



Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Στατιστικά Στοιχεία Έτους 2003 – Τάσεις της Αγοράς

Διεύθυνση Ταχυδρομείων
ΜΑΙΟΣ 2004

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
1.1 Στατιστική ταξινόμηση	2
1.2 Σύστημα συλλογής στατιστικών στοιχείων	3
1.3 Μεθοδολογία	4
1.4 Δομή μελέτης	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	7
2.1 Ελληνική Νομοθεσία	8
2.2 Κοινοτική Νομοθεσία	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΖΗΤΗΣΗ	13
3.1 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς	14
3.2 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς ταχυμεταφορών	15
3.3 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών	24
3.4 Σημαντικότεροι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών	25
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΣΦΟΡΑ	27
4.1 Βασικά χαρακτηριστικά προσφοράς υπηρεσιών ταχυμεταφορών	28
4.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών	31
4.3 Τιμές	31
4.4 Κόστος	33
4.5 Ανθρώπινο δυναμικό	33
4.6 Υποδομή	36
4.6.1 Κτιριακή υποδομή	36
4.6.2 Μεταφορικά μέσα	37
4.6.3 Τεχνολογική υποδομή	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ	40
5.1 Βαθμός συγκέντρωσης	41
5.2 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών	41
5.3 Διαπραγματευτική δύναμη πελατών	42
5.4 Κίνδυνος από νέες εισόδους στην αγορά	43
5.5 Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα	44
5.6 Στρατηγικές επιχειρήσεων	44
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	45
6.1 Προβλήματα αγοράς ταχυμεταφορών	46
6.2 Προοπτικές αγοράς ταχυμεταφορών	47
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι	52
Προφίλ κυριότερων επιχειρήσεων	
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ	58
Επιχειρήσεις που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο	

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ΖΗΤΗΣΗ

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

Τα ταχυδρομικά αντικείμενα που διακινήθηκαν στο εσωτερικό ήταν 27,5 εκ. αντιστοιχώντας στο 88,6% του συνολικού πλήθους των ταχυδρομικών αντικειμένων, ενώ τα έσοδα για αυτήν την κατηγορία ανήλθαν στα 138,2 εκ. ευρώ (68,1% επί των συνολικών εσόδων). Αντίθετα, σημαντικά μικρότερο παρουσιάζεται το πλήθος και η αξία των εισερχομένων και εξερχόμενων ταχυδρομικών αντικειμένων με ποσοστά συμμετοχής, για το πλήθος, 6,7% και 4,7% αντίστοιχα, και για τα έσοδα, 12,7% και 19,2% αντίστοιχα.

Σχετικά με τον χρόνο επίδοσης των ταχυδρομικών αντικειμένων, το 88% των ταχυδρομικών αντικειμένων στο εσωτερικό διακινείται σε μια ημέρα (24 εκ. αντικείμενα, αξίας 121,8 εκ. ευρώ), ενώ σε περισσότερες ημέρες διακινείται το 9% του συνόλου της αγοράς (2,3 εκ. αντικείμενα αξίας 8,4 εκ. ευρώ). Αυθημερόν διακινείται μόλις το 3% του συνολικού πλήθους (936 χιλ. αντικείμενα, αξίας 7,9 εκ. ευρώ). Το ίδιο έτος το 70% (1,4 εκ. αντικ.) των εισερχομένων αντικειμένων εξωτερικού διακινείται σε 1 ημέρα, ενώ το 30% (624,4 χιλ. αντικ.) διακινείται σε περισσότερες μέρες. Τα αντίστοιχα μερίδια για τα εξερχόμενα αντικείμενα εξωτερικού είναι 80% (1,2 εκατ. αντικ.) και 20% (291 χιλ. αντικ.) αντίστοιχα.

Όσον αφορά την κατανομή των διακινήθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους, παρατηρείται ότι στην κατηγορία 1 gr - 500 gr (εκτός

δεμάτων) ανήκει το 59,6% των ταχυδρομικών αντικειμένων, στην κατηγορία 500 gr – 2 kgr (εκτός δεμάτων) ανήκει το 21,3%, ενώ τα δέματα έως 20 kgr αποτελούν το 19,1% του συνολικού πλήθους των ταχυδρομικών αντικειμένων.

Όσον αφορά στην διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης, η μεγαλύτερη ποσότητα των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων κατά το 2003 προέρχεται από την περιφέρεια της Αττικής (56%), ενώ σχετικά σημαντικές περιφέρειες για την εγχώρια αγορά θεωρούνται η Κεντρική Μακεδονία και η Στερεά Ελλάδα, από τις οποίες προέρχεται το 11% και 10% των συνολικών διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων αντίστοιχα. Αντίθετα, οι μικρότερες ποσότητες προέρχονται από τις περιφέρειες του Β. Αιγαίου και της Ηπείρου (μόλις το 0,9% και 1,2%, αντίστοιχα). Σχετικά με την κατανομή των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού προκύπτει ότι σημαντικότερη περιοχή προέλευσης / προορισμού είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση, με μερίδια συμμετοχής 61% και 62% αντίστοιχα, ενώ ακολουθούν οι ΗΠΑ - Καναδάς και με μικρότερο ποσοστό η Ασία.

Οι σημαντικότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι η εξυπηρέτηση των πελατών, η αξιοπιστία της ταχυδρομικής υπηρεσίας, ενώ ακολουθεί η τιμή του προϊόντος.

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

ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Μητρώου Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της Ε.Ε.Τ.Τ, από το 1999 μέχρι και το 2003 ο αριθμός των αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων παρουσιάζει μια σημαντική αύξηση της τάξης του 94%, αποδεικνύοντας ότι η αγορά ταχυμεταφορών παρουσιάζει υψηλή ελκυστικότητα.

Αξίζει να σημειωθεί ότι και το **2003** συνεχίστηκε η αύξηση του βαθμού **συγκέντρωσης** με αποτέλεσμα πέντε επιχειρήσεις (ποσοστό 2% ως προς το σύνολο των δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων) που διακινούν πάνω από 1.000.000 ταχυδρομικά αντικείμενα ανά επιχείρηση να αντιπροσωπεύουν το 77% των ταχυδρομικών αντικειμένων και το 71% των συνολικών εσόδων. (Τονίζεται ότι η μεγαλύτερη από αυτές τις πέντε επιχειρήσεις διακινεί πάνω από το 40% των ταχυδρομικών αντικειμένων). Το ίδιο έτος, επιχειρήσεις που αντιστοιχούν σε 5% των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών διακίνησαν από 100.000 μέχρι 1.000.000 ταχυδρομικά αντικείμενα ανά επιχείρηση, αντιπροσωπεύοντας το 15% του συνολικού πλήθους και το 22%, περίπου, των συνολικών εσόδων.

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

Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών είναι το γενικότερο οικονομικό περιβάλλον, η μείωση των τιμών των παρεχομένων υπηρεσιών, καθώς και η **Νομοθεσία και οι ρυθμιστικοί κανόνες που απορρέουν από αυτήν**.

Σχετικά με τις **τιμές των ταχυδρομικών υπηρεσιών**, η πλειοψηφία των εκπροσώπων της αγοράς θεωρεί ότι **το έτος 2003 οι μεγαλύτερες μειώσεις παρατηρήθηκαν στην κατηγορία των ταχυμεταφορών εγγράφων, ενώ οι μεγαλύτερες αυξήσεις πραγματοποιήθηκαν στις ταχυμεταφορές δεμάτων**. Επισημαίνεται ότι οι παράγοντες που θεωρούνται ως εξαιρετικά σημαντικοί στην διαμόρφωση των τιμών των ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι ο χρόνος επίδοσης του ταχυδρομικού αντικειμένου, το βάρος του ταχυδρομικού αντικειμένου και ο τόπος προορισμού του.

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

Όσον αφορά στο **ανθρώπινο δυναμικό, το 2003 οι αδειοδοτημένες επιχειρήσεις, μαζί με τις επιχειρήσεις – μέλη του Δικτύου τους, εκτιμάται ότι απασχόλησαν 7.294 εργαζομένους**, εκ των οποίων το 81,1% αφορούσε προσωπικό πλήρους απασχόλησης, ενώ το υπόλοιπο ήταν εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης. Γενικά, η απασχόληση στον κλάδο δεν χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένες δεξιότητες γεγονός που εξηγεί και το υψηλό ποσοστό μερικώς απασχολούμενων αλλά και το γεγονός ότι στην συντριπτική τους πλειοψηφία (91,1%) οι απασχολούμενοι στον κλάδο είναι απόφοιτοι μέσης (80,4%) ή υποχρεωτικής (10,7%) εκπαίδευσης.

Τονίζεται ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών αντιμετωπίζει δυσκολίες στην εύρεση ανθρώπινου δυναμικού. Ειδικότερα, οι ειδικότητες στις οποίες παρουσιάζονται οι μεγαλύτερες δυσκολίες είναι τα στελέχη παραγωγής και διοίκησης, οι διανομείς και οι οδηγοί με ιδιόκτητα δίκυκλα. Επίσης, οι περισσότερες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών υποστηρίζουν ότι προσφέρουν στο προσωπικό τους προγράμματα επιμόρφωσης προκειμένου να παρέχουν όσο τον δυνατό καλύτερες υπηρεσίες, ενώ οι σημαντικότερες κατηγορίες εκπαιδευτικών προγραμμάτων αφορούν την εξυπηρέτηση των πελατών, τη χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών και λογισμικών προγραμμάτων, καθώς και θέματα τεχνικής εκπαίδευσης.

Εξετάζοντας την **υποδομή της αγοράς ταχυμεταφορών, το 2003 το πλήθος των καταστημάτων ταχυμεταφορών, κέντρων διαλογής και αποθηκευτικών χώρων των επιχειρήσεων και του Δικτύου τους ανέρχεται σε 1.771, συνολικής επιφάνειας 101.670 τετραγωνικών μέτρων**. Το ίδιο έτος, τα μεταφορικά μέσα που διαθέτουν οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις μαζί με το Δίκτυο τους ανέρχονταν σε 6.189. Σε σχέση με την κατανομή των μεταφορικών μέσων των επιχειρήσεων διαπιστώνεται ότι το 65,6% των μεταφορικών μέσων αποτελείται από δίκυκλα, το 30% από

αυτοκίνητα παραγωγής, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό (μόλις 4%) αφορά λοιπά οχήματα.

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

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

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Η αγορά ταχυμεταφορών χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης αφού κατά το 2003 οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις διακίνησαν το 77,4% του συνολικού αριθμού των αντικειμένων της αγοράς και κατέχουν το 70,8% των συνολικών εσόδων. Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών της αγοράς είναι χαμηλή, σε αντίθεση με την δύναμη των πελατών της εν λόγω αγοράς που θεωρείται ιδιαίτερα υψηλή. Επίσης, ο κίνδυνος που υπάρχει από νέες εισόδους στην αγορά δεν είναι υψηλός, καθώς οι οικονομίες κλίμακας είναι δύσκολο να επιτευχθούν από μικρές επιχειρήσεις και το αναγκαίο κεφάλαιο που απαιτείται για να δραστηριοποιηθεί μια εταιρία στην Ελλάδα είναι υψηλό λόγω των σημαντικών επενδύσεων σε υποδομές. Κατά συνέπεια, μόνο οι μεγάλες εταιρείες έχουν και θα έχουν στο μέλλον την δυνατότητα να εισέλθουν στην ελληνική αγορά. Τέλος, μικρή είναι η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα και υπηρεσίες για την αγορά ταχυμεταφορών στο άμεσο μέλλον. Μακροπρόθεσμα, όμως, θα πρέπει να περιμένουμε αρνητικές επιδράσεις στην αγορά από την χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, των ηλεκτρονικών υπογραφών και του ηλεκτρονικού πρωτοκόλλου.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ – ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Ένα πρόβλημα που επισημαίνεται από τις μεγαλύτερες, κυρίως, επιχειρήσεις είναι ότι τα τελευταία χρόνια έχει επικρατήσει μια πίεση στις τιμές των παρεχομένων υπηρεσιών. Άλλο πρόβλημα που παρατηρείται στην αγορά είναι η παρουσία αρκετών τοπικών επιχειρήσεων οικογενειακού τύπου, που δεν διαθέτουν άδεια παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και ταυτόχρονα δεν διαθέτουν τις κατάλληλες υποδομές για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών. Επιπλέον, ορισμένοι εκπρόσωποι της αγοράς υποστηρίζουν ότι ορισμένες καταστάσεις, όπως η κακή κατάσταση του οδικού δικτύου, το κυκλοφοριακό, η εφαρμογή του «δακτύλιου» δυσχεραίνουν το έργο τους.

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο περιγράφεται η ταξινόμηση της αγοράς ταχυμεταφορών σύμφωνα με την στατιστική ταξινόμηση των κλάδων της οικονομικής δραστηριότητας της ΕΣΥΕ. Επίσης, περιγράφεται το σύστημα συλλογής στατιστικών στοιχείων που υιοθέτησε η Ε.Ε.Τ.Τ, στο πλαίσιο της παρακολούθησης και της ανάλυσης της αγοράς των ταχυδρομικών υπηρεσιών με απώτερο σκοπό την ρύθμιση της αγοράς και τη διασφάλιση της λειτουργίας του υγιούς ανταγωνισμού. Τέλος, αναλύεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε, καθώς και η δομή της παρούσης μελέτης.

1.1 Στατιστική ταξινόμηση

Σύμφωνα με την στατιστική ταξινόμηση των κλάδων της οικονομικής δραστηριότητας της ΕΣΥΕ, οι υπηρεσίες ταχυμεταφορών ανήκουν στον υποκλάδο 641.2, που είναι ένα τμήμα του κλάδου 641, που αφορά τις ταχυδρομικές υπηρεσίες και ο οποίος ανήκει στον ευρύτερο κλάδο των ταχυδρομείων και τηλεπικοινωνιών με τον κωδικό 64.

Αναλυτικότερα, οι παραπάνω κλάδοι και υποκλάδοι, καθώς και οι δραστηριότητες, οι οποίες περιλαμβάνονται σε αυτούς είναι οι εξής:

64. Ταχυδρομεία και τηλεπικοινωνίες

641. Ταχυδρομικές δραστηριότητες

Στις ταχυδρομικές δραστηριότητες περιλαμβάνονται, κυρίως, η συλλογή, η μεταφορά και η παράδοση ταχυδρομείου, πακέτων και παρόμοιων ειδών.

641.1 Δραστηριότητες εθνικών ταχυδρομείων

Περιλαμβάνονται:

- παραλαβή, μεταφορά και διανομή (στο εσωτερικό ή στο εξωτερικό) αλληλογραφίας και δεμάτων,
- συλλογή αλληλογραφίας και δεμάτων από δημόσια γραμματοκιβώτια ή από ταχυδρομικά γραφεία,
- διανομή και παράδοση αλληλογραφίας και δεμάτων,
- μίσθωση γραμματοθυρίδων, υπηρεσίες Poste Restante κ.λ.π.

Εξαιρούνται οι δραστηριότητες οι σχετικές με τους τρέχοντες ταχυδρομικούς λογαριασμούς και τα ταχυδρομικά ταμειυτήρια, καθώς και οι άλλες χρηματοπιστωτικές δραστηριότητες που εκτελούνται από εθνικές ταχυδρομικές υπηρεσίες (651.9).

641.2 Ταχυδρομικές δραστηριότητες, εκτός από τις δραστηριότητες των εθνικών ταχυδρομείων (ιδιωτικά ταχυδρομικά γραφεία)

Περιλαμβάνονται:

- παραλαβή, μεταφορά και διανομή επιστολών, δεμάτων και πακέτων ταχυδρομικού τύπου από εταιρείες άλλες, εκτός των εθνικών ταχυδρομείων. Μπορεί να χρησιμοποιείται ένας ή περισσότεροι τρόποι μεταφοράς, η δε δραστηριότητα μπορεί να εκτελείται είτε με ιδιόκτητα (ιδιωτικά) είτε με δημόσια μεταφορικά μέσα,
- υπηρεσίες παράδοσης κατ' οίκον,
- αστικές υπηρεσίες μεταφοράς μηνυμάτων και υπηρεσίες μεταφοράς αγαθών με αγοραία οχήματα.

642. Τηλεπικοινωνίες

1.2 Σύστημα συλλογής στατιστικών στοιχείων

Στο πλαίσιο της παρακολούθησης και της ανάλυσης της αγοράς των ταχυδρομικών υπηρεσιών, και με απώτερο σκοπό την ρύθμιση της αγοράς για τη προστασία των δικαιωμάτων των χρηστών και τη διασφάλιση της λειτουργίας του υγιούς ανταγωνισμού από την Ε.Ε.Τ.Τ., υλοποιήθηκε η σύνταξη ερωτηματολογίου, το οποίο αποτελείται από δύο βασικά μέρη. Το πρώτο μέρος αφορά την συλλογή ποσοτικών δεδομένων, ενώ το δεύτερο την συλλογή ποιοτικών στοιχείων των επιχειρήσεων της απελευθερωμένης αγοράς ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Συγκεκριμένα, σε σχέση με την πλευρά της ζήτησης, τα θεματικά πεδία που εξετάζονται στο ερωτηματολόγιο αφορούν :

- στο επίπεδο ανάπτυξης και στον ρυθμό μεγέθυνσης της εγχώριας αγοράς ταχυδρομικών υπηρεσιών,
- στον προσδιορισμό των σημαντικότερων πελατών των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών,
- στους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών, καθώς και

- στον καθορισμό των βασικότερων παραγόντων που διαμορφώνουν την τιμή των υπηρεσιών που προσφέρουν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών.

Εστιάζοντας στην πλευρά της προσφοράς, τα στοιχεία του ερωτηματολογίου αναφέρονται:

- στον αριθμό και το μέγεθος των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών,
- στο είδος των προσφερομένων υπηρεσιών των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών,
- στο ύψος και την διάρθρωση της απασχόλησης, αλλά και
- στο βαθμό ανάπτυξης των επιχειρήσεων, βάσει τεχνολογικής και κτιριακής υποδομής, μεταφορικών μέσων και μέσων επικοινωνίας που διαθέτουν.

Άλλα στοιχεία αφορούν στους βασικότερους προσδιοριστικούς παράγοντες του κόστους που αντιμετωπίζουν οι δραστηριοποιούμενες επιχειρήσεις, καθώς και στο είδος και στο ύψος των επενδύσεων που αυτές πραγματοποιούν.

Τέλος, ένα βασικό τμήμα του ερωτηματολογίου αφορά εκείνα τα δεδομένα που σχετίζονται με τον ανταγωνισμό των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών. Τα συγκεκριμένα θέματα αφορούν:

- στα μερίδια αγοράς των μεγαλύτερων επιχειρήσεων της αγοράς,
- τη διαπραγματευτική δύναμη των πελατών και προμηθευτών της αγοράς ταχυμεταφορών, καθώς και
- στις στρατηγικές ανάπτυξης των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών.

Η ανάλυση των παραπάνω πληροφοριών θα συντελέσει:

- ✓ **πρώτον**, στην ανάλυση της αγοράς των ταχυμεταφορών στην Ελλάδα από την πλευρά της ζήτησης και της προσφοράς,
- ✓ **δεύτερον**, στον προσδιορισμό της φύσης και της έντασης του ανταγωνισμού που επικρατεί,
- ✓ **τρίτον**, στην καταγραφή των διαρθρωτικών αδυναμιών που παρουσιάζει η αγορά, και
- ✓ **τέταρτον**, στον προσδιορισμό της μελλοντικής εξέλιξης της εγχώριας αγοράς των ταχυμεταφορών.

