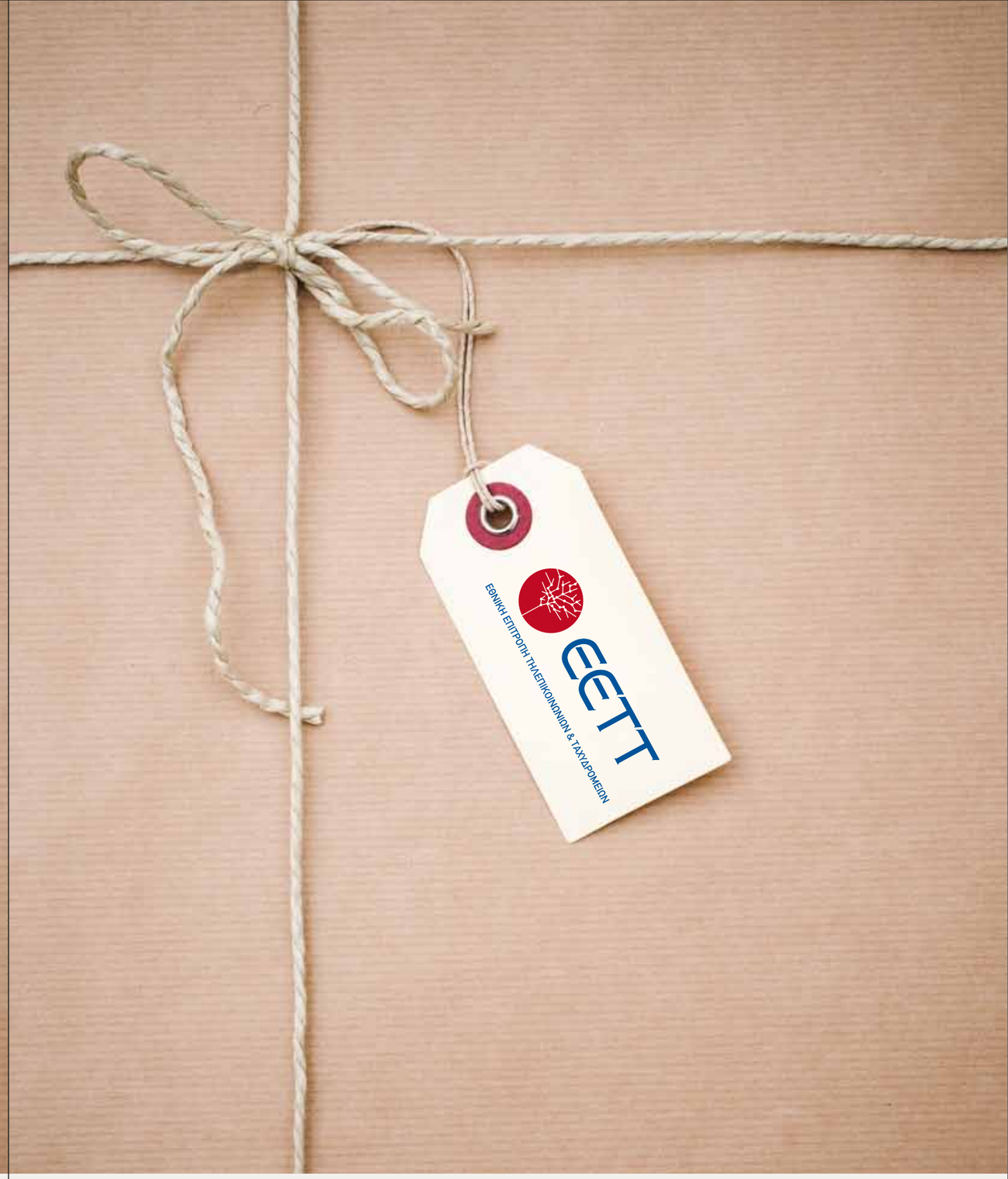


EETT
ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ
Λ. ΚΗΦΙΣΙΑΣ 60, 151 25 ΜΑΡΟΥΣΙ
ΤΗΛ.: 210 6151000, FAX: 210 6105049
www.eett.gr, info@eett.gr

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗ ΑΓΟΡΑ | 2011

Περιεχόμενα

1. Απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς & νέος ταχυδρομικός νόμος 6
1.1 Η πορεία προς την απελευθέρωση 7
1.2 Το νέο νομοθετικό πλαίσιο για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες στην Ελλάδα 9
1.3 Προϋποθέσεις για μια επιτυχημένη απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς 10
1.4 Η απελευθέρωση στην πράξη 12

2. Μεγέθη αγοράς 14
2.1 Η Ελληνική Αγορά 15
2.2 Η Ελληνική Ταχυδρομική Αγορά 16
2.3 Βασικά μεγέθη της ταχυδρομικής αγοράς 19
2.4 Επιχειρήσεις ταχυδρομικού κλάδου 21
2.5 Μερίδια ταχυδρομικής αγοράς 21
2.6 Κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κάτοικο και γεωγραφική περιοχή 24
2.7 Απασχόληση στην ταχυδρομική αγορά 25
2.8 Υποδομές: κτίρια και μεταφορικά μέσα 27
2.9 Τομέας καθολικής υπηρεσίας 28
2.10 Τομέας ταχυμεταφορών (courier) 32
2.11 Οικονομικά Στοιχεία Παρόχων Ταχυδρομικών Υπηρεσιών 36
2.12 Αποτελέσματα Μετρήσεων Ποιότητας Καθολικής Υπηρεσίας 39
2.13 Καταγγελίες Καταναλωτών στην ΕΕΤΤ 39
2.14 Καταγγελίες Καταναλωτών στα ΕΛΤΑ 42

3. Ανταγωνιστικό περιβάλλον 44
3.1 Το μοντέλο των 5 δυνάμεων του Porter 45
3.1.1 Είσοδος νέων παικτών στην αγορά 46
3.1.2 Απειλή από τυχόν υποκατάστατα προϊόντα 46
3.1.3 Διαπραγματευτική δύναμη πελατών 48
3.1.4 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών 48
3.1.5 Ανταγωνισμός μεταξύ των υφιστάμενων παικτών 49
3.2 11 Προτάσεις για την ανάπτυξη της Ελληνικής Ταχυδρομικής Αγοράς 50

4. Ευρωπαϊκή Αγορά 52
4.1 Τιμές των ταχυδρομικών υπηρεσιών στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης 53
4.2 Διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ευρωπαϊκή Αγορά 55
4.3 Κατηγορίες Ψηφιακών Υπηρεσιών των Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων 60

Ομάδα Εκπόνησης Μελέτης:
Χρήστος Αποστόλου, Προϊστάμενος Διεύθυνσης Ταχυδρομείων ΕΕΤΤ
Αναστασία Τσάλτα, Στέλεχος Διεύθυνσης Ταχυδρομείων ΕΕΤΤ
Μάρθα Αγγελή, Στέλεχος Διεύθυνσης Ταχυδρομείων ΕΕΤΤ
Ιωάννα Φίλη, Στέλεχος Διεύθυνσης Ταχυδρομείων ΕΕΤΤ

Για λόγους περιβαλλοντικής ευαισθησίας, η ΕΕΤΤ επέλεξε η φετινή έκδοση να γίνει σε πλήρως ανακυκλωμένο χαρτί.

Αγαπητοί αναγνώστες,

Η ετήσια μελέτη της ταχυδρομικής αγοράς έρχεται στη δημοσιότητα, λίγο πριν την πλήρη απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς η οποία θα λάβει χώρα την 1η Ιανουαρίου 2013. Αποτελεί, θεωρώ, το πλέον εμπεριστατωμένο και χρήσιμο εργαλείο για την κατανόηση των μεγεθών και των ιδιαιτεροτήτων του συγκεκριμένου κλάδου, αφού τα ποσοτικά στοιχεία που παρουσιάζονται δεν είναι αποτέλεσμα εκτιμήσεων ή αναγωγών, αλλά απεικονίζουν την πραγματική εικόνα της ταχυδρομικής αγοράς, βάσει στοιχείων και πληροφοριών που παρέχονται κάθε χρόνο στην ΕΕΤΤ από τις αδειοδοτημένες ταχυδρομικές επιχειρήσεις.

Μέσα στο 2011, η ταχυδρομική αγορά δοκιμάστηκε περισσότερο από ποτέ παρουσιάζοντας σημαντική ύφεση. Βασική αιτία αυτής της εικόνας είναι το πλήγμα που έχει υποστεί και εξακολουθεί να υφίσταται ο ευρύτερος επιχειρηματικός τομέας στην Ελλάδα, ο οποίος αποτελεί και τον μεγαλύτερο «πελάτη» των ταχυδρομικών υπηρεσιών, αφού μόνο την τριετία 2009-2011, έκλεισαν στην Ελλάδα 486.000 επιχειρήσεις κάθε είδους.

Η ΕΕΤΤ, πέραν από ρυθμιστής της συγκεκριμένης αγοράς, οφείλει να καταδείξει ότι είναι και «σύμμαχος» ενός κλάδου ο οποίος πρέπει να σταθεί όρθιος και να ξεπεράσει τις όποιες δυσκολίες. Με δεδομένο το παραπάνω και υπό το πρίσμα του εν ισχύι νέου ταχυδρομικού νόμου, η ΕΕΤΤ θα συνεχίσει να δείχνει εμπράκτως την αρωγή της απέναντι στον ταχυδρομικό κλάδο, στα πλαίσια πάντα του θεσμικού της ρόλου.

Κλείνοντας θα ήθελα να σημειώσω πως οποιασδήποτε μορφής ανάκαμψη προϋποθέτει κατ' αρχήν γνώση. Γνώση της αγοράς, του ανταγωνισμού, του πλαισίου λειτουργίας, των πιθανών ευκαιριών καθώς και του καταναλωτή. Εύχομαι και ελπίζω η μελέτη αυτή να φανεί χρήσιμη σε εσάς που ενδιαφέρεστε ακαδημαϊκά για τα ταχυδρομικά θέματα, αλλά πολύ περισσότερο σε εσάς όπου τα ταχυδρομεία είναι κομμάτι της ζωής σας.

Μιχάλης Σακκάς
Αντιπρόεδρος ΕΕΤΤ

1 Απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς & νέος ταχυδρομικός νόμος

1.1 Η πορεία προς την απελευθέρωση

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει εισέλθει πλέον στο τελικό στάδιο μιας πορείας είκοσι ετών για το άνοιγμα της ταχυδρομικής αγοράς στον ανταγωνισμό. Έως τις 31/12/2012, η Ελλάδα μαζί με άλλες 10 χώρες – μέλη (Τσεχία, Κύπρος, Λετονία, Λιθουανία, Λουξεμβούργο, Μάλτα, Ουγγαρία, Πολωνία, Ρουμανία και Σλοβακία) οφείλουν να καταργήσουν πλήρως τον «αποκλειστικό τομέα» της καθολικής υπηρεσίας ώστε να επιτευχθεί το πλήρες άνοιγμα της ταχυδρομικής αγοράς στο σύνολο των χωρών της Ε.Ε. Ήδη σε 16 κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τα οποία αντιπροσωπεύουν πάνω από το 90% της ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς, το πλήρες άνοιγμα της αγοράς ισχύει από 1/1/2011 ή και νωρίτερα.

Οι προσπάθειες για την αναμόρφωση της ευρωπαϊκής ταχυδρομικής αγοράς ξεκίνησαν με την έκδοση της Πράσινης Βίβλου για τη δημιουργία μιας ενιαίας ταχυδρομικής αγοράς το 1992 και στόχο τη δημιουργία μιας κοινής ευρωπαϊκής αγοράς στον τομέα αυτόν. Οι βασικοί στόχοι της κοινοτικής πολιτικής ήταν:

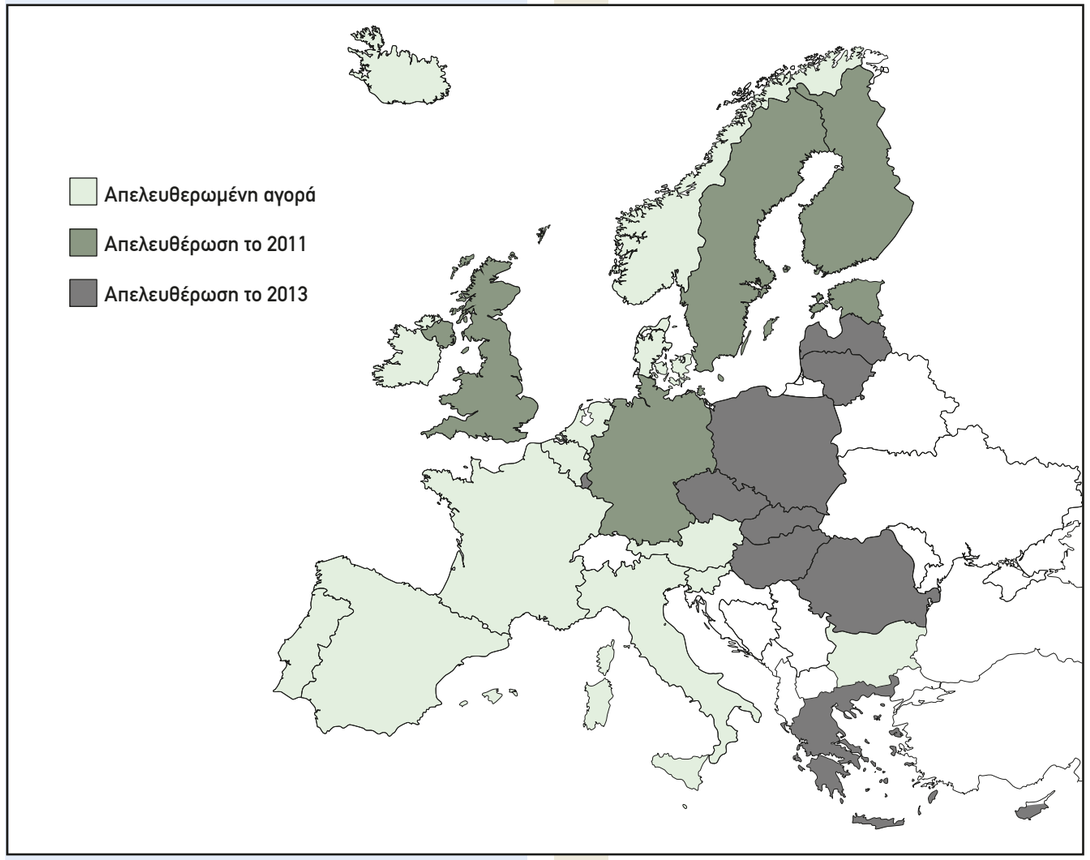
- η διασφάλιση της παροχής ποιοτικής, προσιτής καθολικής υπηρεσίας, προσβάσιμης από όλους τους πολίτες της Ε.Ε.
- η βαθμιαία και ελεγχόμενη απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς στον ανταγωνισμό, με σκοπό να γίνουν οι ταχυδρομικές υπηρεσίες πιο προσιτές στους πολίτες, πιο γρήγορες, πιο αποδοτικές και πιο καινοτόμες, όπως έγινε και στις αγορές των τηλεπικοινωνιών και της ενέργειας
- η εναρμόνιση της ποιότητας των ταχυδρομικών υπηρεσιών στις χώρες-μέλη της Ε.Ε.
- η βελτίωση της ποιότητας του διασυνοριακού ταχυδρομείου

Η πρώτη Ευρωπαϊκή Ταχυδρομική Οδηγία (97/67/ΕC), που εκδόθηκε στις 15 Δεκεμβρίου 1997, καθόριζε ένα κανονιστικό πλαίσιο που εξασφάλιζε την παροχή της καθολικής υπηρεσίας και έθετε τα όρια του «αποκλειστικού τομέα» για τη διασφάλιση της βιωσιμότητας του ΦΠΚΥ. Επίσης, έθετε τις βάσεις για το σταδιακό και ελεγχόμενο άνοιγμα της αγοράς, με την πλήρη απελευθέρωση να προβλέπεται για το 2009. Με βάση το Ν. 2668/1998 (ΦΕΚ 282/Α/1998), ο ΦΠΚΥ διατηρούσε το αποκλειστικό δικαίωμα στην περισυλλογή, μεταφορά, διαλογή και διανομή αντικειμένων αλληλογραφίας με διεύθυνση, των οποίων η τιμή ήταν κατώτερη από το πενταπλάσιο της τιμής μιας επιστολής πρώτης μονάδας βάρους και ζύγιζαν κάτω από τα 350 γραμμάρια.

Με τη δεύτερη Ευρωπαϊκή Ταχυδρομική Οδηγία (2002/39/ΕΚ) έγιναν περαιτέρω βήματα βαθμιαίου και ελεγχόμενου ανοίγματος της αγοράς με περιορισμό του «αποκλειστικού τομέα». Συγκεκριμένα από 1η Ιανουαρίου 2003 ο αποκλειστικός τομέας περιορίστηκε στα 100 gr και 3 φορές το βασικό τέλος ενώ από 1η Ιανουαρίου 2006 περιορίστηκε ακόμα περισσότερο στα 50 gr και 2,5 φορές το βασικό τέλος. Οι δυο αυτές αλλαγές ενσωματώθηκαν στο εθνικό νομοθετικό πλαίσιο με το Ν. 3185/2003 (ΦΕΚ 229/Α/2003) και την Υπ. Απ. 74196/1885/2005 (ΦΕΚ 1887/Β/2005) αντίστοιχα.

Στις 20 Φεβρουαρίου 2008, ακολούθησε η έκδοση της τρίτης Ευρωπαϊκής Ταχυδρομικής Οδηγίας (2008/6/ΕΚ), σχετικά με την πλήρη υλοποίηση της εσωτερικής αγοράς ταχυδρομικών υπηρεσιών. Η βασική τροποποίηση που εισήγαγε η νέα Οδηγία, ήταν σαφώς η κατάργηση του αποκλειστικού τομέα και των ειδικών δικαιωμάτων, ως μέσων, για την εξασφάλιση της χρηματοδότησης της ΚΥ, σε όλα τα κράτη-μέλη. Η προθεσμία για την ενσωμάτωση της Οδηγίας στο εθνικό δίκαιο των χωρών-μελών ορίστηκε η 31η Δεκεμβρίου 2010, ωστόσο, η χώρα μας, μαζί με άλλα δέκα κράτη μέλη, μπορεί να αναβάλει την έναρξη εφαρμογής της, έως την 31η Δεκεμβρίου 2012, και να διατηρήσει σε ισχύ, για το προαναφερθέν χρονικό διάστημα, τον αποκλειστικό τομέα.

Εικόνα 1.1 Απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς



1.2 Το νέο νομοθετικό πλαίσιο για τις ταχυδρομικές υπηρεσίες στην Ελλάδα

Η ενσωμάτωση της τρίτης Ευρωπαϊκής Ταχυδρομικής Οδηγίας (2008/6/ΕΚ) στο εθνικό δίκαιο έγινε με το Ν. 4053/2012 (ΦΕΚ 44/Α/2012), που ισχύει από τις 7 Μαρτίου 2012. Παράλληλα, η δημιουργία του δευτερογενούς κανονιστικού πλαισίου θα έχει ολοκληρωθεί έως τις 31/12/2012, ώστε η αγορά να μπορεί να λειτουργήσει ομαλά σε καθεστώς πλήρους απελευθέρωσης. Η ΕΕΤΤ, βάσει του θεσμικού της ρόλου και των ενισχυμένων αρμοδιοτήτων που απορρέουν από το νέο νομοθετικό πλαίσιο, ρυθμίζει με τους κανονισμούς της κάθε σχετικό θέμα για την αδειοδότηση των ταχυδρομικών επιχειρήσεων που παρέχουν υπηρεσίες απλού ταχυδρομείου ή ταχυμεταφορών, διασφαλίζει την προστασία των καταναλωτών και ελέγχει και εποπτεύει την ταχυδρομική αγορά για τη συμμόρφωση με το κανονιστικό πλαίσιο και το δίκαιο του ανταγωνισμού.

Ο νέος Νόμος 4053/2012 προβλέπει το πλήρες άνοιγμα της αγοράς στον ανταγωνισμό, από την 1η Ιανουαρίου 2013, με την παράλληλη διασφάλιση μιας ποιοτικής και αποτελεσματικής καθολικής ταχυδρομικής υπηρεσίας για κάθε χρήστη, ανεξάρτητα από το σημείο της Ελληνικής Επικράτειας στο οποίο βρίσκεται. Το υφιστάμενο μονοπώλιο των ΕΛΤΑ («αποκλειστικός τομέας») στις επιστολές βάρους κάτω των 50 γραμμαρίων καταργείται, με αποτέλεσμα οποιαδήποτε ταχυδρομική επιχείρηση διαθέτει Ειδική Άδεια από την ΕΕΤΤ να μπορεί να προσφέρει υπηρεσίες απλού ταχυδρομείου, χωρίς περιορισμούς στο βάρος των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινεί.

Προκειμένου να διασφαλισθεί ότι κάθε πολίτης, σε οποιοδήποτε σημείο της ελληνικής επικράτειας κι αν βρίσκεται, θα μπορεί να απολαμβάνει ποιοτικές και προσιτές ταχυδρομικές υπηρεσίες, το Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων αναθέτει την παροχή της καθολικής υπηρεσίας σε δημόσιο ή ιδιωτικό φορέα. Με σύμβαση που υπογράφεται μεταξύ του Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (ΦΠΚΥ) και του Υπουργού καθορίζονται οι όροι και οι προϋποθέσεις παροχής της καθολικής υπηρεσίας καθώς και οι κυρώσεις και αποζημιώσεις σε περίπτωση μη τήρησης των προβλεπόμενων όρων ή της πλημμελούς παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών. Ο έλεγχος της τήρησης των όρων της σύμβασης και η επιβολή των κυρώσεων πραγματοποιείται από την ΕΕΤΤ. Τουλάχιστον ανά εξαετία, ο Υπουργός δύναται να επανεξετάζει, μετά από εισήγηση της ΕΕΤΤ, τους όρους και τον τρόπο παροχής της καθολικής υπηρεσίας και να ζητήσει επαναδιαπραγμάτευση των σχετικών όρων της σύμβασης ανάθεσης στον ΦΠΚΥ. Σύμφωνα με το Νόμο 4053/2012 τα ΕΛΤΑ παραμένουν ΦΠΚΥ για 15 χρόνια, έως τις 31/12/2028.

Σε ό,τι αφορά τη χρηματοδότηση της καθολικής υπηρεσίας, στο νέο Νόμο 4053/2012 υπάρχει πρόβλεψη για την περίπτωση όπου η ανάθεση της καθολικής υπηρεσίας επιφέρει οικονομική επιβάρυνση στον ΦΠΚΥ. Σε αυτή την περίπτωση ο ΦΠΚΥ ενημερώνει σχετικά την ΕΕΤΤ, η οποία, ελέγχει τα υποβληθέντα στοιχεία και υποβάλει σχετική έκθεση στον Υπουργό Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων.
Με κοινή απόφαση των Υπουργών Οικονομικών και Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων καθορίζεται το μέρος του καθαρού κόστους παροχής της καθολικής υπηρεσίας που επιβαρύνει τον κρατικό προϋπολογισμό καθώς και μετά από εισήγηση της ΕΕΤΤ, καθορίζεται ο τρόπος επιμερισμού του μέρους του καθαρού κόστους που θα επιβαρύνει τους φορείς παροχής ταχυδρομικής υπηρεσίας. Ο επιμερισμός του καθαρού κόστους της καθολικής υπηρεσίας θα πραγματοποιείται μόνο μεταξύ του ΦΠΚΥ και των ταχυδρομικών επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια και κατά το μέρος παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών εντός της καθολικής υπηρεσίας. Οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις που παρέχουν υπηρεσίες ταχυμεταφορών βάσει Γενικής Άδειας δε θα επιβαρύνονται με κόστος χρηματοδότησης της καθολικής υπηρεσίας.

1.3 Προϋποθέσεις για μια επιτυχημένη απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς

Για να είναι αποτελεσματική η απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς σε κάθε χώρα αλλά και στην Ελλάδα, θα πρέπει να ικανοποιούνται ορισμένες βασικές προϋποθέσεις, οι κυριότερες από τις οποίες είναι:

1) Ελεύθερη είσοδος στην αγορά, χωρίς εμπόδια

Τα εμπόδια εισόδου στην ταχυδρομική αγορά μπορεί να είναι νομοθετικής φύσεως ή όχι. Η κάθε χώρα θα πρέπει να διασφαλίσει την ύπαρξη επαρκούς εθνικής νομοθεσίας ώστε να είναι δυνατή η πλήρης ενσωμάτωση της τρίτης Ευρωπαϊκής Ταχυδρομικής Οδηγίας (2008/6/ΕΚ) στο εθνικό δίκαιο. Για την παροχή υπηρεσιών που περιέχονται στην καθολική υπηρεσία, οι χώρες μέλη μπορούν να καθορίσουν διαδικασίες αδειοδότησης των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, προκειμένου να διασφαλίσουν την τήρηση των βασικών απαιτήσεων από τις επιχειρήσεις και την απρόσκοπτη παροχή της ΚΥ. Η τρίτη Ευρωπαϊκή Ταχυδρομική Οδηγία (2008/6/ΕΚ), ωστόσο, αναφέρει και συνθήκες που δεν επιτρέπεται να επιβληθούν στους εναλλακτικούς ταχυδρομικούς παρόχους, καθώς μπορεί να αποτελέσουν εμπόδια εισόδου στην αγορά και δεν είναι σύμφωνες με τις διατάξεις της Οδηγίας.

