



EETT

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

Η Ελληνική Αγορά Ταχυμεταφορών

Στοιχεία και Τάσεις Αγοράς Έτους 2006

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ΕΕΤΤ είναι η Εθνική Ρυθμιστική Αρχή η οποία επιβλέπει και ρυθμίζει την αγορά ταχυδρομικών υπηρεσιών και την αγορά ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Επιπλέον, η ΕΕΤΤ ασκεί τις αρμοδιότητες Επιτροπής Ανταγωνισμού στις ίδιες αγορές. Στόχος της είναι η προώθηση της ανάπτυξης και η εξασφάλιση της ομαλής λειτουργίας της αγοράς μέσα σε περιβάλλον υγιούς ανταγωνισμού, διασφαλίζοντας παράλληλα τα συμφέροντα των χρηστών / καταναλωτών.

Στο πλαίσιο λοιπόν αυτό, έχετε στα χέρια σας τη μελέτη της αγοράς ταχυδρομικών υπηρεσιών η οποία διεξήχθη από τον Τομέα Ταχυδρομείων της ΕΕΤΤ, και περιλαμβάνει στοιχεία και τάσεις της Ελληνικής Αγοράς Ταχυδρομικών Υπηρεσιών, όπως καταγράφηκαν μέσα από στοιχεία που δόθηκαν και απόψεις που διατυπώθηκαν από τις αδειοδοτημένες από την ΕΕΤΤ ταχυδρομικές επιχειρήσεις της χώρας μας.

Στα επόμενα χρόνια οι εξελίξεις στον ταχυδρομικό κλάδο αναμένεται να είναι σημαντικές, τόσο λόγω της επερχόμενης νέας ταχυδρομικής Οδηγίας, όσο και κυρίως λόγω της οριστικοποίησης του χρόνου απελευθέρωσης της ταχυδρομικής αγοράς και των προκλήσεων που το γεγονός αυτό συνεπάγεται. Απαιτείται, λοιπόν, συντονισμός των προσπαθειών όλων των εμπλεκόμενων στον ταχυδρομικό τομέα φορέων για την εναρμόνιση των μεγεθών και των πρακτικών του ταχυδρομικού κλάδου της χώρας μας με τα αντίστοιχα ευρωπαϊκά.

Διαχρονικά, ο κλάδος των ταχυμεταφορών ακολουθεί ανοδική πορεία και μάλιστα οι ρυθμοί ανάπτυξης παρουσίασαν αύξηση διψήφιου μεγέθους και κατά το 2006. Ωστόσο, ο δρόμος που ως χώρα έχουμε να καλύψουμε για την περαιτέρω ανάπτυξη της ταχυδρομικής αγοράς είναι σημαντικός, ιδιαίτερα αν αναλογισθεί κάποιος ότι ενώ ο ευρωπαϊκός μέσος όρος διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κάτοικο ανέρχεται σε 200 αντικείμενα σε ετήσια βάση, στην Ελλάδα το αντίστοιχο μέγεθος αγγίζει μόλις τα 60 ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο. Από πλευράς εσόδων, η συνολική αξία της ταχυδρομικής αγοράς ανήλθε σε 671,5 εκ. ευρώ περίπου, παρουσιάζοντας αύξηση 6,5% σε σύγκριση με το 2005. Τα συνολικά έσοδα της ταχυδρομικής αγοράς κατανέμονται κατά 60,3% στον Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (ΕΛΤΑ), 39,2% στις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών και κατά 0,4% στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται υπό καθεστώς ειδικής άδειας. Ιδιαίτερα θετική είναι η συμμετοχή του κλάδου και στη δημιουργία θέσεων εργασίας. Κατά το διάστημα 2005-2006 οι συνολικές θέσεις απασχόλησης στον κλάδο αυξήθηκαν κατά 1,4%, φθάνοντας τις 22.100 συνολικά, ενώ παρατηρήθηκε μία μετατόπιση από το μερικώς απασχολούμενο προσωπικό σε προσωπικό πλήρους 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 αποτελεσματική λειτουργία της αγοράς προς όφελος τόσο των καταναλωτών όσο και των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο.

ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΔΡΑΒΙΛΛΑΣ
ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΣ ΕΕΤΤ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

ΖΗΤΗΣΗ

Η αξία της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς για το 2006 ανήλθε σε 671,5 εκ. ευρώ συμπεριλαμβανομένων και των εσόδων από παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών υπό καθεστώς ειδικής άδειας. Από αυτά, η **αξία της αγοράς ταχυμεταφορών διαμορφώθηκε σε 263 εκ. ευρώ** παρουσιάζοντας αύξηση κατά 8,2% σε σχέση με το 2005. Ο όγκος ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκε από τους εγγεγραμμένους στο Μητρώο της ΕΕΤΤ ταχυδρομικούς παρόχους -κατόχους γενικών / ειδικών αδειών- εκτός του Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας ανήλθε **σε 52 εκατομμύρια ταχυδρομικά αντικείμενα** περίπου. Στην αγορά ταχυμεταφορών διακινήθηκαν 45 εκατομμύρια ταχυδρομικά αντικείμενα έναντι 39,2 εκατομμυρίων το 2005, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 15,1%.

Τα έσοδα από τη διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στο **εσωτερικό** της χώρας ανήλθαν σε 178 εκ. ευρώ ή 68% επί των συνολικών εσόδων της αγοράς ταχυμεταφορών. Αντίστοιχα ο όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκαν στο εσωτερικό ανήλθαν σε 40,6 εκ. έναντι 35,5 εκ. το 2005. αυτά αντιστοιχούν στο 90% του συνόλου των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκαν στην αγορά ταχυμεταφορών. Από την άλλη πλευρά, σημαντικά μικρότερη παρουσιάζεται η αξία και ο όγκος ταχυδρομικών αντικειμένων **προέλευσης και προορισμού εξωτερικού**, καθώς τα αντίστοιχα ποσοστά συμμετοχής είναι 11,9% και 20,03% σε όρους αξίας, και 6% και 3,5% σε όρους όγκου.

Όσον αφορά στον χρόνο **επίδοσης των ταχυδρομικών αντικειμένων**, παρατηρείται ότι **το 80,5% των ταχυδρομικών αντικειμένων ταχυμεταφορών εσωτερικού διακινείται σε μία ημέρα** (32,6 εκ. ταχ. αντικείμενα, αξίας 139,6 εκ. ευρώ), ενώ σε περισσότερες ημέρες διακινείται το 15% των αντικειμένων (6,1 εκ. ταχ. αντικείμενα, αξίας 25,6 εκ. ευρώ). Αυθημερόν διακινείται το 4,5% των αντικειμένων (1,8 εκ. αντικείμενα, αξίας 12,4 εκ. ευρώ). Από την άλλη πλευρά, όσον αφορά στα ταχυδρομικά αντικείμενα **προέλευσης εξωτερικού**, ποσοστό 65,3% (1,8 εκ.

αντικείμενα) διακινείται σε 1 ημέρα, ενώ ποσοστό 34,7% (0,9 εκ. αντικείμενα) διακινείται σε περισσότερες ημέρες. Τα αντίστοιχα ποσοστά για τα **αντικείμενα προορισμού εξωτερικού** δεν διαφέρουν σημαντικά, καθώς διαμορφώνονται σε 71,6% (1,1 εκ. αντικ.) διακινούνται σε 1 ημέρα, ενώ 28,4% (0,4 εκ. αντικ.) διακινούνται σε περισσότερες ημέρες.

Αναφορικά με την **κατανομή των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους**, παρατηρείται ότι το **51,2%** των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων βρίσκεται στην **κατηγορία βάρους από 1-500γρ. (εκτός δεμάτων)**, **31,6%** των ταχυδρομικών αντικειμένων ανήκει στην **κατηγορία από 500γρ. – 2 κιλά (εκτός δεμάτων)** ενώ **τα δέματα έως 20 κιλά** αποτελούν το **17,2%** του συνολικού όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων. Σημειώνεται ότι η κατανομή αυτή δεν διαφέρει σημαντικά σε σχέση με το 2005.

Εξετάζοντας τη διακίνηση των **ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού (εκτός των ταχυδρομικών αντικειμένων προέλευσης εξωτερικού) ανά περιφέρεια προέλευσης**, παρατηρείται ότι η μεγαλύτερη ποσότητα των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων **το 2006 προέρχεται από την Περιφέρεια της Αττικής (64%)** ενώ ακολουθούν η **Κεντρική Μακεδονία (13%)** και η **Κρήτη (4%)**. Σχετικά με την **κατανομή των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού** προκύπτει ότι η **σημαντικότερη περιοχή προέλευσης / προορισμού είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση** με μερίδια συμμετοχής **63%** και **65%** αντίστοιχα. Η υπόλοιπη κατάταξη στη συνέχεια διαφοροποιείται για τις περιφέρειες προέλευσης και προορισμού. Από την πλευρά της προέλευσης των ταχυδρομικών αντικειμένων, τη δεύτερη θέση καταλαμβάνει η Ασία με ποσοστό 16% και ακολουθούν οι ΗΠΑ – Καναδάς με ποσοστό 12%. Από την πλευρά όμως προορισμού των ταχυδρομικών αντικειμένων την δεύτερη θέση καταλαμβάνει η Λοιπή Ευρώπη (ευρωπαϊκές χώρες εκτός ΕΕ) με ποσοστό 12% και ακολουθούν η Ασία με ποσοστό 10% και οι ΗΠΑ – Καναδάς με 9%.

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** (39%) και των **υπηρεσιών** (31%), ενώ ακολουθεί η μεταποίηση (18%) και ο Δημόσιος Τομέας (13%).

ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Σύμφωνα με τα αρχεία της ΕΕΤΤ ο αριθμός των εγγεγραμμένων στο Μητρώο – αδειοδοτημένων επιχειρήσεων έχει σχεδόν διπλασιασθεί κατά τα έτη 2000-2006. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Μητρώου Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της ΕΕΤΤ, ο **αριθμός των εγγεγραμμένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων στις 31/12/2006 ανήλθε σε 341.**

Η αγορά των ταχυμεταφορών χαρακτηρίζεται από **σημαντικό βαθμό συγκέντρωσης σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων**. Έτσι, οι **πέντε μεγαλύτερες επιχειρήσεις** του κλάδου συγκεντρώνουν μερίδιο αγοράς άνω του **76% των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων** (έναντι μεριδίου άνω του 80% το 2005), ενώ τα συνολικά έσοδα των ίδιων επιχειρήσεων αντιπροσωπεύουν το **69% των συνολικών εσόδων** της αγοράς (έναντι 71% περίπου το 2005). Σημειώνουμε δε ότι η πρώτη από αυτές τις επιχειρήσεις διακινεί άνω του 29% των συνολικών ταχυδρομικών αντικειμένων και τα έσοδά της υπερβαίνουν το 23% της συνολικής αγοράς.

Συσχετίζοντας τη **γεωγραφική κατανομή των αδειοδοτημένων επιχειρήσεων** που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές **με τη 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. Συγκεκριμένα, στην Αττική διαπιστώνεται ότι εδρεύει το 44% των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις ταχυμεταφορές και παράγεται το 64% 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.

Σύμφωνα με την πλειοψηφία των εκπροσώπων της αγοράς, οι **τιμές των ταχυδρομικών υπηρεσιών** αναμένεται να παρουσιάσουν μεταβολή – θετική ή αρνητική. Για το 2006, η μεγαλύτερη **μείωση τιμής παρατηρήθηκε στην ταχυμεταφορά εγγράφων** ενώ η μεγαλύτερη **αύξηση τιμής πραγματοποιήθηκε στην ταχυμεταφορά δεμάτων**. Επισημαίνεται ότι οι παράγοντες που θεωρούνται σημαντικοί στη 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 σύμφωνα με τους εκπροσώπους της αγοράς είναι **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 (33%), ενώ ακολουθούν τα **λειτουργικά έξοδα** (23%) και τα **έξοδα των μεταφορικών μέσων** (22%), τα **λοιπά έξοδα** (13%) τα οποία κατά κύριο λόγο αφορούν στις προμήθειες που παρέχουν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών σε άλλες συνεργαζόμενες με αυτές επιχειρήσεις ταχυμεταφορών.

Κατά το έτος 2006 οι αδειοδοτημένες ταχυδρομικές επιχειρήσεις (συμπεριλαμβανομένου και του ΕΛ.ΤΑ.) μαζί με τις επιχειρήσεις – μέλη του Δικτύου τους, υπολογίζεται ότι **απασχόλησαν περί τις 22.100 εργαζομένους**. Οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών απασχόλησαν άνω των 10.700 εργαζομένων, εκ των οποίων 81% προσωπικό πλήρους απασχόλησης ενώ το υπόλοιπο 19% 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 (92,5%) οι απασχολούμενοι στον κλάδο είναι απόφοιτοι μέσης (83%) ή υποχρεωτικής εκπαίδευσης (9%). 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 από το 2005 έως το 2006 κατά 1,4%, 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**, ενώ υπάρχει και σημαντικό πρόβλημα διακράτησης του προσωπικού. Πιο συγκεκριμένα, οι ειδικότητες στις οποίες παρουσιάζεται η μεγαλύτερη δυσκολία εύρεσης και διακράτησης προσωπικού είναι οι διανομείς και οι οδηγοί με ιδιότητα δίκυκλα.

Από την πλευρά των **υποδομών** που διαθέτουν οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην **αγορά ταχυμεταφορών**, το 2006 το **πλήθος των καταστημάτων ταχυμεταφορών, κέντρων διαλογής και αποθηκευτικών χώρων των επιχειρήσεων και του Δικτύου τους** ανέρχεται σε **2.482 με συνολική επιφάνεια 136.731 τετραγωνικά μέτρα**. Οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών μαζί με το Δίκτυό τους διαθέτουν άνω των 7.100 μεταφορικών μέσων για την εξυπηρέτηση των λειτουργικών τους αναγκών. Σχετικά με την κατανομή των μεταφορικών μέσων των επιχειρήσεων διαπιστώνεται ότι το 67% αποτελείται από δίκυκλα, το 25% από αυτοκίνητα παραγωγής και το 8% αφορά λοιπά οχήματα.

Σχετικά με την **τεχνολογική υποδομή** των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, ένα μικρό μόνο ποσοστό των επιχειρήσεων διαθέτει 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.

ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Η αγορά ταχυμεταφορών χαρακτηρίζεται από **έντονο ανταγωνισμό λόγω του υψηλού βαθμού συγκέντρωσης** που παρατηρείται στα μερίδια αγοράς. Κατά το 2006 οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις διακίνησαν το 76,6% του συνολικού αριθμού των ταχυδρομικών αντικειμένων της αγοράς έναντι 80,2% το 2005 και κατέχουν το 69% των συνολικών εσόδων έναντι 71,3% το 2005. Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών της αγοράς είναι χαμηλή, σε αντίθεση με τη 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

Το μεγαλύτερο πρόβλημα που επισημαίνεται από τις μεγαλύτερες, κυρίως, επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο, είναι η σημαντική αύξηση των μεταφορικών εξόδων των επιχειρήσεων. Το πρόβλημα αυτό σε συνδυασμό με την τάση **συνεχούς «πίεσης» προς τα κάτω των τιμών των παρεχόμενων υπηρεσιών** που έχει επικρατήσει τα τελευταία χρόνια, έχει επιβαρύνει σημαντικά τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών.

Ένα φαινόμενο που παρατηρείται στη συγκεκριμένη αγορά είναι η παρουσία αρκετών μικρών επιχειρήσεων κυρίως οικογενειακού τύπου. Το πρόβλημα έγκειται στο ότι η ελλιπής γνώση του θεσμικού πλαισίου, σε συνδυασμό με τη μάλλον φειδωλή ενημέρωση που παρέχουν οι κατά τόπους φορείς (επιμελητήρια, εφορίες) οδηγούν κάποιες από τις επιχειρήσεις αυτές σε δραστηριοποίηση που κινείται στο όριο της νομιμότητας.

Σύμφωνα με την άποψη που εκφράζουν οι εκπρόσωποι της αγοράς οι **προοπτικές εξέλιξης της αγοράς ταχυμεταφορών** για την περίοδο 2007-2010, θεωρείται ότι θα παρατηρηθεί αύξηση της ζήτησης σε όλες τις κατηγορίες των ταχυδρομικών κατηγοριών. Ειδικότερα, για τις ταχυμεταφορές εγγράφων προβλέπεται μέση ποσοστιαία αύξηση κατά 4,78%, για τις ταχυμεταφορές δεμάτων 7,40%, για την διακίνηση διαφημιστικών αντικειμένων χωρίς διεύθυνση παραλήπτη 3,81%, ενώ ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά η προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων 1,83% και η ανταλλαγή εγγράφων με ποσοστό 6,66%.

Σημαντικότερα εμπόδια εισόδου των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας θεωρούνται η ανάγκη ανάπτυξης επαρκούς δικτύου για την υποστήριξη της παροχής υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας, το ύψος των απαιτούμενων επενδύσεων 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.

Η **ανάπτυξη των εμπορικών ανταλλαγών στο βαλκανικό χώρο** αναμένεται ότι θα δώσει ώθηση τόσο στις διεθνείς εταιρίες ταχυμεταφορών όσο και στις εγχώριες εταιρίες που δε διαθέτουν αυτόνομο δίκτυο για να πραγματοποιήσουν τη 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 15,1% αύξηση του δείκτη ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κάτοικο το έτος 2006. Η μελλοντική εικόνα του κλάδου θα προσδιοριστεί από την ικανότητα των επιχειρήσεων να λειτουργούν αποτελεσματικά και ιδιαίτερα να ελέγχουν την αυξανόμενη τάση συμπίεσης της κοστολογικής και τιμολογιακής 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.....	15
3.1 Στοιχεία Ευρωπαϊκής Ταχυδρομικής Αγοράς	16
3.1.1 Η αγορά αντικειμένων αλληλογραφίας	18
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.....	35
3.5 Σημαντικότεροι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών.....	36
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.....	42
4.4 Κόστος.....	44
4.5 Ανθρώπινο δυναμικό.....	44
4.6 Υποδομή	47
4.6.1 Κτιριακή υποδομή.....	47
4.6.2 Μεταφορικά μέσα.....	48
4.6.3 Τεχνολογική υποδομή.....	49
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ.....	50
5.1 Βαθμός συγκέντρωσης της αγοράς.....	51
5.2 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών	53
5.3 Διαπραγματευτική δύναμη πελατών	55
5.4 Κίνδυνος από νέες εισόδους στην αγορά	56
5.5 Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα.....	56
5.6 Μεριδία αγοράς – Τρόποι αύξησης και Εμπόδια	58
5.6 Στρατηγικές επιχειρήσεων.....	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	62
6.1 Προβλήματα Αγοράς Ταχυμεταφορών.....	63
6.2 Ταχυδρομική Αγορά υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας.....	65
6.3 Προοπτικές περιόδου 2007 - 2010.....	67
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΥΠΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΕΙΔΙΚΗΣ ΑΔΕΙΑΣ.....	72
7.1 Αγορά Ταχυδρομικών Υπηρεσιών Ειδικών Αδειών	73
7.2 Στατιστικά στοιχεία ταχυδρομικών επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια	74
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι - Ευρετήριο Πινάκων και Διαγραμμάτων	78
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ – Ερωτηματολόγια έτους 2006	80

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο 1 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 2003-2005 και το οποίο εφαρμόζεται και για το έτος 2006 σε συνέχεια των αναγκών προσαρμογών και βελτιώσεων με βασικό σκοπό τη ρύθμιση της αγοράς και τη διασφάλιση της λειτουργίας του υγιούς ανταγωνισμού. Στη συνέχεια, 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. Τέλος, παρουσιάζονται στοιχεία για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα ταχυδρομικών υπηρεσιών 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 337 ερωτηματολόγια στις επιχειρήσεις οι οποίες είναι εγγεγραμμένες στο Μητρώο Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της ΕΕΤΤ και ως εκ τούτου είναι αδειοδοτημένες. Είκοσι (20) ερωτηματολόγια (ποσοστό 6%) επεστράφησαν με το αιτιολογικό ότι οι επιχειρήσεις δεν ευρέθησαν να λειτουργούν στην δηλωθείσα διεύθυνση ή είχαν διακόψει τη λειτουργία τους, ενώ ογδόντα οκτώ (88) δεν επεστράφησαν (ποσοστό 26%), για λόγους που δεν είναι γνωστοί στην ΕΕΤΤ. Σύμφωνα με στοιχεία που διαθέτει η ΕΕΤΤ, οι επιχειρήσεις που δεν απάντησαν το ερωτηματολόγιο αποτελούν

κατά βάση μικρές επιχειρήσεις τόσο σε όγκο διακινούμενων αντικειμένων, όσο και σε ετήσια έσοδα. Επομένως, αν και **επεστράφησαν συμπληρωμένα 229 από τα 337 ερωτηματολόγια** που εστάλησαν (δηλαδή ποσοστό ανταπόκρισης 68%), ωστόσο εκτιμάται ότι αυτά απεικονίζουν **την Αγορά Ταχυμεταφορών σε ποσοστό 98% 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. Σημειώνεται ότι για πρώτη φορά φέτος έχει χρησιμοποιηθεί διαφορετικός συντελεστής αναγωγής του όγκου διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων και διαφορετικός συντελεστής αναγωγής των εσόδων από ταχυδρομικές υπηρεσίες, καθώς έχει παρατηρηθεί ότι υπάρχουν διαφορετικοί ρυθμοί ανάπτυξης ανάμεσα στα δύο μεγέθη. 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 ένα μοτοποδήλατο και ένα αυτοκίνητο ανά επιχείρηση,
- οι αδειοδοτημένες επιχειρήσεις που δεν απάντησαν θεωρήθηκε ότι 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 που δεν απάντησαν στην έρευνα δεν διαθέτουν Δίκτυο,
- η επίδοση των ταχυδρομικών αντικειμένων στους παραλήπτες, από αυτές τις επιχειρήσεις, λόγω και της δραστηριότητας τοπικής εμβέλειας που –κατά κύριο λόγο- 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. 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. Τέλος, στο **έβδομο κεφάλαιο** παρουσιάζεται το κανονιστικό πλαίσιο που διέπει την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας, καθώς και στατιστικά στοιχεία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό.

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 εμπίπτουν στο πεδίο της Καθολικής Ταχυδρομικής Υπηρεσίας υποχρεούνται να διαθέτουν Ειδική Άδεια όπως προσδιορίζεται και στον **«Κανονισμό Ειδικών Αδειών για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών»** (ΦΕΚ 1906/Β/2003).

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

Αναλυτικότερα με τις συγκεκριμένες Οδηγίες θεσπίζονται κοινοί κανόνες που αφορούν:

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

Σε συνέχεια της υφιστάμενης Κοινοτικής Οδηγίας, αναμένεται η έκδοση της **Τρίτης Οδηγίας** που θα αφορά τον Ταχυδρομικό Τομέα.

Η πρόταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τη νέα Ταχυδρομική Οδηγία και πλήρη απελευθέρωση του τομέα από 1/1/2009 βρίσκεται υπό συζήτηση στα πλαίσια της διαδικασίας της συναπόφασης.

Με πρόσφατο ψήφισμα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου δίνεται στα Κράτη – Μέλη η δυνατότητα μετάθεσης της απελευθέρωσης για δύο ακόμη χρόνια έως 1/1/2011, με ειδική πρόβλεψη για χώρες με ιδιαίζουσες γεωγραφικές συνθήκες για άνοιγμα της αγοράς το αργότερο την 1/1/2013.

Βασικοί σκοποί της πρότασης είναι:

- η δημιουργία κοινού νομοθετικού πλαισίου για την απελευθέρωση της ευρωπαϊκής αγοράς ταχυδρομικών υπηρεσιών και την κατάργηση της αποκλειστικής περιοχής
- η διασφάλιση ενός κοινού επιπέδου ποιότητας παροχής καθολικής υπηρεσίας για τους χρήστες σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες, και
- ο καθορισμός ομοιόμορφων αρχών ρύθμισης των ταχυδρομικών υπηρεσιών στην εσωτερική αγορά, με σκοπό τον περιορισμό των παραμέτρων που δεν επιτρέπουν την ομαλή απελευθέρωση της αγοράς.

Στην Τρίτη Οδηγία μεταξύ άλλων θα καθορίζονται: ο τρόπος και το επίπεδο απελευθέρωσης της εσωτερικής αγοράς, ο τρόπος παρακολούθησης της παροχής Καθολικών Υπηρεσιών σύμφωνα με τα πρότυπα ποιότητας που θα καθορίζονται, οι εναλλακτικοί τρόποι χρηματοδότησης της Καθολικής Υπηρεσίας και λοιπά θέματα όπως η αδειοδότηση των παρόχων κτλ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΖΗΤΗΣΗ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται το μέγεθος και ο ρυθμός ανάπτυξης της ταχυδρομικής αγοράς και της αγοράς ταχυμεταφορών την τελευταία επταετία 2000-2006. Ειδικότερα, 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

Οι ταχυδρομικές υπηρεσίες στην ΕΕ (25) είχαν έσοδα περίπου 91,7 δισ. ευρώ το 2005, και συνεχίζουν να έχουν σημαντική συνεισφορά στην οικονομία της ΕΕ¹. 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 αντικειμένων².

Σύμφωνα με μια δεύτερη μελέτη που εκπονήθηκε από το Postal User's Group τον Ιούλιο του 2006 επισημάνεται ότι εκτός του ενός εκατομμυρίου άμεσα απασχολούμενων στην ευρωπαϊκή ταχυδρομική αγορά, άλλα τέσσερα εκατομμύρια θέσεις εργασίας εξαρτώνται από την πορεία του -υπό την στενή έννοια- ευρωπαϊκού ταχυδρομικού κλάδου. Σύμφωνα με τα ευρήματα της παραπάνω μελέτης η ευρύτερη ενιαία ευρωπαϊκή ταχυδρομική αγορά συνεισφέρει περί τα 203 δισ. ευρώ σε όρους εσόδων στην Ευρωπαϊκή Οικονομία³. Η έμμεση συνεισφορά τόσο σε όρους εσόδων όσο και σε όρους θέσεων εργασίας σχετίζεται με παροχή υπηρεσιών τρίτων, στους ταχυδρομικούς οργανισμούς και παρόχους, στην πραγματοποίηση επενδύσεων πάγιου και κεφαλαιουχικού εξοπλισμού από αυτούς και πιο συγκεκριμένα παραδείγματα έμμεσης συνεισφοράς αποτελούν οι υπηρεσίες κοιμιστών (mail orders) και των υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce).