1.3 Μεθοδολογία

Για την επίτευξη του παραπάνω σκοπού, απεστάλησαν συνολικά **295 ερωτηματολόγια στις επιχειρήσεις οι οποίες είναι αδειοδοτημένες από την Ε.Ε.Τ.Τ** και ως εκ τούτου είναι εγγεγραμμένες στο Μητρώο Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της Ε.Ε.Τ.Τ. Τριάντα δύο (32) ερωτηματολόγια (ποσοστό 11%) επεστράφησαν με το αιτιολογικό ότι οι επιχειρήσεις δεν ευρέθησαν να λειτουργούν στην αντίστοιχη διεύθυνση ή είχαν διακόψει τη λειτουργία τους και εκατόν σαράντα τέσσερα (144) δεν επεστράφησαν (ποσοστό 49%), για λόγους που δεν είναι γνωστοί στην Ε.Ε.Τ.Τ. Σύμφωνα, όμως, με στοιχεία που διαθέτει η Ε.Ε.Τ.Τ, προκύπτει ότι οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις που δεν απάντησαν στο ερωτηματολόγιο καλύπτουν το 3%, περίπου, του όγκου των διακινηθέντων αντικειμένων. Επομένως, αν και **τα ερωτηματολόγια που επεστράφησαν συμπληρωμένα** αντιστοιχούν στο 40% των ταχυδρομικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές, ωστόσο **καλύπτουν το 97%, περίπου, της αγοράς ταχυμεταφορών.**

Στην παρούσα μελέτη τα στοιχεία που παρουσιάζονται αφορούν το σύνολο της αγοράς, κατόπιν της αναγωγής των συλλεγέντων στοιχείων στο 100% του μεγέθους της αγοράς ταχυμεταφορών. Επιπλέον, στην ανάλυση ορισμένων μεγεθών εφαρμόστηκαν οι εξής παραδοχές:

- στο απασχολούμενο προσωπικό εκτιμήθηκε, και όχι αυθαίρετα, ότι οι επιχειρήσεις που δεν απάντησαν ανήκουν στις πολύ μικρές, κυρίως ατομικές επιχειρήσεις, χωρίς επιπλέον προσωπικό πλήρους ή μερικής απασχόλησης,
- τα μεταφορικά μέσα των επιχειρήσεων που δεν απάντησαν στο ερωτηματολόγιο αποτελούνται κατά βάση από μονοψήφιο αριθμό μοτοποδηλάτων της τάξης των δύο ανά επιχείρηση,
- οι αδειοδοτημένες επιχειρήσεις που δεν απάντησαν λειτουργούν σε γραφεία σχετικά μικρής έκτασης, μέσου εμβαδού 30 τ.μ., τα οποία χρησιμοποιούνται και ως κέντρα διαλογής και ως αποθηκευτικοί χώροι,
- οι εν λόγω αδειοδοτημένες επιχειρήσεις δεν διαθέτουν Δίκτυο,

- η επίδοση των ταχυδρομικών αντικειμένων στους παραλήπτες, από αυτές τις επιχειρήσεις, λόγω και της δραστηριότητας τοπικής εμβέλειας που αναπτύσσουν, γίνεται αυθημερόν και σε πολύ μικρότερη αναλογία την επόμενη μέρα από την παραλαβή.

Οι ανωτέρω παραδοχές στηρίζονται τόσο στα στοιχεία του Οικονομικού Μητρώου των Επιχειρήσεων της Ε.Ε.Τ.Τ όσο και στα στοιχεία που έχουν καταχωρηθεί στο Μητρώο Αδειοδοτημένων Επιχειρήσεων της Ε.Ε.Τ.Τ, μετά από δήλωση των ιδίων των επιχειρήσεων.

Σημειώνεται ότι όπου στην παρούσα μελέτη αναφέρεται η λέξη «Δίκτυο» εννοείται, το σύνολο της οργάνωσης και των κάθε είδους μέσων και προσώπων που χρησιμοποιεί ο παρέχων ταχυδρομικές υπηρεσίες υπό καθεστώς Γενικής Άδειας, συμπεριλαμβανομένων των φυσικών ή νομικών προσώπων που δεν διαθέτουν Γενική Άδεια, στα οποία αναθέτει ταχυδρομικό έργο, σύμφωνα με την Άδειά του. (Κανονισμός Γενικών Αδειών Παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών – ΦΕΚ1682/Β/2003).

1.4 Δομή μελέτης

Στο αμέσως επόμενο κεφάλαιο παρουσιάζεται η ελληνική και κοινοτική νομοθεσία που διέπει την αγορά ταχυμεταφορών. Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται το μέγεθος και η εξέλιξη της αγοράς ταχυμεταφορών, καθώς και οι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης. Στο τέταρτο κεφάλαιο καταγράφεται ο αριθμός των αδειοδοτημένων επιχειρήσεων και η κατανομή τους βάσει τάξης μεγέθους, ενώ παράλληλα εξετάζονται θέματα που αφορούν το ανθρώπινο δυναμικό, το κόστος παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και την υποδομή που διαθέτουν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών. Στο πέμπτο κεφάλαιο εξετάζονται ο βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς, η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών και προμηθευτών της συγκεκριμένης αγοράς, καθώς και οι στρατηγικές των εταιρειών. Τέλος, στο έκτο κεφάλαιο παρατίθενται τα κυριότερα προβλήματα που παρουσιάζονται στην αγορά ταχυμεταφορών, αλλά και οι προοπτικές που διαγράφονται για αυτήν την αγορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο παρουσιάζεται η Ελληνική Νομοθεσία που διέπει την ταχυδρομική αγορά, με την οποία οργανώνεται ο τομέας παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και θεσπίζονται οι κανόνες λειτουργίας του, ώστε να διασφαλιστεί η παροχή καθολικής ταχυδρομικής υπηρεσίας και να ρυθμιστεί η παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις. Επιπλέον, παρουσιάζεται η Κοινοτική Νομοθεσία, με την οποία καθορίζονται οι κανόνες για την ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς κοινοτικών ταχυδρομικών υπηρεσιών και τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών.

2.1 Ελληνική Νομοθεσία

Η οργάνωση του τομέα παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και η θέσπιση των κανόνων λειτουργίας του, ώστε να διασφαλιστεί η παροχή καθολικής ταχυδρομικής υπηρεσίας και να ρυθμιστεί η παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών από ταχυδρομικές επιχειρήσεις διασφαλίζεται από την θέσπιση του *Ν. 2668/1998 «Οργάνωση του τομέα παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και άλλες διατάξεις»* (ΦΕΚ 282/Α/1998), όπως τροποποιήθηκε με τον *Ν.3185/2003 «Τροποποίηση του Ν.2668/1998, εναρμόνιση με την Οδηγία 2002/39/ΕΚ, ρυθμίσεις θεμάτων του Οργανισμού ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΑ (ΕΛ.ΤΑ.) και άλλες διατάξεις»* (ΦΕΚ 229/Α/2003).

Ειδικότερα, τα θέματα που εξετάζονται στους παραπάνω νόμους αφορούν, μεταξύ άλλων, τα ακόλουθα:

- ✓ τις αρμοδιότητες του Υπουργείου Μεταφορών και Επικοινωνιών,
- ✓ τη συγκρότηση, την δομή, την διαχείριση, καθώς και τις αρμοδιότητες της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ), που είναι η υπεύθυνη εθνική ρυθμιστική αρχή για την εποπτεία και ρύθμιση της τηλεπικοινωνιακής και ταχυδρομικής αγοράς,
- ✓ την καθολική ταχυδρομική υπηρεσία, την διασφάλιση της οικονομικής βιωσιμότητας του φορέα παροχής καθολικών υπηρεσιών, την παροχή ικανοποιητικών ταχυδρομικών υπηρεσιών σε όλη την επικράτεια, αλλά και τα τιμολόγια του φορέα,
- ✓ τους όρους και τις προϋποθέσεις έκδοσης γενικών και ειδικών αδειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, τον χάρτη υποχρεώσεων προς τους χρήστες, τις αποζημιώσεις και τις κυρώσεις που προκύπτουν από την πλημμελή παροχή υπηρεσιών και την παραβίαση των όρων της κείμενης νομοθεσίας.

Οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις προκειμένου να είναι νόμιμα δραστηριοποιούμενες επιχειρήσεις και να παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες οφείλουν να διαθέτουν γενική ή ειδική άδεια παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Ειδικότερα, οι επιχειρήσεις δύναται να παρέχουν υπό καθεστώς Γενικής Άδειας ταχυδρομικές υπηρεσίες που δεν εντάσσονται στην Καθολική Ταχυδρομική Υπηρεσία, όπως προσδιορίζεται και στον **«Κανονισμό Γενικών Αδειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών»** (ΦΕΚ 1682/Β/2003). Η δυνατότητα αυτή υλοποιείται με την εγγραφή τους στο Μητρώο Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων. Στον συγκεκριμένο κανονισμό εξετάζονται, μεταξύ άλλων, τα ακόλουθα:

- ✓ οι υπηρεσίες που δύναται να παρέχουν οι ταχυδρομικές υπηρεσίες,
- ✓ οι κατηγορίες των γενικών αδειών,
- ✓ η λειτουργία του ταχυδρομικού δικτύου,
- ✓ ο χάρτης υποχρεώσεων καταναλωτή (Χ.Υ.Κ),
- ✓ το ειδικό σύστημα παρακολούθησης και εντοπισμού ταχυδρομικών αντικειμένων (Ε.Σ.Π.Ε.Τ.Α),
- ✓ το συνοδευτικό δελτίο ταχυμεταφοράς (ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ.) και οι ατομικές συμβάσεις ταχυμεταφοράς,
- ✓ τα στοιχεία που περιλαμβάνονται στη δήλωση παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών,
- ✓ η διάρκεια ισχύος, η τροποποίηση ή η ανανέωση της άδειας, καθώς και οι περιπτώσεις διαγραφής από το Μητρώο Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων,
- ✓ οι υποχρεώσεις των ταχυδρομικών επιχειρήσεων,
- ✓ οι διοικητικές κυρώσεις,
- ✓ τα τέλη άδειας που καταβάλλονται από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Οι επιχειρήσεις που παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες που εμπίπτουν στο πεδίο της Καθολικής Ταχυδρομικής Υπηρεσίας υποχρεούνται να διαθέτουν ειδική άδεια όπως προσδιορίζεται και στον **«Κανονισμό Ειδικών Αδειών για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών»** (ΦΕΚ 1906/Β/2003).

Η απόφαση της Ε.Ε.Τ.Τ. για την χορήγηση ή μη της Ειδικής Άδειας προς την ταχυδρομική επιχείρηση βασίζεται, κυρίως, στην αξιολόγηση εκ μέρους της Ε.Ε.Τ.Τ των παρακάτω:

- ✓ της δυνατότητας της ταχυδρομικής επιχείρησης να παρέχει ποιοτικές και αξιόπιστες ταχυδρομικές υπηρεσίες,
- ✓ της αρτιότητας του υποβληθέντος στρατηγικού και επιχειρησιακού σχεδίου της ταχυδρομικής επιχείρησης και της δυνατότητας για υλοποίησή του,
- ✓ της δυνατότητας της ταχυδρομικής επιχείρησης να διασφαλίσει τις βασικές απαιτήσεις για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Στον συγκεκριμένο κανονισμό εξετάζονται, μεταξύ άλλων, τα ακόλουθα:

- ✓ το αντικείμενο των ειδικών αδειών και η λειτουργία του ταχυδρομικού δικτύου,
- ✓ το εύρος της γεωγραφικής περιοχής εντός της οποίας η επιχείρηση με Ειδική Άδεια παρέχει ταχυδρομικές υπηρεσίες,
- ✓ τα διάφορα πιστοποιητικά και έγγραφα που υποχρεούνται να υποβάλλουν οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις,
- ✓ η χρονική διάρκεια της Ειδικής Άδειας, καθώς και οι ενέργειες που ακολουθούνται σε περίπτωση τροποποίησης, ανανέωσης ή ανάκλησης της άδειας,
- ✓ οι υποχρεώσεις των ταχυδρομικών επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια,
- ✓ οι κυρώσεις που επιβάλλονται στις ταχυδρομικές επιχειρήσεις σε περίπτωση παράνομης παροχής υπηρεσιών στον τομέα των αποκλειστικών δικαιωμάτων του Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας,
- ✓ τα τέλη Ειδικής Άδειας που καταβάλλουν οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις στην ΕΕΤΤ.

Επίσης, η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων έχει εκδόσει τον *«Κανονισμό προσδιορισμού αντικειμενικών τρόπων κοστολόγησης που εφαρμόζονται στο εσωτερικό λογιστικό σύστημα του Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας»* (ΦΕΚ 1993/Β/2003). Σκοπός του Κανονισμού είναι ο ορισμός των αρχών κοστολόγησης του Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας, η οργάνωση του κοστολογικού συστήματος του φορέα για την διασφάλιση της αποτελεσματικής τιμολόγησης των καθολικών υπηρεσιών, καθώς και ο έλεγχος και η έγκριση του συγκεκριμένου κοστολογικού συστήματος από την ΕΕΤΤ.

Επιπλέον, οι ποιοτικές προδιαγραφές βάσει των οποίων προσφέρεται η Καθολική Ταχυδρομική Υπηρεσία καθορίζονται στην **Υπουργική Απόφαση Αριθ. 79293/2000 «Καθορισμός των ποιοτικών προδιαγραφών και των όρων παροχής της Καθολικής Ταχυδρομικής Υπηρεσίας»** (ΦΕΚ 1588/Β/2000). Ειδικότερα, ο Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας υποχρεούται να παρέχει στους χρήστες ταχυδρομικών υπηρεσιών, ανεξάρτητα από το σημείο της Ελληνικής Επικράτειας στο οποίο βρίσκονται, τις καθολικές ταχυδρομικές υπηρεσίες όπως προσδιορίζονται στον Ν. 2668/98 και σύμφωνα με τις ποιοτικές προδιαγραφές που καθορίζονται στην συγκεκριμένη απόφαση. Οι κυριότερες από αυτές αφορούν τα ακόλουθα:

- ✓ τον έλεγχο ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών, ο οποίος αφορά στη μέτρηση του χρόνου διακίνησης της αλληλογραφίας Α΄ Προτεραιότητας εσωτερικού και εξωτερικού,
- ✓ τα συστήματα μέτρησης της ποιότητας, τον τρόπο υπολογισμού των αποτελεσμάτων, καθώς και τον βαθμό αξιοπιστίας των συστημάτων μέτρησης,
- ✓ την πυκνότητα των σημείων επαφής και πρόσβασης των πολιτών και των σημείων περισυλλογής της αλληλογραφίας στις αστικές και αγροτικές περιοχές.

Ο καθορισμός του είδους και της διαδικασίας διενέργειας ερευνών ή άλλων ελεγκτικών πράξεων στις οποίες μπορεί να προσφύγει η ΕΕΤΤ για τη διαπίστωση παραβάσεων του Ν. 2668/1998, της διαδικασίας ακροάσεων, κ.λ.π. καθορίζονται στην **Υπουργική Απόφαση Αριθ. 26246/752/2000** (ΦΕΚ 683/Β/2000).

Όπως ορίζει η Υπουργική Απόφαση, η Ε.Ε.Τ.Τ προκειμένου να ασκήσει τις ελεγκτικές αρμοδιότητες που προσδιορίζονται στον Ν.2668/1998, πραγματοποιεί επιτόπιους ελέγχους στους χώρους λειτουργίας των ταχυδρομικών επιχειρήσεων. Ειδικά ως προς τον έλεγχο καταστρατήγησης των αποκλειστικών δικαιωμάτων του Φορέα Παροχής Καθολικών Υπηρεσιών, διεξάγει έρευνες σε ιδιωτικούς ή δημόσιους χώρους για την διαπίστωση τυχόν καταστρατηγήσεων. Παράλληλα, διεξάγει πραγματογνωμοσύνες για την εξέταση ειδικών θεμάτων που έχουν σχέση με την τήρηση των νομοθετικών διατάξεων που διέπουν τη λειτουργία των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, ερευνά καταγγελίες σχετικές με παραβιάσεις δικαιωμάτων των

χρηστών ταχυδρομικών υπηρεσιών, και συλλέγει πληροφορίες και στοιχεία από δημόσιες υπηρεσίες, επιμελητήρια, οργανισμούς και ιδιωτικές επιχειρήσεις για την διαπίστωση της φύσης του ταχυδρομικού αντικειμένου.

Τέλος, με την *Υπουργική Απόφαση Αριθ. 29030/816/2000* (ΦΕΚ 683/Β/2000), καθορίζονται οι περιπτώσεις που επιβάλλεται κατ' αποκοπή αποζημίωση για πλημμελή παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών. Στην συγκεκριμένη Υπουργική Απόφαση, καθορίζεται η ελάχιστη κατ' αποκοπή αποζημίωση για πλημμελή παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών προς τον χρήστη, ενώ προσδιορίζονται και οι περιπτώσεις στις οποίες δεν ευθύνονται οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις για απώλεια, βλάβη ή καθυστέρηση επίδοσης του ταχυδρομικού αντικειμένου.

2.1 Κοινοτική Νομοθεσία

Οι κανόνες για την ανάπτυξη της εσωτερικής αγοράς κοινοτικών ταχυδρομικών υπηρεσιών και τη βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών διασφαλίζονται στην Κοινοτική Νομοθεσία με τις εξής Οδηγίες:

- ✓ **Οδηγία 97/67/ΕΚ** του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 15^{ης} Δεκεμβρίου 1997,
- ✓ **Οδηγία 2002/39/ΕΚ** « Τροποποίηση Οδηγίας 97/67/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 15^{ης} Δεκεμβρίου 1997».

Αναλυτικότερα με τις συγκεκριμένες Οδηγίες θεσπίζονται κοινοί κανόνες που αφορούν:

- ✓ την παροχή καθολικής ταχυδρομικής υπηρεσίας εντός της Κοινότητας,
- ✓ τα κριτήρια καθορισμού των υπηρεσιών που μπορούν να ανατίθενται κατ' αποκλειστικότητα στους φορείς παροχής καθολικής υπηρεσίας και τους σχετικούς όρους για την παροχή μη αποκλειστικών υπηρεσιών,
- ✓ τις αρχές τιμολόγησης και τη διαφάνεια των λογαριασμών για την παροχή της καθολικής υπηρεσίας,
- ✓ τον καθορισμό προδιαγραφών ποιότητας για την παροχή της καθολικής υπηρεσίας και την εγκαθίδρυση συστήματος που θα διασφαλίζει την τήρηση αυτών,
- ✓ την εναρμόνιση των τεχνικών προδιαγραφών,
- ✓ τη σύσταση εθνικών ανεξάρτητων κανονιστικών αρχών,
- ✓ τον ορισμό των γενικών και ειδικών αδειών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΖΗΤΗΣΗ

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζεται το μέγεθος και ο ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς ταχυμεταφορών. Αναλυτικότερα, παρουσιάζεται η διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, καθώς και η διακίνησή τους σε σχέση με την μέθοδο διακίνησης (αυτόνομη ή συνδυασμένη) και τον χρόνο επίδοσής τους. Επίσης, αναφέρονται οι κυριότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών και οι σημαντικότεροι πελάτες της εν λόγω αγοράς.

