



ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Στοιχεία και Τάσεις Αγοράς Έτους 2004

Συντάκτες :

Νικόλαος Πρίντζης, Προϊστάμενος Διεύθυνσης Ταχυδρομείων
Βασίλειος Τριανταφυλλόπουλος, Ειδ. Επιστήμονας Τμήματος Ρύθμισης Ταχ. Θεμάτων
Νικολέτα Σταυρουλάκη, Τακτ. Υπάλληλος Τμήματος Ρύθμισης Ταχ. Θεμάτων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ΖΗΤΗΣΗ

Το 2004 η αγορά ταχυμεταφορών ανήλθε στα 33,6 εκατομμύρια ταχυδρομικά αντικείμενα έναντι 19,1 εκατομμυρίων αντικειμένων το 2000 (αύξηση 76%), με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 15%. Η αξία της αγοράς ταχυμεταφορών το 2004 ανήλθε στα 213 εκατ. ευρώ.

Τα ταχυδρομικά αντικείμενα που διακινήθηκαν στο εσωτερικό ήταν 30 εκ. αντιστοιχώντας στο 90,4% του συνολικού όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων, ενώ τα έσοδα για αυτήν την κατηγορία ανήλθαν στα 146 εκ. ευρώ (71% επί των συνολικών εσόδων). Αντίθετα, σημαντικά μικρότερος παρουσιάζεται ο όγκος και η αξία των εισερχομένων και εξερχόμενων ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού με ποσοστά συμμετοχής 6,7% και 3% και για τα έσοδα, 7% και 22% αντίστοιχα.

Σχετικά με τον χρόνο επίδοσης των ταχυδρομικών αντικειμένων, το 81% των ταχυδρομικών αντικειμένων στο εσωτερικό διακινείται σε μια ημέρα (24,8 εκ. αντικείμενα, αξίας 118,6 εκ. ευρώ), ενώ σε περισσότερες ημέρες διακινείται το 14,5% του συνόλου της αγοράς (4,4 εκ. αντικείμενα αξίας 20,8 εκ. ευρώ). Αυθημερόν διακινείται μόλις το 4,3% του συνολικού όγκου (1,3 εκατ. αντικείμενα, αξίας 9,1 εκ. ευρώ). Το ίδιο έτος το 65% (1 εκ. αντικ.) των εισερχομένων αντικειμένων εξωτερικού διακινείται σε 1 ημέρα, ενώ το 35% (554 χιλ. αντικ.) διακινείται σε περισσότερες μέρες. Τα αντίστοιχα μερίδια για τα εξερχόμενα αντικείμενα εξωτερικού είναι 59% (386 χιλ. αντικ.) και 41% (272 χιλ. αντικ.) αντίστοιχα.

Όσον αφορά την κατανομή των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους, παρατηρείται ότι στην κατηγορία 1 gr - 500 gr (εκτός δεμάτων) ανήκει το 54% των ταχυδρομικών αντικειμένων, στην κατηγορία 500 gr – 2 kgr (εκτός δεμάτων) ανήκει το 34%, ενώ τα δέματα έως 20 kgr αποτελούν το 12% του συνολικού όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων.

Όσον αφορά στην διακίνηση των **ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης**, η μεγαλύτερη ποσότητα των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων **κατά το 2004 προέρχεται από την Περιφέρεια της Αττικής (65%)**, ενώ σχετικά σημαντικές περιφέρειες για την εγχώρια αγορά θεωρούνται η Κεντρική Μακεδονία και η Κρήτη, από τις οποίες προέρχεται το 12,6% και 3,5% των συνολικά διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων αντίστοιχα. Αντίθετα, οι μικρότερες ποσότητες προέρχονται από τις περιφέρειες του Βορείου Αιγαίου και των Ιόνιων Νήσων (μόλις το 1,05% και 1,02%, αντίστοιχα). Σχετικά με την **κατανομή των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού** προκύπτει ότι **σημαντικότερη περιοχή προέλευσης / προορισμού είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση, με μερίδια συμμετοχής 58% και 64% αντίστοιχα**, ενώ ακολουθούν οι ΗΠΑ - Καναδάς και σε 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 του εμπορίου (40%) και των υπηρεσιών (32%)**. Ακολουθεί η μεταποίηση (18%), ενώ λιγότερο σημαντικός είναι ο Δημόσιος Τομέας με 10%.

ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Μητρώου Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της Ε.Ε.Τ.Τ, **ο αριθμός των εγγεγραμμένων επιχειρήσεων ανήλθε το 2004 σε 266**. Από το 2000 μέχρι και το 2004 ο αριθμός των αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων παρουσιάζει μεσοσταθμικά μια σημαντική αύξηση της τάξης του 51%, αποδεικνύοντας ότι η αγορά ταχυμεταφορών παρουσιάζει υψηλή ελκυστικότητα. Αξίζει να σημειωθεί ότι μετά την εφαρμογή του Κανονισμού Γενικών Αδειών το 2004 αρκετές επιχειρήσεις ανέστειλαν την δραστηριότητα τους με αποτέλεσμα ο αριθμός των εγγεγραμμένων επιχειρήσεων το 2004 να ανέλθει στα επίπεδα του 2002.

Επισημαίνεται ότι το 2004 συνεχίστηκε η αύξηση του βαθμού συγκέντρωσης με αποτέλεσμα πέντε επιχειρήσεις (ποσοστό 2% ως προς το σύνολο των δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων) που διακινούν όγκους μεγαλύτερους του 1.000.000 αντικείμενων ανά επιχείρηση, να αντιπροσωπεύουν το 81% των ταχυδρομικών αντικειμένων και το 75% των συνολικών εσόδων. Τονίζεται ότι η μεγαλύτερη από τις πέντε επιχειρήσεις διακινεί περί το 30% των ταχυδρομικών αντικειμένων.

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 δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές και παράγεται το 68% του όγκου των αντικειμένων που διακινούνται προς το εσωτερικό και το εξωτερικό (δεν περιλαμβάνεται ο όγκος των εισερχομένων ταχ. αντικειμένων εξωτερικού).

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, παράγοντες οι οποίοι με την ίδια ιεράρχηση επελέγησαν για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά.

Σχετικά με τις τιμές των ταχυδρομικών υπηρεσιών, η πλειοψηφία των εκπροσώπων της αγοράς θεωρεί ότι το έτος 2004 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, το βάρος και ο τόπος προορισμού του ταχυδρομικού αντικειμένου.

Η ανάλυση της κατανομής των διαφόρων κατηγοριών κόστους που προκύπτουν από την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών, αναδεικνύει τις αμοιβές προσωπικού

ως τον πλέον σπουδαίο παράγοντα (35,7%), ενώ ακολουθούν τα λειτουργικά έξοδα (24,5%), τα μεταφορικά μέσα (18,2%) και τα λοιπά έξοδα (14,2%), 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 2004 οι αδειοδοτημένες επιχειρήσεις, μαζί με τις επιχειρήσεις – μέλη του Δικτύου τους, εκτιμάται ότι απασχόλησαν 10.152 εργαζομένους, εκ των οποίων το 76% 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 (93%) οι απασχολούμενοι στον κλάδο είναι απόφοιτοι μέσης (83%) ή υποχρεωτικής (10%) εκπαίδευσης. Σε κάθε περίπτωση πρέπει να επισημανθεί η ιδιαίτερα θετική συμμετοχή του κλάδου στη δημιουργία θέσεων εργασίας, δεδομένου ότι οι θέσεις πλήρους απασχόλησης αυξήθηκαν το διάστημα 2003-2004 κατά 30% οι δε μερικής κατά 77% αντίστοιχα.

Τονίζεται ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών αντιμετωπίζει δυσκολίες στην εύρεση ανθρώπινου δυναμικού. Πιο συγκεκριμένα, οι ειδικότητες στις οποίες παρουσιάζονται οι μεγαλύτερες δυσκολίες είναι οι διανομείς και οι οδηγοί με ιδιότητα δίκυκλα.

Εξετάζοντας την υποδομή της αγοράς ταχυμεταφορών, το 2004 το πλήθος των καταστημάτων ταχυμεταφορών, κέντρων διαλογής και αποθηκευτικών χώρων των επιχειρήσεων και του Δικτύου τους ανέρχεται σε 2.235, με συνολική επιφάνεια 119.166 τετραγωνικά μέτρα. Το ίδιο έτος, τα μεταφορικά μέσα που διαθέτουν οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις μαζί με το Δίκτυο τους ανέρχονταν σε 7.338. Σχετικά με την κατανομή των μεταφορικών μέσων των επιχειρήσεων διαπιστώνεται ότι το 68% αυτών αποτελείται από δίκυκλα, το 22% από αυτοκίνητα παραγωγής, ενώ ένα μικρό ποσοστό, μόλις 10%, 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 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 2004 οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις διακίνησαν το 81,3% του συνολικού αριθμού των αντικειμένων της αγοράς και κατέχουν το 75% των συνολικών εσόδων. Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών της αγοράς είναι χαμηλή με την τάση να βαίνει αυξανόμενη στο μέλλον, σε αντίθεση με την δύναμη των πελατών της εν λόγω αγοράς, και ιδιαίτερα των εταιρικών πελατών, οι οποίοι μπορούν να πετυχαίνουν σημαντικές εκπτώσεις στην αγορά των υπηρεσιών ταχυμεταφορών.

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

Εξετάζοντας τις απόψεις των εκπροσώπων της αγοράς, **το μεγαλύτερο πρόβλημα** που επισημαίνεται από τις μεγαλύτερες, κυρίως, επιχειρήσεις είναι ότι τα τελευταία χρόνια έχει επικρατήσει **συνεχής «πίεση» προς τα κάτω στις τιμές των παρεχομένων υπηρεσιών**. Επιπρόσθετα ένα σημαντικό πρόβλημα που εντάθηκε κατά το έτος 2004 και αναμένεται να συνεχίσει να προκαλεί επιβάρυνση στο κόστος λειτουργίας των εταιρειών ταχυμεταφορών έχει να κάνει με το αυξανόμενο κόστος μεταφοράς τόσο λόγω της αύξησης των τιμών των καυσίμων όσο και λόγω των νέων συγκοινωνιακών υποδομών που ολοκληρώθηκαν κατά το προηγούμενο χρονικό διάστημα.

Ένα άλλο πρόβλημα που παρατηρείται στην αγορά είναι η παρουσία αρκετών μικρών επιχειρήσεων κυρίως οικογενειακού τύπου, που δεν διαθέτουν άδεια παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών. Επιπρόσθετα, ως πρόβλημα παρουσιάζεται από τις εταιρείες ταχυμεταφορών η δραστηριοποίηση εναλλακτικών δικτύων μεταφορών (Κ.Τ.Ε.Λ., ταξί, μεταφορικές εταιρείες) στον τομέα των ταχυμεταφορών.

Όσον αφορά τις **προοπτικές εξέλιξης της αγοράς ταχυμεταφορών** την περίοδο 2004-2007, 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 1,45%, για τις ταχυμεταφορές δεμάτων 4,37%, για την διακίνηση διαφημιστικών αντικειμένων χωρίς διεύθυνση παραλήπτη 2,90%, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για την προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων και την ανταλλαγή εγγράφων είναι 1,38% και 0,51%.**

Ως **σημαντικότερα εμπόδια εισόδου των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας** αναφέρονται **η ανάγκη ανάπτυξης εκτεταμένου δικτύου και οι απαιτούμενες επενδύσεις**. Εξίσου σημαντικό εμπόδιο φαίνεται να αποτελεί και το χαμηλό τιμολόγιο των παρεχόμενων υπηρεσιών, γεγονός που κατ' επέκταση οδηγεί σε μικρά περιθώρια κέρδους.

Όσον αφορά τις **μελλοντικές προοπτικές του κλάδου** σημαντικό ρόλο δύναται να διαδραματίσει η **ανάπτυξη των εμπορικών ανταλλαγών στο βαλκανικό χώρο** 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 και σε συνεργασία με τις διεθνείς εταιρείες. Ως εκ τούτου, η στροφή των ελληνικών επιχειρήσεων προς τις γειτονικές χώρες μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη της αγοράς ταχυμεταφορών.

Συμπερασματικά, το **κατάλληλο θεσμικό και οικονομικό περιβάλλον** καθώς και οι **ενδεδειγμένες συνθήκες επιχειρηματικού περιβάλλοντος** μπορούν να δημιουργήσουν **περαιτέρω προοπτικές ανάπτυξης της αγοράς ταχυμεταφορών** έτσι όπως αυτές έχουν ήδη τεκμηριωθεί και από τη κατά **5,5% αύξηση του δείκτη ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κάτοικο** και την αντίστοιχη **5,5% αύξηση του δείκτη ταχυδρομικών αντικειμένων ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο το έτος 2004**. Η μελλοντική εικόνα του κλάδου θα προσδιοριστεί από την **ικανότητα των επιχειρήσεων να λειτουργούν αποτελεσματικά** και ιδιαίτερα να **ελέγχουν την αυξανόμενη απαίτηση για συμπίεση της κοστολογικής τους βάσης**.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ	2
1.1 Στατιστική ταξινόμηση	3
1.2 Σύστημα συλλογής στατιστικών στοιχείων	4
1.3 Μεθοδολογία	5
1.4 Δομή μελέτης	7
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	8
2.1 Ελληνική Νομοθεσία	9
2.1 Κοινοτική Νομοθεσία	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΖΗΤΗΣΗ	14
3.1 Στοιχεία Ευρωπαϊκής Ταχυδρομικής Αγοράς	15
3.1.1 Η αγορά αντικειμένων αλληλογραφίας	16
3.1.2 Η αγορά δεμάτων και ταχυμεταφορών	16
3.2 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της Ελληνικής Ταχυδρομικής Αγοράς	18
3.3 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς ταχυμεταφορών	20
3.4 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών	30
3.5 Σημαντικότεροι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών	31
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΣΦΟΡΑ	34
4.1 Βασικά χαρακτηριστικά προσφοράς υπηρεσιών ταχυμεταφορών	35
4.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών	37
4.3 Τιμές	38
4.4 Κόστος	40
4.5 Ανθρώπινο δυναμικό	40
4.6 Υποδομή	44
4.6.1 Κτιριακή υποδομή	44
4.6.2 Μεταφορικά μέσα	45
4.6.3 Τεχνολογική υποδομή	46
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ	48
5.1 Βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς	49
5.2 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών	50
5.3 Διαπραγματευτική δύναμη πελατών	51
5.4 Κίνδυνος από νέες εισόδους στην αγορά	52
5.5 Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα	53
5.6 Στρατηγικές επιχειρήσεων	57
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	58
6.1 Προβλήματα Αγοράς Ταχυμεταφορών	59
6.2 Ταχυδρομική Αγορά υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας	62
6.3 Προοπτικές περιόδου 2004 - 2007	63
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι – Ευρετήριο Πινάκων & Διαγραμμάτων	68
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ – Ερωτηματολόγιο έτους 2004	69

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 το έτος 2003 και το οποίο εφαρμόζεται και για το έτος 2004 σε συνέχεια των αναγκαίων προσαρμογών και βελτιώσεων με βασικό σκοπό τη ρύθμιση της αγοράς και τη διασφάλιση της λειτουργίας του υγιούς ανταγωνισμού. Τέλος, αναλύεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε, καθώς και η δομή της παρούσης μελέτης, στα πλαίσια της οποίας παρουσιάζονται για πρώτη φορά ποσοτικά στοιχεία εταιρειών ταχυμεταφορών που παρέχουν υπηρεσίες και υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας, καθώς επίσης τα κυριότερα εμπόδια και οι προοπτικές που παρουσιάζονται στις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών σχετικά με την δραστηριοποίησή τους στις υπηρεσίες υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας.

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

χρησιμοποιούνται ένας ή περισσότεροι τρόποι μεταφοράς, η δε δραστηριότητα μπορεί να εκτελείται με μεταφορικά μέσα, (ιδιωτικής ή και δημόσιας χρήσης)

- υπηρεσίες παράδοσης κατ' οίκον,
- αστικές υπηρεσίες μεταφοράς μηνυμάτων και υπηρεσίες μεταφοράς αγαθών με αγοραία οχήματα.

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 την 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, όσο αφορά τη ζήτηση, 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,
- στη διαπραγματευτική δύναμη των πελατών και προμηθευτών της αγοράς ταχυμεταφορών,
- στις στρατηγικές ανάπτυξης των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, καθώς και
- στους τρόπους ανάπτυξης και τα εμπόδια εισόδου των επιχειρήσεων στην ταχυδρομική αγορά

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 266 ερωτηματολόγια στις επιχειρήσεις οι οποίες είναι αδειοδοτημένες και ως εκ τούτου είναι εγγεγραμμένες στο Μητρώο Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της Ε.Ε.Τ.Τ. Έξι (6) ερωτηματολόγια (ποσοστό 2%) επεστράφησαν με το αιτιολογικό ότι οι επιχειρήσεις δεν ευρέθησαν να λειτουργούν στην αντίστοιχη διεύθυνση ή είχαν διακόψει τη λειτουργία τους και εκατόν δέκα τρία (113) δεν επεστράφησαν (ποσοστό 41%), για λόγους που δεν είναι γνωστοί στην Ε.Ε.Τ.Τ. Σύμφωνα με στοιχεία που διαθέτει η Ε.Ε.Τ.Τ, προκύπτει ότι η δραστηριότητα των ταχυδρομικών

επιχειρήσεων που δεν απάντησαν στο ερωτηματολόγιο αντιστοιχεί στο 3%, περίπου, της ταχυδρομικής αγοράς σε όρους όγκου διακινηθέντων αντικειμένων. Επομένως, αν και **τα ερωτηματολόγια που επεστράφησαν συμπληρωμένα** αντιστοιχούν στο 57% των ταχυδρομικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές, ωστόσο παρουσιάζουν **την Αγορά Ταχυμεταφορών σε ποσοστό περί το 97%**.

Στην παρούσα μελέτη τα στοιχεία που παρουσιάζονται αφορούν το σύνολο της αγοράς, κατόπιν της αναγωγής των συλλεγθέντων 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 στα στοιχεία που έχουν καταχωρηθεί στο Μητρώο Ταχυδρομικών 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 πάροχος ταχυδρομικών υπηρεσιών 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 η κοινοτική νομοθεσία που ισχύει στην 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, με την παρουσίαση των τρόπων ανάπτυξης και των εμποδίων εισόδου των επιχειρήσεων στην Αγορά Ταχυμεταφορών.

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 καθορίζεται στο *N. 2668/1998 «Οργάνωση του τομέα παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και άλλες διατάξεις»* (ΦΕΚ 282/Α/1998), όπως τροποποιήθηκε με τον *N.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, τη δομή, τη 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, τη 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, το 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 δραστηριοποιούνται νόμιμα και να παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες οφείλουν να διαθέτουν γενική ή ειδική άδεια παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Ειδικότερα, οι επιχειρήσεις δύνανται 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. Στο συγκεκριμένο κανονισμό περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, τα ακόλουθα:

- ✓ οι υπηρεσίες που δύνανται να παρέχουν οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις,
- ✓ 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 Γενικής 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 τη 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 τουλάχιστον τριετούς διάρκειας 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 καταστρατήγησης των αποκλειστικών δικαιωμάτων του Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας,
- ✓ τα τέλη Ειδικής Άδειας που καταβάλλουν οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις στην ΕΕΤΤ.

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. 36608/1026/18-6-2004* (ΦΕΚ 970/Β/2004).

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 προβλέπονται στην Κοινοτική Νομοθεσία από 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 παρουσιάζονται το μέγεθος και ο ρυθμός ανάπτυξης της ταχυδρομικής αγοράς και ειδικότερα της αγοράς ταχυμεταφορών την τελευταία πενταετία 2000 - 2004. Αναλυτικότερα, παρουσιάζεται η διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, καθώς και η διακίνησή τους σε σχέση με τη μέθοδο διακίνησης (αυτόνομη ή συνδυασμένη) και το χρόνο επίδοσής τους. Επίσης, αναφέρονται οι κυριότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών και οι σημαντικότεροι πελάτες της εν λόγω αγοράς.

3.1 Στοιχεία Ευρωπαϊκής Ταχυδρομικής Αγοράς

Μετά την είσοδο των δέκα (10) νέων κρατών μελών στην Ε.Ε την 1η Μαΐου του 2004 η Ευρωπαϊκή Ένωση περιλαμβάνει πλέον 25 χώρες με συνολικό πληθυσμό της τάξης των 454 εκ. και με γεωγραφική έκταση που καλύπτει περί τα 4 εκατ. τετραγωνικά χιλιόμετρα. Το συνολικό Ευρωπαϊκό ΑΕΠ ανέρχεται στα 9,6 τρις. ευρώ.

Ο κύκλος εργασιών του ευρωπαϊκού ταχυδρομικού κλάδου – ο οποίος περιλαμβάνει τις υπηρεσίες αλληλογραφίας, δεμάτων και ταχυμεταφορών – σημείωσε κύκλο εργασιών το 2002 ύψους 88 δισ. ευρώ. Το προαναφερθέν πόσο αντιστοιχεί στο 0,9 % του ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος (ΑΕΠ) των 25 μελών-κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Οι υπηρεσίες αλληλογραφίας αποτελούν το μεγαλύτερο κομμάτι της εν λόγω αγοράς (59% των συνολικού κύκλου εργασιών), ενώ οι υπηρεσίες δεμάτων και ταχυμεταφορών συγκεντρώνουν συνολικά το υπόλοιπο 41%¹.

Οι φορείς παροχής καθολικής υπηρεσίας (ΦΠΚΥ) της Ε.Ε, καταλαμβάνουν μερίδιο αγοράς περί του 76% των συνολικών εσόδων από ταχυδρομικές υπηρεσίες, ενώ το υπόλοιπο 24% ανήκει σε ιδιωτικούς ταχυδρομικούς πάροχους. Η ένταση του ανταγωνισμού διαφέρει στα διάφορα τμήματα της ταχυδρομικής αγοράς. Στην αγορά υπηρεσιών αλληλογραφίας κυριαρχούν οι δημόσιοι ταχυδρομικοί οργανισμοί, οι περισσότεροι εκ των οποίων λειτουργούν με μονοπωλιακούς όρους ή υπό ειδικό προνομιακό καθεστώς. Στην εν λόγω αγορά οι δημόσιοι ταχυδρομικοί οργανισμοί κατέχουν το 95,5% του συνολικού τζίρου, ενώ το υπόλοιπο 4,5% μοιράζεται σε ιδιωτικούς ταχυδρομικούς παρόχους. Η αγορά των δεμάτων και των υπηρεσιών ταχυμεταφορών χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό. Στην εν λόγω αγορά οι ΦΠΚΥ καταλαμβάνουν το 47% της συνολικής αγοράς, ενώ το 53% ανήκει σε ιδιωτικούς ταχυδρομικούς πάροχους.

Ο αριθμός των εργαζόμενων στον ταχυδρομικό κλάδο της Ε.Ε. με χονδρικές εκτιμήσεις ανέρχεται στα 1,6 εκ. άτομα και αντιπροσωπεύει κάτι λιγότερο από το 1% της συνολικής απασχόλησης στην Ένωση. Οι φορείς παροχής καθολικής υπηρεσίας απασχολούν συνολικά γύρω στα 1,4 εκ., εκ των οποίων 1,1 εκ. εργαζόμενοι απασχολούνται για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών. Η εκτίμηση του απασχολούμενου προσωπικού στους ιδιωτικούς ταχυδρομικούς πάροχους ανέρχεται σε 500.000 άτομα².

¹ Πηγή: WIC Consult (2004) “Main Developments in the European Postal Sector” E.C -DG Internal Market

² Πηγή: WIC Consult (2004) “Main Developments in the European Postal Sector” E.C -DG Internal Market

3.1.1 Η αγορά αντικειμένων αλληλογραφίας

Στην βάση στοιχείων που συλλέχθηκαν από τους ΦΠΚΥ και τις Εθνικές Ρυθμιστικές Αρχές της Ένωσης, ο συνολικός κύκλος εργασιών της αγοράς υπηρεσιών αλληλογραφίας (επιστολικό ταχυδρομείο) ανήλθε σε 49 εκ. ευρώ το 2000 και σε 52 εκ. ευρώ το 2002, γεγονός που υποδηλώνει έναν ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης της τάξης του 3,5%.

Στην εν λόγω αγορά η κυριαρχία των δημόσιων ταχυδρομικών οργανισμών είναι καταλυτική αφού μόνο οι έξι μεγαλύτεροι ΦΠΚΥ καταλαμβάνουν το 75% της εν λόγω αγοράς με τους ιδιωτικούς ταχυδρομικούς φορείς να κατέχουν μόλις το 4,5%.