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

¹ Πηγή: http://www.upu.int/pls/ap/ssp_report.CreateReport

² Πηγή: WIK Consult, Main Developments in the Postal Sector (2004-2006), (WIK Consult GmbH – May 2006)

³ Πηγή: Postal User's Group, The European Mail Manifesto 2006 (PUG July 2006, 1st Edition)

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 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.

Τον Φεβρουάριο του 2007 η Eurostat δημοσίευσε στατιστικά στοιχεία της ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς κατόπιν συλλογής και επεξεργασίας πρωτογενών στοιχείων από της Εθνικές Ρυθμιστικές Αρχές της ΕΕ. Επιλεγμένα στοιχεία και δείκτες που αφορούν την εν λόγω αγορά για το έτος 2004 παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

Επιλεγμένοι Δείκτες Ευρωπαϊκής Ταχυδρομικής Αγοράς έτους 2004⁴ (ΦΠΚΥ)							
	Ταχ/κα Γραφεία	Θέσεις Εργασίας	Έσοδα (εκ. €)	Ταχ. Αντ. (1000)	Ταχ/κο Τέλος (€)	Αποκλειστικός Τομέας (1000)	Ποιότητα % (X+1)*
BE	1.308	32.311	2.000,5	M/Δ	0,50	C	87,3
BG	3.134	9.134	28,9	80.798	0,23	67.552	88,0
CZ	3.419	31.681	396,4	952.990	0,20	580.939	95,0
DK	996	28.349	1.482,0	1.454.053	0,60	1.001.600	95,2
DE	34.019	201.541	14.076,0	16.038.000	0,55	13.705.000	87,9
EE	545	4.222	41,6	74.338	0,28	M/Δ	95,3
IE	1.614	7.502	515,0	757.000	0,48	594.000	72,0
EL	1.565	10.412	401,8	600.988	0,49	494.556	65,8
ES	10.063	52.133	1.854,7	4.964.692	0,27	3.082.447	84,3
FR	16.947	M/Δ	11.300,0	19.329.000	0,53	15.007.000	75,7
IT	13.855	C	3.973,0	6.056.543	0,60	C	87,2
CY	52	942	29,7	55.462	0,34	M/Δ	62,5
LV	967	7.080	19,5	64.006	0,23	59.195	70,0
LT	951	8.164	19,4	52.854	0,29	20.056	78,6
LU	543	1.485	146,0	133.300	0,50	80.000	94,4
HU	2.820	27.713	268,6	918.303	0,36	814.695	99,3
MT	53	625	C	C	0,16	C	89,0
NL	2.112	42.150	2.660,0	5.300.000	0,39	M/Δ	96,5
AT	1.947	26.058	1.701,6	M/Δ	0,55	M/Δ	95,9
PL	8.350	73.784	1.161,0	3.165.683	0,42	1.930.460	93,0
PT	3.037	14.378	648,0	1.300.654	0,45	1.055.694	95,6
RO	6.955	34.756	M/Δ	324.741	0,12	156.321	M/Δ
SI	557	5.645	128,0	398.129	0,20	295.063	99,0
SK	1.603	13.990	C	514.805	0,37	258.982	94,6
FI	1.311	21.800	1.035,0	2.150.400	0,65	M/Δ	95,7
SE	2.000	34.299	2.753,0	2.995.500	0,60	M/Δ	95,6
UK	17.900	195.952	11.847,0	18.807.000	0,44	M/Δ	91,0
HR	1.158	9.838	114,3	299.701	0,31	176.707	98,1
NO	1.504	19.650	1.104,0	1.427.000	0,72	1.073.608	99,6

*Τα ποσοστά επίδοσης της αλληλογραφίας Α' προτεραιότητας Εσωτερικού, εντός μιας εργάσιμης ημέρας

⁴ Πηγή: Eurostat (2007) "Inquiry on Postal Services 2005" E.C. – Eurostat, February 2007, www.ec.europa.eu/eurostat

Κωδικοί Χωρών:

BE: Βέλγιο	IE: Ιρλανδία	LT: Λιθουανία	AT: Αυστρία	FI: Φιλανδία
BG: Βουλγαρία	EL: Ελλάδα	LV: Λευκορωσία	PL: Πολωνία	SE: Σουηδία
CZ: Τσεχία	ES: Ισπανία	LU: Λουξεμβούργο	PT: Πορτογαλία	UK: Αγγλία
DK: Δανία	FR: Γαλλία	HU: Ουγγαρία	RO: Ρουμανία	HR: Κροατία
DE: Γερμανία	IT: Ιταλία	MT: Μάλτα	SI: Σλοβενία	NO: Νορβηγία
EE: Εσθονία	CY: Κύπρος	NL: Ολλανδία	SK: Σλοβακία	

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 αγορά υπηρεσιών αλληλογραφίας, οι δημόσιοι ταχυδρομικοί πάροχοι κατέχουν το 83% των συνολικών εσόδων, ενώ το υπόλοιπο 17% μοιράζεται σε ιδιωτικούς ταχυδρομικούς παρόχους. Η αγορά των δεμάτων και των υπηρεσιών επείγουσας διαβίβασης, από την άλλη πλευρά, 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 παρόχους⁵.

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.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα έσοδα της Ευρωπαϊκής Αγοράς αντικειμένων αλληλογραφίας (mail market) των 25 ΦΠΚΥ των κρατών μελών της ΕΕ. Η αγορά αντικειμένων αλληλογραφίας της ΕΕ των 25 αθροίζει συνολικά έσοδα ύψους 47 δισ. ευρώ για τους Φορείς Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας, γεγονός που δικαιολογεί την σημαντικότητα του κλάδου καθώς συνεισφέρει σε ποσοστό 0,5% στο Ευρωπαϊκό ΑΕΠ.

⁵ Πηγή: WIK Consult (2004) "Main Developments in the European Postal Sector" E.C. – D.G. Internal Market

Έσοδα Αγοράς Αντικειμένων Αλληλογραφίας των Ευρωπαϊκών ΦΠΚΥ⁶				
Χώρα	ΦΠΚΥ	2002	2003	Μεταβολή (%)
		(Έσοδα εκ. €)	(Έσοδα εκ. €)	
Αυστρία	Austria Post	1.142	1.117	-2%
Βέλγιο	De Post – La Poste	1.364	1.354	-1%
Κύπρος	Cyprus Postal Services	21	22	+7%
Τσεχία	Ceska Posta	182	196	+7%
Δανία	Post Danmark	948	920	-3%
Εσθονία	Eesti Post	16	16	-4%
Φιλανδία	Posti	711	733	+3%
Γαλλία	La Poste	10.051	9.162	-9%
Γερμανία	Deutsche Post	11.703	11.711	0%
Ελλάδα	Elta Hellenic Post	325	362	+11%
Ουγγαρία	Magyar Posta	240	257	+7%
Ιρλανδία	An Post	427	434	+2%
Ιταλία	Poste Italiane	3.838	3.862	+1%
Λευκορωσία	Latvia Post	17	16	-9%
Λιθουανία	Lietuvos Pastas	18	16	-12%
Λουξεμβούργο	P&T Luxembourg	110	113	+2%
Μάλτα	Malta Post	13	12	-8%
Ολλανδία	TPG	3.267	3.195	-2%
Πολωνία	Poczta Polska	677	662	-2%
Πορτογαλία	CTT Correios	516	527	+2%
Σλοβακία	Slovak Post	79	91	+15%
Σλοβενία	Posta Slovenije	91	103	+13%
Ισπανία	Correos	1.483	1.486	0%
Σουηδία	Posten	1.747	1.793	+3%
Αγγλία	Royal Post	8.746	8.370	-4%
Σύνολο Εσόδων Αλληλογραφίας		47.733	46.530	

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.

3.1.2 Η αγορά δεμάτων και ταχυμεταφορών.

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

Είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι η αγορά δεμάτων και ταχυμεταφορών λειτουργεί σε απελευθερωμένο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Τα παραπάνω τεκμηριώνονται από το γεγονός ότι το μερίδιο των πέντε μεγαλύτερων ΦΠΚΥ στην εν λόγω αγορά ανέρχεται

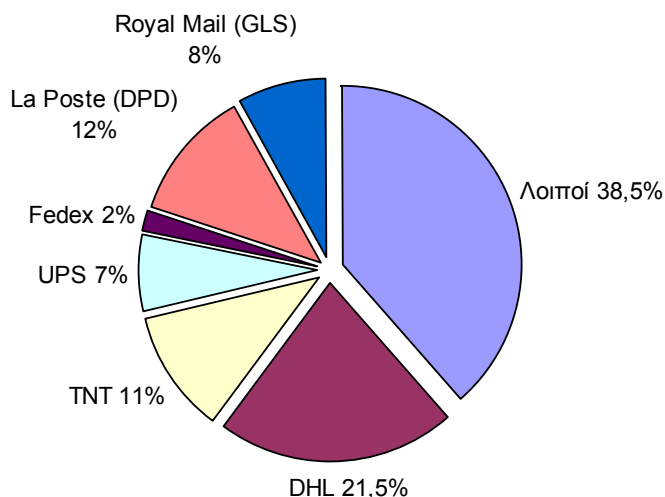
⁶ Πηγή: Postal User's Group, The European Mail Manifesto 2006 (PUG January 2007, 2nd Edition)

στο 59%, ενώ αντίστοιχα το μερίδιο αγοράς των ιδιωτικών ταχυδρομικών φορέων ανέρχεται στο 41%.

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 2000⁷.

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, τα πρόσφατα μερίδια αγοράς (2004-2005) των κυριότερων παρόχων παρουσιάζονται στο παρακάτω γράφημα⁸:



⁷ Πηγή: WIK Consult (2004) "Main Developments in the European Postal Sector" E.C. – D.G. Internal Market

⁸ Πηγή: IPC & DIW (2007) "How to regulate the Postal Industry: An Economic Approach" IPC, August 2007

3.2 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της Ελληνικής Ταχυδρομικής Αγοράς

Η Ελληνική Ταχυδρομική Αγορά αποτελείται από δύο κύριες υποαγορές: την Αγορά Καθολικής Υπηρεσίας και την Αγορά Ταχυμεταφορών, δηλαδή «Υπηρεσιών που έχουν σχέση με ειδικής επείγουσας διαβίβασης ταχυδρομικά αντικείμενα, παρακολουθούμενα από Ειδικό Σύστημα Παρακολούθησης και Εντοπισμού» (άρθρο 1 Κανονισμού Γενικών Αδειών Παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών – ΦΕΚ 1682/Β/2003). Οι ταχυδρομικές υπηρεσίες παρέχονται από τον Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (Φ.Π.Κ.Υ) και από ιδιωτικές ταχυδρομικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αγορά υπό καθεστώς Γενικής ή Ειδικής Άδειας παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών. Η υποχρέωση παροχής καθολικής ταχυδρομικής υπηρεσίας 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 το Ν. 2668/98, είναι τα Ελληνικά Ταχυδρομεία (ΕΛ.ΤΑ).

Μία τρίτη υποαγορά, σημαντικά μικρότερη σε έσοδα από τις δύο προηγούμενες είναι εκείνη των εταιριών που δραστηριοποιούνται στο χώρο της παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας, η οποία παρουσιάζεται αυτοτελώς στο κεφάλαιο 7.

Ο ετήσιος κύκλος εργασιών των ταχυδρομικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα αντιστοιχεί στο **0,27%** του Α.Ε.Π. για το έτος **2006** (αναθεωρημένα στοιχεία ΑΕΠ – πηγή: ΕΣΥΕ). Η ελληνική ταχυδρομική αγορά δεν είναι απελευθερωμένη για αντικείμενα μέχρι 50 γραμμάρια. Αυτό σημαίνει ότι ο Φ.Π.Κ.Υ. διατηρεί το αποκλειστικό δικαίωμα στην περισυλλογή, μεταφορά, διαλογή και διανομή των αντικειμένων αλληλογραφίας με διεύθυνση παραλήπτη. Το πιο πάνω αποκλειστικό δικαίωμα του ΦΠΚΥ ορίσθηκε με την Υ.Α. 74196/1885 (ΦΕΚ 1887/Β/30-12-2005). Σύμφωνα με την ίδια Υ.Α. «το ανώτατο όριο βάρους των ταχυδρομικών αντικειμένων δεν ισχύει αν η τιμή είναι ίση ή μεγαλύτερη κατά δυόμιση φορές την τιμή του δημόσιου τέλους για ένα αντικείμενο αλληλογραφίας της πρώτης βαθμίδας βάρους της ταχύτερης κατηγορίας».

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται οι όγκοι ταχυδρομικών αντικειμένων για την αγορά καθολικής υπηρεσίας και την αγορά ταχυμεταφορών κατά τα τελευταία 7 έτη.

Όγκος Ταχυδρομικών Αντικειμένων καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2006

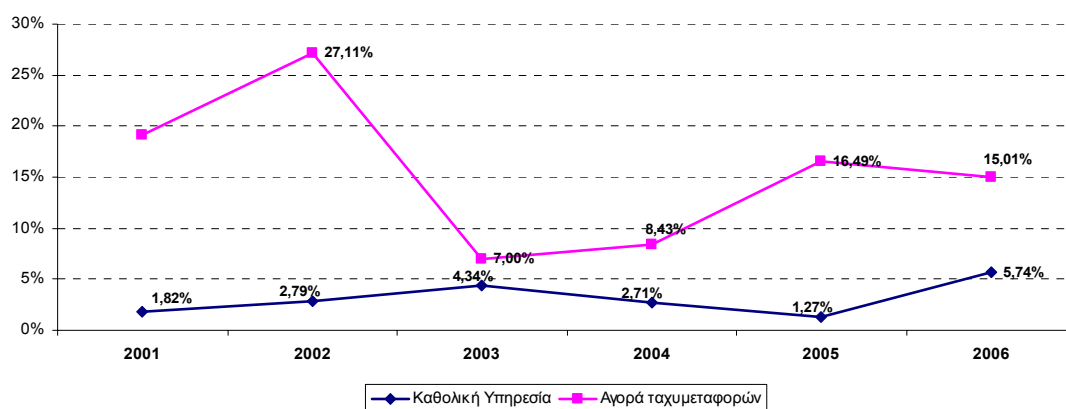
Ταχ. αντικείμενα (% κατανομή)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Αγορά καθολικής υπηρεσίας	571.786.808 (96,76%)	582.212.123 (96,23%)	598.441.707 (95,38%)	624.417.800 (95,27%)	641.361.900 (95,02%)	649.475.889 (94,31%)	682.782.500 (93,85%)
Αγορά ταχυμεταφορών	19.126.192 (3,24%)	22.794.224 (3,77%)	28.973.204 (4,62%)	31.000.000 (4,73%)	33.613.878 (4,98%)	39.156.615 (5,69%)	45.034.437 (6,15%)
Σύνολο	590.913.000 (100%)	605.006.347 (100%)	627.414.911 (100%)	655.417.800 (100%)	674.975.778 (100%)	688.632.504 (100%)	731.816.937 (100%)
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (%)	-	2,40%	3,70%	4,46%	2,98%	2,02%	6,27%

Όπως προκύπτει από τον πίνακα, η ελληνική ταχυδρομική αγορά το 2006, διαμορφώθηκε σε 732 εκ. αντικείμενα από 689 εκ., περίπου το 2005 παρουσιάζοντας αύξηση κατά 6,3%. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς από το 2000 έως το 2006 ανέρχεται σε 3,6%.

Η αγορά καθολικής υπηρεσίας καταλαμβάνει τον μεγαλύτερο όγκο στην ελληνική ταχυδρομική αγορά και το 2006, αποτελώντας το 93,8% της ταχυδρομικής αγοράς, ενώ ποσοστό της τάξεως του 6,2% αντιστοιχεί στην αγορά ταχυμεταφορών. Παρατηρείται ότι η αγορά ταχυμεταφορών παρά το μικρό της μέγεθος, παρουσιάζει συνεχή αύξηση του μεριδίου που κατέχει στην ελληνική ταχυδρομική αγορά με αντίστοιχη μείωση του μεριδίου της αγοράς καθολικής υπηρεσίας. Πράγματι, ο μέσος ρυθμός αύξησης του όγκου της αγοράς ταχυμεταφορών διαμορφώνεται σε 15,5%, ενώ η αγορά καθολικής υπηρεσίας αυξάνεται με πολύ χαμηλότερο ρυθμό, της τάξης του 3,1% για την περίοδο 2000-2006.

Οι ρυθμοί μεταβολής των δύο αγορών για το χρονικό διάστημα 2000 – 2006 απεικονίζονται στο ακόλουθο διάγραμμα.

Ετήσιοι ρυθμοί μεταβολής όγκου καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2006



Η εικόνα της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς εμφανίζεται διαφοροποιημένη από πλευράς μεριδίων εσόδων όπως φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα.

Έσοδα καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2006

(ποσά σε €) (% κατανομή)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Αγορά καθολικής υπηρεσίας	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%)	405.141.268 (60,59%)
Αγορά ταχυμεταφορών	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%)	263.465.527 (39,41%)
Σύνολο	374.639.108 (100%)	453.692.478 (100%)	522.675.317 (100%)	580.295.217 (100%)	595.155.201 (100%)	630.595.629 (100%)	668.606.795 (100%)
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (%)	-	21,10%	15,20%	11,02%	2,56%	5,95%	6,03%

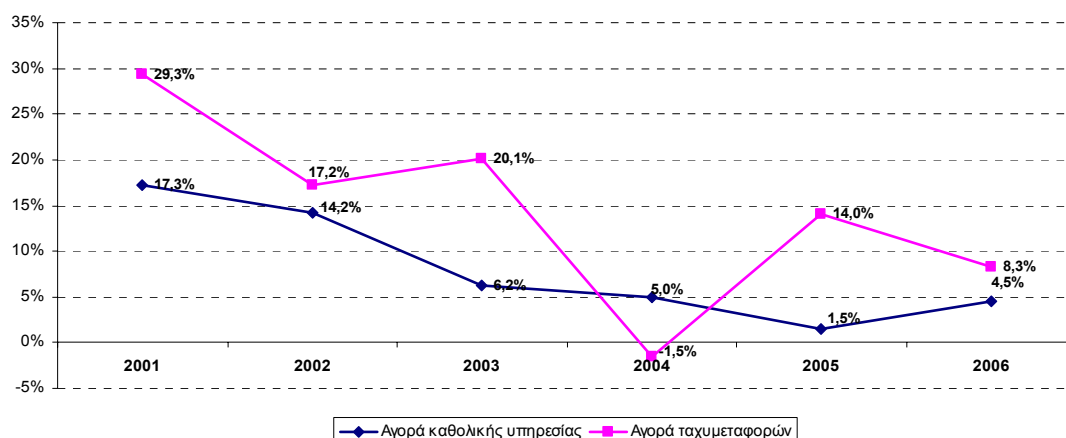
Το 2006 τα έσοδα της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς ανήλθαν σε 669 εκ. ευρώ περίπου, εκ των οποίων περί τα 405 εκ. ευρώ αφορούν στην αγορά καθολικής υπηρεσίας και 263 εκ. ευρώ αφορούν στην αγορά ταχυμεταφορών, στην οποία έχουν συμπεριληφθεί και τα έσοδα από λοιπές ταχυδρομικές υπηρεσίες (διακίνηση διαφημιστικών αντικειμένων) υπό καθεστώς Γενικής Άδειας ύψους 0,2 εκατ. ευρώ. Ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς σε όρους εσόδων από το 2000 έως το 2006 ανέρχεται σε 10,3%.

Η σημαντική διαφοροποίηση που υπάρχει στην απεικόνιση της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς από πλευράς όγκου και εσόδων, καταδεικνύει τη μεγάλη διακύμανση τιμών των προσφερόμενων υπηρεσιών. Το γεγονός αυτό είναι αναμενόμενο, καθώς στην αγορά ταχυμεταφορών παρέχονται «υπηρεσίες που έχουν σχέση με ειδικής επείγουσας διαβίβασης ταχυδρομικά αντικείμενα, παρακολουθούμενα από Ειδικό Σύστημα Παρακολούθησης και Εντοπισμού».

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 17%-20%. Αντίθετα στην Ελλάδα, όπως παρουσιάστηκε στους πιο πάνω πίνακες, παρατηρείται ότι το ποσοστό αυτό είναι υπερδιπλάσιο και προσεγγίζει το 40% περίπου.

Τα ετήσια ποσοστά μεταβολής των εσόδων της κάθε μίας αγοράς για το χρονικό διάστημα 2000-2006 παρουσιάζονται στο διάγραμμα που ακολουθεί.

Ετήσια ποσοστά μεταβολής εσόδων καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2006

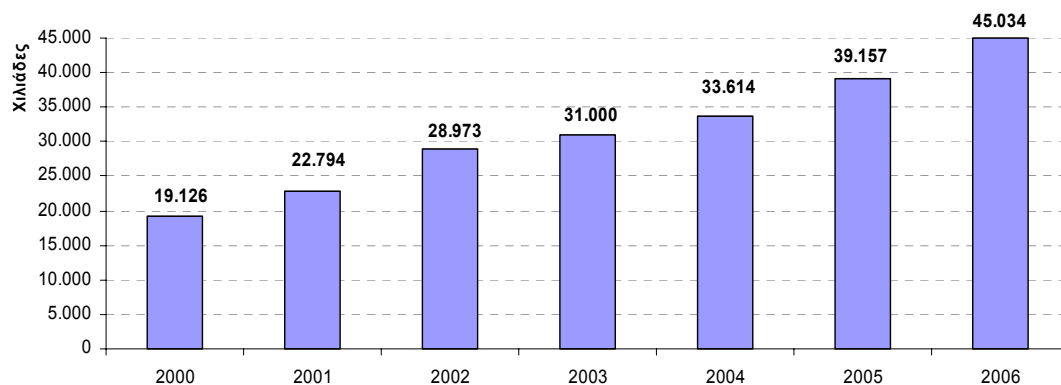


3.3 Μέγεθος και ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς ταχυμεταφορών

Όγκος & Έσοδα:

Το 2006 στην αγορά ταχυμεταφορών διακινήθηκαν περί τα 45 εκατ. ταχυδρομικά αντικείμενα έναντι 39 εκατ. αντικειμένων το 2005, παρουσιάζοντας ποσοστιαία αύξηση κατά 15,1%. Από πλευράς εσόδων το μέγεθος της αγοράς ταχυμεταφορών το 2006 ανήλθε σε 263 εκατ. ευρώ έναντι 243 εκατ. ευρώ το 2005, παρουσιάζοντας αύξηση κατά 8,6%.

Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών



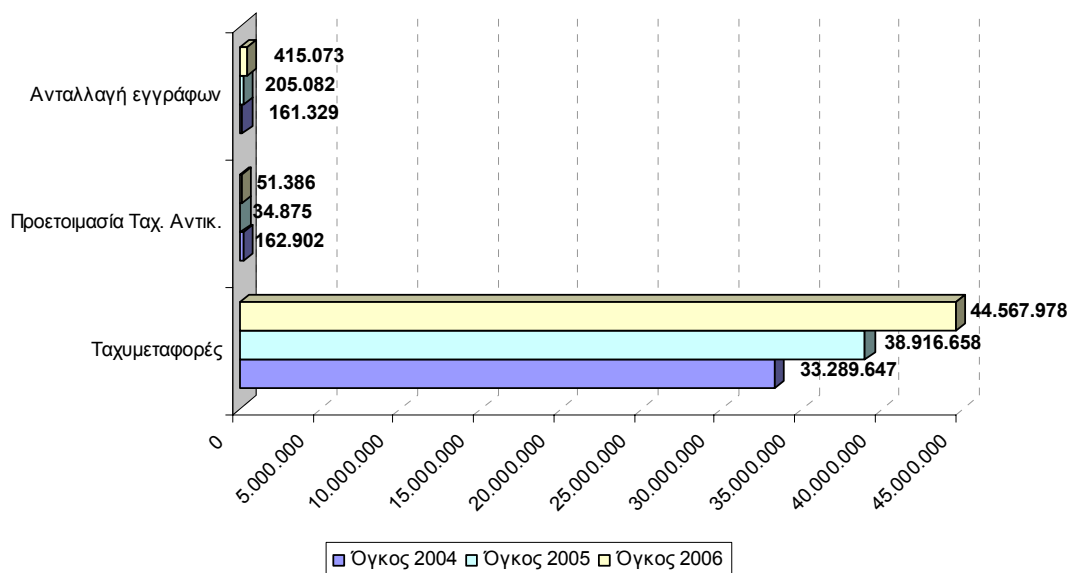
Όσον αφορά στην αγορά ταχυμεταφορών, αξίζει να σημειωθεί ότι παρά τη διαχρονική αύξηση των συνολικών εσόδων της, τα μέσα ετήσια έσοδα ανά διακινούμενο ταχυδρομικό αντικείμενο παρουσιάζουν μείωση, καθώς η μέση ετήσια αύξηση από πλευράς όγκου διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων υπερβαίνει τη μέση ετήσια αύξηση των αντίστοιχων εσόδων. Αποτέλεσμα αυτού είναι η διαχρονική μείωση του μέσου εσόδου ανά ταχυδρομικό αντικείμενο που διακινείται στην αγορά ταχυμεταφορών. Στη συνέχεια παρατίθεται ενδεικτικός πίνακας.

