



**ΕΕΤΤ**

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

# Η Ελληνική Αγορά Ταχυμεταφορών

## Στοιχεία και Τάσεις Αγοράς Έτους 2005

Συντάκτες:

**Δέσποινα Παπαγιάννη**, Τακτική Υπάλληλος Γραφείου Προέδρου  
**Νικολέτα Σταυρουλάκη**, Τακτική Υπάλληλος Τμήματος Ρύθμισης Ταχυδρομικών Θεμάτων  
**Χρήστος Αποστόλου**, Ειδ. Επιστήμονας Τμήματος Εποπτείας και Ελέγχου Ταχ. Τομέα

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ) είναι η Εθνική Ρυθμιστική Αρχή η οποία επιβλέπει και ρυθμίζει την αγορά ταχυδρομικών υπηρεσιών και την αγορά ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Στόχος της είναι η προώθηση της ανάπτυξης της αγοράς, η εξασφάλιση της ομαλής λειτουργίας της μέσα σε περιβάλλον υγιούς ανταγωνισμού και η διασφάλιση των συμφερόντων των χρηστών.

Στο πλαίσιο λοιπόν αυτό, έχετε στα χέρια σας τη μελέτη της αγοράς ταχυμεταφορών η οποία διεξήχθη αποκλειστικά από τον Τομέα Ταχυδρομείων της ΕΕΤΤ, το περιεχόμενο της οποίας περιλαμβάνει στοιχεία και τάσεις της Ελληνικής Αγοράς Ταχυμεταφορών, όπως καταγράφηκαν μέσα από στοιχεία που παρασχέθηκαν και απόψεις που διατυπώθηκαν από τις αδειοδοτημένες από την ΕΕΤΤ ταχυδρομικές επιχειρήσεις της χώρας μας.

Ο κλάδος των ταχυμεταφορών φαίνεται να είναι ένας από τους ελπιδοφόρους κλάδους που παρουσίασαν αύξηση και μάλιστα διψήφιου μεγέθους κατά το 2005. Από πλευράς εσόδων, η συνολική αξία της ταχυδρομικής αγοράς –δηλαδή της αγοράς Καθολικής Υπηρεσίας (που παρέχουν τα ΕΛΤΑ) και των Ταχυμεταφορών– ανήλθε σε 631 εκ. ευρώ περίπου. Τα μερίδια αγοράς κατανέμονται κατά περίπου 61% στα ΕΛΤΑ και κατά 39% στις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών.

Ενθαρρυντικά για την πορεία του κλάδου είναι και τα σημάδια από την πλευρά της απασχόλησης. Κατά το διάστημα 2004-2005 οι συνολικές θέσεις απασχόλησης στον κλάδο αυξήθηκαν κατά 4,3%, ενώ παρατηρήθηκε μία μετατόπιση από το μερικώς απασχολούμενο προσωπικό σε προσωπικό πλήρους απασχόλησης. Σημειώνουμε ότι κατά το έτος 2005 οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις του κλάδου (συμπεριλαμβανομένων των ΕΛΤΑ) υπολογίζεται ότι απασχόλησαν περισσότερους από 20.000 εργαζομένους. Ειδικότερα, οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών απασχόλησαν άνω των 10.500 εργαζομένων, εκ των οποίων 78% προσωπικό πλήρους απασχόλησης ενώ το υπόλοιπο 22% ήταν εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης.

Κλείνοντας, θα θέλαμε να τονίσουμε ότι οι προσπάθειες της ΕΕΤΤ και ιδιαίτερα του Τομέα Ταχυδρομείων, επικεντρώνονται στην προσπάθεια ρύθμισης κι εποπτείας της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς, με απώτερο σκοπό την εύρυθμη λειτουργία της αγοράς προς όφελος τόσο των χρηστών / καταναλωτών όσο και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο.

**ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΔΡΑΒΙΛΛΑΣ**

ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΕΤΤ

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

---

### ΖΗΤΗΣΗ

Το 2005 η αξία της αγοράς καθολικής υπηρεσίας και των ταχυμεταφορών ανήλθε σε 631 εκ. ευρώ περίπου. Από αυτά, η αξία της **αγοράς ταχυμεταφορών ανήλθε σε 243 εκατομμύρια ευρώ**, έναντι 213 εκατομμυρίων το 2004 (αύξηση 14%). Ο διακινούμενος όγκος αντικειμένων της αγοράς ταχυμεταφορών το 2005 ανήλθε **στα 39,2 εκατομμύρια ταχυδρομικά αντικείμενα** έναντι 33,6 εκατομμυρίων αντικειμένων το 2004 (αύξηση 16,5%).

Τα έσοδα της αγοράς ταχυμεταφορών από τη διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στο **εσωτερικό** ανήλθαν σε 159 εκ. ευρώ (**67%** επί των συνολικών εσόδων). Αντίστοιχα ο όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκαν στο εσωτερικό ήταν 35 εκατομμύρια αντιστοιχώντας σε ποσοστό **90%** του συνολικού όγκου. Αντίθετα, σημαντικά μικρότερη παρουσιάζεται τόσο η αξία όσο και ο όγκος των **εισερχομένων και εξερχομένων** ταχυδρομικών αντικειμένων **εξωτερικού** με ποσοστά συμμετοχής **11,7%** και **21,7%** σε όρους αξίας, και αντίστοιχα **6,6%** και **3,7%** σε όρους όγκου.

Σχετικά με τον χρόνο **επίδοσης των ταχυδρομικών αντικειμένων**, το **81%** των **ταχυδρομικών αντικειμένων ταχυμεταφορών εσωτερικού διακινείται σε μία ημέρα** (28,5 εκ. ταχ. αντικείμενα, αξίας 127 εκ. ευρώ), ενώ σε περισσότερες ημέρες διακινείται το 15% των αντικειμένων (5,3 εκ. ταχ. αντικείμενα, αξίας 22,7 εκ. ευρώ). Αυθημερόν διακινείται μόλις το 4% των αντικειμένων (1,4 εκ. αντικείμενα, αξίας 10,3 εκ. ευρώ). Το ίδιο έτος, ποσοστό 68% (1,5 εκ. αντικείμενα) των **εισερχομένων αντικειμένων εξωτερικού** διακινείται σε 1 ημέρα, ενώ ποσοστό 32% (0,7 εκ. αντικείμενα) διακινείται σε περισσότερες ημέρες. Τα αντίστοιχα ποσοστά για τα **εξερχόμενα αντικείμενα εξωτερικού** δεν διαφέρουν σημαντικά, καθώς διαμορφώνονται σε 67% (1 εκ. αντικ.) διακινούνται σε 1 ημέρα, ενώ 33% (0,5 εκ. αντικ.) διακινούνται σε περισσότερες ημέρες.

Όσον αφορά στην **κατανομή των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους**, παρατηρείται ότι το **51%** των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων βρίσκεται στην **κατηγορία βάρους από 1-500γρ. (εκτός δεμάτων)**, **32%** των ταχυδρομικών αντικειμένων ανήκει στην **κατηγορία από 500γρ. – 2 κιλά (εκτός δεμάτων)** ενώ **τα δέματα έως 20 κιλά** αποτελούν το **17%** του συνολικού όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων.

Όσον αφορά στην διακίνηση των **ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού (εκτός των εισερχόμενων από το εξωτερικό ταχυδρομικών αντικειμένων) ανά περιφέρεια προέλευσης**, η μεγαλύτερη ποσότητα των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων και **κατά το 2005 (όπως και το 2004) προέρχεται από την Περιφέρεια της Αττικής (63%)** ενώ ακολουθούν η **Κεντρική Μακεδονία (14%)** και η **Κρήτη (3%)**. Από την άλλη πλευρά οι μικρότεροι όγκοι διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων προέρχονται από τις περιφέρειες του Βορείου Αιγαίου (1%) και των Ιονίων Νήσων (1,1%). Σχετικά με την **κατανομή των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού** προκύπτει ότι η **σημαντικότερη περιοχή προέλευσης / προορισμού είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση** με μερίδια συμμετοχής **61%** και **63%** αντίστοιχα. Η υπόλοιπη κατάταξη στην συνέχεια διαφοροποιείται για τις περιφέρειες προέλευσης και προορισμού. Από την πλευρά της προέλευσης των ταχυδρομικών αντικειμένων, τη δεύτερη θέση καταλαμβάνει η **Ασία** με ποσοστό 18% και ακολουθούν οι **ΗΠΑ – Καναδάς** με ποσοστό 13%. Από την πλευρά όμως προορισμού των ταχυδρομικών αντικειμένων τη δεύτερη θέση καταλαμβάνει η **Λοιπή Ευρώπη (ευρωπαϊκές χώρες εκτός ΕΕ)** με ποσοστό 11,4% και ακολουθούν οι **ΗΠΑ – Καναδάς** με 10,4% και η **Ασία** με ποσοστό 10,2%.

Σημαντικότεροι **προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης** των ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι η **εξυπηρέτηση των πελατών**, η **αξιοπιστία της επιχείρησης**, η **τιμή του προϊόντος** ενώ σε μικρότερο ποσοστό η ζήτηση επηρεάζεται από το **εισοδηματικό επίπεδο των πελατών**.

Σημαντικότεροι **εταιρικοί πελάτες** των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών αναδεικνύονται οι **κλάδοι του εμπορίου (38%)** και των **υπηρεσιών (31%)**, ενώ ακολουθεί η **μεταποίηση (18%)** και ο **Δημόσιος Τομέας (13%)**.

## **ΠΡΟΣΦΟΡΑ**

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Μητρώου Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της ΕΕΤΤ, ο **αριθμός των εγγεγραμμένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων στις 31/12/2005 ανήλθε σε 301**. Σύμφωνα με τα αρχεία της ΕΕΤΤ ο αριθμός των εγγεγραμμένων στο Μητρώο – αδειοδοτημένων επιχειρήσεων έχει σχεδόν διπλασιασθεί κατά τα έτη 2000-2005.

Επισημαίνεται ότι και **κατά το 2005 συνεχίσθηκε η σημαντική συγκέντρωση της αγοράς ταχυμεταφορών σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων**. Έτσι σημειώνουμε ότι οι **πέντε μεγαλύτερες επιχειρήσεις** του κλάδου συγκεντρώνουν μερίδιο αγοράς άνω του **80% των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων** (έναντι μεριδίου άνω του 81% το 2004), ενώ τα συνολικά έσοδα των ίδιων επιχειρήσεων αντιπροσωπεύουν το **71% των συνολικών εσόδων** της αγοράς (έναντι 75% περίπου το 2004). Σημειώνουμε δε ότι η πρώτη από αυτές τις επιχειρήσεις διακινεί άνω του 30% των συνολικών ταχυδρομικών αντικειμένων και τα έσοδά της υπερβαίνουν το 23% της συνολικής αγοράς.

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 44% των επιχειρήσεων** που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές και παράγεται το 67% του συνολικού όγκου των αντικειμένων που διακινούνται προς το εσωτερικό και το εξωτερικό, ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για την **περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας είναι 16% των επιχειρήσεων** και 13% των συνολικών ταχυδρομικών αντικειμένων αντίστοιχα.

**Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών είναι το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον, η μείωση των τιμών των παρεχόμενων υπηρεσιών, η Νομοθεσία και οι Ρυθμιστικοί Κανόνες** και σε μικρότερο ποσοστό οι **Έλεγχοι και οι Κυρώσεις**, όπως ιεραρχούνται από τους ταχυδρομικούς παρόχους. Σημειώνουμε ότι η ιεράρχηση αυτή παραμένει σταθερή για τρίτη συνεχή χρονιά.

Όσον αφορά στις **τιμές των ταχυδρομικών υπηρεσιών**, η πλειοψηφία των εκπροσώπων της αγοράς θεωρεί ότι το έτος 2005, όπως και το 2004, η μεγαλύτερη **μείωση τιμής παρατηρήθηκε στην κατηγορία ταχυμεταφοράς εγγράφων** ενώ η μεγαλύτερη **αύξηση τιμής πραγματοποιήθηκε στην ταχυμεταφορά δεμάτων**. Επισημαίνεται ότι οι παράγοντες που θεωρούνται ως σημαντικοί στην διαμόρφωση των τιμών των ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι ο χρόνος επίδοσης, το βάρος του ταχυδρομικού αντικειμένου και ο τόπος προορισμού του ταχυδρομικού αντικειμένου. **Κυριότερος παράγοντας στην διαμόρφωση της τιμής** των ταχυδρομικών υπηρεσιών αναδεικνύεται από τους εκπροσώπους της αγοράς **ο χρόνος επίδοσης** του ταχυδρομικού αντικειμένου.

Η **ανάλυση της κατανομής των διαφόρων κατηγοριών κόστους** που προκύπτουν από την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών, αναδεικνύει τις **αμοιβές προσωπικού** ως τον σπουδαιότερο παράγοντα (34%), ενώ ακολουθούν τα **λειτουργικά έξοδα** (23%) και τα **έξοδα των μεταφορικών μέσων** (22%), τα **λοιπά έξοδα** (12%) τα οποία κατά κύριο λόγο αφορούν στις προμήθειες που παρέχουν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών σε άλλες συνεργαζόμενες με αυτές επιχειρήσεις ταχυμεταφορών.

Κατά το έτος 2005 οι αδειοδοτημένες ταχυδρομικές επιχειρήσεις (συμπεριλαμβανομένου και του ΕΛ.ΤΑ.) μαζί με τις επιχειρήσεις – μέλη του Δικτύου τους, υπολογίζεται ότι **απασχόλησαν περί τις 20.000 εργαζομένους**. Οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών απασχόλησαν άνω των 10.500 εργαζομένων, εκ των οποίων 78% προσωπικό πλήρους απασχόλησης ενώ το υπόλοιπο 22% 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 εκπαίδευσης (10%). Σε κάθε περίπτωση πρέπει να επισημανθεί η ιδιαίτερα θετική συμμετοχή του κλάδου στην δημιουργία θέσεων εργασίας, δεδομένου ότι οι συνολικές θέσεις απασχόλησης στον κλάδο αυξήθηκαν κατά το διάστημα 2004-2005 κατά 4,3%, ενώ παρατηρήθηκε μία μετατόπιση του μερικώς απασχολούμενου προσωπικού σε προσωπικό πλήρους απασχόλησης.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, η πλειοψηφία των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών αντιμετωπίζει **δυσκολίες στην εύρεση ανθρώπινου δυναμικού**.

Πιο συγκεκριμένα, οι ειδικότητες στις οποίες παρουσιάζεται η μεγαλύτερη δυσκολία εύρεσης προσωπικού είναι οι διανομείς και οι οδηγοί με ιδιότητα δίκυκλα.

Εξετάζοντας την **υποδομή της αγοράς ταχυμεταφορών**, το 2005 το **πλήθος των καταστημάτων ταχυμεταφορών, κέντρων διαλογής και αποθηκευτικών χώρων των επιχειρήσεων και του Δικτύου τους** ανέρχεται σε **2.424 με συνολική επιφάνεια 121.606 τετραγωνικά μέτρα**. Τα μεταφορικά μέσα που διαθέτουν οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις μαζί με το Δίκτυό τους ανήλθαν σε 8.000 παρουσιάζοντας αύξηση 9% σε σχέση με το 2004. Σχετικά με την κατανομή των μεταφορικών μέσων των επιχειρήσεων διαπιστώνεται ότι το 69% αποτελείται από δίκυκλα, το 23% από αυτοκίνητα παραγωγής και το 8% αφορά λοιπά οχήματα.

Όσον αφορά στην **τεχνολογική υποδομή** των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, σημειώνεται ότι **ένα μικρό μόνο ποσοστό των επιχειρήσεων χρησιμοποιεί προηγμένες τεχνολογίες**, όπως για παράδειγμα σαρωτές (scanner) που χρησιμοποιούν οι διανομείς και αυτοματοποιημένα συστήματα διαλογής. Γεγονός λογικό, καθώς η πλειοψηφία των επιχειρήσεων του κλάδου είναι μικρού μεγέθους και η επένδυση για την απόκτηση προηγμένων τεχνολογιών είναι δυνατή μόνο για επιχειρήσεις με σημαντικό αριθμό διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων.

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 βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών.

## **ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ**

Η αγορά ταχυμεταφορών χαρακτηρίζεται από υψηλό βαθμό συγκέντρωσης αφού κατά το 2005 οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις διακίνησαν το 80,2% του συνολικού αριθμού των ταχυδρομικών αντικειμένων της αγοράς έναντι 81,3% το 2004 και κατέχουν το 71,3% των συνολικών εσόδων έναντι 74,9% το 2004. Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών της αγοράς είναι χαμηλή, σε αντίθεση με την δύναμη των πελατών της εν λόγω αγοράς, και ιδιαίτερα των εταιρικών πελατών, οι οποίοι έχουν υψηλή διαπραγματευτική ισχύ και μπορούν να πετυχαίνουν σημαντικές εκπτώσεις στην αγορά των υπηρεσιών ταχυμεταφορών.

Τέλος, μικρή φαίνεται να είναι η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα και υπηρεσίες για την αγορά ταχυμεταφορών στο άμεσο μέλλον. Μακροπρόθεσμα, όμως, θα πρέπει να περιμένουμε 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 παρεχόμενων υπηρεσιών**. Επιπρόσθετα, ένα σημαντικό πρόβλημα που εντάθηκε κατά το έτος 2005 και αναμένεται να συνεχίσει να προκαλεί επιβάρυνση στο κόστος λειτουργίας των εταιριών 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 εταιρίες ταχυμεταφορών η δραστηριοποίηση εναλλακτικών δικτύων μεταφορών (ΚΤΕΛ, ταξί, μεταφορικές εταιρίες) στον τομέα των ταχυμεταφορών.

Όσον αφορά στις **προοπτικές εξέλιξης της αγοράς ταχυμεταφορών** την περίοδο 2005-2008, οι εκπρόσωποι της αγοράς θεωρούν ότι θα παρατηρηθεί αύξηση της ζήτησης σε όλες τις κατηγορίες των ταχυδρομικών κατηγοριών. Ειδικότερα, για τις **ταχυμεταφορές εγγράφων προβλέπεται μέση ποσοστιαία αύξηση κατά 2,75%**, για τις **ταχυμεταφορές δεμάτων 6,62%**, για την **διακίνηση διαφημιστικών αντικειμένων χωρίς διεύθυνση παραλήπτη 3,87%**, ενώ ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά η **προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων 1,36%** και η **ανταλλαγή εγγράφων με ποσοστό 0,85%**.

Τα σημαντικότερα εμπόδια εισόδου των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας αναφέρονται το **ύψος των απαιτούμενων επενδύσεων**, η **ανάγκη ανάπτυξης επαρκούς δικτύου** για την υποστήριξη της



παροχής υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας, καθώς και το **χαμηλό τιμολόγιο** των παρεχόμενων υπηρεσιών. Ειδικά ο τελευταίος παράγοντας οδηγεί σε μικρά περιθώρια κέρδους, που κατ' επέκταση προϋποθέτουν την ύπαρξη εύρωστης οικονομικά επιχείρησης προκειμένου να μπορεί να αντεπεξέλθει αλλά και να της είναι ελκυστικό ένα κομμάτι αγοράς με μικρά περιθώρια κέρδους.

Όσον αφορά στις **μελλοντικές προοπτικές του κλάδου**, σημαντικό ρόλο δύναται να διαδραματίσει η **ανάπτυξη των εμπορικών ανταλλαγών στο βαλκανικό χώρο** που θα δώσει ώθηση τόσο στις διεθνείς εταιρίες ταχυμεταφορών όσο και στις εγχώριες εταιρίες που δεν διαθέτουν αυτόνομο δίκτυο για να πραγματοποιήσουν την διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων στο εξωτερικό και σε συνεργασία με τις διεθνείς εταιρίες. 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 την κατά **16,5% αύξηση τόσο του δείκτη ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κάτοικο και ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο** το έτος 2005. 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
2.2 Κοινοτική Νομοθεσία .....	13
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΖΗΤΗΣΗ .....	16
3.1 Στοιχεία Ευρωπαϊκής Ταχυδρομικής Αγοράς.....	17
3.1.1 Η αγορά αντικειμένων αλληλογραφίας .....	19
3.1.2 Η αγορά δεμάτων και ταχυμεταφορών.....	19
3.2 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της Ελληνικής Ταχυδρομικής Αγοράς .....	21
3.3 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς ταχυμεταφορών .....	24
3.4 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών .....	34
3.5 Σημαντικότεροι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών .....	35
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΣΦΟΡΑ.....	39
4.1 Βασικά χαρακτηριστικά προσφοράς υπηρεσιών ταχυμεταφορών .....	40
4.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών.....	41
4.3 Τιμές.....	43
4.4 Κόστος .....	45
4.5 Ανθρώπινο δυναμικό.....	46
4.6 Υποδομή .....	49
4.6.1 Κτιριακή υποδομή .....	49
4.6.2 Μεταφορικά μέσα .....	50
4.6.3 Τεχνολογική υποδομή .....	51
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ .....	53
5.1 Βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς.....	54
5.2 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών .....	55
5.3 Διαπραγματευτική δύναμη πελατών .....	56
5.4 Κίνδυνος από νέες εισόδους στην αγορά.....	57
5.5 Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα .....	57
5.6 Στρατηγικές επιχειρήσεων.....	62
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.....	64
6.1 Προβλήματα Αγοράς Ταχυμεταφορών .....	65
6.2 Ταχυδρομική Αγορά υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας .....	67
6.3 Προοπτικές περιόδου 2005 - 2008.....	69
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ I - Ευρετήριο Πινάκων και Διαγραμμάτων .....	74
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ II – Ερωτηματολόγιο έτους 2005 .....	75

## 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 ΕΕΤΤ, στο πλαίσιο της παρακολούθησης και ανάλυσης της αγοράς των ταχυδρομικών υπηρεσιών τα έτη 2003-2004 και το οποίο εφαρμόζεται και για το έτος 2005 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 παρούσας μελέτης, στα πλαίσια της οποίας παρουσιάζονται και 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 στις 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 ταμιευτήρια, 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 ανάλυσης της αγοράς των ταχυδρομικών υπηρεσιών, και με απώτερο σκοπό τη ρύθμιση της αγοράς για την προστασία των δικαιωμάτων των χρηστών και τη διασφάλιση της λειτουργίας του υγιούς ανταγωνισμού από την ΕΕΤΤ, 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, όσον αφορά στη ζήτηση των ταχυδρομικών υπηρεσιών, τα θεματικά πεδία που εξετάζονται στο ερωτηματολόγιο αφορούν:

- στο επίπεδο ανάπτυξης και στο 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 ταχυδρομικών υπηρεσιών, 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 στον κλάδο 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. Πιο συγκεκριμένα αφορούν:

- στα μερίδια αγοράς των μεγαλύτερων επιχειρήσεων της αγοράς,
- στη διαπραγματευτική δύναμη των πελατών και των 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 301 ερωτηματολόγια στις επιχειρήσεις οι οποίες είναι αδειοδοτημένες και ως εκ τούτου είναι εγγεγραμμένες στο Μητρώο Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της ΕΕΤΤ. Επτά (7) ερωτηματολόγια (ποσοστό 2%) επεστράφησαν με το αιτιολογικό ότι οι επιχειρήσεις

δεν ευρέθησαν να λειτουργούν στην δηλωθείσα διεύθυνση ή είχαν διακόψει τη λειτουργία τους, ενώ ενενήντα εννέα (99) δεν επεστράφησαν (ποσοστό 33%), για λόγους που δεν είναι γνωστοί στην ΕΕΤΤ. Σύμφωνα με στοιχεία που διαθέτει η ΕΕΤΤ, προκύπτει ότι η δραστηριότητα των ταχυδρομικών επιχειρήσεων που δεν απάντησαν στο ερωτηματολόγιο αντιστοιχεί περίπου στο 3% της ταχυδρομικής αγοράς σε όρους όγκου διακινηθέντων αντικειμένων. Επομένως, αν και **επεστράφησαν συμπληρωμένα 195 από τα 301 ερωτηματολόγια** που εστάλησαν (δηλαδή ποσοστό ανταπόκρισης 65%), ωστόσο εκτιμάται ότι αυτά απεικονίζουν **την Αγορά Ταχυμεταφορών σε ποσοστό 97% περίπου.**

Στην παρούσα μελέτη, τα στοιχεία που παρουσιάζονται αφορούν στο σύνολο της αγοράς, κατόπιν της αναγωγής των συλλεγθέντων στοιχείων στο 100% του μεγέθους της αγοράς ταχυμεταφορών. Επιπλέον και για τον σκοπό της αναγωγής, 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 ΕΕΤΤ, 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 **δεύτερο 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 κεφάλαιο αυτό 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 προς τους χρήστες (καταναλωτές) (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 εμπíπτουν 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 ΕΕΤΤ για τη χορήγηση ή μη της Ειδικής Άδειας προς την ταχυδρομική επιχείρηση βασίζεται, κυρίως, στην αξιολόγηση εκ μέρους της ΕΕΤΤ 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 ως άνω Υπουργική Απόφαση, η ΕΕΤΤ 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.