3.1.2 Η αγορά δεμάτων και ταχυμεταφορών.

Τα διαχωριστικά όρια μεταξύ της αγοράς ταχυδρομικών δεμάτων και της αγοράς ταχυμεταφορών τείνουν να γίνονται ολοένα και περισσότερο δυσδιάκριτα, με αποτέλεσμα ο διαχωρισμός τους να μην είναι εφικτός με την απαιτούμενη ακρίβεια.

Είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι η αγορά δεμάτων και ταχυμεταφορών λειτουργεί σε απελευθερωμένο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Τα παραπάνω τεκμηριώνονται από το μερίδιο των πέντε μεγαλύτερων ΦΠΚΥ που κατέχουν στην εν λόγω αγορά το 52,1%, ενώ αντίστοιχα το μερίδιο αγοράς των ιδιωτικών ταχυδρομικών φορέων ανέρχεται στο 47,9%.

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία ο συνολικός κύκλος εργασιών στην αγορά δεμάτων και υπηρεσιών ταχυμεταφορών ανήλθε στα 33 δισ. ευρώ το 2000 και σε 36 δισ. ευρώ το έτος 2001³.

Η αγορά ταχυμεταφορών, ενώ είναι ιδιαίτερα ανταγωνιστική, προσφέρει εξαιρετικά ενδιαφέρουσες προοπτικές για τους δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς δεδομένων των μεγάλων ρυθμών ανάπτυξης του όγκου των αντικειμένων, της διαφοροποίησης υπηρεσιών και της γεωγραφικής διαφοροποίησης.

³ Πηγή: MRU Consultants (2002)

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, οι τέσσερις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου είναι οι:

- DHL (100% Deutsche Post),
- Federal Express/FEDEX,
- TNT (μέλος του Ολλανδικού Ομίλου TNT N.V) και
- UPS

Το μερίδιο που κατέχουν οι τέσσερις αυτές εταιρίες στην ευρωπαϊκή αγορά ανέρχεται σε ~50%. Οι εταιρίες διαθέτουν υποκαταστήματα σε όλο σχεδόν τον κόσμο, ιδιόκτητους στόλους αυτοκινήτων, φορτηγών, μηχανών και αεροπλάνων καθώς και σύγχρονα κέντρα διαλογής αντικειμένων.

3.2 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της Ελληνικής Ταχυδρομικής Αγοράς

Ο ετήσιος κύκλος εργασιών των ταχυδρομικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα αντιστοιχεί στο **0,36%** του Α.Ε.Π. για το έτος **2004**, ενώ αντίστοιχα για το **2003** ήταν **0,39%**. Οι ταχυδρομικές υπηρεσίες 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). Μικρή, αλλά αξιοσημείωτη, δραστηριότητα παρουσιάζεται επίσης από ιδιωτικές επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας.

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). Αξίζει να σημειωθεί ότι το προαναφερθέν βάρος των 100 γραμμαρίων θα μειωθεί σε 50 από 01/01/2006⁴ και επίσης η κατώτερη τιμή θα προσδιοριστεί σε 2 ½ φορές της τιμής για ένα αντικείμενο της πρώτης βαθμίδας βάρους.

Στον Πίνακα 3.1α παρουσιάζεται η ταχυδρομική κίνηση της καθολικής υπηρεσίας καθώς και ο όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκαν στην αγορά ταχυμεταφορών κατά την περίοδο 2000-2004. Η ελληνική ταχυδρομική αγορά, το 2004, ανήλθε στα 675 εκ. αντικείμενα από 600 εκ., περίπου, που ήταν το 2000 παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 3%. Η αγορά καθολικής υπηρεσίας, το 2004, 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 (15,4%), η δε αγορά καθολικής υπηρεσίας με πολύ χαμηλότερο (2,5%) για την περίοδο 2000-2004. Άμεση συνέπεια αυτής της διαφοροποίησης είναι η διαχρονική μείωση του μεριδίου της αγοράς καθολικής υπηρεσίας (από 96,8% το 2000 σε 95,02% το 2004) με αντίστοιχη αύξηση του μεριδίου της αγοράς ταχυμεταφορών (από 3,2% το 2000 σε 4,98% το 2004) σε ολόκληρη την εξεταζόμενη περίοδο (Πίνακας 3.1β).

⁴ Σύμφωνα με την **Οδηγία 2002/39/ΕΚ**

Αντίστοιχα οι ετήσιοι ρυθμοί αύξησης των δύο υποαγορών για το χρονικό διάστημα 2000 – 2004 απεικονίζονται στον Πίνακα 3.2α.

Διαφοροποιημένη εικόνα εμφανίζει η ποσοστιαία κατανομή κάθε μιας αγοράς στη συνολική ταχυδρομική αγορά σε όρους εσόδων. Ειδικότερα, το 2004 η ελληνική ταχυδρομική αγορά ανήλθε σε 595 εκ. ευρώ, εκ των οποίων περί τα 382 εκ. ευρώ αφορούν την αγορά καθολικής υπηρεσίας (64%) και 213 εκ. ευρώ αφορούν την αγορά ταχυμεταφορών (36%), στην οποία έχουν συμπεριληφθεί και τα έσοδα από λοιπές ταχυδρομικές υπηρεσίες υπό καθεστώς Γενικής Άδειας ύψους 8 εκατ. ευρώ (Πίνακας 3.2β.)

Πίνακας 3.1α
Η ελληνική ταχυδρομική αγορά, 2000-2004 (όγκος)

	2000	2001	2002	2003	2004
Αγορά καθολικής υπηρεσίας	571.786.808	582.212.123	598.441.707	624.417.800	641.361.900
Αγορά ταχυμεταφορών	19.126.192	22.794.224	28.973.204	31.000.000	33.613.878
Σύνολο	590.913.000	605.006.347	627.414.911	655.417.800	674.975.778
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	-	2,40%	3,70%	4,50%	3,00%

Πίνακας 3.1β
Ποσοστιαία κατανομή της ταχυδρομικής αγοράς, 2000-2004 (όγκος)

	2000	2001	2002	2003	2004
Αγορά καθολικής υπηρεσίας	96,80%	96,20%	95,40%	95,20%	95,02%
Αγορά ταχυμεταφορών	3,20%	3,80%	4,60%	4,80%	4,98%
Σύνολο	100%	100%	100%	100%	100%

Πίνακας 3.2^α
Ετήσιοι ρυθμοί αύξησης καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2004 (όγκος)

	2000	2001	2002	2003	2004
Καθολική Υπηρεσία	-	1,80%	2,80%	4,30%	2,71%
Αγορά Ταχυμεταφορών	-	19,20%	27,10%	7%	8,43%

Πίνακας 3.2β
Έσοδα καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000 – 2004

	2000	2001	2002	2003	2004
Καθολική Υπηρεσία	255.842.692 €	300.042.840 €	342.546.634 €	363.895.486 €	381.994.575 €
Αγορά Ταχυμεταφορών	118.796.416 €	153.649.638 €	180.128.683 €	216.399.731 €	213.160.626 €
Σύνολο	374.639.108 €	453.692.478 €	522.675.317 €	580.295.217 €	595.155.201 €

Αυτή η διαφοροποίηση ανάμεσα στις κατανομές των μεριδίων όγκου και αξίας της 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 ταχυδρομική υπηρεσία.

3.3 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς ταχυμεταφορών

Η αγορά ταχυμεταφορών, παρουσιάζει συνεχή αυξητική πορεία σε ολόκληρη την περίοδο 2000-2004, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 15,4%. Η διαχρονική εξέλιξη των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκαν, καθώς και οι ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές της αγοράς παρουσιάζονται στον Πίνακα 3.3.

Πίνακας 3.3

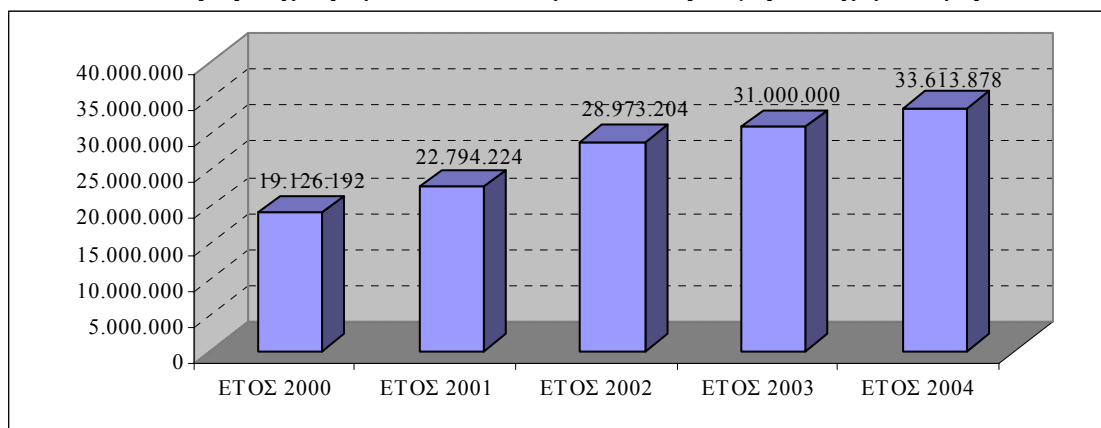
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών, 2000-2004

Όγκος ταχυδρομικών αντικειμένων	2000	2001	2002	2003	2004
	19.126.192	22.794.224	28.973.204	31.000.000	33.613.878
Ετήσια ποσοστιαία (%) μεταβολή		2001/00	2002/01	2003/02	2004/03
		19,20%	27,10%	7,00%	8,43%

Το 2004 η αγορά ταχυμεταφορών ανήλθε στα 34 εκατ. ταχυδρομικά αντικείμενα έναντι 19 εκατ. αντικειμένων το 2000. Η μειωμένη αύξηση που παρατηρείται την περίοδο 2002-2004, 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 2004 ανήλθε στα 213 εκατ. ευρώ.

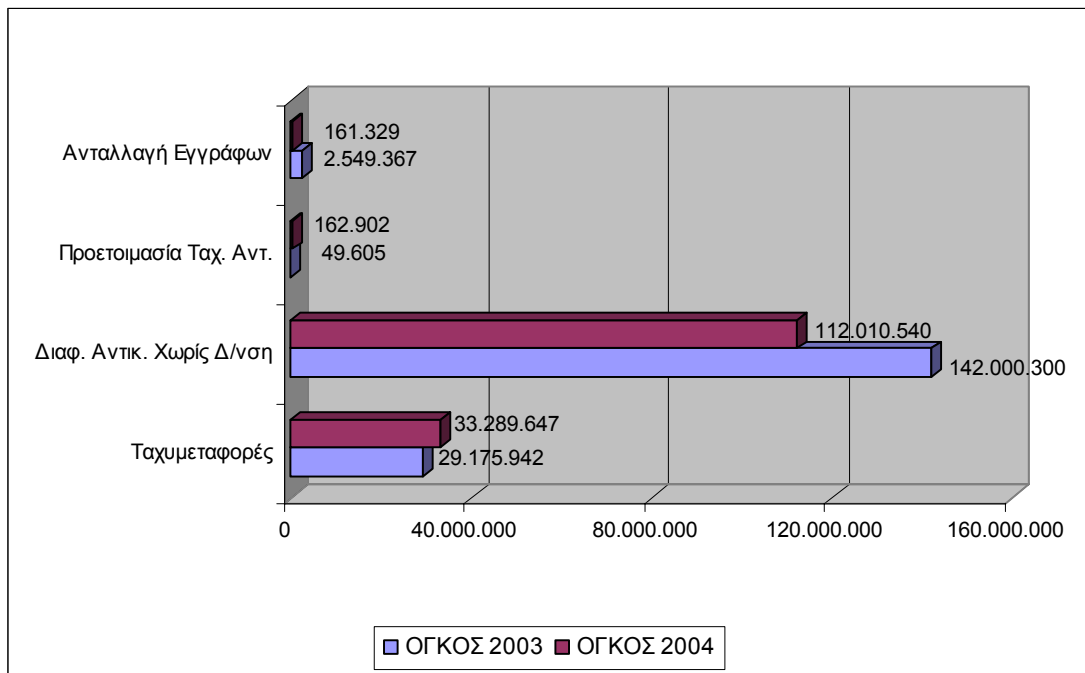
Διάγραμμα 3.1

Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών



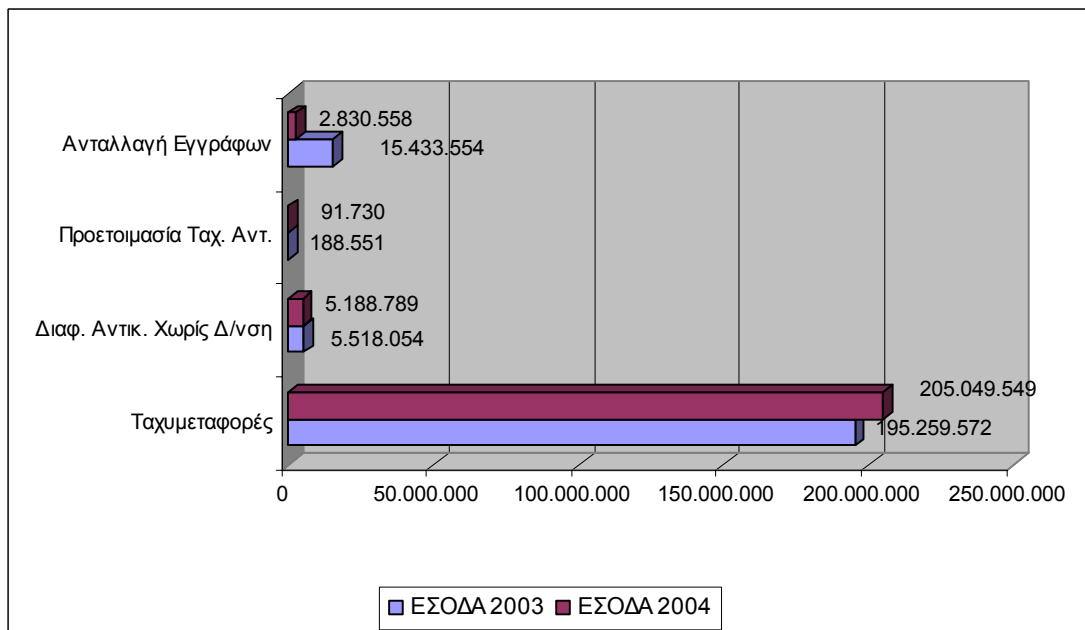
Στο Διάγραμμα 3.2 παρουσιάζεται η ανάλυση του διακινούμενου όγκου αντικειμένων υπό καθεστώς Γενικής Άδειας ανά κατηγορία παρεχόμενης υπηρεσίας, όπως αυτές έχουν θεσμοθετηθεί σύμφωνα με τον Κανονισμό Γενικών Αδειών ταχυδρομικών υπηρεσιών- για τα συναπτά έτη 2003 και 2004. Συνοπτικά παρουσιάζεται μία αύξηση περί του 14% στα αντικείμενα ταχυμεταφορών με παράλληλη μείωση περί του 27% για τα διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη.

Διάγραμμα 3.2
Όγκος αντικειμένων υπό καθεστώς Γενικής Άδειας ανά κατηγορία 2003-2004



Στο Διάγραμμα 3.3 παρουσιάζεται η ανάλυση των εσόδων υπό καθεστώς γενικής άδειας ανά κατηγορία παρεχόμενης υπηρεσίας ετών 2003 και 2004. Αξίζει να σημειωθεί η οριακή διαφορά των εσόδων κατά την διετία 2003 – 2004 στη κατηγορία των διαφημιστικών αντικειμένων παρά την σημαντική μείωση του αντίστοιχου όγκου, γεγονός που προφανώς αιτιολογείται λόγω της αύξησης του τιμολογίου της εν λόγω υπηρεσίας κατά το έτος 2004.

Διάγραμμα 3.3
Έσοδα αντικειμένων υπό καθεστώς Γενικής Άδειας ανά κατηγορία 2003-2004



Η κατανομή των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων, εσωτερικού και εξωτερικού, ανά μέθοδο διακίνησης, για το 2004, παρουσιάζεται στον Πίνακα 3.4. 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 και αντίστροφα. Τα ταχυδρομικά αντικείμενα που διακινήθηκαν στο **εσωτερικό** ήταν 30 εκ. αντιστοιχώντας στο 90,4% του συνολικού όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων ενώ η αξία τους ανήλθε στα 145,9 εκ. ευρώ (71% επί των συνολικών εσόδων). Αντίθετα, σημαντικά μικρότερος παρουσιάζεται ο όγκος και η αξία των **εισερχόμενων και εξερχόμενων** ταχυδρομικών αντικειμένων με ποσοστά συμμετοχής, σε όρους όγκου, 6,75% και 2,89% αντίστοιχα, και σε όρους αξίας, 6,96% και 22,00% αντίστοιχα.

Πίνακας 3.4

Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών, 2004

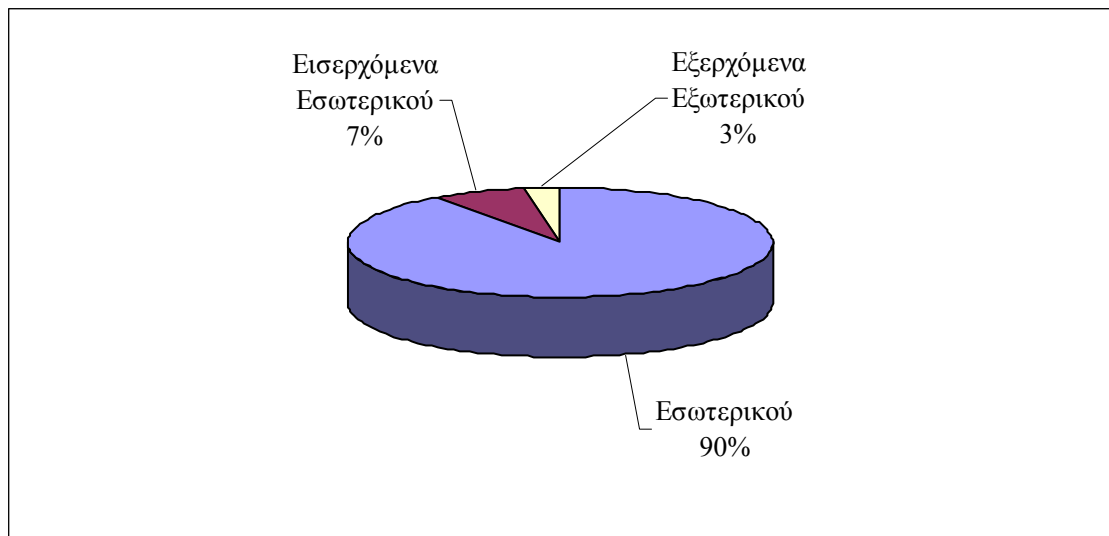
	Ταχυδρομικά αντικείμενα	Ποσοστιαία (%) κατανομή	Έσοδα (ευρώ)	Ποσοστιαία (%) κατανομή
Διακίνηση εσωτερικού				
Αυτόνομη διακίνηση	28.212.504	85,09%	136.552.458	66,48%
Συνδυασμένη διακίνηση	1.747.894	5,27%	9.359.688	4,56%
Σύνολο	29.960.398	90,36%	145.912.146	71,04%
Διακίνηση εισερχόμενων εξωτερικού				
Αυτόνομη διακίνηση	2.142.358	6,46%	13.396.765	6,52%
Συνδυασμένη διακίνηση	95.630	0,29%	895.682	0,44%
Σύνολο	2.237.988	6,75%	14.292.447	6,96%
Διακίνηση εξερχόμενων εξωτερικού				
Αυτόνομη διακίνηση	684.927	2,07%	36.212.458	17,63%
Συνδυασμένη διακίνηση	272.869	0,82%	8.985.249	4,37%
Σύνολο	957.796	2,89%	45.197.707	22,00%
Γενικό σύνολο*	33.156.182	100%	205.402.300	100%

* Η απόκλιση σε σχέση με το σύνολο των διακινηθέντων ταχ. αντικειμένων έτους 2004, οφείλεται στην διακίνηση με την μορφή υπεργολαβίας

Επίσης, παρατηρείται ότι τόσο στη διακίνηση στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, το μεγαλύτερο μέρος του όγκου διακινείται (παραλαβή & επίδοση) από την ταχυδρομική επιχείρηση. Συγκεκριμένα, η αυτόνομη διακίνηση στο εσωτερικό αποτελεί το 85% της συνολικής (αυτόνομης & συνδυασμένης) διακίνησης εσωτερικού.

Στο Διάγραμμα 3.4 παρουσιάζεται η ποσοστιαία κατανομή της διακίνησης ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού και εξωτερικού. Είναι προφανές ότι για κάθε δέκα (10) αντικείμενα τα εννέα (9) αφορούν σε προορισμό εσωτερικού ενώ μόλις το ένα (1) αφορά σε διακίνηση εξωτερικού.

Διάγραμμα 3.4
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού και εξωτερικού



Το μεγάλο ποσοστό που παρουσιάζει η αυτόνομη διακίνηση εσωτερικού συνδυασμένο με το γεγονός ότι ο μεγαλύτερος όγκος 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 ο μεγαλύτερος όγκος αυτών των ταχυδρομικών αντικειμένων διακινείται από πολυεθνικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην αγορά ταχυμεταφορών, οι οποίες επίσης έχουν αναπτύξει ισχυρά και μεγάλης εμβέλειας δίκτυα.

Η διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων στο εσωτερικό και στο εξωτερικό σχετικά με τους χρόνους επίδοσης τους, παρουσιάζεται στους παρακάτω Πίνακες 3.5 και 3.6.

Πίνακας 3.5
Διακίνηση αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης 2004

	Όγκος			Έσοδα (ευρώ)		
	Αυτόνομη διακίνηση	Συνδυασμένη διακίνηση	Σύνολο	Αυτόνομη διακίνηση	Συνδυασμένη διακίνηση	Σύνολο
Αυθημερόν	1.239.562	77.374	1.316.936	8.537.872	635.241	9.173.113
Σε 1 ημέρα	23.340.093	1.509.099	24.849.192	110.930.597	7.722.748	118.653.345
Σε περισσότερες ημέρες	4.243.291	190.553	4.433.844	19.830.804	953.330	20.784.134
Σύνολο	28.822.946	1.777.026	30.599.972	139.299.273	9.311.319	148.610.592

Το 81% των ταχυδρομικών αντικειμένων στο **εσωτερικό** διακινείται σε μια ημέρα (24,8 εκ. αντικείμενα, αξίας 118,6 εκ. Ευρώ). Σημειώνεται ότι την τελευταία διετία 2003-2004 παρατηρείται οριακή μείωση εσόδων που προκύπτει από μείωση των τιμολογίων των παρεχόμενων υπηρεσιών. Σε περισσότερες ημέρες διακινείται το 14% του συνόλου της αγοράς (4,4 εκ. αντικείμενα αξίας 20,7 εκ. ευρώ). Αυθημερόν διακινείται μόλις το 5% του συνολικού πλήθους (1,2 εκ. αντικείμενα, αξίας 9,1εκ. ευρώ).

Πίνακας 3.6

Ποσοστιαία κατανομή ταχ αντικειμένων σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, 2004

	Όγκος			Έσοδα (ευρώ)		
	Αυτόνομη διακίνηση	Συνδυασμένη διακίνηση	Σύνολο	Αυτόνομη διακίνηση	Συνδυασμένη διακίνηση	Σύνολο
Αυθημερόν	4,30%	4,36%	4,30%	6,13%	6,82%	6,17%
Σε 1 ημέρα	80,98%	84,92%	81,21%	79,63%	82,94%	79,84%
Σε περισσότερες ημέρες	14,72%	10,72%	14,49%	14,24%	10,24%	13,99%
Σύνολο	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Αξίζει να σημειωθεί επίσης η διαφορά μεταξύ του συνολικού ποσοστού της αυθημερόν διακίνησης σε όρους όγκου και του αντίστοιχου συνολικού ποσοστού σε όρους εσόδων (4,30% σε σχέση με 6,17%) που εξηγείται από την μεγάλη προστιθέμενη αξία που παράγεται από την πραγματοποίηση αποστολών επείγουσας διαβίβασης. (Πίνακας 3.6)

Η διαχρονική εξέλιξη της ποσοστιαίας κατανομής του πλήθους των διακινήθων ταχυδρομικών αντικειμένων σε σχέση με τον χρόνο επίδοσής τους παρουσιάζεται στον Πίνακα 3.7.