Μέσο Έσοδο ανά ταχυδρομικό αντικείμενο στην αγορά ταχυμεταφορών, 2000-2006

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Αγορά ταχυμεταφορών	6,21 €	6,74 €	6,22 €	6,98 €	6,34 €	6,21 €	5,85 €
Ποσοστιαία μεταβολή	-	8,53%	-7,77%	12,28%	-9,16%	-2,13%	-5,80%

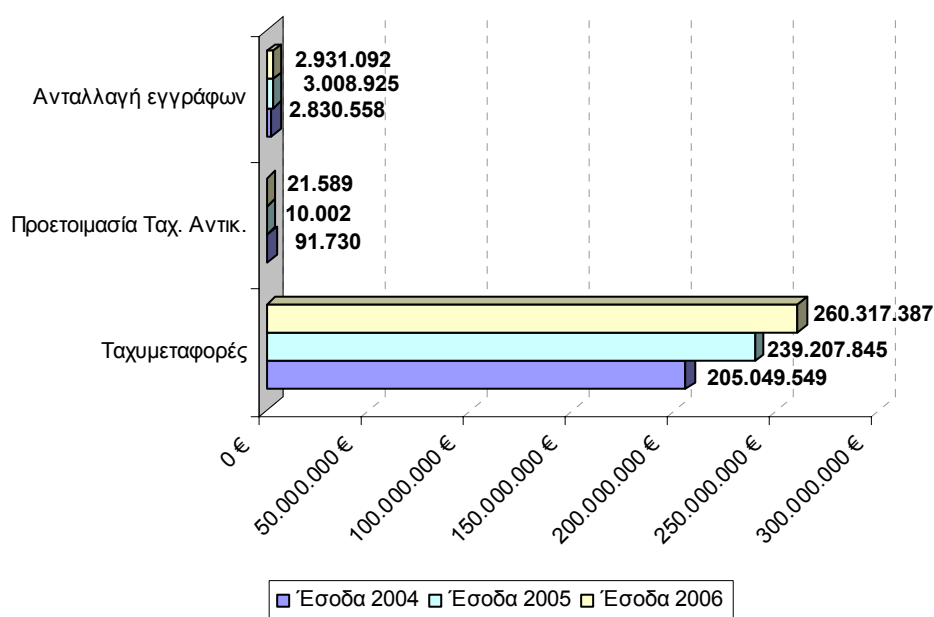
Στο διάγραμμα που ακολουθεί, παρουσιάζεται η ανάλυση του διακινούμενου όγκου αντικειμένων υπό καθεστώς Γενικής Άδειας ανά κατηγορία παρεχόμενης υπηρεσίας, για τα έτη 2004 - 2006. Συνοπτικά αναφέρουμε ότι παρουσιάζεται αύξηση κατά 15% περίπου στα αντικείμενα ταχυμεταφορών και αύξηση κατά 47% περίπου στην υπηρεσία προετοιμασίας ταχυδρομικών αντικειμένων.

Όγκος αντικειμένων Ταχυμεταφορών 2004-2006



Στο ακόλουθο διάγραμμα παρουσιάζεται ο διαχωρισμός των εσόδων ανά παρεχόμενη ταχυδρομική υπηρεσία υπό καθεστώς Γενικής Άδειας συγκριτικά για τα έτη 2004 – 2006.

Έσοδα ανά παρεχόμενη υπηρεσία ταχυμεταφορών 2004-2006



Τρόπος διακίνησης:

Η ανάλυση που ακολουθεί αφορά στην κατανομή των διακινήθ έντων ταχυδρομικών αντικειμένων της αγοράς ταχυμεταφορών, ανάλογα με τον τρόπο διακίνησης (αυτόνομα ή συνδυασμένα) για τα έτη 2005-2006.

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.

Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών 2005-2006

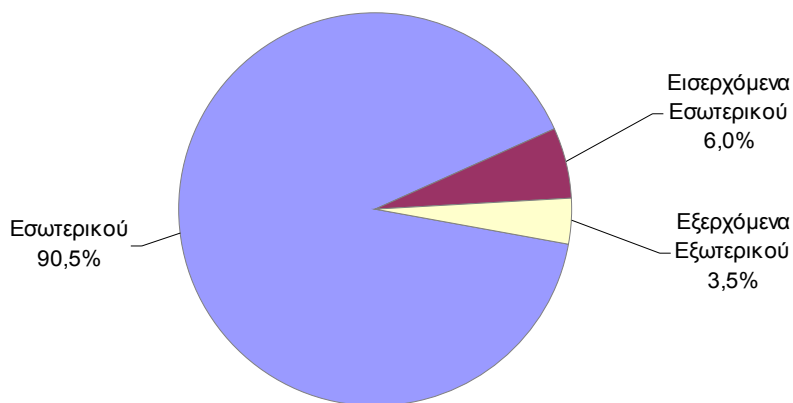
Ταχυμεταφορές ταχυδρομικών αντικειμένων	Έτος 2006		Έτος 2005	
	Ταχυδρομικά αντικείμενα (% κατανομή)	Έσοδα σε € (% κατανομή)	Ταχυδρομικά αντικείμενα (% κατανομή)	Έσοδα σε € (% κατανομή)
Διακίνηση εσωτερικού				
Αυτόνομη διακίνηση	36.916.570 82,28%	161.206.814 € 61,67%	33.102.600 83,73%	147.285.714 € 61,56%
Συνδυασμένη διακίνηση	3.664.146 8,17%	16.770.125 € 6,42%	2.347.638 5,94%	11.912.979 € 4,98%
Σύνολο	40.580.716 90,45%	177.976.939 € 68,08%	35.450.238 89,67%	159.198.694 € 66,54%
Διακίνηση εισερχομένων εξωτερικού				
Αυτόνομη διακίνηση	2.535.432 5,65%	29.275.407 € 11,20%	2.462.839 6,23%	26.427.956 € 11,05%
Συνδυασμένη διακίνηση	172.623 0,38%	1.791.405 € 0,69%	157.380 0,40%	1.624.080 € 0,68%
Σύνολο	2.708.055 6,04%	31.066.812 € 11,88%	2.620.220 6,63%	28.052.036 € 11,73%
Διακίνηση εξερχόμενων εξωτερικού				
Αυτόνομη διακίνηση	1.264.202 2,82%	42.113.258 € 16,11%	1.162.837 2,94%	42.591.109 € 17,80%
Συνδυασμένη διακίνηση	311.789 0,69%	10.258.370 € 3,92%	302.190 0,76%	9.400.230 € 3,93%
Σύνολο	1.575.991 3,51%	52.371.629 € 20,03%	1.465.027 3,71%	51.991.339 € 21,73%
Γενικό σύνολο	44.864.762 100%	261.415.380 € 100%	39.535.485 100%	239.242.069 € 100%

Τα ταχυδρομικά αντικείμενα που διακινήθηκαν στο **εσωτερικό** ανήλθαν σε 40,1 εκ. (ή 90,5% του συνολικού όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων) ενώ η αξία τους υπολογίζεται σε 178 εκ. ευρώ (ή 68,1% 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 6,04% και 3,51% αντίστοιχα, και σε όρους αξίας 11,88% και 20,03% αντίστοιχα. Σημειώνεται ότι δεν παρατηρείται σημαντική διαφοροποίηση στην αναλογία του όγκου και των εσόδων των ταχυδρομικών αντικειμένων ανάλογα με τον τρόπο διακίνησης σε σχέση με τα αντίστοιχα μεγέθη του 2005.

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.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζεται η ποσοστιαία κατανομή της διακίνησης ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού και εξωτερικού.

Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού και εξωτερικού, 2006



Όπως είναι φανερό, η αυτόνομη διακίνηση εσωτερικού αποτελεί τον κυριότερο τρόπο διακίνησης των ταχυδρομικών αντικειμένων στο εσωτερικό της χώρας. Αυτό, σε συνδυασμό με το ότι ο μεγαλύτερος όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού διακινείται από λίγες επιχειρήσεις που διαθέτουν τα μεγαλύτερα μερίδια της αγοράς, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι τελευταίες έχουν αναπτύξει ισχυρά αυτόνομα δίκτυα.

Αντίστοιχα, τα μεγάλα ποσοστά συμμετοχής της αυτόνομης διακίνησης στις κατηγορίες εισερχομένων και εξερχομένων εξωτερικού οφείλονται στο γεγονός ότι ο μεγαλύτερος όγκος αυτών των ταχυδρομικών αντικειμένων διακινείται από πολυεθνικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην αγορά ταχυμεταφορών, οι οποίες επίσης έχουν αναπτύξει ισχυρά και μεγάλης εμβέλειας δίκτυα.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρατίθενται ενδεικτικά τα μέσα έσοδα ανά ταχυδρομικό αντικείμενο ανάλογα με τον προορισμό / προέλευσή τους ανεξάρτητα από τον τρόπο διακίνησης (αυτόνομα ή συνδυασμένα).

Μέσα έσοδα ανά ταχυδρομικό αντικείμενο ανάλογα με προορισμό / προέλευση

Ταχ. αντικείμενα	Μέσα έσοδα ανά ταχ. αντικείμενο		Μεταβολή
	2005	2006	
Εσωτερικού	4,49 €	4,39 €	-2,3%
Εισερχόμενα εξωτερικού	10,71 €	11,47 €	+7,2%
Εξερχόμενα Εξωτερικού	35,49 €	33,23 €	-6,4%

Η διακίνηση των ταχυδρομικών αντικειμένων στο εσωτερικό και στο εξωτερικό σχετικά με τους χρόνους επίδοσής τους, παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

Διακίνηση αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, 2006

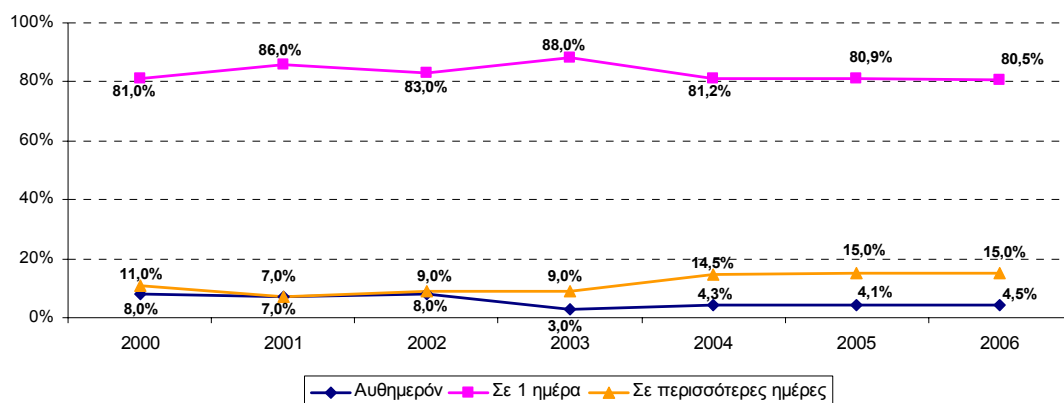
	Αυτόνομη διακίνηση		Συνδυασμένη διακίνηση		Σύνολο	
	Πλήθος	Έσοδα	Πλήθος	Έσοδα	Πλήθος	Έσοδα
Αυθημερόν	1.591.094 4,3%	10.945.697 € 6,8%	219.047 6,0%	1.439.008 € 8,5%	1.810.141 4,5%	12.384.704 € 7,0%
Σε 1 ημέρα	29.552.737 80,1%	125.575.604 € 78,2%	3.093.471 84,8%	13.983.122 € 82,6%	32.646.208 80,5%	139.558.726 € 78,6%
Σε περισσότερες ημέρες	5.759.042 15,6%	24.059.575 € 15,0%	336.788 9,2%	1.498.598 € 8,9%	6.095.830 15,0%	25.558.173 € 14,4%
Σύνολο	36.902.873 100,0%	160.580.876 € 100,0%	3.649.307 100,0%	16.920.728 € 100,0%	40.552.179 100,0%	177.501.603 € 100,0%

Ποσοστό 80,5% των ταχυδρομικών αντικειμένων στο **εσωτερικό** διακινείται σε μια ημέρα (32,6 εκ. αντικείμενα, αξίας 139,6 εκ. ευρώ). Σε περισσότερες ημέρες διακινείται το 15% του συνόλου της αγοράς (6,1 εκ. αντικείμενα αξίας 25,6 εκ. ευρώ), ενώ αυθημερόν διακινείται το 4,5% του συνολικού πλήθους (1,8 εκ. αντικείμενα, αξίας 12,4 εκ. ευρώ).

Αξίζει να σημειωθεί η διαφοροποίηση που παρατηρείται στην αναλογία των εσόδων που προέρχονται από τα αντικείμενα που διακινούνται αυθημερόν σε σχέση με τον αντίστοιχο όγκο (7% και 4,5% αντίστοιχα), σε συνδυασμό με την αντίστροφη εικόνα που παρουσιάζει η αντίστοιχη αναλογία των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινούνται σε περισσότερες ημέρες. Είναι αναμενόμενο ότι λόγω του χαρακτήρα της εξαιρετικά επείγουσας διακίνησης του ταχυδρομικού αντικειμένου που παραλαμβάνεται και επιδίδεται εντός της ίδιας ημέρας, ο καταναλωτής καλείται να πληρώσει μεγαλύτερο τίμημα λόγω και του αυξανόμενου κόστους αλλά και της αυξανόμενης προστιθέμενης αξίας για την αυθημερόν υπηρεσία που λαμβάνει.

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

Κατανομή αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, έτη 2000-2006



Η αυτόνομη και η συνδυασμένη διακίνηση του πλήθους των ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού παρουσιάζεται στους ακόλουθους πίνακες.

Διακίνηση προέλευσης εξωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης

2006	Αυτόνομη διακίνηση		Συνδυασμένη διακίνηση		Σύνολο	
	Πλήθος	Έσοδα	Πλήθος	Έσοδα	Πλήθος	Έσοδα
Σε 1 ημέρα	1.749.691	16.394.170 €	25.989	882.972 €	1.775.680	17.277.142 €
	69,0%	56,0%	14,1%	37,7%	65,3%	54,7%
Σε περισσότερες ημέρες	785.375	12.880.520 €	158.430	1.456.438 €	943.805	14.336.958 €
	31,0%	44,0%	85,9%	62,3%	34,7%	45,3%
ΣΥΝΟΛΟ	2.535.066	29.274.690 €	184.419	2.339.410 €	2.719.485	31.614.100 €
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Διακίνηση προορισμού εξωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης

2006	Αυτόνομη διακίνηση		Συνδυασμένη διακίνηση		Σύνολο	
	Πλήθος	Έσοδα	Πλήθος	Έσοδα	Πλήθος	Έσοδα
Σε 1 ημέρα	951.129	28.005.070 €	159.283	6.007.118 €	1.110.412	34.012.189 €
	75,2%	66,5%	55,4%	62,7%	71,6%	65,8%
Σε περισσότερες ημέρες	313.042	14.129.504 €	128.264	3.578.214 €	441.306	17.707.718 €
	24,8%	33,5%	44,6%	37,3%	28,4%	34,2%
ΣΥΝΟΛΟ	1.264.171	42.134.575 €	287.547	9.585.332 €	1.551.718	51.719.906 €
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

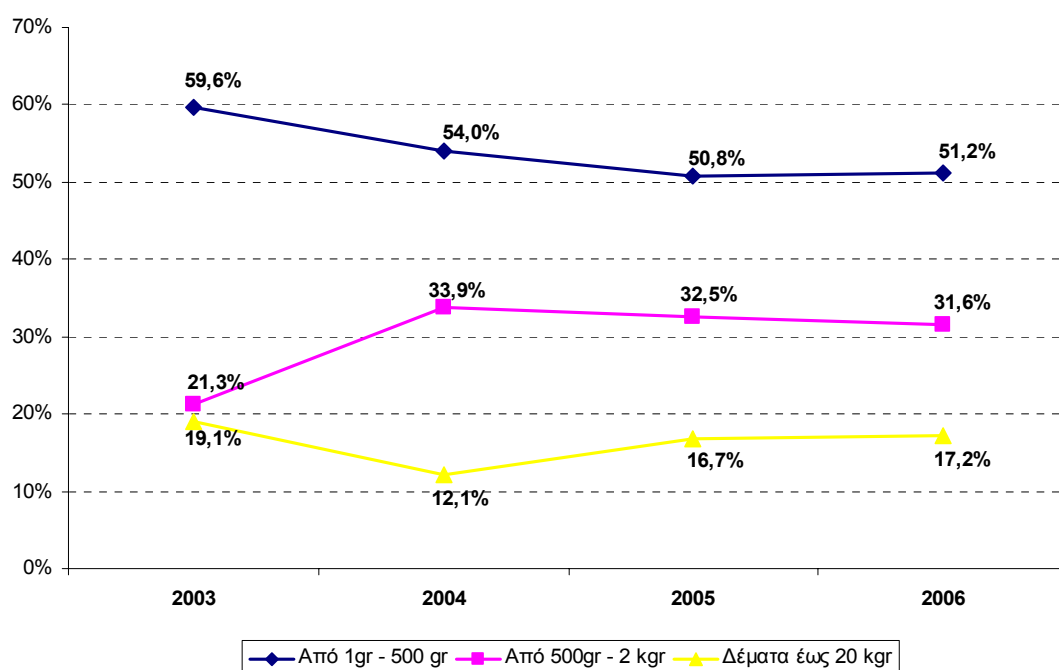
Από τα στοιχεία των πινάκων διαπιστώνεται ότι το 2006 το 65% (1,8 εκ. αντικ.) των εισερχομένων αντικειμένων εξωτερικού διακινείται σε 1 ημέρα, ενώ το 35% (944 χιλ.

αντικ.) διακινείται σε περισσότερες μέρες. Τα αντίστοιχα μερίδια για τα **εξερχόμενα** αντικείμενα εξωτερικού είναι 72% (1,1 εκ. αντικ.) και 28% (441 χιλ. αντικ.) αντίστοιχα.

Κλιμάκια βάρους:

Όσον αφορά στην **κατανομή των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους**, όπως φαίνεται από το ακόλουθο διάγραμμα, παρατηρείται ότι η αναλογία των ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους δείχνει να σταθεροποιείται.

Διαχρονική εξέλιξη διακίνησης ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους, 2003-2006



Το 2006 στην κατηγορία βάρους 1-500 γραμ. (εκτός δεμάτων) αντιστοιχεί το 51,2% των ταχυδρομικών αντικειμένων, στην κατηγορία 500 γραμ. – 2 κιλά (εκτός δεμάτων) αντιστοιχεί το 31,6%, ενώ τα δέματα έως 20 κιλά που αποτελούν το 17,2% του συνολικού όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων.

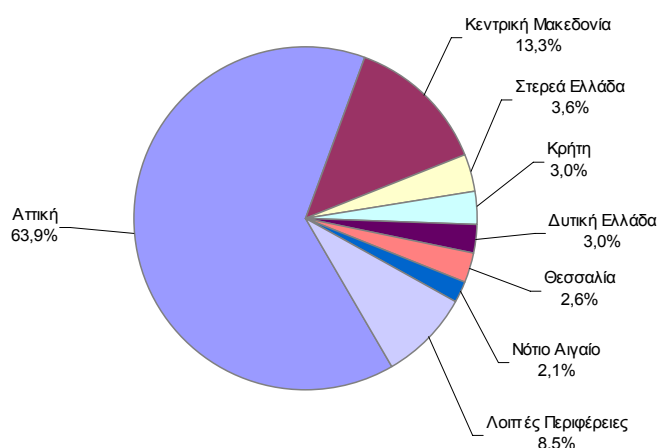
Γεωγραφική ανάλυση:

Από πλευράς γεωγραφικής ανάλυσης της ελληνικής αγοράς ταχυμεταφορών, καταδεικνύεται η σημαντική διαφορά της περιφέρειας Αττικής σε σχέση με τις υπόλοιπες περιφέρειες της ελληνικής επικράτειας, αλλά και η γενικότερη επίδραση των μεγάλων αστικών κέντρων στη σχετική κατανομή, όπου άλλωστε

συγκεντρώνεται το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού, αλλά και δραστηριοποιούνται οι περισσότερες επιχειρήσεις.

Όπως φαίνεται από το διάγραμμα που ακολουθεί, ο μεγαλύτερος όγκος διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων προέρχεται από την Περιφέρεια της Αττικής (63,9%), ενώ ακολουθεί η Περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας (13,3%). Το υπόλοιπο 22,8% προέρχεται από τις λοιπές περιφέρειες της χώρας. Από την άλλη πλευρά, ο μικρότερος όγκος ταχυδρομικών αντικειμένων προέρχεται από τις Περιφέρειες του Βορείου Αιγαίου και των Ιονίων Νήσων (1,1% και 1,0%, αντίστοιχα των συνολικών διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού).

Κατανομή ταχ. αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης



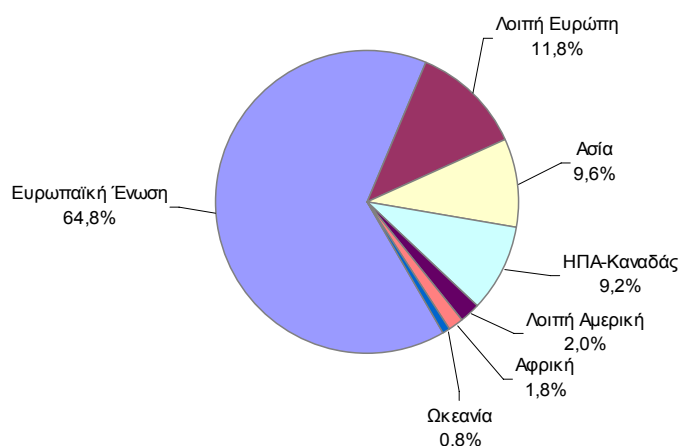
Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται ο διακινούμενος όγκος ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κάτοικο (σύμφωνα με τα προσωρινά στοιχεία απογραφής του 2001) ανά περιφέρεια προορισμού. Η σημαντική επίδραση της συγκέντρωσης του πληθυσμού στην περιφέρεια της Αττικής αποδεικνύεται καταλυτική, καθώς με μέσο όρο ταχυδρομικών αντικειμένων τα 3,78 αντικείμενα ανά κάτοικο, η Αττική παρουσιάζει μέσο όρο τα 7,04 ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο, ενώ οι υπόλοιπες περιφέρειες έχουν κατά μέσο όρο λιγότερα από 3 αντικείμενα ανά κάτοικο.

Διακίνηση ταχ. αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης, 2006

Αποστολή ταχυδρομικών αντικειμένων από:	Ταχυδρομικά αντικείμενα	%	Πληθυσμός	Ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο
Αττική	26.480.735	63,9%	3.761.810	7,04
Κεντρική Μακεδονία	5.505.298	13,3%	1.874.214	2,94
Στερεά Ελλάδα	1.493.566	3,6%	605.329	2,47
Κρήτη	1.239.930	3,0%	753.888	1,64
Δυτική Ελλάδα	1.225.079	3,0%	601.131	2,04
Θεσσαλία	1.070.166	2,6%	740.506	1,45
Νότιο Αιγαίο	884.143	2,1%	611.067	1,45
Αν. Μακεδονία & Θράκη	831.581	2,0%	638.942	1,30
Πελοπόννησος	798.517	1,9%	302.686	2,64
Ήπειρος	525.647	1,3%	301.522	1,74
Δυτική Μακεδονία	515.676	1,2%	212.984	2,42
Βόρειο Αιγαίο	437.348	1,1%	353.820	1,24
Ιόνια Νησιά	424.883	1,0%	206.121	2,06
Συνολικός όγκος (εκτός εισερχομένων)	41.432.570	100%	10.964.020	3,78

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η κατανομή των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων από την Ελλάδα με **προορισμό το εξωτερικό**, όπως απεικονίζεται στο ακόλουθο διάγραμμα 3.3.7 και τον αντίστοιχο Πίνακα 3.3.7. Όπως φαίνεται η Ευρωπαϊκή Ένωση (64,8%) είναι η περιοχή που δέχεται τον μεγαλύτερο όγκο εξερχόμενων ταχυδρομικών αντικειμένων, ενώ ακολουθεί η Λοιπή Ευρώπη (11,8%), η Ασία (9,6%) και οι ΗΠΑ - Καναδάς (9,2%). Αξίζει να σημειωθεί ότι μέχρι το 2005 η περιφέρεια των ΗΠΑ – Καναδά κατείχε την τρίτη θέση, αλλά το 2006 τη θέση αυτή καταλαμβάνει η Ασία.

Ταχυδρομικά αντικείμενα εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού

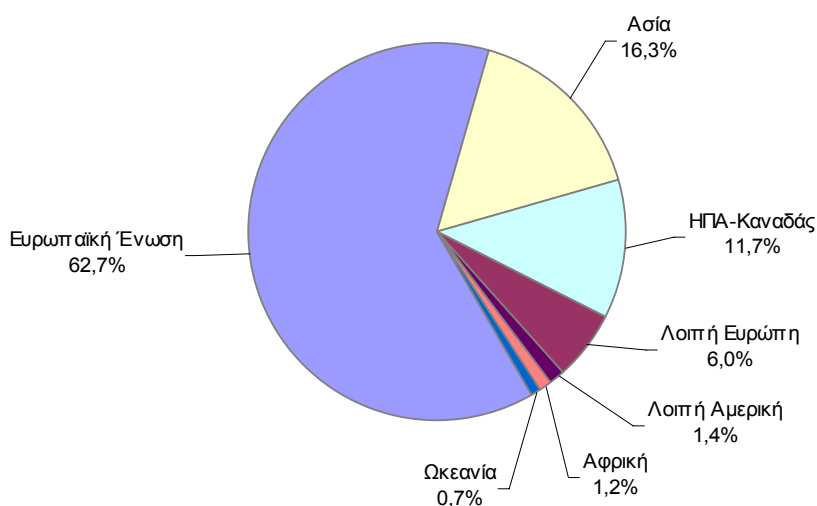


Διακίνηση αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού, 2004-2006

Περιφέρεια	Ταχυδρομικά αντικείμενα		
	2004	2005	2006
Ευρωπαϊκή Ένωση	725.424 64,4%	845.182 63,4%	914.614 64,8%
Λοιπή Ευρώπη	96.305 8,5%	151.486 11,4%	166.376 11,8%
Ασία	125.109 11,1%	135.458 10,2%	135.330 9,6%
ΗΠΑ-Καναδάς	122.909 10,9%	138.631 10,4%	129.128 9,2%
Λοιπή Αμερική	24.114 2,1%	23.972 1,8%	28.333 2,0%
Αφρική	22.160 2,0%	26.721 2,0%	24.985 1,8%
Ωκεανία	10.623 0,9%	12.445 0,9%	11.861 0,8%
ΣΥΝΟΛΟ	1.126.644 100,0%	1.333.895 100,0%	1.410.629 100,0%

Διαφορετική είναι η εικόνα αναφορικά με την κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων ανά χώρα προέλευσης των αντικειμένων που εισέρχονται στην Ελλάδα όπως φαίνεται στο ακόλουθο διάγραμμα. Σημαντικότερη περιφέρεια αναδεικνύεται η Ευρωπαϊκή Ένωση (62,7%), ακολουθούν η Ασία (16,3%) και η περιφέρεια των ΗΠΑ - Καναδά (11,7%), ενώ η Λοιπή Ευρώπη κατατάσσεται στην τέταρτη θέση (6%).

