



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ
ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΚΑΙ ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΩΝ

ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Αποτελέσματα Ποσοτικής Έρευνας Αγοράς σε Επιχειρήσεις & Καταναλωτές/ Ευρύ κοινό

Μάρτιος 2001

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΕΚΘΕΣΗΣ

	σελίδα
1. Σύνοψη αποτελεσμάτων	3
2. Εισαγωγή – Ερευνητικό υπόβαθρο	7
3. Μεθοδολογία	11
4. Έλεγχοι διασφάλισης ποιότητας ποσοτικών ερευνών	24
5. Κύρια αποτελέσματα	26
Τμήμα Α: Έρευνα ευρέως κοινού	27
Κεφάλαιο 1: Γνώση εταιρειών Ταχυδρομικών Υπηρεσιών	28
Κεφάλαιο 2: Χρήση Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών	31
Κεφάλαιο 3: Παροχές Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και ταχυμεταφορών	36
Κεφάλαιο 4 Βαθμός Ικανοποίησης από τους φορείς/ εταιρείες παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών	40
Κεφάλαιο 5: Κριτήρια επιλογής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών	45
Κεφάλαιο 6: Τόπος αποστολής και προέλευσης επιστολών, δεμάτων/ μικρό-δεμάτων και εγγράφων	49
Κεφάλαιο 7: Χρήση παροχών Ταχυδρομικών Υπηρεσιών	61
Κεφάλαιο 8 Εικόνα Ταχυδρομικών Υπηρεσιών	64
Κεφάλαιο 9: Χρήση άλλων μεθόδων επικοινωνίας	66
Τμήμα Β: Έρευνα επιχειρήσεων	71
Κεφάλαιο 1: Γνώση εταιρειών Ταχυδρομικών Υπηρεσιών	72
Κεφάλαιο 2: Χρήση Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών	75
Κεφάλαιο 3: Παροχές Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και ταχυμεταφορών	78
Κεφάλαιο 4 Βαθμός Ικανοποίησης από τους φορείς/ εταιρείες παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών	85
Κεφάλαιο 5: Κριτήρια επιλογής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών	91
Κεφάλαιο 6: Τόπος αποστολής και προέλευσης επιστολών, δεμάτων/ μικρό-δεμάτων, εγγράφων, περιοδικών/ εφημερίδων/ διαφημιστικών ή ενημερωτικών φυλλαδίων	96
Κεφάλαιο 7: Χρήση παροχών Ταχυδρομικών Υπηρεσιών	110
Κεφάλαιο 8 Εικόνα Ταχυδρομικών Υπηρεσιών	114
Κεφάλαιο 9: Χρήση άλλων μεθόδων επικοινωνίας	116
<i>Παράρτημα I:</i> Κατανομή ανά γεωγραφικό διαμέρισμα και κατεύθυνση	
<i>Παράρτημα II:</i> Ερωτηματολόγιο Ευρέως Κοινού	
<i>Παράρτημα III:</i> Ερωτηματολόγιο Επιχειρήσεων	

ΣΥΝΟΨΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

EYPY KOINO

- Τα ΕΛΤΑ είναι ο φορέας Ταχυδρομικών Υπηρεσιών τον οποίο γνωρίζουν σχεδόν όλοι οι καταναλωτές. Το 93% του κοινού την αναφέρει αυθόρμητα και το 6% την αναφέρει με τη βοήθεια κάρτας. Από τις ιδιωτικές εταιρείες η ACS είναι γνωστή το 69% του κοινού, εκ των οποίων το 44% την αναφέρει αυθόρμητα.
- Το κοινό χρησιμοποιεί κατά κύριο λόγο τις Ταχυδρομικές Υπηρεσίες για αποστολή επιστολών, πληρωμή λογαριασμών και αποστολή δεμάτων. Η μέση συχνότητα , για περισσότερο από το 50% του δείγματος χρήσης των παραπάνω υπηρεσιών είναι τουλάχιστο μία φορά το μήνα.
- Κατά μέσο όρο σε ένα τυπικό μήνα το ευρύ κοινό αποστέλλει 3.3 επιστολές ενώ το κόστος αποστολής τους το εκτιμά σε 1715 δρχ., 2.4 δέματα/ μικρό-δέματα με κόστος 5,371 δρχ. και 3.9 έγγραφα συνολικού κόστους 4,247 δρχ.
- Ο φορέας με τη πιο συχνή χρήση για αποστολή επιστολών, δεμάτων μικρό-δεμάτων και μεταφορά εγγράφων είναι τα ΕΛΤΑ (αφορά το 93% του κοινού) . Όσοι χρησιμοποιούν ιδιωτικές εταιρείες στη πλειοψηφία τους χρησιμοποιούν την εταιρεία ACS, είτε ως κύρια εταιρεία είτε ως εναλλακτική.
- Η ικανοποίηση του κοινού, τόσο από τη ποιότητα όσο και συνολικά από τις παρεχόμενες ταχυδρομικές υπηρεσίες των ΕΛΤΑ αλλά και της ACS - για την οποία ένας σημαντικός αριθμός ερωτώμενων μπορούσε να εκφέρει άποψη - είναι πολύ υψηλή.
- Αναφορικά με την διακίνηση των επιστολών/ δεμάτων/ μικρό-δεμάτων και εγγράφων , οι αποστολές και οι λήψεις από το εσωτερικό της χώρας αποτελούν τον κύριο όγκο, με κύριο πυρήνα την Αθήνα και δεύτερη τη Θεσσαλονίκη. Αντίστοιχα, για το εξωτερικό πρώτη επιλογή είναι οι χώρες της Ευρώπης και ειδικότερα οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

- Τα ΕΛΤΑ είναι ο φορέας με εντονότερα διαμορφωμένη «εικόνα» ανάμεσα στους καταναλωτές. Τα στοιχεία που τους προσδίδονται είναι : *προσφέρουν καλύτερη γεωγραφική κάλυψη, είναι οικονομικά, είναι αξιόπιστα*. Βεβαίως, στο στοιχείο *είναι γρήγορα*, η αξιολόγηση του κοινού δεν είναι ιδιαίτερα θετική, συγκριτικά με την ACS. Σε επίπεδο «εικόνας» ακολουθεί η εταιρεία ACS με κύρια χαρακτηριστικά την ταχύτητα και την αξιοπιστία της.
- Τέλος, το κοινό από τις άλλες μεθόδους επικοινωνίας χρησιμοποιεί κατά κύριο λόγο το τηλέφωνο, σταθερό και κινητό. Εντούτοις κάποιοι χρησιμοποιούν το φαξ και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, αλλά σε πολύ χαμηλή συχνότητα (15% και 8% αντίστοιχα). Κύρια χαρακτηριστικά των δύο αυτών μεθόδων επικοινωνία, κατά τους ερωτώμενους, είναι η ταχύτητα, η εξέλιξη και η αποτελεσματικότητα.
- Συμπερασματικά, το ευρύ κοινό, κάνει χρήση ταχυδρομικών υπηρεσιών κυρίως μέσω των ΕΛΤΑ, στα οποία αναγνωρίζει σημαντικά θετικά στοιχεία. Η γνώση και η χρήση των ιδιωτικών εταιρειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών είναι πολύ χαμηλότερα, ενώ φαίνεται ότι οι ανάγκες τους - με εξαίρεση ίσως την ταχύτητα των παρεχομένων υπηρεσιών από τα ΕΛΤΑ - καλύπτονται πλήρως από τον Δημόσιο φορέα.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

- Τα ΕΛΤΑ είναι ο φορέας Ταχυδρομικών Υπηρεσιών τον οποίο γνωρίζουν όλες οι επιχειρήσεις, ακολουθούμενα από την εταιρεία ACS. Συνολικά τα ΕΛΤΑ γνωρίζει το 99% των επιχειρήσεων, εκ των οποίων το 87% την αναφέρει αυθόρμητα. Αντίστοιχα την ACS γνωρίζει το 97% των επιχειρήσεων, εκ των οποίων το 83% την αναφέρει αυθόρμητα. Με ποσοστό συνολικής γνώσης 93% ακολουθεί η εταιρεία DHL.
- Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν περισσότερο τις Ταχυδρομικές Υπηρεσίες για αποστολή επιστολών 1ης προτεραιότητας, αποστολή δεμάτων και μεταφορά εγγράφων, τις οποίες χρησιμοποιούν καθημερινά ή τουλάχιστο 2-3 φορές την εβδομάδα. Με αραιότερη συχνότητα, περίπου μια φορά το μήνα, χρησιμοποιούν την αποστολή ομαδικών επιστολών και τη πληρωμή λογαριασμών.

- Κατά μέσο όρο σε ένα τυπικό μήνα οι επιχειρήσεις αποστέλλουν: 921 επιστολές ενώ το κόστος τους το εκτιμούν σε 130,000 δρχ., 192 δέματα/ μικρό-δέματα με κόστος 133,000 δρχ. και 602 έγγραφα συνολικού κόστους 58,000 δρχ. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι αντίστοιχα , οι Δημόσιες Υπηρεσίες - που αποτέλεσαν τμήμα της μελέτης - στέλνουν 7,821 επιστολές με κόστος κατά προσέγγιση 1,323,000 δρχ. και 899 έγγραφα με κόστος 112,000 δρχ.
- Ο φορέας με τη πιο συχνή χρήση για αποστολή επιστολών και περιοδικών/ εφημερίδων/ φυλλαδίων είναι τα ΕΛΤΑ. Αντίθετα, οι επιχειρήσεις προτιμούν τις ιδιωτικές εταιρείες για την αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων και τη μεταφορά εγγράφων. Όσοι χρησιμοποιούν ιδιωτικές εταιρείες στη πλειοψηφία τους χρησιμοποιούν την εταιρεία ACS, είτε ως κύρια εταιρεία είτε ως εναλλακτική επιλογή.
- Η ικανοποίηση των επιχειρήσεων , τόσο από τη ποιότητα όσο και συνολικά από τις παρεχόμενες ταχυδρομικές υπηρεσίες των ΕΛΤΑ και της ACS είναι πολύ υψηλή.
- Η διακίνηση των επιστολών/ δεμάτων/ μικρό-δεμάτων, εγγράφων και περιοδικών/ εφημερίδων/ φυλλαδίων προσδιορίζουν το εσωτερικό της χώρας ως κύριο τόπο αποστολής και προέλευσης , με κύριο κέντρο την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη. Αντίστοιχα, για το εξωτερικό πρώτη επιλογή είναι οι χώρες της Ευρώπης και ειδικότερα οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Τέλος, σε αντίθεση με την εικόνα που έχει το ευρύ κοινό, οι επιχειρήσεις διακρίνουν ότι η εταιρεία με την καλύτερη εικόνα είναι η εταιρεία ACS, με κύρια χαρακτηριστικά της *την ταχύτητα, την αξιοπιστία, την εξέλιξη και την καλή οργάνωση*. Στη δεύτερη θέση κατατάσσουν την DHL με πιο δυνατά στοιχεία *την αξιοπιστία, την ταχύτητα και την καλή οργάνωση*. Τα ΕΛΤΑ ακολουθούν στη τρίτη θέση με κύρια χαρακτηριστικά *τη καλύτερη γεωγραφική κάλυψη και τις οικονομικότερες υπηρεσίες*.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1. Ερευνητικό υπόβαθρο

Η παγκόσμια αγορά ταχυδρομικών υπηρεσιών διανέμει μια περίοδο δραστικών μεταβολών ως αποτέλεσμα της σταδιακής απελευθέρωσης των ιστορικά, μονοπωλιακά οργανωμένων εθνικών αγορών και των παράλληλων επαναστατικών τεχνολογικών μεταβολών στο ευρύτερο πεδίο των ηλεκτρονικών επικοινωνιών (Internet).

Οι επιπτώσεις των παραπάνω μεταβολών στις διεθνείς ταχυδρομικές αγορές είναι πολλές και σημαντικές και αναφέρονται κατά κύριο λόγο:

- ♦ στην ποιότητα και αξιοπιστία των προσφερομένων ταχυδρομικών υπηρεσιών, τόσο από τον παραδοσιακό Φορέα προσφοράς (την ταχυδρομική υπηρεσία ή οργανισμό) όσο και τους νεοεισερχόμενους παίκτες
- ♦ στη διαθεσιμότητα ευρείας γκάμας επιλογών, παραδοσιακών αλλά και σύγχρονων, που αντιστοιχούν στην εμφανιζόμενη διαφοροποιημένη ζήτηση από επιχειρήσεις και πολίτες
- ♦ στις τιμές διάθεσης των υπηρεσιών, που αντικατοπτρίζουν το κόστος της παραγωγής τους και τις συνθήκες ανταγωνισμού στην αγορά

Ο καθένας από τους παραπάνω παράγοντες επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό τόσο την ανταγωνιστικότητα των οικονομιών - ο βαθμός εξάρτησης των επιχειρήσεων από τις παρεχόμενες ταχυδρομικές υπηρεσίες καθίσταται σήμερα σημαντικότερος από ποτέ - όσο και τη συνεκτικότητα των κοινωνιών μέσα στις οποίες δραστηριοποιούνται. Για παράδειγμα, ο βαθμός που η ταχυδρομική αγορά θα πετύχει να προσφέρει αξιόπιστες υπηρεσίες με χαμηλό κόστος και σε αντιστοιχία με τη ζήτηση θα καθορίσει και την επιτυχία ευρύτερων μέτρων πολιτικής που αναφέρονται στη βελτίωση της ποιότητας εξυπηρέτησης των πολιτών, ιδιαίτερα από δημόσιες υπηρεσίες και παράλληλα με την ανάπτυξη ηλεκτρονικών μορφών επικοινωνίας με αυτές.

Όπως προκύπτει λοιπόν, ο επιτυχημένος εκσυγχρονισμός της ταχυδρομικής αγοράς, δεν συντελείται με αυτόματο τρόπο αλλά προϋποθέτει, όπως άλλωστε σε παρόμοιες περιπτώσεις των αγορών τηλεπικοινωνιών και ενέργειας, μια ισχυρή και καλά οργανωμένη Ρυθμιστική Αρχή.

Η Αρχή αυτή έχει διπλό ρόλο:

- ♦ την υποστήριξη της ελεγχόμενης απελευθέρωσης της αγοράς, με παράλληλη τήρηση των κανόνων υγιούς ανταγωνισμού και την υποστήριξη ανάπτυξης υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και αξιοπιστίας
- ♦ την εγγύηση της παροχής καθολικής υπηρεσίας, σύμφωνα με τα Ευρωπαϊκά πρότυπα, προς όλους τους κατοίκους της χώρας, ανεξαρτήτως τόπου παραμονής και σε λογικό κόστος.

Απαραίτητη προϋπόθεση για την υλοποίηση αυτού του ρόλου της αποτελεί, για τη Ρυθμιστική Αρχή, η σε βάθος τεκμηριωμένη γνώση της Ελληνικής αγοράς αλλά και η παράλληλη συνεχής ενημέρωση για τις σύγχρονες τάσεις και εξελίξεις σε Ευρωπαϊκό επίπεδο. Ειδικότερα, και στο πλαίσιο του παρόντος έργου, διενεργήθηκε μελέτη σε τρία στάδια:

Στάδιο 1ο

Η ελληνική αγορά αναλύθηκε ως προς τα βασικά ποιοτικά και ποσοτικά δεδομένα της, από την πλευρά της προσφοράς και της ζήτησης, με κατάλληλη τμηματοποίηση και συγκέντρωση των υφιστάμενων δευτερογενών αλλά και πρωτογενών στοιχείων τα οποία συλλέχθηκαν σε δειγματοληπτική βάση. Αναλυτικότερα, στο συγκεκριμένο στάδιο

- δόθηκε έμφαση στην ιστορική εξέλιξη των στοιχείων αυτών, ώστε να προσδιορισθεί η τάση εξέλιξης της αγοράς και να κατανοηθούν τα ιδιαίτερα δεδομένα του Ελληνικού περιβάλλοντος
- διερευνήθηκαν σε βάθος οι απόψεις των τελικών χρηστών των ταχυδρομικών υπηρεσιών (επιχειρήσεις - κοινό)
- αξιολογήθηκε η παρούσα κατάσταση στα ΕΛΤΑ - δεδομένης της δεσπόζουσας θέσης της στην Ελληνική αγορά

Στάδιο 2ο

Το 2ο στάδιο επικεντρώνεται στην ανάδειξη των σημαντικότερων τάσεων των αντίστοιχων Ευρωπαϊκών αγορών, με έμφαση:

- στα χαρακτηριστικά που σηματοδοτούν τη μετάβαση τους από το μονοπωλιακό στο ανταγωνιστικό πρότυπο οργάνωσης , με αξιοποίηση της τεχνολογίας για ανάπτυξη καινοτομικών υπηρεσιών και παράλληλη διασφάλιση της παροχής καθολικής υπηρεσίας
- στις διαρθρωτικές αλλαγές που συντελούνται στην πλευρά της προσφοράς και ιδιαίτερα στις εμφανιζόμενες συγχωνεύσεις φορέων καθώς και στη δημιουργία πανευρωπαϊκών δικτύων

Στάδιο 3ο

Η τμηματοποίηση της Ελληνικής αγοράς αποτελεί το 3ο Στάδιο της μελέτης, η οποία θα γίνει με τρόπο που θα διασφαλίζει τη συνεχιζόμενη παρακολούθηση των μεγεθών της από την Ρυθμιστική Αρχή, δηλαδή:

- με κατάλληλη κωδικοποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών , προϊόντων και γεωγραφικών περιοχών
- με διασφάλιση της συμβατότητας τόσο με τα διεθνή ταχυδρομικά πρότυπα όσο και με τις καθιερωμένες και ευρύτερα αποδεκτές πρακτικές στην εγχώρια αγορά.

Η παρούσα **Γραπτή Έκθεση Αποτελεσμάτων**, αναφέρεται στο 1ο Στάδιο της μελέτης, δηλαδή στην **Έρευνα Αγοράς της Ταχυδρομικής Αγοράς**. Συγκεκριμένα περιλαμβάνει τα αποτελέσματα της Έρευνας Αγοράς για την **Προσδιορισμό των χαρακτηριστικών του Ευρέως/ καταναλωτικού Κοινού** [Στάδιο 1ο- ΠΕ 1 - Ε 1.3] και της αντίστοιχης Έρευνας Αγοράς για τον **Προσδιορισμό των χαρακτηριστικών των Επιχειρήσεων** [Στάδιο 1ο- ΠΕ 1 - Ε 1.2].

2. Μεθοδολογία

Η Ποσοτική έρευνα με τη μορφή των Προσωπικών Συνεντεύξεων είναι μια μέθοδος που ενδείκνυται στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- ♦ Όταν υπάρχει αρχική γνώση για μία αγορά ή ένα θέμα, τόσο ώστε να είναι δυνατή η διαμόρφωση ενός ερωτηματολογίου στο οποίο θα περιλαμβάνονται οι βασικοί αλλά και οι επιμέρους άξονες διερεύνησης ενός θέματος
- ♦ Η μέθοδος της ποσοτικής έρευνας, μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την άντληση πληροφορίας, τόσο του ευρέως κοινού/ των καταναλωτών, όσο και ειδικού κοινού , όπως για παράδειγμα είναι οι επιχειρήσεις .
- ♦ Επιπλέον, η ποσοτική προσέγγιση είναι η καταλληλότερη όταν το κοινό στο οποίο απευθύνεται η μελέτη δεν είναι ομοιογενές και είναι πολυσύνθετο. Η ποσοτική έρευνα, κατηγοριοποιεί μεγάλα μεγέθη κοινού, βάσει συγκεκριμένων παραμέτρων – όπως για παράδειγμα τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά, τη γεωγραφική περιοχή που διαμένουν ή την ένταση χρήσης συγκεκριμένων υπηρεσιών για τους ιδιώτες και αντίστοιχα, τον κλάδο δραστηριοποίησης , τον αριθμό μόνιμου προσωπικού, τη χρήση συγκεκριμένων Ταχυδρομικών Υπηρεσιών , για μία επιχείρηση.

Για την Έρευνα της Ταχυδρομικής Αγοράς, η συγκεκριμένη μέθοδος υιοθετήθηκε για την διερεύνηση των στάσεων , απόψεων και συμπεριφοράς των επιχειρήσεων όσο και των ιδιωτών/ καταναλωτών, προσαρμοσμένη ανάλογα με τις απαιτήσεις/ ιδιαιτερότητες του κάθε κοινού.

Ακολουθεί η περιγραφή των επιμέρους τεχνικών χαρακτηριστικών της Έρευνας Αγοράς στο Ευρύ κοινό και της Έρευνας Αγοράς στις Επιχειρήσεις.

Ποσοτική Έρευνα Αγοράς στο Ευρύ κοινό

Η έρευνα στο ευρύ κοινό/ καταναλωτές ορίζει τις πραγματικές διαστάσεις της χρήσης των Ταχυδρομικών Υπηρεσιών ενώ παράλληλα καθορίζει τους παράγοντες που επηρεάζουν την καταναλωτική συμπεριφορά.

Ερευνητικοί Στόχοι

Οι κύριοι ερευνητικοί στόχοι της Έρευνας Αγοράς στο Ευρύ Κοινό/ καταναλωτές ήταν οι εξής:

- **μέτρηση του επιπέδου χρήσης των Ταχυδρομικών Υπηρεσιών σε γενικό επίπεδο**
- **μέτρηση του επιπέδου χρήσης συγκεκριμένων Ταχυδρομικών Υπηρεσιών**
- **εκτίμηση της συχνότητας/ έντασης χρήσης των συγκεκριμένων Ταχυδρομικών Υπηρεσιών**
- **απογραφή των γεωγραφικών περιοχών προέλευσης και αποστολής ταχυδρομικών αντικειμένων για προσδιορισμένη χρονική περίοδο**
- **προσδιορισμός των λόγων για τους οποίους χρησιμοποιήθηκαν οι συγκεκριμένες Ταχυδρομικές Υπηρεσίες**
- **σκιαγράφηση των δημογραφικών χαρακτηριστικών των χρηστών σε γενικό επίπεδο και επιμέρους για κάθε συγκεκριμένη Ταχυδρομική Υπηρεσία**

Τεχνικά χαρακτηριστικά / Δείγμα Έρευνας

Το συνολικό δείγμα της Ποσοτικής έρευνας στο ευρύ κοινό/ καταναλωτές, αποτέλεσαν **2000 άτομα**, ενώ η κάλυψη της έρευνας είχε πανελλαδική εμβέλεια, δηλαδή κάλυψε:

- την Αθήνα
- την Θεσσαλονίκη
- τα Μεγάλα Αστικά κέντρα
- τα Μικρά Αστικά κέντρα
- τις Ημιαστικές περιοχές και τις Αγροτικές περιοχές

Στις παραπάνω περιοχές εκτός της Ηπειρωτικής Ελλάδας/ Κρήτης, καλύφθηκαν και οι ακόλουθες νησιωτικές περιοχές:

- Κέρκυρα
- Ρόδος
- Μυτιλήνη

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος ήταν τα εξής:

- ◆ Άνδρες (50%) και Γυναίκες (50%)
- ◆ Ηλικίας 18 – 70 ετών
- ◆ Όλων των κοινωνικοοικονομικών τάξεων
- ◆ Χρήστες και μη Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

Αναλυτικά, η κατανομή του δείγματος της ποσοτικής έρευνας, ήταν η ακόλουθη:

Γεωγραφική περιοχή	Πληθυσμός (άτομα)	Κατανομή πληθυσμού (%)	Προτεινόμεν ο Δείγμα (άτομα)	Κατανομή Δείγματος (%)
Αθήνα (Περιφέρεια Πρωτευούσης)	3.073.000	30	600	30
Θεσσαλονίκη	755.000	7	300	15
Λοιπές Αστικές περιοχές	2.211.000	22	600	30
Ημιαστικές και Αγροτικές περιοχές	4.221.000	41	500	25
Σύνολο	10.260.000	100	2.000	100

Το δείγμα της έρευνας έχει σταθμιστεί βάσει του πραγματικού πληθυσμού των καλυπτόμενων περιοχών, σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της ΕΣΥΕ (Εθνική Απογραφή 1991) , έτσι ώστε τα αποτελέσματα να αντανakλούν τις πραγματικές διαστάσεις.

Με δεδομένα την κάλυψη των περιοχών όπως αναφέρθηκαν, η επιλογή του δείγματος ακολούθησε την μέθοδο της πολυσταδιακής στρωματοποιημένης δειγματοληψίας που περιλαμβάνει τα κατωτέρω στάδια :

1. Επιλογή πόλεων
2. Επιλογή στρωμάτων εντός των πόλεων
3. Επιλογή σημείων εκκίνησης
4. Επιλογή ερωτώμενων

1. Επιλογή πόλεων

Η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη λόγω του μεγέθους και της διακεκριμένης θέσης τους περιλαμβάνονται στην έρευνα. Οι λοιπές πόλεις χωρίστηκαν σε κατηγορίες ανάλογες του πληθυσμού τους και μετά έγινε η επιλογή τους, λαμβάνοντας υπόψη τον πληθυσμό και την γεωγραφική τους θέση.

2. Επιλογή στρωμάτων

Η επιλογή των στρωμάτων μέσα σε κάθε πόλη έγινε τυχαία. Σε κάθε στρώμα έχει επιλεγεί τυχαίο δείγμα οικοδομικών τετραγώνων , μεγέθους ανάλογου του πληθυσμού του στρώματος , με πιθανότητα επιλογής κάθε τετραγώνου ήταν ανάλογη με το μέγεθος του (proportional to size sampling). Κατόπιν, με συστηματική δειγματοληψία (systematic sampling) , σε κάθε επιλεγμένο τετράγωνο , επιλέχθηκαν τα νοικοκυριά που θα αποτελέσουν το δείγμα της έρευνας.

3. Επιλογή σημείων εκκίνησης

Για την Αθήνα, την Θεσσαλονίκη και τις αστικές περιοχές, το σημείο εκκίνησης για κάθε επιφάνεια σημειώθηκε πάνω στο δελτίο πορείας του ερευνητή και ορίστηκε να είναι η γωνία του τετραγώνου που πρόσκειται στην κάτω δεξιά γωνία του χάρτη. Ο αριθμός του οικοδομικού τετραγώνου που πραγματοποιήθηκαν οι συνεντεύξεις αναγράφεται σε κάθε ερωτηματολόγιο.

Λόγω ελλείψεως λεπτομερών χαρτών από την ΕΣΥΕ, τα σημεία εκκίνησης στις ημιαστικές και αγροτικές περιοχές αποτέλεσαν το κοινοτικό γραφείο, το σχολείο, η εκκλησία ή άλλα διακριτά σημεία. .

4. Επιλογή ερωτώμενων

Ξεκινώντας από κάθε σημείο εκκίνησης, ο ερευνητής επέλεξε τα νοικοκυριά με συστηματική δειγματοληψία. Η πορεία που διέγραψε ο ερευνητής ξεκινώντας από το σημείο εκκίνησης κάλυψε τις πλευρές κάθε οικοδομικού τετραγώνου με φορά από τα αριστερά προς τα δεξιά. Σε κάθε νοικοκυριό ζήτησε να πάρει συνέντευξη από ένα άτομο που πληροί τις προδιαγραφές φύλου και ηλικίας, όπως καθόριζε η έρευνα.

Θέματα διερεύνησης

Οι κύριοι άξονες διερεύνησης που καλύφθηκαν από το ερωτηματολόγιο του Ευρέως Κοινού, ήταν:

Γνώση εταιριών που παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες

- Αυθόρμητη αναφορά εταιριών (δημόσιων / ιδιωτικών) που παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες
- Βοηθούμενη γνώση εταιριών (δημόσιων / ιδιωτικών) που παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες

Χρήση / συχνότητα χρήσης ταχυδρομικών υπηρεσιών

- Είδος ταχυδρομικών υπηρεσιών που χρησιμοποιούν έστω και με αραιή συχνότητα
- Συχνότητα χρήσης κάθε μιας από τις ταχυδρομικές υπηρεσίες
- Μέσος όρος - σε τεμάχια - αποστολής επιστολών, δεμάτων/ μικροδεμάτων/ μεταφορές εγγράφων
- Μέσος όρος - σε αξία - αποστολής επιστολών, δεμάτων/ μικροδεμάτων/ μεταφορές εγγράφων

Επιθυμητά χαρακτηριστικά-κριτήρια για κάθε παρεχόμενη ταχυδρομική υπηρεσία [επιστολές/ δέματα- μικροδέματα / αποστολή εγγράφων]

όπως:

- ταχύτητα εξυπηρέτησης
- κόστος υπηρεσιών
- αξιοπιστία υπηρεσιών
- ειδικό πακέτο τιμών/ προσφορών
- προηγούμενη συνεργασία/ συνήθεια
- ευέλικτο ωράριο , κ.α.

Βαθμός ικανοποίησης για κάθε παρεχόμενη ταχυδρομική υπηρεσία [επιστολές/ δέματα- μικροδέματα / αποστολή εγγράφων]

- ως προς την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών
- ως προς την συνολική ικανοποίηση

Γεωγραφική κατανομή επιστολών / δεμάτων - μικροδεμάτων / εγγράφων και περιπτώσεις στις οποίες στέλνουν/ λαμβάνουν

- προορισμός: εσωτερικό και εξωτερικό
- προορισμός εσωτερικού ανά γεωγραφική περιοχή
- προορισμός εξωτερικού ανά γεωγραφική περιοχή
- λόγοι για τους οποίους στέλνουν / λαμβάνουν επιστολές

Χρήση υπηρεσιών συγκεκριμένων εταιριών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών

- συγκριτική χρήση με το παρελθόν [3-5 χρόνια] και λόγους για τους οποίους έχει μεταβληθεί το επίπεδο χρήσης
- πρόθεση χρήσης στο μέλλον και λόγους για τους οποίους θα μεταβληθεί το επίπεδο χρήσης

Επιθυμητά χαρακτηριστικά εταιριών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών

όπως:

- είναι αξιόπιστη εταιρία
- είναι γρήγορη
- προσφέρει την καλύτερη γεωγραφική κάλυψη
- προσαρμόζεται στις ανάγκες των πελατών της
- είναι καλά οργανωμένη, κ.α.

Εικόνα κύριων εταιριών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, όπως διαμορφώνεται βάσει των επιθυμητών χαρακτηριστικών

για τις εταιρίες:

- ΕΛΤΑ
- ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΕΛΤΑ
- ACS
- DHL
- TNT
- UPS

Στοιχεία αναφορικά με τη χρήση και των χαρακτηριστικών άλλων μεθόδων επικοινωνίας

όπως:

- σταθερό τηλέφωνο
- κινητό τηλέφωνο
- fax
- ηλεκτρονικό ταχυδρομείο

Δημογραφικά χαρακτηριστικά ερωτώμενου

- φύλο
- ηλικία
- μόρφωση ερωτώμενου & αρχηγού οικογένειας
- επάγγελμα ερωτώμενου & αρχηγού οικογένειας
- κοινωνικοοικονομική τάξη νοικοκυριού
- γεωγραφικό διαμέρισμα διαμονής
- αριθμός μελών νοικοκυριού

Ποσοτική Έρευνα Αγοράς σε Επιχειρήσεις

Ερευνητικοί Στόχοι

Οι επιμέρους στόχοι της έρευνας στις Επιχειρήσεις, που κάνουν χρήση Ταχυδρομικών Υπηρεσιών, διαμορφώνονται ως εξής:

- μέτρηση του επιπέδου χρήσης των Ταχυδρομικών Υπηρεσιών σε γενικό επίπεδο
- μέτρηση του επιπέδου χρήσης συγκεκριμένων Ταχυδρομικών Υπηρεσιών
- εκτίμηση της συχνότητας/ έντασης χρήσης των συγκεκριμένων Ταχυδρομικών Υπηρεσιών
- απογραφή των γεωγραφικών περιοχών προέλευσης και αποστολής ταχυδρομικών αντικειμένων για προσδιορισμένη χρονική περίοδο
- προσδιορισμός των λόγων για τους οποίους χρησιμοποιήθηκαν οι συγκεκριμένες Ταχυδρομικές Υπηρεσίες και του προφίλ των αποδεκτών των Ταχυδρομικών Υπηρεσιών
- προσδιορισμός των κριτηρίων βάσει των οποίων επιλέγουν τις συνεργασίες τους με εταιρίες παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών
- εκτίμηση της βαρύτητας των παραπάνω κριτηρίων
- σκιαγράφηση της εικόνας των κυρίων παροχέων Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

Τεχνικά χαρακτηριστικά / Δείγμα Έρευνας

Σε αυτό το σημείο αναπτύσσονται

- η μέθοδος δειγματοληψίας της έρευνας των επιχειρήσεων που αποτέλεσαν το δείγμα
- το μέγεθος του δείγματος
- ο τρόπος λήψης των συνεντεύξεων και γενικότερα ο τρόπος οργάνωσης της εργασίας

Για την επιλογή του βασικού πληθυσμού προσέγγισης της μελέτης ακολουθήθηκε συστηματική δειγματοληπτική διαδικασία με κύριο στόχο την ανταπόκριση και συμμόρφωση τόσο στις αρχές της προκήρυξης όσο και σε βασικές επιστημονικές παραδοχές.

Αρχικά δημιουργήθηκε βάση δεδομένων η οποία περιελάμβανε τον πληθυσμό της μελέτης. Για τη δημιουργία της βάσης δεδομένων λήφθηκαν υπόψη παράμετροι όπως ο τομέας δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων, το μέγεθος τους (υπολογισμένο βάσει του αριθμού εργαζομένων σε αυτές), η γεωγραφική κατανομή.

Τα στοιχεία της βάσης δεδομένων περιελάμβαναν:

- Επωνυμία/ Διακριτικός τίτλος επιχείρησης
- Διεύθυνση / τηλέφωνο
- Ονοματεπώνυμο Γενικού Διευθυντή/ Διευθύνοντα Συμβούλου
- Κύκλος εργασιών ή Αριθμός προσωπικού

Τα στοιχεία των επιχειρήσεων αντλήθηκαν από οικονομικούς καταλόγους, λίστες επιχειρήσεων από εμπορικούς/ επαγγελματικούς συλλόγους, επιμελητήρια και άλλες πηγές. Επιπλέον αξιοποιήθηκε η βάση δεδομένων που έχει αναπτύξει η Centrum Research , κατά την διεξαγωγή παρόμοιων έργων.

Το συνολικό δείγμα της Έρευνας Αγοράς αποτέλεσαν **300 επιχειρήσεις**, στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και τα 3 Μεγάλα Αστικά κέντρα [Πάτρα, Ηράκλειο Κρήτης, Λάρισα].

Αναλυτικά, η διάρθρωση του δείγματος των επιχειρήσεων ήταν η εξής:

Γεωγραφική περιοχή	Προτεινόμενο Δείγμα (επιχειρήσεις)	Κατανομή Δείγματος (%)
Αθήνα (Περιφέρεια Πρωτευούσης)	180	60
Θεσσαλονίκη	60	20
3 Αστικά κέντρα	60	20
Σύνολο	300	100

Επιπλέον, σε κάθε γεωγραφική περιοχή, υπήρξε αντιπροσώπευση επιχειρήσεων προς τον κλάδο δραστηριοποίησης τους, δηλαδή:

- εμπόριο και υπηρεσίες
- μεταποίηση

Στο τμήμα των επιχειρήσεων στις οποίες πραγματοποιήθηκαν οι προσωπικές συνεντεύξεις από τους ερευνητές, ακολουθήθηκαν οι εξής διαδικασίες προσέγγισης:

- αρχική τηλεφωνική επικοινωνία, ώστε να προσδιορισθούν τα άτομα εκείνα στις αρμοδιότητες των οποίων εμπίπτουν τα θέματα που καλύπτονται από την μελέτη.
- επικοινωνία των ειδικών εκπαιδευμένων ερευνητών με τους αρμόδιους της επιχείρησης ώστε να προσδιορισθεί η συνάντηση για την λήψη της συνέντευξης
- πραγματοποίηση των προγραμματισμένων συνεντεύξεων

Θέματα διερεύνησης

Οι κύριοι άξονες διερεύνησης που καλύφθηκαν από το ερωτηματολόγιο των Επιχειρήσεων, ήταν:

Γνώση εταιριών που παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες

- Αυθόρμητη αναφορά εταιριών (δημόσιων / ιδιωτικών) που παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες
- Βοηθούμενη γνώση εταιριών (δημόσιων / ιδιωτικών) που παρέχουν ταχυδρομικές υπηρεσίες

Χρήση / συχνότητα χρήσης ταχυδρομικών υπηρεσιών

- Είδος ταχυδρομικών υπηρεσιών που χρησιμοποιούν έστω και με αραιή συχνότητα
- Συχνότητα χρήσης κάθε μιας από τις ταχυδρομικές υπηρεσίες
- Μέσος όρος - σε τεμάχια - αποστολής επιστολών, δεμάτων/ μικροδεμάτων/ μεταφορές εγγράφων, αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών-διαφημιστικών φυλλαδίων
- Μέσος όρος - σε αξία - αποστολής επιστολών, δεμάτων/ μικροδεμάτων/ μεταφορές εγγράφων, αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών-διαφημιστικών φυλλαδίων

Επιθυμητά χαρακτηριστικά-κριτήρια για κάθε παρεχόμενη ταχυδρομική υπηρεσία [επιστολές/ δέματα- μικροδέματα / αποστολή εγγράφων - αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων/ διαφημιστικών φυλλαδίων]

όπως:

- ταχύτητα εξυπηρέτησης
- κόστος υπηρεσιών
- αξιοπιστία υπηρεσιών
- ειδικό πακέτο τιμών/ προσφορών
- προηγούμενη συνεργασία/ συνήθεια
- ευέλικτο ωράριο , κ.α.

Βαθμός ικανοποίησης για κάθε παρεχόμενη ταχυδρομική υπηρεσία [επιστολές/ δέματα- μικροδέματα / αποστολή εγγράφων- αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων/ διαφημιστικών φυλλαδίων]

- ως προς την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών
- ως προς την συνολική ικανοποίηση

Γεωγραφική κατανομή επιστολών / δεμάτων - μικροδεμάτων / εγγράφων - περιοδικών/ εφημερίδων/ διαφημιστικών φυλλαδίων και περιπτώσεις στις οποίες στέλνουν/ λαμβάνουν

- προορισμός: εσωτερικό και εξωτερικό
- προορισμός εσωτερικού ανά γεωγραφική περιοχή
- προορισμός εξωτερικού ανά γεωγραφική περιοχή
- λόγοι για τους οποίους στέλνουν / λαμβάνουν επιστολές

Χρήση υπηρεσιών συγκεκριμένων εταιριών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών

- συγκριτική χρήση με το παρελθόν [3-5 χρόνια] και λόγους για τους οποίους έχει μεταβληθεί το επίπεδο χρήσης
- πρόθεση χρήσης στο μέλλον και λόγους για τους οποίους θα μεταβληθεί το επίπεδο χρήσης

Επιθυμητά χαρακτηριστικά εταιριών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών

όπως:

- είναι αξιόπιστη εταιρία
- είναι γρήγορη
- προσφέρει την καλύτερη γεωγραφική κάλυψη
- προσαρμόζεται στις ανάγκες των πελατών της
- είναι καλά οργανωμένη, κ.α.

Εικόνα κύριων εταιριών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, όπως διαμορφώνεται βάσει των επιθυμητών χαρακτηριστικών, για τις εταιρίες:

- ΕΛΤΑ
- ΤΑΧΥΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΕΛΤΑ
- ACS
- DHL
- TNT
- UPS

Στοιχεία αναφορικά με τη χρήση και των χαρακτηριστικών άλλων μεθόδων επικοινωνίας

όπως:

- σταθερό τηλέφωνο
- κινητό τηλέφωνο
- fax
- ηλεκτρονικό ταχυδρομείο

4. Έλεγχοι διασφάλισης ποιότητας Ποσοτικών Ερευνών

Τα συστήματα ελέγχου που εφαρμόζονται στα διαφορετικά είδη / μεθόδους ποσοτικών, διαφέρουν, έτσι ώστε να καλύπτουν τις ιδιαίτερες απαιτήσεις κάθε έργου και μεθόδου.

Τα συστήματα ελέγχου που ακολουθούνται στα σημαντικότερα είδη / μεθόδους ποσοτικών ερευνών είναι τα εξής :

Σε πρώτη φάση

- Τουλάχιστον το 15% της εργασίας κάθε ερευνητή ελέγχεται ώστε να καταστεί βέβαιο ότι τηρήθηκαν όλες οι διαδικασίες και κανόνες που είχαν τεθεί από την Centrum κατά την διάρκεια της ενημέρωσης / εκπαίδευσης για τους στόχους και τις διαδικασίες της συγκεκριμένης έρευνας.
- Αν κριθεί απαραίτητο, ο έλεγχος μπορεί να επεκταθεί μέχρι το σύνολο της εργασίας κάθε ερευνητή.
- Ο έλεγχος πραγματοποιείται αμέσως μετά την λήψη της συνέντευξης με τους εξής τρόπους :
 - τηλεφωνικά
 - προσωπικός / επιτόπιος
- Η Centrum εφαρμόζει επιπλέον ελέγχους πέραν αυτών που εφαρμόζουν όλες οι εταιρίες ερευνών που συμμετέχουν στο σύστημα ελέγχου του ΣΕΔΕΑ (ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ) και συγκεκριμένα στον ΠΕΣΣ (ΠΟΙΟΤΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ).