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.

Τέλος, με την Υπουργική Απόφαση 74196/1885 (ΦΕΚ 1887/Β/30-12-2005) καθορίζονται τα ανώτατα όρια βάρους και τιμής των αποκλειστικών υπηρεσιών του φορέα παροχής καθολικής ταχυδρομικής υπηρεσίας. Έτσι, «από την 1/1/2006 το ανώτατο όριο βάρους στις ταχυδρομικές υπηρεσίες του άρθρου 1, παρ.1, εδάφιο δεύτερο του ν. 3185/2003, ανέρχεται σε 50 γραμμάρια». Ενώ στην ίδια απόφαση ορίζεται ότι «το ως άνω ανώτατο όριο βάρους δεν ισχύει αν η τιμή είναι ίση ή μεγαλύτερη κατά δύομισι φορές του δημόσιου τέλους για ένα αντικείμενο αλληλογραφίας της πρώτης βαθμίδας βάρους της ταχύτερης κατηγορίας».

## **2.2 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<sup>ης</sup> Δεκεμβρίου 1997,
- ✓ **Οδηγία 2002/39/ΕΚ** «Τροποποίηση Οδηγίας 97/67/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 15<sup>ης</sup> 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.

Σε συνέχεια της υφιστάμενης Κοινοτικής Οδηγίας, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή πρόκειται να εισηγηθεί την έκδοση Οδηγίας προς τον σκοπό της πλήρους απελευθέρωσης της ταχυδρομικής αγοράς μέχρι το 2009, σύμφωνα με δελτίο τύπου που εκδόθηκε από την ίδια στις 18/10/2006. Σύμφωνα με το ίδιο δελτίο τύπου, κατόπιν εκτενούς έρευνας η Επιτροπή θεωρεί ότι αυτός είναι ο καλύτερος τρόπος διατήρησης της καθολικής υπηρεσίας ενώ παράλληλα θα επιτυγχάνεται βελτίωση της ποιότητας και της ελευθερίας επιλογής από τους ευρωπαϊούς καταναλωτές (ιδιώτες και επιχειρήσεις). Η πλήρης απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς θα σημαίνει ότι οι εθνικοί πάροχοι δεν θα έχουν πλέον το μονοπώλιο διακίνησης των ταχυδρομικών αντικειμένων κάτω από ένα συγκεκριμένο βάρος (στην παρούσα φάση το βάρος αυτό ανέρχεται στα 50

γραμμάρια), γνωστό ως περιοχή «αποκλειστικών δικαιωμάτων». Με την προτεινόμενη Κοινοτική Οδηγία τα κράτη μέλη θα έχουν την ευελιξία επιλογής μεταξύ διαφόρων μέσων χρηματοδότησης της παροχής καθολικής υπηρεσίας ή θα μπορούν να εξετάσουν την πιθανότητα να μοιραστεί η υποχρέωση παροχής καθολικής υπηρεσίας μεταξύ διαφόρων παρόχων. Η πρόταση της Οδηγίας παρέχει περισσότερες διευκρινήσεις ως προς το πώς θα μπορεί αυτό να επιτευχθεί. Η προτεινόμενη νέα Οδηγία είναι το τελευταίο βήμα σε μία μακρά πορεία, όπου έχουμε ήδη δει μεγάλες περιοχές των Ευρωπαϊκών ταχυδρομικών αγορών να ανοίγουν στον ανταγωνισμό με πολύ θετικά αποτελέσματα.

Ακολουθεί συνοπτική παρουσίαση των κύριων τροποποιήσεων της Οδηγίας 97/67/ΕΚ, όπως ισχύει, σύμφωνα με την πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής:

1. Ορίζεται η 1-1-2009 ως ημερομηνία πλήρους απελευθέρωσης του ταχυδρομικού τομέα.
2. Διαγράφεται ο όρος «διαφημιστικό ταχυδρομείο».
3. Διατηρούνται οι απαιτήσεις ποιότητας Καθολικής Υπηρεσίας (ΚΥ) για συλλογή και διανομή τουλάχιστον 5 ημέρες την εβδομάδα.
4. Διατηρείται η υποχρέωση εξασφάλισης προσιτών τιμών των ταχυδρομικών υπηρεσιών, όπως είναι η δυνατότητα των κρατών μελών να επιβάλλουν ενιαίο τιμολόγιο για τις αποστολές που χρεώνονται ανά μονάδα, όπως η απλή αλληλογραφία.
5. Τα κράτη μέλη μπορούν να διαλέξουν τον τρόπο ορισμού ενός ή περισσότερων Φορέων Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (ΦΠΚΥ).
6. Καταργείται η ύπαρξη αποκλειστικού τομέα.
7. Τα κράτη μέλη μπορούν να επιλέξουν, όπου απαιτείται, τον τρόπο χρηματοδότησης της Καθολικής Υπηρεσίας.
8. Οι κάθε είδους άδειες θα μπορούν να θέτουν απαιτήσεις ποιότητας, διαθεσιμότητας και απόδοσης, ενώ δεν μπορούν να επιβάλλουν τεχνικές και λειτουργικές προϋποθέσεις πέραν των απαραίτητων για την κάλυψη των απαιτήσεων της Οδηγίας.
9. Δίδεται η δυνατότητα καθορισμού όρων πρόσβασης σε υποδομές του Δημόσιου Ταχυδρομικού Δικτύου (ΔΤΔ) (Βάσεις δεδομένων, κουτιά συλλογής) και συγκεκριμένες υπηρεσίες (re-direction & return to sender service).

10. Δεν προβλέπεται κάτι νέο για πρόσβαση και σε υπηρεσίες π.χ. διανομής (downstream services). Παραμένει το άρθρο 12 της Οδηγίας 97/67/ΕΚ σχετικά με τις ειδικές κοστοστρεφείς τιμές για μεγάλους πελάτες, χωρίς διακριτική μεταχείριση.
11. Προβλέπεται η δυνατότητα παράλειψης των υποχρεώσεων λογιστικού διαχωρισμού στον ΦΠΚΥ εφόσον υπάρχει ανταγωνισμός και ο ΦΠΚΥ δεν έχει απαιτήσεις αποζημίωσης για την παροχή της ΚΥ.
12. Προβλέπεται αναβάθμιση του ρόλου των Εθνικών Ρυθμιστικών Αρχών και μεταξύ άλλων προστίθεται πρόβλεψη για υποχρέωση των παρόχων να παρέχουν πληροφορίες στις Εθνικές Ρυθμιστικές Αρχές (ΕΡΑ).



### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΖΗΤΗΣΗ

*Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται το μέγεθος και ο ρυθμός ανάπτυξης της ταχυδρομικής αγοράς και ειδικότερα της αγοράς ταχυμεταφορών την τελευταία εξαετία 2000-2005. 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 περιελάμβανε πλέον 25 χώρες με συνολικό πληθυσμό της τάξης των 455 εκ. και με γεωγραφική έκταση που καλύπτει περί τα 4 εκατ. τετραγωνικά χιλιόμετρα. Το συνολικό Ευρωπαϊκό ΑΕΠ ανέρχεται στα 10,4 τρισ. ευρώ. Από 01/01/2007 η ΕΕ περιλαμβάνει πλέον 27 χώρες με πληθυσμό που αγγίζει τα 500 εκ. και ΑΕΠ τα 10,5 τρισ. Ευρώ.

#### **Η σπουδαιότητα των ταχυδρομικών υπηρεσιών και ο μεταβαλλόμενος ρόλος τους:**

Οι ταχυδρομικές υπηρεσίες στην ΕΕ είχαν έσοδα περίπου 90 δις. ευρώ το 2004, και συνεχίζουν να έχουν σημαντική συνεισφορά στην οικονομία της ΕΕ. Η άμεση συνεισφορά του ταχυδρομικού τομέα στο ΑΕΠ της ΕΕ εκτιμάται ότι ανέρχεται σε 37 δις. ευρώ (ή 0,4%) παρέχοντας απασχόληση σε 1,6 εκατ. άτομα (ή 0,8% όλων των θέσεων απασχόλησης στην ΕΕ). Πρόσθετα έσοδα περίπου 150 δις. ευρώ και 3,5 εκατ. θέσεις απασχόλησης προέρχονται από τομείς σχετικούς ή εξαρτώμενους από τις ταχυδρομικές υπηρεσίες. Όσον αφορά στους πελάτες ή τους χρήστες των ταχυδρομικών υπηρεσιών, οι μεμονωμένοι χρήστες αποστέλλουν 12,5% αλλά λαμβάνουν 70% του συνόλου των ταχυδρομικών αντικειμένων. Οι χρήστες του επιχειρηματικού τομέα αποστέλλουν 87,5% και λαμβάνουν 30% των ταχυδρομικών αντικειμένων<sup>1</sup>.

Στον ταχυδρομικό τομέα της ΕΕ συμβαίνουν σήμερα σημαντικές αλλαγές, στις οποίες περιλαμβάνεται το σταδιακό άνοιγμα της αγοράς, η ταχεία ανάπτυξη και το μειούμενο κόστος των υποκατάστατων ηλεκτρονικών μέσων, η νέα τεχνολογία αυτοματισμού και οι νέες δομές ιδιοκτησίας. Οι αλλαγές αυτές αυξάνουν την πίεση στον τομέα να καταστεί πιο ανταγωνιστικός και αποτελεσματικός, για να μην υπάρξουν αρνητικές συνέπειες για την απασχόληση και τη βιωσιμότητα των υπηρεσιών. Οι διαφορές του νομοθετικού περιβάλλοντος όσο και του περιβάλλοντος της αγοράς, για τους ταχυδρομικούς φορείς της Ευρώπης προκαλούν στρεβλώσεις του ανταγωνισμού και αποθαρρύνουν τις περαιτέρω μεταρρυθμίσεις. Επιπλέον, υπάρχουν διάφοροι φραγμοί που παρεμποδίζουν τον ουσιαστικό ανταγωνισμό στην ταχυδρομική αγορά, π.χ. τα εναπομένοντα μονοπώλια ή τα διαφορετικά συστήματα έγκρισης και αδειοδότησης. Η υποχρέωση παροχής καθολικής ταχυδρομικής υπηρεσίας μπορεί

---

<sup>1</sup> Πηγή: WIK Consult, Main Developments in the Postal Sector (2004-2006), (WIK Consult GmbH – May 2006)

να συνεπάγεται δυσμενές κόστος σε πολλές περιοχές ορισμένων χωρών, έχει όμως ζωτική σημασία για τους πολίτες και τις επιχειρήσεις της ΕΕ η διατήρηση της παροχής Καθολικής Υπηρεσίας σε όλες τις γεωγραφικές περιοχές.

Οι ταχυδρομικές υπηρεσίες είναι ένα ουσιαστικό μέσο επικοινωνιών και εμπορίου που έχει ζωτική σημασία για πολλές οικονομικές και κοινωνικές δραστηριότητες. Η εσωτερική αγορά, το διεθνές εμπόριο και το λιανικό εμπόριο μπορούν να λειτουργήσουν μόνο αν υπάρχουν ικανοποιητικοί δίαυλοι επικοινωνιών και διανομής. Πολλοί σημαντικοί κλάδοι, όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο, οι εκδόσεις, οι αγορές δι-αλληλογραφίας, οι ασφάλειες, οι τραπεζικές εργασίες και η διαφήμιση εξαρτώνται από την ταχυδρομική υποδομή. Θα πρέπει επίσης να σημειωθεί ότι οι ταχυδρομικές υπηρεσίες παρέχουν κοινωνικά οφέλη που δεν μπορούν πάντα να εκτιμηθούν με οικονομικούς όρους (π.χ. η συμβολή τους στην περιφερειακή και κοινωνική συνοχή). Επιπλέον, πολλοί από τους ΦΠΚΥ διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο όσον αφορά στην παροχή άλλων υπηρεσιών (π.χ. χρηματοοικονομικών υπηρεσιών) στους πολίτες της ΕΕ.

Η ένταση του ανταγωνισμού διαφέρει στα διάφορα τμήματα της ταχυδρομικής αγοράς. Οι ΦΠΚΥ είναι κυρίαρχοι στην αγορά υπηρεσιών αλληλογραφίας (letter post). Αντίθετα η αγορά δεμάτων και υπηρεσιών ταχυμεταφορών χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό. Επίσης ιδιαίτερα υψηλό βαθμό ανταγωνισμού παρουσιάζουν οι αγορές business to business (B2B) και business to consumer (B2C) ενώ μικρότερος είναι ο ανταγωνισμός στην αγορά consumer to consumer (C2C). Στην ευρωπαϊκή ταχυδρομική αγορά (αλληλογραφίας, δεμάτων και ταχυμεταφορών), οι δημόσιοι ταχυδρομικοί πάροχοι και οι θυγατρικές τους υπολογίζεται ότι κατέχουν περίπου 80% των συνολικών εσόδων, ενώ το υπόλοιπο 20% μοιράζεται σε ιδιωτικούς ταχυδρομικούς παρόχους. Η αγορά των δεμάτων και των υπηρεσιών επείγουσας διαβίβασης, χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό. Στην εν λόγω αγορά κυρίαρχοι παρουσιάζονται πέντε ιδιωτικοί πάροχοι. Αξίζει να σημειωθεί όμως, ότι οι τέσσερις από αυτούς τους πέντε ιδιωτικούς παρόχους ανήκουν (σε κάποιο ποσοστό) σε δημόσιους ταχυδρομικούς παρόχους.

Ο αριθμός των εργαζομένων 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 (ΦΠΚΥ) απασχολούν συνολικά γύρω στα 1,7 εκ., εκ των οποίων 1,5 εκ. εργαζόμενοι απασχολήθηκαν για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών για το έτος 2004. Η

εκτίμηση του απασχολούμενου προσωπικού στους ιδιωτικούς ταχυδρομικούς πάροχους που ανταγωνίζονται τους Φορείς Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας ανέρχεται σε 0,1 εκ. άτομα<sup>2</sup>.

### 3.1.1 Η αγορά αντικειμένων αλληλογραφίας

Η ευρωπαϊκή (ΕΕ 25) εγχώρια αγορά αντικειμένων αλληλογραφίας ανήλθε σε 54 δις. ευρώ το 2004 ενώ υπολογίζεται ότι διακινήθηκαν 93 δις. αντικείμενα. Οι τρεις μεγαλύτεροι ΦΠΚΥ εξακολουθούν να καταλαμβάνουν μερίδιο αγοράς μεγαλύτερο του 60% της ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς.

Ο ρόλος της αγοράς αντικειμένων αλληλογραφίας συνεχίζει να μετακινείται από την αμφίδρομη αλληλογραφία σε ένα μέσο μονοκατευθυντικής πληροφόρησης. Ενώ η συνολική ζήτηση για αντικείμενα αλληλογραφίας κατά κύριο λόγο παραμένει σταθερή από το 2002, οι υπηρεσίες direct mail αυξάνονται σημαντικά. Η ηλεκτρονική υποκατάσταση της συναλλακτικής αλληλογραφίας (π.χ. λογαριασμοί) δεν υλοποιήθηκε στην έκταση που προβλεπόταν πριν από το έτος 2000.

Ο μέσος ρυθμός αύξησης των συνολικών εσόδων των ΦΠΚΥ ήταν 3,7% από το 2002 έως το 2004. Σε γενικές γραμμές, τα έσοδα των ΦΠΚΥ συνέχισαν να αυξάνονται παρ' όλο που ο ρυθμός αύξησής τους έχει μειωθεί σε σχέση με τα προηγούμενα έτη. Τα συνολικά έσοδα των ΦΠΚΥ ανήλθαν σε 112 δις. ευρώ το 2004, εκ των οποίων ποσοστό 80% προήλθε από ταχυδρομικές υπηρεσίες ενώ το ήμισυ των συνολικών εσόδων προήλθε από την διακίνηση αντικειμένων αλληλογραφίας (συμπεριλαμβανομένης της διακίνησης αντικειμένων χωρίς διεύθυνση αλληλογραφίας)<sup>3</sup>.

### 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.

---

<sup>2</sup> Πηγή: WIK Consult (2004) "Main Developments in the European Postal Sector" E.C. – D.G. Internal Market

<sup>3</sup> Πηγή: WIK Consult (2004) "Main Developments in the European Postal Sector" E.C. – D.G. Internal Market

Είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι η αγορά δεμάτων και ταχυμεταφορών λειτουργεί σε απελευθερωμένο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Τα παραπάνω τεκμηριώνονται από το γεγονός ότι το μερίδιο των πέντε μεγαλύτερων δημοσίων παρόχων στην εν λόγω αγορά διαμορφώνεται σε 51%, ενώ αντίστοιχα το μερίδιο αγοράς των ιδιωτικών ταχυδρομικών φορέων ανέρχεται στο 49%.

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία ο συνολικός κύκλος εργασιών στην αγορά δεμάτων και υπηρεσιών ταχυμεταφορών ανήλθε στα 35 δισ. ευρώ το 2004 έναντι 33 δισ. ευρώ το 2000<sup>4</sup>.

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.

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

- DHL (100% ανήκει στην Deutsche Post),
- DPD (La Poste),
- TNT (μέλος του Ολλανδικού Ομίλου TNT N.V),
- GLS (Royal Mail) και
- UPS.

Το μερίδιο που κατέχουν οι πέντε αυτές εταιρίες στην ευρωπαϊκή αγορά, σύμφωνα με εκτιμήσεις της Deutsche Post, ανέρχεται σε περίπου 59%. Οι εταιρίες διαθέτουν υποκαταστήματα σε όλο σχεδόν τον κόσμο, ιδιόκτητους στόλους αυτοκινήτων, φορτηγών, μηχανών και αεροπλάνων καθώς και σύγχρονα κέντρα διαλογής αντικειμένων.

---

<sup>4</sup> Πηγή: WIK Consult (2004) "Main Developments in the European Postal Sector" E.C. – D.G. Internal Market

### **3.2 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της Ελληνικής Ταχυδρομικής Αγοράς**

Ο ετήσιος κύκλος εργασιών των ταχυδρομικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα αντιστοιχεί στο **0,35%** του Α.Ε.Π. για το έτος **2005**. 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 50 γραμμάρια, αφού ο Φ.Π.Κ.Υ διατηρεί το αποκλειστικό δικαίωμα στην περισυλλογή, μεταφορά, διαλογή και διανομή των αντικειμένων αλληλογραφίας με διεύθυνση παραλήπτη. Σημειώνεται ότι το προαναφερθέν βάρος των 50 γραμμαρίων ισχύει από 01/01/2006 οπότε μειώθηκε από 100 γραμμάρια με την Υ.Α. 74196/1885 (ΦΕΚ 1887/Β/30-12-2005). Σύμφωνα με την προαναφερόμενη Υ.Α. «το ανώτατο όριο βάρους των ταχυδρομικών αντικειμένων δεν ισχύει αν η τιμή είναι ίση ή μεγαλύτερη κατά δύομιση φορές την τιμή του δημόσιου τέλους για ένα αντικείμενο αλληλογραφίας της πρώτης βαθμίδας βάρους της ταχύτερης κατηγορίας». Αυτό μεταφράζεται σε τρέχουσες τιμές (01/01/2007) σε 1,30 ευρώ.

### **Η ελληνική ταχυδρομική αγορά, 2000-2005**

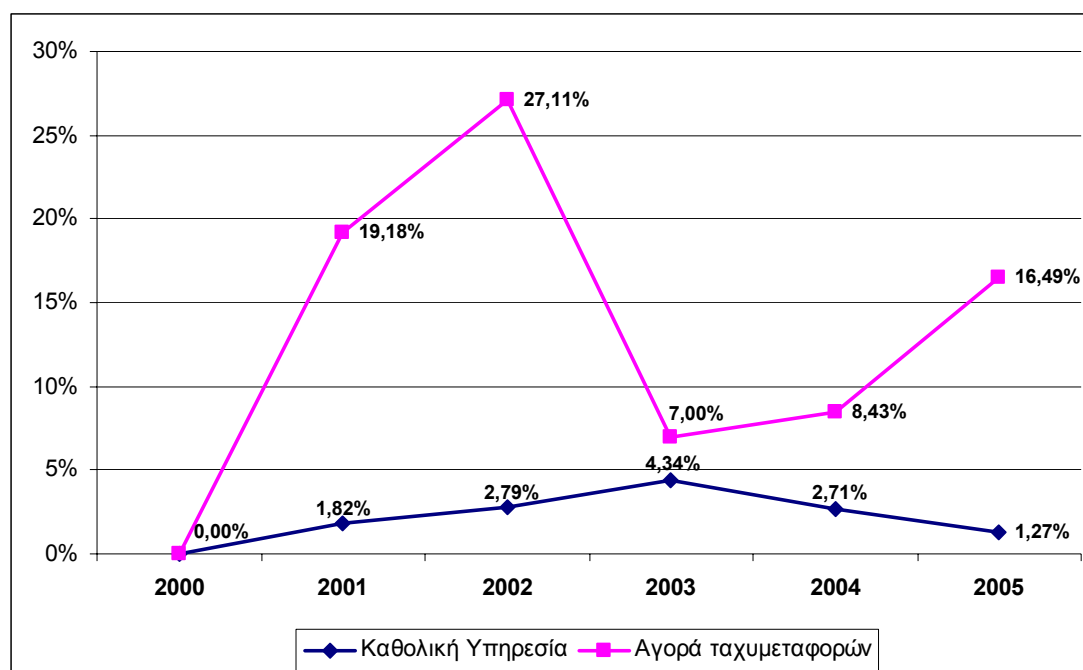
**Πίνακας 3.2.1**

<b>Όγκος ταχυδρομικών αντικειμένων</b>						
Ταχ. αντικείμενα (% κατανομή)	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
<b>Αγορά καθολικής υπηρεσίας</b>	571.786.808 (96,76%)	582.212.123 (96,23%)	598.441.707 (95,38%)	624.417.800 (95,27%)	641.361.900 (95,02%)	649.475.889 (94,31%)
<b>Αγορά ταχυμεταφορών</b>	19.126.192 (3,24%)	22.794.224 (3,77%)	28.973.204 (4,62%)	31.000.000 (4,73%)	33.613.878 (4,98%)	39.156.615 (5,69%)
<b>Σύνολο</b>	<b>590.913.000</b> (100%)	<b>605.006.347</b> (100%)	<b>627.414.911</b> (100%)	<b>655.417.800</b> (100%)	<b>674.975.778</b> (100%)	<b>688.632.504</b> (100%)
<b>Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (%)</b>	-	2,40%	3,70%	4,46%	2,98%	2,02%

Στον Πίνακα 3.2.1 παρουσιάζεται η ταχυδρομική κίνηση της καθολικής υπηρεσίας καθώς και ο όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκαν στην αγορά ταχυμεταφορών κατά την περίοδο 2000-2005. Η ελληνική ταχυδρομική αγορά, το 2005, ανήλθε στα 689 εκ. αντικείμενα από 591 εκ., περίπου, που ήταν το 2000 παρουσιάζοντας μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 3,1%. Η αγορά καθολικής υπηρεσίας, το 2005, αποτέλεσε το 94,3% της ταχυδρομικής αγοράς, σε όρους όγκου, ενώ το υπόλοιπο 5,7% αντιστοιχεί στην αγορά ταχυμεταφορών. Αξίζει να σημειωθεί όμως ότι παρατηρείται σημαντική διαφοροποίηση στους ρυθμούς αύξησης του όγκου διακίνησης αντικειμένων από τις δύο αγορές, αφού η μεν αγορά ταχυμεταφορών αυξάνεται με υψηλό μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 15,6%, ενώ η δε αγορά καθολικής υπηρεσίας αυξάνεται με πολύ χαμηλότερο ρυθμό, της τάξης του 2,6% για την περίοδο 2000-2005. Άμεση συνέπεια αυτής της διαφοροποίησης είναι η διαχρονική μείωση του μεριδίου της αγοράς καθολικής υπηρεσίας (από 96,8% το 2000 σε 94,3% το 2005) με αντίστοιχη αύξηση του μεριδίου της αγοράς ταχυμεταφορών (από 3,2% το 2000 σε 5,7% το 2005) σε ολόκληρη την εξεταζόμενη περίοδο.

Οι ρυθμοί μεταβολής των δύο αγορών για το χρονικό διάστημα 2000 – 2005 απεικονίζονται στο ακόλουθο Διάγραμμα 3.2.1.