Η Ελλάδα έχει ήδη εκδώσει το Ν. 4053/2012 και αναμένεται η δευτερογενής νομοθεσία μέχρι το τέλος του 2012, που θα ρυθμίζει σημαντικά θέματα για τη λειτουργία της αγοράς, όπως αδειοδότηση των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, θέματα προστασίας των καταναλωτών, παροχή της καθολικής υπηρεσίας κλπ. Επίσης, ο νέος νόμος προβλέπει, εφόσον, κατόπιν μελέτης, κριθεί απαραίτητο για τη διασφάλιση των συμφερόντων των χρηστών και την προώθηση του ανταγωνισμού και δεν επιβαρύνεται η παροχή της καθολικής υπηρεσίας, την έκδοση κανονισμού από την ΕΕΤΤ, με τον οποίο καθορίζονται οι όροι πρόσβασης των φορέων παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών σε υποδομές και υπηρεσίες του φορέα παροχής καθολικής υπηρεσίας.

2) Ανάπτυξη ενός υγιούς ανταγωνιστικού περιβάλλοντος

Όλες οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη αγορά θα πρέπει να υπόκεινται στους ίδιους κανόνες λειτουργίας και ανταγωνισμού. Σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες παρατηρήθηκαν φαινόμενα που διαστρέβλωναν τις συνθήκες ανταγωνισμού και σχετίζονταν κυρίως με το πλαίσιο εφαρμογής ΦΠΑ, το καθεστώς απασχόλησης και κοινωνικής ασφάλισης, τον κατώτατο μισθό του τομέα και σταυροειδείς επιδοτήσεις μεταξύ υπηρεσιών.

Σε ορισμένες χώρες-μέλη, ο ΦΠΚΥ είναι πλήρως απαλλαγμένος από το ΦΠΑ, γεγονός που μπορεί να θεωρηθεί ως πλεονέκτημα έναντι των άλλων ταχυδρομικών επιχειρήσεων ενώ σε άλλες χώρες η απαλλαγή από το ΦΠΑ περιορίζεται αποκλειστικά στις υπηρεσίες εντός του πλαισίου της καθολικής υπηρεσίας. Στην Ελλάδα οι ταχυδρομικές υπηρεσίες των ΕΛΤΑ απαλλάσσονται από το ΦΠΑ, βάσει του Ν. 2859/2000.

Η τήρηση των συνθηκών εργασίας που προβλέπει η εθνική νομοθεσία είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη υγιούς ανταγωνισμού στην ταχυδρομική αγορά. Όλες οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις, με βάση το Ν. 4053/2012, οφείλουν να τηρούν τους όρους και τις προϋποθέσεις των καθεστώτων απασχόλησης και κοινωνικής ασφάλισης, όπως ορίζονται από το νόμο, τους κανονισμούς ή διοικητικές διατάξεις και/ή από συλλογικές συμβάσεις που έχουν τύχει διαπραγμάτευσης από τους εθνικούς κοινωνικούς εταίρους, σύμφωνα με το κοινοτικό και εθνικό δίκαιο.
Καθώς με την τρίτη Ευρωπαϊκή Ταχυδρομική Οδηγία (2008/6/ΕΚ) καταργείται ο αποκλειστικός τομέας του ΦΠΚΥ, είναι σημαντικό να τονιστεί ότι οποιαδήποτε χρηματοδότηση από τον Κρατικό Προϋπολογισμό ή/και τους φορείς παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, προκειμένου να καλυφθεί το καθαρό κόστος της καθολικής υπηρεσίας, δε θα πρέπει να χρησιμοποιείται για την επιδότηση υπηρεσιών ή δραστηριοτήτων που

δεν εμπίπτουν στο πλαίσιο της ΚΥ, διότι το γεγονός αυτό θα διαταράξει τον υγιή ανταγωνισμό στην αγορά. Η ΕΕΤΤ, βάσει του Ν. 4053/2012, έχει στις αρμοδιότητές της την αξιολόγηση και έγκριση των τιμολογίων του ΦΠΚΥ καθώς και τον έλεγχο του υπολογισμού του καθαρού κόστους της ΚΥ, ώστε αυτό να είναι συναφές και αναγκαίο για την παροχή της καθολικής ταχυδρομικής υπηρεσίας.

3) Σαφής ορισμός της καθολικής υπηρεσίας και του τρόπου υπολογισμού του καθαρού κόστους αυτής

Αν και υπάρχουν διαφοροποιήσεις μεταξύ των χωρών μελών σχετικά με το περιεχόμενο της καθολικής υπηρεσίας, είναι σημαντικό να είναι σαφώς προσδιορισμένο στο δίκαιο της κάθε χώρας, ποιες ταχυδρομικές υπηρεσίες περιλαμβάνονται στην καθολική υπηρεσία και αποτελούν υποχρέωση παροχής για τον ΦΠΚΥ. Στο άρθρο 6 του Ν. 4053/2012, αναφέρεται ότι η καθολική υπηρεσία στην Ελλάδα περιλαμβάνει τις εξής επιμέρους υπηρεσίες, τόσο σε εθνικό όσο και σε διασυνοριακό επίπεδο:

- την περισυλλογή, μεταφορά, διαλογή και διανομή ταχυδρομικών αντικειμένων βάρους έως 2 χιλιογράμμων,
- την περισυλλογή, μεταφορά, διαλογή και διανομή ταχυδρομικών δεμάτων βάρους έως 20 χιλιογράμμων,
- τις υπηρεσίες των συστημένων και των αποστολών με δηλωμένη αξία.

Επίσης, η μέθοδος για τον υπολογισμό του καθαρού κόστους της καθολικής υπηρεσίας πρέπει να είναι σαφής και διαφανής. Σύμφωνα με το Ν. 4053/2012, η ΕΕΤΤ εγκρίνει και ελέγχει το λογιστικό σύστημα που χρησιμοποιεί ο ΦΠΚΥ και εκδίδει Κανονισμό σχετικά με τον προσδιορισμό αντικειμενικών τρόπων κοστολόγησης, οι οποίοι εφαρμόζονται στο εσωτερικό λογιστικό σύστημα του ΦΠΚΥ.

4) Ανεξάρτητες ρυθμιστικές αρχές με αυξημένες αρμοδιότητες

Ο ρόλος της ανεξάρτητης ρυθμιστικής αρχής είναι μείζονος σημασίας για την επιτυχή απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς σε κάθε χώρα. Η τρίτη Ευρωπαϊκή Ταχυδρομική Οδηγία (2008/6/ΕΚ) αναβαθμίζει το ρόλο των ανεξάρτητων ρυθμιστικών αρχών στις χώρες-μέλη της Ε.Ε. δίνοντάς τους περισσότερες αρμοδιότητες. Ο νέος Ν. 4053/2012 διευρύνει τις αρμοδιότητες της ΕΕΤΤ προς την κατεύθυνση της ρύθμισης, του ελέγχου και της εποπτείας της λειτουργίας της ταχυδρομικής αγοράς και τη διασφάλιση της προστασίας των καταναλωτών.

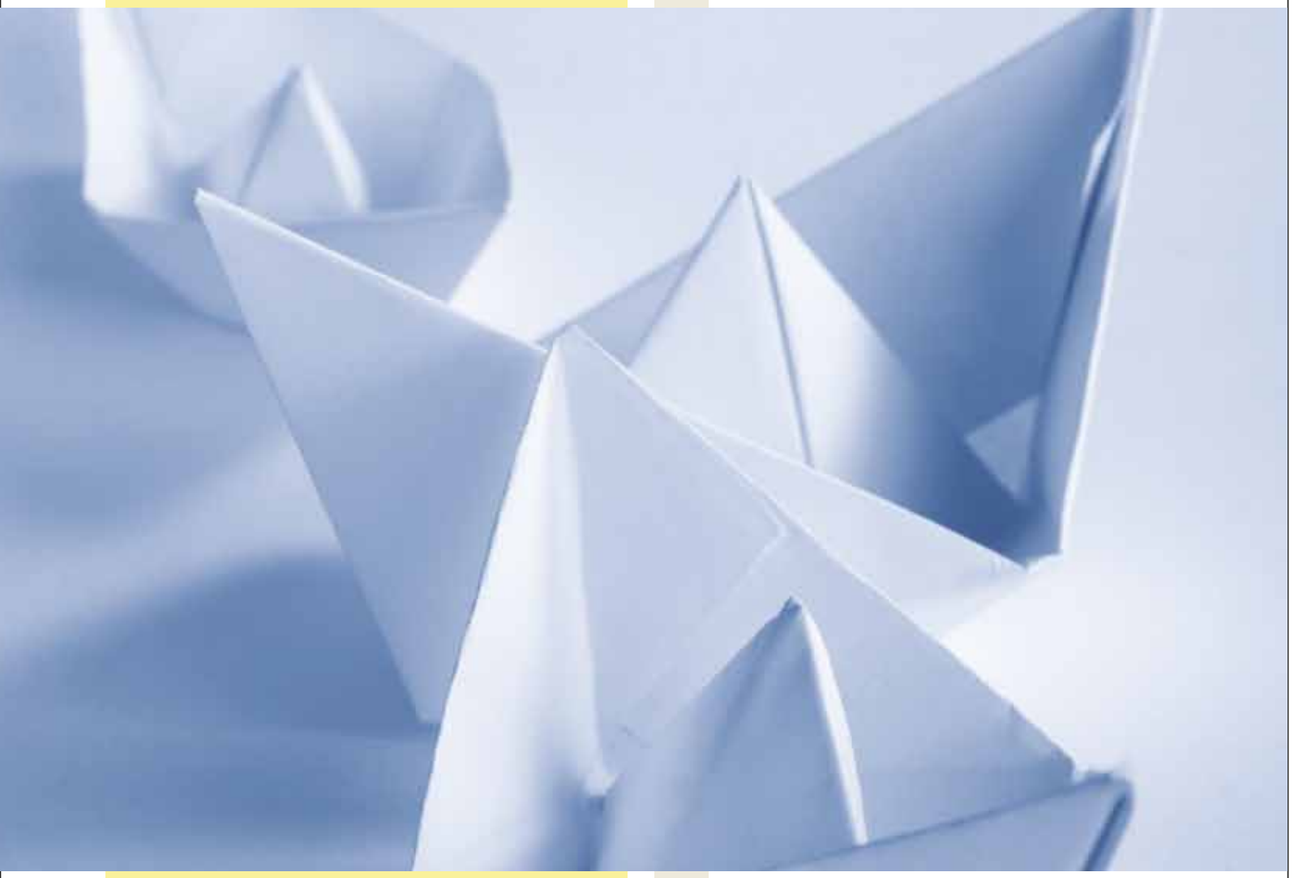
Ειδικότερα, στις αρμοδιότητες της ΕΕΤΤ περιέρχονται πλέον τα εξής:

- Κατάρτιση κώδικα δεοντολογίας που διέπει την άσκηση των ταχυδρομικών δραστηριοτήτων
- Καθορισμός των διαδικασιών επίλυσης διαφορών που αναφύονται μεταξύ των φορέων παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, μεταξύ αυτών και των χρηστών, καθώς και των διαδικασιών εξέτασης παραπόνων των χρηστών
- Καθορισμός του τρόπου υπολογισμού του καθαρού κόστους της καθολικής υπηρεσίας και της επαλήθευσής του
- Διαχείριση της αποζημίωσης του καθαρού κόστους της καθολικής υπηρεσίας
- Έγκριση του λογιστικού συστήματος κι έλεγχος της τήρησης χωριστού λογαριασμού από τον ΦΠΚΥ
- Διενέργεια του ετήσιου αντικειμενικού ελέγχου της ποιότητας της ΚΥ από ανεξάρτητο φορέα και δημοσίευση των αποτελεσμάτων του ελέγχου
- Ρύθμιση θεμάτων προστασίας των χρηστών και καθορισμός της μέγιστης κατ΄αποκοπήν αποζημίωσης στους χρήστες
- Καθορισμός των όρων πρόσβασης των φορέων παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών σε υποδομές και υπηρεσίες του ΦΠΚΥ, εφόσον, κατόπιν μελέτης, κριθεί απαραίτητο
- Δυνατότητα θέσπισης ειδικών ρυθμίσεων για την κατ΄οίκον διανομή δεμάτων βάρους έως 2 κιλά
- Έγκριση περιοχών εγκατάστασης γραμματοθυρίδων
- Καθορισμός των προϋποθέσεων διανομής ταχυδρομικών αντικειμένων, των πιθανών παρεκκλίσεων και οι προϋποθέσεις αυτών
- Έλεγχος της τήρησης των όρων της σύμβασης μεταξύ του Υπουργού Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων και του ΦΠΚΥ και επιβολή κυρώσεων
- Αξιολόγηση κι έγκριση των τιμολογίων του ΦΠΚΥ

1.4 Η απελευθέρωση στην πράξη

Σύμφωνα με την τρίτη Ευρωπαϊκή Ταχυδρομική Οδηγία (2008/6/ΕΚ), όλες οι χώρες μέλη της Ε.Ε. θα έχουν απελευθερώσει, από την 1/1/2013, την εγχώρια ταχυδρομική αγορά τους, επιτρέποντας σε νέους παρόχους ταχυδρομικών υπηρεσιών να ανταγωνιστούν τον εθνικό φορέα παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών (ΦΠΚΥ). Η εμπειρία άλλων ευρωπαϊκών χωρών, που έχουν ήδη προχωρήσει στο άνοιγμα της αγοράς τους πριν από χρόνια, δείχνει ότι ο ανταγωνισμός στην ταχυδρομική αγορά και ειδικά στην παροχή υπηρεσιών σε όλα τα στάδια της υπηρεσίας, από τον αποστολέα προς τον παραλήπτη (end-to-end), καθυστερεί να αναπτυχθεί. Μάλιστα, εκτιμήσεις ευρωπαϊκών φορέων αναφέρουν ότι ουσιαστικός ανταγωνισμός δεν αναμένεται πριν το 2020. Από την άλλη πλευρά, οι ιδιαιτερότητες της ελληνικής αγοράς ενδεχομένως να προκαλέσουν την ταχύτερη ανάπτυξη του ανταγωνισμού, προς όφελος, φυσικά, των χρηστών. Το γεγονός ότι η Ελλάδα βρίσκεται περίπου στο 25% με 30% του ευρωπαϊκού μέσου όρου αναφορικά με τον όγκο αλληλογραφίας ανά κάτοικο, αφήνει πολύ μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης. Επίσης, όπως προέκυψε από πανελλαδική έρευνα αγοράς που διενήργησε η ΕΕΤΤ, το γεγονός ότι υπάρχει ένα κενό στην αγορά για αξιόπιστες και ταυτόχρονα οικονομικές υπηρεσίες, δίνει την ευκαιρία τόσο στον ΦΠΚΥ, να βελτιώσει τις υπηρεσίες του όσο και στους ιδιωτικούς παρόχους να προσφέρουν νέες υπηρεσίες με χαμηλότερη τιμή.

Οι προκλήσεις στην ταχυδρομική αγορά είναι πολλές και πρέπει όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς να εργαστούν εποικοδομητικά και να αξιοποιήσουν τις αναδυόμενες ευκαιρίες προς την κατεύθυνση μιας επιτυχημένης απελευθέρωσης της ταχυδρομικής αγοράς. Ο ρόλος της ΕΕΤΤ, υπό τις νέες συνθήκες, είναι να διασφαλίσει ότι όλες οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις θα μπορούν να δραστηριοποιηθούν σε ένα υγιές ανταγωνιστικό περιβάλλον. Ωστόσο, η πορεία της ίδιας της αγοράς θα αποδείξει ποιος τελικά θα αξιοποιήσει τις αναδυόμενες ευκαιρίες με το βέλτιστο τρόπο και θα μπορέσει να ικανοποιήσει τους χρήστες ταχυδρομικών υπηρεσιών σε όρους ποιότητας, εξυπηρέτησης και τιμής.



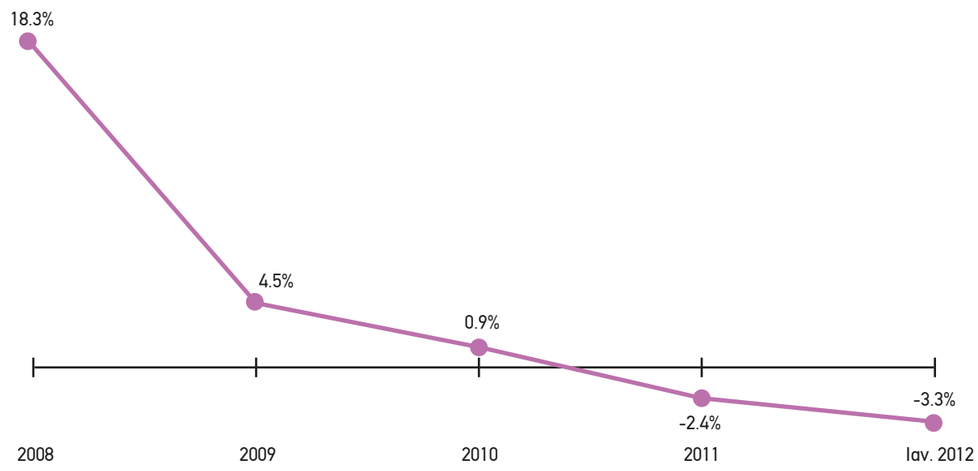
2 Μεγέθη αγοράς

2.1 Η Ελληνική Αγορά

Το 2011 ήταν μία χρονιά ιδιαίτερα δύσκολη για την Ελληνική οικονομία με αρνητική επίδραση στις επιχειρήσεις όλων των κλάδων, στους εργαζόμενους καθώς και στο καταναλωτικό κοινό. Σχετικά στατιστικά στοιχεία του Σώματος Επιθεώρησης Εργασίας[1] δείχνουν ότι το 2011 οι καταστάσεις προσωπικού όλων των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα μειώθηκαν κατά 108.316, στοιχείο το οποίο αντανακλά σε μεγάλο βαθμό και την παύση λειτουργίας πολλών επιχειρήσεων, με άμεσο αποτέλεσμα τη μείωση του αριθμού των απασχολούμενων κατά 429.757. Σε ό,τι αφορά το καταναλωτικό κοινό και σύμφωνα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης[2], η Ελλάδα το 2011 – όπως ακριβώς και το 2010 – είχε το υψηλότερο ποσοστό καταναλωτών (47%) στην Ε.Ε. των οποίων οι αγορές ή η κατανάλωσή τους (sustainable consumption) επηρεάστηκαν από εξωγενείς παράγοντες (environmental impact).

Σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος[3] η υποχώρηση της ιδιωτικής κατανάλωσης το 2011, αποδίδεται στη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών, λόγω τόσο της μείωσης των αμοιβών όσο και της σημαντικής μείωσης του αριθμού των απασχολούμενων. Επιπλέον, χαρακτηριστικό στοιχείο της ύφεσης αποτελεί και η χρηματοπιστωτική συρρίκνωση ειδικά σε ό,τι αφορά τα δάνεια προς τον εγχώριο ιδιωτικό τομέα, τόσο προς τις επιχειρήσεις όσο και προς τους ιδιώτες.

Διάγραμμα 2.1 Ετήσια Μεταβολή στη Χρηματοδότηση του Ιδιωτικού Τομέα στην Ελλάδα από Νομισματικά Χρηματοπιστωτικά Ιδρύματα (ΝΧΙ), 2008- Ιαν. 2012



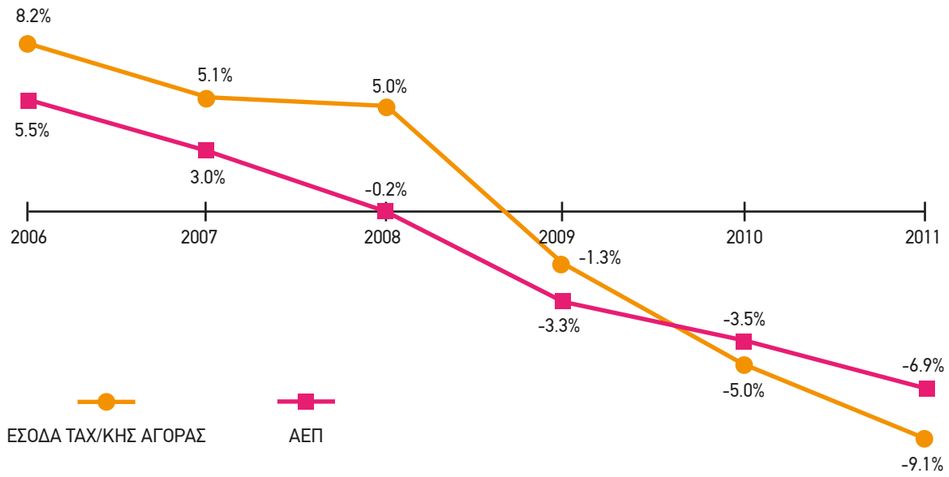
Σημείωση: 1. Για τα έτη 2008-2011 αποτυπώνονται οι μέσοι όροι του δ' τριμήνου, οι οποίοι προκύπτουν από τους αριθμητικούς μέσους ετήσιους ρυθμούς για κάθε μήνα και όχι από τους ρυθμούς στο τέλος του μηνός. 2. Μη εποχικώς διορθωμένα στοιχεία
Πηγή: Νομισματική Πολιτική 2011-2012, Τράπεζα της Ελλάδος, Μάρτιος 2012

[1] Έκθεση Πεπραγμένων Σ.ΕΠ.Ε. 2011, Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης, Απρίλιος 2012
[2] Consumer Conditions Scoreboard – Consumers at home in the single market, 7th Edition, May 2012
[3] Νομισματική Πολιτική 2011-2012, Τράπεζα της Ελλάδος, Μάρτιος 2012

2.2 Η Ελληνική Ταχυδρομική Αγορά

Από τα στοιχεία των τελευταίων ετών παρατηρείται ότι η ετήσια μεταβολή του ΑΕΠ βρίσκεται σε συνάρτηση με την ετήσια μεταβολή των εσόδων της Ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς. Ειδικότερα από το 2009, εναρκτήριο έτος εκδήλωσης της οικονομικής κρίσης, τόσο το ΑΕΠ όσο και τα ταχυδρομικά έσοδα κινήθηκαν πτωτικά, με ετήσια επιδείνωση.

Διάγραμμα 2.2 Συσχετισμός Ετήσιας Μεταβολής ΑΕΠ και Ταχυδρομικών Εσόδων, 2006-2011



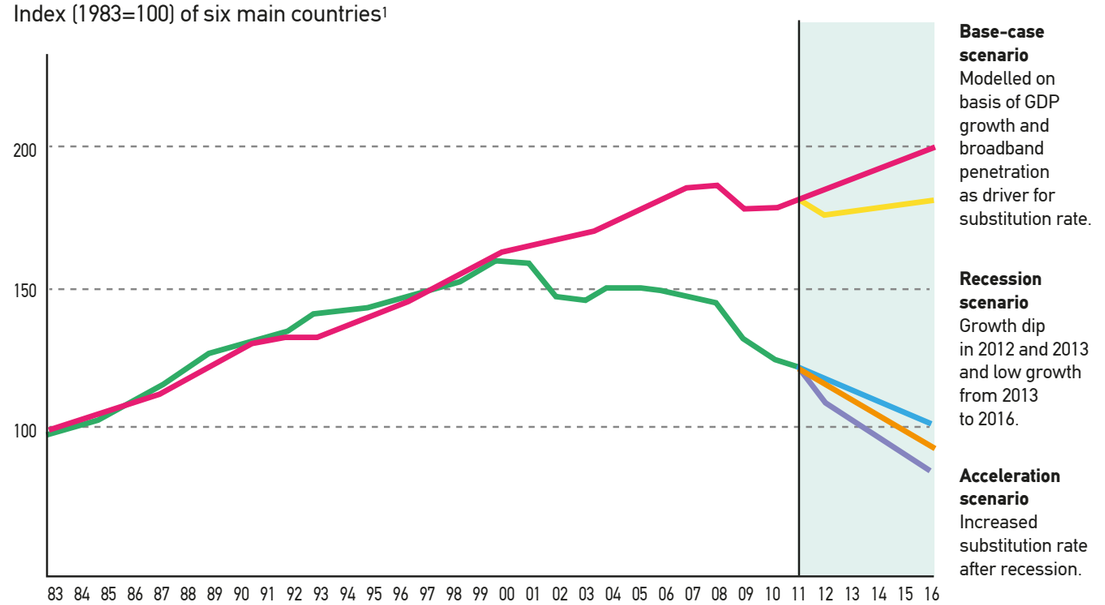
Σημείωση: ΑΕΠ σε αγοραίες τιμές

Πηγή για ΑΕΠ: Νομισματική Πολιτική 2011-2012, Τράπεζα της Ελλάδος, Μάρτιος 2012

Σε άλλες πολύ μεγαλύτερες και ανεπτυγμένες αγορές/χώρες η κοινή πορεία του ΑΕΠ με την ταχυδρομική αγορά δεν υφίσταται από το 2000 κυρίως λόγω της ηλεκτρονικής υποκατάστασης της αλληλογραφίας. Σε αυτές τις αγορές, από το 2000 και μετά, ενώ η τάση του ΑΕΠ ήταν αυξητική, ο όγκος της αλληλογραφίας είναι πτωτικός και προβλέπεται να επιδεινωθεί τα επόμενα έτη.