Οι έλεγχοι αυτοί, συνίσταται στα ακόλουθα

- ◆ 100% του ελέγχου της εργασίας κάθε νέου ερευνητή, από το οποίο το 35% γίνεται προσωπικός/ επιτόπιος και 65% τηλεφωνικός
- ◆ Στις περιπτώσεις Πανελλαδικών ποσοτικών ερευνών, συγκεντρώνονται καθημερινά στοιχεία από όλη την Ελλάδα (τηλεφωνικά ή με fax) για τη πορεία της έρευνας και τα αποτελέσματα του ελέγχου

- ◆ Καθημερινά στέλνονται τα δελτία πορείας από όλη τη χώρα για έλεγχο και παρακολούθηση
 - ◆ Τα πρώτα ερωτηματολόγια κάθε ερευνητή αποστέλλονται με fax από την επαρχία ή έρχονται καθημερινά οι ερευνητές για να γίνουν οι λογικοί έλεγχοι συμπλήρωσης
 - ◆ Επίσης, πριν παραδοθούν τα αποτελέσματα γίνεται έλεγχος των απαντήσεων των ερωτηματολογίων συγκριτικά μεταξύ των ερευνητών. Με τη χρήση ειδικού ηλεκτρονικού προγράμματος μετρώνται οι αποκλίσεις από τον μέσο όρο και αν χρειαστεί γίνονται πρόσθετοι έλεγχοι.
- Οι ερωτήσεις που πραγματοποιούνται κατά την διεξαγωγή του ελέγχου ποσοτικών ερευνών ,επαληθεύουν στοιχεία όπως :
 - ✓ ημερομηνία και αντικείμενο της έρευνας
 - ✓ διάρκεια της συνέντευξης και τόπος που πραγματοποιήθηκε
 - ✓ βασικές ερωτήσεις δημογραφικών ή ιδιαίτερων φίλτρων
 - ✓ χρήση καρτών ή άλλων βοηθημάτων που απαιτούνται για την διεξαγωγή της συνέντευξης
 - ✓ χρήση ταυτότητας ερευνητή και ευχαριστήριας κάρτας
 - Σε δεύτερη φάση, κατά την παράδοση των ερωτηματολογίων στο Τμήμα Field της Εταιρίας, γίνεται 100% έλεγχος της ποιότητας των απαντήσεων και της πληρότητας των ερωτηματολογίων.
 - Επίσης σε τρίτη φάση, κατά την επεξεργασία των στοιχείων μέσω του Η/Υ και ειδικού προγράμματος, γίνεται έλεγχος λογικής και πληρότητας όλων των ερωτηματολογίων .

ΚΥΡΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

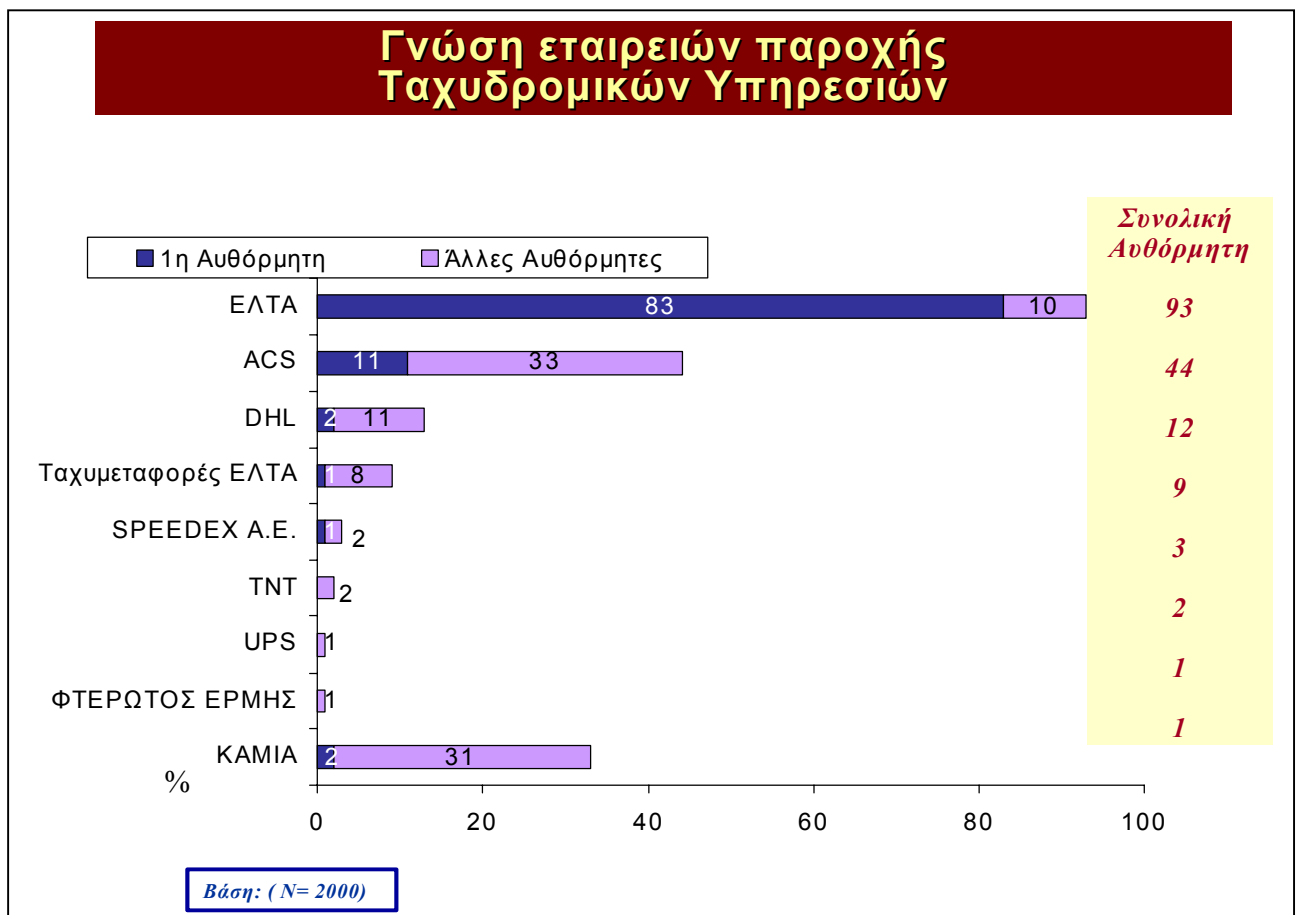
ΤΜΗΜΑ Α:
ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΕΥΡΕΩΣ ΚΟΙΝΟΥ

Κεφάλαιο 1:

Γνώση Εταιρειών Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

Σε πρώτο επίπεδο διερευνήθηκε ο βαθμός γνώσης των εταιρειών (δημοσίων και ιδιωτικών) παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών, ανάμεσα στο κοινό που αποτέλεσε το δείγμα της Έρευνας. Στόχος ήταν να ιεραρχηθούν ανάλογα με τη θέση που κατέχουν στη μνήμη των ερωτούμενων.

Η **1η αυθόρμητη γνώση** είναι η πρώτη εταιρεία που αναφέρει ο ερωτώμενος στην ερώτηση *ποιες εταιρείες γνωρίζει*, ενώ **άλλες αυθόρμητες** είναι όλες οι *υπόλοιπες αναφορές στο ίδιο ερώτημα*. Η **συνολική αυθόρμητη γνώση** είναι το *άθροισμα όλων των αυθόρμητων αναφορών του ερωτούμενου*.



Τα ΕΛΤΑ είναι ο φορέας με τη μεγαλύτερη **1η αυθόρμητη αναφορά** με ποσοστό 83%, ακολουθούμενη από την ACS – 11% και DHL – 2%. Εστιάζοντας στα ΕΛΤΑ παρατηρείται μεγαλύτερη γνώση:

- Στις ηλικίες 45-54 με 88% και 55-70 με 90%
- Στη Θεσσαλονίκη με 89%
- Στη Κατώτερη Κ.Τ. με 88%

Στις λοιπές αυθόρμητες αναφορές η ACS εμφανίζει ποσοστό 33% ακολουθούμενη από τη DHL με 11%, τα ΕΛΤΑ με 10% και τις Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ με 8%. Πιο συγκεκριμένα, στην ACS υψηλότερα ποσοστά εμφανίζονται:

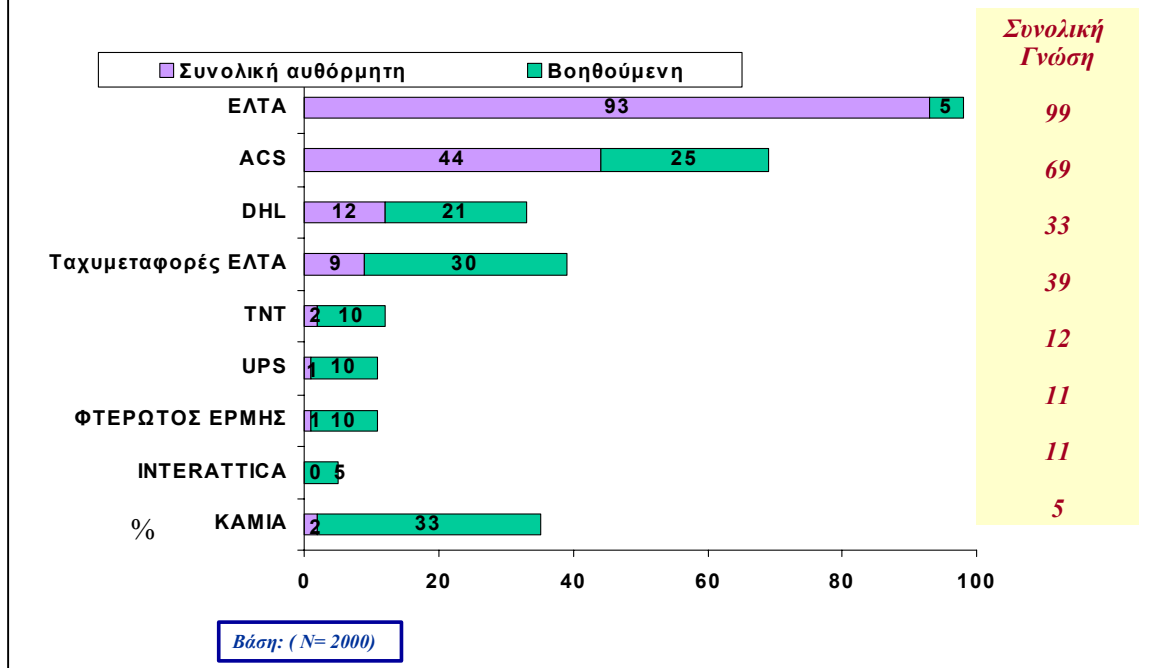
- Στους άνδρες με 35%
- Στις ηλικίες 18-24 με 45% και 25-34 με 40%
- Στις αστικές περιοχές με 38%
- Στην Ανώτερη Κ.Τ. με 42%

Στο δε **σύνολο των αυθόρμητων αναφορών** (1η και λοιπές αυθόρμητες), τα ΕΛΤΑ συγκεντρώνουν συνολική αυθόρμητη γνώση σε ποσοστό 93% ακολουθούμενα από την ACS με ποσοστό 44%. Με χαμηλότερα επίπεδα συνολικής αυθόρμητης γνώσης ακολουθούν η DHL με 12%, οι Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ με 9%, η Speedex με 3% και η TNT με 2%.

Σε δεύτερο επίπεδο, ζητήθηκε από τους ερωτώμενους, με τη βοήθεια κάρτας, να αναφέρουν όλες τις υπόλοιπες εταιρείες ταχυδρομικών υπηρεσιών/ ταχυμεταφορών τις οποίες γνωρίζουν και δεν τις είχαν αναφέρει αυθόρμητα. Στόχος ήταν η αναφορά όλων των εταιρειών τις οποίες γνωρίζουν, αλλά δεν ανέφεραν σε αυθόρμητο επίπεδο.

Η **βοηθούμενη γνώση** είναι η αναφορά σε άλλες εταιρείες τις οποίες ο ερωτώμενος αναγνωρίζει με τη βοήθεια κάρτας, ενώ η **συνολική γνώση** είναι το άθροισμα όλων των αυθόρμητων και βοηθούμενων αναφορών των ερωτώμενων.

Γνώση εταιρειών παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών



Στη βοηθούμενη γνώση οι Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ είναι η εταιρεία με τη μεγαλύτερη αναφορά 30% και ακολουθεί η ACS με 25%, η DHL με 21%, η TNT και η UPS και ο Φτερωτός Ερμής με 10% και τα ΕΛΤΑ με 5%. Βλέπουμε ότι στη βοηθούμενη γνώση, οι ερωτούμενοι ανακαλούν από τη μνήμη τους κι άλλες μικρότερες εταιρείες τις οποίες δεν είχαν αναφέρει στην αυθόρμητη αναφορά.

Τέλος, στη **συνολική γνώση** διακρίνεται ότι το 99% των ερωτούμενων γνωρίζει τα ΕΛΤΑ και το 69% την ACS, ενώ ακολουθούν με διαφορά οι Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ με 39% και η DHL με 33%. Λιγότερο γνωστές είναι οι εταιρείες TNT με 12%, η UPS και ο Φτερωτός Ερμής με 11% και τέλος η Interattica με συνολική γνώση 5%.

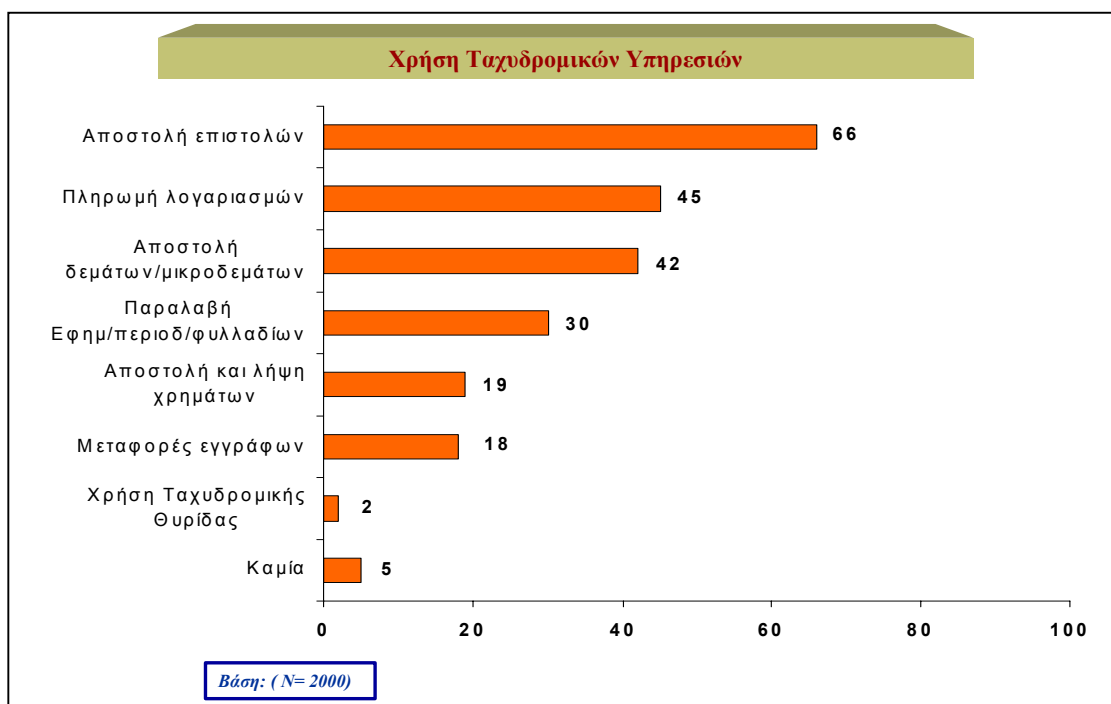
Εστιάζοντας στην ACS διαπιστώνουμε ότι μεγαλύτερα ποσοστά συνολικής γνώσης έχει:

- στις ηλικίες 18-24 με 85% και 25-34 με 84%
- στην Αθήνα και Αστικές περιοχές με 75%
- στην Ανώτερη Κ.Τ. με 90%

Κεφάλαιο 2:

Χρήση Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών

Η **χρήση** των ταχυδρομικών υπηρεσιών (έστω και με αραιή συχνότητα), αποτέλεσε το επόμενο αντικείμενο διερεύνησης με πρόθεση την καταγραφή του επιπέδου χρήσης των **κύριων υπηρεσιών που προσφέρουν** οι εταιρείες Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών. Στόχος ήταν η καταγραφή των υπηρεσιών τις οποίες οι ερωτώμενοι χρησιμοποιούν καθώς και το επίπεδο χρήσης των υπηρεσιών αυτών.



Η **αποστολή επιστολών** είναι η υπηρεσία η οποία χρησιμοποιείται περισσότερο από τους χρήστες των ταχυδρομικών υπηρεσιών συγκεντρώνοντας ποσοστό 66%, ακολουθούμενη από τη **πληρωμή λογαριασμών** με 45% και την **αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων** και που συγκεντρώνει ποσοστό 42%. Ακολουθούν η παραλαβή εφημερίδων /περιοδικών /φυλλαδίων με 30%, η αποστολή και λήψη χρημάτων με 19% και οι μεταφορές εγγραφών με 18%. Τέλος μόνο 2% χρησιμοποιούν ταχυδρομική θυρίδα, ενώ 5% δεν χρησιμοποιεί καμία ταχυδρομική υπηρεσία.

Πιο συγκεκριμένα, η αποστολή επιστολών παρουσιάζει μεγαλύτερα ποσοστά:

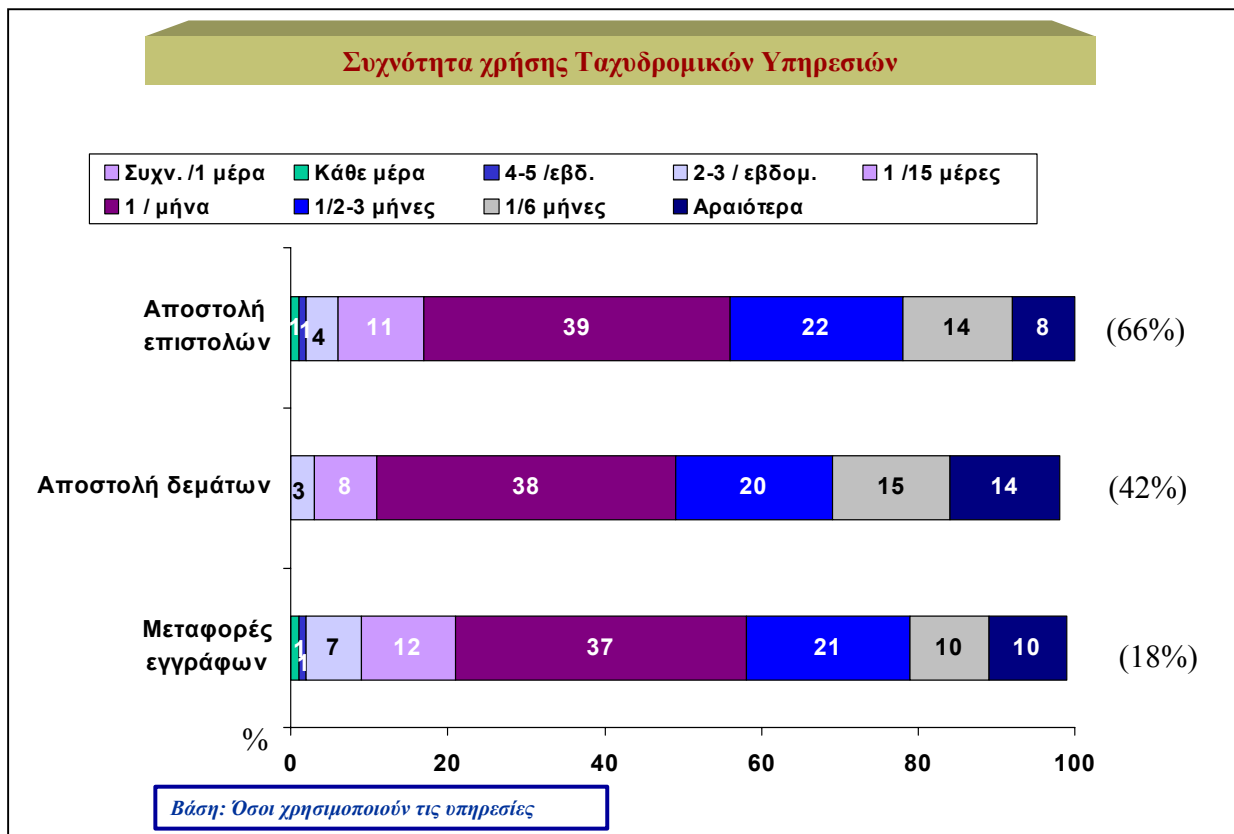
- στις ηλικίες 18-24 με 72%
- στην Αθήνα με 74%
- στην Ανώτερη Κ.Τ. με 82%

Αντίθετα περισσότερα δέματα/ μικρό-δέματα αποστέλλουν:

- οι ηλικίες 35-44 με 47%
- οι κάτοικοι Αστικών περιοχών με 55%
- η Ανώτερη Κ.Τ με 59%

Για να εκτιμηθεί η ένταση χρήσης των παραπάνω υπηρεσιών, υιοθετήθηκε η έννοια του ενός τυπικού μήνα, με στόχο τον προσδιορισμό της συχνότητας/ έντασης χρήσης των συγκεκριμένων Ταχυδρομικών υπηρεσιών.

Στο πιο κάτω πίνακα παρουσιάζεται η συχνότητα χρήσης των εξής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών: αποστολή επιστολών, αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων και μεταφορές εγγράφων.

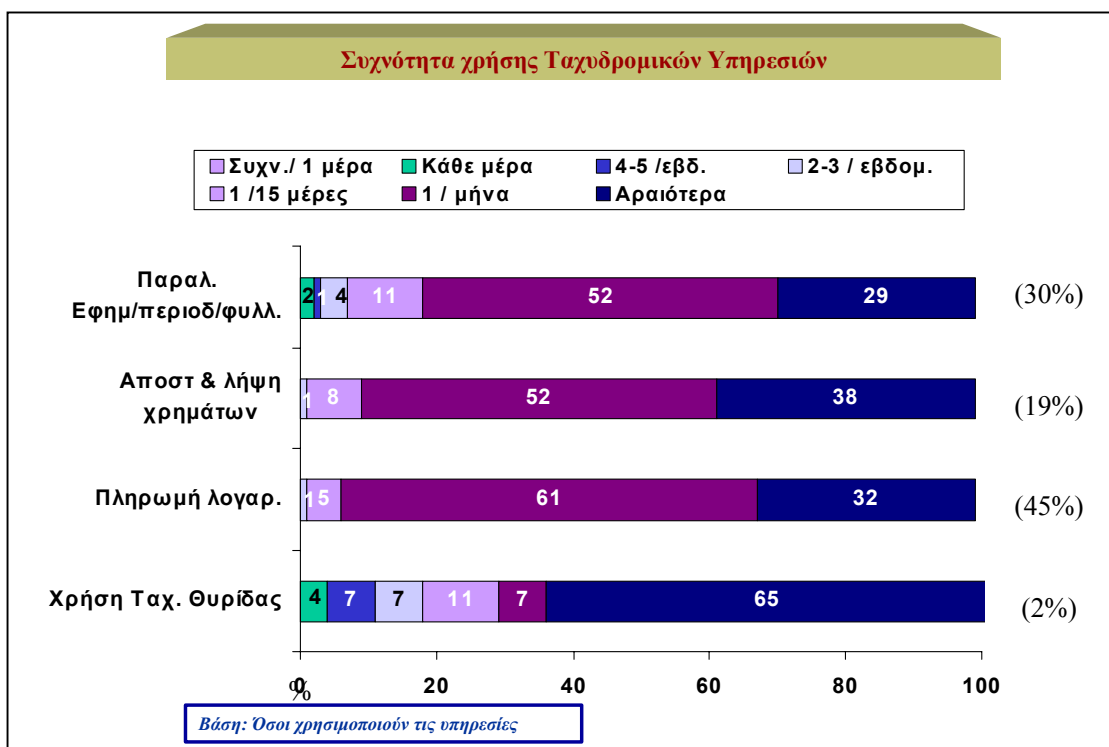


Όσοι από τους ερωτώμενους αποστέλλουν επιστολές, χρησιμοποιούν την υπηρεσία αυτή συνήθως 1 φορά το μήνα (39%) ή 1φορά κάθε 2-3 μήνες(22%). Αραιότερα χρησιμοποιεί την υπηρεσία αυτή το 22% των χρηστών (14% κάθε 6 μήνες και 8% κάθε χρόνο). Αντίθετα, το υπόλοιπο 17% τη χρησιμοποιεί περισσότερες φορές μέσα σε ένα μήνα.

Με την ίδια περίπου συχνότητα γίνεται και η αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων. Το 38% αποστέλλει δέματα 1 φορά τον μήνα και το 20% μια φορά κάθε 2-3 μήνες. Πιο σπάνια στέλνει το 29% (15% κάθε 6 μήνες και 14 % κάθε χρόνο), ενώ το 11% στέλνει περισσότερες από 2 φορές σε ένα μήνα.

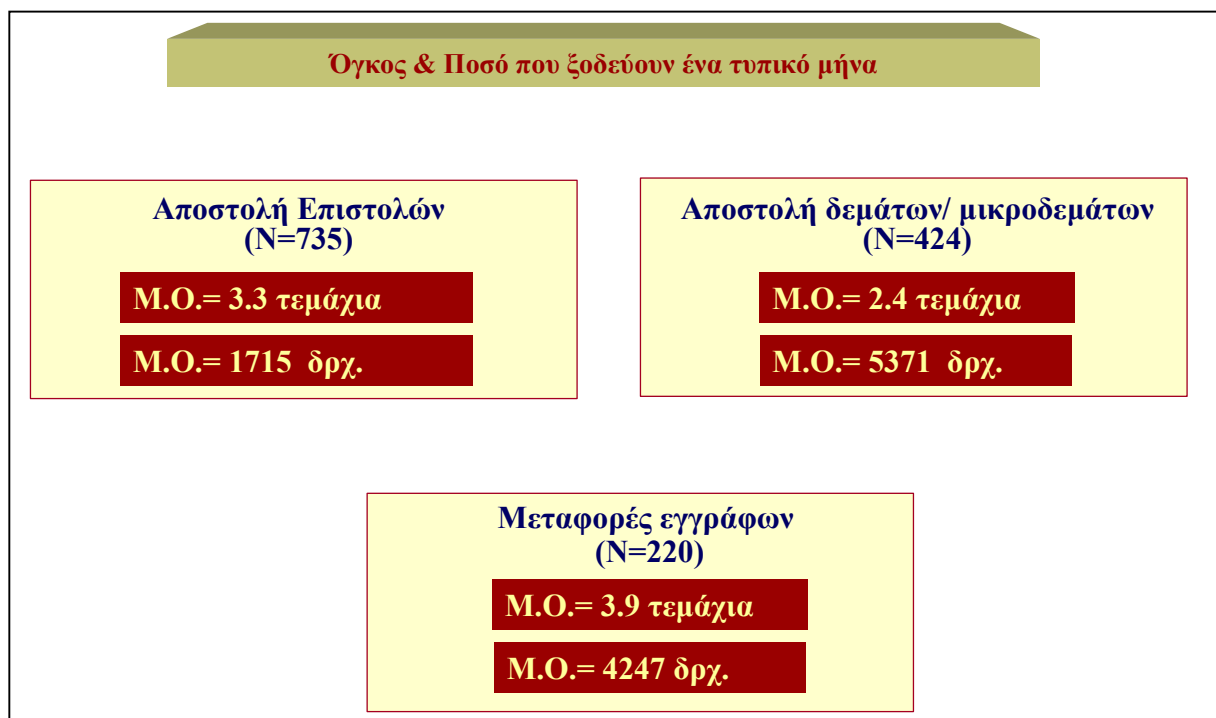
Ανάλογα είναι και τα αποτελέσματα για όσους χρησιμοποιούν τις ταχυδρομικές υπηρεσίες για μεταφορές εγγράφων. Το 37% στέλνει έγγραφα 1 φορά το μήνα, το 21% κάθε 2-3 μήνες, το 20% με πιο αραιή συχνότητα ενώ το 21 % στέλνει έγγραφα περισσότερο από 2 φορές το μήνα.

Πιο κάτω αναλύεται η ένταση χρήσης των υπόλοιπων ταχυδρομικών υπηρεσιών που είναι η παραλαβή εφημερίδων, περιοδικών και διαφημιστικών φυλλαδίων, η αποστολή και λήψη χρημάτων, η πληρωμή λογαριασμών και η χρήση ταχυδρομικής θυρίδας.



Η χρήση αυτών των υπηρεσιών παρατηρείται ότι είναι αραιότερη απ' ότι οι πρώτες. Πιο συγκεκριμένα το 52% των ερωτώμενων παραλαμβάνει εφημερίδες, περιοδικά και διαφημιστικά φυλλάδια 1 φορά το μήνα και 29% αραιότερα, το 52% αποστέλλει ή παραλαμβάνει χρήματα 1 φορά το μήνα και το 38% αραιότερα, το 61% επίσης πληρώνει λογαριασμούς 1 φορά το μήνα και το 32% αραιότερα, ενώ τέλος απ' όσους χρησιμοποιούν ταχυδρομική θυρίδα το 7% τη χρησιμοποιεί 1 φορά το μήνα και το 65% αραιότερα. Η χρήση όλων των υπηρεσιών συχνότερα από 1 φορά το μήνα βρίσκεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα.

Ο όγκος και το ποσό που διαθέτουν μέσα σε ένα τυπικό μήνα για κάθε υπηρεσία που χρησιμοποιούν, ήταν το επόμενο στάδιο προσδιορισμού της έντασης χρήσης των Ταχυδρομικών Υπηρεσιών. Ο μέσος όρος αποτυπώθηκε , σε τεμάχια, των αποστολών των ερωτώμενων, καθώς επίσης και σε ποσό , σε δραχμές, που διαθέτουν για τις αποστολές τους.



Οι **επιστολές** που αποστέλλουν οι ερωτώμενοι κατά μέσο όρο σε ένα τυπικό μήνα είναι 3.3 τεμάχια, τα **δέματα/ μικρό-δέματα** είναι 2.4 τεμάχια και τα **έγγραφα** είναι 3.9 τεμάχια. Παράλληλα ξοδεύουν 1715 δραχμές το μήνα σε **αποστολή επιστολών**, 5,371 δραχμές για **αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων** και 4247 δραχμές για τη **μεταφορά εγγράφων**.

Αναλυτικότερα, περισσότερες επιστολές συνεπώς και περισσότερα χρήματα ξοδεύτηκαν :

- από τους άνδρες – 3.8 τεμάχια και 2,189 δραχμές
- από τις ηλικίες 35-44 - 4.5 τεμάχια και 2,660δραχμές
- στις αστικές περιοχές – 4 τεμάχια και 2,115 δραχμές

Αντίθετα, περισσότερα δέματα στάλθηκαν:

- από τους άνδρες – 2.9 τεμάχια και 6,148 δραχμές
- από τις ηλικίες 45-54 – 2.8 τεμάχια και 6,308 δραχμές

Τέλος περισσότερα έγγραφα αποστέλλουν :

- οι άνδρες – 4.3 τεμάχια – 4,755 δραχμές
- στην Αθήνα – 5.1 τεμάχια – 6,590 δραχμές

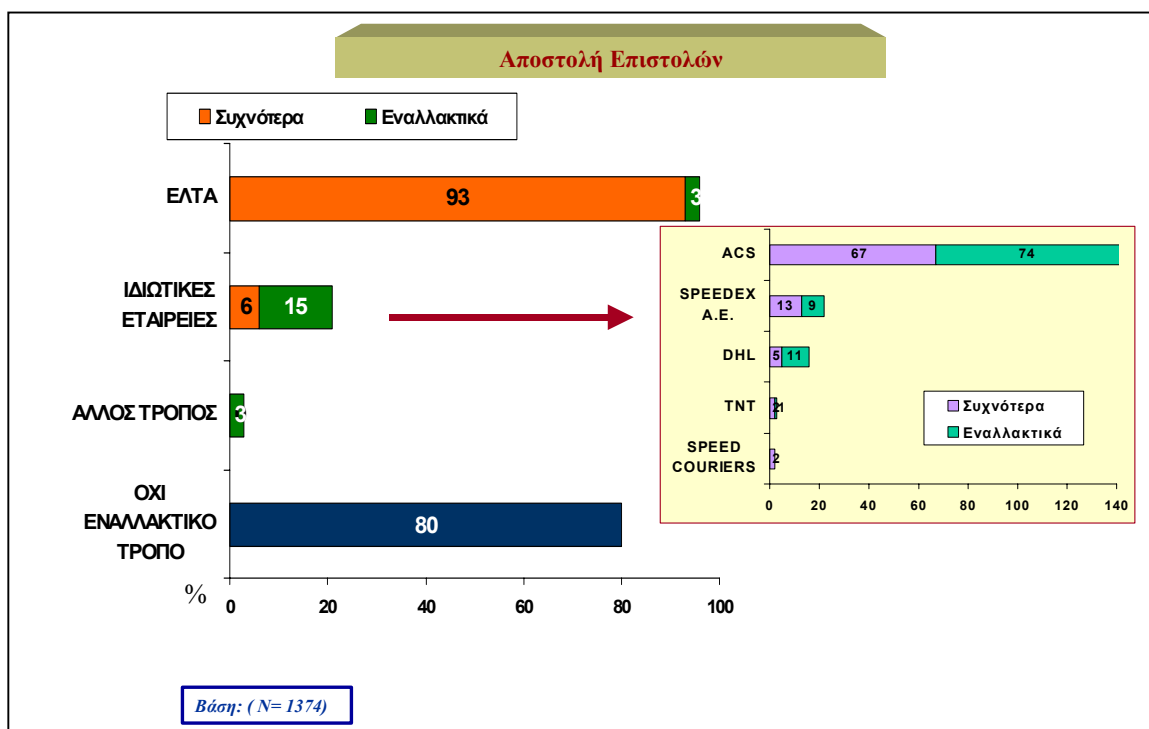
Κεφάλαιο 3:

Παροχές Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών

Το ευρύ κοινό προσδιόρισε τους παροχείς τους οποίους χρησιμοποιούν **συχνότερα και εναλλακτικά** για την αποστολή επιστολών, δεμάτων/ μικρό-δεμάτων και για μεταφορές εγγράφων. Στόχος ήταν η εκτίμηση του «μεριδίου» των παροχέων ανά Ταχυδρομική Υπηρεσία που χρησιμοποιούν.

Με τον όρο **συχνότερα** εννοείται η εταιρεία που χρησιμοποιούν συνήθως για την αποστολή των επιστολών και με τον όρο **εναλλακτικά** εννοείται η εταιρεία που χρησιμοποιούν κάποιες άλλες φορές με μικρότερη συχνότητα.

Αποστολή επιστολών



Για την αποστολή επιστολών οι ερωτώμενοι χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο τα ΕΛΤΑ σε ποσοστό 93%, ακολουθούμενα από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις με 6% και με άλλο τρόπο 1%. Μεγαλύτερη χρήση των ΕΛΤΑ έχουμε :

- στις Γυναίκες με 94%
- στις ηλικίες 55-70 με 95%

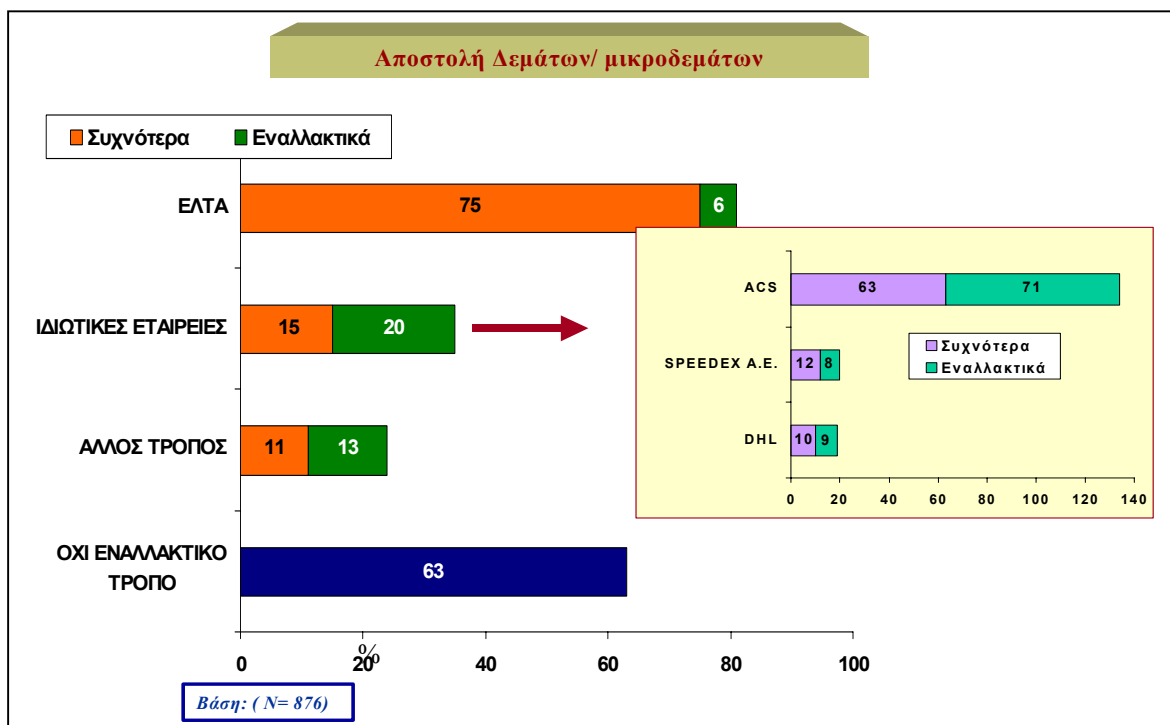
-στην Αθήνα με 97%

Ως εναλλακτική επιλογή οι ιδιωτικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούνται από το 15% των ερωτώμενων, και τα ΕΛΤΑ και ο Άλλος Τρόπος από το 3%.

Αναλύοντας τη χρήση των ιδιωτικών εταιρειών, μεγαλύτερη συχνότητα παρουσιάζει η εταιρεία ACS με 67% ακολουθούμενη από την SPEEDEX με 13%, την DHL με 5% και την TNT με 2%. Αντίστοιχα, η ACS αποτελεί την εναλλακτική επιλογή των ερωτούμενων με ποσοστό 74% και ακολουθεί η DHL με 11% και η SPEEDEX με 9%.

Αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων

Εξετάζοντας τη συμπεριφορά των ερωτώμενων για την **αποστολή των δεμάτων/ μικρό-δεμάτων**, η έρευνα μας καταλήγει στα πιο κάτω αποτελέσματα.



Τα ΕΛΤΑ είναι η πρώτη εταιρεία στη προτίμηση των ερωτούμενων για την αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων με ποσοστό 75%, ακολουθούμενα από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις με 15% και με άλλο τρόπο 11%.

Μεγαλύτερη χρήση των ΕΛΤΑ έχουμε :

-στις ηλικίες 55-70 με 79%

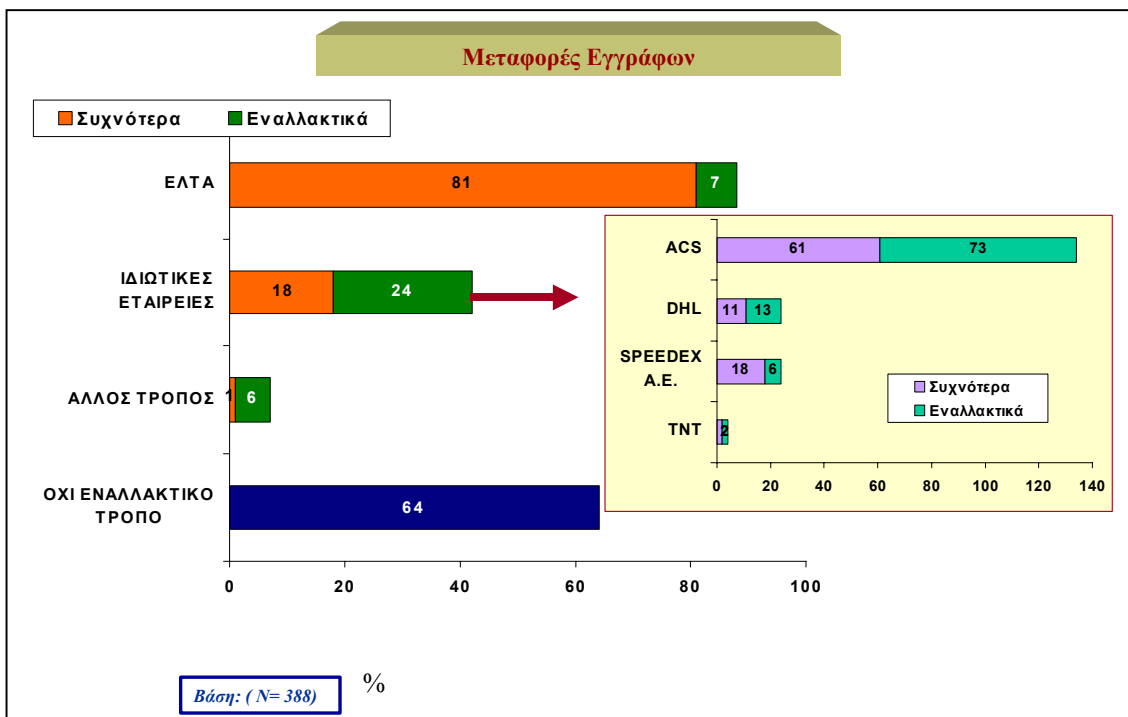
-στην Θεσσαλονίκη με 79%

Ως εναλλακτική επιλογή οι ιδιωτικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούνται από το 20% των ερωτούμενων, ο Άλλος Τρόπος από το 13% και τα ΕΛΤΑ από το 6%. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι 63% των ερωτώμενων δεν χρησιμοποιεί εναλλακτικό τρόπο στην αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων.

Εστιάζοντας στις ιδιωτικές εταιρείες παρατηρείται ότι η ACS έρχεται πρώτη στις προτιμήσεις του κοινού για την αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων με ποσοστό 63% και ακολουθεί η Speedex με 12% και η DHL με 10%. Ομοίως, ως εναλλακτική επιλογή πρώτη προτίμηση παραμένει η ACS με 71% με δεύτερη την DHL με 9% και τη Speedex με 8%.