3.1 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς

Οι ταχυδρομικές υπηρεσίες στην Ελλάδα παρέχονται από τον Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (Φ.Π.Κ.Υ) και από τις ιδιωτικές ταχυδρομικές επιχειρήσεις που συνιστούν την αγορά ταχυμεταφορών. Η έννοια της καθολικότητας σημαίνει ότι στους χρήστες ταχυδρομικών υπηρεσιών παρέχονται, ανεξάρτητα από το σημείο της ελληνικής επικράτειας στο οποίο βρίσκονται, μονίμως και σε προσιτές τιμές υπηρεσίες συγκεκριμένης ποιότητας. Μοναδικός φορέας παροχής καθολικής υπηρεσίας στην Ελλάδα, όπως ορίζεται από τον Ν. 2668/98, είναι τα Ελληνικά Ταχυδρομεία (ΕΛ.ΤΑ).

Η ελληνική ταχυδρομική αγορά δεν είναι απελευθερωμένη για αντικείμενα μέχρι 100 γραμμάρια, αφού ο Φ.Π.Κ.Υ διατηρεί το αποκλειστικό δικαίωμα στην περισυλλογή, μεταφορά, διαλογή και διανομή των αντικειμένων αλληλογραφίας με διεύθυνση, των οποίων η τιμή είναι κατώτερη από το τριπλάσιο της τιμής για ένα αντικείμενο της πρώτης βαθμίδας βάρους (Ν.3185/2003).

Στον Πίνακα 3.1α παρουσιάζεται η ταχυδρομική κίνηση της καθολικής υπηρεσίας καθώς και το πλήθος των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκαν στην αγορά ταχυμεταφορών κατά την περίοδο 2000-2003. Η ελληνική ταχυδρομική αγορά, το 2003, ανήλθε στα 646 εκ. αντικείμενα από 600 εκ., περίπου, που ήταν το 2000 παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 3%. Η αγορά καθολικής υπηρεσίας, το 2003, αποτέλεσε το 95% της ταχυδρομικής αγοράς, σε όρους ποσότητας, ενώ το υπόλοιπο 5% αντιστοιχεί στην αγορά ταχυμεταφορών. Αυτό, όμως, που παρατηρείται είναι, η σημαντική διαφοροποίηση στους ρυθμούς μεγέθυνσης των δύο αγορών αφού η μεν αγορά ταχυμεταφορών αυξάνει με υψηλό μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής (17%) η δε αγορά καθολικής υπηρεσίας με πολύ χαμηλότερο (2%) για την περίοδο 2000-2003. Άμεση συνέπεια αυτής της διαφοροποίησης είναι η διαχρονική μείωση του μεριδίου της αγοράς καθολικής υπηρεσίας (από 96,8% το 2000 σε 95,2% το 2003) με αντίστοιχη αύξηση του μεριδίου της αγοράς ταχυμεταφορών (από 3,2% το 2000 σε 4,8% το 2003) σε ολόκληρη την εξεταζόμενη περίοδο (Πίνακας 3.1β).

Διαφοροποιημένη εικόνα εμφανίζει η ποσοστιαία κατανομή κάθε μιας αγοράς στη συνολική ταχυδρομική αγορά σε όρους αξίας. Ειδικότερα, το 2003 η ελληνική ταχυδρομική αγορά ανήλθε σε 575 εκ. ευρώ εκ των οποίων 372 εκ. ευρώ αφορούν

την αγορά καθολικής υπηρεσίας (65%) και 203 εκ. ευρώ αφορούν την αγορά ταχυμεταφορών (35%).

Πίνακας 3.1α
Η ελληνική ταχυδρομική αγορά την περίοδο 2000-2003 (πλήθος).

	2000	2001	2002	2003	2001/00	2002/01	2003/02
Αγορά καθολικής υπηρεσίας	571.786.808	582.212.123	598.441.707	615.131.000*	1,8%	2,8%	2,8%
Αγορά ταχυμεταφορών	19.126.192	22.794.224	28.973.204	31.000.000	19,2%	27,1%	7%
Σύνολο	590.913.000	605.006.347	627.414.911	646.131.000	2,4%	3,7%	3%

(*). Ετήσια εκτίμηση βάσει απολογιστικών στοιχείων 9μήνου

Πίνακας 3.1β
Ποσοστιαία κατανομή (%) της ταχυδρομικής αγοράς την περίοδο 2000-2003 (πλήθος).

	2000	2001	2002	2003
Αγορά καθολικής υπηρεσίας	96,8%	96,2%	95,4%	95,2%
Αγορά ταχυμεταφορών	3,2%	3,8%	4,6%	4,8%
Σύνολο	100%	100%	100%	100%

Αυτή η διαφοροποίηση ανάμεσα στις κατανομές των μεριδίων πλήθους και αξίας της αγοράς καθολικής υπηρεσίας και της αγοράς ταχυμεταφορών στη συνολική ταχυδρομική αγορά σαφώς υποδεικνύει μεγάλη διαφορά στις τιμές στις οποίες προσφέρεται η κάθε υπηρεσία γεγονός αναμενόμενο αφού στην ουσία πρόκειται για διαφορετικής μορφής ταχυδρομικής υπηρεσίας.

3.2 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς ταχυμεταφορών.

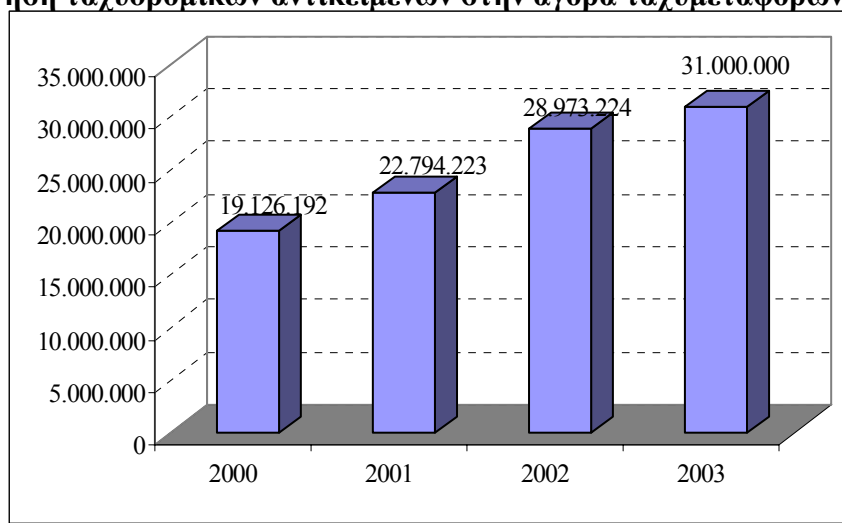
Η αγορά ταχυμεταφορών, παρουσιάζει συνεχή αυξητική πορεία σε ολόκληρη την περίοδο 2000-2003, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 17%. Η διαχρονική εξέλιξη των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκαν, καθώς και οι ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές της αγοράς παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.2.

Πίνακας 3.2
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών, 2000-2003

Πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων	2000	2001	2002	2003
	19.126.192	22.794.223	28.973.224	31.000.000
Ετήσια ποσοστιαία (%) μεταβολή		2001/00	2002/01	2003/02
		19,2%	27,1%	7,0%

Το 2003 η αγορά ταχυμεταφορών ανήλθε στα 31 εκατομμύρια ταχυδρομικά αντικείμενα έναντι 19 εκατομμυρίων αντικειμένων το 2000 (αύξηση 62%). Η μειωμένη αύξηση που παρατηρείται την περίοδο 2002-2003, σε σχέση με τις αυξήσεις που σημειώθηκαν τα προηγούμενα έτη, πιθανόν να οφείλεται στο γεγονός ότι η αγορά ταχυμεταφορών παρουσιάζει σημάδια ωρίμανσης, μια εικόνα που αναμένεται να ενταθεί τα επόμενα έτη. Η αξία της αγοράς ταχυμεταφορών το 2003 ανήλθε στα 203 εκατ. ευρώ.

Διάγραμμα 3.1
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών.



Η κατανομή των διακινήθεντων ταχυδρομικών αντικειμένων, εσωτερικού και εξωτερικού, ανά μέθοδο διακίνησης, για το 2003, παρουσιάζεται στον Πίνακα 3.3. Σημειώνεται ότι η *αυτόνομη διακίνηση* αφορά την παραλαβή και διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων από την ίδια την ταχυδρομική επιχείρηση και το δίκτυό της, όπως αυτό έχει ορισθεί, ενώ η *συνδυασμένη διακίνηση* αφορά την παραλαβή των ταχυδρομικών αντικειμένων από την ταχυδρομική επιχείρηση και την επίδοση από άλλη ταχυδρομική επιχείρηση με Γενική Άδεια παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Τα ταχυδρομικά αντικείμενα που διακινήθηκαν στο **εσωτερικό** ήταν 27,5 εκ. αντιστοιχώντας στο 88,6% του συνολικού πλήθους των ταχυδρομικών αντικειμένων ενώ η αξία τους ανήλθε στα 138,2 εκ. ευρώ (68,1% επί των συνολικών εσόδων). Αντίθετα, σημαντικά μικρότερο παρουσιάζεται το πλήθος και η αξία των **εισερχομένων και εξερχόμενων** ταχυδρομικών αντικειμένων με ποσοστά

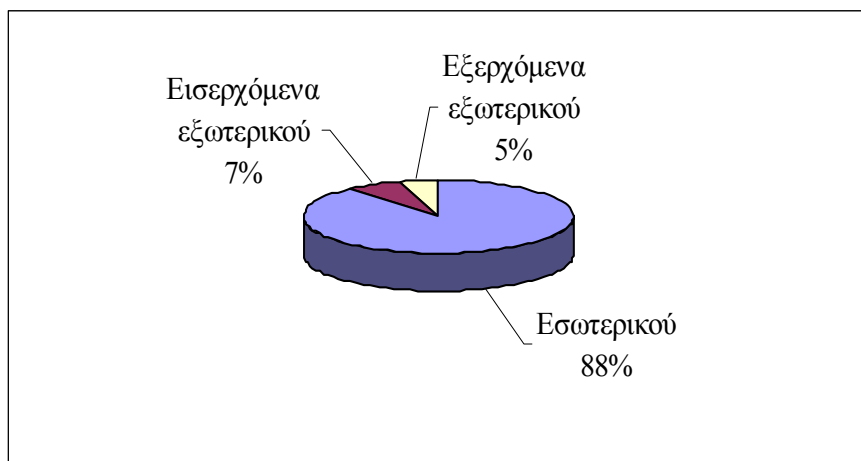
συμμετοχής, σε όρους ποσότητας, 6,7% και 4,7% αντίστοιχα, και σε όρους αξίας, 12,7% και 19,2% αντίστοιχα.

Πίνακας 3.3
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών, 2003

	Ταχυδρομικά αντικείμενα	Ποσοστιαία (%) κατανομή	Έσοδα (ευρώ)	Ποσοστιαία (%) κατανομή
Διακίνηση εσωτερικού				
Αυτόνομη διακίνηση	25.327.000	81,7%	126.672.000	62,4%
Συνδυασμένη διακίνηση	2.139.000	6,9%	11.571.000	5,7%
Σύνολο	27.466.000	88,6%	138.243.000	68,1%
Διακίνηση εισερχομένων εξωτερικού				
Αυτόνομη διακίνηση	1.984.000	6,4%	25.375.000	12,5%
Συνδυασμένη διακίνηση	93.000	0,3%	406.000	0,2%
Σύνολο	2.077.000	6,7%	25.781.000	12,7%
Διακίνηση εξερχομένων εξωτερικού				
Αυτόνομη διακίνηση	1.038.500	3,4%	29.435.000	14,5%
Συνδυασμένη διακίνηση	418.500	1,3%	9.541.000	4,7%
Σύνολο	1.457.000	4,7%	38.976.000	19,2%
Γενικό σύνολο	31.000.000	100%	203.000.000	100%

Επίσης, παρατηρείται ότι τόσο στη διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων στο εσωτερικό όσο και στη διακίνησή τους στο εξωτερικό, το μεγαλύτερο μέρος του πλήθους των ταχυδρομικών αντικειμένων διακινείται (παραλαβή & επίδοση) από την ίδια την ταχυδρομική επιχείρηση. Συγκεκριμένα, η αυτόνομη διακίνηση στο εσωτερικό αποτελεί το 92% της συνολικής (αυτόνομης & συνδυασμένης) διακίνησης εσωτερικού, ενώ τα μερίδια συμμετοχής της αυτόνομης διακίνησης στις κατηγορίες των εισερχομένων και εξερχομένων εξωτερικού είναι 96% και 71% αντίστοιχα.

Διάγραμμα 3.2
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού και εξωτερικού.



Το μεγάλο ποσοστό που παρουσιάζει η αυτόνομη διακίνηση εσωτερικού συνδυασμένο με το γεγονός ότι το μεγαλύτερο πλήθος της διακινείται από τις λίγες επιχειρήσεις που διαθέτουν τα μεγαλύτερα μερίδια της αγοράς οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι τελευταίες έχουν αναπτύξει ισχυρό αυτόνομο δίκτυο. Παράλληλα, όμως, υπάρχει και ένας σημαντικός αριθμός επιχειρήσεων που πραγματοποιεί τη διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων σε συνεργασία με άλλες επιχειρήσεις που διαθέτουν Γενική Άδεια.

Αντίστοιχα, τα μεγάλα ποσοστά συμμετοχής της αυτόνομης διακίνησης στη συνολική διακίνηση στις κατηγορίες εισερχομένων και εξερχομένων εξωτερικού οφείλονται στο γεγονός ότι το μεγαλύτερο πλήθος αυτών των ταχυδρομικών αντικειμένων διακινείται από τις πολυεθνικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην αγορά ταχυμεταφορών, οι οποίες επίσης έχουν αναπτύξει ισχυρό αυτόνομο δίκτυο.

Η διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων στο εσωτερικό και στο εξωτερικό σχετικά με τους χρόνους επίδοσης τους, παρουσιάζεται στους παρακάτω Πίνακες 3.4 & 3.5.

Πίνακας 3.4
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού
σε σχέση με τον χρόνο επίδοσής τους, 2003

	Πλήθος			Έσοδα (ευρώ)		
	Αυτόνομη διακίνηση	Συνδυασμένη διακίνηση	Σύνολο	Αυτόνομη διακίνηση	Συνδυασμένη διακίνηση	Σύνολο
Αυθημερόν	926.985	9.473	936.458	7.911.339	61.432	7.972.771
Σε 1 ημέρα	22.234.687	1.937.508	24.172.195	111.221.608	10.599.010	121.820.618
Σε περισσότερες ημέρες	2.165.328	192.019	2.357.347	7.539.054	910.558	8.449.612
Σύνολο	25.327.000	2.139.000	27.466.000	126.672.000	11.571.000	138.243.000

Το 88% των ταχυδρομικών αντικειμένων στο **εσωτερικό** διακινείται σε μια ημέρα (24 εκ. αντικείμενα, αξίας 121,8 εκ. ευρώ), ενώ σε περισσότερες ημέρες διακινείται το 9% του συνόλου της αγοράς (2,3 εκ. αντικείμενα αξίας 8,4 εκ. ευρώ). Αυθημερόν διακινείται μόλις το 3% του συνολικού πλήθους (936 χιλ. αντικείμενα, αξίας 7,9 εκ. ευρώ).

Πίνακας 3.5
Ποσοστιαία κατανομή (%) των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων σε σχέση με τον χρόνο επίδοσής τους, 2003

	Πλήθος			Έσοδα (ευρώ)		
	Αυτόνομη διακίνηση	Συνδυασμένη διακίνηση	Σύνολο	Αυτόνομη διακίνηση	Συνδυασμένη διακίνηση	Σύνολο
Αυθημερόν	3,7%	0,4%	3,4%	6,2%	0,5%	5,8%
Σε 1 ημέρα	87,8%	90,6%	88,0%	87,8%	91,6%	88,1%
Σε περισσότερες ημέρες	8,5%	9,0%	8,6%	6,0%	7,9%	6,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Η διαχρονική εξέλιξη της ποσοστιαίας κατανομής του πλήθους των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων σε σχέση με τον χρόνο επίδοσής τους παρουσιάζεται στον Πίνακα 3.6.

Πίνακας 3.6
Ποσοστιαία κατανομή (%) των ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσής τους .

	2000	2001	2002	2003
Αυθημερόν	8%	7%	8%	3%
Σε 1 ημέρα	81%	86%	83%	88%
Σε περισσότερες ημέρες	11%	7%	9%	9%

Διαπιστώνεται ότι ένα τμήμα περί το 5% των συνολικών αντικειμένων που μέχρι και το 2002 επιδίδονταν αυθημερόν στους παραλήπτες, μετατοπίστηκε προς την παράδοση την επόμενη ημέρα, αφού κατά το 2003, μόλις, το 3% των συνολικών αντικειμένων επιδόθηκε αυθημερόν, έναντι 8% του 2002. Αυτή η εξέλιξη ενδέχεται να υποδεικνύει μείωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών. Αντίθετα, αυξητική είναι η τάση εξέλιξης του μεριδίου των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινούνται σε μια μέρα, στην περίοδο 2000-2003, ενώ το μερίδιο των αντικειμένων που διακινούνται σε περισσότερες μέρες παραμένει σταθερό σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Η αυτόνομη και η συνδυασμένη διακίνηση του πλήθους των ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού παρουσιάζεται στους Πίνακες 3.7 & 3.8. Από τα στοιχεία των πινάκων διαπιστώνεται ότι το 2003 το 70% (1,4 εκ. αντικ.) των **εισερχομένων** αντικειμένων εξωτερικού διακινείται σε 1 ημέρα, ενώ το 30% (624,4 χιλ. αντικ.) διακινείται σε περισσότερες μέρες. Τα αντίστοιχα μερίδια για τα **εξερχόμενα** αντικείμενα εξωτερικού είναι 80% (1,2 εκατ. αντικ.) και 20% (291 χιλ. αντικ.) αντίστοιχα.

Πίνακας 3.7
Διακίνηση εισερχομένων αντικειμένων εξωτερικού
σε σχέση με τον χρόνο επίδοσής τους, 2003

	Αυτόνομη διακίνηση	%	Συνδυασμένη διακίνηση	%	Σύνολο	%
Σε 1 ημέρα	1.382.658	69,7%	69.876	75,1%	1.452.534	69,9%
Σε περισσότερες ημέρες	601.342	30,3%	23.124	24,9%	624.466	30,1%
Σύνολο	1.984.000	100%	93.000	100%	2.077.000	100%

Πίνακας 3.8
Διακίνηση εξερχομένων αντικειμένων εξωτερικού
σε σχέση με τον χρόνο επίδοσής τους, 2003

	Αυτόνομη διακίνηση	%	Συνδυασμένη διακίνηση	%	Σύνολο	%
Σε 1 ημέρα	852.842	82,1%	312.858	74,8%	1.165.700	80,0%
Σε περισσότερες ημέρες	185.658	17,9%	105.642	25,2%	291.300	20,0%
Σύνολο	1.038.500	100%	418.500	100%	1.457.000	100%

Όσον αφορά την **κατανομή των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους**, παρατηρείται ότι στην κατηγορία 1 gr - 500 gr (εκτός δεμάτων) ανήκει το 59,6% των ταχυδρομικών αντικειμένων, στην κατηγορία 500 gr – 2 kgr (εκτός δεμάτων) ανήκει το 21,3%, ενώ τα δέματα έως 20 kgr αποτελούν το 19,1% του συνολικού πλήθους των ταχυδρομικών αντικειμένων (Πίνακας 3.9).