**Διάγραμμα 3.2.1**  
**Ετήσιοι ρυθμοί μεταβολής όγκου καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2005**



Διαφοροποιημένη εικόνα εμφανίζει η ποσοστιαία κατανομή κάθε μιας αγοράς στη συνολική ταχυδρομική αγορά σε όρους εσόδων. Ειδικότερα, το 2005 η ελληνική ταχυδρομική αγορά ανήλθε σε 631 εκ. ευρώ, εκ των οποίων περί τα 388 εκ. ευρώ αφορούν την αγορά καθολικής υπηρεσίας (61,5%) και 243 εκ. ευρώ αφορούν την αγορά ταχυμεταφορών (38,5%), στην οποία έχουν συμπεριληφθεί και τα έσοδα από λοιπές ταχυδρομικές υπηρεσίες (διακίνηση διαφημιστικών αντικειμένων) υπό καθεστώς Γενικής Άδειας ύψους 0,8 εκατ. ευρώ (Πίνακας 3.2.2)

**Πίνακας 3.2.2**

<b>Έσοδα καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2005</b>						
(ποσά σε €) (% κατανομή)	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
<b>Αγορά καθολικής υπηρεσίας</b>	255.842.692 (68,29%)	300.042.840 (66,13%)	342.546.634 (65,54%)	363.895.486 (62,71%)	381.994.575 (64,18%)	387.581.925 (61,46%)
<b>Αγορά ταχυμεταφορών</b>	118.796.416 (31,71%)	153.649.638 (33,87%)	180.128.683 (34,46%)	216.399.731 (37,29%)	213.160.626 (35,82%)	243.013.704 (38,54%)
<b>Σύνολο</b>	<b>374.639.108</b> <b>(100%)</b>	<b>453.692.478</b> <b>(100%)</b>	<b>522.675.317</b> <b>(100%)</b>	<b>580.295.217</b> <b>(100%)</b>	<b>595.155.201</b> <b>(100%)</b>	<b>630.595.629</b> <b>(100%)</b>
<b>Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (%)</b>	-	<b>21,10%</b>	<b>15,20%</b>	<b>11,02%</b>	<b>2,56%</b>	<b>5,95%</b>

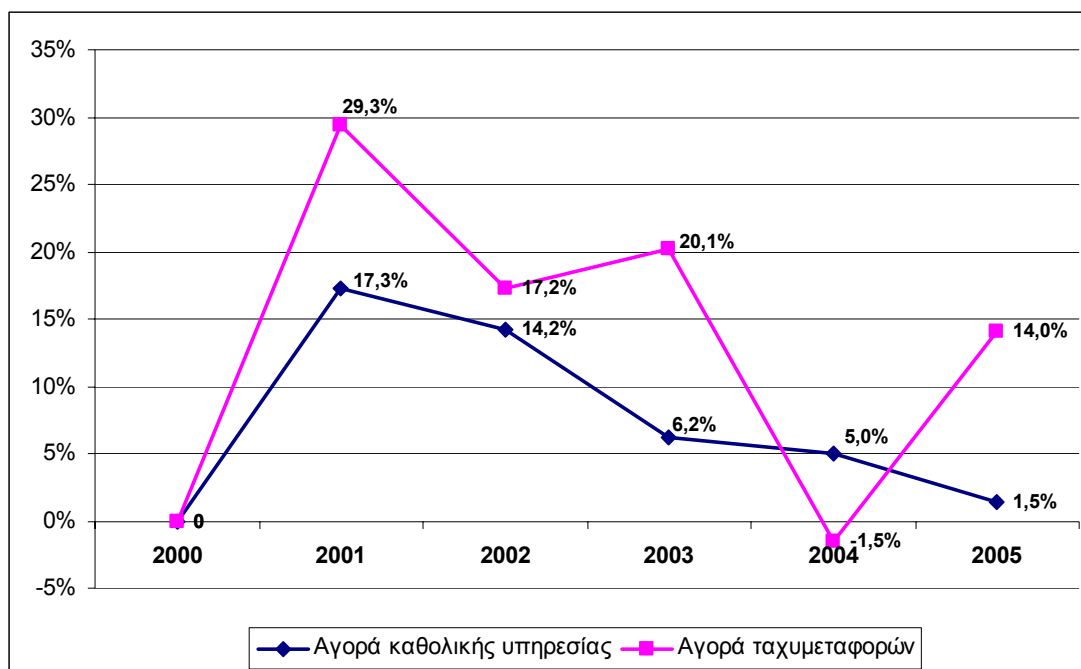
Αυτή η σημαντική διαφοροποίηση ανάμεσα στην κατανομή των μεριδίων όγκου και στην κατανομή αξίας της καθολικής υπηρεσίας και της αγοράς ταχυμεταφορών στη συνολική ταχυδρομική αγορά, σαφώς υποδεικνύει μεγάλη διαφορά στις τιμές που προσφέρεται η κάθε υπηρεσία, γεγονός αναμενόμενο αφού στην ουσία πρόκειται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

Σημειώνεται ότι στην Ευρώπη τα μερίδια αγοράς που καταλαμβάνουν οι ιδιωτικοί ταχυδρομικοί πάροχοι, από πλευράς εσόδων, σε σύγκριση με τους Φορείς Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (ΦΠΚΥ) είναι της τάξης του 20%. Αντίθετα στην Ελλάδα, όπως παρουσιάστηκε στους Πίνακες 3.2.1 και 3.2.2, παρατηρείται ότι το ποσοστό αυτό ανέρχεται σε 39% περίπου.

Οι ετήσιοι ρυθμοί μεταβολής των εσόδων της κάθε μιας αγοράς για το χρονικό διάστημα 2000-2005 παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 3.2.2 που ακολουθεί.



**Διάγραμμα 3.2.2**  
**Ετήσιοι ρυθμοί μεταβολής εσόδων καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2005**

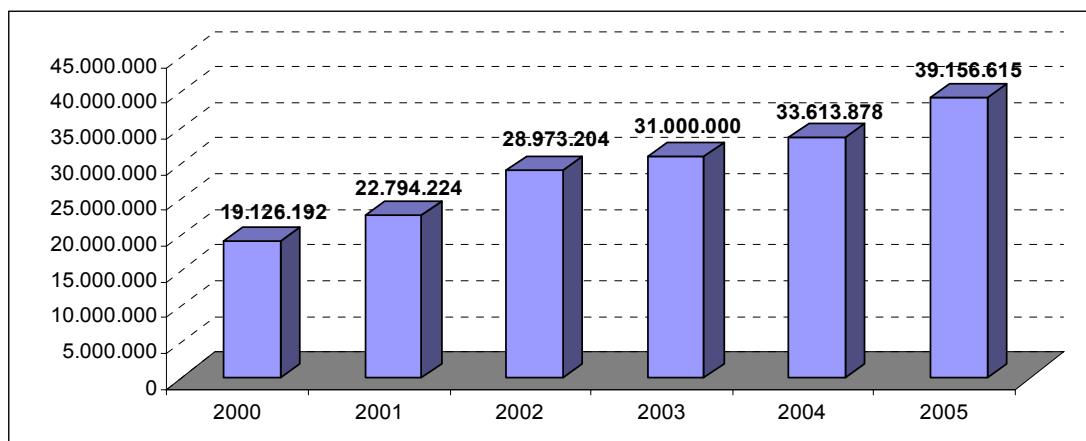


### **3.3 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς ταχυμεταφορών**

Η αγορά ταχυμεταφορών από πλευράς όγκου παρουσιάζει συνεχή αυξητική πορεία σε ολόκληρη την περίοδο 2000-2005, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 15,6%. Η διαχρονική εξέλιξη των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκαν, καθώς και οι ετήσιες ποσοστιαίες μεταβολές της αγοράς παρουσιάστηκαν στον Πίνακα 3.2.1 και το Διάγραμμα 3.2.1.

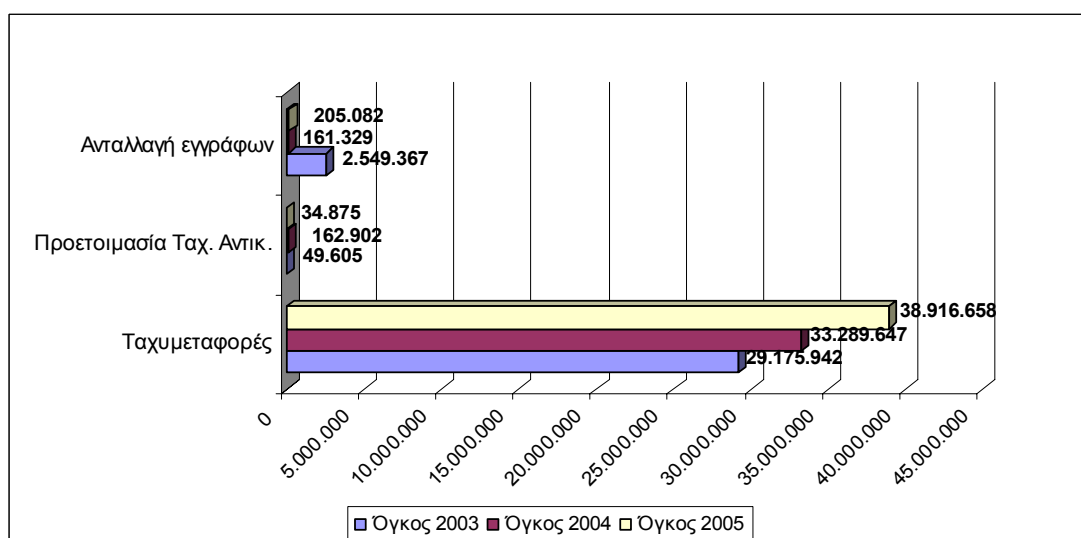
Το 2005 η αγορά ταχυμεταφορών ανήλθε στα 39 εκατ. ταχυδρομικά αντικείμενα έναντι 19 εκατ. αντικειμένων το 2000. Κατά τη διάρκεια του 2005 ο όγκος ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκε από την αγορά ταχυμεταφορών παρουσίασε σημαντική αύξηση κατά 16,5%, σε αντίθεση με την προηγούμενη διετία που η αγορά ταχυμεταφορών παρουσίαζε σημάδια ωρίμανσης, καθώς η ετήσια αύξηση που παρουσίαζε φαινόταν να έχει σταθεροποιηθεί στα επίπεδα του 7-8%. Τα έσοδα της αγοράς ταχυμεταφορών το 2005 ανήλθαν σε 243 εκατ. ευρώ.

**Διάγραμμα 3.3.1**  
**Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών**



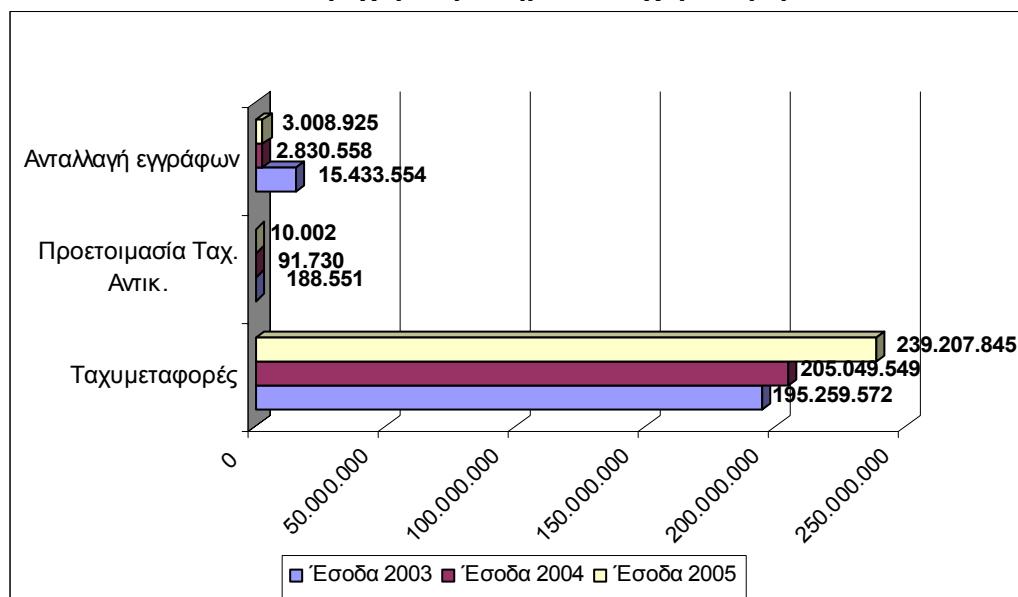
Στο Διάγραμμα 3.3.2 παρουσιάζεται η ανάλυση του διακινούμενου όγκου αντικειμένων υπό καθεστώς Γενικής Άδειας ανά κατηγορία παρεχόμενης υπηρεσίας, για τα έτη 2003 - 2005. Συνοπτικά αναφέρουμε ότι παρουσιάζεται μία αύξηση περίπου 17% στα αντικείμενα ταχυμεταφορών και 27% στην ανταλλαγή εγγράφων.

**Διάγραμμα 3.3.2**  
**Όγκος αντικειμένων Ταχυμεταφορών 2003-2005**



Στο Διάγραμμα 3.3.3 παρουσιάζεται ο διαχωρισμός των εσόδων ανά παρεχόμενη ταχυδρομική υπηρεσία υπό καθεστώς Γενικής Άδειας συγκριτικά για τα έτη 2003 – 2005.

**Διάγραμμα 3.3.3**  
**Έσοδα ανά παρεχόμενη υπηρεσία ταχυμεταφορών 2003-2005**



Στον Πίνακα 3.3.1 που ακολουθεί, παρουσιάζεται η κατανομή των διακινήθων ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού και εξωτερικού, με βάση τον τρόπο διακίνησης, για το 2005. Σημειώνεται ότι η *αυτόνομη διακίνηση* αφορά στην παραλαβή και διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων από την ίδια την ταχυδρομική επιχείρηση και το δίκτυό της, όπως αυτό έχει ορισθεί (άρθρο 1, Κανονισμού Γενικών Αδειών – ΦΕΚ 1682/Β/2003), ενώ η *συνδυασμένη διακίνηση* αφορά στην 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 35,5 εκ. αντιστοιχώντας στο 89,7% του συνολικού όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων ενώ η αξία τους ανήλθε στα 159,2 εκ. ευρώ (66,5% 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 6,63% και 3,71% αντίστοιχα, και σε όρους αξίας 11,73% και 21,73% αντίστοιχα.

**Πίνακας 3.3.1**  
**Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών 2005**

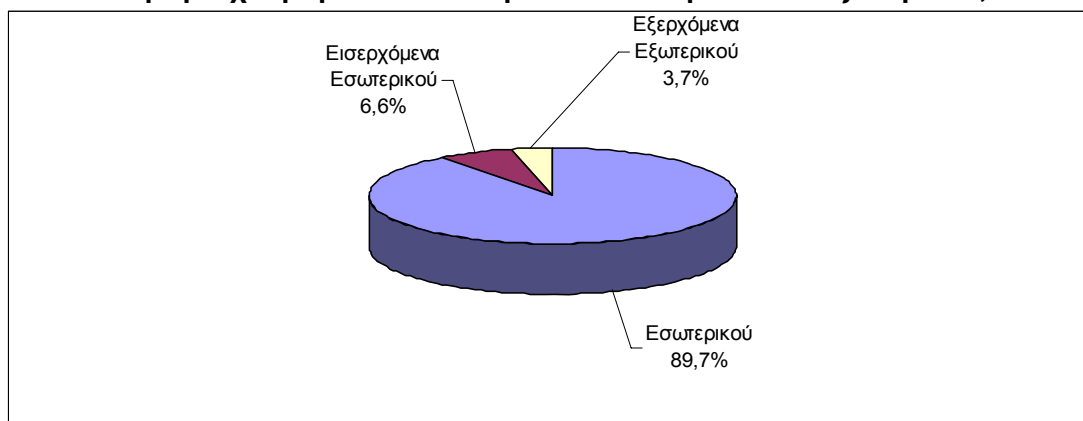
	Ταχυδρομικά αντικείμενα	Ποσοστιαία κατανομή	Έσοδα (ευρώ)	Ποσοστιαία κατανομή
<b>Διακίνηση εσωτερικού</b>				
Αυτόνομη διακίνηση	33.102.600	83,73%	147.285.714	61,56%
Συνδυασμένη διακίνηση	2.347.638	5,94%	11.912.979	4,98%
<b>Σύνολο</b>	<b>35.450.238</b>	<b>89,67%</b>	<b>159.198.694</b>	<b>66,54%</b>
<b>Διακίνηση εισερχομένων εξωτερικού</b>				
Αυτόνομη διακίνηση	2.462.839	6,23%	26.427.956	11,05%
Συνδυασμένη διακίνηση	157.380	0,40%	1.624.080	0,68%
<b>Σύνολο</b>	<b>2.620.220</b>	<b>6,63%</b>	<b>28.052.036</b>	<b>11,73%</b>
<b>Διακίνηση εξερχόμενων εξωτερικού</b>				
Αυτόνομη διακίνηση	1.162.837	2,94%	42.591.109	17,80%
Συνδυασμένη διακίνηση	302.190	0,76%	9.400.230	3,93%
<b>Σύνολο</b>	<b>1.465.027</b>	<b>3,71%</b>	<b>51.991.339</b>	<b>21,73%</b>
<b>Γενικό σύνολο</b>	<b>39.535.485</b>	<b>100%</b>	<b>239.242.069</b>	<b>100%</b>

\* Η απόκλιση σε σχέση με το σύνολο των διακινήθ έντων ταχ. αντικειμένων έτους 2005, οφείλεται στην διακίνηση ταχ. αντικειμένων μέσω εταιρειών δικτύου.

Επίσης, παρατηρείται ότι τόσο στη διακίνηση στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό, το μεγαλύτερο μέρος του όγκου διακινείται (παραλαβή & επίδοση) από την ταχυδρομική επιχείρηση και το δίκτυό της, χωρίς τη συνεργασία άλλων αδειοδοτημένων επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, η αυτόνομη διακίνηση στο εσωτερικό αποτελεί το 84% της συνολικής διακίνησης.

Στο Διάγραμμα 3.3.4 παρουσιάζεται η ποσοστιαία κατανομή της διακίνησης ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού και εξωτερικού.

**Διάγραμμα 3.3.4**  
**Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού και εξωτερικού, 2005**



Το γεγονός ότι, η αυτόνομη διακίνηση εσωτερικού αποτελεί την κυριότερη μέθοδο διακίνησης ταχυδρομικών αντικειμένων στο εσωτερικό της χώρας, σε συνδυασμό με το ότι ο μεγαλύτερος όγκος της διακινείται από λίγες επιχειρήσεις που διαθέτουν τα μεγαλύτερα μερίδια της αγοράς, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι τελευταίες έχουν αναπτύξει ισχυρό αυτόνομο δίκτυο. Παράλληλα, όμως, στην ελληνική αγορά ταχυμεταφορών δραστηριοποιείται 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 εξερχόμενων 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 επίδοσής τους, παρουσιάζεται στον παρακάτω Πίνακα 3.3.2.

**Πίνακας 3.3.2**  
**Διακίνηση αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, 2005**

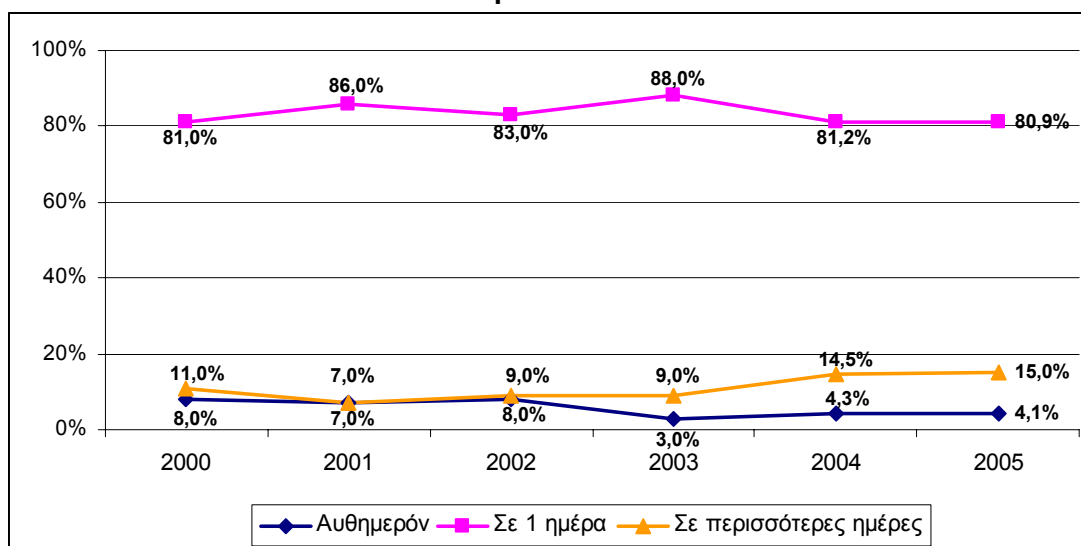
	Πλήθος ταχ. αντικειμένων			Έσοδα (ευρώ)		
	Αυτόνομη διακίνηση	Συνδυασμένη διακίνηση	Σύνολο	Αυτόνομη διακίνηση	Συνδυασμένη διακίνηση	Σύνολο
<b>Αυθημερόν</b>	1.360.603 (4,11%)	68.751 (3,25%)	1.429.354 (4,06%)	9.694.856 (6,54%)	654.482 (5,65%)	10.349.338 (6,47%)
<b>Σε 1 ημέρα</b>	26.734.919 (80,69%)	1.788.203 (84,66%)	28.523.122 (80,93%)	117.362.015 (79,12%)	9.570.496 (82,56%)	126.932.510 (79,37%)
<b>Σε περισσότερες ημέρες</b>	5.035.481 (15,20%)	255.199 (12,08%)	5.290.680 (15,01%)	21.282.965 (14,35%)	1.367.667 (11,80%)	22.650.633 (14,16%)
<b>Σύνολο</b>	33.131.003 (100%)	2.112.153 (100%)	<b>35.243.156</b> <b>(100%)</b>	148.339.836 (100%)	11.592.645 (100%)	<b>159.932.481</b> <b>(100%)</b>

Το 81% των ταχυδρομικών αντικειμένων στο **εσωτερικό** διακινείται σε μια ημέρα (28,5 εκ. αντικείμενα, αξίας 126,9 εκ. Ευρώ). Σε περισσότερες ημέρες διακινείται το 15% του συνόλου της αγοράς (5,3 εκ. αντικείμενα αξίας 22,7 εκ. ευρώ). Αυθημερόν διακινείται μόλις το 4% του συνολικού πλήθους (1,4 εκ. αντικείμενα, αξίας 10,3 εκ. ευρώ).

Αξιοσημείωτη είναι η διαφορά που παρουσιάζει η ποσοστιαία συμμετοχή της αυθημερόν διακίνησης σε όρους όγκου ταχ. αντικειμένων σε σχέση με το αντίστοιχο ποσοστό σε όρους εσόδων (4,06% και 6,47% αντίστοιχα). Το γεγονός αυτό εξηγείται από την μεγάλη προστιθέμενη αξία που παράγεται από την πραγματοποίηση αποστολών επείγουσας διαβίβασης εντός της ίδιας ημέρας παραλαβής του ταχυδρομικού αντικειμένου, ενώ αντίστοιχα είναι φανερό πόσο σημαντικά μειώνεται η αντίστοιχη διαφορά στις περιπτώσεις διακίνησης των ταχ. αντικειμένων σε 1 ή περισσότερες ημέρες.

Η διαχρονική εξέλιξη της ποσοστιαίας κατανομής του πλήθους των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων σε σχέση με τον χρόνο επίδοσής τους παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 3.3.5.

**Διάγραμμα 3.3.5**  
Κατανομή αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, έτη 2000-2005



Διαπιστώνεται ότι ένα μικρό τμήμα 0,5% των συνολικών αντικειμένων που μέχρι και το 2004 επιδιόταν αυθημερόν και σε 1 ημέρα στους παραλήπτες, μετατοπίστηκε προς την παράδοση σε περισσότερες ημέρες κατά το 2005. Αυτή η εξέλιξη ενδέχεται να οφείλεται στο γεγονός ότι οι καταναλωτές στρέφονται προς την αναζήτηση υπηρεσιών παράδοσης των ταχυδρομικών τους αντικειμένων που προσφέρονται σε χαμηλότερη τιμή.

Η αυτόνομη και η συνδυασμένη διακίνηση του πλήθους των ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού παρουσιάζεται στους ως άνω Πίνακες 3.3.3 και 3.3.4. Από

τα στοιχεία των πινάκων διαπιστώνεται ότι το 2005 το 68% (1,5 εκ. αντικ.) των **εισερχομένων** αντικειμένων εξωτερικού διακινείται σε 1 ημέρα, ενώ το 32% (727 χιλ. αντικ.) διακινείται σε περισσότερες μέρες. Τα αντίστοιχα μερίδια για τα **εξερχόμενα** αντικείμενα εξωτερικού είναι 67% (967 χιλ. αντικ.) και 33% (471 χιλ. αντικ.) αντίστοιχα.