Διάγραμμα 2.3 Συσχετισμός ΑΕΠ & ταχυδρομικής αγοράς σε άλλες χώρες, από το 2000 και μετά

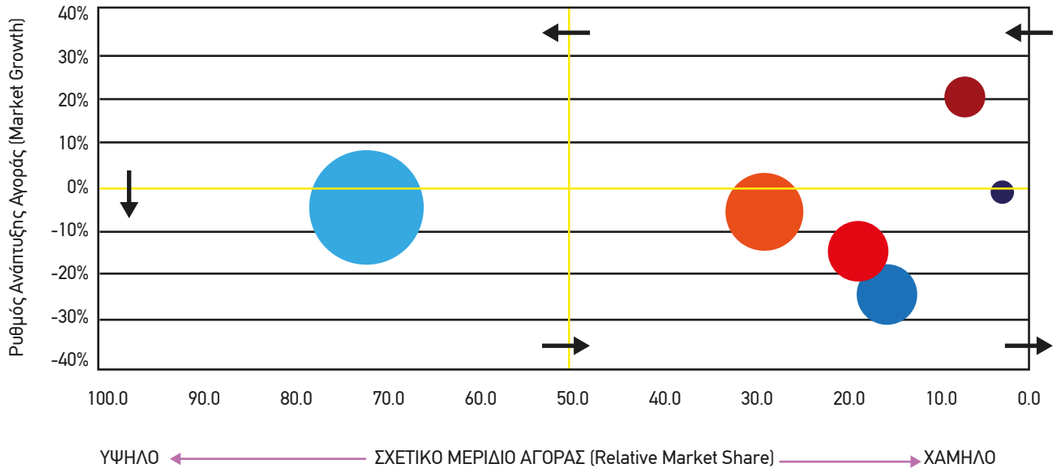
Figure 1: Real GDP & mail volume
Index (1983=100) of six main countries[1]



1. Volumes for France, Germany, Italy, Spain, UK and US. 1983-2009 (actual). 2010-2011 (estimated), 2012-2016 (forecast)
Note: Although we know some of these mail volumes include (smaller) parcels we have modeled this as if it were pure mail volumes and revenues
Source: IPC, International Monetary Fund, Eurostat, EIU, Euromonitor, BCG analysis

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η αποτύπωση της ταχυδρομικής αγοράς και της δυναμικής που έχουν οι πιο εμπορικές υπηρεσίες σύμφωνα με το BCG matrix (Boston Consulting Group). Το συγκεκριμένο θεωρητικό πλαίσιο βασίζεται στο συσχετισμό του σχετικού μεριδίου αγοράς μιας υπηρεσίας (relative market share) με το ρυθμό ανάπτυξης που επιδεικνύει η κάθε υπηρεσία (market growth rate). Αποτελεί δε, μία ενδιαφέρουσα απεικόνιση της δυναμικής της κάθε υπηρεσίας (strategic business unit). Το μέγεθος της κάθε σφαίρας/υπηρεσίας είναι σε άμεση συσχέτιση με τις υπόλοιπες και αντιπροσωπεύει τα έσοδα που είχε η κάθε υπηρεσία για το έτος 2011 (βάσει των στοιχείων που δόθηκαν στην ΕΕΕΤ από τους παρόχους). Το σημείο τοποθέτησης της κάθε σφαίρας/υπηρεσίας υποδηλώνει τη δυναμική της, τόσο σε ό,τι αφορά το ρυθμό ανάπτυξής της σε σχέση με το προηγούμενο έτος (ετήσιος ρυθμός μεταβολής), όσο και βάσει μεριδίου εσόδων που έχει στην ταχυδρομική αγορά. Επίσης, αποτελεί ένδειξη για υπηρεσίες/προϊόντα όπου εάν οι επιχειρήσεις επενδύσουν ανάλογα μπορούν να επιτύχουν μεγαλύτερα έσοδα. Το συγκεκριμένο BCG matrix θα πρέπει να εκληφθεί ως ένα εργαλείο αποτύπωσης των πιθανών ευκαιριών/τάσεων που παρουσιάζονται σε αυτή, λαμβάνοντας υπ' όψιν ταυτόχρονα τις προτεραιότητες που έχει θέσει για στρατηγικές επενδύσεις ο κάθε πάροχος.

Διάγραμμα 2.4 BCG Matrix υπηρεσιών της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς, 2011



Επεξεργασία στοιχείων: ΕΕΤΤ, Διεύθυνση Ταχυδρομείων

Άνω και δεξιά τοποθετούνται οι υπηρεσίες που έχουν χαμηλό σχετικό μερίδιο αγοράς αλλά υψηλό ρυθμό ανάπτυξης. Εδώ τοποθετούνται τα μικροδέματα (δέματα έως 2 κιλά) των ταχυμεταφορών, όπου το 2011 ήταν η κατηγορία με τον υψηλότερο ρυθμό ανάπτυξης (+22%) στην Ελληνική ταχυδρομική αγορά. Αν και αποτελεί μία κατηγορία με μικρό μερίδιο στο σύνολο της ταχυδρομικής αγοράς, ενδέχεται, εφόσον διατηρήσει τον ίδιο ρυθμό ανάπτυξης να μετακινηθεί πιο αριστερά στο γράφημα, δηλαδή να μεγαλώσει σε μερίδιο και κατ' επέκταση σε παραγόμενο έσοδο.

Άνω και αριστερά παρατηρείται απουσία κάποιας υπηρεσίας. Το συγκεκριμένο τεταρτημόριο, αποτελεί το βέλτιστο συνδυασμό υψηλού σχετικού μεριδίου αγοράς (άρα και παραγόμενου εσόδου) με ταυτόχρονο υψηλό ρυθμό ανάπτυξης (άρα και σημαντικής προοπτικής για επένδυση σε μία υποκατηγορία της αγοράς). Η απουσία κάποιας υπηρεσίας ή SBU (Strategic Business Unit) υποδηλώνει και την κρίση που διέπει τον ταχυδρομικό κλάδο.

Στο κάτω και αριστερό τεταρτημόριο τοποθετούνται υπηρεσίες που ενώ παράγουν υψηλά έσοδα, η ανάπτυξή τους έχει επιβραδυνθεί αλλά εξακολουθούν να αποτελούν τον σημαντικότερο «πυλώνα» στήριξης του παρόχου που προσφέρει την υπηρεσία αυτή. Εδώ τοποθετείται ο αποκλειστικός τομέας του ΦΠΚΥ (επιστολές έως 50 γραμμάρια). Αποτελεί την υπηρεσία με το υψηλότερο σχετικό μερίδιο αγοράς συγκριτικά με τις υπόλοιπες υπηρεσίες της ταχυδρομικής αγοράς και ως εκ τούτου την υπηρεσία που αποφέρει το μεγαλύτερο έσοδο.

Κάτω και δεξιά τοποθετούνται οι υπηρεσίες με χαμηλό σχετικό μερίδιο αγοράς και ταυτόχρονα χαμηλό ρυθμό ανάπτυξης. Για την Ελληνική ταχυδρομική αγορά, εδώ τοποθετούνται κατά σειρά σημαντικότητας οι επιστολές των ταχυμεταφορών, τα δέματα άνω των 2 κιλών των ταχυμεταφορών, οι επιστολές του ΦΠΚΥ άνω των 50 γραμμαρίων και τα δέματα του ΦΠΚΥ. Υπηρεσίες που βρίσκονται σε αυτό το τεταρτημόριο είναι χαμηλής

δυναμικής και συνήθως δεσμεύουν σημαντικούς πόρους από μία επιχείρηση αναλογικά με το παραγόμενο έσοδό τους ενώ συνήθως αφορούν υπηρεσίες με χαμηλή προτεραιότητα για τις επιχειρήσεις που τις παρέχουν.
Αξίζει να σημειωθεί ότι η παραπάνω απεικόνιση της ταχυδρομικής αγοράς για το 2011 μέσω του BCG matrix διαχρονικά μπορεί να αλλάζει εάν τα δεδομένα της αγοράς αλλάζουν. Μία τέτοια σημαντική αλλαγή είναι η επικείμενη πλήρης απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς από την 1/1/2013 και η άρση του μονοπωλίου για τις επιστολές έως 50 γραμμάρια που έχει ο ΦΠΚΥ. Σε αυτή την περίπτωση και εφόσον ταχυδρομικοί πάροχοι δείξουν ενδιαφέρον γι'αυτή την υποκατηγορία, θα μεταβληθούν οι συσχετισμοί των υπηρεσιών του ταχυδρομικού κλάδου.

2.3 Βασικά μεγέθη της ταχυδρομικής αγοράς

Η ανάλυση που γίνεται στο κεφάλαιο αυτό είναι αποτέλεσμα εκτεταμένης μελέτης που διεξήγαγε η ΕΕΤΤ, συλλέγοντας στοιχεία από όλους τους αδειοδοτημένους παρόχους για το έτος 2011. Στο πλαίσιο της μελέτης αυτής, η ΕΕΤΤ επεξεργάστηκε τα δεδομένα που έλαβε από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις σε ό,τι αφορά τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά στοιχεία.
Η συνολική εικόνα της ταχυδρομικής αγοράς απεικονίζεται στους παρακάτω πίνακες.

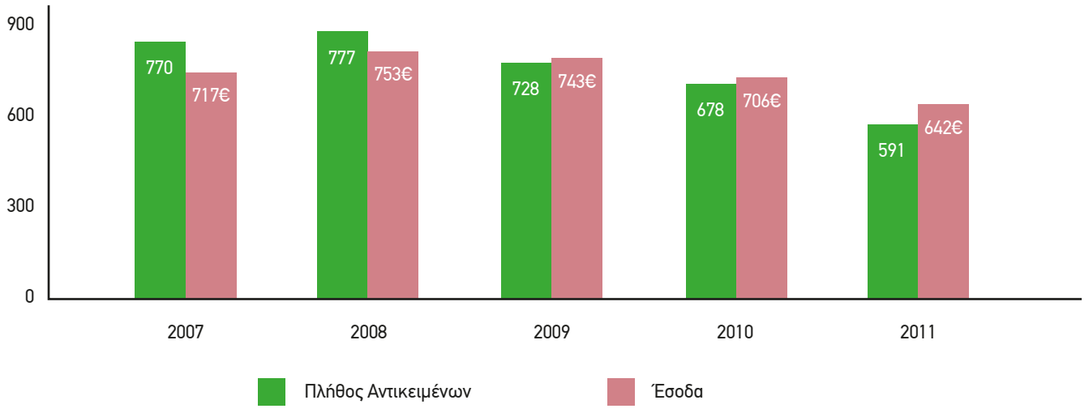
Πίνακας 2.1 Έσοδα ταχυδρομικής αγοράς (σε €), 2009-2011

	2009	2010	2011	2011/10
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	448.630.625	417.133.906	370.863.941	-11,1%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	2.549.272	2.497.758	4.066.429	62,8%
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	291.907.160	286.149.111	266.611.909	-6,8%
Σύνολο	**743.087.057**	**705.780.774**	**641.542.279**	**-9,1%**
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (%)	-1,3%	-5,0%	-9,1%	

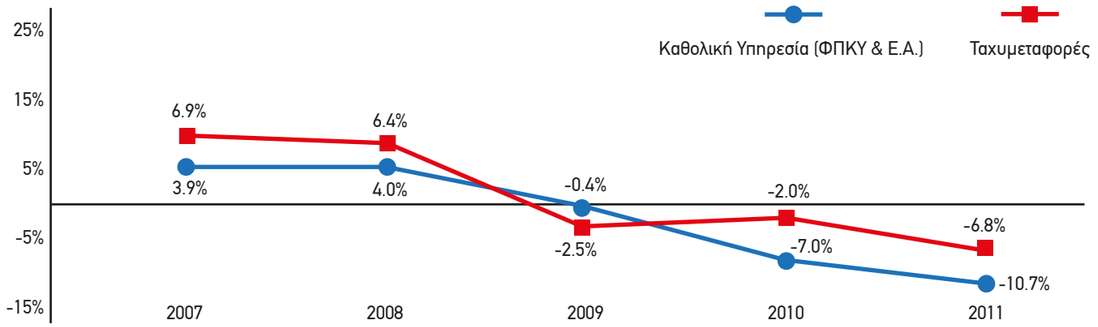
Πίνακας 2.2 Πλήθος αντικειμένων ταχυδρομικής αγοράς (σε τεμάχια), 2009-2011

	2009	2010	2011	2011/10
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	671.668.468	622.525.829	531.342.754	-14,6%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	6.710.881	6.765.362	10.933.377	61,6%
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	49.986.523	49.186.647	48.286.382	-1,8%
Σύνολο	**728.365.872**	**678.477.838**	**590.562.513**	**-13,0%**
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (%)	-6,2%	-6,8%	-13,0%	

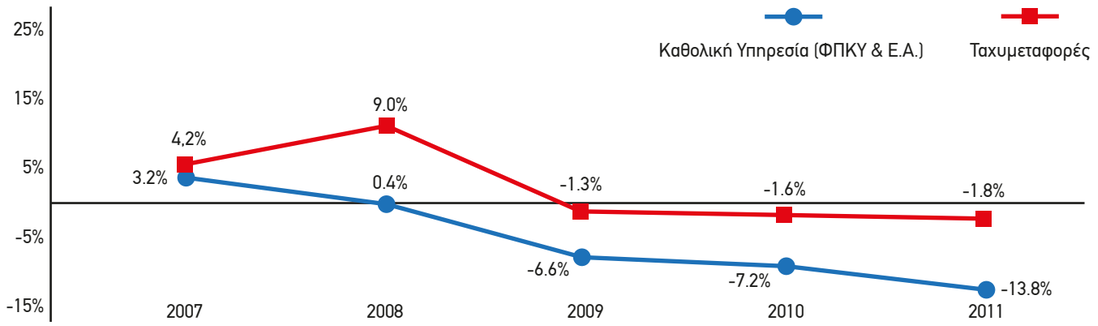
Διάγραμμα 2.5 Διαχρονική εξέλιξη πλήθους αντικειμένων και εσόδων συνόλου ταχυδρομικής αγοράς (σε εκατ.) , 2007-2011



Διάγραμμα 2.6 Ετήσια μεταβολή εσόδων ταχυδρομικού κλάδου, 2007-2011



Διάγραμμα 2.7 Ετήσια μεταβολή πλήθους αντικειμένων ταχυδρομικού κλάδου, 2007-2011



2.4 Επιχειρήσεις ταχυδρομικού κλάδου

Ο αριθμός των επιχειρήσεων που δραστηριοποιήθηκαν στον ταχυδρομικό κλάδο το έτος 2011 ξεπέρασε τις 2.000 και ανήλθε σε 501 αδειοδοτημένες επιχειρήσεις και 1.660 δίκτυα αυτών. Αξίζει να σημειωθεί ότι από τις 501 αδειοδοτημένες, οι 493 δραστηριοποιούνται στον τομέα των ταχυμεταφορών, ενώ οι υπόλοιπες 8 στον τομέα της καθολικής υπηρεσίας. Διαφορετική είναι η εικόνα της κατανομής των δικτύων, όπου ο συνολικός αριθμός των 1.660 επιχειρήσεων, μοιράζεται σε 756 επιχειρήσεις που αποτελούν το δίκτυο του ΦΠΚΥ, σε 820 επιχειρήσεις που αποτελούν το δίκτυο των ταχυμεταφορών και 84 που αποτελούν το δίκτυο των επιχειρήσεων με ειδική άδεια.

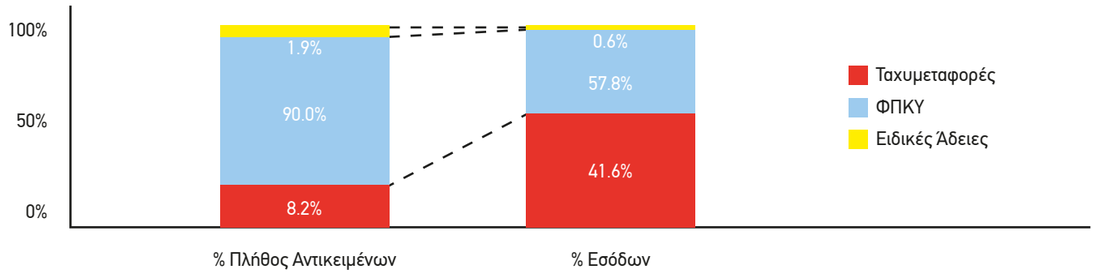
Πίνακας 2.3 Αριθμός ταχυδρομικών επιχειρήσεων, 2007-2011

Αριθμός ταχυδρομικών επιχειρήσεων	2007	2008	2009	2010	2011
ΦΠΚΥ (ΕΛΤΑ)	1	1	1	1	1
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	377	409	461	496	493
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	5	5	5	5	7
Σύνολο Επιχειρήσεων Ταχυδρομικής Αγοράς	**383**	**415**	**467**	**502**	**501**
Αριθμός Επιχειρήσεων Δικτύου εταιρειών με Ειδική Άδεια	29	29	18	24	84
Αριθμός Επιχειρήσεων Δικτύου ΕΛΤΑ	880	810	790	726	756
Αριθμός Επιχειρήσεων Δικτύου Ταχυμεταφορών	717	693	744	818	820
Σύνολο Δικτύου Ταχυδρομικής Αγοράς	**1.626**	**1.532**	**1.552**	**1.568**	**1.660**

2.5 Μερίδια ταχυδρομικής αγοράς

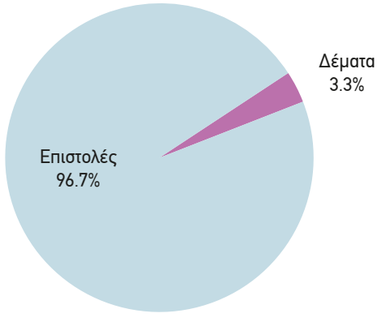
Το 2011, ο ΦΠΚΥ κατείχε το 90% του μεριδίου της συνολικής αγοράς από πλευράς πλήθους αντικειμένων, ποσοστό που αντιστοιχεί στο 57,8% των εσόδων της ταχυδρομικής αγοράς. Οι επιχειρήσεις των ταχυμεταφορών κατείχαν το 8,2% της αγοράς από πλευράς πλήθους αντικειμένων, που όμως αντιστοιχεί στο 41,6% των ταχυδρομικών εσόδων. Τέλος, οι επιχειρήσεις με ειδική άδεια διακίνησαν το 1,9% του όγκου της ταχυδρομικής αγοράς το οποίο αντιστοιχούσε μόλις στο 0,6% των εσόδων.

Διάγραμμα 2.8 Μερίδια ταχυδρομικής αγοράς σε πλήθος αντικειμένων και εσόδων, 2011



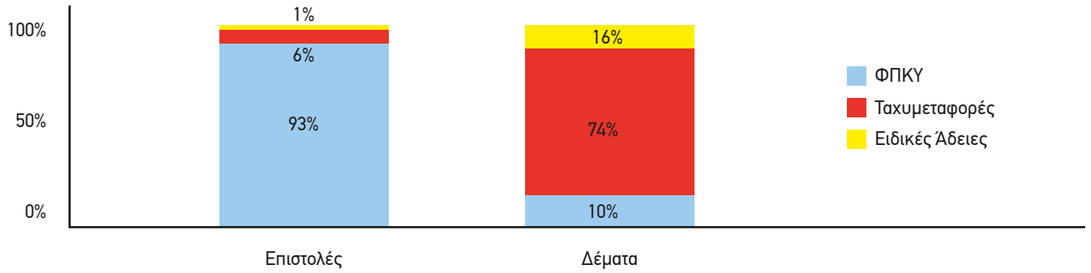
Όσον αφορά τα μερίδια αγοράς ανά είδος ταχυδρομικού αντικειμένου η κατανομή απεικονίζεται στους παρακάτω πίνακες και στα διαγράμματα. Η πλειονότητα των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων αφορά επιστολές σε ποσοστό 96,7%, ενώ τα δέματα αποτελούν μόλις το 3,3%.

Διάγραμμα 2.9 Κατανομή πλήθους ταχυδρομικών αντικειμένων, 2011



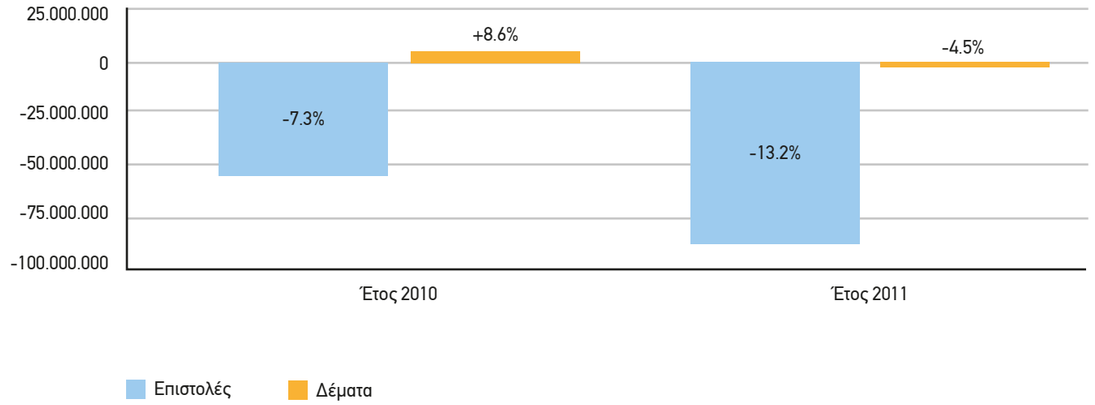
Το μεγαλύτερο μέρος των επιστολών, το 2011, διακινήθηκε από τον ΦΠΚΥ σε ποσοστό 93% σε αντίθεση με τις εταιρείες ταχυμεταφορών και ειδικών αδειών που διακίνησαν το υπόλοιπο 6% και 1% αντίστοιχα. Από πλευράς δεμάτων η εικόνα διαφοροποιείται σημαντικά δεδομένου ότι οι εταιρείες ταχυμεταφορών διακινούν το 74% των δεμάτων της αγοράς ενώ ο ΦΠΚΥ το 10% και οι ειδικές άδειες το υπόλοιπο 16%, στο οποίο συμπεριλαμβάνονται έντυπα μεγάλων διαστάσεων και βάρους έως 2 κιλών.

Διάγραμμα 2.10 Μερίδια αγοράς πλήθους επιστολών και δεμάτων, 2011



Η τάση, διεθνώς, ειδικά σε ανεπτυγμένες ταχυδρομικά αγορές, δείχνει ότι οι όγκοι του επιστολικού ταχυδρομείου μειώνονται σημαντικά ενώ η υπηρεσία των δεμάτων παρουσιάζει ευκαιρίες ανάπτυξης λόγω του ηλεκτρονικού εμπορίου και της σταδιακής εξοικείωσης και απόκτησης εμπιστοσύνης του καταναλωτικού κοινού στις ηλεκτρονικές αγορές. Η ελληνική ταχυδρομική αγορά, που έχει δεχθεί ισχυρό πλήγμα από την κρίση που πλήττει την εγχώρια οικονομία, παρουσιάζει σημαντική πτωτική τάση στην αγορά του επιστολικού ταχυδρομείου, αλλά αισθητά μικρότερη μείωση στην υπηρεσία των δεμάτων. Πιο συγκεκριμένα, στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζεται η εξέλιξη του πλήθους των αντικειμένων στην αγορά των επιστολών και των δεμάτων (συμπεριλαμβανομένων και των μικροδεμάτων έως 2 κιλά). Σύμφωνα λοιπόν με αυτό, οι επιστολές μειώθηκαν κατά -13,2% (ή 87 εκατ. τεμάχια) σε αντίθεση με τα δέματα, όπου ο διακινούμενος όγκος τους μειώθηκε κατά -4,5% (ή 0,9 εκατ. τεμάχια). Όπως ήδη παρουσιάστηκε στην αρχή του κεφαλαίου, τα μικροδέματα των ταχυμεταφορών είναι η υπο-κατηγορία που το 2011 παρουσίασε αύξηση κατά 19,5% (ή 0,6 εκατ. τεμάχια) η οποία όμως (λόγω μικρού πλήθους τεμαχίων) δεν ήταν ικανή να αντιστρέψει την αρνητική μεταβολή του συνόλου της κατηγορίας των δεμάτων των ταχυμεταφορών.

Διάγραμμα 2.11 Ετήσια μεταβολή επιστολών και δεμάτων, 2010 και 2011



Σημείωση: στα δέματα συμπεριλαμβάνονται και τα μικροδέματα

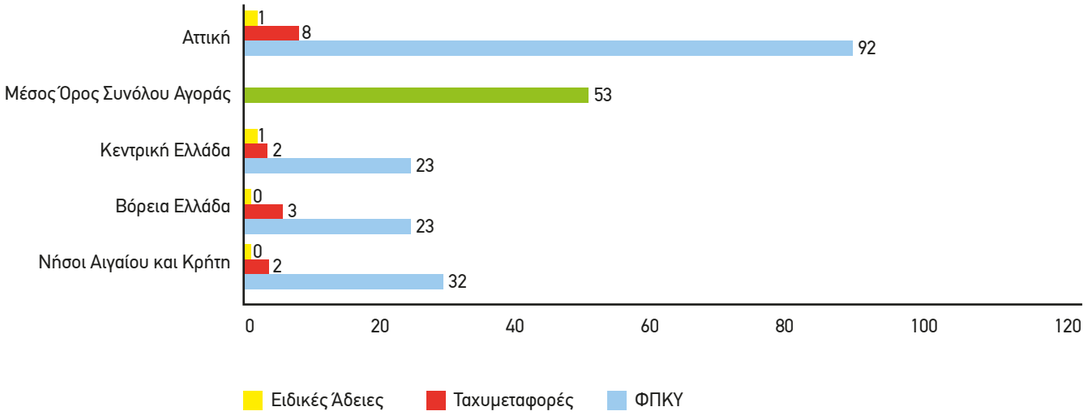
Πίνακας 2.4 Εξέλιξη πλήθους επιστολικού ταχυδρομείου, δεμάτων και μικροδεμάτων, 2009-2011

	Επιστολικό ταχυδρομείο (εκατ. τεμάχια)			Απόλυτη διαφορά	%
	2009	**2010**	**2011**	**2011/10**	**2011/10**
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	669,3	620,4	529,4	-91,0	-14,7%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	3,1	3,0	7,7	4,7	159,1%
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	36,9	34,4	33,7	-0,7	-2,0%
Σύνολο	**709,3**	**657,8**	**570,8**	**-87,0**	**-13,2%**
	Δέματα (εκατ. τεμάχια)			**Απόλυτη διαφορά**	**%**
	2009	**2010**	**2011**	**2011/10**	**2011/10**
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	2,3	2,1	1,9	-0,2	-8,0%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	0,0	0,0	0,0	0,0	
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	10,4	11,8	11,0	-0,8	-6,6%
Σύνολο	**12,7**	**13,9**	**13,0**	**-0,9**	**-6,8%**
	Μικροδέματα (εκατ. τεμάχια)			**Απόλυτη διαφορά**	**%**
	2009	**2010**	**2011**	**2011/10**	**2011/10**
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	0,0	0,0	0,0	0,0	
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	3,6	3,8	3,2	-0,6	-14,9%
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	2,7	3,0	3,6	0,6	19,5%
Σύνολο	**6,3**	**6,8**	**6,8**	**0,0**	**0,2%**

2.6 Κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κάτοικο και γεωγραφική περιοχή

Το 2011 διακινήθηκαν στην χώρα μας κατά μέσο όρο 53 ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο. Η κατανομή των ταχυδρομικών αντικειμένων ακολουθεί την πληθυσμιακή συγκέντρωση στα μεγάλα αστικά κέντρα. Έτσι λοιπόν, στην Αττική και στην βόρεια Ελλάδα όπου συγκεντρώνεται το 68% του πληθυσμού, διακινείται αντίστοιχα και το 82% των ταχυδρομικών αντικειμένων της εν λόγω αγοράς.

