



ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

2012

ΕΛΛΗΝΙΚΗ  
ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗ  
ΑΓΟΡΑ



ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ & ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

# Περιεχόμενα

<b>1. Νέα εποχή για την Ελληνική ταχυδρομική αγορά</b>	<b>04</b>
1.1 Ο νέος Κανονισμός Γενικών Αδειών	06
1.2 Διαδικτυακή Εφαρμογή της EETT	10
1.3 Ο νέος Κανονισμός Ειδικών Αδειών	10
1.4 Κώδικας Δεοντολογίας Παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών	14
1.4.1 Τιμοκατάλογος Παρεχόμενων Υπηρεσιών	14
1.4.2 Παραλαβή και επίδοση ταχυδρομικών αντικειμένων ταχυμεταφορών	14
1.4.3 Διαχείριση ανεπίδοτων ταχυδρομικών αντικειμένων	15
1.4.4 Προσωπικό παρόχου για την εξυπηρέτηση των καταναλωτών	15
1.4.5 ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. (Συνοδευτικό Δελτίο Ταχυμεταφοράς)	15
1.4.6 Ε.Σ.Π.Ε.Τ.Α. (Ειδικό Σύστημα Παρακολούθησης και Εντοπισμού Ταχυδρομικών Αντικειμένων)	16
1.4.7 Ατομική Σύμβαση	16
1.5 Κανονισμός για τη διαδικασία επίλυσης διαφορών	17
1.6 Περιπτώσεις αποζημίωσης για πλημμελή παροχή	17
<b>2. Μεγέθη Αγοράς</b>	<b>20</b>
2.1 Η Ελληνική οικονομία και η ταχυδρομική αγορά	21
2.2 Βασικά μεγέθη ταχυδρομικής αγοράς	22
2.3 Επιχειρήσεις ταχυδρομικού κλάδου	23
2.4 Μερίδια ταχυδρομικής αγοράς	24
2.5 Κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κάτοικο και γεωγραφική περιοχή	27
2.6 Απασχόληση στην ταχυδρομική αγορά	28
2.7 Υποδομές: κτίρια και μεταφορικά μέσα	31
2.8 Τομέας καθολικής υπηρεσίας	32
2.9 Τομέας ταχυμεταφορών (courier)	36
2.10 Οικονομικά Στοιχεία Παρόχων Ταχυδρομικών Υπηρεσιών	40
2.11 Μέτρηση Ποιότητας Καθολικής Υπηρεσίας	43
2.12 Καταγγελίες Καταναλωτών	46
2.12.1 Στατιστικά Στοιχεία Καταγγελιών Καταναλωτών στη Ε.Ε.Τ.Τ.	46
2.12.2 Στατιστικά Στοιχεία Καταγγελιών Καταναλωτών στα ΕΛΤΑ	48
2.12.3 Στατιστικά Στοιχεία Καταγγελιών Καταναλωτών στις Εταιρείες Ταχυμεταφορών	49
<b>3. Ανάλυση Ανταγωνισμού</b>	<b>50</b>
3.1 Το μοντέλο των 5 δυνάμεων του Porter	51
3.1.1 Βαθμός ανταγωνισμού μεταξύ των υπαρχόντων ανταγωνιστών	52
3.1.1.1 Τμηματοποίηση της Ταχυδρομικής Αγοράς	52
3.1.1.2 Ανταγωνιστικότητα των Ταχυδρομικών Υπηρεσιών	54
3.1.2 Εμπόδια εισόδου νέων ανταγωνιστών	55
3.1.3 Υποκατάστατα προϊόντα	56
3.1.4 Διαπραγματευτική δύναμη πελατών	57
3.1.5 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών	58
3.2 Η άποψη των Παρόχων για τον Ανταγωνισμό στην Ταχυδρομική Αγορά	58
<b>4. Νέες Τεχνολογίες</b>	<b>62</b>
4.1 Επιχειρηματικά μοντέλα και νέες τεχνολογίες για την ταχυδρομική αγορά	63
4.1.1 Υπηρεσίες e-post	63
4.1.2 Υπηρεσίες e-commerce	63
4.2 Νέες τεχνολογίες	64
4.3 Εφαρμογή νέων τεχνολογιών από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις	64
4.4 Ηλεκτρονικό Εμπόριο	68
4.4.1 Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ευρώπη	68
4.4.2 Ο ρόλος της ταχυδρομικής επιχείρησης στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο	71
4.4.3 Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα	72

## Ομάδα Εκπόνησης Μελέτης:

Χρήστος Αποστόλου, Προϊστάμενος Διεύθυνσης Ταχυδρομείων EETT

Αναστασία Τσάλτα, Ειδική Επιστήμονας EETT

Δέσποινα Τραγανού, Ειδική Επιστήμονας EETT

Ιωάννα Φίλη, Ειδική Επιστήμονας EETT



## Κεφάλαιο 1

# Νέα εποχή για την ελληνική ταχυδρομική αγορά

Με το νέο ταχυδρομικό νόμο<sup>1</sup>, που εκδόθηκε το Μάρτιο του 2012, ορίζεται μεταξύ άλλων, η πλήρης απελευθέρωση της ταχυδρομικής αγοράς από την 1/1/2013<sup>2</sup>, οι διευρυμένες ρυθμιστικές αρμοδιότητες της ΕΕΤΤ, ο έλεγχος και η εποπτεία της ταχυδρομικής αγοράς, καθώς και η διασφάλιση παροχής της καθολικής ταχυδρομικής υπηρεσίας στην ελληνική επικράτεια.

Η ΕΕΤΤ, με γνώμονα το νέο ταχυδρομικό νόμο και στόχο την αρτιότερη λειτουργία της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς εξέδωσε νέους αναθεωρημένους κανονισμούς και αποφάσεις. Αξίζει να σημειωθεί ότι όλο το προπαρασκευαστικό στάδιο των παραπάνω ρυθμιστικών κειμένων εκπονήθηκε το 2012 από την ΕΕΤΤ και τέθηκε σε δημόσια διαβούλευση, ούτως ώστε κάθε πολίτης με ενδιαφέρον στα ταχυδρομικά θέματα να μπορεί να θέσει τον προβληματισμό ή τις παρατηρήσεις του. Η ΕΕΤΤ έλαβε υπόψη της όλα τα σχόλια και σε αρκετές περιπτώσεις έκανε τις ανάλογες τροποποιήσεις. Η ύπαρξη αυτών των ρυθμιστικών κειμένων, που δρουν συμπληρωματικά του νέου ταχυδρομικού νόμου, έχει σαν στόχο να «φωτίσει» τα επιμέρους σημεία που αφορούν στη λειτουργία των ταχυδρομικών επιχειρήσεων διασφαλίζοντας υψηλό επίπεδο παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές.

Η ΕΕΤΤ αξιολόγησε και άλλα σημαντικά στοιχεία και ιδιαιτερότητες της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς, όπως τα συμπτώματα της έντονης οικονομικής ύφεσης καθώς επίσης και τα αντίστοιχα Ευρωπαϊκά ταχυδρομικά δεδομένα. Αποτέλεσμα αυτής της εκτενούς αξιολόγησης ήταν η τροποποίηση του Κανονισμού τόσο των Γενικών Αδειών<sup>3</sup> όσο και των Ειδικών<sup>4</sup>. Επιπλέον, έχοντας ως κύριο μέλημα την προστασία του καταναλωτή και τη διασφάλιση του υγιούς ανταγωνισμού, εξέδωσε για πρώτη φορά Κώδικα Δεοντολογίας<sup>5</sup>. Ο Κανονισμός Επίλυσης Διαφορών<sup>6</sup> μεταξύ των ταχυδρομικών παρόχων αλλά και μεταξύ των χρηστών με τους παρόχους και η διαδικασία εξέτασης παραπόνων αποτελούν επίσης νέο ρυθμιστικό έργο της

ΕΕΤΤ. Η έκδοση Απόφασης<sup>7</sup> που αφορά στην αποζημίωση για πλημμελή παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών αποτέλεσε ένα σημαντικό μοχλό συμμόρφωσης αλλά κυρίως εναρμόνισης των ταχυδρομικών παρόχων σε καταναλωτικά θέματα. Επιπλέον, η έκδοση Απόφασης<sup>8</sup> για τον καθορισμό του τρόπου υπολογισμού του καθαρού κόστους της Καθολικής Υπηρεσίας, κάνει εκ των προτέρων γνωστό το πλαίσιο που θα εφαρμοσθεί και δημιουργεί ρυθμιστική βεβαιότητα ενόψει και της δηλωθείσας κυβερνητικής εξαγγελίας περί ιδιωτικοποίησης των ΕΛΤΑ.

Τέλος, η έκδοση Κανονισμού<sup>9</sup> για τη διενέργεια ακροάσεων της ΕΕΤΤ, τη συγκρότηση και λειτουργία διαρκών επιτροπών με στόχο τη λήψη άμεσων μέτρων για τη διαφύλαξη της ομαλής λειτουργίας της ταχυδρομικής αγοράς, αποτελεί μέρος του ελεγκτικού έργου της ΕΕΤΤ για τη διαπίστωση παραβάσεων του Ν. 4053/2012.

Το πνεύμα των κανονισμών και των αποφάσεων της δευτερογενούς νομοθεσίας που εξέδωσε η ΕΕΤΤ για την ταχυδρομική αγορά, το 2013, βασίστηκε σε τρεις πυλώνες:

**i. απλοποίηση & ευκολία**, των διαδικασιών αδειοδότησης και των απαιτήσεων αναφορικά με τη λειτουργία των ταχυδρομικών επιχειρήσεων,

**ii. προστασία του καταναλωτή**, διασφαλίζοντας ποιοτικές & υπεύθυνες υπηρεσίες προς τους χρήστες των ταχυδρομικών υπηρεσιών,

**iii. διασφάλιση του υγιούς ανταγωνισμού**, στην ταχυδρομική αγορά.

Προς διευκόλυνση του αναγνώστη αυτής της μελέτης, η παρουσίαση των νέων κανονισμών (Γενικών Αδειών & Ειδικών Αδειών), που καταργούν αντίστοιχους παλαιότερους, γίνεται με έμφαση στα σημεία διαφοροποίησής τους. Σε ό,τι αφορά νέες αποφάσεις, κανονισμούς καθώς και τον Κώδικα Δεοντολογίας, δεδομένου ότι αφορούν ένα εντελώς νέο ρυθμιστικό έργο της ΕΕΤΤ για την ταχυδρομική αγορά, παρουσιάζονται και αναλύονται εξ ολοκλήρου.

<sup>1</sup> Ν. 4053/2012 (ΦΕΚ 44/Α/07-03-2012) «Ρύθμιση λειτουργίας της ταχυδρομικής αγοράς, θεμάτων ηλεκτρονικών επικοινωνιών και άλλες διατάξεις».

<sup>2</sup> Μέχρι και τις 31/12/2012, τα ΕΛ.ΤΑ. διατηρούσαν το μονοπώλιο στη διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων με βάρος έως 50 γρ. Ωστόσο, το όριο αυτό δεν ίσχυε αν η χρέωση ήταν ίση ή μεγαλύτερη κατά δύομισή φορές του βασικού τέλους για την επιστολή 20 γρ. Α' προτεραιότητας εσωτερικού. Οι περιορισμοί αυτοί (βάρους και χρέωσης) άρθηκαν από 01-01-2013 με το πλήρες άνοιγμα της ταχυδρομικής αγοράς.

<sup>3</sup> ΦΕΚ 1700/Β/10-7-2013 «Κανονισμός Γενικών Αδειών Παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών».

<sup>4</sup> ΦΕΚ 1876/Β/31-7-2013 «Κανονισμός Ειδικών Αδειών Παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών».

<sup>5</sup> ΦΕΚ 1874/Β/31-7-2013 «Κώδικας Δεοντολογίας Παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών».

<sup>6</sup> ΦΕΚ 1874/Β/31-7-2013 «Κανονισμός περί διαδικασιών επίλυσης διαφορών που αναφέρονται μεταξύ των φορέων παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, μεταξύ αυτών και των χρηστών, καθώς και περί διαδικασιών εξέτασης παραπόνων των χρηστών».

<sup>7</sup> ΦΕΚ 1412/Β/10-6-2013 «Καθορισμός των περιπτώσεων που επιβάλλεται κατ' αποκοπή αποζημίωση για πλημμελή παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών».

<sup>8</sup> ΦΕΚ 2016/Β/16-8-2013, «Καθορισμός μεθοδολογίας υπολογισμού Καθαρού Κόστους Καθολικής Ταχυδρομικής Υπηρεσίας».

<sup>9</sup> ΦΕΚ 1805/Β/25-7-2013 «Κανονισμός για τη διενέργεια Ακροάσεων της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων (ΕΕΤΤ), για τη συγκρότηση και λειτουργία Διαρκών Επιτροπών επί ταχυδρομικών θεμάτων, για τη λήψη άμεσων και επειγόντων μέτρων για τη διαφύλαξη της ομαλής λειτουργίας της ταχυδρομικής αγοράς, καθώς και τον καθορισμό του είδους και της διαδικασίας διενέργειας ερευνών ή άλλων ελεγκτικών πράξεων από την ΕΕΤΤ, για τη διαπίστωση παραβάσεων του Ν. 4053/2012».

## 1.1 Ο νέος Κανονισμός Γενικών Αδειών

Ο Κανονισμός των Γενικών αδειών αφορά μόνον τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών (courier) και όχι το παραδοσιακό ταχυδρομείο. Οι τροποποιήσεις που επέρχονται με το νέο αυτό κανονισμό άπτονται των παρακάτω σημείων:

**1.** Περεταίρω διευκρίνιση των στοιχείων που χαρακτηρίζουν και διαφοροποιούν την αγορά των ταχυμεταφορών, (άρθρο 1, παράγραφος 2, στοιχείο α'), έτσι ώστε να υπάρχει σαφής και ολοκληρωμένη περιγραφή των υπηρεσιών τους με ιδιαίτερη **έμφαση στην προστιθέμενη αξία που παρέχουν οι ταχυμεταφορές** σε σχέση με το απλό ταχυδρομείο.

Πιο συγκεκριμένα:

- i. την τήρηση και διάθεση αποδεικτικών παραλαβής και επίδοσης,
- ii. την επίδοση σε προσυμφωνημένο χρόνο, πέραν του οποίου γεννάται δικαίωμα αποζημίωσης λόγω καθυστέρησης,
- iii. την ατομική σύμβαση με τον αποστολέα ή τον παραλήπτη,
- iv. τη δυνατότητα τροποποίησης του προορισμού και του παραλήπτη κατά τη μεταφορά, σύμφωνα με τους όρους που θέτει η επιχείρηση,
- v. την εξατομικευμένη παροχή υπηρεσιών στους χρήστες, ανάλογα με τις ανάγκες τους.

**2.** Σαφής ορισμός και διάκριση μεταξύ των ταχυδρομικών αντικειμένων (άρθρο 1, παράγραφος 2, στοιχείο β') σε Φάκελο – Δέμα – Μικροδέμα (ή μικρό πακέτο):

- i. **Φάκελος (με διεύθυνση παραλήπτη)**, όπου μέχρι πρότινος οριζόταν ως «έγγραφο», με οριοθέτηση του μέγιστου βάρους και των ανώτατων διαστάσεων (βάρους έως 2 κιλά, ενδεικτικά ανώτατα όρια διαστάσεων 40 x 30 εκατοστά και πάχους 2 εκατοστών),
- ii. **Δέμα** χωρίς όριο του διακινούμενου βάρους (όπου μέχρι πρότινος ήταν τα 35 κιλά για τις επιχειρήσεις με Γενική Άδεια) και διαστάσεις που δεν αλληλεπικαλύπτονται από την προηγούμενη κατηγορία (φάκελος),
- iii. **Μικροδέμα (ή μικρό πακέτο)** ορίζεται ως η υποκατηγορία των δεμάτων η οποία αφορά στα δέματα βάρους κάτω των 2 κιλών.

**3.** Ο ορισμός της «**Θυρίδας Υποδοχής**» (άρθρο 1, παρ. 2, στοιχείο στ'), αποτελεί ένα νέο στοιχείο που αφορά στον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών, σχετικά με τον επιχειρησιακό χώρο όπου πραγματοποιείται μόνο η παραλαβή ή η επιτόπου επίδοση των ταχυδρομικών

αντικειμένων, χωρίς να περιλαμβάνει άλλη φάση ταχυδρομικής υπηρεσίας (διαλογή ή προώθηση για επίδοση). Η θυρίδα υποδοχής μπορεί να συνυπάρχει με κατάσταση ταχυμεταφορών ή άλλο κατάσταση ή να είναι αυτόνομη.

**4.** Στα πλαίσια της ανάγκης ύπαρξης σαφών ορίων λειτουργίας αλλά και ελέγχου των υποχρεώσεων των επιχειρήσεων ταχυμεταφοράς, διευκρινίζεται στο νέο κανονισμό και συγκεκριμένα στον ορισμό του «Ταχυδρομικού Δικτύου», ότι μία επιχείρηση **δε μπορεί να θεωρηθεί μέλος δικτύου επιχείρησης του εξωτερικού** (άρθρο 1, παρ. 2, στοιχείο ζ).

**5.** Μία από τις μεγαλύτερες τομές του νέου κανονισμού, αποτελεί η **Διαδικτυακή Εφαρμογή της ΕΕΤΤ (ΔΔΕ)**. Η εφαρμογή αυτή, η οποία περιγράφεται αναλυτικά στο άρθρο 6 του νέου κανονισμού, αφορά στο νέο τρόπο εγγραφής των ταχυδρομικών επιχειρήσεων στο μητρώο της ΕΕΤΤ, στη διαγραφή, στην τροποποίηση των στοιχείων τους, στη χορήγηση βεβαιώσεων εγγραφής στο μητρώο της ΕΕΤΤ καθώς και στοιχείων του ταχυδρομικού τους δικτύου.

**6.** Μείωση των περιπτώσεων των επιχειρήσεων για τις οποίες απαιτείται Γενική Άδεια (άρθρο 2, παρ. 5). Πιο συγκεκριμένα **δεν απαιτείται Γενική Άδεια** για τις εξής περιπτώσεις επιχειρήσεων:

- i. επιχείρηση που διαμεσολαβεί για εύρεση καλύτερης τιμής και υπηρεσίας, ανάλογα με τις ανάγκες των χρηστών για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών, χωρίς να παρέχει η ίδια ταχυδρομικές υπηρεσίες (άρθρο 2, παρ. 5, στοιχείο β'),
- ii. επιχείρηση που διακινεί αντικείμενα που δεν έχουν τα χαρακτηριστικά του ταχυδρομικού αντικειμένου (άρθρο 2, παρ. 5, στοιχείο γ'),
- iii. επιχείρηση που εγκαθιστά αυτοτελές δίκτυο για την εξυπηρέτηση, αποκλειστικά και μόνον ιδίων αναγκών της, χωρίς να παρέχει εμπορικές υπηρεσίες στο κοινό (άρθρο 2, παρ. 5, στοιχείο δ'),
- iv. επιχείρηση που παρέχει υπηρεσίες κατάθεσης ταχυδρομικών αντικειμένων στο Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας (ΦΠΚΥ) ή σε άλλον πάροχο, χωρίς να αναλαμβάνει την ταχυδρομική υπηρεσία (άρθρο 2, παρ. 5, στοιχείο ε').



**7.** Μείωση των περιπτώσεων των υπηρεσιών για τις οποίες απαιτείται Γενική Άδεια. Πιο συγκεκριμένα **δεν απαιτείται Γενική Άδεια** για τις εξής υπηρεσίες:

- i. Διακίνηση διαφημιστικών χωρίς διεύθυνση παραλήπτη,
- ii. Προετοιμασία ταχυδρομικών αντικειμένων.

**8.** Κατάργηση του παλαιού άρθρου 3 του κανονισμού, που αφορούσε στις «**Κατηγορίες Γενικών Αδειών**» (τοπική, περιφερειακή ή εθνική). Πλέον δεν υπάρχει διάκριση σε ό,τι αφορά το είδος της Γενικής Άδειας.

**9.** Ο κάτοχος της Γενικής Άδειας έχει τη δυνατότητα να εντάξει στο ταχυδρομικό δίκτυο του άλλες επιχειρήσεις με Γενική Άδεια, χωρίς να απαιτείται ενημέρωση της ΕΕΤΤ (άρθρο 3, παρ. 3).

**10.** Κατάργηση της διάρκειας ισχύος Γενικής Άδειας (κατάργηση των παραγράφων 1, 2 του άρθρου 11 του παλαιού κανονισμού). Με το νέο κανονισμό, η Γενική Άδεια έχει **αόριστη διάρκεια ισχύος**.

**11.** Η εγγραφή των ταχυδρομικών επιχειρήσεων στο μητρώο της ΕΕΤΤ, βάσει του νέου κανονισμού γίνεται πλέον **μόνο ηλεκτρονικά** (άρθρο 5).

**12.** Κατάργηση της προσκόμισης δικαιολογητικών κατά την υποβολή φακέλου για εγγραφή στο Μητρώο Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων (Χάρτης υποχρεώσεων, τιμοκατάλογος, απολυτήριο Λυκείου, κ.λπ.) ούτως ώστε οι ενδιαφερόμενοι να μπορούν να ξεκινούν τη δραστηριότητά τους με μια απλή δήλωση. Ο

σχετικός έλεγχος των δικαιολογητικών θα γίνεται από τις αρμόδιες υπηρεσίες εκ των υστέρων και ενόσω η επιχείρηση θα τελεί ήδη σε λειτουργία.

**13.** Ένα νέο στοιχείο που ορίζεται (άρθρο 8, παρ. 1, στοιχείο γ') στο νέο κανονισμό είναι ότι **η μη υποβολή της επίσιας δήλωσης απόδοσης τελών**, για διάστημα μεγαλύτερο των δώδεκα μηνών, **θεωρείται διακοπή** παροχής των ταχυδρομικών υπηρεσιών. Ως εκ τούτου, η επιχείρηση θα διαγράφεται και για την επαναλειτουργία της θα απαιτείται υποβολή νέας δήλωσης.

**14.** Με στόχο την ακόμα καλύτερη ενημέρωση και διευκόλυνση των ενδιαφερομένων (άρθρο 9), σχετικά με τη δημοσιοποίηση στοιχείων, η ΕΕΤΤ δύναται:

- i. να δημοσιεύει **κωδικοποιημένα κείμενα** των κανονισμών της,
- ii. να παρέχει στο δικτυακό της τόπο εφαρμογή **αναζήτησης με πολλαπλά κριτήρια** (ΑΦΜ, επωνυμία, πόλη, νομό, κ.λπ.) των ενεργών επιχειρήσεων που είναι μέλη ταχυδρομικού δικτύου.

**15.** Σε ό,τι αφορά τις υποχρεώσεις των επιχειρήσεων με Γενική Άδεια και την υποχρέωση που έχουν για σύνταξη του Χ.Υ.Κ. (Χάρτης Υποχρεώσεων προς τον Καταναλωτή), διευκρινίζεται ότι ο Χ.Υ.Κ. στην ηλεκτρονική του μορφή θα πρέπει να είναι εύκολα και γρήγορα ανακτήσιμος εντός της ιστοσελίδας της επιχείρησης. Επίσης, σε κάθε περίπτωση ορίζεται πως θα πρέπει να υπάρχει **διασύνδεση (link) του Χ.Υ.Κ.** στην αρχική σελίδα (homepage) του δικτυακού τόπου της επιχείρησης (site) (άρθρο 10, παρ. 1, στοιχείο ιβ').

**16.** Αναφορικά με την επίδοση του ταχυδρομικού αντικειμένου, ο νέος κανονισμός προβλέπει την προσθήκη στα στοιχεία του ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. (Συνοδευτικό Δελτίο Ταχυμεταφοράς) του **ονόματος του ατόμου που παρέλαβε** το ταχυδρομικό αντικείμενο (άρθρο 10, παρ 2, στοιχείο γ').

**17.** Είναι δυνατή η **χρήση απλοποιημένου ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ.** για τις αποστολές ταχυδρομικών αντικειμένων που αποστέλλονται μαζικά, βάσει σύμβασης, το οποίο προσαρτάται σε κάθε ένα από τα ταχυδρομικά αντικείμενα και φέρει υποχρεωτικά τουλάχιστον το μοναδιαίο αριθμό αποστολής, το διακριτικό τίτλο, και την ένδειξη «EETT» (άρθρο 10, παρ. 3, στοιχείο ε').

**18.** Με το άρθρο 11 του νέου κανονισμού επήλθε **μείωση των προστίμων** σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων.

**19. Πλήρης κατάργηση υποβολής έντυπου φακέλου καθώς και του σχετικού τέλους των 100 ευρώ** που αφορούσε το κόστος διεκπεραίωσης και επεξεργασίας της Δήλωσης Παροχής Γενικής Άδειας (που προβλεπόταν στο άρθρο 16, παρ. 1 του παλαιού κανονισμού).

**20.** Σημαντική **οικονομική ελάφρυνση στην απόδοση των ανταποδοτικών τελών**, δεδομένου ότι τα τέλη με το νέο κανονισμό υπολογίζονται με χαμηλότερα ποσοστά επί των ετήσιων ακαθάριστων εσόδων τους από την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών (άρθρο 12, παρ. 2) και πλέον αφορούν ταχυδρομικά αντικείμενα έως 20 κιλά (άρθρο 12, παρ.1), ενώ μέχρι πρότινος ήταν τα 35 κιλά. Επίσης ορίζεται ρητώς ότι οι υπηρεσίες εκτελωνισμού και ασφάλισης δε θεωρούνται ταχυδρομικές υπηρεσίες, ως εκ τούτου δεν υπόκεινται σε τέλη (άρθρο 12, παρ. 5, στοιχείο γ').

**21.** Ορίζεται στο ίδιο άρθρο, ρητά, ότι τέλη καταβάλλονται και για τα ακαθάριστα έσοδα από τη διακίνηση **ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού**, εισερχομένων και εξερχομένων, τα οποία ακόμη και αν φέρουν ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. αλλοδαπής επιχείρησης οφείλουν να παρακολουθούνται από το Ε.Σ.Π.Ε.Τ.Α. της ελληνικής επιχείρησης.

**22. Μείωση των ελάχιστων ετήσιων τελών** για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών (άρθρο 12, παρ. 2) σε 250€ από 300€ που ίσχυε μέχρι πρότινος με τον παλαιό κανονισμό, ενώ τέλη θα καταβάλλονται πλέον μόνο για τα έσοδα από ταχυδρομικά αντικείμενα κάτω των 20 κιλών.

**23.** Ειδικώς, για τις **υπηρεσίες αντικαταβολών και αγορών** υπάγονται σε τέλη μόνον τα έσοδα από την υπηρεσία ταχυμεταφοράς και όχι από τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες (λ.χ. εισπράξεις) (άρθρο 12, παρ. 5, στοιχείο δ').

**24.** Τα έσοδα από μη ταχυδρομική δραστηριότητα που εξαιρούνται από την καταβολή τελών θα πρέπει να **τιμολογούνται ξεχωριστά από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις στο χρήστη** και να αποτυπώνονται στο λογιστικό τους σύστημα με τρόπο διακριτό (άρθρο 12, παρ. 5, στοιχείο δ').

**25.** Τέλος, με το νέο κανονισμό, κατόπιν αιτήματος της επιχείρησης, είναι δυνατή η καταβολή των ετήσιων ανταποδοτικών τελών στο πλαίσιο **διακανονισμού με την EETT**. Πιο συγκεκριμένα, με την υποβολή της αίτησης διακανονισμού, από την ταχυδρομική επιχείρηση, γίνεται καταβολή του 30% του ποσού των τελών. Το υπόλοιπο οφειλόμενο ποσό δύναται να καταβληθεί από την ταχυδρομική επιχείρηση σε έως έξι (6) ισόποσες μηνιαίες δόσεις, εκτός εάν η EETT, λαμβάνοντας υπόψη τις ειδικές συνθήκες της συγκεκριμένης περίπτωσης και κατόπιν σχετικού αιτήματος του ενδιαφερομένου, αποφασίσει να καθορίσει διαφορετικά το ύψος και τον αριθμό των δόσεων. Η καταβολή των ετήσιων τελών με διακανονισμό επιβαρύνει την ταχυδρομική επιχείρηση με τόκουσ υπερημερίας (άρθρο 12, παρ. 8).

## Πίνακας 1: Οι αλλαγές που επιφέρει ο νέος Κανονισμός Γενικών Αδειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών

### Απλοποίηση & Ευκολία

- Φάκελος (με διεύθυνση παραλήπτη) - Δέμα - Μικροδέμα : Διακριτές κατηγορίες και σαφώς ορισμένες σε διαστάσεις και βάρη.
- «Θυρίδα Υποδοχής», ορισμός και δυνατότητα συνύπαρξης με άλλο κατάστημα.
- Διαδικτυακή εφαρμογή της EETT (ΔΔΕ).
- Διεύρυνση και σαφής ορισμός των κατηγοριών των επιχειρήσεων που δεν απαιτείται να έχουν Γενική Άδεια.
- Κατάργηση των διακρίσεων Γενικής Άδειας σε Τοπική, Περιφερειακή ή Εθνική.
- Αόριστη διάρκεια ισχύος της Γενικής Άδειας.
- Δυνατότητα ένταξης στο ταχυδρομικό δίκτυο κατόχου Γενικής Άδειας άλλων επιχειρήσεων με Γενική Άδεια, χωρίς να απαιτείται ενημέρωση της EETT.
- Εγγραφή στο μητρώο ταχυδρομικών επιχειρήσεων της EETT μόνο ηλεκτρονικά και μέσω της Διαδικτυακής Εφαρμογής της EETT (Δ.Δ.Ε.).
- Δημοσίευση κωδικοποιημένων κειμένων των κανονισμών της EETT.
- Παροχή αναζήτησης με πολλαπλά κριτήρια των ενεργών επιχειρήσεων που είναι μέλη δικτύου στην ιστοσελίδα της EETT .
- Χρήση απλοποιημένου ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. (Συνοδευτικό Δελτίο Ταχυμεταφοράς), υπό προϋποθέσεις.
- Μείωση του ποσού των προστίμων σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων.
- Κατάργηση του τέλους των 100 ευρώ για υποβολή αίτησης Γενικής Άδειας.
- Μείωση των ελάχιστων ετήσιων τελών στα 250 ευρώ.
- Μείωση των ποσοστών επί των ακαθάριστων εσόδων από την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών για τον υπολογισμό των ετήσιων τελών.
- Μείωση του ορίου βάρους του ταχυδρομικού αντικειμένου – για τον υπολογισμό των τελών – σε έως 20 κιλά.
- Οι υπηρεσίες εκτελωνισμού και ασφάλισης δεν είναι ταχυδρομικές και δεν υπόκεινται σε τέλη.
- Οι υπηρεσίες αγορών και αντικαταβολών υπάγονται σε τέλη μόνο σε ό,τι αφορά το έσοδο από την υπηρεσία ταχυμεταφοράς και όχι σε ό,τι αφορά τις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες.
- Δυνατότητα διακανονισμού με την EETT για την καταβολή των ετήσιων τελών.

### Προστασία του Καταναλωτή

- Δικαίωμα αποζημίωσης λόγω καθυστέρησης.
- Δυνατότητα τροποποίησης του προορισμού και του παραλήπτη κατά τη μεταφορά.
- Εξατομικευμένη παροχή υπηρεσιών στους χρήστες.
- Εύκολη και γρήγορη ανάκτηση του Χ.Υ.Κ. (Χάρτης Υποχρεώσεων προς τον Καταναλωτή) στην ιστοσελίδα του ταχυδρομικού παρόχου.
- Προσθήκη στα στοιχεία του ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. (Συνοδευτικό Δελτίο Ταχυμεταφοράς) του ονόματος του ατόμου που παρέλαβε το αντικείμενο.

### Διασφάλιση ανταγωνισμού

- Η μη υποβολή των ετήσιων τελών θεωρείται διακοπή παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών.
- Μία ταχυδρομική επιχείρηση δε μπορεί να θεωρηθεί μέλος δικτύου επιχείρησης του εξωτερικού.
- Διακριτή τιμολόγηση των υπηρεσιών που εξαιρούνται από την καταβολή τελών.
- Για την καταβολή των ετήσιων τελών λαμβάνονται υπόψη και τα ακαθάριστα έσοδα από τη διακίνηση ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού, εισερχομένων και εξερχομένων, ακόμη και αυτά που φέρουν ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. αλλοδαπής επιχείρησης.

## 1.2 Διαδικτυακή Εφαρμογή της ΕΕΤΤ

Η διαδικτυακή εφαρμογή της ΕΕΤΤ (ΔΔΕ), η οποία αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του νέου Κανονισμού Γενικών Αδειών και περιγράφεται εκτενώς στο άρθρο 3 αυτού, είναι μία ηλεκτρονική υπηρεσία του δημόσιου τομέα, βάσει των όσων ορίζονται στην υπουργική απόφασή<sup>10</sup> για την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης.

Η διαδικτυακή εφαρμογή της ΕΕΤΤ, αποτελεί σημαντική ρυθμιστική καινοτομία για την ταχυδρομική αγορά και συγκεκριμένα για τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις με Γενική Άδεια. Η εφαρμογή αυτή λειτουργεί από το δικτυακό τόπο της ΕΕΤΤ ως μέσο για την ηλεκτρονική υποβολή αιτημάτων και των απαραίτητων συνοδευτικών στοιχείων/εγγράφων από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις, δίνοντας τη δυνατότητα για:

- i. υποβολή δήλωσης παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών υπό καθεστώς Γενικής Άδειας για την εγγραφή ταχυδρομικών επιχειρήσεων στο Μητρώο της ΕΕΤΤ,
- ii. τροποποίηση των στοιχείων της Γενικής Άδειας της επιχείρησης,

iii. χορήγηση βεβαιώσεων εγγραφής στο μητρώο της ΕΕΤΤ και στοιχείων ταχυδρομικού δικτύου,

iv. διαγραφή από το μητρώο της ΕΕΤΤ, όπως επίσης και οποιαδήποτε άλλα αιτήματα ή υπηρεσίες καθοριστούν μελλοντικά από την ΕΕΤΤ.

Η διαδικτυακή εφαρμογή τηρεί, με ηλεκτρονικό τρόπο, το ιστορικό των δηλώσεων που υποβάλει η ταχυδρομική επιχείρηση, το οποίο είναι διαθέσιμο προς παρουσίαση και εκτύπωση από τους χρήστες της ΔΔΕ. Οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις λαμβάνουν, μέσω της ΔΔΕ, ηλεκτρονική βεβαίωση εγγραφής στο μητρώο της ΕΕΤΤ και στοιχείων του ταχυδρομικού δικτύου. Οι βεβαιώσεις που χορηγούνται, μέσω αυτής της ηλεκτρονικής εφαρμογής, αποτελούν διοικητικά έγγραφα, είναι έγκυρα για κάθε χρήση από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις και φέρουν ημερομηνία έκδοσης, ταυτόσημη με την ημερομηνία λήψης (download) του εγγράφου από τη ΔΔΕ.

## 1.3 Ο νέος Κανονισμός Ειδικών Αδειών

Ο κανονισμός Ειδικών Αδειών αφορά στις ταχυδρομικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Καθολική Υπηρεσία και περιλαμβάνουν τουλάχιστον την περισυλλογή, μεταφορά, διαλογή και διανομή φακέλων βάρους έως 2 κιλών και δεμάτων βάρους έως 20 κιλών καθώς και τις υπηρεσίες των συστημένων και των αποστολών με δηλωμένη αξία.

Οι τροποποιήσεις που επέρχονται με το νέο αυτό κανονισμό Ειδικών Αδειών αφορούν στους παρακάτω τομείς:

**1.** Σαφής ορισμός και διάκριση μεταξύ των ταχυδρομικών αντικειμένων (άρθρο 2, στοιχείο α') σε Φάκελο - Δέμα - Μικροδέμα (ή μικρό πακέτο):

**i. Φάκελος (με διεύθυνση παραλήπτη)**, όπου μέχρι πρότινος οριζόταν ως «έγγραφο», με σαφή περιγραφή και οριοθέτηση

του μέγιστου βάρους και των ανώτατων διαστάσεων (βάρους έως 2 κιλά, ενδεικτικά ανώτατα όρια διαστάσεων 40 x 30 εκατοστά και πάχους 2 εκατοστών),

**ii. Δέμα** με διαστάσεις εκτός των ορίων του φακέλου και βάρους έως 20 κιλά,

**iii. Μικροδέμα (ή μικρό πακέτο)** ορίζεται ως η υποκατηγορία των δεμάτων η οποία αφορά στα δέματα βάρους κάτω των 2 κιλών.

**2.** Ο ορισμός της «**Θυρίδας Υποδοχής**» (άρθρο 2, στοιχείο ε'), αποτελεί ένα νέο στοιχείο που αφορά στον επιχειρησιακό χώρο όπου πραγματοποιείται μόνο η παραλαβή ή η επιτόπου επίδοση των ταχυδρομικών αντικειμένων, χωρίς να περιλαμβάνει άλλη φάση ταχυδρομικής υπηρεσίας (διαλογή



ή προώθηση για επίδοση). Η «**Θυρίδας Υποδοχής**», μπορεί να συνυπάρχει με άλλο κατάστημα ή να είναι αυτόνομο.

**3.** Ο ορισμός των «**υπηρεσιών που παρέχονται με χρέωση ανά μονάδα ταχυδρομικού αντικειμένου**» και αφορούν τις ταχυδρομικές υπηρεσίες για τις οποίες η χρέωση ορίζεται με τους γενικούς όρους του φορέα ή των φορέων παροχής καθολικής υπηρεσίας για τα επί μέρους ταχυδρομικά αντικείμενα (άρθρο 2, στοιχείο θ').

**4.** Ορίζονται ρητά οι περιπτώσεις των επιχειρήσεων για τις οποίες **δεν απαιτείται Ειδική Άδεια** (άρθρο 3, παρ. 3), πιο συγκεκριμένα:

**i.** Επιχείρηση που είναι ενταγμένη στο δίκτυο και ενεργεί κατ' εντολή και για λογαριασμό άλλης ταχυδρομικής επιχείρησης, που διαθέτει Ειδική Άδεια.

**ii.** Επιχείρηση που διαμεσολαβεί για εύρεση καλύτερης τιμής και υπηρεσίας, ανάλογα με τις ανάγκες των χρηστών για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών, χωρίς να παρέχει η ίδια ταχυδρομικές υπηρεσίες.

**iii.** Επιχείρηση που διακινεί αντικείμενα που δεν έχουν τα χαρακτηριστικά του ταχυδρομικού αντικειμένου.

**iv.** Επιχείρηση που εγκαθιστά αυτοτελές δίκτυο για την εξυπηρέτηση, αποκλειστικά και μόνον ιδίων αναγκών της χωρίς να παρέχει εμπορικές υπηρεσίες στο κοινό.

**v.** Επιχείρηση που παρέχει υπηρεσίες κατάθεσης ταχυδρομικών

αντικειμένων στο Φορέα Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας ή σε άλλον πάροχο, χωρίς να αναλαμβάνει την ταχυδρομική υπηρεσία.