Πίνακας 3.9
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους, 2003

Κλιμάκια βάρους	Ταχυδρομικά αντικείμενα	%
Από 1 gr έως 500 gr (εκτός δεμάτων)	18.476.000	59,6%
Από 500 gr έως 2 kgr (εκτός δεμάτων)	6.603.000	21,3%
Δέματα έως 20 kgr	5.921.000	19,1%

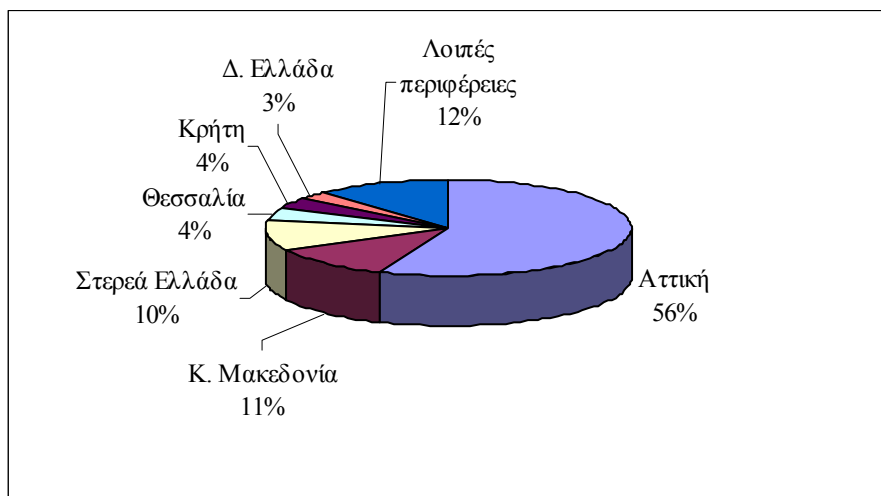
Η μεγαλύτερη ποσότητα των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων κατά το 2003 προέρχεται από την περιφέρεια της Αττικής (56%), ενώ σχετικά σημαντικές περιφέρειες για την εγχώρια αγορά θεωρούνται η Κ. Μακεδονία και η Στερεά Ελλάδα, από τις οποίες προέρχεται το 10% και 11% των συνολικών διακινούμενων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

Συνδυάζοντας το πλήθος των ταχυδρομικών αντικειμένων με τον πληθυσμό των περιφερειών, σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της απογραφής του 2001, υπολογίστηκαν για κάθε Περιφέρεια, τα ταχυδρομικά αντικείμενα που αντιστοιχούν ανά κάτοικο (Πίνακας 3.10). Παρατηρείται ότι οι τιμές του συγκεκριμένου δείκτη βρίσκονται σε όλες τις Περιφέρειες της Ελλάδας, με εξαίρεση αυτές της Αττικής και της Στερεάς Ελλάδας, κάτω από τον ελληνικό μέσο όρο (2,65), αναδεικνύοντας σημαντικά διαφοροποιημένα πρότυπα ζήτησης των υπηρεσιών ταχυμεταφορών, ανά Διοικητική Περιφέρεια της Ελλάδας. Ειδικότερα, η Στερεά Ελλάδα παρουσιάζει την μεγαλύτερη ζήτηση με 4,95 ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο, ενώ στην επόμενη θέση κατατάσσεται η Αττική με 4,32 αντίστοιχα. Ιδιαίτερα χαμηλή εμφανίζεται η ζήτηση στην Κεντρική Μακεδονία, με 1,75 ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο.

Πίνακας 3.10
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων ανά περιφέρεια προέλευσης, 2003

Αποστολή ταχυδρομικών αντικειμένων από:	Ταχυδρομικά αντικείμενα	%	Πληθυσμός	Ταχυδρομικά αντικείμενα/ κάτοικο
Αττική	16.214.584	56,1%	3.756.607	4,32
Κεντρική Μακεδονία	3.255.603	11,3%	1.859.641	1,75
Στερεά Ελλάδα	3.007.287	10,4%	607.855	4,95
Θεσσαλία	1.133.080	3,9%	754.393	1,50
Κρήτη	1.041.503	3,6%	601.159	1,73
Δυτική Ελλάδα	755.957	2,6%	739.118	1,02
Αν. Μακεδονία & Θράκη	697.781	2,4%	610.254	1,14
Πελοπόννησος	679.023	2,3%	632.955	1,07
Νότιο Αιγαίο	644.847	2,2%	301.745	2,14
Δυτική Μακεδονία	466.285	1,6%	302.750	1,54
Ιόνια Νησιά	410.232	1,4%	194.321	2,11
Ηπειρος	350.343	1,2%	352.420	0,99
Βόρειο Αιγαίο	266.476	0,9%	204.158	1,31
Συνολικός όγκος (εκτός εισερχομένων)	28.923.000	100,0%	10.917.376	2,65

Διάγραμμα 3.3
Ποσοστιαία κατανομή των ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού
ανά περιφέρεια προέλευσης, 2003

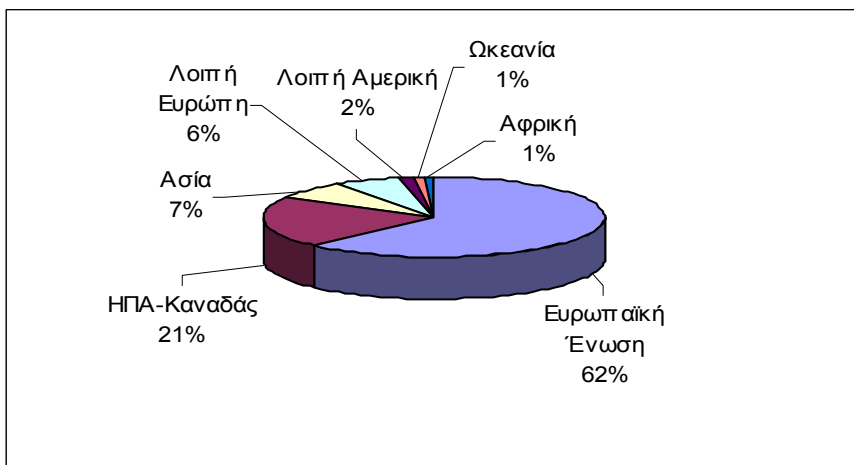


Επίσης, ενδιαφέρουσα είναι η κατανομή των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων από την Ελλάδα με **προορισμό το εξωτερικό** (Διάγραμμα 3.4) από την οποία προκύπτει ότι σημαντικότερη περιοχή προορισμού είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση (62,1%), ενώ ακολουθούν οι ΗΠΑ - Καναδάς (21,3%), η Ασία (7%), και η Λοιπή Ευρώπη (6,2%).

Πίνακας 3.11
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού,
2003

Περιοχή	Ταχυδρομικά αντικείμενα	%
Ευρωπαϊκή Ένωση	904.916	62,1%
ΗΠΑ-Καναδάς	309.942	21,3%
Ασία	102.115	7,0%
Λοιπή Ευρώπη	90.240	6,2%
Λοιπή Αμερική	22.572	1,5%
Ωκεανία	14.762	1,0%
Αφρική	12.453	0,9%
Σύνολο	1.457.000	100,0%

Διάγραμμα 3.4
Ποσοστιαία κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού
ανά περιφέρεια προορισμού, 2003

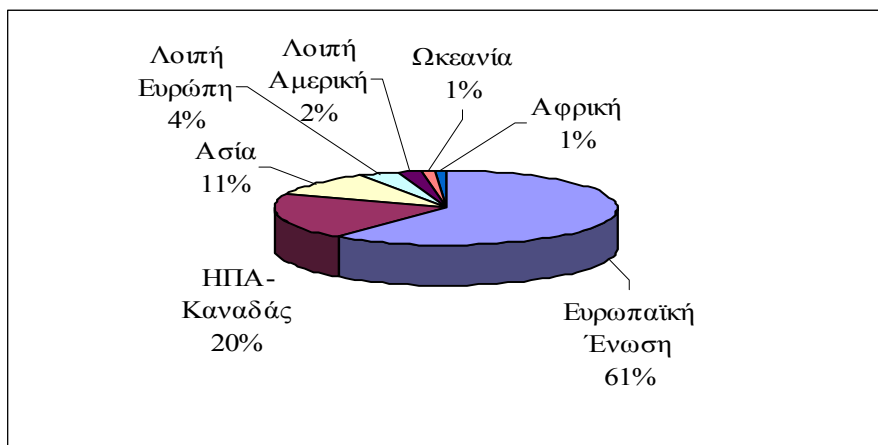


Παρόμοια είναι η εικόνα αναφορικά με την κατανομή των χωρών προέλευσης των διακινούμενων προς την Ελλάδα ταχυδρομικών αντικειμένων (Διάγραμμα 3.5), αφού και πάλι σημαντικότερη αποδεικνύεται η περιοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης (60,9%) και ακολουθούν οι περιοχές των ΗΠΑ- Καναδά (20%) και της Ασίας (10,8%).

Πίνακας 3.12
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης,
2003

Περιοχή	Ταχυδρομικά αντικείμενα	%
Ευρωπαϊκή Ένωση	1.265.557	60,9%
ΗΠΑ-Καναδάς	415.472	20,0%
Ασία	224.083	10,8%
Λοιπή Ευρώπη	78.551	3,8%
Λοιπή Αμερική	46.859	2,3%
Ωκεανία	24.312	1,2%
Αφρική	22.167	1,1%
Σύνολο	2.077.000	100%

Διάγραμμα 3.5
Ποσοστιαία κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού
ανά περιφέρεια προέλευσης, 2003



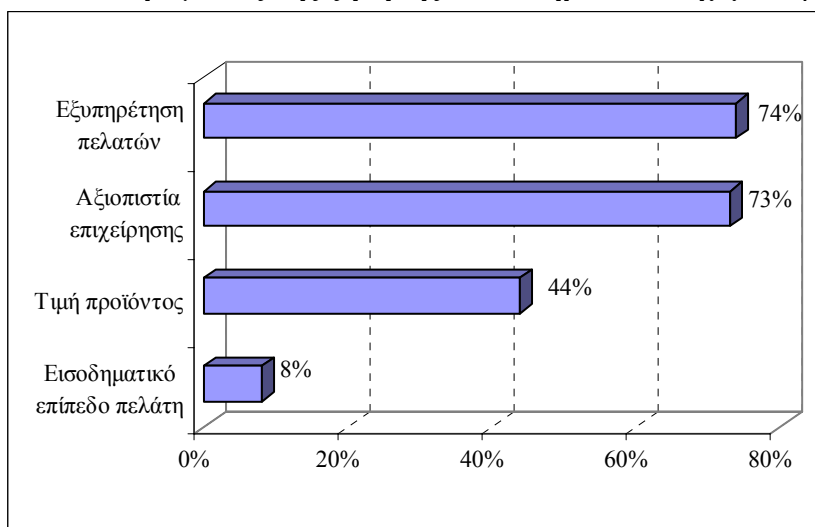
3.3 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών

Οι σημαντικότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των ταχυδρομικών υπηρεσιών, σύμφωνα με τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου (Πίνακα 3.13, Διάγραμμα 3.6) είναι η *εξυπηρέτηση των πελατών*, αφού επιλέγεται από το 74% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, και η *αξιοπιστία της ταχυδρομικής υπηρεσίας*, η οποία επιλέχθηκε από το 73%, αντίστοιχα. Ακολουθεί, με ποσοστό 44%, η *τιμή του προϊόντος* ενώ το 69% των επιχειρήσεων δεν θεωρεί το *εισοδηματικό επίπεδο των πελατών* σημαντικό προσδιοριστικό παράγοντα της ζήτησης των υπηρεσιών τους.

Πίνακας 3.13
Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των υπηρεσιών ταχυμεταφορών, 2003

	Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	
Εξυπηρέτηση πελατών	0%	1%	1%	24%	74%
Αξιοπιστία επιχείρησης	0%	1%	3%	23%	73%
Τιμή προϊόντος	2%	9%	16%	29%	44%
Εισοδηματικό επίπεδο πελάτη	12%	19%	38%	23%	8%

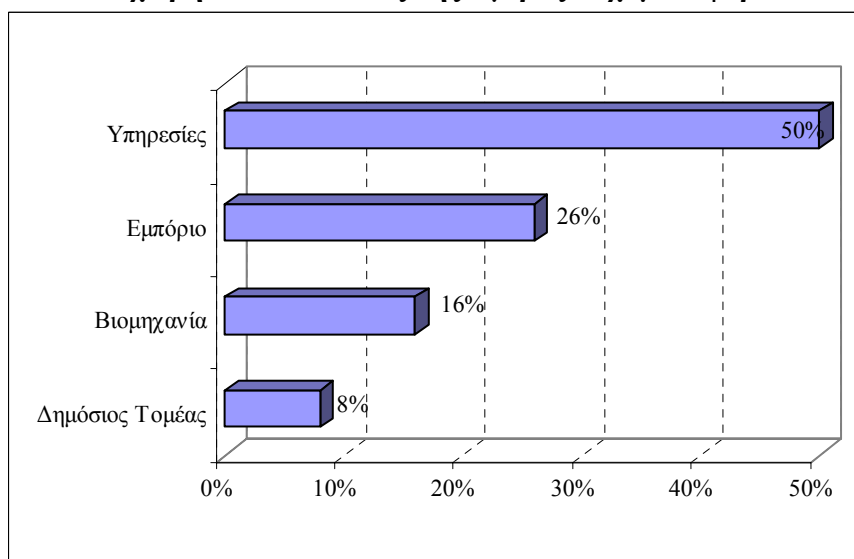
Διάγραμμα 3.6
Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των υπηρεσιών ταχυμεταφορών, 2003



3.4 Σημαντικότεροι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών.

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

Διάγραμμα 3.7
Επιχειρησιακοί πελάτες της αγοράς ταχυμεταφορών

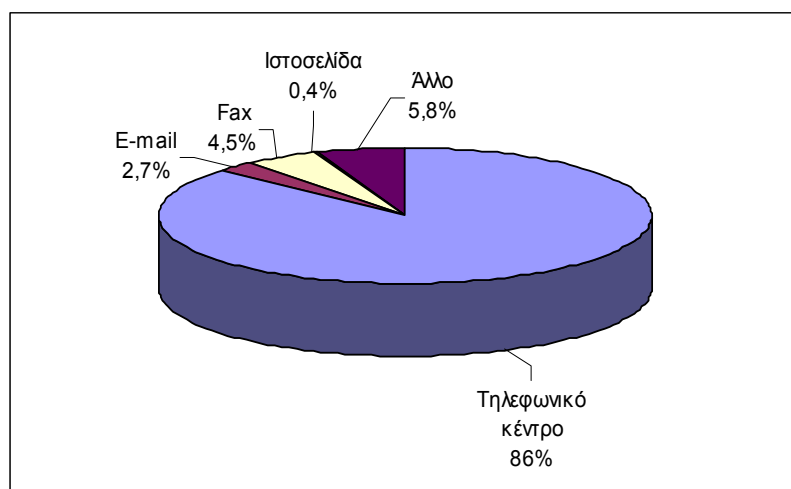


Η ανάλυση της αγοράς ανά επιχειρησιακό πελάτη δείχνει την σπουδαιότητα των υπηρεσιών ταχυμεταφοράς στο σύνολο των διαφόρων κατηγοριών επιχειρήσεων. Ειδικότερα, σχετικά σημαντικότεροι επιχειρησιακοί πελάτες, είναι οι εταιρείες πληροφορικής, οι εκδοτικοί οίκοι, οι εταιρείες τηλεπικοινωνιών, οι φαρμακοβιομηχανίες, οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, χωρίς ωστόσο να μειώνεται η σπουδαιότητα των υπηρεσιών ταχυμεταφοράς για άλλους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας, όπως η Ναυτιλία, οι Ασφάλειες, οι Κατασκευές, η Βιομηχανία Ένδυσης, η Βιομηχανία Τροφίμων κ.ά.

Όσον αφορά στον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις και οι καταναλωτές, γενικότερα, απευθύνονται στις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, το 86% των επιχειρήσεων απάντησε ότι η επικοινωνία πραγματοποιείται, κατά κύριο λόγο, μέσω του τηλεφωνικού κέντρου που διαθέτουν οι επιχειρήσεις. Αντίθετα, μόλις το 4,5% και το 2,7% των επιχειρήσεων απαντά ότι η επικοινωνία των πελατών πραγματοποιείται μέσω συσκευής τηλεομοιοτυπίας (FAX) και ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (e-mail), αντίστοιχα. Επίσης, ένα μικρό ποσοστό των καταναλωτών έρχεται σε επαφή με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών με άλλο τρόπο, όπως μέσω των πωλητών των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, οι οποίοι τους ενημερώνουν για τις προσφερόμενες υπηρεσίες, ή ακόμη μέσω της επίσκεψης των ιδίων των καταναλωτών στα γραφεία των επιχειρήσεων (Διάγραμμα 3.8).

Διάγραμμα 3.8

Τρόποι επικοινωνίας των καταναλωτών με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών,



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Στο παρόν κεφάλαιο, παρουσιάζεται ο αριθμός των αδειοδοτημένων επιχειρήσεων, καθώς και η κατανομή τους βάσει τάξης μεγέθους. Επιπλέον, εξετάζονται οι κατηγορίες των υπηρεσιών ταχυμεταφορών στις οποίες παρατηρήθηκε κατά το έτος 2003 η μεγαλύτερη αύξηση ή μείωση τιμών, η κατανομή του κόστους που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, ο αριθμός των απασχολουμένων στην αγορά ταχυμεταφορών ανά είδος απασχόλησης, ειδικότητα και εκπαιδευτικό επίπεδο. Τέλος, παρουσιάζεται το πλήθος των μεταφορικών μέσων των επιχειρήσεων, καθώς και η κτιριακή και τεχνολογική υποδομή που διαθέτουν.

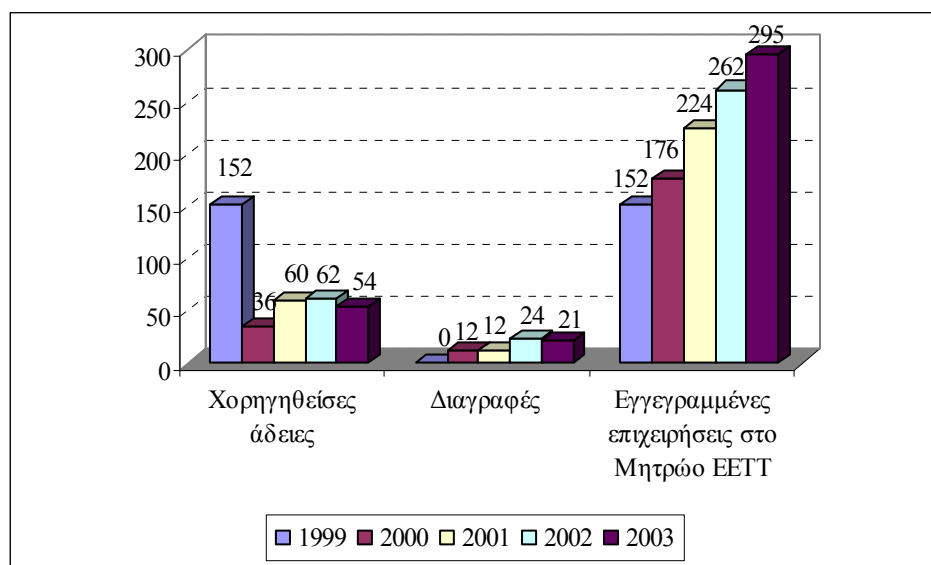
4.1 Βασικά χαρακτηριστικά προσφοράς υπηρεσιών ταχυμεταφορών

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Μητρώου Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της Ε.Ε.Τ.Τ, από το 1999 μέχρι και το 2003 ο αριθμός των ταχυδρομικών επιχειρήσεων που αδειοδοτήθηκαν παρουσιάζει μια σημαντική αύξηση της τάξης του 94%, αποδεικνύοντας ότι η αγορά ταχυμεταφορών παρουσιάζει υψηλή ελκυστικότητα. Επιπλέον, κατά την διάρκεια αυτής της περιόδου μόνο 69 επιχειρήσεις συνολικά ζήτησαν τη διαγραφή τους, δηλαδή, ανέστειλαν τη δραστηριότητά τους (Πίνακας 4.1, Διάγραμμα 4.1).