Ταχυδρομικά αντικείμενα εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης



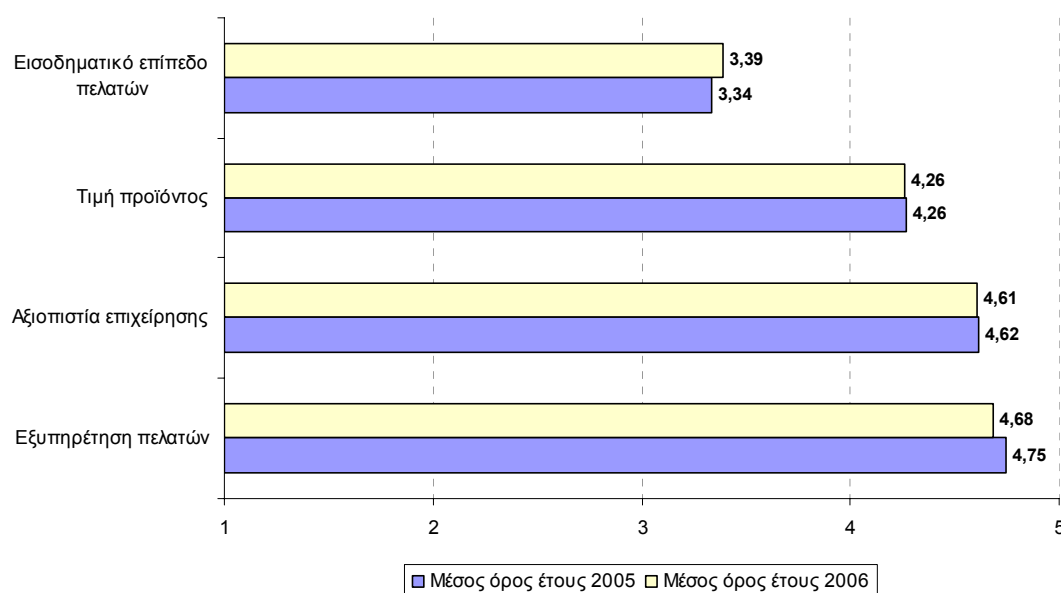
Διακίνηση αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης 2004-2006

Περιφέρεια	Ταχυδρομικά αντικείμενα		
	2004	2005	2006
Ευρωπαϊκή Ένωση	1.095.286 58,5%	1.466.812 61,2%	1.578.542 62,7%
Ασία	328.528 17,5%	433.336 18,1%	409.003 16,3%
ΗΠΑ-Καναδάς	231.785 12,4%	300.863 12,5%	295.286 11,7%
Λοιπή Ευρώπη	100.578 5,4%	113.100 4,7%	150.250 6,0%
Λοιπή Αμερική	60.906 3,3%	36.299 1,5%	33.978 1,4%
Αφρική	35.046 1,9%	35.022 1,5%	30.458 1,2%
Ωκεανία	20.264 1,1%	12.506 0,5%	18.553 0,7%
ΣΥΝΟΛΟ	1.872.393 100,0%	2.397.938 100,0%	2.516.069 100,0%

3.4 Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι απαντήσεις που δόθηκαν από τους φορείς της αγοράς ταχυμεταφορών, σχετικά με τους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης των υπηρεσιών τους. Οι απαντήσεις τους σχετικά με τη βαρύτητα που έχει κάθε προσδιοριστικός παράγοντας στην ζήτηση των υπηρεσιών ταχυμεταφοράς, αποτυπώθηκαν σε κλίμακα από το 1 έως το 5 (όπου 1 καθόλου σημαντικό και 5 εξαιρετικά σημαντικό). Στη συνέχεια χρησιμοποιήθηκαν οι μέσοι όροι των απαντήσεων που δόθηκαν για τα έτη 2005-2006 για την παρουσίαση των αντίστοιχων μεγεθών.

Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών, 2005-2006



Στη συνέχεια παρατίθεται ο σχετικός πίνακας με την κατανομή των απαντήσεων των επιχειρήσεων που απάντησαν στην έρευνα.

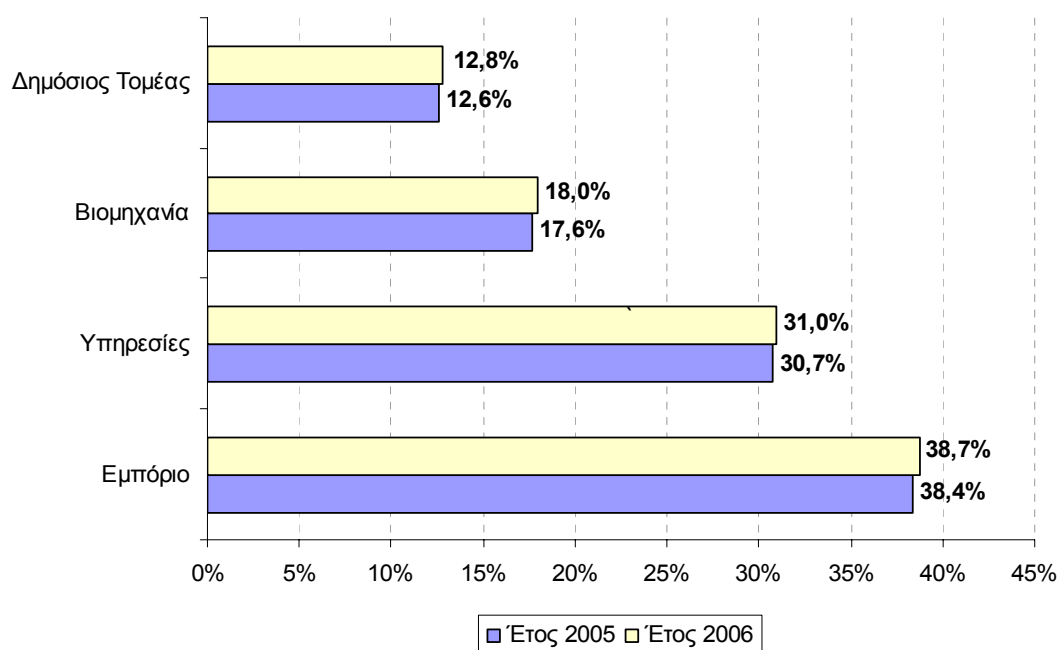
Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των υπηρεσιών ταχυμεταφοράς, 2006

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
Τιμή προϊόντος	0%	4%	17%	19%	50%
Εισοδηματικό επίπεδο πελάτη	7%	10%	25%	24%	17%
Αξιοπιστία επιχείρησης	0%	0%	6%	22%	63%
Εξυπηρέτηση πελατών	0%	0%	5%	16%	70%

3.5 Σημαντικότεροι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών

Σημαντικότεροι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών παραμένουν και για το 2006 οι κλάδοι του εμπορίου με ποσοστό 39% και των υπηρεσιών με 31%. Ακολουθεί η βιομηχανία με ποσοστό 18% και τέλος με ποσοστό 13% ο Δημόσιος Τομέας.

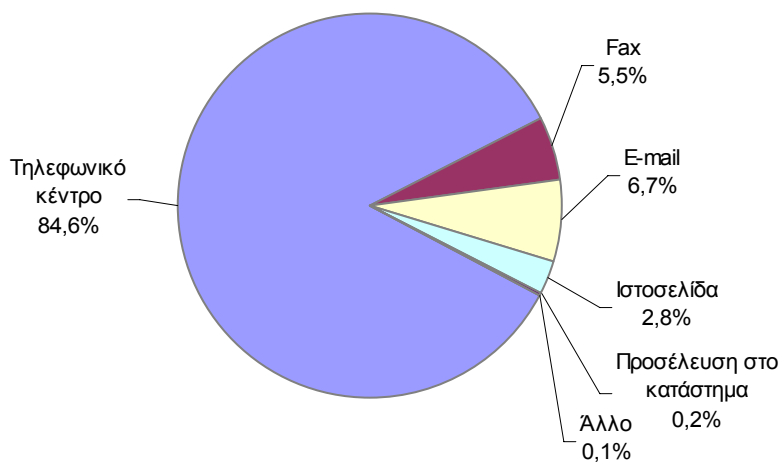
Επιχειρησιακοί πελάτες της αγοράς ταχυμεταφορών 2005-2006



Σύμφωνα με την ανάλυση των ποιοτικών δεδομένων που παρασχέθηκαν από τους φορείς της αγοράς ταχυμεταφορών, οι σημαντικότεροι εταιρικοί πελάτες από πλευράς όγκου και εσόδων διακινούμενων αντικειμένων αναδεικνύονται οι διαφημιστικές και οι τουριστικές επιχειρήσεις. Στην κατάταξη ακολουθούν με μικρότερα μερίδια οι εκδοτικές επιχειρήσεις, οι επιχειρήσεις πληροφορικής, οι τραπεζοασφαλιστικοί οργανισμοί, οι φαρμακοβιομηχανίες και επιχειρήσεις επικοινωνιών / τηλεπικοινωνιών. Ωστόσο σημαντικοί εταιρικοί πελάτες για τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών προέρχονται και από άλλους τομείς της οικονομικής δραστηριότητας, όπως η Ναυτιλία, οι Κατασκευές, η Βιομηχανία Ένδυσης, η Βιομηχανία Τροφίμων κ.ά.

Όσον αφορά στον **τρόπο επικοινωνίας** που επιλέγουν οι καταναλωτές (επιχειρήσεις και ιδιώτες) για να έλθουν σε επαφή με την επιχείρηση ταχυμεταφορών, κυριότερο μέσο επικοινωνίας, όπως είναι αναμενόμενο, είναι μέσω του τηλεφωνικού κέντρου της επιχείρησης, ενώ ακολουθεί η επικοινωνία μέσω fax και e-mail.

Τρόποι επικοινωνίας καταναλωτών με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών 2006



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΡΟΣΦΟΡΑ

Στο κεφάλαιο αυτό, 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 2006 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.

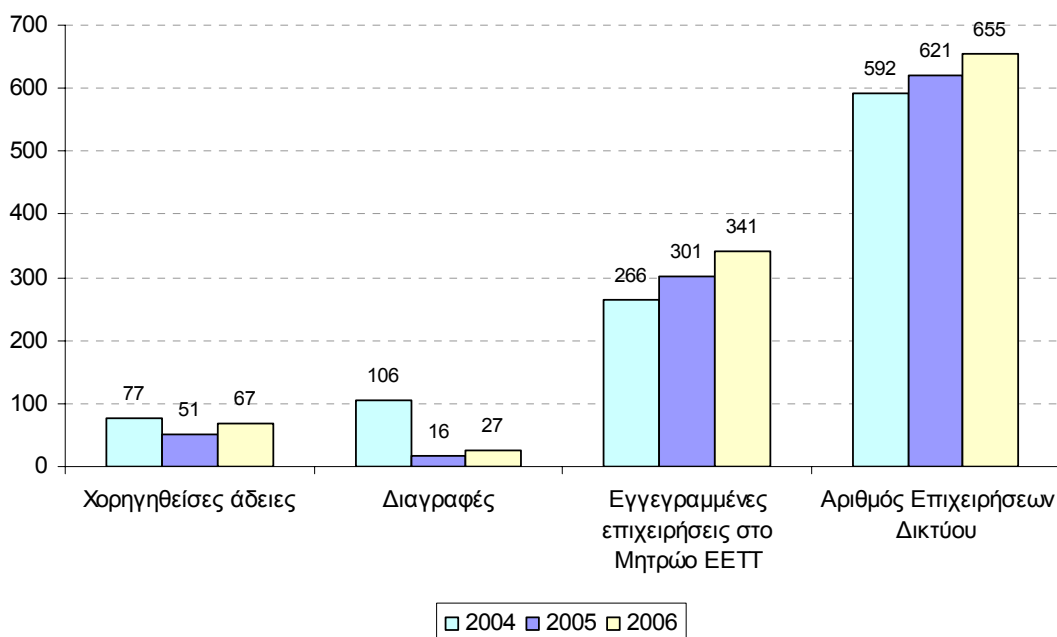
4.1 Βασικά χαρακτηριστικά προσφοράς υπηρεσιών ταχυμεταφορών

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Μητρώου Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της ΕΕΤΤ, ο **αριθμός των ταχυδρομικών επιχειρήσεων** που αδειοδοτήθηκαν από το 2000 μέχρι και το 2006 έχει σχεδόν διπλασιασθεί, καταδεικνύοντας ότι η αγορά ταχυμεταφορών παρουσιάζει υψηλή ελκυστικότητα ως κλάδος δραστηριοποίησης. Κατά τη διάρκεια του 2006 οι αιτούμενες διαγραφές από το Μητρώο Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της ΕΕΤΤ ανήλθαν στις 27 επιχειρήσεις.

Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων στις 31/12/2006

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Χορηγηθείσες άδειες	36	60	62	54	77	51	67
Διαγραφές	12	12	24	21	106	16	27
Εγγεγραμμένες επιχειρήσεις στο Μητρώο ΕΕΤΤ	176	224	262	295	266	301	341
Αριθμός Επιχειρήσεων Δικτύου	-	-	392	1.065	592	621	655

Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων 2004-2006



Από απόψεως γεωγραφικής κατανομής των προσφερόμενων υπηρεσιών ταχυμεταφοράς στην ελληνική αγορά, είναι σαφής, για ακόμη μια φορά, η ηγετική θέση που καταλαμβάνει η περιφέρεια της Αττικής καθώς επίσης και η μεγάλη διαφορά συγκέντρωσης της προσφοράς σε σχέση με τις υπόλοιπες περιφέρειες της Επικράτειας. Γενικότερα μπορεί ρητά να υπογραμμιστεί ο καταλυτικός ρόλος της αστυφιλίας και των μεγάλων αστικών κέντρων στην εν λόγω κατανομή καθώς σε

αυτά δραστηριοποιούνται οι περισσότερες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών και συγκεντρώνεται το μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού. Η τάση αυτή επιβεβαιώνεται αντίστοιχα και από την πλευρά της ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφοράς.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται ο διακινούμενος όγκος ταχυδρομικών αντικειμένων των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (σύμφωνα με τα στοιχεία που τηρούνται στο Μητρώο της ΕΕΤΤ) ανά περιφέρεια προορισμού. Η επίδραση της σημαντικής συγκέντρωσης του πληθυσμού στην περιφέρεια της Αττικής αποδεικνύεται καταλυτική, καθώς σε επίπεδο Επικράτειας με μέσο όρο ταχυδρομικών αντικειμένων ανά επιχείρηση τα 121,5 χιλ. αντικείμενα, η Αττική παρουσιάζει μέσο όρο τα 175,4 χιλ. ταχυδρομικά αντικείμενα, ενώ οι υπόλοιπες περιφέρειες λιγότερα από 102 χιλ. αντικείμενα ανά επιχείρηση.

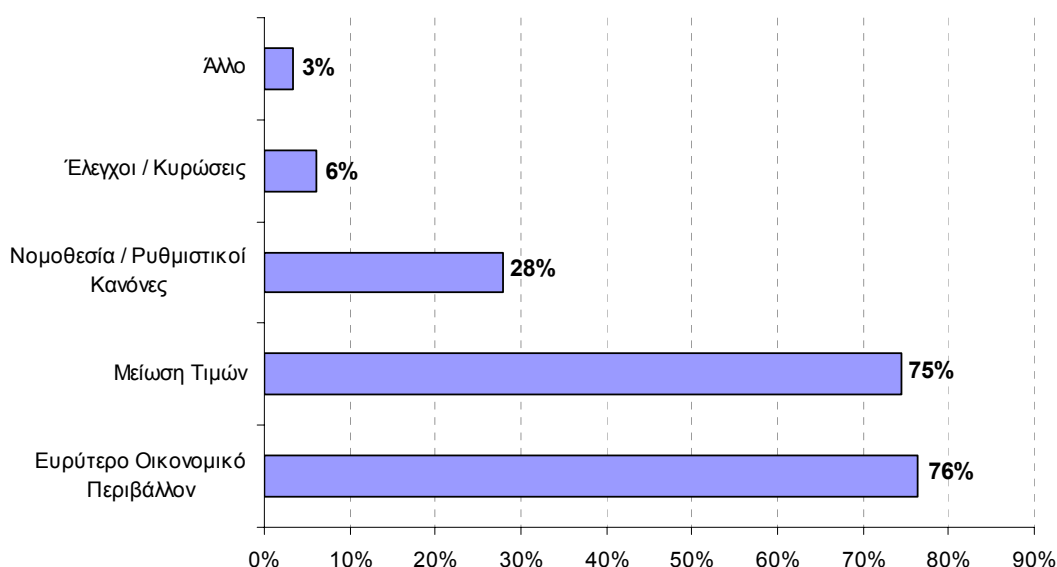
Γεωγραφική κατανομή ταχ. αντικειμένων & αδειοδοτημένων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών

Περιφέρειες	Ταχυδρομικά αντικείμενα		Αριθμός επιχειρήσεων		Αντικείμενα ανά επιχείρηση
	Πλήθος	Ποσοστιαία κατανομή	Πλήθος	Ποσοστιαία κατανομή	
Αττική	26.480.735	63,9%	151	44,3%	175.369
Κεντρική Μακεδονία	5.505.298	13,3%	54	15,8%	101.950
Στερεά Ελλάδα	1.493.566	3,6%	15	4,4%	99.571
Κρήτη	1.239.930	3,0%	15	4,4%	82.662
Δυτική Ελλάδα	1.225.079	3,0%	19	5,6%	64.478
Θεσσαλία	1.070.166	2,6%	13	3,8%	82.320
Νότιο Αιγαίο	884.143	2,1%	13	3,8%	68.011
Αν. Μακεδονία & Θράκη	831.581	2,0%	16	4,7%	51.974
Πελοπόννησος	798.517	1,9%	10	2,9%	79.852
Ήπειρος	525.647	1,3%	6	1,8%	87.608
Δυτική Μακεδονία	515.676	1,2%	9	2,6%	57.297
Βόρειο Αιγαίο	437.348	1,1%	7	2,1%	62.478
Ιόνια Νησιά	424.883	1,0%	13	3,8%	32.683
ΣΥΝΟΛΟ	41.432.570	100,0%	341	100,0%	121.503

4.2 Παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή υπηρεσιών ταχυμεταφορών

Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την προσφορά των υπηρεσιών ταχυμεταφορών, είναι σε σειρά κατάταξης (όπως επιλέχθηκαν από τις επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στην έρευνα) *το γενικότερο οικονομικό περιβάλλον, η μείωση των τιμών*, ενώ ακολουθούν η *Νομοθεσία και οι ρυθμιστικοί κανόνες*. Ακολουθεί διαγραμματική παρουσίαση.

Κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή ταχυμεταφορών 2006



Από μελέτες που έχει διεξάγει και στο παρελθόν η ΕΕΤΤ, η κατάταξη των παραγόντων που επηρεάζουν την παροχή των υπηρεσιών ταχυμεταφοράς, παραμένει σταθερή.

4.3 Τιμές

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα δήλωσε ότι υπήρξαν μεταβολές -είτε θετικές είτε αρνητικές-, στο ύψος των προσφερόμενων τιμών των υπηρεσιών της. Από τις επιχειρήσεις που απάντησαν στη σχετική ερώτηση της έρευνας, ποσοστό 2% απάντησε ότι δεν είχε μείωση στις προσφερόμενες τιμές, ενώ ποσοστό 9% απαντά ότι δεν είχε αύξηση στις τιμές των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Ειδικότερα, οι επιμέρους απαντήσεις των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα, απεικονίζονται στον ακόλουθο πίνακα.

Κατανομή υπηρεσιών ταχυμεταφορών με μεγαλύτερη αυξομείωση τιμών 2006

Ταχυδρομικές υπηρεσίες	Μείωση τιμών	Αύξηση τιμών
Ταχυμεταφορές εγγράφων	60%	24%
Ταχυμεταφορές δεμάτων	34%	56%
Διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη	3%	1%
Προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων	1%	5%
Ανταλλαγή εγγράφων	2%	4%

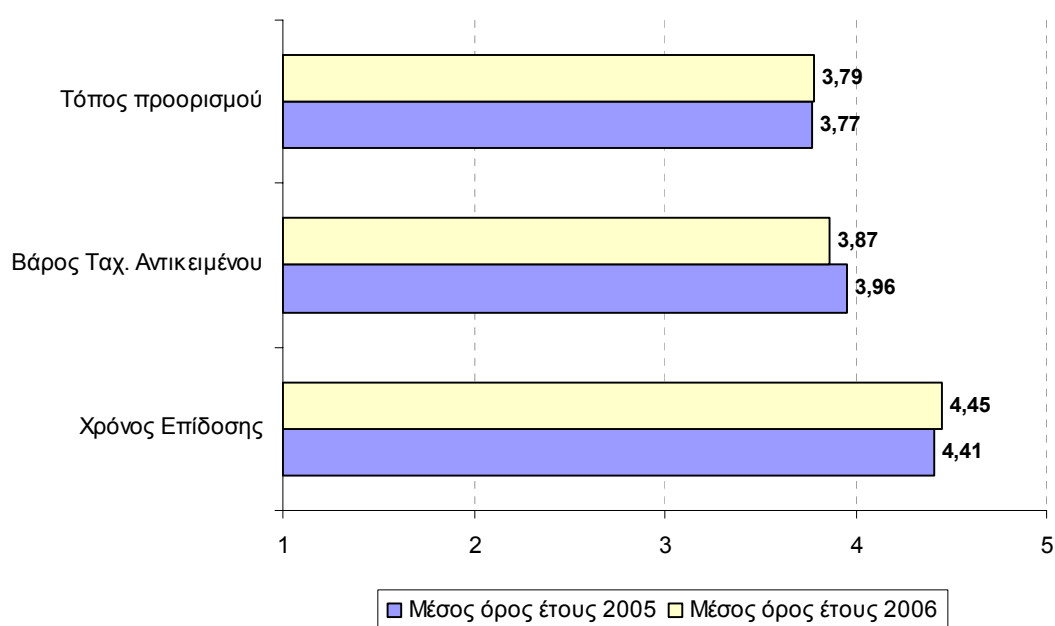
Σύμφωνα με την άποψη των παραγόντων της ταχυδρομικής αγοράς, οι κυριότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες διαμόρφωσης των τιμών των ταχυδρομικών υπηρεσιών θεωρούνται ο χρόνος επίδοσης του ταχυδρομικού αντικειμένου, το βάρος και ο τόπος προορισμού του. Στον ακόλουθο πίνακα απεικονίζεται η κατανομή των απαντήσεων, όπως δόθηκαν από τους φορείς της αγοράς.

Κυριότεροι παράγοντες διαμόρφωσης τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών

2006	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Βάρος αντικειμένου	4%	7%	20%	24%	34%
Χρόνος επίδοσης	0%	4%	9%	20%	57%
Τόπος προορισμού	3%	9%	20%	29%	29%

Σε σχέση με τα αντίστοιχα ευρήματα του έτους 2005 φαίνεται να μην υπάρχει μεγάλη τάση διαφοροποίησης, μιας και η κατανομή των απαντήσεων δεν αλλάζει σημαντικά. Αξίζει να σημειωθεί πάντως ότι πέραν αυτών των παραγόντων που παρουσιάστηκαν πιο πάνω, οι φορείς της αγοράς αναδεικνύουν ως σημαντικούς παράγοντες τον ανταγωνισμό μεταξύ των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, το πλήθος των αποστολών ανά πελάτη αλλά και τον παράγοντα ποιοτικής εξυπηρέτησης του πελάτη. Διαχρονικά πάντως, ο χρόνος επίδοσης παραμένει ο κυριότερος προσδιοριστικός παράγοντας τιμής των υπηρεσιών.

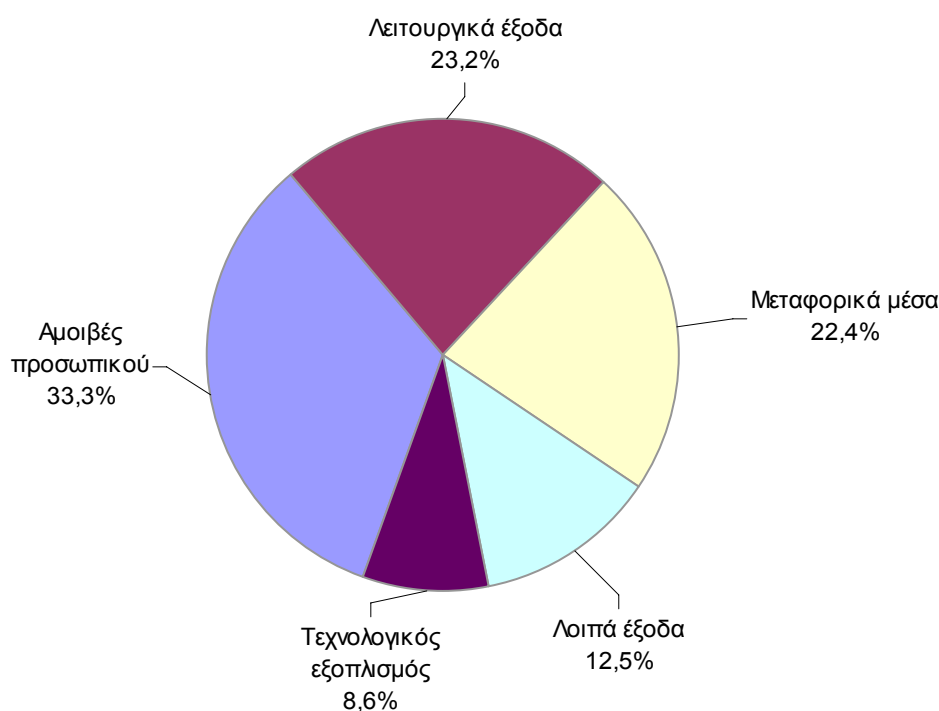
Προσδιοριστικοί παράγοντες διαμόρφωσης τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών 2005-2006



4.4 Κόστος

Για την ανάλυση του κόστους των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, χρησιμοποιήθηκε ο μέσος όρος των απαντήσεων των παραγόντων της αγοράς. Πολύ σημαντικός παράγοντας διαμόρφωσης του κόστους των επιχειρήσεων ταχυμεταφοράς, όπως είναι αναμενόμενο καθώς ο κλάδος είναι εντάσεως εργασίας, είναι οι αμοιβές προσωπικού. Ακολουθούν τα λειτουργικά έξοδα και τα έξοδα συντήρησης και κίνησης των μεταφορικών μέσων της επιχείρησης. Στα λοιπά έξοδα περιλαμβάνονται, σύμφωνα με τους επιχειρηματίες του κλάδου, οι προμήθειες που δίδονται σε τρίτες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών στα πλαίσια συνεργασίας των επιχειρήσεων μεταξύ τους προκειμένου να επιτύχουν ενδυνάμωση της θέσης τους στην αγορά και ανάπτυξη των εργασιών τους.