Πίνακας 3.7

Κατανομή αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης 2000 - 2004

	2000	2001	2002	2003	2004
Αυθημερόν	8,0%	7,0%	8,0%	3,0%	4,3%
Σε 1 ημέρα	81,0%	86,0%	83,0%	88,0%	81,2%
Σε περισσότερες ημέρες	11,0%	7,0%	9,0%	9,0%	14,5%

Διαπιστώνεται ότι ένα τμήμα περί το 7% των συνολικών αντικειμένων που μέχρι και το 2003 επιδίδοταν την επόμενη ημέρα στους παραλήπτες, μετατοπίστηκε προς την παράδοση αυθημερόν (1%) και σε περισσότερες ημέρες (5%), αφού κατά το 2004, το 81% των συνολικών αντικειμένων επιδόθηκε την επόμενη ημέρα έναντι 88% του 2003. Αυτή η εξέλιξη ενδέχεται να οφείλεται στην αύξηση της ζήτησης των παρεχόμενων υπηρεσιών με χρόνο παράδοσης περισσότερων ημερών και κατ' επέκταση σε χαμηλότερη τιμή. Γενικά αυξητική

είναι η τάση εξέλιξης του μεριδίου των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινούνται σε περισσότερες μέρες στην περίοδο 2001-2004.

Η αυτόνομη και η συνδυασμένη διακίνηση του πλήθους των ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού παρουσιάζεται στους Πίνακες 3.8 και 3.9. Από τα στοιχεία των πινάκων διαπιστώνεται ότι το 2004 το 62% (1 εκ. αντικ.) των **εισερχομένων** αντικειμένων εξωτερικού διακινείται σε 1 ημέρα, ενώ το 38% (639 χιλ. αντικ.) διακινείται σε περισσότερες μέρες. Τα αντίστοιχα μερίδια για τα **εξερχόμενα** αντικείμενα εξωτερικού είναι 55% (511 χιλ. αντικ.) και 45% (410 χιλ. αντικ.) αντίστοιχα.

Πίνακας 3.8

Διακίνηση εισερχομένων αντικ. εξωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, 2004

	Αυτόνομη διακίνηση	%	Συνδυασμένη διακίνηση	%	Σύνολο	%
Σε 1 ημέρα	1.028.702	64,99%	6.816	7,39%	1.035.518	61,82%
Σε περισσότερες ημέρες	554.044	35,01%	85.418	92,61%	639.462	38,18%
Σύνολο	1.582.746	100%	92.234	100%	1.674.980	100%

Πίνακας 3.9

Διακίνηση εξερχόμενων αντικ. εξωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης 2004

	Αυτόνομη διακίνηση	%	Συνδυασμένη διακίνηση	%	Σύνολο	%
Σε 1 ημέρα	386.193	58,67%	125.149	47,51%	511.342	55,48%
Σε περισσότερες ημέρες	272.015	41,33%	138.274	52,49%	410.289	44,52%
Σύνολο	658.208	100%	263.423	100%	921.631	100%

Όσον αφορά την **κατανομή των διακινήθεντων ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους**, παρατηρείται ότι κατά το έτος 2004 στην κατηγορία 1 gr - 500 gr (εκτός δεμάτων) αντιστοιχεί το 54,04% των ταχυδρομικών αντικειμένων, ενώ κατά το έτος 2003 ήταν 59,6%. Στην κατηγορία 500 gr – 2 kg (εκτός δεμάτων) αντιστοιχεί το 33,87% ποσοστό το οποίο κατά το έτος 2003 ήταν 21,3%. Τα δέματα έως 20 kg που αποτελούν το 12,09% του συνολικού όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων εμφανίζουν μια μείωση 7% όγκου σε σχέση με 2003 (Πίνακας 3.10). Εκτιμάται ότι με βάση την περαιτέρω απελευθέρωση που θα επέλθει από 01/01/2006 στην κατηγορία αντικειμένων από 1 gr - 500 gr (εκτός δεμάτων) αναμένεται ένα μερίδιο αγοράς να απολεσθεί από τον ΦΠΚΥ και να απορροφηθεί αντίστοιχα από την αγορά των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών.

Πίνακας 3.10

Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους, 2004

Κλιμάκια βάρους	Ταχυδρομικά αντικείμενα 2003	(%) 2003	Ταχυδρομικά αντικείμενα 2004	(%) 2004
Από 1 gr έως 500 gr	18.476.000	59,60%	18.165.240	54,04%
Από 500 gr έως 2 kgr	6.603.000	21,30%	11.384.777	33,87%
Λέματα έως 20 kgr	5.921.000	19,10%	4.063.861	12,09%

Η μεγαλύτερη ποσότητα των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων κατά το 2004 που προέρχεται από την Περιφέρεια της Αττικής (65,2 %) έχει αύξηση σε σχέση με το 2003 της τάξεως του 9% που οφείλεται προφανώς στην διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων, σχετικά σημαντική περιφέρεια για την εγχώρια αγορά θεωρείται η Κεντρική Μακεδονία, από την οποία προέρχεται το 12,6% των συνολικών διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων και η οποία κατάφερε να αυξηθεί κατά 1,3 % σε σχέση με το 2003. Αντίθετα, οι μικρότερες ποσότητες προέρχονται από τις Περιφέρειες του Βορείου Αιγαίου και των Ιονίων Νήσων (μόλις το 1,05 και 1,02%, αντίστοιχα). Αξίζει να σημειωθεί ότι η μεγαλύτερη ποσοστιαία μείωση όσον αφορά την διακίνηση ταχ. αντικειμένων για το έτος 2004 καταγράφεται στη Στερεά Ελλάδα (μείωση 8% σε σχέση με το 2003). Συνδυάζοντας τον όγκο 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 3.11).

Παρατηρείται ότι οι τιμές του συγκεκριμένου δείκτη βρίσκονται σε όλες τις Περιφέρειες της Ελλάδας, με εξαίρεση την Αττική, κάτω από το μέσο όρο (2,85), αναδεικνύοντας σημαντικά διαφοροποιημένα πρότυπα ζήτησης των υπηρεσιών ταχυμεταφορών, ανά Διοικητική Περιφέρεια της Ελλάδας. Ειδικότερα, η Αττική παρουσιάζει την μεγαλύτερη ζήτηση με 5,40 ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο, ενώ στην επόμενη θέση κατατάσσεται το Νότιο Αιγαίο με 2,30 αντίστοιχα. Ιδιαίτερα χαμηλή εμφανίζεται η ζήτηση στην Πελοπόννησο με 1,01 ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο.

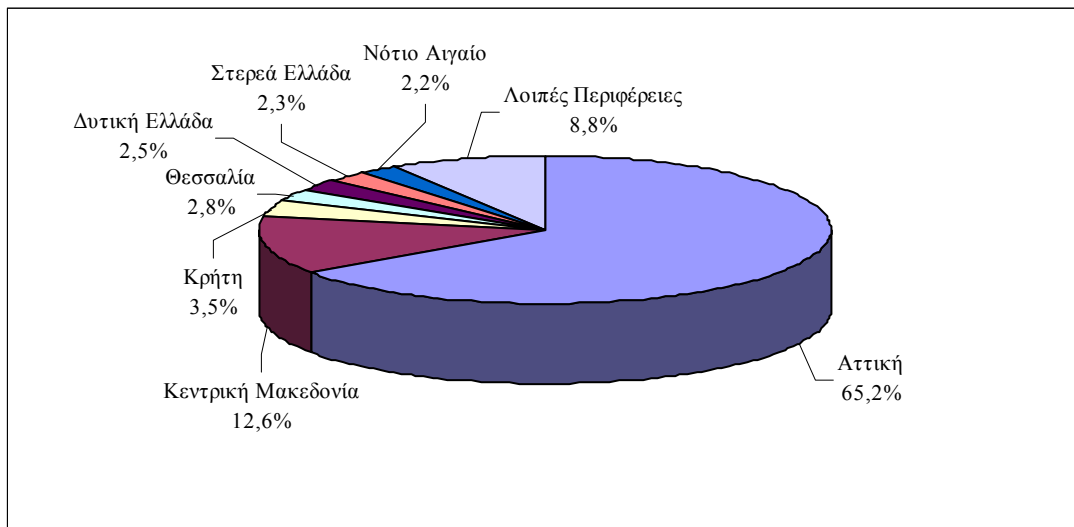
Πίνακας 3.11

Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων ανά περιφέρεια προέλευσης, 2004

Αποστολή ταχυδρομικών αντικειμένων από:	Ταχυδρομικά αντικείμενα	%	Πληθυσμός	Ταχυδρομικά αντικείμενα/ κάτοικο
Αττική	20.275.783	65,19%	3.756.607	5,40
Κεντρική Μακεδονία	3.925.207	12,62%	1.859.641	2,11
Κρήτη	1.096.565	3,53%	601.159	1,82
Θεσσαλία	858.598	2,76%	754.393	1,14
Δυτική Ελλάδα	789.942	2,54%	739.118	1,07
Στερεά Ελλάδα	721.313	2,32%	607.855	1,19
Νότιο Αιγαίο	693.818	2,23%	301.745	2,30
Αν. Μακεδονία & Θράκη	667.040	2,14%	610.254	1,09
Πελοπόννησος	640.294	2,06%	632.955	1,01
Ηπειρος	402.915	1,30%	352.420	1,14
Δυτική Μακεδονία	384.440	1,24%	302.750	1,27
Βόρειο Αιγαίο	327.573	1,05%	204.158	1,60
Ιόνια Νησιά	318.723	1,02%	194.321	1,64
Συνολικός όγκος (εκτός εισερχομένων)	31.102.211	100,00%	10.917.376	2,85

Διάγραμμα 3.5

Κατανομή των ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφ. προέλευσης 2004



Επίσης, ενδιαφέρουσα είναι η κατανομή των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων από την Ελλάδα με προορισμό το εξωτερικό (Διάγραμμα 3.6) από την οποία προκύπτει ότι σημαντικότερη περιοχή προορισμού είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση (64,39), ενώ ακολουθούν η Ασία (11,1%) οι ΗΠΑ - Καναδάς (10,9%), και η Λοιπή Ευρώπη (8,55%).

Αξίζει να σημειωθεί ότι διαχρονικά παρατηρείται μια μείωση του διακινούμενου όγκου αντικειμένων προορισμού εξωτερικού η οποία εκτιμάται ότι προκύπτει εξαιτίας του αρνητικού

εμπορικού ισοζυγίου και της σταθερής σταδιακής μείωσης των εξαγωγών. Συμπερασματικά μπορεί να ειπωθεί ότι η διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων προορισμού εξωτερικού είναι εξαιρετικά «ευαίσθητη» σε παγκοσμίου εμβέλειας γεγονότα (π.χ. πολεμικές συρράξεις, τρομοκρατικά χτυπήματα, εμπορικά εμπόρα). Η σημαντικότερη αυξητική μεταβολή έχει να κάνει με την Ασία, και εξηγείται στην βάση της δυναμικής ανάπτυξης των εμπορικών συναλλαγών με την Κίνα. Αντίθετα η σημαντικότερη μεταβολή μείωσης παρουσιάζεται στις ΗΠΑ – Καναδάς, γεγονός που πιθανότατα εξηγείται από την μείωση των εισαγωγών της ΕΕ προς την άλλη πλευρά του Ατλαντικού.

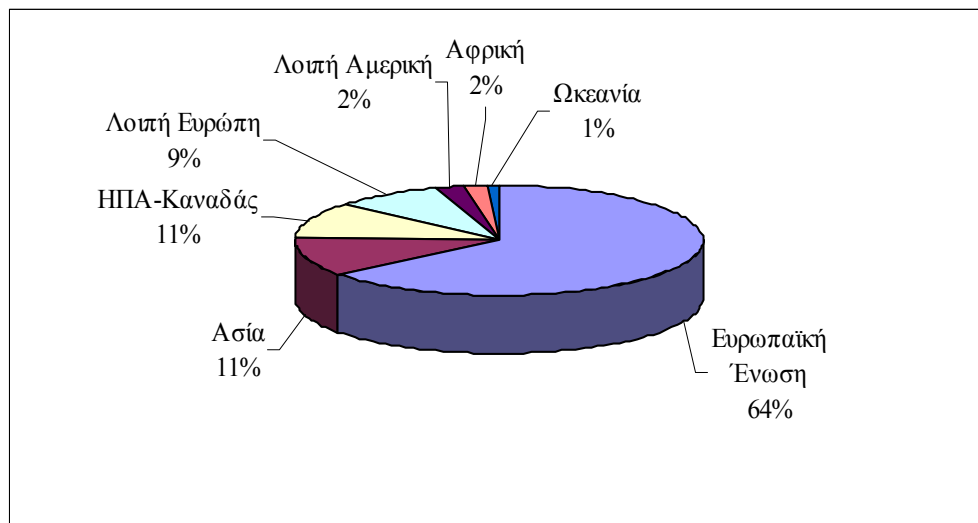
Πίνακας 3.12

Διακίνηση αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού, 2004

Περιοχή	Ταχυδρομικά αντικείμενα 2003	Ταχυδρομικά αντικείμενα 2004	Μεταβολή 2003-2004	(%) 2003	(%) 2004
Ευρωπαϊκή Ένωση	904.916	725.424	↓	62,1%	64,39%
Ασία	102.115	125.109	↑	7,0%	11,10%
ΗΠΑ-Καναδάς	309.942	122.909	↓	21,3%	10,91%
Λοιπή Ευρώπη	90.240	96.305	↑	6,2%	8,55%
Λοιπή Αμερική	22.572	24.114	↑	1,5%	2,14%
Αφρική	12.453	22.160	↑	0,9%	1,97%
Ωκεανία	14.762	10.623	↓	1,0%	0,94%
Σύνολο	1.457.000	1.126.644	↓	100,0%	100,0%

Διάγραμμα 3.6

Κατανομή αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού 2004



Παρόμοια είναι η εικόνα αναφορικά με την κατανομή των χωρών προέλευσης των διακινούμενων προς την Ελλάδα ταχυδρομικών αντικειμένων (Διάγραμμα 3.7), αφού και πάλι σημαντικότερη αποδεικνύεται η περιοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης (59%) και ακολουθούν οι περιοχές της Ασίας (18%) και των ΗΠΑ - Καναδά (12%).

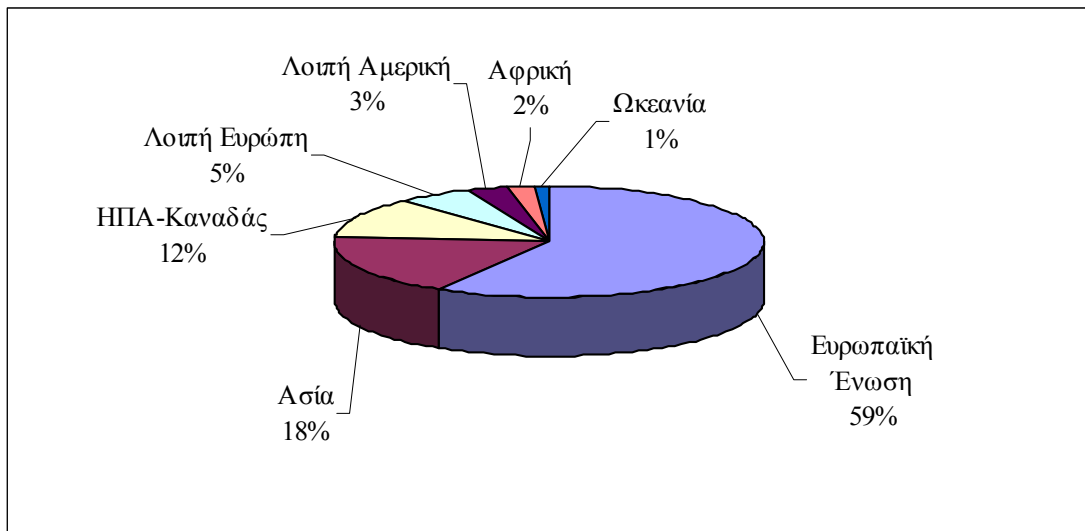
Πίνακας 3.13

Διακίνηση αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης 2004

Περιοχή	Ταχυδρομικά αντικείμενα 2003	Ταχυδρομικά αντικείμενα 2004	(%) 2003	(%) 2004
Ευρωπαϊκή Ένωση	1.265.557	1.095.286	60,9%	58,50%
Ασία	224.083	328.528	10,8%	17,55%
ΗΠΑ-Καναδάς	415.471	231.785	20,0%	12,38%
Λοιπή Ευρώπη	78.551	100.578	3,7%	5,37%
Λοιπή Αμερική	46.859	60.906	2,3%	3,25%
Αφρική	22.167	35.046	1,1%	1,87%
Ωκεανία	24.312	20.264	1,2%	1,08%
Σύνολο	2.077.000	1.872.393	100,0%	100,0%

Διάγραμμα 3.7

Κατανομή αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης 2004



3.4 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών

Ως σημαντικότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των ταχυδρομικών υπηρεσιών, σύμφωνα με τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου (Πίνακα 3.14, Διάγραμμα 3.8) παραμένει και το 2004 η *εξυπηρέτηση των πελατών*, αφού επιλέγεται από το 77% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο σε σχέση με το 74% το 2003, και η *αξιοπιστία της ταχυδρομικής υπηρεσίας*, η οποία επιλέχθηκε από το 73%, όπως και το 2003, αντίστοιχα. Ακολουθεί, με ποσοστό 50%, η *τιμή του προϊόντος* αυξημένη κατά 6 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με το 2003, ενώ το 15% των επιχειρήσεων θεωρεί το *εισοδηματικό επίπεδο των πελατών* σημαντικό προσδιοριστικό παράγοντα της ζήτησης των υπηρεσιών τους ποσοστό σχεδόν διπλάσιο από αυτό που είχε καταγραφεί αντίστοιχα το έτος 2003. Τέλος ένα ποσοστό 8% του δείγματος αναφέρει ως σημαντικούς - συμπληρωματικούς των παραπάνω - παράγοντες την παροχή νέων εξατομικευμένων υπηρεσιών και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.

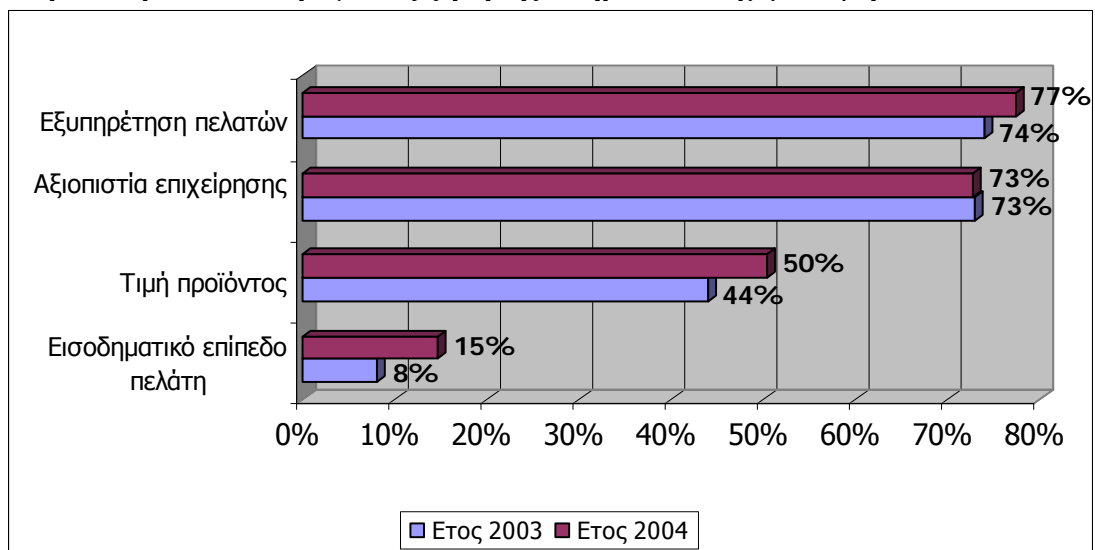
Πίνακας 3.14

Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των υπηρεσιών ταχυμεταφορών 2004

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Τιμή προϊόντος	1%	3%	22%	24%	50%
Εισοδηματικό επίπεδο πελάτη	9%	14%	36%	26%	15%
Αξιοπιστία επιχείρησης	0%	1%	7%	19%	73%
Εξυπηρέτηση πελατών	0%	1%	1%	21%	77%

Διάγραμμα 3.8

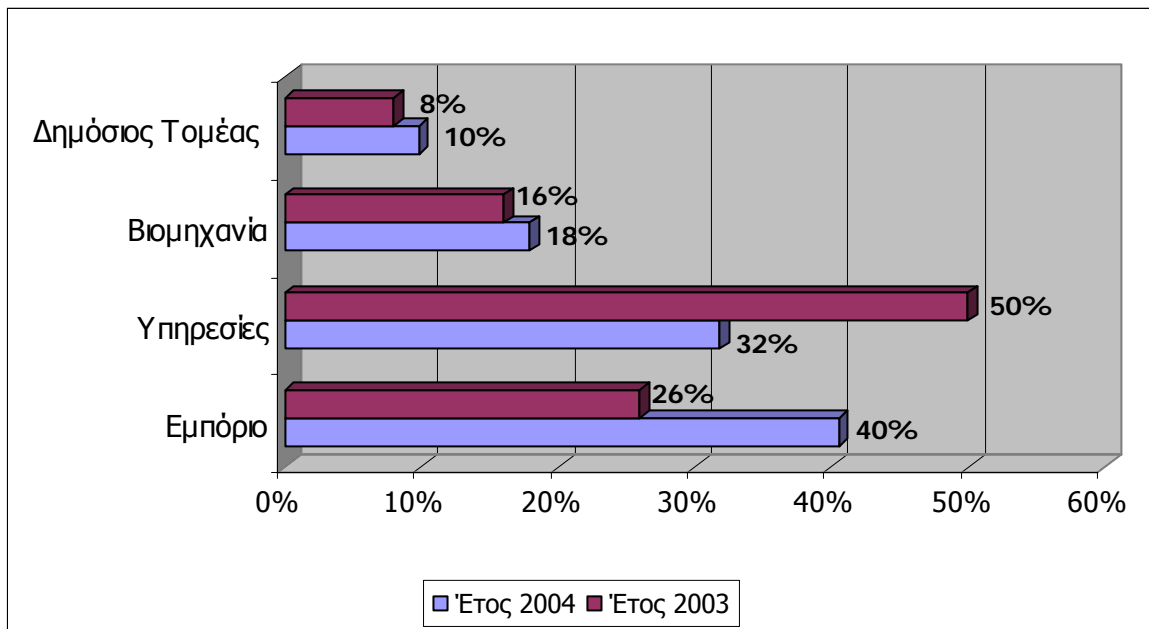
Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών, 2003-2004



3.5 Σημαντικότεροι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών

Σημαντικότεροι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών αναδεικνύονται οι κλάδοι του εμπορίου (40,5%) και των υπηρεσιών (31,8%). Ακολουθεί η μεταποίηση (17,9%), ενώ λιγότερο σημαντικός είναι ο Δημόσιος Τομέας με 9,8%. Από τα στοιχεία του συγκριτικού διαγράμματος ετών 2003-2004 διαπιστώνεται ότι το 2004 ο Δημόσιος Τομέας παρουσιάζει αύξηση 2% και το εμπόριο αύξηση 14,5% σε σχέση με το 2003. Τέλος η μεγάλη μείωση που παρουσιάζεται στο ποσοστό που καταλαμβάνουν οι Υπηρεσίες το 2004 σε σχέση με το 2003 φανερώνουν εξέλιξη που πιθανότατα εξηγείται από την μετατόπιση αντίστοιχου ποσοστού αύξησης στο Εμπόριο.