Διάγραμμα 2.12 Ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο, ανά γεωγραφική περιοχή, 2011



Πίνακας 2.5 Κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κατηγορία παρόχου, ανά γεωγραφική περιοχή, 2011

		Κατανομή Αντικειμένων 2011			
Γεωγραφική Περιοχή	**Κατανομή Πληθυσμού**	**ΦΠΚΥ**	**Ταχυμεταφορές**	**Ειδικές Άδειες**	**Σύνολο Αγοράς**
Αττική	35,4%	67,1%	63,5%	33,6%	66,4%
Κεντρική Ελλάδα	21,8%	10,4%	9,8%	50,1%	10,8%
Βόρεια Ελλάδα	32,4%	15,6%	21,0%	10,4%	16,0%
Νήσοι Αιγαίου και Κρήτη	10,5%	6,9%	5,7%	5,8%	6,8%

2.7 Απασχόληση στην ταχυδρομική αγορά

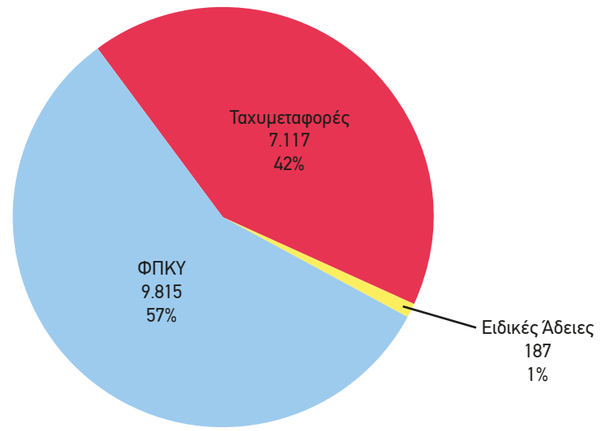
Το 2011 απασχολήθηκαν στην Ελληνική ταχυδρομική αγορά 17.119 άτομα, σύμφωνα με τα στοιχεία που δήλωσαν οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ταχυδρομικό κλάδο. Από αυτά, το 57% εργάζεται στον ΦΠΚΥ, το 42% στις ταχυμεταφορές και το υπόλοιπο 1% στις εταιρείες με ειδική άδεια.

Ο αριθμός των απασχολούμενων το 2011 μειώθηκε σε σχέση με το 2010 κατά 1.823 άτομα (ή -9,6%). Τη μεγαλύτερη μείωση παρουσίασε ο ΦΠΚΥ στον οποίο εργάστηκαν 1.114 άτομα λιγότερα όπου η μείωση αυτή αφορά σε προσωπικό μερικής απασχόλησης, ακολούθησαν οι ταχυμεταφορές στις οποίες εργάστηκαν 712 άτομα λιγότερα. Σε αντίθεση με τον ΦΠΚΥ, η παραπάνω μείωση προσωπικού στις ταχυμεταφορές αφορά κυρίως προσωπικό πλήρους απασχόλησης. Τέλος, οριακή αύξηση 3 ατόμων σε σχέση με πέρυσι παρουσίασαν οι εταιρείες ειδικών αδειών.

Πίνακας 2.6 Αριθμός απασχολούμενων στην ταχυδρομική αγορά

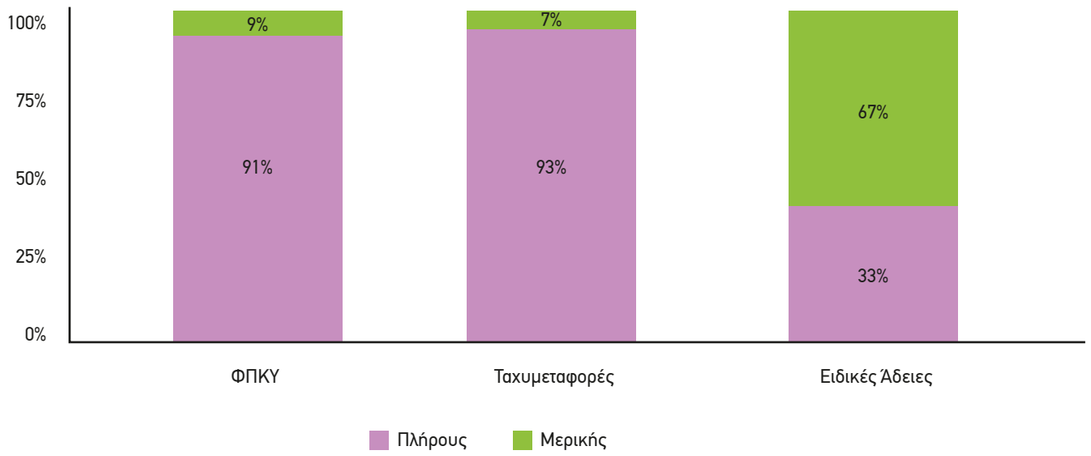
	2009	2010	2011	2011/10	2011/10
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	11.746	10.929	9.815	-1.114	-10,2%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	191	184	187	3	1,6%
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	9.184	7.829	7.117	-712	-9,1%
Σύνολο	**21.121**	**18.942**	**17.119**	**-1.823**	**-9,6%**

Διάγραμμα 2.13 Κατανομή εργαζομένων ταχυδρομικής αγοράς



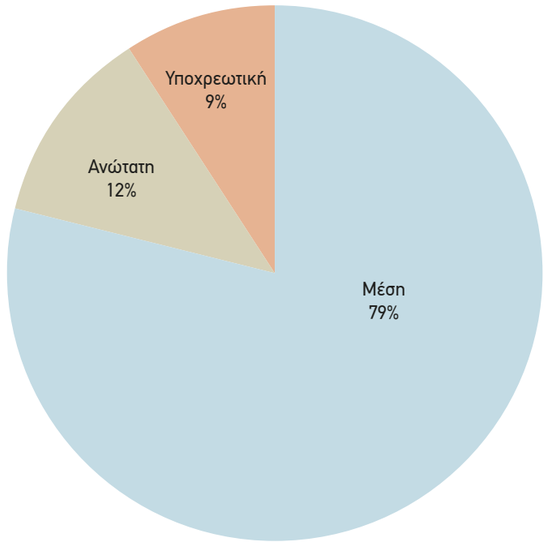
Η πλειονότητα των απασχολούμενων υπαλλήλων, τόσο στον ΦΠΚΥ όσο και στις ταχυμεταφορές, αφορά εργαζόμενους με καθεστώς εργασίας πλήρους απασχόλησης, ενώ αντίθετη εικόνα παρουσιάζουν οι εταιρείες με ειδική άδεια όπου τα δύο τρίτα των εργαζομένων είναι μερικής απασχόλησης, γεγονός που σε μεγάλο βαθμό αποδίδεται στη φύση των υπηρεσιών που αυτές προσφέρουν (διανομή διαφημιστικών με διεύθυνση παραλήπτη και εφημερίδων έως 2 κιλά).

Διάγραμμα 2.14 Καθεστώς απασχόλησης στην ταχυδρομική αγορά



Το εκπαιδευτικό επίπεδο των εργαζομένων στην ταχυδρομική αγορά είναι στην πλειοψηφία τους (79%) απόφοιτοι μέσης εκπαίδευσης ενώ μόνο το 12% είναι απόφοιτοι ανώτατης εκπαίδευσης και το υπόλοιπο 9% είναι υποχρεωτικής εκπαίδευσης.

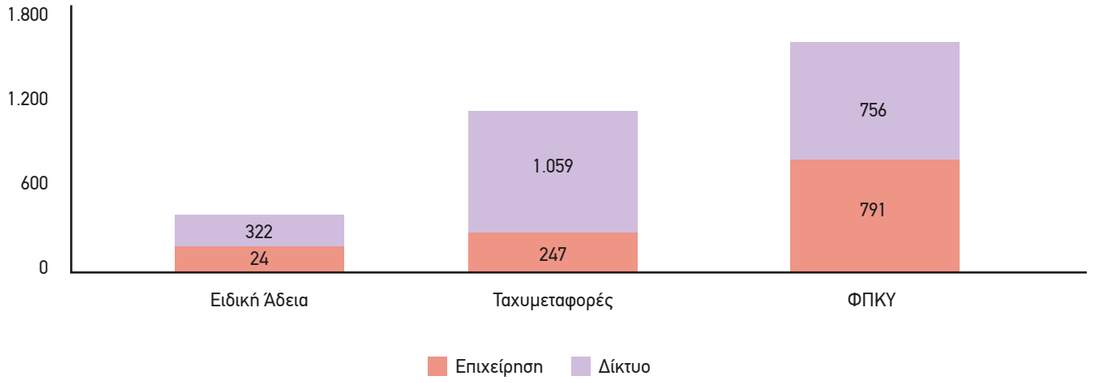
Διάγραμμα 2.15 Επίπεδο εκπαίδευσης εργαζομένων στην ταχυδρομική αγορά



2.8 Υποδομές: κτίρια και μεταφορικά μέσα

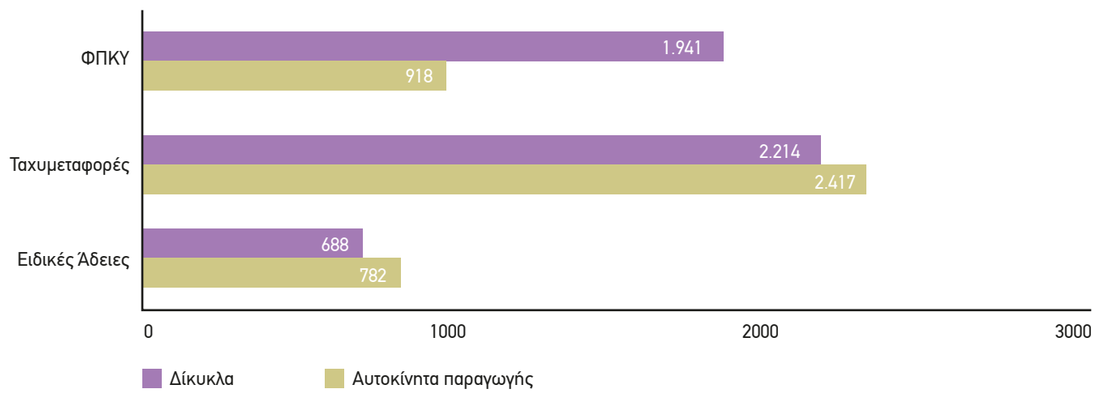
Η παροχή των ταχυδρομικών υπηρεσιών απαιτεί την ύπαρξη μεγάλου αριθμού σημείων εξυπηρέτησης των χρηστών (καταστήματα) καθώς και σημαντικές επενδύσεις σε μεταφορικά μέσα. Πιο συγκεκριμένα, η παροχή της καθολικής υπηρεσίας απαιτεί την κατοχή μεγάλου αριθμού εγκαταστάσεων για την αποτελεσματική δρομολόγηση του σημαντικού όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων, ενώ οι επιχειρήσεις των ταχυμεταφορών εξυπηρετούν τις ανάγκες των πελατών τους από πιο μικρές και γεωγραφικά διεσπαρμένες εγκαταστάσεις.

Διάγραμμα 2.16 Σημεία εξυπηρέτησης πελατών (καταστήματα)



Επιπλέον, τόσο η παροχή της καθολικής υπηρεσίας όσο και των υπηρεσιών ταχυμεταφορών απαιτεί την ύπαρξη μεγάλου αριθμού αυτοκινήτων και δικύκλων. Είναι χαρακτηριστικό πως στο σύνολο της αγοράς, βάσει των δηλωθέντων στοιχείων από τις επιχειρήσεις, χρησιμοποιούνται πάνω από 4.800 δίκυκλα και πάνω από 4.100 αυτοκίνητα.

Διάγραμμα 2.17 Στόλος οχημάτων

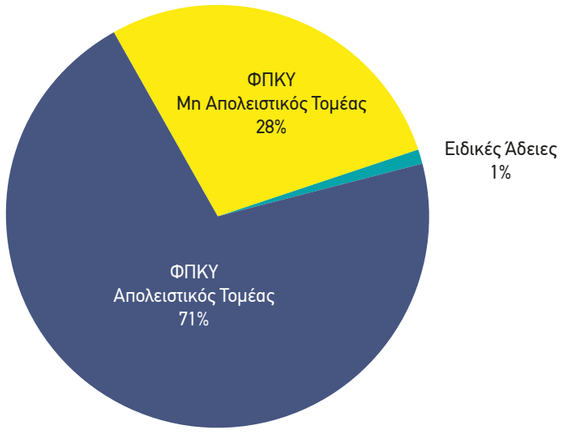


2.9 Τομέας καθολικής υπηρεσίας

Στον τομέα καθολικής υπηρεσίας το 2011 δραστηριοποιήθηκαν ο φορέας παροχής καθολικής υπηρεσίας (ΕΛΤΑ) και 7 επιχειρήσεις με ειδική άδεια. Ο ΦΠΚΥ κατέχει το αποκλειστικό δικαίωμα να διακινεί αντικείμενα αλληλογραφίας βάρους μέχρι 50γρ. ενώ οι ιδιωτικές επιχειρήσεις, δύναται να δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτό μόνον εάν προσφέρουν την υπηρεσία τους σε τιμή μεγαλύτερη ή ίση με 2,5 φορές το δημόσιο τέλος για ένα αντικείμενο αλληλογραφίας της α΄ βαθμίδας βάρους της ταχύτερης κατηγορίας (τέλη εσωτερικού απλής επιστολής α΄ προτεραιότητας έως 20 γραμμάρια). Ο περιορισμός αυτός θα ισχύει μέχρι τις 31 Δεκεμβρίου 2012, καθώς σύμφωνα με τον νέο ταχυδρομικό νόμο 4053/2012, από την 1η Ιανουαρίου 2013 οποιαδήποτε ταχυδρομική επιχείρηση διαθέτει ειδική άδεια από την ΕΕΤΤ, θα μπορεί να προσφέρει υπηρεσίες απλού ταχυδρομείου, χωρίς περιορισμούς στην τιμή και το βάρος των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινεί.

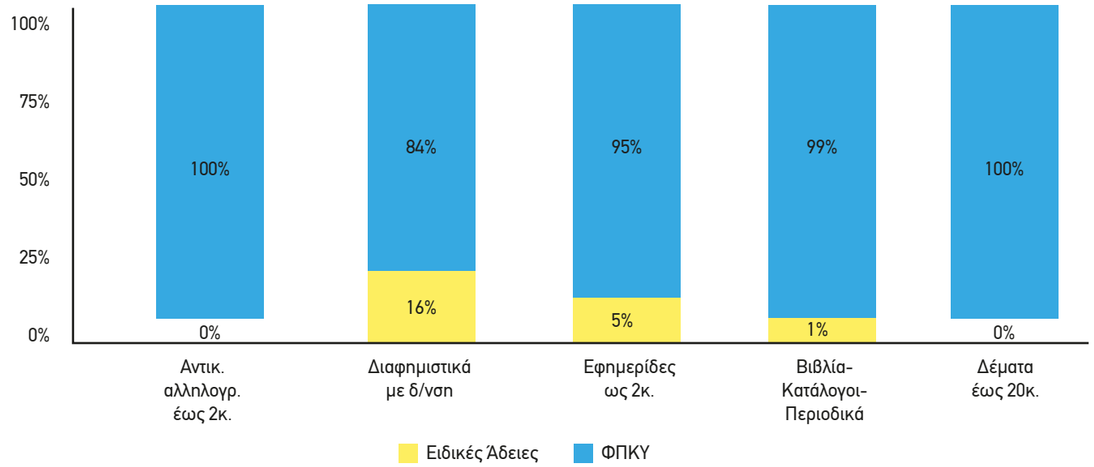
Ο ΦΠΚΥ κατέχει δεσπόζουσα θέση στον τομέα της καθολικής υπηρεσίας. Το μερίδιο αγοράς του αντιστοιχεί στο 99% των εσόδων του τομέα, ενώ μόνο το υπόλοιπο 1% κατέχουν οι εταιρείες με ειδική άδεια. Αξίζει να σημειωθεί ότι από το 99% του μεριδίου του ΦΠΚΥ, το 71% αφορά τα αντικείμενα αλληλογραφίας έως 50γρ. (αποκλειστικός τομέας) και είναι το μέρος των υπηρεσιών το οποίο θα ανοίξει στον ανταγωνισμό από 1/1/2013. Από άποψη πλήθους αντικειμένων η εικόνα δεν διαφοροποιείται σημαντικά δεδομένου ότι το μερίδιο του αποκλειστικού τομέα του ΦΠΚΥ είναι 80%, του μη αποκλειστικού τομέα του ΦΠΚΥ 18% και των εταιρειών με ειδική άδεια είναι 2%.

Διάγραμμα 2.18 Μερίδια αγοράς εσόδων του τομέα καθολικής υπηρεσίας, 2011



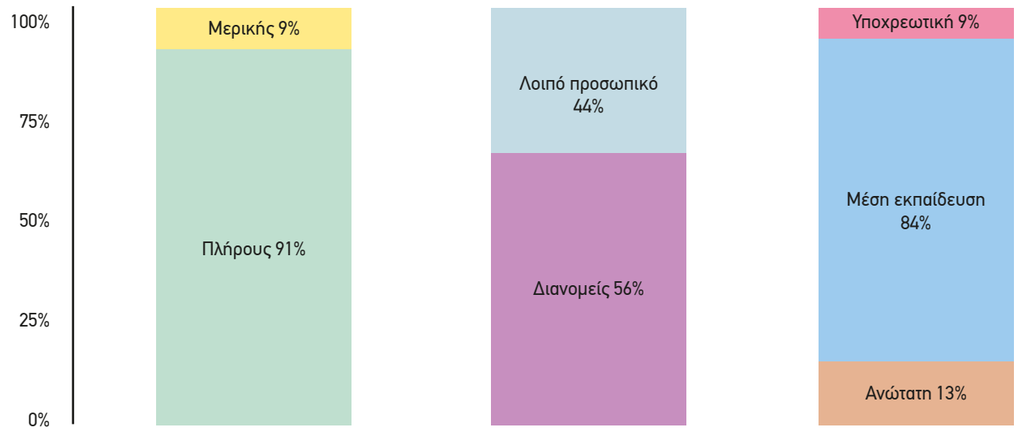
Οι επιχειρήσεις με ειδική άδεια ειδικεύονται κυρίως στην αποστολή διαφημιστικών εντύπων με διεύθυνση παραλήπτη όπου έχουν αποσπάσει από τον ΦΠΚΥ 16% μερίδιο από πλευράς εσόδων και στην αποστολή εφημερίδων και περιοδικών όπου το μερίδιό τους αντιστοιχεί στο 5% και 1% των εσόδων του τομέα αντίστοιχα.

Διάγραμμα 2.19 Μερίδια παρόχων τομέα καθολικής υπηρεσίας ανά υπηρεσία σε έσοδα, 2011



Αναφορικά με το απασχολούμενο προσωπικό του ΦΠΚΥ, η πλειοψηφία του αφορά υπαλλήλους πλήρους απασχόλησης (91%), κυρίως μέσης εκπαίδευσης (82%), ενώ κατά το ήμισυ (56%) είναι προσωπικό που ασχολείται με τη διανομή των ταχυδρομικών αντικειμένων.

Διάγραμμα 2.20 Κατανομή εργαζομένων στον ΦΠΚΥ



Σε ό,τι αφορά τα μέσα έσοδα των διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων, το μέσο έσοδο των εγγράφων έως 50 γρ. του ΦΠΚΥ κυμάνθηκε στα 0,61 ευρώ, των εγγράφων από 50 γρ. έως 2 κιλά στα 0,92 ευρώ ενώ για τα μικροδέματα και τα δέματα κυμάνθηκε στα 4,95 και 9,92 ευρώ αντίστοιχα. Αξίζει να παρατηρήσουμε ότι ενώ το μέσο έσοδο για τα έγγραφα το 2011 κινήθηκε αυξητικά σε σχέση με το 2010, στα δέματα η τάση ήταν πτωτική.

Πίνακας 2.7 Μέσο έσοδο διακινηθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων, ΦΠΚΥ 2009-2011

Υπηρεσία	2009	2010	2011
Έγγραφα έως 50 γρ.	0,59 €	0,59 €	0,61 €
Έγγραφα από 50 γρ. έως 2 κιλά	0,87 €	0,89 €	0,92 €
Μικροδέματα έως 2 κιλά	7,64 €	6,93 €	4,95 €
Δέματα από 2 έως 20 κιλά	10,04 €	10,22 €	9,92 €
Σύνολο υπηρεσιών	**0,67 €**	**0,67 €**	**0,70 €**

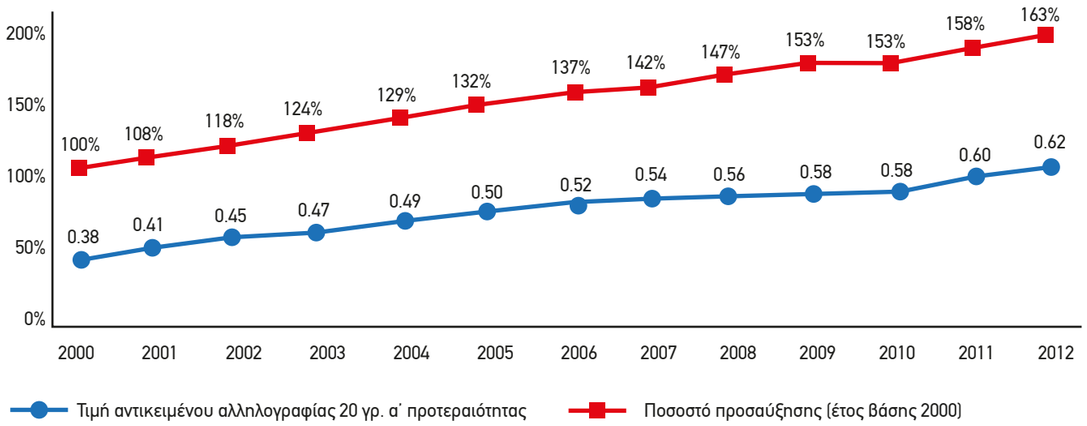
Ο βασικός όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων του ΦΠΚΥ αποτελείται από αντικείμενα αλληλογραφίας έως 2 κιλά (86,2%), ενώ οι εφημερίδες έως 2 κιλά και τα διαφημιστικά αντικείμενα με διεύθυνση παραλήπτη αποτελούν μόλις το 7,4% και 5,2% αντίστοιχα. Τέλος, τα δέματα δεν αποτελούν ισχυρή κατηγορία διακίνησης για τον ΦΠΚΥ, δεδομένου ότι αντιπροσωπεύουν μόλις το 0,3% των αντικειμένων του.

Πίνακας 2.8 Κατανομή πλήθους αντικειμένων και μέση τιμή χρέωσης ανά προσφερόμενη υπηρεσία από τον ΦΠΚΥ, 2011

	% πλήθους αντικειμένων ανά υπηρεσία	Μέσος όρος προσφερόμενης τιμής
Αντικείμενα αλληλογραφίας έως 2 κιλά	86,2%	0,68 €
Διαφημιστικά αντικείμενα με διεύθυνση παραλήπτη	5,2%	0,48 €
Εφημερίδες έως 2 κιλά	7,4%	0,62 €
Βιβλία - Κατάλογοι - Περιοδικά	0,9%	0,68 €
Δέματα έως 20 κιλά	0,3%	8,67 €

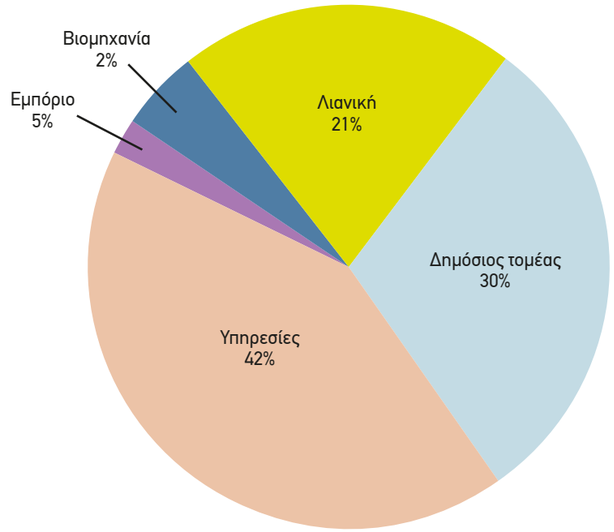
Το 2011 ο ΦΠΚΥ προχώρησε σε αναπροσαρμογή της τιμολογιακής πολιτικής του βασικού καθώς και του εμπορικού του τιμολογίου. Η προηγούμενη αναπροσαρμογή είχε πραγματοποιηθεί το 2009, ενώ ακολούθησε και νέα αναπροσαρμογή το 2012.

