-1,8%
Δέματα	5,1%

Πηγή: Flash of the ERGP Report on Core Indicators for monitoring the European Postal Market, 2016

26. ERGP, Report on core indicators for monitoring the European postal market, 2016.

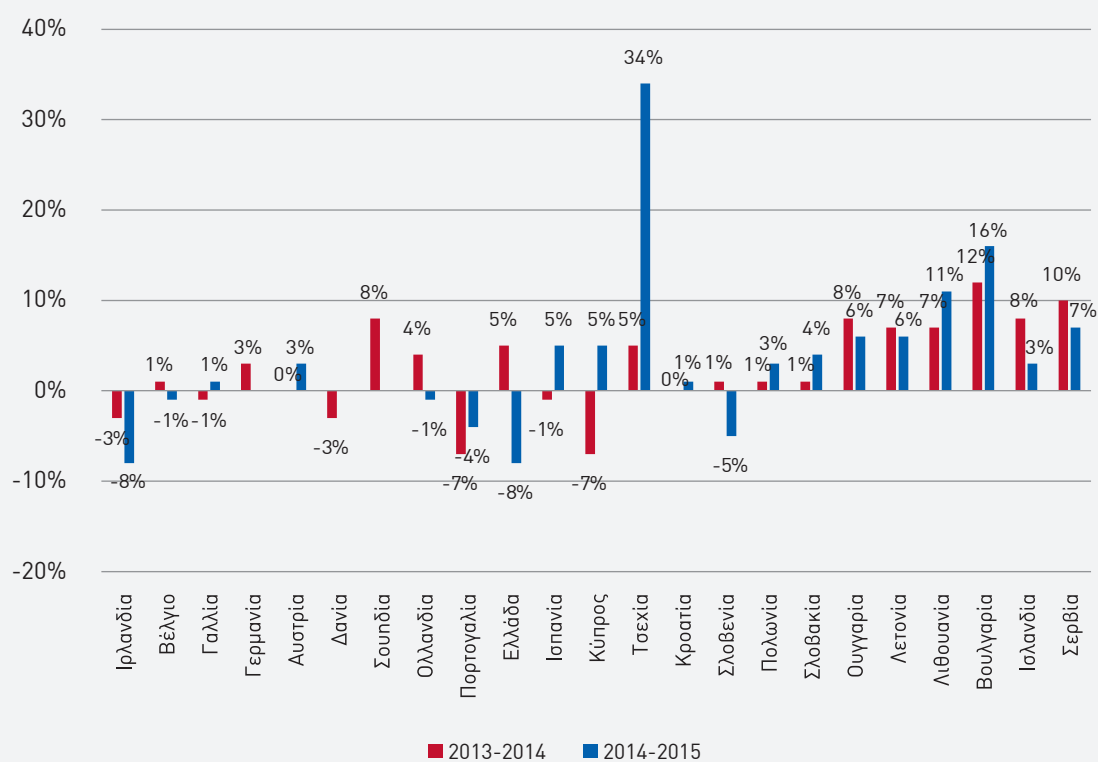
Στις ανατολικές ευρωπαϊκές και στις χώρες εκτός ΕΕ παρατηρήθηκε κατά μέσο όρο αύξηση των εσόδων, με τη μεγαλύτερη αύξηση να σημειώνεται στην Τσεχία. Στις περισσότερες χώρες σημειώθηκε πτώση των εσόδων του επιστολικού ταχυδρομείου, με εξαίρεση τις Αυστρία, Βουλγαρία, Λιθουανία, Ισλανδία και Σερβία. Αντίθετα, τα έσοδα του τομέα των δεμάτων ήταν θετικά για όλες τις χώρες εκτός από την Πολωνία και την Πορτογαλία.

Ο τομέας των υπηρεσιών επείγουσας διαβίβασης (express) παρουσίασε ανάπτυξη την περίοδο 2013-2015, κυρίως λόγω της αύξησης των διακινούμενων δεμάτων, που συχνά περιλαμβάνουν πρόσθετες υπηρεσίες όπως αυξημένη ταχύτητα και εγγύηση χρόνου παράδοσης. Ο όγκος των αντικειμένων express αυξήθηκε κατά 13,1% ετησίως αποφέροντας έσοδα που αυξήθηκαν 8,6% ετησίως.

Ανταγωνισμός

Η ευρωπαϊκή ταχυδρομική αγορά παρουσίασε υψηλό βαθμό συγκέντρωσης, όπως προκύπτει από το δείκτη Herfindahl-Hirschman (HHI), καθώς σχεδόν όλες οι χώρες παρουσίασαν δείκτη HHI άνω των 2000 τόσο στα έσοδα όσο και στους όγκους των ταχυδρομικών αντικειμένων. Σε γενικές γραμμές, ο βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς ήταν υψηλότερος σε όγκους παρά σε έσοδα. Η Ελλάδα και η Λιθουανία ήταν οι χώρες με το μικρότερο βαθμό συγκέντρωσης το 2015. Αξίζει να σημειωθεί, επίσης, ότι οι χώρες της ανατολικής Ευρώπης παρουσίασαν μικρότερο βαθμό συγκέντρωσης από τις υπόλοιπες.

Διάγραμμα 2.8: Συνολικά έσοδα ανά ευρωπαϊκή χώρα - Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (2013-2015)



Πηγή: ERGP, Report on core indicators for monitoring the European postal market, 2016

Πίνακας 2.3: Δείκτης Herfindahl-Hirschman (HHI) (2014 & 2015)

	HHI – Όγκος			HHI - Έσοδα		
	2014	2015	Τάση	2014	2015	Τάση
Αυστρία	7.195	7.297	Ανοδική	6.017	5.988	Πτωτική
Βέλγιο	9.069	8.997	Πτωτική	4.777	4.666	Πτωτική
Βουλγαρία	ΔΑ	ΔΑ	-	5.230	4.882	Πτωτική
Κροατία	5.196	6.164	Ανοδική	4.796	5.111	Ανοδική
Τσεχία	8.964	8.496	Πτωτική	7.692	4.742	Πτωτική
Δανία	6.400	6.000	Πτωτική	ΔΑ	ΔΑ	-
Εσθονία	5.244	5.036	Πτωτική	3.312	3.313	Ανοδική
Γαλλία	9.818	9.828	Ανοδική	9.657	9.625	Πτωτική
ΠΓΔΜ	8.694	ΔΑ	-	4.257	ΝΑ	-
Ελλάδα	6.871	6.083	Πτωτική	2.465	2.143	Πτωτική
Ιταλία	5.924	5.945	Ανοδική	2.533	2.329	Πτωτική
Ουγγαρία	9.156	9.247	Ανοδική	4.380	4.262	Πτωτική
Λετονία	2.441	2.077	Πτωτική	3.488	4.337	Ανοδική
Λιθουανία	4.075	4.752	Ανοδική	2.189	2.251	Ανοδική
Μάλτα	9.500	9.400	Πτωτική	4.600	4.300	Πτωτική
Ολλανδία	6.098	5.692	Πτωτική	7.307	6.943	Πτωτική
Πορτογαλία	8.939	8.944	Ανοδική	4.847	5.340	Ανοδική
Ρουμανία	3.751	3.095	Πτωτική	1.226	1.240	Ανοδική
Σερβία	9.357	9.458	Ανοδική	4.518	4.582	Ανοδική
Σλοβακία	6.772	6.698	Πτωτική	3.125	2.931	Πτωτική
Σουηδία	7.420	7.230	Πτωτική	8.559	8.325	Πτωτική
Ην. Βασίλειο	9.745	9.897	Ανοδική	9.093	9.151	Ανοδική

Πηγή: ERGP, Report on core indicators for monitoring the European postal market, 2016

Παρά την απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς στις ευρωπαϊκές χώρες, ο βαθμός του ανταγωνισμού παρέμεινε ακόμη χαμηλός, καθώς το 51% του όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων διακινήθηκε από χώρες στις οποίες ο ανταγωνισμός ήταν κάτω του 5% της αγοράς²⁷. Οι χώρες με υψηλότερο βαθμό ανταγωνισμού, διακίνησαν το 37% των ταχυδρομικών αντικει-

μένων. Το 2016 ο ανταγωνισμός στην Ελλάδα ανήλθε στο 10% κι ως εκ τούτου, η χώρα θα ήταν χαρακτηρισμένη με πορτοκαλί χρώμα στο Διάγραμμα 2.9.

Το 2015, οι Φορείς Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (ΦΠΚΥ) διατήρησαν υψηλό μερίδιο αγοράς στον τομέα του επιστολικού ταχυδρομείου που ανήλθε κατά μέσο όρο σε 87%²⁸, ενώ στον τομέα των δεμάτων το

27. PostNL, "European postal markets, 2017 an overview".

28. ERGP, Report on core indicators for monitoring the European postal market, 2016.

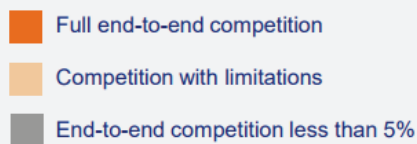
μερίδιο αγοράς τους ήταν σημαντικά μικρότερο, ανερχόμενο σε 30,3% κατά μέσο όρο. Το μέσο μερίδιο αγοράς των ΦΠΚΥ για αντικείμενα επείγουσας διαβίβασης (express) ήταν 20,4% και για αντικείμενα απλής διαβίβασης (μη express) ήταν αρκετά υψηλότερο, 70%.

Τιμολογιακές τάσεις

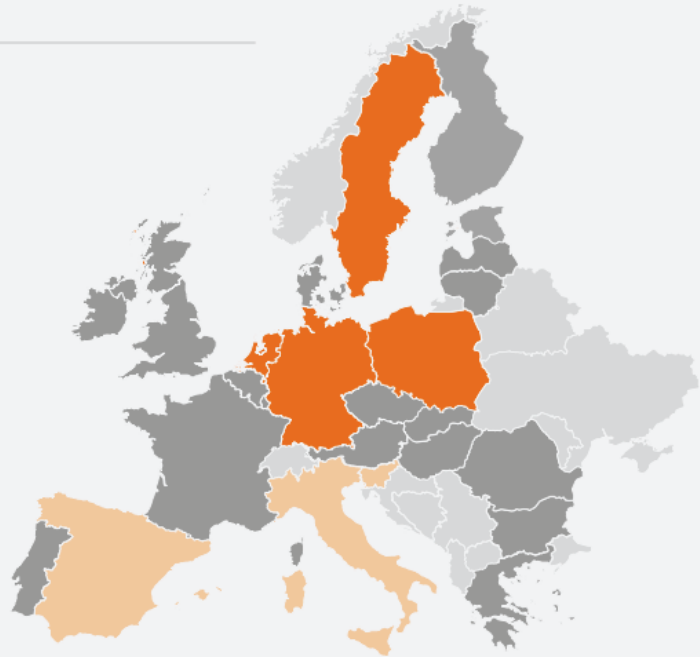
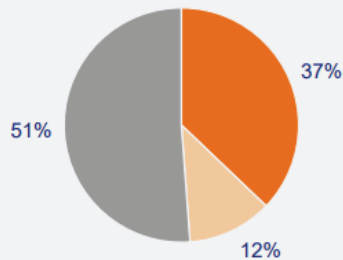
Το 2015, σε ευρωπαϊκό επίπεδο, η μέση τιμή αποστολής ενός αντικειμένου αλληλογραφίας α' προτεραιότητας εσωτερικού της πρώτης βαθμίδας κλίμακας βάρους ήταν 0,69 ευρώ, παρουσιάζοντας μέση ετήσια αύξηση 6,3% μεταξύ του 2008 και του 2015. Την ίδια περίοδο, η μεγαλύτερη αύξηση τιμών πα-

ρουσιάστηκε στις δυτικές ευρωπαϊκές χώρες (8,7%) και η μικρότερη στις χώρες εκτός της ΕΕ (3,7%). Η μέση τιμή για την αποστολή αντίστοιχων αντικειμένων διασυνοριακά εντός Ευρώπης ήταν 1,03 ευρώ το 2015, αυξημένη κατά 8% σε σύγκριση με το 2014. Το 2015, η ευρωπαϊκή μέση τιμή αποστολής ενός δέματος εσωτερικού βάρους 2 κ. από τον ΦΠΚΥ ήταν 6,10 ευρώ, παρουσιάζοντας μέση ετήσια αύξηση 4,1% μεταξύ του 2013 και του 2015. Η μέση τιμή για την αποστολή αντίστοιχων αντικειμένων διασυνοριακά εντός Ευρώπης ήταν 19,54 ευρώ το 2015, παρουσιάζοντας μέση ετήσια αύξηση 1,8% μεταξύ του 2013 και του 2015.

Διάγραμμα 2.9: Η απελευθέρωση στην Ευρώπη



Volumes addressed mail in %*

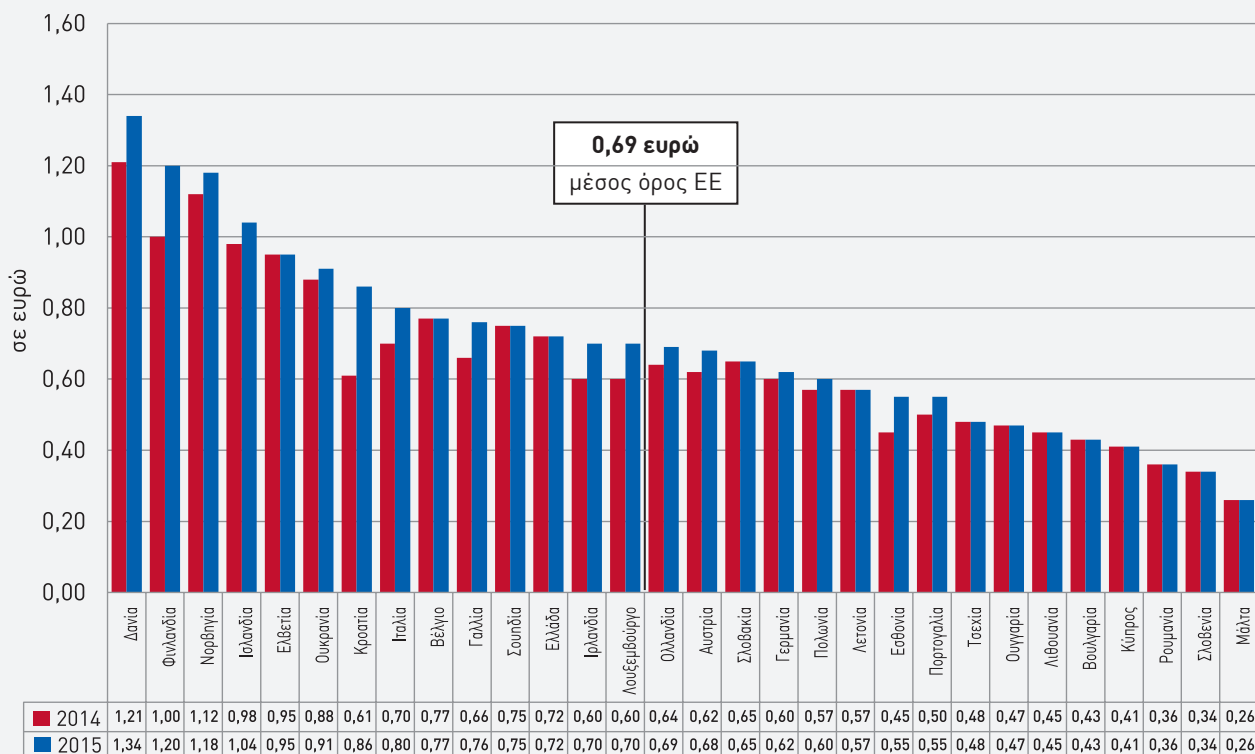


* Figures are based on market volumes of Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Germany, Italy, The Netherlands, Spain, Sweden, UK in 2015