Διάγραμμα 3.9
Επιχειρησιακοί πελάτες της αγοράς ταχυμεταφορών 2003 -2004



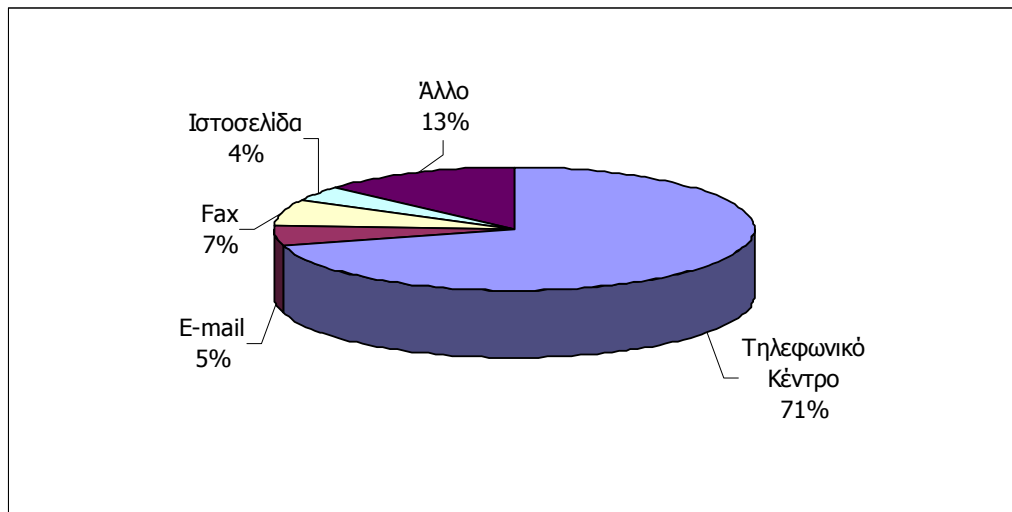
Η ανάλυση της αγοράς ανά επιχειρησιακό πελάτη δείχνει τη σπουδαιότητα των υπηρεσιών ταχυμεταφορών στο σύνολο των διαφόρων κατηγοριών επιχειρήσεων. Ειδικότερα, σχετικά σημαντικότεροι επιχειρησιακοί πελάτες, είναι οι εταιρείες γενικού εμπορίου, φαρμακοβιομηχανίες, και διαφημιστικές επιχειρήσεις. Ακολουθούν, με σχετικά μικρότερα μερίδια όγκου αλλά και εσόδων, οι επιχειρήσεις πληροφορικής & τηλεπικοινωνιών και μετά οι τουριστικές και εκδοτικές εταιρείες.

Ωστόσο σημαντική κρίνεται και η συνεισφορά των υπηρεσιών ταχυμεταφορών 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 εταιρικοί πελάτες και οι καταναλωτές, γενικότερα, απευθύνονται στις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, το 71% των επιχειρήσεων

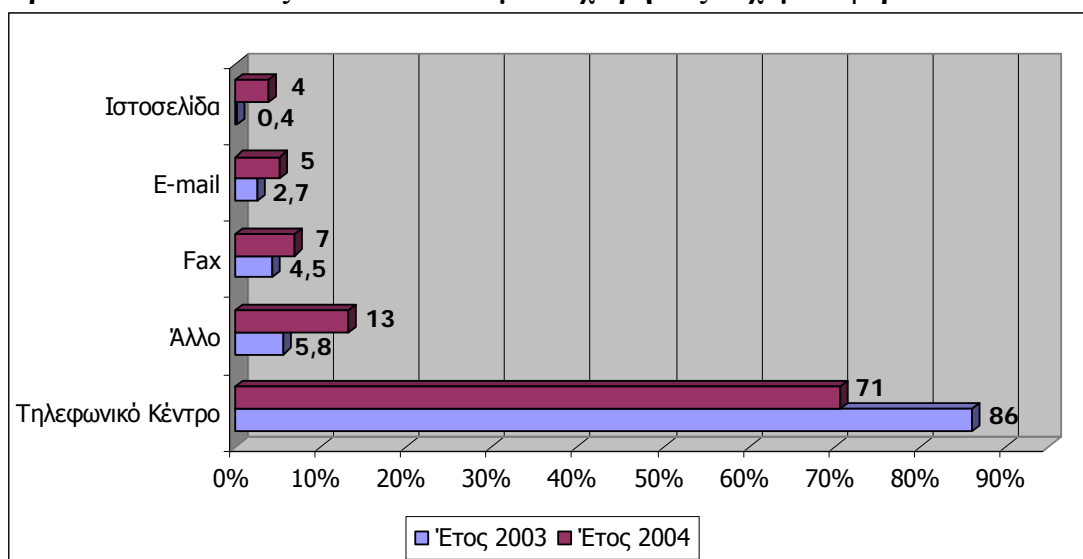
απάντησε ότι η επικοινωνία πραγματοποιείται, κατά κύριο λόγο, μέσω του τηλεφωνικού κέντρου. Αντίθετα, μόλις το 7% και το 5% των επιχειρήσεων απαντά ότι η επικοινωνία των πελατών πραγματοποιείται μέσω συσκευής τηλεομοιοτυπίας (FAX) και ηλεκτρονικής αλληλογραφίας (e-mail), αντίστοιχα. Από το Διάγραμμα 3.11 παρατηρείται μείωση τηλεφωνικού κέντρου σε σχέση με το 2003 και αντίστοιχα πιο εντατική χρησιμοποίηση ηλεκτρονικών μέσων. Επιπρόσθετα το 4% των καταναλωτών έρχεται σε επαφή με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών μέσω ιστοσελίδας, ενώ το υπόλοιπο 13% έρχεται σε επαφή με τις επιχειρήσεις 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 3.10).

Διάγραμμα 3.10
Τρόποι επικοινωνίας καταναλωτών με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών 2004



Στο Διάγραμμα 3.11 απεικονίζονται συγκριτικά για τα έτη 2003 και 2004 οι ποσοστιαίες μεταβολές των εναλλακτικών τρόπων επικοινωνίας των χρηστών με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών. Αξιοσημείωτη είναι η μείωση του ποσοστού που κατέχει η επικοινωνία μέσω «τηλεφωνικού κέντρου» για το έτος 2004 σε ποσοστό 70,6% από 86,0% το προηγούμενο έτος. Την προαναφερόμενη διαφορά φαίνεται να καρπώνονται τόσο η επικοινωνία μέσω fax, e-mail και ιστοσελίδας. Τέλος σημαντικό ποσοστό κατά το έτος 2004 (13,2% σε σχέση με 5,8% το 2003) καταγράφεται σε άλλους τρόπους επικοινωνίας με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών που κυρίως συνοψίζονται από τις επισκέψεις των χρηστών στα καταστήματα του δικτύου των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών.

Διάγραμμα 3.11
Τρόποι επικοινωνίας καταναλωτών με επιχειρήσεις ταχυμεταφορών 2003 - 2004



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 2004 η μεγαλύτερη αύξηση ή μείωση τιμών, οι παράγοντες που επηρεάζουν το κόστος των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, ο αριθμός των απασχολούμενων 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.

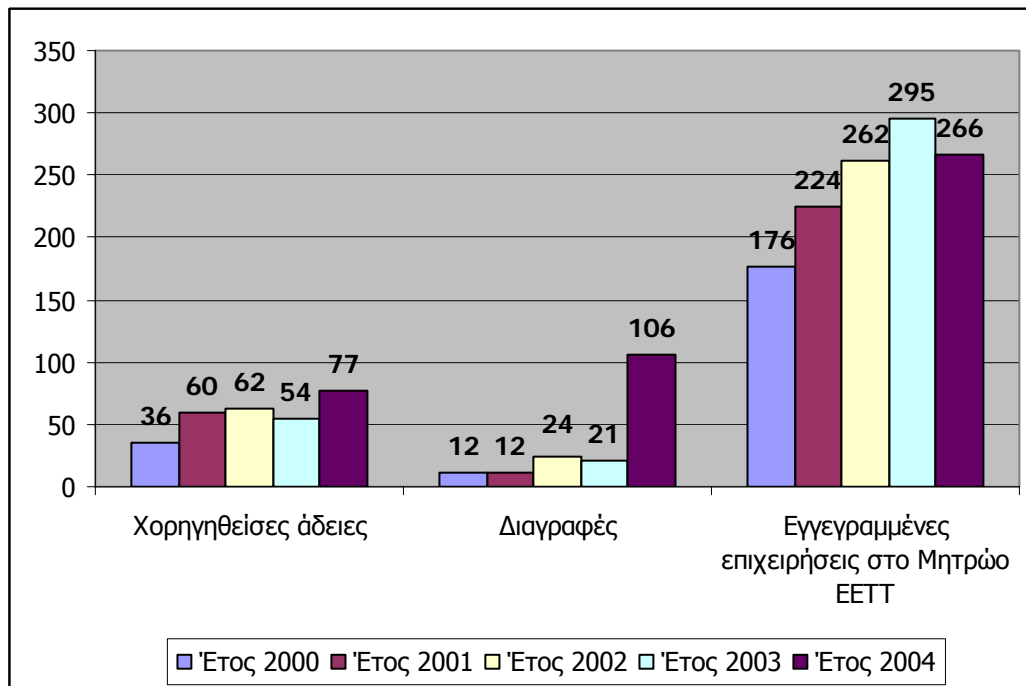
4.1 Βασικά χαρακτηριστικά προσφοράς υπηρεσιών ταχυμεταφορών

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Μητρώου Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της Ε.Ε.Τ.Τ, από το 2000 μέχρι και το 2004 ο αριθμός των ταχυδρομικών επιχειρήσεων που αδειοδοτήθηκαν παρουσιάζει μια σημαντική αύξηση της τάξης του 51%, αποδεικνύοντας ότι η αγορά ταχυμεταφορών παρουσιάζει υψηλή ελκυστικότητα. Επιπλέον, κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου διεγράφησαν από το Μητρώο δηλαδή, ανέστειλαν τη δραστηριότητά τους, 106 επιχειρήσεις (Πίνακας 4.1, Διάγραμμα 4.1) κυρίως επειδή δεν τροποποίησαν την Άδειά τους σύμφωνα με τον Κανονισμό Γενικών Αδειών.

Πίνακας 4.1
Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων

	2000	2001	2002	2003	2004
Χορηγηθείσες άδειες	36	60	62	54	77
Διαγραφές	12	12	24	21	106
Εγγεγραμμένες επιχειρήσεις στο Μητρώο ΕΕΤΤ	176	224	262	295	266
Αριθμός Επιχειρήσεων Δικτύου	-	-	392	1.065	592

Διάγραμμα 4.1
Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων



Συσχετίζοντας την γεωγραφική κατανομή των αδειοδοτημένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές με την γεωγραφική κατανομή των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων (Πίνακας 4.2) διαπιστώνεται ότι στις περιφέρειες που συγκεντρώνεται η μεγαλύτερη παραγωγή, δηλαδή, Αττική και Κεντρική Μακεδονία, συγκεντρώνεται και ο μεγαλύτερος αριθμός των επιχειρήσεων.

Πίνακας 4.2
Γεωγραφική κατανομή ταχ. αντικειμένων & αδειοδοτημένων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών

Περιφέρειες	Ταχυδρομικά αντικείμενα		Αριθμός Επιχειρήσεων		Αντικείμενα ανά Επιχείρηση ⁵
	Πλήθος	Ποσοστιαία κατανομή	Πλήθος	Ποσοστιαία κατανομή	
Αττική	22.787.450	67,79%	110	41,35%	207.159
Κεντρική Μακεδονία	3.925.207	11,68%	43	16,17%	91.284
Κρήτη	1.096.565	3,26%	12	4,51%	91.380
Θεσσαλία	858.598	2,55%	13	4,89%	66.046
Δυτική Ελλάδα	789.942	2,35%	16	6,02%	49.371
Στερεά Ελλάδα	721.313	2,15%	15	5,64%	48.088
Νότιο Αιγαίο	693.818	2,06%	8	3,01%	86.727
Αν. Μακεδονία & Θράκη	667.040	1,98%	13	4,89%	51.311
Πελοπόννησος	640.294	1,90%	8	3,01%	80.037
Ήπειρος	402.915	1,20%	6	2,26%	67.153
Δυτική Μακεδονία	384.440	1,14%	9	3,38%	42.716
Βόρειο Αιγαίο	327.573	0,97%	7	2,63%	46.796
Ιόνια Νησιά	318.723	0,95%	6	2,26%	53.121
Συνολικός όγκος	33.613.878	100,00%	266	100,00%	126.368

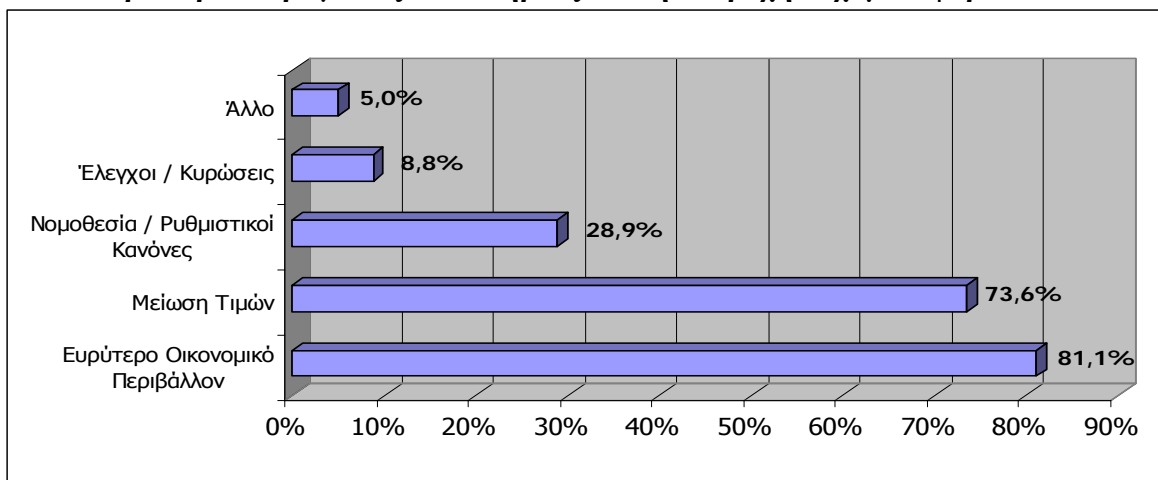
Ειδικότερα, στην Αττική συγκεντρώνεται το 41,35% των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές και παράγεται το 67,8% του πλήθους των αντικειμένων που διακινούνται προς το εσωτερικό και το εξωτερικό. Ωστόσο, υπάρχουν και περιφέρειες όπου το πλήθος των επιχειρήσεων που εδρεύει σε αυτές δεν 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 2,26% και 4,89% των επιχειρήσεων, ενώ διακινείται μόλις το 2% και 1,9% του όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων αντίστοιχα.

⁵ Έχουν συμπεριληφθεί μόνο οι αδειοδοτημένες από την ΕΕΤΤ ταχ. επιχειρήσεις και όχι τα δίκτυα αυτών.

4.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών

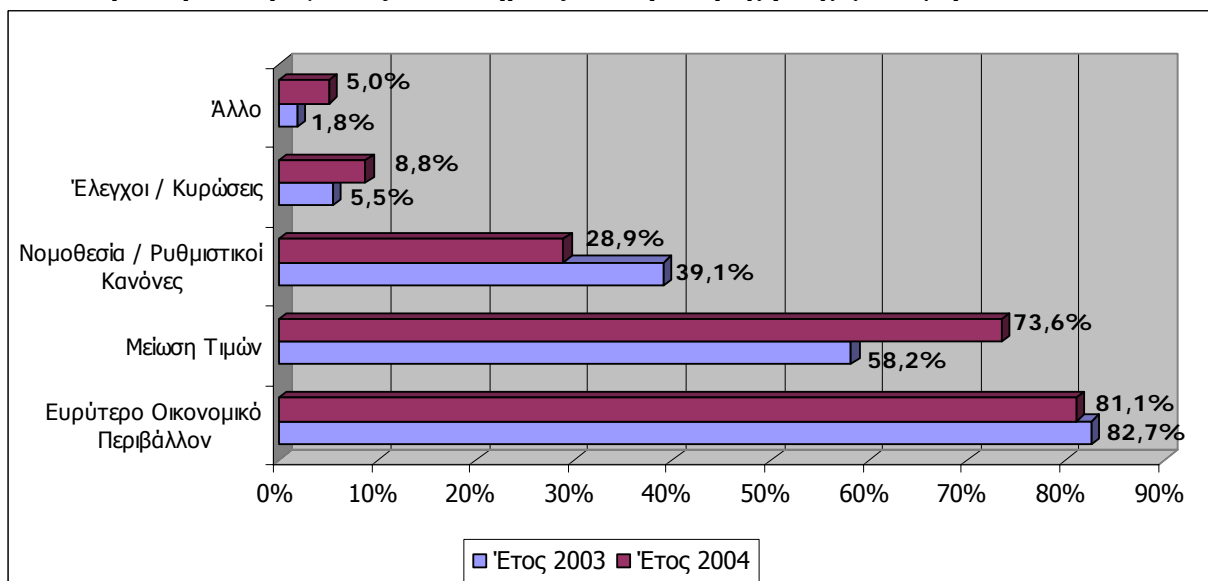
Από την πλευρά των επιχειρήσεων ταχυμεταφοράς οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά των συγκεκριμένων υπηρεσιών είναι σε μεγαλύτερο ποσοστό το γενικότερο οικονομικό περιβάλλον, αφού επιλέχθηκε από το 81% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, ενώ έπεται η μείωση των τιμών καθώς και η Νομοθεσία και οι ρυθμιστικοί κανόνες που απορρέουν από αυτήν, όπως επιλέχθηκαν από το 73,6% και 28,9% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο (Διάγραμμα 4.2) Συγκριτικά στοιχεία 2003-2004 παρατίθενται στο Διάγραμμα 4.3).

Διάγραμμα 4.2
Κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή ταχυμεταφορών 2004



Σημειώνεται ότι οι ποσοστιαίες αποκλίσεις που παρατηρούνται μεταξύ 2003 και 2004 εξηγούνται από την επιλογή του δείγματος να επιλέξει σε μεγαλύτερο αριθμό αλλά και σε μικρότερο βαθμό -πάντα όμως με την ίδια ιεράρχηση- τους προαναφερόμενους παράγοντες.

Διάγραμμα 4.3
Κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή ταχυμεταφορών 2003-2004



4.3 Τιμές

Το 88,3% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο του 2004 πραγματοποίησαν μείωση στις τιμές ορισμένων υπηρεσιών ταχυμεταφορών σε σχέση με το προηγούμενο έτος, ενώ 66,7% των επιχειρήσεων πραγματοποίησε κάποια αύξηση στις τιμές ορισμένων από τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους. Επίσης, ένα ποσοστό 12,6% δήλωσε ότι οι τιμές των υπηρεσιών ταχυμεταφορών που παρέχουν παρέμειναν αμετάβλητες κατά την διάρκεια του 2004.

**Πίνακας 4.3
Κατανομή υπηρεσιών ταχυμεταφορών με μεγαλύτερη αυξομείωση τιμών 2004**

Ταχυδρομικές υπηρεσίες	Μείωση τιμών	Αύξηση τιμών
Ταχυμεταφορές εγγράφων	56%	27%
Ταχυμεταφορές δεμάτων	33%	54%
Διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη	6%	2%
Προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων	2%	11%
Ανταλλαγή εγγράφων	3%	6%

Ειδικότερα, η μεγαλύτερη μείωση τιμών παρατηρήθηκε στην κατηγορία των ταχυμεταφορών εγγράφων, όπως επιλέχθηκε από το 56% των επιχειρήσεων, ενώ η μεγαλύτερη αύξηση τιμών παρατηρήθηκε στην κατηγορία των ταχυμεταφορών δεμάτων, σύμφωνα με το 54% 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 4.3)

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 61% των επιχειρήσεων, καθώς και το βάρος του ταχυδρομικού αντικειμένου και ο τόπος προορισμού του, σύμφωνα με το 46% και 28% αντίστοιχα των απαντήσεων των εκπροσώπων του κλάδου (Πίνακας 4.4).

Πίνακας 4.4

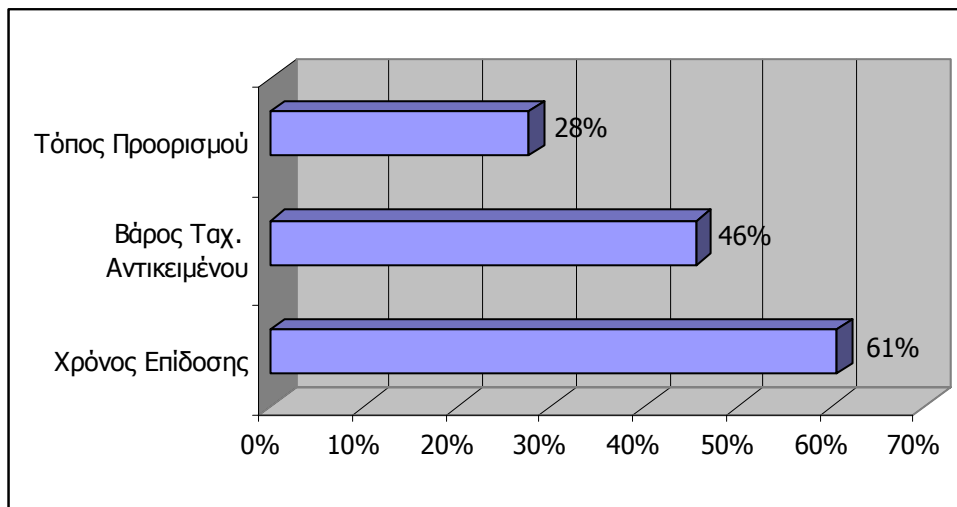
Κυριότεροι παράγοντες διαμόρφωσης τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών 2004

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Βάρος αντικειμένου	3%	8%	17%	26%	46%
Χρόνος επίδοσης	1%	3%	9%	27%	61%
Τόπος προορισμού	4%	12%	21%	35%	28%

Σε σχέση με τις παρατηρήσεις του έτους 2003 φαίνεται να μην υπάρχει μεγάλη τάση διαφοροποίησης, μιας και τα αντίστοιχα ποσοστά για τον χρόνο επίδοσης, το βάρος ταχ. αντικειμένου και το τόπο προορισμού ήταν αντίστοιχα 66%, 58% και 36%, σε σχέση με 61%, 46% και 28% του Διαγράμματος 4.4. Αξίζει να σημειωθεί πάντως ότι ο χρόνος επίδοσης αποτελεί διαχρονικά τον κυρίαρχο προσδιοριστικό παράγοντα διαμόρφωσης των τιμολογίων ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Διάγραμμα 4.4

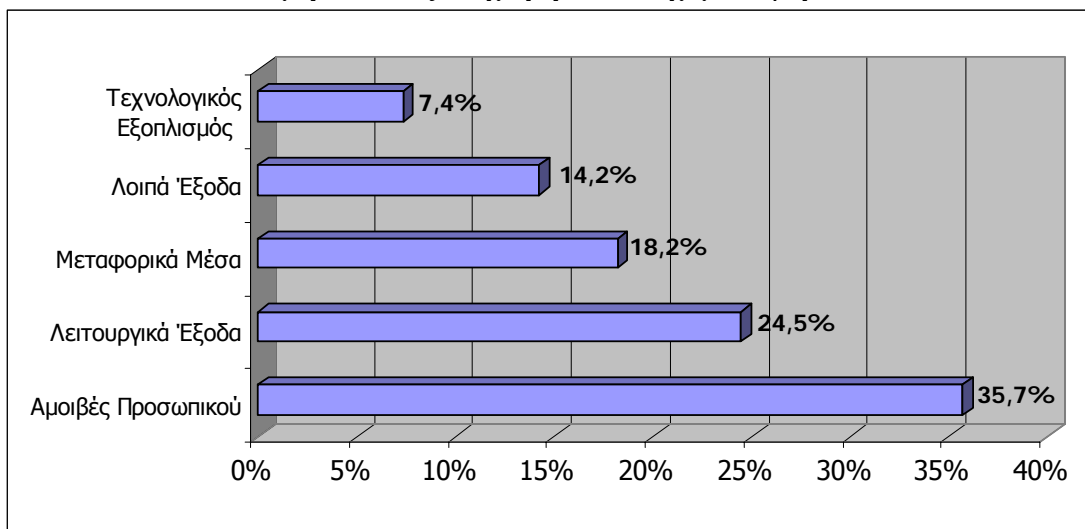
Κυριότεροι παράγοντες διαμόρφωσης τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών 2004



4.4 Κόστος

Η ανάλυση της κατανομής των διαφόρων κατηγοριών κόστους (Διάγραμμα 4.5) που ανακύπτουν από την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών αναδεικνύει τις αμοιβές προσωπικού ως τον πλέον σπουδαίο παράγοντα (35,7%), ενώ ακολουθούν τα λειτουργικά έξοδα (24,5%), τα μεταφορικά μέσα (18,2%), τα λοιπά έξοδα (14,2%), τα οποία κατά κύριο λόγο αφορούν τις προμήθειες που προσφέρουν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών σε άλλες, συνεργαζόμενες με αυτές, επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, και τέλος οι δαπάνες για τεχνολογικό εξοπλισμό (7,4%).