Διάγραμμα 2.21 Τιμή αντικειμένου αλληλογραφίας 20 γρ. α' προτεραιότητας

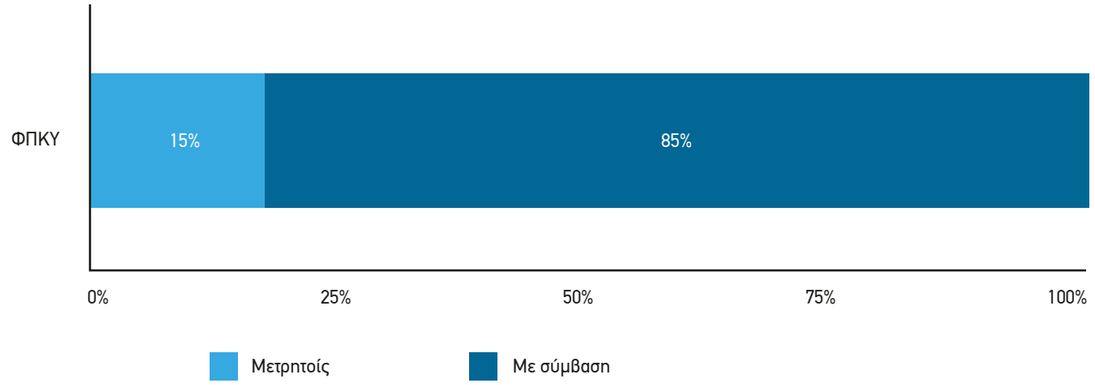


Οι κυριότεροι πελάτες του ΦΠΚΥ είναι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών (τράπεζες, ΔΕΚΟ, τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι, κλπ.) με ποσοστό 42%, ο δημόσιος τομέας με ποσοστό 30%, οι πελάτες λιανικής με ποσοστό 21% και τέλος το εμπόριο και η βιομηχανία με ποσοστό 5% και 2% αντίστοιχα. Τα έσοδα του ΦΠΚΥ προέρχονται σε ποσοστό 85% από πελάτες με τους οποίους έχει σύμβαση, ενώ το υπόλοιπο 15% αφορά πελάτες τοις μετρητοίς.

Διάγραμμα 2.22 Κυριότεροι πελάτες ΦΠΚΥ (με βάση τα έσοδα)



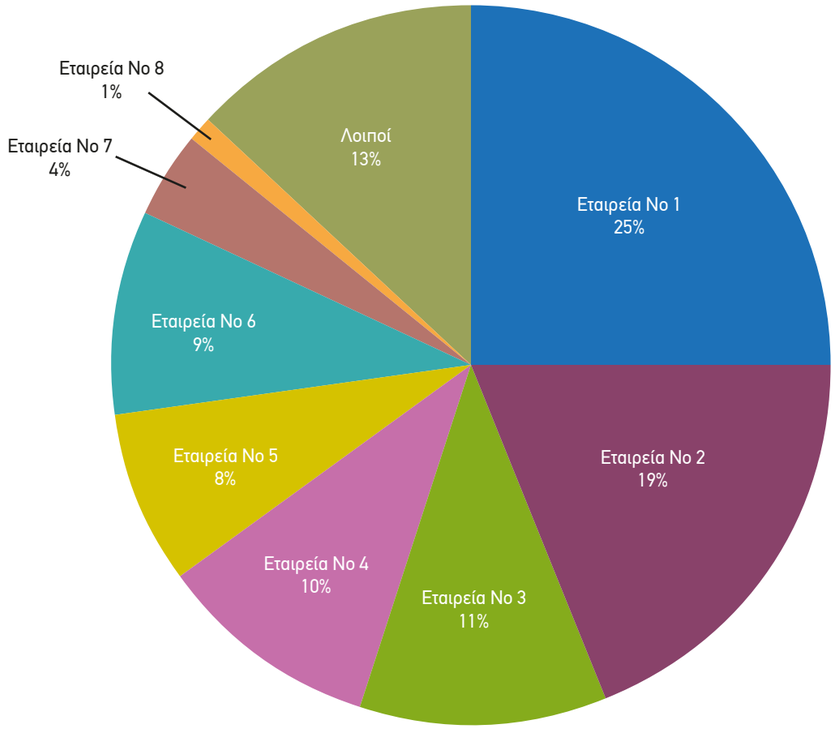
Διάγραμμα 2.23 Κατανομή πελατών ΦΠΚΥ (με βάση τα έσοδα)



2.10 Τομέας ταχυμεταφορών (courier)

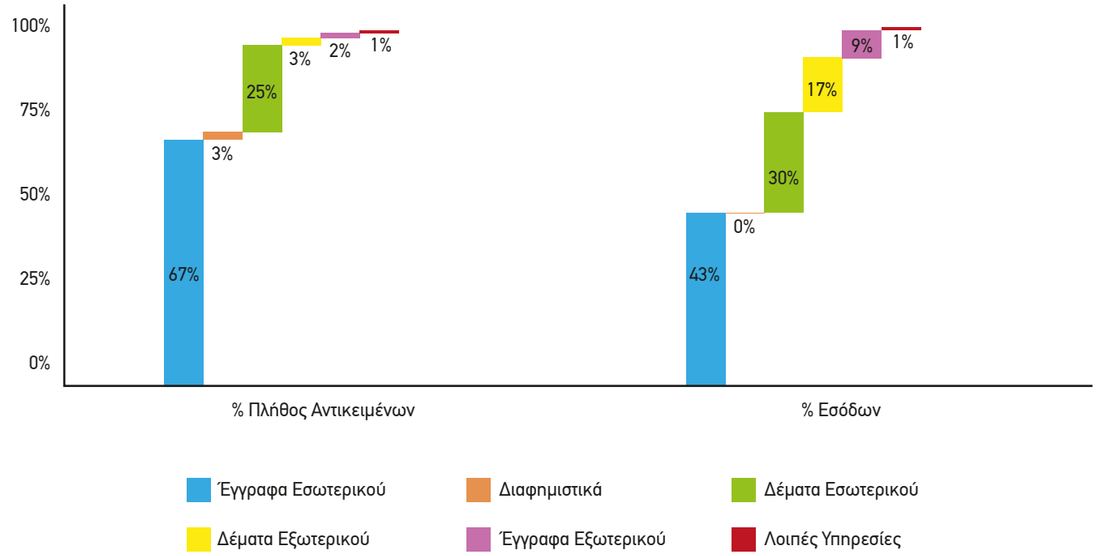
Στον τομέα των ταχυμεταφορών δραστηριοποιούνται οι εταιρείες που είναι κάτοχοι γενικής άδειας ή αλλιώς οι εταιρείες που παρέχουν υπηρεσίες «courier» (ειδική επείγουσα διαβίβαση ταχυδρομικών αντικειμένων παρακολουθούμενων από ειδικό σύστημα παρακολούθησης και εντοπισμού – Ε.Σ.Π.Ε.Τ.Α.). Ο τομέας των ταχυμεταφορών λειτουργεί σε συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού με αποτέλεσμα την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών, σε ανταγωνιστικές τιμές στον καταναλωτή. Πιο συγκεκριμένα, από τις 493 επιχειρήσεις που δραστηριοποιήθηκαν το 2011 στον τομέα αυτό, οι 8 μεγαλύτερες παρήγαγαν το 87% των εσόδων του διακινώντας το 85% του πλήθους των αντικειμένων.

Διάγραμμα 2.24 Μερίδια αγοράς εσόδων των 8 μεγαλύτερων εταιρειών ταχυμεταφοράς



Η σημαντικότερη δραστηριότητα των ταχυμεταφορών αφορά στη διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εσωτερικού (επιστολές και δέματα), η οποία αντιπροσωπεύει το 95% του πλήθους των αντικειμένων και το 74% των εσόδων, ενώ τα ταχυδρομικά αντικείμενα εξωτερικού αποτελούν μόλις το 5% του όγκου και το 26% των εσόδων του τομέα.

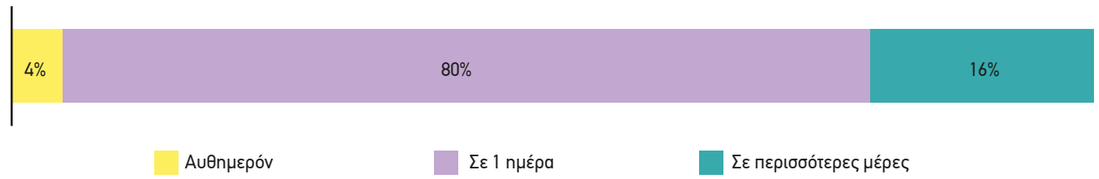
Διάγραμμα 2.25 Μερίδια προσφερόμενων υπηρεσιών ταχυμεταφορών 2011



Η πλειονότητα των ταχυδρομικών αντικειμένων των ταχυμεταφορών (94%) διακινείται αυτόνομα (από την ίδια την ταχυδρομική επιχείρηση και το δίκτυό της), ενώ μόνο το υπόλοιπο 6% διακινείται συνδυασμένα (παραλαβή του ταχυδρομικού αντικειμένου από μια επιχείρηση και επίδοσή του από άλλη επιχείρηση με γενική άδεια).

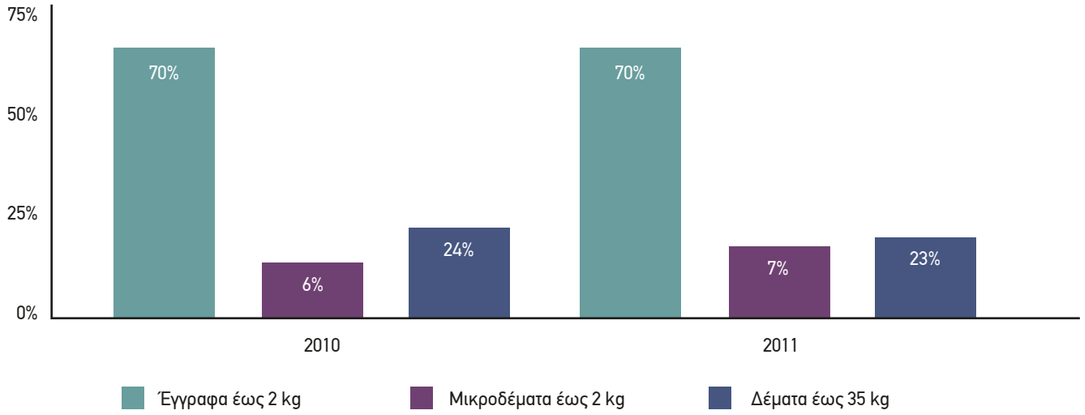
Το 2011, ποσοστό 4% των ταχυδρομικών αντικειμένων διακινήθηκε αυθημερόν, ποσοστό 80% επιδόθηκε μέσα σε μια μέρα από την παραλαβή τους, ενώ το 16% σε περισσότερες από μια μέρες.

Διάγραμμα 2.26 Χρόνος διακίνησης αντικειμένων από τις εταιρείες ταχυμεταφορών



Όσον αφορά το βάρος των ταχυδρομικών αντικειμένων, το 2011 παρατηρούμε ότι τόσο τα έγγραφα όσο και τα δέματα διατήρησαν το ποσοστό συμμετοχής τους στην σύνθεση των αντικειμένων που διακινήθηκαν, ενώ μικρή αύξηση παρατηρήθηκε στην κατηγορία των μικροδεμάτων.

Διάγραμμα 2.27 Βάρος ταχυδρομικών αντικειμένων τομέα ταχυμεταφορών



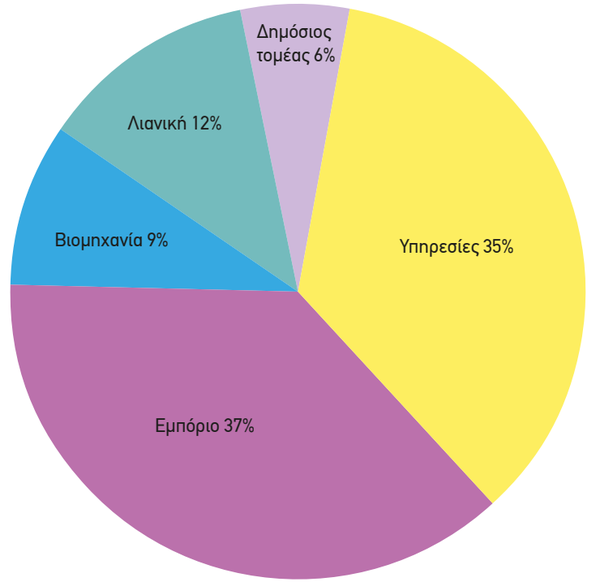
Το μέσο έσοδο της πλειονότητας των υπηρεσιών των ταχυμεταφορών παρουσίασε μείωση, με πρωταγωνιστή την υπηρεσία των δεμάτων εσωτερικού, ενώ αντίθετη ήταν η τάση της αλληλογραφίας του εξωτερικού, που κινήθηκε αυξητικά.

Πίνακας 2.9 Μέσο έσοδο ανά υπηρεσία ταχυμεταφορών 2009-2011

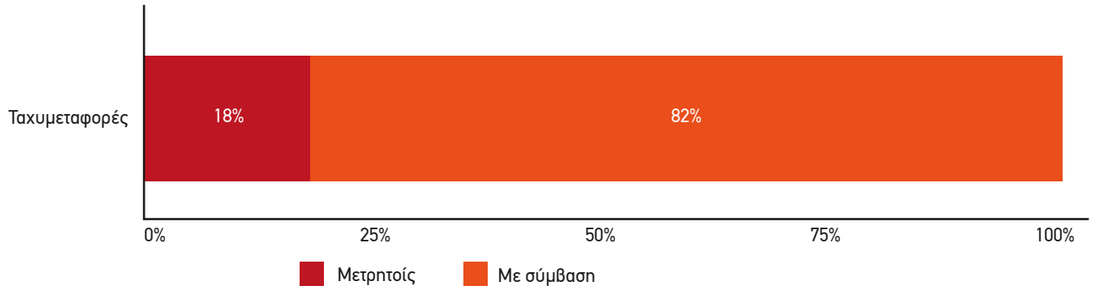
Υπηρεσία	2009	2010	2011	2011/10
Αλληλογραφία Εσωτερικού	3,57 €	3,60 €	3,47 €	-3,7%
Δέματα Εσωτερικού	8,87 €	7,28 €	6,40 €	-12,1%
Αλληλογραφία Εξωτερικού	23,09 €	23,29 €	24,47 €	5,1%
Δέματα Εξωτερικού	56,50 €	38,37 €	35,99 €	-6,2%
Σύνολο υπηρεσιών	**5,84 €**	**5,82 €**	**5,52 €**	**-5,1%**

Οι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών είναι κατά κανόνα επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο εμπόριο και στις υπηρεσίες με σημαντικούς ετήσιους όγκους διακίνησης ταχυδρομικών αντικειμένων και ανάλογη συμμετοχή στα έσοδα. Πιο συγκεκριμένα, η κατηγορία του εμπορίου και των υπηρεσιών αντιστοιχεί στο 72% των εσόδων του τομέα. Το ποσοστό αυτό ερμηνεύει γιατί το 2011 οι πελάτες με σύμβαση αντιστοιχούσαν στο 82% των εσόδων, με μέσο έσοδο ανά αντικείμενο €5,15 ενώ οι πελάτες λιανικής αποτέλεσαν μόλις το 18% των εσόδων του τομέα, με μέσο έσοδο ανά αντικείμενο €8,25.

Διάγραμμα 2.28 Κυριότεροι πελάτες τομέα ταχυμεταφορών (% επί των εσόδων)



Διάγραμμα 2.29 Κατανομή πελατών με βάση τα έσοδα



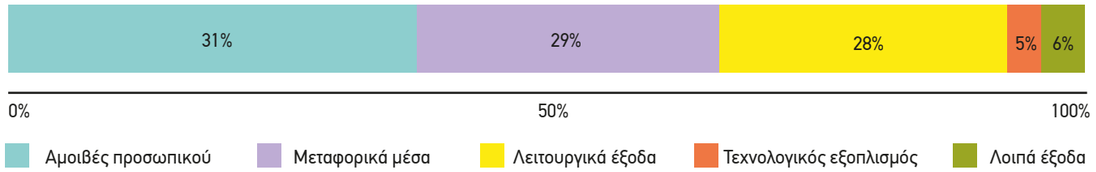
Σημαντική μείωση (6%) παρατηρείται στο μέσο έσοδο των πελατών με σύμβαση, οι οποίοι διαθέτουν και μεγαλύτερη διαπραγματευτική ισχύ.

Πίνακας 2.10 Μέσο έσοδο ταχυμεταφορών υπηρεσιών ανά είδος πελάτη

	2009	2010	2011	2011/10
Μετρητοίς	7,49 €	8,10 €	8,25 €	1,8%
Με σύμβαση	5,59 €	5,48 €	5,15 €	-6,0%

Τα σημαντικότερα κόστη των εταιρειών ταχυμεταφορών αποτελούν οι αμοιβές προσωπικού και τα μεταφορικά, με ποσοστό που φτάνει το 60%, ενώ ακολουθούν τα λοιπά λειτουργικά έξοδα (π.χ. ενοίκια κ.α.) με 29%.

Διάγραμμα 2.30 Κατανομή κόστους στις εταιρείες ταχυμεταφορών



2.11 Οικονομικά Στοιχεία Παρόχων Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

Στην ανάλυση που ακολουθεί παρουσιάζονται τα βασικά οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων της ταχυδρομικής αγοράς, όπως προέκυψαν από τις οικονομικές καταστάσεις των αδειοδοτημένων παρόχων για το έτος 2011. Η ανάλυση που ακολουθεί όσον αφορά τον τομέα των ταχυμεταφορών, έχει βασιστεί στις οκτώ μεγαλύτερες εταιρείες ταχυμεταφορών (που αποτελούν το 90% του τομέα) δεδομένου ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων δεν υποχρεούται να δημοσιεύει οικονομικές καταστάσεις, καθώς πρόκειται για ατομικές επιχειρήσεις.

Το σύνολο των απασχολούμενων κεφαλαίων της ταχυδρομικής αγοράς (ΦΠΚΥ, εταιρείες ταχυμεταφορών και ειδικών αδειών) διαχρονικά κυμαίνεται κοντά στο ένα δισ. ευρώ. Οι εταιρείες ταχυμεταφορών, διατηρούν την πλειονότητα των κεφαλαίων τους (86%) σε άμεσα ρευστοποιήσιμα στοιχεία (κυκλοφορούν ενεργητικό), ενώ ο ΦΠΚΥ, στον οποίο το Ελληνικό Δημόσιο έχει επενδύσει μακροχρόνια σε υποδομές, έχει σχεδόν το 40% των κεφαλαίων επενδεδυμένα σε πάγιο εξοπλισμό και μόλις το υπόλοιπο 60% αφορά στοιχεία κυκλοφορούντος Ενεργητικού. Όσον αφορά την διάρθρωση του Παθητικού, σχεδόν το 86% (για τον ΦΠΚΥ) και 78% (για τις εταιρείες ταχυμεταφορών) αποτελεί τις υποχρεώσεις και πιο συγκεκριμένα υποχρεώσεις προς προμηθευτές.

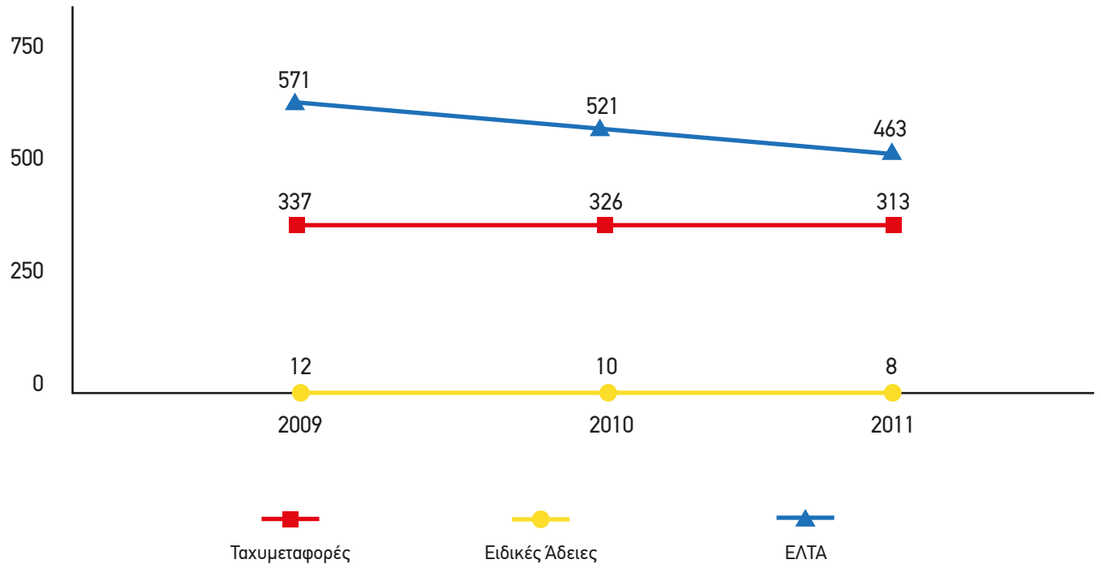
Πίνακας 2.11 Κατανομή Βασικών Μεγεθών Ισολογισμού Ταχυδρομικής Αγοράς, έτους 2011

2011	ΦΠΚΥ	Ταχυμεταφορές	Ειδικές Άδειες
Πάγια	39,8%	6,5%	21,5%
Κυκλοφορούντα	60,2%	85,7%	77,3%
Λοιπά Στοιχεία Ενεργητικού	0,0%	7,8%	1,2%
Ίδια Κεφάλαια	14,0%	17,7%	36,9%
Υποχρεώσεις	86,0%	78,0%	63,0%
Λοιπά Στοιχεία Παθητικού	0,0%	4,3%	0,2%

Ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων της ταχυδρομικής αγοράς περιλαμβάνει και στοιχεία από υπηρεσίες που δε βρίσκονται εντός των αρμοδιοτήτων της ΕΕΤΤ. Ως εκ τούτου, υπάρχει μικρή απόκλιση του μεγέθους αυτού σε σχέση με τα έσοδα που αναλύονται στα υπόλοιπα κεφάλαια της μελέτης όπου παρουσιάζονται στοιχεία που αφορούν τη ρυθμιζόμενη περιοχή. Η εικόνα του κύκλου εργασιών το 2011 συνέχισε την πτωτική πορεία των προηγούμενων δύο ετών ως επακόλουθο της ηλεκτρονικής υποκατάστασης και της συρρίκνωσης των πόρων που διατίθενται από τις επιχειρήσεις στο διαφημιστικό ταχυδρομείο. Επιπλέον, μεγάλη είναι η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος και της πιστωτικής επέκτασης εκ μέρους των τραπεζών προς τους ιδιώτες καταναλωτές με αποτέλεσμα την υποχώρηση της ιδιωτικής κατανάλωσης, η οποία αποτελεί κρίσιμη παράμετρο για τα έσοδα των εταιρειών του ταχυδρομικού κλάδου, συμπεριλαμβανομένων και των ΕΛΤΑ, καθώς η ζήτηση για κάποιες ταχυδρομικές υπηρεσίες είναι ιδιαίτερα ελαστική.

Αξίζει να σημειωθεί πως παρ΄όλα τα μεγάλα μεγέθη του κύκλου εργασιών, το μικτό περιθώριο κέρδους ως προς τον κύκλο εργασιών είναι σχετικά μικρό και στους τρεις τομείς της ταχυδρομικής αγοράς. Πιο συγκεκριμένα, ο υψηλός ανταγωνισμός της τιμολογιακής πολιτικής μεταξύ των επιχειρήσεων, τα υψηλά κόστη αμοιβών προσωπικού (καθώς πρόκειται για επιχειρήσεις εντάσεως εργασίας) και τα έξοδα συντήρησης και κίνησης των μεταφορικών μέσων εμποδίζουν τις επιχειρήσεις στο να εμφανίζουν υψηλά περιθώρια κέρδους. Επιπλέον, το ποσοστό του καθαρού κέρδους ως προς τον κύκλο εργασιών είναι εξίσου μικρό παρ΄ όλες τις προσπάθειες των εταιρειών του ταχυδρομικού κλάδου να περιορίσουν τα λειτουργικά τους έξοδα. Ειδικά για τον ΦΠΚΥ, το 2011 ήταν η δεύτερη συνεχόμενη χρονιά κερδοφορίας μετά τη ζημιογόνο χρήση του 2009.

Διάγραμμα 2.31 Κύκλος Εργασιών Ταχυμεταφορών, Ειδικών Αδειών, ΦΠΚΥ σε εκατ. €



Πίνακας 2.12 Βασικά Οικονομικά στοιχεία ΦΠΚΥ, Ταχυμεταφορές, Ειδικές Άδειες έτους 2011

	Κύκλος Εργασιών (εκατ. €)	Μικτά Κέρδη (εκατ. €)	Καθαρά Κέρδη (εκατ. €)	% Μικτού Κέρδους ως προς τον Κύκλο Εργασιών	% Καθαρού Κέρδους ως προς τον Κύκλο Εργασιών
ΦΠΚΥ	463	38	3	8,3%	0,7%
Εταιρείες Ταχυμεταφορών	313	53	4	16,8%	1,4%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	8	2	0.3	27,1%	4,2%

Ο δείκτης Γενικής Ρευστότητας για τις εταιρείες ταχυμεταφορών και ειδικών αδειών είναι μεγαλύτερος από τη μονάδα, γεγονός που σημαίνει πως οι επιχειρήσεις αυτές έχουν τη δυνατότητα να αντιμετωπίζουν τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις τους από ρευστοποιήσιμα στοιχεία του κυκλοφορούντος ενεργητικού. Ο ΦΠΚΥ διαχρονικά έχει το δείκτη κοντά στη μονάδα, αλλά δεδομένης της δεσπόζουσας θέσης του στην αγορά της καθολικής υπηρεσίας δε φαίνεται να έχει δυσκολευτεί στη λήψη δανείων από τις τράπεζες ούτε στη χορήγηση πίστωσης από τους προμηθευτές.