5 Sources: Annual Reports, IPC, National Regulators, PostNL Team Analysis

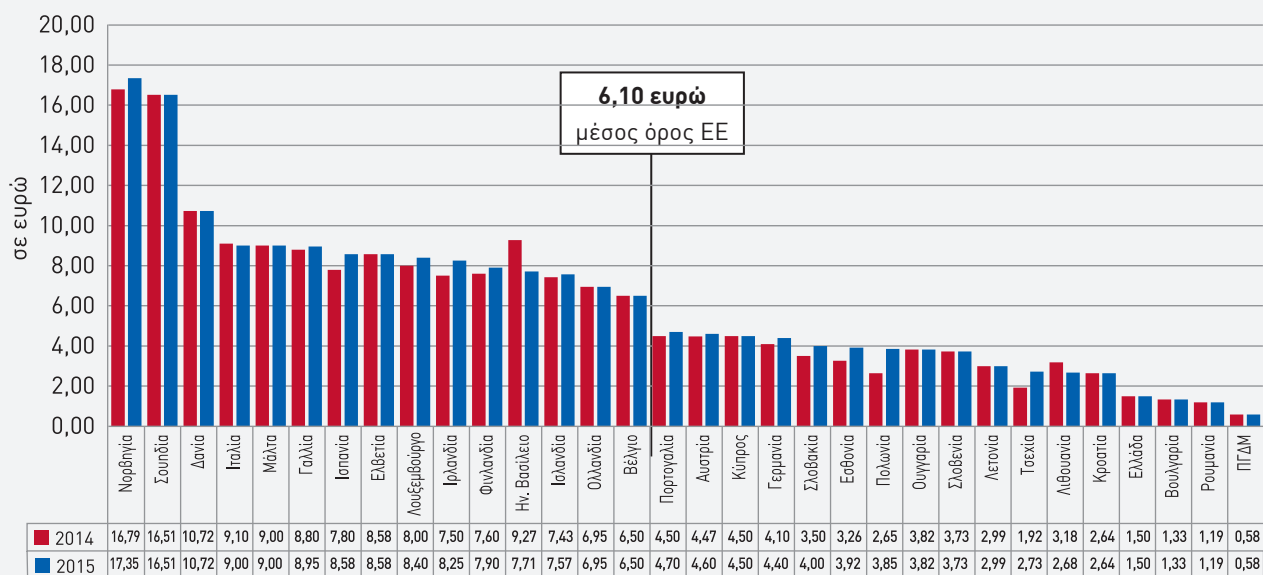
Πηγή: PostNL, "European postal markets, 2016 an overview"

Διάγραμμα 2.10: Μέση τιμή αποστολής φακέλου εσωτερικού α' προτεραιότητας
1^{ης} βαθμίδας κλίμακας βάρους (2014 & 2015)



Πηγή: ERGP, Report on core indicators for monitoring the European postal market, 2016

Διάγραμμα 2.11: Μέση τιμή αποστολής δέματος εσωτερικού 2 κιλών α' προτεραιότητας
(2014 & 2015)



Πηγή: ERGP, Report on core indicators for monitoring the European postal market, 2016

Διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο και υπηρεσίες παράδοσης δεμάτων

Το 2016 το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ευρώπη αυξήθηκε κατά 15% και ανήλθε στα 530 δισ. ευρώ. Παρά το γεγονός ότι ο ρυθμός ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου μειώνεται (προβλέπεται σε 13,6% το 2017), το B2C ηλεκτρονικό εμπόριο αναμένεται να φτάσει στα 602 δισ. ευρώ το 2017²⁹. Η δυτική Ευρώπη αποτελεί τη μεγαλύτερη αγορά για το ευρωπαϊκό ηλεκτρονικό εμπόριο (53,19% των συνολικών πωλήσεων) με πρώτες χώρες το Ην. Βασίλειο, τη Γερμανία και τη Γαλλία, στις οποίες σημειώθηκαν συνολικές πωλήσεις άνω των 365 δισ. ευρώ.

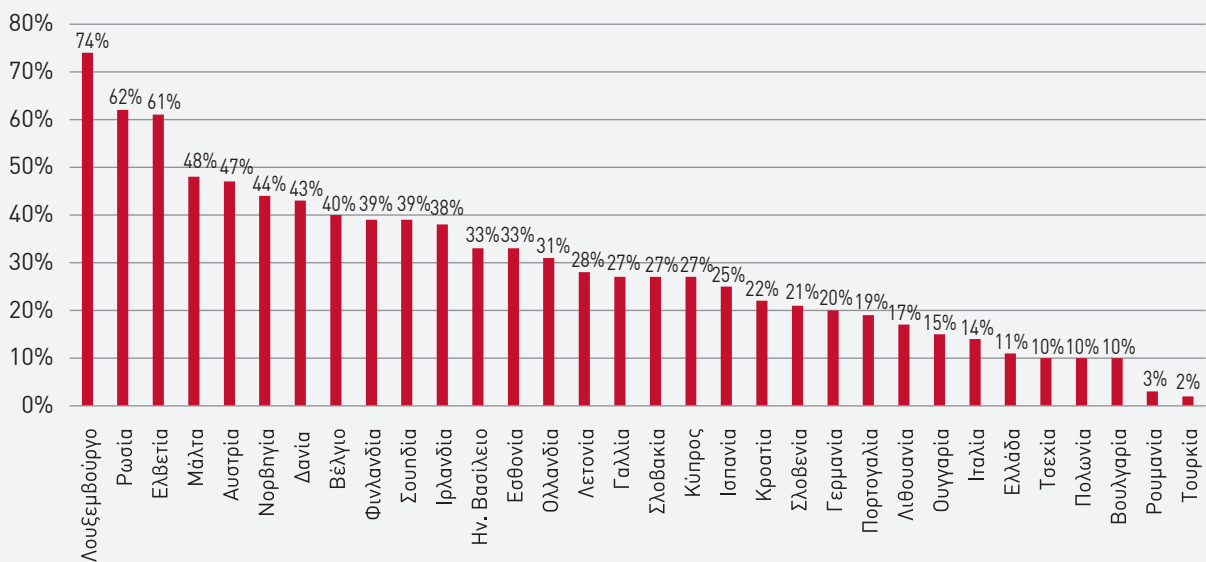
Το ποσοστό των καταναλωτών που αγοράζουν online ποικίλει αρκετά ανάμεσα στις ευρωπαϊκές χώρες. Τα υψηλότερα ποσοστά παρατηρήθη-

καν στο Ην. Βασίλειο (87%), στη Δανία (84%), τη Γερμανία (82%), το Λουξεμβούργο (80%) και τη Σουηδία (80%) ενώ το χαμηλότερο ποσοστό σημειώθηκε στη Ρουμανία (18%). Στην Ελλάδα, το ποσοστό ανήλθε στο 45%.

Ανάμεσα στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις με ηλεκτρονικές πωλήσεις στην Ευρώπη συγκαταλέγονται το Amazon, η Apple, η Dixons Carphone, η Zalando, η Next και η John Lewis.

Όσον αφορά το διασυνοριακό εμπόριο στην Ευρώπη, το 2016, το 33% των online καταναλωτών αγόρασε από άλλη χώρα, εκ των οποίων το 18% έκανε τις αγορές των προϊόντων/υπηρεσιών του από πωλητές που βρίσκονται σε ευρωπαϊκή χώρα. Το Λουξεμβούργο είχε το υψηλότερο ποσοστό διασυνοριακών αγορών (74%) ακολουθούμενο από τη Ρωσία (62%), την Ελβετία (61%) και τη Μάλτα (48%). Στην Ελλάδα το ποσοστό ήταν 11%.

Διάγραμμα 2.12: Ποσοστό διασυνοριακών αγορών ηλεκτρονικού εμπορίου ανά ευρωπαϊκή χώρα το 2016



Πηγή: Ecommerce Europe, "European Ecommerce Report 2017"

29. Ecommerce Europe, "European Ecommerce Report 2017".

Παρά το γεγονός ότι ο 68% των online καταναλωτών δήλωσαν ότι δεν αντιμετώπισαν κάποιο πρόβλημα στην online αγορά τους, το διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο συνεχίζει να αντιμετωπίζει σημαντικές προκλήσεις, με τα σημαντικότερα προβλήματα να εστιάζονται στους παρακάτω παράγοντες: μεγαλύτερος χρόνος παράδοσης από τον αναμενόμενο (17%), τεχνικά ζητήματα (13%), λανθασμένα ή κατεστραμμένα προϊόντα (9%), δυσκολία εύρεσης πληροφορίας σχετικά με εγγύηση αγοράς ή άλλα νόμιμα δικαιώματα (5%) και δύσκολη ή μη ικανοποιητική διαχείριση παραπόνων ή αποζημιώσεων (4%).

Στις 25 Μαΐου 2016, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέκρινε πρόταση Κανονισμού για τις διασυνοριακές υπηρεσίες παράδοσης δεμάτων, ως μέρος δέσμης μέτρων που επιτρέπουν στους καταναλωτές και τις εταιρίες να αγοράζουν και να πωλούν προϊόντα και υπηρεσίες online ευκολότερα και με μεγαλύτερη εμπιστοσύνη σε ολόκληρη την ΕΕ. Ο εν λόγω Κανονισμός, στηρίζεται στην Ταχυδρομική Οδηγία 97/67/ΕΚ και λειτουργεί συμπληρωματικά στους κανόνες που διέπουν τις υπηρεσίες διασυνοριακής παράδοσης δεμάτων.

Οι καταναλωτές και οι μικρές επιχειρήσεις παραπονούνται ότι τα προβλήματα με την παράδοση δεμάτων, ιδίως τα υψηλά τέλη παράδοσης για διασυνοριακές υπηρεσίες, τους εμποδίζουν να πωλούν ή να αγοράζουν περισσότερο σε ολόκληρη την ΕΕ. Στόχος της πρότασης είναι να αυξηθεί η διαφάνεια των τιμών και η κανονιστική εποπτεία των υπηρεσιών διασυνοριακής παράδοσης δεμάτων, έτσι ώστε οι μεμονωμένοι καταναλωτές και οι μικροί έμποροι ηλεκτρονικών ειδών να μπορούν να επωφεληθούν από πιο προσιτές υπηρεσίες παράδοσης και εύκολες επιλογές επιστροφής, ακόμη και στις πιο απομακρυσμένες περιφέρειες.

Ο υπό διαβούλευση Κανονισμός, αναμένεται να αναθέτει αυξημένες αρμοδιότητες στις Εθνικές Ρυθμιστικές Αρχές και αρμόδιος φορέας για την εφαρμογή του στην Ελλάδα, θα είναι η ΕΕΤΤ. Πιο συγκεκριμένα, ο Κανονισμός θα παράσχει στους εθνικούς ρυθμιστικούς φορείς ταχυδρομικών υπηρεσιών τα στοιχεία που χρειάζονται για την παρακολούθηση των διασυνοριακών αγορών και θα ελέγξει την προσιτότητα των τιμών. Θα ενθαρρύνει επίσης τον ανταγωνισμό, απαιτώντας τη διαφάνεια και την άνευ διακρίσεων πρόσβαση τρίτων σε ορισμένες διασυνοριακές υπηρεσίες και υποδομές παράδοσης δεμάτων. Η Επιτροπή θα δημοσιεύσει τις δημόσιες τιμές καταλόγου των παρόχων ΚΥ για να αυξήσει τον ανταγωνισμό μεταξύ των ΦΠΚΥ και τη διαφάνεια των τιμολογίων. Η πρόταση συμπληρώνει πρωτοβουλίες αυτορρύθμισης για τη βελτίωση της ποιότητας και της ευκολίας των διασυνοριακών υπηρεσιών παράδοσης δεμάτων που συνδέονται με το χάρτη πορείας για την ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς για την παράδοση δεμάτων.

2.1.3. Στην Ελλάδα

Η ταχυδρομική αγορά στην Ελλάδα το 2016 αποτελείται από δύο τομείς:

- τον τομέα καθολικών υπηρεσιών, όπου δραστηριοποιείται ο ΦΠΚΥ και 11 ιδιωτικές επιχειρήσεις, που είναι κάτοχοι Ειδικής Άδειας παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, και
 - τον τομέα ταχυμεταφορών, όπου δραστηριοποιούνται 509 επιχειρήσεις που κατέχουν Γενική Άδεια παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών.
- Ο ΦΠΚΥ που έχει οριστεί από το ελληνικό κράτος, βάσει Νόμου, είναι τα Ελληνικά Ταχυδρομεία (ΕΛΤΑ).

Διάγραμμα 2.13: Αριθμός επιχειρήσεων στην ελληνική ταχυδρομική αγορά



Πηγή: ΕΕΤΤ (Μητρώο ταχυδρομικών επιχειρήσεων)

2.2. Εξέλιξη βασικών μεγεθών της αγοράς ταχυδρομικών υπηρεσιών στην Ελλάδα

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 2016. 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 οικονομι-

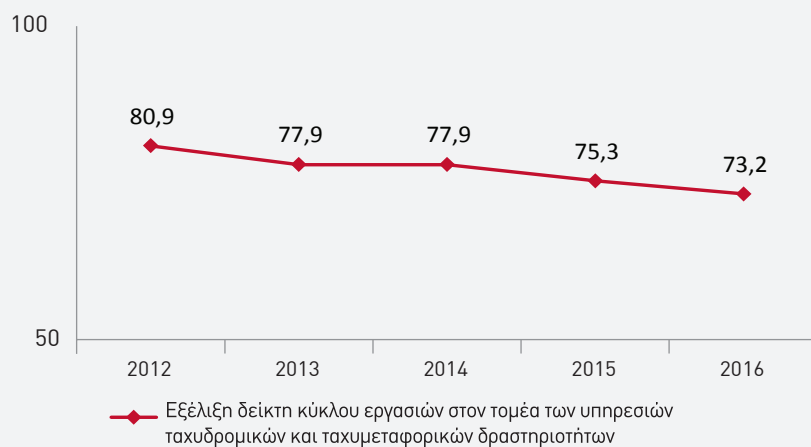
κές καταστάσεις, εφόσον πρόκειται για ατομικές επιχειρήσεις.

Κύκλος εργασιών

Ο κλάδος των ταχυδρομικών υπηρεσιών ακολούθησε την αρνητική τάση που επικρατεί σε όλους σχεδόν τους τομείς της οικονομίας, όπως αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 2.14.

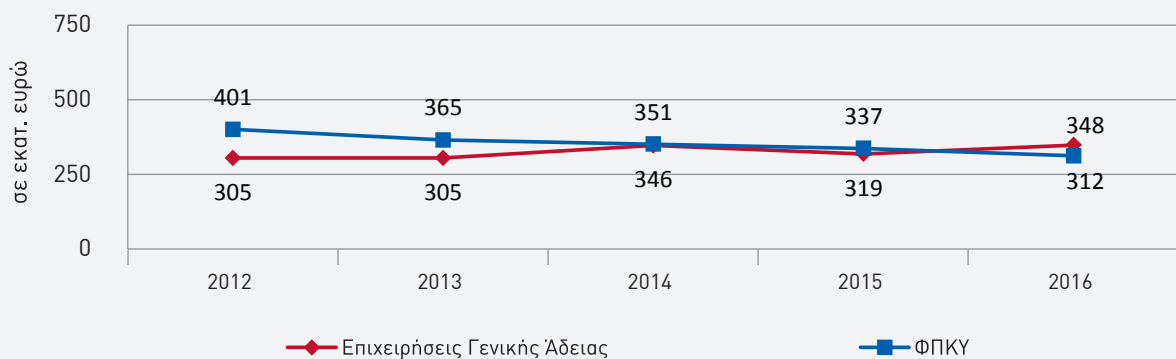
Στο Διάγραμμα 2.15 παρουσιάζεται ο κύκλος εργασιών της ταχυδρομικής αγοράς για την τελευταία πενταετία. Το 2016, οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις Γενικής Άδειας παρουσίασαν βελτίωση του κύκλου εργασιών τους κατά 9% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Αντίστοιχα, ο κύκλος εργασιών του ΦΠΚΥ παρουσίασε μείωση κατά 7%.

Διάγραμμα 2.14: Εξέλιξη δείκτη κύκλου εργασιών για την ταχυδρομική αγορά (έτος βάσης 2010)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Εξέλιξη δεικτών κύκλου εργασιών στον τομέα των υπηρεσιών (Σεπτέμβριος 2017)

Διάγραμμα 2.15: Κύκλος εργασιών ταχυδρομικών επιχειρήσεων



Πηγή: Ετήσιες δημοσιευμένες οικονομικές καταστάσεις, 2016

Ο κύκλος εργασιών των ταχυδρομικών επιχειρήσεων ενδέχεται να περιλαμβάνει στοιχεία και από μη ταχυδρομικές δραστηριότητες. Κατά συνέπεια, φαίνεται να παρουσιάζεται απόκλιση σε σχέση με το ύψος εσόδων που αναλύονται στη συνέχεια και αφορούν αποκλειστικά την ταχυδρομική αγορά. Σημειώνεται τέλος, ότι τα οικονομικά στοιχεία για μία από τις επιχειρήσεις Γενικής Άδειας αφορούν εκτίμηση (βάσει της πορείας του κλάδου) καθώς μέχρι τη σύνταξη της παρούσας δεν ήταν διαθέσιμα.

Κερδοφορία

Στον Πίνακα 2.4 παρατίθενται τα βασικά οικονομικά στοιχεία σχετικά με την κερδοφορία των ταχυδρομικών επιχειρήσεων. Παρά τον υψηλό κύκλο εργασιών, το μικτό περιθώριο κέρδους είναι αρκετά χαμηλό για τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις και για τον ΦΠΚΥ.