Κατανομή κόστους επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, 2006



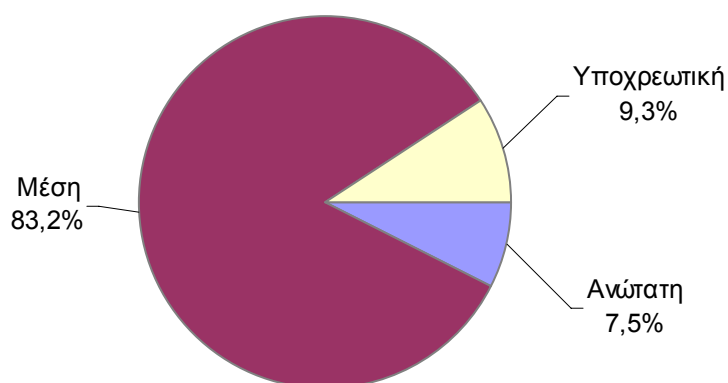
4.5 Ανθρώπινο δυναμικό

Ο αριθμός του συνολικού απασχολούμενου ανθρώπινου δυναμικού στον κλάδο παρουσιάζει συνεχή αύξηση τα τελευταία χρόνια, αλλά κατά την τελευταία τριετία το μέγεθός του δείχνει να σταθεροποιείται. Στο διάγραμμα και τους πίνακες που

ακολουθούν παρουσιάζονται κύρια ποσοτικά και ποιοτικά στοιχεία σχετικά με την απασχόληση στον κλάδο ταχυμεταφορών.

Γενικά, η απασχόληση στην αγορά δε απαιτεί υψηλές δεξιότητες και ακαδημαϊκή κατάρτιση και για το λόγο αυτό χαρακτηρίζεται από ένα ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό απασχόλησης αποφοίτων μέσης εκπαίδευσης. Επίσης, αξιοσημείωτο είναι ότι το 2006 για πρώτη φορά διαπιστώνεται ότι η ισορροπία μεταξύ διανομένων και λοιπού προσωπικού ανατρέπεται και έτσι ποσοστό 48% του ανθρώπινου δυναμικού των επιχειρήσεων και του Δικτύου τους, αποτελείται από διανομείς ενώ το υπόλοιπο 52% αποτελείται από άλλες κατηγορίες προσωπικού.

Κατανομή απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό επίπεδο (Επιχείρησης - Δικτύου) 2006



Συνολική απασχόληση στην αγορά ταχυμεταφορών 2006

Είδος απασχόλησης	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Πλήρης απασχόληση	3.877	4.805	5.528	5.917	7.717	8.225	8.688
Μερική απασχόληση	373	490	490	1.377	2.435	2.361	2.049
ΣΥΝΟΛΟ	4.250	5.295	6.018	7.294	10.152	10.586	10.737

Ετήσια μεταβολή

Είδος απασχόλησης	-	2001/00	2002/01	2003/02	2004/03	2005/04	2006/05
Πλήρης απασχόληση	-	23,9%	15,0%	7,0%	30,4%	6,6%	5,6%
Μερική απασχόληση	-	31,4%	0,0%	181,0%	76,8%	-3,0%	-13,2%

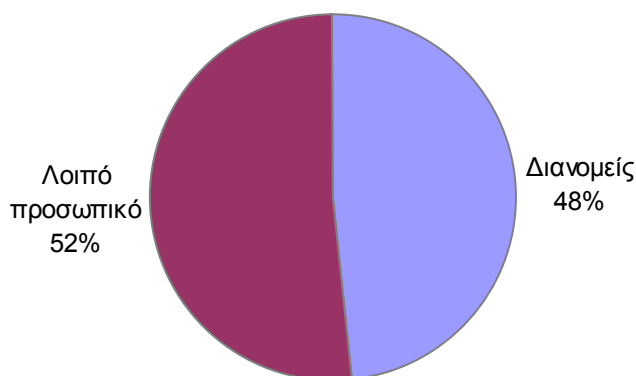
Κατανομή απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό επίπεδο 2006

	Επιχείρηση	Δίκτυο	Σύνολο
Ανώτατη	543 10,1%	265 4,9%	808 7,5%
Μέση	4.449 83,1%	4.482 83,2%	8.931 83,2%
Υποχρεωτική	360 6,7%	638 11,8%	998 9,3%
ΣΥΝΟΛΑ	5.352 100%	5.385 100%	10.737 100%

Κατανομή απασχόλησης στην αγορά ταχυμεταφορών ανά ειδικότητα

	Επιχείρηση	Δίκτυο	Σύνολο
Διανομείς	2.445 45,7%	2.734 50,8%	5.179 48,2%
Λοιπό προσωπικό	2.907 54,3%	2.651 49,2%	5.558 51,8%
ΣΥΝΟΛΟ	5.352 100%	5.385 100%	10.737 100%

Κατανομή απασχόλησης ανά ειδικότητα (Επιχειρήσεων & Δικτύου) 2006



Αξίζει να σημειωθεί ότι ποσοστό άνω του 51% των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα υποστηρίζουν ότι αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εύρεση ανθρώπινου δυναμικού. Ειδικότερα, οι ειδικότητες στις οποίες παρουσιάζονται οι μεγαλύτερες δυσκολίες είναι οι διανομείς, οι οδηγοί με ιδιότητα δίκυκλα και οι υπάλληλοι για διεκπεραίωση εξωτερικών εργασιών.

Από τα στοιχεία που παρατέθηκαν πιο πάνω, τα συμπεράσματα που μπορούν να εξαχθούν είναι αφενός ότι υπάρχει μια τάση μείωσης του αριθμού των μερικώς απασχολούμενων με αντίστοιχη ενίσχυση του αριθμού των πλήρως απασχολούμενων και αφετέρου ότι παρατηρείται σημαντική αύξηση κατά 26% του προσωπικού των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, ενώ υπάρχει μείωση 15% του προσωπικού των επιχειρήσεων του δικτύου.

Στα πλαίσια βελτίωσης της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών, οι περισσότερες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών απάντησαν ότι προσφέρουν στο προσωπικό τους προγράμματα επιμόρφωσης. Τα κυριότερα εκπαιδευτικά προγράμματα στα οποία εστιάζουν την προσοχή τους οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών άπτονται θεμάτων ποιοτικής εξυπηρέτησης πελατών, ενώ στην κατάταξη ακολουθεί η εκπαίδευση στην χρήση ηλεκτρονικών υπολογιστών. Σε μικρότερο ποσοστό παρέχεται εκπαίδευση σε τεχνικά και άλλα θέματα που άπτονται των δραστηριοτήτων των ταχυμεταφορικών επιχειρήσεων.

4.6 Υποδομή

4.6.1 Κτιριακή υποδομή

Η συνολική κτιριακή υποδομή που χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών βαίνει αυξανόμενη, ακολουθώντας την τάση αύξησης του αριθμού των αδειοδοτημένων επιχειρήσεων. Όσον αφορά στην μέση επιφάνεια των κτιριακών εγκαταστάσεων που χρησιμοποιούνται, δεν φαίνεται να διαφοροποιείται σημαντικά καθώς στην αγορά κατά κύριο λόγο εισέρχονται μικρού μεγέθους επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται σε τοπικό επίπεδο και για την εξυπηρέτηση των αναγκών τους δεν απαιτούνται μεγάλου μεγέθους εγκαταστάσεις.

Στη συνέχεια παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη των μεγεθών της κτιριακής υποδομής των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών για τα έτη 2000-2006.

Καταστήματα ταχυμεταφορών-κέντρα διαλογής-αποθηκευτικοί χώροι 2006

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ταχυδρομικής επιχείρησης	194	257	437	469	362	608	554
Δικτύου	372	488	498	1.302	1.873	1.835	1.928
Σύνολο	566	745	935	1.771	2.235	2.443	2.482

Καταστήματα ταχυμεταφορών - κέντρα διαλογής-αποθηκευτικοί χώροι

(σε τ.μ.)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ταχυδρομικής επιχείρησης	35.491	43.737	58.806	61.250	63.292	86.241	75.878
Δικτύου	22.236	30.779	30.581	40.420	55.874	35.365	60.853
Σύνολο	57.727	74.516	89.387	101.670	119.166	121.606	136.731

Σημειώνεται ότι η εταιρεία Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ Α.Ε δηλώνει 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.

Μέση επιφάνεια καταστημάτων - κέντρων διαλογής - αποθηκευτικών χώρων

(σε τ.μ.)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ταχυδρομικής επιχείρησης	182,9	170,2	134,6	130,6	174,8	141,8	137,0
Δικτύου	59,8	63,1	61,4	31,0	29,8	19,3	31,6
Επιχείρησης & Δικτύου	102,0	100,0	95,6	57,4	53,3	49,8	55,1

4.6.2 Μεταφορικά μέσα

Τα συνήθη μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούν οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις αποτελούνται από αυτοκίνητα παραγωγής, δίκυκλα και λοιπά οχήματα. Κατά κύριο λόγο βέβαια, και εξαιτίας της φύσης της ταχυμεταφορικής υπηρεσίας, τα κυριότερα μεταφορικά μέσα που χρησιμοποιούνται είναι τα δίκυκλα. Για το 2006 για πρώτη φορά παρατηρείται μείωση του μεγέθους των μεταφορικών μέσων των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών κατά 11% περίπου, καθώς όλα τα προηγούμενα χρόνια παρατηρείτο συνεχής αύξηση. Η μείωση αυτή οφείλεται ουσιαστικά σε σημαντική μείωση του αριθμού των μεταφορικών μέσων των επιχειρήσεων του υπολοίπου δικτύου και όχι των ίδιων των αδειοδοτημένων ταχυμεταφορικών επιχειρήσεων.

Μεταφορικά μέσα επιχειρήσεων ταχυμεταφορών και Δικτύου

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Αυτοκίνητα παραγωγής	1.048	1.273	1.644	1.875	1.611	1.872	1.760
Δίκυκλα	2.217	2.800	2.728	4.062	4.957	5.528	4.820
Λοιπά Οχήματα	104	113	116	252	770	600	578
Σύνολο	3.369	4.186	4.488	6.189	7.338	8.000	7.158

4.6.3 Τεχνολογική υποδομή

Για την ανάπτυξη της δραστηριότητάς της, μία επιχείρηση ταχυμεταφορών πέραν του Ειδικού Συστήματος Παρακολούθησης και Εντοπισμού του Ταχυδρομικού Αντικειμένου (ΕΣΠΕΤΑ) που υποχρεούται να διαθέτει, σύμφωνα με τον Κανονισμό Γενικών Αδειών, χρειάζεται να διαθέτει και αποτελεσματικούς τρόπους επικοινωνίας και εξυπηρέτησης των πελατών της. Οι περισσότερες επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στην έρευνα απάντησαν ότι διαθέτουν οργανωμένο τηλεφωνικό κέντρο για την εξυπηρέτηση πελατών, καθώς και άλλα πληροφοριακά συστήματα εκτός ΕΣΠΕΤΑ. Σε μικρότερο ποσοστό και κυρίως οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου διαθέτουν οργανωμένα συστήματα Διαλογής καθώς και Scanner για τους διανομείς τους.

Πέραν της πιο πάνω τεχνολογικής υποδομής αρκετές επιχειρήσεις δηλώνουν ότι διαθέτουν και πιο προηγμένες τεχνολογίες εκτός από τους ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τις συσκευές τηλεομοιοτυπίας (FAX) και τα φωτοτυπικά μηχανήματα.

Βασικό στοιχείο της παροχής στοιχείων ταχυμεταφορών, αλλά και ουσιαστική 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.

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 σε μικρό αριθμό μεγάλων επιχειρήσεων. Οι πέντε μεγαλύτερες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο κατά το 2006 διακίνησαν άνω των 34 εκατομμυρίων αντικειμένων ή ποσοστό 77% περίπου επί των συνολικών ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινήθηκαν στην αγορά ταχυμεταφορών, εισπράττοντας το 69% περίπου επί των συνολικών εσόδων. Κατά τη διάρκεια του 2006 παρατηρήθηκε μείωση του μεριδίου αγοράς των πέντε μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου κατά 3,6% σε σύγκριση με το 2005. Αξίζει να σημειωθεί ότι μία μόνο επιχείρηση συγκεντρώνει περί το 30% περίπου της αγοράς σε όρους όγκου διακίνησης ταχυδρομικών αντικειμένων, ενώ το αντίστοιχο μερίδιό της από πλευράς εσόδων διαμορφώνεται σε 24% περίπου, παραμένει δηλαδή στα αντίστοιχα επίπεδα του 2005.

Μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (όγκος)

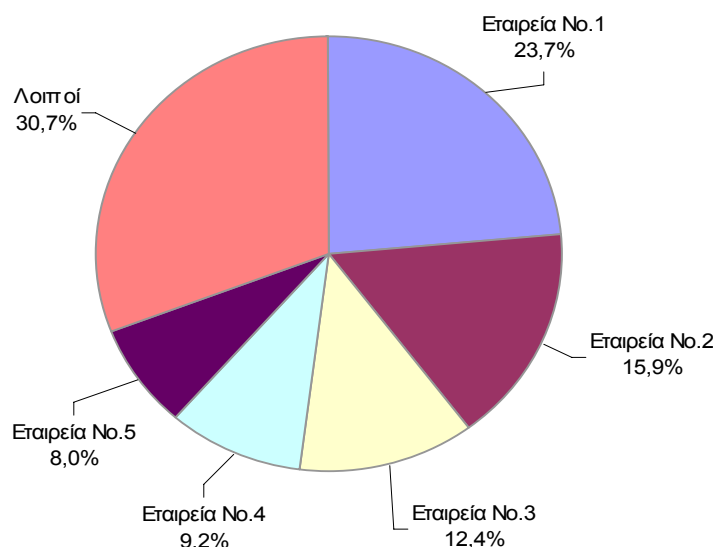
	2002	2003	2004	2005	2006
Οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις	73,6%	77,4%	81,3%	80,2%	76,6%
Οι 9 μεγαλύτερες επιχειρήσεις	84,8%	86,8%	89,1%	87,3%	85,5%

Μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (έσοδα)

	2002	2003	2004	2005	2006
Οι 5 μεγαλύτερες επιχειρήσεις	-	70,8%	74,9%	71,3%	69,3%
Οι 9 μεγαλύτερες επιχειρήσεις	-	88,7%	90,1%	89,0%	87,6%

Στο ακόλουθο διάγραμμα απεικονίζονται τα μερίδια αγοράς των πέντε μεγαλύτερων επιχειρήσεων του κλάδου από πλευράς εσόδων.

Μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (έσοδα)



Η αγορά των ταχυμεταφορών χαρακτηρίζεται από υψηλό ανταγωνισμό, ο οποίος δείχνει να επικεντρώνεται στις τιμές και την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο. Αυτό αποτυπώνεται και στις απαντήσεις των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα, οι οποίες παρατίθενται στον ακόλουθο πίνακα.

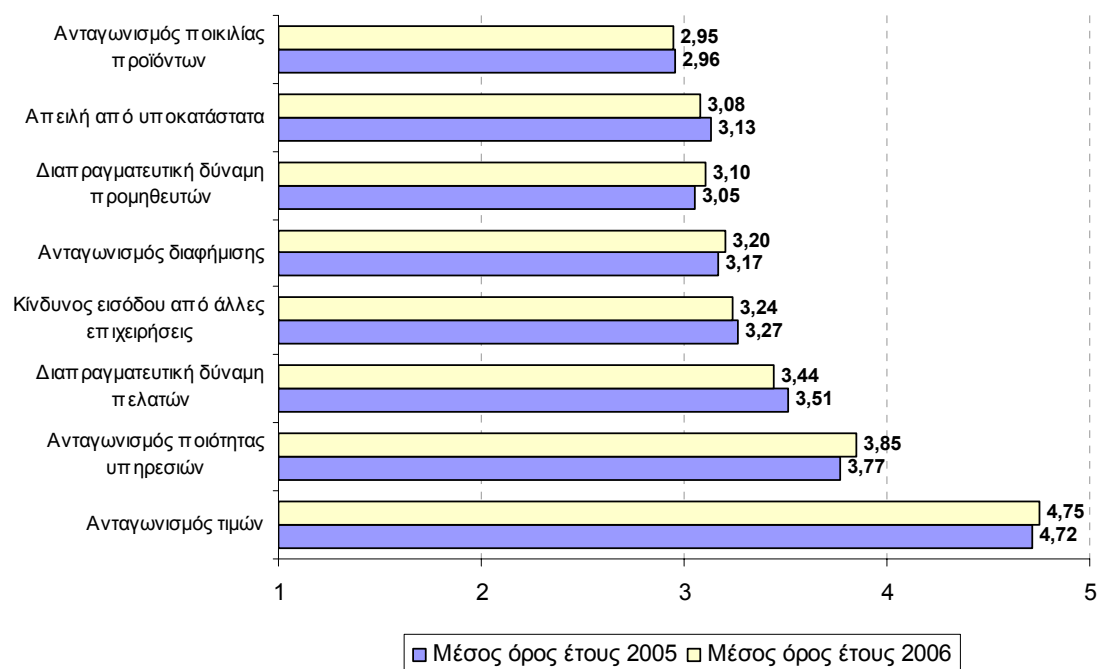
Μορφές ανταγωνισμού της αγοράς ταχυμεταφορών, 2006

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Ανταγωνισμός τιμών	0%	2%	1%	13%	77%
Ανταγωνισμός ποιότητας υπηρεσιών	3%	9%	16%	29%	31%
Κίνδυνος εισόδου από άλλες επιχειρήσεις	10%	20%	18%	18%	21%
Απειλή από υποκατάστατα	15%	16%	17%	18%	17%
Διαπραγματευτική δύναμη πελατών	3%	13%	24%	27%	15%
Ανταγωνισμός διαφήμισης	8%	17%	24%	22%	14%
Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών	8%	17%	25%	20%	11%
Ανταγωνισμός ποικιλίας προϊόντων	13%	19%	25%	21%	9%

Στο διάγραμμα που ακολουθεί, παρουσιάζεται η σημαντικότητα που αποδίδουν, κατά μέσο όρο, οι φορείς της αγοράς στις διάφορες μορφές ανταγωνισμού για τα έτη

2005-2006. Οι απαντήσεις των παρόχων της αγοράς έχουν απεικονισθεί σε μία κλίμακα από το 1 έως το 5, όπου 1 καθόλου σημαντικό και 5 εξαιρετικά σημαντικό.

Προσδιοριστικοί παράγοντες ανταγωνισμού στην αγορά ταχυμεταφορών, 2005-2006



5.2 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Στην αγορά ταχυμεταφορών η έννοια των προμηθευτών περιλαμβάνει:

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

Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, όπως παρουσιάσθηκαν πιο πάνω, είναι μικρή και δεν επηρεάζει το ανταγωνιστικό πλαίσιο στο οποίο κινούνται οι επιχειρήσεις. Εξαίρεση ίσως αποτελεί η ομάδα των

άλλων ταχυδρομικών επιχειρήσεων που μεσολαβούν για τη διεκπεραίωση της ταχυδρομικής αποστολής σε περιοχές όπου η ίδια η ταχυδρομική επιχείρηση και το δίκτυό της δεν έχει παρουσία. Όπως φάνηκε και από την ανάλυση του κόστους των ταχυμεταφορικών επιχειρήσεων, σημαντικός παράγοντας κόστους αναδείχθηκαν οι προμήθειες που δίδονται σε τρίτες επιχειρήσεις για τη διενέργεια αποστολών. Σε γενικές γραμμές πάντως, διαπιστώνεται ότι δεν είναι σημαντικό το κόστος αντικατάστασης ενός τοπικού προμηθευτή από κάποιον άλλο, αλλά το κόστος αυτό μεταβάλλεται σημαντικά σε περιπτώσεις όπου σε συγκεκριμένες περιοχές δεν δραστηριοποιείται μεγάλος αριθμός τοπικής εμβέλειας ταχυμεταφορικών επιχειρήσεων. Προσδιοριστικός παράγοντας αυτού του κόστους, βεβαίως, αποτελεί ο όγκος ταχυδρομικών αντικειμένων που προορίζονται για την περιοχή όπου δραστηριοποιείται ο προμηθευτής της ταχυμεταφορικής επιχείρησης.

Σημαντικός παράγοντας διαμόρφωσης του κόστους των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην αγορά των ταχυμεταφορών, είναι τα καύσιμα που χρησιμοποιούνται για τη λειτουργία των μεταφορικών μέσων παραγωγής. Το γεγονός αυτό αποδίδει στην ομάδα των επιχειρήσεων προμήθειας καυσίμων σχετικά υψηλή διαπραγματευτική δύναμη. Από την πλευρά τους οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών προκειμένου να μειώσουν τους κινδύνους που μπορεί να τις απειλούν από τις εταιρείες εμπορίας καυσίμων, δύνανται να συνάψουν συμβάσεις συνεργασίας με σταθερούς προμηθευτές.

Ιδιαίτερη βαρύτητα για τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών έχει η ομάδα προμηθευτών - επιχειρήσεων που διενεργούν όλες τις εργασίες παραγωγής και προετοιμασίας των ταχυδρομικών αντικείμενων ή δεμάτων (κομιστές – εκδοτικοί οίκοι – τυπογραφικές εταιρείες).

Γενικά, διαπιστώνεται ότι η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών του κλάδου, δεν είναι τόσο σημαντική, ώστε να δύναται να προκαλέσει πρόβλημα στη συνήθη λειτουργία των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών. Αυτό αντανακλάται και στις απόψεις των ίδιων των φορέων των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, καθώς σε σχετική ερώτηση της έρευνας αναφορικά με τη βαρύτητα που αποδίδουν στη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών τους, κατά μέσο όρο έχουν απαντήσει ότι ο παράγοντας αυτός θεωρείται σημαντικός, αλλά όχι με εξαιρετική βαρύτητα.

5.3 Διαπραγματευτική δύναμη πελατών

Οι βασικές κατηγορίες των πελατών στην αγορά ταχυμεταφορών είναι τα φυσικά πρόσωπα (ιδιώτες) και οι επιχειρήσεις, οργανισμοί και λοιπά νομικά πρόσωπα (εταιρικοί πελάτες).

Όπως σε όλους τους κλάδους της οικονομίας και στην αγορά των ταχυμεταφορών, οι μεμονωμένοι πελάτες / καταναλωτές που διαθέτουν προς διακίνηση μικρό όγκο ταχυδρομικών αντικειμένων, δεν έχουν υψηλή διαπραγματευτική δύναμη. Αντίθετα οι πελάτες που διαθέτουν προς διακίνηση στις εταιρείες ταχυμεταφορών μεγαλύτερους όγκους ταχυδρομικών αντικειμένων -και κυρίως αυτό συμβαίνει από τους εταιρικούς πελάτες- εμφανίζουν υψηλότερη διαπραγματευτική δύναμη.

Η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών αυξάνεται καθώς αυξάνεται η γνώση των τελευταίων για τα δρώμενα της αγοράς ταχυμεταφορών. Έτσι, η ευρεία γνώση της ύπαρξη μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων ταχυμεταφορών από την μία πλευρά και των τιμολογίων και του Χάρτη Υποχρεώσεων προς τον Καταναλωτή από τους χρήστες από την άλλη πλευρά, βασικών στοιχείων της λειτουργίας των επιχειρήσεων, αυξάνει τη διαπραγματευτική δύναμη των πελατών αφού ενδέχεται να χρησιμοποιούν αυτή τη γνώση για να επιτύχουν καλύτερες τιμές και καλύτερη ποιότητα προσφερόμενων υπηρεσιών. Δεν θα πρέπει βεβαίως, να αγνοείται το γεγονός ότι μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων ταχυμεταφορών δραστηριοποιείται σε τοπικό επίπεδο και δε διαθέτει παρουσία σε όλη την ελληνική επικράτεια. Η ύπαρξη όμως συνεργασιών και η δημιουργία δικτύων μεταξύ των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, αμβλύνει τις συνέπειες του τοπικού χαρακτήρα δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών.

Από τα αποτελέσματα της έρευνας που διεξήχθη, διαπιστώνεται ότι σύμφωνα και με τις απόψεις των φορέων της αγοράς η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών είναι σχετικά υψηλή, ιδιαίτερα για τους εταιρικούς πελάτες, οι οποίοι λόγω και του σημαντικού όγκου διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων, δύνανται να πετυχαίνουν σημαντικές εκπτώσεις στις προσφερόμενες τιμές.

5.4 Κίνδυνος από νέες εισόδους στην αγορά

Από την πλευρά του θεσμικού πλαισίου, δεν υπάρχουν ουσιαστικά εμπόδια εισόδου στην αγορά ταχυμεταφορών, καθώς αυτή είναι πλήρως απελευθερωμένη.

Το ύψος της αρχικής επένδυσης που απαιτείται προκειμένου να δραστηριοποιηθεί μία νέα επιχείρηση σε τοπικό επίπεδο στην αγορά των ταχυμεταφορών, είναι μικρό, καθώς πέραν της ύπαρξης ολοκληρωμένου συστήματος ΕΣΠΕΤΑ, δεν απαιτείται ύπαρξη πρόσθετων υποδομών, πέραν αυτών που ούτως ή άλλως απαιτούνται για τη λειτουργία οποιουδήποτε είδους επιχείρησης (π.χ. έδρα δραστηριότητας της επιχείρησης). Το ύψος των απαιτούμενων επενδύσεων μεταβάλλεται στις περιπτώσεις επιχειρήσεων που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν σε περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο, λόγω των αναγκαίων υποδομών που απαιτούνται τουλάχιστον αναφορικά με τις κτιριακές εγκαταστάσεις, μηχανολογικό εξοπλισμό και μεταφορικά μέσα.

Η τάση ανάπτυξης της αγοράς των ταχυμεταφορών στην Ελλάδα δείχνει να είναι συνεχώς αυξανόμενη. Παρόλα αυτά, τα μερίδια αγοράς που καταλαμβάνονται από τις μεγάλες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών δείχνουν να έχουν παγιωθεί σε συγκεκριμένα μερίδια αγοράς. Αυτό σημαίνει ότι σε περίπτωση που κάποια επιχείρηση αποφασίσει να εισέλθει στον κλάδο των ταχυμεταφορών με σκοπό την εδραίωση και ανάπτυξη της στον ελλαδικό χώρο, η απόφαση αυτή θα συνεπάγεται σημαντικό ύψος επενδύσεων (για τη δημιουργία υποδομών και δικτύου). Σημαντική προϋπόθεση στην απόφαση μίας επιχείρησης να εισέλθει στον κλάδο των ταχυμεταφορών θα μπορούσε να αποτελέσει η εκ των προτέρων ύπαρξη οργανωμένου δικτύου που θα μπορούσε να εξυπηρετήσει τους σκοπούς των ταχυμεταφορών. Τέτοιες επιχειρήσεις που θα μπορούσαν να αποτελέσουν ενδεχόμενους νεοεισερχόμενους στην αγορά των ταχυμεταφορών, θα μπορούσαν να είναι οι μεταφορικές, χρηματοοικονομικές, εκδοτικές και τηλεπικοινωνιακές επιχειρήσεις.