**5.** Ο κάτοχος της Ειδικής Άδειας έχει τη δυνατότητα να εντάξει στο ταχυδρομικό του δίκτυο άλλες επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια, **χωρίς να απαιτείται ενημέρωση της ΕΕΤΤ** (άρθρο 4, παρ. 4).

**6.** Η χορηγηθείσα **Ειδική Άδεια μπορεί να τροποποιηθεί** (άρθρο 11, παρ.1, στοιχεία α' και β') στις ακόλουθες περιπτώσεις:

**i.** για παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών πέραν αυτών που έχουν χορηγηθεί με την αρχική της Αίτηση,

**ii.** για διακοπή της παροχής ορισμένων ή του συνόλου των ταχυδρομικών υπηρεσιών, για τις οποίες έχει ήδη υποβάλλει αίτηση.

**7.** Η **Ειδική Άδεια δεν τροποποιείται** σε περίπτωση αλλαγής της νομικής μορφής της ταχυδρομικής επιχείρησης και νέου αριθμού φορολογικού μητρώου (ΑΦΜ) (άρθρο 11, παρ. 4), με την επιφύλαξη των όσων ορίζονται στο άρθρο 14 του κανονισμού Ειδικών Αδειών.

**8.** Κατά τη διάρκεια ισχύος της Ειδικής Άδειας, η επιχείρηση μπορεί να διαγραφεί από το Μητρώο Ταχυδρομικών Επιχειρήσεων με απόφαση της Ολομέλειας ακόμα και αυτεπάγγελα, σε περίπτωση που περιέλθει σε γνώση της ΕΕΤΤ η **παύση της δραστηριότητας στην αρμόδια Δ.Ο.Υ.** (άρθρο 13, παρ. 3, στοιχείο β').

<sup>10</sup> ΥΑΠ/Φ.40.4/3/1031 (ΦΕΚ 1317/Β/23-04-2012, «Ρυθμίσεις για το Ηλεκτρονικό Δημόσιο Έγγραφο»)

9. Σε ό,τι αφορά στο Χ.Υ.Κ. στην ηλεκτρονική του μορφή, θα πρέπει να είναι εύκολα και γρήγορα ανακτήσιμος από κάθε ενδιαφερόμενο εντός της επίσημης ιστοσελίδας της επιχείρησης. Σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να υπάρχει **διασύνδεση (link) του Χ.Υ.Κ.** στην αρχική σελίδα (homepage) του δικτυακού τόπου της επιχείρησης (site) (άρθρο 15, παρ. 1, στοιχείο ιβ').

10. Οι επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια θα πρέπει να χρησιμοποιούν ευδιάκριτη σήμανση επί των ταχυδρομικών αντικειμένων, προκειμένου να είναι δυνατή η άμεση διαπίστωση από τους χρήστες ή τις υπηρεσίες της ΕΕΤΤ ή από οποιονδήποτε ενδιαφερόμενο της **ταυτότητας της επιχείρησης** (π.χ. εταιρικό λογότυπο) και ότι παρέχει νομίμως ταχυδρομικές υπηρεσίες, αναγράφοντας τον αριθμό μητρώου που τους έχει δοθεί από την ΕΕΤΤ (άρθρο 15, παρ. 9).

11. Οι επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια οφείλουν να δημοσιεύουν **ετήσια έκθεση με τον αριθμό των παραπόνων των χρηστών** που αντιμετώπισαν και τον τρόπο που τα χειρίστηκαν σε μία τουλάχιστον εφημερίδα εθνικής κυκλοφορίας ή στην ιστοσελίδα τους το πρώτο τετράμηνο κάθε έτους (άρθρο 15, παρ. 12).

12. Ουσιαστικά με το άρθρο 16 του νέου κανονισμού, **καταργείται το ελάχιστο ποσό προστίμου** διατηρώντας μόνο το μέγιστο ποσό. Επιπλέον, με το άρθρο αυτό **καταργείται η επιβολή ημερήσιου προστίμου** για κάθε ημέρα μη συμμόρφωσης σε περίπτωση παράνομης παροχής υπηρεσιών, χωρίς φυσικά να αποκλείεται η επιβολή των λοιπών κυρώσεων.

13. Με το άρθρο 17, επέρχεται για τα ανταποδοτικά τέλη **μείωση των ποσοστών επί των ακαθάριστων εσόδων** από την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών που αφορούν στην Ειδική Άδεια.

14. Ορίζεται στο ίδιο άρθρο, ρητά, ότι τέλη καταβάλλονται και για τα ακαθάριστα έσοδα από τη διακίνηση **ταχυδρομικών αντικειμένων εξωτερικού**, εισερχομένων και εξερχομένων.

15. **Υπηρεσίες εκτελωνισμού και ασφάλισης** δε θεωρούνται ταχυδρομικές υπηρεσίες, ως εκ τούτου δεν υπόκεινται σε τέλη (άρθρο 17).

16. Τα έσοδα από μη ταχυδρομική δραστηριότητα που εξαιρούνται από την καταβολή τελών θα πρέπει να **τιμολογούνται ξεχωριστά από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις στο χρήστη** και να αποτυπώνονται στο λογιστικό σύστημα της ταχυδρομικής επιχείρησης με τρόπο διακριτό (άρθρο 17).

17. Είναι δυνατή η καταβολή των ετήσιων ανταποδοτικών τελών, κατόπιν αιτήματος της ταχυδρομικής επιχείρησης, στο πλαίσιο **διακανονισμού με την ΕΕΤΤ**. Καταβάλλεται το

30% του ποσού των τελών με την υποβολή της αίτησης διακανονισμού. Το υπόλοιπο οφειλόμενο ποσό δύναται να καταβληθεί από την ταχυδρομική επιχείρηση σε έως έξι (6) ισόποσες μηνιαίες δόσεις, εκτός εάν η ΕΕΤΤ, λαμβάνοντας υπόψη τις ειδικές συνθήκες της συγκεκριμένης περίπτωσης και κατόπιν σχετικού αιτήματος του ενδιαφερομένου αποφασίσει να καθορίσει διαφορετικά το ύψος και τον αριθμό των δόσεων. Η καταβολή των ετήσιων τελών με διακανονισμό επιβαρύνει την ταχυδρομική επιχείρηση με τόκους υπερημερίας (άρθρο 17, παρ. 8).

18. Η ΕΕΤΤ δύναται να δημοσιεύει **κωδικοποιημένα κείμενα** των κανονισμών της, για διευκόλυνση των ενδιαφερομένων (άρθρο 19).

19. Η ΕΕΤΤ παρέχει στο δικτυακό της τόπο, **εφαρμογή αναζήτησης με πολλαπλά κριτήρια** (ΑΦΜ, επωνυμία, πόλη, νομό, κ.λπ.) των ενεργών επιχειρήσεων που είναι μέλη ταχυδρομικού δικτύου (άρθρο 19).

## Πίνακας 2: Οι αλλαγές που επιφέρει ο νέος Κανονισμός Ειδικών Αδειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών

### Απλοποίηση & Ευκολία

- Φάκελος (με διεύθυνση παραλήπτη) - Δέμα - Μικροδέμα : Διακριτές κατηγορίες και σαφώς ορισμένες σε διαστάσεις και βάρη.
- «Θυρίδα Υποδοχής», ορισμός και δυνατότητα συνύπαρξής της με άλλο κατάστημα.
- Σαφής ορισμός των κατηγοριών των επιχειρήσεων που δεν απαιτείται να έχουν Ειδική Άδεια.
- Δυνατότητα ένταξης στο ταχυδρομικό δίκτυο κατόχου Ειδικής Άδειας άλλων επιχειρήσεων με Ειδική Άδεια, χωρίς να απαιτείται ενημέρωση της ΕΕΤΤ.
- Μη τροποποίηση της Ειδικής Άδειας σε περίπτωση αλλαγής της νομικής μορφής της και νέου ΑΦΜ (με την επιφύλαξη των διατάξεων του άρθρου 14 του Κανονισμού Ειδικών Αδειών).
- Κατάργηση του ελάχιστου ποσού προστίμου, διατηρώντας μόνο το μέγιστο ποσό.
- Μείωση των ποσοστών επί των ακαθάριστων εσόδων από την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών για τον υπολογισμό των τελών.
- Υπηρεσίες εκτελωνισμού και ασφάλισης δεν είναι ταχυδρομικές και δεν υπόκεινται σε τέλη.
- Δυνατότητα διακανονισμού για την καταβολή των ετήσιων τελών.
- Δημοσίευση κωδικοποιημένων κειμένων των κανονισμών της ΕΕΤΤ.
- Παροχή αναζήτησης με πολλαπλά κριτήρια, στην ιστοσελίδα της ΕΕΤΤ, των ενεργών επιχειρήσεων που είναι μέλη ταχυδρομικού δικτύου.

### Προστασία του Καταναλωτή

- Εύκολη και γρήγορη ανάκτηση του Χ.Υ.Κ. (Χάρτης Υποχρεώσεων προς τον Καταναλωτή) στην ιστοσελίδα του ταχυδρομικού παρόχου.
- Ύπαρξη ευδιάκριτης σήμανσης της ταυτότητας της επιχείρησης επί των ταχυδρομικών αντικειμένων.
- Δημοσίευση ετήσιας έκθεσης με τον αριθμό των παραπόνων των χρηστών και τον τρόπο χειρισμού αυτών.
- Αυτεπάγγελτη διαγραφή επιχείρησης που έχει κάνει παύση δραστηριότητας στην αρμόδια Δ.Ο.Υ.

### Διασφάλιση ανταγωνισμού

- Χρέωση ανά μονάδα του ταχυδρομικού αντικειμένου και ορισμός αυτής στους γενικούς όρους.
- Αναγραφή της διεύθυνσης του παραλήπτη επί του ταχυδρομικού αντικειμένου ή σε λίστα διανομής.
- Διευκρίνιση ότι η καταβολή τελών αφορά επίσης και τα έσοδα από αντικείμενα εξωτερικού (εισερχόμενα ή εξερχόμενα).
- Ξεχωριστή τιμολόγηση προς το χρήστη των υπηρεσιών που εξαιρούνται από την καταβολή τελών καθώς και διακριτή αποτύπωση αυτών στο λογιστικό σύστημα της επιχείρησης.

## 1.4 Κώδικας Δεοντολογίας Παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

Για πρώτη φορά η ΕΕΤΤ, ως ρυθμιστική αρχή της εν λόγω αγοράς, δημοσίευσε Κώδικα Δεοντολογίας<sup>11</sup> για την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών. Σε αυτόν καταγράφονται αναλυτικά οι διαδικασίες που πρέπει να ακολουθεί κάθε πάροχος (κάτοχος Γενικής ή Ειδικής Άδειας) ταχυδρομικών υπηρεσιών με στόχο τη διασφάλιση και σωστή εξυπηρέτηση του καταναλωτή. Το ρυθμιστικό αυτό κείμενο δρα συμπληρωματικά προς το κανονιστικό και νομοθετικό πλαίσιο δίνοντας έμφαση κυρίως σε πρακτικά θέματα ορθής συναλλαγής με το κοινό. Έτσι, σε αυτόν αναλύονται και παρουσιάζονται τα σημεία «επαφής» της ταχυδρομικής επιχείρησης με τον καταναλωτή με ιδιαίτερη έμφαση στους παρακάτω τομείς:

- τιμοκατάλογος παρεχόμενων υπηρεσιών,
- παραλαβή και επίδοση των ταχυδρομικών αντικειμένων ταχυμεταφορών,
- διαχείριση ανεπίδοτων ταχυδρομικών αντικειμένων,
- προσωπικό παρόχου για την εξυπηρέτηση των καταναλωτών,
- ορθή χρήση του ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. (Συνοδευτικό Δελτίο Ταχυμεταφοράς),
- ύπαρξη Ε.Σ.Π.Ε.Τ.Α. (Ειδικό Σύστημα Παρακολούθησης και Εντοπισμού Ταχυδρομικών Αντικειμένων),
- ατομική σύμβαση στην οποία αναγράφονται οι όροι και προϋποθέσεις διακίνησης του ταχυδρομικού αντικειμένου.

### 1.4.1 Τιμοκατάλογος Παρεχόμενων Υπηρεσιών

Ορίζεται ρητά, εντός του Κώδικα Δεοντολογίας, ότι στον τιμοκατάλογο κάθε παρόχου ταχυδρομικών υπηρεσιών, θα πρέπει να αναγράφονται κατ' ελάχιστον τα εξής:

- Ημερομηνία έναρξης ισχύος του τιμοκαταλόγου σε διακριτό σημείο
- Περιγραφή της κάθε προσφερόμενης υπηρεσίας συνοδευόμενης από την τιμή/χρέωση αυτής, συμπεριλαμβανομένου του Φ.Π.Α.

Ο τιμοκατάλογος θα πρέπει να αποτυπώνει ανά πάσα στιγμή τις ισχύουσες χρώσεις και να είναι εύκολα ανακτήσιμος από κάθε ενδιαφερόμενο. Ο τιμοκατάλογος σε ηλεκτρονική μορφή θα πρέπει να είναι εύκολα και γρήγορα ανακτήσιμος από κάθε ενδιαφερόμενο εντός της επίσημης ιστοσελίδας (site) της επιχείρησης. Οι καταναλωτές θα πρέπει να ενημερώνονται για τις

αυξήσεις των χρεώσεων πριν την έναρξη της ισχύος τους. Παραπομπές, αστερίσκοι, «ψιλά γράμματα», καθώς και λέξεις που ακυρώνουν ή θέτουν υπό αίρεση τις παρεχόμενες υπηρεσίες δε θα πρέπει να χρησιμοποιούνται παρά μόνον επεξηγηματικά μιας υπηρεσίας με σαφή και εμφανή τρόπο. Πιθανές προσφορές που παρουσιάζονται στον τιμοκατάλογο θα πρέπει να είναι κοινές για όλους τους καταναλωτές.

### 1.4.2 Παραλαβή και επίδοση ταχυδρομικών αντικειμένων ταχυμεταφορών

Ρητά ορίζεται, στο άρθρο 5 του Κώδικα Δεοντολογίας, ότι ο πάροχος έχει την υποχρέωση να ενημερώνει το χρήστη για τις προδιαγραφές της υπηρεσίας που επιλέγει, το χρόνο και τρόπο επίδοσης, τη χρέωση καθώς και να του παραδίδει την ατομική σύμβαση. Επιπλέον, θα πρέπει να διευκρινίζει στο χρήστη ότι το ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. (Συνοδευτικό Δελτίο Ταχυμεταφοράς) δεν αποτελεί φορολογικό στοιχείο και να τον ενημερώνει για τον τρόπο χορήγησης του νόμιμου παραστατικού (απόδειξης ή τιμολογίου παροχής υπηρεσιών) σε φυσική ή ηλεκτρονική μορφή.

Ο πάροχος έχει επίσης κάθε δικαίωμα να ζητήσει από τον αποστολέα να ανοίξει το δέμα ή το φάκελο για να ελέγξει το περιεχόμενο αυτού. Επιπλέον, μπορεί να ζητήσει από τον αποστολέα έως δύο επίσημα έγγραφα ταυτοποίησης προσώπου, όπως ταυτότητα, διαβατήριο, δίπλωμα οδήγησης ή άδεια παραμονής. Ο πάροχος θα πρέπει να αρνηθεί την αποστολή του ταχυδρομικού αντικειμένου εάν κρίνει ότι αυτό είναι επικίνδυνο για τη δημόσια ασφάλεια και να ενημερώσει τις αρμόδιες αρχές καθώς και την ΕΕΤΤ. Το ταχυδρομικό αντικείμενο θα πρέπει να παραδίδεται στην διεύθυνση του παραλήπτη στον ίδιο ή σε σύνοικο πρόσωπο, σε περίπτωση απουσίας του παραλήπτη.

Ο αποστολέας θα πρέπει εκ των προτέρων να δηλώσει τις όποιες ιδιαίτερες απαιτήσεις έχει για τη μεταφορά του αντικειμένου ή τη φύση αυτού. Λόγου χάριν, εάν αυτό είναι εύθραυστο ή εάν έχει ειδική αξία ή ειδικές απαιτήσεις μεταφοράς ο πάροχος μπορεί να ζητήσει την καταβολή πρόσθετων τελών. Επιπλέον, υπάρχει η δυνατότητα τηλεφωνικώς ή εγγράφως και εντός χρονικού ορίου που ορίζεται από την ταχυδρομική επιχείρηση ταχυμεταφορών να αλλάξει τη διεύθυνση επίδοσης του αντικειμένου με ενδεχόμενη πρόσθετη χρέωση. Ο αποστολέας ενημερώνεται για

τα στοιχεία επίδοσης (ημέρα και ώρα παράδοσης, ονοματεπώνυμο στόμου που παρέλαβε από την ιστοσελίδα της επιχείρησης ή από εκπρόσωπο της εταιρείας μετά από σχετική ερώτησή του, μέσω τηλεφώνου, e-mail, κ.λπ.)

Ο παραλήπτης έχει τη δυνατότητα να παραλάβει με επιφύλαξη το ταχυδρομικό αντικείμενο. Επιπλέον, μπορεί τηλεφωνικώς ή εγγράφως και εντός χρονικού ορίου που ορίζεται από την επιχείρηση ταχυμεταφορών, να αλλάξει τη διεύθυνση επίδοσης του αντικειμένου αναλαμβάνοντας τυχόν πρόσθετη επιβάρυνση.

### 1.4.3 Διαχείριση ανεπίδοτων ταχυδρομικών αντικειμένων

Ο Κώδικας Δεοντολογίας ορίζει ως οριστικά ανεπίδοτα, τα ταχυδρομικά αντικείμενα που δεν είναι δυνατόν να επιδοθούν στον παραλήπτη ή να επιστραφούν στον αποστολέα και για αυτά ακολουθείται η διαδικασία δωρεάς σε κοινωφελή ή άλλα ιδρύματα ή η καταστροφή τους, κατόπιν συντάξεως σχετικού πρακτικού καταστροφής και σύμφωνα με τη διαδικασία που ορίζει η επιχείρηση, μετά από την πάροδο τουλάχιστον έξι μηνών από την τελευταία αποτυχημένη προσπάθεια επίδοσης του αντικειμένου. Από αυτή τη διαδικασία εξαιρούνται τα αντικείμενα τα οποία έχουν παρακρατηθεί επίσημα ή έχει δηλωθεί από τον αποστολέα ότι έχουν αξία μεγαλύτερη των 100 ευρώ, οπότε και παραδίδονται στην ΕΕΤΤ. Πριν χαρακτηριστεί ένα αντικείμενο ως οριστικώς ανεπίδοτο, ο πάροχος θα πρέπει τουλάχιστον:

- να προβεί σε έγγραφη ειδοποίηση προς τον παραλήπτη, σε περίπτωση απουσίας αυτού και να επιστρέψει το αντικείμενο σε χώρο της ταχυδρομικής επιχείρησης,
- να προγραμματίσει, τουλάχιστον, δεύτερη προσπάθεια επίδοσης του αντικειμένου στον παραλήπτη,
- να επικοινωνεί τηλεφωνικά με τον αποστολέα ή τον παραλήπτη, στα τηλέφωνα επικοινωνίας που του έχουν δοθεί, εφόσον αντιμετωπίζει δυσκολίες στην επίδοση,
- να επιστρέψει το ταχυδρομικό αντικείμενο στον αποστολέα, με χρέωση όχι μεγαλύτερη του ποσού που καταβλήθηκε για την αποστολή του, εφόσον έχει καταστεί αδύνατη η επίδοσή του στον παραλήπτη ή αυτός έχει αρνηθεί να το παραλάβει. Ανεπίδοτο θεωρείται ένα ταχυδρομικό αντικείμενο για το οποίο η ταχυδρομική επιχείρηση έχει εξαντλήσει κάθε δυνατή προσπάθεια επίδοσής του, βάσει των ανωτέρω, χωρίς αποτέλεσμα. Τα ανεπίδοτα αντικείμενα θα πρέπει να φυλάσσονται από την ταχυδρομική επιχείρηση για διάστημα τουλάχιστον έξι μηνών από την τελευταία αποτυχημένη προσπάθεια επίδοσής του αντικειμένου.

### 1.4.4 Προσωπικό παρόχου για την εξυπηρέτηση των καταναλωτών

Ο πάροχος οφείλει να έχει διαδικασίες για την επιλογή του κατάλληλου προσωπικού που έρχεται σε επαφή με το καταναλωτικό κοινό. Το προσωπικό θα πρέπει να δίνει σαφείς πληροφορίες για τις υπηρεσίες που παρέχει η ταχυδρομική επιχείρηση, ειδικώς σε ό,τι αφορά τις χρεώσεις, το χρόνο επίδοσης και τη διαθεσιμότητα της υπηρεσίας στη συγκεκριμένη περιοχή. Θα πρέπει να δίνεται η δυνατότητα στον καταναλωτή να επικοινωνεί με την ταχυδρομική επιχείρηση μέσω τηλεφώνου, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail) και τηλεμοιτυπίας (fax).

### 1.4.5 ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. (Συνοδευτικό Δελτίο Ταχυμεταφοράς)

Το Συνοδευτικό Δελτίο Ταχυμεταφοράς (ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ.) είναι υποχρεωτικό για τις υπηρεσίες ταχυμεταφορών και θα πρέπει να επικολλάται σε κάθε ταχυδρομικό αντικείμενο και να φέρει – υποχρεωτικά – τουλάχιστον το μοναδιαίο αριθμό αποστολής, τα στοιχεία του αποστολέα και του παραλήπτη, το διακριτικό τίτλο και τα στοιχεία επικοινωνίας της ταχυδρομικής επιχείρησης καθώς και το διακριτικό ΕΕΤΤ.

Ειδικώς για περιπτώσεις πολλαπλής αποστολής (πολλά αντικείμενα από έναν αποστολέα προς έναν παραλήπτη) σε ένα εκ των αντικειμένων προσαρτάται ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. (master ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ.), ενώ στα υπόλοιπα αντικείμενα είναι δυνατή η χρήση απλοποιημένου αυτοκόλλητου ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. (ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. πολλαπλής αποστολής) το οποίο επικολλάται σε κάθε ένα από τα ταχυδρομικά αντικείμενα. Το απλοποιημένο ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. φέρει υποχρεωτικά το μοναδιαίο αριθμό (master αριθμό) της αποστολής, το μοναδικό αριθμό του κάθε τεμαχίου της αποστολής, το διακριτικό τίτλο και τα στοιχεία επικοινωνίας της ταχυδρομικής επιχείρησης. Τα ταχυδρομικά αντικείμενα που φέρουν απλοποιημένο ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. καταχωρούνται και παρακολουθούνται στο Ε.Σ.Π.Ε.Τ.Α. της επιχείρησης ως αυτόνομα διακινούμενα ταχυδρομικά αντικείμενα. Υποχρέωση για την προσαρτήση του ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. επί του ταχυδρομικού αντικειμένου έχει η επιχείρηση που συνάπτει την ατομική σύμβαση με τον εντολέα/αποστολέα.

Ο Κώδικας Δεοντολογίας ορίζει σαφώς ότι είναι δυνατή η διακίνηση των εισερχόμενων από το εξωτερικό ταχυδρομικών αντικειμένων με ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. αλλοδαπής επιχείρησης και σε γλώσσα άλλης της ελληνικής εφόσον η συγκεκριμένη διακίνηση παρακολουθείται από το Ε.Σ.Π.Ε.Τ.Α. της ταχυδρομικής επιχείρησης που πραγματοποιεί την επίδοση. Επιπλέον, σε ό,τι αφορά τα ταχυδρομικά αντικείμενα με προορισμό το εξωτερικό, επιτρέπεται η χρήση είτε ελληνικού, είτε

<sup>11</sup> ΦΕΚ 1874/Β/31-7-2013, «Κώδικας Δεοντολογίας Παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών»



ξενόγλωσσου ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ., σύμφωνα με τις προτιμήσεις του πελάτη. Τα αποδεικτικά παραλαβής και επίδοσης (υπογραφές) μπορούν να τηρούνται σε ηλεκτρονική ή έντυπη μορφή. Η παραλαβή με επιφύλαξη δηλώνεται είτε πάνω στο έντυπο ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ., είτε σε σχετικό ηλεκτρονικό πεδίο, κατά τη διάρκεια της ηλεκτρονικής υπογραφής.

Σε κάθε περίπτωση η επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να διατηρεί τα ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. σε ηλεκτρονική ή σε έντυπη μορφή για τουλάχιστον 6 μήνες.

#### 1.4.6 Ε.Σ.Π.Ε.Τ.Α. (Ειδικό Σύστημα Παρακολούθησης και Εντοπισμού Ταχυδρομικών Αντικειμένων)

Το Ειδικό Σύστημα Παρακολούθησης και Εντοπισμού Ταχυδρομικών Αντικειμένων (Ε.Σ.Π.Ε.Τ.Α.) είναι υποχρεωτικό για όλες τις υπηρεσίες ταχυμεταφορών. Οι πληροφορίες που θα πρέπει να παρέχονται για κάθε ένα ταχυδρομικό αντικείμενο αφορούν:

- i. τον αριθμό ή κωδικό ταυτοποίησης του ταχυδρομικού αντικειμένου,
- ii. τα στοιχεία του αποστολέα και του παραλήπτη,
- iii. την ημερομηνία, τον τόπο και την ώρα παραλαβής και επίδοσης του ταχυδρομικού αντικειμένου,
- iv. το βάρος ή κλιμάκιο βάρους του ταχυδρομικού αντικειμένου,
- v. το είδος του ταχυδρομικού αντικειμένου με ελάχιστη διάκριση σε φάκελο ή δέμα,

vi. την ημερομηνία/ες και ώρα/ες των αποτυχημένων προσπαθειών επίδοσης.

#### 1.4.7 Ατομική Σύμβαση

Οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν τη διακίνηση ενός ταχυδρομικού αντικειμένου συνάπτουν με το χρήστη ατομική σύμβαση, στην οποία αναγράφονται οι όροι και οι προϋποθέσεις διακίνησής του. Η ατομική σύμβαση θα πρέπει να παραδίδεται στο χρήστη (αποστολέα ή παραλήπτη) με τον οποίο συνάπτει τη σύμβαση η επιχείρηση.

Στην ατομική σύμβαση προσδιορίζονται κατ' ελάχιστον τα εξής:

- i. τα μη αποδεκτά αντικείμενα καθώς και τα αντικείμενα που απαγορεύεται η μεταφορά τους σύμφωνα με τις Διεθνείς Συμβάσεις ή/και τις διατάξεις της κοινοτικής ή και εθνικής νομοθεσίας,
- ii. το δικαίωμα της επιχείρησης να μην παραλαμβάνει προς διακίνηση αντικείμενα σε περίπτωση άρνησης του αποστολέα επιθεώρησής τους από εκπρόσωπο της επιχείρησης,
- iii. τη δυνατότητα ασφαλιστικής κάλυψης του ταχυδρομικού αντικειμένου από τον αποστολέα και τα ποσά αυτής,
- iv. τις αποζημιώσεις για καθυστερήσεις, απώλεια και φθορά αντικειμένων καθώς και τις προθεσμίες εντός των οποίων μπορεί να τις διεκδικήσει ο χρήστης,
- v. τη διαδικασία επίλυσης διαφορών μεταξύ επιχείρησης και χρήστη.



## 1.5 Κανονισμός για τη διαδικασία επίλυσης διαφορών

Ο συγκεκριμένος κανονισμός<sup>12</sup> αφορά την εξέταση των παραπόνων των χρηστών καθώς και την επίλυση των διαφορών που αναφύονται μεταξύ του Δημοσίου και των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, μεταξύ των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, καθώς και μεταξύ αυτών και των χρηστών. Σε αυτόν τίθεται το πλαίσιο υποβολής καταγγελίας από τον κάθε ενδιαφερόμενο (χρήστη, δημόσια αρχή ή ταχυδρομική επιχείρηση) καθώς και ο τρόπος διαχείρισης της καταγγελίας από την ΕΕΤΤ.

Η καταγγελία θα πρέπει να γίνεται εγγράφως, να υπογράφεται και να χρονολογείται. Μπορεί να αποστέλλεται στην ΕΕΤΤ ταχυδρομικώς, με τηλεμοιτυπία ή ηλεκτρονικά. Μία καταγγελία υποβάλλεται εντός προθεσμίας έξι μηνών, από την ημερομηνία αποστολής του αντικειμένου.

Η ΕΕΤΤ δύναται να κοινοποιεί την καταγγελία στο φορέα παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών κατά του οποίου στρέφεται η καταγγελία και να του παρέχει τη δυνατότητα να εκθέσει τις απόψεις του. Επιπλέον, εάν κρίνει ότι υφίστανται ενδείξεις περί παραβίασης της νομοθεσίας που διέπει την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών ή παρέχονται στους χρήστες πλημμελώς οι ταχυδρομικές υπηρεσίες, εισηγείται προς την Ολομέλεια της ΕΕΤΤ τη διενέργεια ακρόασης ή ελέγχου. Η ΕΕΤΤ σε τακτά χρονικά διαστήματα εξετάζει αν προκύπτει συστηματική παραβίαση των κανόνων που διέπουν την παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών, ή σωρευτικό πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα από παράνομες πρακτικές και μπορεί να παραπέμψει τις

ενεχόμενες ταχυδρομικές επιχειρήσεις σε ακρόαση.

Εάν η καταγγελία εμπίπτει στις αρμοδιότητες άλλης ανεξάρτητης ή διοικητικής ή δικαστικής αρχής, η ΕΕΤΤ οφείλει να τη διαβιβάσει αρμοδίως κατά τις κείμενες διατάξεις.

Σε περιπτώσεις διαφορών που αναφύονται μεταξύ φορέων παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών στην Ελληνική Επικράτεια ή μεταξύ των επιχειρήσεων αυτών και του Δημοσίου ή των επιχειρήσεων-χρηστών σχετικά με τις υποχρεώσεις που απορρέουν από το Κανονιστικό Πλαίσιο της η ΕΕΤΤ επιλαμβάνεται της διαφοράς κατόπιν αιτήματος ενός εκ των μερών. Εκδίδει το ταχύτερο δυνατόν - και πάντως εντός τεσσάρων μηνών - δεσμευτική για τα μέρη απόφαση για την επίλυσή της, εκτός αν στο διάστημα αυτό η διαφορά επιλυθεί ή το αιτούν μέρος έχει προσφύγει σχετικώς σε δικαστήριο. Η εν λόγω διαδικασία επίλυσης διαφοράς καθώς και κάθε άλλη σχετική λεπτομέρεια ρυθμίζεται στον Κανονισμό Ακροάσεων της ΕΕΤΤ και δε στερεί σε καμία περίπτωση το δικαίωμα του καταγγέλλοντα να προσφύγει ενώπιον των αρμόδιων δικαστηρίων.

Γενικότερα, αν η ΕΕΤΤ από την εξέταση των καταγγελιών διαπιστώσει τη διάπραξη παράβασης αποφαινεται για τα ληπτέα μέτρα, ή και την επιβολή κυρώσεων σύμφωνα με τις διατάξεις του Ν. 4053/2012. Η Ολομέλεια της ΕΕΤΤ μπορεί να ανακαλεί την απόφασή της, αν προκύψουν νέα οψιγενή ή οψιφανή στοιχεία.

## 1.6 Περιπτώσεις αποζημίωσης για πλημμελή παροχή

Η ΕΕΤΤ με απόφασή<sup>13</sup> της καθόρισε τις περιπτώσεις που χρήζουν αποζημίωσης για πλημμελή παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών από τους ταχυδρομικούς παρόχους (με Γενική ή Ειδική Άδεια) προς το χρήστη. Οι περιπτώσεις αυτές με τις αντίστοιχες αποζημιώσεις, αναφέρονται στον παρακάτω πίνακα.

<sup>12</sup> ΦΕΚ 1874/Β/31-7-2013. «Κανονισμός περί διαδικασιών επίλυσης διαφορών που αναφύονται μεταξύ των φορέων παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, μεταξύ αυτών και των χρηστών, καθώς και περί διαδικασιών εξέτασης παραπόνων των χρηστών».

<sup>13</sup> ΦΕΚ 1412/Β/10-6-2013. «Καθορισμός των περιπτώσεων που επιβάλλεται κατ' αποκοπή αποζημίωση για πλημμελή παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών».

**Πίνακας 3: Περιπτώσεις και ποσά αποζημιώσεων στις ταχυδρομικές υπηρεσίες**

Περιπτώσεις που χρήζουν αποζημίωσης	Ποσό Αποζημίωσης
Για φάκελο <sup>14</sup> , με αποδεδειγμένη: • Απώλεια ή • Ολική Κλοπή ή • Ολική καταστροφή του περιεχομένου του*	Από 50 ευρώ έως 70 ευρώ (και επιπλέον, επιστροφή του καταβληθέντος ταχυδρομικού τέλους για τη συγκεκριμένη αποστολή).
Για δέμα <sup>15</sup> , με αποδεδειγμένη: • Απώλεια ή • Ολική Κλοπή ή • Ολική καταστροφή του περιεχομένου του	Από 100 ευρώ έως 400 ευρώ (και επιπλέον, επιστροφή του καταβληθέντος ταχυδρομικού τέλους για τη συγκεκριμένη αποστολή).
Φάκελος ή Δέμα με δηλωμένη αξία / ασφαλισμένο και με αποδεδειγμένη: • Απώλεια ή • Ολική Κλοπή ή • Ολική καταστροφή του περιεχομένου	Ίσο με το ποσό της δηλωθείσας αξίας (και επιπλέον, επιστροφή του καταβληθέντος ταχυδρομικού τέλους για τη συγκεκριμένη αποστολή).
Φάκελος ή Δέμα, με αποδεδειγμένη: • Μερική Απώλεια ή • Μερική Κλοπή ή • Μερική καταστροφή του περιεχομένου του*	Ίσο με την πραγματική αξία της απώλειας ή κλοπής ή καταστροφής υπό την προϋπόθεση ότι δεν υπερβαίνει το ποσό αποζημίωσης για απώλεια ή ολική κλοπή ή ολική καταστροφή.
Φάκελος ή Δέμα με δηλωμένη αξία / ασφαλισμένο και με αποδεδειγμένη: • Μερική Απώλεια ή • Μερική Κλοπή ή • Μερική καταστροφή του περιεχομένου του	Ίσο με την πραγματική αξία της απώλειας ή κλοπής ή καταστροφής υπό την προϋπόθεση ότι δεν υπερβαίνει το ποσό της δηλωθείσας αξίας.
Δέμα ή ταχυδρομικό αντικείμενο ταχυμεταφορών που δεν επιδόθηκε για άγνωστους λόγους.	Επιστροφή των ταχυδρομικών εξόδων στον αποστολέα.
Αποδεδειγμένη καθυστέρηση επίδοσης ταχυδρομικών αντικειμένων ταχυμεταφορών (πέραν του συμφωνημένου χρονικού διαστήματος).	6 ευρώ για κάθε ημέρα καθυστέρησης.
Αποδεδειγμένη καθυστέρηση επίδοσης ταχυδρομικών αντικειμένων ταχυμεταφορών με καθυστέρηση που υπερβαίνει το πενταπλάσιο του συμφωνημένου χρόνου επίδοσης.	6 ευρώ για κάθε ημέρα καθυστέρησης (και επιπλέον, επιστροφή του καταβληθέντος ταχυδρομικού τέλους για τη συγκεκριμένη αποστολή). **

\* το οποίο φέρει μονοσήμαντα ορισμένο αριθμό αποστολής

\*\* υπό την προϋπόθεση ότι το συνολικό ποσό αποζημίωσης δεν υπερβαίνει τα 100 ευρώ

<sup>14</sup> Με την όποια αναφορά γίνεται στον πίνακα με τη λέξη «φάκελος», εννοείται το περιεχόμενο του φακέλου όπως ορίζεται και στη σχετική απόφαση.

<sup>15</sup> Με την όποια αναφορά γίνεται στον πίνακα με τη λέξη «δέμα», εννοείται το περιεχόμενο του δέματος, όπως ορίζεται και στη σχετική απόφαση.

Σε όλα τα ποσά που αναφέρονται στον παραπάνω πίνακα, συμπεριλαμβάνεται και η όποια αποζημίωση για ηθική βλάβη, ενώ η συνεπαγόμενη απώλεια κέρδους δεν αποζημιώνεται.

Σε κάθε περίπτωση, οι πάροχοι των ταχυδρομικών υπηρεσιών μπορούν να συμφωνήσουν με τους χρήστες μεγαλύτερο ποσό κατ' αποκοπή αποζημίωσης, εφόσον το κρίνουν σκόπιμο. Η αποζημίωση καταβάλλεται το αργότερο εντός 5 εργάσιμων ημερών από την ημερομηνία έγκρισης καταβολής αποζημίωσης. Η απώλεια, κλοπή ή καθυστερημένη επίδοση απλών ταχυδρομικών αντικειμένων δε γεννά δικαίωμα αποζημίωσης.

Στη συγκεκριμένη απόφαση, περιγράφονται και ορίζονται σαφώς και οι περιπτώσεις όπου οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις δεν ευθύνονται για την ολική ή μερική καταστροφή του ταχυδρομικού αντικειμένου και δεν έχουν την υποχρέωση αποζημίωσης του χρήστη παρά μόνον την επιστροφή του ποσού του ταχυδρομικού τέλους. Πιο αναλυτικά, οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις δεν ευθύνονται στις εξής περιπτώσεις:

i. εκτάκτου ανάγκης,

ii. αποδεδειγμένων εγκληματικών ενεργειών στις εγκαταστάσεις ή στα μεταφορικά μέσα,

iii. ιδιαίτερης ευπαθούς φύσης του περιεχομένου του ταχυδρομικού αντικειμένου (πχ τρόφιμα με ημερομηνία λήξης ή φάρμακα),

iv. αποδεδειγμένης αμέλειας του αποστολέα (πχ ακατάλληλη συσκευασία, λανθασμένη περιγραφή του αντικειμένου ή λανθασμένα στοιχεία του παραλήπτη),

v. αποστολών, των οποίων το περιεχόμενο εμπίπτει σε απαγόρευση διακίνησης ή κατοχής για τον αποστολέα ή τον παραλήπτη,

vi. αποστολών που το περιεχόμενό τους κατάσχετεί ή καταστρέφεται από τις Αρμόδιες Αρχές,

vii. όταν ο παραλήπτης δεν έχει ενδιαφερθεί για παραλαβή του ταχυδρομικού αντικειμένου για διάστημα άνω των 6 μηνών,

viii. όταν ο παραλήπτης παραλαμβάνει το αντικείμενο και εντός τριών εργάσιμων ημερών δεν έχει εκφράσει επιφύλαξη.

Σε κάθε περίπτωση ο χρήστης οφείλει σε διάστημα εντός έξι μηνών, από την κατάρτιση της ταχυδρομικής σύμβασης, να υποβάλει τη σχετική του απαίτηση για αποζημίωση, διαφορετικά χάνει το δικαίωμα αυτό.