Ανάλυση ισολογισμών

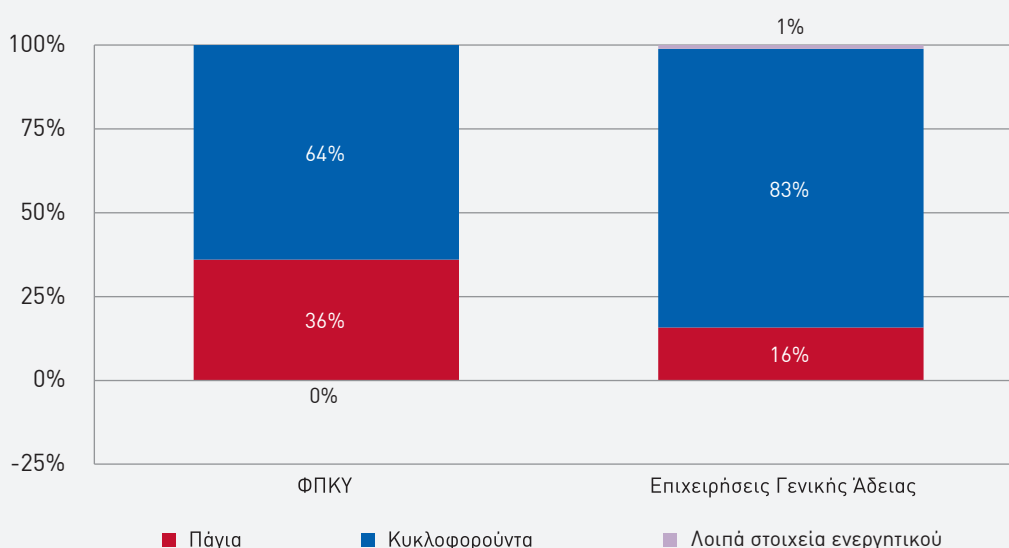
Στο Διάγραμμα 2.16 παρουσιάζεται η κατανομή του ενεργητικού για τον ΦΠΚΥ και τις επιχειρήσεις με Γενική Άδεια. Οι επιχειρήσεις Γενικής Άδειας διατήρησαν την πλειονότητα των κεφαλαίων τους (83%) σε άμεσα ρευστοποιήσιμα στοιχεία (κυκλοφορούν ενεργητικό), ενώ ο ΦΠΚΥ διατήρησε το 64% των κεφαλαίων του σε κυκλοφορούντα στοιχεία και το υπόλοιπο 36% σε πάγιο εξοπλισμό. Αναφορικά με τη διάρθρωση του παθητικού, οι υποχρεώσεις του ΦΠΚΥ αφορούσαν το 95% του παθητικού, ενώ οι υποχρεώσεις των επιχειρήσεων Γενικής Άδειας διαμορφώθηκαν σε 78% του παθητικού.

Πίνακας 2.4: Βασικά οικονομικά στοιχεία ταχυδρομικών επιχειρήσεων (σε εκατ. ευρώ) (2016)

	Κύκλος εργασιών	Μικτά κέρδη	Μικτό περιθώριο κέρδους	Καθαρά κέρδη	Καθαρό περιθώριο κέρδους
ΦΠΚΥ	312	29	9,2%	0	0,1%
Επιχειρήσεις Γενικής Άδειας	348	61	17,6%	12	3,4%

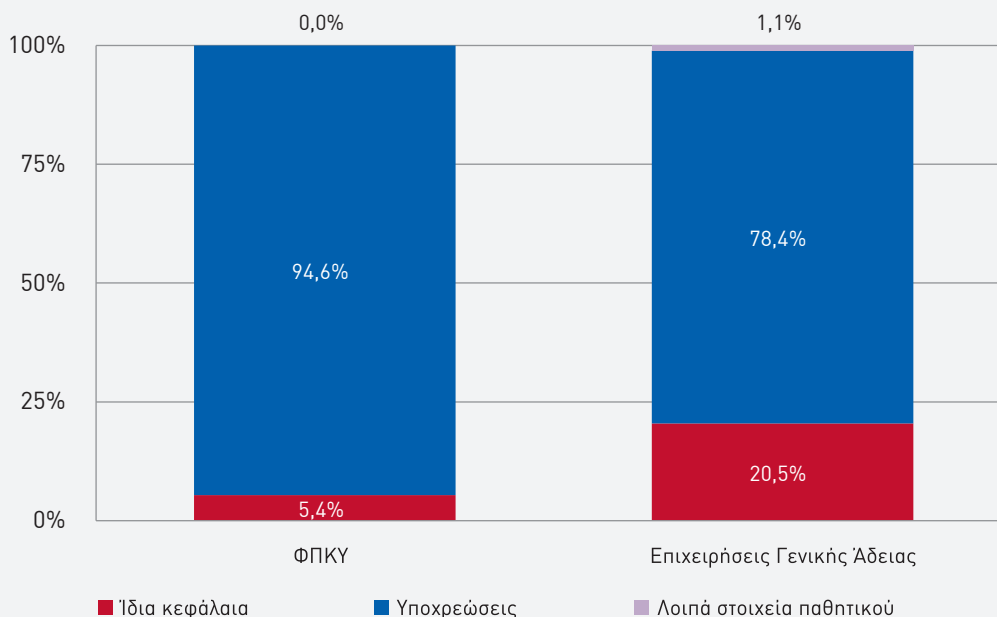
Πηγή: Ετήσιες δημοσιευμένες οικονομικές καταστάσεις, 2016

Διάγραμμα 2.16: Κατανομή ενεργητικού στην ταχυδρομική αγορά (2016)



Ετήσιες δημοσιευμένες οικονομικές καταστάσεις, 2016

Διάγραμμα 2.17: Κατανομή παθητικού στην ταχυδρομική αγορά (2016)



Πηγή: Ετήσιες δημοσιευμένες οικονομικές καταστάσεις, 2016

Ανάλυση αριθμοδεικτών

Στον Πίνακα 2.5 παρουσιάζονται οι βασικοί αριθμοδείκτες, όπως προέκυψαν από την ανάλυση των ισολογισμών των υπό εξέταση ταχυδρομικών επιχειρήσεων.

Ο δείκτης γενικής ρευστότητας, τόσο για τις επιχειρήσεις Γενικής Άδειας όσο και για τον ΦΠΚΥ, παρέμεινε μεγαλύτερος από τη μονάδα, γεγονός που υποδηλώνει δυνατότητα να αντιμετωπίζουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις με στοιχεία του κυκλοφορούντος ενεργητικού τους.

Ο δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας ενεργητικού παρέμεινε μεγαλύτερος από τη μονάδα για τις επιχειρήσεις Γενικής Άδειας, καθώς οι επιχειρήσεις αυτές είναι εντάσεως κυκλοφορούντων μέσων (κυρίως απαιτήσεων). Ο αντίστοιχος δείκτης του ΦΠΚΥ παραμένει χαμηλότερος από τη μονάδα, καθώς έχει επενδύσει σε πάγιο εξοπλισμό.

Ο δείκτης ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων για τις επιχειρήσεις Γενικής Άδειας παρουσίασε σταθερότητα. Ο δείκτης του ΦΠΚΥ το 2016 παρουσίασε για δεύτερη συνεχή χρονιά ιδιαίτερα υψηλή αύξηση 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 επιχειρήσεων της ταχυδρομικής αγοράς σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

2.2.2. Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων

Το 2016, η ελληνική ταχυδρομική αγορά παρουσίασε σημάδια ανάκαμψης, αναφορικά με τα έσοδα, ενώ για το πλήθος των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων η τάση συνέχισε να είναι πτωτική. Συγκεκριμένα, διακινήθηκαν 376,3 εκατ. αντικείμενα, αποφέροντας έσοδα της τάξης των 547,3 εκατ. ευρώ.

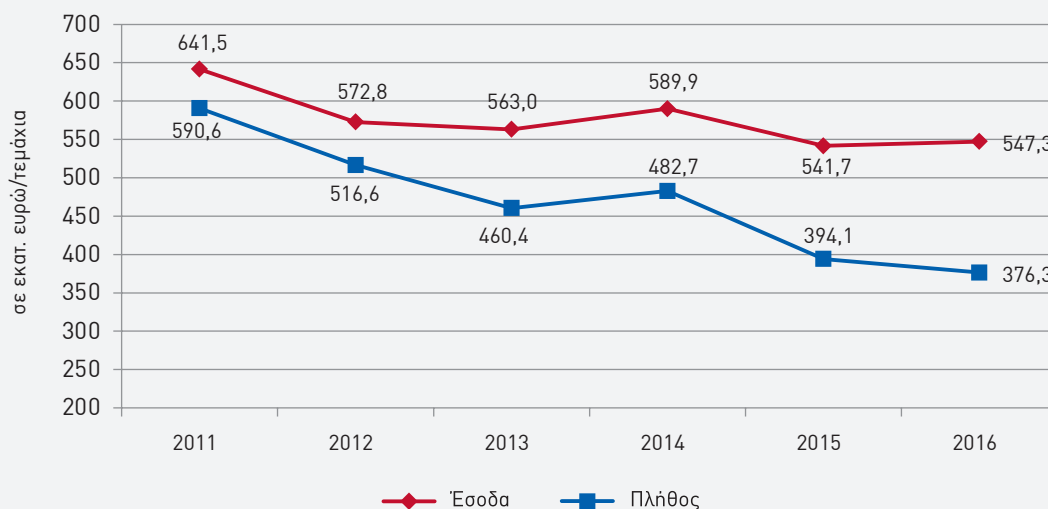
Η πορεία της ταχυδρομικής αγοράς την τελευταία εξαετία αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 2.18.

Πίνακας 2.5: Χρηματοοικονομικοί δείκτες στην ταχυδρομική αγορά (2012-2016)

	2012	2013	2014	2015	2016
Δείκτης γενικής ρευστότητας					
ΦΠΚΥ	0,93	0,86	0,89	1,07	1,08
Επιχειρήσεις Γενικής Άδειας	1,14	1,37	1,33	1,09	1,11
Δείκτης κυκλοφοριακής ταχύτητας					
ΦΠΚΥ	0,61	0,84	0,81	0,69	0,60
Επιχειρήσεις Γενικής Άδειας	2,16	2,12	2,48	2,00	2,16
Δείκτης ταχύτητας είσπραξης απαιτήσεων					
ΦΠΚΥ	58,62	74,14	99,19	179,62	287,94
Επιχειρήσεις Γενικής Άδειας	120,51	107,75	89,56	96,19	97,04
Δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων					
ΦΠΚΥ	-10,9%	-14,7%	12,6%	7,4%	1,4%
Επιχειρήσεις Γενικής Άδειας	-45,4%	30,8%	73,0%	59,5%	36,3%

Πηγή: Ετήσιες δημοσιευμένες οικονομικές καταστάσεις, 2016

Διάγραμμα 2.18: Έσοδα και πλήθος αντικειμένων ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς, (2010-2015)



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

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 μικρή ανοδική τάση της αγοράς το 2016 επηρεάστηκε κατά κύριο λόγο από τις επιχειρήσεις με Γενική Άδεια, ενώ ο ΦΠΚΥ παρουσίασε σημαντική μείωση τόσο

σε ό,τι αφορά το πλήθος των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακίνησε όσο και στο σύνολο των εσόδων του. Τόσο οι επιχειρήσεις με Ειδική όσο και με Γενική Άδεια διακίνησαν εμφανώς περισσότερα ταχυδρομικά αντικείμενα το 2016 και παρουσίασαν αύξηση στα έσοδά τους σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016/15
ΦΠΚΥ	531.343	461.361	402.818	398.325	308.300	278.523	-9,7%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	10.933	8.065	5.326	26.854	27.251	32.060	17,6%
Επιχειρήσεις με Γενική Άδεια	48.286	47.162	52.278	57.563	58.578	65.752	12,2%
Σύνολο	590.562	516.588	460.422	482.742	394.129	376.334	-4,5%
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	-13,0%	-12,5%	-10,9%	4,8%	-18,4%	-4,5%	-

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

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016/15
ΦΠΚΥ	370.864	317.486	282.919	272.658	227.417	207.313	-8,8%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	4.066	3.486	2.471	14.496	14.309	15.865	10,9%
Επιχειρήσεις με Γενική Άδεια	266.612	251.814	277.628	302.753	299.954	324.086	8,0%
Σύνολο	641.542	572.786	563.018	589.907	541.680	547.265	1,0%
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	-9,1%	-10,7%	-1,7%	4,8%	-8,2%	1,0%	-

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

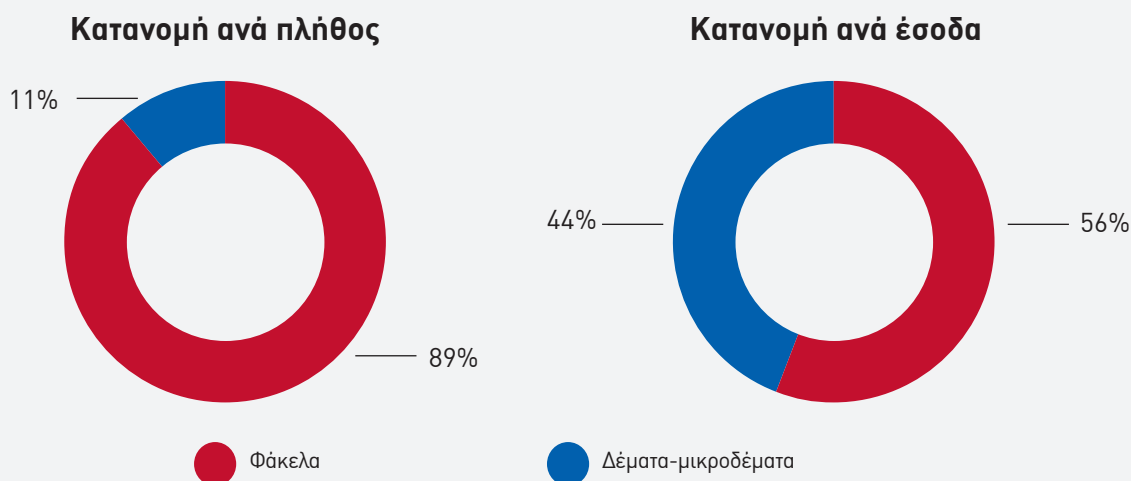
Ανά υπηρεσία

Τα ταχυδρομικά αντικείμενα διακρίνονται σε φακέλους και δέματα (συμπεριλαμβανομένων των μικροδεμάτων). Στο Διάγραμμα 2.19, αποτυπώνεται η κατανομή των ταχυδρομικών αντικειμένων στο σύνολο της ταχυδρομικής αγοράς το 2016.

Ενώ η διακίνηση των φακέλων αποτελεί παραδοσιακά την κύρια δραστηριότητα των ταχυδρομικών

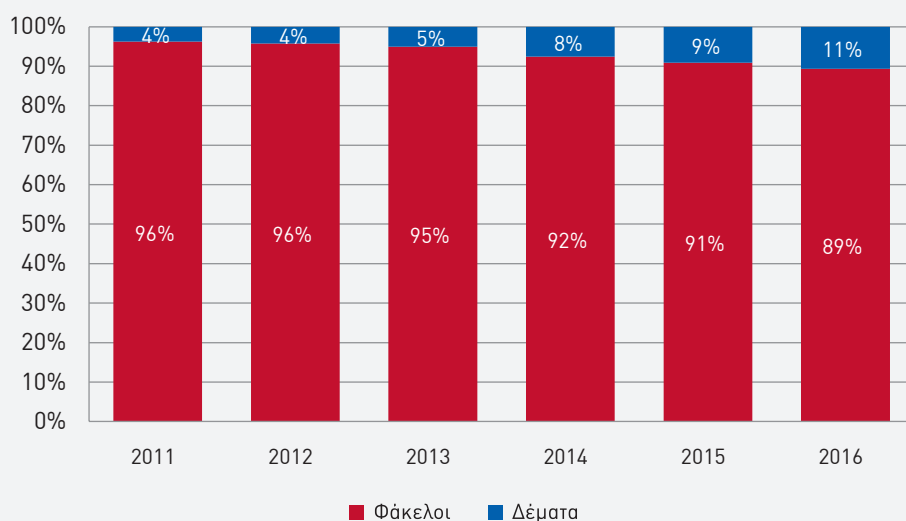
επιχειρήσεων, η αγορά των δεμάτων, που διακινεί το 11% του συνόλου των ταχυδρομικών αντικειμένων, απέφερε το 44% των συνολικών εσόδων. Το μερίδιο των δεμάτων – μικροδεμάτων στο σύνολο των ταχυδρομικών αντικειμένων αλλά και των εσόδων αυξάνεται διαχρονικά κυρίως λόγω της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου αλλά και της υποκατάστασης της επιστολικής αλληλογραφίας από την ηλεκτρονική.