Μεταφορά εγγράφων

Η τελευταία υπηρεσία για την οποία ζητήθηκε από το κοινό να αναφέρουν τις εταιρείες που χρησιμοποιούν, **ήταν η μεταφορά εγγράφων.**



Τα ΕΛΤΑ παραμένουν και σε αυτή την υπηρεσία η πρώτη επιλογή του κοινού με ποσοστό 81% και ακολουθούν οι ιδιωτικές επιχειρήσεις με 18%. Εστιάζοντας στα ΕΛΤΑ παρατηρούμε μεγαλύτερα ποσοστά:

-στις ηλικίες 55-70 με 86%

-στις ημιαστικές/ αγροτικές περιοχές με 89% και στην Αθήνα με 85%

Ως εναλλακτική επιλογή το κοινό χρησιμοποιεί τις ιδιωτικές εταιρείες με ποσοστό 24%, στη συνέχεια τα ΕΛΤΑ με 7% και τον Άλλο Τρόπο με 6%. Τέλος το 64% δηλώνει ότι δεν χρησιμοποιεί εναλλακτικό τρόπο.

Αναλύοντας το σύνολο των ιδιωτικών εταιρειών που χρησιμοποιούνται από το κοινό για τη μεταφορά εγγράφων παρατηρείται ότι στη πρώτη θέση από τις ιδιωτικές εταιρείες βρίσκεται και σε αυτή την υπηρεσία η ACS με ποσοστό χρήσης 61%. Ακολουθεί η Speedex με 18%, η DHL με 11% και η TNT με 1%. Αντίστοιχα, ως εναλλακτική επιλογή η ACS παραμένει πρώτη επιλογή με 73%, δεύτερη η DHL με 13% και τρίτη η Speedex με 6%.

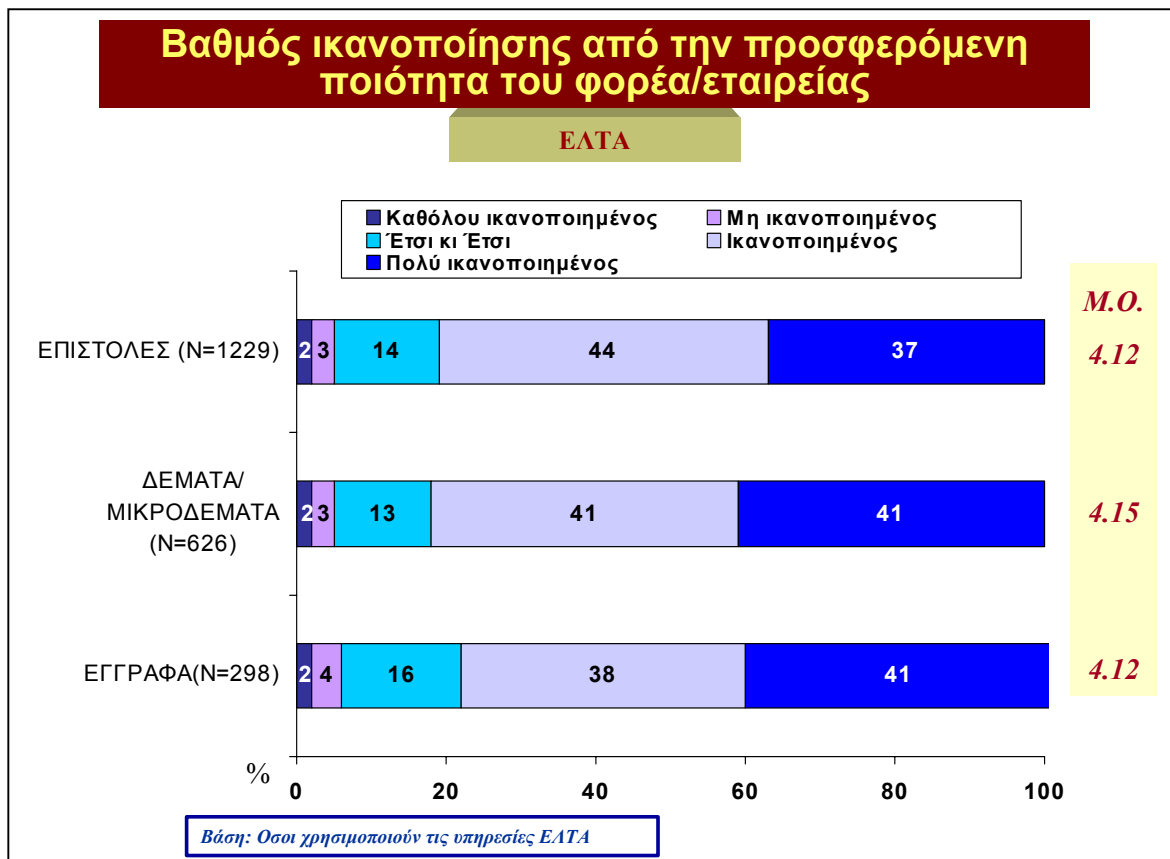
Κεφάλαιο 4:

Βαθμός ικανοποίησης από τους Φορείς/ Εταιρείες παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών

Το επόμενο θέμα εξέτασης στην έρευνα, αποτέλεσε ο **βαθμός ικανοποίησης από τους φορείς/ εταιρείες παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών**, σε πρώτο στάδιο ως προς την **ποιότητα** που προσφέρουν και σε δεύτερο ως προς τη **συνολική ικανοποίηση** από τις εταιρείες. Επιδίωξη ήταν η καταγραφή του βαθμού ικανοποίησης του κοινού από το φορέα/ εταιρεία παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών που χρησιμοποιούν συνήθως για κάθε μια από τις υπηρεσίες αποστολής επιστολών, αποστολής δεμάτων/ μικρό-δεμάτων και μεταφοράς εγγράφων.

Η βαθμολόγηση πραγματοποιήθηκε με **κλίμακα από 1 μέχρι 5**, όπου 1 σημαίνει καθόλου ικανοποιημένος και 5 πολύ ικανοποιημένος. Ακολουθούν τα αποτελέσματα μόνο δύο εταιρειών, τα ΕΛΤΑ και την ACS, επειδή μόνο αυτές οι εταιρείες συγκέντρωσαν ικανοποιητικό αριθμό χρηστών οι οποίοι μπορούν να προσδιορίσουν αξιόπιστα αποτελέσματα.

Ξεκινώντας με το βαθμό ικανοποίησης των χρηστών των ΕΛΤΑ ως προς την ποιότητα που τους προσφέρουν διαπιστώνεται ότι:



Για τις **επιστολές** το 37% των χρηστών είναι πολύ ικανοποιημένο με τη ποιότητα των ΕΛΤΑ, ενώ το 44% είναι ικανοποιημένο. Το 14% δίνει μία μέση βαθμολογία ενώ μόνο το 5% λει ότι δεν είναι ικανοποιημένο, από το οποίο το 2% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο.

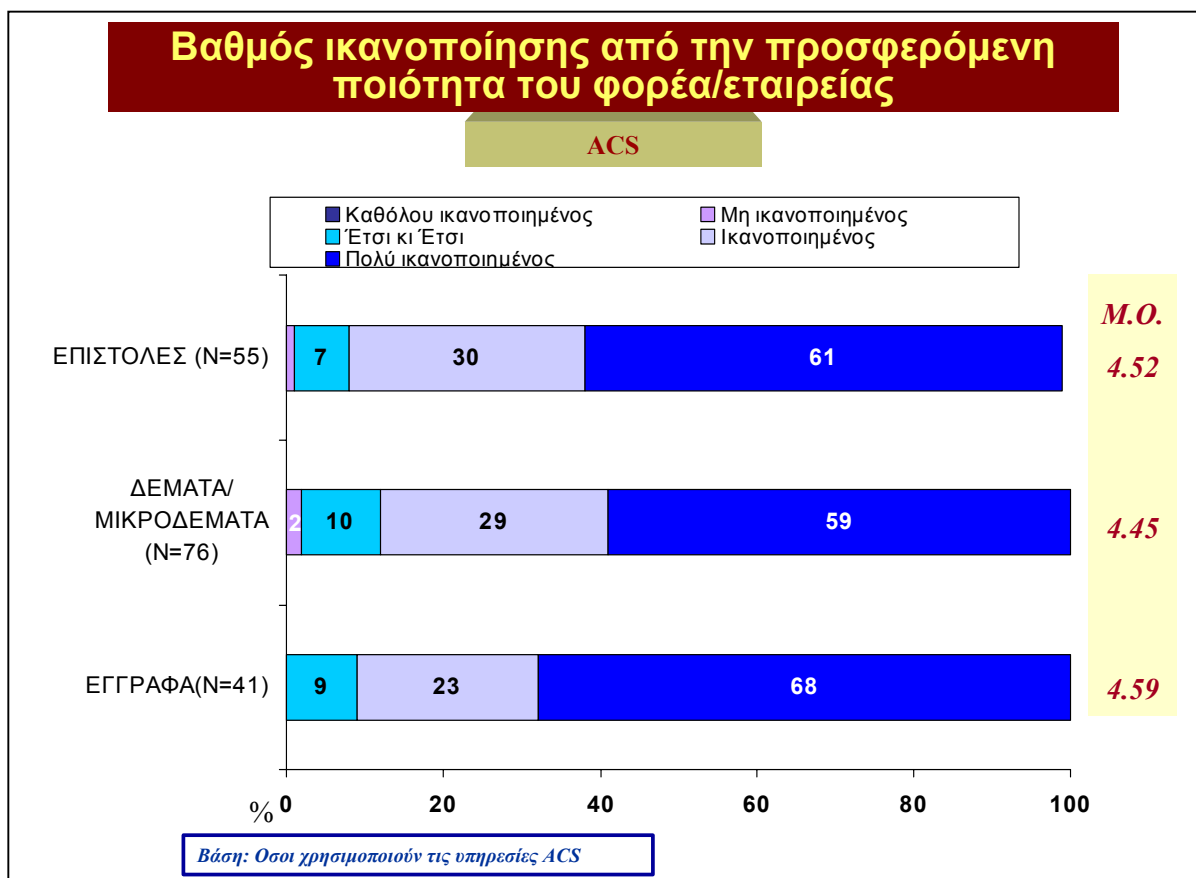
Για τα **δέματα/ μικρό-δέματα** το 41% είναι πολύ ικανοποιημένο από τα ΕΛΤΑ και το 41% ικανοποιημένο, ενώ το 13% έχει δώσει μέση βαθμολογία. Τέλος το υπόλοιπο 5% υποστηρίζει ότι δεν είναι ικανοποιημένο, από το οποίο το 2% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο.

Όσον αφορά τη **μεταφορά εγγράφων** το 79% των χρηστών της υπηρεσίας αυτής από τα ΕΛΤΑ είναι ικανοποιημένο με την ποιότητα, από το οποίο το 41% είναι πολύ ικανοποιημένο. Όσοι είπαν έτσι κι έτσι παραμένουν σταθεροί στο 16% και το υπόλοιπο 6% δεν είναι ικανοποιημένο.

Οι Μέσοι Όροι για τη κάθε υπηρεσία – με απόλυτα θετική βαθμολογία το 5 - διαμορφώνονται ως εξής:

- Επιστολές - 4.12
- Δέματα/ μικρό-δέματα - 4.15
- Έγγραφα - 4.12

Οι χρήστες της ACS στις διάφορες υπηρεσίες που προσφέρει, όσον αφορά το βαθμό ικανοποίησης τους από τη ποιότητα που τους προσφέρει η εταιρεία, έχουν αναφέρει τα ακόλουθα:



Για τις **επιστολές** το 61% των χρηστών είναι πολύ ικανοποιημένο με τη ποιότητα της ACS, ενώ το 30% είναι ικανοποιημένο και το 7% δίνει μία μέση βαθμολογία. Τέλος μόνο το 2% δηλώνει μη ικανοποιημένο.

Για τα **δέματα/ μικρό-δέματα** το 59% είναι πολύ ικανοποιημένο από την ACS και το 29% είναι ικανοποιημένο, ενώ το 10% έχει δώσει μέση βαθμολογία. Τέλος, πάλι μόνο το 2% δηλώνει μη ικανοποιημένο.

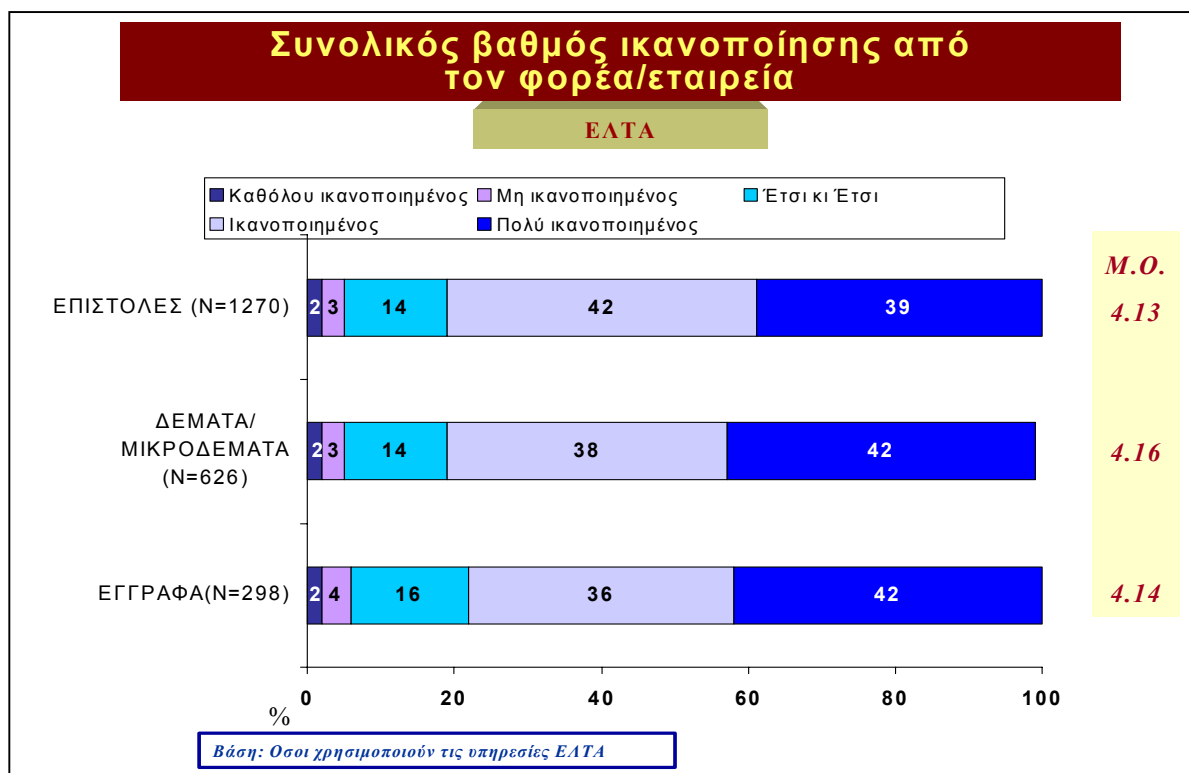
Αναφορικά με τη **μεταφορά εγγράφων** το 91% των χρηστών της υπηρεσίας αυτής από την ACS είναι ικανοποιημένοι με την ποιότητα, από το οποίο το 68% είναι πολύ ικανοποιημένοι. Όσοι είπαν έτσι κι έτσι παραμένουν στο 9% και κανένας δεν δηλώνει μη ικανοποιημένος.

Οι Μέσοι Όροι για τη κάθε υπηρεσία διαμορφώνονται ως εξής:

- Επιστολές - 4.52
- Δέματα/ μικρό-δέματα - 4.45
- Έγγραφα - 4.59

Στη συνέχεια, μέσα στα ίδια πλαίσια, ζητήθηκε από τους χρήστες των υπηρεσιών αυτών να δώσουν τη **συνολική ικανοποίηση** που έχουν από τις εταιρείες που χρησιμοποιούν για τις 3 υπηρεσίες.

Για τα **ΕΛΤΑ** η **συνολική αξιολόγηση** τους έχει ως εξής:



Για τις **επιστολές** το 39% των χρηστών είναι πολύ ικανοποιημένο συνολικά με τα ΕΛΤΑ, ενώ το 42% είναι ικανοποιημένο. Το 14% δίνει μία μέση βαθμολογία ενώ μόνο το 5% λει ότι δεν είναι ικανοποιημένο, από το οποίο το 2% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο.

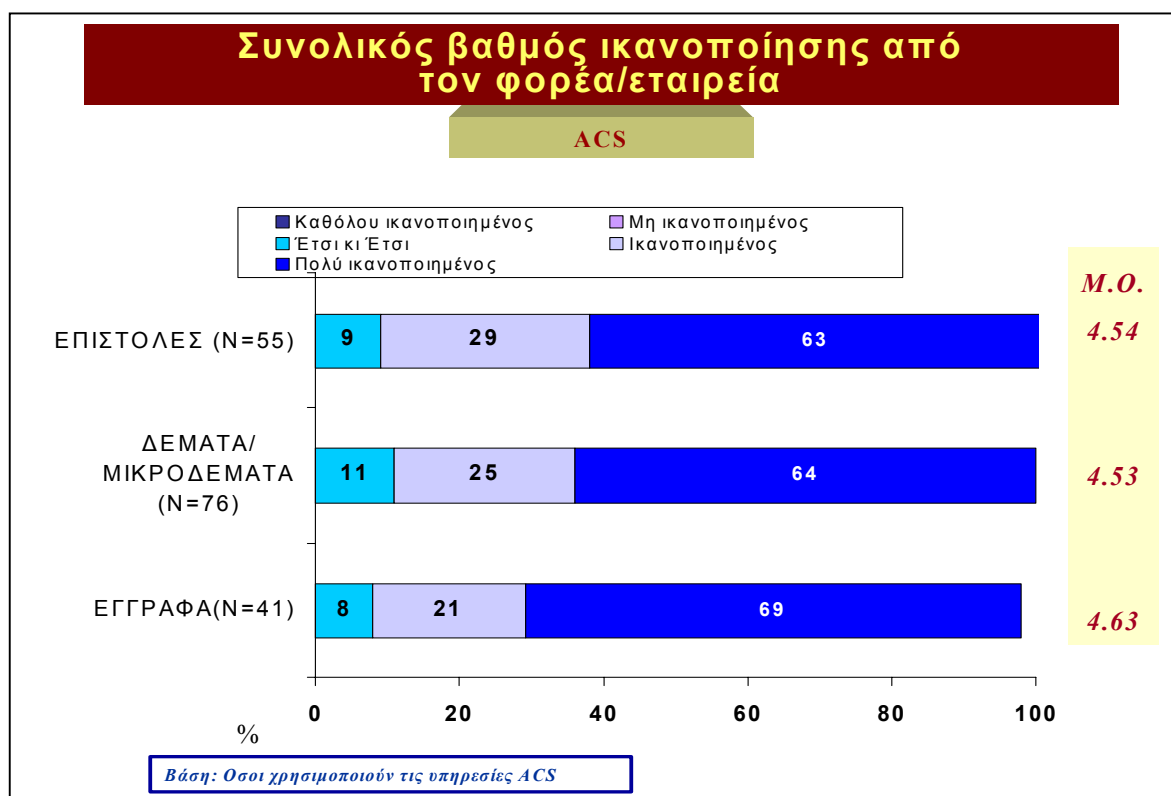
Για τα **δέματα/ μικρό-δέματα** το 42% ανέφερε ότι είναι πολύ ικανοποιημένο από τα ΕΛΤΑ και το 38% ικανοποιημένο, ενώ το 14% έχει δώσει μέση βαθμολογία. Τέλος, το υπόλοιπο 5% υποστηρίζει ότι δεν είναι ικανοποιημένο, από το οποίο το 2% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο.

Σχετικά δε με τη **μεταφορά εγγράφων** το 78% των χρηστών της υπηρεσίας αυτής από τα ΕΛΤΑ είναι ικανοποιημένο συνολικά, από το οποίο το 42% είναι πολύ ικανοποιημένο. Όσοι είπαν έτσι κι έτσι παραμένουν σταθεροί στο 16% και το υπόλοιπο 6% δεν είναι ικανοποιημένο.

Οι Μέσοι Όροι για τη κάθε υπηρεσία διαμορφώνονται ως εξής:

- Επιστολές - 4.13
- Δέματα/ μικρό-δέματα - 4.16
- Έγγραφα - 4.14

Οι χρήστες της ACS στις διάφορες υπηρεσίες που προσφέρει έχουν αναφέρει τα ακόλουθα ως προς το βαθμό συνολικής ικανοποίησης τους από την εταιρεία:



Για τις **επιστολές** το 63% των χρηστών είναι πολύ ικανοποιημένο συνολικά της ACS, ενώ το 29% δηλώνει ότι είναι ικανοποιημένο και το 9% δίνει μία μέση βαθμολογία. Χαρακτηριστικό είναι ότι κανένας δεν δηλώνει μη ικανοποιημένος από τη ACS γενικά.

Για τα **δέματα/ μικρό-δέματα** το 64% είναι πολύ ικανοποιημένο από την ACS και το 25% είναι ικανοποιημένο. Τέλος το 11% έχει δώσει μέση βαθμολογία.

Όσον αφορά τη **μεταφορά εγγράφων** το 92% των χρηστών της υπηρεσίας αυτής από την ACS δηλώνει ικανοποιημένο γενικά, από το οποίο το 69% είναι πολύ ικανοποιημένο. Όσοι είπαν έτσι κι έτσι παραμένουν στο 8% και κανένας δεν δηλώνει μη ικανοποιημένος.

Οι Μέσοι Όροι για τη κάθε υπηρεσία διαμορφώνονται ως εξής:

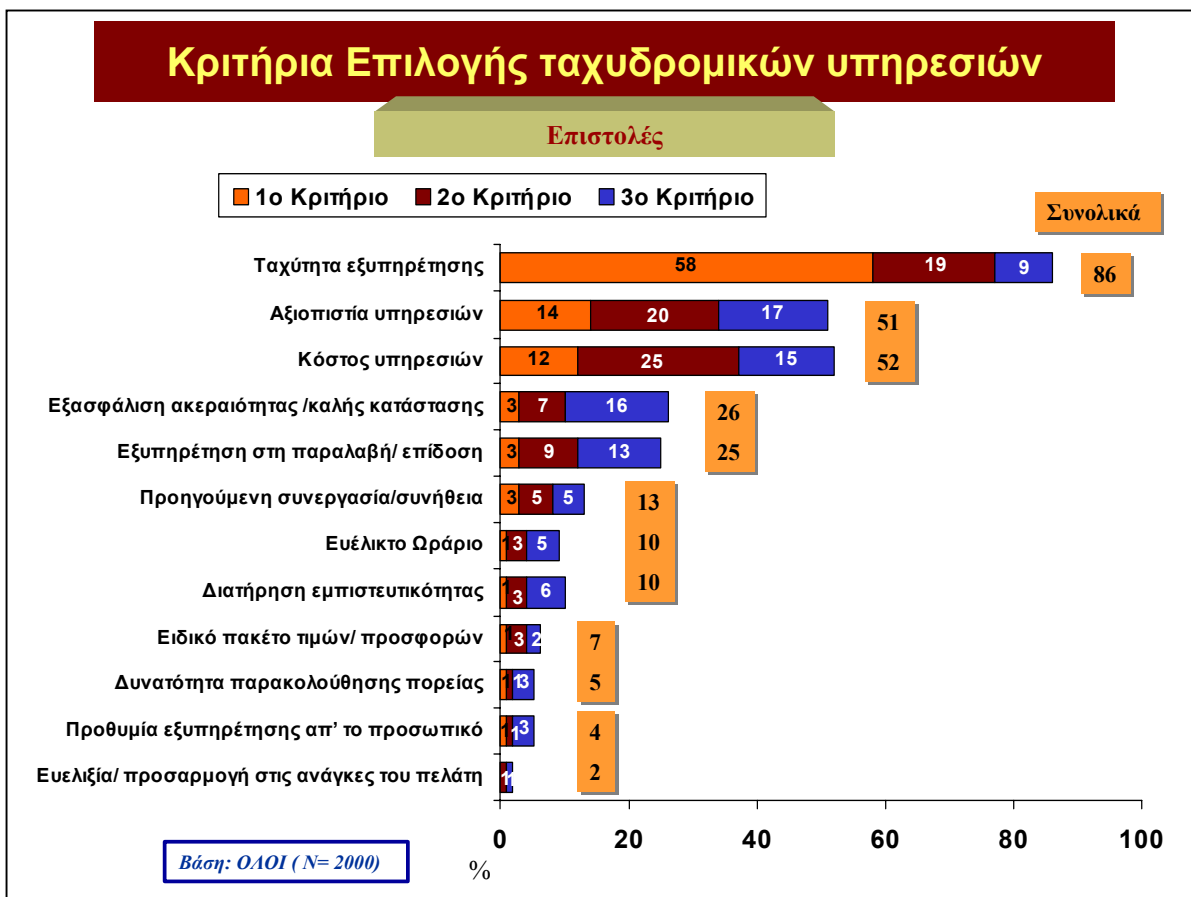
- Επιστολές - 4.54
- Δέματα/ μικρό-δέματα - 4.53
- Έγγραφα - 4.63

Κεφάλαιο 5:

Κριτήρια επιλογής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

Αποστολή επιστολών

Ο προσδιορισμός της σημαντικότητας των κριτηρίων επιλογής των ταχυδρομικών υπηρεσιών αποτέλεσε τον επόμενο ερευνητικό στόχο της Έρευνας. Μέσα από μια λίστα χαρακτηριστικών, οι ερωτώμενοι καθόρισαν ποια από αυτά θα έπρεπε να τους παρέχει ένας ταχυδρομικός φορέας/ εταιρεία, ώστε να τον/την επιλέγουν για την αποστολή επιστολών, δεμάτων/ μικρό-δεμάτων και τη μεταφορά εγγράφων. Ο κάθε ερωτώμενος στην επιχείρηση κλήθηκε να προσδιορίσει μέσα από τη λίστα τα πρώτα 3 κριτήρια τα οποία θεωρούσε ως τα πιο σημαντικά.



Για τις επιστολές οι ερωτώμενοι θεωρούν ως **κύριο κριτήριο** τη **ταχύτητα εξυπηρέτησης** γι αυτό ένα ποσοστό 58% το κατατάσσει ως 1ο κριτήριο, 19% ως 2ο και το 9% ως 3ο κριτήριο. Συνολικά το 86% του κοινού κατατάσσει τη ταχύτητα εξυπηρέτησης μέσα στα πρώτα 3 κριτήρια για την επιλογή της εταιρεία που θα αποστείλουν επιστολές.

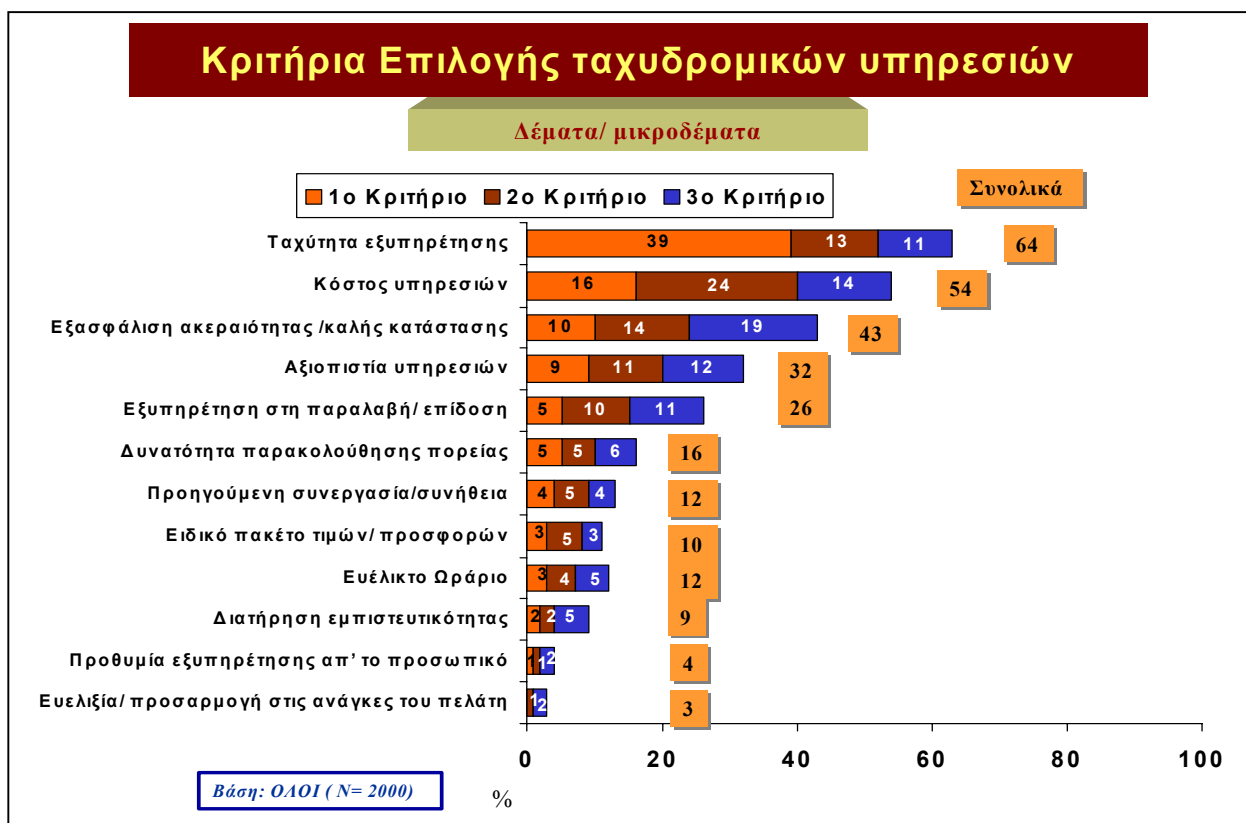
Στη συνέχεια ακολουθεί η **αξιοπιστία των υπηρεσιών** όπου το 14% το κατατάσσει 1ο κριτήριο, το 20% ως 2ο και το 17% ως 3ο κριτήριο. Συνολικά το 51% τοποθετεί την αξιοπιστία των υπηρεσιών μέσα στα πρώτα 3 κριτήρια επιλογής.

Ακολούθως, το **κόστος των υπηρεσιών** τοποθετείται μέσα στα 3 πρώτα κριτήρια επιλογής από το 52% του κοινού, με το 12% να το τοποθετεί ως 1ο, το 25% ως 2ο και το 15% ως 3ο κριτήριο.

Τα επόμενα χαρακτηριστικά αξιολογήθηκαν από τους ερωτώμενους ως πιο χαμηλής σημασίας. Πιο συγκεκριμένα η **εξασφάλιση ακεραιότητας/ καλής κατάστασης** συγκεντρώνει συνολικό ποσοστό 26%, η **εξυπηρέτηση στη παραλαβή/ επίδοση** 25%, η **προηγούμενη συνεργασία/ συνήθεια** 13%, ενώ όλα τα υπόλοιπα είχαν συνολική αξιολόγηση κάτω από 10%.

Αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων

Όσον αφορά τα δέματα/ μικρό-δέματα η **ταχύτητα εξυπηρέτησης** παραμένει ως 1ο κριτήριο επιλογής ταχυδρομικού φορέα/ εταιρείας. Πιο συγκεκριμένα:



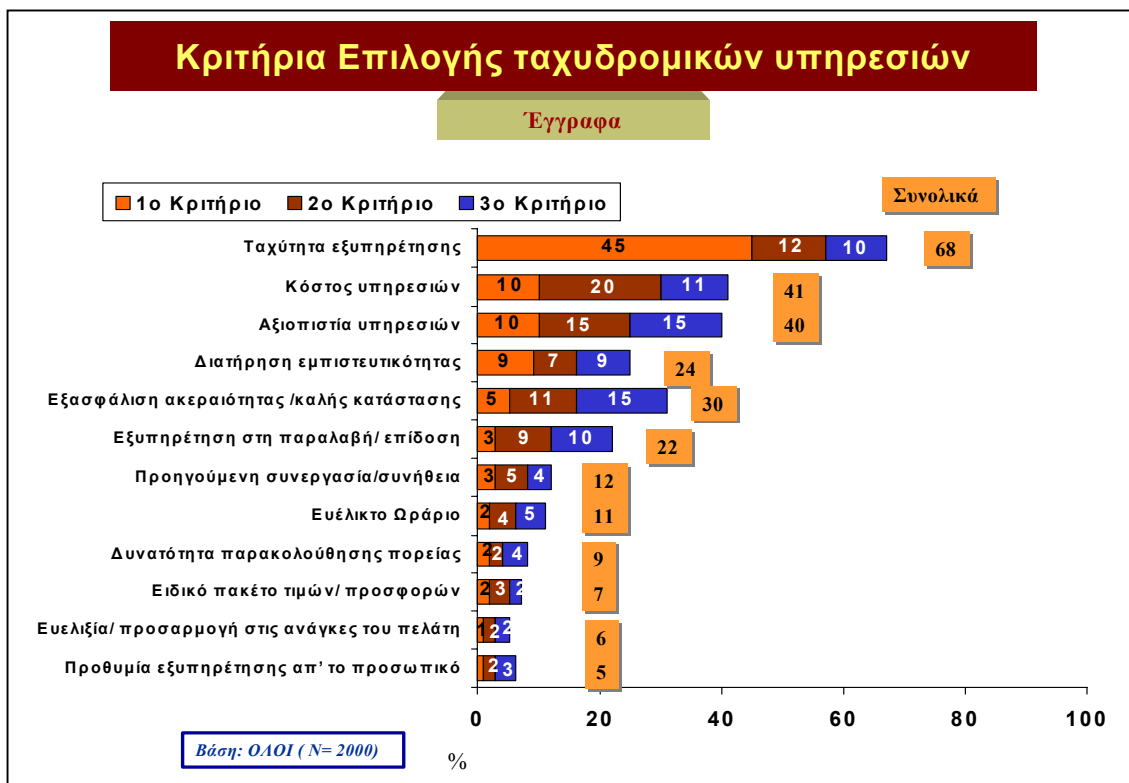
Η ταχύτητα εξυπηρέτησης ως 1ο κριτήριο επιλογής συγκεντρώνει το 39% των ερωτώμενων, ως 2ο κριτήριο το 13% και ως 3ο το 11%. Συνολικά, το 64% υποστηρίζει ότι είναι στα πρώτα 3 κριτήρια επιλογής.

Στη συνέχεια, το **κόστος υπηρεσιών** τοποθετείται από το 16% ως 1ο κριτήριο, από το 24% ως 2ο και από το 14% ως 3ο. Συνολικά το 54% τοποθετεί το κόστος των υπηρεσιών μέσα στα πρώτα 3 κριτήρια επιλογής.

Η **εξασφάλιση ακεραιότητας/ καλής κατάστασης** βρίσκεται επίσης στα κριτήρια που θεωρούνται σημαντικά για την επιλογή εταιρείας αποστολής δεμάτων/ μικρό-δεμάτων συγκεντρώνοντας συνολικό ποσοστό 43%, ακολουθούμενη από την **αξιοπιστία υπηρεσιών** με 32% την **εξυπηρέτηση στη παραλαβή/ επίδοση** με 26% και τη **δυνατότητα παρακολούθησης πορείας** με συνολικό ποσοστό 16%. Όλα τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά είχαν συνολική αξιολόγηση κάτω από 12%.

Μεταφορά εγγράφων

Τέλος, εξετάζοντας την **υπηρεσία μεταφοράς εγγράφων**, διαπιστώνουμε ότι η ταχύτητα εξυπηρέτησης παραμένει το πιο ισχυρό κριτήριο στην επιλογή εταιρείας μεταφοράς εγγράφων. Αναλυτικά:



Η **ταχύτητα εξυπηρέτησης** συγκεντρώνει το 45% ως 1ο κριτήριο επιλογής, το 12% ως 2ο και το 10% ως 3ο κριτήριο. Αθροίζοντας, παρατηρείται ότι το 68% του κοινού κατατάσσει τη ταχύτητα εξυπηρέτησης μέσα στα 3 πρώτα κριτήρια επιλογής.

Στη συνέχεια 2 χαρακτηριστικά συγκεντρώνουν τα ίδια ποσοστά αξιολόγησης ως 1ο κριτήριο. Πιο συγκεκριμένα το **κόστος εξυπηρέτησης** συγκεντρώνει το 10% ως πρώτο κριτήριο, 20% ως 2ο και 11% ως 3ο κριτήριο, με συνολική αξιολόγηση στα πρώτα 3 41%. Η **αξιοπιστία των υπηρεσιών** συγκεντρώνει επίσης 10% ως 1ο κριτήριο, 15% ως 2ο, 15% ως 3ο και συνολική αξιολόγηση 40%. Τέλος, η **διατήρηση εμπιστευτικότητας** βαθμολογείται ως 1ο κριτήριο από το 9%, ως 2ο

κριτήριο από το 7% και ως 3ο από το 9%. Συνολικά 24% τη κατατάσσουν στα πρώτα 3 κριτήρια.

Η **εξασφάλιση ακεραιότητας/ καλής κατάστασης** βρίσκεται επίσης στα κριτήρια που θεωρούνται σημαντικά για την επιλογή εταιρείας μεταφοράς εγγράφων συγκεντρώνοντας συνολικό ποσοστό 30%, ακολουθούμενη από την **εξυπηρέτηση στη παραλαβή/ επίδοση** με 22%. Όλα τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά είχαν συνολική αξιολόγηση κάτω από 12%.

Κεφάλαιο 6:

Τόπος αποστολής και προέλευσης επιστολών, δεμάτων/ μικρό-δεμάτων και εγγράφων

Ο τόπος αποστολής και προέλευσης των επιστολών, των δεμάτων/ μικρό-δεμάτων και των εγγράφων καθώς και ο προσδιορισμός των αποστολέων και των παραληπτών ήταν οι επόμενοι ερευνητικοί στόχοι της έρευνας.

Με το τόπο αποστολής και προέλευσης η έρευνα στοχεύει στο καταμερισμό των αποτελεσμάτων σε αποστολές/ λήψεις εσωτερικού και εξωτερικού και περαιτέρω κατανομή τους σε ευρύτερες γεωγραφικές περιφέρειες του εσωτερικού και ευρύτερες περιοχές του εξωτερικού.

Αποστολή και λήψη επιστολών

Η αποστολή επιστολών στο εσωτερικό έχει τη πλειοψηφία των αποστολών με ποσοστό 78% ενώ το υπόλοιπο 22% των επιστολών αποστέλλεται στο εξωτερικό. Αντίθετα, οι ερωτώμενοι λαμβάνουν το 80% των επιστολών από το εσωτερικό και το 20% από το εξωτερικό.



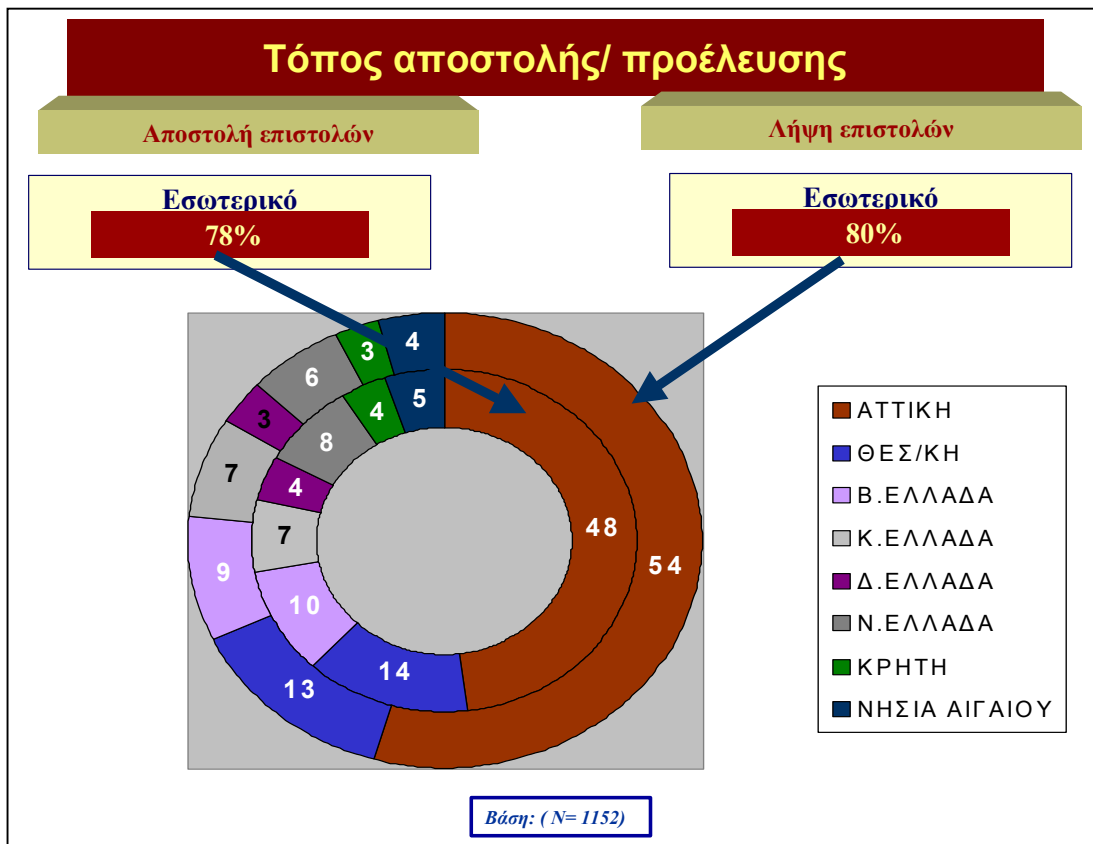
Πιο συγκεκριμένα, περισσότερες επιστολές στο εσωτερικό στέλνουν:

- οι άνδρες με ποσοστό 81%
- οι ηλικίες 35-44 με 80%
- οι κάτοικοι αστικών περιοχών με 84%

Στο εξωτερικό περισσότερες επιστολές αποστέλλουν:

- οι γυναίκες με ποσοστό 25%
- οι ηλικίες 55-70 με 26%
- οι κάτοικοι Αθηνών και Θεσσαλονίκης με 24%

Ο κύριος όγκος των επιστολών εσωτερικού αποστέλλεται ή λαμβάνεται από την Αθήνα.