Πίνακας 4.1
Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων

	1999	2000	2001	2002	2003
Χορηγηθείσες άδειες	152	36	60	62	54
Διαγραφές	0	12	12	24	21
Εγγεγραμμένες επιχειρήσεις στο Μητρώο ΕΕΤΤ	152	176	224	262	295

Διάγραμμα 4.1
Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων



Στον Πίνακα 4.2 παρουσιάζεται η κατανομή των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές βάσει τάξης μεγέθους (το 2003 δεν

περιλαμβάνονται δύο εταιρείες που διακινούν μόνο διαφημιστικά αντικείμενα), ενώ στον Πίνακα 4.3 που ακολουθεί παρουσιάζονται και τα έσοδα των εταιρειών ανά τάξη μεγέθους για το 2003.

Πίνακας 4.2
Κατανομή επιχειρήσεων ταχυμεταφορών βάσει τάξης μεγέθους

Διακινήθοντα Ταχ. Αντικείμενα (X)	2000		2001			2002			2003			
	Αριθμός και ποσοστιαία κατανομή επιχειρήσεων	(%) κατ/ή αν/των	Αριθμός και ποσοστιαία κατανομή επιχειρήσεων	(%) κατ/ή αν/των	(%) κατ/ή αν/των	Αριθμός και ποσοστιαία κατανομή επιχειρήσεων	(%) κατ/ή αν/των	(%) κατ/ή αν/των	Αριθμός και ποσοστιαία κατανομή επιχειρήσεων	(%) κατ/ή αν/των	(%) κατ/ή αν/των	
X>1.000.000	4	3,0%	71,0%	3	1,0%	66,0%	5	2,0%	74,0%	5	1,7%	77,4%
100.000< X<1.000.000	11	7,0%	11,0%	13	6,0%	15,0%	16	6,0%	18,0%	15	5,1%	15,1%
5.000<X<100.000	37	24,0%	3,0%	51	24,0%	4,0%	59	22,0%	5,0%	72	24,6%	4,7%
1<X<5.000	13	8,0%	0,1%	10	5,0%	0,1%	23	9,0%	0,2%	25	8,5%	0,2%
Δεν απάντησαν	93	58,0%	15,0%	147	64,0%	15,0%	159	61,0%	3,0%	176	60,1%	2,5%
Σύνολο	158	100,0%	100,0%	224	100,0%	100,0%	262	100,0%	100,0%	293	100,0%	100,0%

Αναλυτικότερα, παρατηρείται ότι για τα έτη 2002 και 2003 πέντε επιχειρήσεις διακινούν πάνω από 1.000.000 ταχυδρομικά αντικείμενα εκάστη. Η μόνη διαφοροποίηση είναι στο μερίδιο που καταλαμβάνουν οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις καθώς το μερίδιο τους, αυξάνεται από 74% το 2002 σε 77%, σε όρους ποσότητας, ενώ τα έσοδά τους αντιπροσωπεύουν το 71% περίπου των συνολικών εσόδων. (Τονίζεται ότι η μεγαλύτερη από αυτές τις πέντε επιχειρήσεις διακινεί συνεχώς σε ολόκληρη την εξεταζόμενη περίοδο πάνω από το 40% των ταχυδρομικών αντικειμένων). Οι εταιρείες που διακίνησαν από 100.000 μέχρι 1.000.000 ταχυδρομικά αντικείμενα εκάστη, κατά το 2003, μειώθηκαν στις 15 από 16 που ήταν το 2002, αντιπροσωπεύοντας το 15% του συνολικού πλήθους και το 22%, περίπου, των συνολικών εσόδων. Αντίθετα, αυξήθηκε ο αριθμός των επιχειρήσεων που διακινεί από 5.000 έως 100.000 ταχυδρομικά αντικείμενα, από 59 το 2002 σε 72 το 2003, διακινώντας το 4,7% των συνολικών αντικειμένων και λαμβάνοντας το 4,5% των συνολικών εσόδων, του 2003.

Πίνακας 4.3
Κατανομή επιχειρήσεων ταχυμεταφορών ανά τάξη μεγέθους, 2003

Διακινήθοντα Ταχ. Αντικείμενα (X)	Αριθμός επιχειρήσεων	Πλήθος ταχυδρομικών αντικειμένων	Ποσοστιαία κατανομή ταχ/κών αντ/νων	Έσοδα	Ποσοστιαία κατανομή εσόδων
X>1.000.000	5	24.008.097	77,4%	143.749.415	70,8%
100.000< X<1.000.000	15	4.677.437	15,1%	43.761.035	21,6%
5.000<X<100.000	72	1.470.979	4,7%	9.098.225	4,5%
1<X<5.000	25	71.932	0,2%	597.298	0,3%
Δεν απάντησαν	176	771.555	2,5%	5.794.027	2,9%
Σύνολο	293	31.000.000	100%	203.000.000	100,0%

Συσχετίζοντας την γεωγραφική κατανομή των αδειοδοτημένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές με την γεωγραφική κατανομή των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων (Πίνακας 4.4) διαπιστώνεται ότι στις περιφέρειες που συγκεντρώνεται η μεγαλύτερη παραγωγή, δηλαδή, Αττική και Κεντρική Μακεδονία, συγκεντρώνεται και ο μεγαλύτερος αριθμός των επιχειρήσεων.

Πίνακα 4.4

Γεωγραφική κατανομή των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων & των αδειοδοτημένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές

Περιφέρειες	Ταχυδρομικά αντικείμενα		Αριθμός Επιχειρήσεων	
	Πλήθος	Ποσοστιαία κατανομή	Πλήθος	Ποσοστιαία κατανομή
Αττική	16.214.584	56,10%	123	41,98%
Κεντρική Μακεδονία	3.255.603	11,30%	42	14,33%
Στερεά Ελλάδα	3.007.287	10,40%	11	3,75%
Θεσσαλία	1.133.080	3,90%	12	4,10%
Κρήτη	1.041.503	3,60%	16	5,46%
Δυτική Ελλάδα	755.957	2,60%	9	3,07%
Αν. Μακεδονία & Θράκη	697.781	2,40%	18	6,14%
Πελοπόννησος	679.023	2,30%	12	4,10%
Νότιο Αιγαίο	644.847	2,20%	11	3,75%
Δυτική Μακεδονία	466.285	1,60%	7	2,39%
Ιόνια Νησιά	410.232	1,40%	6	2,05%
Ηπειρος	350.343	1,20%	20	6,83%
Βόρειο Αιγαίο	266.476	0,90%	6	2,05%
Συνολικός όγκος (εκτός εισερχομένων)	28.923.000	100,00%	293	100,00

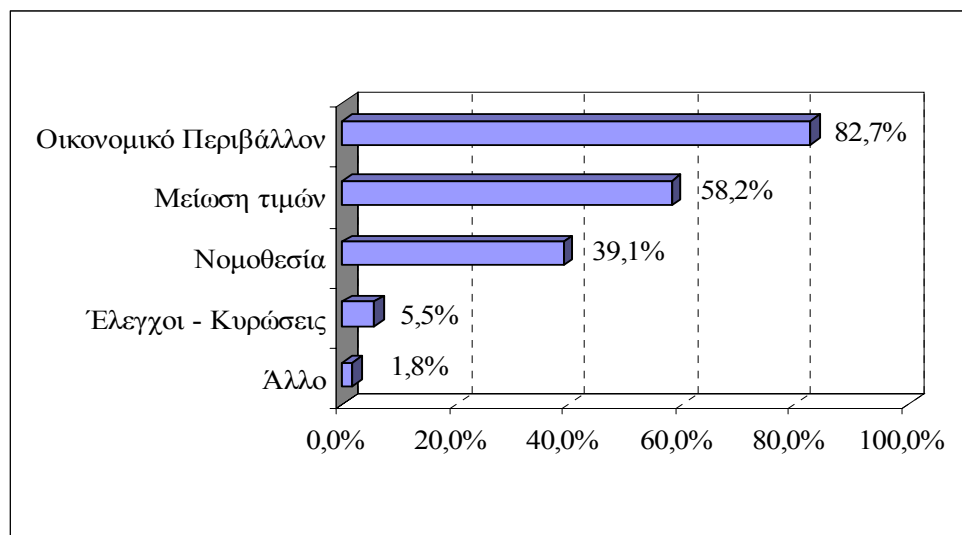
Ειδικότερα, στην Αττική συγκεντρώνεται το 42% των επιχειρήσεων που δραστηριοποιείται στις ταχυμεταφορές και παράγεται το 56% του πλήθους των αντικειμένων που διακινούνται προς το εσωτερικό και το εξωτερικό. Ωστόσο, υπάρχουν και περιφέρειες όπου το πλήθος των επιχειρήσεων που εδρεύει σε αυτές δεν συμβαδίζει με το μέγεθος της παραγωγής διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων, αν συγκριθούν μάλιστα με την εικόνα που παρουσιάζεται σε άλλες περιφέρειες της Ελλάδας. Συγκεκριμένα, στις Περιφέρειες της Ηπείρου και της Αν. Μακεδονίας & Θράκης δραστηριοποιείται το 6,8% και 6,1% των επιχειρήσεων, ενώ διακινείται μόλις το 1,2% και 2,4% του πλήθους των ταχυδρομικών αντικειμένων αντίστοιχα.

4.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών.

Από την πλευρά των επιχειρήσεων ταχυμεταφοράς οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά των συγκεκριμένων υπηρεσιών είναι σε μεγαλύτερο ποσοστό το γενικότερο οικονομικό περιβάλλον, αφού επιλέχθηκε από το 83% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, ενώ έπεται η μείωση των τιμών καθώς και η Νομοθεσία και οι ρυθμιστικοί κανόνες που απορρέουν από αυτήν, όπως επιλέχθηκαν από το 58% και 39% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο (Διάγραμμα 4.2).

Διάγραμμα 4.2

Κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών.



4.3 Τιμές

Το 85,3% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο του 2003 πραγματοποίησαν μείωση στις τιμές ορισμένων υπηρεσιών ταχυμεταφορών σε σχέση με το προηγούμενο έτος, ενώ 65,7% των επιχειρήσεων πραγματοποίησε κάποια αύξηση στις τιμές ορισμένων από τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους. Επίσης, ένα ποσοστό 11,8% δήλωσε ότι οι τιμές των υπηρεσιών ταχυμεταφορών που παρέχουν παρέμειναν αμετάβλητες κατά την διάρκεια του 2003.

Πίνακας 4.5
Ποσοστιαία κατανομή των υπηρεσιών ταχυμεταφορών που παρουσίασαν την μεγαλύτερη μείωση ή αύξηση τιμών κατά το 2003

Ταχυδρομικές υπηρεσίες	Μείωση τιμών	Αύξηση τιμών
Ταχυμεταφορές εγγράφων	61,0%	35,8%
Ταχυμεταφορές δεμάτων	31%	52,2%
Διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη	3,4%	3%
Προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων	2,3%	6%
Ανταλλαγή εγγράφων	2,3%	3%

Ειδικότερα, η μεγαλύτερη μείωση τιμών παρατηρήθηκε στην κατηγορία των ταχυμεταφορών εγγράφων, όπως επιλέχθηκε από το 61% των επιχειρήσεων, ενώ η μεγαλύτερη αύξηση τιμών παρατηρήθηκε στην κατηγορία των ταχυμεταφορών δεμάτων, σύμφωνα με το 52,2% των επιχειρήσεων. Αντίθετα, πολύ μικρό ήταν το ποσοστό των επιχειρήσεων που απάντησε ότι πραγματοποίησε την μεγαλύτερη μείωση ή αύξηση τιμών στις υπηρεσίες που αφορούν τα διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη, την προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων και την ανταλλαγή εγγράφων. (Πίνακας 4.5)

Επισημαίνεται ότι οι παράγοντες που θεωρούνται ως εξαιρετικά σημαντικοί στην διαμόρφωση των τιμών των ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι ο χρόνος επίδοσης του ταχυδρομικού αντικειμένου, όπως επιλέγεται από το 66% των επιχειρήσεων, καθώς και το βάρος του ταχυδρομικού αντικειμένου και ο τόπος προορισμού του, σύμφωνα με το 58% και 36% αντίστοιχα των απαντήσεων των εκπροσώπων του κλάδου (Πίνακας 4.6).

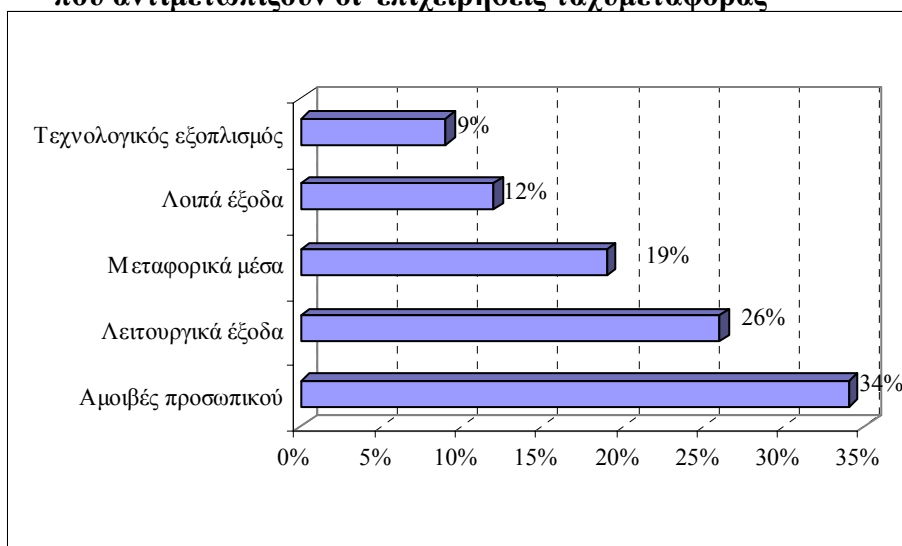
Πίνακας 4.6
Κυριότεροι παράγοντες διαμόρφωσης της τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών.

	Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Βάρος ταχυδρομικού αντικειμένου	2%	8%	18%	14%	58%
Χρόνος επίδοσης	1%	6%	8%	19%	66%
Τόπος προορισμού	3%	7%	17%	37%	36%

4.4 Κόστος

Η ανάλυση της κατανομής των διαφόρων κατηγοριών κόστους (Διάγραμμα 4.3) που ανακύπτουν από την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών αναδεικνύει τις αμοιβές προσωπικού ως τον πλέον σπουδαίο παράγοντα (34%), ενώ ακολουθούν τα λειτουργικά έξοδα (26%), τα μεταφορικά μέσα (19%), τα λοιπά έξοδα (12%), τα οποία κατά κύριο λόγο αφορούν τις προμήθειες που παρέχουν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών σε άλλες, συνεργαζόμενες με αυτές, επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, και τέλος οι δαπάνες για τεχνολογικό εξοπλισμό (9%).

Διάγραμμα 4.3
Ποσοστιαία κατανομή των διαφόρων κατηγοριών κόστους που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφοράς



4.5 Ανθρώπινο δυναμικό

Αυξητική συνεχίζει να είναι η διαχρονική εξέλιξη του συνολικού μεγέθους της απασχόλησης στον κλάδο των ταχυμεταφορών από το 2000 και μετά. Ειδικότερα, κατά το 2003 οι αδειοδοτημένες επιχειρήσεις, μαζί με το Δίκτυό τους, εκτιμάται ότι απασχόλησαν 7.294 εργαζομένους έναντι 6.018 το 2002 (Πίνακας 4.7). Ταυτόχρονα, διαχρονικά διαφορετική εμφανίζεται να είναι η κατανομή της απασχόλησης στον κλάδο σε πλήρους και μερικής απασχόλησης αφού οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, κατά το 2003, απασχόλησαν αναλογικά περισσότερους εργαζομένους μερικής απασχόλησης (18,9% επί του συνόλου) έναντι των προηγούμενων ετών (8 έως 9% επί του συνόλου), γεγονός που, κυρίως, οφείλεται στη δήλωση για τα στοιχεία του

δικτύου μίας εταιρείας με 850 απασχολούμενους μερικής απασχόλησης. (Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ Α.Ε), έναντι μηδενικής δήλωσης αυτού το 2002.

Πίνακας 4.7
Συνολική απασχόληση στον κλάδο των ταχυμεταφορών

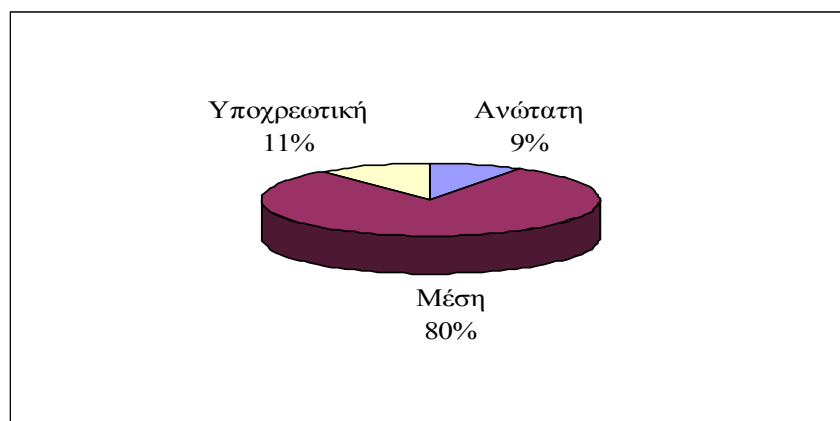
Είδος απασχόλησης	2000	2001	2002	2003
Πλήρης απασχόληση	3.877	4.805	5.528	5.917
Μερική απασχόληση	373	490	490	1.377
Σύνολο	4.250	5.295	6.018	7.294
Ετήσιοι (%) ρυθμοί μεταβολής				
Είδος απασχόλησης		2001/00	2002/01	2003/02
Πλήρης απασχόληση		23,9%	15%	7%
Μερική απασχόληση		31,4%	0%	181%
Σύνολο		24,6%	13,7%	21,2%

Γενικά, η απασχόληση στον κλάδο δεν χαρακτηρίζεται από συγκεκριμένες δεξιότητες γεγονός που εξηγεί και το υψηλό ποσοστό μερικώς απασχολούμενων αλλά και το γεγονός ότι στην συντριπτική τους πλειοψηφία (91,1%) οι απασχολούμενοι στον κλάδο είναι απόφοιτοι μέσης (80,4%) ή υποχρεωτικής (10,7%) εκπαίδευσης (Πίνακας 4.8, Διάγραμμα 4.4).