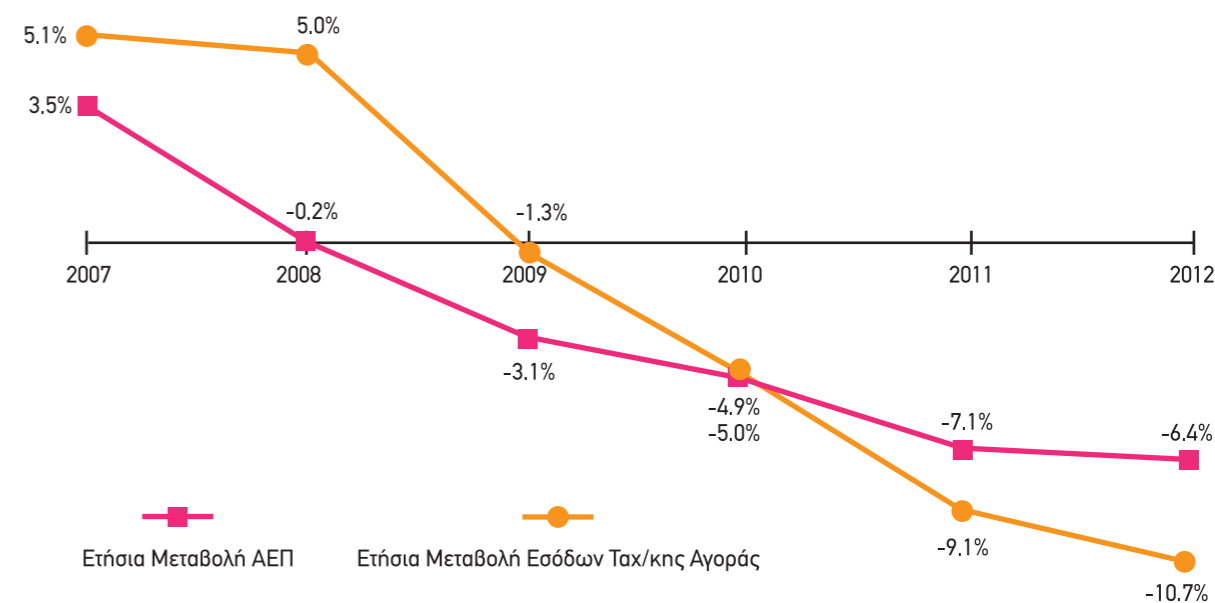
## 2.1 Η ελληνική οικονομία και η ταχυδρομική αγορά



Το 2012 ήταν μια χρονιά στην οποία σημειώθηκε μεταστροφή του αρνητικού κλίματος που υπήρχε διεθνώς για την χώρα μας. Σύμφωνα με την Τράπεζα της Ελλάδος<sup>16</sup>, η μεταστροφή του κλίματος, η υποχώρηση των δυσμενών προβλέψεων και η σταδιακή αποκατάσταση της εμπιστοσύνης οφείλονταν σε μια σειρά από παράγοντες που βοήθησαν την ελληνική οικονομία να αποφύγει κινδύνους και να επανέλθει σε τροχιά σταθεροποίησης. Μερικοί από τους παράγοντες αυτούς αφορούσαν: τον πιο εντατικό ρυθμό εφαρμογής του προγράμματος προσαρμογής, την αντιμετώπιση του δημοσιονομικού ελλείμματος και του εξωτερικού ελλείμματος του ισοζυγίου των τρεχουσών συναλλαγών και τη συνέχιση της χρηματοδοτικής στήριξης που παρέιχαν οι επίσημοι δανειστές της χώρας μας. Παρόλα όμως τα σημαντικά βήματα που έχουν γίνει, η ελληνική οικονομία βρίσκεται ακόμη σε ύφεση και οι κίνδυνοι εκτροχιασμού δεν έχουν εξαλειφθεί. Χαρακτηριστικός είναι ο ετήσιος ρυθμός μεταβολής του ΑΕΠ, ο οποίος, σύμφωνα με στοιχεία της Τραπέζης της Ελλάδος, υποχώρησε για πέμπτο

κατά σειρά έτος (κατά 6,4%), ενώ αναμένεται η υποχώρηση να συνεχιστεί και το 2013. Σύμφωνα με την ίδια πηγή, αρνητική ήταν και η εικόνα για την απασχόληση, η οποία υποχώρησε κατά 17,5% περίπου, την τετραετία 2009-2012. Η απώλεια χιλιάδων θέσεων εργασίας ώθησε το ποσοστό ανεργίας σε ιστορικά υψηλά επίπεδα το 2012 αγγίζοντας το 24,5% κατά μέσο όρο, ενώ προβλέπεται περαιτέρω άνοδος το 2013. Αναπόσπαστο κομμάτι της ελληνικής οικονομικής πραγματικότητας αποτελεί και ο κλάδος των ταχυδρομικών υπηρεσιών, ο οποίος ακολουθεί την ευρύτερη αρνητική τάση που επικρατεί σε όλους σχεδόν τους τομείς της οικονομίας. Αξίζει εδώ να σημειωθεί ότι η ταχυδρομική αγορά στην Ελλάδα, αλλά και διεθνώς, έχει να αντιμετωπίσει την αρνητική οικονομική συγκύρια σε συνδυασμό με τη ραγδαία πτώση των όγκων της συναλλακτικής αλληλογραφίας λόγω της ηλεκτρονικής υποκατάστασης όπως φαίνεται στο διάγραμμα 2.1.

Διάγραμμα 2.1 Συσχετισμός Ετήσιας Μεταβολής ΑΕΠ και Ταχυδρομικών Εσόδων, 2007-2012



Σημείωση: ΑΕΠ σε αγοραίες τιμές

Πηγή για ΑΕΠ: Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (Ο.Ο.Σ.Α.)

## Κεφάλαιο 2 Μεγέθη Αγοράς

## 2.2 Βασικά μεγέθη ταχυδρομικής αγοράς

Η ΕΕΤΤ για το έτος 2012 συνέλλεξε και επεξεργάστηκε στοιχεία από όλους τους εγγεγραμμένους στο Μητρώο της παρόχους, τα οποία αφορούν τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά δεδομένα. Ως εκ τούτου, τα στοιχεία που παρουσιάζονται στο κεφάλαιο αυτό της μελέτης αποτελούν τα πραγματικά δεδομένα της αγοράς και όχι εκτιμήσεις που συνήθως γίνονται σε άλλους κλάδους. Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία της μελέτης, η εικόνα της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς παρουσιάζεται ως εξής:

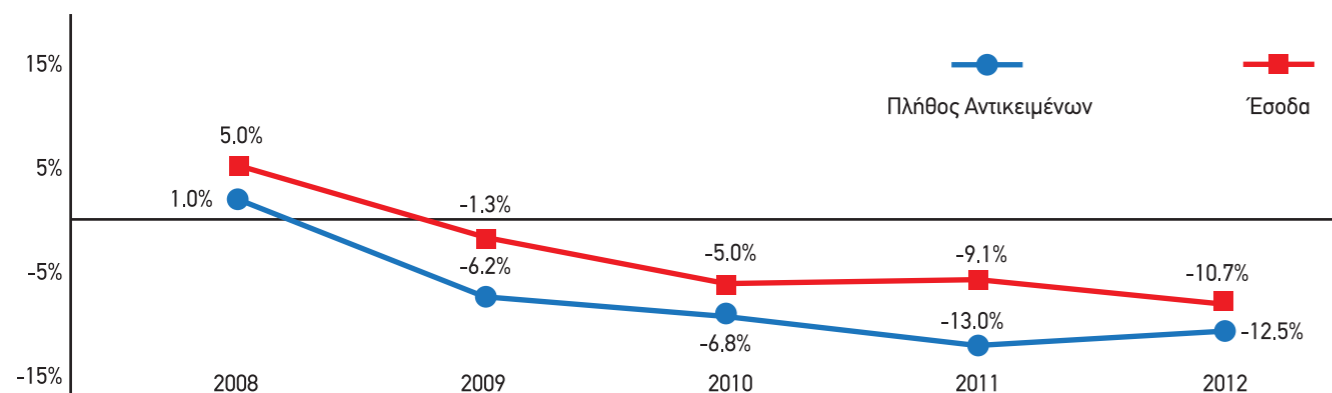
**Πίνακας 2.1 Έσοδα ταχυδρομικής αγοράς (σε €), 2010-2012**

	2010	2011	2012	2012/11
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	417.133.906	370.863.941	317.486.486	-14,4%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	2.497.758	4.066.429	3.485.885	-14,3%
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	286.149.111	266.611.909	251.813.646	-5,6%
<b>Σύνολο</b>	<b>705.780.774</b>	<b>641.542.279</b>	<b>572.786.017</b>	<b>-10,7%</b>
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (%)	-5,0%	-9,1%	-10,7%	

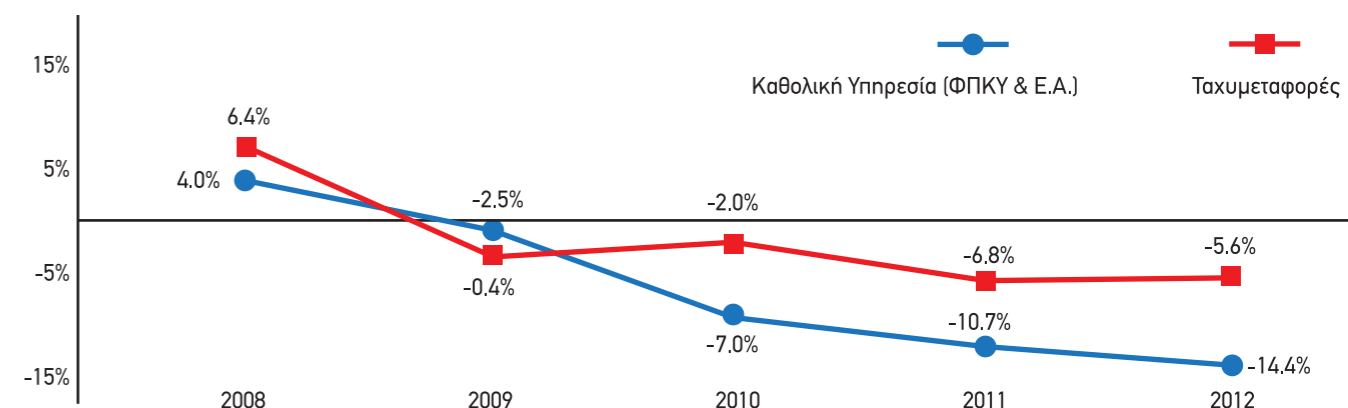
**Πίνακας 2.2 Πλήθος αντικειμένων ταχυδρομικής αγοράς (σε τεμάχια), 2010-2012**

	2010	2011	2012	2012/11
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	622.525.829	531.342.754	461.361.248	-13,2%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	6.765.362	10.933.377	8.064.947	-26,2%
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	49.186.647	48.286.382	47.162.449	-2,3%
<b>Σύνολο</b>	<b>678.477.838</b>	<b>590.562.513</b>	<b>516.588.644</b>	<b>-12,5%</b>
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (%)	-6,8%	-13,0%	-12,5%	

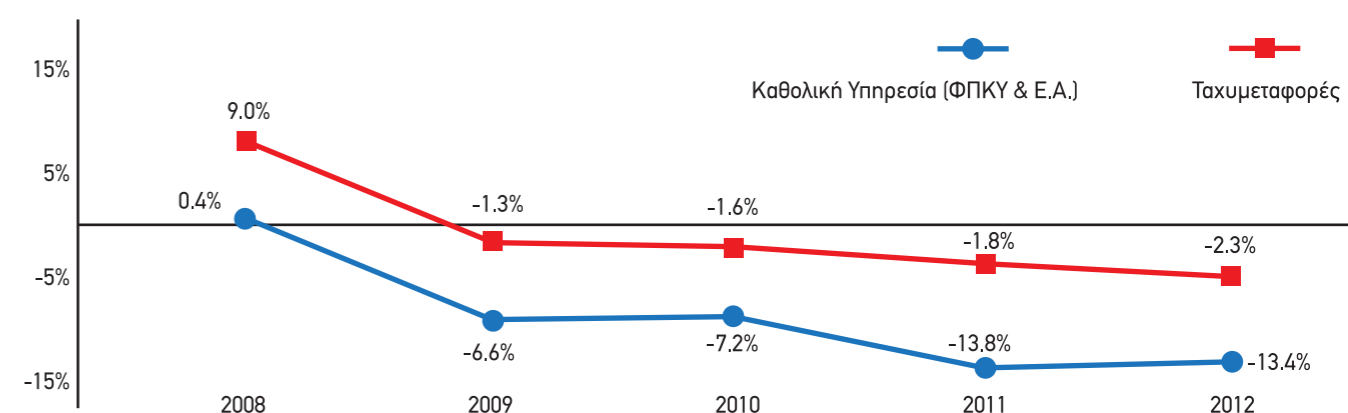
**Διάγραμμα 2.2 Ετήσια Μεταβολή πλήθους αντικειμένων και εσόδων του συνόλου της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς (%), 2008-2012**



**Διάγραμμα 2.3 Ετήσια μεταβολή εσόδων ταχυδρομικού κλάδου ανά υπηρεσία, 2008-2012**



**Διάγραμμα 2.4 Ετήσια μεταβολή πλήθους αντικειμένων ταχυδρομικού κλάδου ανά υπηρεσία, 2008-2012**



## 2.3 Επιχειρήσεις ταχυδρομικού κλάδου

Το 2012 δραστηριοποιήθηκαν στον ταχυδρομικό κλάδο 474 αδειοδοτημένες επιχειρήσεις εκ των οποίων οι 466 ανήκουν στον τομέα των ταχυμεταφορών ενώ οι υπόλοιπες 8 στον τομέα της καθολικής υπηρεσίας (ένας ΦΠΚΥ και επτά εταιρείες με ειδική άδεια). Οι επιχειρήσεις αυτές λειτουργούν σε συνεργασία με 1.580 οργανωμένα δίκτυα (επιχειρήσεις) πανελλαδικής κάλυψης, όπου 731 επιχειρήσεις αποτελούν το δίκτυο του ΦΠΚΥ, 760 επιχειρήσεις αποτελούν το δίκτυο των ταχυμεταφορών και 89 επιχειρήσεις αποτελούν το δίκτυο των

Ειδικών Αδειών. Ο αριθμός των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ταχυδρομικό κλάδο αναμένεται να διαφοροποιηθεί σημαντικά το 2013 δεδομένου ότι η ΕΕΤΤ με απόφασή της (ΑΠ: 686/61-26/3/2013) έχει ήδη προχωρήσει σε διαγραφή από το Μητρώο ταχυδρομικών επιχειρήσεων, 129 εταιριών με Γενική Άδεια λόγω μη συμμόρφωσης με τους όρους της άδειάς τους.

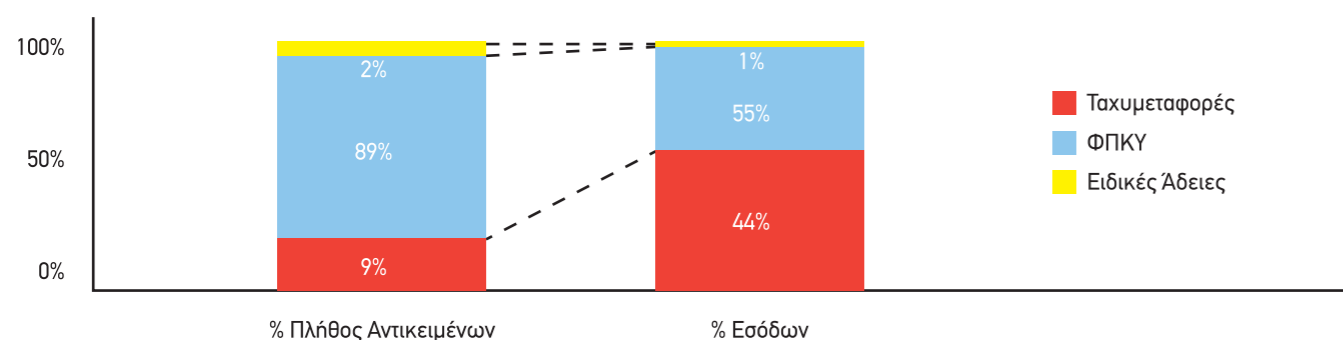
**Πίνακας 2.3 Αριθμός ταχυδρομικών επιχειρήσεων, 2008-2012**

Αριθμός ταχυδρομικών επιχειρήσεων	2008	2009	2010	2011	2012
ΦΠΚΥ (ΕΛΤΑ)	1	1	1	1	1
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	409	461	496	493	466
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	5	5	5	7	7
<b>Σύνολο Επιχειρήσεων Ταχυδρομικής Αγοράς</b>	<b>415</b>	<b>467</b>	<b>502</b>	<b>501</b>	<b>474</b>
Αριθμός Επιχειρήσεων Δικτύου εταιρειών με Ειδική Άδεια	29	18	24	84	89
Αριθμός Επιχειρήσεων Δικτύου ΕΛΤΑ	810	790	726	756	731
Αριθμός Επιχειρήσεων Δικτύου Ταχυμεταφορών	693	744	818	820	760
<b>Σύνολο Δικτύου Ταχυδρομικής Αγοράς</b>	<b>1.532</b>	<b>1.552</b>	<b>1.568</b>	<b>1.660</b>	<b>1.580</b>

## 2.4 Μερίδια ταχυδρομικής αγοράς

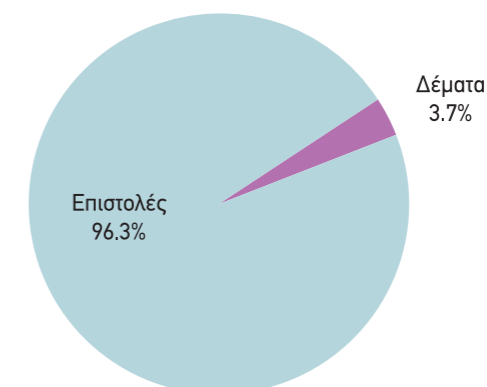
Το 2012, ο ΦΠΚΥ κατείχε το 89% του μεριδίου της συνολικής αγοράς από πλευράς πλήθους αντικειμένων, ποσοστό που αντιστοιχεί στο 55% των εσόδων της ταχυδρομικής αγοράς. Οι επιχειρήσεις των ταχυμεταφορών κατείχαν το 9% της αγοράς από πλευράς πλήθους αντικειμένων, που όμως αντιστοιχεί στο 44% των ταχυδρομικών εσόδων. Τέλος, οι επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια διακίνησαν το 2% του όγκου της ταχυδρομικής αγοράς το οποίο αντιστοιχούσε μόλις στο 1% των εσόδων. Αξίζει εδώ να σημειωθεί ότι σε σχέση με το 2011 ο ΦΠΚΥ έχασε 1% μερίδιο από το πλήθος των αντικειμένων της αγοράς (που συνεπάγεται 3% από πλευράς εσόδων) το οποίο κέρδισαν οι εταιρείες ταχυμεταφορών αντίστοιχα.

**Διάγραμμα 2.5 Μερίδια ταχυδρομικής αγοράς σε πλήθος αντικειμένων και εσόδων, 2012**

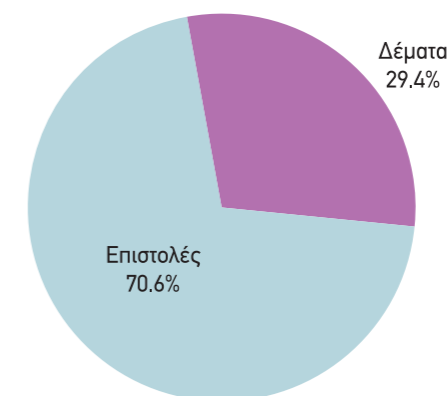


Όσον αφορά τα μερίδια αγοράς ανά είδος ταχυδρομικού αντικειμένου η κατανομή απεικονίζεται στους παρακάτω πίνακες και στα διαγράμματα. Η πλειονότητα των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων αφορά επιστολές σε ποσοστό 96,3%, ενώ τα δέματα αποτελούν μόλις το 3,7%. Διαφορετική είναι η εικόνα των αντίστοιχων μεριδίων από πλευράς εσόδων όπου οι επιστολές αποτελούν το 70,6% των εσόδων της αγοράς και τα δέματα το 29,4%.

**Διάγραμμα 2.6 Κατανομή πλήθους ταχυδρομικών αντικειμένων, 2012**



**Διάγραμμα 2.7 Κατανομή εσόδων ταχυδρομικών αντικειμένων, 2012**



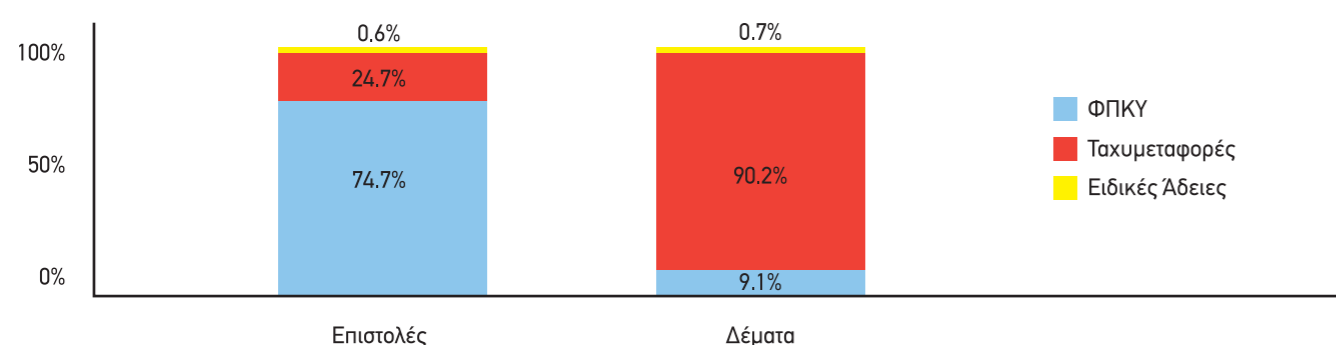
Όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα η πλειονότητα των επιστολών διακινήθηκε από τον ΦΠΚΥ σε ποσοστό 92,2% σε αντίθεση με τις εταιρείες ταχυμεταφορών και Ειδικών Αδειών που διακίνησαν το υπόλοιπο 6,5% και 1,1% αντίστοιχα. Από πλευράς δεμάτων η εικόνα διαφοροποιείται σημαντικά δεδομένου ότι οι εταιρείες ταχυμεταφορών διακίνησαν το 76,9% των δεμάτων της αγοράς ενώ ο ΦΠΚΥ το 8,4% και οι Ειδικές Άδειες το υπόλοιπο 14,7% το οποίο αφορά κυρίως έντυπα μεγάλων διαστάσεων και βάρους έως 2 κιλών.

**Πίνακας 2.4 Μερίδια αγοράς πλήθους επιστολών και δεμάτων, 2012**

	Επιστολές	Δέματα
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	92.4%	8.4%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	1.1%	14.7%
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	6.5%	76.9%
<b>Σύνολο</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

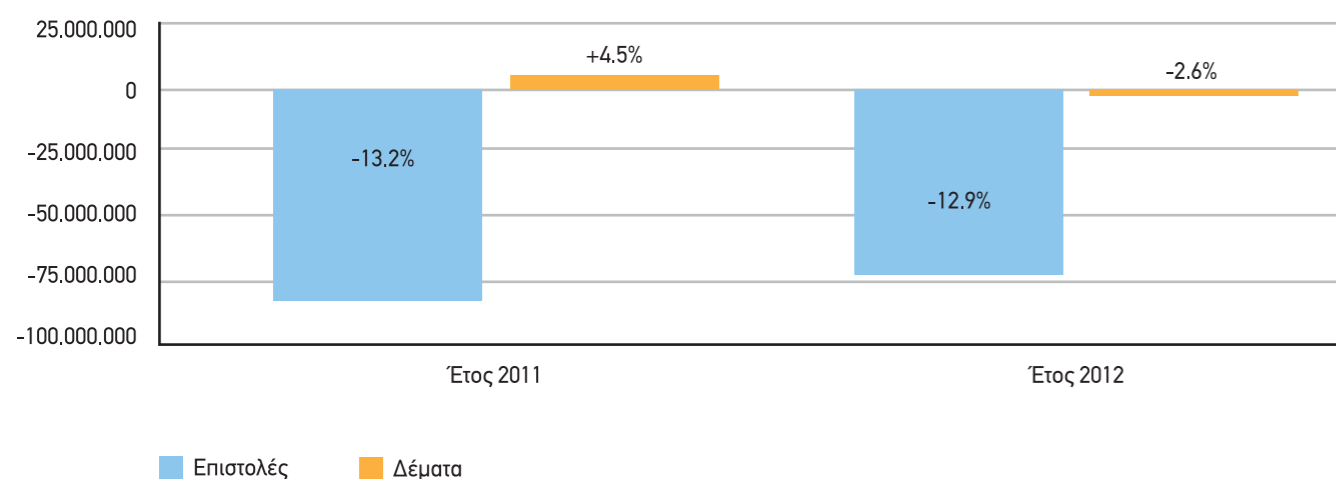
Τα μερίδια αγοράς των εσόδων, ανά είδος ταχυδρομικού αντικειμένου, διαφοροποιούνται σημαντικά στην αγορά των δεμάτων όπου οι εταιρείες ταχυμεταφορών κατέχουν το 90,2% της αγοράς, ο ΦΠΚΥ το 9,1% ενώ οι επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια μόλις το 0,7%. Όσον αφορά τα έσοδα από επιστολές παρατηρούμε ότι ο ΦΠΚΥ έχει το 74,7% της αγοράς, οι ταχυμεταφορές το 24,7% και οι επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια το 0,6%.

Διάγραμμα 2.8 Μερίδια αγοράς εσόδων επιστολών και δεμάτων, 2012



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 -12,9% (ή 73,5 εκατ. τεμάχια) σε αντίθεση με τα δέματα, όπου ο διακινούμενος όγκος τους μειώθηκε κατά -2,6% (ή 0,5 εκατ. τεμάχια). Οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών το 2012 δήλωσαν μικρή αύξηση στην κατηγορία των δεμάτων κατά 1,4% η οποία όμως (λόγω μικρού πλήθους τεμαχίων) δεν ήταν ικανή να αντιστρέψει την αρνητική μεταβολή του συνόλου της κατηγορίας των δεμάτων της αγοράς. Αποτελεί παγκόσμιο φαινόμενο, η μείωση του επιστολικού ταχυδρομείου ενώ αντίθετα η υπηρεσία των δεμάτων παρουσιάζει ευκαιρίες ανάπτυξης λόγω του ηλεκτρονικού εμπορίου και της σταδιακής εξοικείωσης και απόκτησης εμπιστοσύνης του καταναλωτικού κοινού στις ηλεκτρονικές αγορές.

Διάγραμμα 2.9 Ετήσια μεταβολή επιστολών και δεμάτων, 2011 και 2012



Σημείωση: στα δέματα συμπεριλαμβάνονται και τα μικροδέματα

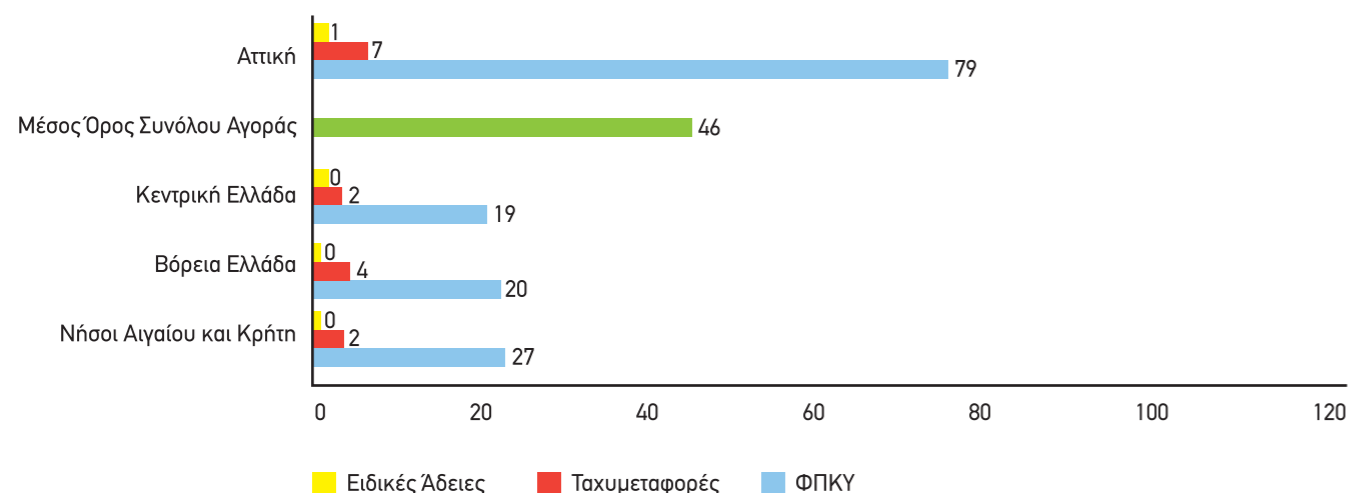
Πίνακας 2.5 Εξέλιξη πλήθους επιστολικού ταχυδρομείου, δεμάτων και μικροδεμάτων, 2010-2012

	Επιστολικό ταχυδρομείο (εκατ. τεμάχια)			Απόλυτη διαφορά	
	2010	2011	2012	2012/11	%
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	620,4	529,4	459,7	-69,7	-13,2%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	3,0	7,7	5,2	-2,5	-32,1%
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	34,4	33,7	32,4	-1,3	-4,0%
<b>Σύνολο</b>	<b>657,8</b>	<b>570,8</b>	<b>497,4</b>	<b>-73,5</b>	<b>-12,9%</b>
	Δέματα (εκατ. τεμάχια)			Απόλυτη διαφορά	
	2010	2011	2012	2012/11	%
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	2,1	1,9	1,6	-0,3	-16,7%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	0,0	0,0	0,0	0,0	
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	11,8	11,0	11,2	0,2	1,4%
<b>Σύνολο</b>	<b>13,9</b>	<b>13,0</b>	<b>12,8</b>	<b>-0,2</b>	<b>-1,3%</b>
	Μικροδέματα (εκατ. τεμάχια)			Απόλυτη διαφορά	
	2010	2011	2012	2012/11	%
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	0,0	0,0	0,0	0,0	
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	3,8	3,2	2,8	-0,4	-12,2%
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	3,0	3,6	3,6	0,1	1,7%
<b>Σύνολο</b>	<b>6,8</b>	<b>6,8</b>	<b>6,4</b>	<b>-0,3</b>	<b>-4,9%</b>

## 2.5 Κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κάτοικο και γεωγραφική περιοχή

Το 2012 διακινήθηκαν στην χώρα μας κατά μέσο όρο 46 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 67,8% του πληθυσμού, διακινείται αντίστοιχα και το 83,6% των ταχυδρομικών αντικειμένων.

Διάγραμμα 2.10 Ταχυδρομικά αντικείμενα ανά κάτοικο, ανά γεωγραφική περιοχή, 2012



Πίνακας 2.6 Κατανομή ταχυδρομικών αντικειμένων ανά κατηγορία παρόχου, ανά γεωγραφική περιοχή, 2012

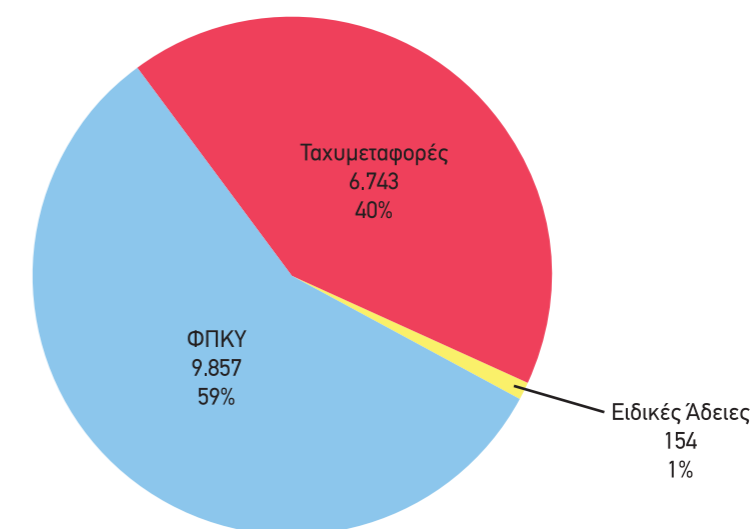
Γεωγραφική Περιοχή	Κατανομή Πληθυσμού	Κατανομή Αντικειμένων 2012			Σύνολο Αγοράς
		ΦΠΚΥ	Ταχυμεταφορές	Ειδικές Άδειες	
Αττική	35,4%	67,3%	54,4%	85,4%	66,3%
Κεντρική Ελλάδα	21,7%	10,0%	9,2%	2,6%	9,8%
Βόρεια Ελλάδα	32,4%	15,9%	31,1%	8,8%	17,3%
Νήσοι Αιγαίου και Κρήτη	10,5%	6,7%	5,3%	3,2%	6,5%

## 2.6 Απασχόληση στην ταχυδρομική αγορά

Σύμφωνα με τα στοιχεία που δήλωσαν οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ταχυδρομικό κλάδο, το 2012 απασχολήθηκαν στην ελληνική ταχυδρομική αγορά 16.754 άτομα. Από αυτά, το 59% εργάζεται στον ΦΠΚΥ, το 40% στις ταχυμεταφορές και το υπόλοιπο 1% στις εταιρείες με Ειδική Άδεια. Αξίζει να σημειωθεί ότι ο τομέας των ταχυμεταφορών ενώ απασχολεί το 40% των εργαζομένων διακινεί μόνο το 9% των αντικειμένων, κάτι που όμως είναι απόλυτα δικαιολογημένο αφού οι υπηρεσίες που παρέχουν υψηλής προστιθέμενης αξίας

και απαιτούν σημαντικό αριθμό προσωπικού. Ο αριθμός των απασχολούμενων το 2012 μειώθηκε σε σχέση με το 2011 κατά 365 άτομα (-2,1%). Τη μεγαλύτερη μείωση παρουσίασαν οι εταιρείες ταχυμεταφορών στις οποίες εργάστηκαν 374 άτομα λιγότερα, ακολούθησαν οι εταιρείες Ειδικών Αδειών οι οποίες δήλωσαν 33 λιγότερα άτομα. Αντίθετη ήταν η εικόνα για τον ΦΠΚΥ όπου ο αριθμός των απασχολούμενων αυξήθηκε κατά 42 άτομα.

Διάγραμμα 2.11 Κατανομή εργαζομένων ταχυδρομικής αγοράς, 2012

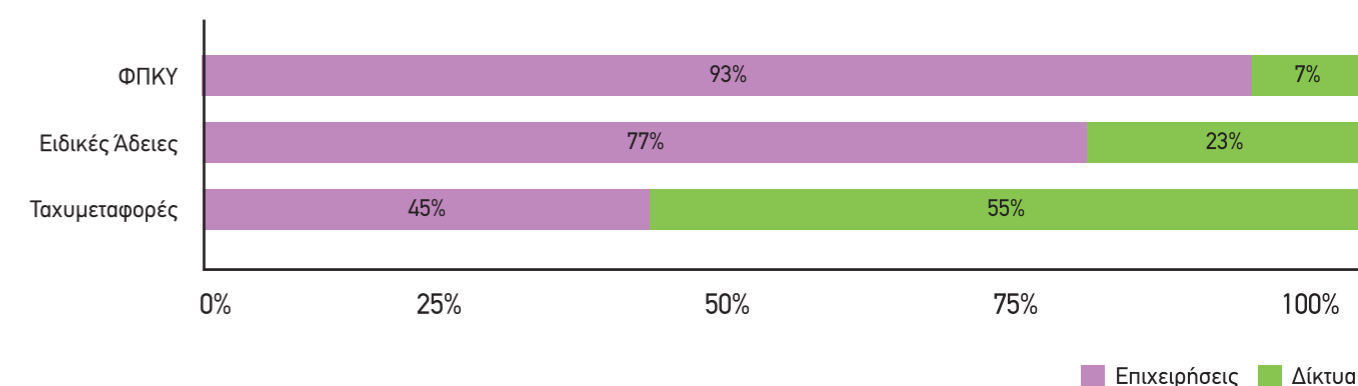


Πίνακας 2.7 Αριθμός απασχολούμενων στην ταχυδρομική αγορά

	2010	2011	2012	2012/11	2012/11
Φορέας Παροχής Καθολικής Υπηρεσίας	10.929	9.815	9.857	42	0,4%
Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια	184	187	154	-33	-17,6%
Επιχειρήσεις Ταχυμεταφορών	7.829	7.117	6.743	-374	-5,3%
<b>Σύνολο</b>	<b>18.942</b>	<b>17.119</b>	<b>16.754</b>	<b>-365</b>	<b>-2,1%</b>

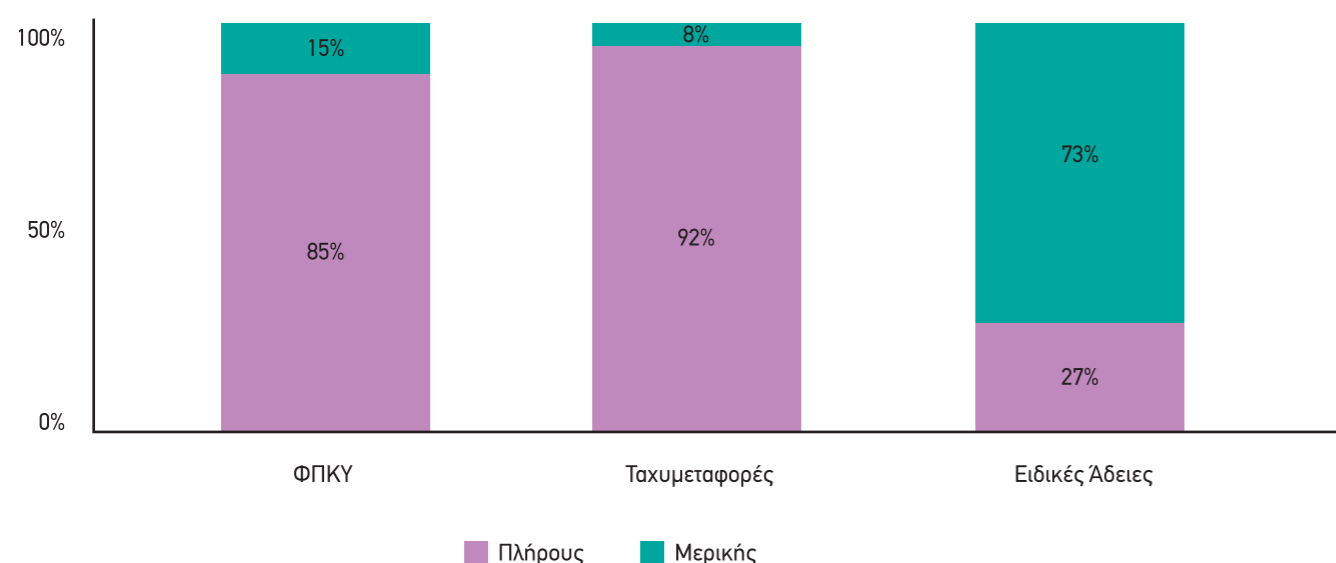
Ενδιαφέρον παρουσιάζει η κατανομή των εργαζομένων μεταξύ των ταχυδρομικών επιχειρήσεων και των δικτύων τους. Πιο συγκεκριμένα στις ταχυμεταφορές το 55% των εργαζομένων απασχολούνται στα δίκτυα, στις Ειδικές Άδειες το ποσοστό αυτό είναι 23% ενώ στον ΦΠΚΥ μόλις το 7% των εργαζομένων απασχολείται στο δίκτυο. Αξίζει να σημειώσουμε πως στις εταιρείες ταχυμεταφορών το 2012 σε σχέση με το 2011 παρατηρήθηκε αύξηση κατά 329 άτομα στα δίκτυα ενώ μείωση κατά 703 άτομα στις αδειοδοτημένες επιχειρήσεις, γεγονός που δηλώνει την προσπάθεια των επιχειρήσεων να μειώσουν τα λειτουργικά τους κόστη χωρίς να επηρεάσουν την ευρύτερη λειτουργία τους.