Ο δείκτης Κυκλοφοριακής Ταχύτητας Ενεργητικού είναι μεγαλύτερος από τη μονάδα για τις εταιρείες ταχυμεταφορών και ειδικών αδειών δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις αυτές είναι εντάσεως κυκλοφορούντων μέσων (κυρίως απαιτήσεων), γεγονός απόλυτα φυσιολογικό για εταιρίες υπηρεσιών. Δεν ισχύει το ίδιο για τον ΦΠΚΥ που έχει διαχρονικά επενδύσει σε πάγιο εξοπλισμό, ενώ συγχρόνως, ο κύκλος εργασιών του βαίνει τα τελευταία τρία χρόνια μειούμενος.

Ο αριθμοδείκτης Ταχύτητας Είσπραξης απαιτήσεων για τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών και ειδικών αδειών είναι αρκετά μεγάλος, γεγονός που καταδεικνύει το πρόβλημα ρευστότητας που υπάρχει στην αγορά λόγω της δυσμενούς οικονομικής συγκυρίας, καθώς το 70% των πελατών τους προέρχεται από το εμπόριο και τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών. Ο ΦΠΚΥ έχει τις λιγότερες ημέρες είσπραξης και από τους τρεις ταχυδρομικούς τομείς δεδομένου ότι στο λογαριασμό πελατών του περιλαμβάνονται κυρίως απαιτήσεις από το Ελληνικό Δημόσιο και άλλα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου.

Τέλος, ο αριθμοδείκτης της Αποδοτικότητας των Ιδίων Κεφαλαίων υστερεί σημαντικά για τον ΦΠΚΥ σε σύγκριση με τον τομέα των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών και ειδικών αδειών.

Πίνακας 2.13 Χρηματοοικονομικοί Δείκτες ΦΠΚΥ, Ταχυμεταφορές, Ειδικές Άδειες, έτους 2011

	ΦΠΚΥ	Ταχυμεταφορές	Ειδικές Άδειες
Γενική Ρευστότητα	0,9	1,1	1,4
Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού	0,6	2,2	1,6
Ταχύτητα Είσπραξης Απαιτήσεων	60,8	129,7	153,9
Αποδοτικότητα Ιδίων Κεφαλαίων	2,9%	17,5%	18,1%

2.12 Αποτελέσματα Μετρήσεων Ποιότητας Καθολικής Υπηρεσίας

Όπως προκύπτει από τις μετρήσεις για το 2011, το ποσοστό επίδοσης της αλληλογραφίας α΄ προτεραιότητας εσωτερικού, που επετεύχθη από τα ΕΛΤΑ, εντός μίας εργάσιμης ημέρας από την εργάσιμη ημέρα κατάθεσης (Η+1) είναι 87,3% και εντός τριών εργάσιμων ημερών (Η+3) είναι 99,1%. Παρατηρείται ότι το 2011 τα ΕΛΤΑ πέτυχαν τους στόχους που είχαν τεθεί και για τις δύο κατηγορίες επίδοσης της αλληλογραφίας α΄ προτεραιότητας εσωτερικού.

Στον Πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζονται διαχρονικά τα σχετικά αποτελέσματα:

Πίνακας 2.14: Αλληλογραφία Εσωτερικού α' Προτεραιότητας

	Υποχρέωση ΕΛΤΑ (Η+1)	Αποτελέσματα ΕΛΤΑ 2011 (Η+1)	Υποχρέωση ΕΛΤΑ (Η+3)	Αποτελέσματα ΕΛΤΑ 2011 (Η+3)	Μέση Διάρκεια Επίδοσης 2011
2008	**87%**	**79.9%**	**98%**	**98,2%**	**1,14**
2009*		**81.5%**		**98,2%**	**1,13**
2010		**87.7%**		**98,9%**	**1,03**
2011		**87.3%**		**99.1%**	**1,06**

(Η+1): εντός μιας εργάσιμης ημέρας
(Η+3): εντός τριών εργάσιμων ημερών
Πηγή: PWC «Αποτελέσματα Μετρήσεων του Χρόνου Διακίνησης της Αλληλογραφίας Εσωτερικού α΄ Προτεραιότητας, σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Πρότυπο ΕΝ 13850:2002»
(*) Η πηγή των αποτελεσμάτων του 2009 είναι τα ΕΛΤΑ και τα αποτελέσματα προέρχονται από μετρήσεις τις οποίες διενήργησαν, σύμφωνα με το Πρότυπο ΕΝ 13850:02 και δεν περιλαμβάνονται οι εξαιρέσεις.

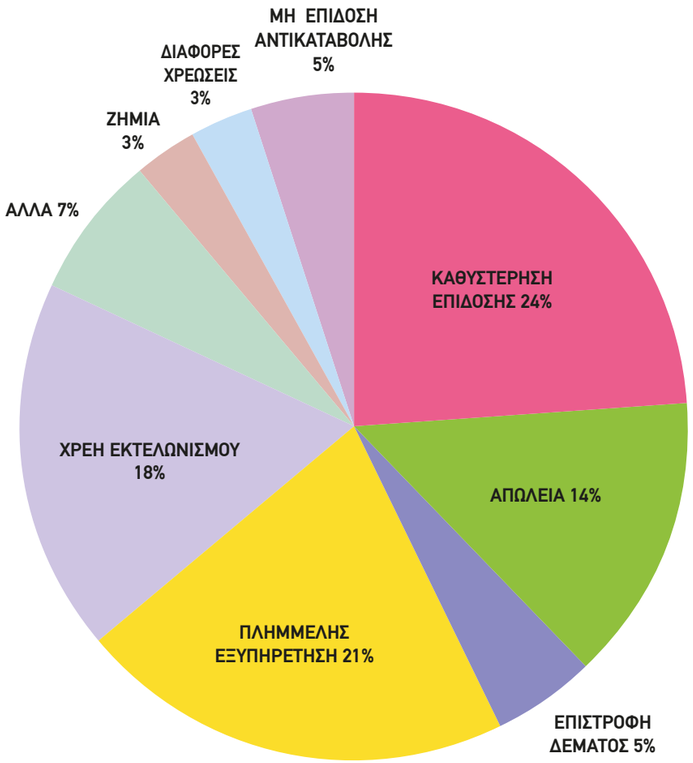
2.13 Καταγγελίες Καταναλωτών στην ΕΕΤΤ

Το 2011 η ΕΕΤΤ έλαβε 234 καταγγελίες καταναλωτών που αφορούσαν στο σύνολο της ταχυδρομικής αγοράς. Από αυτές, το 62% αφορούσαν καταγγελίες προς τα ΕΛΤΑ και το 38% καταγγελίες προς τις εταιρείες ταχυμεταφορών.

Καταγγελίες Καταναλωτών για Ταχυμεταφορές

Η πλειοψηφία των καταγγελιών προς τις εταιρείες ταχυμεταφορών σχετίζεται κυρίως με την καθυστέρηση επίδοσης ταχυδρομικών αντικειμένων (24%) και την πλημμελή παροχή υπηρεσιών προς τους καταναλωτές (21%). Η πλημμελής εξυπηρέτηση αφορά θέματα όπως η συμπεριφορά των υπαλλήλων εξυπηρέτησης, η μη σωστή εξυπηρέτηση κατά την παράδοση κλπ. Σημαντικά υψηλό είναι και το ποσοστό καταγγελιών για χρεώσεις εκτελωνισμού (18%), γεγονός που υποδηλώνει ελλιπή πληροφόρηση των χρηστών γύρω από αυτού του είδους τις χρεώσεις. Οι καταγγελίες για απώλεια ταχυδρομικών αντικειμένων ανέρχονται στο 14%.

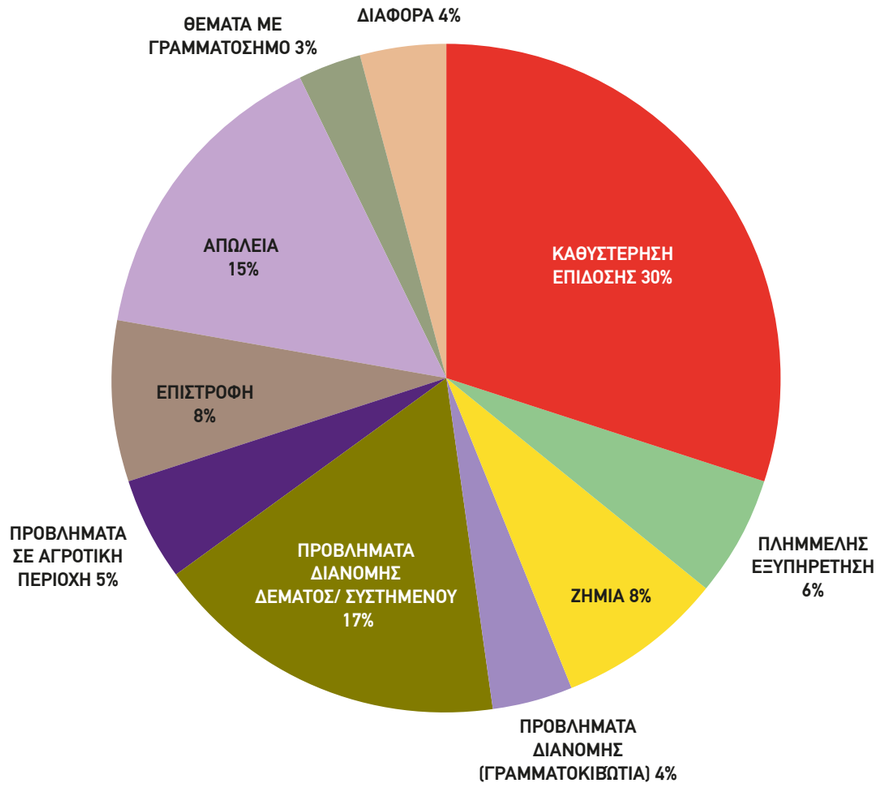
Διάγραμμα 2.32: Καταγγελίες για εταιρείες ταχυμεταφορών



Καταγγελίες Καταναλωτών για τα ΕΛΤΑ

Όσον αφορά στις καταγγελίες για τα ΕΛΤΑ, το μεγαλύτερο πρόβλημα παρατηρείται σε θέματα επίδοσης ταχυδρομικών αντικειμένων, τα οποία αφορούν τόσο σε θέματα καθυστέρησης επίδοσης (30%), όσο και στον τρόπο επίδοσης συστημένων και δεμάτων (17%), καθώς και σε προβλήματα επίδοσης στα γραμματοκιβώτια (4%), όπου συνήθως οι επιστολές τοποθετούνται εκτός αυτών. Αρκετά σημαντικό είναι επίσης το ποσοστό πλημμελούς εξυπηρέτησης από τη μεριά των υπαλλήλων των ΕΛΤΑ (6%), συγκεκριμένα όσον αφορά τη συμπεριφορά αυτών όπως και θέματα λειτουργίας και εξυπηρέτησης των καταστημάτων. Δεν είναι αμελητέες οι προερχόμενες καταγγελίες από αγροτικές περιοχές (5%), κυρίως για θέματα έλλειψης γραμματοθυρίδων και χαμηλού επιπέδου εξυπηρέτησης. Το υψηλό ποσοστό της απώλειας ταχυδρομικού αντικειμένου (15%) περιλαμβάνει απώλειες δεμάτων, φακέλων αλληλογραφίας αλλά και συνδρομητικών περιοδικών. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι από αυτά τα αντικείμενα κάποια τελικά παραδόθηκαν (16%) ενώ για κάποια από αυτά ο αποστολέας αποζημιώθηκε (26%).

Διάγραμμα 2.33: Καταγγελίες για ΕΛΤΑ



2.14 Καταγγελίες Καταναλωτών στα ΕΛΤΑ

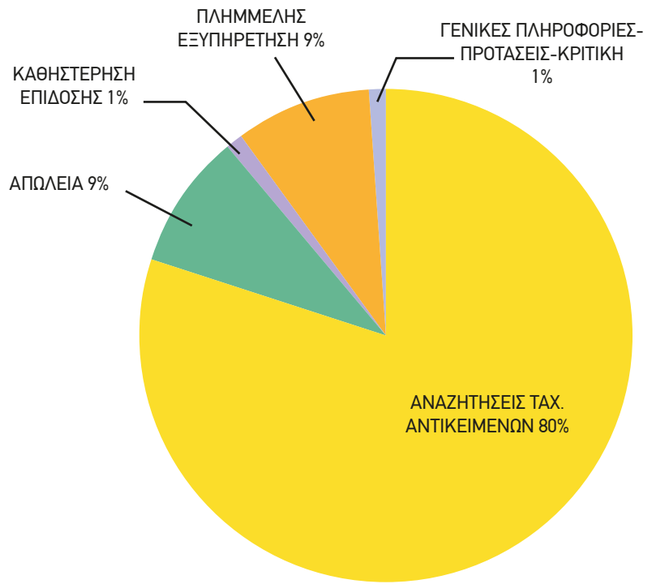
Το 2011 τα ΕΛΤΑ έλαβαν 8.389 καταγγελίες από καταναλωτές. Πάνω από τις μισές καταγγελίες (55%) αφορούν αποστολές ταχυδρομικών αντικειμένων με προέλευση διάφορες περιοχές της Ελλάδας. Η πλειοψηφία αυτών των αποστολών (92%) προορίζονται για χώρες του εξωτερικού. Στο σύνολο των καταγγελιών, τα ταχυδρομικά αντικείμενα προορίζονται κατά 55% προς Ελλάδα και κατά 45% προς χώρες εξωτερικού.

Πιο αναλυτικά, σε ό,τι αφορά τις αποστολές από ή προς εξωτερικό, αξίζει να αναφερθεί ότι οι περισσότερες καταγγελίες αφορούν αποστολές προερχόμενες από Ευρώπη (56%) και κυρίως από Γερμανία και ομοίως οι περισσότερες αποστολές προορίζονται για Ευρώπη (59%) κυρίως προς Μεγάλη Βρετανία. Παράλληλα, υπάρχουν αρκετές αποστολές προορισμού Αμερικής και προέλευσης Ασίας, ως επί το πλείστον Κίνας.

Ο μέσος χρόνος επίλυσης για τις καταγγελίες προέλευσης εσωτερικού και με προορισμό εσωτερικό είναι 13,88 μέρες, ενώ για αποστολές με προορισμό εκτός Ελλάδος ο χρόνος αυξάνεται στις 34,29 μέρες.

Αναφορικά με τα την κατηγοριοποίηση των καταγγελιών, η πλειοψηφία τους (80%) αφορά στην αναζήτηση ταχυδρομικού αντικειμένου. Οι καταγγελίες για πλημμελή εξυπηρέτηση (9%) καθώς και για απώλεια αντικειμένου (9%) είναι επίσης αυξημένες σε σχέση με τις υπόλοιπες αιτίες καταγγελιών.

Διάγραμμα 2.34: Κατηγοριοποίηση καταγγελιών προς τα ΕΛΤΑ



Από το σύνολο των καταγγελιών, το 6% έλαβε αποζημίωση. Ειδικότερα, αποζημιώθηκε το 73% των περιπτώσεων απώλειας και ελάχιστες περιπτώσεις των υπολοίπων κατηγοριών. Αναφορικά με τα ποσά των αποζημιώσεων που δόθηκαν, οι περισσότερες περιπτώσεις καλύφθηκαν με ποσά μεταξύ 35-40 ευρώ (30%), σημαντικό μέρος, επίσης, καλύφθηκε με ποσά μεταξύ 40-50 ευρώ (14%) και ποσά μεταξύ 50-100 ευρώ (16%) ενώ υπάρχουν και περιπτώσεις που έχουν αποζημιωθεί με ποσά μεγαλύτερα των 500 ευρώ (3%).

3 Ανταγωνιστικό περιβάλλον

Η ταχυδρομική αγορά στην Ελλάδα αποτελείται από δύο τομείς: α) τον τομέα καθολικών υπηρεσιών, όπου δραστηριοποιείται ο Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (ΦΠΚΥ) και ιδιωτικές επιχειρήσεις, που είναι κάτοχοι Ειδικής Άδειας παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και β) τον τομέα ταχυμεταφορών, όπου δραστηριοποιούνται επιχειρήσεις που κατέχουν Γενική Άδεια παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών. Ο Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας που έχει οριστεί από το ελληνικό κράτος έως και το 2028, βάσει του Ν. 4053/2012, είναι τα Ελληνικά Ταχυδρομεία (ΕΛΤΑ).

3.1 Το μοντέλο των 5 δυνάμεων του Porter

Για την ανάλυση του υφιστάμενου αλλά και του προσδοκώμενου ανταγωνισμού στην ταχυδρομική αγορά χρησιμοποιούμε το μοντέλο του Porter που εξετάζει τις 5 δυνάμεις που επηρεάζουν τον ανταγωνισμό σε μια αγορά. Το επίπεδο του ανταγωνισμού, σύμφωνα με τον Porter, εξαρτάται από 5 βασικές δυνάμεις:

α) την είσοδο νέων παικτών στην αγορά,
β) την απειλή από τυχόν υποκατάστατα προϊόντα,
γ) τη διαπραγματευτική δύναμη των πελατών,
δ) τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών, και
ε) το βαθμό ανταγωνισμού μεταξύ των υφιστάμενων παικτών.

Εικόνα 3.1. Μοντέλο των 5 Δυνάμεων του Michael E. Porter

Το μοντέλο του Porter μας επιτρέπει να καταγράψουμε, να περιγράψουμε και να αναλύσουμε τους παράγοντες που ορίζουν το ανταγωνιστικό πλαίσιο μέσα στο οποίο λειτουργούν οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις.

Πολύ περισσότερο, μας δείχνει το βαθμό στον οποίο η αγορά είναι ανταγωνιστική και εάν προσφέρει ευκαιρίες σε νέες επιχειρήσεις που θέλουν να εισέλθουν στην ταχυδρομική αγορά.

3.1.1 Είσοδος νέων παικτών στην αγορά

Η δυνατότητα εισόδου νέων ταχυδρομικών επιχειρήσεων στην αγορά επηρεάζει την ένταση του ανταγωνισμού καθώς και τη στρατηγική συμπεριφορά των υφιστάμενων παρόχων. Η δυνατότητα εισόδου μιας επιχείρησης στην αγορά επηρεάζεται τόσο από το νομοθετικό πλαίσιο που διέπει την αγορά όσο και από επιχειρησιακούς παράγοντες.

Στον τομέα της καθολικής υπηρεσίας, τα ΕΛΤΑ διατηρούν τον αποκλειστικό τομέα στη διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων έως 50 γραμμάρια, μέχρι και τις 31/12/2012. Συνεπώς, ο κίνδυνος από την είσοδο νέων επιχειρήσεων σε αυτόν τον τομέα της αγοράς είναι σήμερα ουσιαστικά ανύπαρκτος. Από την 1/1/2013, που θα απελευθερωθεί η ταχυδρομική αγορά, αναμένεται η είσοδος νέων ταχυδρομικών επιχειρήσεων στον τομέα της ΚΥ. Ωστόσο, δεν αναμένεται έντονος ανταγωνισμός σε όλο το εύρος των υπηρεσιών που εντάσσονται στο πλαίσιο της ΚΥ αλλά μόνο σε μερικά τμήματα της ταχυδρομικής αγοράς, που σχετίζονται κυρίως με τη διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων στα αστικά κέντρα της χώρας ή την εξυπηρέτηση μεγάλων εταιρικών πελατών. Βασικοί λόγοι γι' αυτό είναι τα εμπόδια και οι δυσκολίες που έχει να αντιμετωπίσει μια υφιστάμενη ή/και νεοσυσταθείσα επιχείρηση, κυριότερα από τα οποία είναι:

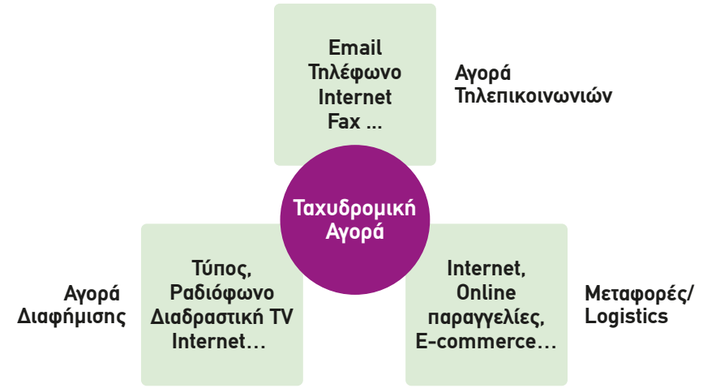
- η δυσκολία επίτευξης σημαντικών οικονομιών κλίμακας και πυκνότητας σε όλο το εύρος των ταχυδρομικών υπηρεσιών,
- η απόκτηση φήμης, αξιοπιστίας και η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών, προκειμένου για την απόκτηση νέων πελατών
- τα κόστη που αφορούν επενδύσεις ανάπτυξης δικτύου, απαιτήσεις τεχνογνωσίας και τεχνολογίας, μέσων μεταφοράς, προσωπικού κλπ.
- τα ιδιαίτερα γεωγραφικά και πληθυσμιακά χαρακτηριστικά της Ελλάδας, που καθιστούν ιδιαίτερα υψηλό το κόστος περισυλλογής και διανομής σε ορισμένες περιοχές της χώρας.

Στον τομέα των ταχυμεταφορών, που λειτουργεί ήδη σε συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού, δραστηριοποιούνται 493 επιχειρήσεις το 2011, μεταξύ των οποίων και επιχειρήσεις που έχουν σημαντική διεθνή παρουσία. Επομένως, ο βαθμός ανταγωνισμού σε αυτόν τον τομέα της ταχυδρομικής αγοράς είναι σαφώς μεγαλύτερος. Ωστόσο, το μεγαλύτερο μερίδιο των διακινούμενων αντικειμένων και των αντίστοιχων εσόδων (περίπου 89% της αγοράς) συγκεντρώνεται σε 8 επιχειρήσεις. Δεν υπάρχουν θεσμικά εμπόδια για την είσοδο μιας νέας επιχείρησης στον τομέα των ταχυμεταφορών, υπάρχουν όμως πιθανά επιχειρησιακά εμπόδια εισόδου για μία νέα επιχείρηση που θα ήθελε να ανταγωνιστεί τις υφιστάμενες επιχειρήσεις σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, οι οποίες έχουν εκτεταμένο ταχυδρομικό δίκτυο, παρέχουν υψηλό επίπεδο υπηρεσιών και προσφέρουν ανταγωνιστικές τιμές προς τους καταναλωτές. Αντίθετα, πολλές μικρές επιχειρήσεις γράφονται στο Μητρώο Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων της ΕΕΤΤ (47 επιχειρήσεις για το 2011) και εξυπηρετούν επιλεγμένα, μικρά κομμάτια της αγοράς.

3.1.2 Απειλή από τυχόν υποκατάστατα προϊόντα

Η ύπαρξη υποκατάστατων προϊόντων επιδρά σημαντικά στην ένταση του ανταγωνισμού στην ταχυδρομική αγορά. Η ταχυδρομική αγορά σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με τις αγορές των τηλεπικοινωνιών, της διαφήμισης και των μεταφορών/εφοδιαστικής αλυσίδας, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα:

Εικόνα 3.2 Στρατηγική τοποθέτηση της ταχυδρομικής αγοράς



Σε πολλές αγορές παρατηρείται μια τάση για υποκατάσταση των ταχυδρομικών υπηρεσιών με άλλα, κυρίως ηλεκτρονικά, κανάλια επικοινωνίας όπως π.χ. τηλέφωνο, fax, email και διαδίκτυο. Για παράδειγμα, στον τομέα της επικοινωνίας μεταξύ καταναλωτών (C2C), η παραδοσιακή αλληλογραφία τείνει να υποκατασταθεί από ηλεκτρονικά μέσα όπως το τηλέφωνο, τα SMS, το email, το internet και ειδικότερα οι σελίδες κοινωνικής δικτύωσης. Η ίδια τάση χαρακτηρίζει και την επικοινωνία μεταξύ επιχείρησης και καταναλωτή (B2C), όπου χρησιμοποιούνται εναλλακτικά κανάλια, όπως η ηλεκτρονική τραπεζική (e-banking) και η ηλεκτρονική τιμολόγηση (e-billing). Σε μικρότερο βαθμό έχει επηρεαστεί κι ο τομέας της επικοινωνίας μεταξύ των επιχειρήσεων (B2B), με υπηρεσίες όπως τα ηλεκτρονικά τιμολόγια (e-invoicing). Οι παραπάνω τάσεις επιβεβαιώνονται και από τα οικονομικά στοιχεία της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς, που δείχνουν μείωση του διακινούμενου όγκου ταχυδρομικών αντικειμένων αλληλογραφίας κατά 13,2% το 2011.

Η αγορά της διαφήμισης προσφέρει σημαντικά υποκατάστατα για τα διαφημιστικά αντικείμενα με ή χωρίς παραλήπτη, όπως π.χ. η διαφήμιση στην τηλεόραση, στο ραδιόφωνο, στον τύπο και στο internet. Από την άλλη πλευρά, όμως, έχουν δημιουργηθεί ευκαιρίες ανάπτυξης των ταχυδρομικών υπηρεσιών κυρίως λόγω της συμπληρωματικότητάς τους ως προς το χώρο αυτό. Για παράδειγμα, η διαφήμιση στο internet έχει αυξήσει τις ηλεκτρονικές αγορές (e-shopping) με αποτέλεσμα να αυξάνεται και ο όγκος των διακινούμενων δεμάτων και συμπληρωματικών εγγράφων, όπως επιβεβαιώσεις αγορών, λογαριασμοί, αποδείξεις και τιμολόγια. Το 2011 παρατηρήθηκε μια μείωση στην ευρύτερη κατηγορία των δεμάτων στην ελληνική αγορά κατά 4,5%, με εξαίρεση τα μικροδέματα που παρουσίασαν αύξηση. Επίσης, πολλές διαφημιστικές καμπάνιες συνδυάζουν τα ηλεκτρονικά μέσα διαφήμισης με τα έντυπα, αυξάνοντας έτσι τον όγκο των διακινούμενων αντικειμένων αλληλογραφίας.