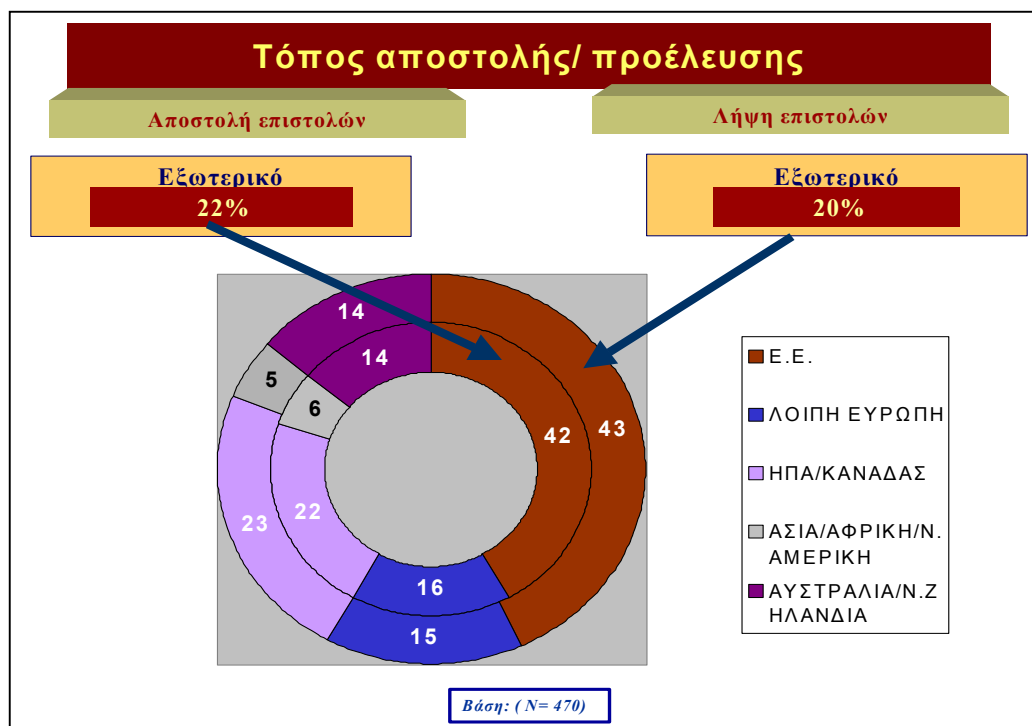


Πιο συγκεκριμένα στην Αθήνα στέλλονται το 48% των επιστολών και ακολουθούν η Θεσσαλονίκη με 14% και η Β. Ελλάδα με 10%. Το υπόλοιπο 28% διανέμεται στις υπόλοιπες περιοχές της χώρας.

Αντίθετα με τις αποστολές, από την Αθήνα προέρχεται το 54% των επιστολών που λαμβάνονται, από τη Θεσσαλονίκη το 13%, τη Β. Ελλάδα το 9% και την υπόλοιπη Ελλάδα το 24%.

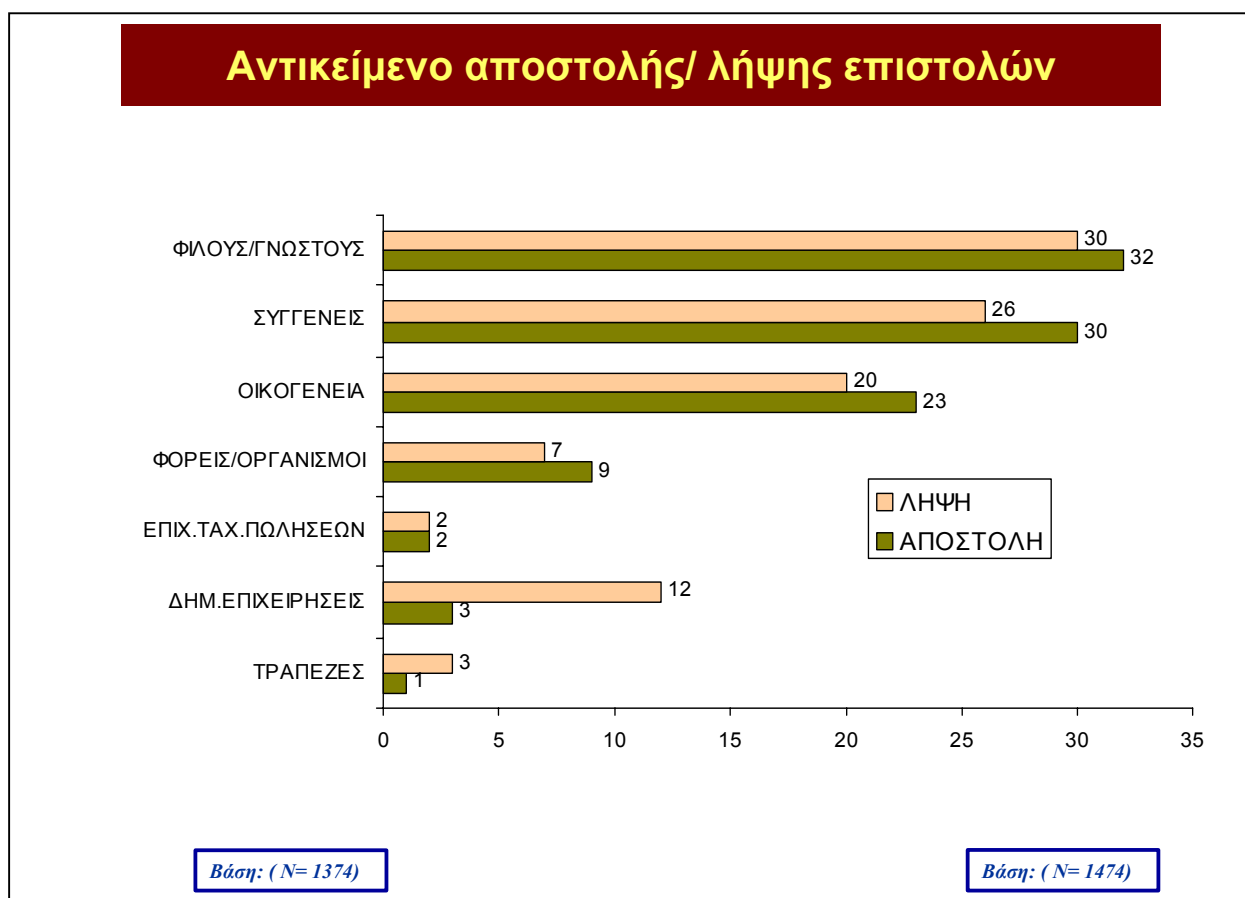
Περαιτέρω ανάλυση της κατανομής των αποστολών και λήψεων των επιστολών ανά γεωγραφικό διαμέρισμα και κατεύθυνση επισυνάπτεται στο παράρτημα Ι.

Η Ευρωπαϊκή ένωση έχει τα μεγαλύτερα ποσοστά αποστολής και λήψης επιστολών εξωτερικού.



Συγκεκριμένα στην Ευρωπαϊκή Ένωση αποστέλλονται το 42% των επιστολών εσωτερικού, στη Λοιπή Ευρώπη το 16, στις ΗΠΑ/ Καναδά το 22% και στις υπόλοιπες ηπείρους το 20%. Ανάλογα είναι και τα ποσοστά λήψης επιστολών από το εξωτερικό όπου το 43% προέρχεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, το 15% από τη Λοιπή Ευρώπη, το 23% από τις ΗΠΑ/ Καναδά και το 19% από τις άλλες ηπείρους.

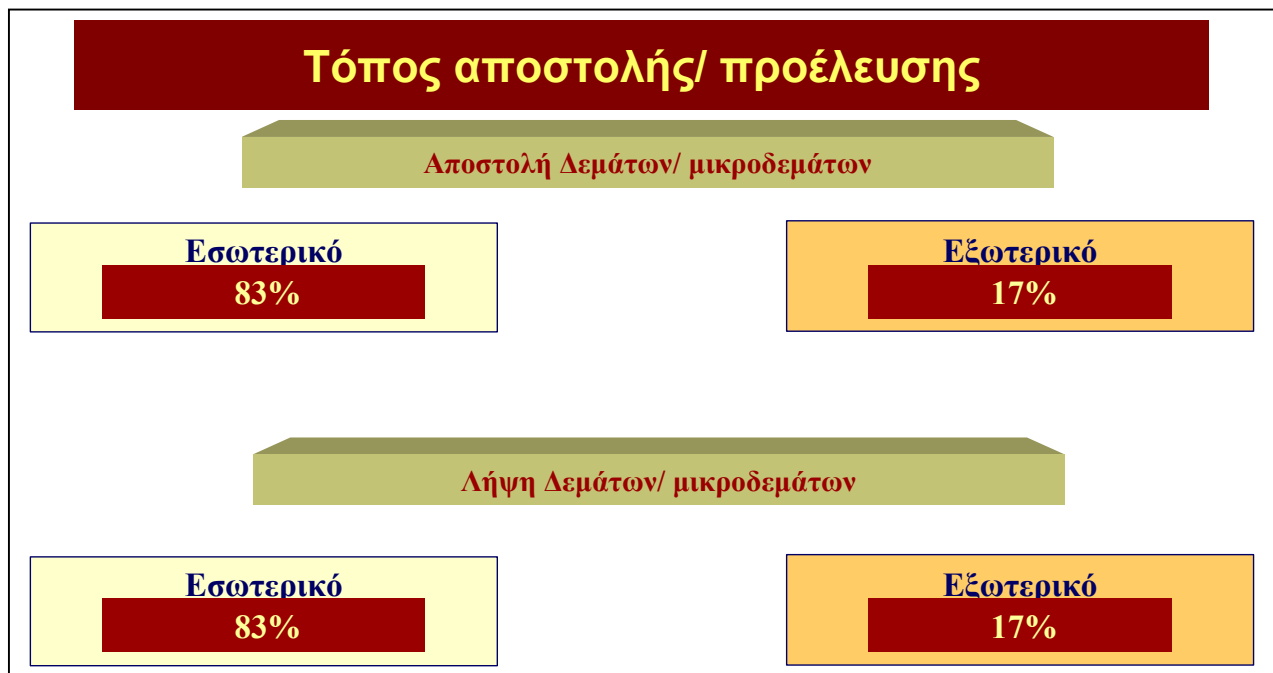
Η οικογένεια ή οι φίλοι είναι συνήθως ο παραλήπτης ή ο αποστολέας των επιστολών όπως προκύπτει από τις απαντήσεις του κοινού. Αναλυτικά:



Στους φίλους/ γνωστούς αποστέλλουν το 32% των επιστολών , ενώ παραλαμβάνουν το 30%. Στους συγγενείς αποστέλλουν το 26% και παραλαμβάνουν το 26%. Για την οικογένεια αναλογούν το 23% των αποστολών και το 20% των λήψεων. Στη συνέχεια, οι δημόσιες επιχειρήσεις έχουν μερίδιο 12% στις λήψεις και μόνο 3% στις αποστολές , ενώ οι φορείς/ οργανισμοί έχουν 7% μερίδιο στις λήψεις και 9% στις αποστολές. Τέλος οι Τράπεζες και οι Επιχειρήσεις Ταχυδρομικών Πωλήσεων έχουν πολύ χαμηλά μερίδια.

Αποστολή και λήψη δεμάτων/ μικρό-δεμάτων

Η αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων στο εσωτερικό και στο εξωτερικό έχουν ακριβώς τις ίδιες αναλογίες . Συγκεκριμένα, το 83% των ερωτώμενων αποστέλλει αλλά και παραλαμβάνει δέματα/ μικρό-δέματα από το εσωτερικό και το 17% από το εξωτερικό.



Αναλυτικότερα, περισσότερα δέματα/ μικρό-δέματα στο εσωτερικό στέλνουν:

- οι άνδρες με ποσοστό 85%
- οι ηλικίες 25-34 με 87%
- οι κάτοικοι αστικών περιοχών με 88%

Στο εξωτερικό περισσότερα δέματα/ μικρό-δέματα αποστέλλουν:

- οι γυναίκες με ποσοστό 20%
- οι ηλικίες 45-54 με 20%
- οι κάτοικοι Θεσσαλονίκης με 23%

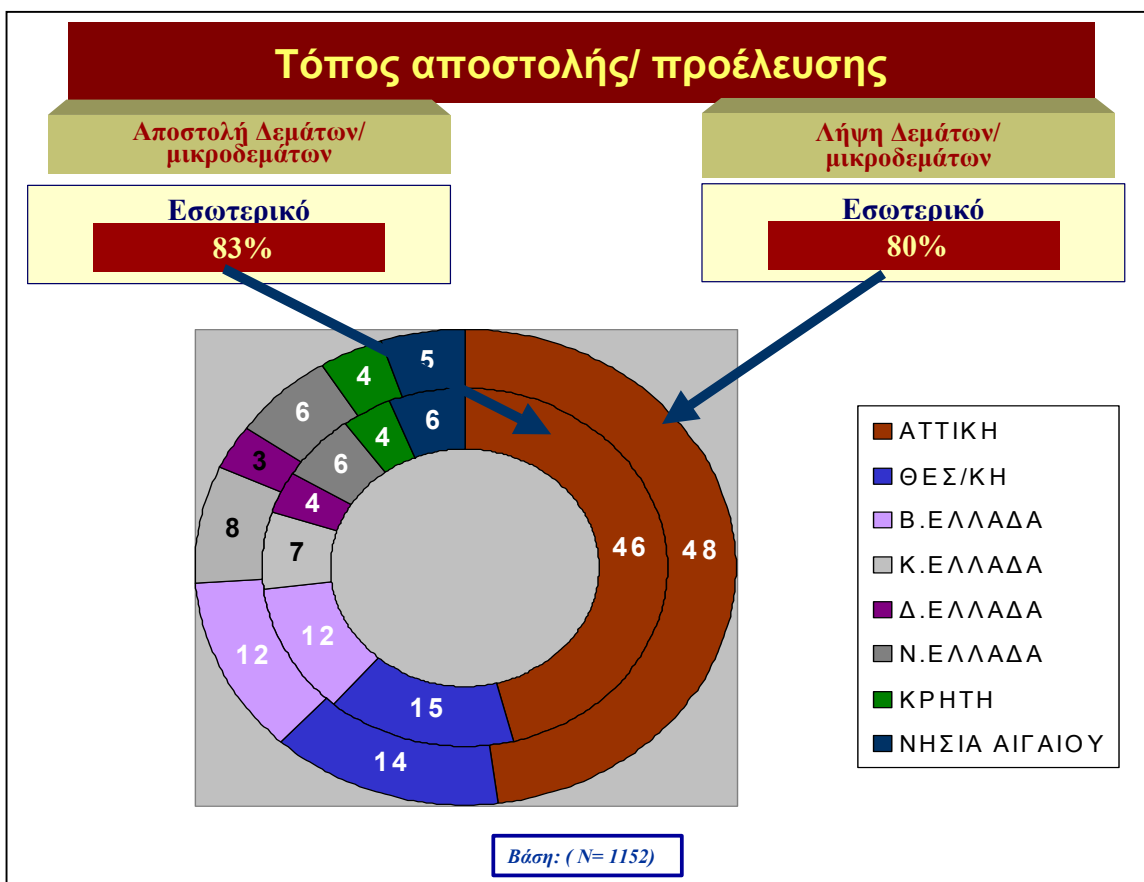
Αντίστοιχα, περισσότερα δέματα/ μικρό-δέματα από το εσωτερικό λαμβάνουν:

- οι άνδρες με ποσοστό 86%
- οι ηλικίες 25-34 με 86%
- οι κάτοικοι αστικών περιοχών με 89%

Από το εξωτερικό, περισσότερα δέματα/ μικρό-δέματα λαμβάνουν:

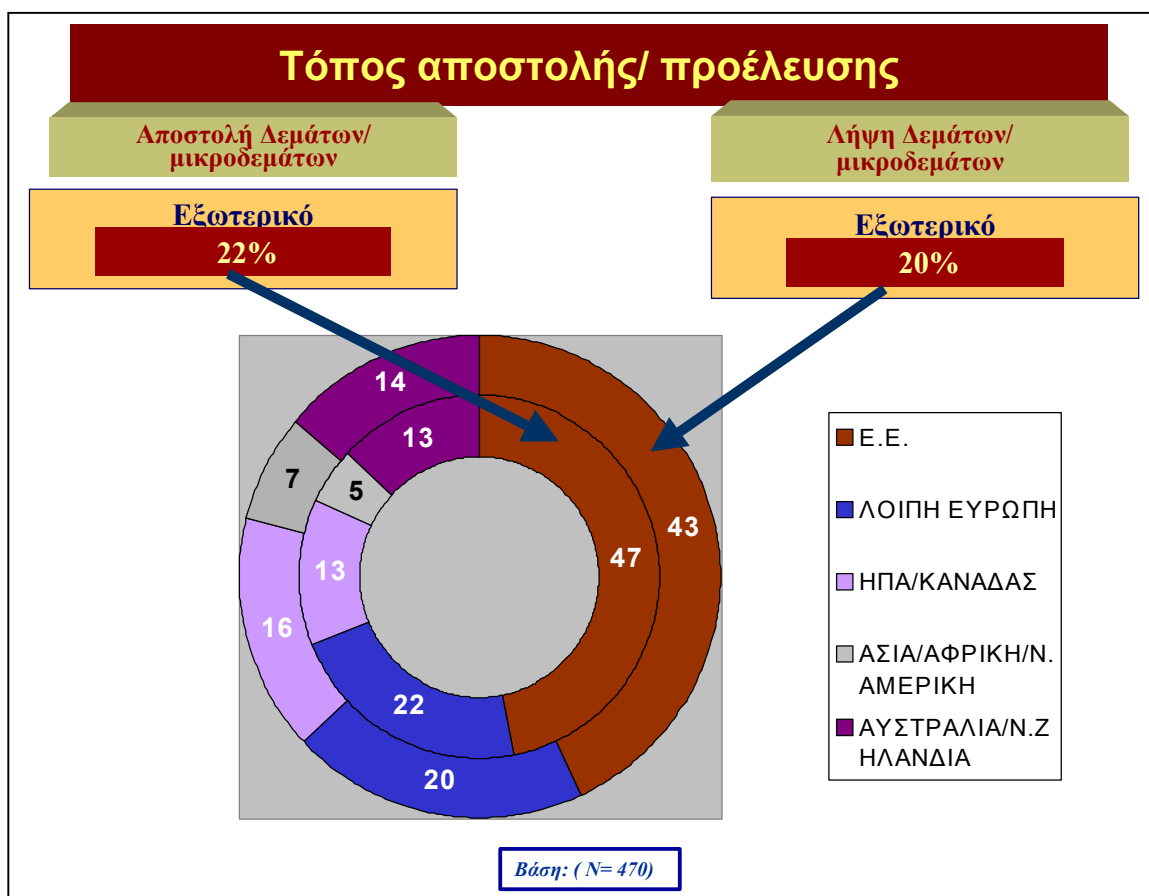
- οι γυναίκες με ποσοστό 20%
- οι ηλικίες 45-54 με 22%
- οι κάτοικοι Θεσσαλονίκης με 21%

Όπως και στη περίπτωση των επιστολών, έτσι και στα δέματα/ μικρό-δέματα εσωτερικού ο κύριος τόπος αποστολής και προέλευσης είναι η Αθήνα.



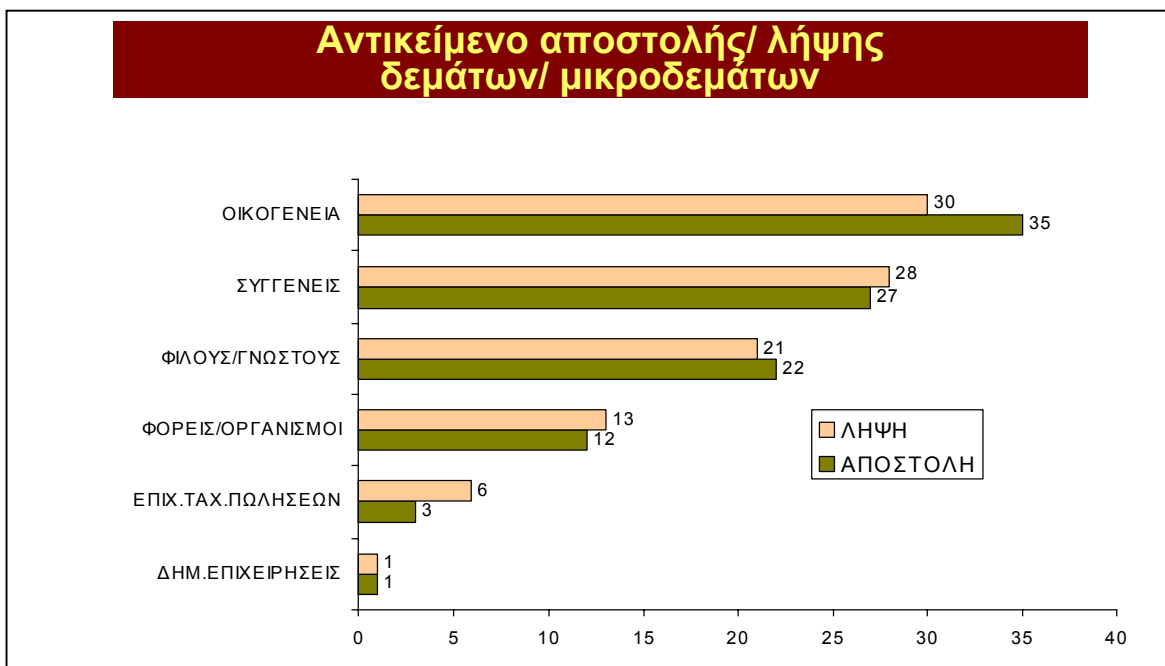
Πιο συγκεκριμένα στην Αθήνα στέλλονται το 46% των δεμάτων/ μικρό-δεμάτων ενώ από την Αθήνα λαμβάνεται το 48% των δεμάτων/ μικρό-δεμάτων. Για τη Θεσσαλονίκη αντιστοιχούν το 15% των αποστολών και το 14% των λήψεων, ενώ από τη Βόρεια Ελλάδα προέρχεται το 12% των αποστολών και των λήψεων. Ακολουθούν οι υπόλοιπες περιοχές με τις ίδιες περίπου αναλογίες αποστολών και λήψεων.

Σχετικά με τα δέματα/ μικρό-δέματα εξωτερικού, η Ευρωπαϊκή Ένωση συνεχίζει να είναι ο πιο συχνός προορισμός με 47%, όμως από αυτή προέρχεται μόνο το 43% των δεμάτων.



Ακολουθούν οι χώρες της λοιπής Ευρώπης με 22% αποστολές και 20% λήψεις, οι ΗΠΑ/ Καναδάς με 13% αποστολές και 16% λήψεις, και οι υπόλοιπες χώρες με 18% αποστολές και 21% λήψεις.

Η οικογένεια ή οι φίλοι συνεχίζουν να είναι οι παραλήπτες ή οι αποστολείς των περισσότερων δεμάτων μικρό-δεμάτων.



Στην οικογένεια αποστέλλεται το 35% των δεμάτων/ μικρό-δεμάτων, ενώ από την οικογένεια λαμβάνεται το 30%. Ακολουθούν οι συγγενείς στους οποίους αποστέλλεται το 27% και από αυτούς λαμβάνεται το 28%, και οι φίλοι/ γνωστοί με ποσοστά 21% στη λήψη και 22 στην αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων. Οι υπόλοιποι ακολουθούν με χαμηλότερα ποσοστά, με κυριότερα τους φορείς/ οργανισμούς στους οποίους στέλνονται το 12% και από αυτούς λαμβάνονται το 12%.

Αποστολή και λήψη εγγράφων

Η επόμενη υπηρεσία που εξετάστηκε ήταν η **αποστολή και λήψη εγγράφων**, όπου διαπιστώνεται ότι η αναλογία **εσωτερικού** και **εξωτερικού** διαφοροποιείται σε σχέση με τις επιστολές και τα δέματα. Η αποστολή εγγράφων στο εσωτερικό αντιπροσωπεύει το 90% των εγγράφων ενώ μόνο 10% αποστέλλονται στο εξωτερικό. Αντίθετα από το εσωτερικό λαμβάνεται το 94% των εγγράφων και το υπόλοιπο 6% από το εξωτερικό.



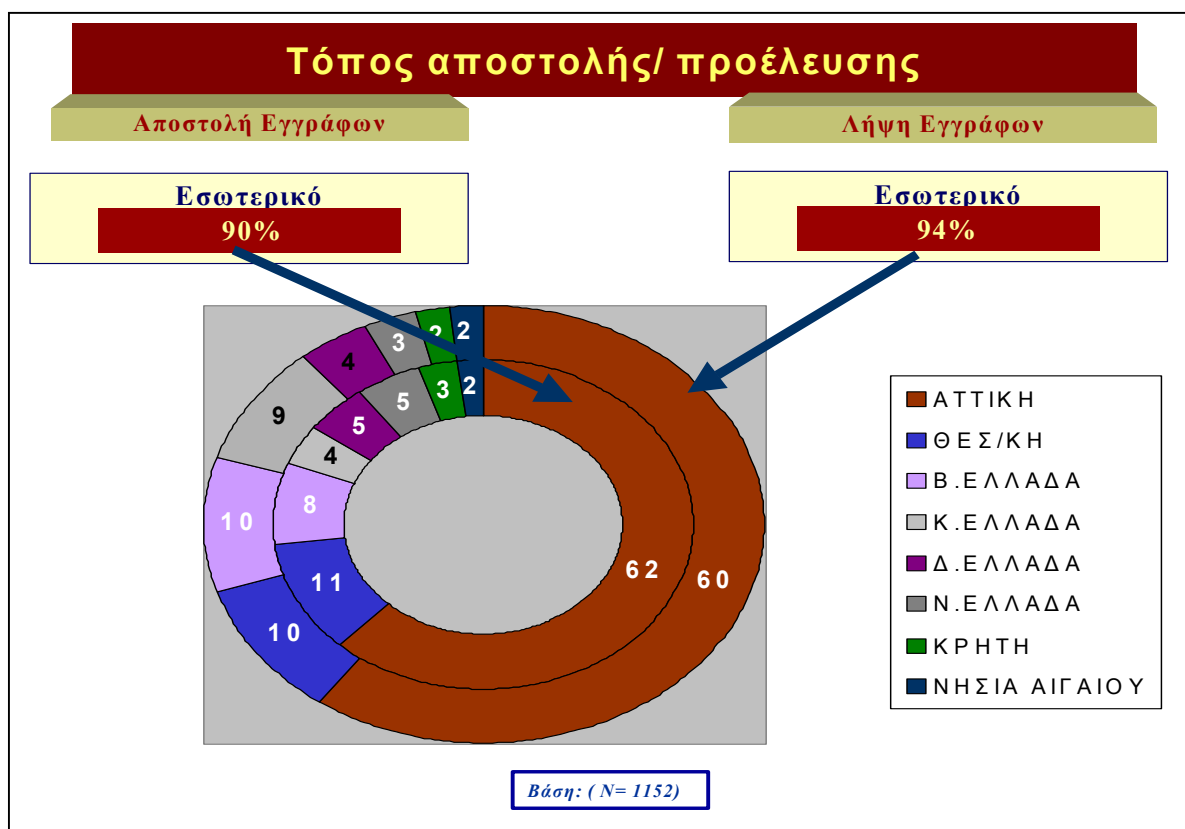
Αναλυτικότερα, περισσότερα έγγραφα στο εσωτερικό στέλνουν

- οι Άνδρες με 92%
- οι ηλικίες 35-44 με 93%
- οι κάτοικοι αστικών περιοχών με 92%

Αντίστοιχα, περισσότερα έγγραφα από το εσωτερικό παραλαμβάνουν

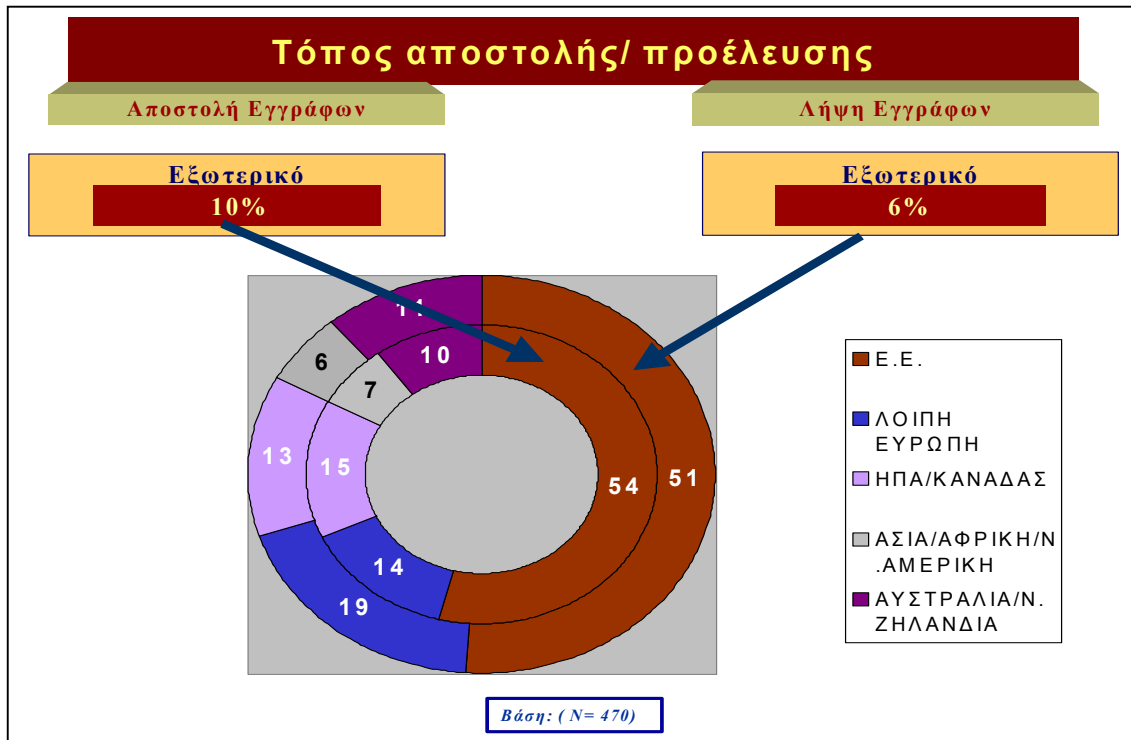
- οι Άνδρες με 95%
- οι ηλικίες 35-44 με 95%
- οι κάτοικοι Αθήνας με 96%

Από την Αττική προέρχονται αλλά και εκεί καταλήγουν τα έγγραφα εσωτερικού.



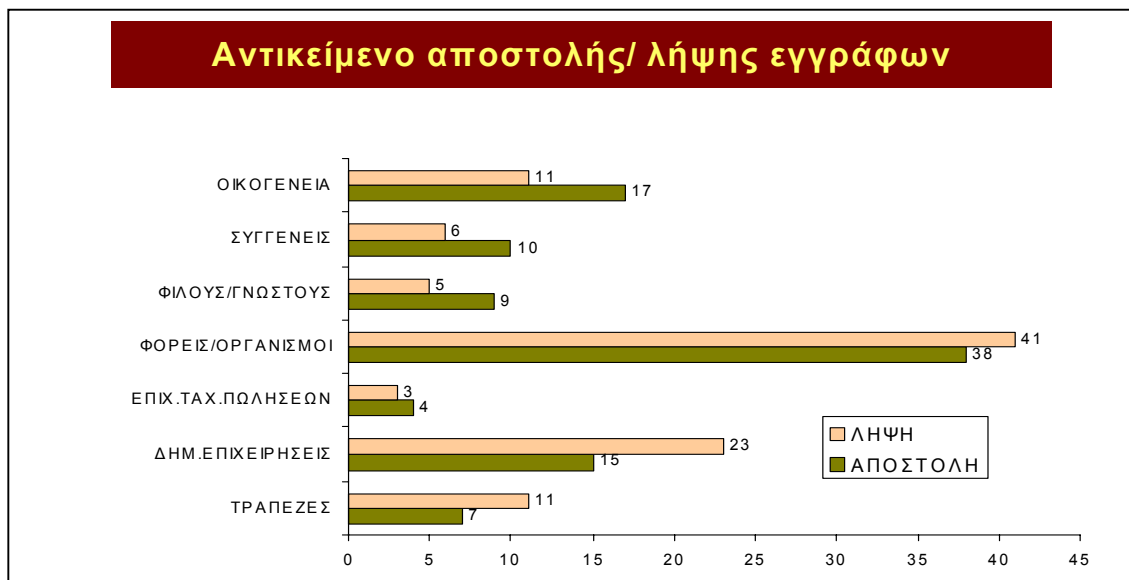
Πιο συγκεκριμένα η Αττική λαμβάνει το 60% και αποστέλλει το 62% των εγγράφων, η Θεσσαλονίκη λαμβάνει το 10% και αποστέλλει το 11% και ακολουθεί η Βόρεια Ελλάδα με 8% αποστολές και 10% λήψεις.

Αντίστοιχα για τα έγγραφα εξωτερικού η Ευρωπαϊκή Ένωση συνεχίζει να έχει τα μεγαλύτερα μερίδια τόσο για την αποστολή με ποσοστό 54% όσο και τη λήψη με 51%.



Ακολουθούν οι χώρες της λοιπής Ευρώπης με 14% αποστολές και 19% λήψεις, οι ΗΠΑ/ Καναδάς με 13% αποστολές και 15% λήψεις, και οι υπόλοιπες χώρες με 17% σε αποστολές και λήψεις.

Αντίθετα με τις επιστολές και τα δέματα/ μικρό-δέματα, τα έγγραφα αποστέλλονται και λαμβάνονται κυρίως από οργανισμούς και Δημόσιες επιχειρήσεις.



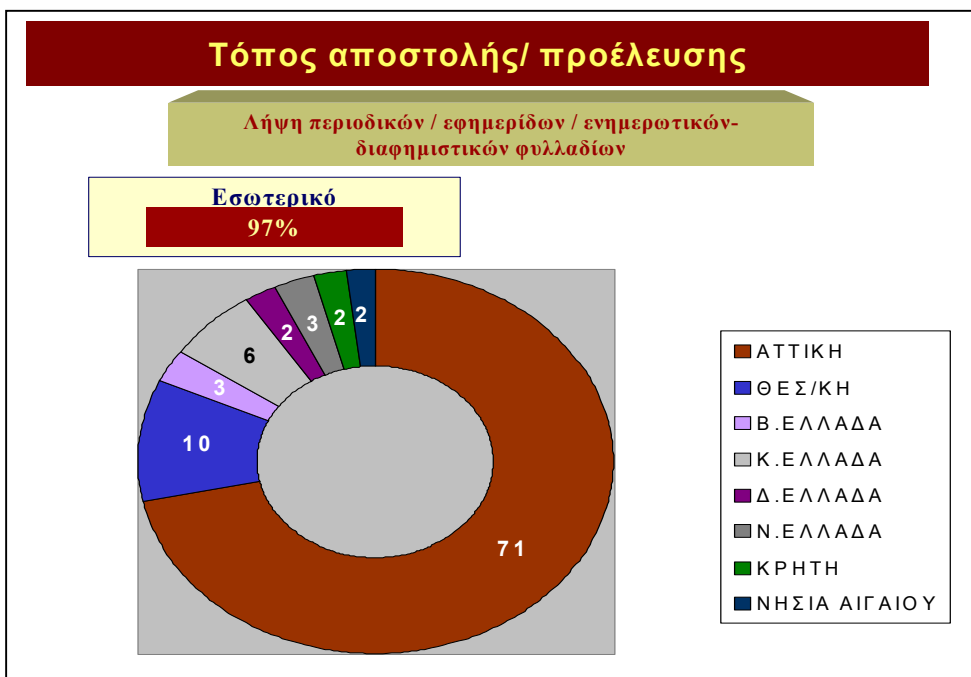
Προς τους φορείς /οργανισμούς αποστέλλεται το 38% των εγγράφων ενώ από αυτούς λαμβάνεται το 41%. Ακολουθούν οι δημόσιες επιχειρήσεις με 15% αποστολή και 23% λήψη, η οικογένεια με 17% αποστολή και 11% λήψη και οι τράπεζες με 7% αποστολή και 11% λήψη. Πιο χαμηλά είναι τα ποσοστά για τους συγγενείς και τους φίλους.

Λήψη περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων

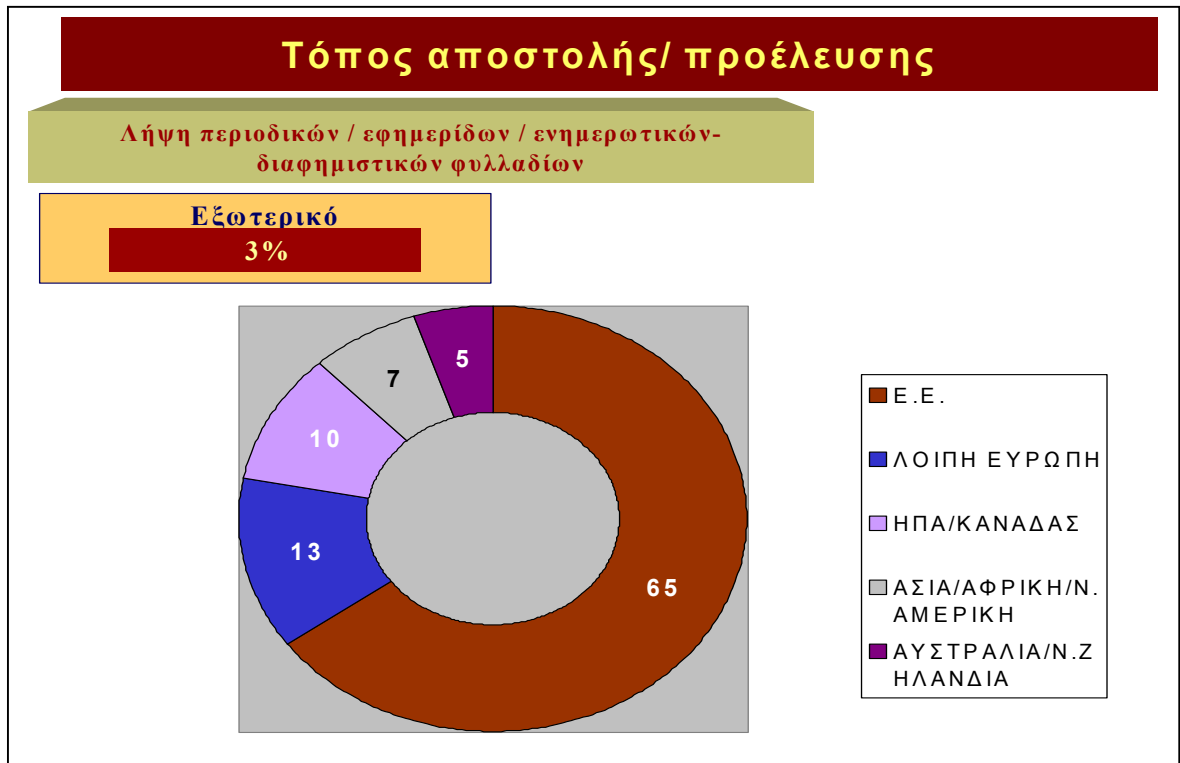
Τα **περιοδικά/ εφημερίδες/ ενημερωτικά ή διαφημιστικά φυλλάδια** είναι η μόνη υπηρεσία για την οποία οι ερωτώμενοι λαμβάνουν μόνο. Η προέλευση τους είναι το **εσωτερικό** με ποσοστό 97%. Μόνο το 3% των ερωτώμενων λαμβάνει περιοδικά/ εφημερίδες/ ενημερωτικά ή διαφημιστικά φυλλάδια από το **εξωτερικό**.



Η λήψη των περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων γίνεται σχεδόν αποκλειστικά από την Αττική η οποία έχει μερίδιο 71% ακολουθούμενη από τη Θεσσαλονίκη με 10% και τη Κεντρική Ελλάδα με 6%. Το υπόλοιπο 12% προέρχεται από όλες τις άλλες περιοχές της Ελλάδας.



Όμοια είναι και η αναλογία προέλευσης των περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων εξωτερικού όπου το 65% προέρχεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση και ακολουθούν οι λοιπές χώρες της Ευρώπης με 13%, οι ΗΠΑ/ Καναδάς με 10% και οι άλλες ήπειροι με 13%.



Τέλος, τα περιοδικά/ εφημερίδες/ ενημερωτικά ή διαφημιστικά φυλλάδια αποστέλλονται στο κοινό από τους φορείς/ οργανισμούς σε ποσοστό 44%, τις Επιχειρήσεις ταχυδρομικών πωλήσεων με 30%, τις δημόσιες επιχειρήσεις με 16% και τις τράπεζες με 10%.