Διάγραμμα 2.12 Κατανομή απασχόλησης σε επιχειρήσεις και δίκτυα, 2012



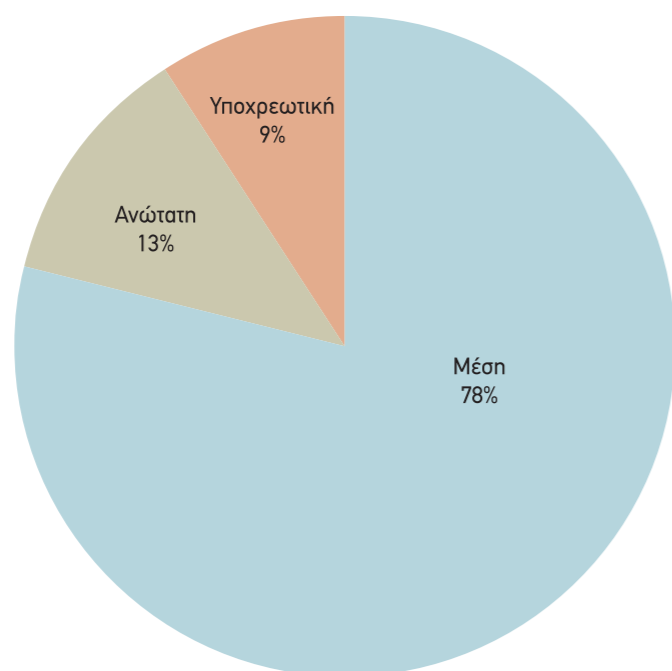
Η πλειονότητα των απασχολούμενων υπαλλήλων, τόσο στον ΦΠΚΥ όσο και στις ταχυμεταφορές, αφορά εργαζομένους με καθεστώς εργασίας πλήρους απασχόλησης, ενώ αντίθετη εικόνα παρουσιάζουν οι εταιρείες με Ειδική Άδεια όπου τα δύο τρίτα των εργαζομένων είναι μερικής απασχόλησης, γεγονός που σε μεγάλο βαθμό αποδίδεται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

**Διάγραμμα 2.13 Καθεστώς απασχόλησης στην ταχυδρομική αγορά**



Το εκπαιδευτικό επίπεδο των εργαζομένων στην ταχυδρομική αγορά είναι στην πλειοψηφία τους (78%) απόφοιτοι μέσης εκπαίδευσης ενώ μόνο το 13% είναι απόφοιτοι ανώτατης εκπαίδευσης και το υπόλοιπο 9% είναι υποχρεωτικής εκπαίδευσης.

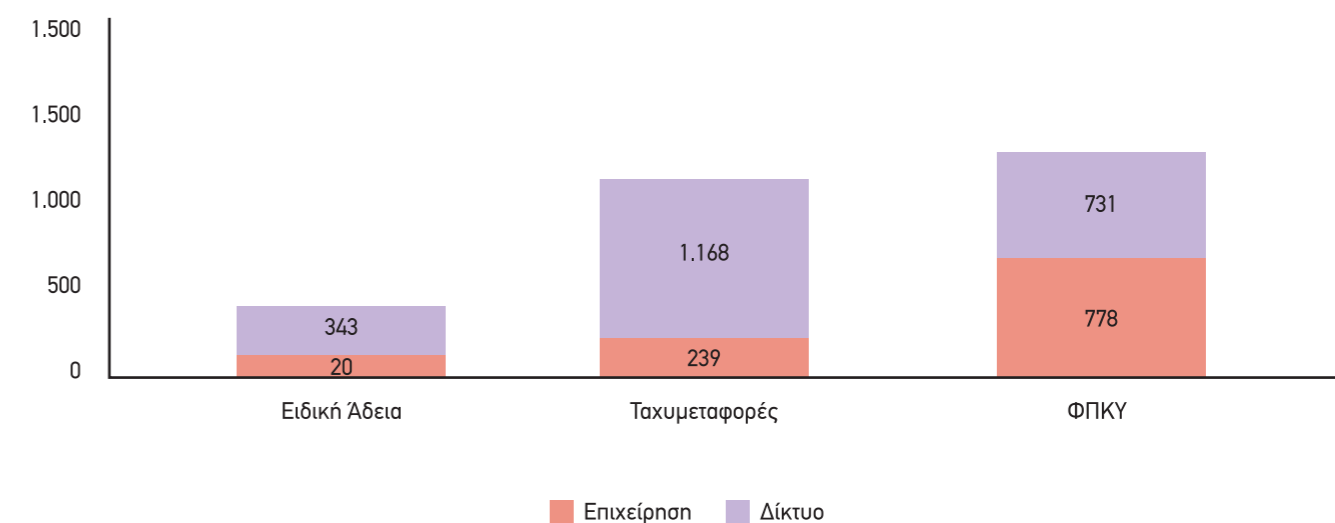
**Διάγραμμα 2.14 Επίπεδο εκπαίδευσης εργαζομένων στην ταχυδρομική αγορά**



## 2.7 Υποδομές: κτίρια και μεταφορικά μέσα

Η παροχή των ταχυδρομικών υπηρεσιών απαιτεί την ύπαρξη μεγάλου αριθμού σημείων εξυπηρέτησης πελατών (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 2.15 Σημεία εξυπηρέτησης πελατών - καταστήματα**

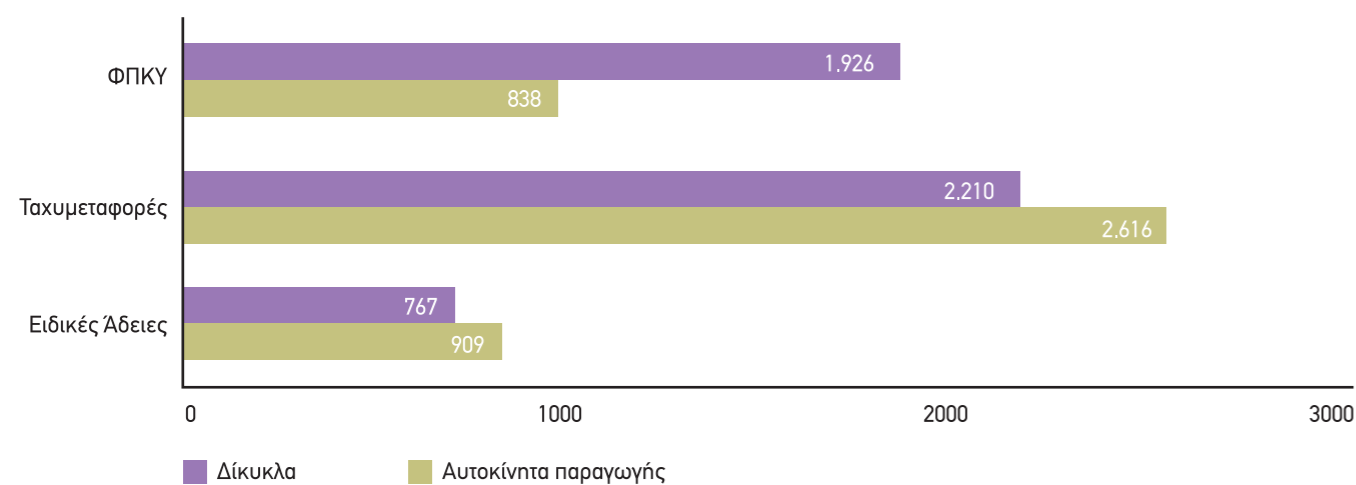


Η χρονιά που πέρασε κρίθηκε ιδιαίτερα δύσκολη για τον ταχυδρομικό κλάδο αναγκάζοντας τις επιχειρήσεις να προβούν σε αναδιοργάνωση του τρόπου λειτουργίας τους μειώνοντας τον αριθμό των ταχυδρομικών τους καταστημάτων. Με βάση τα στοιχεία που μας δήλωσαν οι επιχειρήσεις, είναι χαρακτηριστική η μείωση σε σχέση με το 2011, 13 ταχυδρομικών καταστημάτων για τον ΦΠΚΥ, 8 για τις ταχυμεταφορές και 4 καταστημάτων για τις εταιρείες με Ειδική Άδεια. Αξίζει να σημειώσουμε πως ο ΦΠΚΥ μείωσε και το δίκτυό του κατά 25 καταστήματα, σε αντίθεση με τις επιχειρήσεις ταχυμεταφορών και Ειδικών

Αδειών οι οποίες αύξησαν το δίκτυό τους κατά 109 και 21 επιχειρήσεις αντίστοιχα. Επιπλέον, τόσο η παροχή καθολικής υπηρεσίας όσο και οι υπηρεσίες των ταχυμεταφορών απαιτούν την ύπαρξη μεγάλου αριθμού αυτοκινήτων και δικύκλων. Είναι χαρακτηριστικό πως στο σύνολο της αγοράς, βάσει των δηλωθέντων στοιχείων από τις επιχειρήσεις, χρησιμοποιούνται πάνω από 4.900 δίκυκλα και πάνω από 4.360 αυτοκίνητα.



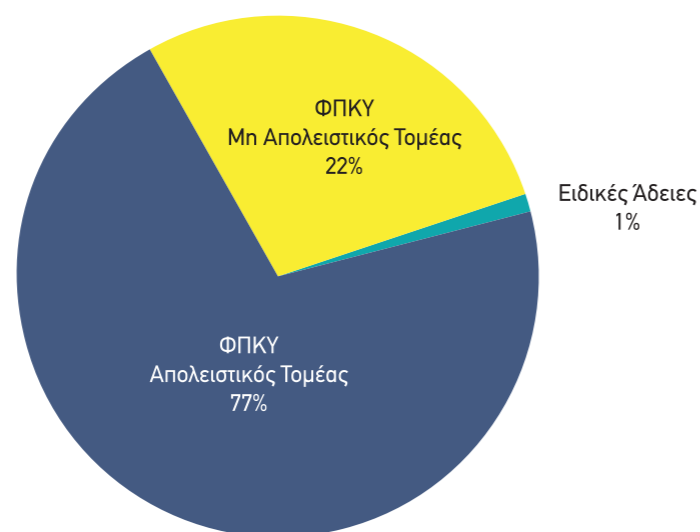
Διάγραμμα 2.16 Στόλος οχημάτων



## 2.8 Τομέας καθολικής υπηρεσίας

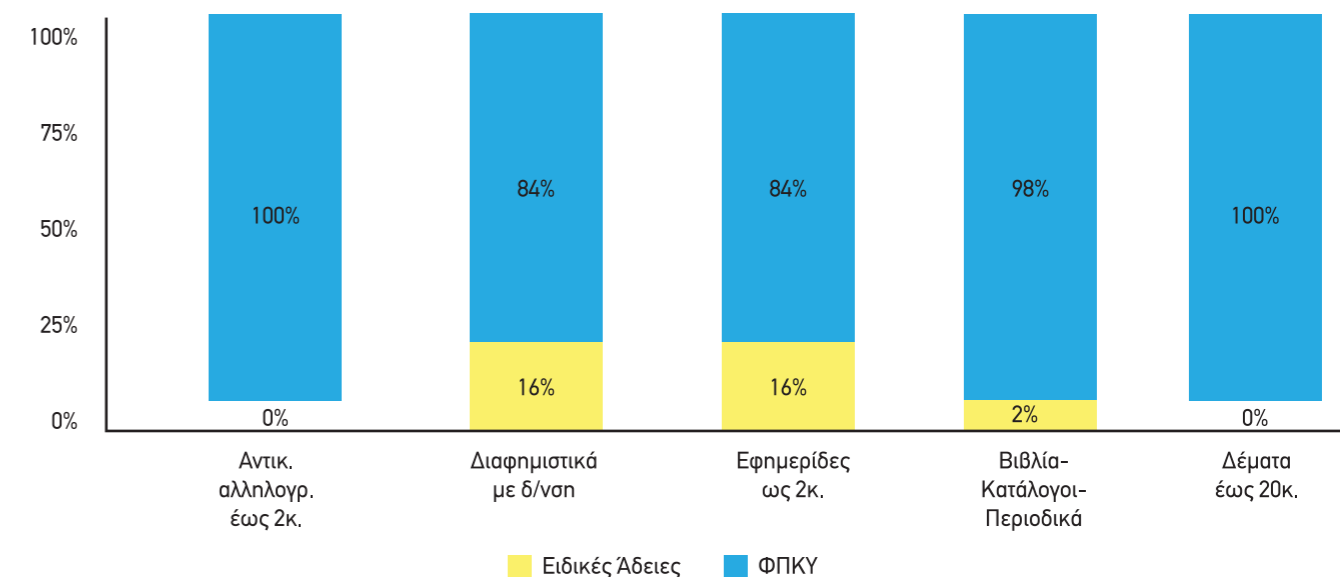
Στον τομέα καθολικής υπηρεσίας το 2012 δραστηριοποιήθηκαν ο φορέας παροχής καθολικής υπηρεσίας (ΕΛΤΑ) και 7 επιχειρήσεις με ειδική άδεια. Ο ΦΠΚΥ ήταν ο κυρίαρχος στην αγορά της Καθολικής Υπηρεσίας μιας και κατείχε το 99% του μεριδίου της εν λόγω αγοράς. Ο Αποκλειστικός Τομέας του ΦΠΚΥ (δηλ. οι επιστολές με βάρος έως 50γρ.) αποτελούσε το 77% των εσόδων της αγοράς ή το 85% των αντικειμένων αλληλογραφίας της. Από την 1η Ιανουαρίου του 2013 όσες ταχυδρομικές επιχειρήσεις διαθέτουν Ειδική Άδεια από την ΕΕΤΤ, μπορούν να προσφέρουν υπηρεσίες απλού ταχυδρομείου, χωρίς περιορισμούς στην τιμή και το βάρος των ταχυδρομικών αντικειμένων που διακινούν.

Διάγραμμα 2.17 Μερίδια αγοράς εσόδων του τομέα καθολικής υπηρεσίας, 2012



Οι επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια ειδικεύονται κυρίως στην αποστολή διαφημιστικών εντύπων με διεύθυνση παραλήπτη και στην αποστολή εφημερίδων και περιοδικών όπου έχουν αποσπάσει από τον ΦΠΚΥ 16% μερίδιο από πλευράς εσόδων.

Διάγραμμα 2.18 Μερίδια παρόχων τομέα καθολικής υπηρεσίας ανά υπηρεσία σε έσοδα, 2012



Το μέσο έσοδο των εγγράφων έως 50 γρ. του ΦΠΚΥ κυμάνθηκε στα 0,62 ευρώ, των εγγράφων από 50 γρ. έως 2 κιλά στα 1,14 ευρώ ενώ για τα μικροδέματα και τα δέματα κυμάνθηκε στα 4,30 και 12,95 ευρώ αντίστοιχα.

Πίνακας 2.8 Μέσο έσοδο διακινθθέντων ταχυδρομικών αντικειμένων, ΦΠΚΥ 2010-2012

Υπηρεσία	2010	2011	2012
Έγγραφα έως 50 γρ.	0,59 €	0,61 €	0,62 €
Έγγραφα από 50 γρ. έως 2 κιλά	0,89 €	0,92 €	1,14 €
Δέματα έως 20 κιλά	9,06 €	8,67 €	10,30 €
Σύνολο υπηρεσιών	0,67 €	0,70 €	0,70 €

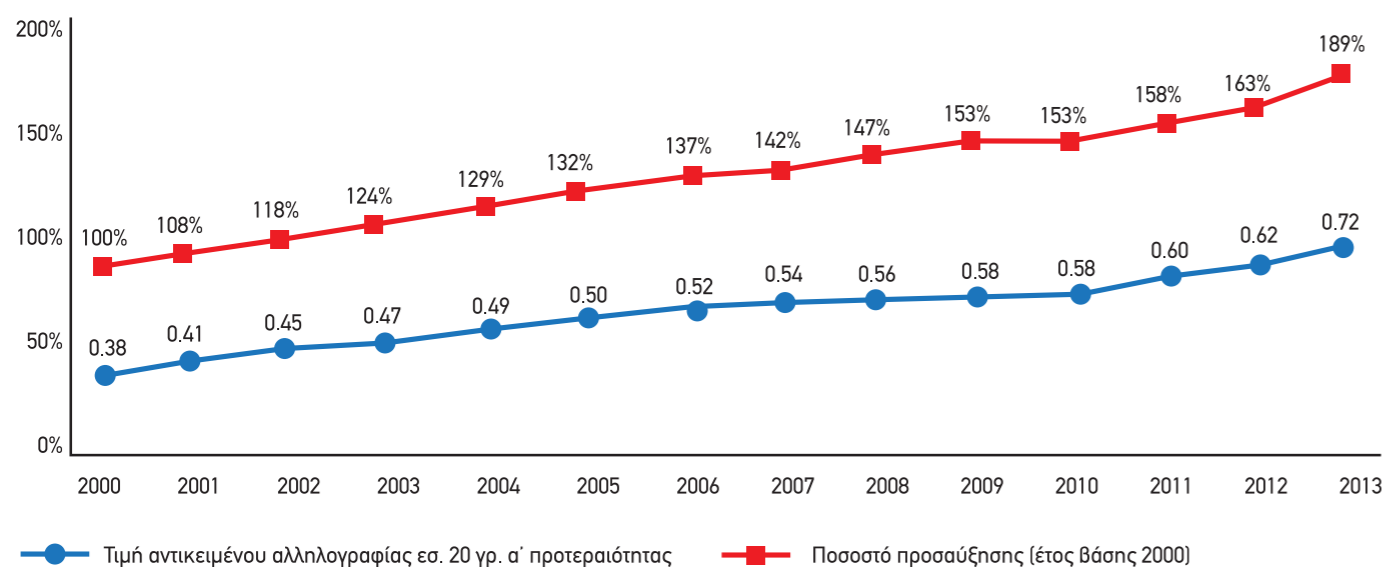
Ο βασικός όγκος των ταχυδρομικών αντικειμένων του ΦΠΚΥ αποτελείται από αντικείμενα αλληλογραφίας έως 2 κιλά (91,5%), ενώ οι εφημερίδες έως 2 κιλά και τα διαφημιστικά αντικείμενα με διεύθυνση παραλήπτη αποτελούν μόλις το 4,1% και 3,7% του όγκου των ταχυδρομικών αντικειμένων του αντίστοιχα. Τέλος τα δέματα δεν αποτελούν ισχυρή κατηγορία διακίνησης για τον ΦΠΚΥ, δεδομένου ότι αποτελούν μόλις το 0,3% των αντικειμένων του.

**Πίνακας 2.9 Κατανομή πλήθους αντικειμένων και μέση τιμή χρέωσης ανά προσφερόμενη υπηρεσία από τον ΦΠΚΥ, 2012**

	% πλήθους αντικειμένων ανά υπηρεσία	Μέσος όρος προσφερόμενης τιμής
Αντικείμενα αλληλογραφίας έως 2 κιλά	91,5%	0,68 €
Διαφημιστικά αντικείμενα με διεύθυνση παραλήπτη	3,7%	0,41 €
Εφημερίδες έως 2 κιλά	4,1%	0,63 €
Βιβλία - Κατάλογοι - Περιοδικά	0,4%	0,52 €
Δέματα έως 20 κιλά	0,3%	10,30 €

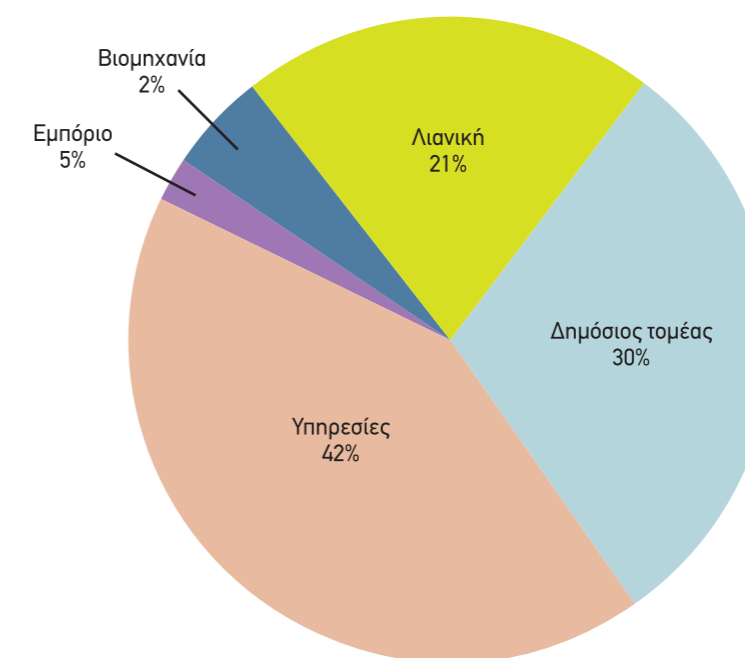
Το 2012 Ο ΦΠΚΥ προχώρησε σε αναπροσαρμογή της τιμολογιακής πολιτικής του βασικού και του εμπορικού του τιμολογίου, ενώ ακολούθησε και νέα αναπροσαρμογή το 2013.

**Διάγραμμα 2.20 Τιμή αντικειμένου αλληλογραφίας εσωτερικού 20γρ. α' προτεραιότητας**

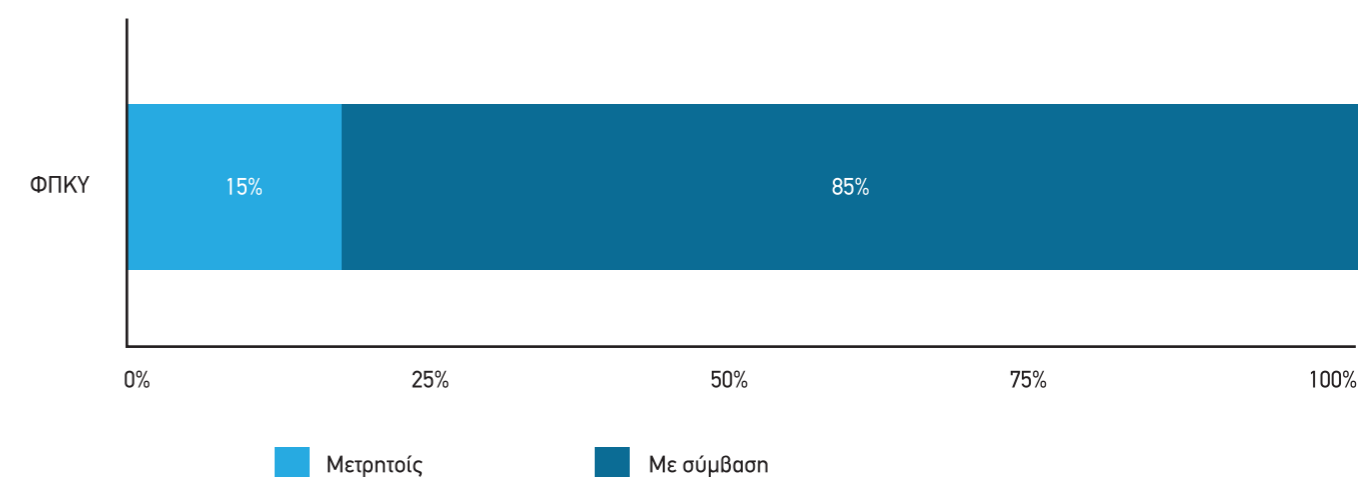


Οι κυριότεροι πελάτες του ΦΠΚΥ είναι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών (τράπεζες, ΔΕΚΟ, τηλεπικοινωνιακοί πάροχοι, κ.λπ.) με ποσοστό 42%, ο δημόσιος τομέας με ποσοστό 30%, οι πελάτες λιανικής με ποσοστό 21% και τέλος το εμπόριο και η βιομηχανία με ποσοστό 5% και 2% αντίστοιχα. Τα έσοδα του ΦΠΚΥ προέρχονται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

**Διάγραμμα 2.21 Κυριότεροι πελάτες ΦΠΚΥ (με βάση τα έσοδα)**



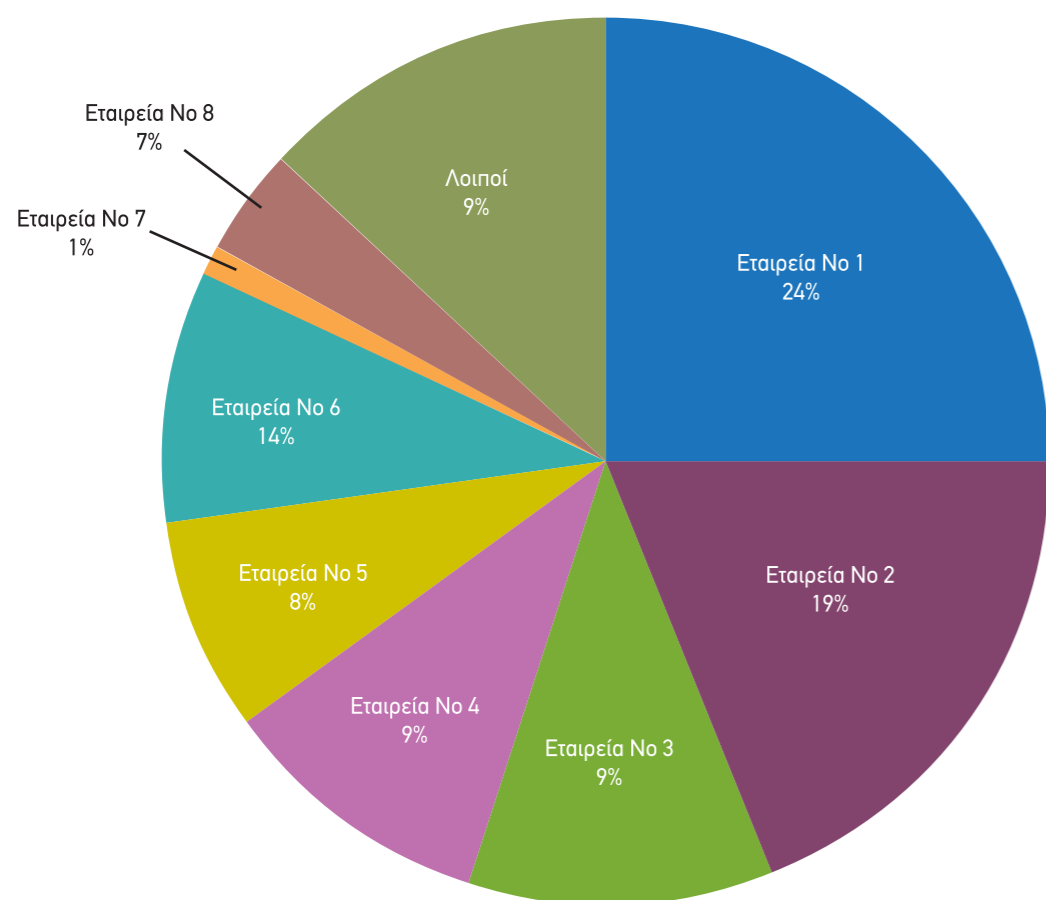
**Διάγραμμα 2.22 Κατανομή πελατών ΦΠΚΥ (με βάση τα έσοδα)**



## 2.9 Τομέας ταχυμεταφορών (courier)

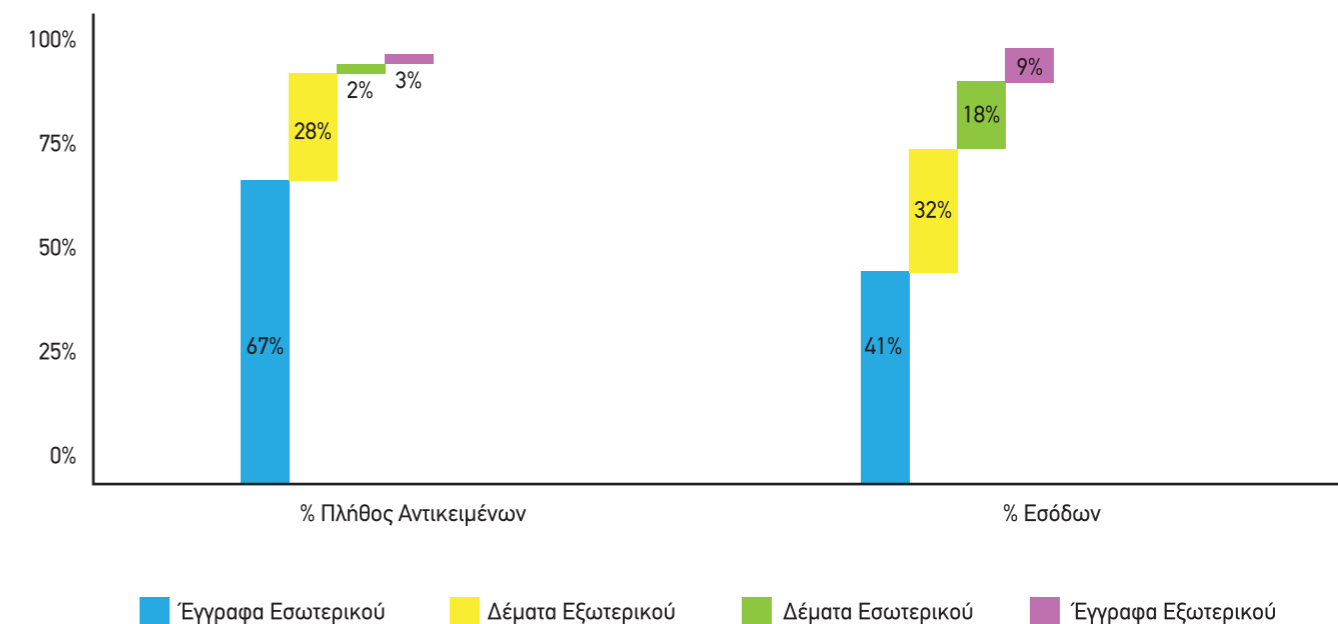
Στον τομέα των ταχυμεταφορών δραστηριοποιούνται οι εταιρείες που είναι κάτοχοι Γενικής Άδειας ή αλλιώς οι εταιρείες που παρέχουν υπηρεσίες «courier» (ειδική επείγουσα διαβίβαση ταχυδρομικών αντικειμένων παρακολουθούμενων από ειδικό σύστημα παρακολούθησης και εντοπισμού – Ε.Σ.Π.Ε.Τ.Α.). Ο τομέας των ταχυμεταφορών λειτουργεί σε συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού με αποτέλεσμα την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών, σε ανταγωνιστικές τιμές στον καταναλωτή. Πιο συγκεκριμένα από τις 466 επιχειρήσεις που δραστηριοποιήθηκαν το 2012 στον τομέα αυτό, οι 8 μεγαλύτερες παρήγαγαν το 90,5% των εσόδων του διακινώντας το 89,5% του πλήθους των αντικειμένων.

Διάγραμμα 2.23 Μέρη 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 73% των εσόδων, ενώ τα ταχυδρομικά αντικείμενα εξωτερικού αποτελούν μόλις το 5% του όγκου και το 27% των εσόδων του τομέα.

Διάγραμμα 2.24 Μέρη προσφερόμενων υπηρεσιών ταχυμεταφορών 2012



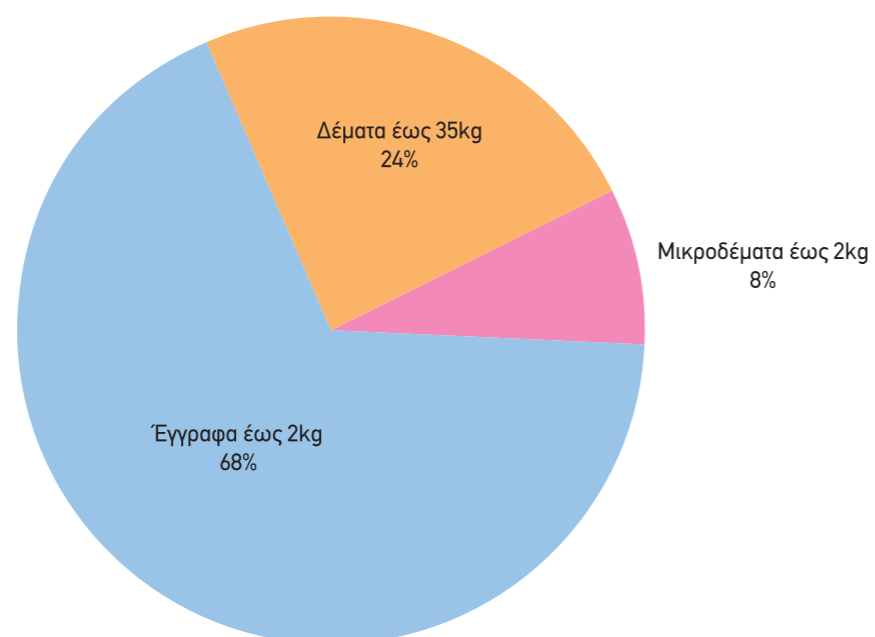
Η πλειονότητα των ταχυδρομικών αντικειμένων των ταχυμεταφορών (90%) διακινείται αυτόνομα (από την ίδια την ταχυδρομική επιχείρηση και το δίκτυό της), ενώ μόνο το υπόλοιπο 10% διακινείται συνδυασμένα (παραλαβή του ταχυδρομικού αντικειμένου από μια επιχείρηση και επίδοσή του από άλλη επιχείρηση με Γενική Άδεια). Σε ό,τι αφορά τα αντικείμενα εσωτερικού, το 2012, αυθημερόν διακινήθηκε ποσοστό 4% των αντικειμένων, ποσοστό 79% των ταχυδρομικών αντικειμένων επιδόθηκε μέσα σε μια μέρα από την παραλαβή τους, ενώ το 17% σε περισσότερες από μια μέρες.

Διάγραμμα 2.25 Χρόνος διακίνησης αντικειμένων εσωτερικού από τις εταιρείες ταχυμεταφορών



Όσον αφορά το βάρος των ταχυδρομικών αντικειμένων, το 2012 παρατηρούμε ότι τα έγγραφα αποτελούν το 68% των διακινθέντων αντικειμένων, ενώ τα δέματα και τα μικροδέματα αποτελούν το 24% και 8% αντίστοιχα.

**Διάγραμμα 2.26 Βάρος ταχυδρομικών αντικειμένων τομέα ταχυμεταφορών**



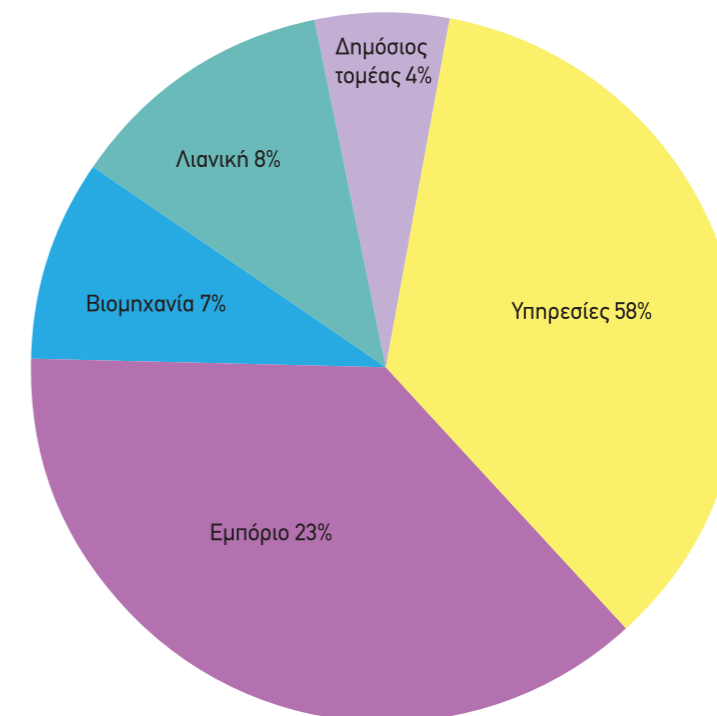
Το μέσο έσοδο των υπηρεσιών εσωτερικού των ταχυμεταφορών παρουσίασε μείωση κατά 4,3%, ενώ οριακή αύξηση (0,4%) παρουσίασαν οι υπηρεσίες του εξωτερικού.

**Πίνακας 2.10 Μέσο έσοδο ανά υπηρεσία ταχυμεταφορών 2010-2012**

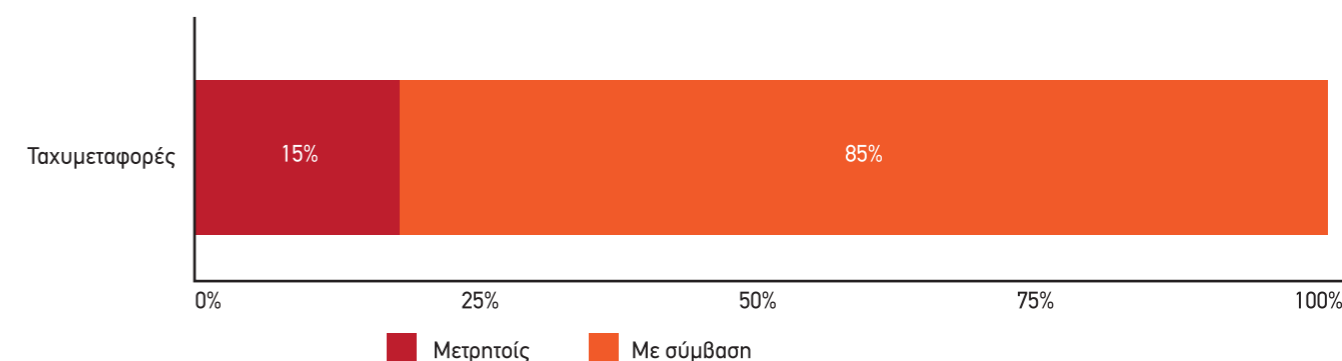
Υπηρεσία	2010	2011	2012	2012/11
Υπηρεσίες Εσωτερικού	4,59	4,28	4,10	-4,3%
Υπηρεσίες Εξωτερικού	31,71	31,02	31,15	0,4%
Σύνολο υπηρεσιών	5,82	5,52	5,34	-3,3%

Οι πελάτες των επιχειρήσεων ταχυμεταφορών είναι κατά κανόνα επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο εμπόριο και τις υπηρεσίες με σημαντικούς ετήσιους όγκους διακίνησης ταχυδρομικών αντικειμένων και ανάλογη συμμετοχή στα έσοδα. Πιο συγκεκριμένα, η κατηγορία του εμπορίου και των υπηρεσιών αντιστοιχεί στο 81% των εσόδων του τομέα. Το ποσοστό αυτό ερμηνεύει γιατί το 2012 οι πελάτες με σύμβαση αντιστοιχούν στο 85% των εσόδων με μέσο έσοδο ανά αντικείμενο €5,15 ενώ οι πελάτες λιανικής αποτελούν μόλις το 15% των εσόδων του τομέα με μέσο έσοδο ανά αντικείμενο €6,78.