Διάγραμμα 2.19: Κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων ανά πλήθος και ανά έσοδα (2016)



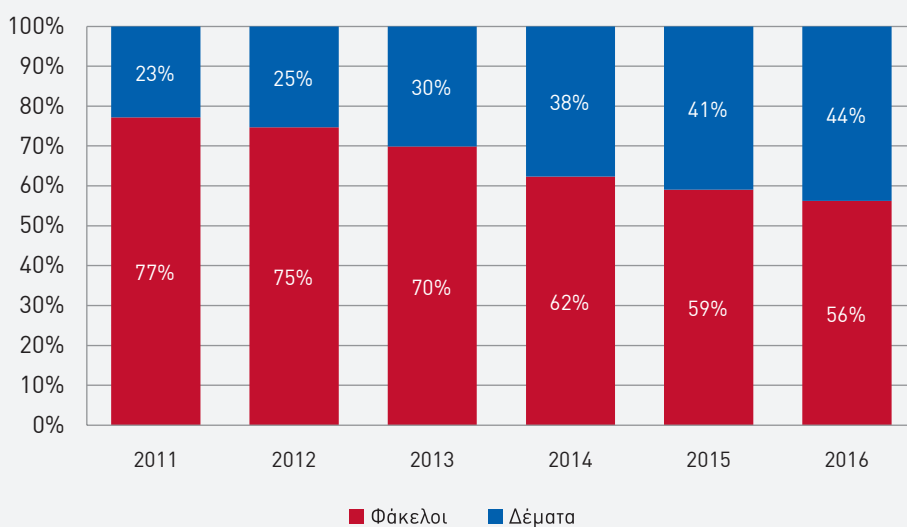
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Διάγραμμα 2.20: Μεριδία φακέλων και δεμάτων σε πλήθος (2011- 2016)



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

Διάγραμμα 2.21: Μερίδια φακέλων και δεμάτων σε έσοδα (2011- 2016)



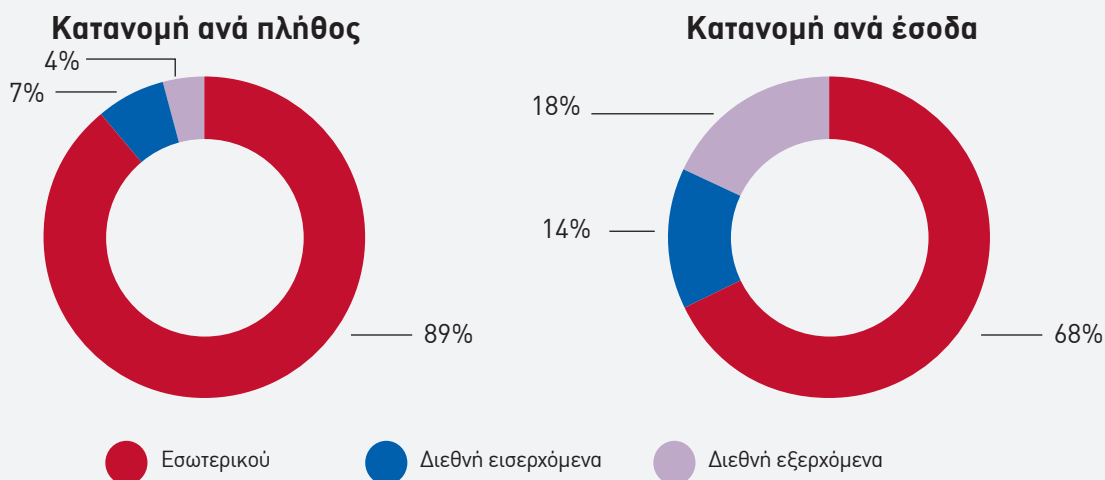
Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Ανά υπηρεσία εσωτερικού-εξωτερικού

Το 2016, το μεγαλύτερο ποσοστό των εσόδων της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς (68%) προήλθε από τη διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων

εντός της χώρας (89%). Η κατανομή των εσόδων και του πλήθους των αντικειμένων εσωτερικού, διεθνών εισερχομένων και εξερχομένων αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 2.22.

Διάγραμμα 2.22: Κατανομή πλήθους και εσόδων ανά υπηρεσία εσωτερικού-εξωτερικού (2016)

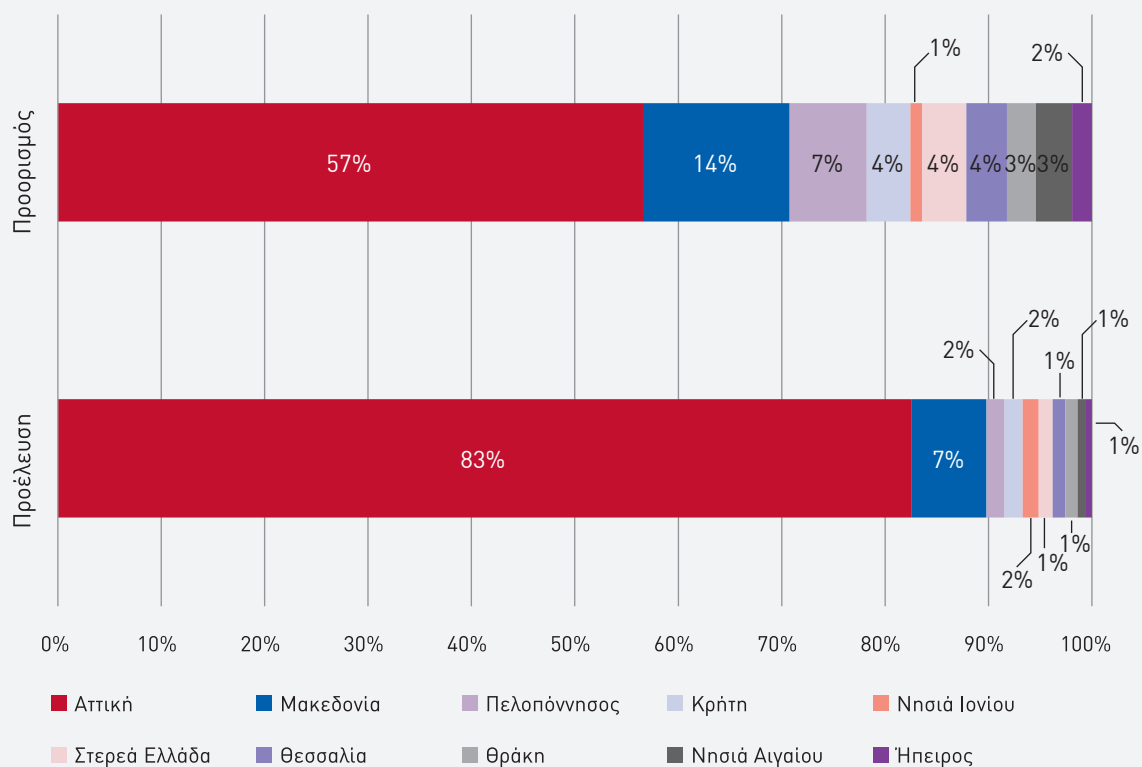


Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Το μεγαλύτερο μέρος των ταχυδρομικών αντικειμένων διακινήθηκε από την Αττική (83%) προς το εσωτερικό και το εξωτερικό. Η ίδια γεωγραφική περιοχή ήταν και ο δημοφιλέστερος προορισμός των αντικειμένων που διακινήθηκαν στο εσωτερικό και από το εξωτερικό (57%).

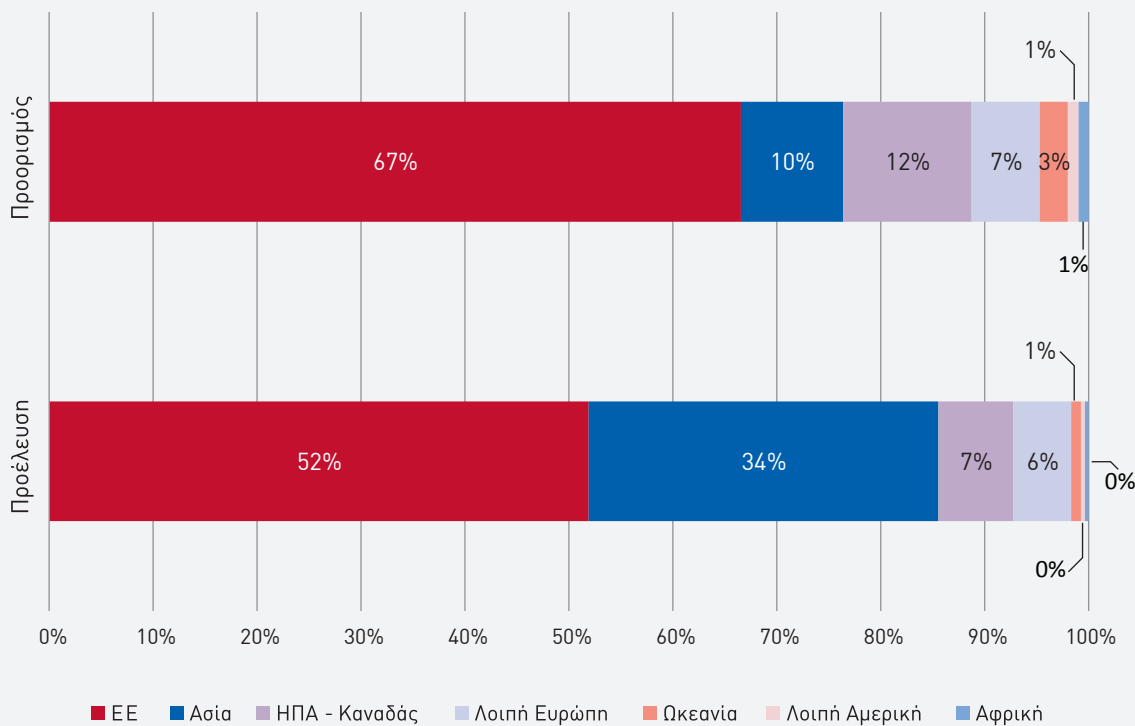
Ο μεγαλύτερος όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκαν από το εξωτερικό προς την Ελλάδα προήλθε από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) (52%) και την Ασία (34%), ενώ οι αποστολές των ταχυδρομικών αντικειμένων προς το εξωτερικό είχαν ως προορισμό κυρίως την ΕΕ (67%) και τις ΗΠΑ – Καναδά (12%).

Διάγραμμα 2.23: Προορισμός & προέλευση αποστολών ταχυδρομικών αντικειμένων ανά γεωγραφική περιοχή (2016)



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

Διάγραμμα 2.24: Προορισμός & προέλευση αποστολών ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού (2016)



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

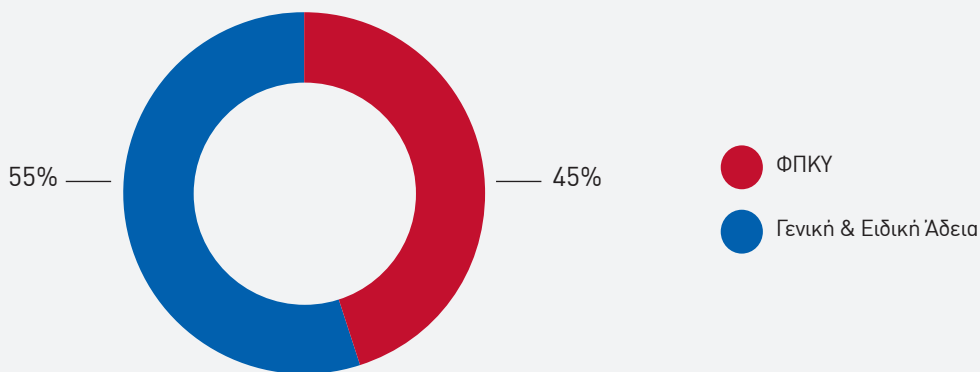
2.2.3. Απασχόληση και υποδομές ταχυδρομικών επιχειρήσεων

Ο αριθμός των απασχολούμενων στην ελληνική ταχυδρομική αγορά το 2016 ανήλθε στα 18.041 άτομα, σημειώνοντας αύξηση σε σχέση με το 2015 (15.711). Όπως φαίνεται και από το Διάγραμμα 2.25, το 45% όσων απασχολούνται στην ταχυδρομική αγορά ερ-

γάζονται στον ΦΠΚΥ, ενώ το υπόλοιπο 55% στους λοιπούς πάροχους.

Σε ό,τι αφορά τις υποδομές των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, το 2016 ο ΦΠΚΥ διέθετε 1.403 καταστήματα και 2.437 οχήματα, ενώ οι λοιποί πάροχοι με Γενική και Ειδική άδεια διέθεταν αντίστοιχα 1.700 καταστήματα και 6.064 οχήματα.

Διάγραμμα 2.25: Κατανομή εργαζομένων ταχυδρομικής αγοράς (2016)



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

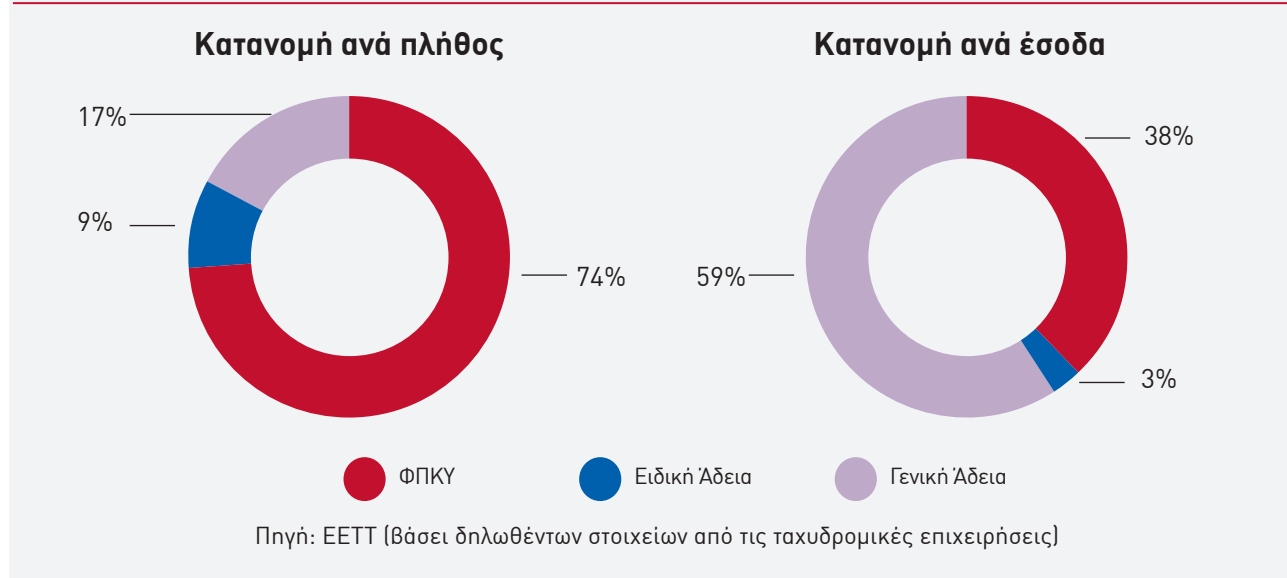
2.3. Ανταγωνισμός στην ταχυδρομική αγορά

2.3.1. Μερίδια αγοράς

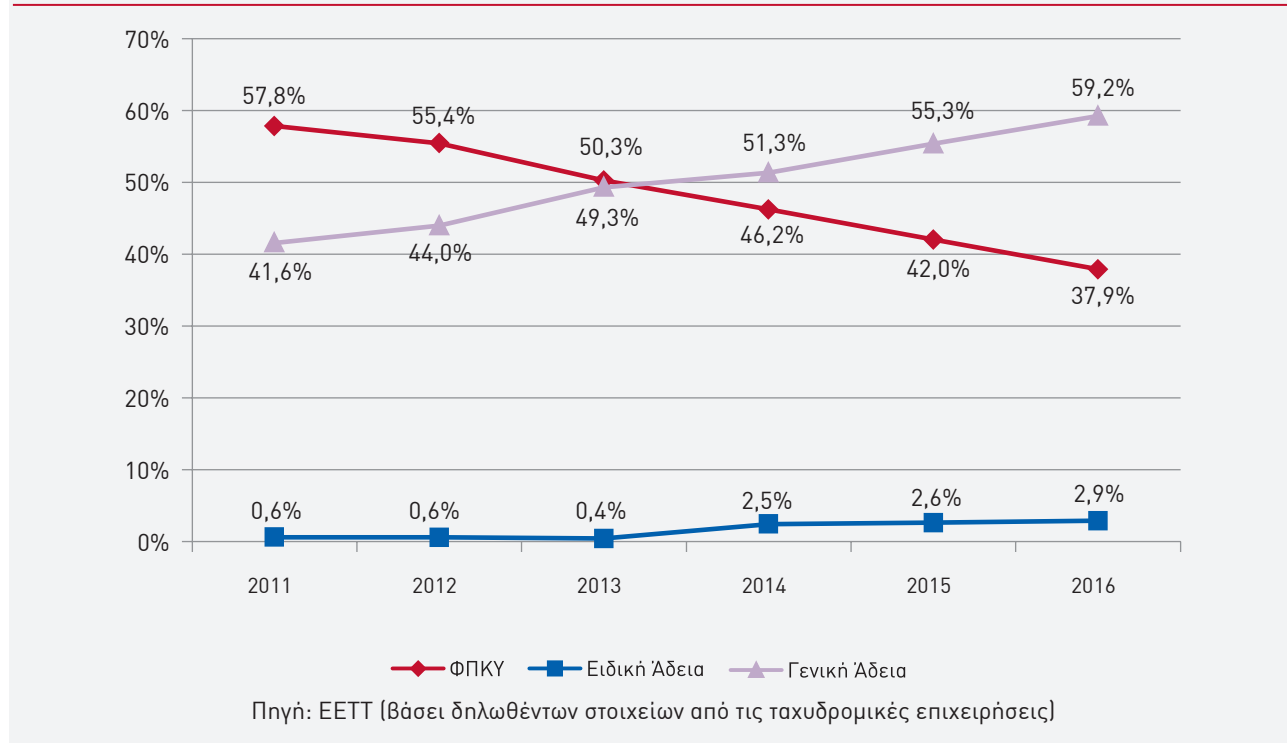
Το 2016, ο ΦΠΚΥ κατείχε το 74% της αγοράς σε ό,τι αφορά το πλήθος των ταχυδρομικών αντικειμένων και το 38% αναφορικά με το σύνολο των εσόδων της ταχυδρομικής αγοράς (Διάγραμμα 2.26).