Διάγραμμα 4.5
Κατανομή κόστους επιχειρήσεων ταχυμεταφορών 2004



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 2004 οι αδειοδοτημένες επιχειρήσεις, μαζί με το Δίκτυό τους, εκτιμάται ότι απασχόλησαν 10.152 εργαζομένους έναντι 7.294 το 2003 και 6.018 το 2002 (Πίνακας 4.5). Ταυτόχρονα, η κατανομή της μερικής απασχόλησης στον κλάδο, κατά το 2004, εξακολουθεί να εμφανίζεται αναλογικά μεγαλύτερη (24% επί του συνόλου) έναντι των προηγούμενων ετών (18,9 και 8 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 το 2002.

Πίνακας 4.5
Συνολική απασχόληση στην αγορά ταχυμεταφορών 2004

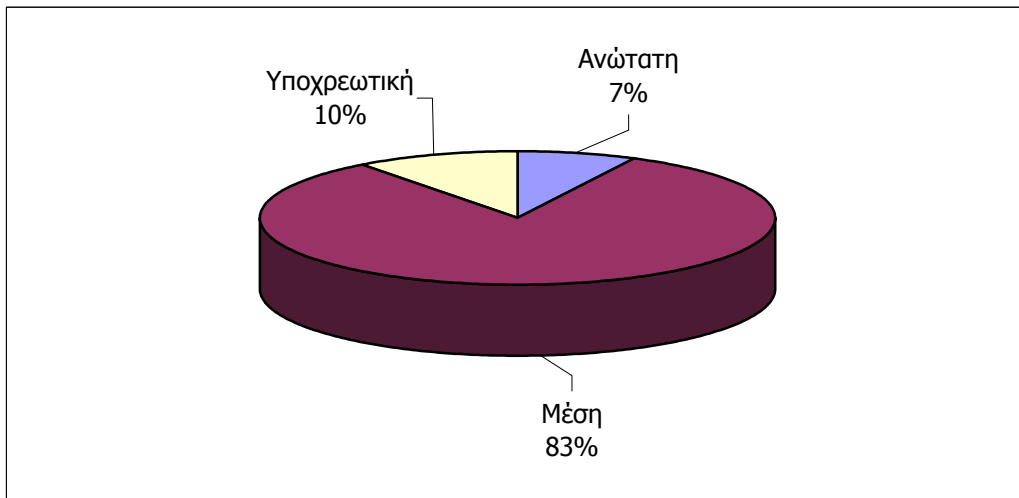
Είδος απασχόλησης	2000	2001	2002	2003	2004
Πλήρης απασχόληση	3.877	4.805	5.528	5.917	7.717
Μερική απασχόληση	373	490	490	1.377	2.435
Σύνολο	4.250	5.295	6.018	7.294	10.152
Ετήσιοι ρυθμοί μεταβολής (%)					
Είδος απασχόλησης	-	2001/00	2002/01	2003/02	2004/03
Πλήρης απασχόληση	-	23,9%	15,0%	7,0%	30,4%
Μερική απασχόληση	-	31,4%	0,0%	181,0%	76,8%

Γενικά, η απασχόληση στην αγορά δε χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερες δεξιότητες γεγονός που εξηγεί και το υψηλό ποσοστό μερικώς απασχολούμενων αλλά και το ότι στην συντριπτική τους πλειοψηφία (93%) οι απασχολούμενοι στην αγορά είναι απόφοιτοι μέσης (83%) ή υποχρεωτικής (10%) εκπαίδευσης (Πίνακας 4.6, Διάγραμμα 4.6).

Πίνακας 4.6
Κατανομή απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό επίπεδο 2004

	Επιχείρηση	%	Δίκτυο	%
Ανώτατη	495	12,67%	259	4,15%
Μέση	2.987	76,43%	5.354	85,75%
Υποχρεωτική	426	10,90%	631	10,10%
Σύνολο	3.908	100%	6.244	100%

Διάγραμμα 4.6
Κατανομή απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό επίπεδο (Επιχείρησης - Δικτύου) 2004

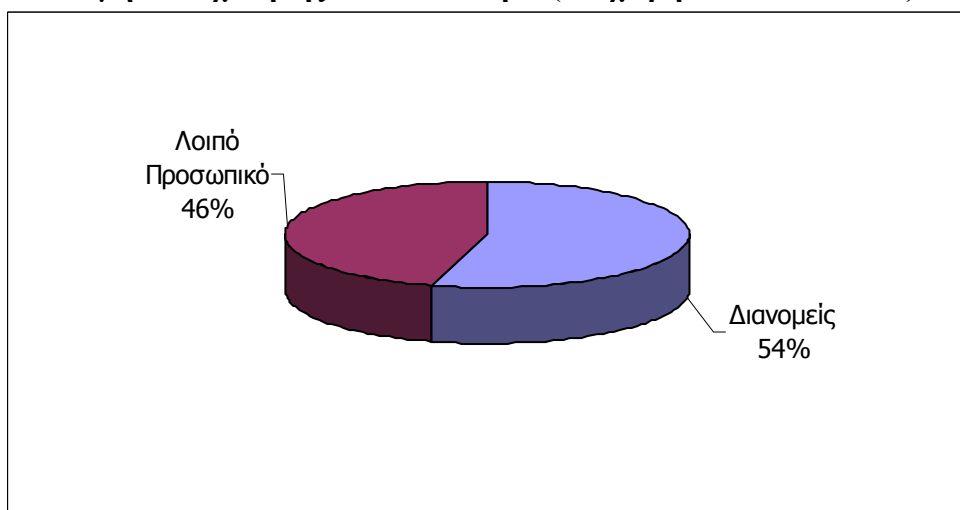


Επίσης, διαπιστώνεται ότι το 54% του ανθρώπινου δυναμικού των επιχειρήσεων και του Δικτύου τους, με πλήρη και μερική απασχόληση, αποτελείται από διανομείς ενώ το υπόλοιπο 46% αποτελείται από άλλες κατηγορίες προσωπικού (Πίνακας 4.7, Διάγραμμα 4.7).

Πίνακας 4.7
Κατανομή απασχόλησης στην αγορά ταχυμεταφορών ανά ειδικότητα

	Επιχείρηση	%	Δίκτυο	%
Διανομείς	1.885	48,23%	3.635	58,22%
Λοιπό προσωπικό	2.023	51,77%	2.609	41,78%
Σύνολο	3.908	100%	6.244	100%

Διάγραμμα 4.7
Κατανομή απασχόλησης ανά ειδικότητα (Επιχειρήσεων & Δικτύου) 2004



Τονίζεται ότι το 61% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο υποστηρίζουν ότι αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εύρεση ανθρώπινου δυναμικού. Ειδικότερα, οι ειδικότητες

στις οποίες παρουσιάζονται οι μεγαλύτερες δυσκολίες είναι οι διανομείς, οι οδηγοί με ιδιόκτητα δίκυκλα, οι υπάλληλοι καταχώρησης δεδομένων και οι υπάλληλοι για διεκπεραίωση εξωτερικών εργασιών και τα στελέχη παραγωγής και διοίκησης. Γενικότερα τα συμπεράσματα που μπορούν να εξαχθούν από τα παραπάνω στοιχεία είναι αφενός ότι υπάρχει μια τάση αύξησης του αριθμού των μερικώς απασχολούμενων με περίπου αντίστοιχη μείωση του αριθμού των πλήρως απασχολούμενων και αφετέρου μια διαχρονική αύξηση του προσωπικού του δικτύου σε βάρος του προσωπικού των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών.

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 70% των επιχειρήσεων, αφορά στην 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 53% των επιχειρήσεων που απάντησαν. Τέλος, 33% των επιχειρήσεων προσφέρει στο προσωπικό του προγράμματα που αφορούν θέματα τεχνικής εκπαίδευσης, ενώ 8% 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 2000-2004, αναδεικνύοντας αυξημένες επενδύσεις των επιχειρήσεων (Πίνακας 4.8). Κατά το 2004, 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 και 1873 το 2004.

Πίνακας 4.8
Καταστήματα ταχυμεταφορών-κέντρα διαλογής-αποθηκευτικοί χώροι 2004

	2000	2001	2002	2003	2004
Ταχυδρομικής επιχείρησης	194	257	437	469	362
Δικτύου	372	488	498	1.302	1.873
Σύνολο	566	745	935	1.771	2.235

Σημειώνεται ότι στην υποδομή δικτύου ετών 2003 και 2004 περιλαμβάνεται υποδομή των ΕΛ.ΤΑ που δηλώθηκε σαν δίκτυο από την εταιρεία Ταχυμεταφορές ΕΛ.ΤΑ Α.Ε.

Σχετικά με την επιφάνεια, εκφρασμένη σε τετραγωνικά μέτρα, που αντιστοιχεί στα ανωτέρω καταστήματα (Πίνακας 4.9) διαπιστώνεται επίσης διαχρονική αύξηση κατά την περίοδο 2000-2004, χωρίς ωστόσο να σημειώνεται δυσανάλογη αύξηση κατά το 2003 έναντι των προηγούμενων ετών. Τέλος παρατηρείται μια τάση αριθμητικής υπεροχής του πλήθους των εγκαταστάσεων του δικτύου των επιχειρήσεων ταχυμεταφοράς που εκτιμάται ότι θα συνεχιστεί και στο μέλλον.

Πίνακας 4.9
Καταστήματα ταχυμεταφορών - κέντρα διαλογής-αποθηκευτικοί χώροι (σε τ.μ.)

	2000	2001	2002	2003	2004
Ταχυδρομικής επιχείρησης	35.491	43.737	58.806	61.250	63.292
Δικτύου	22.236	30.779	30.581	40.420	55.874
Σύνολο	57.727	74.516	89.387	101.670	119.166

Σημειώνεται ότι η εταιρεία Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ Α.Ε δήλωσε για τα 750 καταστήματα ταχυμεταφορών του δικτύου της, εμβαδόν 1.500 τ.μ., με μέσο όρο την επιφάνεια της θυρίδας εξυπηρέτησης ταχυμεταφορών μέσα στα καταστήματα των ΕΛ.ΤΑ. Τα παραπάνω στοιχεία υποδηλώνουν ότι η μέση επιφάνεια των κτιρίων δικτύου της συγκεκριμένης επιχείρησης είναι πολύ μικρότερη από την αντίστοιχη μέση επιφάνεια των λοιπών ταχυδρομικών επιχειρήσεων, και για το λόγο αυτό δεν αυξάνεται η επιφάνεια των κτιρίων ανάλογα με την αύξηση του αριθμού των (Πίνακας 4.10).

Πίνακας 4.10

Μέση επιφάνεια καταστημάτων - κέντρων διαλογής-αποθηκευτικών χώρων (σε τ.μ)

	2000	2001	2002	2003	2004
Ταχυδρομικής επιχείρησης	182,94	170,18	134,57	130,6	174,8
Δικτύου	59,77	63,07	61,41	31,04	29,8
Επιχείρησης & Δικτύου	101,99	100,02	95,60	57,41	53,32

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 του δικτύου τους, 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 – 2004 (Πίνακας 4.11). Μεγάλη αύξηση παρατηρείται στον αριθμό των δικύκλων από το 2003 στο 2004 κατά ποσοστό 22% ενώ αντίστοιχα στα λοιπά οχήματα τριπλασιάστηκε το πλήθος τους (205%) γεγονός που καταδεικνύει την πραγματοποίηση σημαντικών επενδύσεων από πλευράς ταχυδρομικών επιχειρήσεων σε λοιπά μεταφορικά μέσα. Γενικά μπορεί να υποστηριχθεί ότι οι επιχειρήσεις, όπως και στην περίπτωση της κτιριακής υποδομής, προχωρούν και σε επενδύσεις μεταφορικού εξοπλισμού και ανανέωσης ή και αντικατάστασης του στόλου τους.

Πίνακας 4.11
Μεταφορικά μέσα επιχειρήσεων ταχυμεταφορών και Δικτύου

	2000	2001	2002	2003	2004
Αυτοκίνητα παραγωγής	1.048	1.273	1.644	1.875	1.611
Δίκυκλα	2.217	2.800	2.728	4.062	4.957
Λοιπά οχήματα	104	113	116	252	770
Σύνολο	3.369	4.186	4.488	6.189	7.338

Τέλος, και σε σχέση με την κατανομή των μεταφορικών μέσων των επιχειρήσεων διαπιστώνεται ότι το 67,6% των μεταφορικών μέσων αποτελείται από δίκυκλα, το 21,9% από αυτοκίνητα παραγωγής, ενώ ένα μικρό ποσοστό (μόλις 10,5%) αφορά λοιπά οχήματα.

4.6.3 Τεχνολογική υποδομή

Όσον αφορά στην τεχνολογική υποδομή των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, πέρα από τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τις συσκευές τηλεομοιοτυπίας (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).

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 ύπαρξη ειδικού συστήματος παρακολούθησης και εντοπισμού του ταχυδρομικού αντικειμένου σε όλα τα στάδια της διακίνησής 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. Πέραν τούτου, το σύστημα παρακολούθησης και εντοπισμού, δημιουργεί προστιθέμενη αξία στην προσφερόμενη υπηρεσία, σε σχέση με την Καθολική Υπηρεσία. Το ανωτέρω σύστημα παράλληλα, επιλύει προβλήματα που δημιουργούνται στην ανάπτυξη του Δικτύου ταχυδρομικών επιχειρήσεων, όπως αυτά έχουν προσδιοριστεί στο πλαίσιο του κανονισμού Γενικών Αδειών.

Το 47% 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 13% και 24% αντίστοιχα των επιχειρήσεων. Ποσοστό 4% 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). Τέλος ένα μεγάλο ποσοστό της τάξης του 61% σημείωσε ότι διαθέτει υποδομή τηλεφωνικού κέντρου (call center).

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. 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 στη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών και των πελατών στην αγορά ταχυμεταφορών, στην ύπαρξη ή όχι κινδύνου από νέες εισόδους στην αγορά, καθώς και στην απειλή ή μη που υπάρχει από υποκατάστατα προϊόντα και υπηρεσίες. Τέλος, αναφέρονται οι κυριότερες στρατηγικές των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, και οι τρόποι ανάπτυξης και τα εμπόδια εισόδου νέων επιχειρήσεων στην αγορά των ταχυμεταφορών.

5.1 Βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς

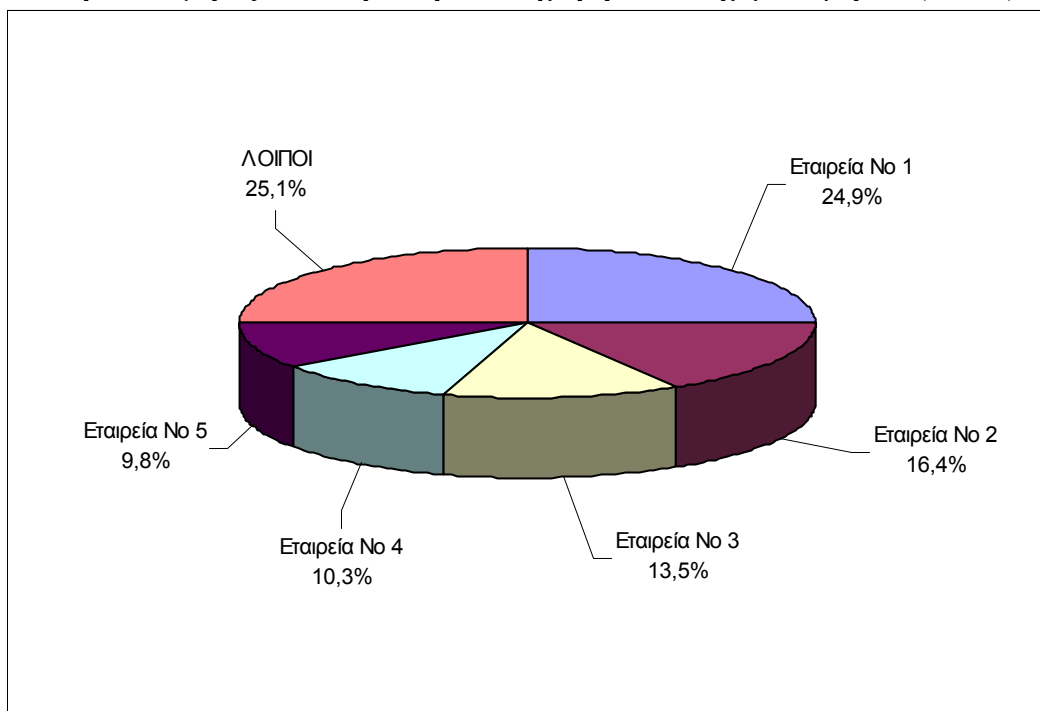
Η αγορά ταχυμεταφορών χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης αφού κατά το 2004 οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις, σε όρους ποσότητας, διακίνησαν το 81,3% του συνολικού αριθμού των αντικειμένων της αγοράς και κατέχουν το 74,9% των συνολικών εσόδων. Σημειώνεται αύξηση 4% του μεριδίου αγοράς των πέντε μεγαλύτερων επιχειρήσεων σε σχέση με το 2003. Εξετάζοντας για το έτος 2004 το βαθμό συγκέντρωσης των 9 μεγαλύτερων επιχειρήσεων, διαπιστώνεται ότι κυμάνθηκε αυξητικά σε σχέση με το έτος 2003 και επίσης διαπιστώνεται αυξημένο μερίδιο, 89,10% (Πίνακας 5.1). Τέλος, αξίζει να επισημανθεί ότι μια μόνο επιχείρηση συγκεντρώνει περί το 30% της αγοράς, με αξιοσημείωτη εξέλιξη κατά το έτος 2004 τη μείωση του μεριδίου αγοράς της εταιρείας – ηγέτη κατά 10% (από 40% το 2003 σε 30% το 2004).

Πίνακας 5.1
Μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (όγκος)

	2002	2003	2004
Οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις	73,60%	77,40%	81,30%
Οι 9 μεγαλύτερες επιχειρήσεις	84,80%	86,80%	89,10%

Όσον αφορά τα μερίδια αγοράς σε όρους εσόδων οι πέντε μεγαλύτερες επιχειρήσεις συγκεντρώνουν ποσοστό της τάξεως του 75% όπως αυτό απεικονίζεται στο Διάγραμμα 5.1.

Διάγραμμα 5.1
Μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (έσοδα)



5.2 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Η έννοια των προμηθευτών στην αγορά ταχυμεταφορών περιλαμβάνει:

- άλλες ταχυδρομικές εταιρείες διακίνησης ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού ή εξωτερικού που μεσολαβούν για τη διεκπεραίωση με την μέθοδο της συνδυασμένης διακίνησης
- επιχειρήσεις που προμηθεύουν τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών με μεταφορικά μέσα (φορτηγά, μοτοσικλέτες) που χρησιμοποιούνται για την επιτέλεση του έργου τους,
- τους κομιστές – εκδοτικούς οίκους – τυπογραφικές εταιρείες
- επιχειρήσεις εμπορίας καυσίμων,
- επιχειρήσεις πληροφοριακών συστημάτων (hardware και software),
- επιχειρήσεις εμπορίας χάρτου, το οποίο χρησιμοποιείται για τα τιμολόγια, τις αποδείξεις και γενικότερα τα συνοδευτικά δελτία ταχυμεταφοράς (vouchers),

Σύμφωνα με τα προαναφερόμενα, διαπιστώνεται ότι, εφόσον καμία από τις αγορές της ομάδας προμηθευτών των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών δεν παρουσιάζει ιδιαίτερο συγκεντρωτισμό, η δύναμη των προμηθευτών είναι μικρή και δεν επηρεάζει το ανταγωνιστικό πλαίσιο στο οποίο κινούνται οι επιχειρήσεις. Μοναδική εξαίρεση στην αγορά των προμηθευτών (με μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη) αποτελούν οι εταιρείες ταχυμεταφορών που προμηθεύουν άλλες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών με ταχυδρομικά αντικείμενα, καθορίζοντας σε μεγάλο βαθμό τα έσοδα και τα περιθώρια κέρδους των τελευταίων. Γενικά, όμως μπορεί να ειπωθεί ότι δεν υπάρχει ιδιαίτερο κόστος αλλαγής από τον ένα προμηθευτή στον άλλον αφού τα προϊόντα τους απαντώνται ευρέως στην αγορά και δεν είναι εξειδικευμένα.

Επίσης μια ομάδα προμηθευτών που διαθέτει μεγάλη δυναμική είναι αυτή των επιχειρήσεων που διενεργούν όλες τις εργασίες παραγωγής και προετοιμασίας των ταχυδρομικών αντικείμενων ή δεμάτων (κομιστές – εκδοτικοί οίκοι – τυπογραφικές εταιρείες).

Μια ακόμη 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 σημαντική επιβάρυνση 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 μικρή ενώ στο μέλλον αναμένεται σταδιακά να αυξηθεί καθώς η αγορά των ταχυμεταφορών θα βαίνει προς την πλήρη ωρίμανσή της.

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 διαθέτει παρουσία σε όλη την ελληνική επικράτεια. Κατά συνέπεια, στις 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 εκτιμάται 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 αναγκαίων υποδομών που απαιτούνται σε κτιριακές εγκαταστάσεις, μεταφορικά μέσα, τεχνολογικό εξοπλισμό, 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 ίσως έχουν, και θα έχουν στο μέλλον, τη δυνατότητα να εισέλθουν στην ελληνική αγορά ταχυμεταφορών δεδομένου ότι η αγορά έχει εισέλθει σε φάση ωρίμανσης, γεγονός που αποδεικνύεται από τις εσωτερικές ανακατατάξεις των μεριδίων αγοράς μεταξύ των μεγάλων εταιρειών του κλάδου. Αξίζει να τονιστεί ότι σημαντική προϋπόθεση στην απόφαση μίας επιχείρησης να εισέλθει στον κλάδο ταχυμεταφορών μπορεί να αποτελέσει η ύπαρξη ανεπτυγμένου δικτύου στον ελλαδικό χώρο για άλλη οικονομική δραστηριότητα π.χ χρηματοοικονομική, μεταφορική, εκδοτική και τηλεπικοινωνιακή.

5.5 Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα

Βασικά υποκατάστατα των προϊόντων και υπηρεσιών ταχυμεταφορών είναι το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) η τηλεομοιοτυπία (fax), τα sms, τα mms, τα EDI και το υβριδικό ταχυδρομείο.

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 μεσοπρόθεσμη βάση αλλά πάντα σε περιορισμένο βαθμό. Οι διάυλοι 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 θα αναμένεται να παρατηρηθεί περαιτέρω ανάπτυξη των ηλεκτρονικών συναλλαγών σε συνέχεια εφαρμογής του νόμου για τις ηλεκτρονικές επικοινωνίες. Σε κάθε περίπτωση κριτήριο για την επίδραση στην αγορά ταχυμεταφορών θα αποτελέσει ο βαθμός προόδου των εφαρμογών των νέων τεχνολογιών, όπως οι ηλεκτρονικές επικοινωνίες στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα.

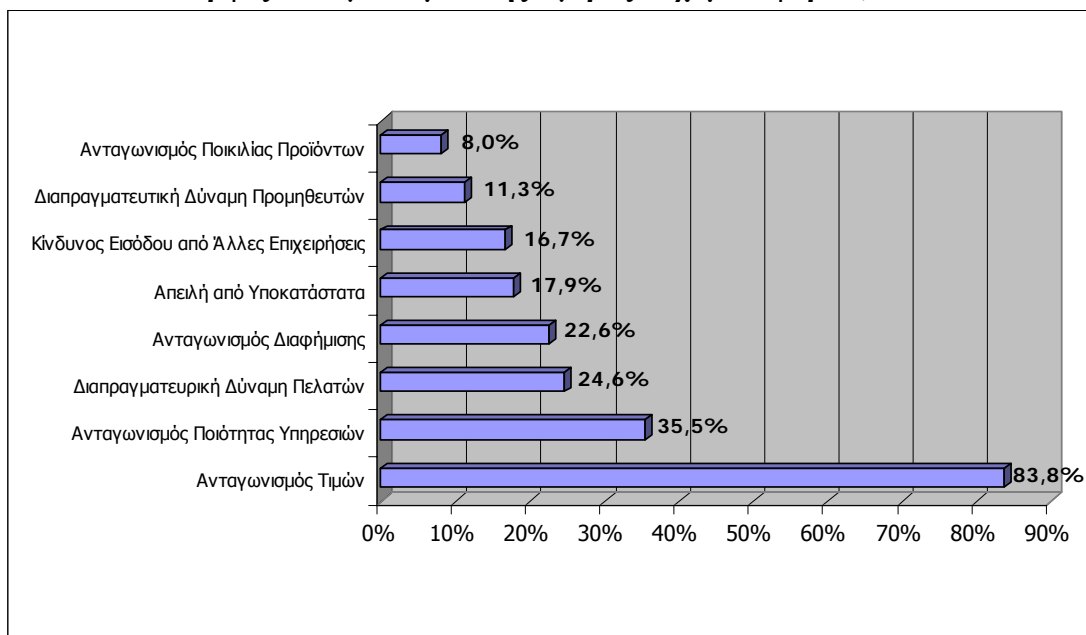
Συγκεντρωτικά τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου σε σχέση με τις παραπάνω ενότητες του κεφαλαίου 5 απεικονίζονται στο Πίνακα 5.2 και στο Διάγραμμα 5.2 αντίστοιχα.