**Διάγραμμα 2.27 Κυριότεροι πελάτες τομέα ταχυμεταφορών (% επί των εσόδων)**



**Διάγραμμα 2.28 Κατανομή πελατών με βάση τα έσοδα**



**Πίνακας 2.11 Μέσο έσοδο ταχυδρομικών υπηρεσιών ανά είδος πελάτη από επιχειρήσεις ταχυμεταφορών**

	2010	2011	2012	2012/11
Μετρητοίς	8,10 €	8,25 €	6,78 €	-17,8%
Με σύμβαση	5,48 €	5,15 €	5,15 €	0,0%

Τα σημαντικότερα κόστη των εταιρειών ταχυμεταφορών αποτελούν οι αμοιβές προσωπικού και τα μεταφορικά μέσα με ποσοστό που φτάνει το 63% ενώ ακολουθούν τα λοιπά λειτουργικά έξοδα (π.χ. ενοίκια κ.α.) με 30%.

**Διάγραμμα 2.29 Κατανομή κόστους στις εταιρείες ταχυμεταφορών**

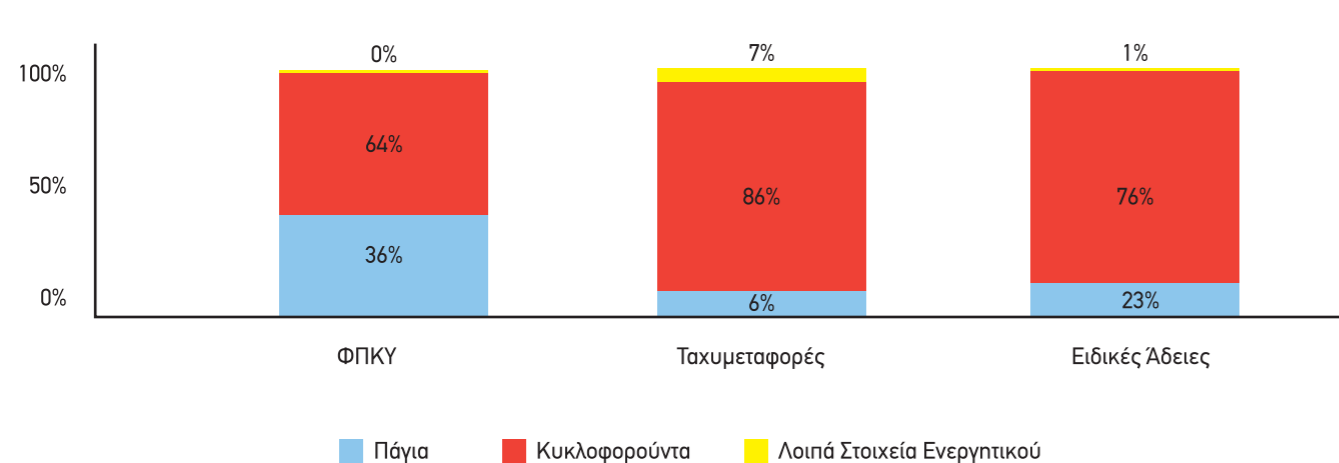


## 2.10 Οικονομικά Στοιχεία Παρόχων Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

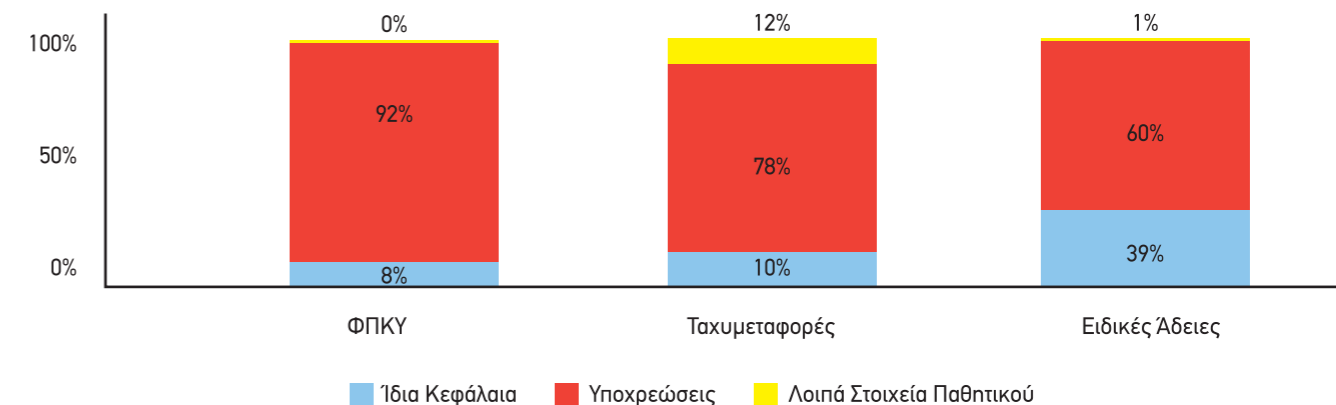
Στην ανάλυση που ακολουθεί παρουσιάζονται τα βασικά οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων της ταχυδρομικής αγοράς, όπως προέκυψαν από τις οικονομικές καταστάσεις των αδειοδοτημένων παρόχων για το έτος 2012. Η ανάλυση που ακολουθεί όσον αφορά τον τομέα των ταχυμεταφορών, έχει βασιστεί στις οκτώ μεγαλύτερες εταιρείες ταχυμεταφορών (που αποτελούν το 91% 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 φτάνει τις 900 κιλ. 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 το 36% των κεφαλαίων του υπενδεδυμένα σε πάγιο εξοπλισμό και μόλις το υπόλοιπο 64% αφορά στοιχεία κυκλοφορούντος Ενεργητικού. Όσον αφορά την διάρθρωση του Παθητικού, σχεδόν το 92% για τον ΦΠΚΥ και 78% για τις εταιρείες ταχυμεταφορών αποτελεί κυρίως υποχρεώσεις προς προμηθευτές.

**Διάγραμμα 2.30 Κατανομή Ενεργητικού ταχυδρομικής αγοράς, έτους 2012**



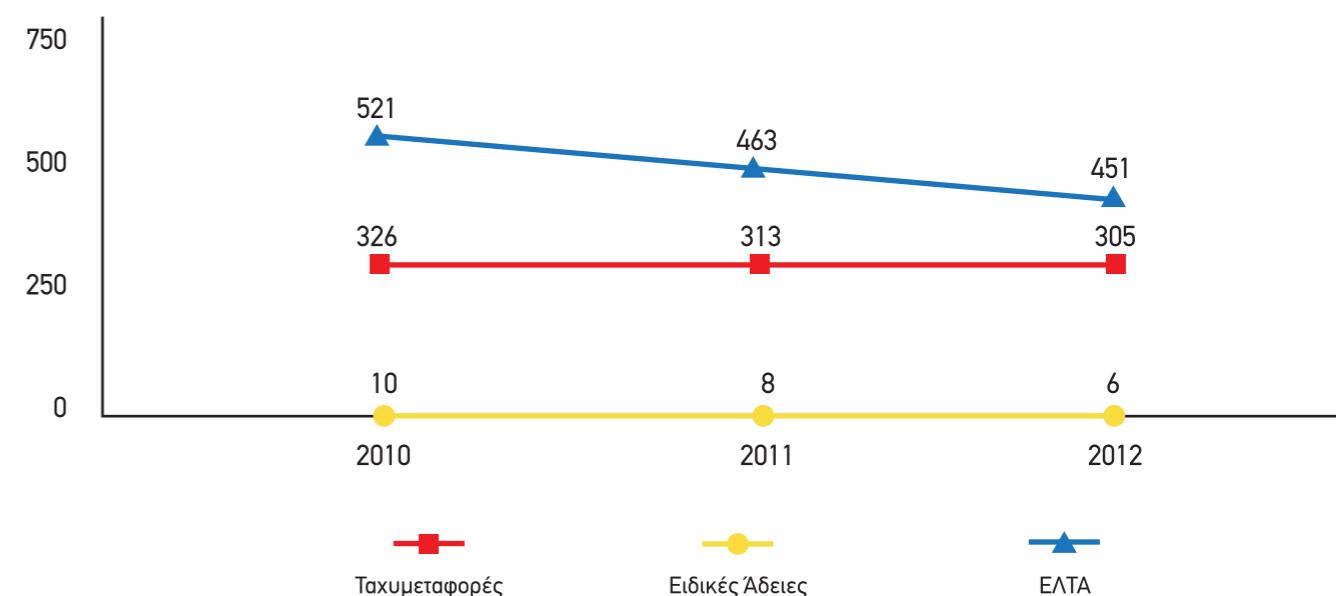
**Διάγραμμα 2.31 Κατανομή Παθητικού ταχυδρομικής αγοράς, έτους 2012**



Ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων της ταχυδρομικής αγοράς περιλαμβάνει και στοιχεία από υπηρεσίες που δεν 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 την ρυθμιζόμενη περιοχή. Η εικόνα του κύκλου εργασιών το 2012 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. Αξίζει να σημειωθεί πως παρόλα 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 ψηλά κόστη αμοιβών προσωπικού (καθώς πρόκειται για επιχειρήσεις εντάσεως εργασίας) και τα έξοδα συντήρησης και κίνησης των μεταφορικών μέσων εμποδίζουν τις επιχειρήσεις στο να εμφανίζουν ψηλά 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 κόστη.

**Διάγραμμα 2.32 Κύκλος Εργασιών Ταχυμεταφορών, Ειδικών Αδειών, ΦΠΚΥ σε εκατ. €**



**Πίνακας 2.12 Βασικά οικονομικά στοιχεία ΦΠΚΥ, Ταχυμεταφορών, Ειδικών Αδειών έτους 2012**

	Κύκλος Εργασιών (εκατ. €)	Μικτά Κέρδη (εκατ. €)	Καθαρά Κέρδη (εκατ. €)	% Μικτού Κέρδους ως προς τον Κύκλο Εργασιών	% Καθαρού Κέρδους ως προς τον Κύκλο Εργασιών
<b>ΦΠΚΥ</b>	450,6	38,5	1,9	8,5%	0,4%
<b>Εταιρείες Ταχυμεταφορών</b>	304,7	42,7	-6,1	14,0%	-2,0%
<b>Επιχειρήσεις με Ειδική Άδεια</b>	5,7	1,5	0,3	25,6%	5,5%

Ο δείκτης Γενικής Ρευστότητας για τις εταιρείες ταχυμεταφορών και Ειδικών Αδειών είναι μεγαλύτερος από την 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 τον δείκτη κοντά στη μονάδα, αλλά δεδομένης της δεσπόζουσας θέσης του στην αγορά της καθολικής υπηρεσίας δεν 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 την μονάδα για τις εταιρείες ταχυμεταφορών και Ειδικών Αδειών δεδομένου ότι οι επιχειρήσεις αυτές είναι εντάσεως κυκλοφορούντων μέσων (κυρίως απαιτήσεων) γεγονός απόλυτα φυσιολογικό για εταιρείες 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 81% των πελατών τους προέρχεται από το εμπόριο και τις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών. Ο ΦΠΚΥ έχει τις μικρότερες μέρες είσπραξης και από τους τρεις ταχυδρομικούς τομείς δεδομένου ότι στον λογαριασμό πελατών του περιλαμβάνονται κυρίως απαιτήσεις από το Ελληνικό Δημόσιο και άλλα πρόσωπα δημοσίου δικαίου.

**Πίνακας 2.13 Χρηματοοικονομικοί Δείκτες ΦΠΚΥ, Ταχυμεταφορών, Ειδικών Αδειών, έτους 2012**

	ΦΠΚΥ	Ταχυμεταφορές	Ειδικές Άδειες
<b>Γενική Ρευστότητα</b>	0,9	1,1	1,5
<b>Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ενεργητικού</b>	0,7	2,2	1,3
<b>Ταχύτητα Είσπραξης Απαιτήσεων</b>	52,1	120,5	176,0

## 2.11 Μέτρηση Ποιότητας Καθολικής Υπηρεσίας

Σύμφωνα με το Νόμο 4053/2012 (ΦΕΚ 44/Α/7-3-2012), «Ρύθμιση λειτουργίας της ταχυδρομικής αγοράς, θεμάτων ηλεκτρονικών επικοινωνιών και άλλες διατάξεις», ορίζεται, ότι στους χρήστες ταχυδρομικών υπηρεσιών, ανεξάρτητα από το σημείο της ελληνικής επικράτειας στο οποίο βρίσκονται, παρέχεται μονίμως και σε προσιτές τιμές, καθολική ταχυδρομική υπηρεσία συγκεκριμένης ποιότητας. Σύμφωνα με το άρθρο 21 παρ. 2 του Νόμου, η ΕΛΤΑ Α.Ε. παραμένει φορέας παροχής καθολικής υπηρεσίας έως τις 31-12-2028.

Η ΕΕΤΤ<sup>17</sup> δημοσιεύει τα αποτελέσματα των μετρήσεων της ποιότητας παροχής της Καθολικής Ταχυδρομικής Υπηρεσίας όσον αφορά την Αλληλογραφία Εσωτερικού Α΄ Προτεραιότητας και τη Διεθνή Αλληλογραφία Α΄ Προτεραιότητας.

Η παρουσίαση των αποτελεσμάτων αφορά:

- την αλληλογραφία εσωτερικού Α΄ προτεραιότητας, τα ποσοστά επίδοσης στον παραλήπτη σε μία (1) και τρεις (3) ημέρες από την εργάσιμη ημέρα κατάθεσης και τη μέση επίδοση σε ημέρες από άκρο σε άκρο,

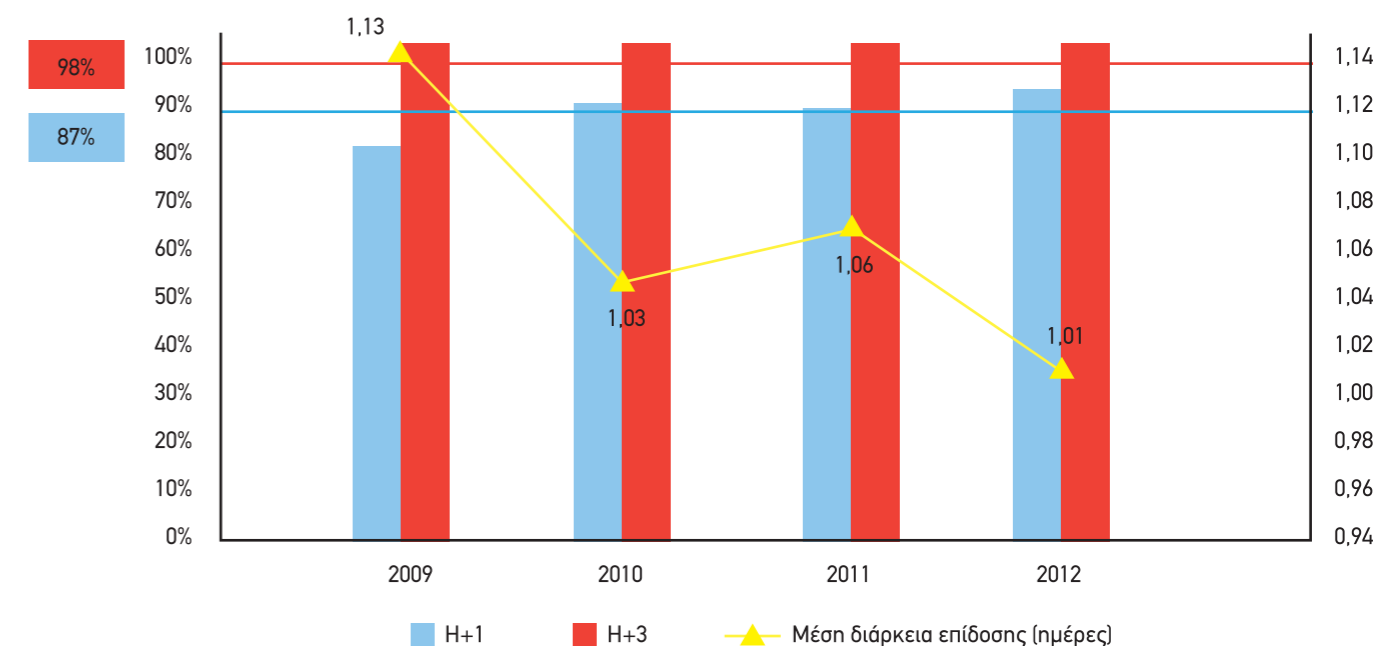
- την εισερχόμενη/εξερχόμενη διεθνή αλληλογραφία Α΄ προτεραιότητας, τα ποσοστά επίδοσης στον παραλήπτη σε τρεις (3) και πέντε (5) ημέρες από την εργάσιμη ημέρα κατάθεσης και τη μέση επίδοση σε ημέρες από άκρο σε άκρο.

### Εγχώρια Αλληλογραφία Α΄ Προτεραιότητας

Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρουσιάζονται<sup>18</sup> τα ποσοστά επίδοσης που επιτεύχθηκαν από το ΦΠΚΥ ανά εξάμηνο για την αλληλογραφία Α΄ προτεραιότητας εσωτερικού εντός μιας εργάσιμης ημέρας (H+1) και εντός τριών εργάσιμων ημερών (H+3) από την εργάσιμη ημέρα κατάθεσης, καθώς και η μέση ημέρα επίδοσης.

Σημειώνεται ότι για τη μία ημέρα επίδοσης η υποχρέωση για τον ΦΠΚΥ είναι 87% και αντίστοιχα 98% για τις τρεις ημέρες επίδοσης.

**Διάγραμμα 2.33 Αποτελέσματα μέτρησης ποιότητας Καθολικής Υπηρεσίας**



<sup>17</sup> Όπως υπαγορεύεται από την Υπουργική Απόφαση 58134/2275/2010 (ΦΕΚ 42/Β/20-1-2010), η ισχύς της οποίας παρατάθηκε με την Υπουργική Απόφαση 9023/192/2012 (ΦΕΚ 613/Β/5-3-2012) έως την 31/12/2012.

<sup>18</sup> «Αποτελέσματα Μετρήσεων του Χρόνου Διακίνησης της Αλληλογραφίας Εσωτερικού Α΄ Προτεραιότητας, σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Πρότυπο EN 13850: 2002», PWC 2013.

### Διεθνής Αλληλογραφία Α΄ Προτεραιότητας

Οι μετρήσεις της ποιότητας της Διεθνούς Αλληλογραφίας Α΄ Προτεραιότητας πραγματοποιούνται για όλες τις χώρες της ΕΕ από τη Διεθνή Ταχυδρομική Ένωση<sup>19</sup> (International Post Corporation - IPC).

Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζονται τα ποσοστά

επίδοσης που επιτεύχθηκαν από το ΦΠΚΥ, όσον αφορά στην εισερχόμενη και εξερχόμενη διεθνή αλληλογραφία Α΄ προτεραιότητας εντός τριών εργάσιμων ημερών (H+3) και εντός πέντε εργάσιμων ημερών (H+5) από την εργάσιμη ημέρα κατάθεσης, καθώς και η μέση διάρκεια επίδοσης.

**Πίνακας 2.14 Διεθνής εισερχόμενη αλληλογραφία ΦΠΚΥ**

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΗ ΑΛΛΗΛΓΡΑΦΙΑ H+3		ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΗ ΑΛΛΗΛΓΡΑΦΙΑ H+5		ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΗΜΕΡΩΝ ΕΠΙΔΟΣΗΣ
	ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΦΠΚΥ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΦΠΚΥ	ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΦΠΚΥ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΦΠΚΥ	
ΑΥΣΤΡΙΑ	85,0	88,1	97,0	97,8	2,5
ΒΕΛΓΙΟ	85,0	81,5	97,0	95,0	2,7
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	85,0	23,2	97,0	68,2	5,0
ΚΥΠΡΟΣ	85,0	69,3	97,0	91,0	3,4
ΓΑΛΛΙΑ	85,0	80,0	97,0	95,3	2,8
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	85,0	82,5	97,0	96,1	2,7
ΙΤΑΛΙΑ	85,0	71,7	97,0	95,5	3,1
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	85,0	81,6	97,0	95,4	2,8
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	85,0	34,5	97,0	84,3	4,3
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	85,0	28,6	97,0	81,2	4,5
ΙΣΠΑΝΙΑ	85,0	63,8	97,0	89,3	3,5
ΕΛΒΕΤΙΑ	85,0	82,3	97,0	93,9	2,6
ΤΟΥΡΚΙΑ	85,0	34,7	97,0	79,9	4,4
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	85,0	76,8	97,0	94,8	2,9
<b>ΖΩΝΗ Β</b>					
ΚΡΟΑΤΙΑ	80,0	55,6	95,0	95,6	3,8
ΤΣΕΧΙΑ	80,0	33,3	95,0	80,3	4,3
ΔΑΝΙΑ	80,0	82,8	95,0	95,4	2,7
ΕΣΘΟΝΙΑ	80,0	48,4	95,0	80,2	4,2
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	80,0	66,8	95,0	94,1	3,2
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	80,0	40,0	95,0	86,5	4,1
ΙΣΛΑΝΔΙΑ	80,0	61,3	95,0	94,0	3,4
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	80,0	71,1	95,0	93,9	3,3
ΛΕΤΟΝΙΑ	80,0	49,1	95,0	84,2	4,3
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	80,0	52,9	95,0	85,3	4,1
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	80,0	70,7	95,0	96,2	3,1
ΜΑΛΤΑ	80,0	36,8	95,0	84,0	4,2
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	80,0	82,3	95,0	97,8	2,7
ΠΟΛΩΝΙΑ	80,0	75,4	95,0	93,4	3,1
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	80,0	78,4	95,0	94,4	3,1
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	80,0	45,5	95,0	87,9	3,9
ΣΟΥΗΔΙΑ	80,0	80,8	95,0	95,8	2,9

**Πίνακας 2.15 Διεθνής εξερχόμενη αλληλογραφία ΦΠΚΥ**

ΧΩΡΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗΣ	ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΗ ΑΛΛΗΛΓΡΑΦΙΑ H+3		ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΗ ΑΛΛΗΛΓΡΑΦΙΑ H+5		ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΗΜΕΡΩΝ ΕΠΙΔΟΣΗΣ
	ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΦΠΚΥ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΦΠΚΥ	ΥΠΟΧΡΕΩΣΗ ΦΠΚΥ	ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΦΠΚΥ	
ΑΥΣΤΡΙΑ	85,0	88,1	97,0	97,8	2,5
ΒΕΛΓΙΟ	85,0	81,5	97,0	95,0	2,7
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	85,0	23,2	97,0	68,2	5,0
ΚΥΠΡΟΣ	85,0	69,3	97,0	91,0	3,4
ΓΑΛΛΙΑ	85,0	80,0	97,0	95,3	2,8
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	85,0	82,5	97,0	96,1	2,7
ΙΤΑΛΙΑ	85,0	71,7	97,0	95,5	3,1
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	85,0	81,6	97,0	95,4	2,8
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	85,0	34,5	97,0	84,3	4,3
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	85,0	28,6	97,0	81,2	4,5
ΙΣΠΑΝΙΑ	85,0	63,8	97,0	89,3	3,5
ΕΛΒΕΤΙΑ	85,0	82,3	97,0	93,9	2,6
ΤΟΥΡΚΙΑ	85,0	34,7	97,0	79,9	4,4
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	85,0	76,8	97,0	94,8	2,9
<b>ΖΩΝΗ Β</b>					
ΚΡΟΑΤΙΑ	80,0	55,6	95,0	95,6	3,8
ΤΣΕΧΙΑ	80,0	33,3	95,0	80,3	4,3
ΔΑΝΙΑ	80,0	82,8	95,0	95,4	2,7
ΕΣΘΟΝΙΑ	80,0	48,4	95,0	80,2	4,2
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	80,0	66,8	95,0	94,1	3,2
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	80,0	40,0	95,0	86,5	4,1
ΙΣΛΑΝΔΙΑ	80,0	61,3	95,0	94,0	3,4
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	80,0	71,1	95,0	93,9	3,3
ΛΕΤΟΝΙΑ	80,0	49,1	95,0	84,2	4,3
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	80,0	52,9	95,0	85,3	4,1
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	80,0	70,7	95,0	96,2	3,1
ΜΑΛΤΑ	80,0	36,8	95,0	84,0	4,2
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	80,0	82,3	95,0	97,8	2,7
ΠΟΛΩΝΙΑ	80,0	75,4	95,0	93,4	3,1
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	80,0	78,4	95,0	94,4	3,1
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	80,0	45,5	95,0	87,9	3,9
ΣΟΥΗΔΙΑ	80,0	80,8	95,0	95,8	2,9

<sup>19</sup> Περισσότερες πληροφορίες για την ποιότητα της διεθνούς εισερχόμενης και εξερχόμενης αλληλογραφίας των χωρών της ΕΕ υπάρχουν στον επίσημο δικτυακό τόπο της IPC <http://www.ipc.be>

## 2.12 Καταγγελίες Καταναλωτών

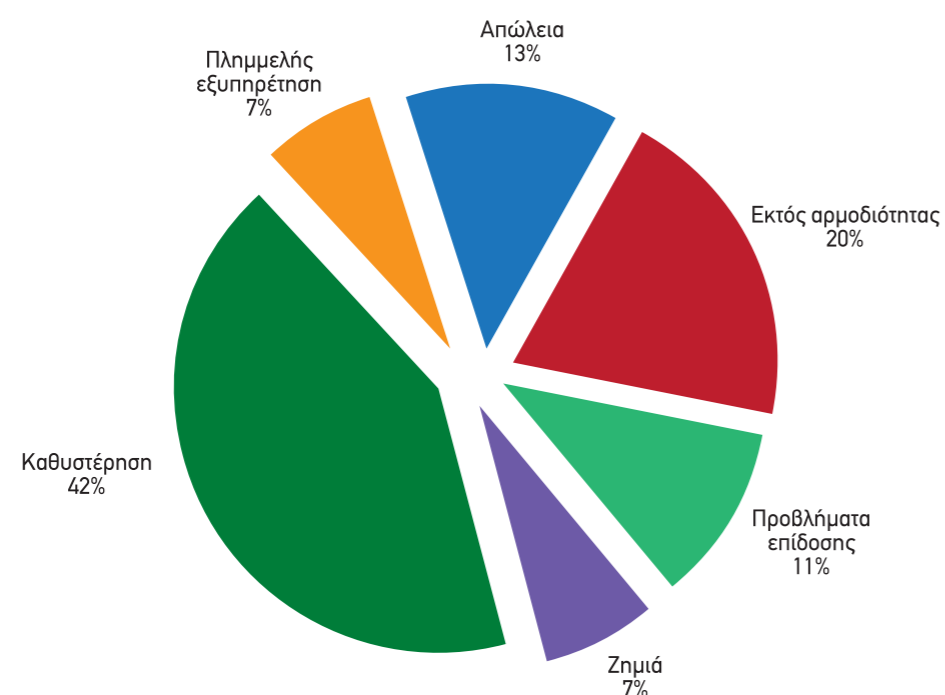
### 2.12.1. Στατιστικά Στοιχεία Καταγγελιών Καταναλωτών στην ΕΕΤΤ

Ευνοϊκή εικόνα σε σχέση με το 2011 παρουσιάζει η ταχυδρομική αναφορικά με τις καταγγελίες καταναλωτών για πλημμελή παροχή ταχυδρομικών υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, το 2012 η ΕΕΤΤ έλαβε 172 καταγγελίες καταναλωτών κατά των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, λιγότερες κατά 24% σε σχέση με το 2011. Από τις 172 καταγγελίες, το 64% αφορά σε καταγγελίες κατά των ΕΛΤΑ, ενώ το υπόλοιπο 36% σε καταγγελίες κατά των εταιρειών ταχυμεταφορών.

#### Καταγγελίες Καταναλωτών κατά των Εταιρειών Ταχυμεταφορών

Μειωμένες κατά 30% σε σχέση με το 2011 εμφανίζονται οι καταγγελίες κατά των εταιρειών ταχυμεταφορών που έλαβε η ΕΕΤΤ 2012. Οι καταγγελίες αυτές συνοψίζονται στο παρακάτω διάγραμμα.

Διάγραμμα 2.34 Καταγγελίες κατά εταιρειών ταχυμεταφορών



Το μεγαλύτερο μέρος των καταγγελιών αφορά στην καθυστέρηση επίδοσης ταχυδρομικών αντικειμένων. Οι περισσότερες από αυτές αναφέρονται σε επίδοση αντικειμένων σε νησιωτικές ή δυσπρόσιτες περιοχές, κυρίως δεμάτων από/προς το εξωτερικό. Αρκετές περιπτώσεις αποζημιώθηκαν. Είναι αξιοσημείωτο ότι ο αριθμός των καταγγελιών για καθυστέρηση επίδοσης σχεδόν διπλασιάστηκε σε σχέση με την περσινή χρονιά. Πολλές είναι οι καταγγελίες για θέματα εκτός αρμοδιότητας,

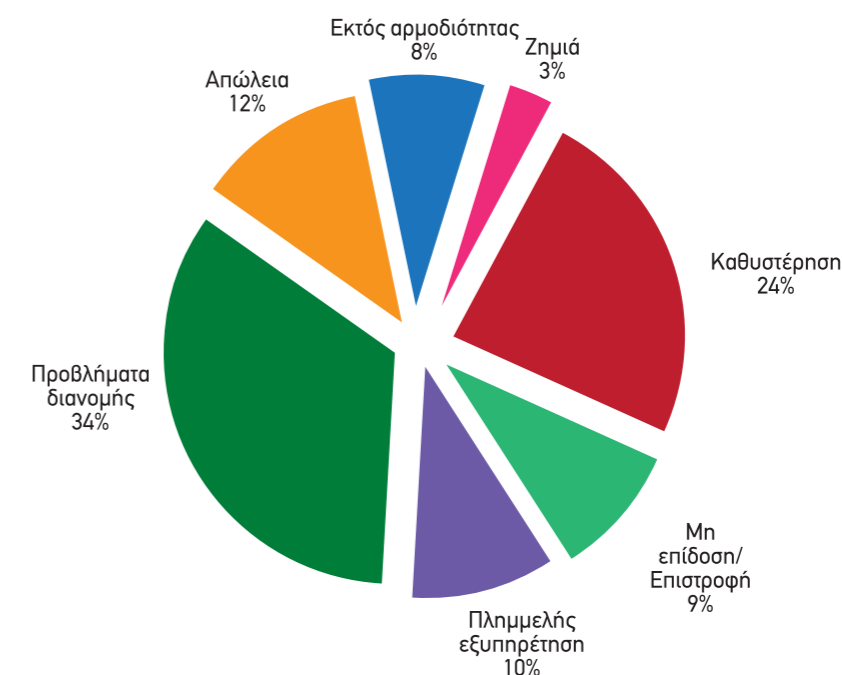
η πλειοψηφία των οποίων σχετίζεται με χρέη εκτελωνισμού. Το γεγονός αυτό, όπως προκύπτει από τις καταγγελίες, είναι απόρροια της έλλειψης σχετικής ενημέρωσης από τον εκάστοτε ταχυδρομικό πάροχο προς τον καταναλωτή. Το 13% των καταγγελιών αφορά στην απώλεια ταχυδρομικού αντικειμένου, οι περισσότερες εκ των οποίων αποζημιώθηκαν. Άλλες περιπτώσεις αναφέρονται σε προβλήματα επίδοσης, όπως επίδοση σε λάθος άτομο, μη επίδοση ή επιστροφή του ταχυδρομικού αντικειμένου, ζημιά του ταχυδρομικού

αντικειμένου αλλά και πλημμελή εξυπηρέτηση. Η πλημμελής εξυπηρέτηση αφορά σε θέματα όπως η συμπεριφορά των υπαλλήλων εξυπηρέτησης, η μη σωστή εξυπηρέτηση κατά την παράδοση κ.λπ.

#### Καταγγελίες Καταναλωτών κατά των ΕΛΤΑ

Αναφορικά με τις καταγγελίες κατά των ΕΛΤΑ, η ΕΕΤΤ έλαβε 110 καταγγελίες, 24% λιγότερες σε σχέση με το 2011. Το παρακάτω διάγραμμα δείχνει την κατανομή των καταγγελιών στις βασικές κατηγορίες τους.

Διάγραμμα 2.35 Καταγγελίες κατά ΕΛΤΑ



Το κυριότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές παρατηρείται στη διανομή των ταχυδρομικών αντικειμένων. Οι καταναλωτές καταγγέλλουν ότι η διανομή της αλληλογραφίας τους, τόσο στις νησιωτικές και απομακρυσμένες περιοχές της Ελλάδος όσο και εντός του νομού Αττικής αλλά και της Αθήνας, δεν εκτελείται κανονικά, με αποτέλεσμα πολλές φορές ακόμα και την εκπρόθεσμη πληρωμή λογαριασμών. Είναι αξιοσημείωτο ότι οι καταγγελίες αυτές υπερδιπλασιάστηκαν σε σχέση με το 2011.

Η καθυστέρηση επίδοσης των ταχυδρομικών αντικειμένων παραμένει υψηλή, καθώς συχνά η συστημένη αλληλογραφία και τα δέματα, κυρίως από και προς το εξωτερικό δεν επιδίδονται εντός του προβλεπόμενου χρόνου.

Δεν είναι λίγες οι φορές που παρατηρείται απώλεια των ταχυδρομικών αντικειμένων, κυρίως δεμάτων εξωτερικού και πιο συγκεκριμένα αντικειμένων αγορασμένων από ηλεκτρονικά

καταστήματα όπως ebay και amazon, επίσης φακέλων αλληλογραφίας, αλλά και συνδρομητικών περιοδικών. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι κάποια αντικείμενα εν τέλει παραδόθηκαν, και για κάποια από αυτά ο καταγγέλλων αποζημιώθηκε.

Οι περιπτώσεις πλημμελούς εξυπηρέτησης, αναφέρονται κυρίως σε απρεπείς συμπεριφορές ταχυδρόμων αλλά και υπαλλήλων εξυπηρέτησης στα καταστήματα των ΕΛΤΑ. Καταγράφηκαν επίσης περιπτώσεις μη επίδοσης ή/και επιστροφής του ταχυδρομικού αντικειμένου, κάποιες εκ των οποίων αποζημιώθηκαν.

Τα θέματα εκτός αρμοδιότητας επικεντρώνονται ως επί το πλείστον σε θέματα όπως αποδεικτικά παραλαβής, ταχυδρομικά έξοδα, γραμματόσημα, ζητήματα σχετικά με την ιστοσελίδα κ.λπ.

Λίγες είναι, τέλος, οι περιπτώσεις ζημιάς ή καταστροφής του ταχυδρομικού αντικειμένου.

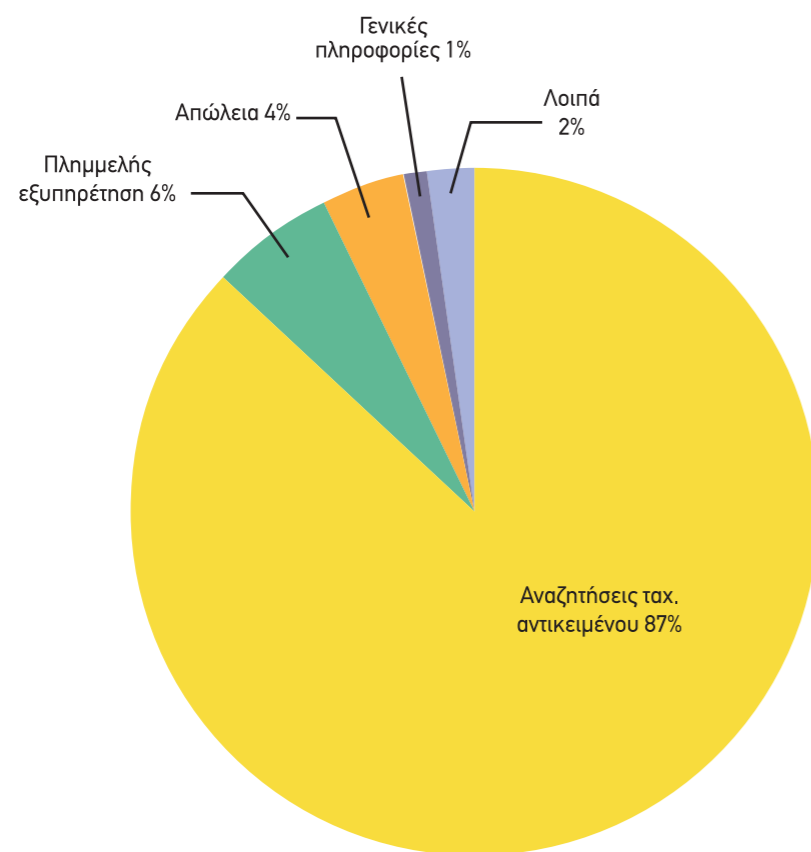


### 2.12.2 Στατιστικά Στοιχεία Καταγγελιών Καταναλωτών στα ΕΛΤΑ

Το 2012 τα ΕΛΤΑ έλαβαν 9.142 καταγγελίες, ήτοι 8% περισσότερες σε σχέση με το 2011.

Όπως βλέπουμε στο παρακάτω διάγραμμα, η πλειοψηφία των καταγγελιών αφορά στην αναζήτηση ταχυδρομικού αντικειμένου. Αρκετές είναι οι καταγγελίες για πλημμελή εξυπηρέτηση, οι περισσότερες εκ των οποίων αφορούν στην εξυπηρέτηση από την πλευρά του ταχυδρόμου. Οι καταγγελίες για απώλεια ταχυδρομικού αντικειμένου είναι επίσης αυξημένες σε σχέση με τις υπόλοιπες.