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

Διάγραμμα 2.26: Μερίδια ταχυδρομικής αγοράς σε πλήθος και έσοδα (2016)



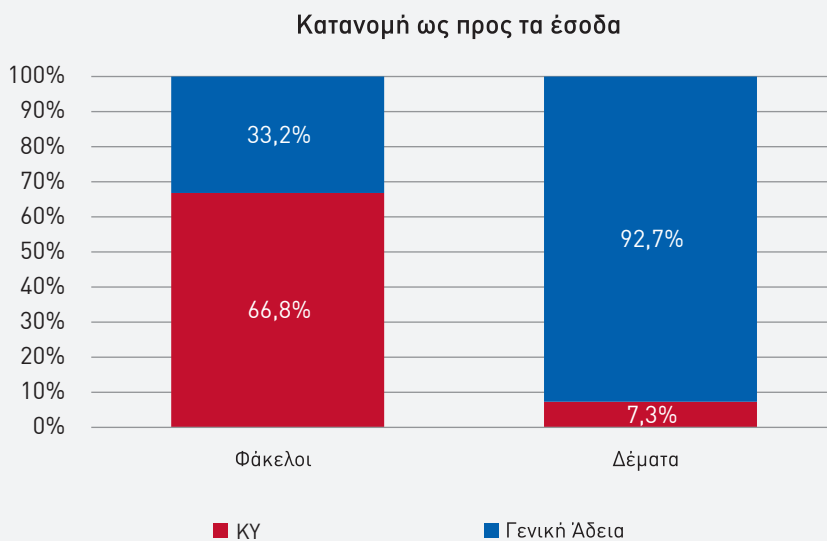
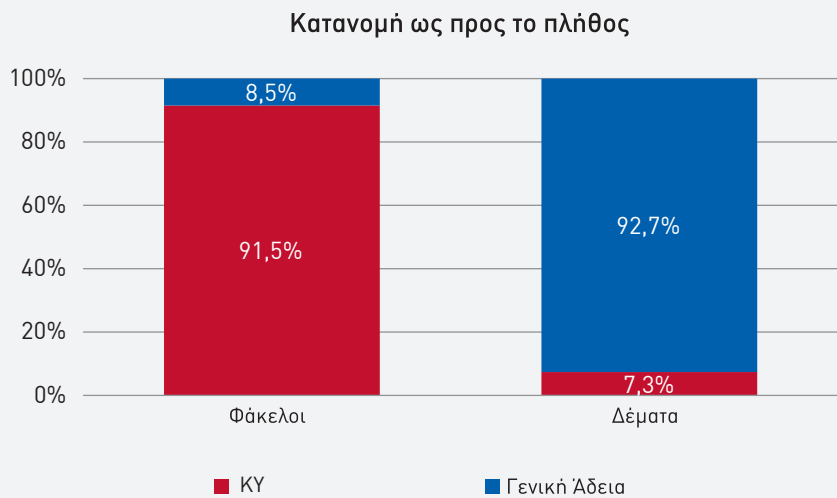
Διάγραμμα 2.27: Μερίδια αγοράς ως προς τα ταχυδρομικά έσοδα (2011-2016)



Ως προς τις παρεχόμενες υπηρεσίες, είναι εμφανές ότι η ΚΥ υπερτερεί στη διακίνηση φακέλων³⁰, κατέχοντας το 91,5% ως προς το πλήθος και το 66,8% ως προς τα έσοδα. Στην αγορά των δεμά-

των-μικροδεμάτων κυριάρχησαν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, κατέχοντας το 92,7% ως προς το πλήθος και ως προς τα έσοδα.

Διάγραμμα 2.28: Μεριδία αγοράς φακέλων και δεμάτων ΚΥ και ταχυμεταφορών ως προς το πλήθος και τα έσοδα (2015)



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

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

2.3.2 Η αγορά της ΚΥ

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 αναλαμβάνουν την υποχρέωση παροχής ΚΥ για διάστημα 15 ετών από την έναρξη της πλήρους απελευθέρωσης έως την 31/12/2028³¹.

Η παροχή της ΚΥ αφορά φακέλους, διαφημιστικό ταχυδρομείο, εφημερίδες, βιβλία, καταλόγους και περιοδικά με βάρος έως 2 κ. καθώς και δέμα-

τα βάρους έως 20 κ. Η κατανομή των παραπάνω ταχυδρομικών αντικειμένων στο σύνολο της αγοράς ΚΥ απεικονίζεται στον Πίνακα 2.8.

Το 2016 ο ΦΠΚΥ ήταν ο κυρίαρχος παίκτης στην αγορά της ΚΥ, καθώς κατείχε το 90% του πλήθους και το 93% των εσόδων των ταχυδρομικών αντικειμένων.

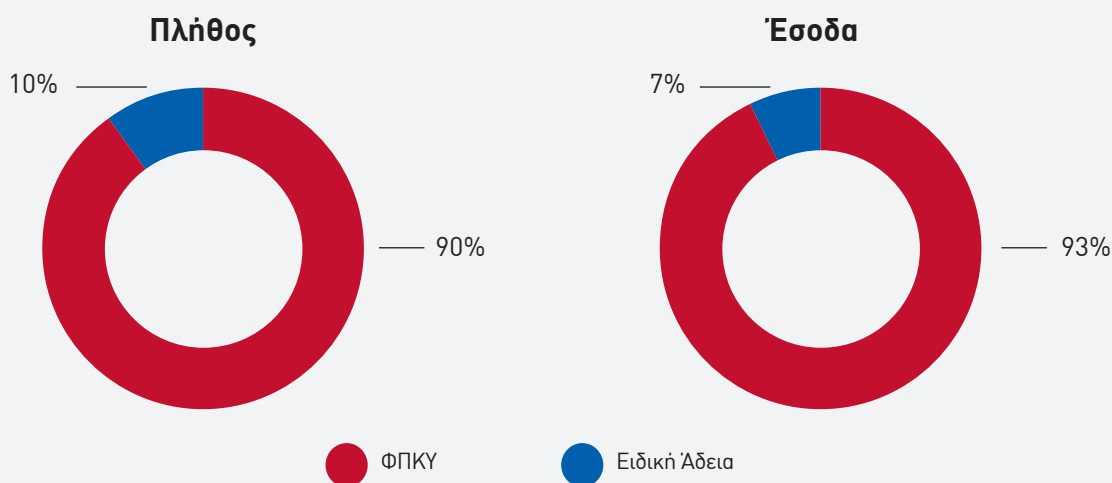
Η αύξηση του μεριδίου αγοράς των επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος προήλθε κυρίως από τη διακίνηση φακέλων και διαφημιστικών με διεύθυνση παραλήπτη.

Πίνακας 2.8: Κατανομή πλήθους αντικειμένων και εσόδων υπηρεσιών ΚΥ (2016)

	Πλήθος αντικειμένων	Έσοδα
Φάκελοι	89,5%	86,1%
Διαφημιστικά	4,8%	2,8%
Εφημερίδες	4,8%	3,2%
Βιβλία-κατάλογοι-περιοδικά	0,1%	0,03%
Δέματα & μικροδέματα	0,9%	7,8%
Σύνολο ΚΥ	100%	100%

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

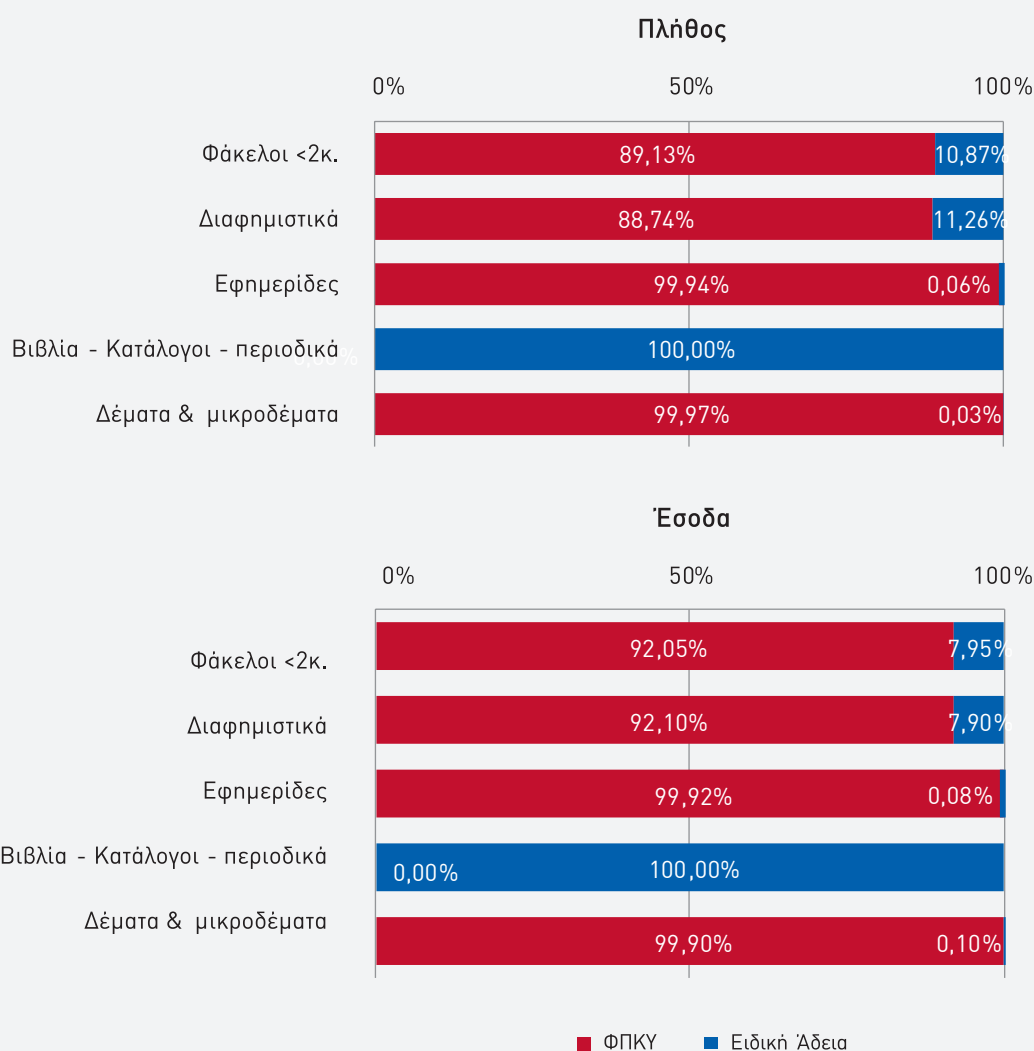
Διάγραμμα 2.29: Μεριδα ΚΥ με βάση το πλήθος και τα έσοδα (2016)



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

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

Διάγραμμα 2.30: Μεριδία υπηρεσιών ΚΥ με βάση το πλήθος και τα έσοδα (2016)



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

Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (ΦΠΚΥ)

Το 2016, ο ΦΠΚΥ παρουσίασε 207,3 εκατ. ευρώ έσοδα, μειωμένα κατά 8,8% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, έχοντας διακινήσει 278,5 εκατ. ταχυδρομικά αντικείμενα, 9,7% λιγότερα σε σύγκριση με το 2015. Η διαχρονική πορεία των εσόδων και του πλήθους των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων του ΦΠΚΥ την τελευταία εξαετία παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 2.31.

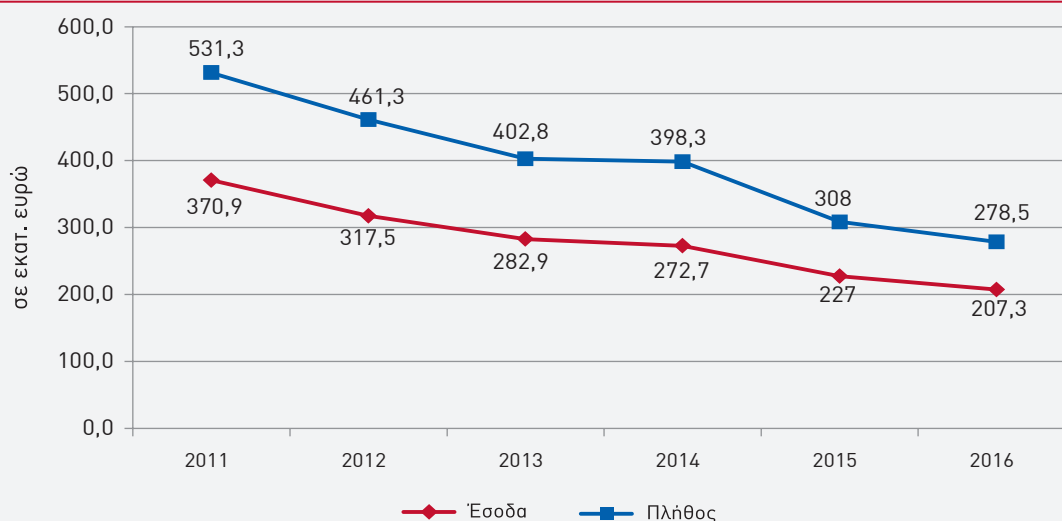
Ο κύριος όγκος των εσόδων του ΦΠΚΥ προήλθε από τη διακίνηση φακέλων έως 2 κ. και δευτερευόντως από τη διακίνηση δεμάτων έως 20 κ. και εφημερίδων. Το 2016, το μέσο έσοδο ανά υπηρεσία μειώθηκε σημαντικά στα μικροδέματα

έως 2 κ. και στις εφημερίδες, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, ενώ αυξήθηκε στα διαφημιστικά αντικείμενα με διεύθυνση παραλήπτη.

Τα έσοδα του ΦΠΚΥ προήλθαν κατά 66% από πελάτες με σύμβαση και 34% από πελάτες τοις μετρητοίς. Ο δημόσιος τομέας αποτέλεσε το 20% του πελατολογίου του ΦΠΚΥ, το ίδιο και οι τράπεζες/ασφαλιστικές επιχειρήσεις, οι πάροχοι τηλεπικοινωνιών το 10%, ενώ οι ιδιώτες αποτέλεσαν το 25%.

Ο αριθμός των εργαζομένων στον ΦΠΚΥ για το 2016 αυξήθηκε σε σχέση με το 2015, στους 8.039 υπαλλήλους. Όσον αφορά τις υποδομές, ο ΦΠΚΥ διέθετε 1.403 καταστήματα και 694 πρακτορεία. Επίσης, διέθετε 650 αυτοκίνητα και 1.787 δίκυκλα.