**Πίνακας 3.3.3**  
**Διακίνηση εισερχομένων αντικ. εξωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, 2005**

	Αυτόνομη διακίνηση		Συνδυασμένη διακίνηση		Σύνολο	
	Πλήθος ταχ. αντ.	%	Πλήθος ταχ. αντ.	%	Πλήθος ταχ. αντ.	%
<b>Σε 1 ημέρα</b>	1.519.296	70,66%	11.897	10,98%	1.531.193	67,79%
<b>Σε περισσότερες ημέρες</b>	630.965	29,34%	96.407	89,02%	727.372	32,21%
<b>Σύνολο</b>	2.150.261	100%	108.304	100%	2.258.565	100%

**Πίνακας 3.3.4**  
**Διακίνηση εξερχόμενων αντικ. εξωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, 2005**

	Αυτόνομη διακίνηση		Συνδυασμένη διακίνηση		Σύνολο	
	Πλήθος ταχ. αντ.	%	Πλήθος ταχ. αντ.	%	Πλήθος ταχ. αντ.	%
<b>Σε 1 ημέρα</b>	811.758	71,12%	155.477	52,46%	967.235	67,27%
<b>Σε περισσότερες ημέρες</b>	329.674	28,88%	140.904	47,54%	470.578	32,73%
<b>Σύνολο</b>	1.141.432	100%	296.381	100%	1.437.813	100%

Όσον αφορά στην **κατανομή των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους**, παρατηρείται ότι κατά το έτος 2005 στην κατηγορία βάρους 1-500 γραμ. (εκτός δεμάτων) αντιστοιχεί το 50,83% των ταχυδρομικών αντικειμένων, ενώ κατά το έτος 2004 ήταν 54,04%. Στην κατηγορία 500 γραμ. – 2 κιλά (εκτός δεμάτων) αντιστοιχεί το 32,48% ποσοστό το οποίο κατά το έτος 2004 ήταν 33,87%. Τα δέματα έως 20 κιλά που αποτελούν το 16,70% του συνολικού όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων εμφανίζουν μια αύξηση όγκου 4% σε σχέση με 2004 (Πίνακας 3.3.5).

**Πίνακας 3.3.5**  
**Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους, 2003-2005**

Κλιμάκια βάρους	2003		2004		2005	
	Ταχυδρομικά αντικείμενα	%	Ταχυδρομικά αντικείμενα	%	Ταχυδρομικά αντικείμενα	%
Από 1 – 500 gr.	18.476.000	59,60%	18.165.240	54,04%	20.032.978	50,83%
Από 500gr. – 2kgr	6.603.000	21,30%	11.384.777	33,87%	12.801.521	32,48%
Δέματα έως 20 kgr	5.921.000	19,10%	4.063.861	12,09%	6.580.316	16,70%

Όπως φαίνεται από τον Πίνακα 3.3.6 και το Διάγραμμα 3.3.6 που ακολουθούν, η μεγαλύτερη ποσότητα των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων και κατά το έτος 2005 προέρχεται από την Περιφέρεια της Αττικής (63,5%) παρουσιάζοντας όμως μείωση σε σχέση με το 2004 κατά 1,7%. Σχετικά σημαντική περιφέρεια για την εγχώρια αγορά θεωρείται η Κεντρική Μακεδονία, από την οποία προέρχεται το 13,9% των συνολικών διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων παρουσιάζοντας αύξηση κατά 1,3% σε σχέση με το 2004. Αντίθετα, οι μικρότερες ποσότητες προέρχονται από τις Περιφέρειες του Βορείου Αιγαίου και των Ιονίων Νήσων (μόλις το 1,06% και 1,12%, αντίστοιχα).

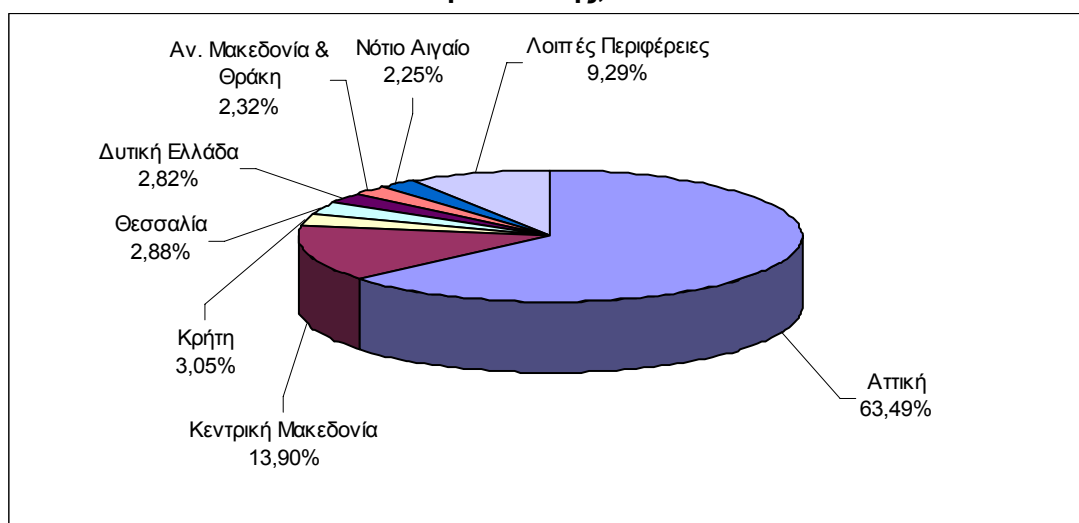
Συνδυάζοντας τον όγκο των ταχυδρομικών αντικειμένων με τον πληθυσμό των περιφερειών, σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία της απογραφής του 2001, υπολογίστηκαν για κάθε Περιφέρεια τα ταχυδρομικά αντικείμενα που αντιστοιχούν ανά κάτοικο και παρουσιάζονται στην τελευταία στήλη του Πίνακα 3.3.6. Παρατηρείται ότι οι τιμές του συγκεκριμένου δείκτη βρίσκονται σε όλες τις Περιφέρειες της Ελλάδας, με εξαίρεση την Αττική, κάτω από το μέσο όρο (3,23), αναδεικνύοντας σημαντικά διαφοροποιημένα πρότυπα ζήτησης των υπηρεσιών ταχυμεταφορών, ανά Διοικητική Περιφέρεια της Ελλάδας. Ειδικότερα, η Αττική παρουσιάζει την μεγαλύτερη ζήτηση με 5,98 ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο, ενώ στην επόμενη θέση κατατάσσονται η Κεντρική Μακεδονία και το Νότιο Αιγαίο με 2,63. Ιδιαίτερα χαμηλή εμφανίζεται η ζήτηση στην Πελοπόννησο με 1,19 ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο.



**Πίνακας 3.3.6**  
**Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφέρεια**  
**προέλευσης, 2005**

Αποστολή ταχυδρομικών αντικειμένων από:	Ταχυδρομικά αντικείμενα	%	Πληθυσμός	Ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο
Αττική	22.506.221	63,49%	3.761.810	5,98
Κεντρική Μακεδονία	4.926.644	13,90%	1.874.214	2,63
Κρήτη	1.082.030	3,05%	601.131	1,80
Θεσσαλία	1.021.274	2,88%	753.888	1,35
Δυτική Ελλάδα	1.001.015	2,82%	740.506	1,35
Αν. Μακεδονία & Θράκη	822.282	2,32%	611.067	1,35
Νότιο Αιγαίο	796.611	2,25%	302.686	2,63
Στερεά Ελλάδα	788.981	2,23%	605.329	1,30
Πελοπόννησος	760.319	2,14%	638.942	1,19
Δυτική Μακεδονία	499.305	1,41%	301.522	1,66
Ήπειρος	473.094	1,33%	353.820	1,34
Ιόνια Νησιά	397.835	1,12%	212.984	1,87
Βόρειο Αιγαίο	374.625	1,06%	206.121	1,82
<b>Συνολικός όγκος (εκτός εισερχομένων)</b>	<b>35.450.238</b>	<b>100,00%</b>	<b>10.964.020</b>	<b>3,23</b>

**Διάγραμμα 3.3.6**  
**Κατανομή των ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφ.**  
**προέλευσης, 2005**

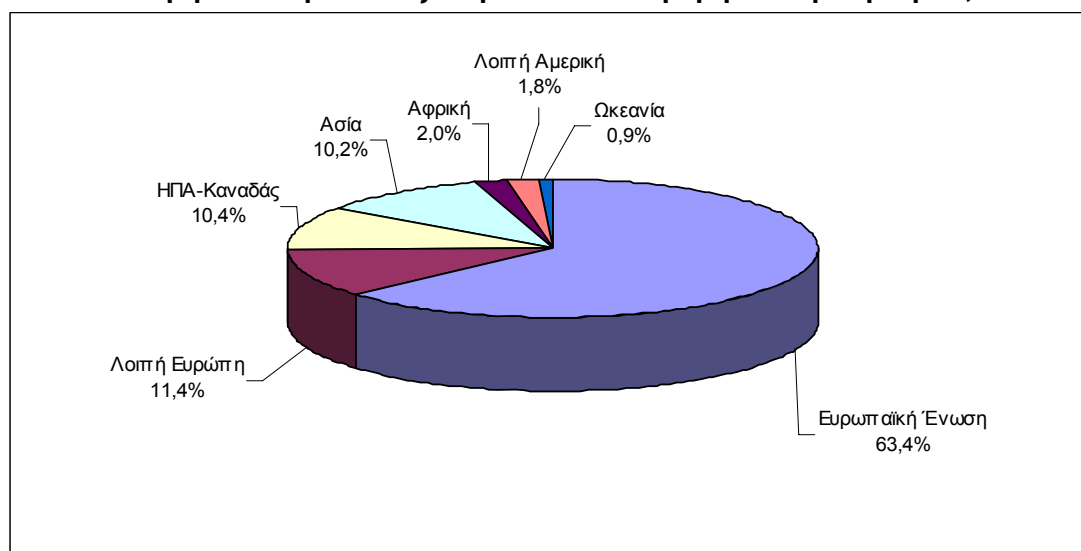


Επίσης, ενδιαφέρουσα είναι η κατανομή των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων από την Ελλάδα με **προορισμό το εξωτερικό** που παρουσιάζεται στον ακόλουθο Πίνακα 3.3.7 και το Διάγραμμα 3.3.7 από την οποία προκύπτει ότι σημαντικότερη περιοχή προορισμού είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση (63,4%), ενώ ακολουθεί η Λοιπή Ευρώπη (11,4%), οι ΗΠΑ - Καναδάς (10,4%), και η Ασία (10,2%).

**Πίνακας 3.3.7**  
**Διακίνηση αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού, 2005**

Περιοχή	Ταχυδρομικά αντικείμενα 2004		Ταχυδρομικά αντικείμενα 2005	
	Πλήθος	%	Πλήθος	%
Ευρωπαϊκή Ένωση	725.424	64,4%	845.182	63,4%
Λοιπή Ευρώπη	96.305	8,5%	151.486	11,4%
ΗΠΑ – Καναδάς	122.909	10,9%	138.631	10,4%
Ασία	125.109	11,1%	135.458	10,2%
Αφρική	22.160	2,0%	26.721	2,0%
Λοιπή Αμερική	24.114	2,1%	23.972	1,8%
Ωκεανία	10.623	0,9%	12.445	0,9%
<b>Σύνολο</b>	<b>1.126.644</b>	<b>100,0%</b>	<b>1.333.895</b>	<b>100,0%</b>

**Διάγραμμα 3.3.7**  
**Κατανομή αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού, 2005**

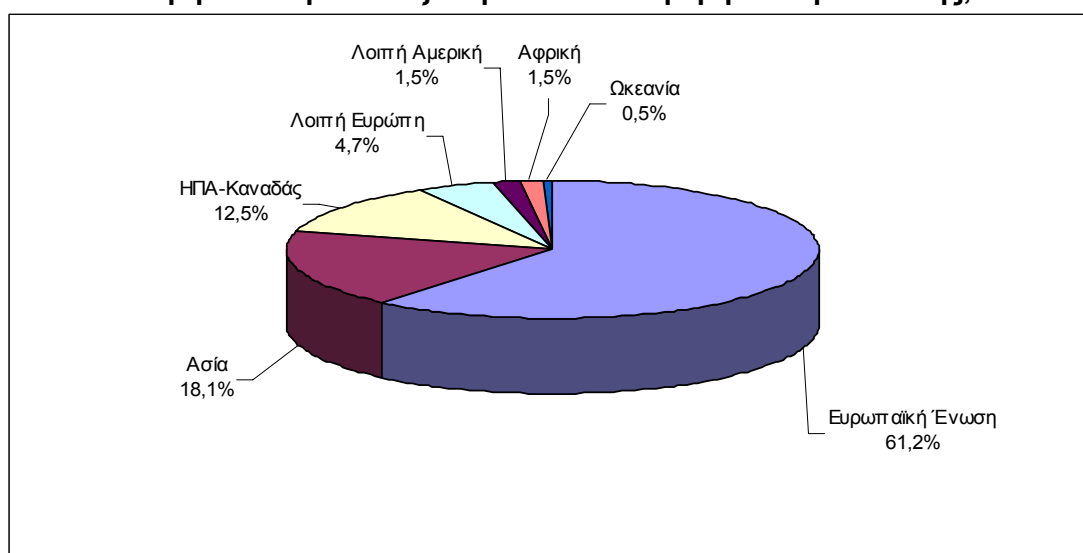


Διαφορετική είναι η εικόνα αναφορικά με την κατανομή των χωρών **προέλευσης των διακινούμενων προς την Ελλάδα** ταχυδρομικών αντικειμένων (Διάγραμμα 3.3.8). Πάλι σημαντικότερη αποδεικνύεται η περιοχή της Ευρωπαϊκής Ένωσης (61,2%), αλλά η κατάταξη στη συνέχεια διαφοροποιείται καθώς την δεύτερη θέση πλέον καταλαμβάνει η Ασία (18,1%) και ακολουθούν οι ΗΠΑ - Καναδάς (12,6%), ενώ η Λοιπή Ευρώπη κατατάσσεται στην τέταρτη θέση (4,7%). Η άνοδος της Ασίας στη σχετική κατάταξη, ενδεχομένως να συνδέεται και με το αυξανόμενο εμπόριο μεταξύ Ελλάδας και Ασιατικών χωρών.

**Πίνακας 3.3.8**  
**Διακίνηση αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης 2005**

Περιοχή	Ταχυδρομικά αντικείμενα 2004		Ταχυδρομικά αντικείμενα 2005	
	Πλήθος	%	Πλήθος	%
Ευρωπαϊκή Ένωση	1.095.286	58,50%	1.466.812	61,17%
Ασία	328.528	17,55%	433.336	18,07%
ΗΠΑ – Καναδάς	231.785	12,38%	300.863	12,55%
Λοιπή Ευρώπη	100.578	5,37%	113.100	4,72%
Λοιπή Αμερική	60.906	3,25%	36.299	1,51%
Αφρική	35.046	1,87%	35.022	1,46%
Ωκεανία	20.264	1,08%	12.506	0,52%
<b>Σύνολο</b>	<b>1.872.393</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.397.938</b>	<b>100,0%</b>

**Διάγραμμα 3.3.8**  
**Κατανομή αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης, 2005**



### **3.4 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών**

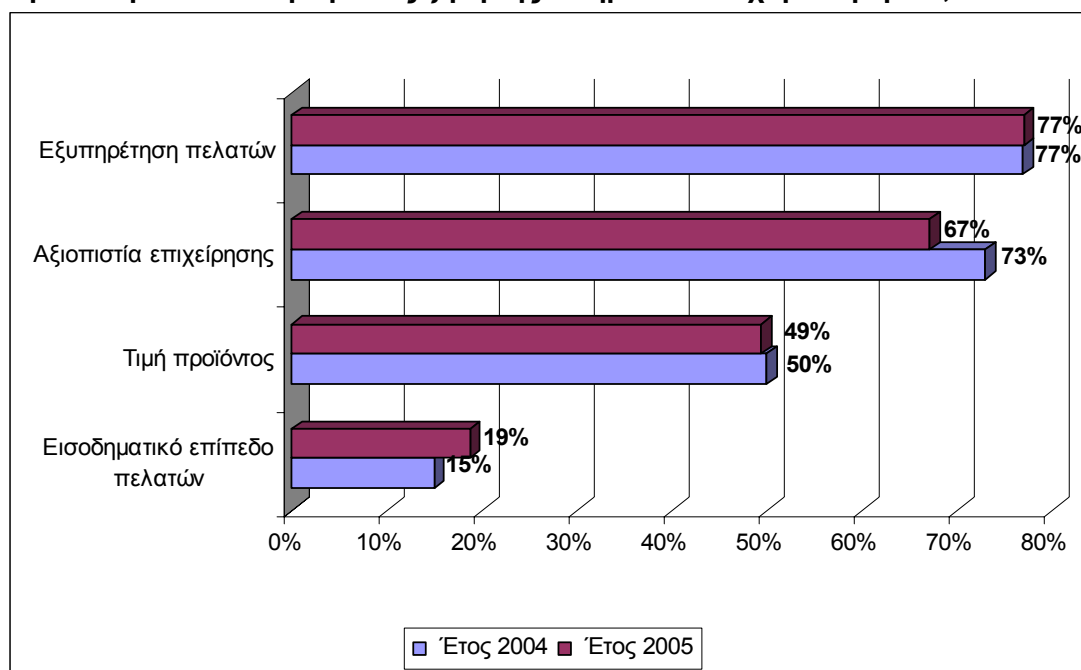
Ως σημαντικότεροι **προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης** των ταχυδρομικών υπηρεσιών, σύμφωνα με τις απαντήσεις που δόθηκαν στο ερωτηματολόγιο (Πίνακας και Διάγραμμα 3.4.1) παραμένει και το 2005 η **εξυπηρέτηση των πελατών**, αφού επιλέγεται από το 77% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, και η **αξιοπιστία της ταχυδρομικής επιχείρησης**, η οποία επιλέχθηκε από το 67% έναντι 73% το 2004. Ακολουθεί, με ποσοστό 49%, η **τιμή του προϊόντος** μειωμένη κατά 1 ποσοστιαία μονάδα σε σχέση με το 2004, ενώ το 19% των επιχειρήσεων θεωρεί το **εισοδηματικό επίπεδο των πελατών** σημαντικό προσδιοριστικό παράγοντα της ζήτησης των υπηρεσιών τους, ποσοστό σημαντικά αυξημένο σε σχέση με το 2004

που το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 15%. Τέλος ένα ποσοστό 6% των επιχειρήσεων που απάντησαν στην σχετική ερώτηση αναφέρει συμπληρωματικά ως εξαιρετικά σημαντικούς παράγοντες την αναγνωρισιμότητα της εταιρίας στην αγορά ταχυμεταφορών και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.

**Πίνακας 3.4.1**  
**Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των υπηρεσιών ταχυμεταφοράς, 2005**

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Τιμή προϊόντος	1%	4%	14%	29%	49%
Εισοδηματικό επίπεδο πελάτη	7%	15%	28%	20%	19%
Αξιοπιστία επιχείρησης	0%	1%	5%	23%	67%
Εξυπηρέτηση πελατών	0%	1%	3%	16%	77%

**Διάγραμμα 3.4.1**  
**Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών, 2004-2005**

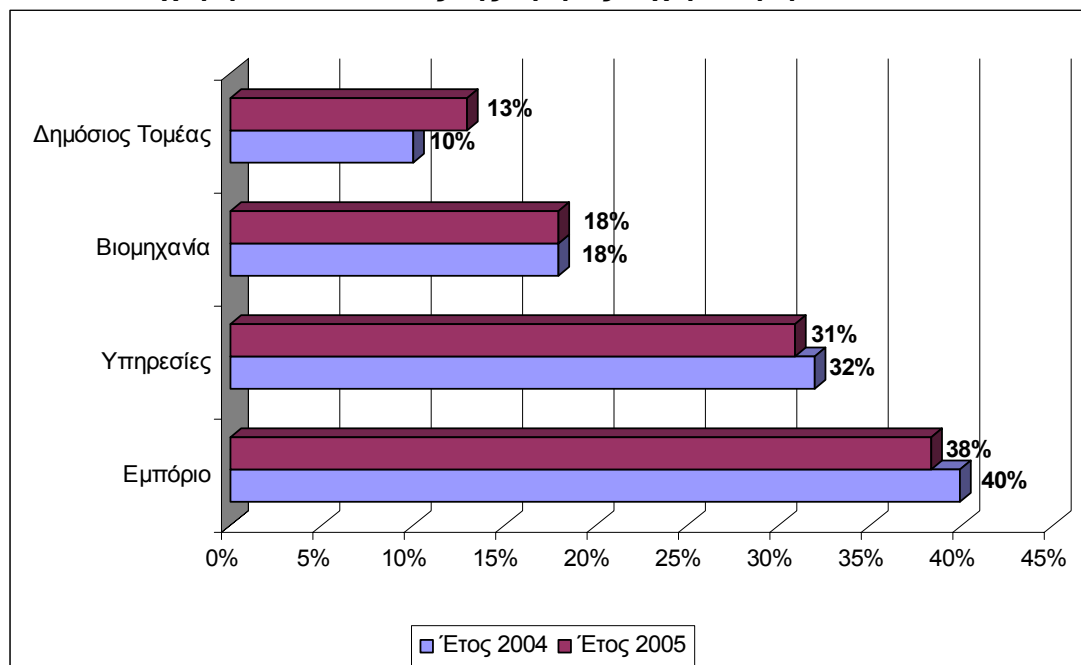


### **3.5 Σημαντικότεροι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών**

Σημαντικότεροι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών παραμένουν και για το 2005 οι κλάδοι του εμπορίου με ποσοστό 38% και των υπηρεσιών με 31%. Ακολουθεί η βιομηχανία με ποσοστό 18% και τέλος με ποσοστό 13% ο Δημόσιος Τομέας. Από τα στοιχεία του συγκριτικού Διαγράμματος (3.5.1) ετών 2004-2005

διαπιστώνεται ότι το 2005 μόνο ο Δημόσιος Τομέας παρουσίασε αύξηση σε σχέση με το 2004 και μάλιστα εις βάρος των κλάδων Εμπορίου και Υπηρεσιών.

**Διάγραμμα 3.5.1**  
**Επιχειρησιακοί πελάτες της αγοράς ταχυμεταφορών 2004-2005**



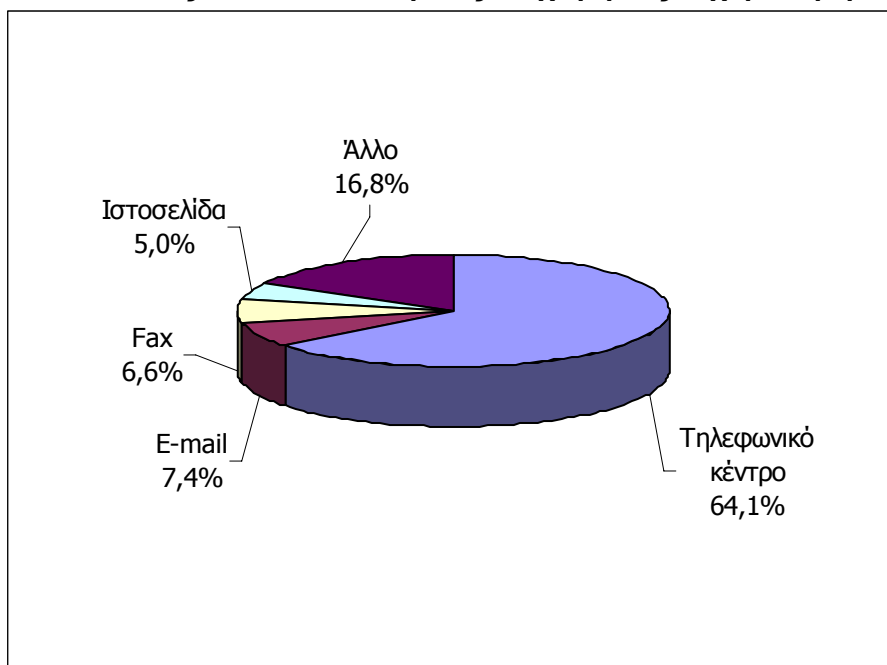
Η ανάλυση της αγοράς ανά επιχειρησιακό πελάτη δείχνει τη σπουδαιότητα των υπηρεσιών ταχυμεταφορών στο σύνολο των διαφόρων κατηγοριών επιχειρήσεων. Ειδικότερα, οι διαφημιστικές επιχειρήσεις και οι φαρμακοβιομηχανίες φαίνεται να αναδεικνύονται οι σημαντικότεροι εταιρικοί πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών από πλευράς διακινούμενου όγκου ταχυδρομικών αντικειμένων. Ακολουθούν, με σχετικά μικρότερα μερίδια όγκου αλλά και εσόδων, οι επιχειρήσεις τηλεπικοινωνιών και οι τραπεζοασφαλιστικοί οργανισμοί, οι εκδοτικές εταιρίες, οι τουριστικές επιχειρήσεις και τέλος οι εταιρίες πληροφορικής.