Τα χαρακτηριστικά των παρεχόμενων υπηρεσιών, όπως η τιμή, η ποιότητα, ο χρόνος παράδοσης και η αξιοπιστία στην παροχή των ταχυδρομικών υπηρεσιών, επίσης επηρεάζουν το βαθμό υποκατάστασης των ταχυδρομικών υπηρεσιών και τη διάθεση του καταναλωτή για αλλαγή παρόχου. Ο ΦΠΚΥ παρέχει χαμηλότερες τιμές για τη διακίνηση απλών ταχυδρομικών αντικειμένων και αποτελεί τον κυρίαρχο πάροχο στον τομέα του επιστολικού ταχυδρομείου. Οι εταιρείες ταχυμεταφορών, από την άλλη πλευρά, έρχονται να καλύψουν τις ανάγκες των καταναλωτών για ταχύτερη και επιβεβαιωμένη παράδοση, παρά το γεγονός ότι προσφέρουν υπηρεσίες σε υψηλότερες τιμές.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις και ο ρυθμός ανάπτυξης της αγοράς τα επόμενα χρόνια θα παίξουν καθοριστικό ρόλο για το βαθμό της απειλής από υποκατάστατα προϊόντα. Προκειμένου να ανταποκριθούν στις ανάγκες των καταναλωτών για εύκολη, γρήγορη και φθηνή επικοινωνία, οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα, θα πρέπει να ακολουθήσουν τις τάσεις που επικρατούν στην Ευρώπη αλλά και διεθνώς και να στραφούν σταδιακά σε νέες μορφές ταχυδρομικών υπηρεσιών, όπως το υβριδικό ταχυδρομείο (hybrid mail) ή υπηρεσίες ηλεκτρονικής παράδοσης (virtual delivery services).

3.1.3 Διαπραγματευτική δύναμη πελατών

Η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών επηρεάζεται από παράγοντες όπως το μέγεθος του πελάτη (βάσει του όγκου των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων), η συχνότητα χρήσης των ταχυδρομικών υπηρεσιών, η ανάγκη για άμεση και ασφαλή διακίνηση των αντικειμένων, το κόστος των παρεχόμενων υπηρεσιών, η δυνατότητα αλλαγής παρόχου κ.α. Η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών είναι συγκριτικά μεγαλύτερη στους επιχειρησιακούς πελάτες (νομικά πρόσωπα) απ΄ ότι στους ιδιώτες (φυσικά πρόσωπα). Μεγάλοι πελάτες, όπως τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρείες, επιχειρήσεις κοινής ωφελείας και εκδοτικές επιχειρήσεις, διαθέτουν μεγάλη διαπραγματευτική δύναμη, κυρίως λόγω του αυξημένου όγκου ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινούν και της αυξημένης συχνότητας χρήσης των ταχυδρομικών υπηρεσιών. Συνεπώς, έχουν τη δύναμη να απαιτήσουν, από την ταχυδρομική επιχείρηση που τους εξυπηρετεί, να τους προσφέρει ποιοτικές υπηρεσίες σε χαμηλότερο κόστος. Το 2011, οι μεγάλοι πελάτες με σύμβαση αντιστοιχούν στο 88,1% του όγκου και στο 82,1% της εσόδων των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινούν οι εταιρίες ταχυμεταφορών. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι ο πελάτης χονδρικής απολαμβάνει έκπτωση περίπου 30% σε σύγκριση με τον πελάτη λιανικής. Η διαπραγματευτική δύναμη των επιχειρησιακών πελατών αναμένεται να αυξηθεί ακόμη περισσότερο μετά την απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς και την κατάργηση του αποκλειστικού τομέα του ΦΠΚΥ.

Ο ιδιώτες πελάτες διαθέτουν μικρή διαπραγματευτική δύναμη στον καθορισμό της τιμής των ταχυδρομικών υπηρεσιών που αποζητούν. Ωστόσο, λόγω του πλήθους των ταχυδρομικών επιχειρήσεων στην αγορά, που προσφέρουν παρεμφερείς υπηρεσίες και σε παρόμοιες τιμές, το κόστος αλλαγής παρόχου είναι πολύ μικρό. Η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών, περιορίζεται σημαντικά ή εξαλείφεται τελείως, στην περίπτωση παροχής υπηρεσιών που βρίσκονται στον αποκλειστικό τομέα παροχής της καθολικής υπηρεσίας από τον ΦΠΚΥ.

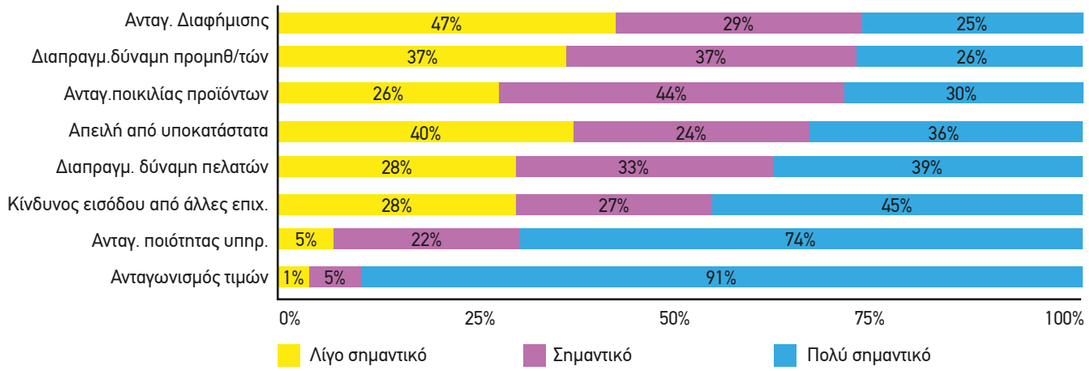
3.1.4 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Στην αγορά ταχυδρομικών υπηρεσιών μπορούμε να διακρίνουμε δυο κατηγορίες προμηθευτών: α) ταχυδρομικές επιχειρήσεις μέλη δικτύων άλλων ταχυδρομικών επιχειρήσεων ή/και ταχυδρομικές επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε συνδυασμένη διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων και β) εμπορικές επιχειρήσεις οι οποίες προμηθεύουν τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις με υλικά, μέσα και συστήματα, όπως π.χ. μεταφορικά μέσα, συστήματα και εξοπλισμό για τα καταστήματα και τα κέντρα διαλογής, καύσιμα, ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. και λοιπά έγγραφα, στολές προσωπικού κλπ. Αν και οι προμηθευτές σε γενικές γραμμές, δεν μπορούν να επηρεάσουν τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις ως προς τον καθορισμό των τιμών τους, τη συχνότητα της παράδοσης ή την κάλυψη που προσφέρουν μέσω του δικτύου τους, μπορούν, ωστόσο, να επηρεάσουν το επιχειρηματικό μοντέλο τους, μέσω των τεχνολογικά εξειδικευμένων και εξελιγμένων προϊόντων που τους παρέχουν. Για παράδειγμα, οι προμηθευτές συστημάτων διαλογής ή αναγνώρισης ταχυδρομικών αντικειμένων, λογισμικού διαχείρισης ταχυδρομικών αντικειμένων και εξοπλισμού κέντρων διαλογής, ενδεχομένως να μπορούν να ασκήσουν πίεση στις διοικήσεις των ταχυδρομικών επιχειρήσεων για τη βελτίωση της διαχείρισης και τη μείωση της τιμής μονάδας των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων.

3.1.5 Ανταγωνισμός μεταξύ των υφιστάμενων παικτών

Σύμφωνα με τα στοιχεία που δήλωσαν οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών στην ΕΕΤΤ για το 2011, προκύπτει πως πολύ σημαντικοί παράγοντες στη διαμόρφωση του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων είναι η προσφερόμενη τιμή και η ποιότητα των υπηρεσιών, ενώ ακολουθούν ο κίνδυνος εισόδου άλλων ανταγωνιστριών εταιρειών, η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών, η απειλή από άλλα υποκατάστατα προϊόντα κ.α.

Διάγραμμα 3.1 Παράγοντες στους οποίους επικεντρώνεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών



Η ελληνική ταχυδρομική αγορά χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό συγκέντρωσης. Κυρίαρχη θέση (market leader) με μερίδιο 90% έχουν τα ΕΛΤΑ σε ό,τι αφορά τον διακινούμενο όγκο ταχυδρομικών αντικειμένων για το 2011. Οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών έχουν μερίδιο της τάξης του 8%, ενώ οι επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια διακινούν το 2% της αγοράς.

Στον τομέα των ταχυμεταφορών, ενώ δραστηριοποιούνται 493 αδειοδοτημένες εταιρείες και άλλες 820 ως δίκτυα τους, η υπο-αγορά παρουσιάζει μεγάλη συγκέντρωση δεδομένου ότι το 89% των εσόδων προέρχεται από μόλις 8 εταιρείες ταχυμεταφορών.

Το επίπεδο ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων στον τομέα των ταχυμεταφορών φαίνεται και από το αποτέλεσμα του δείκτη Herfindah - Hirschman για τη συγκεκριμένη αγορά. Ο δείκτης Herfindahl - Hirschman (HHI) δηλώνει το βαθμό ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων ειδικά σε μια αγορά όπου παρατηρείται μεγάλος βαθμός συγκέντρωσης, δηλαδή όταν ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων αντιπροσωπεύει μεγάλο τμήμα της δραστηριότητας στην εν λόγω αγορά. Το αποτέλεσμα που προκύπτει με βάσει τα μερίδια αγοράς των εσόδων των εταιρειών ταχυμεταφορών για το 2011 είναι 14,1%. Συνεπώς, βάσει του δείκτη Herfindahl - Hirschmann (HHI) ενώ υπάρχει μεγάλος βαθμός συγκέντρωσης στην αγορά των ταχυμεταφορών, το αποτέλεσμα του δείκτη είναι κάτω από 15%, γεγονός που αποδεικνύει πως υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων.

Εικόνα 3.3 Δείκτης Herfindahl – Hirschman

$$H=\sum_{i=1}^{n} s_i^2$$

Όπου Si είναι το μερίδιο αγοράς της εταιρείας i και n το πλήθος των εταιρειών στην αγορά

$$H=14\%$$

Δείκτης για την Ελληνική Αγορά Ταχυμεταφορών

3.2 11 Προτάσεις για την ανάπτυξη της Ελληνικής Ταχυδρομικής Αγοράς

Ενόψει της επικείμενης απελευθέρωσης της ταχυδρομικής αγοράς, η ΕΕΤΤ διεξήγαγε σε συνεργασία με εταιρεία συμβούλων ποιοτική έρευνα για τις ανάγκες και τις προοπτικές του κλάδου. Έπειτα από καταγραφή και ανάλυση των βασικών προβλημάτων στη λειτουργία των ταχυδρομικών εταιρειών στην Ελλάδα, μέσω συνεντεύξεων με φορείς της αγοράς (ταχυδρομικές επιχειρήσεις, μεγάλοι πελάτες, δημόσιες υπηρεσίες) και συγκριτικής αξιολόγησης με επιλεγμένες ευρωπαϊκές χώρες, συντάχθηκε σχετικό υπόμνημα, με στόχο να συμβάλει στην προώθηση μέτρων και δράσεων που θα επιδράσουν ευεργετικά στην ανάπτυξη της ταχυδρομικής αγοράς. Στο υπόμνημα παρουσιάζονται οι παρακάτω έντεκα προτάσεις για την ανταγωνιστική ανάπτυξη της ταχυδρομικής αγοράς:

1. Νέο πλαίσιο εφαρμογής ΦΠΑ στις ταχυδρομικές υπηρεσίες.

2. Επαναπροσδιορισμός του εύρους των υπηρεσιών και επιμερισμός της αποζημίωσης κόστους της καθολικής υπηρεσίας.

3. Ρύθμιση της πρόσβασης των ταχυδρομικών εταιρειών στο δημόσιο ταχυδρομικό δίκτυο.

4. Ελεύθερη πρόσβαση των φορτηγών ιδιωτικής χρήσης (ΦΙΧ) ταχυδρομικών εταιριών στο κέντρο της Αθήνας.

5. Δημιουργία θέσεων προσωρινής στάθμευσης ταχυδρομικών οχημάτων σε κεντρικά σημεία πόλεων.

6. Δυνατότητα έκδοσης αδειών για φορτηγά άνω των 4 τόνων από τις ταχυδρομικές εταιρίες.

7. Αναδιοργάνωση συστήματος και ανάπτυξη κεντρικοποιημένης διαχείρισης Ταχυδρομικών Κωδικών (ΤΚ).

8. Αντιμετώπιση εισφοροδιαφυγής των ταχυδρομικών εταιρειών.

9. Θέσπιση διαδικασιών μέτρησης της ποιότητας των προσφερόμενων ταχυδρομικών υπηρεσιών.

10. Σύγχρονες, ανταγωνιστικές και αποτελεσματικές τελωνειακές διαδικασίες για όλες τις ταχυδρομικές εταιρείες.

11. Εξισορρόπηση της ποιότητας εξυπηρέτησης και του κόστους υπηρεσιών με έμφαση στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

Στο πλαίσιο του θεσμικού της ρόλου, η ΕΕΤΤ σε συνεργασία με τους αρμόδιους φορείς και την αγορά, θα αξιοποιήσει τα συμπεράσματα και τις προτάσεις της μελέτης, με στόχο τη διαμόρφωση και προώθηση δράσεων, οι οποίες θα δώσουν ώθηση στην ανάπτυξη της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς.

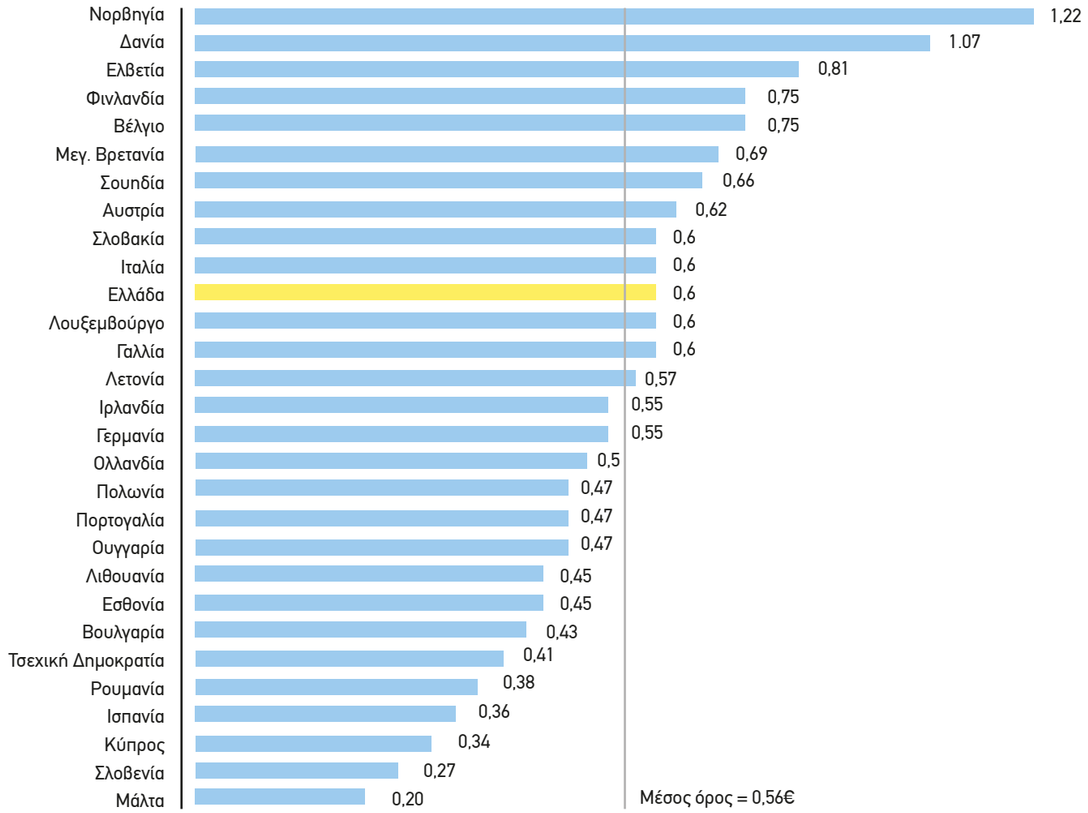
4 Ευρωπαϊκή Αγορά

4.1 Τιμές των ταχυδρομικών υπηρεσιών στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Απλές Επιστολές Εσωτερικού

Η μέση τιμή, στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για την αποστολή επιστολής εσωτερικού το 2012 ήταν 0,56 ευρώ. Η χώρα με την ακριβότερη τιμολόγηση εξακολούθησε να είναι η Νορβηγία (1,22€), η οποία αύξησε την τιμή της κατά 0,10€ σε σχέση με το 2011. Αξίζει να σημειωθεί πως η Νορβηγία, η Σουηδία και η Σλοβενία, εφαρμόζουν στις χρεώσεις τους Φ.Π.Α. σε αντίθεση με όλες τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης. Η μεγαλύτερη αύξηση τιμής το 2012 παρατηρήθηκε στη Μεγάλη Βρετανία, η οποία αύξησε τη χρεώσή της κατά 0,15€ σε σχέση με το 2011. Αξίζει να σημειωθεί ότι, η Ελλάδα, παρέμεινε στα ίδια επίπεδα χρεώσεων με το 2011 (δηλαδή τα 0,60€) μέχρι και τις 18/4/2012 ενώ μετά αύξησε τη χρέωση στα 0,62€. Η μοναδική χώρα η οποία μείωσε τη χρέωση της απλής επιστολής εσωτερικού ήταν η Βουλγαρία, μειώνοντας την τιμή κατά 0,08€ σε σχέση με το 2011. Η Μάλτα παραμένει η φθηνότερη Ευρωπαϊκή χώρα σε ό,τι αφορά τη συγκεκριμένη ταχυδρομική υπηρεσία.

Διάγραμμα 4.1 Κόστος αποστολής επιστολής εσωτερικού (έως 20 γρ., απλή, α' προτεραιότητας)

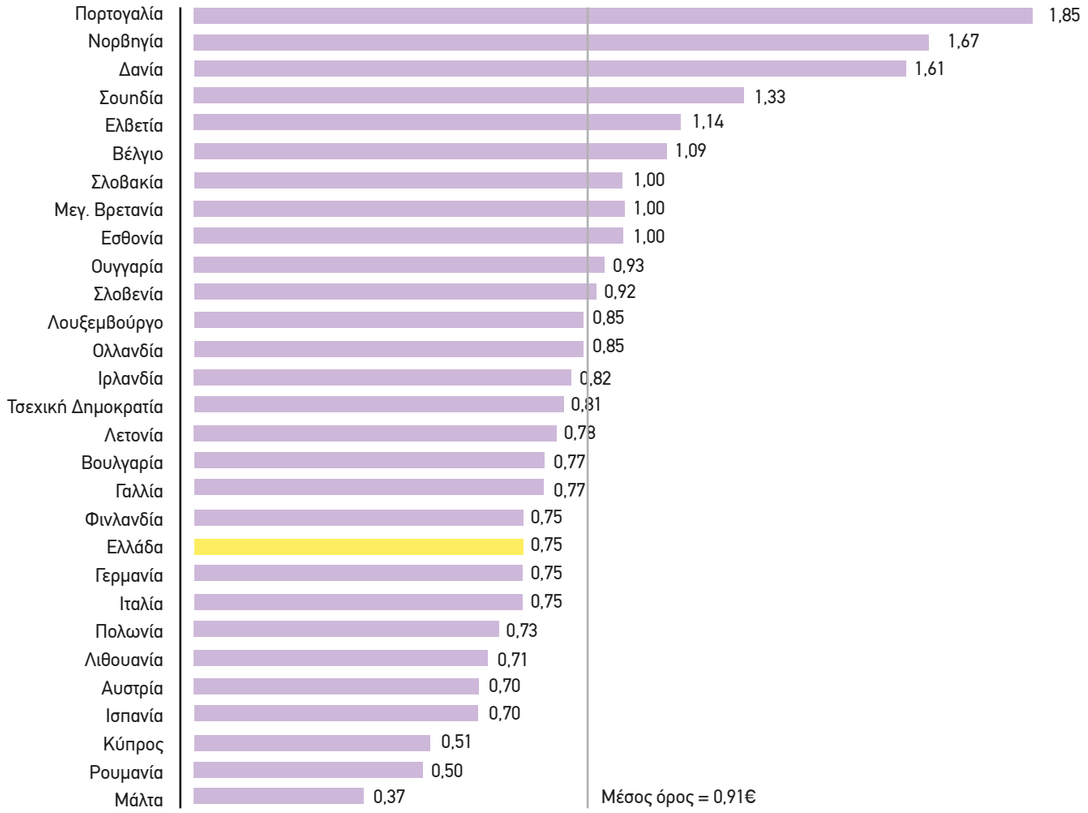


Πηγή: Deutsche Post, Letter Prices in Europe, March 2012

Απλές Επιστολές Εξωτερικού

Σε ό,τι αφορά τις τιμές για αποστολή επιστολής εξωτερικού (εντός της Ε.Ε.), διαπιστώνεται ακόμα μεγαλύτερη διαφοροποίηση στην τιμολόγηση ανά χώρα. Ακριβότερη όλων εξακολουθεί να είναι η Πορτογαλία με 1,85€, ενώ φθηνότερη παραμένει η Μάλτα με 0,37€. Εντυπωσιακή αύξηση στην τιμή αυτής της υπηρεσίας σημείωσε η Εσθονία, όπου εντός του 2012 αύξησε τη συγκεκριμένη χρέωση κατά 0,42€. Μικρότερης κλίμακας αύξηση είχε και η Μεγάλη Βρετανία με αύξηση 0,21€ σε σχέση με το 2011. Η Ελλάδα, τόσο μέχρι και τις 18/4/2012 (με 0,75€) όσο και μετά (με 0,78€) είχε τιμή κάτω που μέσου όρου της Ευρώπης. Η Φινλανδία εξακολουθεί να είναι η μοναδική χώρα που εφαρμόζει την ίδια χρέωση στην αποστολή εξωτερικού και εσωτερικού (0,75€).

Διάγραμμα 4.2 Κόστος αποστολής επιστολής εξωτερικού (έως 20 γρ., απλή, α' προτεραιότητας)

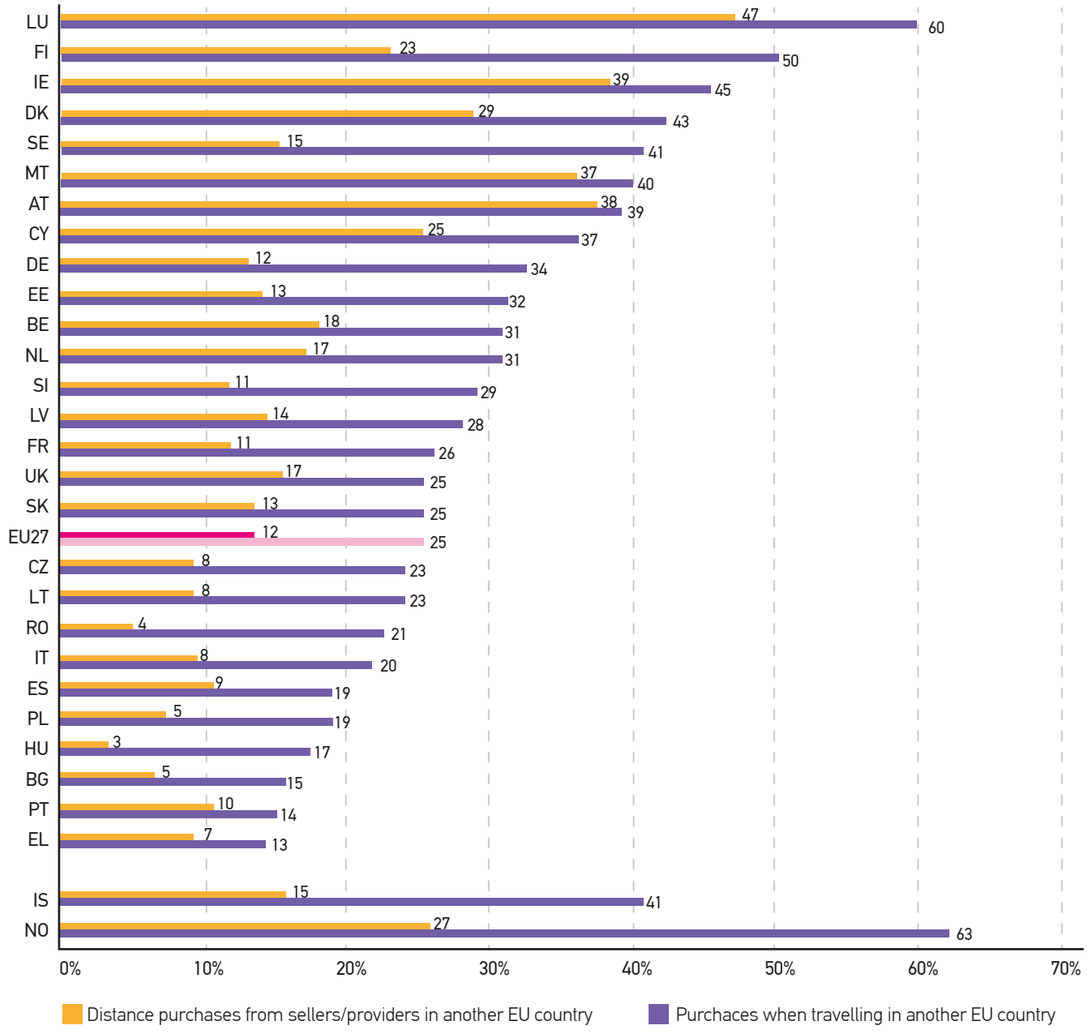


Πηγή: Deutsche Post, Letter Prices in Europe, March 2012

4.2 Διασυνοριακό ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ευρωπαϊκή Αγορά

Η εξ' αποστάσεως αγορά (μέσω internet, τηλεφώνου, καταλόγου, δελτίου παραγγελίας, κλπ.) αφορά την πραγματοποίηση αγοράς προϊόντος ή υπηρεσίας χωρίς τη φυσική παρουσία του αγοραστή στο φυσικό κατάστημα του πωλητή. Εντός του 2011, 12% των καταναλωτών των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης πραγματοποίησαν έστω και μία αγορά εξ' αποστάσεως από άλλη χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EU cross-border distance purchase). Στην Ελλάδα, το αντίστοιχο ποσοστό καταναλωτών που πραγματοποίησαν εντός του 2011 έστω και μία εξ' αποστάσεως αγορά από άλλη χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης ήταν 7% και είναι από τα χαμηλότερα στην Ε.Ε..