Διάγραμμα 2.31: Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων του ΦΠΚΥ, (2011-2016)



Πηγή: Ετήσιες οικονομικές καταστάσεις χρήσης, 2016

Πίνακας 2.9: Κατανομή πλήθους και εσόδων ΦΠΚΥ ανά υπηρεσία

	Σύνολο αντικειμένων	Σύνολο εσόδων	Μέσο Έσοδο (ευρώ)	Δ 2015-2016
Φάκελοι	88,9%	85,3%	0,71	0,12%
Διαφημιστικά	4,7%	2,8%	0,43	38,22%
Εφημερίδες	5,3%	3,5%	0,49	-35,52%
Βιβλία-κατάλογοι-περιοδικά	0,0%	0,0%	0,00	0,00%
Μικροδέματα	0,3%	0,7%	1,88	-31,76%
Δέματα	0,8%	7,7%	7,47	-5,42%
Σύνολο	100,0%	100,0%		

Πηγή: Ετήσιες οικονομικές καταστάσεις χρήσης, 2016

Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια

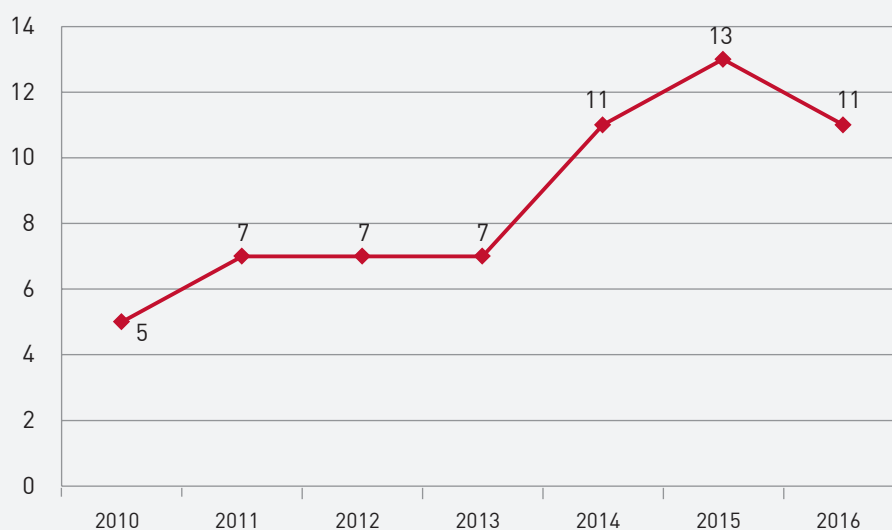
Στον τομέα της ΚΥ εκτός από τον ΦΠΚΥ το 2016 δραστηριοποιήθηκαν 11 επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια³².

Το 2016, οι επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια παρουσίασαν 15,87 εκατ. ευρώ έσοδα, αυξημένα κατά 10,9% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, έχοντας

διακινήσει 32,06 εκατ. ταχυδρομικά αντικείμενα, 17,6% περισσότερα σε σύγκριση με το 2015. Η διαχρονική πορεία των εσόδων και του πλήθους των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων των επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια την τελευταία εξαετία παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 2.33.

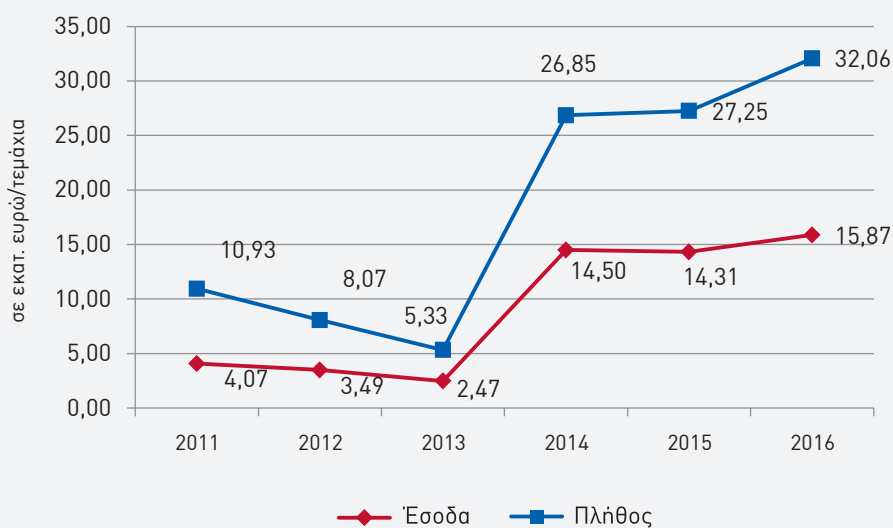
32. Περιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις που ήταν ενεργές έστω και κατά ένα μέρος του έτους αναφοράς.

Διάγραμμα 2.32: Αριθμός επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια



Πηγή: ΕΕΤΤ (Μητρώο ταχυδρομικών επιχειρήσεων)

Διάγραμμα 2.33: Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων των επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια (2011-2016)



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

Πίνακας 2.10: Κατανομή πλήθους και εσόδων υπηρεσιών σε επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια (2016)

	Σύνολο αντικειμένων (%)	Σύνολο εσόδων (%)
Φάκελοι	94,2%	96,4%
Διαφημιστικά	5,2%	3,1%
Εφημερίδες	0,03%	0,0%
Βιβλία-κατάλογοι-περιοδικά	0,5%	0,4%
Δέματα & μικροδέματα	0,003%	0,1%
Σύνολο ΚΥ	100%	100%

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

Λαμβάνοντας υπόψη το ενδιαφέρον που εκδηλώνουν -ήδη από το 2013 με την απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς- μεγάλες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών για υπηρεσίες απλού ταχυδρομείου, διαπιστώνεται ότι το 2016, οι επιχειρήσεις Ειδικής Άδειας διακινούσαν το 10% των αντικειμένων της αγοράς ΚΥ αποφέροντας το 8% των συνολικών εσόδων.

Ειδικότερα, τρεις επιχειρήσεις δραστηριοποιούνταν στη διακίνηση φακέλων, τέσσερις στα διαφημιστικά, μία σε εφημερίδες και βιβλία/κατάλογους/περιοδικά και δύο στη διακίνηση δεμάτων. Είναι αξιοσημείωτο ότι το 81% των εσόδων πραγματοποιήθηκε από μία μόνο επιχείρηση, που διακίνησε το 92% των φακέλων και το 78% των δεμάτων.

Ενώ μέχρι και το 2013 η βασική δραστηριότητα των επιχειρήσεων Ειδικής Άδειας ήταν η διανομή διαφημιστικών, το 2016, όπως άλλωστε και το 2015, η διανομή φακέλων σχεδόν μονοπώλησε τη δραστηριότητα του τομέα.

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 υπηρε-

σίες «courier», δηλαδή επείγουσας διαβίβασης με δυνατότητα παρακολούθησης και εντοπισμού του ταχυδρομικού αντικειμένου.

Το 2016 εισήλθαν στην αγορά ταχυμεταφορών 76 νέες επιχειρήσεις, ανεβάζοντας το συνολικό πλήθος των επιχειρήσεων με Γενική Άδεια σε 509³³.

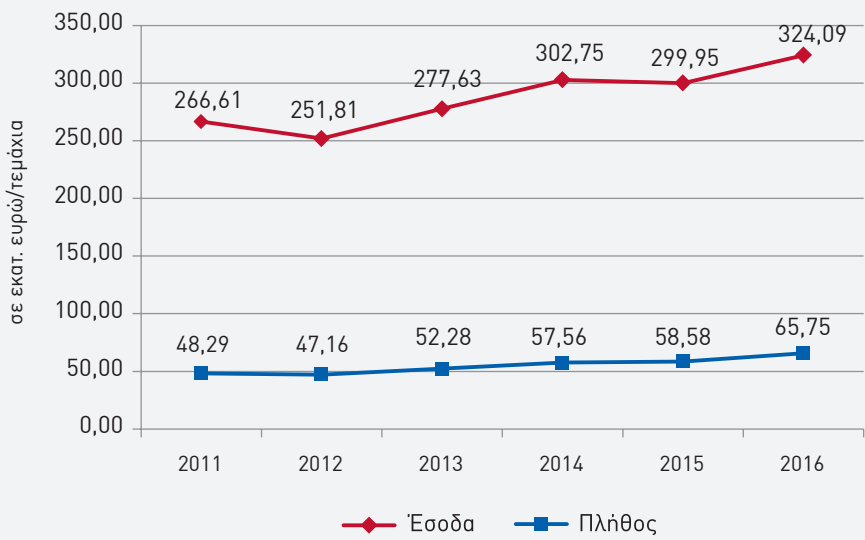
Η δραστηριότητα των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών περιλαμβάνει τη διακίνηση:

- φακέλων έως 2 κ.,
- μικροδεμάτων έως 2 κ.,
- δεμάτων 2 έως 20 κ. και
- δεμάτων βαρύτερων των 20 κ.

Το 2016, οι επιχειρήσεις με Γενική Άδεια παρουσίασαν 324,09 εκατ. ευρώ έσοδα, αυξημένα κατά 8% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, έχοντας διακινήσει 65,75 εκατ. ταχυδρομικά αντικείμενα, 12,2% περισσότερα σε σύγκριση με το 2015. Η διαχρονική πορεία των εσόδων και του πλήθους των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων των επιχειρήσεων με Γενική Άδεια την τελευταία εξαετία παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 2.34.

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

Διάγραμμα 2.34: Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων των επιχειρήσεων με Γενική Άδεια (2011-2016)

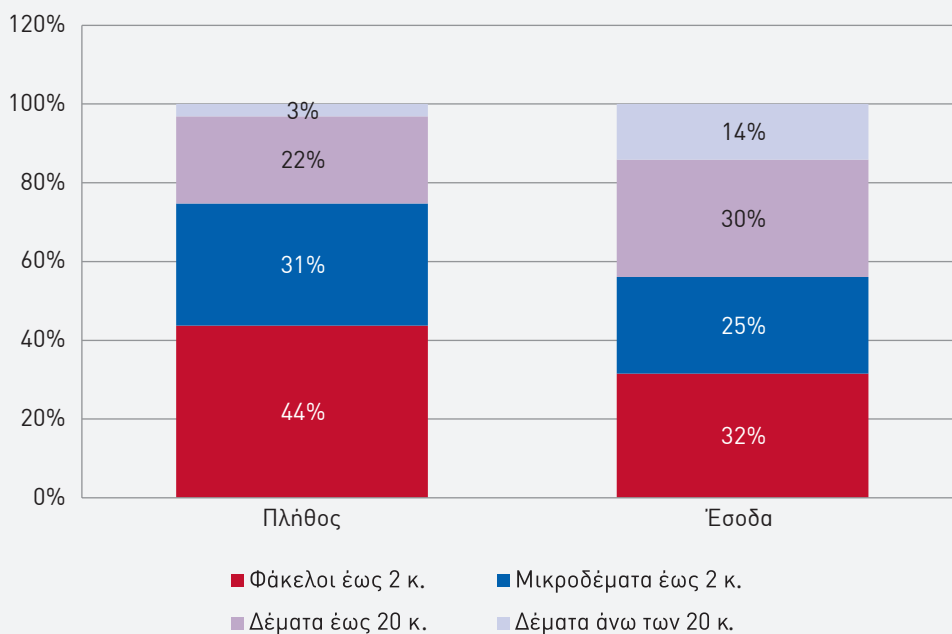


Πηγή: ΕΕΤΤ (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

Για το 2016, η κατανομή του πλήθους και των εσόδων από τα ταχυδρομικά αντικείμενα που δια-

κίνησαν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών αποτυπώνεται στο Διάγραμμα 2.35.

Διάγραμμα 2.35: Κατανομή πλήθους και εσόδων ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών (2016)



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

Οι φάκελοι συνέχισαν να καταλαμβάνουν μικρότερο ποσοστό του πλήθους των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινούν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών (44%). Το 2016 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 1.950 καταστήματα, συμπεριλαμβανομένων θυρίδων υποδοχής και καταστημάτων δικτύου, κατείχαν πάνω από 6.000 οχήματα (αυτοκίνητα και δίκυκλα) και απασχολούσαν πάνω από 9.900 υπαλλήλους.

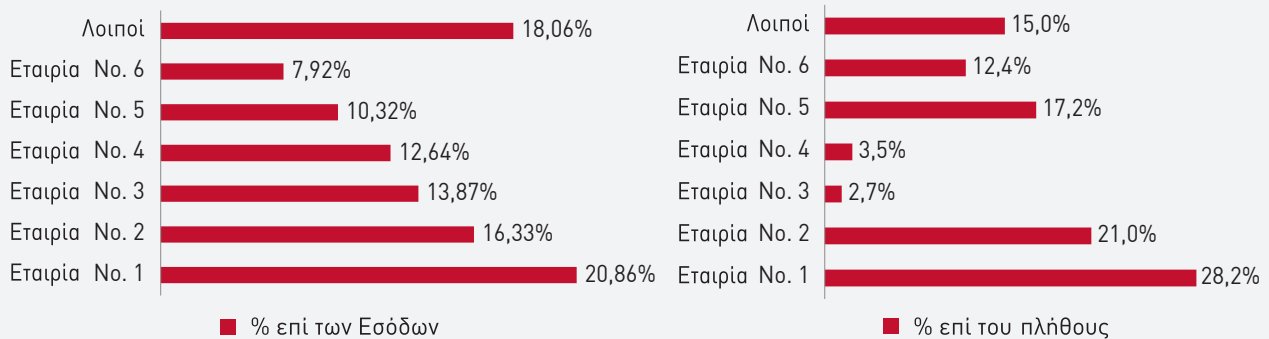
Για καλύτερη κατανόηση των συνθηκών ανταγωνισμού που επικράτησαν στην αγορά των ταχυμεταφορών, ακολουθεί εφαρμογή του μοντέλου των πέντε δυνάμεων του Porter³⁴. Το μοντέλο εξετάζει: α) το βαθμό ανταγωνισμού μεταξύ των υφιστάμενων παικτών, β) τον κίνδυνο από την είσοδο νέων ανταγωνιστών στην αγορά, γ) την απειλή από

πιθανά υποκατάστατα προϊόντα, δ) τη διαπραγματευτική 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 που η αγορά ταχυμεταφορών είναι ανταγωνιστική και προσφέρει ευκαιρίες για καινούρια επιχειρηματική δραστηριότητα.

(α) Ανταγωνισμός μεταξύ των υπάρχοντων παικτών

Παρόλο που στην αγορά ταχυμεταφορών δραστηριοποιούνται πολλές επιχειρήσεις (509 το 2016), ο μεγαλύτερος όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων διακινήθηκε από μόλις έξι επιχειρήσεις, οι οποίες απέφεραν αντίστοιχα το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων της αγοράς. Όπως φαίνεται και από το Διάγραμμα 2.36, το 2016, οι έξι μεγαλύτερες επιχειρήσεις διακίνησαν το 85% των ταχυδρομικών αντικειμένων καταλαμβάνοντας μερίδιο 82% των εσόδων της αγοράς ταχυμεταφορών.

Διάγραμμα 2.36: Μεριδίο επιχειρήσεων ταχυμεταφορών ως προς το πλήθος και τα έσοδα (2016)



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

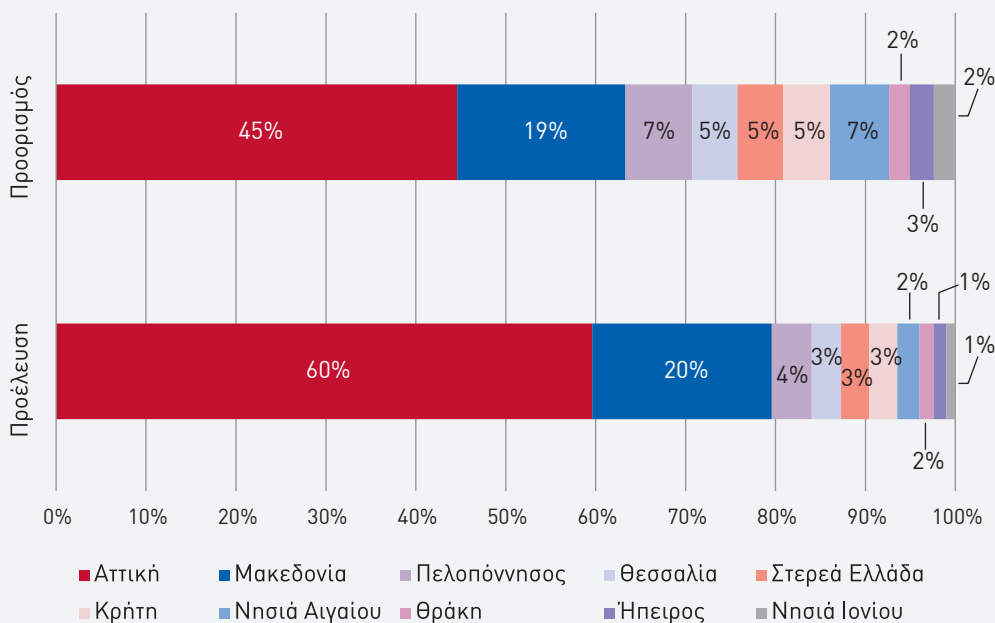
34. Porter M.E. (1979), "How Competitive Forces Shape Strategy", Harvard Business Review (March-April).