Πίνακας 5.2
Μορφές ανταγωνισμού της αγοράς ταχυμεταφορών, 2004

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Ανταγωνισμός Τιμών	0,0%	0,6%	2,6%	12,3%	83,8%
Ανταγωνισμός Ποιότητας Υπηρεσιών	0,7%	8,7%	21,0%	34,1%	35,5%
Απειλή από Υποκατάστατα	11,9%	23,1%	22,4%	17,9%	24,6%
Κίνδυνος Εισόδου από Άλλες Επιχειρήσεις	10,9%	22,6%	25,5%	18,2%	22,6%
Ανταγωνισμός Διαφήμισης	7,9%	24,3%	23,6%	26,4%	17,9%
Διαπραγματευτική Δύναμη Πελατών	1,5%	11,4%	34,8%	35,6%	16,7%
Ανταγωνισμός Ποικιλίας Προϊόντων	13,5%	19,5%	33,1%	22,6%	11,3%
Διαπραγματευτική Δύναμη Προμηθευτών	5,6%	21,6%	36,8%	28,0%	8,0%

Σημειώνεται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των εκπροσώπων της αγοράς αναφέρει ότι η σημαντικότερη μορφή ανταγωνισμού που λαμβάνει χώρα στην αγορά ταχυμεταφορών εστιάζεται στον ανταγωνισμό τιμών (περί το 84%). Στη δεύτερη θέση ακολουθεί ο ανταγωνισμός στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών (35,5%), ενώ στη τρίτη θέση με ποσοστό 24,6% κατατάσσεται η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών.

Διάγραμμα 5.2
Μορφές ανταγωνισμού της αγοράς ταχυμεταφορών, 2004

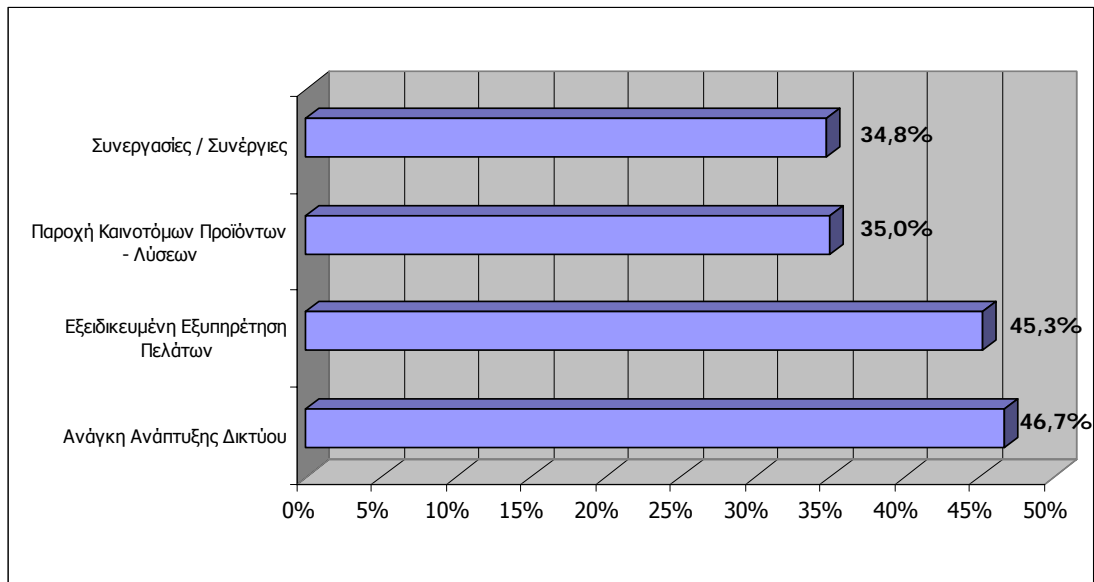


Στο ερώτημα για το «ποιοί είναι οι σημαντικότεροι τρόποι αύξησης του μεριδίου της αγοράς;» οι εκπρόσωποι του κλάδου υπέδειξαν σε ποσοστό περί το 47% την ανάπτυξη του δικτύου, ενώ εξίσου σημαντικό τρόπο θεωρούν την εξειδικευμένη εξυπηρέτηση πελατών. Μικρότερα ποσοστά αλλά επίσης σημαντικά αποδίδουν στην παροχή καινοτόμων προϊόντων και στην στρατηγική συνεργασιών – συνεργιών (35%). (Πίνακας 5.3 και Διάγραμμα 5.3)

Πίνακας 5.3
Τρόποι αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών 2004

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Ανάγκη Ανάπτυξης Δικτύου	4,4%	14,1%	14,1%	20,7%	46,7%
Εξειδικευμένη Εξυπηρέτηση Πελατών	1,5%	8,0%	18,2%	27,0%	45,3%
Παροχή Καινοτόμων Προϊόντων	3,6%	7,3%	25,5%	28,5%	35,0%
Συνεργασίες / Συνέργειες	3,6%	9,4%	22,5%	29,7%	34,8%

Διάγραμμα 5.3
Τρόποι αύξησης μεριδίου αγοράς κλάδου ταχυμεταφορών 2004



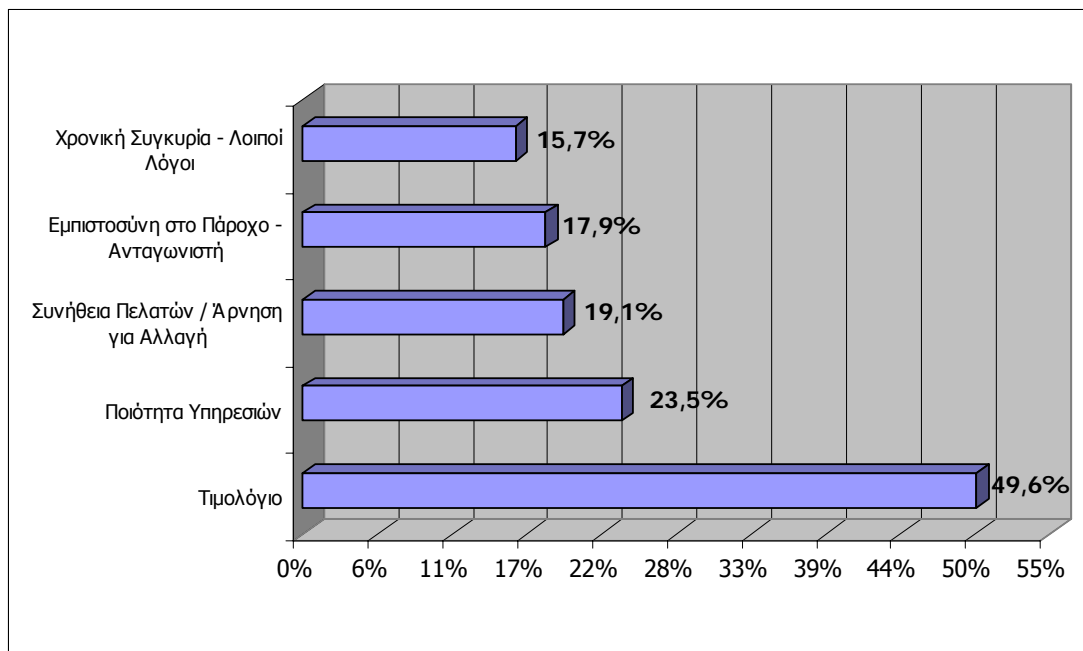
Συμπερασματικά, μπορεί να ειπωθεί ότι οι επιχειρήσεις του κλάδου δεν φαίνονται να ακολουθούν μια συγκεκριμένη στρατηγική σε σχέση με τον τρόπο αύξησης τους μεριδίου της αγοράς, γεγονός που πιθανότατα σημαίνει ότι μάλλον οι εκπρόσωποι του κλάδου ακολουθούν ένα μείγμα των παραπάνω τρόπων στη προσπάθειά τους να διευρύνουν τα μερίδια αγοράς.

Τα σημαντικότερα εμπόδια στην προσπάθεια ανάπτυξης και αύξησης του μεριδίου της αγοράς ταχυμεταφορών είναι σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν το ύψος των τιμολογίων (50%) και η ποιότητα των υπηρεσιών (24%). (Πίνακας 5.4 και Διάγραμμα 5.4)

Πίνακας 5.4
Εμπόδια αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών 2004

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Τιμολόγιο	5,9%	5,2%	19,3%	20,0%	49,6%
Ποιότητα Υπηρεσιών	23,5%	15,9%	15,2%	22,0%	23,5%
Συνήθεια Πελατών / Άρνηση για Αλλαγή	5,7%	8,5%	29,8%	36,9%	19,1%
Εμπιστοσύνη στο Πάροδο - Ανταγωνιστή	3,7%	18,7%	29,1%	30,6%	17,9%
Χρονική Συγκυρία - Λοιποί Λόγοι	7,5%	23,1%	37,3%	16,4%	15,7%

Διάγραμμα 5.4
Εμπόδια αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών 2004



Με βάση τις παρατηρήσεις των παραπάνω διαγραμμάτων είναι φανερό ότι στα σημαντικότερα εμπόδια για τη περαιτέρω ανάπτυξη των μεριδίων αγοράς των επιχειρήσεων περιλαμβάνονται με ποσοστό περί του 50% το ύψος των τιμολογίων, ενώ με σαφώς μικρότερα ποσοστά ακολουθούν η ποιότητα των υπηρεσιών (με ποσοστό 23,5%) και η συνήθεια των πελατών – άρνηση για αλλαγή (19%).

5.6 Στρατηγικές επιχειρήσεων

Οι στρατηγικές των μεγάλων επιχειρήσεων επικεντρώνονται στην παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών, με μειωμένα κατά το δυνατό τιμολόγια και στην επέκταση του δικτύου τους. Επιπλέον, στη στρατηγική τους ενσωματώνουν τακτικές ενέργειες που αφορούν σε επενδύσεις για εκσυγχρονισμό της τεχνολογικής τους υποδομής, και επιμόρφωσης του ανθρώπινου δυναμικού.

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 μεγάλες ή μικρότερες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών που λειτουργούν σε εθνικό, περιφερειακό ή και τοπικό επίπεδο, προκειμένου να αποκτήσουν σημεία εξυπηρέτησης σε όλη τη χώρα και κατά συνέπεια να διεισδύσουν στην ελληνική αγορά. 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 συλλεχθέντων στοιχείων του ερωτηματολογίου και τις εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς ταχυμεταφορών, ενώ ταυτόχρονα εξετάζονται οι προοπτικές εξέλιξης της εν λόγω αγοράς. Τέλος, πραγματοποιείται ειδική αναφορά για τα εμπόδια εισόδου ταχυδρομικών επιχειρήσεων στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας.

6.1 Προβλήματα Αγοράς Ταχυμεταφορών

Από την συλλογή των ερωτηματολογίων και την επεξεργασία τους προέκυψε ότι οι επιχειρήσεις συνέχισαν να επιδεικνύουν μια εν γένει αδυναμία συμπλήρωσης των στοιχείων 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 διαθέτουν πληροφοριακή υποδομή διαχείρισης αντικειμένων και 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 συνεχής πτωτική «πίεση» στις τιμές των παρεχομένων υπηρεσιών (Διάγραμμα 6.1). Η «πίεση» στα τιμολόγια θεωρείται υπερβολική και μπορεί να επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις στην αγορά αφού οδηγεί τις επιχειρήσεις σε μη κερδοφόρες επιχειρηματικές δραστηριότητες, μη επιτρέποντας την υλοποίηση σχεδίων ανάπτυξης και βελτίωσης των παρεχομένων υπηρεσιών αλλά και σε λίγες προς το παρόν περιπτώσεις και σε επιχειρηματικούς κινδύνους.

Επιπρόσθετα ένα σημαντικό πρόβλημα που εντάθηκε κατά το έτος 2004 και αναμένεται να συνεχίσει να προκαλεί επιβάρυνση στο κόστος λειτουργίας των εταιρειών ταχυμεταφορών έχει να κάνει με το αυξανόμενο κόστος μεταφοράς τόσο λόγω της αύξησης των καυσίμων όσο και λόγω των νέων συγκοινωνιακών υποδομών που ολοκληρώθηκαν κατά το προηγούμενο χρονικό διάστημα.

Ένα άλλο πρόβλημα που παρατηρείται στην αγορά είναι η παρουσία αρκετών μικρών επιχειρήσεων κυρίως οικογενειακού τύπου, που δεν διαθέτουν άδεια παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και ταυτόχρονα δεν διαθέτουν τις κατάλληλες υποδομές για την παροχή ποιοτικών

υπηρεσιών. 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 εντατικοποίησε κατά το 2004 τους ελέγχους στις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών.

Επιπρόσθετα, άλλο πρόβλημα που καταγράφεται είναι η δραστηριοποίηση, εναλλακτικών δικτύων μεταφορών (Κ.Τ.Ε.Λ., ταξί, μεταφορικές εταιρείες) στον τομέα των ταχυμεταφορών, κυρίως, από πόλη σε πόλη εντός της Ελλάδας αλλά και από χώρα σε χώρα (π.χ. όμορες βαλκανικές χώρες). Σύμφωνα με εκπροσώπους του κλάδου, συνήθως διακινούνται ταχυδρομικά αντικείμενα άνω των 2 κιλών.

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 «δακτυλίου», 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.

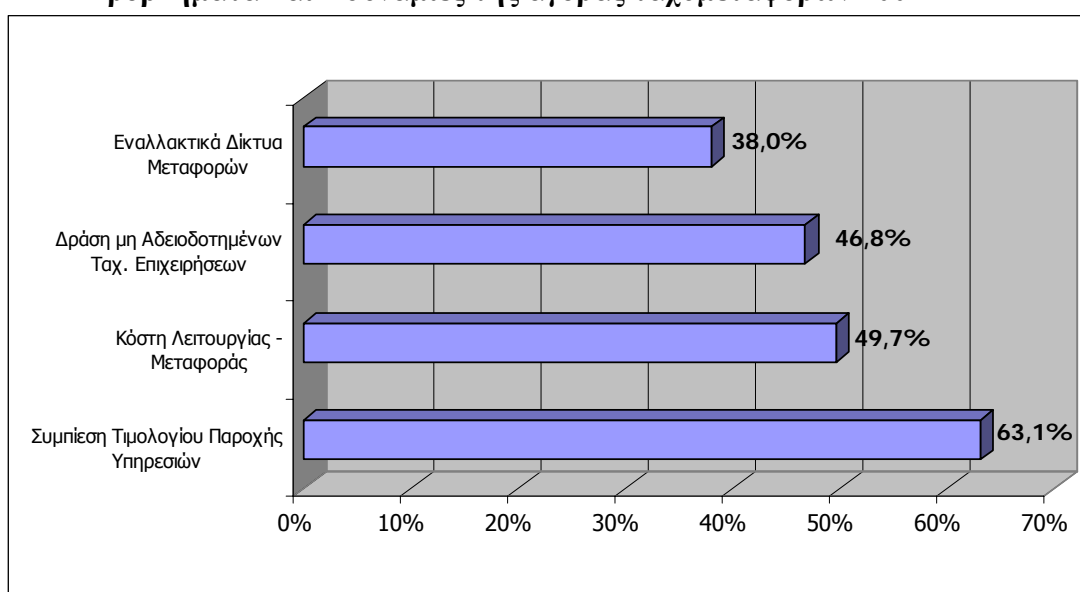
Πέρα, όμως, από τα αυξημένα κόστη η δραστηριότητα των επιχειρήσεων δυσχεραίνεται, και από την έλλειψη εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού. Βέβαια όπως σημειώνεται από τους εκπροσώπους του κλάδου τα προβλήματα συμπτωνώνονται με τον ένα ή τον άλλο τρόπο σε πρακτικές αθέμιτου ανταγωνισμού μιας και οι περισσότερες απαντήσεις στην ερώτηση «Άλλο πρόβλημα – αδυναμία» ανέφεραν τον αθέμιτο ανταγωνισμό. Προφανώς πίσω από τον αθέμιτο ανταγωνισμό κρύβονται όλα τα υπόλοιπα προβλήματα που ξεχωριστά έχουν αναφερθεί. (Πίνακας 6.1)

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.

Πίνακας 6.1
Προβλήματα και Αδυναμίες της αγοράς ταχυμεταφορών 2004

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Συμπίεση Τιμολογίου Παροχής Υπηρεσιών	2,1%	7,8%	9,2%	17,7%	63,1%
Κόστη Λειτουργίας - Μεταφοράς	1,4%	2,1%	15,9%	31,0%	49,7%
Δράση μη Αδειοδοτημένων Επιχειρήσεων	2,8%	12,8%	15,6%	22,0%	46,8%
Εναλλακτικά Δίκτυα Μεταφορών	3,5%	13,4%	23,9%	21,1%	38,0%

Διάγραμμα 6.1
Προβλήματα και Αδυναμίες της αγοράς ταχυμεταφορών 2004



6.2 Ταχυδρομική Αγορά υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας

Η δραστηριότητα ταχυδρομικών επιχειρήσεων σε υπηρεσίες υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας οδηγεί σε περαιτέρω απελευθέρωση της αγοράς και στην εξασφάλιση του υγιούς ανταγωνισμού. Στο παραπάνω πλαίσιο η ερώτηση που τέθηκε στους εκπροσώπους της απελευθερωμένης αγοράς και με σκοπό την διερεύνηση των προοπτικών της εν λόγω αγοράς ήταν να αναφερθούν οι κυριότεροι αποθαρρυντικοί παράγοντες για την δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών στην αγορά υπηρεσιών μη αποκλειστικών δικαιωμάτων της Καθολικής Υπηρεσίας.

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων του ερωτηματολογίου (Πίνακας 6.2 και Διάγραμμα 6.2) στην εν λόγω ερώτηση κατέδειξαν ότι οι σημαντικότεροι ανασταλτικοί λόγοι έχουν να κάνουν με την ανάγκη ανάπτυξης εκτεταμένου δικτύου και με τις αναγκαίες και απαιτούμενες επενδύσεις (46,3%). Εξίσου σημαντικός λόγος φαίνεται να είναι και το χαμηλό τιμολόγιο των παρεχόμενων υπηρεσιών, γεγονός που κατ' επέκταση οδηγεί σε μικρά περιθώρια κέρδους.

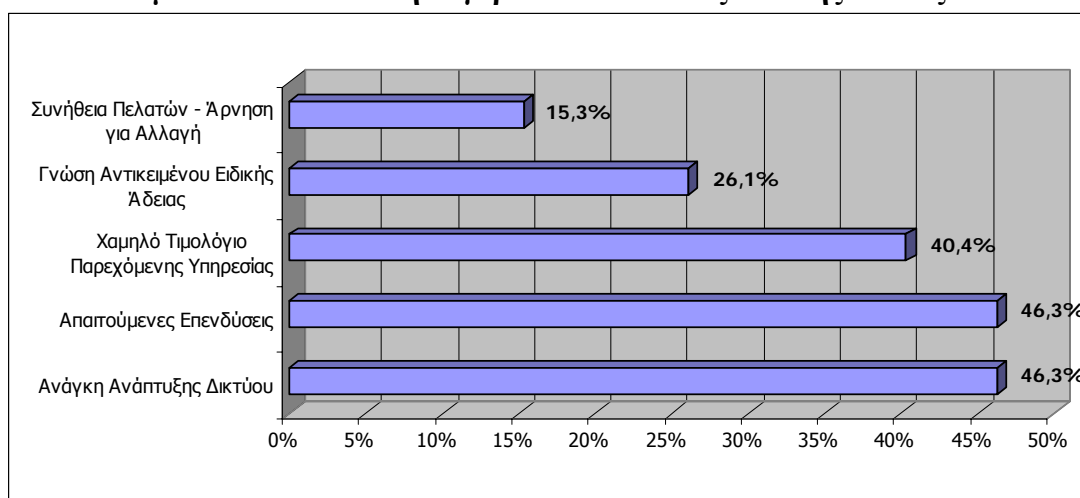
Πίνακας 6.2

Εμπόδια εισόδου στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Ανάγκη Ανάπτυξης Δικτύου	0,0%	5,8%	11,6%	36,4%	46,3%
Απαιτούμενες Επενδύσεις	0,8%	2,4%	16,3%	34,1%	46,3%
Χαμηλό Τιμολόγιο	1,8%	7,9%	14,9%	35,1%	40,4%
Γνώση Αντικειμένου Ειδικής Άδειας	7,6%	10,9%	18,5%	37,0%	26,1%
Συνήθεια Πελατών - Άρνηση για Αλλαγή	9,0%	17,1%	30,6%	27,9%	15,3%

Διάγραμμα 6.2

Εμπόδια εισόδου στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας



6.3 Προοπτικές περιόδου 2004 - 2007

Όσον αφορά τις εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς για την τάση της ζήτησης των ταχυδρομικών υπηρεσιών την περίοδο 2004-2007, αυτές αποτυπώνονται στον Πίνακα 6.3 που ακολουθεί.

Για την κατηγορία των **ταχυμεταφορών εγγράφων** το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων (43%) υποστηρίζει ότι μέχρι το 2007 θα παρατηρηθεί αύξηση της ζήτησης, ενώ 14% θεωρεί ότι θα παρατηρηθεί μείωση της ζήτησης και 21% ότι η ζήτηση των ταχυμεταφορών εγγράφων θα παραμείνει αμετάβλητη.

Παρόμοια είναι η εικόνα που παρουσιάζεται για τις **ταχυμεταφορές δεμάτων**. Ειδικότερα, το 60% 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 20% αντίστοιχα. Όσον αφορά τα **διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη**, το 42% 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 2007. 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 αυξητική για την πρώτη κατηγορία και σχετικά σταθερή για την δεύτερη.

Πίνακας 6.3
Πρόβλεψη ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών για την περίοδο 2004-2007

	Μείωση		Αμετάβλητη	Αύξηση		Μέση ποσοστιαία μεταβολή
	Απάντησαν	Μ.Ο Μείωσης		Απάντησαν	Απάντησαν	
Ταχυμεταφορές εγγράφων	36%	14%	21%	43%	15%	1,45%
Ταχυμεταφορές δεμάτων	20%	20%	20%	60%	14%	4,37%
Διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη	16%	14%	42%	42%	12%	2,90%
Προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων	11%	25%	56%	33%	13%	1,38%
Ανταλλαγή εγγράφων	16%	14%	61%	23%	12%	0,51%

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 6.3. Όπως, λοιπόν, προκύπτει και από τον πίνακα, για όλες τις ταχυδρομικές υπηρεσίες αναμένεται αυξητική τάση της ζήτησης για την περίοδο 2004-2007 και η οποία κυμαίνεται από 1,38% έως 4,37%.

Ειδικότερα, την μεγαλύτερη αύξηση φαίνεται ότι θα παρουσιάσει η ζήτηση για **ταχυμεταφορές δεμάτων (4,37%)**, ενώ ακολουθεί η κατηγορία των **διαφημιστικών αντικειμένων χωρίς διεύθυνση παραλήπτη (2,90%)** και **ταχυμεταφορών εγγράφων (1,45%)** και τέλος, την μικρότερη αύξηση εκτιμάται ότι θα παρουσιάσει η ζήτηση για **ανταλλαγή εγγράφων (0,51%)**. Παρόμοια εικόνα προβλέψεων για τις τάσεις ζήτησης παρατηρήθηκε και στην τελευταία μελέτη της ταχυδρομικής αγοράς έτους 2003.

Στον Πίνακα 6.4 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 2004-2007.

Πίνακας 6.4
Γεωγραφικές περιοχές με την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης αντικειμένων 2004-2007

	1	2	3
Αττική	80,82%	4,38%	4,51%
Κεντρική Μακεδονία	8,90%	56,93%	13,53%
Κρήτη	0,00%	9,49%	22,56%

Η Αττική, σύμφωνα με τις απαντήσεις, αναμένεται να παρουσιάσει την μεγαλύτερη αύξηση στον διακινούμενο όγκο ταχυδρομικών αντικειμένων την περίοδο 2004-2007, όπως εκτιμά το 81% των επιχειρήσεων που απαντά στο ερωτηματολόγιο. Η περιοχή της Κεντρικής Μακεδονίας είναι η δεύτερη κατά σειρά γεωγραφική περιοχή, σύμφωνα με το 56% 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 23% των εκπροσώπων της αγοράς ταχυμεταφορών.