Κεφάλαιο 7:

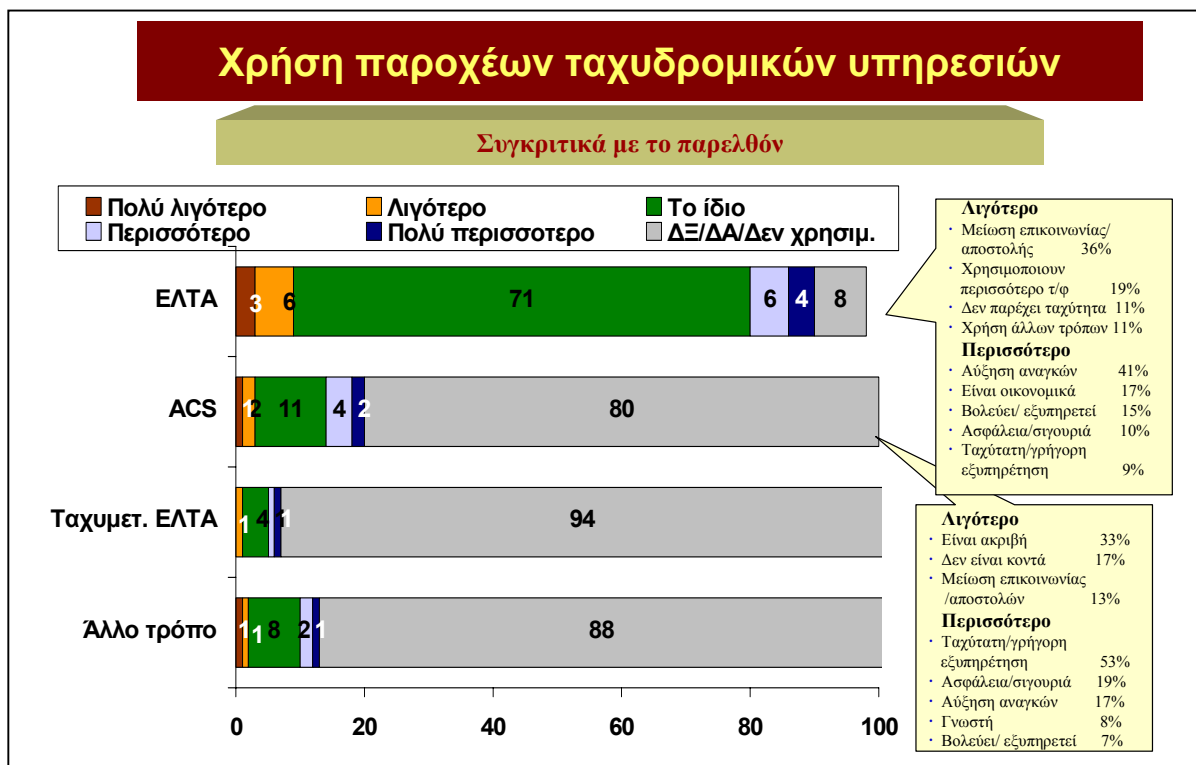
Χρήση παροχών Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

Το επόμενο θέμα εξέτασης στην έρευνα αποτέλεσε η **χρήση των παροχών ταχυδρομικών υπηρεσιών** σε σχέση με το **παρελθόν** και το **μέλλον**. Επιδίωξη είναι η εξέταση κατά πόσο το κοινό χρησιμοποιεί ή θα χρησιμοποιεί περισσότερο ή λιγότερο συγκεκριμένες εταιρείες παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, καθώς επίσης να αποτυπωθούν οι λόγοι για αυτή τους την επιλογή.

Η βαθμολόγηση πραγματοποιήθηκε με **κλίμακα από 1 μέχρι 5**, όπου 1 σημαίνει πολύ λιγότερο και 5 πολύ περισσότερο.

Χρήση σε σχέση με το παρελθόν

Σε πρώτο στάδιο διερευνήθηκε η **χρήση** των παροχών των ταχυδρομικών υπηρεσιών σε σχέση με το **παρελθόν**, όπου και παρατηρήθηκε ότι:



Για τα ΕΛΤΑ, τα οποία έχουν και το μεγαλύτερο ποσοστό χρήσης μέσα στο σύνολο του κοινού που εξετάζουμε, το 71% δηλώνει ότι τα χρησιμοποιεί το ίδιο σε σχέση με το παρελθόν, ενώ το 6% δηλώνει περισσότερο και 4% πολύ περισσότερο. Αντίθετα, το 6% δηλώνει ότι τα χρησιμοποιεί λιγότερο και το 3% λιγότερο.

Οι κύριοι λόγοι που χρησιμοποιούν τα ΕΛΤΑ περισσότερο είναι:

- Αύξηση αναγκών 41%
- Είναι οικονομικά 17%
- Βολεύει/ εξυπηρετεί 15%

- Ασφάλεια/ σιγουριά 10%
 - Ταχύτατη/ γρήγορη εξυπηρέτηση 9%
- Αντίστοιχα οι λόγοι πιο αραιής χρήσης των ΕΛΤΑ είναι:
- Μείωση επικοινωνίας/ αποστολής 36%
 - Χρησιμοποιούν περισσότερο το τηλέφωνο 19%
 - Δεν παρέχει ταχύτητα 11%
 - Χρήση άλλων τρόπων 11%

Για την ACS το 11% δηλώνει ότι τη χρησιμοποιεί το ίδιο σε σχέση με το παρελθόν ενώ το 6% τη χρησιμοποιεί περισσότερο. Αντίθετα το 3% των ερωτώμενων που χρησιμοποιούν την ACS μείωσε τη χρήση της.

Οι κύριοι λόγοι αυξημένης χρήσης της ACS ήταν:

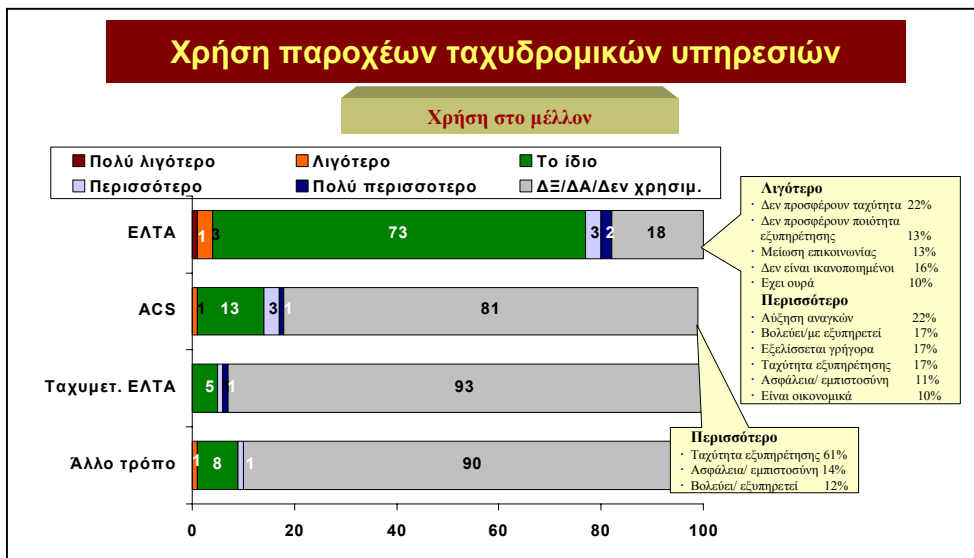
- Ταχύτατη/ γρήγορη εξυπηρέτηση 53%
- Ασφάλεια/ σιγουριά 19%
- Αύξηση αναγκών 17%
- Γνωστή 8%
- Βολεύει 7%

Αντίστοιχα, οι λόγοι για τη μείωση στη χρήση της σε σχέση με το παρελθόν είναι:

- Είναι ακριβή 33%
- Δεν είναι κοντά 17%
- Μείωση επικοινωνίας/ αποστολών 13%

Χρήση σε σχέση με το μέλλον

Σε δεύτερο στάδιο διερευνήθηκε η **πρόθεση χρήσης** των παροχών των ταχυδρομικών υπηρεσιών στο **μέλλον**.



Για τα ΕΛΤΑ το 73% δηλώνει ότι θα τα χρησιμοποιεί το ίδιο, ενώ το 5% των ερωτώμενων προτίθεται να τα χρησιμοποιήσει περισσότερο στο μέλλον και αντίστοιχα το 4% θα τα χρησιμοποιεί λιγότερο.

Οι κύριοι λόγοι που θα χρησιμοποιούν τα ΕΛΤΑ περισσότερο είναι:

- Αύξηση αναγκών 22%
- Βολεύει/ εξυπηρετεί 17%
- Εξελίσσεται γρήγορα 17%
- Ταχύτητα εξυπηρέτηση 17%
- Ασφάλεια/ εμπιστοσύνη 11%
- Είναι οικονομικά 10%

Αντίστοιχα οι λόγοι αραιότερης χρήσης των ΕΛΤΑ στο μέλλον είναι:

- Δεν παρέχει ταχύτητα 22%
- Δεν είναι ικανοποιημένοι 16%
- Δεν προσφέρουν ποιότητα εξυπηρέτησης 13%
- Μείωση επικοινωνίας/ αποστολής 13%
- Έχει ουρά 10%

Σχετικά με την ACS το 4% δηλώνει ότι θα τη χρησιμοποιήσει περισσότερο στο μέλλον, ενώ το 13% θα τη χρησιμοποιεί το ίδιο.

Οι κύριοι λόγοι για αυξημένη χρήση της ACS είναι:

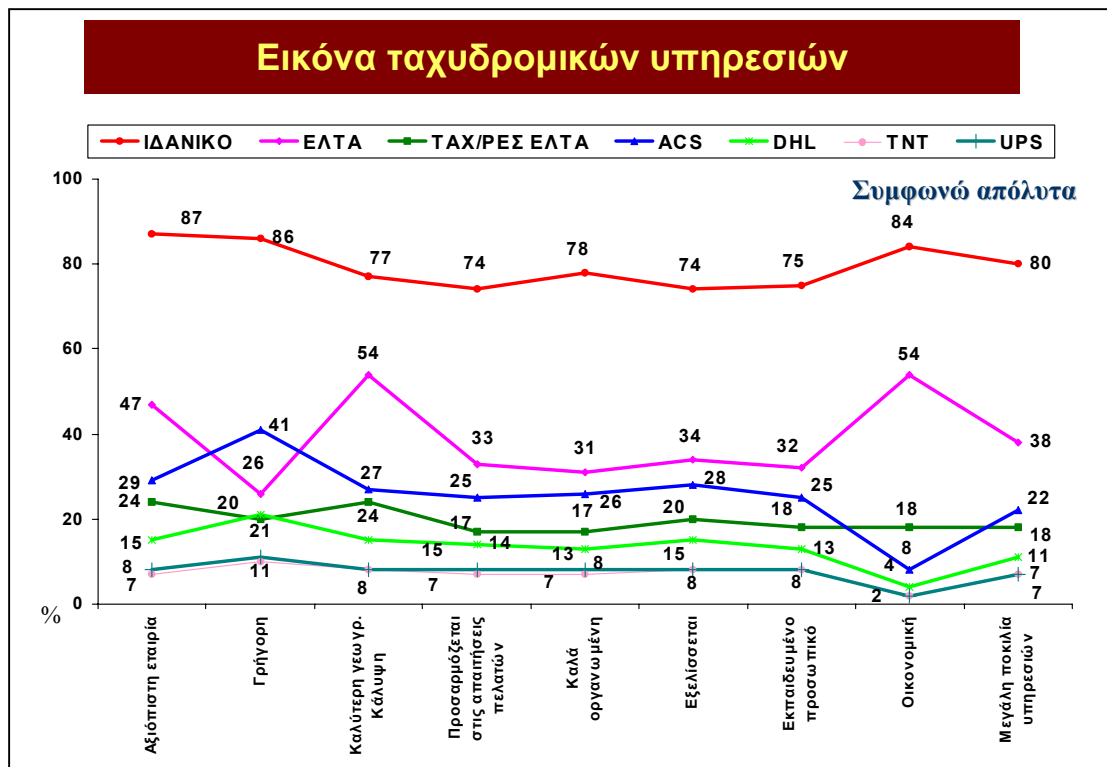
- Ταχύτητα εξυπηρέτησης 61%
- Ασφάλεια/ εμπιστοσύνη 14%
- Βολεύει/ εξυπηρετεί 12%

Κεφάλαιο 8:

Εικόνα Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

Ο επόμενος ερευνητικός στόχος αποτελούσε η **διαμόρφωση της εικόνας** των εταιρειών ταχυδρομικών υπηρεσιών, όπως αυτή διαμορφώνεται μέσα από μια σειρά **χαρακτηριστικών και ιδιοτήτων**. Σε πρώτο στάδιο ζητήθηκε από το κοινό να αξιολογήσει πόσο σημαντικά ήταν τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά και ιδιότητες για την επιλογή μιας εταιρείας παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και σε δεύτερο στάδιο να προσδιορίσουν σε πιο βαθμό τα χαρακτηριστικά αυτά ταιριάζουν σε κάθε μια από τις εταιρείες ΕΛΤΑ, Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ, ACS, DHL, TNT και UPS.

Η βαθμολόγηση έγινε με **κλίμακα** από **1 μέχρι 5**, όπου 1 σημαίνει δεν συμφωνώ καθόλου και 5 συμφωνώ απόλυτα. Στο πίνακα αξιολογούνται τα στοιχεία με απόλυτα θετική βαθμολογία το 5.



Η **ιδανική εταιρεία** ταχυδρομικών υπηρεσιών πρέπει να είναι αξιόπιστη εταιρεία σύμφωνα με το 87% των ερωτώμενων και γρήγορη σύμφωνα με το 86%. Επίσης πρέπει να είναι οικονομική – 84%, να παρέχει μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών – 80%, να είναι καλά οργανωμένη – 78% και να διαθέτει καλή γεωγραφική κάλυψη – 77%.

Πιο κοντά σε αυτά τα χαρακτηριστικά, σύμφωνα με τους ερωτώμενους βρίσκεται τα ΕΛΤΑ τα οποία έχει τη ψηλότερη βαθμολογία από τις υπόλοιπες εταιρείες σχεδόν σε όλα τα χαρακτηριστικά και ιδιότητες. Για τους ερωτώμενους τα ΕΛΤΑ είναι η πιο οικονομική εταιρεία (54%), έχει τη καλύτερη γεωγραφική κάλυψη (54%), είναι η πιο

αξιόπιστη (47%) και παρέχει τη μεγαλύτερη ποικιλία υπηρεσιών (38%). Υστερεί μόνο στη ταχύτητα όπου οι ερωτώμενοι τη κατατάσσουν στη δεύτερη θέση με 27%.

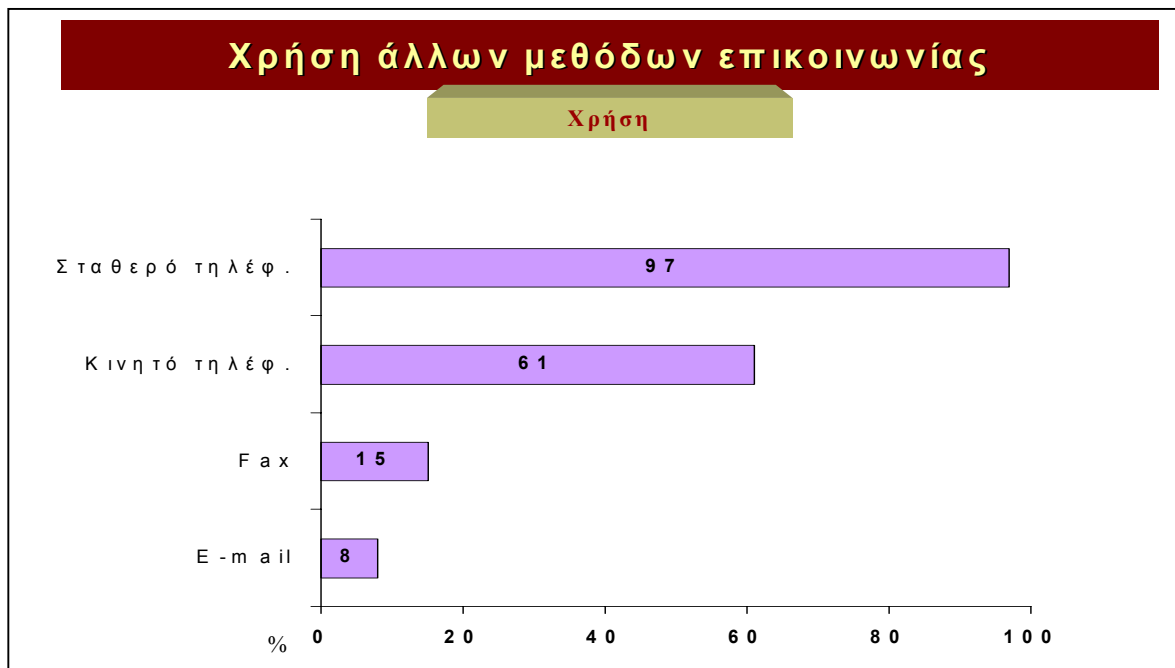
Η ταχύτητα φαίνεται ότι είναι το κυριότερο χαρακτηριστικό της ACS η οποία συγκεντρώνει ποσοστό 41%. Η ACS κατέχει τη δεύτερη θέση με πιο δυνατά χαρακτηριστικά, εκτός από τη ταχύτητα, την αξιοπιστία ως εταιρεία (29%), το ότι εξελίσσεται (28%), καλύτερη γεωγραφική κάλυψη (27%) και καλή οργάνωση (26%). Χαμηλή βαθμολογία συγκεντρώνει στο χαρακτηριστικό οικονομική με 8%.

Η εικόνα των υπόλοιπων εταιρειών βρίσκεται σε πιο χαμηλό επίπεδο, χωρίς να διαμορφώνουν ιδιαίτερα έντονα χαρακτηριστικά ή ιδιότητες.

Κεφάλαιο 9:

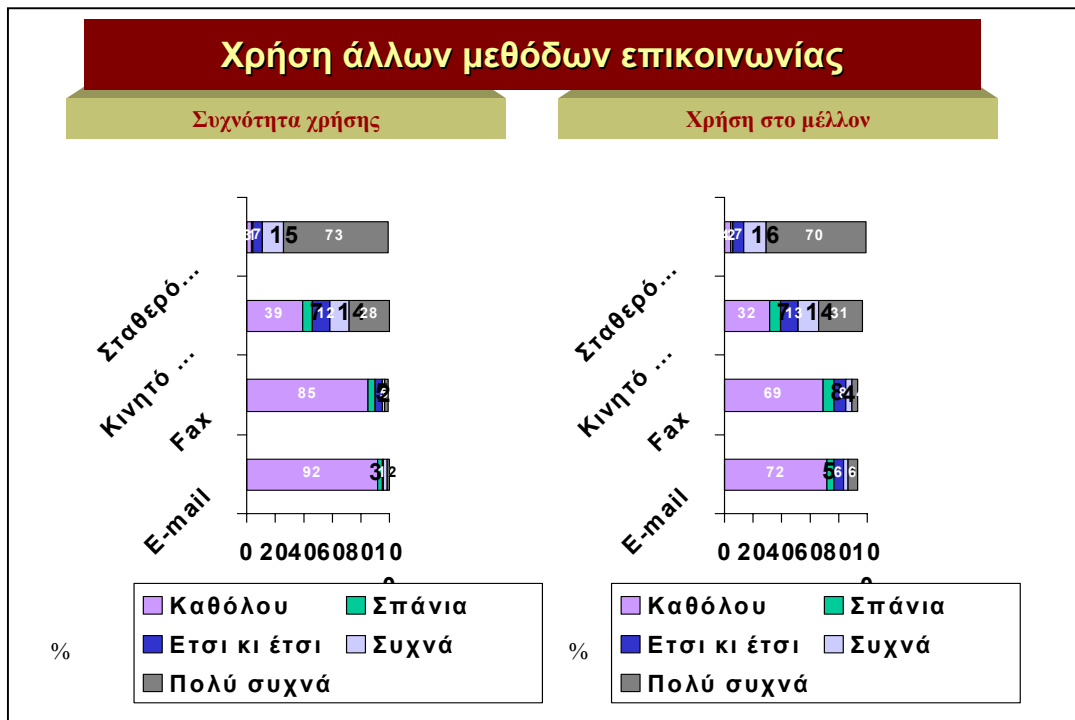
Χρήση άλλων μεθόδων επικοινωνίας

Στο τελευταίο κεφάλαιο της έρευνας με το ευρύ κοινό καταγράφηκε η **χρήση άλλων μεθόδων επικοινωνίας** καθώς και η **συχνότητα χρήσης** τους. Προσπάθεια ήταν ο εντοπισμός του **βαθμού διείσδυσης** κυρίως των **νέων μεθόδων επικοινωνίας**, φαξ και ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, μέσα στους πολίτες της Ελλάδας καθώς επίσης και η καταγραφή της **πρόθεσης χρήσης** των μεθόδων αυτών **μέσω** των **ΕΛΤΑ** και άλλων **ιδιωτικών εταιρειών**.



Το σταθερό τηλέφωνο χρησιμοποιείται από το σύνολο των ερωτώμενων. Το κινητό τηλέφωνο χρησιμοποιείται από το 61%, το φαξ από το 15% και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο από το 8% του κοινού. Πιο μεγάλη χρήση του φαξ γίνεται από τους άνδρες με 18%, τις ηλικίες 25-44 με 18% και τους κατοίκους των αστικών περιοχών με 21% ενώ μεγαλύτερη χρήση του Ηλεκτρονικού ταχυδρομείου γίνεται από τους άνδρες με 11%, τις ηλικίες 18-24 με 15% και 25-34 με 11% και τους κατοίκους των αστικών περιοχών με 14%

Εστιάζοντας στο **πόσο συχνά** χρησιμοποιούνται οι πιο πάνω μέθοδοι επικοινωνίας παρατηρείται ότι:



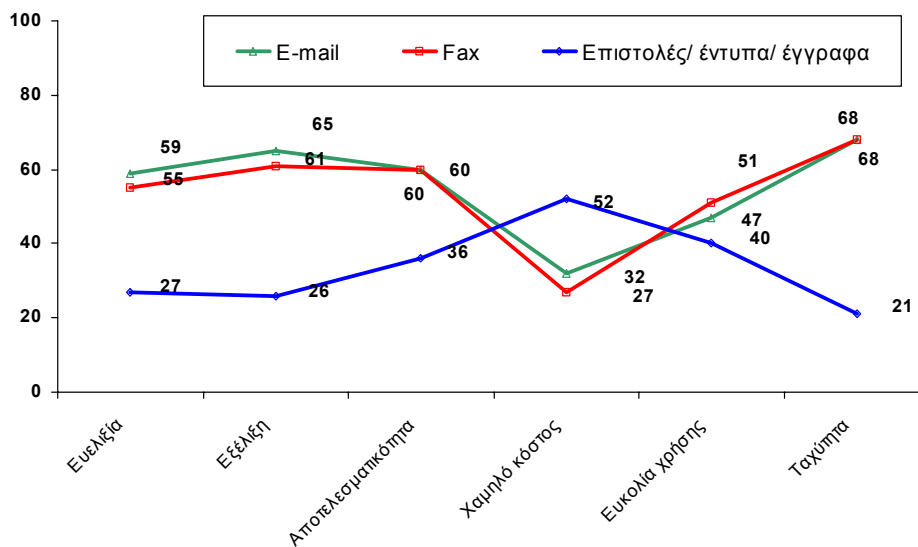
Για το σταθερό και το κινητό τηλέφωνο η χρήση τους είναι από πολύ συχνή ως συχνή. Αντίθετα το μικρό ποσοστό που χρησιμοποιεί το φαξ και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο υποστηρίζει ότι τα χρησιμοποιεί με αραιή συχνότητα. Πρόθεση του κοινού είναι να αυξήσει τη χρήση όλων των μεθόδων επικοινωνίας στο μέλλον. Χαρακτηριστικό είναι ότι το 31% δηλώνει ότι θα χρησιμοποιεί το φαξ έστω και σπάνια, ενώ το 28% δηλώνει ότι θα χρησιμοποιεί το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

Στη συνέχεια, ζητήθηκε από το κοινό να **αξιολογήσουν** μια σειρά από **χαρακτηριστικά** κατά πόσο ταιριάζουν στις εξής μεθόδους: Επιστολές/ έντυπα/ έγγραφα, Φαξ, Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

Η βαθμολόγηση έγινε με κλίμακα από 1 μέχρι 5, όπου 1 σημαίνει δεν ταιριάζει καθόλου και 5 ταιριάζει απόλυτα. Στο πίνακα αξιολογούνται τα στοιχεία με απόλυτα θετική βαθμολογία το 5.

Εικόνα άλλων μεθόδων επικοινωνίας

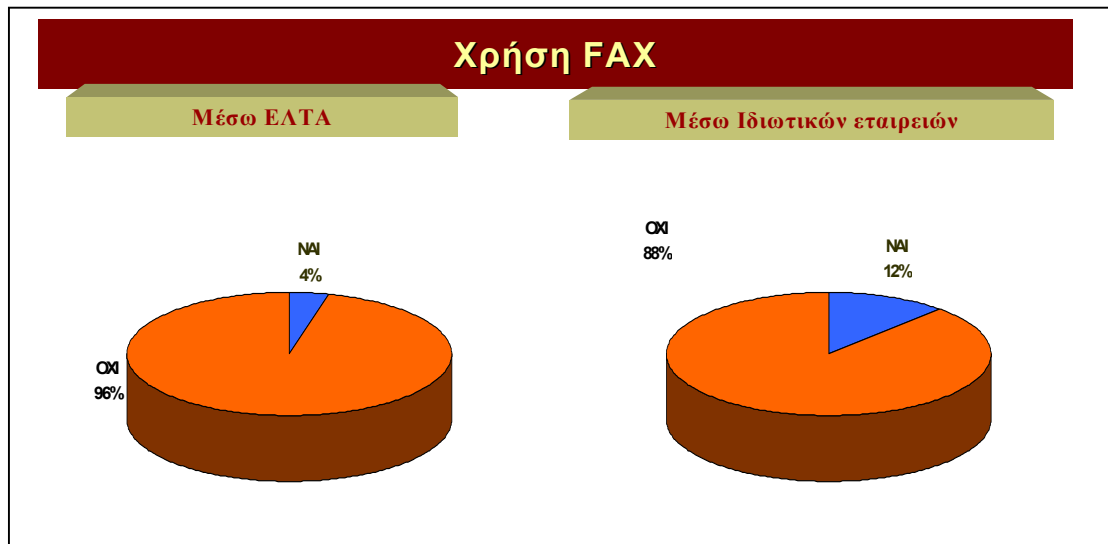
Όσοι ανέφεραν “Ταιριάζει απόλυτα”



Οι ερωτώμενοι υποστηρίζουν ότι για το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο και το φαξ ταιριάζουν το ίδιο αρκετά από τα χαρακτηριστικά. Συγκεκριμένα, η ταχύτητα είναι το πρώτο χαρακτηριστικό και για τα δυο με ποσοστό 68%. Στη συνέχεια, η εξέλιξη χαρακτηρίζει το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο κατά 65% και το φαξ κατά 61%. Η αποτελεσματικότητα είναι επίσης χαρακτηριστικό που έχουν τη ίδια βαθμολογία με 60%. Τέλος η ευελξία τα χαρακτηρίζει το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο σύμφωνα με το 59% του κοινού και το φαξ σύμφωνα με το 55%.

Το μόνο χαρακτηριστικό για το οποίο το κοινό υποστηρίζει ότι ταιριάζει στις επιστολές/ έντυπα/ έγγραφα είναι το χαμηλό κόστος με ποσοστό 52%.

Στην ερώτηση αν έχουν **χρησιμοποιήσει ποτέ φαξ μέσω ΕΛΤΑ ή ιδιωτικών εταιρειών**, το 4% του κοινού απάντησε ότι έχει χρησιμοποιήσει φαξ μέσω ΕΛΤΑ και 12% μέσω ιδιωτικών εταιρειών.



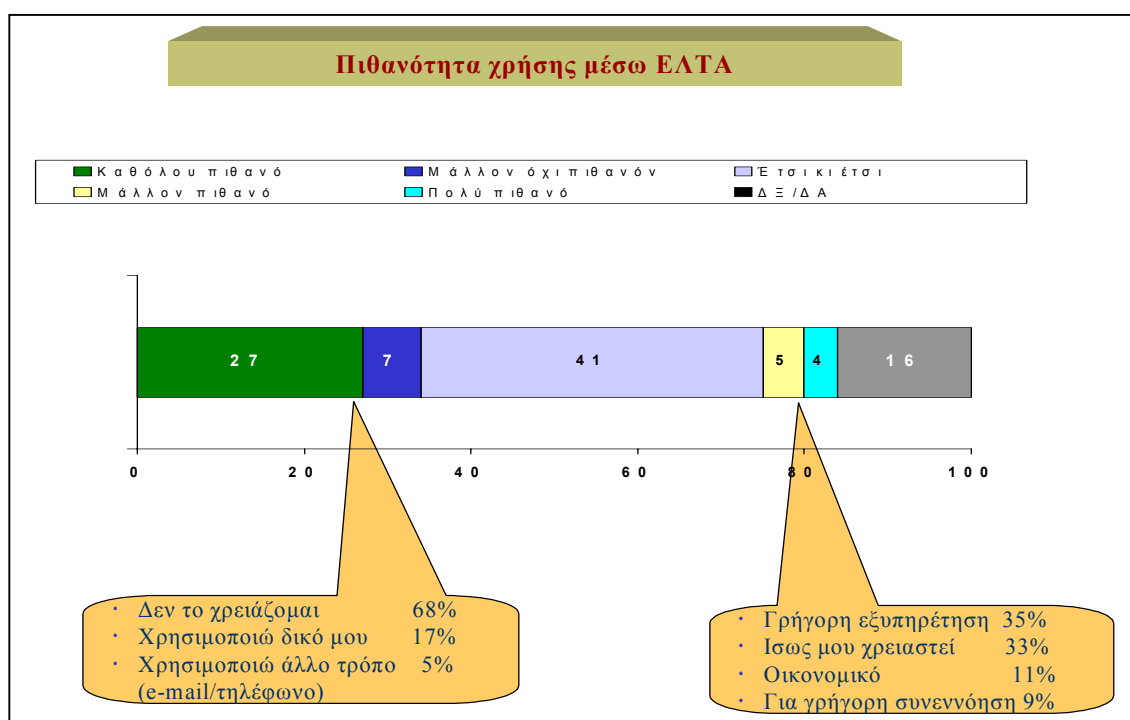
Μέσω ΕΛΤΑ έχουν χρησιμοποιήσει το φαξ περισσότερο:

- Οι ηλικίες 35-44 6%
- Οι κάτοικοι αστικών περιοχών 6%

Μέσω Ιδιωτικών εταιρειών το χρησιμοποίησαν πιο πολύ:

- Οι άνδρες 14%
- Οι ηλικίες 25-34 15%
- Οι κάτοικοι αστικών περιοχών 17%

Η **πιθανότητα χρήσης του φαξ στο μέλλον από τα ΕΛΤΑ** είναι πολύ μεγάλη για το 4% των ερωτώμενων, μεγάλη για το 5%, έτσι κι έτσι για το 41%, ενώ μάλλον όχι πιθανόν για το 7% και καθόλου πιθανό για το 27%.



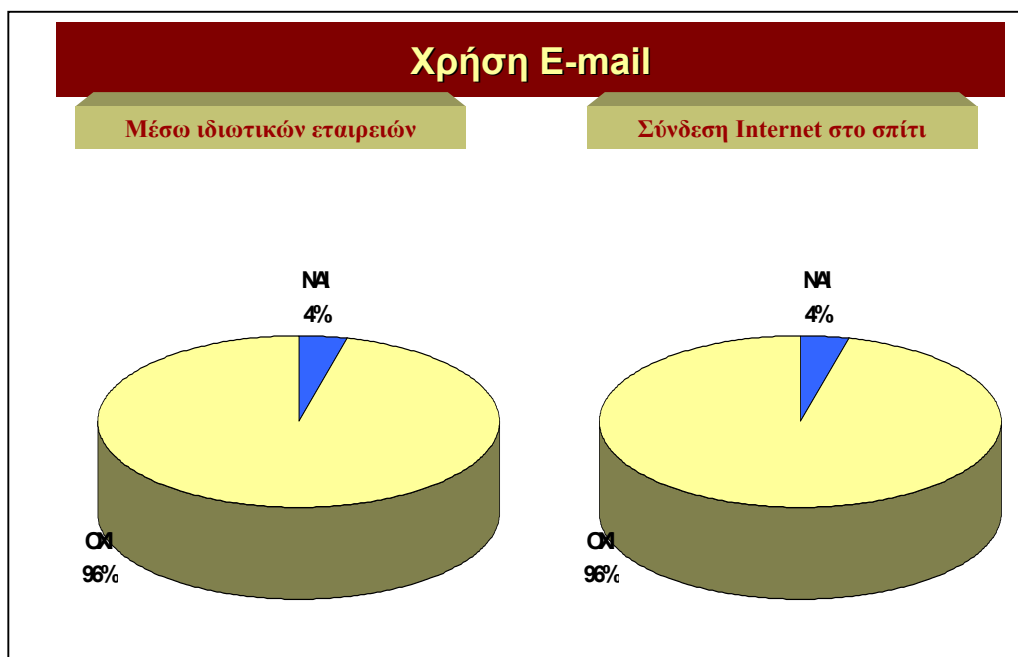
Οι **λόγοι** για τους οποίους είναι **πιθανή η χρήση** του φαξ από τα ΕΛΤΑ είναι:

- Γρήγορη εξυπηρέτηση 35%
- Ίσως μου χρειαστεί 33%
- Οικονομικό 11%
- Για γρήγορη συνεννόηση 9%

Αντίθετα, οι **λόγοι μη πιθανής χρήσης** είναι:

- Δεν το χρειάζομαι 68%
- Χρησιμοποιώ δικό μου 17%
- Χρησιμοποιώ άλλο τρόπο (e-mail/ τηλέφωνο) 5%

Τέλος, στο ερώτημα αν έχουν χρησιμοποιήσει το **Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο** κάποιας **ιδιωτικής επιχείρησης**, το 4% απάντησε καταφατικά. Το ίδιο ποσοστό έχει επίσης δηλώσει ότι κατέχει **σύνδεση Internet** στο σπίτι του.



Πιο μεγάλη χρήση Ηλεκτρονικού Ταχυδρομείου κάποιας ιδιωτικής επιχείρησης έχουν κάνει:

- Οι άνδρες με 5%
- Οι ηλικίες 25-34 με 7%
- Οι κάτοικοι Θεσσαλονίκης και Αστικών περιοχών με 7%

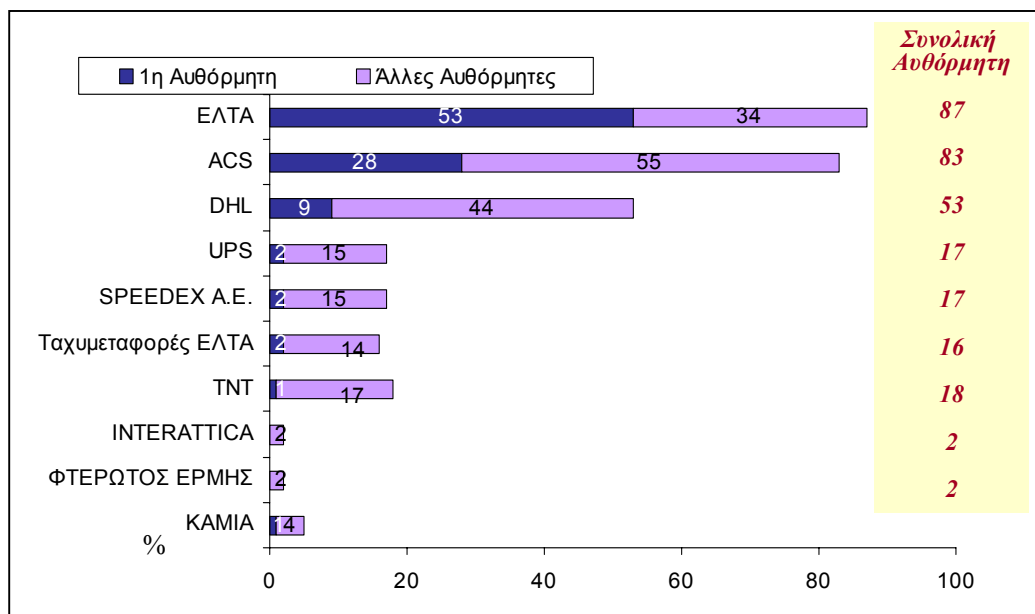
ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Κεφάλαιο 1:

Γνώση εταιρειών παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών

Σε πρώτο επίπεδο διερευνήθηκε ο βαθμός γνώσης των εταιρειών (δημοσίων και ιδιωτικών) παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών, ανάμεσα στις επιχειρήσεις που αποτέλεσαν το δείγμα της Έρευνας. Στόχος ήταν να ιεραρχηθούν ανάλογα με τη θέση που κατέχουν στη μνήμη των ερωτούμενων.

Η **1η αυθόρμητη γνώση** είναι η πρώτη εταιρεία που αναφέρει ο ερωτώμενος στην ερώτηση *ποιες εταιρείες γνωρίζεις*, ενώ **άλλες αυθόρμητες** είναι όλες οι υπόλοιπες αναφορές στο ίδιο ερώτημα. Η **συνολική αυθόρμητη γνώση** είναι το άθροισμα όλων των αυθόρμητων αναφορών του ερωτούμενου.



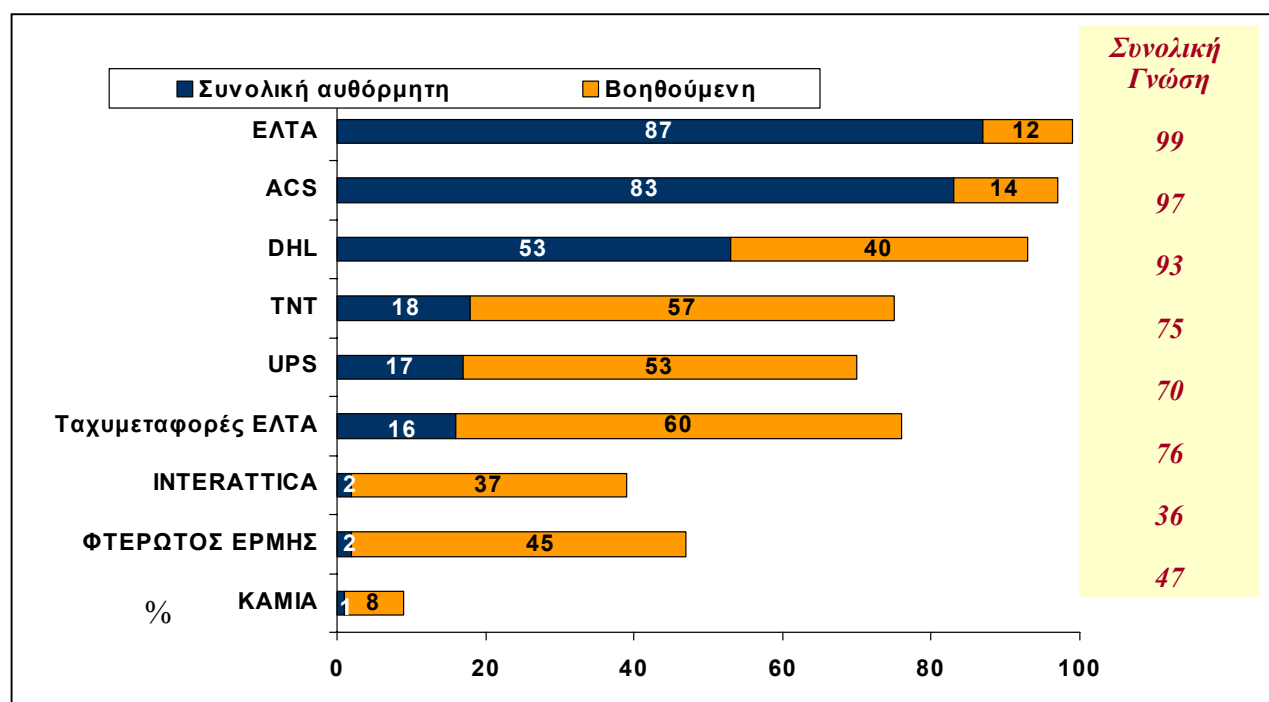
Τα ΕΛΤΑ είναι ο φορέας με τη μεγαλύτερη **1η αυθόρμητη αναφορά** με ποσοστό 53%, ακολουθούμενη από την ACS με 28% και τη DHL με 9%. Πιο μικρά ποσοστά εμφανίζουν η UPS, η Speedex και οι Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ με 2% και η TNT με 1%.

Στις **λοιπές αυθόρμητες αναφορές** η ACS εμφανίζει ποσοστό 55% ακολουθούμενη από τη DHL με 44%, τα ΕΛΤΑ με 34% και τη TNT με 17%. Ακολουθούν η UPS και η Speedex με 15% και οι Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ με 14%.

Στο δε **σύνολο των αυθόρμητων αναφορών** (1η και λοιπές αυθόρμητες), τα ΕΛΤΑ συγκεντρώνουν συνολική αυθόρμητη γνώση με ποσοστό 87% ακολουθούμενα από την ACS με ποσοστό 83%. Με χαμηλότερα επίπεδα συνολικής αυθόρμητης γνώσης ακολουθούν η DHL με 53%, η TNT με 18%, η UPS και η Speedex με 17% και οι Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ με 16%.

Σε δεύτερο επίπεδο, ζητήθηκε από τους ερωτώμενους, με τη βοήθεια κάρτας, να αναφέρουν όλες τις υπόλοιπες εταιρείες ταχυδρομικών υπηρεσιών/ ταχυμεταφορών τις οποίες γνωρίζουν και δεν τις είχαν αναφέρει αυθόρμητα. Στόχος ήταν η αναφορά όλων των εταιρειών τις οποίες γνωρίζουν, αλλά δεν ανέφεραν σε αυθόρμητο επίπεδο.

Η **βοηθούμενη γνώση** είναι η αναφορά σε άλλες εταιρείες τις οποίες ο ερωτώμενος αναγνωρίζει με τη βοήθεια κάρτας, ενώ η **συνολική γνώση** είναι το άθροισμα όλων των αυθόρμητων και βοηθούμενων αναφορών των ερωτώμενων.



Τέλος, στη **συνολική γνώση** διακρίνεται ότι το 99% των ερωτώμενων γνωρίζει τα ΕΛΤΑ και το 97% την ACS ενώ ακολουθούν με 93% η DHL, οι Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ με 76%, η TNT με 75% και η UPS με 70%. Λιγότερο γνωστές είναι οι εταιρείες Φτερωτός Ερμής με 47% και η INTERATTICA με 39% συνολική γνώση.