Ο ανταγωνισμός ήταν εντονότερος στις περιοχές της Αττικής και της Μακεδονίας, απ’ όπου διακινήθηκε περίπου το 80% των ταχυδρομικών αντικειμένων προς το εσωτερικό και το εξωτερικό. Στις περιοχές αυτές, επίσης, κατέληξε και το 64% των ταχυδρομικών αντικειμένων από το εσωτερικό και το εξωτερικό.

Η ανάπτυξη του διασυνοριακού ηλεκτρονικού εμπορίου έδωσε ώθηση στη δραστηριότητα των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, καθώς πλέον το ένα πέμπτο περίπου των εσόδων τους προήλθε από αποστολές προς το εξωτερικό. Το σημαντικότερο μέρος των ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού κατευθύνθηκε προς τις χώρες της ΕΕ (71%) και την Ασία (10%), ενώ αντίστοιχα τα εισερχόμενα ταχυδρομικά αντικείμενα προήλθαν, ως επί το πλείστον, από τις ίδιες περιοχές (73% από ΕΕ και 16% από Ασία)³⁵.

Ένδειξη του βαθμού ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων του τομέα ταχυμεταφορών δίνει ο δείκτης Herfindahl-Hirschman²⁸ (HHI)³⁶. 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 2016 ο δείκτης HHI για το σύνολο της αγοράς ταχυμεταφορών ήταν ελαφρώς αυξημένος σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, κυμαινόμενος σε μέτριο βαθμό συγκέντρωσης, ενώ για τις επιμέρους αγορές φακέλων και δεμάτων κινήθηκε πτωτικά.

Διάγραμμα 2.37: Προορισμός & προέλευση αποστολών ταχυδρομικών αντικειμένων ταχυμεταφορών ανά γεωγραφική περιοχή

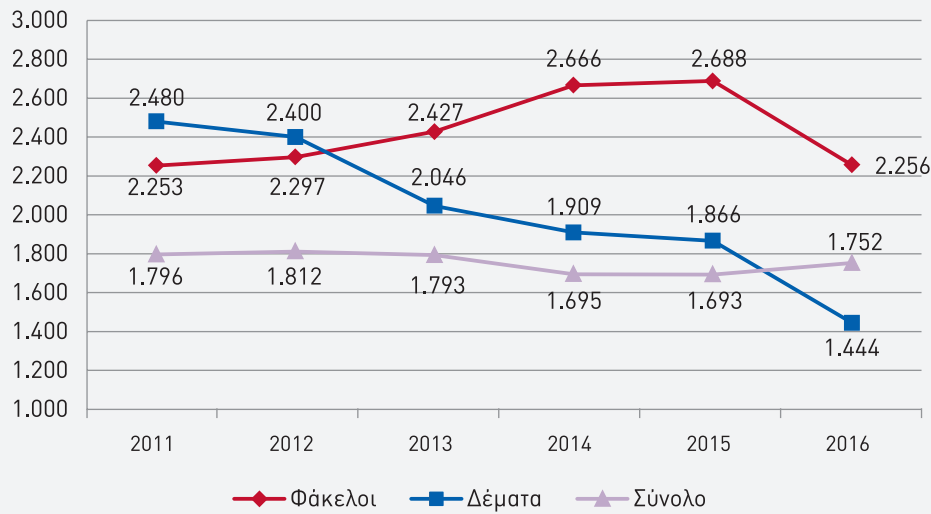


Πηγή: EETT (βάσει δηλωθέντων στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις)

35. EETT (βάσει δηλωθέντων ποιοτικών στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις).

36. 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 είναι το μερίδιο αγοράς της εταιρίας “i” και n το πλήθος των εταιριών.

Διάγραμμα 2.38: Δείκτης Herfindahl – Hirschman



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

(β) Εμπόδια εισόδου νέων ανταγωνιστών

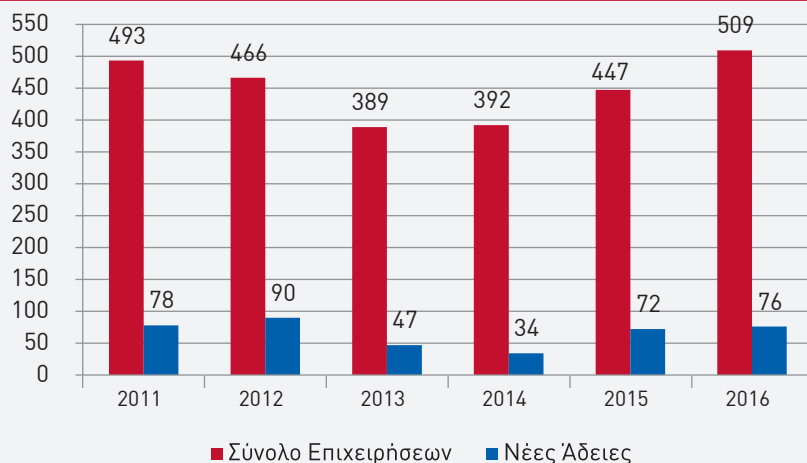
Στον τομέα των ταχυμεταφορών, όπου ο ανταγωνισμός ήταν έντονος, τα βασικά εμπόδια εισόδου νέων ανταγωνιστών αφορούσαν αφενός θέματα οικονομικής φύσεως που συνδέονταν και με την ύφεση της ελληνικής οικονομίας αφετέρου θέματα επιχειρησιακής φύσεως σχετικά με³⁷:

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 υπηρεσι-

ών και η ποιότητα στην εξυπηρέτηση των πελατών και σε αρκετό βαθμό από την ποικιλία των προσφερόμενων υπηρεσιών, 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.

Διάγραμμα 2.39: Αριθμός επιχειρήσεων με Γενική Άδεια



Πηγή: EETT (Μητρώο ταχυδρομικών επιχειρήσεων)

37. EETT (βάσει δηλωθέντων ποιοτικών στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις).

Παρά τα πολλαπλά εμπόδια εισόδου στην ταχυδρομική αγορά, ο αριθμός των νέων επιχειρήσεων που δραστηριοποιήθηκαν το 2016 ήταν αυξημένος σε σχέση με το προηγούμενο έτος, γεγονός που υποδεικνύει τάσεις ανάκαμψης της αγοράς.

(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.

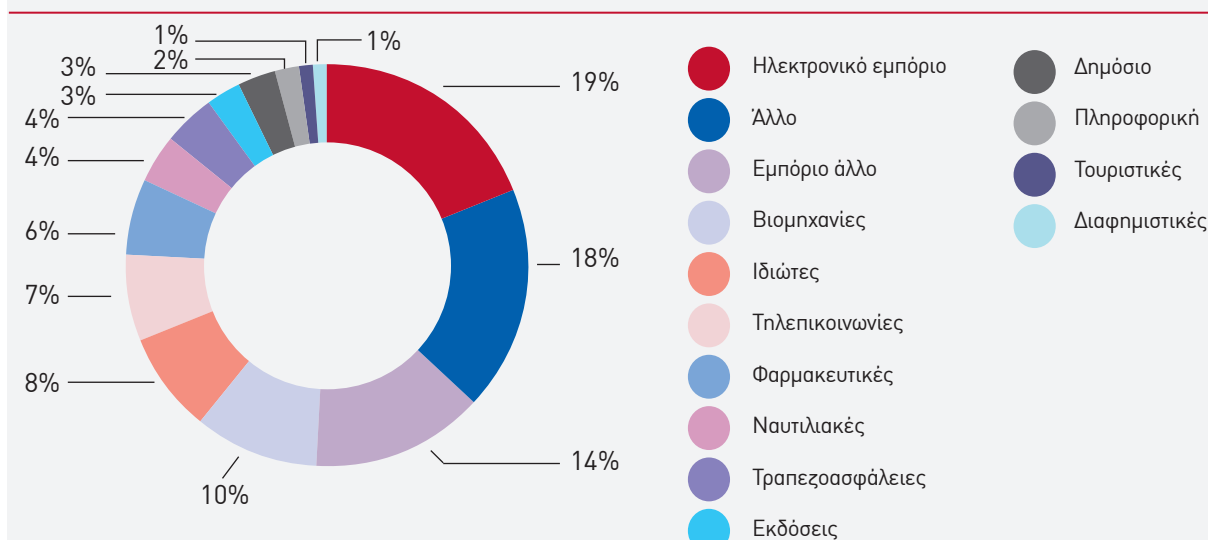
(δ) Διαπραγματευτική δύναμη πελατών

Οι μεγάλοι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών διαθέτουν 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 αποτελείτο ως επί το πλείστον από επιχειρήσεις και λιγότερο από ιδιώτες καταναλωτές, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 2.40³⁸. Οι κυριότεροι επιχειρηματικοί πελάτες προέρχονται από τον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου, ακολουθούμενοι από πελάτες του γενικού εμπορίου, της βιομηχανίας, των τηλεπικοινωνιών, της φαρμακοβιομηχανίας κ.ά.

Διάγραμμα 2.40: Κατανομή πελατολογίου εταιριών ταχυμεταφορών ως προς τα έσοδα (2016)



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

38. EETT (βάσει δηλωθέντων ποιοτικών στοιχείων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις).

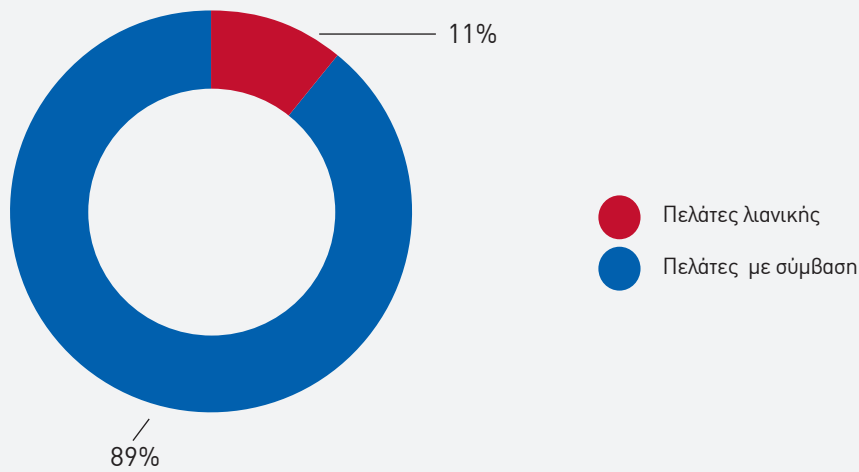
Οι πελάτες με σύμβαση απέφεραν το 89% των εσόδων των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών έναντι 11% που προήλθε από τους πελάτες τοις μετρητοίς. Τα έσοδα ανά κατηγορία πελατών αποτυπώνονται στο Διάγραμμα 2.41.

(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 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 2.41: Έσοδα εταιριών ταχυμεταφορών ανά τύπο πελατών (2016)



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



ΕΥΡΕΤΗΡΙΟ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ & ΠΙΝΑΚΩΝ

Διαγράμματα

Διάγραμμα 1.1: Αδειοδοτημένοι πάροχοι (2016)	11
Διάγραμμα 1.2: Συμβολή τηλεπικοινωνιών στο ΑΕΠ	13
Διάγραμμα 1.3: Αριθμός εργαζομένων στους τηλεπικοινωνιακούς παρόχους	13
Διάγραμμα 1.4: Εξέλιξη μηνιαίου Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (Γενικός Δείκτης –Υποδείκτης Επικοινωνιών)	14
Διάγραμμα 1.5: Μεταβολή μηνιαίου Δείκτη Τιμών Καταναλωτή σε σχέση με τον αντίστοιχο Δείκτη του προηγούμενου έτους	14
Διάγραμμα 1.6: Κύκλος εργασιών παρόχων Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών	16
Διάγραμμα 1.7: Κύκλος εργασιών εταιριών σταθερής & κινητής τηλεφωνίας	16
Διάγραμμα 1.8: Ανάλυση κύκλου εργασιών	16
Διάγραμμα 1.9: Ανάλυση τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών	17
Διάγραμμα 1.10: Ανάλυση εσόδων από σταθερά δίκτυα	17
Διάγραμμα 1.11: Ανάλυση εσόδων από κινητά δίκτυα	18
Διάγραμμα 1.12: Επενδύσεις παρόχων Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών	18
Διάγραμμα 1.13: Ανάλυση επενδύσεων παρόχων Ηλεκτρονικών Επικοινωνιών για το 2016	19
Διάγραμμα 1.14: Ρυθμός μεταβολής επενδύσεων-κύκλου εργασιών	19
Διάγραμμα 1.15: Επενδύσεις προς κύκλο εργασιών	20
Διάγραμμα 1.16: Κέρδη προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων (EBITDA)	20
Διάγραμμα 1.17: Εξέλιξη τηλεφωνικών γραμμών	21

Διάγραμμα 1.18: Μεριδία αγοράς βάσει του συνολικού αριθμού τρόπων πρόσβασης (στο τέλος του εξαμήνου)	22
Διάγραμμα 1.19: Εξέλιξη εξερχόμενης κίνησης από σταθερό τηλέφωνο	23
Διάγραμμα 1.20: Εξερχόμενη κίνηση από σταθερό τηλέφωνο για τους βασικούς τύπους κλήσεων	24
Διάγραμμα 1.21: Ετήσια μεταβολή εξερχόμενης κίνησης από σταθερό τηλέφωνο	24
Διάγραμμα 1.22: Ετήσια μερίδια αγοράς ΟΤΕ (βάσει της εξερχόμενης κίνησης)	25
Διάγραμμα 1.23: Μεριδία αγοράς ΟΤΕ ανά βασικό τύπο κλήσης (βάσει της κίνησης)	26
Διάγραμμα 1.24: Μεριδία αγοράς στους βασικούς τύπους κλήσεων (βάσει της κίνησης)	26
Διάγραμμα 1.25: Εξερχόμενη κίνηση για ΟΤΕ και λοιπούς παρόχους (εξαιρουμένης της dial-up)	27
Διάγραμμα 1.26: Λιανικά έσοδα από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση	28
Διάγραμμα 1.27: Μεριδία αγοράς ΟΤΕ (βάσει λιανικών εσόδων από την παροχή υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση)	28
Διάγραμμα 1.28: Κίνηση τερματισμού σε δίκτυα σταθερής τηλεφωνίας (ΟΤΕ – εναλλακτικοί πάροχοι)	29
Διάγραμμα 1.29: Πραγματικά τέλη διασύνδεσης (2016)	29
Διάγραμμα 1.30: Φορητότητα αριθμών στη σταθερή τηλεφωνία	30
Διάγραμμα 1.31: Συνδέσεις/συνδρομές κινητής τηλεφωνίας (2006-2016)	31
Διάγραμμα 1.32: Εξέλιξη αριθμού συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας (καρτοκινητή και συμβόλαιο)	32
Διάγραμμα 1.33: Εξέλιξη αριθμού συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας (οικιακοί-επαγγελματίες)	32
Διάγραμμα 1.34: Μεριδία ΕΚΤ στον αριθμό συνδέσεων κινητής τηλεφωνίας (2006-2016)	33
Διάγραμμα 1.35: Φωνητικές κλήσεις που εκκινούν από κινητό τηλέφωνο	34
Διάγραμμα 1.36: Φωνητικές κλήσεις ανά κατηγορία	35
Διάγραμμα 1.37: Φωνητικές κλήσεις ανά κατηγορία ως ποσοστό επί του συνόλου	35
Διάγραμμα 1.38: Φωνητικές κλήσεις ανά κατηγορία χρήστη	36
Διάγραμμα 1.39: Συνολικός αριθμός SMS (2009-2016)	36
Διάγραμμα 1.40: Αριθμός SMS ανά κατηγορία χρήστη	37
Διάγραμμα 1.41: Συνολικός αριθμός MMS	37
Διάγραμμα 1.42: Συνολικός αριθμός υπηρεσιών δεδομένων μέσω κινητού και datacard	38
Διάγραμμα 1.43: Λιανικά έσοδα από χρήστες υπηρεσιών κινητής τηλεφωνίας	38
Διάγραμμα 1.44: Λιανικά έσοδα από υπηρεσίες κινητής τηλεφωνίας (2016)	40
Διάγραμμα 1.45: Μέσο ετήσιο έσοδο ανά σύνδεση κινητής τηλεφωνίας	40
Διάγραμμα 1.46: Κίνηση διασύνδεσης παρόχων κινητής τηλεφωνίας	41
Διάγραμμα 1.47: Εσωτερική κίνηση παρόχων κινητής τηλεφωνίας	41
Διάγραμμα 1.48: Φωνητικές κλήσεις που τερματίζουν σε κινητά εντός Ελλάδας (%)	42
Διάγραμμα 1.49: Έσοδα από τερματισμό φωνητικών κλήσεων σε κινητά από σταθερά και κινητά, εντός Ελλάδας	42
Διάγραμμα 1.50: Μείωση τελών τερματισμού	43
Διάγραμμα 1.51: Φορητότητα αριθμών κινητής τηλεφωνίας	43
Διάγραμμα 1.52: Εξέλιξη συνδρομών/συνδέσεων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας	44