Ωστόσο σημαντικοί εταιρικοί πελάτες για τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών προέρχονται και από άλλους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας, όπως η Ναυτιλία, οι Ασφάλειες, οι Κατασκευές, η Βιομηχανία Ένδυσης, η Βιομηχανία Τροφίμων κ.ά.

Όσον αφορά στα **μέσα επικοινωνίας που χρησιμοποιούν οι καταναλωτές** (επιχειρήσεις και ιδιώτες) για να έλθουν σε επαφή με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, ποικίλουν σημαντικά. Κυριότερο μέσο επικοινωνίας με ποσοστό 64,1% αναδεικνύεται το τηλεφωνικό κέντρο, ακολουθεί με ποσοστό 15% περίπου η

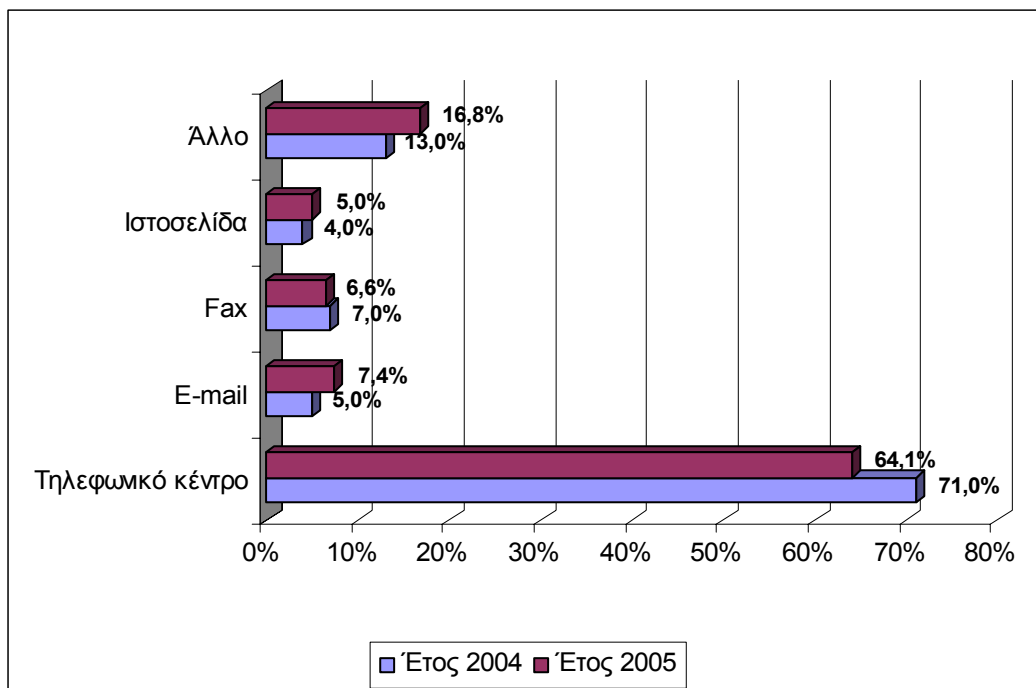
κατάθεση των ταχυδρομικών αντικειμένων στο κατάστημα ταχυμεταφορών, και ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά η επικοινωνία μέσω e-mail (7,4%), fax (6,6%) και μέσω ιστοσελίδας (5%).

**Διάγραμμα 3.5.2**  
**Τρόποι επικοινωνίας καταναλωτών με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών 2005**



Στη συνέχεια, στο Διάγραμμα 3.5.3 απεικονίζονται συγκριτικά για τα έτη 2004 και 2005 οι ποσοστιαίες μεταβολές των εναλλακτικών τρόπων επικοινωνίας των χρηστών με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών. Αξιοσημείωτη είναι η μείωση του ποσοστού της επικοινωνίας μέσω «τηλεφωνικού κέντρου» από 71% το 2004 σε 64,1% το 2005. Την προαναφερόμενη διαφορά φαίνεται να καρπώνεται η επικοινωνία μέσω e-mail και ιστοσελίδας. Τέλος, σημαντικό ποσοστό κατά το έτος 2005 (16,8% σε σχέση με 13,0% το 2004) καταγράφεται σε άλλους τρόπους επικοινωνίας με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών που κυρίως συνίστανται στην κατάθεση ταχυδρομικών αντικειμένων των χρηστών στα καταστήματα των ταχυμεταφορικών επιχειρήσεων.

**Διάγραμμα 3.5.3**  
**Τρόποι επικοινωνίας καταναλωτών με επιχειρήσεις ταχυμεταφορών,**  
**2004 – 2005**



#### 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 2005 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.*



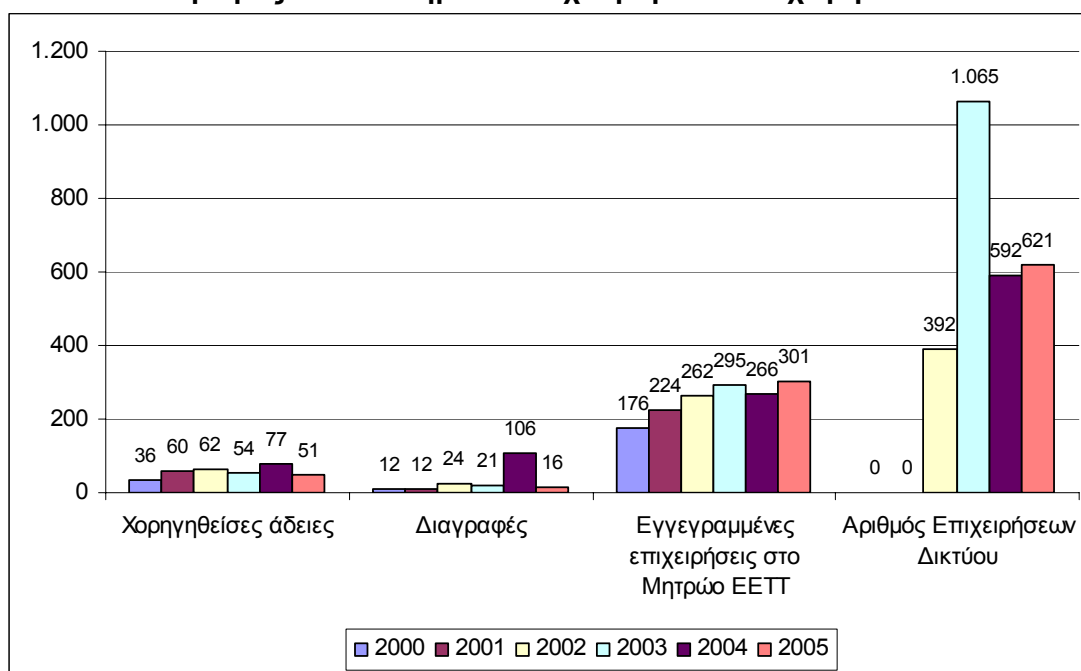
#### 4.1 Βασικά χαρακτηριστικά προσφοράς υπηρεσιών ταχυμεταφορών

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Μητρώου Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της ΕΕΤΤ, από το 2000 μέχρι και το 2005 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 του 2005 διεγράφησαν από το Μητρώο δηλαδή, ανέστειλαν τη δραστηριότητά τους, 16 επιχειρήσεις (Πίνακας 4.1.1, Διάγραμμα 4.1.1).

**Πίνακας 4.1.1**  
**Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων στις 31/12/2005**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Χορηγηθείσες άδειες	36	60	62	54	77	51
Διαγραφές	12	12	24	21	106	16
<b>Εγγεγραμμένες επιχειρήσεις στο Μητρώο ΕΕΤΤ</b>	<b>176</b>	<b>224</b>	<b>262</b>	<b>295</b>	<b>266</b>	<b>301</b>
Αριθμός Επιχειρήσεων Δικτύου	-	-	392	1.065	592	621

**Διάγραμμα 4.1.1**  
**Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων**



Συσχετίζοντας τη γεωγραφική κατανομή των αδειοδοτημένων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές με τη 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 4.1.2**  
**Γεωγραφική κατανομή ταχ. αντικειμένων & αδειοδοτημένων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών**

Περιφέρειες	Ταχυδρομικά αντικείμενα		Αριθμός επιχειρήσεων		Αντικείμενα ανά επιχείρηση
	Πλήθος	Ποσοστιαία κατανομή	Πλήθος	Ποσοστιαία κατανομή	
Αττική	26.591.469	67,26%	132	43,85%	201.451
Κεντρική Μακεδονία	4.926.644	12,46%	48	15,95%	102.638
Κρήτη	1.082.030	2,74%	12	3,99%	90.169
Θεσσαλία	1.021.274	2,58%	14	4,65%	72.948
Δυτική Ελλάδα	1.001.015	2,53%	19	6,31%	52.685
Στερεά Ελλάδα	788.981	2,00%	13	4,32%	60.691
Νότιο Αιγαίο	796.611	2,01%	11	3,65%	72.419
Αν. Μακεδονία & Θράκη	822.282	2,08%	14	4,65%	58.734
Πελοπόννησος	760.319	1,92%	9	2,99%	84.480
Ήπειρος	473.094	1,20%	8	2,66%	59.137
Δυτική Μακεδονία	499.305	1,26%	7	2,33%	71.329
Βόρειο Αιγαίο	374.625	0,95%	6	1,99%	62.437
Ιόνια Νησιά	397.835	1,01%	8	2,66%	49.729
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>39.535.485</b>	<b>100,00%</b>	<b>301</b>	<b>100,00%</b>	<b>131.347</b>

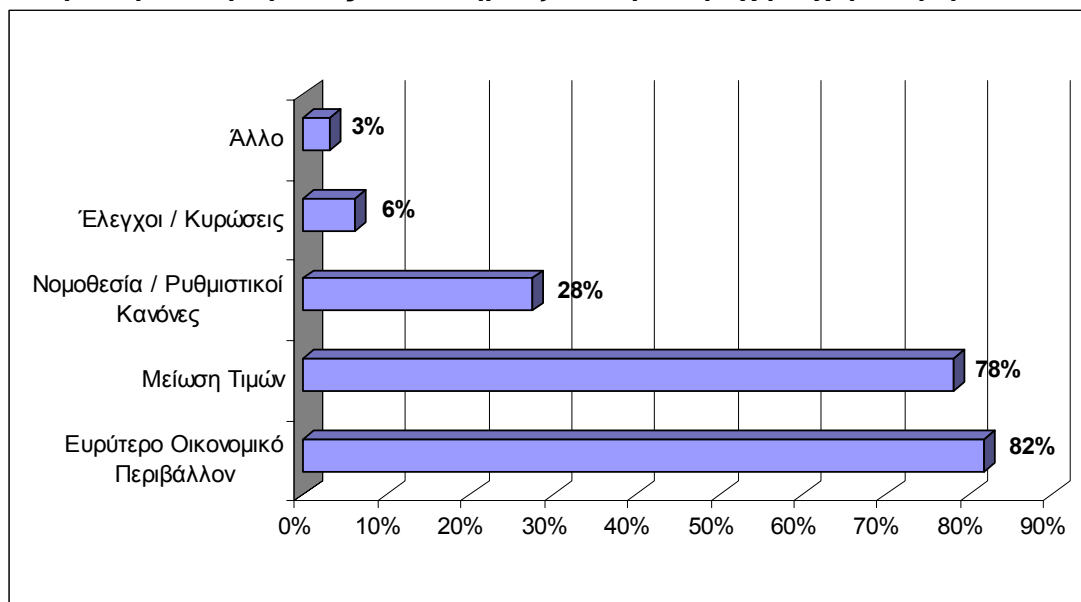
Ειδικότερα στην Αττική συγκεντρώνεται το 44% των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές και παράγεται το 67% του πλήθους των αντικειμένων που διακινούνται προς το εσωτερικό και το εξωτερικό. Ωστόσο υπάρχουν και περιφέρειες όπου το πλήθος των επιχειρήσεων που εδρεύει σε αυτές δεν συμβαδίζει 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 2,7% και 4,7% των επιχειρήσεων, ενώ διακινείται μόλις το 1,2% και 2,1% του όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων αντίστοιχα.

#### **4.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών**

Από την πλευρά των επιχειρήσεων ταχυμεταφοράς **οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά** των συγκεκριμένων υπηρεσιών είναι σε μεγαλύτερο ποσοστό το γενικότερο οικονομικό περιβάλλον, αφού επιλέχθηκε από το 82% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο, ενώ ακολουθεί η μείωση των τιμών με σημαντικό ποσοστό επίσης (78%). Μικρότερη φαίνεται να είναι η επιρροή

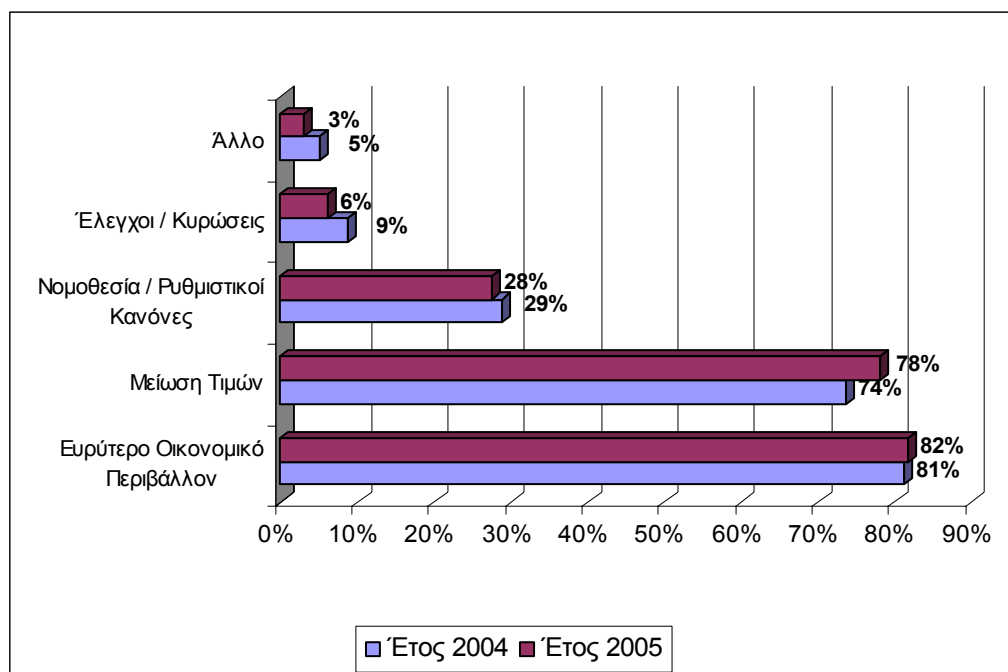
της Νομοθεσίας και των ρυθμιστικών κανόνων, καθώς επιλέχθηκαν από το 28% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο (Διάγραμμα 4.2.1)

**Διάγραμμα 4.2.1**  
**Κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή ταχυμεταφορών 2005**



Συγκριτικά στοιχεία 2004-2005 παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 4.2.2 που ακολουθεί. Σημειώνεται ότι οι ποσοστιαίες αποκλίσεις που παρατηρούνται μεταξύ 2004 και 2005 εξηγούνται από την επιλογή, των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών που έλαβαν μέρος στην έρευνα, της κατάταξης -πάντα όμως με την ίδια ιεράρχηση- των προαναφερόμενων παραγόντων.

**Διάγραμμα 4.2.2**  
**Κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή ταχυμεταφορών 2004-2005**



### **4.3 Τιμές**

Το 63% των επιχειρήσεων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο του 2005 πραγματοποίησαν μείωση στις τιμές ορισμένων υπηρεσιών ταχυμεταφορών σε σχέση με το προηγούμενο έτος, ενώ 51% των επιχειρήσεων πραγματοποίησε κάποια αύξηση στις τιμές ορισμένων από τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους. Τέλος, ένα ποσοστό 11% δήλωσε ότι οι τιμές των υπηρεσιών ταχυμεταφορών που παρέχουν παρέμειναν αμετάβλητες κατά την διάρκεια του 2005.

Ειδικότερα, η μεγαλύτερη μείωση τιμών παρατηρήθηκε στην κατηγορία των ταχυμεταφορών εγγράφων, όπως επιλέχθηκε από το 63% των επιχειρήσεων, ενώ η μεγαλύτερη αύξηση τιμών παρατηρήθηκε στην κατηγορία των ταχυμεταφορών δεμάτων, σύμφωνα με το 51% 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 4.3.1)

**Πίνακας 4.3.1**  
**Κατανομή υπηρεσιών ταχυμεταφορών με μεγαλύτερη αυξομείωση τιμών 2005**

Ταχυδρομικές υπηρεσίες	Μείωση τιμών	Αύξηση τιμών
Ταχυμεταφορές εγγράφων	63%	27%
Ταχυμεταφορές δεμάτων	28%	51%
Διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη	4%	4%
Προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων	2%	4%
Ανταλλαγή εγγράφων	1%	5%

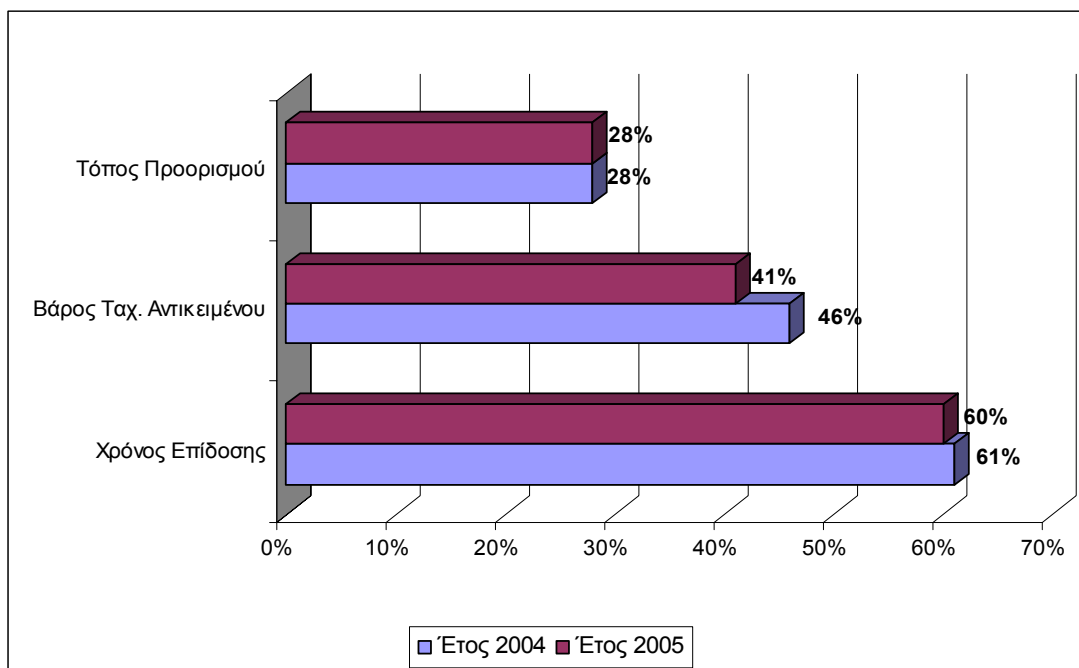
Επισημαίνεται ότι οι παράγοντες που θεωρούνται ως εξαιρετικά σημαντικοί στην διαμόρφωση των τιμών των ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι ο χρόνος επίδοσης του ταχυδρομικού αντικειμένου, όπως επιλέγεται από το 60% των επιχειρήσεων, καθώς και το βάρος του ταχυδρομικού αντικειμένου και ο τόπος προορισμού του, σύμφωνα με το 41% και 28% αντίστοιχα των απαντήσεων των εκπροσώπων του κλάδου (Πίνακας 4.3.2).

**Πίνακας 4.3.2**  
**Κυριότεροι παράγοντες διαμόρφωσης τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών 2005**

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
<b>Βάρος αντικειμένου</b>	3%	9%	19%	23%	41%
<b>Χρόνος επίδοσης</b>	2%	3%	8%	23%	60%
<b>Τόπος προορισμού</b>	6%	7%	18%	33%	28%

Σε σχέση με τις παρατηρήσεις του έτους 2004 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 61%, 46% και 28%, σε σχέση με 60%, 41% και 28% του Διαγράμματος 4.3.1. Αξίζει να σημειωθεί πάντως ότι ο χρόνος επίδοσης αποτελεί διαχρονικά τον κυρίαρχο προσδιοριστικό παράγοντα διαμόρφωσης των τιμολογίων ταχυδρομικών υπηρεσιών.

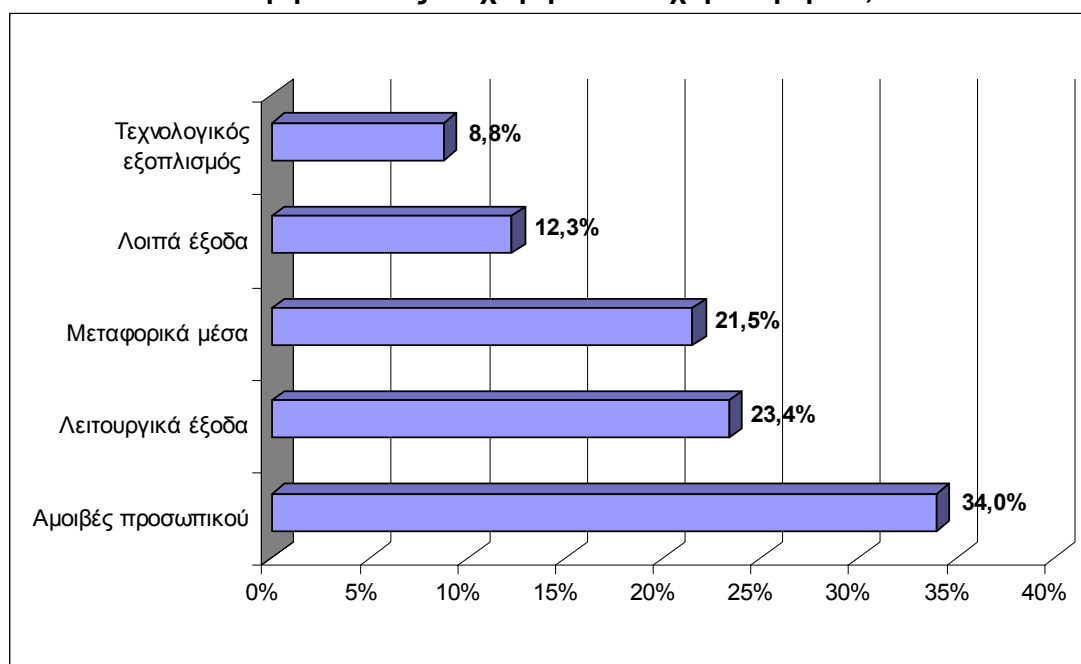
**Διάγραμμα 4.3.1**  
**Κυριότεροι παράγοντες διαμόρφωσης τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών**  
**2004-2005**



#### **4.4 Κόστος**

Η ανάλυση της κατανομής των διαφόρων κατηγοριών κόστους (Διάγραμμα 4.4.1) που ανακύπτουν από την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών αναδεικνύει τις αμοιβές προσωπικού ως τον πλέον σπουδαίο παράγοντα (34%), ενώ ακολουθούν τα λειτουργικά έξοδα (23,4%), τα μεταφορικά μέσα (21,5%), τα λοιπά έξοδα (12,3%), 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 (8,8%).

**Διάγραμμα 4.4.1**  
**Κατανομή κόστους επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, 2005**



#### **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 2005 οι αδειοδοτημένες επιχειρήσεις, μαζί με το Δίκτυό τους, εκτιμάται ότι απασχόλησαν 10.586 εργαζομένους έναντι 10.152 το 2004 και 7.294 το 2003 (Πίνακας 4.5.1). Κατά το 2005 παρατηρείται μικρή «μετακίνηση» των μερικώς απασχολούμενων σε θέσεις πλήρους απασχόλησης, καθώς η κατανομή της μερικής απασχόλησης στον κλάδο εμφανίζεται κατά δύο ποσοστιαίες μονάδες μικρότερη σε σχέση με το 2004 (22% έναντι 24% επί του συνόλου των εργαζομένων).