5.5 Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα

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

Οι πιο πάνω εναλλακτικές μορφές επικοινωνίας τυγχάνουν αυξημένης χρήσης τόσο από το ευρύ καταναλωτικό κοινό όσο και από τις επιχειρήσεις, γεγονός που έχει εδώ και καιρό επιδράσει στην αγορά των ταχυδρομικών υπηρεσιών. Η επίδραση αυτή περιορίζεται από το γεγονός ότι οι λοιπές –πέραν των ταχυδρομικών- μορφές επικοινωνίας, δεν μπορούν να μεταβιβάσουν πρωτότυπα ή εμπιστευτικά έγγραφα με αποτέλεσμα να εξακολουθεί να προτιμάται σε αυτές τις περιπτώσεις η χρήση των ταχυδρομικών διαύλων επικοινωνίας. Ιδιαίτερα όσον αφορά στην αγορά ταχυμεταφορών όπου η φύση του αντικειμένου που χρήζει ταχυμεταφοράς - διακινούνται ειδικής επείγουσας διαβίβασης ταχυδρομικά αντικείμενα- η απειλή υποκατάστασης της υπηρεσίας αυτής από τις πιο πάνω λοιπές μορφές επικοινωνίας, δε θεωρείται σημαντική.

Στο μέλλον, όμως, η αγορά ταχυμεταφορών αναμένεται ότι θα επηρεασθεί από δύο επιπλέον σημαντικούς παράγοντες. Από τη μία πλευρά αναμένεται να επιδράσει αρνητικά στην αγορά ταχυμεταφορών η ευρεία υιοθέτηση πρακτικών όπως η ηλεκτρονική υπογραφή, αλλά από την άλλη πλευρά θετική αναμένεται να είναι η επίδραση που θα προέλθει από την αναμενόμενη άνοδο του όγκου ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινείται για τους σκοπούς του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Ως προς την ηλεκτρονική υπογραφή, το Ελληνικό Δημόσιο έχει εκδώσει σχετικές εγκυκλίους για τη χρήση της ηλεκτρονικής υπογραφής και της τήρησης του ηλεκτρονικού πρωτοκόλλου. 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 κλασσικών ταχυδρομικών οδών. Προς αυτή την κατεύθυνση επικουρικά δρα η ευρύτατη χρήση των πιστωτικών καρτών για τους σκοπούς των εξ αποστάσεως αγοραπωλησιών αγαθών.

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 σε μεγάλο βαθμό υποκατασταθεί από το τηλέφωνο, τα γραπτά μηνύματα μέσω κινητών τηλεφώνων (SMS) και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) και χρησιμοποιείται μόνο για επικοινωνία με συναισθηματικό περιεχόμενο ή για επίσημη επικοινωνία με εταιρίες, διάφορους οργανισμούς ή άλλες αρχές.

- Η αποστολή παραγγελιών μέσω ταχυδρομείου έχουν υποκατασταθεί σε μεγάλο βαθμό από τις ηλεκτρονικές παραγγελίες και αναμένεται ότι θα συνεχίσουν περαιτέρω την φθίνουσα πορεία τους.

Επιχειρησιακοί πελάτες / χρήστες:

- Όσον αφορά στο διαφημιστικό ταχυδρομείο, δεν αναμένεται σημαντική υποκατάστασή του από το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail). Αντίθετα αναμένεται αύξηση της χρήσης του μέσα στα επόμενα χρόνια.
- Έχει ήδη πραγματοποιηθεί στο παρελθόν υποκατάσταση της εταιρικής αλληλογραφίας από το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Περαιτέρω υποκατάσταση αναμένεται ότι θα πραγματοποιηθεί εφόσον διαδοθεί στην αγορά η χρήση των ηλεκτρονικών υπογραφών.
- Η αποστολή παραγγελιών μέσω ταχυδρομείου φθίνει συνεχώς και αναμένεται ότι θα συνεχίσει τη φθίνουσα πορεία λόγω της υποκατάστασης από τη χρήση εναλλακτικών μορφών επικοινωνίας (e-mail, fax).
- Οι όγκοι διακίνησης δεμάτων αναμένεται να αυξηθούν λόγω του ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Η ταχύτητα στη διακίνηση των δεμάτων αποκτά μεγάλη σημασία.

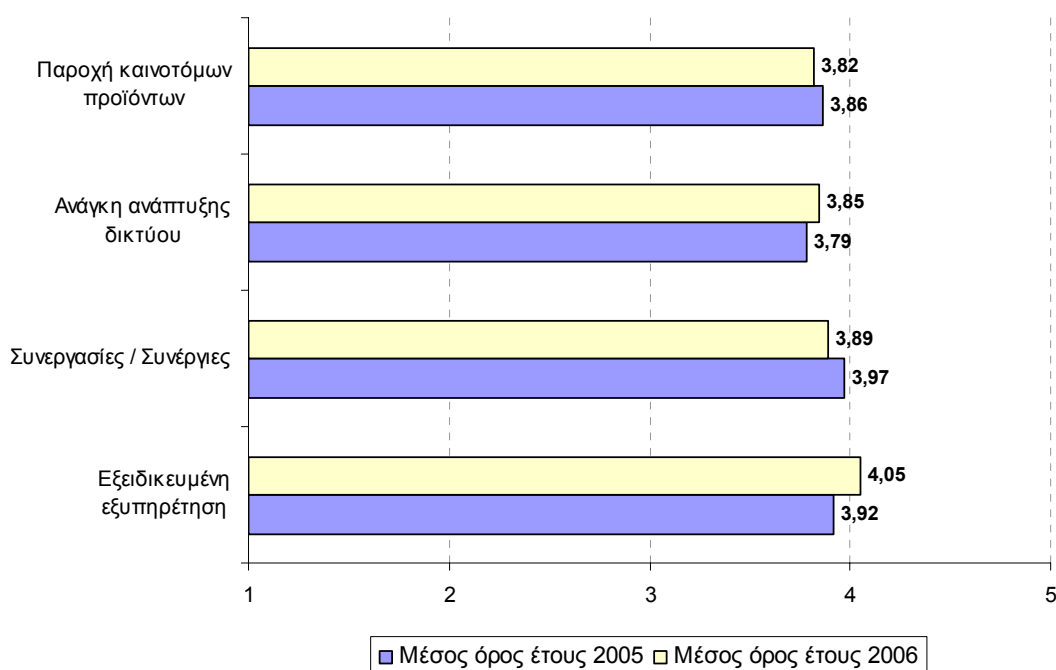
5.6 Μεριδία αγοράς – Τρόποι αύξησης και Εμπόδια

Σύμφωνα με τις απόψεις των εκπροσώπων της αγοράς που έλαβαν μέρος στην έρευνα, ως πιο σημαντικοί τρόποι αύξησης των μεριδίων αγοράς αναδεικνύονται η εξειδικευμένη και προσαρμοσμένη στις ανάγκες των πελατών εξυπηρέτηση και η ύπαρξη συνεργασιών / συνεργιών μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου προκειμένου να έχουν μεγαλύτερη γεωγραφική κάλυψη των αναγκών των πελατών τους.

Τρόποι αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2006

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Συνεργασίες / συνέργειες	6%	6%	13%	30%	32%
Ανάγκη ανάπτυξης δικτύου	6%	9%	12%	23%	36%
Εξειδικευμένη εξυπηρέτηση πελατών	4%	4%	14%	27%	39%
Παροχή καινοτόμων προϊόντων	5%	8%	16%	30%	29%

Τρόποι αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2005-2006



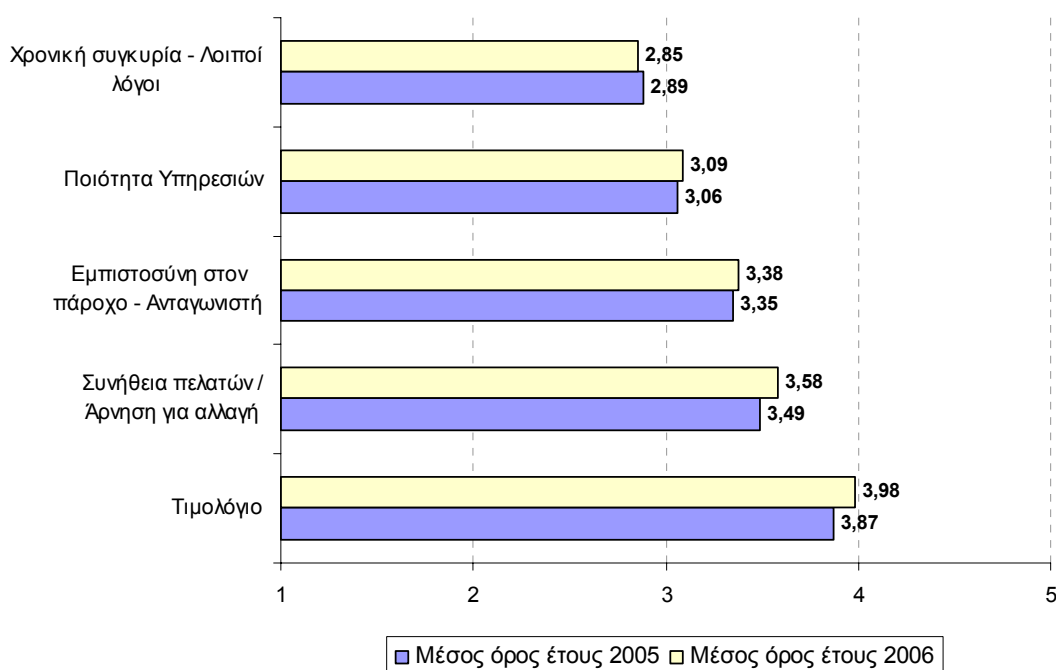
Όπως φαίνεται και από το παραπάνω διάγραμμα, οι επιχειρήσεις του κλάδου δεν φαίνεται να επιλέγουν να επικεντρωθούν σε κάποιο συγκεκριμένο τρόπο αύξησης μεριδίου αγοράς, από αυτούς που παρουσιάστηκαν πιο πάνω. Αντίθετα, φαίνεται να αποδίδουν σχεδόν τον ίδιο βαθμό σημαντικότητας σε όλους. Θα μπορούσαμε έτσι να συμπεράνουμε, ότι οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών ακολουθούν ένα μείγμα των παραπάνω τρόπων στη προσπάθειά τους να διευρύνουν το μερίδιο αγοράς που κατέχουν.

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 συνήθεια των πελατών και η άρνησή τους για αλλαγή της επιχείρησης ταχυμεταφορών με την οποία συνεργάζονται.

Εμπόδια αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2006

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Τιμολόγιο	6%	8%	16%	14%	47%
Ποιότητα υπηρεσιών	18%	16%	12%	18%	20%
Συνήθεια πελατών / άρνηση για αλλαγή	4%	9%	29%	20%	23%
Εμπιστοσύνη στον πάροχο – ανταγωνιστή	3%	18%	23%	22%	17%
Χρονική συγκυρία – λοιποί λόγοι	8%	24%	23%	15%	7%

Εμπόδια αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2005-2006



5.6 Στρατηγικές επιχειρήσεων

Από την ανάλυση που προηγήθηκε εξάγονται κάποια συμπεράσματα αναφορικά με τις στρατηγικές που υιοθετούν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών προκειμένου να αναπτύξουν τη δραστηριότητά τους και να εδραιώσουν τη θέση τους στην αγορά. Τα σημεία όπου φαίνεται ότι επικεντρώνονται οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών φαίνεται να είναι κυρίως δύο: α) η στενή παρακολούθηση του ανταγωνισμού όσον αφορά στην τιμολόγηση των παρεχόμενων υπηρεσιών, προκειμένου να παρέχουν όσο το δυνατό χαμηλά τιμολόγια με σκοπό την προσέλκυση πελατών και την μετακίνηση μεριδίου αγοράς από τις ανταγωνιστικές επιχειρήσεις, και β) η εξειδικευμένη εξυπηρέτηση των πελατών με σκοπό την όσο το δυνατό πληρέστερη κάλυψη ενδεχόμενων ιδιαίτερων αναγκών προκειμένου να καταστούν ελκυστικότεροι έναντι του ανταγωνισμού. Προκειμένου να μπορέσουν να υλοποιήσουν αυτές τις στρατηγικές, προβαίνουν σε ενέργειες που αφορούν σε επενδύσεις για εκσυγχρονισμό της τεχνολογικής τους υποδομής και επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού τους.

Μία άλλη στρατηγική που ευρέως υιοθετείται από τις επιχειρήσεις του κλάδου προκειμένου να αυξήσουν το μερίδιο αγοράς τους, είναι η αύξηση των σημείων εξυπηρέτησης των καταναλωτών, μέσω της σύναψης συμβάσεων / συνεργασιών με

άλλες επιχειρήσεις ταχυμεταφορών προκειμένου να διευρύνουν την περιοχή που δύνανται να καλύπτουν με τις υπηρεσίες τους.

Στην ελληνική αγορά, όσον αφορά στις πολυεθνικές επιχειρήσεις που το πλάνο διεξόδου τους στην ελληνική αγορά δεν περιλαμβάνει την ανάπτυξη αυτόνομου δικτύου, αυτές συνήθως 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 το φαινόμενο να συνεργάζονται κυρίως με μικρού μεγέθους επιχειρήσεις που 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.

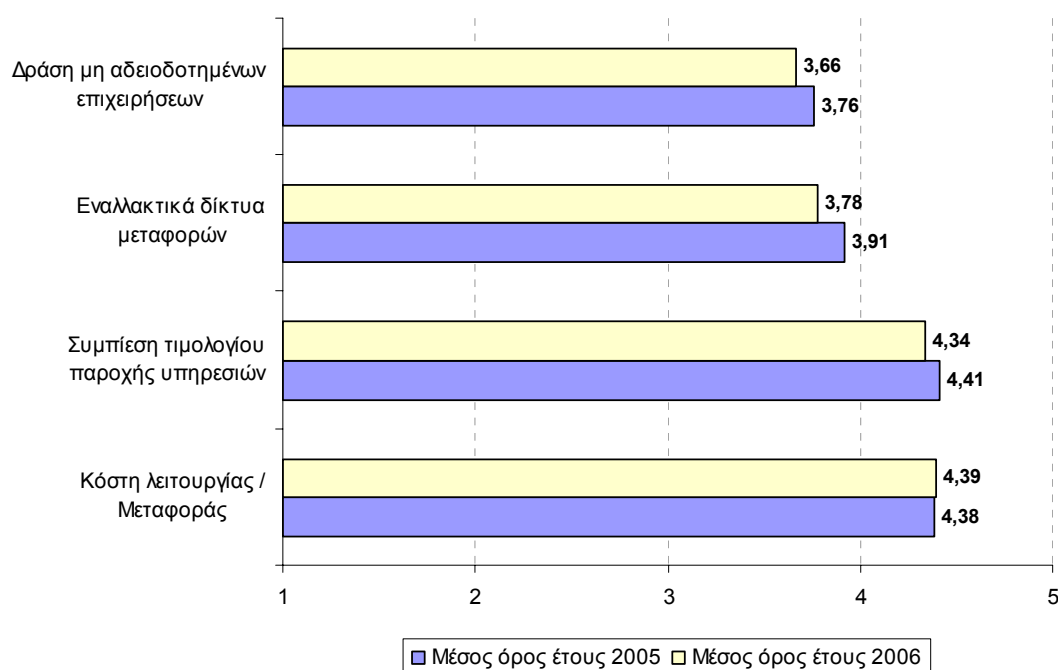
6.1 Προβλήματα Αγοράς Ταχυμεταφορών

Σημαντικά προβλήματα της αγοράς ταχυμεταφορών, σύμφωνα με τις απόψεις των φορέων της αγοράς όπως αυτές εξήχθησαν από την έρευνα που διεξήχθη, καταδεικνύονται κατ' αρχήν τα σημαντικά *κόστη λειτουργίας / μεταφοράς* καθώς και η συνεχής *συμπίεση του τιμολογίου παροχής υπηρεσιών*, ο ανταγωνισμός που δέχονται από τα *εναλλακτικά δίκτυα μεταφορών* και η *δράση μη αδειοδοτημένων επιχειρήσεων* στον κλάδο – με πολλαπλά αρνητικά αποτελέσματα. Τα αποτελέσματα αυτά αποτυπώνονται στον ακόλουθο πίνακα και το σχετικό διάγραμμα που ακολουθεί. Σημειώνεται ότι οι απαντήσεις των φορέων της αγοράς έχουν αποτυπωθεί σε κλίμακα από το 1 έως το 5, όπου 1 σημαίνει ότι ο παράγοντας που παρουσιάζεται δεν είναι καθόλου σημαντικός και 5 είναι εξαιρετικά σημαντικός.

Προβλήματα και αδυναμίες της αγοράς ταχυμεταφορών, 2006

	Καθόλου σημαντικό	Λιγότερο σημαντικό	Σημαντικό	Περισσότερο σημαντικό	Εξαιρετικά σημαντικό
	1	2	3	4	5
Συμπίεση τιμολογίου παροχής υπηρεσιών	2%	5%	9%	15%	54%
Κόστη λειτουργίας – μεταφοράς	1%	1%	7%	31%	47%
Δράση μη αδειοδοτημένων επιχειρήσεων	8%	15%	11%	16%	35%
Εναλλακτικά δίκτυα μεταφορών	1%	12%	19%	26%	27%
Άλλο	0%	0%	0%	0%	7%

Προβλήματα και αδυναμίες της αγοράς ταχυμεταφορών, 2005-2006



Επιπλέον των πιο πάνω, από μερίδα των επιχειρηματιών της αγοράς αναδεικνύονται ως σημαντικά προβλήματα της αγοράς η *δυσκολία εύρεσης και διακράτησης προσωπικού* –κυρίως διανομέων- αλλά και η *ανάγκη επικαιροποίησης - αναθεώρησης του θεσμικού πλαισίου και η ενίσχυση του ρόλου του θεσμικού φορέα*. Στο πλαίσιο αυτό, η ΕΕΤΤ προγραμματίζει την διεξαγωγή δημόσιας διαβούλευσης για τους σκοπούς διερεύνησης των αναγκών αναθεώρησης του ισχύοντος θεσμικού πλαισίου αδειοδότησης και δραστηριοποίησης στην Αγορά Ταχυμεταφορών.

Τα κόστη λειτουργίας - μεταφοράς των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, τα τελευταία χρόνια έχουν επιβαρυνθεί σημαντικά εξαιτίας της συνεχούς αύξησης στις τιμές των καυσίμων. Η επιβάρυνση αυτή, σε συνδυασμό με το επίσης πολύ σημαντικό πρόβλημα της συμπίεσης των τιμών σε συγκεκριμένα τμήματα πελατών της αγοράς (νομίζω ότι μόνο στην χονδρική έχουμε συμπίεση των τιμών, στην λιανική οι τιμές είναι αρκετά υψηλές) των προσφερόμενων υπηρεσιών – αποτέλεσμα έντονα ανταγωνιστικών πρακτικών-, έχει οδηγήσει στο να εκφράζονται φόβοι ότι μπορεί να επέλθουν αρνητικές επιπτώσεις στην αγορά αφού ενδεχομένως ορισμένες επιχειρήσεις μπορεί να οδηγηθούν σε υιοθέτηση αθέμιτων ενεργειών προκειμένου να συνεχίσουν τη δραστηριότητά τους στην αγορά.

Ένα άλλο πρόβλημα που πλήττει πολλαπλά τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών, είναι η δράση μη αδειοδοτημένων επιχειρήσεων στην αγορά. Έχει παρατηρηθεί ότι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αγορά ταχυμεταφορών και δεν κατέχουν την απαιτούμενη άδεια, είναι κυρίως οικογενειακού χαρακτήρα και δραστηριοποιούνται σε τοπικό επίπεδο. Οι επιχειρήσεις αυτές δε διαθέτουν τις κατάλληλες υποδομές για την παροχή αξιόπιστων ποιοτικών ταχυδρομικών υπηρεσιών, με αποτέλεσμα να πλήττονται σημαντικά οι κατέχουσες άδεια επιχειρήσεις, τόσο επειδή δέχονται αθέμιτο ανταγωνισμό, όσο και επειδή πλήττεται η αξιοπιστία των νομίμως δραστηριοποιούμενων επιχειρήσεων. Από την πλευρά της η ΕΕΤΤ, έχει εντατικοποιήσει τους ελέγχους ήδη από το 2005 προκειμένου να εξαλείψει την παράνομη δραστηριότητα από την αγορά και να εξασφαλίσει την ομαλή λειτουργία της. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι από το β' εξάμηνο του 2005 μέχρι σήμερα, έχουν διενεργηθεί 27 έκτακτοι έλεγχοι σε μη αδειοδοτημένες επιχειρήσεις για τον έλεγχο ενδεχόμενης παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών χωρίς την απαιτούμενη Γενική ή/και Ειδική Άδεια, και 30 τακτικοί έλεγχοι σε αδειοδοτημένες επιχειρήσεις για τον έλεγχο συμμόρφωσής τους με τους όρους και τις προϋποθέσεις της άδειας που τους έχει χορηγηθεί.

Πέρα από τα αυξημένα κόστη και τον αθέμιτο ανταγωνισμό που δέχονται οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην αγορά ταχυμεταφορών, αντιμετωπίζουν σημαντικό πρόβλημα και από τη δυσκολία εύρεσης και διακράτησης ανθρώπινου δυναμικού, ιδιαίτερα στην ειδικότητα των διανομέων. Ο κλάδος, λόγω της φύσης της ταχυμεταφορικής υπηρεσίας, χαρακτηρίζεται από υψηλούς ρυθμούς εισόδου και εξόδου ανθρώπινου δυναμικού. Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο και ιδιαίτερα οι μεγαλύτερου μεγέθους επιχειρήσεις, προσπαθούν να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα αυτό προσφέροντας πρόσθετες παροχές στο προσωπικό τους (ιδιωτικά προγράμματα ασφάλισης, κ.λπ.) και προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης.

Τέλος, ένα εύρημα που προκύπτει από τη συλλογή των ερωτηματολογίων και την επεξεργασία τους είναι η αδυναμία που παρουσιάζεται από την πλευρά των μικρών επιχειρήσεων ταχυμεταφορών στην συμπλήρωση επιμέρους στοιχείων ως προς τις κατηγορίες του διακινούμενου όγκου αντικειμένων και των αντίστοιχων εσόδων

Επίσης φαίνεται ότι αρκετές επιχειρήσεις είχαν αδυναμία να απαντήσουν σε επιμέρους, εξειδικευμένες ερωτήσεις που αφορούσαν τη διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων σε πελάτες με ή χωρίς σύμβαση, το διαχωρισμό του όγκου των αντικειμένων που παραλήφθηκαν (αυτόνομα ή συνδυασμένα) ανά Περιφέρεια με προορισμό το εσωτερικό και το εξωτερικό, καθώς και το 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. Η ΕΕΤΤ έχει ήδη ξεκινήσει διαδικασία διενέργειας ελέγχων σε μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων ταχυμεταφορών προκειμένου να διαπιστωθεί η επαρκής χρήση του Ειδικού Συστήματος Παρακολούθησης και Εντοπισμού Ταχυδρομικών Αντικειμένων (ΕΣΠΕΤΑ) που να καλύπτει τις απαιτήσεις που ορίζονται στον Κανονισμό Γενικών Αδειών. Στο πλαίσιο αυτό έχουν ήδη πραγματοποιηθεί 80 ειδικοί αυτεπάγγελτοι έλεγχοι.

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. Οι επιχειρήσεις όμως που παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες υπό καθεστώς Γενικής Άδειας, δεν εκδηλώνουν συχνά επιθυμία δραστηριοποίησης

και για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας. Στο πλαίσιο αυτό οι φορείς της αγοράς ερωτήθηκαν για τους κυριότερους παράγοντες που τους αποθαρρύνουν από τη δραστηριοποίησή τους στην παροχή υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας (υπηρεσίες μη αποκλειστικών δικαιωμάτων της Καθολικής Υπηρεσίας).

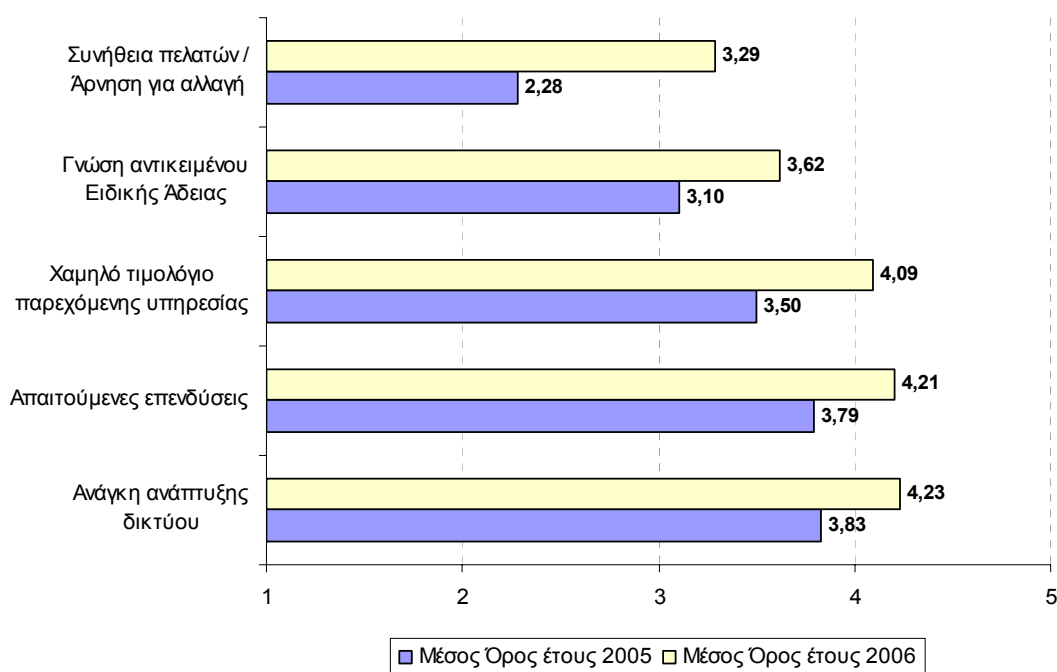
Όπως φαίνεται και από τον ακόλουθο πίνακα, ως σημαντικότεροι ανασταλτικοί παράγοντες της δραστηριοποίησης των ταχυδρομικών επιχειρήσεων υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας είναι οι επενδύσεις που απαιτούνται από πλευράς υποδομών και η ανάγκη ανάπτυξης δικτύου.