Διάγραμμα 1.53: Εξέλιξη εσόδων σταθερής και κινητής τηλεφωνίας	44
Διάγραμμα 1.54: Όγκος κλήσεων από σταθερό και κινητό τηλέφωνο	45
Διάγραμμα 1.55: Μεριδία αγοράς σταθερής και κινητής τηλεφωνίας	45
Διάγραμμα 1.56: Εξέλιξη ευρυζωνικών γραμμών	46
Διάγραμμα 1.57: Εξέλιξη γραμμών ΑΠΤΒ	47
Διάγραμμα 1.58: Εξέλιξη γραμμών VDSL	47
Διάγραμμα 1.59: Κατανομή ευρυζωνικών γραμμών ανά τεχνολογία (Δεκέμβριος 2016)	48
Διάγραμμα 1.60: Εξέλιξη ευρυζωνικών γραμμών ανά τεχνολογία	48
Διάγραμμα 1.61: Ποσοστιαία κατανομή ονομαστικών ταχυτήτων ευρυζωνικών γραμμών (Δεκέμβριος 2016)	49
Διάγραμμα 1.62: Εξέλιξη ταχυτήτων ευρυζωνικών γραμμών	49
Διάγραμμα 1.63: Εξέλιξη μέσης ταχύτητας πρόσβασης γραμμών ΑΡΥΣ (χονδρικής και λιανικής)	50
Διάγραμμα 1.64: Εξέλιξη συνδρομητών κινητής που έκαναν χρήση Διαδικτύου	51
Διάγραμμα 1.65: Εξέλιξη διαδικτυακής κίνησης δικτύων 3G και 4G	52
Διάγραμμα 1.66: Πληθυσμιακή κάλυψη κινητού δικτύου	52
Διάγραμμα 1.67: Εξέλιξη χρηστών συνδρομητικής τηλεόρασης	54
Διάγραμμα 1.68: Συνδυαστικές προσφορές και αδεσμοποίητες συνδρομές	55
Διάγραμμα 1.69: Συνδυαστικές προσφορές ανά γενικό τύπο	56
Διάγραμμα 1.70: Συνδυαστικές προσφορές ανά ειδικό τύπο (Δεκ. 2016)	56
Διάγραμμα 1.71: Σταθερή τηλεφωνία: Συνδυαστικές προσφορές (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητες συνδρομές	57
Διάγραμμα 1.72: Ποσοστιαία (%) κατανομή συνδυαστικών προσφορών (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητων συνδρομών	58
Διάγραμμα 1.73: Σταθερό ευρυζωνικό Διαδίκτυο: Ποσοστιαία (%) κατανομή συνδυαστικών προσφορών (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητων συνδρομών	58
Διάγραμμα 1.74: Συνδρομητική τηλεόραση: Ποσοστιαία (%) κατανομή συνδυαστικών προσφορών (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητων συνδρομών	59
Διάγραμμα 1.75: Συνδρομές συμβολαίου κινητής τηλεφωνίας: Συνδυαστικές προσφορές (ανά γενικό τύπο) και αδεσμοποίητες συνδρομές	59
Διάγραμμα 1.76: Συνδρομές συμβολαίου κινητής τηλεφωνίας: Συνδυαστικές προσφορές (ανά ειδικό τύπο) και αδεσμοποίητες συνδρομές	60
Διάγραμμα 1.77: Συνδυαστικές συνδρομές με σταθερές και κινητές υπηρεσίες βάσει σταθερών συνδρομών & κινητών SIM καρτών	60
Διάγραμμα 1.78: Μεριδία ΥΠΠ και καταλόγου βάσει εσόδων	62
Διάγραμμα 1.79: Εξέλιξη συνολικών εσόδων από την παροχή ΥΠΠ και καταλόγου	62
Διάγραμμα 1.80: Εμπορικά διαθέσιμα προϊόντα ανά πάροχο	64
Διάγραμμα 1.81: Ποσοστιαία σύνθεση εμπορικά διαθέσιμων προϊόντων ανά πάροχο	64
Διάγραμμα 1.82: Κατανομή τύπου προϊόντων στην αγορά	65
Διάγραμμα 1.83: Πλήθος προϊόντων ανά προσφερόμενο τύπο υπηρεσίας	65
Διάγραμμα 1.84: Αναλογία βασικών-πρόσθετων σε προϊόντα καρτοκινητής τηλεφωνίας	66
Διάγραμμα 1.85: Αναλογία βασικών-πρόσθετων σε προϊόντα συμβολαίου κινητής τηλεφωνίας	66

Διάγραμμα 1.86: Αναλογία βασικών-πρόσθετων σε προϊόντα σταθερής τηλεφωνίας	66
Διάγραμμα 1.87: Αγορές - στόχοι των τηλεπικοινωνιακών προϊόντων	67
Διάγραμμα 1.88: Κατανομή προϊόντων ανά τύπο στις αγορές - στόχο	67
Διάγραμμα 1.89: Κατανομή προϊόντων ανά πάροχο στις αγορές - στόχο	67
Διάγραμμα 1.90: Συγκέντρωση προϊόντων στο συμβόλαιο κινητής	68
Διάγραμμα 1.91: Αύξηση της ευρυζωνικής διείσδυσης σε Ελλάδα και ΕΕ	68
Διάγραμμα 1.92: Ευρυζωνική διείσδυση σε Ελλάδα και ΕΕ (Ιούνιος 2016)	69
Διάγραμμα 1.93: Μεταβολή ευρυζωνικής διείσδυσης στην ΕΕ (Ιούνιος 2016)	70
Διάγραμμα 1.94: Εξέλιξη της ευρυζωνικής διείσδυσης σε Ελλάδα και ΕΕ	71
Διάγραμμα 1.95: Ποσοστό γραμμών με ταχύτητες >30Mbps στην ΕΕ (Ιούνιος 2016)	71
Διάγραμμα 1.96: Διείσδυση κινητής ευρυζωνικότητας (ανά 100 κατοίκους)	72
Διάγραμμα 1.97: Ευρυζωνική κάλυψη δικτύων νέας γενιάς (NGA) σε ΕΕ και Ελλάδα	73
Διάγραμμα 1.98: Ποσοστό κατοικημένων περιοχών που καλύπτεται από 4G	73
Διάγραμμα 1.99: Προσιτότητα πρόσβασης στο Διαδίκτυο βάσει του διαθέσιμου εισοδήματος	74
Διάγραμμα 1.100: Πρόσβαση στο Διαδίκτυο τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα	74
Διάγραμμα 1.101: Χρήση Διαδικτύου, 2016	75
Διάγραμμα 2.1: Μέσος ρυθμός ανάπτυξης εσόδων παγκόσμιας ταχυδρομικής αγοράς	77
Διάγραμμα 2.2: Μεριδία εσόδων της ταχυδρομικής αγοράς ανά τομέα δραστηριότητας (2010, 2015)	77
Διάγραμμα 2.3: Ρυθμός ανάπτυξης όγκου επιστολικού ταχυδρομείου έναντι όγκου δεμάτων & express της παγκόσμιας ταχυδρομικής αγοράς	78
Διάγραμμα 2.4: Παγκόσμιες πωλήσεις B2C ηλεκτρονικού εμπορίου	79
Διάγραμμα 2.5: Επιθυμητά στοιχεία υπηρεσιών παράδοσης που παρέχονται από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις (% απαντήσεων ερωτώμενων)	80
Διάγραμμα 2.6: Όγκος του εγχώριου επιστολικού ταχυδρομείου (εξαιρουμένων των επιστολών χωρίς διεύθυνση παραλήπτη) στην ΕΕ, 2015	81
Διάγραμμα 2.7: Συνολικοί όγκοι ανά ευρωπαϊκή χώρα – Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (2013-2015)	82
Διάγραμμα 2.8: Συνολικά έσοδα ανά ευρωπαϊκή χώρα – Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (2013-2015)	83
Διάγραμμα 2.9: Η απελευθέρωση στην Ευρώπη	85
Διάγραμμα 2.10: Μέση τιμή αποστολής φακέλου εσωτερικού α' προτεραιότητας 1 ^{ης} βαθμίδας κλίμακας βάρους (2014 & 2015)	86
Διάγραμμα 2.11: Μέση τιμή αποστολής δέματος εσωτερικού 2 κιλών α' προτεραιότητας(2014 & 2015)	86
Διάγραμμα 2.12: Ποσοστό διασυνοριακών αγορών ηλεκτρονικού εμπορίου ανά ευρωπαϊκή χώρα το 2016	87
Διάγραμμα 2.13: Αριθμός επιχειρήσεων στην ελληνική ταχυδρομική αγορά	88
Διάγραμμα 2.14: Εξέλιξη δείκτη κύκλου εργασιών για την ταχυδρομική αγορά (έτος βάσης 2010)	89
Διάγραμμα 2.15: Κύκλος εργασιών ταχυδρομικών επιχειρήσεων	89
Διάγραμμα 2.16: Κατανομή ενεργητικού στην ταχυδρομική αγορά (2016)	90
Διάγραμμα 2.17: Κατανομή παθητικού στην ταχυδρομική αγορά (2016)	91
Διάγραμμα 2.18: Έσοδα και πλήθος αντικειμένων ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς (2010-2015)	92

Διάγραμμα 2.19: Κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων ανά πλήθος και ανά έσοδα (2016)	94
Διάγραμμα 2.20: Μεριδία φακέλων και δεμάτων σε πλήθος (2011- 2016)	94
Διάγραμμα 2.21: Μεριδία φακέλων και δεμάτων σε έσοδα (2011- 2016)	95
Διάγραμμα 2.22: Κατανομή πλήθους και εσόδων ανά υπηρεσία εσωτερικού-εξωτερικού (2016)	95
Διάγραμμα 2.23: Προέλευση & προορισμός αποστολών ταχυδρομικών αντικειμένων ανά γεωγραφική περιοχή (2016)	96
Διάγραμμα 2.24: Προέλευση & προορισμός αποστολών ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού (2016)	97
Διάγραμμα 2.25: Κατανομή εργαζομένων ταχυδρομικής αγοράς (2016)	97
Διάγραμμα 2.26: Μεριδία ταχυδρομικής αγοράς σε πλήθος και έσοδα (2016)	98
Διάγραμμα 2.27: Μεριδία αγοράς ως προς τα ταχυδρομικά έσοδα (2011-2016)	98
Διάγραμμα 2.28: Μεριδία αγοράς φακέλων και δεμάτων ΚΥ και ταχυμεταφορών ως προς το πλήθος και τα έσοδα (2015)	99
Διάγραμμα 2.29: Μεριδία ΚΥ με βάση το πλήθος και τα έσοδα (2016)	100
Διάγραμμα 2.30: Μεριδία υπηρεσιών ΚΥ με βάση το πλήθος και τα έσοδα (2016)	101
Διάγραμμα 2.31: Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων του ΦΠΚΥ, (2011-2016)	102
Διάγραμμα 2.32: Αριθμός επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια	103
Διάγραμμα 2.33: Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων των επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια (2011-2016)	103
Διάγραμμα 2.34: Έσοδα και πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων των επιχειρήσεων με Γενική Άδεια (2011-2016)	105
Διάγραμμα 2.35: Κατανομή πλήθους και εσόδων ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών (2016)	105
Διάγραμμα 2.36: Μεριδία επιχειρήσεων ταχυμεταφορών ως προς το πλήθος και τα έσοδα (2016)	106
Διάγραμμα 2.37: Προορισμός και προέλευση αποστολών ταχυδρομικών αντικειμένων ταχυμεταφορών ανά γεωγραφική περιοχή	107
Διάγραμμα 2.38: Δείκτης Herfindahl – Hirschman	108
Διάγραμμα 2.39: Αριθμός επιχειρήσεων με Γενική Άδεια	108
Διάγραμμα 2.40: Κατανομή πελατολογίου εταιριών ταχυμεταφορών ως προς τα έσοδα (2016)	109
Διάγραμμα 2.41: Έσοδα εταιριών ταχυμεταφορών ανά τύπο πελατών (2016)	110

Πίνακες

Πίνακας 1.1: Ενεργοί πάροχοι σταθερής & κινητής τηλεφωνίας	11
Πίνακας 1.2: Οικονομικά μεγέθη παρόχων ηλεκτρονικών επικοινωνιών (σε δισ. ευρώ)	12
Πίνακας 1.3: Εξέλιξη τηλεφωνικών γραμμών	22
Πίνακας 1.4: Όγκος ανά τύπο κλήσης (σε εκατ. λεπτά)	25
Πίνακας 1.5: Μεριδία αγοράς παρόχων υπηρεσιών τηλεφωνίας και Διαδικτύου σε σταθερή θέση	27
Πίνακας 1.6: Συνολικές και ενεργές συνδέσεις κινητής τηλεφωνίας (χωρίς datacards)	30
Πίνακας 1.7: Συνολικές συνδέσεις συμβολαίου και καρτοκινητής	31
Πίνακας 1.8: Συνολικές συνδέσεις οικιακών και επαγγελματιών χρηστών συμβολαίου και καρτοκινητής	32
Πίνακας 1.9: Μεριδία ΕΚΤ ως προς τις εγγεγραμμένες συνδέσεις (2007-2016)	33
Πίνακας 1.10: Μεριδία ΕΚΤ ως προς τις ενεργές συνδέσεις (2007-2016)	33
Πίνακας 1.11: Διείσδυση συνδέσεων στον πληθυσμό (2006-2016)	33
Πίνακας 1.12: Μεριδία ΕΚΤ ως προς τα λιανικά έσοδα (2009-2016)	39
Πίνακας 1.13: Μεριδία ΕΚΤ ως προς τα λιανικά έσοδα συμβολαίου (2009-2016)	39
Πίνακας 1.14: Μεριδία ΕΚΤ ως προς τα λιανικά έσοδα καρτοκινητής (2009-2016)	39
Πίνακας 1.15: Μεριδία των παρόχων σταθερής ευρυζωνικής πρόσβασης	50
Πίνακας 1.16: Πληθυσμιακή κάλυψη ανά περιφέρεια	50
Πίνακας 1.17: Μεριδία των ενεργών συνδρομητών 3G και 4G (συμβολαίου και καρτοκινητής)	51
Πίνακας 1.18: Μεριδία παρόχων συνδρομητικής τηλεόρασης βάσει συνδρομητών	53
Πίνακας 1.19: Αριθμός συνδυαστικών και αδεσμοποίητων συνδρομών	61
Πίνακας 2.1: Συνολικός όγκος ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς	81
Πίνακας 2.2: Συνολικά έσοδα ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς	82
Πίνακας 2.3: Δείκτης Herfindahl-Hirschman (HHI) (2014 & 2015)	84
Πίνακας 2.4: Βασικά οικονομικά στοιχεία ταχυδρομικών επιχειρήσεων (σε εκατ. ευρώ) (2016)	90
Πίνακας 2.5: Χρηματοοικονομικοί δείκτες στην ταχυδρομική αγορά (2012-2016)	92
Πίνακας 2.6: Πλήθος αντικειμένων ταχυδρομικής αγοράς (σε χιλ. τεμάχια)	93
Πίνακας 2.7: Έσοδα ταχυδρομικής αγοράς (σε χιλ. ευρώ)	93
Πίνακας 2.8: Κατανομή πλήθους αντικειμένων και εσόδων υπηρεσιών ΚΥ (2016)	100
Πίνακας 2.9: Κατανομή πλήθους και εσόδων ΦΠΚΥ ανά υπηρεσία	102
Πίνακας 2.10: Κατανομή πλήθους και εσόδων υπηρεσιών σε επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια (2016)	104



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