Πίνακας 4.8
Κατανομή απασχόλησης στο κλάδο των ταχυμεταφορών ανά εκπαιδευτικό επίπεδο

	Επιχείρηση	%	Δίκτυο	%
Ανώτατη	503	12,9%	148	4,4%
Μέση	3.049	78,2%	2.815	82,9%
Υποχρεωτική	345	8,9%	434	12,8%
Σύνολο	3.897	100%	3.397	100%

Διάγραμμα 4.4
Κατανομή απασχόλησης στο κλάδο των ταχυμεταφορών ανά εκπαιδευτικό επίπεδο (Επιχείρησης & Δικτύου)

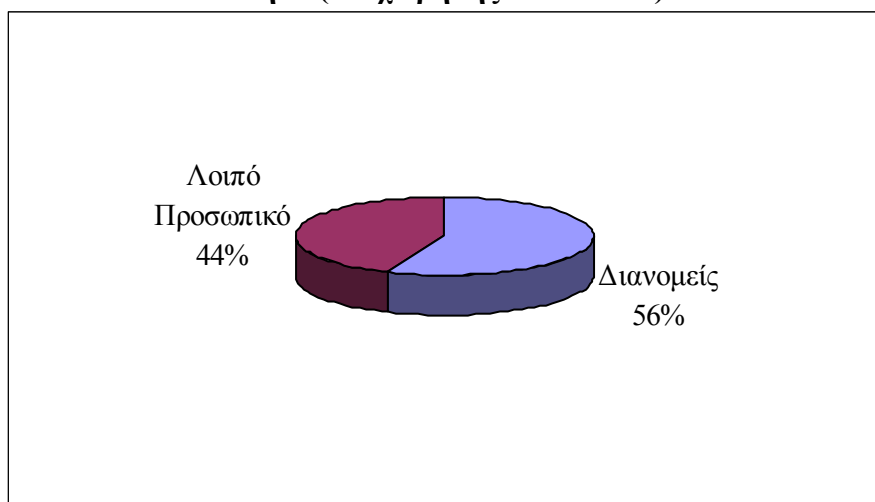


Επίσης, διαπιστώνεται ότι το 56% του ανθρώπινου δυναμικού των επιχειρήσεων και του Δικτύου τους, με πλήρη και μερική απασχόληση, αποτελείται από διανομείς ενώ το υπόλοιπο 44% αποτελείται από άλλες κατηγορίες προσωπικού (Πίνακας 4.9, Διάγραμμα 4.5).

Πίνακας 4.9
Κατανομή απασχόλησης στο κλάδο των ταχυμεταφορών ανά ειδικότητα

	Επιχείρηση	%	Δίκτυο	%
Διανομείς	2.104	54,0%	1.964,0	57,8%
Λοιπό προσωπικό	1.793	46,0%	1.433,0	42,2%
Σύνολο	3.897	100%	3.397,0	100%

Διάγραμμα 4.5
Κατανομή απασχόλησης στο κλάδο των ταχυμεταφορών ανά ειδικότητα (Επιχείρησης & Δικτύου)



Τονίζεται ότι το 64% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο υποστηρίζουν ότι αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εύρεση ανθρώπινου δυναμικού. Ειδικότερα, οι ειδικότητες στις οποίες παρουσιάζονται οι μεγαλύτερες δυσκολίες είναι τα στελέχη παραγωγής και διοίκησης, οι διανομείς, οι οδηγοί με ιδιότητα δίκυκλα, οι υπάλληλοι καταχώρησης δεδομένων και οι υπάλληλοι για διεκπεραίωση εξωτερικών εργασιών.

Τέλος, οι περισσότερες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών απάντησαν ότι προσφέρουν στο προσωπικό τους προγράμματα επιμόρφωσης προκειμένου να παρέχουν όσο τον δυνατό καλύτερες υπηρεσίες. Η σημαντικότερη κατηγορία εκπαιδευτικών

προγραμμάτων, όπως επιλέγεται από το 61% των επιχειρήσεων, αφορά την εξυπηρέτηση των πελατών, ενώ ιδιαίτερα σημαντική είναι και η επιμόρφωση του ανθρωπίνου δυναμικού σε θέματα σχετικά με τη χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών και την εκμάθηση λογισμικών προγραμμάτων, που επιλέγεται από το 57% των επιχειρήσεων που απάντησαν. Τέλος, 30% των επιχειρήσεων προσφέρει στο προσωπικό του προγράμματα που αφορούν θέματα τεχνικής εκπαίδευσης, ενώ 4% απαντά ότι προσφέρει κάποιου άλλου είδους επιμόρφωση.

4.6 Υποδομή

4.6.1 Κτιριακή υποδομή

Το πλήθος των καταστημάτων ταχυμεταφορών, των κέντρων διαλογής και των αποθηκευτικών χώρων των ταχυδρομικών επιχειρήσεων και του Δικτύου τους αυξάνει συνεχώς κατά την περίοδο 2000-2003, αναδεικνύοντας αυξημένες επενδύσεις των επιχειρήσεων (Πίνακας 4.10). Κατά το 2003, ωστόσο, η αύξηση που παρατηρείται είναι μάλλον υπερβολική. Η μεγάλη αύξηση του συνολικού αριθμού των κτιρίων οφείλεται αποκλειστικά, σχεδόν, στην μεγάλη αύξηση του αριθμού των κτιρίων του δικτύου των επιχειρήσεων από 498 το 2002 σε 1.302 το 2003.

Πίνακας 4.10
Πλήθος καταστημάτων ταχυμεταφορών - κέντρων διαλογής-αποθηκευτικών χώρων

	2000	2001	2002	2003
Ταχυδρομικής επιχείρησης	194	257	437	469
Δικτύου	372	488	498	1.302
Σύνολο	566	745	935	1.771

Η μοναδική εξήγηση που υπάρχει για αυτήν την αύξηση είναι ότι αυτή οφείλεται στη δήλωση της κτιριακής υποδομής του δικτύου μίας και μόνο εταιρείας (Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ Α.Ε) με 769 κτίρια, εκ των οποίων τα 750 είναι καταστήματα ταχυμεταφορών μόνο, έναντι μηδενικής δήλωσης αυτής το 2002.

Σχετικά με την επιφάνεια, εκφρασμένη σε τετραγωνικά μέτρα, που αντιστοιχεί στα ανωτέρω καταστήματα (Πίνακας 4.11) διαπιστώνεται επίσης διαχρονική αύξηση κατά την περίοδο 2000-2003, χωρίς ωστόσο να σημειώνεται αυτή η δυσανάλογη αύξηση κατά το 2003 έναντι του 2002, η οποία διαπιστώθηκε στον αριθμό των κτιρίων.

Πίνακας 4.11
Επιφάνεια των καταστημάτων ταχυμεταφορών - κέντρων διαλογής- αποθηκευτικών χώρων (σε τετραγωνικά μέτρα)

	2000	2001	2002	2003
Ταχυδρομικής επιχείρησης	35.491	43.737	58.806	61.250
Δικτύου	22.236	30.779	30.581	40.420
Σύνολο	57.727	74.516	89.387	101.670

Μοναδική εξήγηση είναι ότι η εταιρεία Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ Α.Ε δήλωσε για τα 750 καταστήματα ταχυμεταφορών του δικτύου της, το εμβαδό των 1.500 τ.μ. Τα παραπάνω στοιχεία υποδηλώνουν ότι η μέση επιφάνεια των κτιρίων δικτύου της συγκεκριμένης επιχείρησης είναι πολύ μικρότερη από την αντίστοιχη μέση επιφάνεια (70,5 τ.μ) των λοιπών ταχυδρομικών επιχειρήσεων, και για το λόγο αυτό δεν αυξάνεται η επιφάνεια των κτιρίων ανάλογα με την αύξηση του αριθμού των.

Πίνακας 4.12
Μέση επιφάνεια των καταστημάτων ταχυμεταφορών - κέντρων διαλογής- αποθηκευτικών χώρων (σε τετραγωνικά μέτρα)

	2000	2001	2002	2003
Ταχυδρομικής επιχείρησης	182,94	170,18	134,57	130,60
Δικτύου	59,77	63,07	61,41	31,04
Σύνολο	101,99	100,02	95,60	57,41

Γενικά, η τάση που ακολουθούν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, όπως διαφαίνεται από την διαχρονική ανάλυση των ανωτέρω στοιχείων είναι να διευρύνουν την παρουσία τους, μέσω αύξησης του αριθμού των σημείων εξυπηρέτησης των πελατών τους, μειώνοντας ταυτόχρονα τη μέση έκταση κάθε κτιρίου, γεγονός που υποδεικνύει αποδοτικότερη διαχείριση του προϊόντος των επιχειρήσεων.

4.6.2 Μεταφορικά μέσα

Τα μεταφορικά μέσα που διαθέτουν οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις μαζί με το Δίκτυο τους και τα οποία αποτελούνται από αυτοκίνητα παραγωγής, δίκυκλα και λοιπά οχήματα, αυξάνονται ως σύνολο σε όλη την περίοδο 2000 – 2003 (Πίνακας 4.13).

Μεγάλη αύξηση παρατηρείται στον αριθμό των δικύκλων από το 2002 στο 2003 48,9% και στα λοιπά οχήματα 117,2% γεγονός που και πάλι οφείλεται, κυρίως, στην ενσωμάτωση των μεταφορικών μέσων του δικτύου μιας εταιρείας (Ταχυμεταφορές ΕΛ.ΤΑ). Γενικά μπορεί να υποστηριχθεί ότι οι επιχειρήσεις, όπως και στην περίπτωση της κτιριακής υποδομής, προχωρούν και σε επενδύσεις μεταφορικού εξοπλισμού και ανανέωσης του στόλου τους.

Πίνακας 4.13
Μεταφορικά μέσα επιχειρήσεων ταχυμεταφορών και Δικτύου

	2000	2001	2002	2003
Αυτοκίνητα παραγωγής	1.048	1.273	1.644	1.875
Δίκυκλα	2.217	2.800	2.728	4.062
Λοιπά οχήματα	104	113	116	252
Σύνολο	3.369	4.186	4.488	6.189

Τέλος, και σε σχέση με την κατανομή των μεταφορικών μέσων των επιχειρήσεων διαπιστώνεται ότι το 65,6% των μεταφορικών μέσων αποτελείται από δίκυκλα, το 30% από αυτοκίνητα παραγωγής, ενώ ένα πολύ μικρό ποσοστό (μόλις 4%) αφορά λοιπά οχήματα.

4.6.3 Τεχνολογική υποδομή

Όσον αφορά την τεχνολογική υποδομή των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, πέρα από τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τις συσκευές τηλεμοιτυπίας (FAX) και τα φωτοτυπικά μηχανήματα, αρκετές επιχειρήσεις διαθέτουν και πιο προηγμένες τεχνολογίες. Ως γνωστόν, οι επιχειρήσεις είναι υποχρεωμένες να διαθέτουν, σύμφωνα με τον Κανονισμό Γενικών Αδειών, σύστημα παρακολούθησης και εντοπισμού των ταχυδρομικών αντικειμένων (Ε.Σ.Π.Ε.Τ.Α).

Σύμφωνα με το Ν.2668/98, βασικό στοιχείο της παροχής στοιχείων ταχυμεταφορών αλλά και ειδοποιός διαφορά των επιχειρήσεων που παρέχουν λοιπές ταχυδρομικές υπηρεσίες σε σχέση με τον Φορέα Παροχής της Καθολικής Υπηρεσίας (ΕΛ.ΤΑ.), αποτελεί η ταχύτητα της διαβίβασης και η ύπαρξη ειδικού συστήματος

παρακολούθησης και εντοπισμού του ταχυδρομικού αντικειμένου σε όλα τα στάδια της διακίνησης του από τον αποστολέα έως τον παραλήπτη.

Η δυνατότητα παρακολούθησης του αντικείμενου σε όλα τα στάδια, ο χρόνος εντός του οποίου η επιχείρηση είναι σε θέση να εντοπίσει το αντικείμενο εφόσον χρειαστεί, αλλά κυρίως ο τρόπος και τα μέσα που χρησιμοποιούνται για το σκοπό αυτό, αποτελεί καθοριστικό στοιχείο του επιπέδου οργάνωσης της επιχείρησης και της ποιότητας που αυτή παρέχει κατά τη διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων με σκοπό την εξυπηρέτηση των χρηστών. Πέραν τούτου, το σύστημα παρακολούθησης και εντοπισμού, δημιουργεί προστιθέμενη αξία στην προσφερόμενη υπηρεσία, σε σχέση με την Καθολική Υπηρεσία. Ως εκ τούτου κρίνεται απαραίτητος ο καθορισμός των χαρακτηριστικών του ειδικού συστήματος παρακολούθησης και εντοπισμού.

Το ανωτέρω σύστημα θα συμβάλλει σημαντικά στη βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών και παράλληλα, θα επιλύσει πολλά προβλήματα που δημιουργούνται με τη δημιουργία των Δικτύων ταχυδρομικών επιχειρήσεων, όπως αυτά έχουν προσδιοριστεί από την Ε.Ε.Τ.Τ.

Το 43% των επιχειρήσεων ταχυμεταφοράς απαντά ότι διαθέτει κάποιο πληροφοριακό σύστημα εκτός του ΕΣΠΕΤΑ, ενώ σαρωτές (scanner) που χρησιμοποιούν οι διανομείς και αυτοματοποιημένα συστήματα διαλογής επιλέγονται από το 15% και 10% αντίστοιχα των επιχειρήσεων. Τέλος, ένα ποσοστό 14% χρησιμοποιεί και κάποιο άλλο είδος τεχνολογικής υποδομής διαφορετικό από τα παραπάνω, όπως για παράδειγμα ολοκληρωμένο μηχανογραφικό σύστημα (on-line) για στοιχεία παράδοσης, ολοκληρωμένο σύστημα ERP, σύστημα οπτικής ανάγνωσης (imaging).

Είναι αναμφισβήτητο ότι η εξέλιξη της τεχνολογίας δημιουργεί νέες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, αφού μέσω αυτής επιτρέπεται ο εκσυγχρονισμός τους αλλά και η επέκταση των παρεχομένων υπηρεσιών και κατά συνέπεια επιτυγχάνεται η επιχειρησιακή τους ανάπτυξη. Οι τεχνολογικές εξελίξεις, όμως, πέρα από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες επηρεάζουν και την δομή και λειτουργία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην αγορά ταχυμεταφορών, αφού μέσω των λύσεων που παρέχει η τεχνολογία επιτυγχάνεται η αποδοτική διαχείριση και προώθηση των ταχυδρομικών αντικειμένων. Η εφαρμογή προηγμένης τεχνολογίας,

όμως, είναι δυνατή για επιχειρήσεις με σημαντικό αριθμό διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων, και επίσης μπορεί να οδηγήσει σε επιπλέον αύξηση της συγκέντρωσης της αγοράς σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο παρουσιάζεται ο βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς ταχυμεταφορών, εξετάζοντας τα μερίδια αγοράς που καταλαμβάνουν οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Άλλα θέματα που αναλύονται αφορούν τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών και των πελατών στην αγορά ταχυμεταφορών, η ύπαρξη ή όχι κινδύνου από νέες εισόδους στην αγορά, καθώς και η απειλή ή μη που υπάρχει από υποκατάστατα προϊόντα και υπηρεσίες. Τέλος, αναφέρονται οι κυριότερες στρατηγικές των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών.

5.1 Βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς

Η αγορά ταχυμεταφορών χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης αφού κατά το 2003 οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις, σε όρους ποσότητας, διακίνησαν το 77,4% του συνολικού αριθμού των αντικειμένων της αγοράς και κατέχουν το 70,8% των συνολικών εσόδων. Εξετάζοντας για το ίδιο έτος τον βαθμό συγκέντρωσης των 9 μεγαλύτερων επιχειρήσεων, διαπιστώνονται αυξημένα μερίδια, 86,8% και 88,7% αντίστοιχα. Επίσης, συγκρίνοντας την διακίνηση των κυριότερων επιχειρήσεων το 2003 σε σχέση με το 2002 διαπιστώνεται ότι τα μερίδια αγοράς των 5 και των 9 μεγαλύτερων επιχειρήσεων έχουν αυξηθεί κατά 4% και 2% αντίστοιχα (Πίνακας 5.1). Τέλος, αξίζει να επισημανθεί ξανά ότι μια μόνο επιχείρηση συγκεντρώνει πάνω από το 40% της αγοράς.

Πίνακας 5.1
Μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων
της αγοράς ταχυμεταφορών (σε όρους ποσότητας)

	2002	2003
Οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις	73,6%	77,4%
Οι 9 μεγαλύτερες επιχειρήσεις	84,8%	86,8%

5.2 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Η έννοια των προμηθευτών στην αγορά ταχυμεταφορών περιλαμβάνει:

- τις επιχειρήσεις που προμηθεύουν τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών με τα διάφορα μεταφορικά μέσα (φορτηγά, μοτοσικλέτες, κ.λ.π) που οι τελευταίες χρησιμοποιούν για την επιτέλεση του έργου τους (συλλογή και μεταφορά επιστολών, δεμάτων, κ.λ.π),
- τις επιχειρήσεις εμπορίας καυσίμων,
- τις επιχειρήσεις πληροφοριακών συστημάτων (hardware και software),
- τις επιχειρήσεις εμπορίας χάρτου, το οποίο χρησιμοποιείται για τα τιμολόγια, τις αποδείξεις και γενικότερα τα συνοδευτικά δελτία ταχυμεταφοράς (vouchers),

- τις επιχειρήσεις προμήθειας των στολών των οδηγών και των υπαλλήλων υποδοχής.

Μία ευρύτερη έννοια των προμηθευτών θα περιελάμβανε και την Ε.Ε.Τ.Τ. αφού αποτελεί την Αρχή που διατηρεί το αποκλειστικό δικαίωμα αδειοδότησης μίας επιχείρησης που θέλει να δραστηριοποιηθεί στην εν λόγω αγορά. Στην παρούσα ανάλυση, όμως, θα επικεντρωθούμε στην διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών, όπως αυτοί ορίστηκαν παραπάνω.

Σύμφωνα με τα προηγούμενα, λοιπόν, διαπιστώνεται ότι, εφόσον καμία από τις αγορές της ομάδας προμηθευτών των επιχειρήσεων ταχυμεταφοράς δεν παρουσιάζει ιδιαίτερο συγκεντρωτισμό, η δύναμη των προμηθευτών είναι πολύ μικρή και δεν επηρεάζει το ανταγωνιστικό πλαίσιο στο οποίο κινούνται οι επιχειρήσεις. Γενικά, δεν υπάρχει ιδιαίτερο κόστος αλλαγής από τον ένα προμηθευτή στον άλλον αφού τα προϊόντα τους απαντώνται ευρέως στην αγορά και δεν είναι εξειδικευμένα, ενώ επιπλέον συμμετέχουν με μικρά ποσοστά στη διαμόρφωση του συνολικού κόστους.

Η μόνη ομάδα προμηθευτών που εμφανίζει σχετικά υψηλότερη δύναμη από τις άλλες είναι αυτή των επιχειρήσεων εμπορίας καυσίμων. Αξίζει να σημειωθεί, όμως, ότι τα έξοδα των μεταφορών, που αποτελούν σημαντικό κόστος για τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, θα μπορούσαν να μειωθούν σε περίπτωση συνεργασίας με σταθερούς προμηθευτές.

Συμπερασματικά, διαπιστώνεται ότι η δύναμη των προμηθευτών του κλάδου των ταχυμεταφορών είναι πολύ μικρή ενώ και στο μέλλον αναμένεται να διατηρηθεί η ίδια κατάσταση.

5.3 Διαπραγματευτική δύναμη πελατών

Η έννοια των πελατών στην αγορά των ταχυμεταφορών περιλαμβάνει δύο βασικές κατηγορίες: α) τα φυσικά πρόσωπα (ιδιώτες) και β) επιχειρήσεις, Οργανισμούς και λοιπά νομικά πρόσωπα (εταιρικοί πελάτες).

Γενικά, η μη συγκέντρωση των πελατών, είτε πρόκειται για ιδιώτες είτε πρόκειται για νομικά πρόσωπα, μειώνει την δύναμη που ενδεχόμενα έχουν οι πελάτες του κλάδου. Από την άλλη πλευρά, ο μεγάλος αριθμός των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών και η ευρεία γνώση των τιμολογίων τους ενδυναμώνει την δύναμη των πελατών της αγοράς αφού οι τελευταίοι ενδέχεται να χρησιμοποιούν αυτή την γνώση για να επιτύχουν καλύτερες τιμές. Το κόστος αλλαγής, όταν υπάρχει η δυνατότητα για αυτήν, είναι χαμηλό για τους πελάτες, αφού μπορούν να επιλέξουν ανάμεσα σε πληθώρα εταιρειών με παρεμφερείς υπηρεσίες και τιμές.