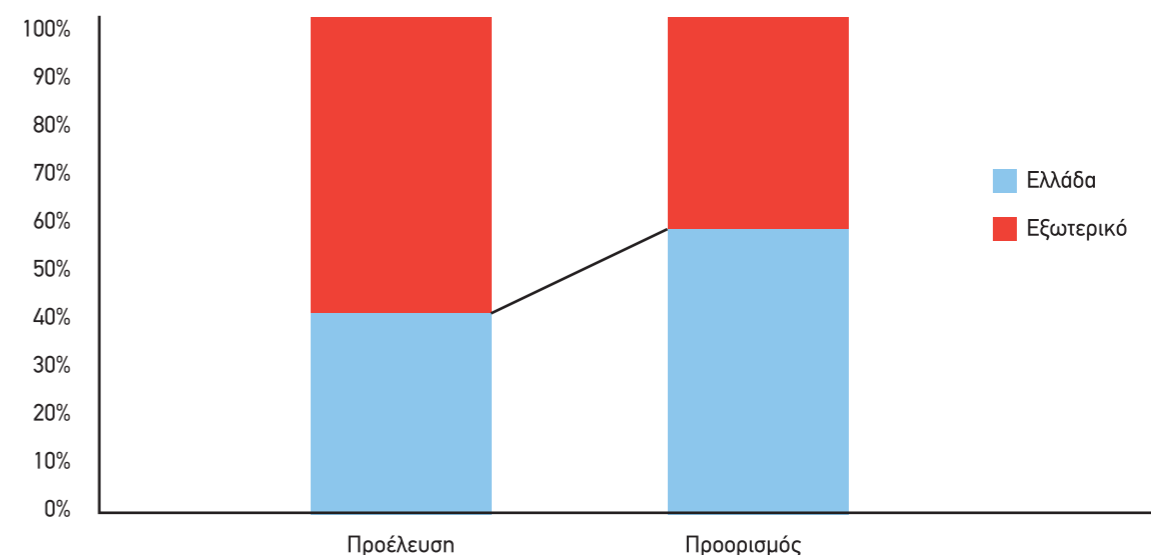
Διάγραμμα 2.36 Κατηγοριοποίηση καταγγελιών ΕΛΤΑ



Από το σύνολο των καταγγελιών, επιλύθηκε το 7% των περιπτώσεων, ενώ το 76% εξ αυτών αποζημιώθηκε. Ειδικότερα επιλύθηκε το 95% των περιπτώσεων απώλειας, με το 30% αυτών να αποζημιώνεται. Σχετικά με τις καταγγελίες για αναζήτηση ταχυδρομικού αντικειμένου, αναφέρουμε ότι στο 57% των περιπτώσεων το ταχυδρομικό αντικείμενο τελικά επιδόθηκε, ενώ από τις περιπτώσεις που επιλύθηκαν αποζημιώθηκε το 2%.

Σημειώνεται ότι η μέση αποζημίωση που δόθηκε ανέρχεται στα 89 ευρώ, ενώ ο μέσος χρόνος επίλυσης ήταν οι 14 μέρες. Στο παρακάτω διάγραμμα βλέπουμε την προέλευση και τον προορισμό των ταχυδρομικών αντικειμένων.

Διάγραμμα 2.37 Προέλευση και προορισμός ταχυδρομικών αντικειμένων καταγγελιών

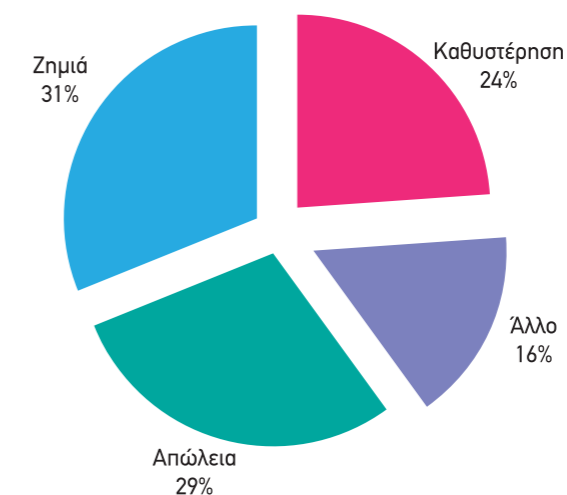


Το 57% των καταγγελιών αφορούν σε ταχυδρομικά αντικείμενα προερχόμενα από χώρες του εξωτερικού, κυρίως από Σιγκαπούρη και Γερμανία. Από τις καταγγελίες που αναφέρονται σε ταχυδρομικά αντικείμενα προερχόμενα από διάφορες περιοχές της Ελλάδας, οι περισσότερες αφορούν σε αντικείμενα που προορίζονται σε χώρες του εξωτερικού. Στο σύνολο των καταγγελιών, τα ταχυδρομικά αντικείμενα προορίζονται κατά 58% προς Ελλάδα και κατά 41% προς χώρες εξωτερικού, κυρίως Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία, ΗΠΑ, Αυστραλία και Ρωσία.

### 2.12.3. Στατιστικά Στοιχεία Καταγγελιών Καταναλωτών στις Εταιρείες Ταχυμεταφορών

Σύμφωνα με τα στοιχεία που έδωσαν οι πάροχοι Γενικής Άδειας στην ΕΕΤΤ, οι καταγγελίες που έλαβαν το 2012 κατηγοριοποιούνται ως εξής:

Διάγραμμα 2.38 Κατηγοριοποίηση καταγγελιών Ταχυμεταφορών



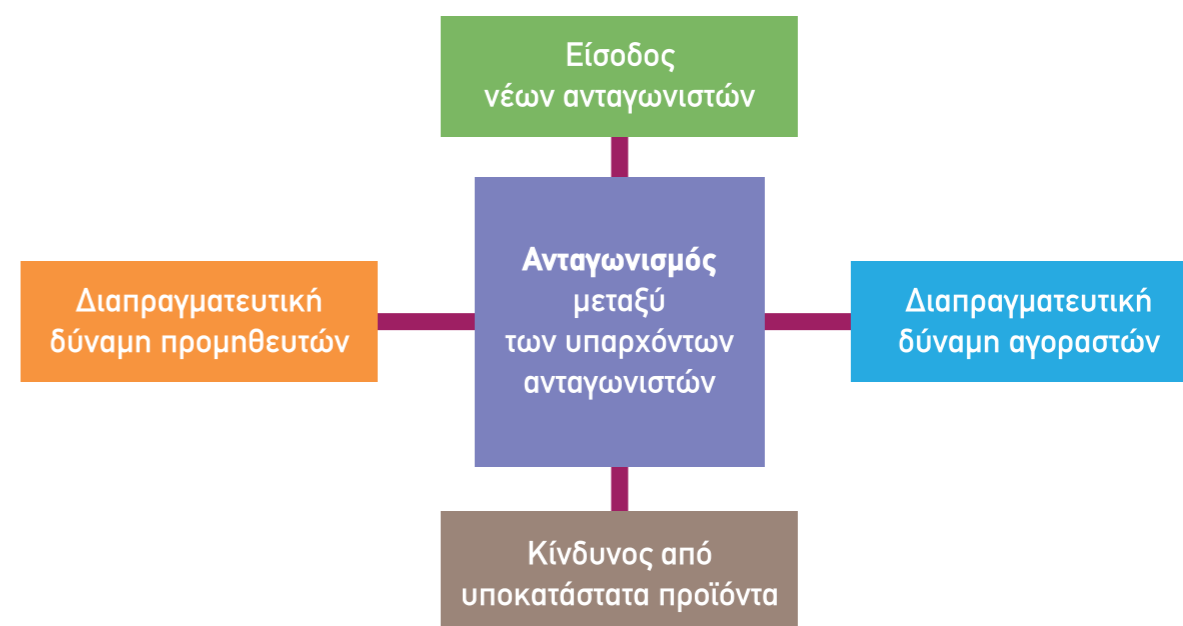
Οι περισσότερες καταγγελίες αφορούν σε ζημιά του ταχυδρομικού αντικειμένου, αλλά αρκετές είναι οι περιπτώσεις απώλειας και καθυστέρησης επίδοσης. Η πλειοψηφία των καταγγελιών αυτών λύθηκε με φιλικό διακανονισμό. Πολύ μικρό είναι το ποσοστό αυτών που απευθύνθηκαν στην ΕΕΤΤ, ενώ ελάχιστες είναι οι καταγγελίες για τις οποίες συγκλήθηκε ΕΕΔ ή επιλύθηκαν δικαστικώς.

### 3.1 Το μοντέλο των 5 δυνάμεων του Porter

Ενόψει της απελευθέρωσης της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται αύξηση του ανταγωνισμού μεταξύ των ταχυδρομικών επιχειρήσεων. Ήδη το 2012 δραστηριοποιούνται πέρα από το ΦΠΚΥ 466 εταιρείες Γενικής Άδειας και 7 επιχειρήσεις Ειδικής Άδειας. Προκειμένου να αναλύσουμε τις συνθήκες ανταγωνισμού που επικρατούν στην ταχυδρομική αγορά, κάνουμε χρήση του μοντέλου των 5 δυνάμεων του Porter.<sup>20</sup> Το μοντέλο εξετάζει: α) το βαθμό ανταγωνισμού μεταξύ των

υπαρχόντων ανταγωνιστών, β) τον κίνδυνο από την είσοδο νέων ανταγωνιστών στην αγορά, γ) την απειλή από πιθανά υποκατάστατα προϊόντα, δ) τη διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών και ε) τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών. Οι 5 δυνάμεις είναι αφενός ενδεικτικές των συνθηκών του ανταγωνισμού, που ο εκάστοτε ταχυδρομικός πάροχος έχει να αντιμετωπίσει εντός της ταχυδρομικής αγοράς, αφετέρου του βαθμού στον οποίο η ταχυδρομική αγορά είναι ανταγωνιστική και προσφέρει ευκαιρίες για καινούρια επιχειρηματική δραστηριότητα.

Σχήμα 3.1 Το μοντέλο 5 δυνάμεων του Porter



## Κεφάλαιο 3 Ανάλυση Ανταγωνισμού

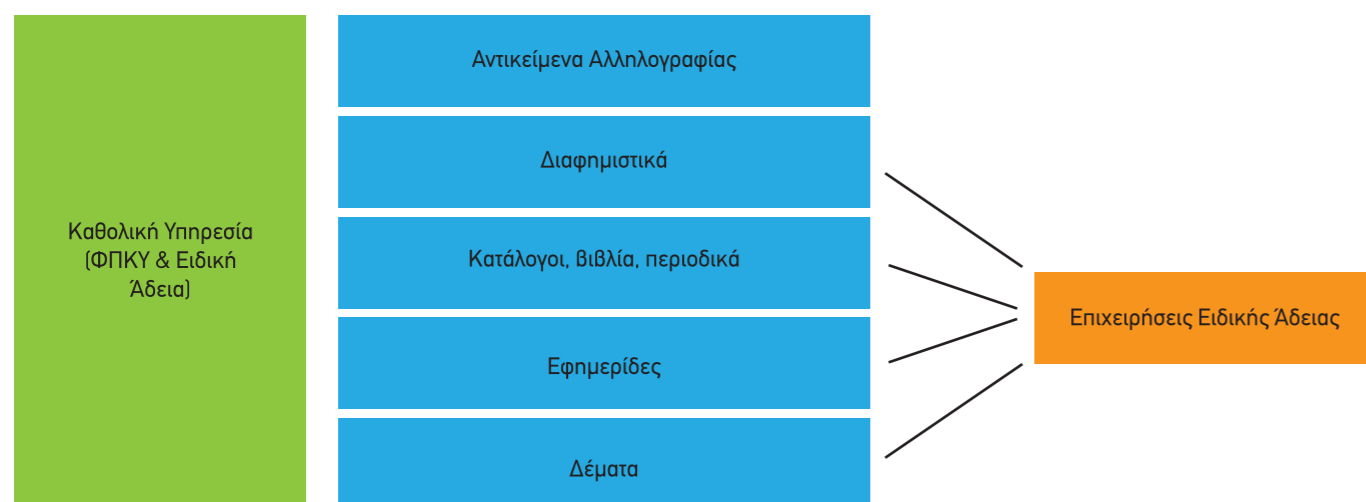
<sup>20</sup> How Competitive Forces Shape Strategy", Porter, M.E., Harvard Business Review, March/April 1979

### 3.1.1 Βαθμός ανταγωνισμού μεταξύ των υπάρχοντων ανταγωνιστών

#### 3.1.1.1 Τμηματοποίηση της Ταχυδρομικής Αγοράς

Το παρακάτω σχήμα δείχνει μία κατηγοριοποίηση της αγοράς στους ευρύτερους τομείς της Καθολικής Υπηρεσίας και των Ταχυμεταφορών, όσον αφορά στις προσφερόμενες υπηρεσίες. Οι δύο κατηγορίες θα εξετασθούν ξεχωριστά ως προς τις συνθήκες ανταγωνισμού που τις διέπουν.

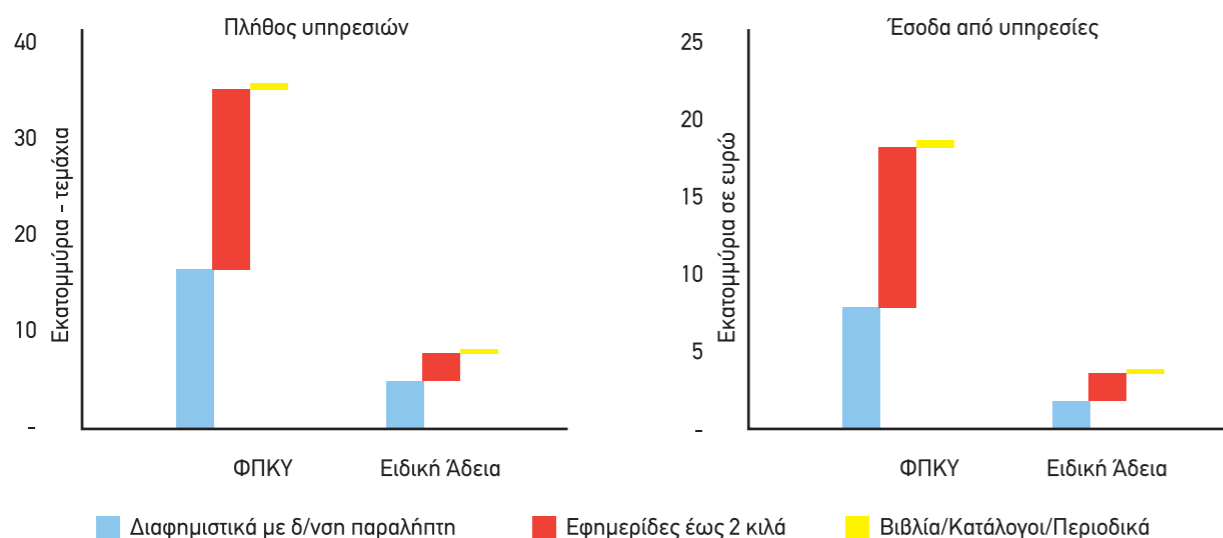
Σχήμα 3.2 Τμηματοποίηση της Ταχυδρομικής Αγοράς



#### Καθολική Υπηρεσία

Στον τομέα της Καθολικής Υπηρεσίας, εκτός από τον ΦΠΚΥ, δραστηριοποιούνται 7 επιχειρήσεις Ειδικής Άδειας. Οι περισσότερες από αυτές δραστηριοποιούνται επιλεκτικά σε μεμονωμένες ταχυδρομικές υπηρεσίες (niche marketing). Συγκεκριμένα διακινούν το 2% των αντικειμένων της ταχυδρομικής αγοράς, μερίδιο που αντιστοιχεί στο 1% των αντίστοιχων εσόδων.

Διάγραμμα 3.1 Πλήθος και έσοδα των βασικών υπηρεσιών Ειδικής Άδειας



Ειδικότερα, στο σύνολο της διανομής διαφημιστικών, εφημερίδων και βιβλίων/καταλόγων/περιοδικών, οι 7 επιχειρήσεις Ειδικής Άδειας κατέχουν μερίδιο αγοράς 18% όσον αφορά στον όγκο και 14% όσον αφορά στα έσοδα. Η διανομή αντικειμένων αλληλογραφίας έως 2 κιλά είναι υπό ανάπτυξη με ελάχιστα μέχρι στιγμής μερίδια. Δέματα δε διακινούνται από τις επιχειρήσεις Ειδικής Άδειας.

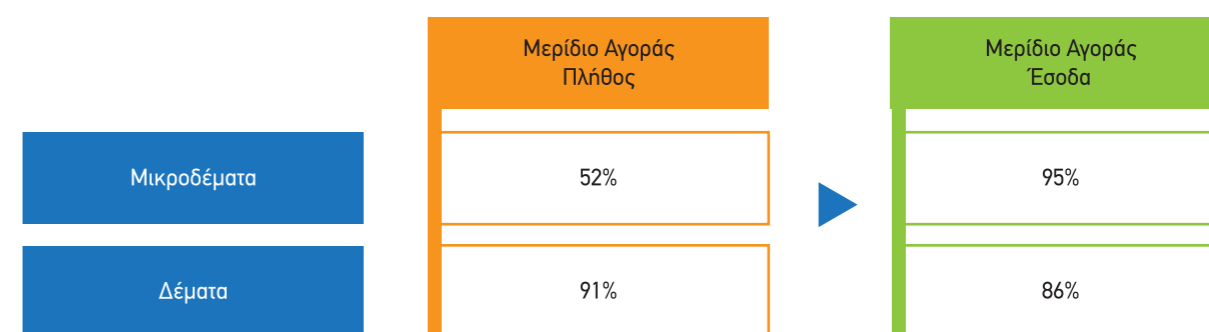
#### Ταχυμεταφορές

Το 2012, στην ταχυδρομική αγορά δραστηριοποιούνται 466 εταιρείες, κάτοχοι Γενικής Άδειας. Ενώ πρόκειται για

μία πλήρως ανταγωνιστική αγορά, είναι χαρακτηριστικό ότι το 80% των ταχυδρομικών αντικειμένων διακινείται από 4 εταιρείες, αποφέροντας το 60% των αντίστοιχων εσόδων της συγκεκριμένης αγοράς.

Η αγορά των ταχυμεταφορών διακινεί το 4% του όγκου της ταχυδρομικής αγοράς και φέρνει το 34% των συνολικών εσόδων. Στην αγορά αυτή, οι εταιρείες Γενικής Άδειας διακινούν το 52% των δεμάτων και 91% των μικροδεμάτων, κερδίζοντας αντίστοιχα το 95% και 86% των εσόδων της αγοράς.

Σχήμα 3.3 Μερίδια αγοράς υπηρεσιών Ταχυμεταφορών

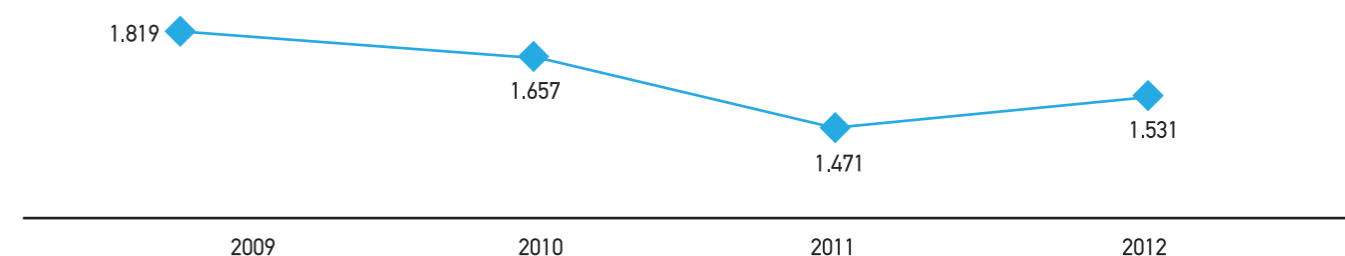


Με όπλο τις υπηρεσίες προστιθέμενες αξίας, όπως την ταχύτητα και ποιοτική εξυπηρέτηση, τη δυνατότητα εντοπισμού του ταχυδρομικού αντικειμένου σε όλα τα στάδια διακίνησής του και το υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών, οι εταιρείες ταχυμεταφορών κερδίζουν συνεχώς μερίδια αγοράς ως προς το πλήθος των διακινούμενων αντικειμένων και ακόμα περισσότερο στον τζίρο της αγοράς ταχυμεταφορών.

Τα τελευταία χρόνια, στην αγορά των ταχυμεταφορών, κυρίως λόγω της ανάπτυξης του ηλεκτρονικού εμπορίου, η τάση στη διανομή δεμάτων και μικροδεμάτων είναι ανοδική. Συγκεκριμένα, σε σύγκριση με το 2011, τα έσοδα στην ευρύτερη

κατηγορία αυξήθηκαν κατά 17%. Η τάση αυτή αναμένεται να συνεχιστεί τα προσεχή χρόνια, λόγω της ραγδαίας διεύρυνσης του διαδικτύου σε όλο και περισσότερους τομείς της ζωής. Ένδειξη του βαθμού ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων παίρνουμε από το δείκτη Herfindahl-Hirschman<sup>21</sup> (HHI). Πρόκειται για ένα δείκτη συγκέντρωσης της αγοράς, δηλαδή του βαθμού στον οποίο ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων αντιπροσωπεύει μεγάλο τμήμα της αγοράς. Ο δείκτης HHI χρησιμοποιείται ως ένας πιθανός δείκτης της ισχύος στην αγορά ή του ανταγωνισμού μεταξύ επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 3.2 Δείκτης Herfindahl-Hirschman



<sup>21</sup> "National Power and the Structure of Foreign Trade", Hirschman, University of California Press, 1945 και "Concentration in the US Steel Industry", Herfindahl, Columbia University, 1950  $HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$ , όπου  $S_i$  είναι το μερίδιο αγοράς της εταιρείας "i" και n το πλήθος των εταιρειών.

Όσο μεγαλύτερος είναι ο δείκτης HHI, τόσο πιο συγκεντρωμένη σε μικρό αριθμό επιχειρήσεων είναι η αγορά. Συγκεκριμένα, ένας HHI δείκτης μεταξύ 1.000 και 1.800 υποδηλώνει μία μέτριας συγκέντρωσης αγορά. Για το 2012, ο βαθμός HHI της ταχυδρομικής αγοράς είναι 1.531, που σημαίνει ότι στην παρούσα φάση στην ταχυδρομική αγορά επικρατεί μέτριος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων. Όπως έχει ήδη αναφερθεί στο

### 3.1.1.2 Ανταγωνιστικότητα των Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

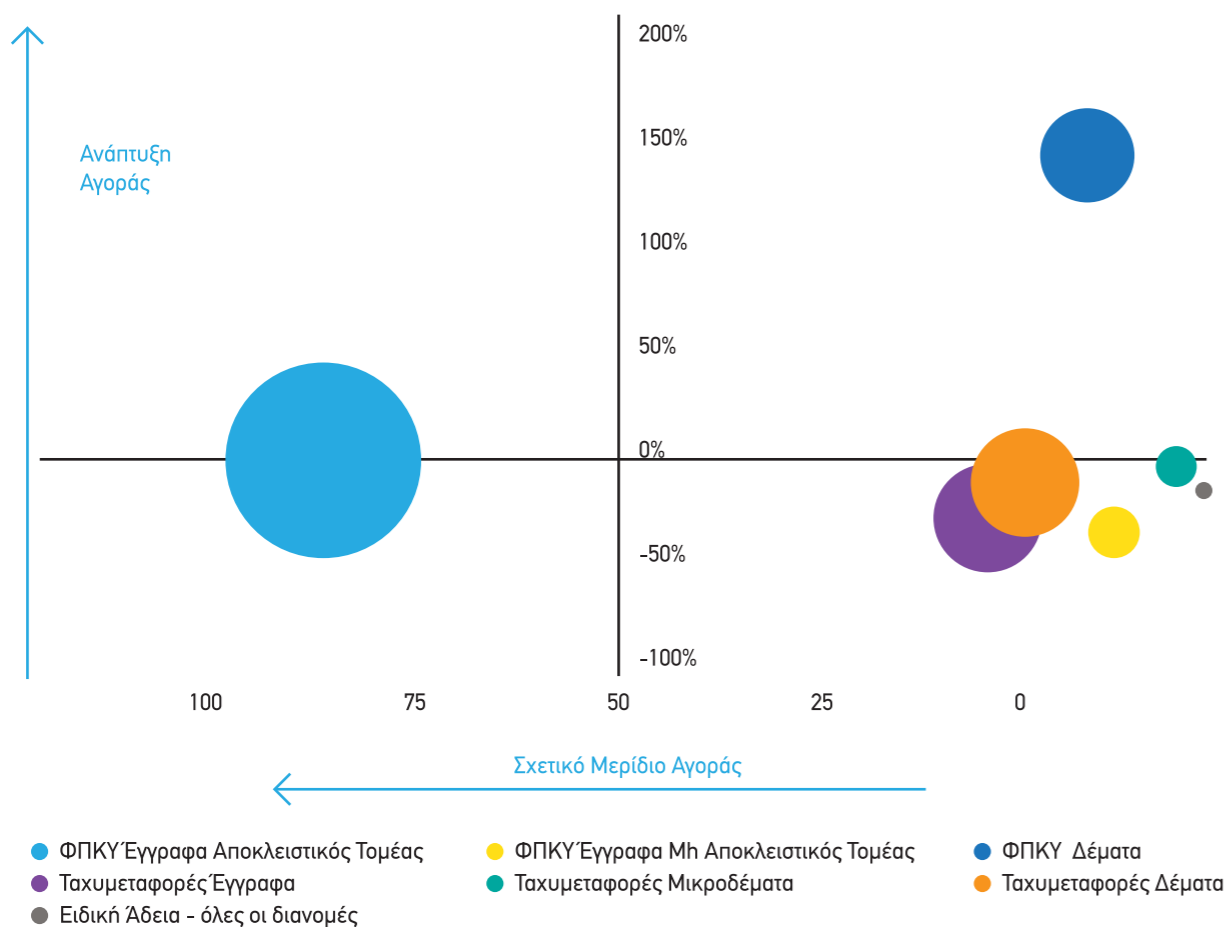
Την ανταγωνιστική θέση των ταχυδρομικών υπηρεσιών στην ταχυδρομική αγορά βλέπουμε στο BCG Matrix<sup>22</sup> που ακολουθεί. Το διάγραμμα συσχετίζει το σχετικό μερίδιο αγοράς των προϊόντων (οριζόντιος άξονας) με την ανάπτυξη της αντίστοιχης αγοράς (κάθετος άξονας). Τα προϊόντα παρουσιάζονται ως σφαίρες, το μέγεθος καθεμίας είναι ενδεικτικό των εσόδων, που το εκάστοτε προϊόν αποφέρει. Η θέση της σφαίρας στο διάγραμμα υποδεικνύει

Κεφάλαιο 2, οι επιχειρήσεις ταχυμεταφορών δεν χαρακτηρίζονται από κερδοφορία, γεγονός που συντελεί στη μεταξύ τους ανταγωνιστικότητα. Ο ίδιος βαθμός ανταγωνισμού επικρατεί λίγο-πολύ τα 4 τελευταία χρόνια, ενώ είναι αξιοσημείωτο ότι η τάση του δείκτη είναι πτωτική μέχρι το 2011, καθώς ο αριθμός των επιχειρήσεων ήταν ανοδικός μέχρι το 2011.

τη στρατηγική θέση και δυναμική του προϊόντος στην αγορά. Ο πίνακας αυτός αποτελεί εργαλείο στα χέρια του επιχειρηματία, προκειμένου να πάρει στρατηγικές αποφάσεις για καθεμία από τις υπηρεσίες που προσφέρει, από επένδυση κεφαλαίου έως πιθανή κατάργηση μη αποδοτικών υπηρεσιών.

<sup>22</sup> Boston Consulting Group, 1970

Διάγραμμα 3.3 BCG Matrix υπηρεσιών της ελληνικής ταχυδρομικής αγοράς, 2012



Η κατηγορία των εγγράφων του αποκλειστικού τομέα του ΦΠΚΥ κατέχει, όπως είναι αναμενόμενο, εξέχουσα θέση στον πίνακα, δεδομένου ότι αντιστοιχεί στο 77% των εσόδων του ΦΠΚΥ και στο 43% των εσόδων της ταχυδρομικής αγοράς. Από την πλευρά του ΦΠΚΥ, στην απελευθερωμένη αγορά η σταδιακή είσοδος νέων παικτών, σε συνδυασμό με την ηλεκτρονική υποκατάσταση της αλληλογραφίας θα ασκήσουν επιπλέον πιέσεις στα έσοδα της συγκεκριμένης δραστηριότητας, η οποία για το 2012 αποτελεί το 77% των συνολικών εσόδων του. Από τη σκοπιά των νέων στην κατηγορία επιχειρηματιών, η επένδυση στην εν λόγω κατηγορία δεν είναι απλή υπόθεση, δεδομένων των πάσης φύσεως εμποδίων, που καλούνται να προσπεράσουν, όπως θα δούμε παρακάτω.

Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση της κατηγορίας των μικροδεμάτων των ταχυμεταφορών, όπου για το 2012 βρίσκεται μετατοπισμένη από το κάτω δεξιά τεταρτημόριο στο άνω δεξιά λόγω των ιδιαίτερα αυξημένων εσόδων που έφεραν στην αγορά τους. Τα δέματα των ταχυμεταφορών και του ΦΠΚΥ βρίσκονται στο πάνω μέρος του τεταρτημορίου, θεωρώντας ότι έχουν δυναμική για ακόμα

### 3.1.2 Εμπόδια εισόδου νέων ανταγωνιστών

Το ενδεχόμενο εισόδου νέων ανταγωνιστών στην αγορά αποτελεί απειλή για τις ήδη δραστηριοποιημένες εταιρείες, δεδομένου ότι επηρεάζει σημαντικά τη συμπεριφορά αυτών σε στρατηγικό κυρίως επίπεδο. Η είσοδος στην ταχυδρομική αγορά, από την άλλη, εμποδίζεται από νομοθετικά και επιχειρησιακά εμπόδια.

#### Καθολική Υπηρεσία

Σχετικά με τα εμπόδια που θέτει το νομοθετικό πλαίσιο, αναφερόμενοι στο 2012 και το τμήμα της αγοράς που σχετίζεται με τον αποκλειστικό τομέα της Καθολικής Υπηρεσίας, είναι προφανές ότι δεν υπήρχε ενδεχόμενο εισόδου νέων ανταγωνιστών στη συγκεκριμένη αγορά, καθώς η απελευθέρωση του τμήματος αυτού δεν είχε γίνει ακόμα πραγματικότητα. Στο υπόλοιπο μέρος της Καθολικής Υπηρεσίας, όπως έχει ήδη αναφερθεί, ο ανταγωνισμός είναι εξαιρετικά μικρός και στοχευμένος στα πολύ μικρά τμήματα της αγοράς, μην αφήνοντας μεγάλα περιθώρια εισόδου νέων παικτών.

Στα επόμενα χρόνια, οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις που θα

ανοδικότερη μετατόπιση, καθώς όπως ειπώθηκε πρόκειται για ένα συνεχώς αναπτυσσόμενο κλάδο, λόγω της ανοδικής τροχιάς του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Οι υπηρεσίες των εταιρειών της Ειδικής Άδειας, οι οποίες είναι σκόπιμα συγκεντρωμένες σε μία κατηγορία λόγω του μικρού τζίρου τους, δείχνουν σχεδόν ανύπαρκτες, έχοντας όμως στρατηγικά στοχεύσει στο μικρότερο κομμάτι της αγοράς.

Οι κατηγορίες των εγγράφων βρίσκονται στο κάτω δεξιά τεταρτημόριο, εξ αιτίας του χαμηλού σχετικού μεριδίου τους και της υποτονικής αγοράς στην οποία ανήκουν. Πρόκειται για έναν κλάδο πτωτικό και λιγότερο ανταγωνιστικό από τους άλλους αφενός λόγω της υποκατάστασης του από την ηλεκτρονική επικοινωνία και αφετέρου λόγω της μη ακόμα απελευθέρωσης της αγοράς το 2012. Με την απελευθέρωση της αγοράς, ενδέχεται η διανομή των εγγράφων από τις ταχυμεταφορές σταδιακά να αναπτυχθεί.

επιθυμήσουν να ανταγωνιστούν στο απελευθερωμένο πλέον τμήμα της αγοράς (επιστολικό ταχυδρομείο έως 50 γρ.), θα κληθούν να αντιμετωπίσουν όχι μόνο τις δυσχέρειες που απορρέουν από το δυσμενές οικονομικό κλίμα στην Ελλάδα αλλά συγχρόνως και θέματα που σχετίζονται με την ύπαρξη ενός εδραιωμένου ΦΠΚΥ. Τέτοια θέματα, όπως έδειξε μελέτη<sup>23</sup> που διενεργήθηκε το 2012 για λογαριασμό της ΕΕΤΤ και τα οποία έχουν παρατηρηθεί και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, αφορούν:

- την εφαρμογή ΦΠΑ στις ταχυδρομικές υπηρεσίες
- την πρόσβαση στο δημόσιο ταχυδρομικό δίκτυο
- τον επιμερισμό αποζημίωσης του κόστους της Καθολικής Υπηρεσίας
- την ελεύθερη πρόσβαση των φορητών ιδιωτικής χρήσης (ΦΙΧ) ταχυδρομικών εταιρειών στο κέντρο της Αθήνας.

#### Ταχυμεταφορές

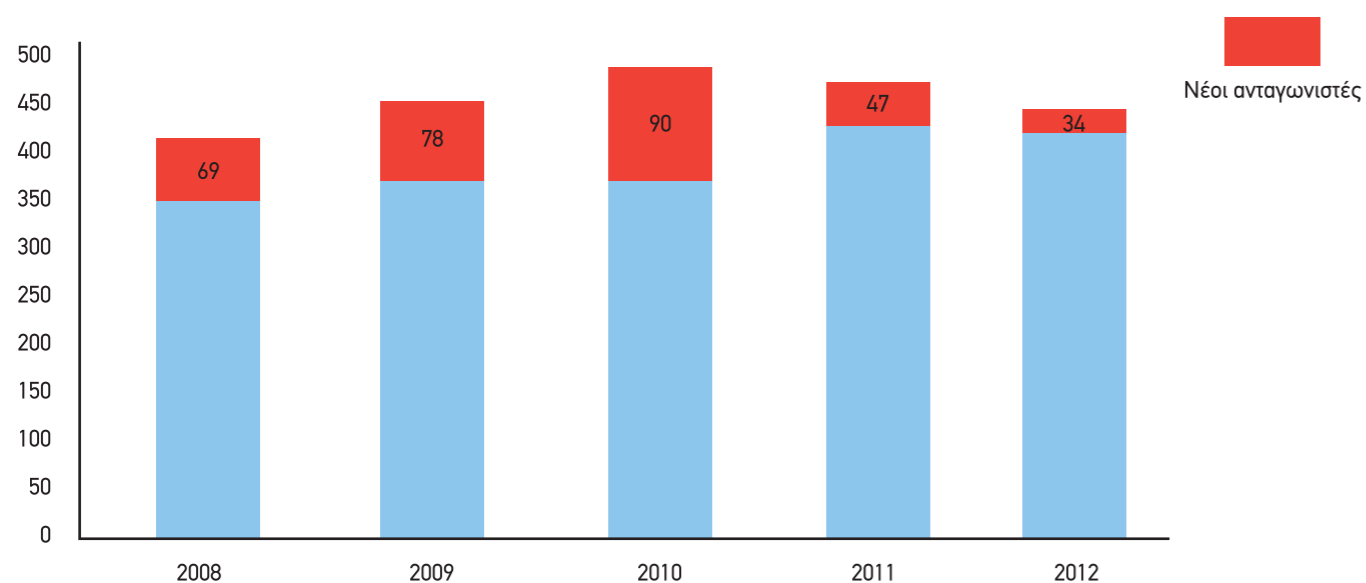
Στον τομέα των ταχυμεταφορών, όπου ο ανταγωνισμός είναι υπαρκτός, τα εμπόδια που οι ενδεχόμενοι νέοι ανταγωνιστές έχουν αυτή τη στιγμή να προσπεράσουν είναι

<sup>23</sup> «Προτάσεις για την ανάπτυξη της Ταχυδρομικής Αγοράς», «Διαδικασία ΑΕ», Ιούνιος 2012

επιχειρησιακής κυρίως φύσεως: α) θέματα που σχετίζονται με τη ζήτηση από τη μεριά των καταναλωτών, όπως η φήμη και αναγνωρισιμότητα της εταιρείας, το εισοδηματικό επίπεδο πελατών, το επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών, η αξιοπιστία της επιχείρησης, το εύρος των τιμών της εκάστοτε υπηρεσίας, η διαπραγματευτική δύναμη των μεγάλων πελατών και β) θέματα που σχετίζονται με την προσφορά από τη μεριά των εταιρειών, όπως επενδύσεις στην τεχνολογία, στα μέσα μεταφοράς και την ανάπτυξη δικτύου, επίτευξη οικονομιών κλίμακας και πυκνότητας,

δυνατότητα κάλυψης του συνόλου της χώρας δεδομένης της ιδιομορφίας της γεωγραφίας της κ.λπ. Όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα, ο αριθμός των νέων παρόχων μετά το 2010 μειώνεται σημαντικά. Παρατηρούμε επίσης, ότι το σύνολο των ταχυδρομικών παρόχων το 2012 έχει φτάσει στα επίπεδα του 2009, καθώς ένας μη αμελητέος αριθμός παρόχων διαγράφεται κάθε χρόνο.

**Διάγραμμα 3.4 Αριθμός υπαρχόντων και νέων ανταγωνιστών στην Ταχυδρομική Αγορά**



### 3.1.3. Υποκατάστατα προϊόντα

Πιθανά υποκατάστατα των ταχυδρομικών υπηρεσιών δύναται να έχουν μεγάλη επίδραση στην επιχειρησιακή λειτουργία των επιχειρήσεων και κατ' επέκταση στην ένταση του ανταγωνισμού.

#### Καθολική Υπηρεσία

Στο καταναλωτικό τμήμα (C2C) της αγοράς, υπάρχουν πολλές διαφορετικές και διαρκώς αναπτυσσόμενες μορφές επικοινωνίας, όπως το τηλέφωνο και το SMS, το e-mail και τα κοινωνικά δίκτυα, με αποτέλεσμα οι όγκοι της απλής αλληλογραφίας να μειώνονται συνεχώς.

Αναφορικά με το επιχειρησιακό τμήμα (B2C) της αγοράς και την αλληλογραφία προς τους καταναλωτές, το διαδίκτυο είναι ο μεγάλος ανταγωνιστής της ταχυδρομικής αγοράς, λόγω των εναλλακτικών υπηρεσιών που προσφέρει στις επιχειρήσεις για επικοινωνία. Κυρίως οι τράπεζες, οι ασφαλιστικές

εταιρείες, οι τηλεπικοινωνίες και οι κοινωφελείς οργανισμοί στρέφονται σε εναλλακτικές μεθόδους, όπως η ηλεκτρονική τιμολόγηση (e-billing), η ηλεκτρονική τραπεζική εξυπηρέτηση (e-banking), η ηλεκτρονική ενημέρωση κ.λπ. με στόχο την ανέξοδη, αξιόπιστη και άμεση ενημέρωση των πελατών τους. Στην περίπτωση των διαφημιστικών του επιχειρησιακού τμήματος (B2C) της αγοράς, υπάρχουν επίσης σύγχρονοι και εναλλακτικοί τρόποι προσέγγισης των καταναλωτών πέρα από την ταχυδρομική αποστολή, με το διαδίκτυο στο επίκεντρο, που λόγω του χαμηλού κόστους κερδίζει συνεχώς έδαφος, επίσης την τηλεφωνική προσέγγιση, την αποστολή SMS και μηνύματος ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και φυσικά τις διαφημίσεις στα κλασικά μέσα μαζικής ενημέρωσης.