Κεφάλαιο 2:

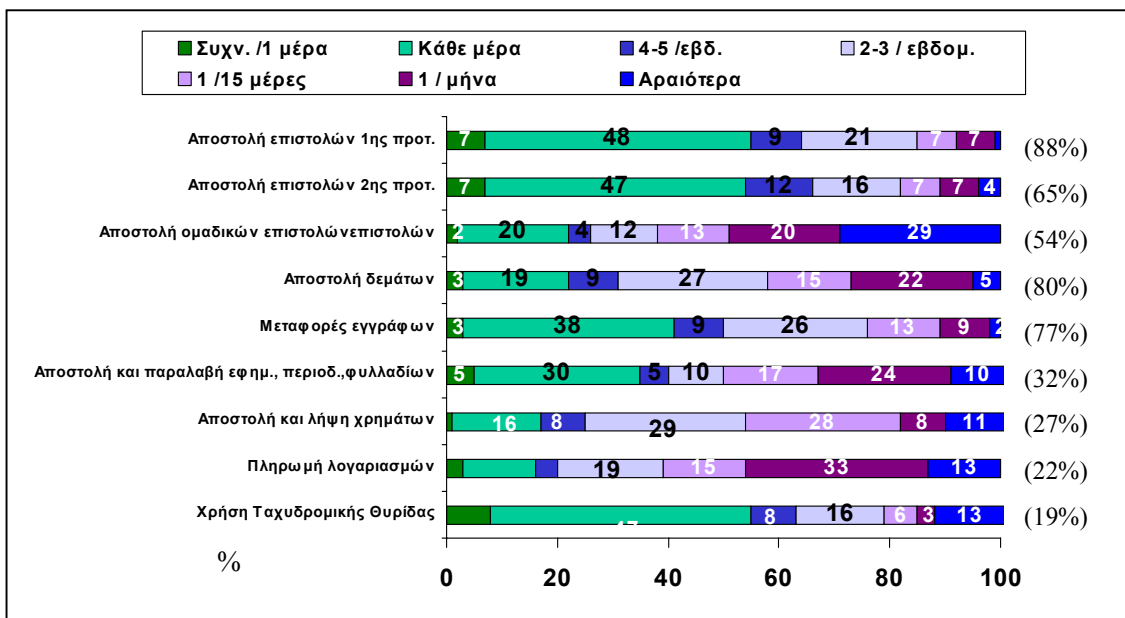
Χρήση Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών

Η **χρήση** των ταχυδρομικών υπηρεσιών (έστω και με αραιή συχνότητα), αποτέλεσε το επόμενο διερευνήσης με πρόθεση την καταγραφή του επιπέδου χρήσης των **κύριων υπηρεσιών που προσφέρουν** οι εταιρείες Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών. Στόχος ήταν η καταγραφή των υπηρεσιών τις οποίες οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν καθώς και το επίπεδο χρήσης των υπηρεσιών αυτών.



Η **αποστολή επιστολών 1ης προτεραιότητας** είναι η υπηρεσία η οποία χρησιμοποιείται περισσότερο από τις εταιρείες, συγκεντρώνοντας ποσοστό 88%, ακολουθούμενη από την **αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων** με 80% και τις **μεταφορές εγγράφων** με ποσοστό 77%. Ακολουθούν η αποστολή επιστολών 2ης προτεραιότητας με 65%, η αποστολή ομαδικών επιστολών με 54%, η αποστολή και παραλαβή εφημερίδων /περιοδικών /φυλλαδίων με 32% και η αποστολή και λήψη χρημάτων με 27%. Τέλος τη χαμηλότερη χρήση έχουν η πληρωμή λογαριασμών με 22% και η χρήση ταχυδρομικής θυρίδας με 19%.

Για να εκτιμηθεί η ένταση χρήσης των παραπάνω υπηρεσιών, υιοθετήθηκε η έννοια του *ενός τυπικού μήνα*, με στόχο τον προσδιορισμό της συχνότητας/ έντασης χρήσης των συγκεκριμένων Ταχυδρομικών υπηρεσιών.



Καθημερινή είναι η χρήση των υπηρεσιών αποστολής επιστολών σε ποσοστό 48% των εταιρειών, η αποστολή επιστολών 2ης προτεραιότητας και η χρήση ταχυδρομικής θυρίδας σε ποσοστό 47%, οι μεταφορές εγγράφων με 38% και η αποστολή και παραλαβή εφημερίδων, περιοδικών και διαφημιστικών με 30%. Δύο με τρεις φορές την εβδομάδα γίνεται αποστολή δεμάτων σε ποσοστό 27% και η αποστολή και λήψη χρημάτων με 29%. Τέλος 1 φορά το μήνα ή και αραιότερα γίνεται η αποστολή ομαδικών επιστολών σε ποσοστό 49% και η πληρωμή λογαριασμών σε ποσοστό 46%.

Ο όγκος και το ποσό που διαθέτουν μέσα σε ένα τυπικό μήνα για κάθε υπηρεσία που χρησιμοποιούν, ήταν το επόμενο στάδιο προσδιορισμού της έντασης χρήσης των Ταχυδρομικών Υπηρεσιών. Ο μέσος όρος αποτυπώθηκε, σε τεμάχια, των αποστολών των εταιρειών, καθώς επίσης και σε ποσό, σε δραχμές, που διαθέτουν για τις αποστολές τους.

Αποστολή Επιστολών			Αποστολή δεμάτων/ μικροδεμάτων	
	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (N=296)	ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (N=26)	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (N=296)	
Μ.Ο. τεμάχια	921	7.821	Μ.Ο. τεμάχια	192
Μ.Ο δρχ.	130.000	1.323.000	Μ.Ο δρχ.	133.000

Μεταφορές εγγράφων			Αποστολή Περιοδικών, Εφημερίδων, ενημερωτικών διαφημιστικών φυλλαδίων	
	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (N=296)	ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (N=26)	ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ (N=296)	
Μ.Ο. τεμάχια	602	899	Μ.Ο. τεμάχια	1.799
Μ.Ο δρχ.	58.000	112.000	Μ.Ο δρχ.	120.000

Οι **επιστολές** που αποστέλλουν οι επιχειρήσεις κατά μέσο όρο σε ένα τυπικό μήνα είναι 921 τεμάχια ενώ οι Δημόσιοι Φορείς/ Υπηρεσίες αποστέλλουν 7,821 τεμάχια. Τα **δέματα/ μικρό-δέματα** είναι 192 τεμάχια, ενώ τα **έγγραφα** των επιχειρήσεων είναι 602 τεμάχια και των Δημοσίων υπηρεσιών 899. Τέλος οι επιχειρήσεις στέλνουν κατά μέσο όρο 1799 **περιοδικά/ εφημερίδες/ διαφημιστικά φυλλάδια**.

Παράλληλα, οι επιχειρήσεις ξοδεύουν 130,000 δραχμές το μήνα σε αποστολή **επιστολών**, ενώ για την ίδια υπηρεσία οι δημόσιες Υπηρεσίες ξοδεύουν 1,323,000 δραχμές. Για την αποστολή **δεμάτων/ μικρό-δεμάτων** ξοδεύουν 133,000 δραχμές. Τα **έγγραφα** κοστίζουν στις επιχειρήσεις 58,000 δραχμές το μήνα και για τις Δημόσιες Υπηρεσίες 112,000 δραχμές. Τέλος για την αποστολή των **περιοδικών/ εφημερίδων, διαφημιστικών φυλλαδίων** οι επιχειρήσεις ξοδεύουν 120,000 δραχμές.

Κεφάλαιο 3:

Παροχές Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών

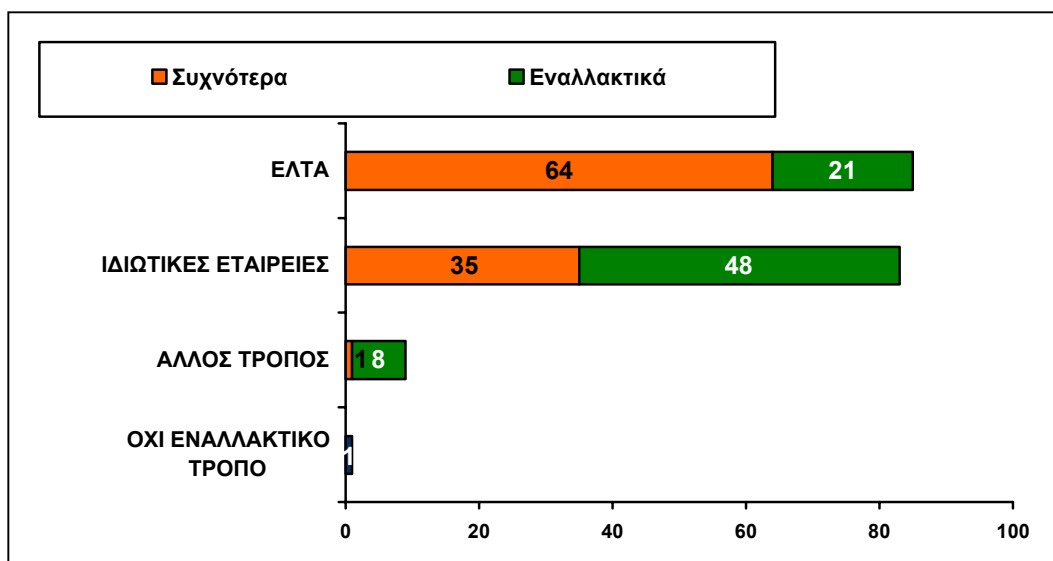
Οι εκπρόσωποι των επιχειρήσεων, προσδιόρισαν τους παροχές τους οποίους χρησιμοποιούν **συχνότερα και εναλλακτικά** για την αποστολή επιστολών, δεμάτων/ μικρό-δεμάτων/ προϊόντων, για μεταφορές εγγράφων και αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων. Στόχος ήταν η εκτίμηση του «μεριδίου» των παροχών, σύμφωνα με τις αντιλήψεις των εκπροσώπων των επιχειρήσεων, ανά Ταχυδρομική Υπηρεσία που χρησιμοποιούν.

Με τον όρο **συχνότερα** εννοείται η εταιρεία που χρησιμοποιούν συνήθως για την αποστολή των επιστολών και με τον όρο **εναλλακτικά** εννοείτε η εταιρεία που χρησιμοποιούν κάποιες άλλες φορές με μικρότερη συχνότητα.

Αποστολή επιστολών

Για την **αποστολή επιστολών** οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν κατά κύριο λόγο τα ΕΛΤΑ σε ποσοστό 64%, ακολουθούμενα από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις με 35%. Μεγαλύτερη χρήση των ΕΛΤΑ παρατηρείται στις Δημόσιες επιχειρήσεις με 88% και στις επιχειρήσεις εμπορίου με 65%.

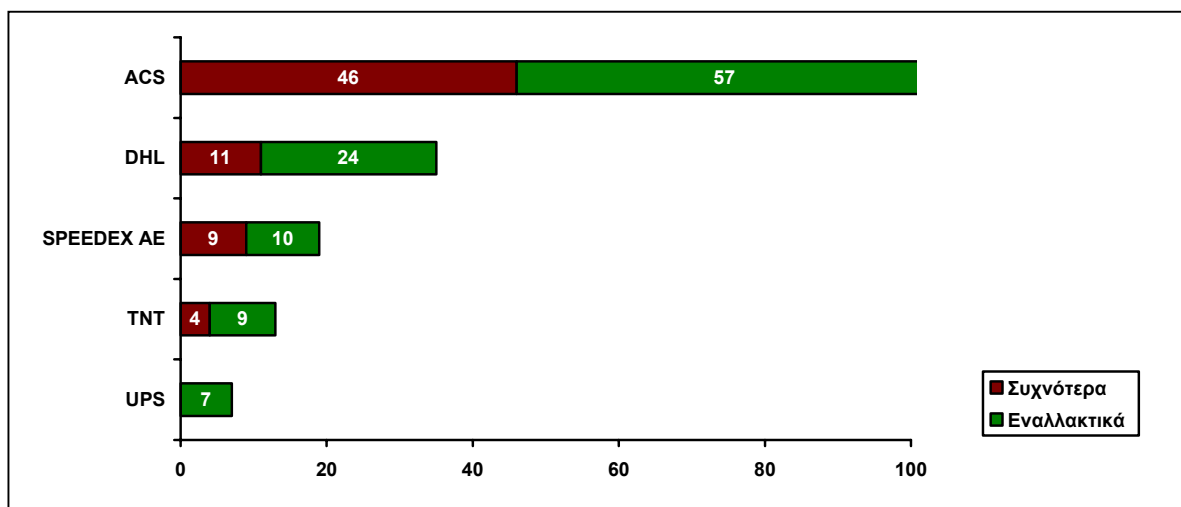
Ως εναλλακτική επιλογή οι ιδιωτικές εταιρείες χρησιμοποιούνται από το 48% των επιχειρήσεων, τα ΕΛΤΑ από το 21% και ο Υπάλληλος εταιρεία/ κλητήρας από το 8%.



Οι λόγοι για τους οποίους τα ΕΛΤΑ χρησιμοποιούνται ως εναλλακτικός παροχέας είναι :

- Για μη επείγουσα/ σημαντική αποστολή 46%
- Λόγω μικρότερου κόστους / οικονομικότερα 31%
- Για να εξασφαλίσουν γρήγορη παράδοση 10%

Οι **ιδιωτικές εταιρείες** που χρησιμοποιούνται για την αποστολή επιστολών αναλύονται στο παρακάτω γράφημα.



Μεγαλύτερη συχνότητα χρήσης στις ιδιωτικές εταιρείες παρουσιάζει η εταιρεία ACS με 46%, ακολουθούμενη από την DHL με 11%, την SPEEDEX με 9% και την TNT με 4%. Παράλληλα, η ACS αποτελεί την εναλλακτική επιλογή των επιχειρήσεων με ποσοστό 57% και ακολουθεί η DHL με 24%, η SPEEDEX με 10%, η TNT με 9% και η UPS με 7%.

Οι κυριότεροι λόγοι επιλογής της ACS ως εναλλακτικής εταιρείας είναι:

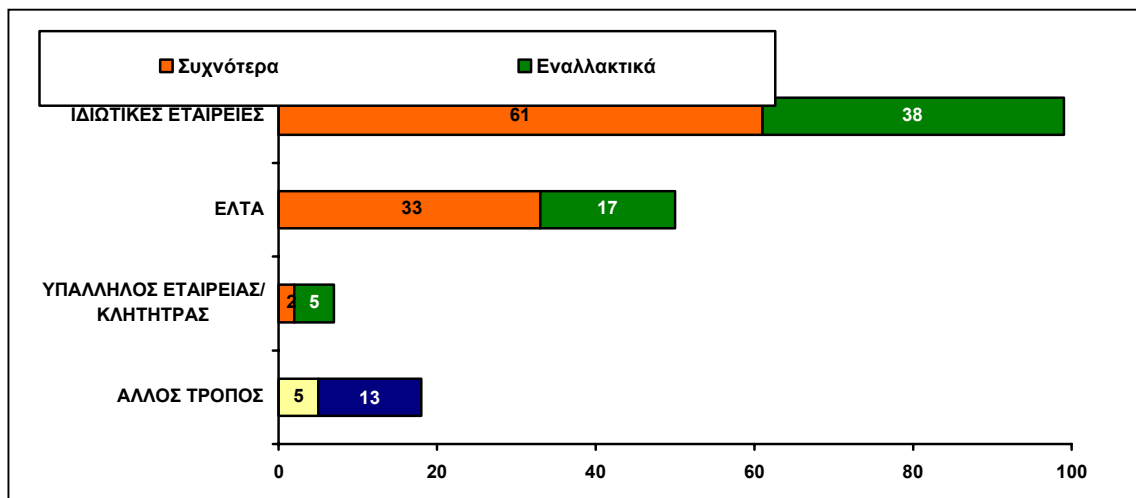
- Για να εξασφαλίσουν γρήγορη παράδοση 63%
- Για επείγοντα/ έκτακτα περιστατικά 13%
- Για μεγαλύτερη ασφάλεια/ εμπιστοσύνη 12%

Για την εταιρεία DHL οι κύριοι λόγοι εναλλακτικής χρήσης είναι:

- Για να εξασφαλίσουν γρήγορη παράδοση 59%
- Για επείγοντα/ έκτακτα περιστατικά 11%

Αποστολή δεμάτων/ μικρο-δεμάτων/ προϊόντων

Εξετάζοντας τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων για την **αποστολή των δεμάτων/ μικρό-δεμάτων/ προϊόντων**, η έρευνα μας καταλήγει στα πιο κάτω αποτελέσματα.



Οι ιδιωτικές εταιρείες είναι πρώτες στη προτίμηση των επιχειρήσεων για την αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων/ προϊόντων με ποσοστό 61%, ακολουθούμενες από τα ΕΛΤΑ με 33%, από τον άλλο τρόπο με ποσοστό 5% και από τον Υπάλληλο εταιρείας/ κλητήρα με 2%. Μεγαλύτερη χρήση των ΕΛΤΑ εμφανίζεται :

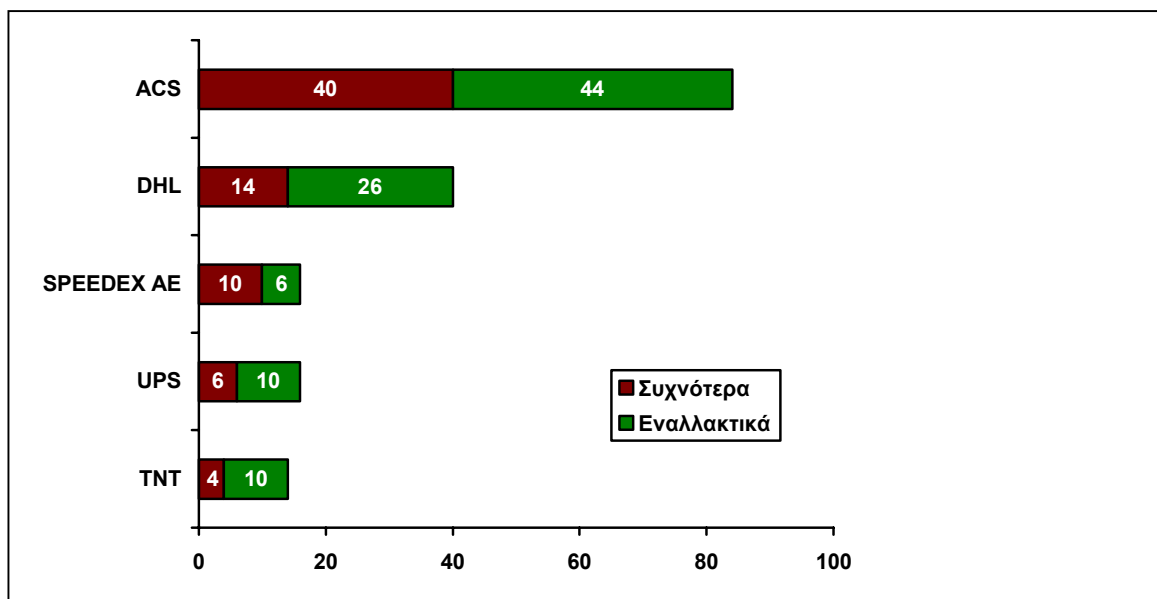
- στις Υπηρεσίες με 41%
- στο εμπόριο με 37%

Ως εναλλακτική επιλογή οι ιδιωτικές επιχειρήσεις χρησιμοποιούνται από το 38% των επιχειρήσεων, τα ΕΛΤΑ από το 17%, ο Άλλος Τρόπος αποστολής (ΚΤΕΛ, αεροπορικώς, με πλοίο κλπ) από το 13% και ο Υπάλληλος εταιρείας/ κλητήρας από το 5%.

Οι λόγοι για τους οποίους τα ΕΛΤΑ χρησιμοποιούνται ως εναλλακτική επιλογή είναι :

- Έχουν μικρότερο κόστος 39%
- Για μη επείγοντα/ λιγότερο σημαντικές αποστολές 39%
- Οικονομικότερη/ φθηνότερη αποστολή 41%

Εστιάζοντας στις ιδιωτικές εταιρείες , τα μερίδια των ιδιωτικών παροχών αποστολής δεμάτων/ μικρο-δεμάτων και προϊόντων, διαμορφώνονται ως εξής:



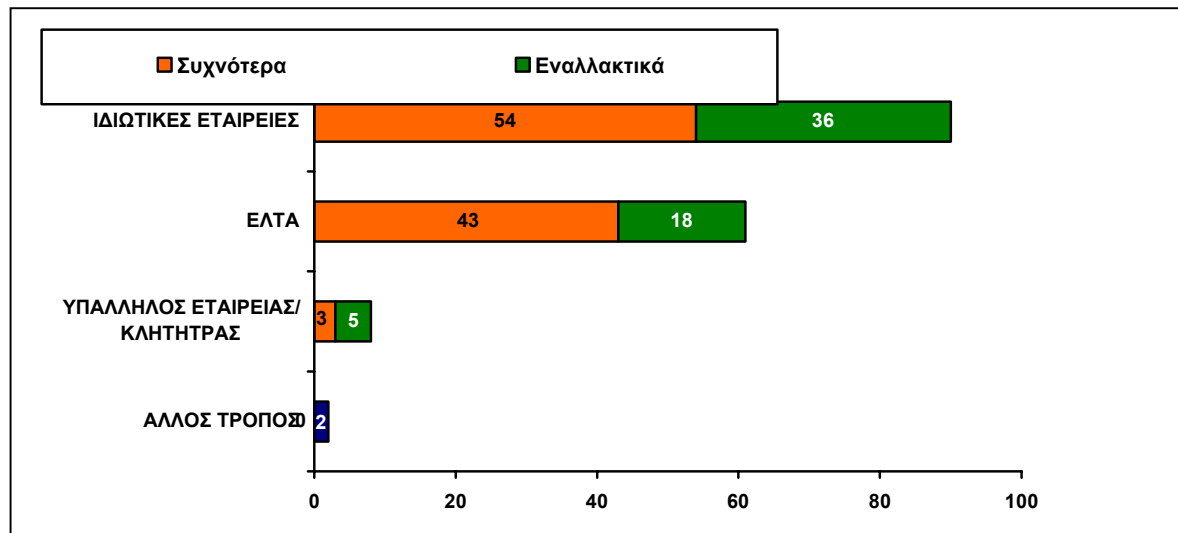
Η ACS εμφανίζεται πρώτη στις προτιμήσεις του κοινού για την **αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων/ προϊόντων** με ποσοστό 40% και ακολουθούν η DHL με 14%, η Speedex με 10% η UPS με 6% και η TNT με 4%. Ομοίως, ως εναλλακτική επιλογή πρώτη προτίμηση παραμένει η ACS με 44%, δεύτερη η DHL με 26% και ακολουθούν η UPS με 10%, η TNT με 10% και η Speedex με 6%.

Οι λόγοι που αποδίδουν οι ερωτώμενοι για την εναλλακτική επιλογή τους στην εταιρεία ACS είναι οι εξής:

- Για την εξασφάλιση γρήγορης παράδοσης 47%
- Το ζητούν οι πελάτες τους 13%
- Για επείγοντα περιστατικά/ έκτακτα περιστατικά 11%

Αποστολή εγγράφων

Η επόμενη υπηρεσία για την οποία ζητήθηκε από τις επιχειρήσεις να αναφέρουν τις εταιρείες με τις οποίες συνεργάζονται, ήταν η μεταφορά εγγράφων.



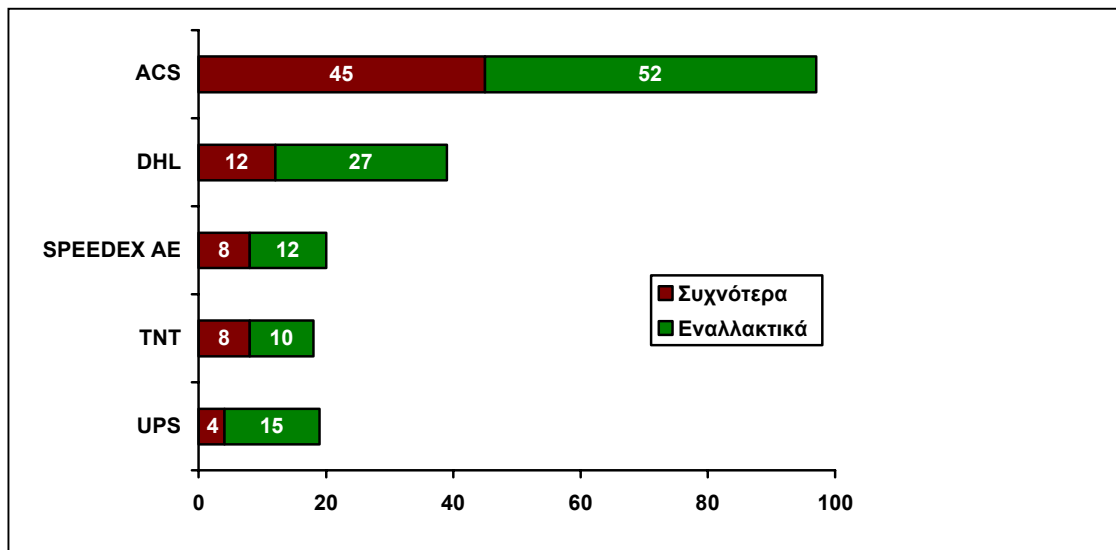
Οι ιδιωτικές εταιρείες παραμένουν και σε αυτή την υπηρεσία η πρώτη επιλογή των επιχειρήσεων με ποσοστό 54%, ενώ ακολουθούν τα ΕΛΤΑ με 43%. Εστιάζοντας στα ΕΛΤΑ παρατηρούμε μεγαλύτερα ποσοστά στις Δημόσιες Υπηρεσίες με 73% και στις επιχειρήσεις παροχής Υπηρεσιών με 46%.

Ως εναλλακτική επιλογή οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τις ιδιωτικές εταιρείες με ποσοστό 36%, στη συνέχεια τα ΕΛΤΑ με 18% και τέλος τον Υπάλληλο εταιρείας/ κλητήρα με 5%.

Οι κύριοι λόγοι της εναλλακτική επιλογής των ΕΛΤΑ στη μεταφορά των εγγράφων διαμορφώνονται ως εξής:

- Για μη επείγουσες αποστολές/ λιγότερο σημαντικές 42%
- Μικρό κόστος 31%

Αναλύοντας το σύνολο των ιδιωτικών εταιρειών που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά εγγράφων , παρατηρούνται τα εξής:



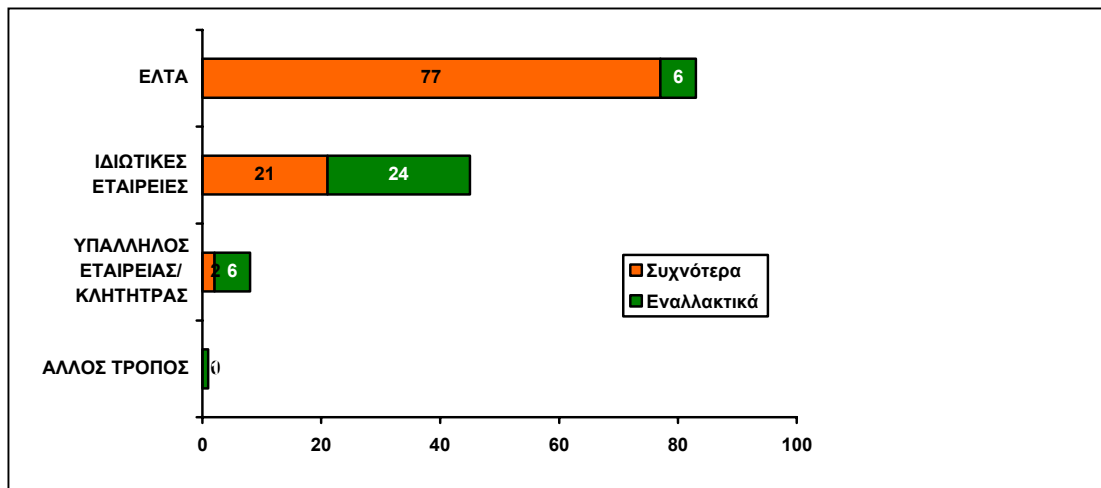
Στη πρώτη θέση από τις ιδιωτικές εταιρείες βρίσκεται και σε αυτή την υπηρεσία η ACS με ποσοστό χρήσης 45%. Ακολουθεί η DHL με 12%, η Speedex και η TNT με 8% και η UPS με 4%. Αντίστοιχα, ως εναλλακτική επιλογή η ACS παραμένει πρώτη επιλογή με 52%, δεύτερη η DHL με 27% και τρίτη η UPS με 15%. Ακολουθούν η Speedex με 12% και η TNT με 10%.

Οι κύριοι λόγοι χρήσης της ACS ως εναλλακτικής επιλογής αναφέρονται:

- Για την εξασφάλιση γρήγορης παράδοσης 62%
- Λόγω μικρού κόστους 11%

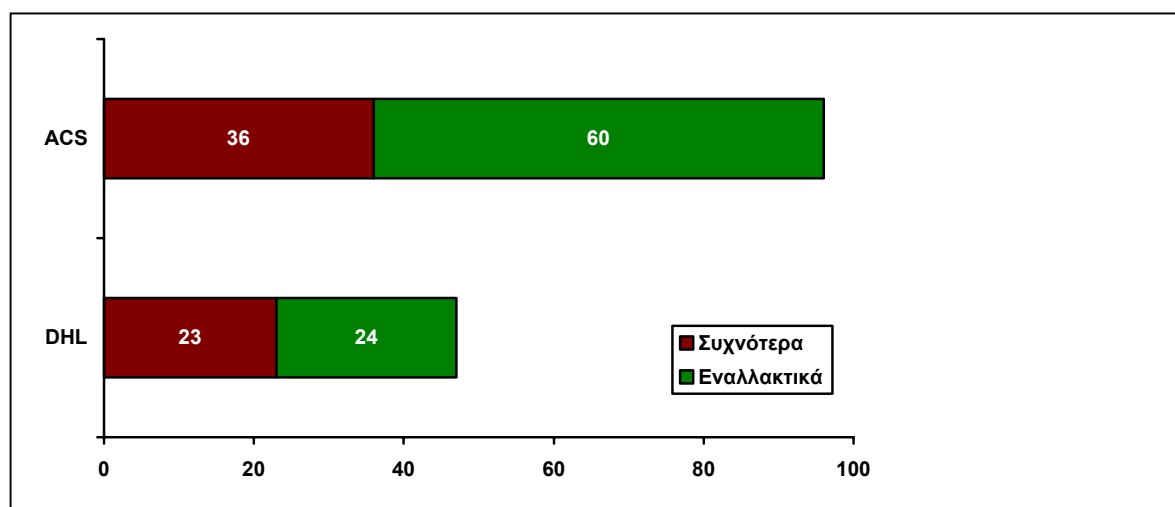
Αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών-διαφημιστικών φυλλαδίων

Τέλος, οι εκπρόσωποι των επιχειρήσεων ρωτήθηκαν αναφορικά με την αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων / ενημερωτικών-διαφημιστικών φυλλαδίων . Η συμπεριφορά τους ως προς τους παροχείς , ήταν:



Τα ΕΛΤΑ βρίσκονται στη πρώτη προτίμηση για την αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων με ποσοστό 77%, ακολουθούμενα από τις ιδιωτικές εταιρείες που κατέχουν το 21%. Μεγαλύτερα ποσοστά χρήσης των ΕΛΤΑ παρουσιάζονται στις επιχειρήσεις Εμπορίου με 84% και στις Υπηρεσίες με 83%.

Αναλύοντας τη χρήση των ιδιωτικών εταιρειών για την αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων, λόγω μικρής βάσης, μπορούμε να αναφέρουμε ενδεικτικά ότι η ACS έχει μεγαλύτερο ποσοστό στη χρήση από τις επιχειρήσεις και φθάνει το 36%, ενώ ακολουθεί η DHL με 23%. Οι ίδιες εταιρείες χρησιμοποιούνται και ως εναλλακτική επιλογή με ποσοστά 60% και 24% αντίστοιχα.



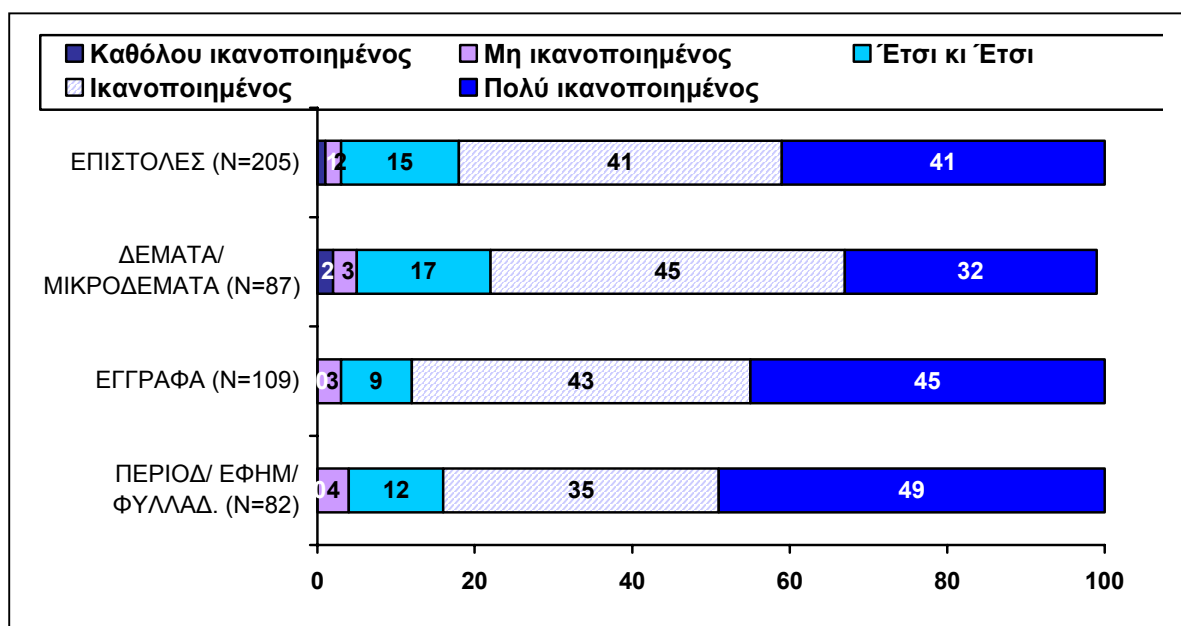
Κεφάλαιο 4:

Βαθμός ικανοποίησης από τους Φορείς/ Εταιρείες παροχής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών και Ταχυμεταφορών

Το επόμενο θέμα εξέτασης στην έρευνα , αποτέλεσε ο **βαθμός ικανοποίησης από τους φορείς/ εταιρείες παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών**, σε πρώτο στάδιο ως προς την **ποιότητα** που προσφέρουν και σε δεύτερο ως προς τη **συνολική ικανοποίηση** από τις εταιρείες. Επιδίωξη ήταν η καταγραφή του βαθμού ικανοποίησης των επιχειρήσεων από το φορέα/ εταιρεία παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών που χρησιμοποιούν συνήθως για κάθε μια από τις υπηρεσίες αποστολής επιστολών, αποστολής δεμάτων/ μικρό-δεμάτων/ προϊόντων, μεταφοράς εγγράφων και αποστολής περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων.

Η βαθμολόγηση πραγματοποιήθηκε με **κλίμακα από 1 μέχρι 5**, όπου 1 σημαίνει καθόλου ικανοποιημένος και 5 πολύ ικανοποιημένος. Ακολουθούν τα αποτελέσματα μόνο δύο εταιρειών, τα ΕΛΤΑ και την ACS, επειδή μόνο αυτές οι εταιρείες συγκέντρωσαν ικανοποιητικό αριθμό χρηστών, οι οποίοι μπορούν να προσδιορίσουν αξιόπιστα αποτελέσματα.

Ξεκινώντας με το βαθμό ικανοποίησης των χρηστών των ΕΛΤΑ ως προς την ποιότητα που τους προσφέρουν, διαπιστώνεται ότι:



Για τις **επιστολές** το 41% των χρηστών είναι πολύ ικανοποιημένο με τη ποιότητα των **ΕΛΤΑ** και το 41% δηλώνει ικανοποιημένο. Το 15% δίνει μία μέση βαθμολογία, ενώ μόνο το 3% λει οτι δεν είναι ικανοποιημένο.

Για τα **δέματα/ μικρό-δέματα** το 32% είναι πολύ ικανοποιημένο από τα ΕΛΤΑ και το 45% ικανοποιημένο, ενώ το 17% έχει δώσει μέση βαθμολογία. Τέλος το υπόλοιπο 5% υποστηρίζει ότι δεν είναι ικανοποιημένο, από το οποίο το 2% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο.

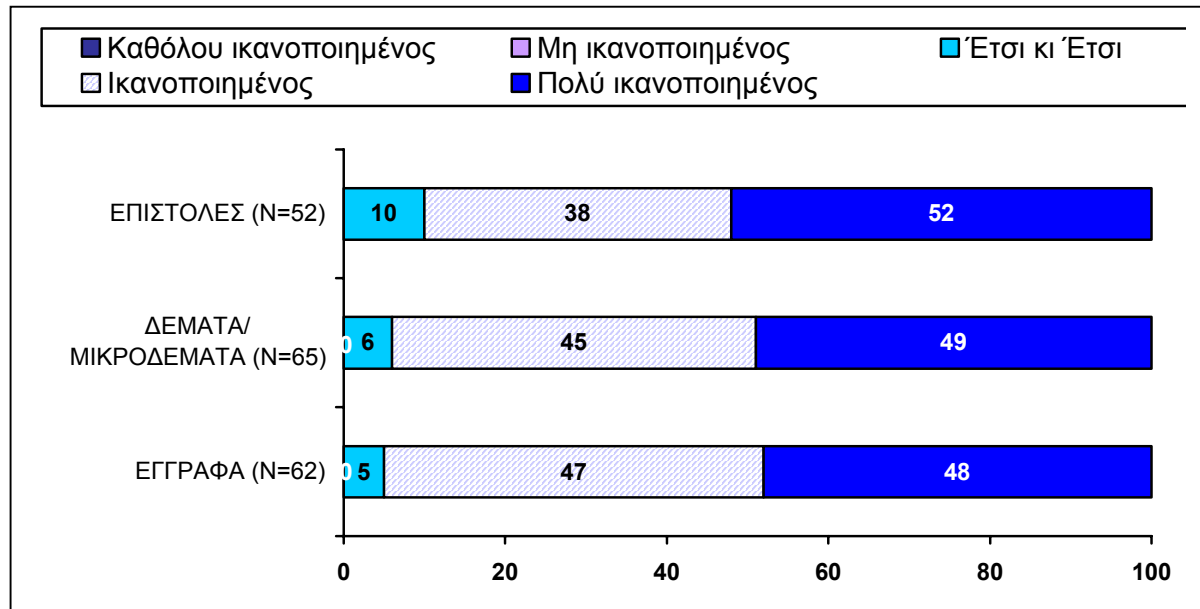
Όσον αφορά τη **μεταφορά εγγράφων** το 88% των χρηστών της υπηρεσίας αυτής από τα ΕΛΤΑ είναι ικανοποιημένο με την ποιότητα, από το οποίο το 45% είναι πολύ ικανοποιημένο. Όσοι ανέφεραν μια αδιάφορη κατάσταση περιορίζονται στο 9% και το υπόλοιπο 3% δεν είναι ικανοποιημένο.

Τέλος για την **αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων** το 49% των χρηστών δηλώνει πολύ ικανοποιημένο και το 35% ικανοποιημένο, ενώ το 12% δίνει μέση βαθμολογία και το 16% υποστηρίζει ότι δεν είναι ικανοποιημένο, από το οποίο το 4% δεν είναι ικανοποιημένο καθόλου.

Οι Μέσοι Οροι για τη κάθε υπηρεσία – με απόλυτα θετική βαθμολογία το 5 - διαμορφώνονται ως εξής:

- Επιστολές - 4.20
- Δέματα/ μικρό-δέματα/ προϊόντα - 4.01
- Έγγραφα - 4.30
- Περιοδικά/ εφημερίδες κλπ - 4.29

Οι χρήστες της **ACS** στις διάφορες υπηρεσίες που προσφέρει, όσον αφορά το βαθμό ικανοποίησης τους από τη ποιότητα που τους προσφέρει η εταιρεία, έχουν αναφέρει τα ακόλουθα:



Για τις **επιστολές** το 52% των χρηστών είναι πολύ ικανοποιημένο με τη ποιότητα της ACS, ενώ το 38% είναι ικανοποιημένο και το 10% δίνει μία μέση βαθμολογία.

Για τα **δέματα/ μικρό-δέματα/ προϊόντα** το 49% είναι πολύ ικανοποιημένο από την ACS και το 45% είναι ικανοποιημένο, ενώ το 6% έχει δώσει μέση βαθμολογία.

Αναφορικά με τη μεταφορά εγγράφων το 95% των χρηστών της υπηρεσίας αυτής από την ACS είναι ικανοποιημένοι με την ποιότητα, από το οποίο το 48% είναι πολύ ικανοποιημένοι. Όσοι δήλωσαν μια αδιάφορη στάση περιορίζονται στο 5%.