**Πίνακας 4.5.1**  
**Συνολική απασχόληση στην αγορά ταχυμεταφορών 2005**

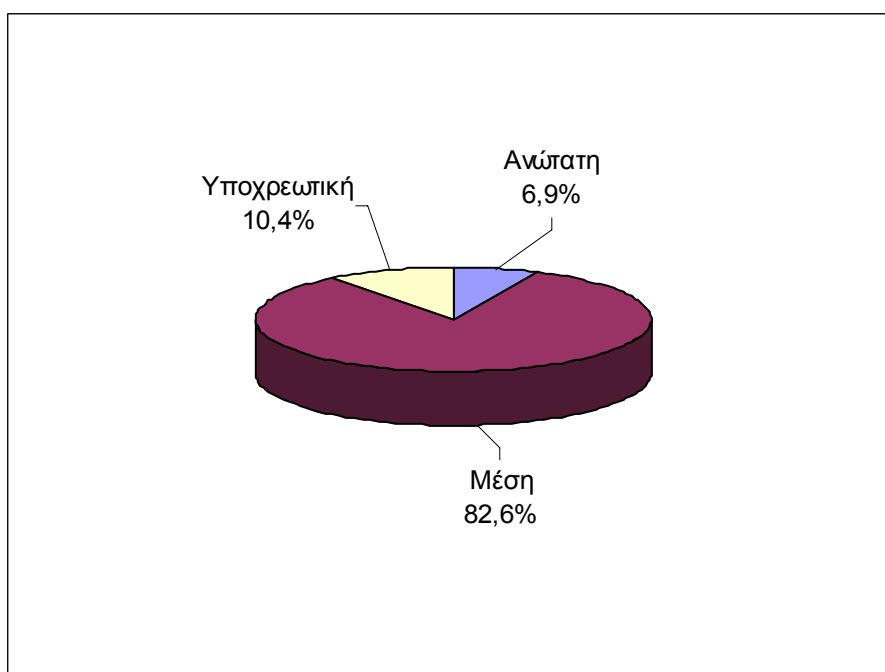
Είδος απασχόλησης	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Πλήρης απασχόληση	3.877	4.805	5.528	5.917	7.717	8.225
Μερική απασχόληση	373	490	490	1.377	2.435	2.361
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>4.250</b>	<b>5.295</b>	<b>6.018</b>	<b>7.294</b>	<b>10.152</b>	<b>10.586</b>
Ετήσιοι ρυθμοί μεταβολής						
Είδος απασχόλησης	-	2001/00	2002/01	2003/02	2004/03	2005/04
Πλήρης απασχόληση	-	23,9%	15,0%	7,0%	30,4%	6,6%
Μερική απασχόληση	-	31,4%	0,0%	181,0%	76,8%	-3,0%

Γενικά, η απασχόληση στην αγορά δε χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερες δεξιότητες γεγονός που εξηγεί και το υψηλό ποσοστό μερικώς απασχολουμένων αλλά και το ότι στην συντριπτική τους πλειοψηφία (93,1%) οι απασχολούμενοι στην αγορά είναι απόφοιτοι μέσης (82,6%) ή υποχρεωτικής (10,4%) εκπαίδευσης (Πίνακας 4.5.2, Διάγραμμα 4.5.1).

**Πίνακας 4.5.2**  
**Κατανομή απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό επίπεδο 2005**

	Επιχείρηση		Δίκτυο		Σύνολο	
	Απασχολούμενοι	%	Απασχολούμενοι	%	Απασχολούμενοι	%
<b>Ανώτατη</b>	479	11,24%	253	4,00%	732	6,91%
<b>Μέση</b>	3.411	80,01%	5.337	84,41%	8.748	82,64%
<b>Υποχρεωτική</b>	373	8,75%	733	11,59%	1.106	10,45%
<b>ΣΥΝΟΛΑ</b>	<b>4.263</b>	<b>100,0%</b>	<b>6.323</b>	<b>100,0%</b>	<b>10.586</b>	<b>100%</b>

**Διάγραμμα 4.5.1**  
**Κατανομή απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό επίπεδο (Επιχείρησης - Δικτύου) 2005**



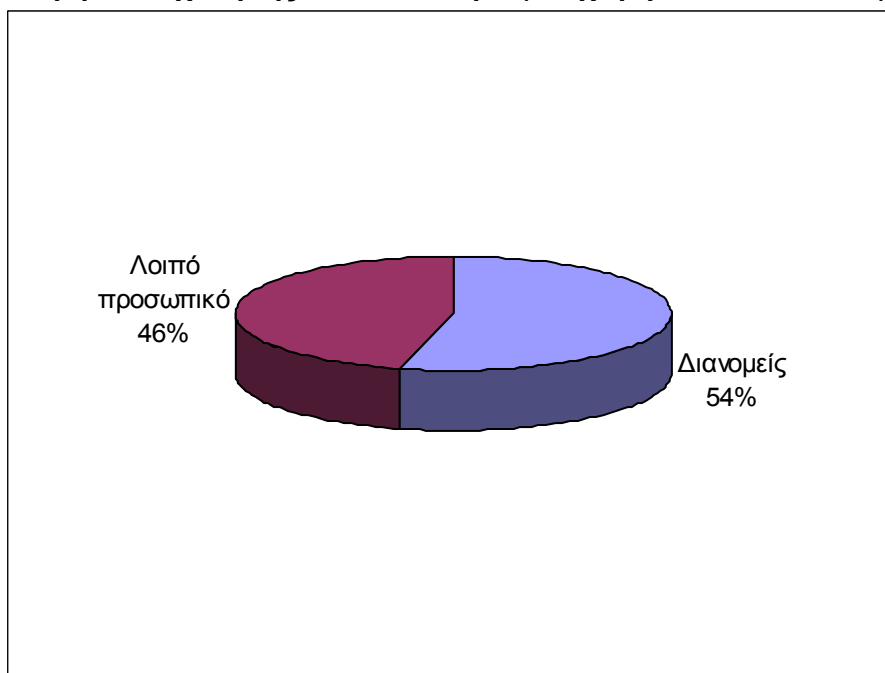
Επίσης, διαπιστώνεται ότι το 56% του ανθρώπινου δυναμικού των επιχειρήσεων και του Δικτύου τους, με πλήρη και μερική απασχόληση, αποτελείται από διανομείς ενώ το υπόλοιπο 44% αποτελείται από άλλες κατηγορίες προσωπικού (Πίνακας 4.5.3, Διάγραμμα 4.5.2).



**Πίνακας 4.5.3**  
**Κατανομή απασχόλησης στην αγορά ταχυμεταφορών ανά ειδικότητα**

	Επιχείρηση	%	Δίκτυο	%
Διανομείς	2.140	50,2%	3.566	56,4%
Λοιπό προσωπικό	2.123	49,8%	2.757	43,6%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>4.263</b>	<b>100,0%</b>	<b>6.323</b>	<b>100,0%</b>

**Διάγραμμα 4.5.2**  
**Κατανομή απασχόλησης ανά ειδικότητα (Επιχειρήσεων & Δικτύου) 2005**



Σημειώνεται ότι το 57% 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 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 μείωσης του αριθμού των μερικώς απασχολούμενων με περίπου αντίστοιχη αύξηση του αριθμού των πλήρως απασχολούμενων και αφετέρου παρατηρείται μια αύξηση του προσωπικού των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών σε βάρος του προσωπικού των επιχειρήσεων του δικτύου.

Τέλος, οι περισσότερες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών απάντησαν ότι προσφέρουν στο προσωπικό τους προγράμματα επιμόρφωσης προκειμένου να παρέχουν όσο τον δυνατό καλύτερες υπηρεσίες. Οι επιχειρήσεις φαίνεται ότι εστιάζουν την προσοχή τους κυρίως σε θέματα εξυπηρέτησης πελατών και στην χρήση των ηλεκτρονικών

υπολογιστών, όπως αντίστοιχα δηλώνεται από το 83% και 64% των επιχειρήσεων που απάντησαν ότι προσφέρουν προγράμματα επιμόρφωσης στο προσωπικό τους. Πέραν αυτών, 42% των επιχειρήσεων δηλώνει ότι προσφέρει θέματα τεχνικής εκπαίδευσης στο προσωπικό του.

#### **4.6 Υποδομή**

##### **4.6.1 Κτιριακή υποδομή**

Το πλήθος των καταστημάτων ταχυμεταφορών, των κέντρων διαλογής και των αποθηκευτικών χώρων των ταχυδρομικών επιχειρήσεων αυξάνεται συνεχώς κατά την περίοδο 2000-2005, αναδεικνύοντας αυξημένες επενδύσεις των επιχειρήσεων (Πίνακας 4.6.1). Μικρή μείωση παρουσιάζει το μέγεθος για το Δίκτυο των ταχυδρομικών επιχειρήσεων. Τέλος, παρατηρείται μία τάση αριθμητικής υπεροχής του πλήθους των εγκαταστάσεων του δικτύου των επιχειρήσεων ταχυμεταφοράς σε σχέση με τις ιδιόκτητες εγκαταστάσεις της ταχυδρομικής επιχείρησης, που εκτιμάται ότι θα συνεχιστεί και στο μέλλον.

**Πίνακας 4.6.1**  
**Καταστήματα ταχυμεταφορών-κέντρα διαλογής-αποθηκευτικοί χώροι 2005**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Ταχυδρομικής επιχείρησης</b>	194	257	437	469	362	608
<b>Δικτύου</b>	372	488	498	1.302	1.873	1.816
<b>Σύνολο</b>	<b>566</b>	<b>745</b>	<b>935</b>	<b>1.771</b>	<b>2.235</b>	<b>2.424</b>

Σημειώνεται ότι στην υποδομή δικτύου ετών 2003 - 2005 περιλαμβάνεται μέρος υποδομής 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 ως άνω καταστήματα, κέντρα διαλογής και αποθηκευτικούς χώρους (Πίνακας 4.6.2) διαπιστώνεται επίσης διαχρονική αύξηση κατά την περίοδο 2000-2005, όσον αφορά στις ταχυδρομικές επιχειρήσεις, ενώ μείωση παρουσιάζεται στο Δίκτυο. Στο σύνολο όμως, ο αριθμός των εγκαταστάσεων δεν έχει παρουσιάσει σημαντική μεταβολή σε σχέση με το 2004.

**Πίνακας 4.6.2**  
**Καταστήματα ταχυμεταφορών - κέντρα διαλογής-αποθηκευτικοί χώροι**

(σε τ.μ.)	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Ταχυδρομικής επιχείρησης</b>	35.491	43.737	58.806	61.250	63.292	86.241
<b>Δικτύου</b>	22.236	30.779	30.581	40.420	55.874	35.365
<b>Σύνολο</b>	<b>57.727</b>	<b>74.516</b>	<b>89.387</b>	<b>101.670</b>	<b>119.166</b>	<b>121.606</b>

Σημειώνεται ότι η εταιρεία Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ Α.Ε δήλωνει για τα 764 καταστήματα ταχυμεταφορών του δικτύου της, εμβαδόν 1.900 τ.μ., δηλαδή πολλαπλασιάζει την μέση επιφάνεια της θυρίδας εξυπηρέτησης ταχυμεταφορών εντός των καταστημάτων του ΦΠΚΥ με τον αριθμό των καταστημάτων δικτύου 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 αναλογικά με την αύξηση του αριθμού των (Πίνακας 4.6.3).

**Πίνακας 4.6.3**  
**Μέση επιφάνεια καταστημάτων - κέντρων διαλογής - αποθηκευτικών χώρων**

(σε τ.μ.)	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Ταχυδρομικής επιχείρησης</b>	182,9	170,2	134,6	130,6	174,8	141,8
<b>Δικτύου</b>	59,8	63,1	61,4	31,0	29,8	19,5
<b>Επιχείρησης &amp; Δικτύου</b>	<b>102,0</b>	<b>100,0</b>	<b>95,6</b>	<b>57,4</b>	<b>53,3</b>	<b>50,2</b>

#### 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, στο σύνολο αυξάνονται σε όλη την περίοδο 2000 – 2005 (Πίνακας 4.6.4). Σημαντική αύξηση παρατηρείται στον αριθμό των αυτοκινήτων παραγωγής κατά 16% από το 2004 στο 2005, διαμορφώνοντας έτσι τον αριθμό των αυτοκινήτων παραγωγής στα επίπεδα που ήταν το 2003. Μικρότερου μεγέθους αύξηση παρατηρείται στον αριθμό των δίκυκλων κατά 11,5%, ενώ μείωση κατά 22% παρουσιάζει ο αριθμός των λοιπών οχημάτων. 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. Ο συνολικός αριθμός των μεταφορικών μέσων των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών έχει αυξηθεί κατά 9%.

**Πίνακας 4.6.4**  
**Μεταφορικά μέσα επιχειρήσεων ταχυμεταφορών και Δικτύου**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>Αυτοκίνητα παραγωγής</b>	1.048	1.273	1.644	1.875	1.611	1.872
<b>Δίκυκλα</b>	2.217	2.800	2.728	4.062	4.957	5.528
<b>Λοιπά Οχήματα</b>	104	113	116	252	770	600
<b>Σύνολο</b>	<b>3.369</b>	<b>4.186</b>	<b>4.488</b>	<b>6.189</b>	<b>7.338</b>	<b>8.000</b>

Τέλος, και σε σχέση με την κατανομή των μεταφορικών μέσων των επιχειρήσεων διαπιστώνεται ότι το 69% των μεταφορικών μέσων αποτελείται από δίκυκλα, το 23% από αυτοκίνητα παραγωγής, ενώ ένα μικρό ποσοστό 8% 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 49% των επιχειρήσεων ταχυμεταφοράς απαντά ότι διαθέτει κάποιο πληροφοριακό σύστημα παραπλήσιο του ΕΣΠΕΤΑ, ενώ σαρωτές (scanner) που χρησιμοποιούν οι διανομείς και αυτοματοποιημένα συστήματα διαλογής επιλέγονται

από μικρό ποσοστό των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών. Ποσοστό 2% χρησιμοποιεί και κάποιο άλλο είδος τεχνολογικής υποδομής διαφορετικό από τα παραπάνω, όπως για παράδειγμα συστήματα ηλεκτρονικής αρχειοθέτησης, τιμολόγησης και παραγγελιοληψίας από τους πελάτες. Τέλος ένα μεγάλο ποσοστό της τάξης του 74% 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 αποδοτική διαχείριση και προώθηση των ταχυδρομικών αντικειμένων. Όμως η εφαρμογή προηγμένης τεχνολογίας, λόγω του αυξημένου κόστους επενδύσεων που συνεπάγεται είναι δυνατή για επιχειρήσεις που διακινούν σημαντικό αριθμό ταχυδρομικών αντικειμένων, και έτσι μπορεί να οδηγήσει σε πρόσθετη συγκέντρωση 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, οι τρόποι ανάπτυξης καθώς 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 2005 οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις, σε όρους ποσότητας, διακίνησαν το 80,2% του συνολικού αριθμού των αντικειμένων της αγοράς και κατέχουν το 71,3% των συνολικών εσόδων. Παρατηρείται μείωση 1% του μεριδίου αγοράς των πέντε μεγαλύτερων επιχειρήσεων σε σχέση με το 2004. Εξετάζοντας για το έτος 2005 το βαθμό συγκέντρωσης των 9 μεγαλύτερων επιχειρήσεων, διαπιστώνεται ότι μειώθηκε κατά 2% περίπου σε σχέση με το 2004 καθώς διαμορφώθηκε σε 87,3% έναντι 89,1% το 2004 (Πίνακας 5.1.1). Τέλος, αξίζει να επισημανθεί ότι μία μόνο επιχείρηση συγκεντρώνει περί το 31% περίπου της αγοράς σε όρους όγκου διακίνησης ταχυδρομικών αντικειμένων, ενώ το αντίστοιχο μερίδιο από πλευράς εσόδων διαμορφώνεται σε 24% περίπου, κινείται δηλαδή στα ίδια επίπεδα με το 2004.

**Πίνακας 5.1.1**

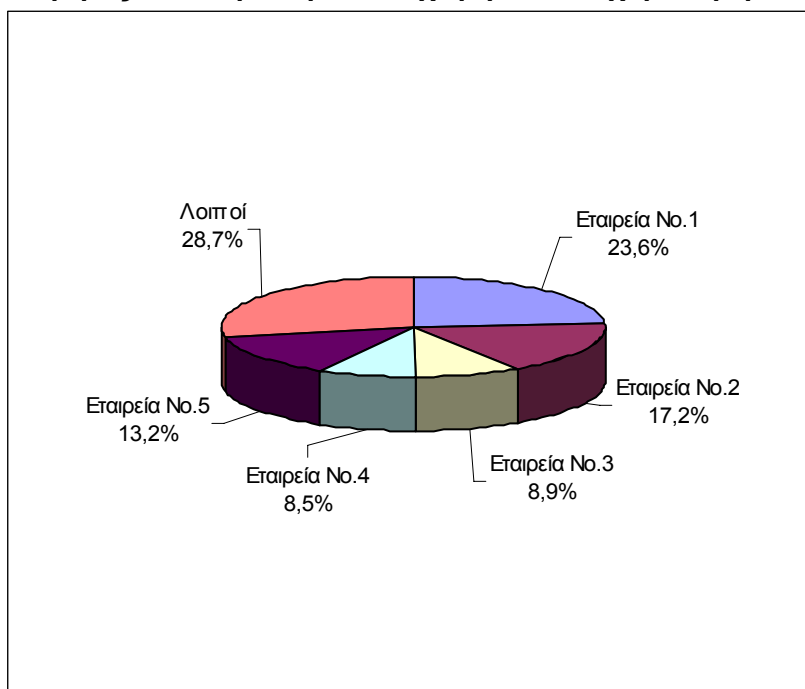
#### Μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (όγκος)

	2002	2003	2004	2005
Οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις	73,60%	77,40%	81,30%	80,19%
Οι 9 μεγαλύτερες επιχειρήσεις	84,80%	86,80%	89,10%	87,29%

Όσον αφορά στα μερίδια αγοράς σε όρους εσόδων οι πέντε μεγαλύτερες επιχειρήσεις συγκεντρώνουν ποσοστό της τάξεως του 71,3% όπως αυτό απεικονίζεται στο Διάγραμμα 5.1.1.

**Διάγραμμα 5.1.1**

#### 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 επίτευξη 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 αντικειμένων 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, οι μεμονωμένοι πελάτες δεν έχουν μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη, με αποτέλεσμα οι προσφερόμενες τιμές να είναι σημαντικά υψηλότερες σε σχέση με τους εταιρικούς πελάτες και ειδικότερα αυτούς που διακινούν μεγάλους όγκους ταχυδρομικών αντικειμένων και τις περισσότερες φορές συνεργάζονται με την ταχυδρομική επιχείρηση στα πλαίσια συγκεκριμένης σύμβασης. Η μη συγκέντρωση των πελατών, είτε πρόκειται για ιδιώτες είτε πρόκειται για νομικά πρόσωπα, μειώνει τη 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 αυξάνει την διαπραγματευτική 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 νέα επιχείρηση ταχυμεταφορών στην Ελλάδα δεν χαρακτηρίζεται υψηλή, καθώς δεν απαιτείται πραγματοποίηση σημαντικών επενδύσεων. Όμως στις περιπτώσεις όπου η επιχείρηση ταχυμεταφορών προσπαθεί να εδραιωθεί σε συγκεκριμένη περιφέρεια ή συγκεκριμένο κομμάτι της αγοράς, τότε οι επενδύσεις που απαιτούνται είναι σχετικά υψηλές 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 δύσκολη και κοστοβόρα.

Αποτέλεσμα των παραπάνω είναι ότι μόνο μεγάλες επιχειρήσεις ίσως έχουν, και θα έχουν στο μέλλον, τη δυνατότητα να προωθηθούν δυναμικά στην ελληνική αγορά ταχυμεταφορών δεδομένου ότι η αγορά φαίνεται να έχει εισέλθει σε φάση ωρίμανσης, γεγονός που ενισχύεται 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.

Τα μέσα αυτά αναμένεται να τύχουν αυξημένης χρήσης από το καταναλωτικό κοινό αλλά και από τις επιχειρήσεις, γεγονός που πιθανόν να έχει επίδραση στην αγορά των ταχυδρομικών υπηρεσιών σε μεσοπρόθεσμη βάση αλλά σε περιορισμένο βαθμό. Οι δίαυλοι 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.

Δύο επιπλέον σημαντικοί παράγοντες που αναμένεται να επηρεάσουν στο μέλλον την ζήτηση ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι: α) η (μάλλον) αρνητική επίδραση που αναμένεται ότι θα έχουν πρακτικές όπως η ηλεκτρονική υπογραφή όταν υιοθετηθούν ευρέως και β) η θετική επίδραση που αναμένεται να προέλθει από την συνεχή άνοδο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Όσον αφορά στην ηλεκτρονική υπογραφή, 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 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. Από την άλλη πλευρά, η άνοδος του ηλεκτρονικού εμπορίου αναμένεται ότι θα οδηγήσει σε νέα αύξηση της ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών, καθώς η αποστολή των προϊόντων από τους πωλητές και αντίστοιχα η παραλαβή από τους αγοραστές τους, συνήθως γίνεται μέσω χρήσης των συνηθισμένων ταχυδρομικών οδών.

Συνοπτικά θα μπορούσαμε να παρατηρήσουμε τα ακόλουθα αναφορικά με την υποκατάσταση των ταχυδρομικών προϊόντων από άλλες μορφές επικοινωνίας:

Οικιακοί πελάτες / χρήστες:

- Η προσωπική ταχυδρομική αλληλογραφία έχει ήδη υποκατασταθεί από το τηλέφωνο, τα γραπτά μηνύματα μέσω κινητών τηλεφώνων (SMS) και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email) και χρησιμοποιείται μόνο για επικοινωνία με συναισθηματικό περιεχόμενο ή για επίσημη επικοινωνία με εταιρίες ή άλλες αρχές.
- Οι παραγγελίες μέσω ταχυδρομείου έχουν ήδη υποκατασταθεί στο μεγαλύτερο μέρος τους από τις ηλεκτρονικές παραγγελίες και θα συνεχίσουν περαιτέρω την φθίνουσα πορεία.

Επιχειρησιακοί πελάτες / χρήστες:

- Δεν αναμένεται σημαντική υποκατάσταση του διαφημιστικού ταχυδρομείου από το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (email), αλλά αντίθετα αναμένεται αύξηση της χρήσης του.

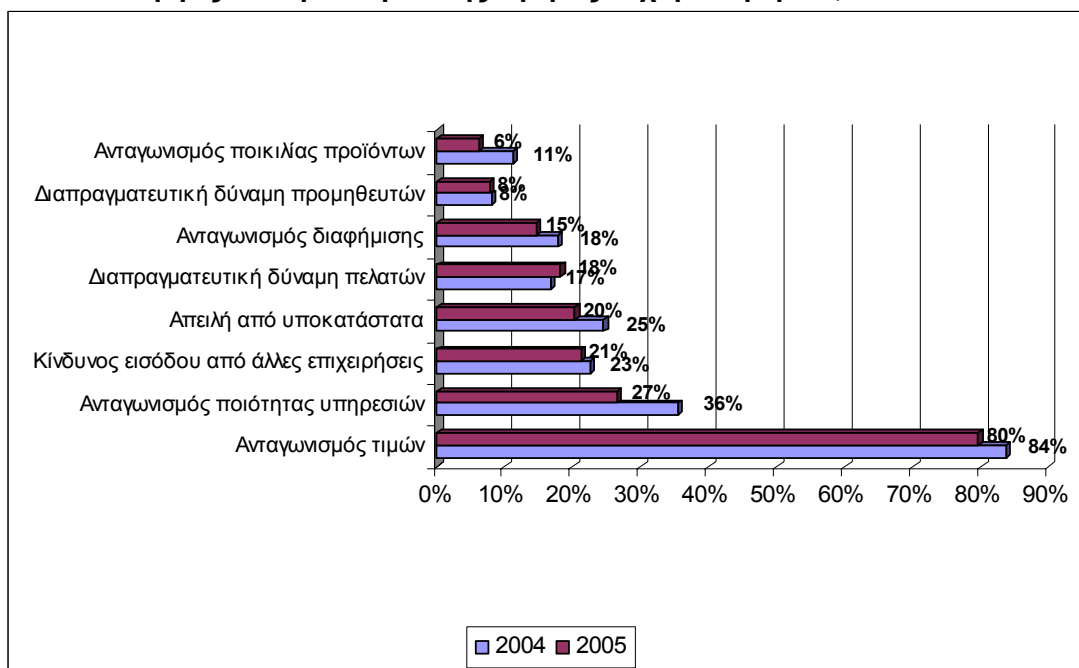
- Στο παρελθόν υπήρξε υποκατάσταση της εταιρικής αλληλογραφίας από το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Περαιτέρω υποκατάσταση θα πραγματοποιηθεί εφόσον διαδοθεί στην αγορά η χρήση των ηλεκτρονικών υπογραφών.
- Οι παραγγελίες μέσω ταχυδρομείου φθίνουν συνεχώς και θα συνεχίσουν τη φθίνουσα πορεία.
- Οι όγκοι διακίνησης δεμάτων αναμένεται να αυξηθούν λόγω του ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Η ταχύτητα στη διακίνηση των δεμάτων αποκτά μεγάλη σημασία.

Συγκεντρωτικά τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου σε σχέση με τις παραπάνω ενότητες του κεφαλαίου 5 απεικονίζονται στο Πίνακα 5.5.1 και στο Διάγραμμα 5.5.1 αντίστοιχα.