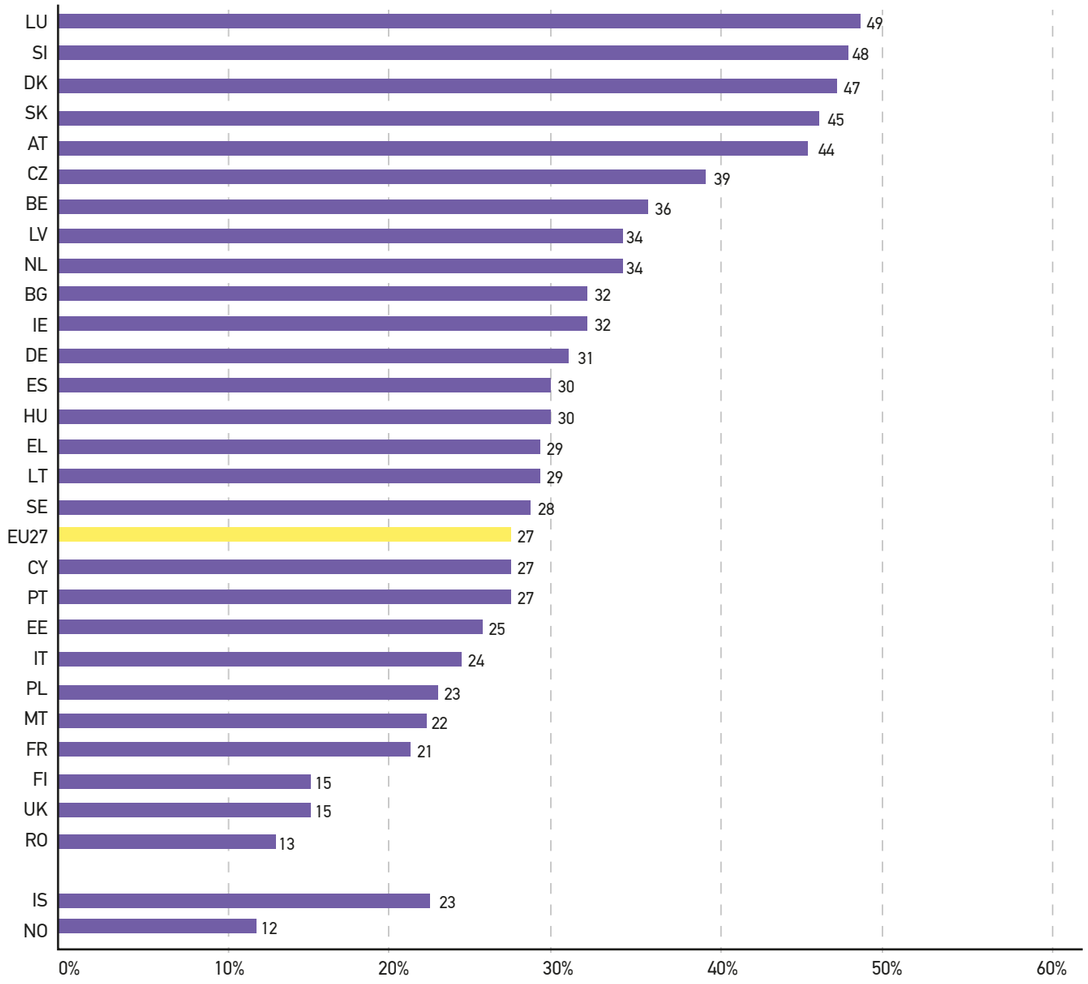
Διάγραμμα 4.3 Διασυνοριακές εξ' αποστάσεως αγορές εντός Ε.Ε., 2011 (% καταναλωτών)



Πηγή: European Commission, Consumer Conditions Scoreboard, 7th Edition, May

Αξίζει να σημειωθεί ότι το ποσοστό των Ελληνικών επιχειρήσεων που πωλούν εξ' αποστάσεως (μέσω internet, τηλεφώνου, καταλόγου, κλπ.) σε ιδιώτες/καταναλωτές των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι 29% και είναι μεγαλύτερο του μέσου όρου της Ευρώπης (27%). Το Λουξεμβούργο είναι η πρώτη σε κατάταξη χώρα τόσο σε αγορές εξ' αποστάσεως από άλλη χώρα της Ε.Ε. (47%) όσο και σε εξ' αποστάσεως πωλήσεις προς άλλες χώρες της Ε.Ε. (49%).

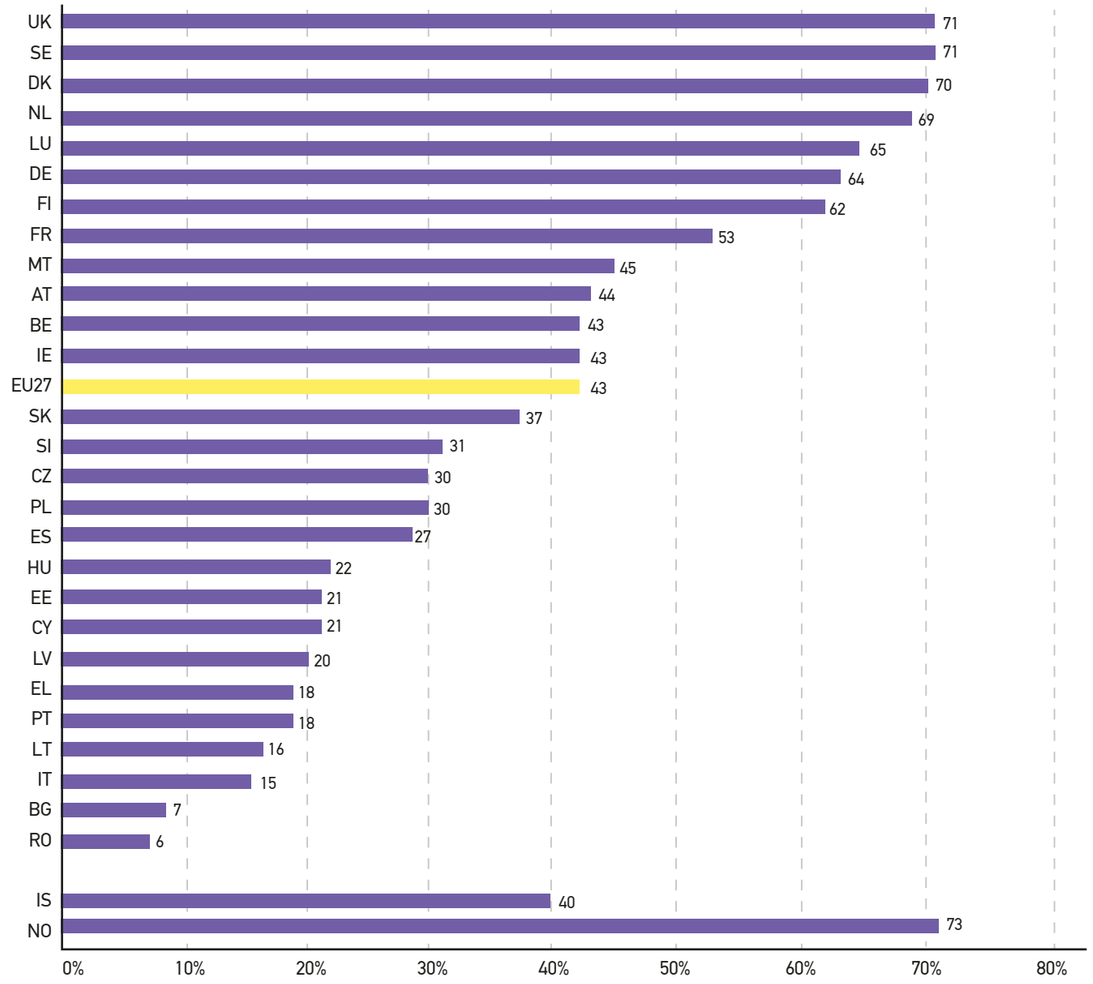
Διάγραμμα 4.4 Διασυνοριακές εξ' αποστάσεως πωλήσεις εντός Ε.Ε., 2011 (% επιχειρήσεων)



Πηγή: European Commission, Consumer Conditions Scoreboard, 7th Edition, May 2012

Το πιο διαδεδομένο μέσο για αγορές εξ' αποστάσεως παραμένει το internet (ηλεκτρονική αγορά). Περισσότεροι από 4 στους 10 καταναλωτές της Ε.Ε. (43%) πραγματοποίησαν εντός του 2011 κάποια ηλεκτρονική αγορά είτε εντός της χώρας τους (domestic on-line purchase) είτε από άλλη χώρα μέλος της Ε.Ε. (E.U. cross-border online purchase).

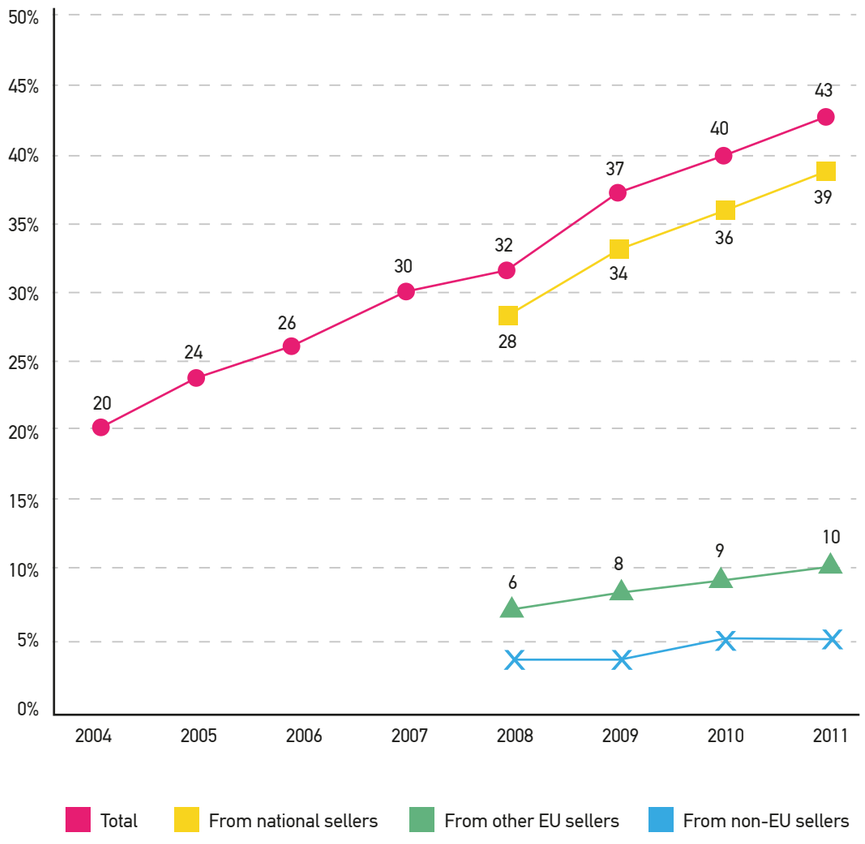
Διάγραμμα 4.5 Ποσοστό καταναλωτών που πραγματοποίησαν έστω και μία ηλεκτρονική αγορά προϊόντος ή υπηρεσίας εντός του 2011 για ιδιωτική χρήση (retail consumers)



Πηγή: European Commission, Consumer Conditions Scoreboard, 7th Edition, May 2012

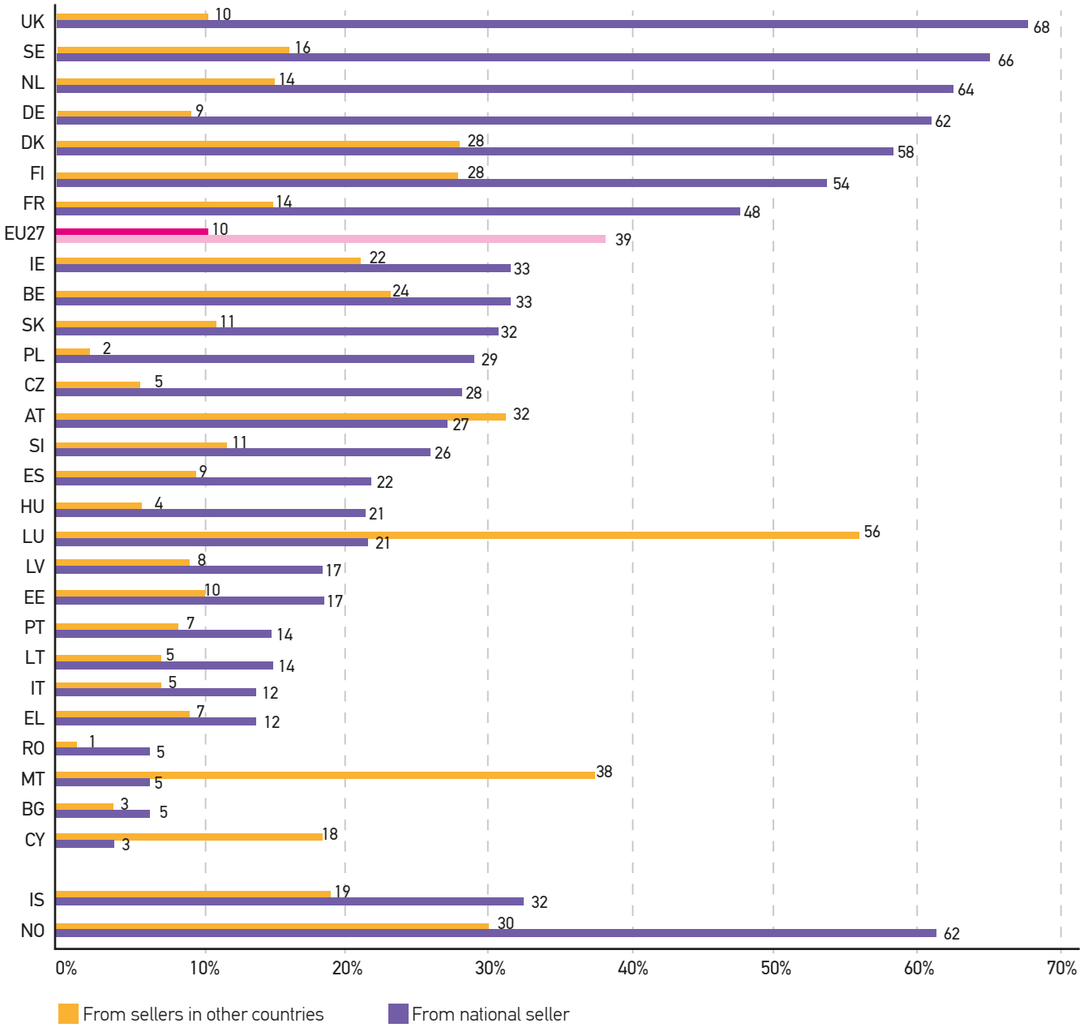
Η χρήση των άλλων καναλιών για εξ' αποστάσεως αγορές έχει παραμείνει αμετάβλητη συγκριτικά με το 2010 (19% για αγορές μέσω τηλεφώνου και 12% μέσω καταλόγων ή άλλων εντύπων) με μία πτωτική τάση από το 2006 και μετά. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι η πλειοψηφία όσων αγορών πραγματοποιούνται μέσω internet (ηλεκτρονικές αγορές) γίνεται εντός της ίδιας χώρας, με εξαίρεση 4 χώρες στις οποίες ισχύει το ακριβώς αντίθετο και αναλύονται παρακάτω. Το 39% των Ευρωπαίων καταναλωτών πραγματοποίησε κάποια ηλεκτρονική αγορά από επιχείρηση της χώρας του, ενώ μόνο το 10% των καταναλωτών από επιχείρηση που βρίσκεται σε άλλη χώρα της Ε.Ε. Τέλος, μόνο το 5% των Ευρωπαίων καταναλωτών πραγματοποίησε κάποια αγορά μέσω internet από χώρα εκτός της Ε.Ε.

Διάγραμμα 4.6 Εξέλιξη ποσοστού καταναλωτών (στην Ε.Ε.27) που πραγματοποίησαν έστω και μία αγορά προϊόντος ή υπηρεσίας ανά έτος, για ιδιωτική χρήση (retail consumers)



Πηγή: European Commission, Consumer Conditions Scoreboard, 7th Edition, May 2012

Σε ό,τι αφορά την ηλεκτρονική αγοραστική συμπεριφορά καταναλωτών διαφορετικών χωρών της Ε.Ε. παρατηρούνται σημαντικές διαφορές μεταξύ των χωρών-μελών. Η ύπαρξη ενός μεγάλου και ώριμου δικτύου επιχειρήσεων που δραστηριοποιείται έντονα στο ηλεκτρονικό εμπόριο (e-commerce) εντός κάποιας χώρας, αποτελεί ισχυρό παράγοντα για τους καταναλωτές αυτής της χώρας να προτιμήσουν την αγορά μέσω internet από τη χώρα τους (domestic online purchase) και όχι από ξένη χώρα. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν η Μεγάλη Βρετανία, η Σουηδία και η Ολλανδία, οι οποίες και κατέχουν τις 3 πρώτες θέσεις σε εγχώρια ηλεκτρονική αγορά (domestic internet purchase). Η διασυνοριακή ηλεκτρονική αγορά από άλλη χώρα της Ε.Ε. παρατηρείται περισσότερο στις χώρες της Ανατολικής και Νοτίου Ευρώπης, ενώ εντυπωσιακή είναι η ηλεκτρονική αγοραστική συμπεριφορά σε Λουξεμβούργο, Μάλτα, Αυστρία και Κύπρο, οι οποίες αποτελούν και την προαναφερθείσα εξαίρεση από τον κανόνα, όπου η πλειοψηφία των καταναλωτών που πραγματοποίησε έστω και μία ηλεκτρονική αγορά εντός του 2011, αγόρασε από επιχείρηση/πωλητή άλλης χώρας της Ε.Ε. και όχι από εγχώριο πωλητή/επιχείρηση.



Πηγή: European Commission, Consumer Conditions Scoreboard, 7th Edition, May 2012

Σε ό,τι αφορά τα ακόμα χαμηλά επίπεδα διασυνοριακής αγοράς μέσω internet, σχετική έρευνα[1] υποδεικνύει ότι υπάρχουν τρεις σημαντικοί ανασταλτικοί λόγοι που σχετίζονται με την παράδοση του προϊόντος/δέματος προς άλλη χώρα, οι οποίοι επηρεάζουν σημαντικά τόσο τον καταναλωτή/αγοραστή μέσω internet, όσο και τους πωλητές/επιχειρήσεις και ιδιαίτερα τις μικρές επιχειρήσεις (small retailers):

Τιμές : Σημαντικά υψηλότερες τιμές για αποστολή δέματος προς ξένη χώρα συγκριτικά με τις τιμές αποστολής εσωτερικού. Επιπλέον, οι μικρές επιχειρήσεις που στέλνουν λίγα δέματα και χωρίς συστηματικότητα, δε μπορούν να έχουν τις τιμές/εκπτώσεις που απολαμβάνουν μεγάλες επιχειρήσεις.

Ποιότητα της υπηρεσίας : τόσο οι καταναλωτές όσο και οι επιχειρήσεις φαίνεται να θεωρούν πως η ποιότητα της υπηρεσίας αποστολής δέματος στο εξωτερικό (χρόνος παράδοσης, πιθανές καθυστερήσεις, καταστροφή ή απώλεια του προϊόντος) είναι χειρότερη σε σχέση με αντίστοιχες αποστολές του εσωτερικού.

Πληροφόρηση : καταναλωτές και επιχειρήσεις, ειδικά οι μικρότερες επιχειρήσεις, δεν έχουν την πληροφόρηση που χρειάζονται. Οι επιχειρήσεις δε γνωρίζουν πιθανές απαιτήσεις για ιδιαίτερο τρόπο/standards αποστολής του προϊόντος/δέματος καθώς και θέματα που αφορούν τα δικαιώματα του καταναλωτή/αγοραστή ξένης χώρας. Οι καταναλωτές, από την άλλη πλευρά, αντιμετωπίζουν την αγορά προϊόντος από ξένη χώρα μέσω internet με σκεπτικισμό, αναφορικά με τον τρόπο που θα μπορούν να αντιμετωπίσουν κάποιο πρόβλημα, όπως: πώς να διαμαρτυρηθούν για καθυστέρηση του προϊόντος, τον τρόπο επίλυσης/αντιμετώπισης σε περίπτωση καταστροφής ή απώλειας του προϊόντος καθώς επίσης και πώς θα στείλουν πίσω στον πωλητή/επιχείρηση κάποιο προϊόν που δεν τους έκανε ή δεν τους ικανοποίησε.

[1] FTI Consulting, Intra-Community cross-border parcel delivery, A study for the European Commission, December 2011

4.3 Κατηγορίες Ψηφιακών Υπηρεσιών των Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων

Το νέο ψηφιακό τοπίο που δημιουργείται στην παγκόσμια ταχυδρομική αγορά έχει ως στόχο τόσο την αντικατάσταση των παραδοσιακών ταχυδρομικών υπηρεσιών από ψηφιακές λύσεις όσο και τη δημιουργία εμπιστοσύνης και ασφάλειας των πελατών με τους παρόχους αυτούς για την ολοκληρωμένη διαχείριση των αποστολών τους (trusted 3rd party). Επιπλέον, οι επιχειρήσεις, μέσω αυτών των ψηφιακών υπηρεσιών, δημιουργούν τις κατάλληλες συνθήκες για αύξηση των εσόδων μέσω των νέων τεχνολογιών/υπηρεσιών με παράλληλη μείωση του λειτουργικού κόστους, λόγω της αυτοματοποίησης της συναλλαγής/αποστολής. Χαρακτηριστικά παραδείγματα προσφερόμενων ψηφιακών ταχυδρομικών υπηρεσιών, παρουσιάζονται στον πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας 4.1 Κατηγορίες Ψηφιακών Υπηρεσιών Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων

Υπηρεσίες Εγγράφων				
Ψηφιακό Ταχυδρομείο	**Υβριδικό Ταχυδρομείο**	**Διαχείριση Εγγράφων**	**E-invoicing**	**E-billing**
Αφορά την πλήρως ηλεκτρονική (από άκρη σε άκρη) αποστολή επιστολής ή άλλων δεδομένων υπό συνθήκες απόλυτης ασφαλείας	Αφορά το συνδυασμό ηλεκτρονικής και φυσικής αποστολής επιστολής ή δεδομένων. Συνήθως αποστέλλονται ηλεκτρονικά και παραδίδονται στη φυσική τους μορφή (δηλαδή εκτυπωμένα) στον παραλήπτη	Αφορά την ψηφιακή απεικόνιση (scanning) και αρχειοθέτηση εγγράφων κυρίως για μεγάλους οργανισμούς, με στόχο τη διαφάνεια, την εύκολη προσβασιμότητα στην πληροφορία, καθώς και την ύπαρξη μίας κοινής πηγής ανάκτησης στοιχείων από πολλαπλούς παραλήπτες / ενδιαφερόμενους	Έκδοση ή/ και αποστολή τιμολογίου αποκλειστικά σε ηλεκτρονική μορφή	Ηλεκτρονικός λογαριασμός σε δομημένη μορφή από τον αποστολέα και με προκαθορισμένες δυνατότητες για λεπτομερή ανάλυση και επεξεργασία από τον παραλήπτη

Δέματα & Διαχείριση Εφοδιαστικής Αλυσίδας (Logistics)		Πολύ-καναλική πρόσβαση (Multi-channel access)		
E-commerce	**Προηγμένες Αποστολές**	**Ηλεκτρονικά Εργαλεία**	**Εφαρμογές μέσω κινητής τηλεφωνίας**	**Ιχνηλασιμότητα μέσω internet εφαρμογών (web-based)**
Το ηλεκτρονικό εμπόριο θεωρείται ο μοχλός ανάπτυξης των δεμάτων. Προσφέρει λύσεις απ' άκρο σε άκρο συμπεριλαμβανομένων και πιο ανεπτυγμένων διαδικασιών όπως είναι το reverse logistics, δηλαδή η διαχείριση των αντικειμένων μετά από το σημείο πώλησης ή παράδοσης τους	Αφορά ολοκληρωμένες υπηρεσίες αποστολών από την ασφάλιση του αντικειμένου, την προετοιμασία της αποστολής, τη συσκευασία του ταχυδρομικού αντικειμένου και την απόδειξη επίδοσης	Χρηστικά ηλεκτρονικά εργαλεία για την άμεση και αρτιότερη προετοιμασία της αποστολής από τον αποστολέα: διαμόρφωση και εκτύπωση ετικέτας, ηλεκτρονική πληρωμή, ηλεκτρονική παρακολούθηση αποστολών, ηλεκτρονική ανανέωση διευθύνσεων πελατολογίου	Παρακολούθηση της αποστολής μέσω σύντομου γραπτού μηνύματος (sms) ή διαδικτυακών τόπων προσαρμοσμένων για κινητά τηλέφωνα, δυνατότητα αλλαγής της διεύθυνσης παράδοσης από τον πελάτη μέσω εφαρμογής από το κινητό τηλέφωνο	Εργαλεία παρακολούθησης των ταχυδρομικών αντικειμένων από τον πελάτη καθώς και άλλων ενδιαφερομένων της εφοδιαστικής αλυσίδας

Πηγή: Accenture Research and Insights 2011, Achieving High Performance in the Postal Industry

ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