Δεν θα πρέπει να αγνοήσουμε το γεγονός, όμως, ότι ο μεγαλύτερος αριθμός των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών δεν είναι παρών σε όλο τον ελλαδικό χώρο. Κατά συνέπεια, σε εκείνες τις γεωγραφικές περιοχές στις οποίες μόνο λίγες επιχειρήσεις έχουν παρουσία η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών μειώνεται σε σημαντικό βαθμό. Η τάση επέκτασης του δικτύου των επιχειρήσεων, όμως, αναμένεται να αμβλύνει αυτό το χαρακτηριστικό.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών είναι σχετικά υψηλή, ιδιαίτερα για τους εταιρικούς πελάτες, οι οποίοι μπορούν να πετυχαίνουν σημαντικές εκπτώσεις στην αγορά των υπηρεσιών ταχυμεταφορών, και αναμένεται να αυξηθεί στο μέλλον.

5.4 Κίνδυνος από νέες εισόδους στην αγορά

Η αγορά ταχυμεταφορών είναι πλήρως απελευθερωμένη, οπότε από την άποψη του θεσμικού πλαισίου δεν υπάρχουν ουσιαστικά εμπόδια εισόδου σε αυτή.

Όπως σε κάθε οικονομική δραστηριότητα στις μεγάλες επιχειρήσεις λειτουργούν οι οικονομίες κλίμακας, οι οποίες είναι δύσκολο να επιτευχθούν από μικρότερου μεγέθους επιχειρήσεις. Η αρχική επένδυση για να δραστηριοποιηθεί μία επιχείρηση ταχυμεταφορών στην Ελλάδα είναι σχετικά υψηλή λόγω των σημαντικών επενδύσεων που απαιτούνται σε υποδομές (κτιριακές, μεταφορικών μέσων, τεχνολογίας) ενώ και η δημιουργία δικτύου αντιπροσώπων ή υποκαταστημάτων στην Ελλάδα από την αρχή είναι εξαιρετικά δύσκολη και κοστοβόρα.

Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι ότι μόνο μεγάλες επιχειρήσεις έχουν, και θα έχουν στο μέλλον, την δυνατότητα να εισέλθουν στην ελληνική αγορά ταχυμεταφορών. Αξίζει να τονιστεί ότι σημαντικό ρόλο στην επιλογή μίας επιχείρησης να εισέλθει στον κλάδο ταχυμεταφορών μπορεί να παίξει η ύπαρξη ανεπτυγμένου δικτύου στον ελλαδικό χώρο για άλλη οικονομική δραστηριότητα.

5.5 Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα

Το βασικό υποκατάστατο των ταχυμεταφορών είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) και η τηλεομοιοτυπία (fax). Τα μέσα αυτά αναμένεται να τύχουν αυξημένης χρήσης από το καταναλωτικό κοινό αλλά και από τις επιχειρήσεις, γεγονός που πιθανόν να έχει αρνητική επίδραση στην αγορά των ταχυδρομικών υπηρεσιών σε μεσο-μακροπρόθεσμη βάση. Οι διάλογοι αυτοί δεν μπορούν να μεταβιβάσουν πρωτότυπα ή εμπιστευτικά έγγραφα με αποτέλεσμα να θεωρείται ότι θα επιδράσουν οριακά αρνητικά στην αγορά ταχυδρομικών υπηρεσιών στο άμεσο μέλλον, και επομένως η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα να μην είναι μεγάλη για την αγορά ταχυμεταφορών.

Μακροπρόθεσμα, όμως, θα πρέπει να περιμένουμε μεγαλύτερες αρνητικές επιδράσεις στην αγορά ταχυμεταφορών από την χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, αφού έννοιες όπως η ηλεκτρονική υπογραφή θα υιοθετηθούν ευρέως στην πράξη. Σημειώνεται ότι ήδη το Ελληνικό Δημόσιο έχει εκδώσει σχετικές εγκυκλίους σε σχέση με την χρήση της ηλεκτρονικής υπογραφής και της τήρησης του ηλεκτρονικού πρωτοκόλλου, ενώ επίσης βρίσκεται σε τελικό στάδιο επεξεργασίας ο νόμος για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες.

5.6 Στρατηγικές επιχειρήσεων

Οι στρατηγικές των μεγάλων επιχειρήσεων επικεντρώνονται στην παροχή εξειδικευμένων ταχυδρομικών υπηρεσιών, καθώς και στις επενδύσεις για εκσυγχρονισμό της τεχνολογικής τους υποδομής, για επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού αλλά και για επέκταση του δικτύου τους. Συχνά μεταξύ των μεγάλων επιχειρήσεων παρατηρούνται συνεργασίες, προκειμένου να αυξήσουν το μερίδιό τους

στην αγορά και να αντιμετωπίσουν τον ισχυρό ανταγωνισμό που επικρατεί. Επίσης, πολυεθνικές εταιρείες που δεν επιλέγουν την ανάπτυξη αυτόνομου δικτύου στην εγχώρια αγορά. συνεργάζονται με μικρότερες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών που λειτουργούν σε τοπικό επίπεδο, προκειμένου να αποκτήσουν σημεία εξυπηρέτησης σε όλη τη χώρα. Αντίστοιχα, επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν δίκτυο για διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στο εξωτερικό συνεργάζονται με πολυεθνικές επιχειρήσεις ταχυμεταφορών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Τέλος, οι μεσαίες επιχειρήσεις του κλάδου συνεργάζονται με τοπικές επιχειρήσεις προκειμένου να επεκτείνουν το δίκτυό τους και να πετύχουν οικονομίες κλίμακας, με απώτερο σκοπό την οικονομική τους ανάπτυξη και τη διασφάλιση της παρουσίας τους στην αγορά ταχυμεταφορών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται τα προβλήματα που διαπιστώνονται στην αγορά ταχυμεταφορών, όπως αυτά προκύπτουν από την εξέταση των συλλεγέντων στοιχείων του ερωτηματολογίου και τις εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς ταχυμεταφορών, ενώ ταυτόχρονα εξετάζονται οι προοπτικές εξέλιξης της εν λόγω αγοράς.

6.1 Προβλήματα αγοράς ταχυμεταφορών

Από την συλλογή των ερωτηματολογίων και την επεξεργασία τους προέκυψε ότι οι επιχειρήσεις είχαν αδυναμία να συμπληρώσουν τα στοιχεία του διακινούμενου όγκου και των εσόδων ανά κατηγορία ταχυδρομικής υπηρεσίας, παρόλο που σύμφωνα με τον Κανονισμό Γενικών Αδειών (ΦΕΚ 1682/Β/2003) οι επιχειρήσεις υποχρεούνται να αποτυπώνουν τα έσοδά τους στα λογιστικά τους βιβλία έτσι ώστε να διακρίνονται εμφανώς τα έσοδα από εκάστη ταχυδρομική υπηρεσία. Οι υπηρεσίες αυτές, σύμφωνα με τον ίδιο Κανονισμό, είναι οι ταχυμεταφορές, η διακίνηση διαφημιστικών αντικειμένων χωρίς διεύθυνση, η προετοιμασία των ταχυδρομικών αντικειμένων και η ανταλλαγή εγγράφων.

Επίσης, από την επεξεργασία των στοιχείων προκύπτει ότι οι περισσότερες επιχειρήσεις είχαν αδυναμία να απαντήσουν σε ερωτήσεις που αφορούσαν την διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων σε πελάτες με ή χωρίς σύμβαση, τις αιτήσεις αποζημιώσεων, καθώς και τους τρόπους επίλυσης διαφορών τυχόν προβλημάτων.

Εξετάζοντας τις απόψεις των εκπροσώπων της αγοράς, ένα πρόβλημα που επισημαίνεται από τις μεγαλύτερες, κυρίως, επιχειρήσεις είναι ότι τα τελευταία χρόνια έχει επικρατήσει μια πίεση στις τιμές των παρεχομένων υπηρεσιών. Η πίεση αυτή, κατά την άποψή τους, θεωρείται υπερβολική και μπορεί να επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις στην αγορά αφού οδηγεί τις επιχειρήσεις σε μη κερδοφόρες επιχειρηματικές δραστηριότητες, μη επιτρέποντας σε αυτές σχέδια ανάπτυξης και βελτίωσης των παρεχομένων υπηρεσιών.

Ένα άλλο πρόβλημα που παρατηρείται στην αγορά είναι η παρουσία αρκετών τοπικών επιχειρήσεων οικογενειακού τύπου, που δεν διαθέτουν άδεια παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και ταυτόχρονα δεν διαθέτουν τις κατάλληλες υποδομές για την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών. Είναι δε πιθανόν, όπως σημειώνουν εκπρόσωποι της αγοράς, οι επιχειρήσεις αυτές να εντατικοποιήσουν την δραστηριότητά τους κατά την διάρκεια των Ολυμπιακών Αγώνων με πιθανή δυσφήμιση του κλάδου στους επισκέπτες των Αγώνων.

Η Ε.Ε.Τ.Τ., στα πλαίσια ελέγχου και εποπτείας της αγοράς προκειμένου να εξαλείψει το φαινόμενο της παράνομης δραστηριότητας επιχειρήσεων ταχυμεταφορών και να εξασφαλίσει την ομαλή λειτουργία της αγοράς θα εντατικοποιήσει στο άμεσο μέλλον τους ελέγχους στις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών.

Ένα άλλο πρόβλημα που διαπιστώνεται είναι η δραστηριοποίηση, ορισμένες φορές, των Κ.Τ.Ε.Λ., TAXI στον τομέα των ταχυμεταφορών, κυρίως, από πόλη σε πόλη εντός της Ελλάδας αλλά και από χώρα σε χώρα (π.χ Ελλάδα - Αλβανία). Σύμφωνα με εκπροσώπους του κλάδου, συνήθως διακινούνται αντικείμενα και δέματα άνω των 2 κιλών, ενώ εκτιμάται ότι το πιθανό μέγεθος των συναλλαγών αυτών είναι άνω των 3 εκατ. ευρώ ετησίως.

Επιπλέον, ορισμένοι εκπρόσωποι του κλάδου υποστηρίζουν ότι ορισμένες καταστάσεις δυσχεραίνουν το έργο τους. Συγκεκριμένα, εκφράζουν ότι η κακή κατάσταση του οδικού δικτύου, το κυκλοφοριακό, η εφαρμογή του «δακτύλιου», καθώς και το κλείσιμο του ιστορικού κέντρου της Αθήνας, είναι μερικά από τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών στην καθημερινή διεκπεραίωση των αποστολών τους και τα οποία δεν επιτρέπουν την απρόσκοπτη εξυπηρέτηση των πελατών.

Ένα, επίσης, σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν αρκετές επιχειρήσεις ταχυμεταφορών είναι τα αυξημένα κόστη κίνησης (π.χ βενζίνη) και προσέγγισης αεροδρομίου με συνέπεια το αυξημένο κόστος των αποστολών επαρχίας. Πέρα, όμως, από τα αυξημένα κόστη η δραστηριότητα των επιχειρήσεων δυσχεραίνεται, όπως έχει διατυπωθεί και σε προηγούμενο κεφάλαιο, και από την έλλειψη εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού.

Τέλος, ορισμένες επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν αυτόνομα δίκτυα εθνικών και διεθνών μεταφορών εκφράζουν ότι αναγκάζονται είτε να μην καλύψουν πλήρως τις ανάγκες των πελατών, είτε να συνεργαστούν με άλλες επιχειρήσεις που διαθέτουν αυτόνομο δίκτυο. Ωστόσο, επισημαίνουν ότι οι σχέσεις συνεργασίας και επικοινωνίας δεν είναι πάντοτε οι ιδανικές και οι απαιτούμενες.

6.2 Προοπτικές

Όσον αφορά τις εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς για την τάση της ζήτησης των ταχυδρομικών υπηρεσιών την περίοδο 2003-2006, αυτές αποτυπώνονται στον Πίνακα 6.1 που ακολουθεί.

Για την κατηγορία των **ταχυμεταφορών εγγράφων** το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων (63%) υποστηρίζει ότι μέχρι το 2006 θα παρατηρηθεί αύξηση της ζήτησης, ενώ 17% θεωρεί ότι θα παρατηρηθεί μείωση της ζήτησης και 16% ότι η ζήτηση των ταχυμεταφορών εγγράφων θα παραμείνει αμετάβλητη.

Παρόμοια είναι η εικόνα που παρουσιάζεται για τις **ταχυμεταφορές δεμάτων**. Ειδικότερα, το 76% των επιχειρήσεων θεωρεί ότι η ζήτηση της συγκεκριμένης κατηγορίας θα αυξηθεί, ενώ τα ποσοστά των επιχειρήσεων που απαντούν ότι η ζήτηση θα μειωθεί ή θα μείνει αμετάβλητη είναι 20% και 16% αντίστοιχα. Όσον αφορά τα **διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη**, το 50% από τους εκπροσώπους της αγοράς που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο αναμένουν αύξηση της ζήτησης των συγκεκριμένων υπηρεσιών, ενώ σημαντικό είναι και το ποσοστό εκείνων που θεωρεί ότι η ζήτηση αυτής της κατηγορίας θα παρουσιάσει αυξητική τάση μέχρι το 2006. Τέλος, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που απαντούν σχετικά με τις κατηγορίες της προετοιμασίας των ταχυδρομικών αντικειμένων και της ανταλλαγής εγγράφων, υποστηρίζει ότι η ζήτηση αυτών των υπηρεσιών θα παραμείνει σταθερή την περίοδο 2003-2006.

Πίνακας 6.1
Εξέλιξη της ζήτησης των ταχυδρομικών υπηρεσιών για την περίοδο 2003-2006

	Μείωση		Αμετάβλητη Απάντησαν	Αύξηση		Μέση ποσοστιαία μεταβολή
	Απάντησαν	Μ.Ο Μείωσης		Απάντησαν	Μ.Ο Αύξησης	
Ταχυμεταφορές εγγράφων	21%	17%	16%	63%	16%	6,5%
Ταχυμεταφορές δεμάτων	8%	20%	16%	76%	16%	10,6%
Διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη	12%	16%	38%	50%	15%	5,6%
Προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων	13%	34%	53%	35%	16%	1,2%
Ανταλλαγή εγγράφων	8%	13%	55%	38%	14%	4,3%

Λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των απαντήσεων για κάθε μια κατηγορία ταχυδρομικών υπηρεσιών ξεχωριστά, προκύπτει η μέση μεταβολή της ζήτησης της εξεταζόμενης περιόδου και η οποία παρουσιάζεται στην τελευταία στήλη του Πίνακα 6.1. Όπως, λοιπόν, προκύπτει και από τον πίνακα, για όλες τις ταχυδρομικές υπηρεσίες αναμένεται αυξητική τάση της ζήτησης για την περίοδο 2003-2006 και η οποία κυμαίνεται από 1,2% έως 10,6%.

Ειδικότερα, την μεγαλύτερη αύξηση φαίνεται ότι θα παρουσιάσει η ζήτηση για ταχυμεταφορές εγγράφων (10,6%), ενώ ακολουθεί η κατηγορία των ταχυμεταφορών δεμάτων (6,5%) και τα διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη (5,6%). Τέλος, την μικρότερη αύξηση εκτιμάται ότι θα παρουσιάσει η ζήτηση για προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων (1,2%).

Στον Πίνακα 6.2 που ακολουθεί παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο σχετικά με τις γεωγραφικές περιοχές του εσωτερικού που αναμένουν ότι θα παρουσιάσουν την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών για την περίοδο 2003-2006.

Πίνακας 6.2
Γεωγραφικές περιοχές στο εσωτερικό που θα παρουσιάσουν την μεγαλύτερη
αύξηση ζήτησης ταχυδρομικών αντικειμένων την περίοδο 2003-2006
(κατά σειρά προτεραιότητας).

	1	2	3
Ανατ. Μακεδονία & Θράκη	4%	3%	5%
Κεντρική Μακεδονία	9%	52%	15%
Δυτική Μακεδονία	1%	8%	2%
Ηπειρος	0%	1%	3%
Θεσσαλία	0%	0%	10%
Ιόνια Νησιά	1%	0%	2%
Δυτική Ελλάδα	2%	1%	5%
Στερεά Ελλάδα	3%	8%	10%
Αττική	78%	2%	3%
Πελοπόννησος	0%	11%	12%
Βόρειο Αιγαίο	1%	1%	1%
Νότιο Αιγαίο	0%	3%	5%
Κρήτη	0%	10%	25%

Η Αττική, σύμφωνα με τις απαντήσεις, αναμένεται να παρουσιάσει την μεγαλύτερη αύξηση στον διακινούμενο όγκο ταχυδρομικών αντικειμένων την περίοδο 2003-2006, όπως εκτιμά το 78% των επιχειρήσεων που απαντά στο ερωτηματολόγιο. Η περιοχή της Κεντρικής Μακεδονίας είναι η δεύτερη κατά σειρά γεωγραφική περιοχή, σύμφωνα με το 52% των επιχειρήσεων, που θα παρουσιάσει αύξηση της ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών κατά την διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Τέλος, τρίτη σε βαθμό σημαντικότητας έρχεται η Κρήτη, όπως επιλέγεται από το 25% των εκπροσώπων της αγοράς ταχυμεταφορών.

Πίνακας 6.3
Γεωγραφικές περιοχές στο εξωτερικό που θα παρουσιάσουν την μεγαλύτερη
αύξηση ζήτησης ταχυδρομικών αντικειμένων την περίοδο 2003-2006
(κατά σειρά προτεραιότητας).

	1	2	3
Ευρωπαϊκή Ένωση	89%	8%	2%
Λοιπή Ευρώπη	3%	60%	18%
ΗΠΑ - Καναδάς	3%	21%	56%
Λοιπή Αμερική	0%	1%	4%
Ασία	4%	10%	17%
Αφρική	0%	0%	1%
Ωκεανία	0%	0%	1%

Στον πίνακα 6.3 παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο σχετικά με τις γεωγραφικές περιοχές του **εξωτερικού** που αναμένουν ότι θα παρουσιάσουν την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών για την περίοδο 2003-2006.

Όπως φαίνεται από τα στοιχεία του πίνακα 6.3, η Ευρωπαϊκή Ένωση θα παρουσιάσει την μεγαλύτερη αύξηση στον διακινούμενο όγκο ταχυδρομικών αντικειμένων την περίοδο 2003-2006, όπως εκτιμά το 89% των επιχειρήσεων που απαντά στο ερωτηματολόγιο. Η λοιπή Ευρώπη είναι η δεύτερη κατά σειρά γεωγραφική περιοχή, σύμφωνα με το 60% των επιχειρήσεων, που θα παρουσιάσει αύξηση της ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών κατά την διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Τέλος, τρίτη σε βαθμό σημαντικότητας έρχονται οι ΗΠΑ-Καναδάς, όπως επιλέγεται από το 56% των εκπροσώπων της αγοράς ταχυμεταφορών.

Γενικά, οι προοπτικές εξέλιξης της αγοράς ταχυμεταφορών, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς, είναι θετικές. Επίσης, σημειώνεται ότι ορισμένοι παράγοντες θα συντελέσουν σημαντικό ρόλο στην περαιτέρω ανάπτυξη της.