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 παρεχόμενης υπηρεσίας	2%	3%	18%	29%	40%
Γνώση αντικειμένου ειδικής άδειας	5%	10%	20%	27%	31%
Συνήθεια πελατών – άρνηση για αλλαγή	11%	13%	27%	23%	14%

Στη συνέχεια ακολουθεί διαγραμματική παρουσίαση των απόψεων των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών για τα έτη 2005-2006.

Εμπόδια εισόδου στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας, 2005-2006



6.3 Προοπτικές περιόδου 2007 - 2010

Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς, για τα επόμενα έτη προβλέπεται ότι οι τιμές των προσφερόμενων ταχυδρομικών υπηρεσιών θα παρουσιάσουν αύξηση. Οι εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς απεικονίζονται στον πίνακα που ακολουθεί.

Εκτιμώμενη τάση ζήτησης ταχ. υπηρεσιών για την περίοδο 2007-2010

Ταχυδρομική Υπηρεσία	Μείωση		Αμετάβλητη	Αύξηση		Μέση ποσοστιαία μεταβολή
	Απάντησαν	Μ.Ο. μείωσης		Απάντησαν	Μ.Ο. Αύξησης	
Ταχυμεταφορές εγγράφων	21%	13,51%	15%	49%	15,57%	4,78%
Ταχυμεταφορές δεμάτων	12%	17,25%	14%	62%	15,47%	7,40%
Διαφημιστικά αντικείμενα χωρίς διεύθυνση παραλήπτη	4%	11,69%	23%	28%	14,94%	3,81%
Προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων	3%	21,75%	27%	18%	13,95%	1,83%
Ανταλλαγή εγγράφων	3%	9,08%	26%	18%	38,39%	6,66%

Λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των απαντήσεων για κάθε μια κατηγορία ταχυδρομικών υπηρεσιών ξεχωριστά, προκύπτει η μέση εκτιμώμενη μεταβολή της

ζήτησης της εξεταζόμενης περιόδου και η οποία παρουσιάζεται στην τελευταία στήλη του πιο πάνω πίνακα. Όπως φαίνεται, για όλες τις ταχυδρομικές υπηρεσίες αναμένεται αυξητική τάση της ζήτησης για την περίοδο 2007-2010 και η οποία κυμαίνεται από 1,8% έως 7,4%.

Όπως φαίνεται και από τον πιο πάνω πίνακα, τη μεγαλύτερη θετική μέση ποσοστιαία μεταβολή εκτιμάται ότι θα παρουσιάσει η υπηρεσία *ταχυμεταφοράς δεμάτων*, καθώς 62% των εκπροσώπων της αγοράς που έλαβαν μέρος στην έρευνα εκτιμούν ότι η τιμή της υπηρεσίας αυτής θα παρουσιάσει αύξηση. Ακολουθεί η υπηρεσία *ανταλλαγής εγγράφων*, για την οποία παρόλο που η πλειοψηφία των εκπροσώπων της αγοράς που εξέφρασαν άποψη για αυτή την υπηρεσία εκτιμά ότι θα παραμείνει αμετάβλητη, εντούτοις οι φορείς που εκτιμούν ότι θα υπάρξει ανοδική μεταβολή της τιμής, πιστεύουν ότι η μεταβολή αυτή θα είναι σημαντική, καθώς πιστεύεται ότι θεωρούν ότι η υπηρεσία αυτή είναι υποεκτιμημένη. Τρίτη σε μεταβολή φαίνεται ότι θα είναι η υπηρεσία *ταχυμεταφοράς εγγράφων* για την οποία η εκτιμώμενη αύξηση τιμής ανέρχεται σε 4,8%, καθώς το 49% των εκπροσώπων που εκφράζουν άποψη για αυτή την υπηρεσία πιστεύουν ότι θα παρουσιάσει αύξηση τιμής. Ακολουθεί η κατηγορία των *διαφημιστικών αντικειμένων χωρίς διεύθυνση παραλήπτη* και η υπηρεσία *προετοιμασίας ταχυδρομικών αντικειμένων*.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται οι εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς σχετικά με τις γεωγραφικές περιοχές του **εσωτερικού** που αναμένουν ότι θα παρουσιάσουν την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών για την περίοδο 2007-2010.

Γεωγραφικές περιοχές εσωτερικού με τη μεγαλύτερη αναμενόμενη αύξηση ζήτησης αντικειμένων, 2007-2010

	1	2	3
Αττική	63%	9%	4%
Κεντρική Μακεδονία	9%	42%	15%
Κρήτη	0%	9%	18%

Η Αττική, εκτιμάται ότι θα παρουσιάσει τη μεγαλύτερη αύξηση στον διακινούμενο όγκο ταχυδρομικών αντικειμένων την περίοδο 2007-2010. Η περιοχή της Κεντρικής Μακεδονίας είναι η δεύτερη κατά σειρά γεωγραφική περιοχή, σύμφωνα με το 42% των επιχειρήσεων, που αναμένεται να παρουσιάσει αύξηση της ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών κατά την επόμενη τριετία. Ακολουθεί η περιφέρεια της

Κρήτη, η οποία επιλέγεται από το 18% των εκπροσώπων της αγοράς ταχυμεταφορών.

Εν συνεχεία ακολουθεί πίνακας όπου παρουσιάζονται οι περιοχές **εξωτερικού** οι οποίες σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς αναμένεται ότι θα παρουσιάσουν την μεγαλύτερη αύξηση ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών για την επόμενη τριετία.

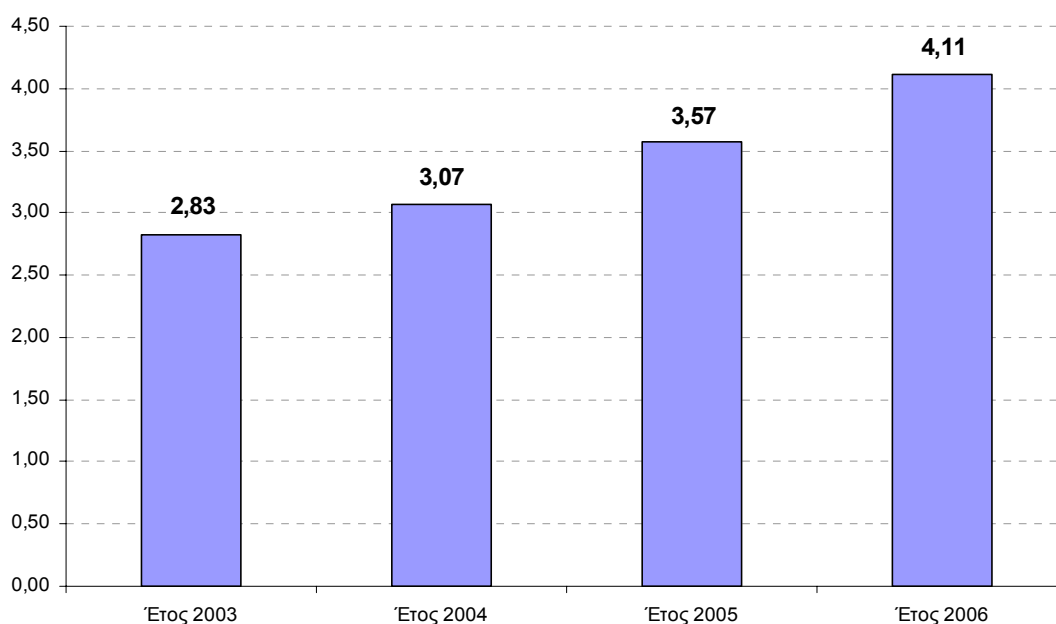
Γεωγραφικές περιοχές εξωτερικού με τη μεγαλύτερη αναμενόμενη αύξηση ζήτησης αντικειμένων 2007-2010

	1	2	3
Ευρωπαϊκή Ένωση (25 χώρες)	66%	12%	5%
Λοιπή Ευρώπη	5%	34%	23%
ΗΠΑ – Καναδάς	2%	20%	32%
Ασία	11%	15%	17%

Όπως φαίνεται, η Ευρωπαϊκή Ένωση αναμένεται ότι θα παρουσιάσει την μεγαλύτερη αύξηση, ενώ ακολουθούν οι λοιπές ευρωπαϊκές χώρες και η περιοχή ΗΠΑ και Καναδά. Σημαντική θεωρείται και η κατάταξη που λαμβάνει η Ασία στον πιο πάνω πίνακα.

Οι προοπτικές εξέλιξης της αγοράς ταχυμεταφορών, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των εκπροσώπων της αγοράς, φαίνεται ότι και τα επόμενα χρόνια θα συνεχίσουν να είναι θετικές, γεγονός που δείχνει να επιβεβαιώνεται από την ανοδική πορεία που διαγράφει ο δείκτης αντικειμένων ταχυμεταφορών ανά κάτοικο που απεικονίζεται στο διάγραμμα που ακολουθεί.

Εξέλιξη αντικειμένων ταχυμεταφορών ανά κάτοικο, 2003-2006



Από το προηγούμενο διάγραμμα φαίνεται ότι κατά τα τελευταία χρόνια υπάρχει μία μικρή μεν αλλά σταθερά ανοδική τάση στα αντικείμενα ταχυμεταφορών ανά κάτοικο. Η τάση αυτή συνάδει με την γενικότερη εκτίμηση που υπάρχει ότι η αγορά ταχυμεταφορών αναμένεται να επιδείξει περαιτέρω ανάπτυξη. Προς την κατεύθυνση αυτή επικουρικά θα δράσει η περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου των επιχειρήσεων και η βελτίωση των υποδομών τους, με σκοπό την παροχή ποιοτικότερων υπηρεσιών και την κάλυψη της αναμενόμενης αύξησης της ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών. Η βελτίωση των υποδομών των επιχειρήσεων επιτυγχάνεται με αύξηση των επενδύσεων σε τεχνολογικό εξοπλισμό αλλά και περαιτέρω επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού των επιχειρήσεων.

Θετικός παράγοντας στην περαιτέρω ανάπτυξη της εγχώριας αγοράς ταχυμεταφορών αναμένεται να είναι η στροφή της δραστηριότητας των ελληνικών επιχειρήσεων προς τις γειτονικές χώρες, καθώς και η στροφή των κοινοτικών και δημοσίων δαπανών προς την Ελληνική Περιφέρεια (Δ' ΚΠΣ) . Η ανάπτυξη των εμπορικών συναλλαγών στο βαλκανικό χώρο, εκτιμάται ότι θα δώσει ώθηση τόσο στις διεθνείς επιχειρήσεις ταχυμεταφορών όσο και στις εγχώριες.

Στα πλαίσια αυτά οι επιχειρηματίες του κλάδου θα πρέπει να χαράξουν τις στρατηγικές ανάπτυξής τους αξιοποιώντας τα δεδομένα της αγοράς αλλά και τις μελλοντικές προοπτικές της. Θα πρέπει, όμως, να μελετηθεί και η ικανότητα των

επιχειρήσεων να παρέχουν ποιοτικές υπηρεσίες προς τους πελάτες τους και ταυτόχρονα να καθίστανται βιώσιμες οι ίδιες, ιδιαίτερα υπό την σημαντική ανταγωνιστική πίεση τιμών που επικρατεί στον κλάδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΥΠΟ ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΕΙΔΙΚΗΣ ΑΔΕΙΑΣ

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζονται στατιστικά στοιχεία για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην ταχυδρομική αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας, δηλαδή υπηρεσίες που εμπίπτουν στο πεδίο της Καθολικής Ταχυδρομικής Υπηρεσίας.

7.1 Αγορά Ταχυδρομικών Υπηρεσιών Ειδικών Αδειών

Σύμφωνα με το άρθρο 3 του Κανονισμού Ειδικών Αδειών για την Παροχή Ταχυδρομικών Υπηρεσιών (ΦΕΚ 1906/Β/2003) «οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις, δύναται να παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες που εμπίπτουν στο πεδίο της Καθολικής Ταχυδρομικής Υπηρεσίας εφόσον διαθέτουν Ειδική Άδεια που χορηγείται από την ΕΕΤΤ έπειτα από αίτηση τους».

Σύμφωνα με το ισχύον θεσμικό πλαίσιο, οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στο φάσμα των υπηρεσιών της Καθολικής Υπηρεσίας υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας έχουν την δυνατότητα να αναλαμβάνουν την παροχή μίας ή περισσότερων, ή ακόμα και του συνόλου των φάσεων της περισυλλογής, διαλογής, μεταφοράς και διανομής για τα παρακάτω ταχυδρομικά αντικείμενα :

Παρεχόμενες Ταχυδρομικές Υπηρεσίες υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας

Υπηρεσίες	Περιορισμοί
Αντικείμενα αλληλογραφίας βάρους μέχρι 2 κιλά	Εκτός αυτών που εμπίπτουν στα αποκλειστικά δικαιώματα του Φ.Π.Κ.Υ
Βιβλία, Κατάλογοι, Περιοδικά βάρους μέχρι 2 κιλά	
Δέματα βάρους μέχρι 20 κιλά	
Άλλες υπαγόμενες ή μη ταχυδρομικές υπηρεσίες	Κατόπιν απόφασης της ΕΕΤΤ εάν υπάγονται στην Κ.Υ και θέσπισης όρων και Προϋποθέσεων για την παροχή τους

Η αρμοδιότητα της χορήγησης Ειδικών Αδειών ανατέθηκε με το Ν.3185/2003 στην ΕΕΤΤ. Με τον Κανονισμό Ειδικών Αδειών η ΕΕΤΤ ρυθμίζει τη διαδικασία και τις προϋποθέσεις χορήγησης, ανανέωσης, τροποποίησης, αναστολής και ανάκλησης των Ειδικών Αδειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, καθώς και τον τρόπο υπολογισμού και καταβολής των σχετικών ετήσιων τελών.

Το ισχύον Κανονιστικό Πλαίσιο έχει εισάγει τις παρακάτω τομές στη λειτουργία και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται ή επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στο μέλλον στην παροχή των μη αποκλειστικών υπηρεσιών του ΦΠΚΥ:

- Ορισμού και καθιέρωσης της έννοιας του ταχυδρομικού Δικτύου, του τρόπου λειτουργίας του, καθώς και των όρων διασύνδεσής του με άλλα ταχυδρομικά δίκτυα.

- Καθορισμού ενός πιο αποτελεσματικού και ευέλικτου πλαισίου αδειοδότησης, δίνοντας τη δυνατότητα στην ΕΕΤΤ να αξιολογεί την ικανότητα της ταχυδρομικής επιχείρησης να παρέχει ποιοτικές και αξιόπιστες υπηρεσίες.

Επίσης, στον Κανονισμό αυτό περιλαμβάνονται οι υποχρεώσεις των ταχυδρομικών επιχειρήσεων έναντι των καταναλωτών και οι αρχές τιμολόγησης των παρεχόμενων ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Αποτελώντας μοχλό κίνησης στη διαδικασία της σταδιακής απελευθέρωσης της ταχυδρομικής αγοράς, η είσοδος νέων επιχειρήσεων στο χώρο ενδυναμώνεται και παγιώνεται υπό το φως του κανονισμού, καθώς η ΕΕΤΤ έχει αναλάβει πλέον τη βασική ευθύνη ρύθμισης και εποπτείας της αγοράς αυτής.

Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του Μητρώου αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων που τηρείται από την ΕΕΤΤ οι εγγεγραμμένες ταχυδρομικές επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια, εκτός του ΦΠΚΥ, ανέρχονται σε πέντε (5). Οι όροι και οι προϋποθέσεις που οφείλουν να πληρούν οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στην αγορά Ειδικής Άδειας καθώς και τα στοιχεία που πρέπει να υποβληθούν υποχρεωτικά για την αξιολόγησή τους από την ρυθμιστική αρχή αναφέρονται συνοπτικά παρακάτω:

- Υποβολή Αίτησης - Δήλωσης Παροχής
- Στοιχεία Γεωγραφικής Κάλυψης (Τοπική, Περιφερειακή, Εθνική)
- Δίκτυο Εξυπηρέτησης (Καταστήματα – Κέντρα Διαλογής)
- Υποβολή Στρατηγικού & Επιχειρησιακού Σχεδίου (τουλάχιστον 3ετίας)
- Υποβολή Χάρτη Υποχρεώσεων Καταναλωτή (ΧΥΚ)
- Υποβολή Τιμοκαταλόγου Ταχυδρομικών Υπηρεσιών
- Ύπαρξη Λογιστικού Συστήματος σύμφωνα με το αρ. 20 του Ν. 2668/98

7.2 Στατιστικά στοιχεία ταχυδρομικών επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια

Όπως προαναφέρθηκε, οι εγγεγραμμένες στο Μητρώο της ΕΕΤΤ ταχυδρομικές επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια, πέραν του ΦΠΚΥ, είναι πέντε. Από αυτές σε συστηματική βάση παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας οι τέσσερις επιχειρήσεις. Για τους σκοπούς της καλύτερης στατιστικής απεικόνισης των δεδομένων που αφορούν αυτές τις επιχειρήσεις, στην ανάλυση που ακολουθεί

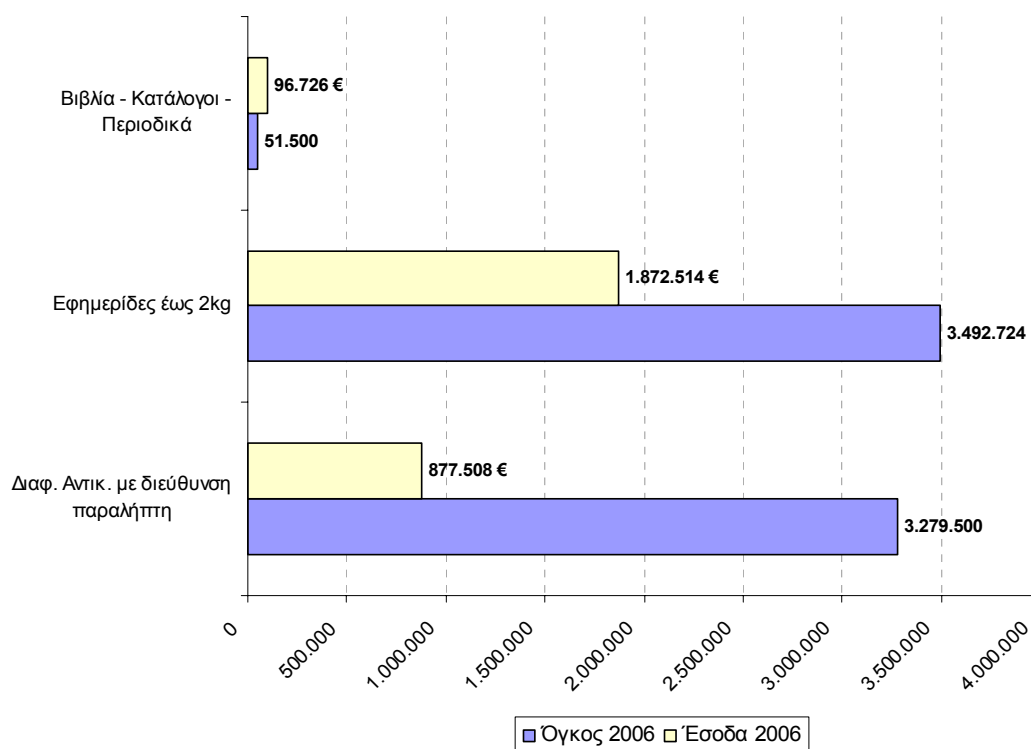
έχουν χρησιμοποιηθεί τα στοιχεία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα των Ειδικών Αδειών πλην του ΦΠΚΥ.

Ακολουθεί πίνακας με τα στοιχεία όγκου και εσόδων για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες που οι επιχειρήσεις δήλωσαν ότι παρέχουν. Σημειώνουμε ότι οι επιχειρήσεις που εξετάζονται δεν παρέχουν τις ταχυδρομικές υπηρεσίες διακίνησης αντικειμένων αλληλογραφίας έως 2 κιλά και δεμάτων έως 20 κιλά.

Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων ανά παρεχόμενη υπηρεσία υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας

Ταχυδρομική Υπηρεσία	Όγκος	Έσοδα	Μέσα Έσοδα ανά Ταχ. αντικ.
Διαφημιστικά Αντικείμενα με διεύθυνση παραλήπτη	3.279.500	877.508 €	0,268 €
Εφημερίδες έως 2kg	3.492.724	1.872.514 €	0,536 €
Βιβλία - Κατάλογοι – Περιοδικά	51.500	96.726 €	1,878 €
Σύνολα	6.823.724	2.846.748 €	0,400 €

Όγκος και Έσοδα παρεχόμενων υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας ταχυδρομικών υπηρεσιών



Στη συνέχεια παρατίθενται στοιχεία σχετικά με το ανθρώπινο δυναμικό, την κτιριακή υποδομή και τα μεταφορικά μέσα των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον τομέα ταχυδρομικών υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας.

Ανθρώπινο δυναμικό επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια 2006			
Πλήρης Απασχόληση	68 32,5%	Διανομείς	184 88,0%
Μερική Απασχόληση	141 67,5%	Λοιπό Προσωπικό	25 12,0%
ΣΥΝΟΛΟ	209 100%	ΣΥΝΟΛΟ	209 100%

Σημειώνεται ότι σύμφωνα με τα στοιχεία που παρασχέθηκαν από τις επιχειρήσεις που είναι εγγεγραμμένες στο Μητρώο της ΕΕΤΤ, τα μέσα έσοδα ανά εργαζόμενο για τις επιχειρήσεις που λειτουργούν υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας το έτος 2006 διαμορφώνονται σε € 19 χιλ. περίπου, ενώ τα αντίστοιχα έσοδα για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται υπό καθεστώς Γενικών Αδειών ανέρχεται σε € 24,5 χιλ. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην διαφορετική φύση των υπηρεσιών που παρέχονται υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας.

Από πλευράς κτιριακών υποδομών, οι υπό εξέταση επιχειρήσεις φαίνεται να χρειάζονται σημαντικά μεγαλύτερη επιφάνεια εγκαταστάσεων για την στέγαση της λειτουργικής τους δραστηριότητας, όπως φαίνεται και από τον ακόλουθο πίνακα. Θυμίζουμε ότι η μέση επιφάνεια των υποδομών των ταχυδρομικών επιχειρήσεων που παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες υπό καθεστώς Γενικής Άδειας ανέρχεται σε 55,1 τ.μ.

Ταχυδρομικά καταστήματα – Κέντρα Διαλογής – Αποθηκευτικοί χώροι

2006	Πλήθος	Έκταση	Μέση επιφάνεια
Κέντρα Διαλογής (ΚΔ)	8	785 τ.μ.	98,13 τ.μ.
Ταχυδρομικά Καταστήματα	7	585 τ.μ.	83,57 τ.μ.
Ταχυδρομικά Καταστήματα & ΚΔ	43	4.036 τ.μ.	93,86 τ.μ.
Αποθηκευτικοί χώροι	24	3.800 τ.μ.	158,33 τ.μ.
ΣΥΝΟΛΟ	82	9.206 τ.μ.	112,27 τ.μ.

Για την εξυπηρέτηση των αναγκών τους και την αποτελεσματική εξυπηρέτηση των πελατών τους, οι επιχειρήσεις που παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας διαθέτουν οργανωμένα δίκτυα. Όπως φαίνεται από τους πίνακες που ακολουθούν, το μεγαλύτερο μέρος της κτιριακής υποδομής και των μεταφορικών μέσων που χρησιμοποιούνται ανήκουν στο Δίκτυο των επιχειρήσεων που κατέχουν Ειδική Άδεια.

Υποδομή ταχυδρομικής επιχείρησης και Δικτύου

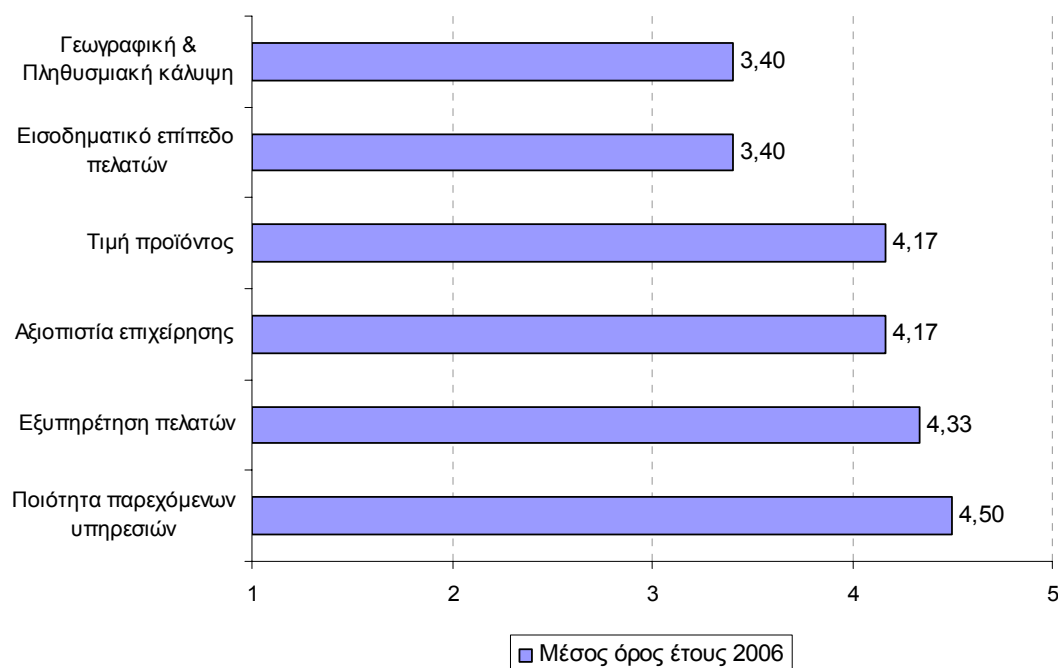
2006	Πλήθος	Έκταση	Μέση επιφάνεια
Ταχυδρομικής Επιχείρησης	15	3.601 τ.μ.	240,07 τ.μ.
Δικτύου	67	5.605 τ.μ.	83,66 τ.μ.
ΣΥΝΟΛΟ	82	9.206 τ.μ.	112,27 τ.μ.