**Πίνακας 5.5.1**  
**Μορφές ανταγωνισμού της αγοράς ταχυμεταφορών, 2005**

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Ανταγωνισμός τιμών	1%	2%	3%	14%	80%
Ανταγωνισμός ποιότητας υπηρεσιών	5%	9%	15%	35%	27%
Κίνδυνος εισόδου από άλλες επιχειρήσεις	10%	17%	23%	18%	21%
Απειλή από υποκατάστατα	14%	17%	19%	16%	20%
Διαπραγματευτική δύναμη πελατών	4%	12%	26%	27%	18%
Ανταγωνισμός διαφήμισης	10%	18%	21%	24%	15%
Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών	8%	15%	30%	20%	8%
Ανταγωνισμός ποικιλίας προϊόντων	14%	15%	27%	26%	6%

**Διάγραμμα 5.5.1**  
**Μορφές ανταγωνισμού της αγοράς ταχυμεταφορών, 2004-2005**

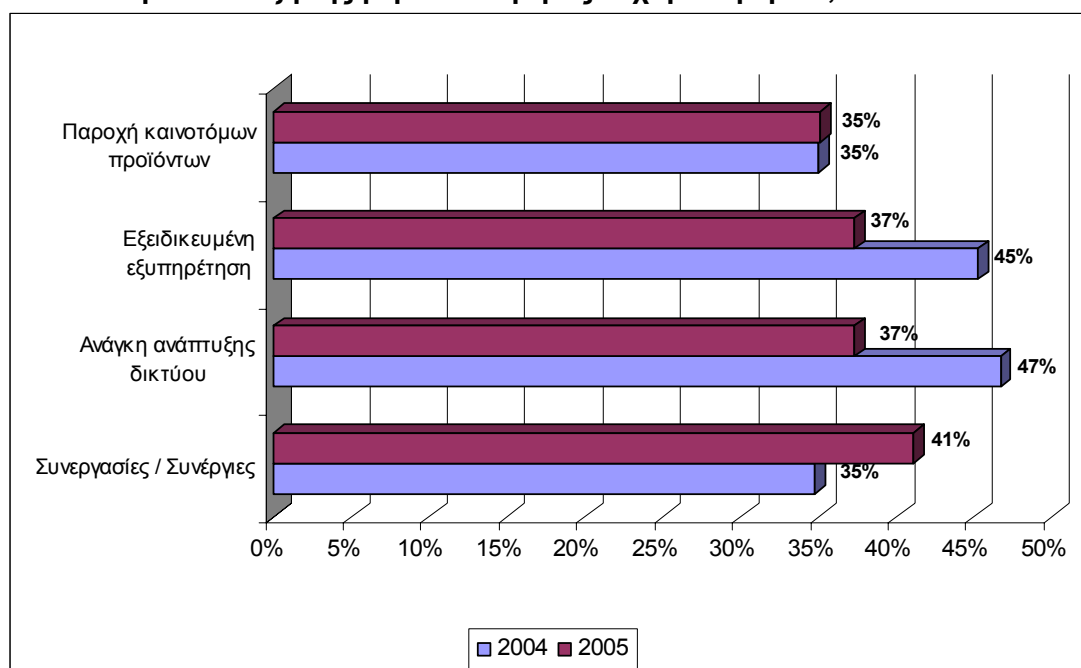


Στο ερώτημα για το «**ποιοι είναι οι σημαντικότεροι τρόποι αύξησης του μεριδίου της αγοράς;**» οι εκπρόσωποι του κλάδου υπέδειξαν σε ποσοστό περί το 41% την ύπαρξη συνεργασιών / συνεργιών παρουσιάζοντας σημαντική ποσοστιαία αύξηση στην προτίμησή τους από 35% περίπου το 2004. Ακολουθούν με ποσοστό 37% η ανάγκη ανάπτυξης δικτύου καταγράφοντας σημαντική μείωση από 47% το 2004, και η εξειδικευμένη εξυπηρέτηση πελατών από 45% το 2004. Κατά 2 μονάδες μικρότερο ποσοστό αποδίδεται στην παροχή καινοτόμων προϊόντων σε σχέση με τις προηγούμενες επιλογές, παραμένει όμως στα ίδια επίπεδα με το 2004. (Πίνακας 5.5.2 και Διάγραμμα 5.5.2)

**Πίνακας 5.5.2**  
**Τρόποι αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2005**

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Συνεργασίες / συνέργειες	6%	4%	18%	28%	41%
Ανάγκη ανάπτυξης δικτύου	4%	14%	17%	19%	37%
Εξειδικευμένη εξυπηρέτηση πελατών	4%	8%	18%	26%	37%
Παροχή καινοτόμων προϊόντων	5%	9%	16%	28%	35%

**Διάγραμμα 5.5.2**  
**Τρόποι αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2004-2005**



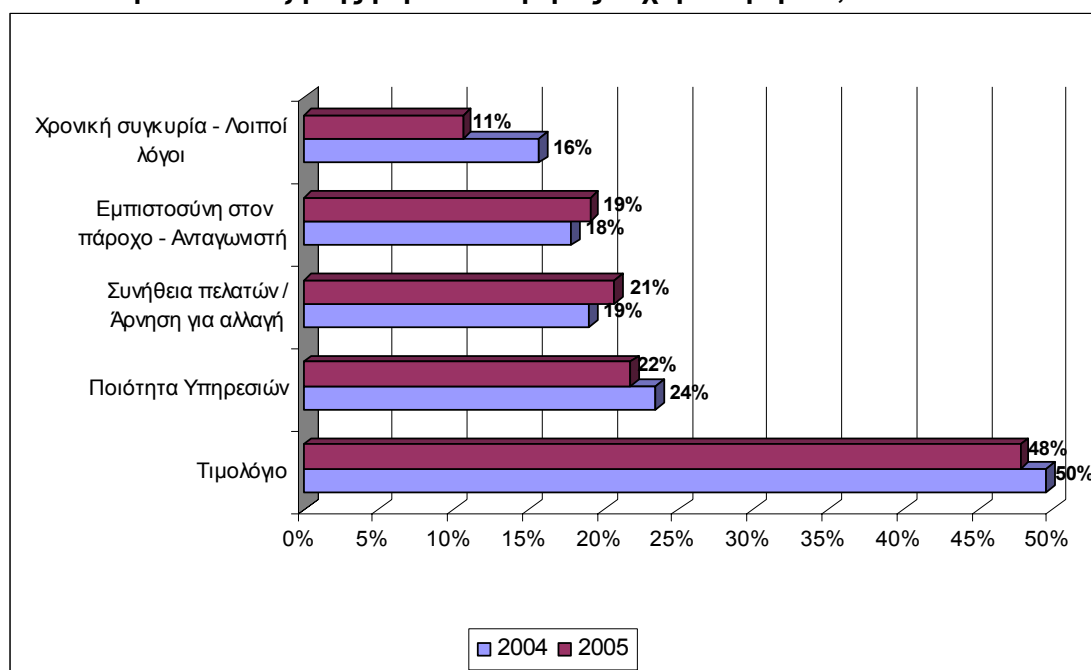
Συμπερασματικά, μπορεί να ειπωθεί ότι οι επιχειρήσεις του κλάδου δεν φαίνονται να ακολουθούν μια συγκεκριμένη στρατηγική σε σχέση με τον τρόπο αύξησης τους μεριδίου της αγοράς, γεγονός που πιθανότατα σημαίνει ότι μάλλον οι εκπρόσωποι του κλάδου ακολουθούν ένα μείγμα των παραπάνω τρόπων στη προσπάθειά 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 (48%) και η ποιότητα των υπηρεσιών (22%). (Πίνακας 5.5.3 και Διάγραμμα 5.5.3).

**Πίνακας 5.5.3**  
**Εμπόδια αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2005**

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Τιμολόγιο	10%	9%	12%	17%	48%
Ποιότητα υπηρεσιών	19%	18%	16%	18%	22%
Συνήθεια πελατών / άρνηση για αλλαγή	4%	14%	30%	25%	21%
Εμπιστοσύνη στον πάροχο – ανταγωνιστή	6%	19%	24%	24%	19%
Χρονική συγκυρία – λοιποί λόγοι	11%	26%	26%	16%	11%

**Διάγραμμα 5.5.3**  
**Εμπόδια αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2004-2005**



Από το ως άνω διάγραμμα φαίνεται ότι το τιμολόγιο παραμένει το πιο σημαντικό εμπόδιο αύξησης του μεριδίου αγοράς των επιχειρήσεων, αλλά αυξάνεται η σημαντικότητα της συνήθειας των πελατών και της εμπιστοσύνης στον πάροχο – ανταγωνιστή.

### **5.6 Στρατηγικές επιχειρήσεων**

Τα σημεία όπου επικεντρώνονται οι στρατηγικές των μεγάλων επιχειρήσεων φαίνεται να είναι κυρίως δύο: α) η παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών με μειωμένα κατά το δυνατό τιμολόγια, και β) η επέκταση του δικτύου τους. Προκειμένου να μπορέσουν να υλοποιήσουν αυτές τις στρατηγικές, κατευθύνονται σε τακτικές / ενέργειες που αφορούν σε επενδύσεις για εκσυγχρονισμό της τεχνολογικής τους υποδομής και επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού τους.

Η αύξηση του μεριδίου αγοράς των μεγάλων επιχειρήσεων και η αντιμετώπιση του ενδεχόμενου ανταγωνιστικών κινήσεων από άλλες επιχειρήσεις, δείχνει να επιτυγχάνεται μέσω συνεργασιών που συχνά παρατηρούνται μεταξύ των μεγάλων επιχειρήσεων του κλάδου.

Επίσης, παρατηρείται ότι πολυεθνικές επιχειρήσεις που το πλάνο διεξόδου τους στην ελληνική αγορά δεν περιλαμβάνει την ανάπτυξη αυτόνομου δικτύου,

συνεργάζονται με άλλες (μεγάλες ή μικρές) επιχειρήσεις ταχυμεταφορών που λειτουργούν σε εθνικό, περιφερειακό ή και τοπικό επίπεδο, προκειμένου να αποκτήσουν σημεία εξυπηρέτησης σε όλη τη χώρα και να επεκταθούν στην ελληνική αγορά. Από την άλλη πλευρά, επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν το απαραίτητο δίκτυο για διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στο εξωτερικό, συνάπτουν συνεργασίες με πολυεθνικές επιχειρήσεις ταχυμεταφορών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα, προκειμένου να καλύψουν και αυτό το κομμάτι ταχυδρομικών υπηρεσιών για τους πελάτες τους.

Όσον αφορά, τέλος, στις μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, παρατηρείται ότι συνεργάζονται κυρίως με μικρού μεγέθους επιχειρήσεις, που συνήθως δραστηριοποιούνται σε τοπικό επίπεδο, προκειμένου να επεκτείνουν το δίκτυό τους και να πετύχουν οικονομίες κλίμακας. Με αυτό τον τρόπο επικουρείται η περαιτέρω οικονομική τους ανάπτυξη και η 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 ανά 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, τον διαχωρισμό του όγκου των αντικειμένων που παραλήφθηκαν (αυτόνομα ή συνδυασμένα) ανά Περιφέρεια με προορισμό το εσωτερικό και ξεχωριστά το εξωτερικό, καθώς και τον διαχωρισμό του όγκου και των εσόδων από αυτόνομη και συνδυασμένη διακίνηση ταχ. αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον συνολικό χρόνο (από την αποστολή έως την επίδοση) που απαιτήθηκε για την διακίνησή τους.

Εξετάζοντας τις απόψεις των εκπροσώπων της αγοράς, ένα πρόβλημα που επισημαίνεται εκ νέου από τις μεγαλύτερες, κυρίως, επιχειρήσεις είναι ότι τα τελευταία χρόνια έχει επικρατήσει συνεχής συμπίεση στις τιμές των παρεχομένων υπηρεσιών (Διάγραμμα 6.1.1). Η συμπίεση των τιμολογίων θεωρείται σημαντική και εκφράζονται φόβοι ότι μπορεί να επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις στην αγορά αφού ενδεχομένως μπορεί να οδηγήσει τις επιχειρήσεις σε μη κερδοφόρες επιχειρηματικές δραστηριότητες.

Επιπρόσθετα ένα σημαντικό πρόβλημα που εντάθηκε περαιτέρω κατά το έτος 2005 και αναμένεται να συνεχίσει να προκαλεί επιβάρυνση στο κόστος λειτουργίας των εταιρειών ταχυμεταφορών έχει να κάνει με το αυξανόμενο κόστος μεταφοράς λόγω της αύξησης της τιμής των καυσίμων.

Ένα άλλο πρόβλημα που συνεχίζει να 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 ΕΕΤΤ, 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 2005 τους ελέγχους στις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι κατά τη διάρκεια του 2005 διενεργήθηκαν 4 τακτικοί έλεγχοι σε αδειοδοτημένες επιχειρήσεις για τον έλεγχο συμμόρφωσής τους με τις προϋποθέσεις της άδειας που τους έχει χορηγηθεί από την ΕΕΤΤ. Επιπλέον διενεργήθηκαν 42 έκτακτοι έλεγχοι σε μη αδειοδοτημένες επιχειρήσεις για τον έλεγχο παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών χωρίς να κατέχουν την σχετική άδεια από την ΕΕΤΤ.

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.

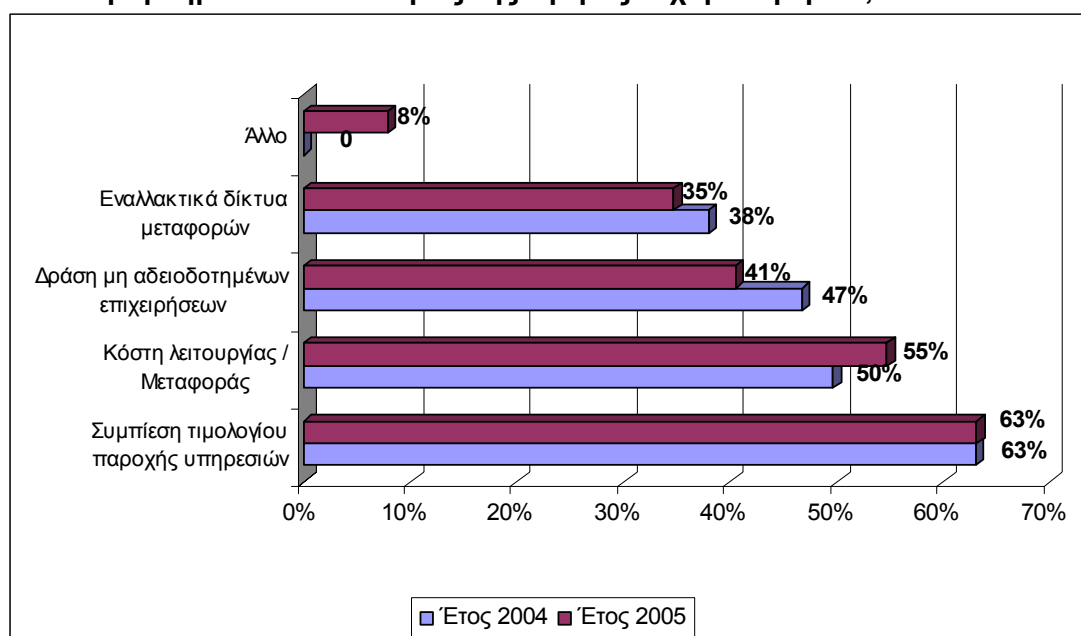
Πέρα, όμως, από τα αυξημένα κόστη η δραστηριότητα των επιχειρήσεων δυσχεραίνεται, και από την έλλειψη εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού καθώς ο κλάδος χαρακτηρίζεται από υψηλούς ρυθμούς εισόδου – εξόδου εργατικού δυναμικού. Βέβαια όπως σημειώνεται από τους εκπροσώπους του κλάδου τα προβλήματα συμπυκνώνονται 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 6.1.1)

Τέλος, οι 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.

**Πίνακας 6.1.1**  
**Προβλήματα και αδυναμίες της αγοράς ταχυμεταφορών, 2005**

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Συμπύεση τιμολογίου παροχής υπηρεσιών	1%	5%	11%	13%	63%
Κόστη λειτουργίας – μεταφοράς	1%	4%	9%	28%	55%
Δράση μη αδειοδοτημένων επιχειρήσεων	7%	13%	17%	15%	41%
Εναλλακτικά δίκτυα μεταφορών	2%	11%	17%	28%	35%
Άλλο	0%	0%	0%	2%	8%

**Διάγραμμα 6.1.1**  
**Προβλήματα και αδυναμίες της αγοράς ταχυμεταφορών, 2004-2005**



## **6.2 Ταχυδρομική Αγορά υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας**

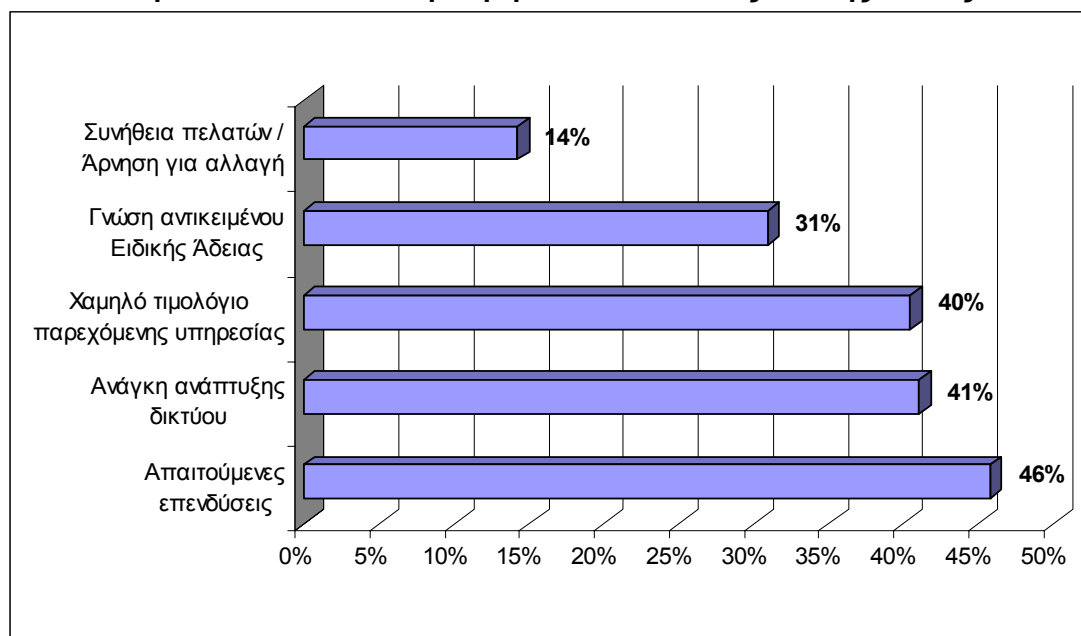
Η δραστηριότητα ταχυδρομικών επιχειρήσεων σε υπηρεσίες υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας οδηγεί σε περαιτέρω απελευθέρωση της αγοράς και στην εξασφάλιση του υγιούς ανταγωνισμού. Στο παραπάνω πλαίσιο η ερώτηση που τέθηκε στους εκπροσώπους της απελευθερωμένης αγοράς και με σκοπό την διερεύνηση των προοπτικών 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 6.2.1 και Διάγραμμα 6.2.1) στην εν λόγω ερώτηση κατέδειξε ότι οι σημαντικότεροι ανασταλτικοί λόγοι έχουν να κάνουν με τις απαιτούμενες επενδύσεις (46%) και την ανάγκη ανάπτυξης εκτεταμένου δικτύου (41%). Εξίσου σημαντικός λόγος φαίνεται να είναι και το χαμηλό τιμολόγιο των παρεχόμενων υπηρεσιών (40%), γεγονός που κατ' επέκταση οδηγεί σε μικρά περιθώρια κέρδους.

**Πίνακας 6.2.1**  
**Εμπόδια εισόδου στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας**

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Απαιτούμενες επενδύσεις	2%	4%	13%	29%	46%
Ανάγκη ανάπτυξης δικτύου	0%	2%	13%	36%	41%
Χαμηλό τιμολόγιο	2%	3%	18%	29%	40%
Γνώση αντικειμένου ειδικής άδειας	5%	10%	20%	27%	31%
Συνήθεια πελατών – άρνηση για αλλαγή	11%	13%	27%	23%	14%

**Διάγραμμα 6.2.1**  
**Εμπόδια εισόδου στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας**



### **6.3 Προοπτικές περιόδου 2005 - 2008**

Όσον αφορά στις εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς για την τάση της ζήτησης των ταχυδρομικών υπηρεσιών την περίοδο 2005-2008, αυτές αποτυπώνονται στον Πίνακα 6.3 που ακολουθεί.

Για την κατηγορία των **ταχυμεταφορών εγγράφων** το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων (46%) υποστηρίζει ότι μέχρι το 2008 θα παρατηρηθεί αύξηση της ζήτησης, ενώ 26% θεωρεί ότι θα παρατηρηθεί μείωση της ζήτησης και 24% ότι η ζήτηση των ταχυμεταφορών εγγράφων θα παραμείνει αμετάβλητη.

Παρόμοια είναι η εικόνα που παρουσιάζεται για τις **ταχυμεταφορές δεμάτων**. Ειδικότερα, το 64% 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 12% και 19% αντίστοιχα. Όσον αφορά στα **διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη**, το 32% από τους εκπροσώπους της αγοράς που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο θεωρεί ότι η ζήτηση θα παραμείνει αμετάβλητη, ενώ ένα επίσης σημαντικό ποσοστό 30% αναμένουν αύξηση της ζήτησης των συγκεκριμένων υπηρεσιών. 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 σχετικά σταθερή.

**Πίνακας 6.3.1**

#### **Πρόβλεψη ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών για την περίοδο 2005-2008**

Ταχυδρομική Υπηρεσία	Μείωση		Αμετάβλητη Απάντησαν	Αύξηση		Μέση ποσοστιαία μεταβολή
	Απάντησαν	Μ.Ο. μείωσης		Απάντησαν	Μ.Ο. Αύξησης	
Ταχυμεταφορές εγγράφων	26%	16,23%	24%	46%	15,18%	2,75%
Ταχυμεταφορές δεμάτων	12%	18,09%	19%	64%	13,84%	6,62%
Διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη	5%	26,40%	32%	30%	17,87%	3,87%
Προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων	2%	32,50%	41%	20%	10,08%	1,36%
Ανταλλαγή εγγράφων	6%	17,45%	40%	16%	12,10%	0,85%

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 2005-2008 και η οποία κυμαίνεται από 0,85% έως 6,62%.

Ειδικότερα, την μεγαλύτερη αύξηση φαίνεται ότι θα παρουσιάσει η ζήτηση για **ταχυμεταφορές δεμάτων (6,62%)**, ενώ ακολουθεί η κατηγορία των **διαφημιστικών αντικειμένων χωρίς διεύθυνση παραλήπτη (3,87%)** και **ταχυμεταφορών εγγράφων (2,75%)**, η **προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων (1,36%)** και τέλος, την μικρότερη αύξηση εκτιμάται ότι θα παρουσιάσει η ζήτηση για **ανταλλαγή εγγράφων (0,85%)**. Παρόμοια εικόνα προβλέπουν για τις τάσεις ζήτησης είχε παρατηρηθεί και στις τελευταίες μελέτες της ταχυδρομικής αγοράς για τα έτη 2003 και 2004.

Στον Πίνακα 6.3.2 που ακολουθεί παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο σχετικά με τις γεωγραφικές περιοχές του **εσωτερικού** που αναμένουν ότι θα παρουσιάσουν την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών για την περίοδο 2005-2008.

**Πίνακας 6.3.2**  
**Γεωγραφικές περιοχές εσωτ. με την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης αντικειμένων 2005-2008**

	1	2	3
<b>Αττική</b>	<b>78%</b>	8%	4%
<b>Κεντρική Μακεδονία</b>	11%	<b>54%</b>	13%
<b>Κρήτη</b>	2%	8%	<b>26%</b>

Η Αττική, σύμφωνα με τις απαντήσεις, αναμένεται να παρουσιάσει την μεγαλύτερη αύξηση στον διακινούμενο όγκο ταχυδρομικών αντικειμένων την περίοδο 2005-2008, όπως εκτιμά το 78% των επιχειρήσεων που απαντά στο ερωτηματολόγιο. Η περιοχή της Κεντρικής Μακεδονίας είναι η δεύτερη κατά σειρά γεωγραφική περιοχή, σύμφωνα με το 54% 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 26% των εκπροσώπων της αγοράς ταχυμεταφορών.

**Πίνακας 6.3.3**  
**Γεωγραφικές περιοχές εξωτ. με την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης αντικειμένων**  
**2005-2008**

	1	2	3
Ευρωπαϊκή Ένωση (25 χώρες)	75%	14%	7%
Λοιπή Ευρώπη	5%	49%	21%
ΗΠΑ – Καναδάς	4%	19%	43%
Ασία	16%	14%	20%

Στο Πίνακα 6.3.3 παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο σχετικά με τις γεωγραφικές περιοχές του **εξωτερικού** που αναμένουν ότι θα παρουσιάσουν την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών για την περίοδο 2005-2008.