Συγκεκριμένα, η αύξηση των επενδύσεων σε τεχνολογικό εξοπλισμό και σε ανθρώπινο δυναμικό θα συντελέσει στην παροχή περισσότερο ποιοτικών υπηρεσιών και στην κάλυψη της αυξημένης ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών που θα δημιουργηθεί στο μέλλον. Είναι γεγονός, ότι οι επενδύσεις για επιμόρφωση προσωπικού και αυτοματοποιημένα συστήματα αυτόματης διαλογής, καθώς και οι επενδύσεις για μηχανογραφική υποστήριξη της ηλεκτρονικής παραγγελιοληψίας και για άμεση ενημέρωση των πελατών για τη θέση της αποστολής (track and trace system) θα παίξουν σημαντικό ρόλο στην αναβάθμιση του κλάδου.

Επίσης, η αύξηση της ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών από τον Δημόσιο Τομέα μπορεί να δημιουργήσει σημαντική προϋπόθεση ανάπτυξης του κλάδου, καθώς ο συγκεκριμένος τομέας λόγω μεγέθους θα έχει αυξημένες ανάγκες για υπηρεσίες ταχυμεταφορών και επομένως μπορεί να αποτελέσει σημαντικό πελάτη των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών. Επιπλέον, η ανάπτυξη του αγροτικού τομέα και της βιομηχανίας θα δώσει σημαντική ώθηση στην αγορά, ιδιαίτερα στις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών που δραστηριοποιούνται στην επαρχία.

Σημαντικό ρόλο, όμως, θα διαδραματίσει και η ανάπτυξη των ελληνικών εξαγωγών που θα δώσει ώθηση τόσο στις διεθνείς εταιρείες ταχυμεταφορών όσο και στις εγχώριες εταιρείες που δεν διαθέτουν αυτόνομο δίκτυο για να πραγματοποιήσουν την διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων στο εξωτερικό αλλά συνεργάζονται με τις διεθνείς εταιρείες. Παράλληλα, η στροφή των ελληνικών επιχειρήσεων προς τις γειτονικές χώρες μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη της αγοράς ταχυμεταφορών. Η Ελλάδα, δηλαδή, μπορεί να γίνει διαμετακομιστικό κέντρο Βαλκανίων.

Γενικά, το κατάλληλο θεσμικό και οικονομικό περιβάλλον καθώς και οι κατάλληλες συνθήκες επιχειρηματικού περιβάλλοντος μπορούν να δημιουργήσουν σοβαρές προοπτικές ανάπτυξης της αγοράς ταχυμεταφορών.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Προφίλ των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών

ACS

Η ACS είναι μια από τις παλαιότερες επιχειρήσεις στην αγορά ταχυμεταφορών. Η εταιρεία διαθέτει όλο το φάσμα των υπηρεσιών που υπάρχουν στην αγορά, ενώ έχει αναπτύξει και εξειδικευμένες υπηρεσίες για ειδικές κατηγορίες χρηστών. Η εταιρεία επικεντρώνεται στις μεγάλες πληθυσμιακά αγορές, με πληθυσμό άνω των 2.500 κατοίκων και έχει ως βασικούς πελάτες πολλούς δημόσιους οργανισμούς, ενώ παράλληλα καλύπτει και τις ανάγκες πολλών επιχειρηματικών κλάδων.

Διαθέτει υποκαταστήματα σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη ενώ έχει και πράκτορες σε όλη την Ελλάδα. Επιπλέον, διαθέτει πρακτορεία στην Κύπρο, στο Λονδίνο και στην Γερμανία. Η ACS στα πλαίσια της ανάπτυξης του δικτύου της άρχισε να δραστηριοποιείται και στην επικράτεια της Αλβανίας από τον Σεπτέμβριο του 2002. Η εταιρεία για την διεκπεραίωση των διανομών εξωτερικού συνεργάζεται με την DHL.

Επίσης, η εταιρεία διαθέτει ολοκληρωμένο μηχανογραφικό σύστημα, online tracking system, καθώς και κέντρο αυτόματης διαλογής αντικειμένων, ενώ προωθεί τις υπηρεσίες της μέσω του τμήματος πωλήσεων το οποίο κάνει direct sales.

Στον εξοπλισμό της εταιρείας (αυτοκίνητα, μοτοσικλέτες, κ.λ.π) ισχύει μικτό καθεστώς, όπου το μεγαλύτερο μέρος ανήκει αποκλειστικά στην εταιρεία, ενώ άλλο κομμάτι ανήκει στους συνεργάτες / εργαζόμενους της.

Το τελευταίο χρονικό διάστημα η ACS, στην προσπάθεια της να ανανεώσει και να εξυγιάνει την επιχειρησιακή της δομή, υποχρεώθηκε σε μερική αναδιάρθρωση του δικτύου των αντιπροσώπων της.

DHL

Στην Ελλάδα, η DHL ιδρύθηκε το 1978 και αποτελεί την ηγέτιδα εταιρία στον τομέα των ταχυμεταφορών ενώ παρέχει εξειδικευμένες υπηρεσίες που καλύπτουν τις ανάγκες εισαγωγών και εξαγωγών των μεγαλύτερων εμπορικών κλάδων στη χώρα μας όπως οι τράπεζες, η ναυτιλία, η κλωστουφαντουργία, εταιρίες υψηλής τεχνολογίας και φαρμακοβιομηχανίες. Η DHL Hellas έχει πιστοποιηθεί με το ISO 9002 για την διασφάλιση των διαδικασιών της.

Η εταιρεία διαθέτει άριστη μηχανογραφική υποδομή, ενώ προσφέρει στους πελάτες της online tracking system το οποίο είναι προσβάσιμο μέσω τηλεφώνου, διαδικτύου, κινητού τηλεφώνου WAP και SMS messaging. Με την χρήση της συγκεκριμένης τεχνολογικής υποδομής τόσο η εταιρεία όσο και ο πελάτης έχουν την δυνατότητα να γνωρίζουν την ακριβή γεωγραφική τοποθεσία της κάθε αποστολής, καθώς και την ημερομηνία και ώρα παράδοσης – παραλαβής. Παράλληλα, εφαρμόζει ένα πρωτοποριακό σύστημα ασύρματης επικοινωνίας με τους courier της εταιρίας με αποτέλεσμα να μειώνει συνεχώς το χρόνο παραλαβής και παράδοσης των αποστολών.

Η πιο πρόσφατη επένδυση της εταιρείας αφορά στις νέες εγκαταστάσεις συνολικού εμβαδού 6.000 τ.μ. στο Διεθνές Αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος και έως σήμερα είναι και η μοναδική εταιρία στο κλάδο που στεγάζεται σε ιδιόκτητους χώρους στο αεροδρόμιο. Επίσης, για την εξυπηρέτηση των πελατών της στη Βόρεια Ελλάδα, η DHL προγραμμάτισε τον Οκτώβριο 2002 νέα πτήση με αεροσκάφος Boeing 727 που συνδέει απ'ευθείας την Θεσσαλονίκη με το διαμετακομιστικό κέντρο της στο Βέλγιο.

Οι στρατηγικές κατευθύνσεις καθώς και οι καινοτόμες τακτικές που εφαρμόζει η εταιρεία καθορίζονται από το κεντρικό κατάστημα στο εξωτερικό. Χρησιμοποιεί ειδικό λογισμικό για την αυτόματη χαρτογράφηση των διαδρομών των αποστολών, διευκολύνοντας με αυτόν τον τρόπο την ομαλή λειτουργία του δικτύου της.

ΕΛΤΑ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Η εταιρεία Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ, θυγατρική του ΕΛΤΑ, λειτουργεί από τον Ιανουάριο του 2001. Η εταιρεία διαθέτει υποκαταστήματα σε ένδεκα μεγάλες πόλεις της χώρας, ενώ, στα πλαίσια της συνεργασίας με τη μητρική εταιρεία, χρησιμοποιεί 750 ταχυδρομικά καταστήματα, για τη διεκπεραίωση του έργου της. Η εταιρεία Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ Α.Ε. απασχολεί πάνω από 370 άτομα και περισσότερα από 1.000 άτομα, βάσει σύμβασης συνεργασίας με τη μητρική εταιρεία. Ανάμεσα στους πελάτες της συγκαταλέγονται τράπεζες, υπουργεία, πανεπιστήμια, οργανισμοί, πολυεθνικές εταιρείες, ιδιωτικές επιχειρήσεις, νοσοκομεία, κ.λ.π.

Οι Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ ανήκουν στις επιχειρήσεις της αγοράς ταχυμεταφορών που χρησιμοποιούν τεχνολογίες αιχμής. Η εταιρεία διαθέτει ηλεκτρονικό σύστημα αναζήτησης αντικειμένων Track & Trace, ενώ τα μεταφορικά μέσα της εταιρείας είναι εφοδιασμένα με GPS (Global Positioning System), ένα από τα πλέον προηγμένα ηλεκτρονικά συστήματα ελέγχου του στόλου, το οποίο εξασφαλίζει τη δυνατότητα παρακολούθησης της πορείας του οχήματος και της ταχύτητας που κινείται, με στόχο τη συνεχή ενημέρωση, τον ακριβή υπολογισμό του χρόνου παράδοσης και την απόλυτη ασφάλεια στις παραλαβές και επιδόσεις των αντικειμένων. Το τμήμα Διαχείρισης στόλου (fleet management) στην έδρα της εταιρείας, ελέγχει και συντονίζει μέσω του GPS, το στόλο των μεταφορικών μέσων. Επίσης, όλοι οι διανομείς της εταιρείας είναι εφοδιασμένοι με scanner χειρός για τη συνολική μηχανογραφική επεξεργασία των πληροφοριών της εκάστοτε διαδρομής (όνομα και υπογραφή παραλήπτη, ώρα και ημέρα παράδοσης) του κάθε διακινούμενου αντικειμένου.

SPEEDEX

Η SPEEDEX ιδρύθηκε το 1986, προσφέροντας εγγυημένες επείγουσες διακινήσεις. Η εταιρεία σήμερα διαθέτει 12 υποκαταστήματα στην Αττική, 3 στην Θεσσαλονίκη, 1 στην Κατερίνη και 96 αποκλειστικά εξυπηρέτησης στην Περιφέρεια. Η SPEEDEX εφαρμόζει το σύστημα ηλεκτρονικής ανίχνευσης (barcode), εξελίσσει το μηχανογραφικό της σύστημα, ενώ συνδέει τους σταθμούς της με ιδιόκτητο στόλο αυτοκινήτων και ιδιωτικές αποκλειστικές πτήσεις.

Η εταιρεία είναι από τον Φεβρουάριο του 2000 μέλος του Ομίλου FOURLIS, ενώ τον Ιούλιο του 2001 απέκτησε πιστοποιητικό ποιότητας κατά το διεθνές πρότυπο ISO 9001:2000, πρώτη μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου της. Ειδικότερα, το Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας καλύπτει το σύνολο των δραστηριοτήτων της εταιρείας, από την διερεύνηση της αγοράς και το σχεδιασμό των πωλήσεων έως την τιμολόγηση και τη συνεχή εξυπηρέτηση των πελατών της. Επίσης, το Σεπτέμβριο του 2001 η SPEEDEX αποκτά νέο σύγχρονο Κέντρο Διαλογής & Μεταφοράς, στο 14χλμ. Εθν.Οδ. Αθηνών – Λαμίας, συνολικής επιφάνειας 2500 τ.μ. Τέλος, το Μάρτιο του 2002 πραγματοποιείται στη SPEEDEX σημαντική αύξηση μετοχικού κεφαλαίου, στην οποία συμμετέχουν οι όμιλοι επιχειρήσεων FOURLIS και SFAKIANAKIS.

UPS

Η UPS κάνει διεθνείς μεταφορές αλλά πραγματοποιεί και διανομές στο εσωτερικό. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρει η εταιρεία στην αγορά προσδιορίζονται από την πολιτική που χαράσσεται στα κεντρικά της εταιρείας στις ΗΠΑ. Η εταιρεία διαθέτει υποκαταστήματα στην Αθήνα και την Θεσσαλονίκη, ενώ συνεργάζεται και με άλλες εταιρείες ταχυμεταφορών.

Διαθέτει άριστο μηχανογραφικό σύστημα για την άμεση καταχώρηση των παραγγελιών και διαβίβαση εντολών και οι πελάτες μπορούν να χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να καταχωρούν την παραγγελία τους. Επιπλέον, διαθέτει online tracking system, ενώ ο εξοπλισμός (μοτοσικλέτες, αυτοκίνητα, κλπ) ανήκει αποκλειστικά στην εταιρεία. Επίσης, η UPS διαθέτει ολοκληρωμένο σύστημα εκπαίδευσης και αξιολόγησης των εργαζομένων της.

Οι υπηρεσίες που προσφέρει η εταιρεία απευθύνονται, κυρίως, σε επιχειρήσεις, υπάρχουν ωστόσο και προϊόντα που απευθύνονται σε φυσικά πρόσωπα. Οι πελάτες της εταιρείας είναι, κυρίως, εξαγωγικές επιχειρήσεις, αλλά παράλληλα η εταιρεία απευθύνεται και σε εισαγωγείς προϊόντων προκειμένου να προωθήσει τις διανομές της στο εσωτερικό.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

ΠΙΝΑΚΑΣ Π.1
Επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές
και απάντησαν στο ερωτηματολόγιο

ACS COURIER
SPEEDEX
ΕΛΤΑ TAX
DHL
ΓΕΝΙΚΗ
INTERATTICA ΔΙΚΤΥΟ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΩΝ
UPS
COURIER ΕΡΜΗΣ
TNT
FIS COURIER SERVICES
MASS COURIER
SPEED COURIER
ΜΟΥΛΝΤΗΣ
METROPOLITAN COURIERS
ΑΣΣΟΙ COURIERS
GOLDMAIL
ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟΥ
ΠΗΓΑΣΟΣ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ
ΚΑΝΕΛΛΑΤΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΤΑΧΥΔΙΑΔΡΟΜΕΣ
ΓΚΟΛΝΤΕΝ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΙΚΗ ΕΛΛΑΣ
ΦΥΡΙΓΟΣ
KANGA SERVICES
ΟΡΜΠΙΤ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ
ΕΞΠΡΕΣ ΦΛΑΥ
ΓΙΟΥΡΟ ΚΟΥΡΙΕΡ
Χ.ΒΑΡΔΑΚΑΣ-Α.ΚΑΒΒΑΔΙΑΣ
S.K.L. COURIER EXPRESS
ΙΩΑΝΝΟΥ ΛΕΩΝΙΔΑΣ
ΠΑΦΗΣ ΚΥΡΙΑΚΟΣ
ΣΠΥΡΙΔΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ
ΜΑΝΕΑΔΗΣ - ΠΛΕΣΣΑΣ
ΜΕΣΗΜΕΡΤΣΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ
ΣΟΥΡΛΑΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ
ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ
ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΣΕΒΑΝΤ
ΚΩΣΤΑΚΟΥ ΕΛΕΝΗ
ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΠΑΚΟ
Μ.ΚΑΤΣΙΜΕΝΗΣ-Ν.ΚΕΜΠΕΡΑΣ
Ι. ΓΙΑΝΝΑΚΙΔΗΣ
Γ.ΤΣΙΤΩΤΑΣ & ΣΙΑ
ΧΡΥΣΟΣ ΒΟΗΘΟΣ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ
CAROCCHI COURIER
ΓΚΕΝΟΣ Χ. ΣΑΜΑΡΑΣ
ΑΔΑΜΟΠΟΥΛΟΥ Κ.

Α.ΟΡΦΑΝΙΔΗΣ
ΛΕΒΑΚΗΣ ΚΩΣΤΑΣ
ΑΝΔΡΕΑΣ ΠΑΝΟΥ
ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ
Μ.ΓΙΑΝΙΟΣ-Α.ΚΑΤΣΑΙΔΩΝΗΣ
ΔΕΡΠΑΝΗΣ - ΛΟΤΣΙΟΣ
ΑΛΑΜΑΝΟΥ ΜΑΡΙΑ
ΚΑΛΙΑΚΑΤΣΟΣ - ΒΟΛΤΗΣ
ΤΙΛΛΙΡΙΔΗΣ - ΜΟΥΡΑΤΑΙ
ΜΩΡΕΑΣ
ΗΛΙΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΥ
ΧΡΥΣΑΦΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΜΕΤΟΧΙΑΝΑΚΗΣ ΗΛΙΑΣ
ΣΤΑΡΕΞ ΓΚΡΟΥΠ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΠΟΥΛΟΥ ΜΑΡΙΑ
ΖΑΝΝΕΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
ΤΕΧΝΟΚΑΘΑΡΙΣΤΙΚΗ -FLASH
UDF ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ
Α.ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΣ-ΤΣΕΛΕΠΙΔΗΣ
ΒΕΛΗΜΒΑΣΑΚΗΣ ΣΤΑΥΡΟΣ
ΚΩΣΤΑΜΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ
ΨΑΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ
SPEED AIR ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ
ΚΑΝΤΖΑ ΧΑΡΙΚΛΕΙΑ
ΑΘΗΝΑ ΤΣΙΜΗ
ΚΥΡΚΟΣ ΠΑΣΧΑΛΗΣ
ΠΑΡΑΠΑΡΕΚΗΣ ΣΑΒΒΑΣ
ΚΑΡΑΔΗΜΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΟΦΙΣΙΣ ΣΕΡΒΙΣ
ΧΡΟΝΟΠΟΥΛΟΥ ΑΣΗΜΙΝΑ
ΤΣΙΩΡΗΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ
ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΔΟΡΔΙΟΥ
ΓΡΗΓΟΡΙΑΔΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
ΚΑΝΑΡΙΟΥ ΕΥΡΙΔΙΚΗ
ΑΥΓΟΥΣΤΑΚΗ ΕΙΡΗΝΗ
ΜΑΡΤΣΑΚΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ
ΖΑΙΡΗΣ - ΖΟΡΓΙΑΝΟΣ
ΚΑΡΑΓΚΙΟΖΙΔΟΥ
ΚΑΡΑΝΤΖΑΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
PROMOTION DISTRIBUTION SERVICES
ΠΑΠΑΖΟΓΛΟΥ
ΡΑΛΛΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ
ΒΑΣΙΛΑΚΑΚΗ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ
ΧΡΟΝΑΚΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ
ΑΝΑΣΤΑΣΑΚΗ ΝΙΚΗ
ΜΕΛΕΝΙΚΙΟΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ
ΝΙΚΟΣ ΙΓΓΛΕΣΗΣ & ΣΙΑ
SAMOS EXPRESS COURIER

ΜΑΡΝΕΛΑΚΗΣ
ΚΑΔΙΤΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ
ΒΛΑΧΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
Κ.ΔΟΡΛΗ
ΛΟΥΚΟΒΙΤΗΣ ΑΣΤΕΡΙΟΣ
ΟΡΦΑΝΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΤΣΑΜΠΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ
ΜΠΕΝΕΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
ΓΚΑΝΤΗΡΗ ΟΛΓΑ
ΚΑΡΑΜΑΝΟΣ ΠΑΥΛΟΣ
ΝΑΤΣΗ ΖΩΗ
ΠΑΝΤΕΛΗΣ ΓΚΟΥΡΑΣ
ΣΤΑΝΤΖΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΧΡΥΣΟΥΛΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΜΗ
ΤΑΣΙΟΠΟΥΛΟΣ ΑΛΕΞ.
ΜΑΚΡΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ
ΡΑΓΓΟΥ ΜΕΡΗΤΖΑΝΗ
ΓΟΥΔΗΣ ΝΑΟΥΜ
ΛΑΔΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΚΑΝΑΤΣΕΛΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ
ΣΥΡΟΚΟΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ
ΟΣΛΑΝΙΤΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ
ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ
ΜΑΡΑΓΚΟΣ ΠΟΛΥΒΙΟΣ