Πίνακας 6.5
Γεωγραφικές περιοχές με την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης αντικειμένων 2004-2007

	1	2	3
Ευρωπαϊκή Ένωση	83,22%	9,02%	5,47%
Λοιπή Ευρώπη	4,90%	44,36%	22,66%
ΗΠΑ - Καναδάς	1,40%	21,05%	47,66%

Στο Πίνακα 6.5 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 2004-2007.

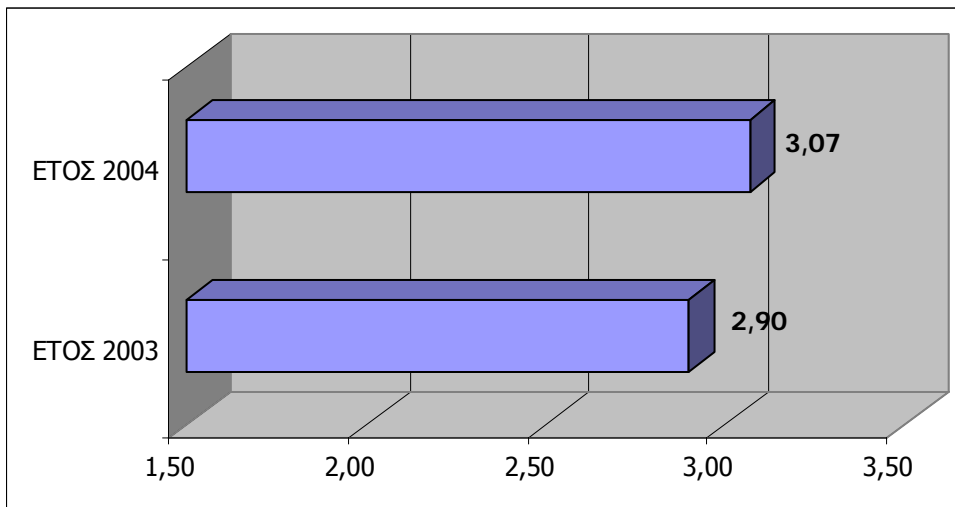
Όπως αποδεικνύεται από τα στοιχεία του Πίνακα 6.5, η Ευρωπαϊκή Ένωση θα παρουσιάσει την μεγαλύτερη αύξηση στον διακινούμενο όγκο ταχυδρομικών αντικειμένων την περίοδο 2004-2007, όπως εκτιμά περί το 83% των επιχειρήσεων που απαντά στο ερωτηματολόγιο.

Οι χώρες της Ευρώπης (εκτός Ε.Ε.) είναι η δεύτερη κατά σειρά γεωγραφική περιοχή, σύμφωνα με το 44% των επιχειρήσεων, που θα παρουσιάσει αύξηση της ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών κατά την διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου. Τέλος, τρίτες σε βαθμό σημαντικότητας έρχονται οι ΗΠΑ-Καναδάς, όπως επιλέγονται από το 47,66% των εκπροσώπων της αγοράς ταχυμεταφορών.

Γενικά, οι προοπτικές εξέλιξης της αγοράς ταχυμεταφορών, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς, είναι θετικές γεγονός που επιβεβαιώνεται και από την αυξητική πορεία που διαγράφουν οι δείκτες αντικειμένων ταχυμεταφορών ανά κάτοικο και αντικειμένων ταχυμεταφορών ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο που απεικονίζονται στα Διαγράμματα 6.3 και 6.4 αντίστοιχα για τα τελευταία δύο έτη.

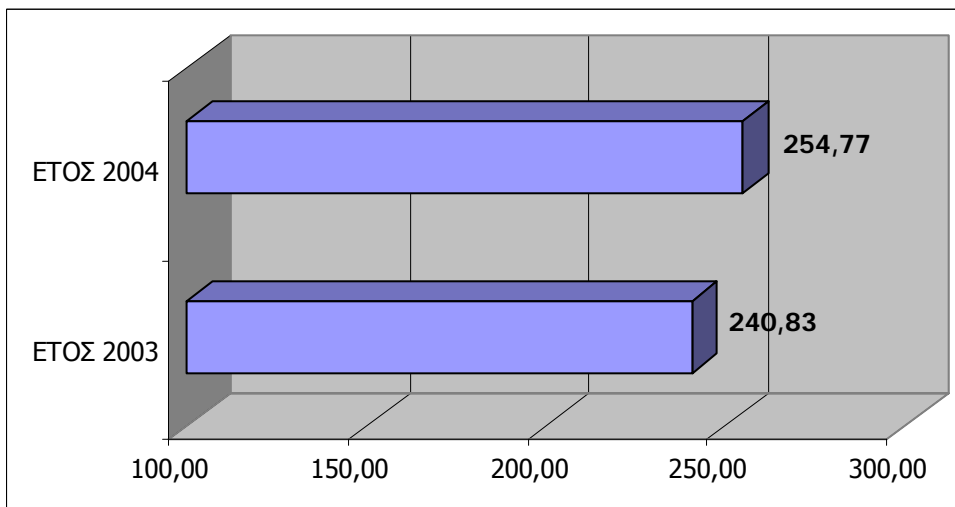
Διάγραμμα 6.3

Αντικείμενα ταχυμεταφορών ανά κάτοικο ετών 2003-2004



Διάγραμμα 6.4

Αντικείμενα ταχυμεταφορών ανά τετραγωνικό χλμ. ετών 2003-2004



Επίσης, σημειώνεται ότι ορισμένοι παράγοντες θα συντελέσουν σημαντικό ρόλο στην περαιτέρω ανάπτυξή της.

Συγκεκριμένα, η περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου των επιχειρήσεων σε συνδυασμό με την βελτίωση των υποδομών μέσω της αύξησης των επενδύσεων σε τεχνολογικό εξοπλισμό και σε ανθρώπινο δυναμικό θα συντελέσουν σημαντικά 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 και ανάπτυξη του κλάδου.

Σημαντικό ρόλο, δύναται να διαδραματίσει η ανάπτυξη των εμπορικών ανταλλαγών στο βαλκανικό χώρο 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 και σε συνεργασία με τις διεθνείς εταιρείες. Ως εκ τούτου, η στροφή των ελληνικών επιχειρήσεων προς τις γειτονικές χώρες μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη της αγοράς ταχυμεταφορών.

Συμπερασματικά, το κατάλληλο θεσμικό και οικονομικό περιβάλλον καθώς και οι ενδεδειγμένες συνθήκες επιχειρηματικού περιβάλλοντος μπορούν να δημιουργήσουν περαιτέρω προοπτικές ανάπτυξης της αγοράς ταχυμεταφορών έτσι όπως αυτές έχουν ήδη τεκμηριωθεί και από τη κατά 5,5% αύξηση του δείκτη ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κάτοικο και την αντίστοιχη 5,5% αύξηση του δείκτη ταχυδρομικών αντικειμένων ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο το έτος 2004 (Διαγράμματα 6.3 και 6.4). Η μελλοντική εικόνα του κλάδου θα προσδιοριστεί από την ικανότητα των επιχειρήσεων να λειτουργούν αποτελεσματικά και ιδιαίτερα να ελέγχουν την αυξανόμενη απαίτηση για συμπίεση της κοστολογικής τους βάσης.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι – Ευρετήριο Πινάκων & Διαγραμμάτων

Πίνακας 3.1α: Η Ελληνική Ταχυδρομική αγορά 2000-2004 (όγκος).....	19
Πίνακας 3.1β: Ποσοστιαία κατανομή της Ταχυδρομικής Αγοράς 2000-2004	19
Πίνακας 3.2α: Ετήσιοι ρυθμοί αύξησης καθολικής υπηρεσίας και Αγοράς ταχυμεταφορών (όγκος)	19
Πίνακας 3.2β: Έσοδα καθολικής υπηρεσίας και Αγοράς ταχυμεταφορών 2000 – 2004.....	19
Πίνακας 3.3: Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών 2000-2004	20
Διάγραμμα 3.1: Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών	20
Διάγραμμα 3.2: Όγκος αντικειμένων υπό καθεστώς Γενικής Άδειας ανά κατηγορία 2003-2004.....	21
Διάγραμμα 3.3: Έσοδα αντικειμένων υπό καθεστώς Γενικής Άδειας ανά κατηγορία 2003-2004.....	21
Πίνακας 3.4: Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών 2004.....	22
Διάγραμμα 3.4: Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού και εξωτερικού.....	23
Πίνακας 3.5: Διακίνηση αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης 2004	23
Πίνακας 3.6: Ποσοστιαία κατανομή ταχ αντικειμένων σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης 2004.....	24
Πίνακας 3.7: Κατανομή αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης 2000 - 2004	24
Πίνακας 3.8: Διακίνηση εισερχομένων αντικ. εξωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, 2004	25
Πίνακας 3.9: Διακίνηση εξερχομένων αντικ. εξωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης 2004.....	25
Πίνακας 3.10: Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους 2004.....	26
Πίνακας 3.11: Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων ανά περιφέρεια προέλευσης 2004	27
Διάγραμμα 3.5: Κατανομή των ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφ. προέλευσης 2004	27
Πίνακας 3.12: Διακίνηση αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού 2004.....	28
Διάγραμμα 3.6: Κατανομή αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού 2004	28
Πίνακας 3.13: Διακίνηση αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης 2004.....	29
Διάγραμμα 3.7: Κατανομή αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης 2004.....	29
Πίνακας 3.14: Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των υπηρεσιών ταχυμεταφορών 2004.....	30
Διάγραμμα 3.8: Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών 2003-2004.....	30
Διάγραμμα 3.9: Επιχειρησιακοί πελάτες της αγοράς ταχυμεταφορών 2003 -2004.....	31
Διάγραμμα 3.10: Τρόποι επικοινωνίας καταναλωτών με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών 2004.....	32
Διάγραμμα 3.11: Τρόποι επικοινωνίας καταναλωτών με επιχειρήσεις ταχυμεταφορών 2003 - 2004.....	33
Πίνακας 4.1: Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων	35
Διάγραμμα 4.1: Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων.....	35
Πίνακας 4.2: Γεωγραφική κατανομή ταχ. αντικειμένων & αδειοδοτημένων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών	36
Διάγραμμα 4.2: Κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή ταχυμεταφορών 2004.....	37
Διάγραμμα 4.3: Κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή ταχυμεταφορών 2003-2004.....	37
Πίνακας 4.3: Κατανομή υπηρεσιών ταχυμεταφορών με μεγαλύτερη αύξομείωση τιμών 2004.....	38
Πίνακας 4.4: Κυριότεροι παράγοντες διαμόρφωσης τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών 2004.....	39
Διάγραμμα 4.4: Κυριότεροι παράγοντες διαμόρφωσης τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών 2004	39
Διάγραμμα 4.5: Κατανομή κόστους επιχειρήσεων ταχυμεταφορών 2004	40
Πίνακας 4.5: Συνολική απασχόληση στην αγορά ταχυμεταφορών 2004.....	41
Πίνακας 4.6: Κατανομή απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό επίπεδο 2004.....	41
Διάγραμμα 4.6: Κατανομή απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό επίπεδο (Επιχειρήσης - Δικτύου) 2004.....	42
Πίνακας 4.7: Κατανομή απασχόλησης στην αγορά ταχυμεταφορών ανά ειδικότητα	42
Διάγραμμα 4.7: Κατανομή απασχόλησης ανά ειδικότητα (Επιχειρήσεων & Δικτύου) 2004.....	42
Πίνακας 4.8: Καταστήματα ταχυμεταφορών-κέντρα διαλογής-αποθηκευτικοί χώροι 2004.....	44
Πίνακας 4.9: Καταστήματα ταχυμεταφορών - κέντρα διαλογής-αποθηκευτικοί χώροι (σε τ.μ.).....	44
Πίνακας 4.10: Μέση επιφάνεια καταστημάτων - κέντρων διαλογής-αποθηκευτικών χώρων (σε τ.μ.).....	45
Πίνακας 4.11: Μεταφορικά μέσα επιχειρήσεων ταχυμεταφορών και Δικτύου.....	46
Πίνακας 5.1: Μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (όγκος)	49
Διάγραμμα 5.1: Μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (έσοδα)	49
Πίνακας 5.2: Μορφές ανταγωνισμού της αγοράς ταχυμεταφορών 2004	54
Διάγραμμα 5.2: Μορφές ανταγωνισμού της αγοράς ταχυμεταφορών 2004.....	54
Πίνακας 5.3: Τρόποι αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών 2004.....	55
Διάγραμμα 5.3: Τρόποι αύξησης μεριδίου αγοράς κλάδου ταχυμεταφορών 2004	55
Πίνακας 5.4: Εμπόδια αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών 2004.....	56
Διάγραμμα 5.4: Εμπόδια αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών 2004.....	56
Πίνακας 6.1: Προβλήματα και Αδυναμίες της αγοράς ταχυμεταφορών 2004	61
Διάγραμμα 6.1: Προβλήματα και Αδυναμίες της αγοράς ταχυμεταφορών 2004.....	61
Πίνακας 6.2: Εμπόδια εισόδου στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας.....	62
Διάγραμμα 6.2: Εμπόδια εισόδου στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας.....	62
Πίνακας 6.3: Πρόβλεψη ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών για την περίοδο 2004-2007	63
Πίνακας 6.4: Γεωγραφικές περιοχές με την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης αντικειμένων 2004-2007	64
Πίνακας 6.5: Γεωγραφικές περιοχές με την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης αντικειμένων 2004-2007	65
Διάγραμμα 6.3: Αντικείμενα ταχυμεταφορών ανά κάτοικο ετών 2003-2004	66
Διάγραμμα 6.4: Αντικείμενα ταχυμεταφορών ανά τετραγωνικό χλμ. ετών 2003-2004	66

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ – Ερωτηματολόγιο έτους 2004



Το παρόν ανήκει στην με Αρ. Πρωτ. Φ.620/8499, επιστολή της Ε.Ε.Τ.Τ. και αφορά ΜΟΝΟ ΣΤΙΣ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕ ΓΕΝΙΚΗ ΑΔΕΙΑ (Κανονισμός Γενικών Αδειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών ΦΕΚ 1682/Β'/2003, άρθρο 13). Σελίδες: 5.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 1*

(ΧΡΗΣΗ ΑΠΟ 1/1/2004 έως 31/12/2004)

Α. Στοιχεία Ταχυδρομικής Επιχείρησης.

A1. ΑΡ. ΜΗΤΡΩΟΥ Ε.Ε.Τ.Τ.:	A2. ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΓΕΝΙΚΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ¹ :	
A3. ΕΠΩΝΥΜΙΑ:	ΕΔΡΑ	
	A4. ΔΗΜΟΣ:	
	A5. ΝΟΜΟΣ:	
A6. ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ:	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:	
	T.K.:	A.Φ.Μ.:

* Η ορολογία (ταχ. αντικείμενο, ταχ. δίκτυο, κέντρο διαλογής, ταχ. κατάσταση κτλ.) που χρησιμοποιείται στο παρόν ερωτηματολόγιο είναι η ίδια που χρησιμοποιείται στον Κανονισμό Γενικών Αδειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών.

¹ Να ΜΗΝ συμπληρωθεί αυτό το πεδίο.

Β. Ταχυμεταφορές Ταχυδρομικών Αντικειμένων.

	Ταχ. αντικ.	Έσοδα (€)
B1. Αυτόνομη Διακίνηση Εσωτερικού: Ταχ. αντικείμενα που παραλήφθηκαν στο εσωτερικό από την ταχ. επιχείρηση και το δίκτυό της, από αποστολές εσωτερικού και η επίδοσή τους σε παραλήπτες εσωτερικού έγινε ΜΟΝΟ από την ταχ. επιχείρηση και το δίκτυό της, (δηλ. χωρίς την παρεμβολή άλλης ταχ. επιχείρησης με Γενική Άδεια).		
B2. Συνδυασμένη Διακίνηση Εσωτερικού: Ταχ. αντικείμενα που παραλήφθηκαν στο εσωτερικό από την ταχ. επιχείρηση και το δίκτυό της, από αποστολές εσωτερικού και η επίδοσή τους σε παραλήπτες εσωτερικού ανατέθηκε σε άλλη ή άλλες ταχ. επιχειρήσεις με Γενική Άδεια. (Συμπληρώνεται ΜΟΝΟ από την ταχ. επιχείρηση που με το δίκτυό της παρέλαβε τα ταχυδρομικά αντικείμενα από τον αποστολέα).		
B3.1. Αυτόνομη Διακίνηση Εισερχομένων Εξωτερικού: Ταχ. αντικείμενα προέλευσης εξωτερικού που παρελήφθησαν από την ταχ. επιχείρηση στα σημεία εισόδου στη χώρα και επιδόθηκαν σε παραλήπτες εσωτερικού από την ίδια την ταχ. επιχείρηση και το δίκτυό της.		
B3.2. Συνδυασμένη Διακίνηση Εισερχομένων Εξωτερικού: Ταχ. αντικείμενα προέλευσης εξωτερικού που παρελήφθησαν στα σημεία εισόδου της χώρας από την ταχ. επιχείρηση και το δίκτυο της και η επίδοσή τους σε παραλήπτες εσωτερικού ανατέθηκε σε άλλη ή άλλες ταχ. επιχειρήσεις με Γενική Άδεια (Συμπληρώνεται ΜΟΝΟ από την ταχ. επιχείρηση που με το δίκτυό της παρέλαβε τα ταχ. αντικείμενα προορισμού Εσωτερικού από τα σημεία εισόδου στη χώρα).		
B4.1. Αυτόνομη Διακίνηση Εξερχομένων Εξωτερικού: Ταχ. αντικείμενα προορισμού εξωτερικού που παραλήφθηκαν από αποστολές εσωτερικού από την ταχ. επιχείρηση και το δίκτυό της και εξήχθησαν από την χώρα από την ίδια ταχ. επιχείρηση.		
B4.2. Συνδυασμένη Διακίνηση Εξερχομένων Εξωτερικού: Ταχ. αντικείμενα προορισμού εξωτερικού που παραλήφθηκαν από αποστολές εσωτερικού από την ταχ. επιχείρηση και το δίκτυό της και η αποστολή τους προς το εξωτερικό ανατέθηκε σε άλλη ή άλλες ταχ. επιχειρήσεις με Γενική Άδεια (Συμπληρώνεται ΜΟΝΟ από την ταχ. επιχείρηση που με το δίκτυό της παρέλαβε τα ταχ. αντικείμενα προορισμού Εξωτερικού από τον αποστολέα).		

Γ. ΕΙΔΟΣ και ΕΣΟΔΑ Ταχ. Υπηρεσιών παρεχόμενων από την ταχ. επιχείρηση & το δίκτυο της.

Ταχυδρομικές Υπηρεσίες	Πλήθος ταχ. αντικ.	Έσοδα (€)
Γ1. Ταχυμεταφορές		
Γ2. Διαφημιστικά αντικ. χωρίς διεύθυνση παραλήπτη		
Γ3. Προετοιμασία Ταχυδρομικών Αντικειμένων		
Γ4. Ανταλλαγή εγγράφων		

Δ. ΟΓΚΟΣ και ΕΣΟΔΑ από ΑΥΤΟΝΟΜΗ διακίνηση ταχ. αντικειμένων ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ σε σχέση με το συνολικό χρόνο (από την αποστολή έως την επίδοση) που απαιτήθηκε για τη διακίνηση τους.

ΑΥΤΟΝΟΜΗ Παραλαβή από Εσωτερικό - Επίδοση στο Εσωτερικό	Δ1. Αυθημερόν		Δ2. Σε 1 ημέρα		Δ3. Σε περισσότερες ημέρες	
	Πλήθος	Έσοδα (€)	Πλήθος	Έσοδα (€)	Πλήθος	Έσοδα (€)
Ταχ. Αντικείμενα (εκτός δεμάτων)						
Δέματα						

Ε. ΟΓΚΟΣ και ΕΣΟΔΑ από ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΗ Διακίνηση ταχ. αντικειμένων ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ, σε σχέση με το συνολικό χρόνο (από την αποστολή έως την επίδοση) που απαιτήθηκε για τη διακίνηση τους. (Συμπληρώνεται ΜΟΝΟ για τα ταχυδρομικά αντικείμενα που η ταχ. επιχείρηση με το δίκτυό της παρέλαβε από αποστολείς).

ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΗ Παραλαβή από Εσωτερικό - Για επίδοση στο Εσωτερικό	Ε1. Αυθημερόν		Ε2. Σε 1 ημέρα		Ε3. Σε περισσότερες ημέρες	
	Πλήθος	Έσοδα (€)	Πλήθος	Έσοδα (€)	Πλήθος	Έσοδα (€)
Ταχ. Αντικείμενα (εκτός δεμάτων)						
Δέματα						

ΣΤ. ΟΓΚΟΣ και ΕΣΟΔΑ από ΑΥΤΟΝΟΜΗ Διακίνηση ταχ. αντικειμένων ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ, σε σχέση με το συνολικό χρόνο (από την αποστολή έως την επίδοση) που απαιτήθηκε για τη διακίνηση τους.

ΣΤ1. ΑΥΤΟΝΟΜΗ Παραλαβή από Εσωτερικό με προορισμό το Εξωτερικό				ΣΤ2. ΑΥΤΟΝΟΜΗ Παραλαβή από Εξωτερικό στα σημεία εισόδου της χώρας με προορισμό το Εσωτερικό					
	Σε 1 ημέρα		Σε περισσότερες ημέρες			Σε 1 ημέρα		Σε περισσότερες ημέρες	
	Πλήθος	Έσοδα (€)	Πλήθος	Έσοδα (€)		Πλήθος	Έσοδα (€)	Πλήθος	Έσοδα (€)
Ταχ. Αντικείμενα (εκτός δεμάτων)					Ταχ. Αντικείμενα (εκτός δεμάτων)				
Δέματα					Δέματα				

Ζ. ΟΓΚΟΣ και ΕΣΟΔΑ από ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΗ Διακίνηση ταχ. αντικειμένων ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ, σε σχέση με το συνολικό χρόνο (από την αποστολή έως την επίδοση) που απαιτήθηκε για τη διακίνηση τους. [Συμπληρώνεται ΜΟΝΟ από τις ταχ. επιχειρήσεις που παρέλαβαν από αποστολείς ταχ. αντικείμενα προορισμού Εξωτερικού (Ζ1), ή από τα σημεία εισόδου στη χώρα ταχ. αντικείμενα προορισμού Εσωτερικού (Ζ2)].

Ζ1. ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΗ Παραλαβή από Εσωτερικό με προορισμό το Εξωτερικό				Ζ2. ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΗ Παραλαβή από Εξωτερικό στα σημεία εισόδου της χώρας με προορισμό το Εσωτερικό					
	Σε 1 ημέρα		Περισσότερες Ημέρες			Σε 1 ημέρα		Περισσότερες ημέρες	
	Πλήθος	Έσοδα (€)	Πλήθος	Έσοδα (€)		Πλήθος	Έσοδα (€)	Πλήθος	Έσοδα (€)
Ταχ. Αντικείμενα (εκτός δεμάτων)					Ταχ. Αντικείμενα (εκτός δεμάτων)				
Δέματα					Δέματα				

Η. ΟΓΚΟΣ ταχ. αντικειμένων, ανά κλιμάκιο βάρους για Ταχυμεταφορές (εσωτερικού και εξωτερικού), ανεξάρτητα αν διακινήθηκαν ΑΥΤΟΝΟΜΑ ή ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΑ (Να συμπληρωθεί ΜΟΝΟ από τις ταχ. επιχειρήσεις που παρέλαβαν τα ταχ. αντικείμενα από τον αποστολέα ή από τα σημεία εισόδου στη χώρα)

Κλιμάκια βάρους	Πλήθος ταχ. αντικειμένων.
H1. Από 1 gr έως 0,5 Kgr (εκτός δεμάτων)	
H2. Από 0,5 Kgr έως 2 Kgr (εκτός δεμάτων).	
H3. Δέματα έως 20 Kgr	

Θ. ΟΓΚΟΣ ταχ. αντικειμένων που παραλήφθηκαν ανά Περιφέρεια ανεξάρτητα αν διακινήθηκαν ΑΥΤΟΝΟΜΑ ή ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΑ (Να συμπληρωθεί ΜΟΝΟ από τις ταχ. επιχειρήσεις που παρέλαβαν τα ταχ. αντικείμενα από τον αποστολέα)

Περιφέρεια ¹	Πλήθος ταχ. αντικειμένων (περιλαμβανομένων δεμάτων)		Περιφέρεια ¹	Πλήθος ταχ. αντικειμένων (περιλαμβανομένων δεμάτων)	
	Προορισμός ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ	Προορισμός ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ		Προορισμός ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ	Προορισμός ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ
ΑΠΟ:			ΑΠΟ:		
Θ1. Ανατ. Μακεδονία & Θράκη			Θ8. Στερεά Ελλάδα		
Θ2. Κεντρική Μακεδονία			Θ9. Αττική		
Θ3. Δυτική Μακεδονία			Θ10. Πελοπόννησος		
Θ4. Ήπειρος			Θ11. Βόρειο Αιγαίο		
Θ5. Θεσσαλία			Θ12. Νότιο Αιγαίο		
Θ6. Ιόνια Νησιά			Θ13. Κρήτη		
Θ7. Δυτική Ελλάδα					

¹ Οι Νομοί που περιλαμβάνονται στις παραπάνω Περιφέρειες αναφέρονται στο συνημμένο Παράρτημα.