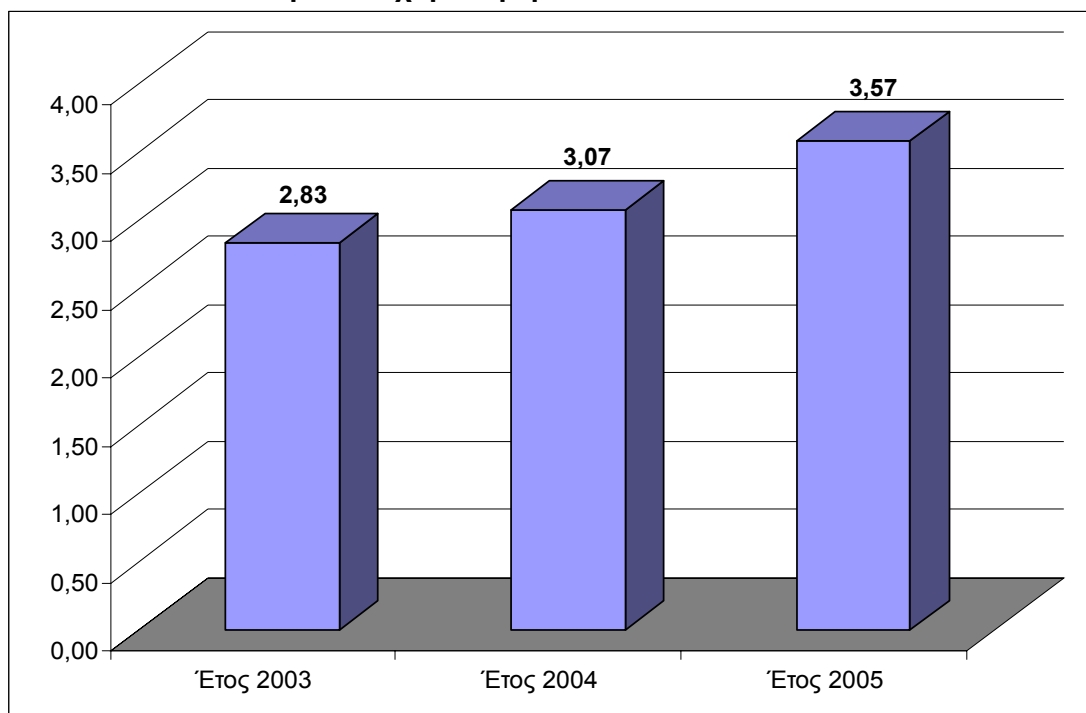
Όπως αποδεικνύεται από τα στοιχεία του Πίνακα 6.3.3, η Ευρωπαϊκή Ένωση αναμένεται ότι θα παρουσιάσει την μεγαλύτερη αύξηση στον διακινούμενο όγκο ταχυδρομικών αντικειμένων την περίοδο 2005-2008, όπως εκτιμά περί το 75% των επιχειρήσεων που απαντά στο ερωτηματολόγιο.

Οι λοιπές χώρες της Ευρώπης (εκτός Ε.Ε.) είναι η δεύτερη κατά σειρά γεωγραφική περιοχή, σύμφωνα με το 49% 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 43% των εκπροσώπων της αγοράς ταχυμεταφορών. Σημαντική παρουσιάζεται και η κατάταξη που λαμβάνει η Ασία στον ως άνω πίνακα.

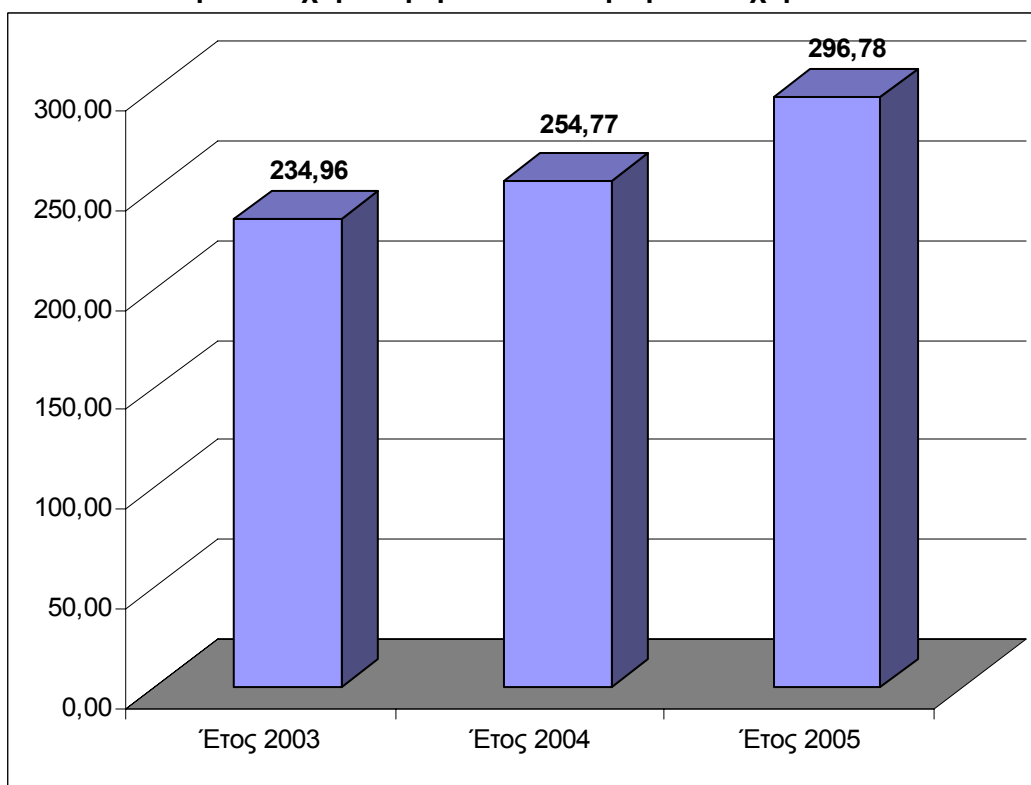
Γενικά, οι προοπτικές εξέλιξης της αγοράς ταχυμεταφορών, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς, είναι θετικές γεγονός που επιβεβαιώνεται και από την αυξητική πορεία που διαγράφουν οι δείκτες αντικειμένων ταχυμεταφορών ανά κάτοικο και αντικειμένων ταχυμεταφορών ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο που απεικονίζονται στα Διαγράμματα 6.3.1 και 6.3.2 αντίστοιχα για τα τελευταία δύο έτη.



**Διάγραμμα 6.3.1**  
**Αντικείμενα ταχυμεταφορών ανά κάτοικο 2003-2005**



**Διάγραμμα 6.3.2**  
**Αντικείμενα ταχυμεταφορών ανά τετραγωνικό χλμ. 2003-2005**



Τέλος, σημειώνεται ότι ορισμένοι παράγοντες αναμένεται ότι θα συντελέσουν σημαντικά στην περαιτέρω ανάπτυξη της αγοράς ταχυμεταφορών.

Η παροχή περισσότερο ποιοτικών υπηρεσιών και η κάλυψη της αναμενόμενης αύξησης της ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών που αναμένεται ότι θα δημιουργηθεί στο μέλλον, πιστεύεται ότι θα επιτευχθεί μέσω της περαιτέρω ανάπτυξης του δικτύου των επιχειρήσεων και της βελτίωσης των υποδομών τους. Η αύξηση των επενδύσεων σε τεχνολογικό εξοπλισμό και σε ανθρώπινο δυναμικό, αναμένεται ότι θα βοηθήσει στη βελτίωση των υποδομών των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών.

Οι δαπάνες για επιμόρφωση του προσωπικού των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, οι επενδύσεις για την απόκτηση αυτοματοποιημένων συστημάτων διαλογής, καθώς και οι επενδύσεις για μηχανογραφική υποστήριξη της ηλεκτρονικής παραγγελιοληψίας και της άμεσης ενημέρωσης των πελατών για τη θέση της αποστολής τους (track and trace system) θα παίξουν σημαντικό ρόλο στην αναβάθμιση και περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου.

Η ανάπτυξη των εμπορικών συναλλαγών στο βαλκανικό χώρο, αναμένεται να δώσει ώθηση τόσο στις διεθνείς επιχειρήσεις ταχυμεταφορών όσο και στις εγχώριες. Οι τελευταίες, συνήθως δεν διαθέτουν αυτόνομο δίκτυο για να πραγματοποιήσουν την διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στο εξωτερικό και συνεργάζονται με διεθνείς επιχειρήσεις. Ως εκ τούτου, η στροφή της δραστηριότητας των ελληνικών επιχειρήσεων προς τις γειτονικές χώρες μπορεί να αποτελέσει σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη της αγοράς ταχυμεταφορών.

Ένα ακόμη τεκμήριο για αναμενόμενη περαιτέρω ανάπτυξη της αγοράς ταχυμεταφορών, παρέχεται από την κατά 16,5% αύξηση του δείκτη διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων τόσο ανά κάτοικο, όσο και ανά τετραγωνικό χιλιόμετρο κατά το έτος 2005 (Διαγράμματα 6.3.1 και 6.3.2). Έτσι, η ύπαρξη κατάλληλου θεσμικού πλαισίου και οικονομικού περιβάλλοντος, καθώς και οι ενδεδειγμένες συνθήκες επιχειρηματικού περιβάλλοντος μπορούν να δημιουργήσουν περαιτέρω προοπτικές ανάπτυξης της αγοράς ταχυμεταφορών. Σημαντική όμως επίδραση στην μελλοντική εικόνα του κλάδου θα έχει η ικανότητα των επιχειρήσεων να λειτουργούν με τρόπο αποτελεσματικό για τους πελάτες τους και ταυτόχρονα κερδοφόρο για τις ίδιες, ιδιαίτερα υπό το καθεστώς της συνεχούς πίεσης για μείωση των τιμών των παρεχόμενων υπηρεσιών τους.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι - Ευρετήριο Πινάκων και Διαγραμμάτων

Πίνακας 3.2.1 Όγκος ταχυδρομικών αντικειμένων .....	21
Διάγραμμα 3.2.1 Ετήσιοι ρυθμοί μεταβολής όγκου καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2005 .....	22
Πίνακας 3.2.2 Έσοδα καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2005 .....	23
Διάγραμμα 3.2.2 Ετήσιοι ρυθμοί μεταβολής εσόδων καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2005 .....	24
Διάγραμμα 3.3.1 Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών .....	25
Διάγραμμα 3.3.2 Όγκος αντικειμένων Ταχυμεταφορών, 2003-2005 .....	25
Διάγραμμα 3.3.3 Έσοδα ανά παρεχόμενη υπηρεσία ταχυμεταφορών .....	26
Πίνακας 3.3.1 Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών .....	27
Διάγραμμα 3.3.4 Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών 2005 .....	27
Πίνακας 3.3.2 Διακίνηση αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, 2005 .....	28
Διάγραμμα 3.3.5 Κατανομή αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, έτη 2000-2005 .....	29
Πίνακας 3.3.3 Διακίνηση εισερχομένων αντικ. εξωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, 2005 .....	30
Πίνακας 3.3.4 Διακίνηση εξερχομένων αντικ. εξωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, 2005 .....	30
Πίνακας 3.3.5 Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους, 2003-2005 .....	31
Πίνακας 3.3.6 Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης, 2005 .....	32
Διάγραμμα 3.3.6 Κατανομή των ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφ. προέλευσης .....	32
Πίνακας 3.3.7 Διακίνηση αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού, 2005 .....	33
Διάγραμμα 3.3.7 Κατανομή αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού, 2005 .....	33
Πίνακας 3.3.8 Διακίνηση αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης 2005 .....	34
Διάγραμμα 3.3.8 Κατανομή αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης, 2005 .....	34
Πίνακας 3.4.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των υπηρεσιών ταχυμεταφοράς, 2005 .....	35
Διάγραμμα 3.4.1 Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών, 2004-2005 .....	35
Διάγραμμα 3.5.1 Επιχειρησιακοί πελάτες της αγοράς ταχυμεταφορών, 2004-2005 .....	36
Διάγραμμα 3.5.2 Τρόποι επικοινωνίας καταναλωτών με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών 2005 .....	37
Διάγραμμα 3.5.3 Τρόποι επικοινωνίας καταναλωτών με επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, 2004-2005 .....	38
Πίνακας 4.1.1 Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων, 31/12/2005 .....	40
Διάγραμμα 4.1.1 Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων .....	40
Πίνακας 4.1.2 Γεωγραφική κατανομή ταχ. Αντικειμένων & αδειοδοτημένων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών .....	41
Διάγραμμα 4.2.1 Κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή ταχυμεταφορών 2005 .....	42
Διάγραμμα 4.2.2 Κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή ταχυμεταφορών 2004-2005 .....	43
Πίνακας 4.3.1 Κατανομή υπηρεσιών ταχυμεταφορών με μεγαλύτερη αυξομείωση τιμών 2005 .....	44
Πίνακας 4.3.2 Κυριότεροι παράγοντες διαμόρφωσης τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών 2005 .....	44
Διάγραμμα 4.3.1 Κυριότεροι παράγοντες διαμόρφωσης τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών 2004-2005 .....	45
Διάγραμμα 4.4.1 Κατανομή κόστους επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, 2005 .....	46
Πίνακας 4.5.1 Συνολική απασχόληση στην αγορά ταχυμεταφορών 2005 .....	46
Πίνακας 4.5.2 Κατανομή απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό επίπεδο 2005 .....	47
Διάγραμμα 4.5.1 Κατανομή απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό επίπεδο (Επιχείρησης – Δικτύου) 2005 .....	47
Πίνακας 4.5.3 Κατανομή απασχόλησης στην αγορά ταχυμεταφορών ανά ειδικότητα .....	48
Διάγραμμα 4.5.2 Κατανομή απασχόλησης ανά ειδικότητα (Επιχειρήσεων & Δικτύου) 2005 .....	48
Πίνακας 4.6.1 Καταστήματα ταχυμεταφορών – κέντρα διαλογής – αποθηκευτικοί χώροι 2005 (πλήθος).....	49
Πίνακας 4.6.2 Καταστήματα ταχυμεταφορών – κέντρα διαλογής – αποθηκευτικοί χώροι 2005 (σε τ.μ.) .....	49
Πίνακας 4.6.3 Μέση επιφάνεια καταστημάτων – κέντρων διαλογής – αποθηκευτικών χώρων .....	50
Πίνακας 4.6.4 Μεταφορικά μέσα επιχειρήσεων ταχυμεταφορών και Δικτύου .....	51
Πίνακας 5.1.1 Μεριδία αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (όγκος) .....	54
Διάγραμμα 5.1.1 Μεριδία αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (έσοδα) .....	54
Πίνακας 5.5.1 Μορφές ανταγωνισμού της αγοράς ταχυμεταφορών, 2005 .....	59
Διάγραμμα 5.5.1 Μορφές ανταγωνισμού της αγοράς ταχυμεταφορών, 2004-2005 .....	60
Πίνακας 5.5.2 Τρόποι αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2005 .....	60
Διάγραμμα 5.5.2 Τρόποι αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2004-2005 .....	61
Πίνακας 5.5.3 Εμπόδια αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2005 .....	61
Διάγραμμα 5.5.3 Εμπόδια αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2004-2005 .....	62
Πίνακας 6.1.1 Προβλήματα και αδυναμίες της αγοράς ταχυμεταφορών, 2005 .....	67
Διάγραμμα 6.1.1 Προβλήματα και αδυναμίες της αγοράς ταχυμεταφορών, 2004-2005 .....	67
Πίνακας 6.2.1 Εμπόδια εισόδου στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας .....	68
Διάγραμμα 6.2.1 Εμπόδια εισόδου στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας .....	68
Πίνακας 6.3.1 Πρόβλεψη ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών για την περίοδο 2005-2008 .....	69
Πίνακας 6.3.2 Γεωγραφικές περιοχές εσωτ. με την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης αντικειμένων 2005-2008 .....	70
Πίνακας 6.3.3 Γεωγραφικές περιοχές εξωτ. με την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης αντικειμένων 2005-2008 .....	71
Διάγραμμα 6.3.1 Αντικείμενα ταχυμεταφορών ανά κάτοικο 2003-2005 .....	72
Διάγραμμα 6.3.2 Αντικείμενα ταχυμεταφορών ανά τετραγωνικό χλμ, 2003-2005 .....	72

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ – Ερωτηματολόγιο έτους 2005**

Το παρόν ανήκει στην με Αρ. Πρωτ. \_\_\_\_\_, 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 1/1/2005 έως 31/12/2005)

**Α. Στοιχεία Ταχυδρομικής Επιχείρησης.**

<b>A1.</b> ΑΡ. ΜΗΤΡΩΟΥ Ε.Ε.Τ.Τ.:	<b>A2.</b> ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΓΕΝΙΚΗΣ ΑΔΕΙΑΣ :	
<b>A3.</b> ΕΠΩΝΥΜΙΑ:	<b>ΕΔΡΑ</b>	
	<b>A4.</b> ΔΗΜΟΣ:	
<b>A6.</b> ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ:	<b>A5.</b> ΝΟΜΟΣ:	
	<b>ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:</b>	
	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.

**Β. Ταχυμεταφορές Ταχυδρομικών Αντικειμένων.**

	Ταχ. αντικ.	Έσοδα (€)
<b>B1. Αυτόνομη Διακίνηση Εσωτερικού:</b> 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).		
<b>B2. Συνδυασμένη Διακίνηση Εσωτερικού:</b> 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).		
<b>B3.1. Αυτόνομη Διακίνηση Εισερχομένων Εξωτερικού:</b> 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.		
<b>B3.2. Συνδυασμένη Διακίνηση Εισερχομένων Εξωτερικού:</b> Ταχ. αντικείμενα προέλευσης εξωτερικού που παρελήφθησαν στα σημεία εισόδου της χώρας από την ταχ. επιχείρηση και το δίκτυό 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).		
<b>B4.1. Αυτόνομη Διακίνηση Εξερχομένων Εξωτερικού:</b> 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.		
<b>B4.2. Συνδυασμένη Διακίνηση Εξερχομένων Εξωτερικού:</b> 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.	
<b>Γ1.</b> Ταχυμεταφορές		
<b>Γ2.</b> Διαφημιστικά αντικ. χωρίς διεύθυνση παραλήπτη		
<b>Γ3.</b> Προετοιμασία Ταχυδρομικών Αντικειμένων		
<b>Γ4.</b> 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.
<b>H1.</b> Από 1 gr έως 0,5 Kgr (εκτός δεμάτων)	
<b>H2.</b> Από 0,5 Kgr έως 2 Kgr (εκτός δεμάτων).	
<b>H3.</b> 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 <sup>1</sup>	Πλήθος ταχ. αντικειμένων (περιλαμβανομένων δεμάτων)		Περιφέρεια <sup>1</sup>	Πλήθος ταχ. αντικειμένων (περιλαμβανομένων δεμάτων)	
	Προορισμός ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	Προορισμός ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ		Προορισμός ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	Προορισμός ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ
<b>ΑΠΟ:</b>			<b>ΑΠΟ:</b>		
<b>Θ1.</b> Ανατ. Μακεδονία & Θράκη			<b>Θ8.</b> Στερεά Ελλάδα		
<b>Θ2.</b> Κεντρική Μακεδονία			<b>Θ9.</b> Αττική		
<b>Θ3.</b> Δυτική Μακεδονία			<b>Θ10.</b> Πελοπόννησος		
<b>Θ4.</b> Ήπειρος			<b>Θ11.</b> Βόρειο Αιγαίο		
<b>Θ5.</b> Θεσσαλία			<b>Θ12.</b> Νότιο Αιγαίο		
<b>Θ6.</b> Ιόνια Νησιά			<b>Θ13.</b> Κρήτη		
<b>Θ7.</b> Δυτική Ελλάδα					

<sup>1</sup> 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)
<b>I1.</b> Ευρωπ. Ένωση (25 χώρες)		<b>I5.</b> Ασία	
<b>I2.</b> Λοιπή Ευρώπη		<b>I6.</b> Αφρική	
<b>I3.</b> ΗΠΑ - Καναδάς		<b>I7.</b> Ωκεανία.	
<b>I4.</b> 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)
<b>K1.</b> Ευρωπ. Ένωση (25 χώρες)		<b>K5.</b> Ασία	
<b>K2.</b> Λοιπή Ευρώπη		<b>K6.</b> Αφρική	
<b>K3.</b> ΗΠΑ - Καναδάς		<b>K7.</b> Ωκεανία	
<b>K4.</b> Λοιπή Αμερική			

**Λ. Απασχολούμενο προσωπικό, στην ταχ. επιχείρηση & το δίκτυο της, στις 31/12/2005. (Η απασχόληση νοείται μόνον στις ταχυδρομικές υπηρεσίες και όχι σε τυχούσες άλλες εργασίες της επιχείρησης).**

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

**Μ. Κτιριακή υποδομή, ταχ. επιχ/σης & του δικτύου της, στις 31/12/2005**

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

**Ν. Στοιχεία «ΔΙΚΤΥΟΥ»**

Αριθμός Ταχ. Επιχειρήσεων Χωρίς Γεν. Άδεια ενταγμένων στο δίκτυο

**Ξ. Μεταφορικά μέσα ταχ. επιχείρησης & του δικτύου της, στις 31/12/2005**

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

**Ο. Πελάτες μετρητοίς (χωρίς σύμβαση) ταχ. επιχείρησης & του δικτύου της, στις 31/12/2005**

	Πλήθος ταχ. αντικ.	Έσοδα (€)
<b>Ο1.</b> Πελάτες μετρητοίς (χωρίς σύμβαση)		

**Π. Συμβάσεις ταχ. επιχείρησης & του δικτύου της, με εταιρικούς πελάτες στις 31/12/2005**

Ύψος συμβάσεων	Αριθμός συμβάσεων	Έσοδα (€)
<b>Π1.</b> 0 - 3.000 ευρώ		
<b>Π2.</b> 3.001 - 30.000 ευρώ		
<b>Π3.</b> 30.001 - 150.000 ευρώ		
<b>Π4.</b> 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 <sup>1</sup>	Διακ/σμός μέσω Ε.Ε.Τ.Τ.	Δικαστική επίλυση
Πλήθος περιπτώσεων							
Ποσόν αποζημίωσης							

<sup>1</sup> 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. \_\_\_\_\_, 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.

, 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

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

### 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
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
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. Σημειώστε 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 2005 σε σχέση με το 2004 (συμπληρώστε με X την αντίστοιχη ταχ. υπηρεσία);**

- Γ3.1 Ταχυμεταφορές εγγράφων  Γ3.4 Προετοιμασία ταχ. αντικειμ.
- Γ3.2 Ταχυμεταφορές δεμάτων  Γ3.5 Ανταλλαγή εγγράφων
- Γ3.3 Διαφημ. αντικ. χωρίς διεύθυνση παραλήπτη

**Γ4. Σε ποια ταχυδρομική υπηρεσία από αυτές που παρέχει η επιχείρησή σας, προσδιορίζετε ότι υπήρξε η μεγαλύτερη αύξηση τιμών το 2005 σε σχέση με το 2004 (συμπληρώστε με X την αντίστοιχη ταχ. υπηρεσία);**

- Γ4.1 Ταχυμεταφορές εγγράφων  Γ4.4 Προετοιμασία ταχ. αντικειμ.
- Γ4.2 Ταχυμεταφορές δεμάτων  Γ4.5 Ανταλλαγή εγγράφων
- Γ4.3 Διαφημ. αντικ. χωρίς διεύθυνση παραλήπτη

**Γ5. Ποια είναι η ποσοστιαία κατανομή του κόστους για την εταιρεία σας το 2005;**

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

**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;**

	NAI	OXI
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;**

NAI  OXI

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	1	2	3	4	5
Δ1.2 Ανταγωνισμός ποιότητας υπηρεσιών	1	2	3	4	5
Δ1.3 Ανταγωνισμός ποικιλίας προϊόντων	1	2	3	4	5
Δ1.4 Ανταγωνισμός διαφήμισης	1	2	3	4	5
Δ1.5 Διαπραγματευτική δύναμη πελατών	1	2	3	4	5
Δ1.6 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών	1	2	3	4	5
Δ1.7 Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα	1	2	3	4	5
Δ1.8 Κίνδυνος εισόδου από άλλες επιχειρήσεις	1	2	3	4	5

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

NAI  OXI

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

---



---

## Z. 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	Συμπύεση 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
------	-------	---	---	---	---	---

## H. 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

Ονοματεπώνυμο νόμιμου εκπροσώπου ταχ. επιχείρησης  
(ολογράφως και υπογραφή)

**Ευχαριστούμε για το χρόνο που διαθέσατε να απαντήσετε στις ερωτήσεις μας**