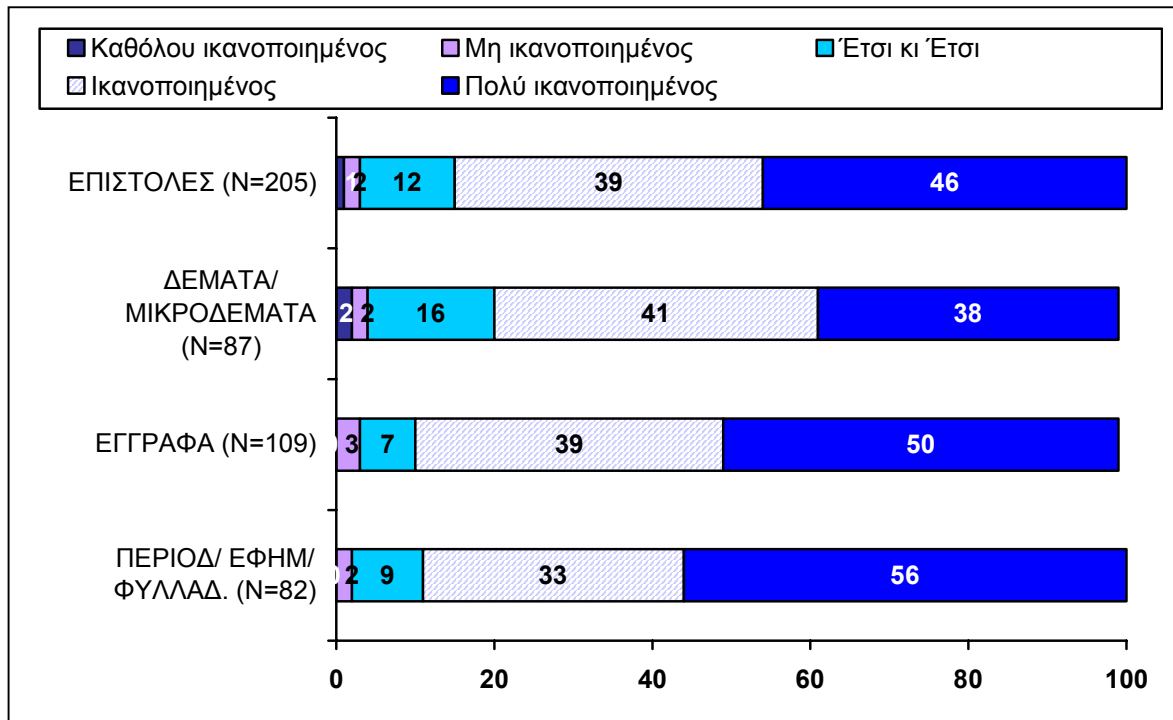
Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι και για τις τρεις υπηρεσίες κανένας δεν δηλώνει μη ικανοποιημένος.

Οι Μέσοι Οροι για τη κάθε υπηρεσία διαμορφώνονται ως εξής:

- Επιστολές - 4.42
- Δέματα/ μικρό-δέματα/ προϊόντα - 4.43
- Έγγραφα - 4.44

Στη συνέχεια, μέσα στα ίδια πλαίσια, ζητήθηκε από τους χρήστες των υπηρεσιών αυτών να δώσουν τη **συνολική ικανοποίηση** που έχουν από τις εταιρείες που χρησιμοποιούν για τις 4 υπηρεσίες.

Για τα **ΕΛΤΑ** η **συνολική αξιολόγηση**, έχει ως εξής:



Για τις **επιστολές** το 46% των χρηστών είναι πολύ ικανοποιημένο συνολικά με τα ΕΛΤΑ, ενώ το 39% δηλώνει ικανοποιημένο. Το 12% δίνει μία μέση βαθμολογία ενώ μόνο το 3% λει ότι δεν είναι ικανοποιημένο.

Για τα **δέματα/ μικρό-δέματα/ προϊόντα** το 38% ανέφερε ότι είναι πολύ ικανοποιημένο από τα ΕΛΤΑ και το 41% ικανοποιημένο, ενώ το 16% έχει δώσει μέση βαθμολογία. Τέλος, το υπόλοιπο 4% υποστηρίζει ότι δεν είναι ικανοποιημένο, από το οποίο το 2% δεν είναι καθόλου ικανοποιημένο.

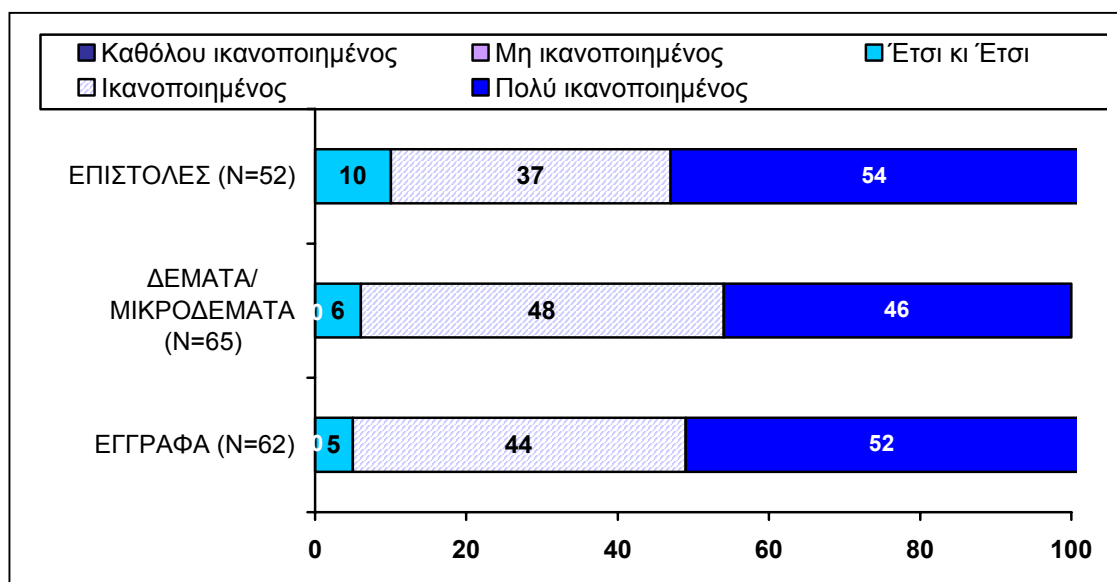
Αναφορικά με τη **μεταφορά εγγράφων** το 89% των χρηστών της υπηρεσίας αυτής από τα ΕΛΤΑ είναι ικανοποιημένο συνολικά, από το οποίο το 50% είναι πολύ ικανοποιημένο. Το υπόλοιπο 7% δήλωσε ότι είναι ικανοποιημένο έτσι κι έτσι.

Τέλος, για την **αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων** το 56% δηλώνει πολύ ικανοποιημένο και το 33% ικανοποιημένο. Το 9% δηλώνει αδιάφορη αξιολόγηση ενώ μόνο το 2% είναι μη ικανοποιημένο.

Οι Μέσοι Όροι για τη κάθε υπηρεσία διαμορφώνονται ως εξής:

- Επιστολές - 4.28
- Δέματα/ μικρό-δέματα - 4.10
- Έγγραφα - 4.38
- Περιοδικά/ εφημερίδες/ φυλλάδια - 4.43

Οι χρήστες της ACS στις διάφορες υπηρεσίες που προσφέρει έχουν αναφέρει τα ακόλουθα ως προς το βαθμό συνολικής ικανοποίησης τους από την εταιρεία:



Για τις **επιστολές** το 54% των χρηστών είναι πολύ ικανοποιημένο συνολικά από την ACS, ενώ το 37% δηλώνει ότι είναι ικανοποιημένο και το 10% δίνει μία μέση βαθμολογία.

Για τα **δέματα/ μικρό-δέματα** το 46% είναι πολύ ικανοποιημένο από την ACS και το 48% είναι ικανοποιημένο. Τέλος το 6% έχει δώσει μέση βαθμολογία.

Σχετικά με τη **μεταφορά εγγράφων** το 96% των χρηστών της υπηρεσίας αυτής από την ACS δηλώνει ικανοποιημένο γενικά, από το οποίο το 52% είναι πολύ ικανοποιημένο. Όσοι δήλωσαν αδιάφορη βαθμολογία, παραμένουν στο 5%. Χαρακτηριστικό είναι ότι, όπως και στην αξιολόγηση της ποιότητας της ACS, κανένας δεν δηλώνει μη ικανοποιημένος από την εταιρεία αυτή.

Οι Μέσοι Όροι για τη κάθε υπηρεσία διαμορφώνονται ως εξής:

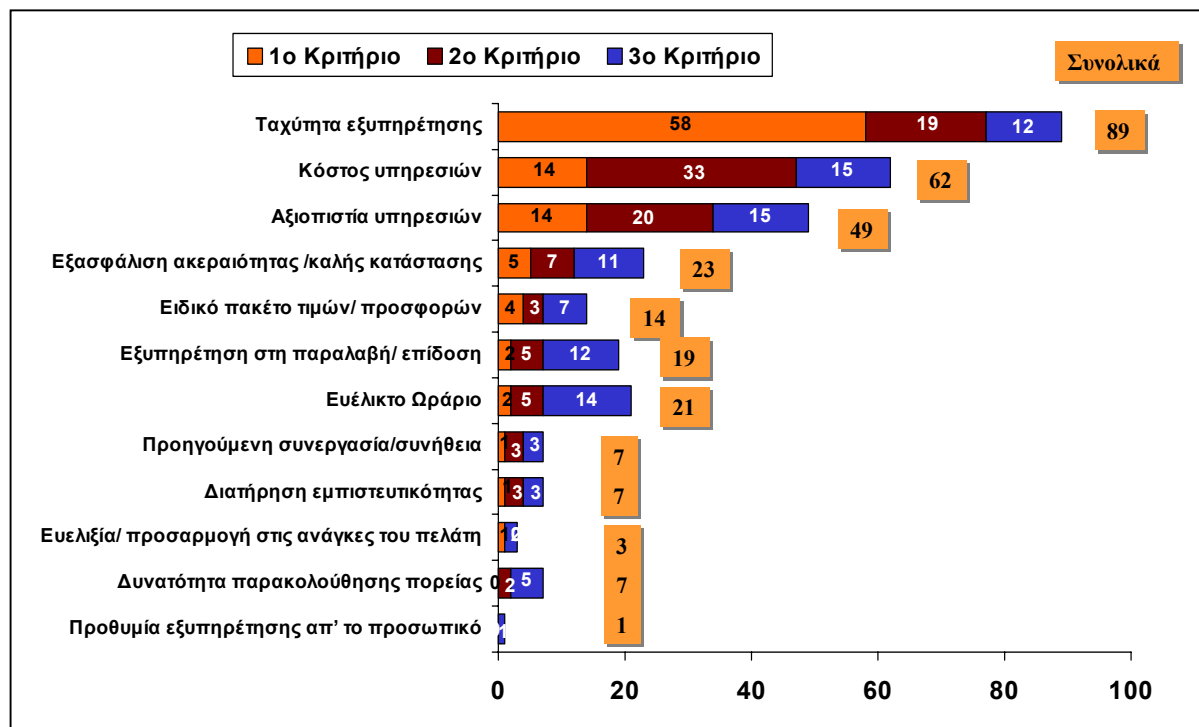
- Επιστολές - 4.44
- Δέματα/ μικρό-δέματα - 4.40
- Έγγραφα - 4.47

Κεφάλαιο 5:

Κριτήρια επιλογής Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

Αποστολή επιστολών

Ο προσδιορισμός της σημαντικότητας των κριτηρίων επιλογής των ταχυδρομικών υπηρεσιών αποτέλεσε τον επόμενο ερευνητικό στόχο της Ερευνας. Μέσα από μια λίστα χαρακτηριστικών, οι ερωτώμενοι καθόρισαν ποια από αυτά θα έπρεπε να τους παρέχει ένας ταχυδρομικός φορέας/ εταιρεία, ώστε να τον/την επιλέγουν για την αποστολή επιστολών, δεμάτων/ μικρό-δεμάτων και τη μεταφορά εγγράφων. Ο κάθε ερωτώμενος στην επιχείρηση κλήθηκε να προσδιορίσει μέσα από τη λίστα τα πρώτα 3 κριτήρια τα οποία θεωρούσε ως τα πιο σημαντικά.



Για τις **επιστολές** οι ερωτώμενοι θεωρούν **ως κύριο κριτήριο** τη **ταχύτητα εξυπηρέτησης**, γι αυτό ένα ποσοστό 58% το κατατάσσει ως 1ο κριτήριο, 19% ως 2ο και το 12% ως 3ο κριτήριο. Συνολικά το 89% των επιχειρήσεων κατατάσσει τη ταχύτητα εξυπηρέτησης μέσα στα πρώτα 3 κριτήρια για την επιλογή της εταιρείας που θα αποστείλουν επιστολές.

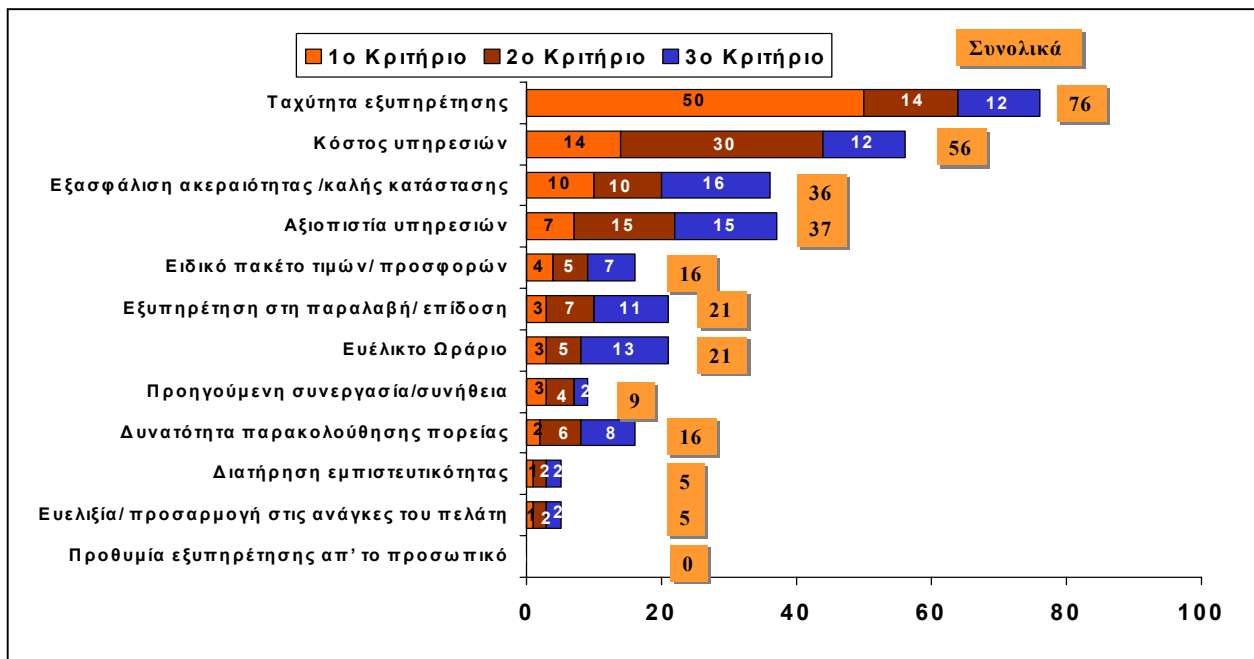
Στη συνέχεια ακολουθεί **το κόστος των υπηρεσιών** όπου το 14% το κατατάσσει 1ο κριτήριο, το 33% ως 2ο και το 15% ως 3ο κριτήριο. Συνολικά το 62% τοποθετεί την αξιοπιστία των υπηρεσιών μέσα στα πρώτα 3 κριτήρια επιλογής.

Ακολούθως, **η αξιοπιστία των υπηρεσιών** τοποθετείται μέσα στα 3 πρώτα κριτήρια επιλογής από το 49% του κοινού, με το 14% να το τοποθετεί ως 1ο, το 20% ως 2ο και το 15% ως 3ο κριτήριο.

Τα επόμενα χαρακτηριστικά αξιολογήθηκαν από τους ερωτώμενους ως πιο χαμηλής σημασίας. Πιο συγκεκριμένα, **η εξασφάλιση ακεραιότητας/ καλής κατάστασης** συγκεντρώνει συνολικό ποσοστό 23%, το **ευέλικτο ωράριο** 21%, η **εξυπηρέτηση στη παραλαβή/ επίδοση** 19% και το **ειδικό πακέτο τιμών/ προσφορών** 14%, ενώ όλα τα άλλα είχαν συνολική αξιολόγηση κάτω από 10%.

Αποστολή δεμάτων/ μικρο-δεμάτων

Όσον αφορά τα **δέματα/ μικρό-δέματα**, η **ταχύτητα εξυπηρέτησης** παραμένει ως 1ο κριτήριο επιλογής ταχυδρομικού φορέα/ εταιρείας. Πιο συγκεκριμένα:



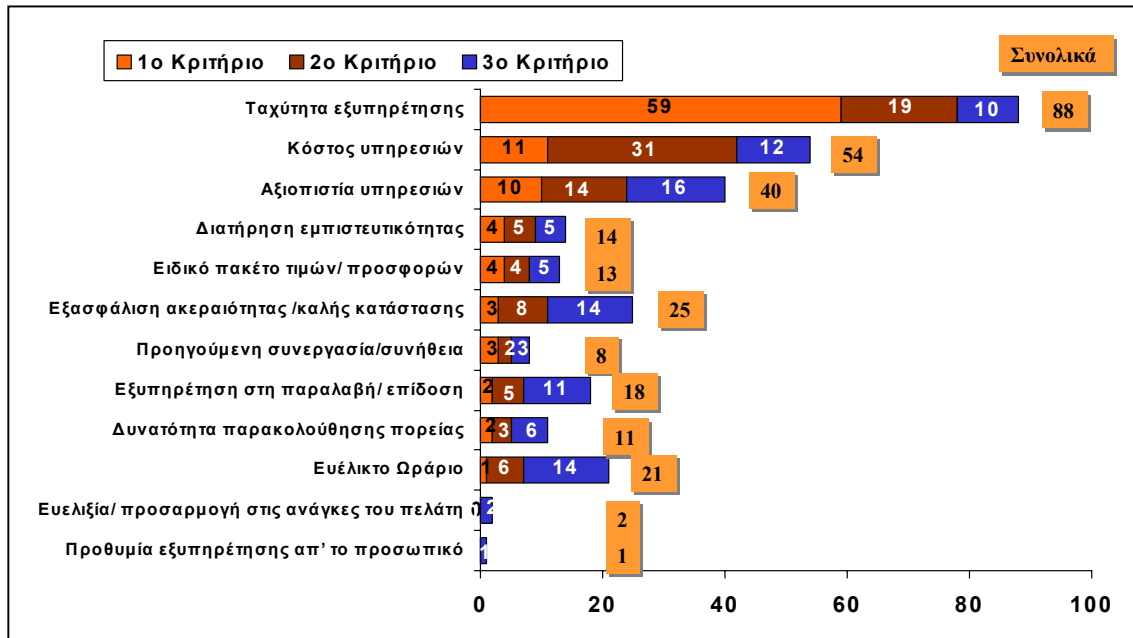
Η **ταχύτητα εξυπηρέτησης** ως 1ο κριτήριο επιλογής συγκεντρώνει το 50% των ερωτώμενων, ως 2ο κριτήριο το 14% και ως 3ο το 12%. Συνολικά, το 76% το κατατάσσει στα πρώτα 3 κριτήρια επιλογής.

Στη συνέχεια, το **κόστος υπηρεσιών τοποθετείται** από το 14% ως 1ο κριτήριο, από το 30% ως 2ο και από το 12% ως 3ο. Συνολικά το 56% τοποθετεί το κόστος των υπηρεσιών μέσα στα πρώτα 3 κριτήρια επιλογής.

Η **αξιοπιστία υπηρεσιών** βρίσκεται επίσης στα κριτήρια που θεωρούνται σημαντικά για την επιλογή εταιρείας αποστολής δεμάτων/ μικρό-δεμάτων συγκεντρώνοντας συνολικό ποσοστό 37%, ακολουθούμενη από την εξασφάλιση ακεραιότητας/ καλής κατάστασης με 36% την εξυπηρέτηση στη παραλαβή/ επίδοση με 21% και το ειδικό πακέτο τιμών/ προσφορών και η δυνατότητα παρακολούθησης πορείας με συνολικό ποσοστό 16%. Όλα τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά είχαν συνολική αξιολόγηση κάτω από 10%.

Αποστολή εγγράφων

Εξετάζοντας την **υπηρεσία μεταφοράς εγγράφων**, διαπιστώνουμε ότι η ταχύτητα εξυπηρέτησης παραμένει το πιο ισχυρό κριτήριο στην επιλογή εταιρείας. Αναλυτικά:



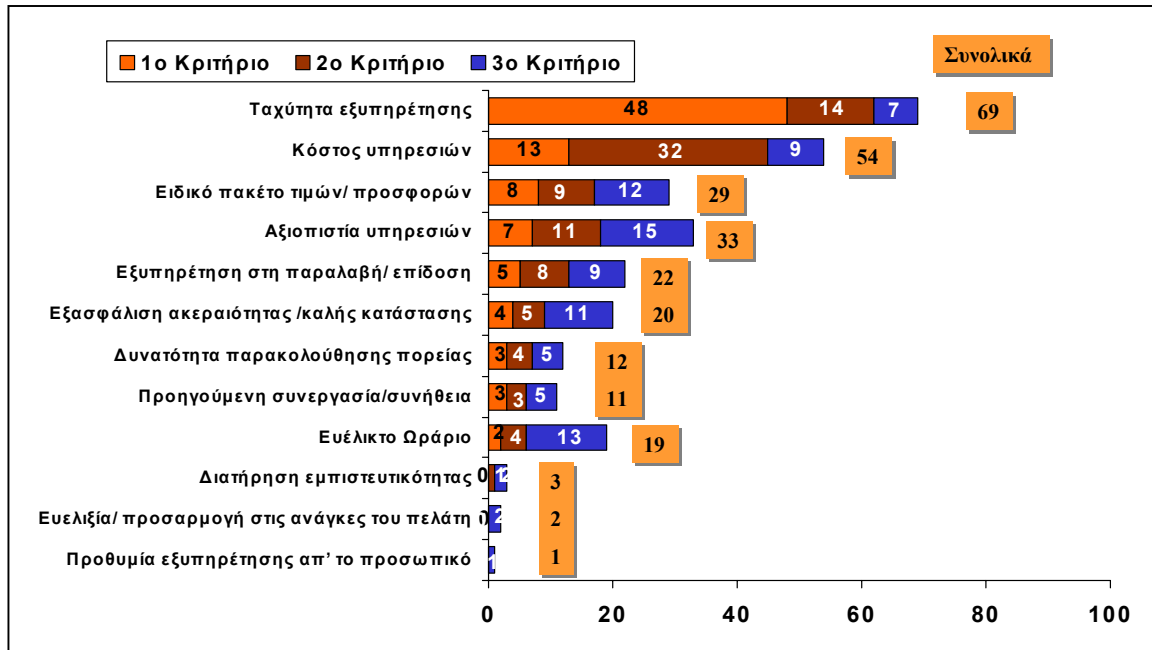
Η **ταχύτητα εξυπηρέτησης** συγκεντρώνει το 59% ως 1ο κριτήριο επιλογής, το 19% ως 2ο και το 10% ως 3ο κριτήριο. Αθροίζοντας, διαπιστώνουμε ότι το 88% των ερωτώμενων κατατάσσει τη ταχύτητα εξυπηρέτησης μέσα στα 3 πρώτα κριτήρια επιλογής.

Στη συνέχεια, το **κόστος εξυπηρέτησης** συγκεντρώνει το 11% ως πρώτο κριτήριο, 31% ως 2ο και 12% ως 3ο κριτήριο και συνολική αξιολόγηση 54%. Η αξιοπιστία των υπηρεσιών συγκεντρώνει 10% ως 1ο κριτήριο, 14% ως 2ο, 16% ως 3ο και συνολική αξιολόγηση 40%.

Η **εξασφάλιση ακεραιότητας/ καλής κατάστασης** βρίσκεται επίσης στα κριτήρια που θεωρούνται σημαντικά για την επιλογή εταιρείας μεταφοράς εγγράφων συγκεντρώνοντας συνολικό ποσοστό 25%, ακολουθούμενη από την εξυπηρέτηση στη παραλαβή/ επίδοση με 21%. Όλα τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά είχαν συνολική αξιολόγηση κάτω από 18%.

Αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων κλπ

Κλείνοντας το κεφάλαιο και εξετάζοντας τα κριτήρια επιλογής εταιρείας για την αποστολή περιοδικών/ εφημερίδων / ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων διαπιστώνεται και πάλι ότι η ταχύτητα εξυπηρέτησης είναι το κυριότερο κριτήριο που θέτουν οι ερωτώμενοι για την επιλογή τους.



Πιο συγκεκριμένα, η **ταχύτητα εξυπηρέτησης** συγκεντρώνει 48% ως 1ο κριτήριο, 14% ως 2ο και 7% ως 3ο. Συνολικά το 69% το κατατάσσει στα πρώτα 3 κριτήρια επιλογής της εταιρείας. Ακολουθεί το κόστος των υπηρεσιών με συνολική αξιολόγηση 54%, και συγκεκριμένα το 13% το θεωρεί ως 1ο κριτήριο, το 32% ως 2ο και το 9% ως 3ο.

Η **αξιοπιστία των υπηρεσιών** είναι το κριτήριο που ακολουθεί με 33% συνολική αξιολόγηση και έπονται το ειδικό πακέτο τιμών/ προσφορών με 29%, η εξυπηρέτηση στη παραλαβή/ επίδοση με 22%, η εξασφάλιση ακεραιότητας/ καλής κατάστασης με 20% και το ευέλικτο ωράριο με 19%. Τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά βαθμολογούνται συνολικά με ποσοστά κάτω από 12%.

Κεφάλαιο 6:

Τόπος αποστολής και προέλευσης επιστολών, δεμάτων/ μικρο-δεμάτων, εγγράφων και περιοδικών/ εφημερίδων / ενημερωτικών – διαφημιστικών φυλλαδίων

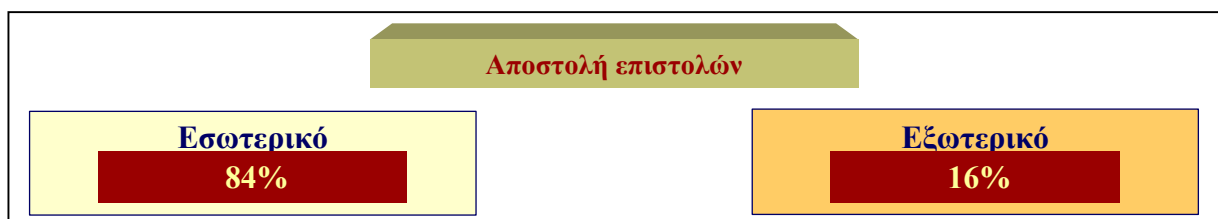
Ο τόπος αποστολής και προέλευσης των **επιστολών**, των **δεμάτων/ μικρό-δεμάτων**, των **εγγράφων** και των **περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων**, καθώς και ο προσδιορισμός των αποστολέων και των παραληπτών ήταν οι επόμενοι ερευνητικοί στόχοι της έρευνας.

Με το τόπο αποστολής και προέλευσης η έρευνα στοχεύει στην εκτίμηση του καταμερισμού των αποστολών και λήψεων εσωτερικού και εξωτερικού καθώς και στη περαιτέρω κατανομή τους σε ευρύτερες γεωγραφικές περιφέρειες του εσωτερικού και ευρύτερες περιοχές του εξωτερικού.

Επιπλέον, οι ερωτώμενοι κλήθηκαν να προσδιορίσουν το «αντικείμενο» της επικοινωνίας, όπως επικοινωνία με Τράπεζες, Δημόσιες επιχειρήσεις/ Οργανισμούς, Προμηθευτές κ.α.

Επιστολές

Η αποστολή επιστολών στο εσωτερικό αποτελεί την πλειοψηφία των αποστολών με ποσοστό 84%, ενώ το υπόλοιπο 16% των επιστολών αποστέλλεται στο εξωτερικό.

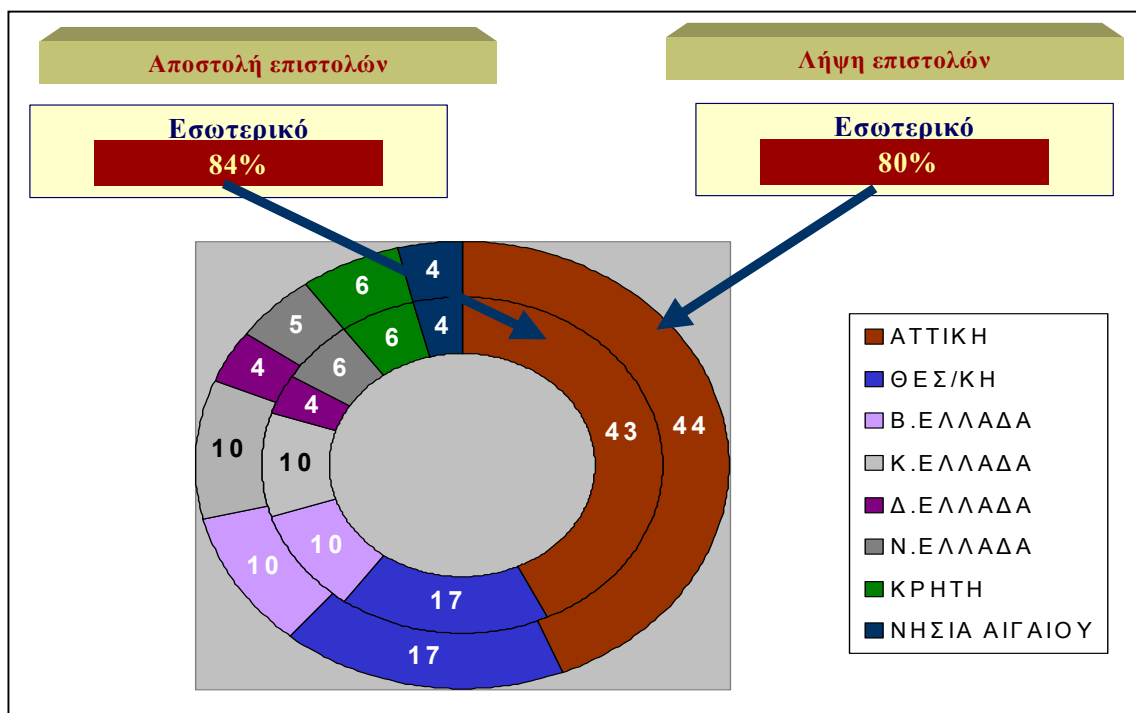
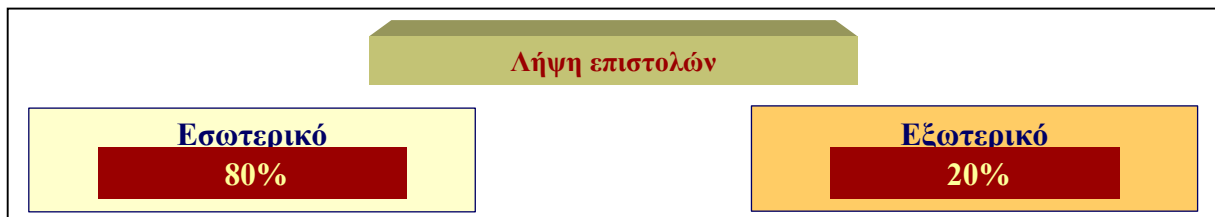


Πιο συγκεκριμένα, περισσότερες επιστολές στο εσωτερικό στέλνουν οι επιχειρήσεις Εμπορίου με ποσοστό 88% , ενώ στο εξωτερικό περισσότερες επιστολές αποστέλλουν οι Βιομηχανίες με ποσοστό 22%.

Οι περισσότερες επιστολές εσωτερικού στέλλονται στην Αθήνα με ποσοστό 43% και ακολουθούν η Θεσσαλονίκη με 17% και η Β. Ελλάδα με 10%. Το υπόλοιπο 30% διανέμεται στις υπόλοιπες περιοχές της χώρας.

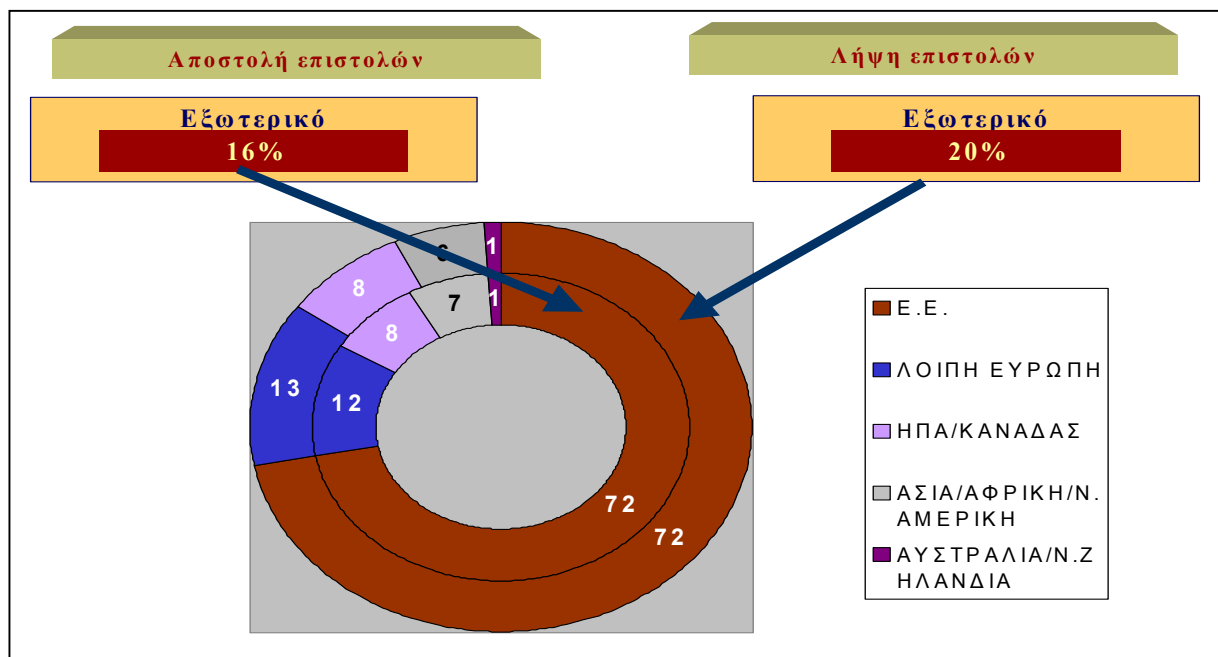
Όσον αφορά τις επιστολές εξωτερικού, οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης δέχονται τις περισσότερες με ποσοστό 72% και ακολουθούν οι χώρες της υπόλοιπης Ευρώπης με 12%, οι ΗΠΑ/ Καναδάς με 8% και οι υπόλοιπες ήπειροι με 8%.

Στα ίδια ποσοστά περίπου κυμαίνονται και οι λήψεις επιστολών από τις επιχειρήσεις, όπου το 80% προέρχεται από το εσωτερικό και 20% από το εξωτερικό.



Αναλυτικότερα, περισσότερες επιστολές εσωτερικού προέρχονται από την Αθήνα με ποσοστό 44% και ακολουθούν η Θεσσαλονίκη με 17% και η Β. Ελλάδα με 10%. Το υπόλοιπο 29% προέρχεται από τις υπόλοιπες περιοχές της χώρας.

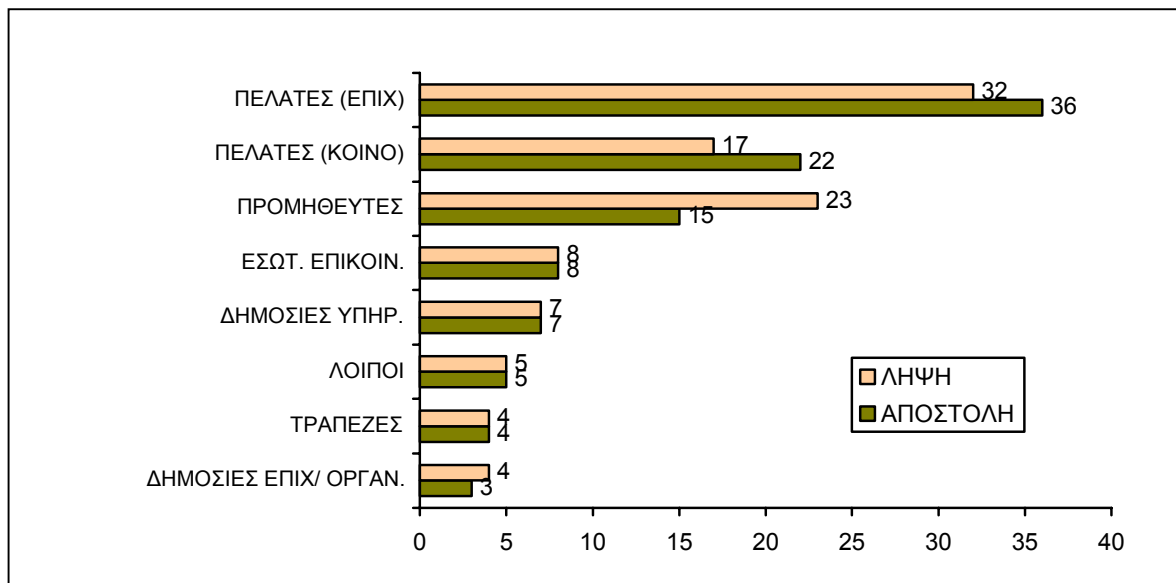
Όσον αφορά τις επιστολές εξωτερικού, οι περισσότερες επιστολές προέρχονται από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης με ποσοστό 72% και ακολουθούν οι χώρες της υπόλοιπης Ευρώπης με 13%, οι ΗΠΑ/ Καναδάς με 8% και οι υπόλοιπες ήπειροι με 7%.



Οι πελάτες (κοινό ή επιχειρήσεις) και οι προμηθευτές αποτελούν κατά κύριο λόγο τους αποδέκτες αλλά και τους αποστολείς των επιστολών των επιχειρήσεων.

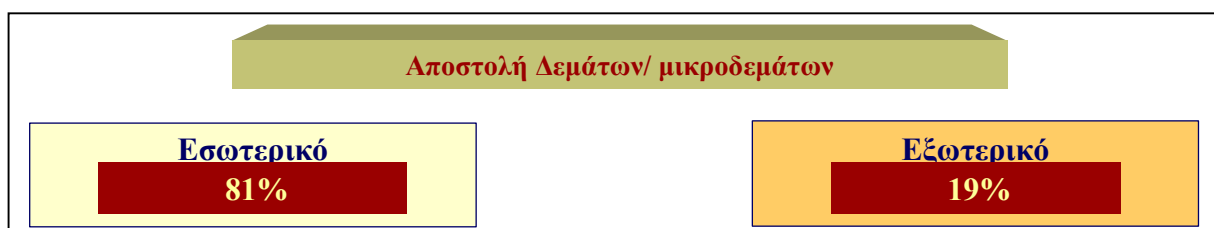
Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις αποστέλλουν επιστολές στους πελάτες (επιχειρήσεις) τους σε ποσοστό 36%, στους πελάτες (κοινό) 22% και στους προμηθευτές 15%. Πιο χαμηλά ποσοστά αντιστοιχούν στην εσωτερική επικοινωνία 8%, ενώ για διάφορους φορείς αντιστοιχεί το υπόλοιπο 19%, από το οποίο το 7% πάει στις Δημόσιες Υπηρεσίες.

Τα ίδια περίπου ποσοστά αντιστοιχούν και στους αποστολείς των επιστολών τις οποίες λαμβάνουν οι επιχειρήσεις, όπου το 32% προέρχεται από πελάτες (επιχειρήσεις), το 23% από προμηθευτές, το 17% από πελάτες (κοινό) και το 8% από εσωτερική επικοινωνία. Πιο χαμηλά ποσοστά έχουν οι Δημόσιες Υπηρεσίες με 7%, οι Λοιποί αποδεκτές με 5% και οι Τράπεζες με τις Δημόσιες Επιχειρήσεις/ Οργανισμούς με 4%.



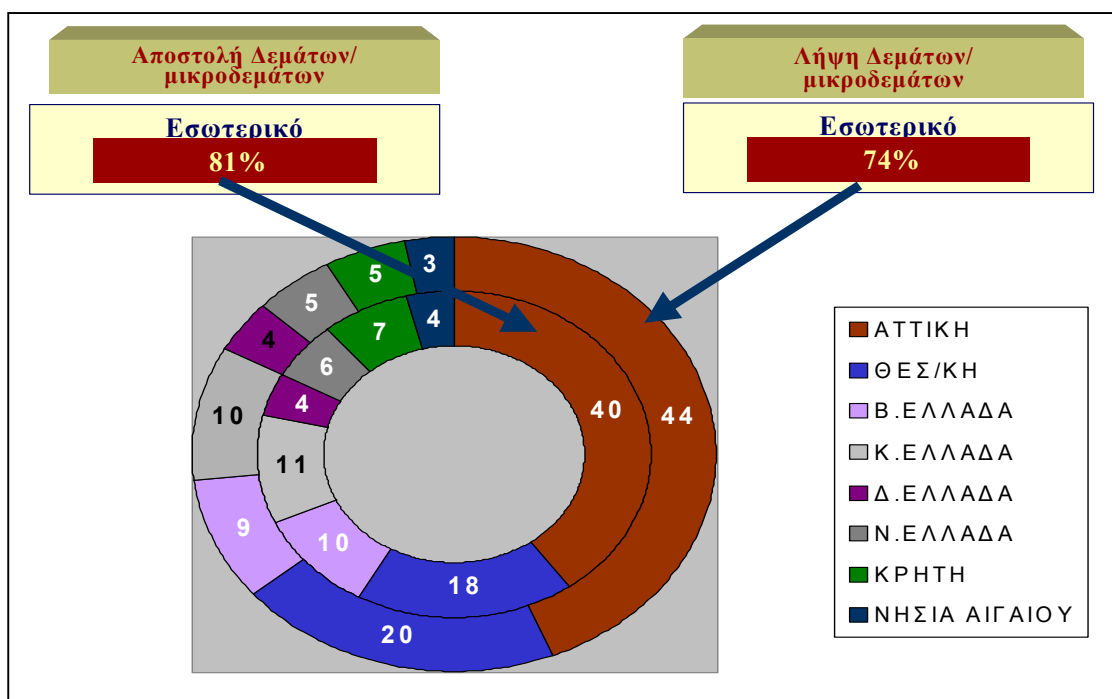
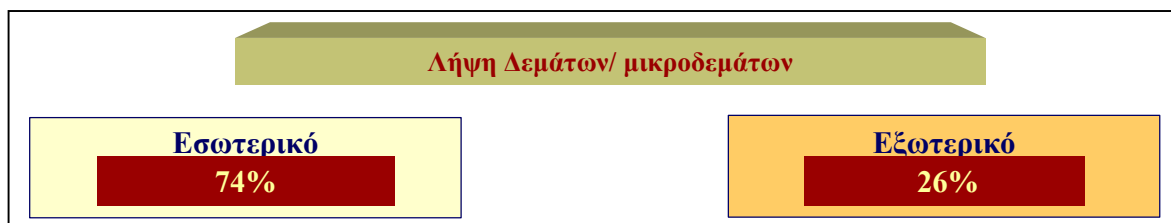
Δέματα/ Μικρο-δέματα/ Προϊόντα

Η ίδια περίπου συμπεριφορά με την αποστολή των επιστολών καταγράφεται και στην αποστολή δεμάτων/ μικρό-δεμάτων/ προϊόντων από τις επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα το 81% των επιχειρήσεων αποστέλλει δέματα/ μικρό-δέματα/ προϊόντα στο εσωτερικό και 19% στο εξωτερικό. Περισσότερες αποστολές στο εσωτερικό έχουν οι Υπηρεσίες και οι Δημόσιες Υπηρεσίες με 87% ενώ στο εξωτερικό έχουν οι Βιομηχανίες με 32%.