Μεταφορικά μέσα ταχυδρομικών επιχειρήσεων και δικτύου

Μεταφορικά μέσα ταχυδρομικών επιχειρήσεων και Δικτύου με Ειδική Άδεια 2006			
Αυτοκίνητα Παραγωγής	85 51,5%	Ταχυδρομικής Επιχείρησης	44 26,7%
Δίκυκλα	70 42,4%	Δικτύου	121 73,3%
Λοιπά Οχήματα	10 6,1%		
ΣΥΝΟΛΟ	165 100%	ΣΥΝΟΛΟ	165 100%

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι απαντήσεις που δόθηκαν από τους συντελεστές της ταχυδρομικής αγοράς, σχετικά με τους προσδιοριστικούς παράγοντες της ζήτησης των υπηρεσιών τους. Οι απαντήσεις τους αποτυπώθηκαν σε μία κλίμακα από το 1 έως το 5 (όπου 1 καθόλου σημαντικό και 5 εξαιρετικά σημαντικό), και χρησιμοποιήθηκαν οι μέσοι όροι των απαντήσεων που δόθηκαν για τα έτη 2006 για την απεικόνιση των αντίστοιχων μεγεθών.

Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι - Ευρετήριο Πινάκων και Διαγραμμάτων

Όγκος Ταχυδρομικών Αντικειμένων καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2006	22
Ετήσιοι ρυθμοί μεταβολής όγκου καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2006.....	22
Έσοδα καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2006	23
Ετήσια ποσοστά μεταβολής εσόδων καθολικής υπηρεσίας και ταχυμεταφορών, 2000-2006	24
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών.....	24
Μέσο Έσοδο ανά ταχυδρομικό αντικείμενο στην αγορά ταχυμεταφορών, 2000-2006	25
Όγκος αντικειμένων Ταχυμεταφορών 2004-2006	25
Έσοδα ανά παρεχόμενη υπηρεσία ταχυμεταφορών 2004-2006	26
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στην αγορά ταχυμεταφορών 2005-2006.....	27
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού και εξωτερικού, 2006	28
Μέσα έσοδα ανά ταχυδρομικό αντικείμενο ανάλογα με προορισμό / προέλευση	29
Διακίνηση αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης, 2006	29
Κατανομή αντικειμένων εσωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης,	30
έτη 2000-2006.....	30
Διακίνηση προέλευσης εξωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης	30
Διακίνηση προορισμού εξωτερικού σε σχέση με τον χρόνο επίδοσης	30
Διαχρονική εξέλιξη διακίνησης ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κλιμάκιο βάρους, 2003-2006.....	31
Κατανομή ταχ. αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης.....	32
Διακίνηση ταχ. αντικειμένων εσωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης, 2006	33
Ταχυδρομικά αντικείμενα εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού	33
Διακίνηση αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προορισμού, 2004-2006.....	34
Ταχυδρομικά αντικείμενα εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης	34
Διακίνηση αντικειμένων εξωτερικού ανά περιφέρεια προέλευσης 2004-2006.....	35
Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης υπηρεσιών ταχυμεταφορών, 2005-2006.....	36
Προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των υπηρεσιών ταχυμεταφοράς, 2006.....	36
Επιχειρησιακοί πελάτες της αγοράς ταχυμεταφορών 2005-2006	37
Τρόποι επικοινωνίας καταναλωτών με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών 2006	38
Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων στις 31/12/2006.....	40
Αριθμός αδειοδοτημένων ταχυδρομικών επιχειρήσεων 2004-2006	40
Γεωγραφική κατανομή ταχ. αντικειμένων & αδειοδοτημένων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών	41
Κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την παροχή ταχυμεταφορών 2006.....	42
Κατανομή υπηρεσιών ταχυμεταφορών με μεγαλύτερη αυξομείωση τιμών 2006	42
Κυριότεροι παράγοντες διαμόρφωσης τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών	43
Προσδιοριστικοί παράγοντες διαμόρφωσης τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών 2005-2006.....	43
Κατανομή κόστους επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, 2006	44
Κατανομή απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό επίπεδο (Επιχείρησης - Δικτύου) 2006	45
Συνολική απασχόληση στην αγορά ταχυμεταφορών 2006	45
Κατανομή απασχόλησης ανά εκπαιδευτικό επίπεδο 2006	46
Κατανομή απασχόλησης στην αγορά ταχυμεταφορών ανά ειδικότητα	46
Κατανομή απασχόλησης ανά ειδικότητα (Επιχειρήσεων & Δικτύου) 2006.....	46
Καταστήματα ταχυμεταφορών-κέντρα διαλογής-αποθηκευτικοί χώροι 2006	47
Καταστήματα ταχυμεταφορών - κέντρα διαλογής-αποθηκευτικοί χώροι	48
Μέση επιφάνεια καταστημάτων - κέντρων διαλογής - αποθηκευτικών χώρων	48
Μεταφορικά μέσα επιχειρήσεων ταχυμεταφορών και Δικτύου	49
Μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (όγκος)	51
Μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (έσοδα).....	51
Μερίδια αγοράς των κυριότερων επιχειρήσεων ταχυμεταφορών (έσοδα).....	52
Μορφές ανταγωνισμού της αγοράς ταχυμεταφορών, 2006	52
Προσδιοριστικοί παράγοντες ανταγωνισμού στην αγορά ταχυμεταφορών, 2005-2006	53
Τρόποι αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2006.....	58
Τρόποι αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2005-2006.....	59
Εμπόδια αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2006	59
Εμπόδια αύξησης μεριδίου αγοράς ταχυμεταφορών, 2005-2006	60
Προβλήματα και αδυναμίες της αγοράς ταχυμεταφορών, 2006	63
Προβλήματα και αδυναμίες της αγοράς ταχυμεταφορών, 2005-2006	63
Εμπόδια εισόδου στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας	66
Εμπόδια εισόδου στην αγορά υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας, 2005-2006	67
Εκτιμώμενη τάση ζήτησης ταχ. υπηρεσιών για την περίοδο 2007-2010	67
Γεωγραφικές περιοχές εσωτερικού με τη μεγαλύτερη αναμενόμενη αύξηση ζήτησης αντικειμένων, 2007-2010	68
Γεωγραφικές περιοχές εξωτερικού με τη μεγαλύτερη αναμενόμενη αύξηση ζήτησης αντικειμένων 2007-2010.....	69
Εξέλιξη αντικειμένων ταχυμεταφορών ανά κάτοικο, 2003-2006.....	70

Παρεχόμενες Ταχυδρομικές Υπηρεσίες υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας	73
Διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων ανά παρεχόμενη υπηρεσία υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας	75
Όγκος και Έσοδα παρεχόμενων υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας ταχυδρομικών υπηρεσιών	75
Ανθρώπινο δυναμικό επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια 2006	76
Ταχυδρομικά καταστήματα – Κέντρα Διαλογής – Αποθηκευτικοί χώροι	76
Υποδομή ταχυδρομικής επιχείρησης και Δικτύου	77
Μεταφορικά μέσα ταχυδρομικών επιχειρήσεων και δικτύου	77
Προσδιοριστικοί παράγοντες ζήτησης ταχυδρομικών υπηρεσιών υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας.....	77

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ – Ερωτηματολόγια έτους 2006

- A) Για επιχειρήσεις που παρέχουν ταχ. υπηρεσίες υπό καθεστώς Γενικής Άδειας
- B) Για επιχειρήσεις που παρέχουν ταχ. υπηρεσίες υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας

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 1/1/2006 έως 31/12/2006)

Α. Στοιχεία Ταχυδρομικής Επιχείρησης.

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

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

Β. Ταχυμεταφορές Ταχυδρομικών Αντικειμένων.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Λ. Απασχολούμενο προσωπικό, στην ταχ. επιχείρηση & το δίκτυο της, στις 31/12/2006. (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 31/12/2006

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

Ν. Στοιχεία «ΔΙΚΤΥΟΥ»

Αριθμός Ταχ. Επιχειρήσεων Χωρίς Γεν. Άδεια ενταγμένων στο δίκτυο

Ξ. Μεταφορικά μέσα ταχ. επιχείρησης & του δικτύου της, στις 31/12/2006

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

Ο. Πελάτες μετρητοίς (χωρίς σύμβαση) ταχ. επιχείρησης & του δικτύου της, στις 31/12/2006

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

Π. Συμβάσεις ταχ. επιχείρησης & του δικτύου της, με εταιρικούς πελάτες στις 31/12/2006

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

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

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

¹ Επιτροπή Επίλυσης Διαφορών.

Σφραγίδα ταχ. επιχείρησης

Ονοματεπώνυμο νόμιμου εκπροσώπου ταχ. επιχείρησης
(ολογράφως και υπογραφή)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Περιφέρειες και Νομοί της Ελλάδας

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

Το παρόν ανήκει στην με Αρ. Πρωτ. _____, 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

A1. ΑΡ. ΜΗΤΡΩΟΥ Ε.Ε.Τ.Τ.:	A2. ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΓΕΝΙΚΗΣ ΑΔΕΙΑΣ :	
A3. ΕΠΩΝΥΜΙΑ:	ΕΔΡΑ	
	A4. ΔΗΜΟΣ:	
	A5. ΝΟΜΟΣ:	
A6. ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ:	ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:	
	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 style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B1.2	Ταχυμεταφορές δεμάτων	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B1.3	Διαφημ. αντικ. χωρίς διεύθυνση παραλήπτη	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B1.4	Προετοιμασία ταχ. Αντικειμένων	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B1.5	Ανταλλαγή εγγράφων	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>

B2. Ποιοι είναι οι σημαντικότεροι πελάτες σας;

		% επί του συνολικού όγκου ταχ. αντικειμένων	% των εσόδων
B2.1	Δημόσιος Τομέας	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B2.2	Υπηρεσίες	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B2.3	Εμπόριο	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B2.4	Βιομηχανία	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>

B3. Ποιοι είναι οι κυριότεροι εταιρικοί πελάτες σας;

		% επί του συνολικού όγκου ταχ. αντικειμένων	% των εσόδων
B3.1	Τραπεζοασφαλιστικοί Οργανισμοί	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B3.2	Διαφημιστικές Εταιρείες	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B3.3	Επικοινωνίες/ Τηλεπικοινωνίες	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B3.4	Τουριστικές Ξεν/κές Επιχειρήσεις	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B3.5	Εκδόσεις / Εκδοτικοί οίκοι	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B3.6	Φαρμακοβιομηχανίες	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B3.7	Εταιρείες Πληροφορικής	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" type="text"/>
B3.8	Άλλο (διευκρινίστε)	<input style="width: 80%;" type="text"/>	<input style="width: 80%;" 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 2006 σε σχέση με το 2005 (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 2006 σε σχέση με το 2005 (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 2006;

- 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.λπ.) %
- 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;

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

Γ8. Συναντάτε δυσκολίες εύρεσης προσωπικού;

ΝΑΙ ΟΧΙ

Αν ναι, σε ποιες ειδικότητες;

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

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

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

	Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικό
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;**

ΝΑΙ ΟΧΙ

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

Άλλο πρόβλημα ή αδυναμία: Διευκρινίστε!

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

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

Το παρόν ανήκει στην με Αρ. Πρωτ., επιστολή της Ε.Ε.Τ.Τ. και αφορά ΜΟΝΟ ΣΤΙΣ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕ ΕΙΔΙΚΗ ΑΔΕΙΑ (Κανονισμός Ειδικών Αδειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών ΦΕΚ 1906/Β' /2003, άρθρο 3). Σελίδες: 4.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 1*
(ΧΡΗΣΗ ΑΠΟ 1/1/2006 έως 31/12/2006)

Α. Στοιχεία Ταχυδρομικής Επιχείρησης.

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

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

¹ Να ΜΗΝ συμπληρωθεί αυτό το πεδίο.

Β. Διακίνηση Ταχυδρομικών Αντικειμένων.

	Ταχ. αντικ.	Έσοδα (€)
B1. Αυτόνομη Διακίνηση Εσωτερικού: Ταχ. αντικείμενα που παραλήφθηκαν στο εσωτερικό από την ταχ. επιχείρηση και το δίκτυό της, από αποστολές εσωτερικού και η επίδοσή τους σε παραλήπτες εσωτερικού έγινε ΜΟΝΟ από την ταχ. επιχείρηση και το δίκτυό της, (δηλ. χωρίς την παρεμβολή άλλης ταχ. επιχείρησης με Ειδική Άδεια).		
B2. Συνδυασμένη Διακίνηση Εσωτερικού: Ταχ. αντικείμενα που παραλήφθηκαν στο εσωτερικό από την ταχ. επιχείρηση και το δίκτυό της, από αποστολές εσωτερικού και η επίδοσή τους σε παραλήπτες εσωτερικού ανατέθηκε σε άλλη ή άλλες ταχ. επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια. (Συμπληρώνεται ΜΟΝΟ από την ταχ. επιχείρηση που με το δίκτυό της παρέλαβε τα ταχυδρομικά αντικείμενα από τον αποστολέα).		

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

Ταχυδρομικές Υπηρεσίες	Πλήθος ταχ. αντικ.	Έσοδα (€)
Γ1. Αντικείμενα Αλληλογραφίας έως 2 κιλά		
Γ2. Διαφημιστικά αντικ. με διεύθυνση παραλήπτη		
Γ3. Εφημερίδες έως 2 κιλά		
Γ4. Βιβλία - Κατάλογοι - Περιοδικά		
Γ5. Δέματα έως 20 κιλά		
Γ6. Άλλη Ταχ. Υπηρεσία:		

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	Πλήθος	Έσοδα (€)
Δ1. Αντικείμενα Αλληλογραφίας έως 2 κιλά		
Δ2. Διαφημιστικά αντικ. με διεύθυνση παραλήπτη		
Δ3. Εφημερίδες έως 2 κιλά		
Δ4. Βιβλία - Κατάλογοι - Περιοδικά		
Δ5. Δέματα έως 20 κιλά		
Δ6. Άλλη Ταχ. Υπηρεσία:		

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	Πλήθος	Έσοδα (€)
E1. Αντικείμενα Αλληλογραφίας έως 2 κιλά		
E2. Διαφημιστικά αντικ. με διεύθυνση παραλήπτη		
E3. Εφημερίδες έως 2 κιλά		
E4. Βιβλία - Κατάλογοι – Περιοδικά		
E5. Δέματα έως 20 κιλά		
E6. Άλλη Ταχ. Υπηρεσία:		

ΣΤ. ΟΓΚΟΣ και ΕΣΟΔΑ ταχ. αντικειμένων, ανά κλιμάκιο βάρους για Ταχ. Υπηρεσίες, ανεξάρτητα αν διακινήθηκαν ΑΥΤΟΝΟΜΑ ή ΣΥΝΔΥΑΣΜΕΝΑ (Να συμπληρωθεί ΜΟΝΟ από τις ταχ. επιχειρήσεις που παρέλαβαν τα ταχ. αντικείμενα από τον αποστολέα)

Κλιμάκια βάρους	Πλήθος ταχ. αντικειμένων	Έσοδα (€)
ΣΤ1. Έως 50 gr		
ΣΤ2. Από 50 gr έως 2 Kgr		
ΣΤ2. Από 2 Kgr έως 20 Kgr		

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

Περιφέρεια ¹	Πλήθος ταχ. αντικειμένων (περιλαμβανομένων δεμάτων)	Περιφέρεια ¹	Πλήθος ταχ. αντικειμένων (περιλαμβανομένων δεμάτων)
	Προορισμός ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ		Προορισμός ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ
ΑΠΟ:		ΑΠΟ:	
Z1. Ανατ. Μακεδονία & Θράκη		Z8. Στερεά Ελλάδα	
Z2. Κεντρική Μακεδονία		Z9. Αττική	
Z3. Δυτική Μακεδονία		Z10. Πελοπόννησος	
Z4. Ήπειρος		Z11. Βόρειο Αιγαίο	
Z5. Θεσσαλία		Z12. Νότιο Αιγαίο	
Z6. Ιόνια Νησιά		Z13. Κρήτη	
Z7. Δυτική Ελλάδα			

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

Η. Απασχολούμενο προσωπικό, στην ταχ. επιχείρηση & το δίκτυο της, στις 31/12/2006. (Η απασχόληση νοείται μόνον στις ταχυδρομικές υπηρεσίες και όχι σε τυχούσες άλλες εργασίες της επιχείρησης).

	H1. ΠΛΗΡΟΥΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ											
	Διανομείς			Λοιπό Προσωπικό			Διανομείς			Λοιπό Προσωπικό		
	Ανωτ.	Μέση	Υποχρ.	Ανωτ.	Μέση	Υποχρ.	Ανωτ.	Μέση	Υποχ.	Ανωτ.	Μέση	Υποχ.
Ταχ. επιχείρησης												
Υπολ. Δικτύου												

Θ. Κτιριακή υποδομή, ταχ. επιχ/σης & του δικτύου της, στις 31/12/2006

	Ταχ. επιχείρησης		Υπόλοιπου Δικτύου	
	πλήθος	έκταση (τ.μ.)	πλήθος	έκταση (τ.μ.)
Θ1. Κέντρα Διαλογής (ΜΟΝΟ)				
Θ2. Ταχυδρομικά Καταστήματα (ΜΟΝΟ)				
Θ3. Ταχυδρομικά Καταστήματα ΜΑΖΙ με Κέντρα Διαλογής				
Θ4. Αποθηκευτικοί χώροι				

Ι. Στοιχεία «ΔΙΚΤΥΟΥ»

Αριθμός Ταχ. Επιχειρήσεων Χωρίς Ειδ. Άδεια ενταγμένων στο δίκτυο

Κ. Μεταφορικά μέσα ταχ. επιχείρησης & του δικτύου της, στις 31/12/2006

	Ταχ. επιχείρησης (Αριθμός)	Υπόλοιπου Δικτύου (Αριθμός)
Κ1. Αυτοκίνητα παραγωγής		
Κ2. Δίκυκλα		
Κ3. Λοιπά οχήματα		

Λ. Πελάτες μετρητοίς (χωρίς σύμβαση) ταχ. επιχείρησης & του δικτύου της, στις 31/12/2006

	Πλήθος ταχ. αντικ.	Έσοδα (€)
Λ1. Πελάτες μετρητοίς (χωρίς σύμβαση)		

Μ. Συμβάσεις ταχ. επιχείρησης & του δικτύου της, με εταιρικούς πελάτες στις 31/12/2006

Ύψος συμβάσεων	Αριθμός συμβάσεων	Έσοδα (€)
Μ1. 0 - 3.000 ευρώ		
Μ2. 3.001 - 30.000 ευρώ		
Μ3. 30.001 - 150.000 ευρώ		
Μ4. 150.001 ευρώ και πάνω		

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 ΕΙΔΙΚΗ ΑΔΕΙΑ (Κανονισμός Ειδικών Αδειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών ΦΕΚ 1906/Β/2003, άρθρο 3). Σελίδες: 5.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ 2 (ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ)

A. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

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

¹ Να ΜΗΝ συμπληρωθεί αυτό το πεδίο.

B. ΖΗΤΗΣΗ

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

		Μείωση %	Αμετάβλητη	Αύξηση %
B1.1	Αντικείμενα Αλληλογραφίας έως 2 κιλά	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B1.2	Διαφημιστικά αντικ. με δ/ση παραλήπτη	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B1.3	Εφημερίδες έως 2 κιλά	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B1.4	Βιβλία - Κατάλογοι – Περιοδικά	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B1.5	Δέματα έως 20 κιλά	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
B1.6	Άλλο:	<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"/>
B2.2	Υπηρεσίες	<input type="text"/>
B2.3	Εμπόριο	<input type="text"/>
B2.4	Βιομηχανία	<input type="text"/>
B2.5	Λιανική (Καταναλωτές – Πολίτες)	<input type="text"/>

B3. Ποιοι είναι οι κυριότεροι εταιρικοί πελάτες σας;

	% επί του συνολικού όγκου ταχ. αντικειμένων	% των εσόδων
B3.1	Εταιρείες Τροφίμων - Ποτών	<input type="text"/>
B3.2	Διαφημιστικές Εταιρείες	<input type="text"/>
B3.3	Τραπεζοασφαλιστικοί Οργανισμοί	<input type="text"/>
B3.4	Επικοινωνίες/ Τηλεπικοινωνίες	<input type="text"/>
B3.5	Τουριστικές Ξεν/κές Επιχειρήσεις	<input type="text"/>
B3.6	Εκδόσεις / Εκδοτικοί οίκοι	<input type="text"/>
B3.7	Φαρμακοβιομηχανίες	<input type="text"/>
B3.8	Άλλο (διευκρινίστε)	<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	Ποιότητα παρεχομένων υπηρεσιών	1	2	3	4	5
B4.6	Γεωγραφική & Πληθυσμιακή Κάλυψη	1	2	3	4	5
B4.7	Άλλο (διευκρινίστε)	1	2	3	4	5

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

		Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικά
B5.1	Βάρος Ταχ. Αντικειμένου	1	2	3	4	5
B5.2	Αξιοπιστία - Χρόνος επίδοσης	1	2	3	4	5
B5.3	Τόπος προορισμού	1	2	3	4	5
B5.4	Ένταση Ανταγωνισμού	1	2	3	4	5
B5.5	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"/>			

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
- Γ1.2 Έλεγχοι / Κυρώσεις
- Γ1.3 Το ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον
- Γ1.4 Μείωση τιμών
- Γ1.5 Άλλο (Διευκρινίστε):

Γ2. Εάν η εταιρεία σας δραστηριοποιείται στις υπηρεσίες υπό καθεστώς Ειδικής Άδειας, ποια είναι τα κυριότερα προϊόντα (μέχρι 10) που προσφέρει η εταιρεία σας και ποια η ποσοστιαία κατανομή τους (%) επί του συνόλου των ταχυδρομικών υπηρεσιών;

	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 2006 σε σχέση με το 2005 (συμπληρώστε με X την αντίστοιχη ταχ. υπηρεσία);

- Γ3.1 Αντικ. Αλληλογραφίας έως 2 κιλά Γ3.4 Βιβλία -Κατάλογοι-Περιοδικά
- Γ3.2 Διαφ. αντικ. με δ/ση παραλήπτη Γ3.5 Δέματα έως 20 κιλά
- Γ3.3 Εφημερίδες έως 2 κιλά Γ3.6 Άλλο:

Γ4. Σε ποια ταχυδρομική υπηρεσία από αυτές που παρέχει η επιχείρησή σας, προσδιορίζετε ότι υπήρξε η μεγαλύτερη αύξηση τιμών το 2006 σε σχέση με το 2005 (συμπληρώστε με X την αντίστοιχη ταχ. υπηρεσία);

- Γ4.1 Αντικ. Αλληλογραφίας έως 2 κιλά Γ4.4 Βιβλία - Κατάλογοι - Περιοδικά
- Γ4.2 Διαφ. αντικ. με δ/ση παραλήπτη Γ4.5 Δέματα έως 20 κιλά
- Γ4.3 Βιβλία Γ4.6 Άλλο:

Γ5. Ποια είναι η ποσοστιαία κατανομή του κόστους για την εταιρεία σας το 2006;

- 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;

	NAI	OXI
Γ6.1 Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Γ6.2 Εξυπηρέτηση πελατών	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Γ6.3 Τεχνική εκπαίδευση	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Γ6.4 Άλλο (διευκρινίστε)	<input type="text"/>	<input type="text"/>

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

	NAI	OXI
Γ7.1 Ιστοσελίδα / E-mail	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Γ7.2 Κέντρο Εξυπηρέτησης Πελατών (Call Center)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Γ7.3 Αυτοματοποιημένα Συστήματα Διαλογής	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Γ7.4 Πληροφοριακά Συστήματα Διοίκησης/ Λογιστηρίου	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Γ7.5 Συστήματα Υποστήριξης Διανομής (G.I.S κτλ.)	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Γ7.6 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 πελάτες; (ποσοστιαία κατανομή)

	Κατανομή %
Γ9.1 Επίσκεψη στο Δίκτυο (Καταστήματα, Γραφεία, κτλ.)	<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 Τηλεφωνικό κέντρο	<input type="text"/> %
Γ9.6 Άλλο (διευκρινίστε):	<input type="text"/> %

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

	Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικό
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. ΤΡΟΠΟΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΙΣΟΔΟΥ ΑΓΟΡΑΣ ΕΙΔΙΚΗΣ ΑΔΕΙΑΣ

Ε1. 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
E1.1	Ανάγκη Ανάπτυξης Δικτύου	1	2	3	4	5
E1.2	Συνεργασίες / Συνέργιες	1	2	3	4	5
E1.3	Εξειδικευμένη Εξυπηρέτηση Πελατών	1	2	3	4	5
E1.4	Παροχή Καινοτόμων Προϊόντων - Λύσεων	1	2	3	4	5
E1.5	Προσφορές – Εκπτώσεις	1	2	3	4	5

Ε2. 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
E2.1	Τιμολόγιο	1	2	3	4	5
E2.2	Ποιότητα Υπηρεσιών	1	2	3	4	5
E2.3	Συνήθεια πελατών / Άρνηση για αλλαγή	1	2	3	4	5
E2.4	Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο / Ηλεκτρ. Επικοινωνίες	1	2	3	4	5
E2.5	Χρονική Συγκυρία – Λοιποί λόγοι	1	2	3	4	5
E2.6	Απουσία Ευέλικτου Ωραρίου Λειτουργίας	1	2	3	4	5

Ε3. Ποια είναι τα προβλήματα και οι αδυναμίες της αγοράς ταχυδρομικών υπηρεσιών; (βάλτε σε κύκλο την περίπτωση που ταιριάζει)

		Καθόλου σημαντικό				Εξαιρετικά σημαντικό
E3.1	Συμπύεση του τιμολογίου παροχής υπηρεσιών	1	2	3	4	5
E3.2	Δράση μη αδειοδοτημένων ταχ. Επιχειρήσεων	1	2	3	4	5
E3.3	Εναλλακτικά Δίκτυα Μεταφορών	1	2	3	4	5
E3.4	Κόστη Λειτουργίας / Μεταφοράς	1	2	3	4	5
E3.5	Έλλειψη ολοκληρωμένων προϊόντων-υπηρεσιών	1	2	3	4	5

Άλλο πρόβλημα ή αδυναμία: Διευκρινίστε

E3.6	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

Η παρούσα μελέτη εκπονήθηκε για τον Τομέα Ταχυδρομείων της Εθνικής Επιτροπής Τιμολογιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ) από Ομάδα Εργασίας η οποία συγκροτήθηκε από τα ακόλουθα στελέχη της ΕΕΤΤ:

- Δέσποινα Παπαγιάννη, Συντονίστρια
- Βασίλη Τριανταφυλλόπουλο, Μέλος
- Ανδρέα Νικητόπουλο, Μέλος
- Γιώργο Χαροκοπάκη, Μέλος
- Μαρίνα Σταματογιάννη, Μέλος.