### Ταχυμεταφορές

Όσον αφορά στα δέματα, είναι προφανές ότι δεν υπάρχουν σαφή υποκατάστατα. Στην προκειμένη περίπτωση, ευνοϊκή είναι η επίδραση των συμπληρωματικών προϊόντων, τα οποία προσφέρουν δυνατότητες ανάπτυξης στην αγορά των δεμάτων. Είναι γεγονός ότι η εν λόγω αγορά βρίσκεται σε ανοδική πορεία λόγω της άμεσης συσχέτισής της με την ανάπτυξη του marketing στο διαδίκτυο και το ηλεκτρονικό εμπόριο. Αποτέλεσμα είναι αφενός η ανάπτυξη της διανομής

δεμάτων και μικροδεμάτων, αφετέρου η δημιουργία πρόσθετης αλληλογραφίας, όπως βεβαιώσεις, λογαριασμοί, πληρωμές. Άλλη περίπτωση υποκατάστατου προϊόντος είναι η μορφή εκείνη της διαφήμισης, που βασίζεται σε μια ολοκληρωμένη προσέγγιση, συνδυάζοντας διαδίκτυο, διαφημιστικό ταχυδρομείο (π.χ. αποστολή δειγμάτων προϊόντων) και τηλεφωνικό κέντρο προκειμένου να προσεγγιστούν πιο εύστοχα οι καταναλωτές.

### 3.1.4 Διαπραγματευτική δύναμη πελατών

Αναφορικά με τη σύσταση του πελατολογίου της ταχυδρομικής αγοράς, τα στοιχεία που δόθηκαν από τους ταχυδρομικούς παρόχους στην ΕΕΤΤ δείχνουν ότι η πλειοψηφία των πελατών τους απαρτίζεται πρωτίστως από επιχειρήσεις και πολύ λιγότερο από ιδιώτες καταναλωτές.

**Διάγραμμα 3.5 Πελάτες Ταχυδρομικής Αγοράς**



### Καθολική Υπηρεσία

Αναφορικά με την επιστολική αλληλογραφία του επιχειρησιακού (B2C) τμήματος της αγοράς του ΦΠΚΥ, οι πιέσεις από την πλευρά των πελατών είναι ιδιαίτερα σημαντικές. Ξεκινώντας από τις τράπεζες, οι οποίες αποφέρουν στο ΦΠΚΥ το υψηλότερο μέρος των εσόδων του, για το 2012 παρατηρείται μείωση στα αντίστοιχα έσοδα κατά 14% σε σχέση με το 2011. Ο δημόσιος τομέας, ενώ αποφέρει σημαντικό ποσοστό των εσόδων του ΦΠΚΥ, δεδομένης της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης, όπου όλο και περισσότερο εφαρμόζεται στην επικοινωνία με τον πολίτη, όπως η υποβολή των φορολογικών δηλώσεων που γίνεται πλέον ηλεκτρονικά, τα έσοδα και από αυτή την πλευρά αρχίζουν να μειώνονται. Έτσι, λόγω της υποκατάστασης μέρους της ταχυδρομικής αλληλογραφίας από την ηλεκτρονική επικοινωνία και δεδομένης της δυσμενούς οικονομικής

συγκυρίας, το σενάριο μείωσης του όγκου αλληλογραφίας και της συχνότητας διακίνησής της είναι πλέον πραγματικότητα. Σημειώνεται ότι τα ΕΛΤΑ στους μεγάλους πελάτες του δημοσίου, τις ΔΕΚΟ, τις τράπεζες και γενικά σε πελάτες με αξιολογημένο πιστωτικό ιστορικό παρέχει πωλήσεις επί πιστώσει, γεγονός, που εάν ενταθεί, ενδέχεται να δημιουργήσει μακροπρόθεσμα πρόβλημα ρευστότητας στην επιχείρηση. Οι επιχειρήσεις Ειδικής Άδειας διακινούν διαφορετικού τύπου αλληλογραφία, όπου λόγω του μικρού ανταγωνισμού, οι πιέσεις από την πλευρά των πελατών ενδέχεται να είναι μικρότερες. Η διαπραγματευτική δύναμη από την πλευρά των καταναλωτών είναι σχεδόν ανύπαρκτη, τόσο στην προσωπική (C2C) όσο και στην επιχειρησιακή (C2B) αλληλογραφία τους, όπου στην πλειοψηφία των περιπτώσεων οι απαντητικοί φάκελοι είναι προπληρωμένοι από τις εταιρείες.

### Ταχυμεταφορές

Στην κατηγορία των δεμάτων, λαμβάνοντας υπόψη ότι το 23% των εσόδων του προέρχεται από το εμπόριο, συμπεραίνουμε ότι η διαπραγματευτική δύναμη των πελατών γίνεται όλο και πιο σημαντική. Σε αυτό συντελεί το

γεγονός ότι υπάρχουν ταχυδρομικές επιχειρήσεις πλήρως εξαρτημένες από μεμονωμένους πελάτες, τους οποίους προκειμένου να διατηρήσουν, συμπιέζουν τις τιμές τους και μειώνουν με κάθε τρόπο τα λειτουργικά τους κόστη.

### 3.1.5 Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών

Οι προμηθευτές σε γενικές γραμμές, όπως οι παραγωγοί των μηχανημάτων διαλογής, των μέσων μεταφοράς, των μηχανημάτων επεξεργασίας της αλληλογραφίας κ.λπ. επηρεάζουν αφενός τη λειτουργία της ταχυδρομικής επιχείρησης, χωρίς να επιδρούν αφετέρου σε θέματα ανταγωνισμού, με την έννοια του καθορισμού των τιμών, της συχνότητας διανομής ή κάλυψης του δικτύου.

Όσον αφορά στο ΦΠΚΥ, το μέγεθος του καθαυτού και η πολυπλοκότητα των διαδικασιών του απαιτούν υποδομή από συστήματα όχι μόνο προηγμένης αλλά και εξειδικευμένης τεχνολογίας και τεχνογνωσίας. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις, που η αγορά των προμηθευτών είναι

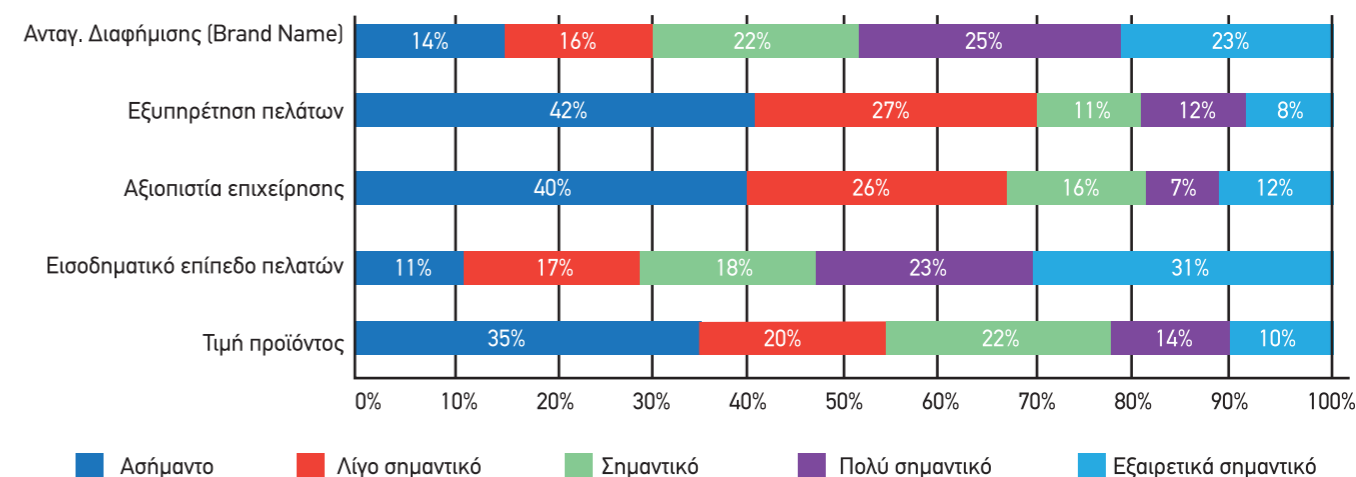
μονοπωλιακή, γεγονός ενδεικτικό της διαπραγματευτικής πίεσης από την πλευρά του προμηθευτή.

Στην απελευθερωμένη αγορά, η ανάπτυξη της τεχνολογίας προβλέπεται να έχει σημαντικό ρόλο, καθώς η τεχνολογική εξέλιξη οδηγεί στη δημιουργία νέων υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας, όπως υβριδικές μορφές ταχυδρομείου κ.λπ. Πιθανή αύξηση της ζήτησης για τεχνολογική υποδομή από την πλευρά των ταχυδρομικών επιχειρήσεων θα οδηγήσει σε αύξηση της προσφοράς από μέρους των προμηθευτών, γεγονός που αναπόφευκτα μειώνει τη διαπραγματευτική τους δύναμη.

## 3.2 Η άποψη των Παρόχων για τον Ανταγωνισμό στην Ταχυδρομική Αγορά

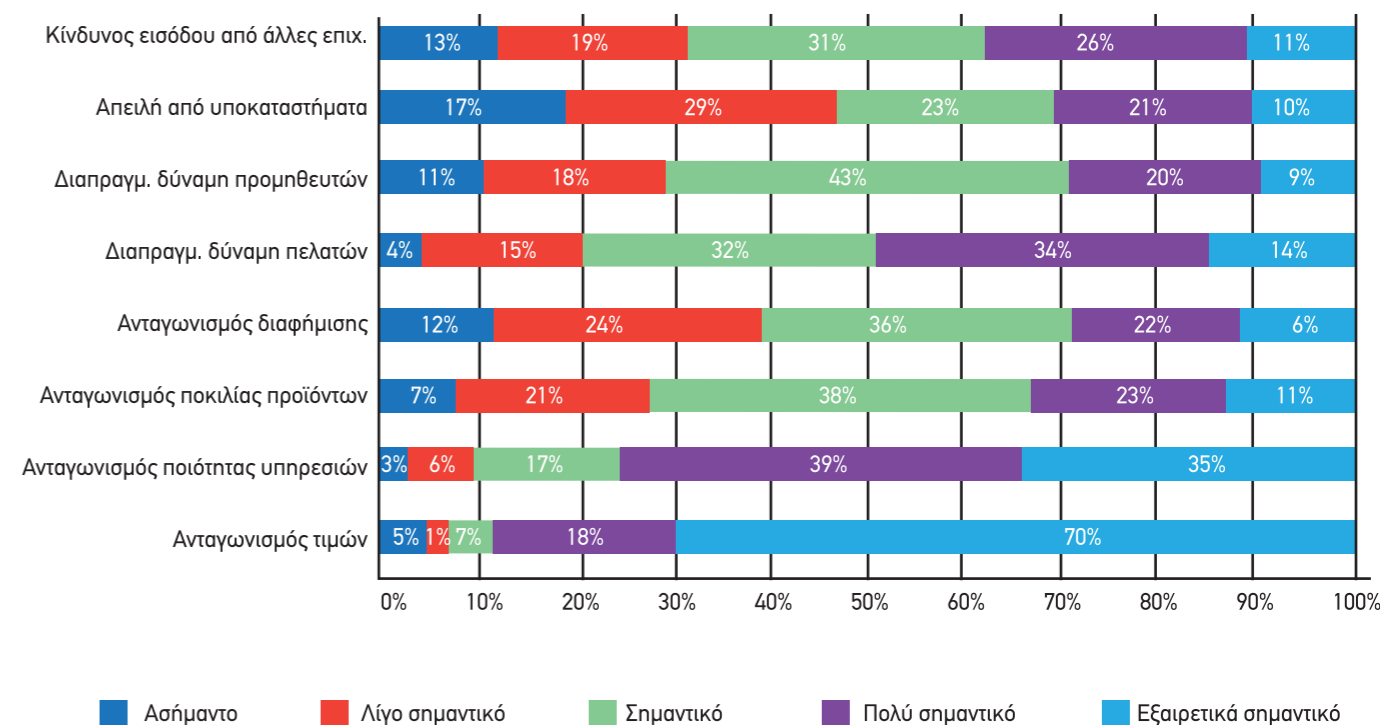
Στο πλαίσιο της συγκέντρωσης στοιχείων για τη διεξαγωγή της παρούσας μελέτης, οι πάροχοι Γενικής και Ειδικής Άδειας εξέφρασαν στην ΕΕΤΤ την άποψή τους σχετικά με τις συνθήκες ανταγωνισμού που επικρατούν στην ταχυδρομική αγορά. Αναφερόμενοι κατ' αρχάς στους παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση των ταχυδρομικών υπηρεσιών, το εισοδηματικό επίπεδο των πελατών κρίνεται ως ο βασικότερος παράγοντας, ενώ το επίπεδο εξυπηρέτησης και η αξιοπιστία της επιχείρησης δε θεωρούνται σημαντικά.

Διάγραμμα 3.6 Κυριότεροι προσδιοριστικοί παράγοντες της ζήτησης των ταχυδρομικών υπηρεσιών



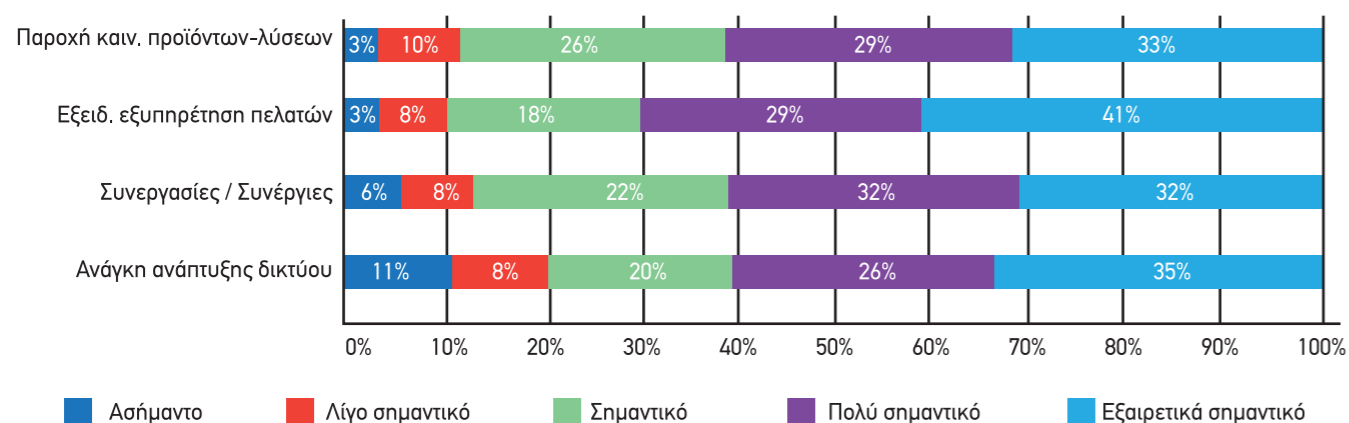
Σχετικά με τους παράγοντες ανταγωνισμού, που λαμβάνουν χώρα στην ταχυδρομική αγορά πέραν της Καθολικής Υπηρεσίας, οι πάροχοι θεωρούν περισσότερο σημαντικό τον ανταγωνισμό των τιμών και στη συνέχεια τον παράγοντα της ποιότητας υπηρεσιών. Λιγότερο σημαντική κρίνεται η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα.

Διάγραμμα 3.7 Σημαντικότητα των μορφών ανταγωνισμού στην ταχυδρομική αγορά (εκτός Καθολικής Υπηρεσίας)



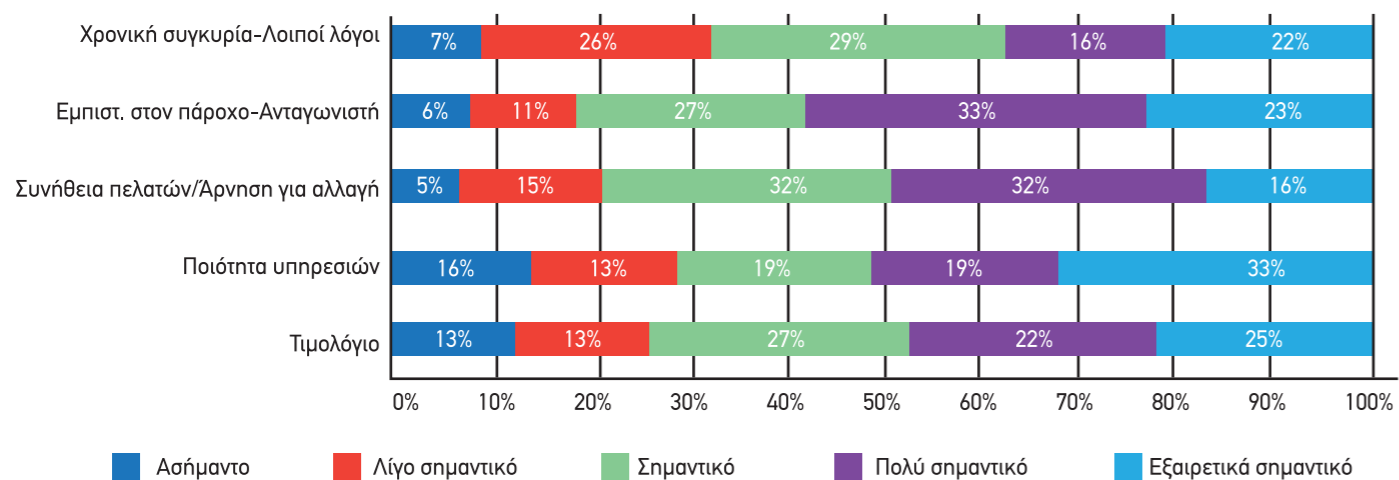
Όσον αφορά στις ενέργειες στις οποίες θα έπρεπε να προβούν, προκειμένου να αυξήσουν το μερίδιο αγοράς της επιχείρησής τους, περισσότερο αναγκαία κρίνεται η εξειδικευμένη εξυπηρέτηση πελατών. Η ανάπτυξη του δικτύου τους εκτιμούν ότι δε συνεισφέρει στο μερίδιο αγοράς.

### Διάγραμμα 3.8 Σημαντικές ενέργειες για την αύξηση του μεριδίου αγοράς της επιχείρησης



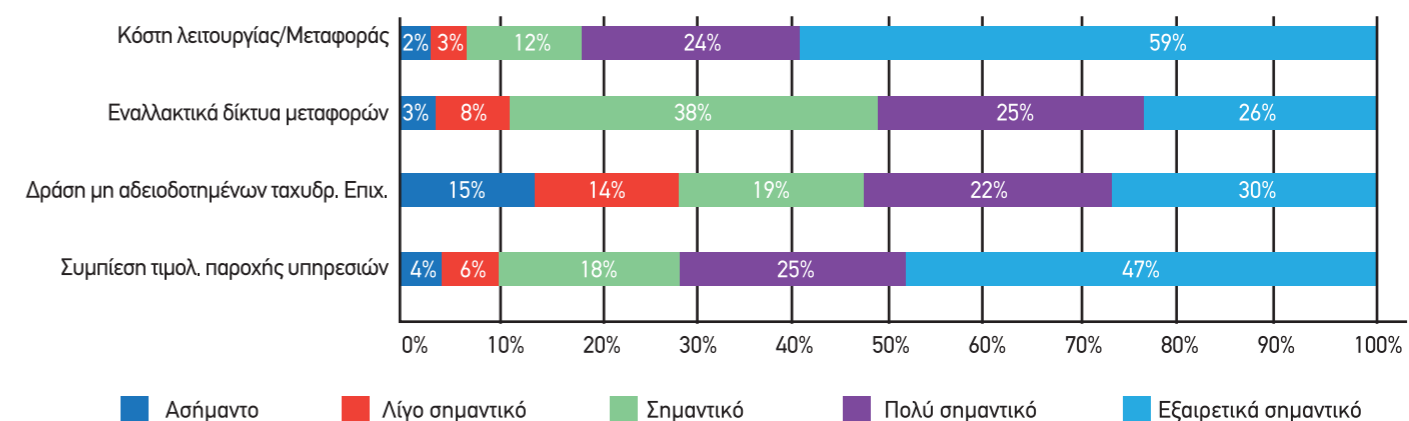
Ως προς τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν, οι πάροχοι δηλώνουν ότι η εμπιστοσύνη των πελατών σε συγκεκριμένους παρόχους και αμέσως μετά η ποιότητα των υπηρεσιών εμποδίζουν την ανάπτυξη του μεριδίου τους. Η χρονική συγκυρία θεωρείται ανεξάρτητη από το μερίδιο αγοράς.

### Διάγραμμα 3.9 Σημαντικότερα εμπόδια για την αύξηση του μεριδίου αγοράς της επιχείρησης



Αναφερόμενοι στο σύνολο της ταχυδρομικής αγοράς, τα κόστη λειτουργίας και μεταφοράς καθώς και η συμπίεση των τιμολογίων τους αποτελούν τα μεγαλύτερα προβλήματα ανάπτυξης της αγοράς.

### Διάγραμμα 3.10 Προβλήματα και αδυναμίες αγοράς ταχυδρομικών υπηρεσιών



Προκειμένου να ανταπεξέλθουν στην οικονομική κρίση και τον ανταγωνισμό, μεγάλο μέρος των παρόχων δηλώνει ότι έχει προχωρήσει σε δραστικές μεθόδους όπως μείωση του προσωπικού του, συμπίεση των τιμών, μείωση των λειτουργικών του εξόδων κλπ.

Παρόλα αυτά, ερωτώμενοι πώς οι ίδιοι εκτιμούν ότι θα κινηθεί η αγορά, στους παρόχους Γενικής Άδειας επικρατεί μία πραγματικά αισιόδοξη στάση, καθώς η πλειοψηφία αυτών υποστηρίζει ότι οι ταχυδρομικές υπηρεσίες και ειδικά τα δέματα και το επιστολικό ταχυδρομείο θα κινηθούν ανοδικά. Πιο συγκρατημένοι παρουσιάζονται οι πάροχοι Ειδικής Άδειας, οι οποίοι βλέπουν άνοδο μεν στον τομέα των δεμάτων, μείωση δε στο διαφημιστικό ταχυδρομείο.

## 4.1 Επιχειρηματικά μοντέλα και νέες τεχνολογίες για την ταχυδρομική αγορά



# Κεφάλαιο 4 Νέες Τεχνολογίες

Το επιχειρησιακό περιβάλλον, στο οποίο καλούνται να λειτουργήσουν οι ταχυδρομικοί πάροχοι, έχει μεταβληθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια κυρίως λόγω της ηλεκτρονικής υποκατάστασης της συναλλακτικής αλληλογραφίας, της αύξησης του ηλεκτρονικού εμπορίου, της τεχνολογικής ανάπτυξης και της ολοένα αυξανόμενης τάσης για περιβαλλοντική ευαισθησία. Παράλληλα, η προσβασιμότητα σε υπηρεσίες διαδικτύου από τον καταναλωτή διαρκώς αυξάνεται, με αποτέλεσμα την αύξηση της ζήτησης για τεχνολογικά προηγμένες ταχυδρομικές υπηρεσίες, που προσφέρονται απευθείας στον υπολογιστή ή στο κινητό του τηλέφωνο. Πολλοί

πάροχοι, δημόσιοι καθολικοί ή μη, έχοντας υπόψη ότι το παραδοσιακό ταχυδρομείο θα διατηρήσει σημαντική θέση στην αγορά για πολύ καιρό ακόμη, αλλά με διαρκώς μειούμενα έσοδα χρόνο με το χρόνο, επιδιώκουν να δραστηριοποιηθούν με νέα επιχειρηματικά μοντέλα προσβλέποντας στην αύξηση ή τουλάχιστον τη διατήρηση των μεριδίων αγοράς τους. Τα μοντέλα αυτά θα μπορούσαμε να τα ομαδοποιήσουμε σε 2 μεγάλες κατηγορίες υπηρεσιών, αυτές του e-post και του e-commerce.

### 4.1.1 Υπηρεσίες e-post

Η ολοένα αυξανόμενη ανάγκη των καταναλωτών για έμπιστους τρίτους φορείς που θα αναλάβουν τη διεκπεραίωση της ηλεκτρονικής διακίνησης των εγγράφων τους όπως και των ηλεκτρονικών συναλλαγών τους, οδήγησε πολλούς ταχυδρομικούς παρόχους στην παροχή ανάλογων υπηρεσιών, εκμεταλλευόμενοι (τουλάχιστον οι καθολικοί) το κύρος και την αναγνωσιμότητα που διαθέτουν στο ευρύ καταναλωτικό κοινό. Έτσι οι ταχυδρομικοί πάροχοι όπως προσφέρουν ένα πιστοποιημένο ασφαλές ηλεκτρονικό περιβάλλον για την παροχή υπηρεσιών όπως:

- ταυτοποίηση και ασφάλεια προσώπων ή εγγράφων
- χορήγηση ηλεκτρονικών διευθύνσεων οι οποίες συνδέονται άμεσα με τη φυσική διεύθυνση κάθε χρήστη και καθίστανται με

αυτό τον τρόπο μοναδικές

- συναλλαγές με το Δημόσιο (e-Government)
- χρηματοοικονομικές συναλλαγές (π.χ. πληρωμή λογαριασμών και αγορών)
- έκδοση ή/ και αποστολή λογαριασμών και τιμολογίων αποκλειστικά σε ηλεκτρονική μορφή (e-invoicing, e-billing)
- διαχείριση εγγράφων (ψηφιακή απεικόνιση (scanning) και κατάλληλη αρχειοθέτηση εγγράφων κυρίως για μεγάλους οργανισμούς)
- hybrid & reverse hybrid mail (συνδυασμός ηλεκτρονικής και φυσικής αποστολής των επιστολών κάθε είδους)
- ηλεκτρονικά γραμματόσημα

### 4.1.2 Υπηρεσίες e-commerce

Η προοπτική ανάπτυξης του e-commerce είναι πολύ μεγάλη και οι πάροχοι προσπαθούν να αναπροσαρμόσουν τη λειτουργία τους στις απαιτήσεις των χρηστών καθώς οι νέες απαιτήσεις που έχουν διαμορφωθεί δεν ικανοποιούνται πλήρως. Είναι χαρακτηριστικό ότι ειδικά για το διασυνοριακό εμπόριο (e-commerce) οι σημαντικότεροι καθολικοί πάροχοι διεθνώς (IPC, International Post Corpo-

ration) μόλις πρόσφατα ανακοίνωσαν την πρωτοβουλία τους για τη δημιουργία ενός παγκόσμιου ενιαίου δικτύου παραδόσεων του ηλεκτρονικού εμπορίου<sup>24</sup>.

Οι κύριες απαιτήσεις των χρηστών όπως καταγράφονται από διεθνείς αλλά και εθνικές μελέτες, σε ό,τι αφορά την παράδοση των αντικειμένων, μπορούν να συνοψισθούν στα ακόλουθα:

<sup>24</sup> "Postal operators committed to offer consumer a seamless global postal e-Commerce delivery network", IPC, May 2013.



- συστήματα παρακολούθησης του αντικειμένου και καταγραφή τουλάχιστον των πληροφοριών αποστολής από τον προμηθευτή, και παράδοσης στον τελικό πελάτη (track & trace)
- ενημέρωση του παραλήπτη για την πορεία διακίνησης με sms ή e-mail, ειδικά πριν την παραλαβή

- περισσότερες επιλογές του τόπου παράδοσης
- δυνατότητα παράδοσης σε προκαθορισμένο χρόνο και
- εύκολη και ανέξοδη διαδικασία επιστροφής του αντικειμένου.

## 4.2 Νέες τεχνολογίες

Οι πάροχοι ταχυδρομικών υπηρεσιών, θέλοντας να ακολουθήσουν τις νέες τάσεις που διαμορφώνονται στον τομέα παροχής υπηρεσιών, σπεύδουν να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες που προσφέρουν οι νέες τεχνολογίες με στόχο να αυτοματοποιήσουν το μεγαλύτερο μέρος των διαδικασιών τους και ταυτόχρονα να προσφέρουν νέες υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας. Το γεγονός αυτό συνεπάγεται πως οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις αυξάνουν τις επενδύσεις τους στην ανάπτυξη των τεχνολογικών τους υποδομών, ενώ παράλληλα συνεργάζονται όλο και περισσότερο με εταιρείες τηλεπικοινωνιών αναζητώντας κάθε φορά λύσεις - πακέτα που προσφέρουν απεριόριστες δυνατότητες πρόσβασης στο διαδίκτυο, χρόνο ομιλίας και ανταλλαγής ηλεκτρονικών μηνυμάτων.

Ο βαθμός διείσδυσης των νέων τεχνολογιών στις διαδικασίες των ταχυδρομικών επιχειρήσεων είναι μεγάλος, δεδομένου ότι οι πιο μεγάλες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν συστήματα όπως:

- συστήματα εντοπισμού και παρακολούθησης

ταχυδρομικών αντικειμένων (IT-based track and trace systems)

- τεχνολογίες εντοπισμού και παρακολούθησης οχημάτων (vehicle and trailer tracking)
- συστήματα αυτοματοποίησης διαδικασιών διαλογής αλληλογραφίας (automatic sequencing in letter deliveries)
- συστήματα αυτοματοποίησης της επικοινωνίας με τον πελάτη (call center, SMS, web chats & social media)
- συστήματα που αυτοματοποιούν τις φόρτο-εκφορτώσεις δεμάτων στις αποβάθρες (robots)
- διαδικτυακές εφαρμογές (web services) και εφαρμογές για κινητά για τον υπολογισμό των ταχυδρομικών τελών
- συστήματα ηλεκτρονικών παραγγελιών και πληρωμών τιμολογίων
- σύγχρονα εργαλεία για τους υπαλλήλους των εταιρειών ταχυμεταφορών (κινητά τηλέφωνα με τεχνολογίες 3G, GPS, palmtops, ψηφιακά στυλό κ.α.)
- ενεργειακά αποδοτικά μέσα μεταφορών

## 4.3 Εφαρμογή νέων τεχνολογιών από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις

Οι ταχυδρομικές επιχειρήσεις έχουν αλλάξει σε μεγάλο βαθμό τον παραδοσιακό τρόπο παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών (product development) αλλά και την εσωτερική δομή και λειτουργία τους (process development), υιοθετώντας ολοένα και πιο πολύ νέες τεχνολογίες συμπεριλαμβανομένων του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (e-mail), των ηλεκτρονικών τραπεζικών συναλλαγών

(e-banking) και της ηλεκτρονικής τιμολόγησης (e-invoicing). Στο κεφάλαιο αυτό παραθέτονται παραδείγματα υιοθέτησης νέων τεχνολογιών από τις ταχυδρομικές επιχειρήσεις όπως προέκυψαν, βάσει έρευνας<sup>25</sup> που πραγματοποιήθηκε για το σκοπό αυτό, σε συνδυασμό με υλικό που συγκέντρωσε η EETT από συναντήσεις που διεξήγαγε με μερικούς από τους μεγαλύτερους ταχυδρομικούς παρόχους στην Ελλάδα.

Η EETT, θέλοντας να αναδείξει τις προοπτικές ανάπτυξης που προσφέρονται στον ταχυδρομικό κλάδο από την εφαρμογή νέων τεχνολογιών, συνέταξε σχετικό ερωτηματολόγιο και κάλεσε τους παρόχους να καταθέσουν την εμπειρία και τις πρακτικές τους, αναλύοντας την ενότητα: «Επιχειρηματικές και Τεχνολογικές εξελίξεις στη Διεθνή και στην Ελληνική Ταχυδρομική Αγορά». Μερικά από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα μεταβολών στις διαδικασίες των ταχυδρομικών επιχειρήσεων αφορούν:

### 1) Ηλεκτρονική παραγγελία ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Πλέον ο πελάτης της ταχυδρομικής επιχείρησης δε χρειάζεται να επισκεφτεί ή να τηλεφωνήσει σε ένα ταχυδρομικό κατάστημα, για να δρομολογήσει την αποστολή του. Έχει τη δυνατότητα να επισκεφτεί την ιστοσελίδα της ταχυδρομικής επιχείρησης και να αγοράσει την ταχυδρομική του υπηρεσία ηλεκτρονικά (on line). Τα ελάχιστα στοιχεία που απαιτούνται από το χρήστη για τη δρομολόγηση της αποστολής του περιλαμβάνουν: τα στοιχεία του αποστολέα και του παραλήπτη, τη διεύθυνση παραλαβής και επίδοσης, το χαρακτηρισμό του αντικειμένου σε φάκελο ή δέμα και το βάρος ή/και τις διαστάσεις του. Σε αρκετές περιπτώσεις η πληρωμή της αποστολής γίνεται με χρέωση πιστωτικής κάρτας του εντολέα, ενώ μπορεί να προσδιοριστεί και ένα χρονικό εύρος μέσα στο οποίο θα γίνει η παραλαβή του αντικειμένου από τον υπάλληλο της εταιρείας ταχυμεταφορών. Η πληροφορία για τη νέα «παραγγελία» δρομολογείται προς τον υπεύθυνο του ταχυδρομικού καταστήματος, ο οποίος με την σειρά του την επιβεβαιώνει και την αναθέτει στον πλησιέστερο οδηγό. Οι οδηγοί των οχημάτων είναι εξοπλισμένοι είτε με smart phones (κινητά τηλέφωνα βασισμένα σε ένα λειτουργικό σύστημα κινητής τηλεφωνίας με προηγμένη υπολογιστική ικανότητα και συνδεσιμότητα με το διαδίκτυο) είτε με PDA (Personal Digital Assistant). Τα PDAs είναι μικρές, εύχρηστες και εξαιρετικά ανθεκτικές συσκευές οι οποίες λειτουργούν με ένα ειδικό στυλό (αντί για πληκτρολόγιο), μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την αποθήκευση και ανάκτηση μεγάλου πλήθους πληροφοριών και έχουν μεγάλη συνδεσιμότητα με το διαδίκτυο. Από τη στιγμή που οδηγός παραλάβει το αντικείμενο από τον αποστολέα, επιβεβαιώνει τα στοιχεία της αποστολής η οποία καταχωρείται με μοναδικό αριθμό/κωδικό. Από τη στιγμή της ηλεκτρονικής καταχώρησης της αποστολής, ο αποστολέας έχει τη δυνατότητα να παρακολουθεί την πορεία του ταχυδρομικού αντικειμένου online, είτε κάνοντας αναζήτηση

πληκτρολογώντας τον αριθμό της αποστολής είτε κάνοντας αναζήτηση με κάποια από τα προσωπικά του στοιχεία (π.χ. κωδικός πελάτη εάν είναι τακτικός πελάτης). Η νέα αυτή υπηρεσία της ηλεκτρονικής «παραγγελίας», τις περισσότερες φορές συνδυάζεται με επιπρόσθετες υπηρεσίες - διευκολύνσεις όπως:

- ασφάλεια ηλεκτρονικών πληρωμών
- χορήγηση αποδείξεων λιανικής ή τιμολογίων ηλεκτρονικά
- επαλήθευση των ταχυδρομικών διευθύνσεων και ταχυδρομικών κωδικών που εισάγει ο χρήστης

### 2) Αυτοματοποιημένες υπηρεσίες αποστολών που προέρχονται από ηλεκτρονικές αγορές.

Με δεδομένο ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί μια δυναμικά ανερχόμενη αγορά, οι εταιρείες ταχυμεταφορών έχουν αναπτύξει υπηρεσίες διαδικτύου (web services) οι οποίες επικοινωνούν αυτόματα με τα συνεργαζόμενα ηλεκτρονικά καταστήματα. Με τον τρόπο αυτό ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα πρόσβασης σε online πληροφορίες σχετικά με το κόστος της αποστολής του ταχυδρομικού αντικειμένου, το χρόνο παράδοσης, τα ενδεχόμενα τελωνειακά κόστη, καθώς επίσης του δίνεται η δυνατότητα ανίχνευσης της αποστολής αυτής σε όλα τα στάδια διακίνησής της. Πρακτικά, με την ολοκλήρωση της ηλεκτρονικής αγοράς από τον καταναλωτή, η υπηρεσία διαδικτύου (web based) του ηλεκτρονικού καταστήματος στέλνει την πληροφορία της αγοράς στη βάση δεδομένων της εταιρείας ταχυμεταφορών. Ταυτόχρονα, το ηλεκτρονικό κατάστημα τυπώνει το ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. (Συνοδευτικό Δελτίο Ταχυμεταφοράς - voucher) και ενημερώνει τον οδηγό για την παραλαβή του αντικειμένου από το κατάστημα. Με την παραλαβή του αντικειμένου από τον υπάλληλο της εταιρείας ταχυμεταφορών, το αντικείμενο αποκτά αριθμό αποστολής, οπότε και ξεκινά η κλημάτισή του. Σε πολλές περιπτώσεις, στο σημείο αυτό στέλνεται ένα αυτόματο μήνυμα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στον καταναλωτή με τα στοιχεία της αποστολής του, στο οποίο υπάρχει διασύνδεση (link) με το διαδικτυακό τόπο της εταιρείας ταχυμεταφορών για παρακολούθηση της αποστολής σε όλα τα στάδια της διακίνησης. Άλλες φορές, ο καταναλωτής έχει τη δυνατότητα να παρακολουθήσει την αποστολή του, απευθείας από το site της επιχείρησης ηλεκτρονικού εμπορίου μέσω των web services. Αρκετές εταιρείες ταχυμεταφορών παρέχουν υπηρεσίες ειδοποίησης άφιξης δέματος μέσω email ή κινητού τηλεφώνου καθώς και σημείων παραλαβής δεμάτων (Pick-up locations). Τα σημεία παραλαβής

<sup>25</sup> Main Developments in the Postal Sector (2008-2010). Copenhagen Economics, November 2010.



δεμάτων είναι εγκαταστάσεις, στις οποίες ο καταναλωτής μπορεί να παραλάβει (και σε ορισμένες περιπτώσεις να καταθέσει) δέματα εκτός του ωραρίου των ταχυδρομικών καταστημάτων. Αυτό αυξάνει την ευελιξία των ταχυδρομικών υπηρεσιών και μπορεί επίσης να θεωρηθεί ως πρωτοβουλία φιλική προς το περιβάλλον (μείωση κίνησης στους δρόμους). Τέλος, είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι το διασυνοριακό εμπόριο έχει διευκολυνθεί αρκετά και από την εφαρμογή ηλεκτρονικών τελωνειακών συστημάτων τα οποία υπάρχουν πλέον και στην Ελλάδα.

### 3) Λειτουργία προηγμένων τηλεφωνικών κέντρων (call centers).

Παρ' όλες τις επενδύσεις σε αυτοματοποιημένες διαδικασίες, οι πάροχοι δεν παραλείπουν να δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στην προσωπική επικοινωνία με τους πελάτες τους και επενδύουν σε προηγμένα call centers τα οποία βασίζονται πάνω στα πληροφοριακά συστήματά τους. Μέσω των τηλεφωνικών κέντρων τα οποία σε αρκετές περιπτώσεις λειτουργούν και σε 24ωρη βάση, οι πάροχοι προσφέρουν εξατομικευμένη εξυπηρέτηση σε κάθε πελάτη από το στάδιο της παραγγελίας έως την ολοκλήρωση της αποστολής του.

### 4) Παροχή υπηρεσιών υβριδικού ταχυδρομείου (hybrid mail) και υπηρεσίες ηλεκτρονικής παράδοσης (virtual delivery services).