Ι. ΟΓΚΟΣ ταχ. αντικειμένων προορισμού ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ, που παραλήφθηκαν στο εσωτερικό προς επίδοση στο εξωτερικό ανά Ζώνη εξωτερικού, ανεξάρτητα αν διακινήθηκαν ΑΥΤΟΝΟΜΑ ή ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΑ (Να συμπληρωθεί ΜΟΝΟ από τις ταχ. επιχειρήσεις που παρέλαβαν τα ταχ. αντικείμενα από τον αποστολέα).

Ζώνη Προορισμού ΠΡΟΣ:	Πλήθος ταχ. αντικειμένων. (περιλαμβανομένων δεμάτων)	Ζώνη Προορισμού ΠΡΟΣ:	Πλήθος ταχ. αντικειμένων. (περιλαμβανομένων δεμάτων)
I1. Ευρωπ. Ένωση (25 χώρες)		I5. Ασία	
I2. Λοιπή Ευρώπη		I6. Αφρική	
I3. ΗΠΑ - Καναδάς		I7. Ωκεανία.	
I4. Λοιπή Αμερική			

Κ. ΟΓΚΟΣ ταχ. αντικειμένων ανά ζώνη προέλευσης ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ, προς επίδοση στο εσωτερικό, ανεξάρτητα αν διακινήθηκαν ΑΥΤΟΝΟΜΑ ή ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΑ (Να συμπληρωθεί ΜΟΝΟ από τις ταχ. επιχειρήσεις που παραλαμβάνουν τα ταχ. αντικείμενα στα σημεία εισόδου της χώρας).

Ζώνη Προέλευσης ΑΠΟ:	Πλήθος ταχ. αντικ. παραληφθέντων στα σημεία εισόδου της χώρας (περιλαμβανομένων δεμάτων)	Ζώνη Προέλευσης ΑΠΟ:	Πλήθος ταχ. αντικ. παραληφθέντων στα σημεία εισόδου της χώρας (περιλαμβανομένων δεμάτων)
K1. Ευρωπ. Ένωση (25 χώρες)		K5. Ασία	
K2. Λοιπή Ευρώπη		K6. Αφρική	
K3. ΗΠΑ - Καναδάς		K7. Ωκεανία	
K4. Λοιπή Αμερική			

Λ. Απασχολούμενο προσωπικό, στην ταχ. επιχείρηση & το δίκτυο της, στις 31/12/2004. (Η απασχόληση νοείται μόνον στις ταχυδρομικές υπηρεσίες και όχι σε τυχούσες άλλες εργασίες της επιχείρησης).

	Λ1. ΠΛΗΡΟΥΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ						Λ2. ΜΕΡΙΚΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ					
	Διανομείς			Λοιπό Προσωπικό			Διανομείς			Λοιπό Προσωπικό		
	Ανωτ.	Μέση	Υποχρ	Ανωτ.	Μέση	Υποχρ	Ανωτ.	Μέση	Υποχ.	Ανωτ.	Μέση	Υποχ.
Ταχ. επιχείρησης												
Υπολ. Δικτύου												

Μ. Κτιριακή υποδομή, ταχ. επιχ/σης & του δικτύου της, στις 31/12/2004

	Ταχ. επιχείρησης		Υπόλοιπου Δικτύου	
	πλήθος	έκταση (τ.μ.)	πλήθος	έκταση (τ.μ.)
M1. Κέντρα Διαλογής (ΜΟΝΟ)				
M2. Καταστήματα Ταχυμεταφορών (ΜΟΝΟ)				
M3. Καταστήματα Ταχυμεταφορών ΜΑΖΙ με Κέντρα Διαλογής				
M4. Αποθηκευτικοί χώροι				

Ν. Στοιχεία «ΔΙΚΤΥΟΥ»

Αριθμός Ταχ. Επιχειρήσεων Χωρίς Γεν. Άδεια ενταγμένων στο δίκτυο

Ξ. Μεταφορικά μέσα ταχ. επιχείρησης & του δικτύου της, στις 31/12/2004

	Ταχ. επιχείρησης (Αριθμός)	Υπόλοιπου Δικτύου (Αριθμός)
Ξ1. Αυτοκίνητα παραγωγής		
Ξ2. Δίκυκλα		
Ξ3. Λοιπά οχήματα		

Ο. Πελάτες μετρητοίς (χωρίς σύμβαση) ταχ. επιχείρησης & του δικτύου της, στις 31/12/2004

	Πλήθος ταχ. αντικ.	Έσοδα (€)
Ο1. Πελάτες μετρητοίς (χωρίς σύμβαση)		

Π. Συμβάσεις ταχ. επιχείρησης & του δικτύου της, με εταιρικούς πελάτες στις 31/12/2004

Ύψος συμβάσεων	Αριθμός συμβάσεων	Έσοδα (€)
Π1. 0 - 3.000 ευρώ		
Π2. 3.001 - 30.000 ευρώ		
Π3. 30.001 - 150.000 ευρώ		
Π4. 150.001 ευρώ και πάνω		

Ρ. Αιτήσεις αποζημιώσεων που υπεβλήθησαν στην ταχ. επιχείρηση & το δίκτυό της και τρόποι επίλυσης διαφορών

	Ρ1. ΕΙΔΟΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ			Ρ2. ΤΡΟΠΟΣ ΕΠΙΛΥΣΗΣ ΔΙΑΦΟΡΑΣ (Προβλήματος)			
	Απώλεια	Ζημία	Καθυστέ-ρηση	Φιλικός Διακ/σμός	Επίλυση μέσω Ε.Ε. Διαφορών ¹	Διακ/σμός μέσω Ε.Ε.Τ.Τ.	Δικαστική επίλυση
Πλήθος περιπτώσεων							
Ποσόν αποζημίωσης							

¹ Επιτροπή Επίλυσης Διαφορών.

Σφραγίδα ταχ. επιχείρησης

Ονοματεπώνυμο νόμιμου εκπροσώπου ταχ. επιχείρησης
(ολογράφως και υπογραφή)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Περιφέρειες και Νομοί της Ελλάδας

1. **Ανατ. Μακεδονία & Θράκη:** Ν. Έβρου, Ν. Ροδόπης, Ν. Ξάνθης, Ν. Δράμας, Ν. Καβάλας.
2. **Κεντρική Μακεδονία:** Ν. Σερρών, Ν. Θεσσαλονίκης, Ν. Χαλκιδικής, Ν. Κιλκίς, Ν. Πέλλας, Ν. Ημαθίας, Ν. Πιερίας.
3. **Δυτική Μακεδονία:** Ν. Φλώρινας, Ν. Καστοριάς, Ν. Κοζάνης, Ν. Γρεβενών.
4. **Ήπειρος:** Ν. Ιωαννίνων, Ν. Θεσπρωτίας, Ν. Πρεβέζης, Ν. Άρτας.
5. **Θεσσαλία:** Ν. Λάρισας, Ν. Τρικάλων, Ν. Καρδίτσας, Ν. Μαγνησίας
6. **Ιόνια Νησιά:** Ν. Κέρκυρας, Ν. Λευκάδας, Ν. Κεφαλληνίας, Ν. Ζακύνθου.
7. **Δυτική Ελλάδα:** Ν. Αιτωλοακαρνανίας, Ν. Αχαΐας, Ν. Ηλείας.
8. **Στερεά Ελλάδα:** Ν. Ευρυτανίας, Ν. Φθιώτιδας, Ν. Φωκίδας, Ν. Βοιωτίας, Ν. Ευβοίας.
9. **Αττική:** Ν. Αττικής
10. **Πελοπόννησος:** Ν. Κορινθίας, Ν. Αρκαδίας, Ν. Αργολίδας, Ν. Μεσσηνίας, Ν. Λακωνίας.
11. **Βόρειο Αιγαίο:** Ν. Λέσβου, Ν. Χίου, Ν. Σάμου.
12. **Νότιο Αιγαίο:** Ν. Κυκλάδων, Ν. Δωδεκανήσου.
13. **Κρήτη:** Ν. Χανίων, Ν. Ρεθύμνου, Ν. Ηρακλείου, Ν. Λασιθίου.

Το παρόν ανήκει στην με Αρ. Πρωτ. Φ.620/8499, επιστολή της Ε.Ε.Τ.Τ. και αφορά ΜΟΝΟ ΣΤΙΣ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕ ΓΕΝΙΚΗ ΑΔΕΙΑ (Κανονισμός Γενικών Αδειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών ΦΕΚ 1682/Β'/2003, άρθρο 13). Σελίδες: 5.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 2 (ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ)

A. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

A1. ΑΡ. ΜΗΤΡΩΟΥ Ε.Ε.Τ.Τ.:	A2. ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΓΕΝΙΚΗΣ ΑΔΕΙΑΣ ¹ :	
A3. ΕΠΩΝΥΜΙΑ:	ΕΔΡΑ	
	A4. ΔΗΜΟΣ:	
	A5. ΝΟΜΟΣ:	
A6. ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ:	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:	
	T.K.:	A.Φ.Μ.:

¹ Να ΜΗΝ συμπληρωθεί αυτό το πεδίο.

B. ΖΗΤΗΣΗ

B1. Πως εκτιμάτε την τάση ζήτησης των ταχυδρομικών υπηρεσιών τα επόμενα τρία χρόνια;

		Μείωση %	Αμετάβλητη	Αύξηση %
B1.1	Ταχυμεταφορές εγγράφων	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B1.2	Ταχυμεταφορές δεμάτων	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B1.3	Διαφημ. αντικ. χωρίς διεύθυνση παραλήπτη	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B1.4	Προετοιμασία ταχ. Αντικειμένων	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B1.5	Ανταλλαγή εγγράφων	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

B2. Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι πελάτες σας;

		% επί του συνολικού όγκου ταχ. αντικειμένων	% των εσόδων
B2.1	Δημόσιος Τομέας	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B2.2	Υπηρεσίες	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B2.3	Εμπόριο	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B2.4	Βιομηχανία	<input type="text"/>	<input type="text"/>

B3. Ποιοι είναι οι κυριότεροι εταιρικοί πελάτες σας;

		% επί του συνολικού όγκου ταχ. αντικειμένων	% των εσόδων
B3.1	Τραπεζοασφαλιστικοί Οργανισμοί	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B3.2	Διαφημιστικές Εταιρείες	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B3.3	Επικοινωνίες/ Τηλεπικοινωνίες	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B3.4	Τουριστικές Ξεν/κές Επιχειρήσεις	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B3.5	Εκδόσεις / Εκδοτικοί οίκοι	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B3.6	Φαρμακοβιομηχανίες	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B3.7	Εταιρείες Πληροφορικής	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B3.8	Άλλο (διευκρινίστε)	<input type="text"/>	<input type="text"/>

B4. Ποιους θεωρείτε κυριότερους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης των ταχ. υπηρεσιών σας; (βάλτε σε κύκλο την περίπτωση που ταιριάζει)

		Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικό
		1	2	3	4	5
B4.1	Τιμή προϊόντος	1	2	3	4	5
B4.2	Εισοδηματικό επίπεδο πελατών	1	2	3	4	5
B4.3	Αξιοπιστία επιχείρησης	1	2	3	4	5
B4.4	Εξυπηρέτηση πελατών	1	2	3	4	5
B4.5	Άλλο (διευκρινίστε)	1	2	3	4	5

B5. Ποιους θεωρείτε κυριότερους παράγοντες διαμόρφωσης της τιμής των ταχ. υπηρεσιών σας;

		Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικό
		1	2	3	4	5
B5.1	Βάρος Ταχ. Αντικειμένου	1	2	3	4	5
B5.2	Χρόνος επίδοσης	1	2	3	4	5
B5.3	Τόπος προορισμού	1	2	3	4	5
B5.4	Άλλο (διευκρινίστε):	1	2	3	4	5

B6. Σε ποια γεωγραφική περιοχή εκτιμάτε ότι θα παρουσιασθεί η μεγαλύτερη αύξηση όσον αφορά τον όγκο των διακινουμένων ταχ. αντικειμένων στο εσωτερικό τα επόμενα τρία χρόνια; (Σημειώσατε με 1, 2, 3 τις πρώτες τρεις (3) κατά την εκτίμηση σας)

B6.1	Ανατ. Μακεδονία & Θράκη	<input type="text"/>	B6.8	Στερεά Ελλάδα	<input type="text"/>
B6.2	Κεντρική Μακεδονία	<input type="text"/>	B6.9	Αττική	<input type="text"/>
B6.3	Δυτική Μακεδονία	<input type="text"/>	B6.10	Πελοπόννησος	<input type="text"/>
B6.4	Ήπειρος	<input type="text"/>	B6.11	Βόρειο Αιγαίο	<input type="text"/>
B6.5	Θεσσαλία	<input type="text"/>	B6.12	Νότιο Αιγαίο	<input type="text"/>
B6.6	Ιόνια Νησιά	<input type="text"/>	B6.13	Κρήτη	<input type="text"/>
B6.7	Δυτική Ελλάδα	<input type="text"/>			

B7. Σε ποια γεωγραφική περιοχή εκτιμάτε ότι θα παρουσιασθεί η μεγαλύτερη αύξηση όσον αφορά τον όγκο των διακινουμένων ταχ. αντικειμένων στο εξωτερικό τα επόμενα τρία χρόνια; (Σημειώσατε με 1, 2, 3 τις πρώτες τρεις (3) κατά την εκτίμηση σας)

B7.1	Ευρωπαϊκή Ένωση (25 χώρες)	<input type="text"/>	B7.5	Ασία	<input type="text"/>
B7.2	Λοιπή Ευρώπη	<input type="text"/>	B7.6	Αφρική	<input type="text"/>
B7.3	ΗΠΑ – Καναδάς	<input type="text"/>	B7.7	Ωκεανία	<input type="text"/>
B7.4	Λοιπή Αμερική	<input type="text"/>			

Γ. ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Γ1. Σημειώσατε με X τους δυο (2) κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή υπηρεσιών από την επιχείρησή σας ;

Γ1.1	Νομοθεσία / Ρυθμιστικοί κανόνες	<input type="text"/>
Γ1.2	Έλεγχοι / Κυρώσεις	<input type="text"/>
Γ1.3	Το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον	<input type="text"/>
Γ1.4	Μείωση τιμών	<input type="text"/>
Γ1.5	Άλλο (Διευκρινίστε):	<input type="text"/>

Γ2. Εάν η εταιρεία σας δραστηριοποιείται στις ταχυμεταφορές, ποια είναι τα κυριότερα προϊόντα (μέχρι 10) που προσφέρει η εταιρεία σας και ποια η ποσοστιαία κατανομή τους (%) επί του συνόλου των υπηρεσιών ταχυμεταφορών;

	Ταχυδρομικό προϊόν	Κατανομή %
Γ2.1		
Γ2.2		
Γ2.3		
Γ2.4		
Γ2.5		
Γ2.6		
Γ2.7		
Γ2.8		
Γ2.9		
Γ2.10		

Γ3. Σε ποια ταχυδρομική υπηρεσία από αυτές που παρέχει η επιχείρησή σας, προσδιορίζετε ότι υπήρξε η μεγαλύτερη μείωση των τιμών το 2004 σε σχέση με το 2003 (συμπληρώστε με X την αντίστοιχη ταχ. υπηρεσία);

Γ3.1	Ταχυμεταφορές εγγράφων	<input type="checkbox"/>	Γ3.4	Προετοιμασία ταχ. αντικειμεν.	<input type="checkbox"/>
Γ3.2	Ταχυμεταφορές δεμάτων	<input type="checkbox"/>	Γ3.5	Ανταλλαγή εγγράφων	<input type="checkbox"/>
Γ3.3	Διαφημ. αντικ. χωρίς διεύθυνση παραλήπτη	<input type="checkbox"/>			

Γ4. Σε ποια ταχυδρομική υπηρεσία από αυτές που παρέχει η επιχείρησή σας, προσδιορίζετε ότι υπήρξε η μεγαλύτερη αύξηση τιμών το 2004 σε σχέση με το 2003 (συμπληρώστε με X την αντίστοιχη ταχ. υπηρεσία);

Γ4.1	Ταχυμεταφορές εγγράφων	<input type="checkbox"/>	Γ4.4	Προετοιμασία ταχ. αντικειμ.	<input type="checkbox"/>
Γ4.2	Ταχυμεταφορές δεμάτων	<input type="checkbox"/>	Γ4.5	Ανταλλαγή εγγράφων	<input type="checkbox"/>
Γ4.3	Διαφημ. αντικ. χωρίς διεύθυνση παραλήπτη	<input type="checkbox"/>			

Γ5. Ποια είναι η ποσοστιαία κατανομή του κόστους για την εταιρεία σας το 2004;

	επί του συνολικού κόστους
Γ5.1	Μεταφορικά μέσα <input type="text"/> %
Γ5.2	Αμοιβές προσωπικού <input type="text"/> %
Γ5.3	Λειτουργικά έξοδα <input type="text"/> %
Γ5.4	Τεχνολογικός εξοπλισμός (Η/Υ, Εξοπλισμός Αυτοματοποίησης κ.λ.π) <input type="text"/> %
Γ5.5	Λοιπά έξοδα (διευκρινίστε): <input type="text"/> %

Γ6. Ποιες είναι οι κατηγορίες των εκπαιδευτικών προγραμμάτων που παρέχετε στο προσωπικό σας;

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Γ6.1	Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Γ6.2	Εξυπηρέτηση πελατών <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Γ6.3	Τεχνική εκπαίδευση <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Γ6.4	Άλλο (διευκρινίστε) <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Γ7. Ποια είναι η τεχνολογική υποδομή που διαθέτει η επιχείρησή σας;

		ΝΑΙ	ΟΧΙ
Γ7.1	SCANNER για διανομείς	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Γ7.2	Πληροφοριακά συστήματα <u>εκτός</u> Ε.Σ.Π.Ε.Τ.Α.	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Γ7.3	Συστήματα διαλογής	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Γ7.4	Κέντρο Εξυπηρέτησης Πελατών (Call Center)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Γ7.5	Άλλο (διευκρινίστε):	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Γ8. Συναντάτε δυσκολίες εύρεσης προσωπικού;

ΝΑΙ ΟΧΙ

Αν ναι, σε ποιες ειδικότητες;

Γ9. Με ποιο τρόπο απευθύνονται στην επιχείρησή σας οι καταναλωτές; (ποσοστιαία κατανομή)

		Κατανομή %
Γ9.1	Τηλεφωνικό κέντρο	<input type="text"/> %
Γ9.2	Ηλεκτρονική διεύθυνση (e-mail)	<input type="text"/> %
Γ9.3	Συσκευή τηλεομοιοτυπίας (FAX)	<input type="text"/> %
Γ9.4	Ιστοσελίδα	<input type="text"/> %
Γ9.5	Άλλο (διευκρινίστε):	<input type="text"/> %

Δ. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ**Δ1. Πόσο σημαντικές είναι οι παρακάτω μορφές ανταγωνισμού που λαμβάνουν χώρα στην ταχυδρομική αγορά (εκτός καθολικής υπηρεσίας); (βάλτε σε κύκλο την περίπτωση που ταιριάζει)**

		Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικό
		1	2	3	4	5
Δ1.1	Ανταγωνισμός τιμών	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Δ1.2	Ανταγωνισμός ποιότητας υπηρεσιών	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Δ1.3	Ανταγωνισμός ποικιλίας προϊόντων	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Δ1.4	Ανταγωνισμός διαφήμισης	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Δ1.5	Διαπραγματευτική δύναμη πελατών	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Δ1.6	Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Δ1.7	Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Δ1.8	Κίνδυνος εισόδου από άλλες επιχειρήσεις	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Ε. ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ**Ε1. Έχετε συνεργασία με αντίστοιχες ταχ. εταιρίες του εξωτερικού;**

ΝΑΙ ΟΧΙ

Εάν ναι, ποια είναι η μορφή της συνεργασίας; (διευκρινίστε)

Ζ. ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΙΣΟΔΟΥ ΑΓΟΡΑΣ ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Z1. Πόσο σημαντικές είναι οι παρακάτω ενέργειες για την αύξηση του μεριδίου αγοράς της επιχείρησής σας; (βάλτε σε κύκλο την περίπτωση που ταιριάζει)

		Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικό
Z1.1	Ανάγκη Ανάπτυξης Δικτύου	1	2	3	4	5
Z1.2	Συνεργασίες / Συνέργιες	1	2	3	4	5
Z1.3	Εξειδικευμένη Εξυπηρέτηση Πελατών	1	2	3	4	5
Z1.4	Παροχή Καινοτόμων Προϊόντων - Λύσεων	1	2	3	4	5

Z2. Ποια εκτιμάτε ότι είναι τα σημαντικότερα εμπόδια για την αύξηση του μεριδίου αγοράς της επιχείρησής σας; (βάλτε σε κύκλο την περίπτωση που ταιριάζει)

		Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικό
Z2.1	Τιμολόγιο	1	2	3	4	5
Z2.2	Ποιότητα Υπηρεσιών	1	2	3	4	5
Z2.3	Συνήθεια πελατών / Άρνηση για αλλαγή	1	2	3	4	5
Z2.4	Εμπιστοσύνη στον πάροχο - Ανταγωνιστή	1	2	3	4	5
Z2.5	Χρονική Συγκυρία – Λοιποί λόγοι	1	2	3	4	5

Z3. Ποια είναι τα προβλήματα και οι αδυναμίες της αγοράς ταχυδρομικών υπηρεσιών; (βάλτε σε κύκλο την περίπτωση που ταιριάζει)

		Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικό
Z3.1	Συμπίεση του τιμολογίου παροχής υπηρεσιών	1	2	3	4	5
Z3.2	Δράση μη αδειοδοτημένων ταχ. Επιχειρήσεων	1	2	3	4	5
Z3.3	Εναλλακτικά Δίκτυα Μεταφορών	1	2	3	4	5
Z3.4	Κόστη Λειτουργίας / Μεταφοράς	1	2	3	4	5

Άλλο πρόβλημα ή αδυναμία: Διευκρινίστε!

Z3.5	1	2	3	4	5
------	-------	---	---	---	---	---

Η. ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΙΣΟΔΟΥ ΑΓΟΡΑΣ ΥΠΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΕΙΔΙΚΗΣ ΑΔΕΙΑΣ

H1. Ποια εκτιμάτε ότι είναι τα σημαντικότερα εμπόδια για την είσοδο Ταχ. Επιχειρήσεων που κατέχουν Γενική Άδεια σε υπηρεσίες που παρέχονται υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας; (βάλτε σε κύκλο την περίπτωση που ταιριάζει)

		Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικό
H1.1	Γνώση αντικειμένου Ειδικής Άδειας	1	2	3	4	5
H1.2	Ανάγκη ανάπτυξης Δικτύου	1	2	3	4	5
H1.3	Απαιτούμενες επενδύσεις	1	2	3	4	5
H1.4	Χαμηλό τιμολόγιο παρεχόμενης υπηρεσίας	1	2	3	4	5
H1.5	Συνήθεια πελατών / Άρνηση για αλλαγή	1	2	3	4	5

Άλλο εμπόδιο: Διευκρινίστε!

H1.6	1	2	3	4	5
------	-------	---	---	---	---	---

Σφραγίδα ταχ. επιχείρησης

Όνοματεπώνυμο νόμιμου εκπροσώπου ταχ.
επιχείρησης
(ολογράφως και υπογραφή)

Ευχαριστούμε για το χρόνο που διαθέσατε να απαντήσετε στις ερωτήσεις μας