Το υβριδικό ταχυδρομείο σε σύγκριση με τις υπηρεσίες

ηλεκτρονικής παράδοσης είναι πιο διαδεδομένη υπηρεσία καθώς δεν απαιτεί μεγάλη επένδυση από τους παρόχους. Το υβριδικό ταχυδρομείο απαιτεί μόνο την εκτύπωση, τη συσκευασία, τη διαλογή και την παράδοση των ταχυδρομικών αντικειμένων, ενώ οι υπηρεσίες ηλεκτρονικής παράδοσης απαιτούν φυσική διαχείριση των ταχυδρομικών αντικειμένων, τα οποία πρέπει να ανοιχθούν, να σκαναριστούν και τέλος να αποσταλούν ηλεκτρονικά στον παραλήπτη. Αυτές οι δραστηριότητες μπορεί να απαιτούν μεγαλύτερη επένδυση από την πλευρά του παρόχου σε χειρονακτική εργασία, καθώς και πρόσβαση σε βάση δεδομένων με ηλεκτρονικές διευθύνσεις (e-mail) ή σε ηλεκτρονική υπηρεσία ταχυδρομείου (electronic mailbox service). Τα βασικά πλεονεκτήματα για τον ιδιώτη καταναλωτή είναι η ευκολία με την οποία μπορεί να διαχειρίζεται την αλληλογραφία του από οποιοδήποτε μέρος και να βρίσκεται και από την πλευρά των επιχειρήσεων η εξοικονόμηση κόστους και οφέλη παραγωγικότητας.

### 5) Βελτιώσεις στα οχήματα των ταχυδρομικών επιχειρήσεων.

Σε αρκετές περιπτώσεις τα αυτοκίνητα των εταιρειών ταχυμεταφορών είναι εξοπλισμένα με GPS (Global Positioning System - Παγκόσμιο Σύστημα Τοποθεσίας). Πρόκειται για ένα παγκόσμιο σύστημα εντοπισμού θέσης, το οποίο βασίζεται σε πληροφορίες που λαμβάνονται από δορυφόρους και αφορούν τη θέση του οχήματος, την ταχύτητα και την κατεύθυνση κίνησής του. Οι πληροφορίες

αυτές σε συνδυασμό με ειδικό λογισμικό χαρτογράφησης μπορούν να απεικονιστούν γραφικά. Τα οφέλη από τη χρήση τέτοιων τεχνολογιών είναι πολλά, δεδομένου ότι βελτιστοποιούνται τα δρομολόγια των οδηγών, αφού επιλέγεται η βέλτιστη κάθε φορά διαδρομή, επιταχύνοντας τις παραλαβές και τις παραδόσεις των παραγγελιών. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται μεγάλη εξοικονόμηση στο κόστος των καυσίμων και προκαλείται η μικρότερη δυνατή επιβάρυνση στο περιβάλλον. Επιπλέον οι περισσότεροι ταχυδρομικοί πάροχοι συμπεριλαμβανομένων των ΦΠΚΥ εφαρμόζουν μέτρα για τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και τη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα (CO<sub>2</sub>) στην ατμόσφαιρα. Η βελτίωση της απόδοσης του στόλου των μεταφορικών μέσων γίνεται μέσω χρήσης οχημάτων eco-driving και χρήσης bio fuels. Για το σκοπό αυτό, οι πάροχοι καθολικών ταχυδρομικών υπηρεσιών συμμετέχουν σε δίκτυα ανταλλαγής γνώσης και βελτίωσης περιβαλλοντικής απόδοσης των οχημάτων τους, όπως το PostEurop Greenhouse Gas Reduction Programme.

### 6) Διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας μέσω της τεχνολογίας.

Οι τεχνολογικές εξελίξεις δίνουν την ευκαιρία στους ταχυδρομικούς παρόχους να βελτιώσουν τον τρόπο λειτουργίας τους, χρησιμοποιώντας συστήματα διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας. Η χρήση τέτοιων συστημάτων μπορεί να παρέχει στην ταχυδρομική επιχείρηση τη δυνατότητα παρακολούθησης και ελέγχου όλης της διαδικασίας της εφοδιαστικής αλυσίδας (περισυλλογή, διαλογή, διανομή, επίδοση) σε 24h βάση σε όλη την επικράτεια καθώς και επίσης ελέγχου σε πραγματικό χρόνο των λειτουργιών και των μεταφορών. Με αυτόν τον τρόπο η επιχείρηση μπορεί να παρεμβαίνει εγκαίρως για την αποφυγή πιθανών καθυστερήσεων ή προβλημάτων προς όφελος της ποιότητας υπηρεσιών, που παρέχει στους πελάτες της. Επίσης, τα συστήματα αυτά παρέχουν πληροφόρηση στον ταχυδρομικό πάροχο σχετικά με τη χρήση των υπηρεσιών του (βαθμός χρήσης, τρόπος χρήσης, αξία υπηρεσίας). Η βελτιστοποίηση των δικτύων διανομής και συστημάτων δρομολόγησης συμβάλλει στη μείωση των εξόδων των παρόχων καθώς συχνά μειώνεται η ανάγκη για χειρονακτική εργασία, που αποτελεί το βασικό κόστος λειτουργίας τους. Ο σύγχρονος τρόπος λειτουργίας της εφοδιαστικής αλυσίδας τείνει προς την παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών logistics. Η EETT αναγνωρίζοντας την τάση αυτή, συνέβαλε σημαντικά στην άρση

σημαντικών δυσχερειών που συνδέονταν με την απόκτηση αδειών για τα επαγγελματικά αυτοκίνητα. Έτσι σήμερα έχουν απλοποιηθεί οι διαδικασίες χορήγησης αδειών για φορητά ιδιωτικής χρήσης (ΦΙΧ) τόσο σε αδειοδοτημένους παρόχους όσο και στα δίκτυά τους, έχουν καταργηθεί περιορισμοί ως προς τη χρονική διάρκεια των αδειών αλλά και στο μεταφερόμενο βάρος (κιλά), ενώ παράλληλα έχει ανοίξει και η αγορά των αυτοκινήτων δημοσίας χρήσης (ΔΧ).

### 7) Αναδιάρθρωση των δικτύων δρομολόγησης των αποστολών.

Οι ταχυδρομικοί πάροχοι προσπαθούν να βελτιστοποιήσουν τη ροή των ταχυδρομικών αντικειμένων από τον αποστολέα προς τον παραλήπτη μέσω των IT-based track-and-trace συστημάτων. Πολλές φορές οι πάροχοι αναδιρθρώνουν τα δίκτυά τους, μειώνοντας και συγκεντρώνοντας τον αριθμό των κόμβων τους (π.χ. λιγότερα κέντρα διαλογής, κέντρα διανομής και καταστήματα). Άλλοι χρησιμοποιούν ειδικά προγράμματα για τη βελτιστοποίηση των δρομολογίων παράδοσης των ταχυδρομικών αντικειμένων. Πολλοί αυξάνουν την αποτελεσματικότητα του δικτύου τους μέσω υλοποίησης ξεχωριστών δικτύων logistics για επιστολές και δέματα (λόγω των διαφορετικών χαρακτηριστικών των δυο αυτών κατηγοριών ταχυδρομικών αντικειμένων), τα οποία συναντώνται συνήθως στα στάδια της διαλογής και της παράδοσης και λιγότερο στα στάδια της περισυλλογής και της διακίνησης. Για παράδειγμα, οι επιστολές και τα δέματα απαιτούν διαφορετικό εξοπλισμό διαλογής. Επιπλέον, τα δέματα, σε αντίθεση με τις επιστολές, συνήθως απαιτούν φυσική παρουσία του παραλήπτη κατά την κατ' οίκον παράδοσή τους. Σε αρκετές περιπτώσεις, οι πάροχοι δίνουν τη δυνατότητα στον παραλήπτη να επιλέξει για την παράδοση της αποστολής του ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (συνήθως 3ωρο).

### 8) Διαχείριση εταιρικών/μεγάλων πελατών.

Οι εταιρικοί πελάτες, λόγω του καθημερινού και μεγάλου όγκου αποστολών που διαχειρίζονται, έχουν τη δυνατότητα πρόσβασης με χρήση μυστικών κωδικών, σε διαδικτυακές εφαρμογές των εταιρειών ταχυμεταφορών. Στις περιπτώσεις αυτές, η διαδικασία της παραγγελίας απλοποιείται μιας και υπάρχουν φόρμες παραγγελιών στις οποίες χρειάζεται μόνο η συμπλήρωση των στοιχείων του παραλήπτη (αφού ο εντολέας είναι πάντα η εταιρεία) ενώ η εκτύπωση του ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. γίνεται από την ίδια την εταιρεία. Με την ολοκλήρωση της παραγγελίας δρομολογείται

αυτόματα ειδοποίηση στη συσκευή (smart phone ή PDA) που διαθέτει ο υπάλληλος της εταιρείας ταχυμεταφορών, που ήδη βρίσκεται κοντά στην περιοχή του πελάτη διεκπεραιώνοντας άλλες αποστολές. Στο τέλος κάθε μήνα τα τιμολόγια αποστέλλονται σε ηλεκτρονική μορφή (κλειδωμένα PDF) από την εταιρεία ταχυμεταφορών στην επιχείρηση, η οποία, με χρήση συστημάτων ενδοεπιχειρησιακού σχεδιασμού (ERP - Enterprise Resource Planning Systems), ενημερώνει αυτόματα το εσωτερικό της λογιστικό σύστημα με τις αντίστοιχες λογιστικές εγγραφές.

#### 9) Επιχειρηματικές συνέργιες μεταξύ εταιρειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, καταστημάτων ηλεκτρονικού εμπορίου και εταιρειών διαμεσολαβητών.

Οι εταιρείες ταχυμεταφορών, αναγνωρίζοντας τις προοπτικές ανάπτυξης που παρουσιάζει το ηλεκτρονικό εμπόριο στις υπηρεσίες αποστολής δεμάτων, προβαίνουν σε συνεργασίες με επιχειρήσεις οι οποίες λειτουργούν ως διαμεσολαβητές μεταξύ των ηλεκτρονικών καταστημάτων και των εταιρειών ταχυμεταφορών. Οι επιχειρήσεις-διαμεσολαβητές συνεργάζονται με περισσότερες από μία εταιρείες ταχυμεταφορών και λειτουργούν ως «courier consolidators». Στις περιπτώσεις αυτές, τα ηλεκτρονικά καταστήματα δίνουν την εντολή για την αποστολή του αντικειμένου στο διαμεσολαβητή, ο οποίος με τη σειρά του αποφασίζει, ποια από τις συνεργαζόμενες εταιρείες ταχυμεταφορών θα αναλάβει τη διεκπεραίωση της αποστολής. Η απόφαση λαμβάνεται με γνώμονα το μικρότερο προσφερόμενο κόστος αλλά και την ταχύτερη διεκπεραίωση της αποστολής. Ο διαμεσολαβητής έχει την υποχρέωση της εκτύπωσης του ΣΥ.ΔΕ.ΤΑ. της εταιρείας που θα αναλάβει την αποστολή και την ευθύνη της παρακολούθησης της αποστολής μέχρι την οριστική διεκπεραίωσή της (π.χ. αν η αποστολή

παραδόθηκε ή αν εισπράχθηκε ενδεχόμενη αντικαταβολή). Η αμοιβή του διαμεσολαβητή παρέχεται από το ηλεκτρονικό κατάστημα και όχι από τις εταιρείες ταχυμεταφορών. Στο τέλος κάθε ημέρας ο διαμεσολαβητής στέλνει στο ηλεκτρονικό κατάστημα αναλυτική κατάσταση με το σύνολο των αποστολών ανεξάρτητα από το ποια εταιρεία ταχυμεταφορών ανέλαβε την αποστολή.

Καθώς οι τεχνολογικές εξελίξεις δημιουργούν μια νέα διάσταση στις ταχυδρομικές υπηρεσίες, τίθεται το ερώτημα εάν η τρέχουσα ταχυδρομική νομοθεσία χρειάζεται τροποποίηση με γνώμονα την προστασία των καταναλωτών ή/και των παρόχων π.χ. ρύθμιση πρόσβασης των εναλλακτικών παρόχων σε βάση δεδομένων με email διευθύνσεις του ΦΠΚΥ ή θέματα εμπιστευτικότητας και ασφάλειας των δεδομένων.

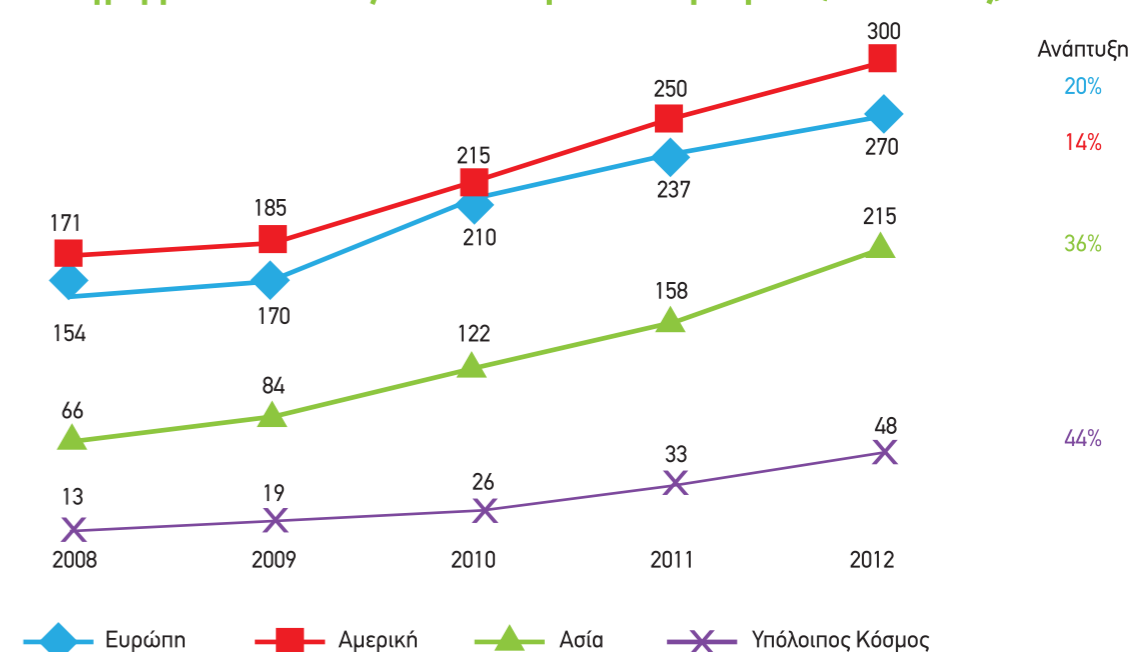
Δεδομένου ότι το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με τις ταχυδρομικές υπηρεσίες και έχοντας ήδη αναφερθεί στις τεχνολογικές τομές που προωθούνται και από τους δύο αυτούς τομείς για την καλύτερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών, θα συνεχίσουμε παρουσιάζοντας στοιχεία για την αγορά του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ευρώπη και την Ελλάδα.

## 4.4 Ηλεκτρονικό Εμπόριο

### 4.4.1 Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ευρώπη

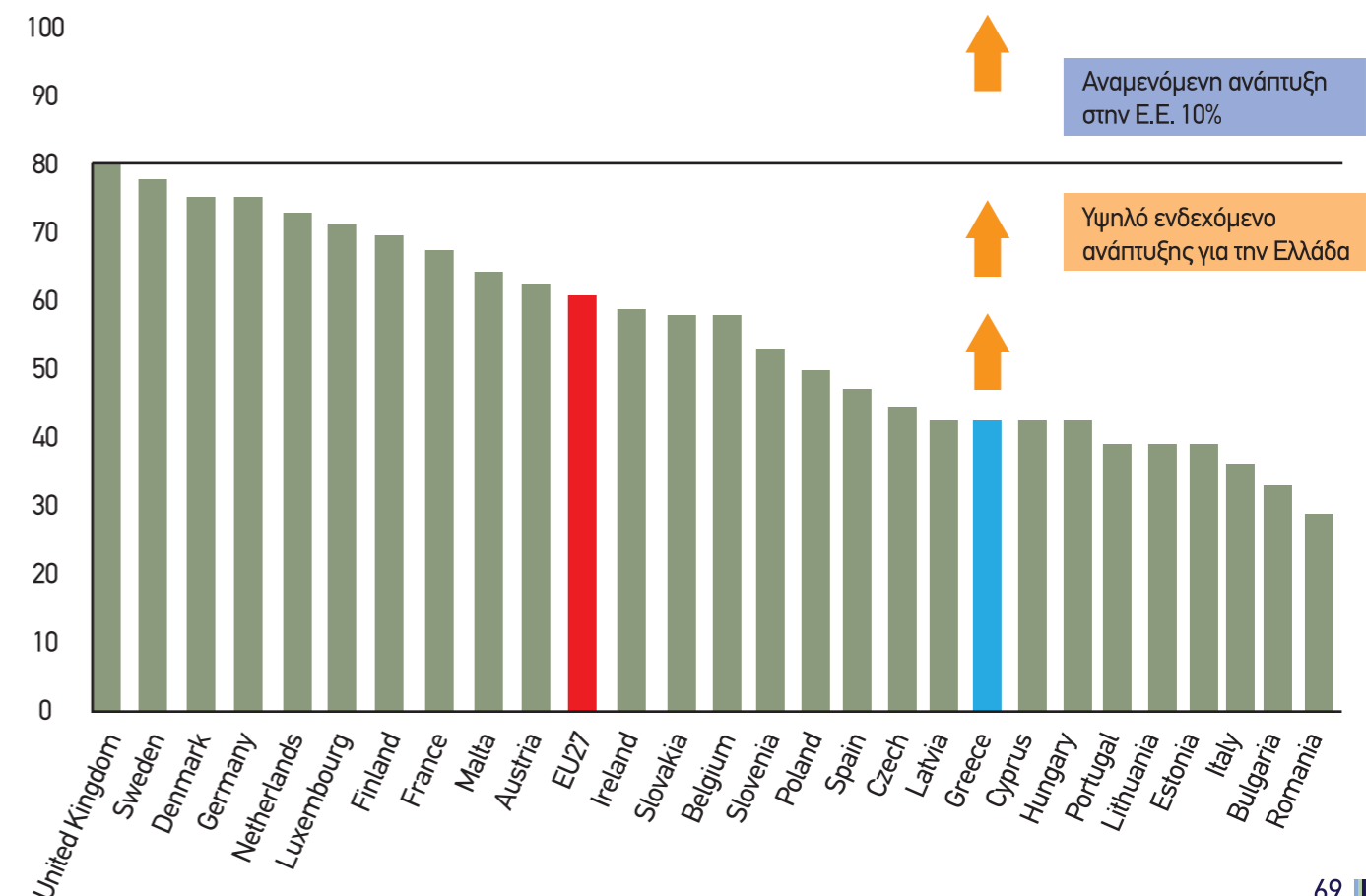
Το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί ένα δυναμικά αναπτυσσόμενο κλάδο σε παγκόσμιο επίπεδο. Στην Ευρώπη, το 2012, το ηλεκτρονικό εμπόριο αναπτύχθηκε κατά 20% αποφέροντας έσοδα της τάξεως των 300 δις.

Διάγραμμα 4.1 Ανάπτυξη του Ηλεκτρονικού Εμπορίου (ποσά σε δις)



Πηγή: EMOTA/EDIMA

Στη διάρκεια του 2012, το 59% των Ευρωπαίων χρηστών του διαδικτύου χρησιμοποίησε το διαδίκτυο για να πραγματοποιήσει αγορές. Οι Βρετανοί βρίσκονται στην πρώτη θέση με 82% και ακολουθούν οι Δανοί και οι Σουηδοί. Την πρώτη πεντάδα συμπληρώνουν οι Γερμανοί και οι Ολλανδοί. Στον αντίποδα βρίσκονται οι Ιταλοί, καθώς μόνο το 29% των χρηστών του διαδικτύου έκανε αγορές μέσω διαδικτύου, οι Βούλγαροι (17%) και οι Ρουμάνοι (11%).



Μεταξύ 2013 και 2016 αναμένεται ανάπτυξη άνω του 10% για τις χώρες της Ευρώπης. Στο παρακάτω διάγραμμα βλέπουμε το ποσοστό των χρηστών του διαδικτύου που πραγματοποιεί ηλεκτρονικό εμπόριο σε κάθε χώρα της Ευρώπης. Για την Ελλάδα υπάρχει ακόμα υψηλό ενδεχόμενο ανάπτυξης. Η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στο καθαρά επιχειρησιακό (B2B) τμήμα της αγοράς κατευθύνεται κυρίως από τις οικονομικές εξελίξεις. Αντίθετα, το καταναλωτικό (B2C) κομμάτι της αγοράς είναι πλήρως κατευθυνόμενο από την αλλαγή στην αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών. Όπως φαίνεται στο διάγραμμα, το ηλεκτρονικό εμπόριο υπερτερεί στις Δυτικές

χώρες, καθώς οι εξ αποστάσεως παραγγελίες προϋπήρχαν του ηλεκτρονικού εμπορίου (τηλέφωνο, κατάλογοι κ.λπ.) και συνεπώς οι καταναλωτές ήταν ήδη εκπαιδευμένοι σε εναλλακτικούς τρόπους αγοράς. Είναι χαρακτηριστικό, ότι σε πολλές χώρες της Ευρώπης η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου (τηλεφωνικοί κατάλογοι) κυμαίνεται μεταξύ 14% και 24%.<sup>27</sup> Χρόνο με το χρόνο, λοιπόν, το ηλεκτρονικό εμπόριο διεισδύει σε όλο και περισσότερο πληθυσμό, σε όλο και περισσότερες επιχειρήσεις, το προφίλ των οποίων φαίνεται στους παρακάτω πίνακες.

**Πίνακας 4.1 Προφίλ αγοραστή του ηλεκτρονικού εμπορίου**

	Αγοραστής ηλεκτρονικού εμπορίου
Διείσδυση	59% του πληθυσμού της Ευρώπης
Ηλικία	85% κάτω από 55 ετών
Φύλο	53% γυναίκες, 47% άντρες
Τοποθεσία	Κυρίως αστοί των Δυτικών χωρών της Ευρώπης
Τύπος εμπορίου	90% από εγχώρια ηλεκτρονικά καταστήματα, 30% από εξωτερικό
Είδος αγορασθέντων προϊόντων	Ρούχα, ΗΥ, είδη οικιακής χρήσης, βιβλία κ.λπ.

**Πίνακας 4.2 Προφίλ ηλεκτρονικού καταστήματος**

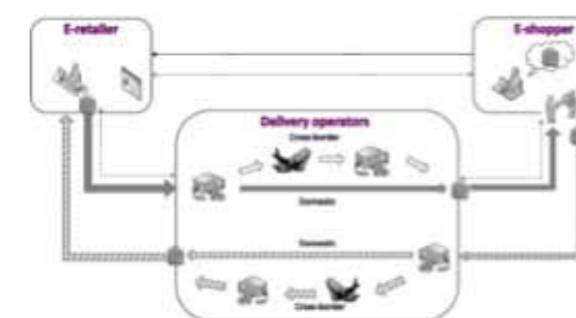
	Ηλεκτρονικό κατάστημα
Διείσδυση	14% των επιχειρήσεων στην Ευρώπη
Μέγεθος	70-80% μικρές επιχειρήσεις
Τοποθεσία	Κυρίως Δυτική Ευρώπη
Τύπος εμπορίου	100% στην εγχώρια αγορά, 30% στο εξωτερικό
Είδος πωληθέντων προϊόντων	Ρούχα, ΗΥ, είδη οικιακής χρήσης, βιβλία κ.λπ.

Σύμφωνα με τη Eurostat, το 2012 στις 28 χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το 32% των χρηστών του διαδικτύου αγόρασαν ρούχα και αθλητικά είδη και έκαναν κρατήσεις για ταξίδια και ξενοδοχεία. Τα βιβλία και τα περιοδικά έρχονται στη δεύτερη θέση με 23%, ενώ μόλις το 9% των χρηστών του διαδικτύου αγόρασαν τρόφιμα.

#### 4.4.2 Ο ρόλος της ταχυδρομικής επιχείρησης στο Ηλεκτρονικό Εμπόριο

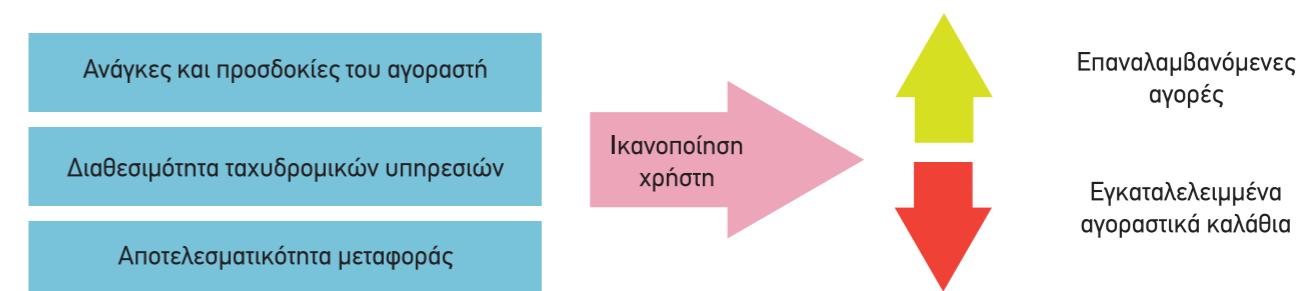
Σε όλη την Ευρώπη, υπάρχουν πολλές ταχυδρομικές επιχειρήσεις που διανέμουν τα προϊόντα του ηλεκτρονικού εμπορίου, προσφέροντας ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών διανομής προς εμπόρους και καταναλωτές. Η μεταφορά, όμως, των προερχόμενων από το ηλεκτρονικό εμπόριο προϊόντων είναι μια πολυδιάστατη διαδικασία, όπως φαίνεται στο παρακάτω σχήμα.

**Σχήμα 4.1 Η θέση της ταχυδρομικής επιχείρησης στο ηλεκτρονικό εμπόριο**



Οι ταχυδρομικές υπηρεσίες επηρεάζουν την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, καθώς το επίπεδο ικανοποίησης του καταναλωτή από τη μεταφορά των προϊόντων μπορεί να οδηγήσει είτε σε επαναλαμβανόμενες αγορές είτε σε εγκαταλελειμμένα «αγοραστικά καλάθια».

**Σχήμα 4.2 Παράγοντες ικανοποίησης αγοραστή**



<sup>27</sup> «Main Developments in the Postal Sector (2010-2013)». WIK Consult, 2013

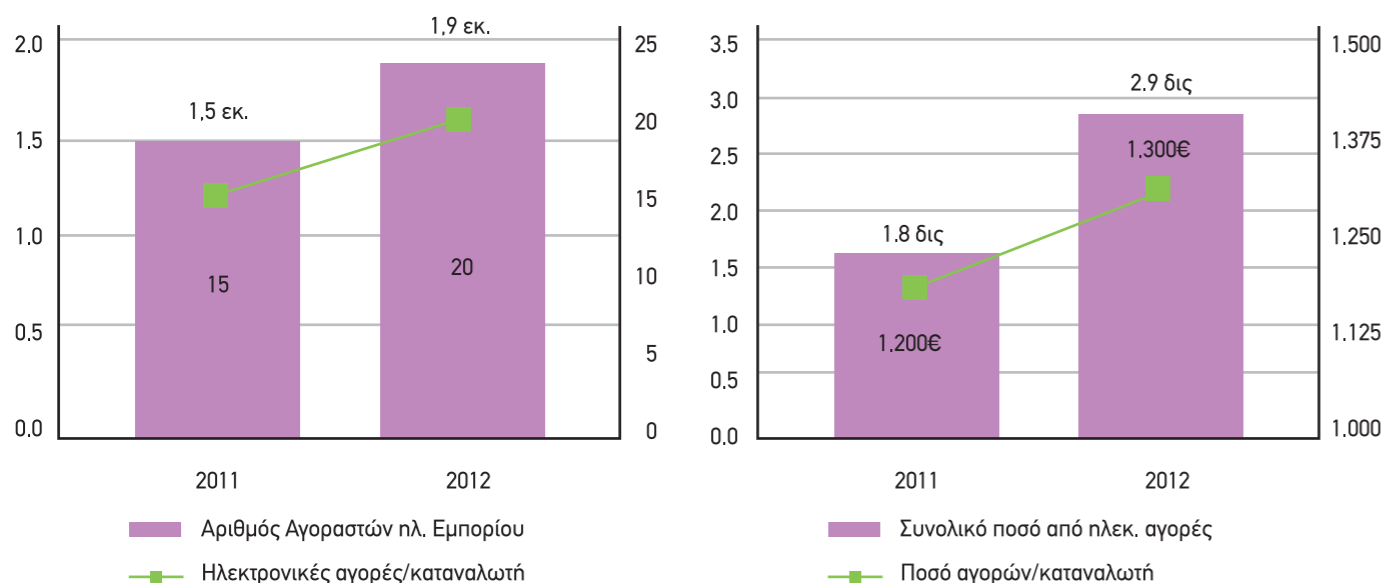
Ο κύριος παράγοντας για την επανάληψη της αγοράς είναι το χαμηλό μεταφορικό κόστος. Σημαντικό ρόλο κατέχουν επίσης η ευκολία στην επιστροφή του προϊόντος, τα δωρεάν μεταφορικά, η ευελιξία στα θέματα μεταφοράς. Λιγότερο σημαντική κρίνεται επίδοση του προϊόντος την επόμενη μέρα. Η εγκατάλειψη του «αγοραστικού καλαθιού» οφείλεται κατά 68% σε προβλήματα μεταφοράς και κατά κύριο λόγο στα ακριβά μεταφορικά κόστη. Επίσης, το 15% των αγοραστών εγκαταλείπει το καλάθι του, για λόγους που οφείλονται στην ελλιπή πληροφόρηση γύρω από τα θέματα μεταφοράς. Μία επίσης σημαντική αιτία μη ικανοποίησης των καταναλωτών είναι η έλλειψη εναλλακτικών επιλογών εντός των ταχυδρομικών υπηρεσιών, σε ό,τι αφορά τα χαρακτηριστικά προστιθέμενης αξίας, προορισμού και τιμής. Τέτοιου είδους προβλήματα οφείλονται κυρίως στην αδυναμία των ηλεκτρονικών εμπόρων να συνεργαστούν με πολλές ταχυδρομικές επιχειρήσεις, ενώ είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι το 40% των εμπόρων συνεργάζονται μόνο με έναν ταχυδρομικό πάροχο. Τα θέματα αυτά μεγιστοποιούνται, αφενός στην περίπτωση των μικρών εμπόρων, που δεν μπορούν να επιτύχουν εκπτώσεις από την

πλευρά των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, λόγω του μικρού όγκου προς διακίνηση, αφετέρου στις περιπτώσεις μεταφοράς προϊόντων στο εξωτερικό, όπου τα μεταφορικά κόστη είναι ακόμα υψηλότερα. Για την ελαχιστοποίηση των προαναφερθέντων προβλημάτων, η αγορά από μόνη της μπορεί να δώσει λύσεις, όπως νέες καινοτόμες μορφές μεταφοράς από την πλευρά των ταχυδρομικών επιχειρήσεων, πρωτοβουλίες για καλύτερη πληροφόρηση από τη μεριά των εμπόρων και των συνδέσμων αυτών, επένδυση σε συστήματα ικνηλάτησης του προϊόντος, συνεργασίες των ταχυδρομικών επιχειρήσεων με άλλες του εξωτερικού, συνεργασίες των ηλεκτρονικών εμπόρων με μεγάλους ηλεκτρονικούς συνδέσμους εμπόρων όπως το Amazon και το ebay, καθώς και μηχανισμοί μέσω των κοινωνικών δικτύων αξιολόγησης της αξιοπιστίας των εμπόρων και των ταχυδρομικών εταιρειών. Τέλος, αναγκαία κρίνεται η παρέμβαση των αρχών, προκειμένου να διασφαλιστεί η προστασία του καταναλωτή.

#### 4.4.3 Το ηλεκτρονικό εμπόριο στην Ελλάδα<sup>28</sup>

Παρόλο που η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα απέχει από το μέσο όρο της Ευρώπης, η τάση στην Ελλάδα είναι αναμφίβολα ανοδική. Ένδειξη της ανάπτυξης του κλάδου παίρνουμε από τα παρακάτω διαγράμματα.

Διάγραμμα 4.3 Στοιχεία ηλεκτρονικών αγορών στην Ελλάδα



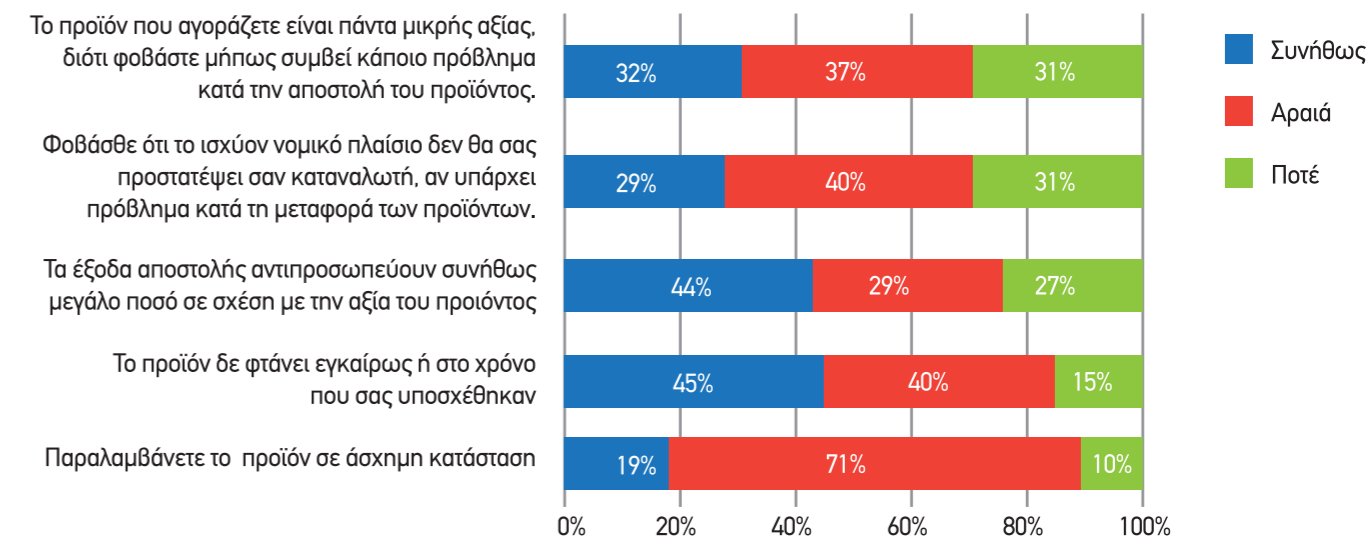
<sup>28</sup> Πηγή: ELTRUN/ΟΠΑ, 2013

Οι αγοραστές του διαδικτύου αυξήθηκαν μέσα σε ένα χρόνο κατά 27%, όπως επίσης αυξήθηκε και ο αριθμός των αγορών ανά καταναλωτή, συγκεκριμένα κατά 33%, χωρίς όμως να αυξηθεί ιδιαίτερα το συνολικό ποσό ανά καταναλωτή. Ο τζίρος από το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει αυξηθεί σημαντικά κατά 40%, γεγονός που οφείλεται κυρίως στην αύξηση των καταναλωτών. Αναφορικά με το είδος των διαδικτυακών αγορών, οι καταναλωτές προτιμούν κυρίως φυσικά προϊόντα, λιγότερο υπηρεσίες και τέλος ψηφιακά προϊόντα. Η μεγαλύτερη αύξηση παράλα αυτά,

παρατηρήθηκε στις ταξιδιωτικές υπηρεσίες, που βρίσκονται πλέον πρώτες στις προτιμήσεις των καταναλωτών. Οι αγορές στα είδη ένδυσης και υπόδησης παρουσίασαν επίσης σημαντική άνοδο και επιπλέον αναπτύχθηκαν διαδικτυακές υπηρεσίες στους κλάδους των τηλεπικοινωνιών, ασφαλείων, μεσσιικών, χρηματοοικονομικών και νομικών υπηρεσιών.

Τη στάση και τον προβληματισμό των αγοραστών του ηλεκτρονικού εμπορίου, σχετικά με τη μεταφορά του προϊόντος, βλέπουμε στο παρακάτω διάγραμμα.

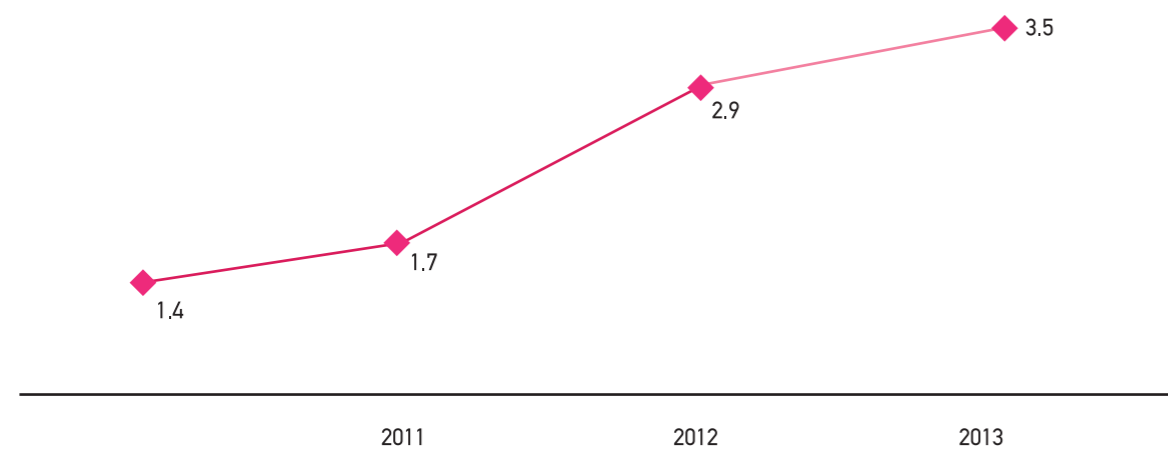
Διάγραμμα 4.4 Προβληματισμός ως προς τη μεταφορά του προϊόντος



Ουσιαστικά, η ηλεκτρονική αγορά δεν παρέχει ανασφάλεια στον καταναλωτή ως προς τη νομική κάλυψή του, προβληματίζει όμως όσον αφορά στην κατάσταση του προϊόντος κατά την επίδοση, στο χρόνο επίδοσης και τα υψηλά κόστη αποστολής. Επίσης, οι καταναλωτές προτιμούν να αγοράζουν σχετικά μικρής αξίας προϊόντα, προς αποφυγή κάποιου προβλήματος κατά την αποστολή του. Για το 2013, ο τζίρος από ηλεκτρονικές αγορές αναμένεται να αγγίξει τα 3,5 δις ευρώ<sup>29</sup>, διατηρώντας έναν από τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης στην Ευρώπη.

<sup>29</sup> Ανακοίνωση του Ελληνικού Συνδέσμου Ηλεκτρονικού Εμπορίου GRECA, Οκτώβριος 2013  
Πηγή γραφήματος: E.LTRUN / ΟΠΑ

**Διάγραμμα 4.5 Αγορές Ελλήνων μέσω ηλεκτρονικού εμπορίου – πρόβλεψη 2013**



Στο πλαίσιο ενίσχυσης του ηλεκτρονικού εμπορίου αναμένονται πολλές πρωτοβουλίες σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, καθώς και από την πλευρά των σχετιζόμενων συνδέσμων.