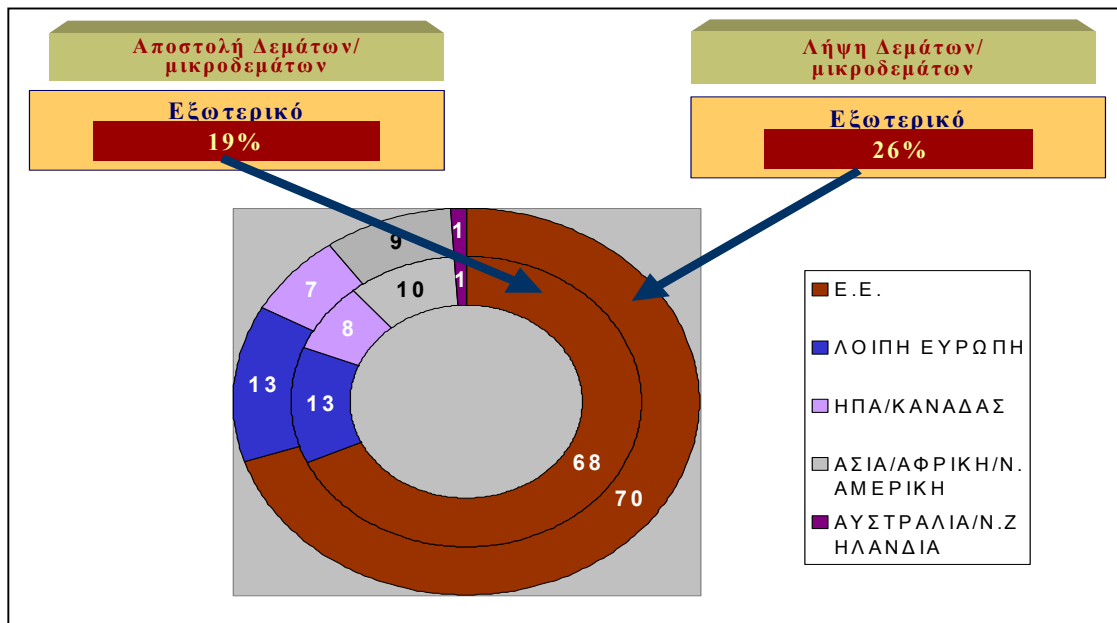


Αναλυτικότερα, τα δέματα/ μικρό-δέματα/ προϊόντα που αποστέλλονται στο εσωτερικό έχουν προορισμό την Αθήνα σε ποσοστό 40%, τη Θεσσαλονίκη 18%, τη Β. Ελλάδα 10%, τη Κ. Ελλάδα 11% τη Κρήτη 7%, τη Ν. Ελλάδα 6%, τα νησιά του Αιγαίου και τη Δ. Ελλάδα 4%. Αντίστοιχα, από όσα αποστέλλονται στο Εξωτερικό το 68% έχει προορισμό την Ευρωπαϊκή Ένωση, το 13% τη Λοιπή Ευρώπη, το 8% τις ΗΠΑ/ Καναδά και το υπόλοιπο 11% τις άλλες ηπείρους.

Η λήψη δεμάτων/ μικρό-δεμάτων/ προϊόντων από τις επιχειρήσεις παρουσιάζει διαφοροποίηση στο ποσοστό του εξωτερικού απ' όπου λαμβάνουν το 26%, ενώ από το εσωτερικό λαμβάνουν το υπόλοιπο 74%. Περισσότερες παραλαβές από το εξωτερικό έχουν οι Βιομηχανίες με ποσοστό 33%. Αντίθετα, περισσότερες παραλαβές από το εσωτερικό έχουν οι Υπηρεσίες με 84%.

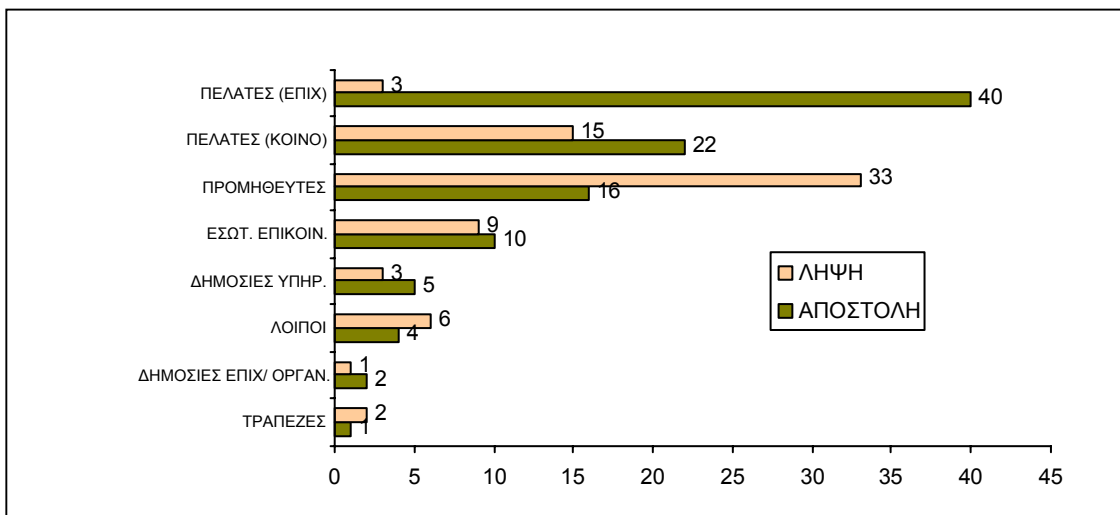


Η λήψη δεμάτων/ μικρό-δεμάτων/ προϊόντων από το εσωτερικό προέρχεται κυρίως από τη Αθήνα σε ποσοστό 44% και ακολουθεί η Θεσσαλονίκη με 20%, η Β. Ελλάδα με 9% και η Κ. Ελλάδα με 10%. Το υπόλοιπο 17% προέρχεται από τις άλλες περιοχές της Ελλάδας.



Η Ευρωπαϊκή Ένωση συνεχίζει να έχει τα μεγαλύτερα ποσοστά ως τόπος προέλευσης των δεμάτων/ μικρό-δεμάτων/ προϊόντων εξωτερικού και παρουσιάζει μερίδιο 70%. Ακολουθεί η Λοιπή Ευρώπη με 13%, η Ασία/ Αφρική/ Αμερική με 9%, οι ΗΠΑ/ Καναδάς με 7% και τέλος η Αυστραλία/ Ν. Ζηλανδία με 1%.

Οι πελάτες (κοινό ή επιχειρήσεις) και οι προμηθευτές αποτελούν και στη περίπτωση των δεμάτων/ μικρό-δεμάτων/ προϊόντων τους κύριους αποδέκτες αλλά και αποστολείς.

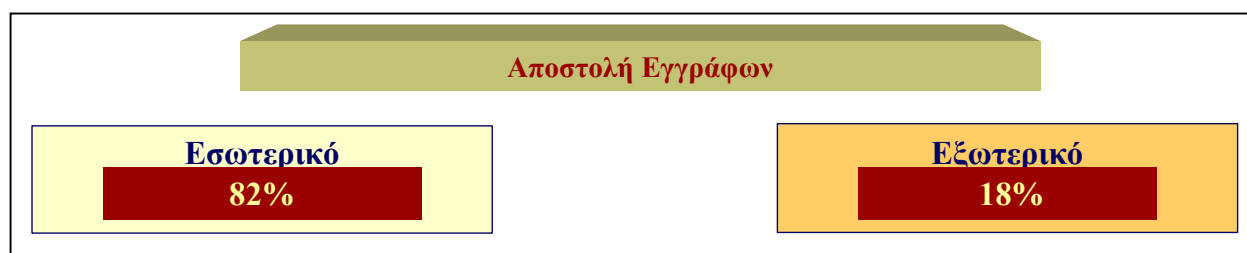


Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις αποστέλλουν δέματα/ μικρό-δέματα/ προϊόντα στους πελάτες (επιχειρήσεις) τους σε ποσοστό 40%, στους πελάτες (κοινό) 22% και στους προμηθευτές 16%. Πιο χαμηλά ποσοστά αντιστοιχούν στην εσωτερική επικοινωνία – 10% ενώ για διάφορους φορείς αντιστοιχεί το υπόλοιπο 22%, από το οποίο το 5% πάει στις Δημόσιες Υπηρεσίες.

Διαφοροποιημένα είναι τα ποσοστά που αντιστοιχούν στους αποστολείς των δεμάτων/ μικρό-δεμάτων/ προϊόντων τα οποία λαμβάνουν οι επιχειρήσεις, όπου το 46% προέρχεται από προμηθευτές, το 21% από πελάτες (κοινό) και το 13% από εσωτερική επικοινωνία. Πιο χαμηλά ποσοστά έχουν οι Λοιποί αποδεκτές με 8% οι Δημόσιες Υπηρεσίες με 4%, οι πελάτες (επιχειρήσεις) με 4%, οι και οι Τράπεζες με 3% και οι Δημόσιες Επιχειρήσεις/ Οργανισμοί με 1%.

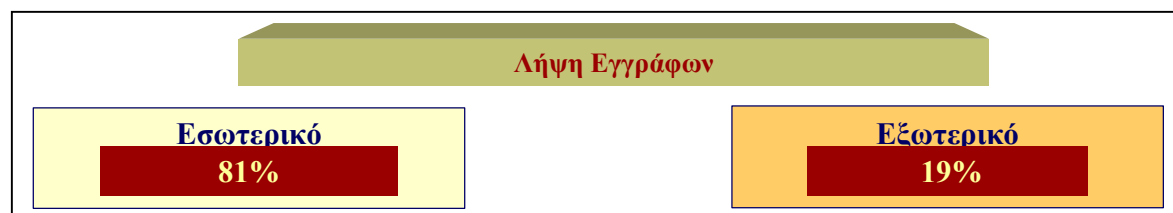
Εγγραφα

Η αποστολή εγγράφων στο εσωτερικό έχει τη πλειοψηφία των αποστολών με ποσοστό 82%, ενώ το υπόλοιπο 18% αποστέλλεται στο εξωτερικό.

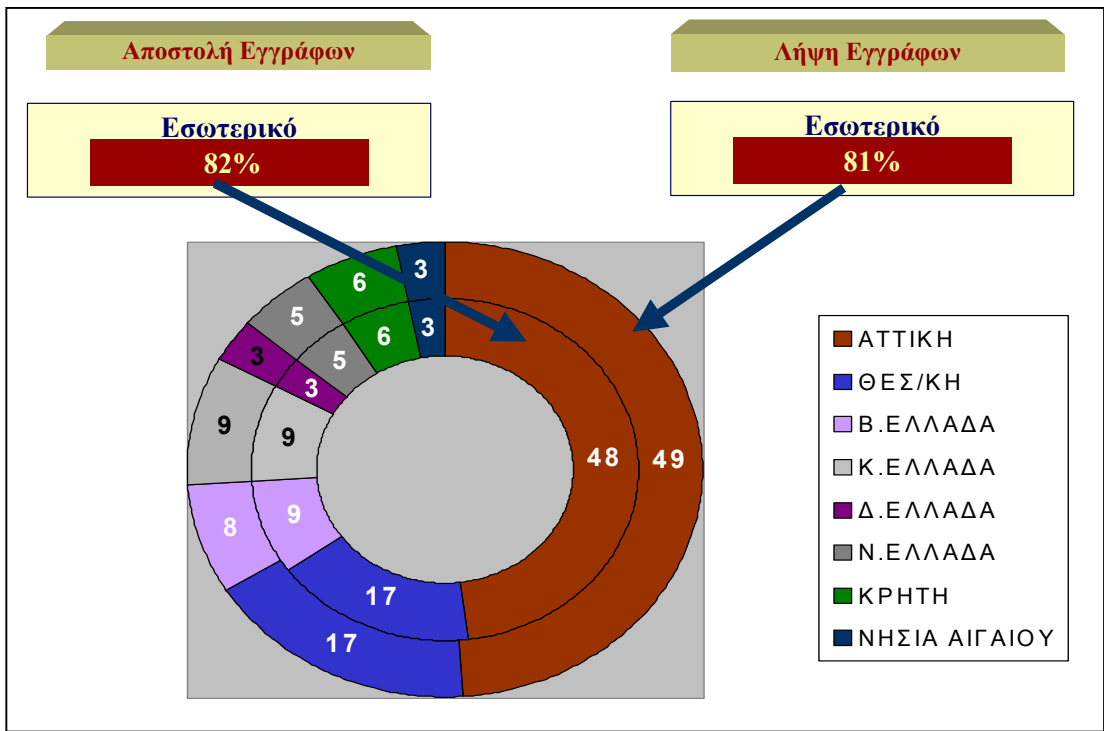


Πιο συγκεκριμένα, περισσότερα έγγραφα στο εσωτερικό στέλνουν οι Δημόσιες Υπηρεσίες με ποσοστό 89% , ενώ στο εξωτερικό περισσότερα αποστέλλουν οι Βιομηχανίες με ποσοστό 25%.

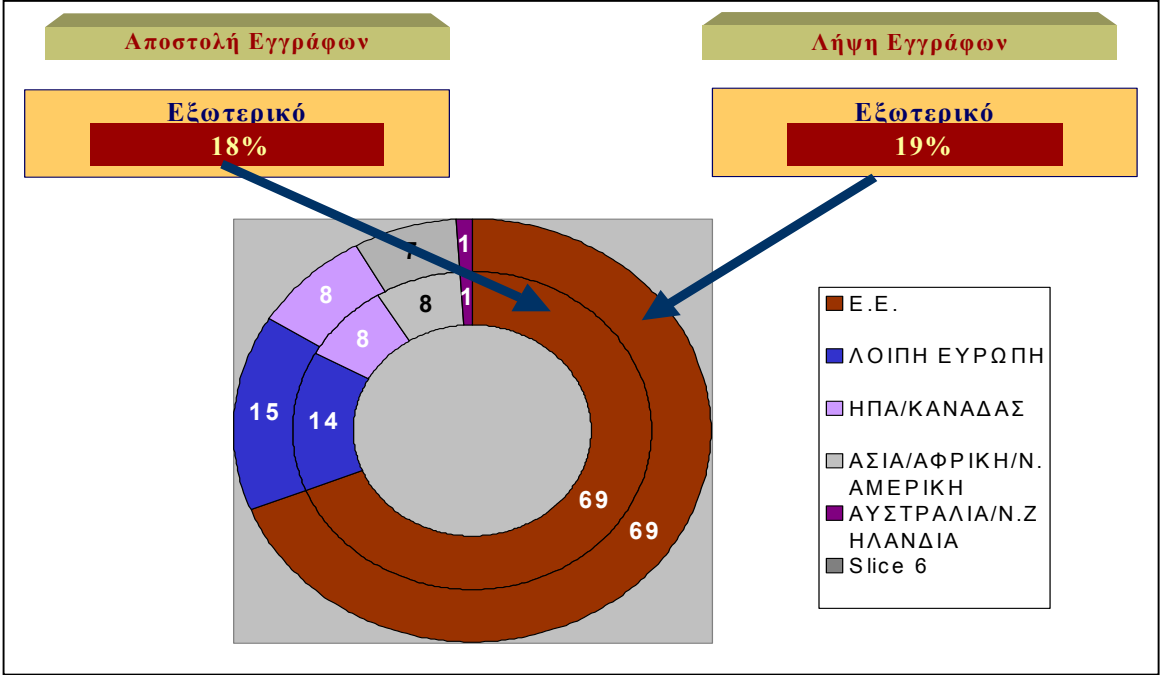
Στα ίδια περίπου ποσοστά κυμαίνονται και οι λήψεις εγγράφων από τις επιχειρήσεις, όπου το 81% προέρχεται από το εσωτερικό και 19% από το εξωτερικό.



Τα περισσότερα έγγραφα εσωτερικού στέλλονται στην Αθήνα με ποσοστό 48% και ακολουθούν η Θεσσαλονίκη με 17% και η Β. Ελλάδα με 9%. Το υπόλοιπο 26% αποστέλλεται στις υπόλοιπες περιοχές της χώρας.



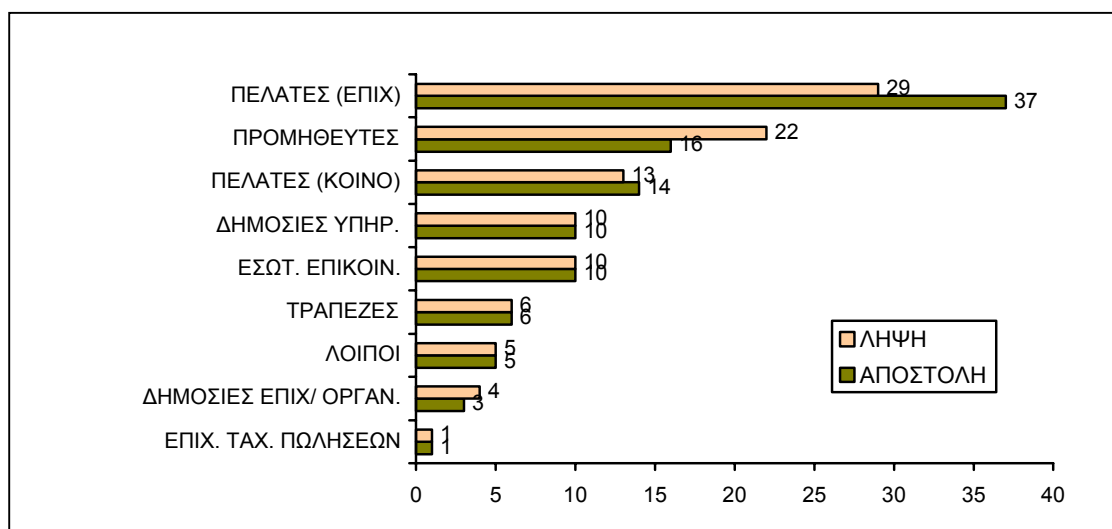
Σχετικά με τα έγγραφα εξωτερικού, οι χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης δέχονται τα περισσότερα με ποσοστό 69% και ακολουθούν οι χώρες της υπόλοιπης Ευρώπης με 14%, οι ΗΠΑ/ Καναδάς με 8% και οι υπόλοιπες ήπειροι με 9%.



Αναλυτικότερα, τα περισσότερα έγγραφα εσωτερικού προέρχονται από την Αθήνα με ποσοστό 49% και ακολουθούν η Θεσσαλονίκη με 17% και η Β. Ελλάδα με 8%. Το υπόλοιπο 26% προέρχεται από τις υπόλοιπες περιοχές της χώρας.

Αναφορικά με τα έγγραφα εξωτερικού, τα πιο πολλά προέρχονται από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης με ποσοστό 69% και ακολουθούν οι χώρες της υπόλοιπης Ευρώπης με 15%, οι ΗΠΑ/ Καναδάς με 8% και οι υπόλοιπες ήπειροι με 8%.

Οι πελάτες (κοινό ή επιχειρήσεις) και οι προμηθευτές αποτελούν και στη περίπτωση των εγγράφων τους κύριους αποδέκτες αλλά και αποστολείς των εγγράφων των επιχειρήσεων.

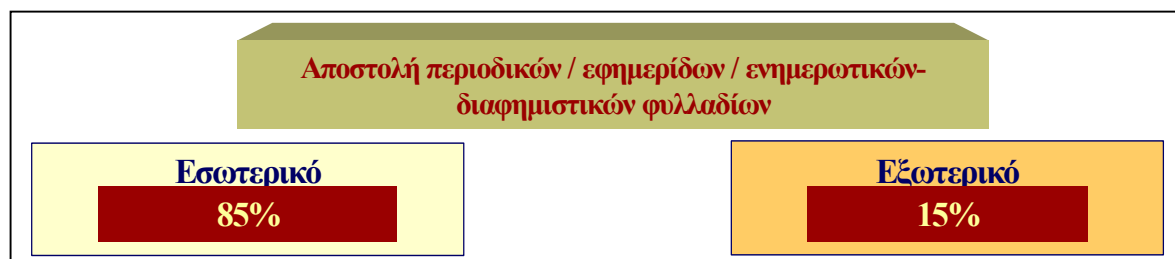


Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις αποστέλλουν έγγραφα στους πελάτες (επιχειρήσεις) τους σε ποσοστό 35%, στους πελάτες (κοινό) 14% και στους προμηθευτές 16%. Πιο χαμηλά ποσοστά αντιστοιχούν στην εσωτερική επικοινωνία – 10% ενώ για διάφορους φορείς αντιστοιχεί το υπόλοιπο 25%, από το οποίο το 10% αποστέλλεται στις Δημόσιες Υπηρεσίες.

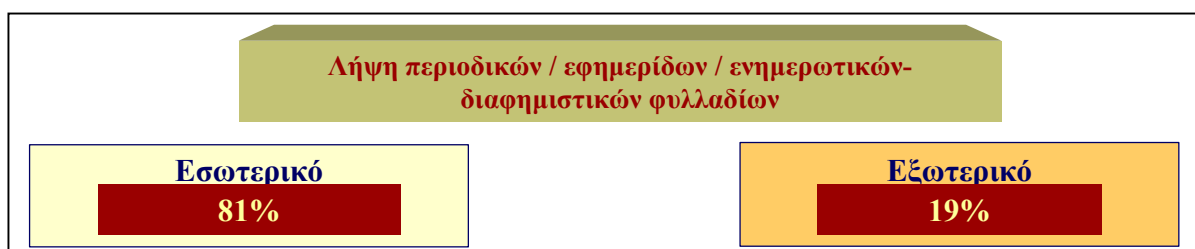
Τα ίδια περίπου ποσοστά αντιστοιχούν και στους αποστολείς των εγγράφων τα οποία λαμβάνουν οι επιχειρήσεις, όπου το 29% προέρχεται από πελάτες (επιχειρήσεις), το 22% από προμηθευτές, το 13% από πελάτες (κοινό) και το 10% από εσωτερική επικοινωνία. Πιο χαμηλά ποσοστά έχουν οι Δημόσιες Υπηρεσίες με 10%, οι Τράπεζες με 6%, οι Λοιποί αποδεκτές με 5% και οι Δημόσιες Επιχειρήσεις/ Οργανισμοί με 4%.

Περιοδικά/ εφημερίδες/ ενημερωτικά-διαφημιστικά φυλλάδια

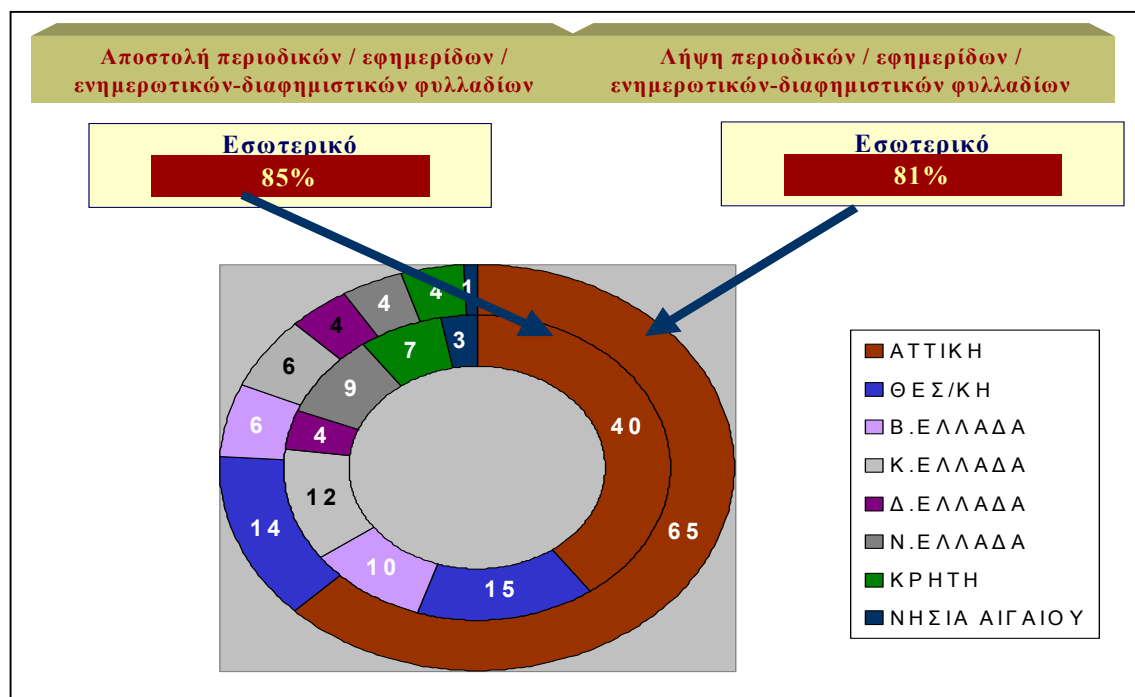
Τέλος αναφορικά με τις αποστολές και λήψεις περιοδικών / εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων, το 85% των επιχειρήσεων αποστέλλει περιοδικά/ εφημερίδες/ ενημερωτικά ή διαφημιστικά φυλλάδια στο εσωτερικό και 15% στο εξωτερικό. Περισσότερες αποστολές στο εσωτερικό έχουν οι επιχειρήσεις Εμπορίου με 91% ενώ στο εξωτερικό έχουν οι Υπηρεσίες με 27%.



Η λήψη των περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων από τις επιχειρήσεις παρουσιάζει διαφοροποίηση στο ποσοστό του εξωτερικού απ' όπου λαμβάνουν το 19%, ενώ από το εσωτερικό λαμβάνουν το υπόλοιπο 81%. Περισσότερες παραλαβές από το εξωτερικό έχουν οι Βιομηχανίες με ποσοστό 22%. Αντίθετα, περισσότερες παραλαβές από το εσωτερικό έχουν οι Δημόσιες Υπηρεσίες με 86%.

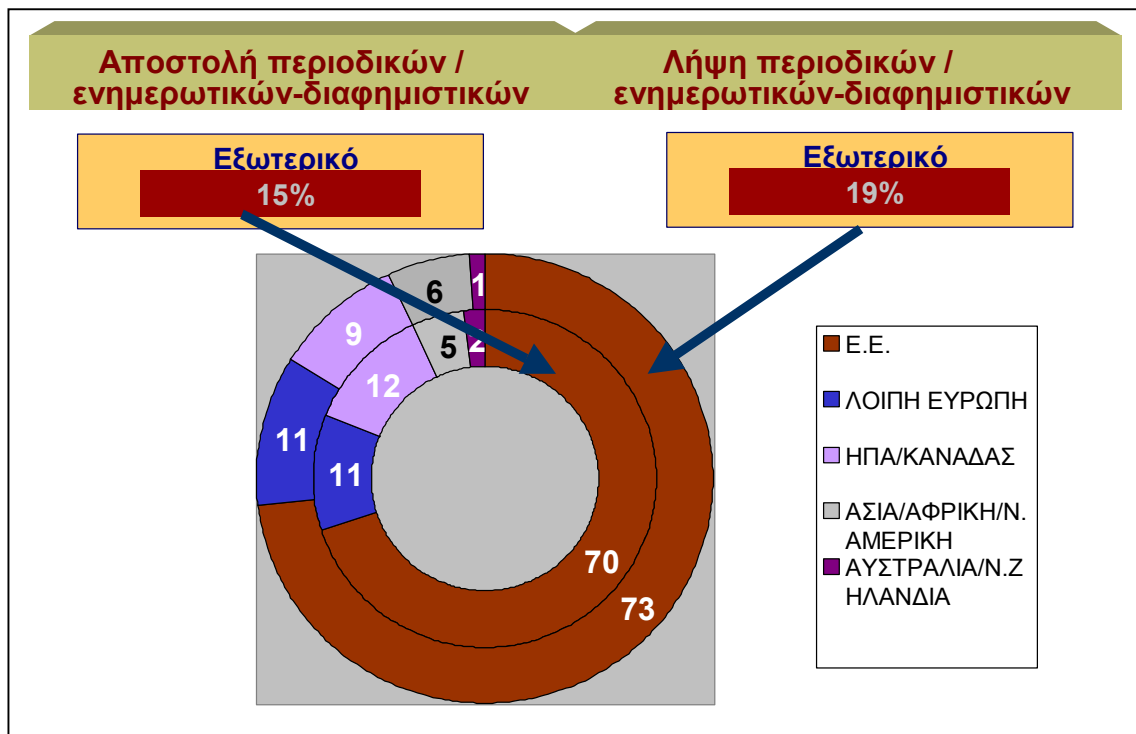


Αναλυτικότερα, τα περιοδικά/ εφημερίδες/ ενημερωτικά ή διαφημιστικά φυλλάδια που αποστέλλονται στο εσωτερικό έχουν προορισμό την Αθήνα με ποσοστό 40%, τη Θεσσαλονίκη με 17%, τη Β. Ελλάδα με 10%, τη Κεντρική με 11% και τη Νότια Ελλάδα με 9%, τη Κρήτη με 7%, τη Δ. Ελλάδα με 4% και τα νησιά του Αιγαίου με 3%.



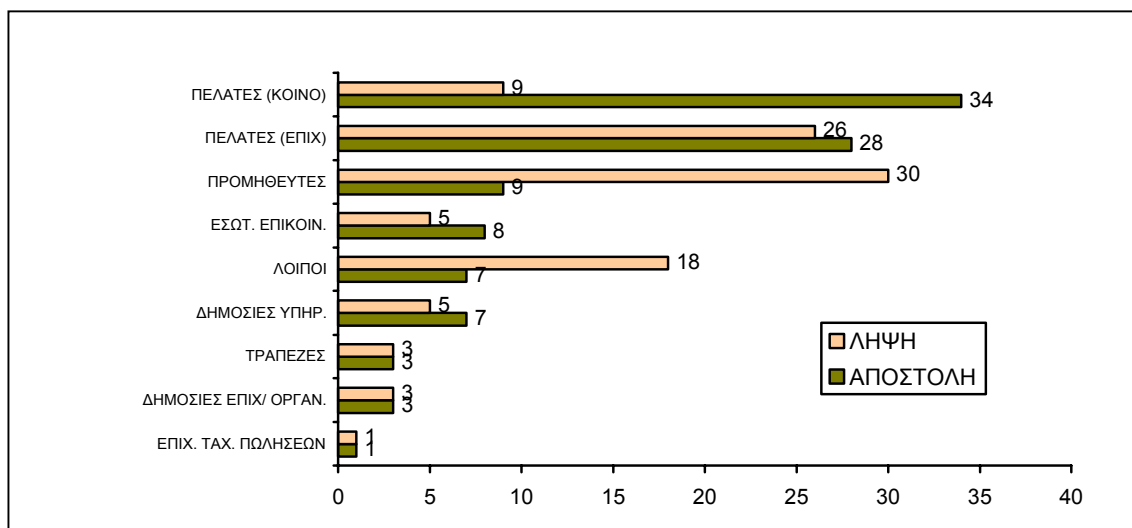
Η λήψη περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων από το εσωτερικό προέρχεται κυρίως από τη Αθήνα σε ποσοστό 65% και ακολουθεί η Θεσσαλονίκη με 14%, η Β. Ελλάδα με 6% και η Ν. Ελλάδα με 4%. Το υπόλοιπο 11% προέρχεται από τις άλλες περιοχές της Ελλάδας.

Αντίστοιχα, από όσα αποστέλλονται στο Εξωτερικό το 70% έχει προορισμό την Ευρωπαϊκή Ένωση, το 12% τις ΗΠΑ/ Καναδά, το 11% τη Λοιπή Ευρώπη και το υπόλοιπο 8% τις άλλες ηπείρους.



Η Ευρωπαϊκή Ένωση συνεχίζει να έχει τα μεγαλύτερα ποσοστά ως τόπος προέλευσης των περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων εξωτερικού και παρουσιάζει μερίδιο 73%. Ακολουθεί η Λοιπή Ευρώπη με 11%, οι ΗΠΑ/ Καναδάς με 9%, οι Ασία/ Αφρική/ Αμερική με 6%, και τέλος η Αυστραλία/ Ν. Ζηλανδία με 1%.

Οι πελάτες (κοινό ή επιχειρήσεις) και οι προμηθευτές αποτελούν και στη περίπτωση των περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων τους κύριους αποδέκτες αλλά και αποστολείς.



Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις αποστέλλουν τα περιοδικά/ εφημερίδες/ ενημερωτικά ή διαφημιστικά φυλλάδια στους πελάτες (κοινό) σε ποσοστό 34%, στους πελάτες (επιχειρήσεις) 28% και στους προμηθευτές 9%. Πιο χαμηλά ποσοστά αντιστοιχούν στην εσωτερική επικοινωνία – 8%, ενώ για διάφορους φορείς αντιστοιχεί το υπόλοιπο 21%, από το οποίο το 7% πάει στις Δημόσιες Υπηρεσίες.

Διαφοροποιημένα είναι τα ποσοστά που αντιστοιχούν στους αποστολείς των περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών ή διαφημιστικών φυλλαδίων τα οποία λαμβάνουν οι επιχειρήσεις, όπου το 30% προέρχεται από προμηθευτές, το 26% από πελάτες (επιχειρήσεις) και το 18% από Λοιπούς αποστολείς. Πιο χαμηλά ποσοστά έχουν οι πελάτες (κοινό) με 9%, οι Δημόσιες Υπηρεσίες με 5% και τέλος οι Τράπεζες και οι Δημόσιες Επιχειρήσεις/ Οργανισμοί με 3%.

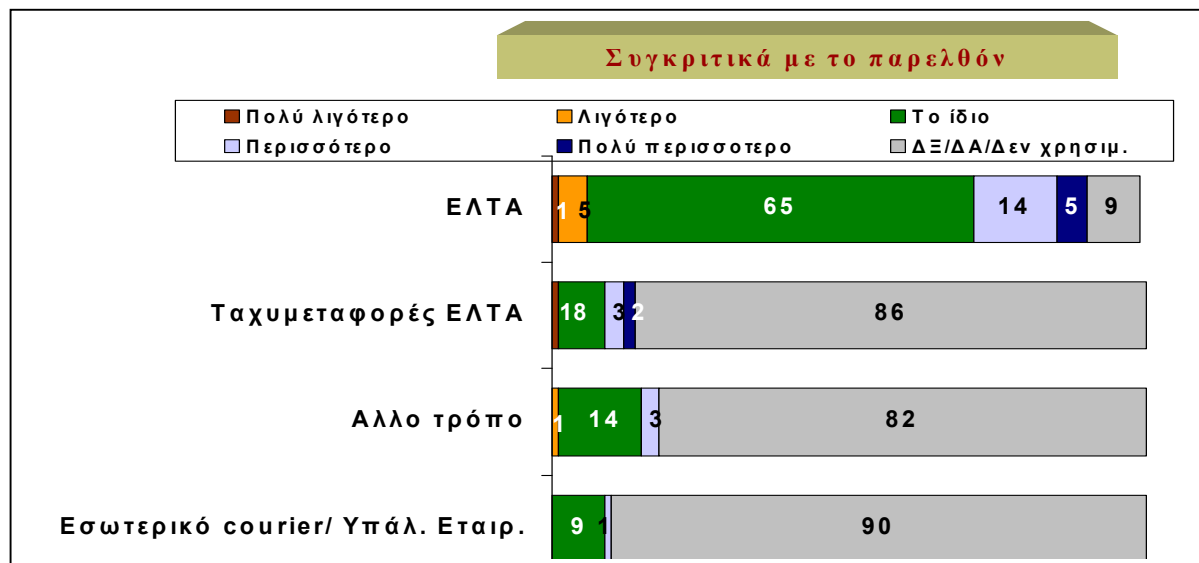
Κεφάλαιο 7:

Επίπεδο χρήσης Παροχών Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

Στο παρών κεφάλαιο αναλύεται η **χρήση** των **παροχών ταχυδρομικών υπηρεσιών** σε **σχέση** με το **παρελθόν**, ενώ διαγράφονται οι αντίστοιχες **εκτιμήσεις** για **μελλοντική χρήση**.

Στόχος ήταν η αποτύπωση του κατά πόσο οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν ή θα χρησιμοποιούν **περισσότερο** ή **λιγότερο** συγκεκριμένες εταιρείες παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών, καθώς επίσης ο **προσδιορισμός των λόγων** για αυτή τους τη συμπεριφορά.

Η βαθμολόγηση γίνεται με κλίμακα από 1 μέχρι 5, όπου 1 σημαίνει χρήση πολύ λιγότερο και 5 πολύ περισσότερο. Σε πρώτο στάδιο διερευνήθηκε η χρήση των παροχών των ταχυδρομικών υπηρεσιών σε σχέση με το παρελθόν.



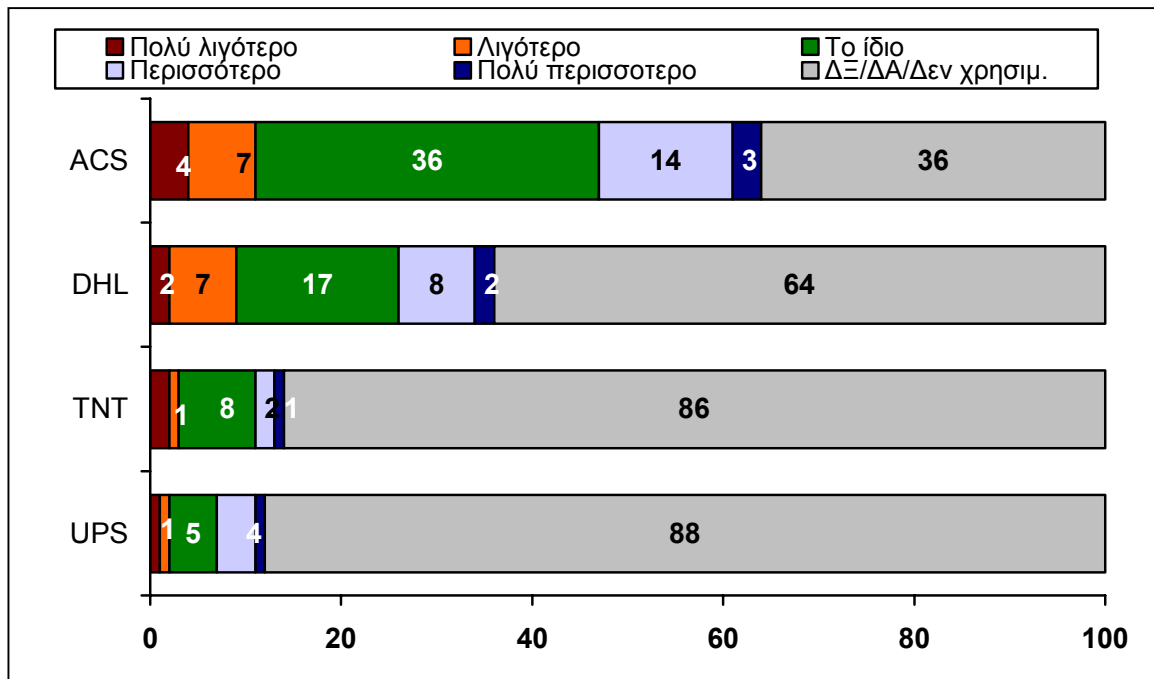
Για τα ΕΛΤΑ, τα οποία έχουν και το μεγαλύτερο ποσοστό χρήσης μέσα στο σύνολο των επιχειρήσεων που εξετάζουμε, το 65% δηλώνει ότι τα χρησιμοποιεί το ίδιο σε σχέση με το παρελθόν, ενώ το 14% δηλώνει περισσότερο και 5% πολύ περισσότερο. Αντίθετα το 6% δηλώνει ότι τα χρησιμοποιεί λιγότερο.

Οι κύριοι λόγοι που χρησιμοποιούν τα ΕΛΤΑ περισσότερο είναι:

- Αυξημένος όγκος εργασιών 47%
- Οικονομική 35%
- Καλή εξυπηρέτηση/ συνεργασία 11%

Για τις Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ το 8% δηλώνει ότι τις χρησιμοποιεί το ίδιο ενώ το 5% τις χρησιμοποιεί περισσότερο. Το ίδιο σε σχέση με το παρελθόν χρησιμοποιούνται ο άλλος τρόπος και ο εσωτερικός courier/ υπάλληλος εταιρείας σε ποσοστό 14% και 9% αντίστοιχα.

Όσον αφορά τις υπόλοιπες ιδιωτικές εταιρείες παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών καταγράφηκαν τα πιο κάτω αποτελέσματα:



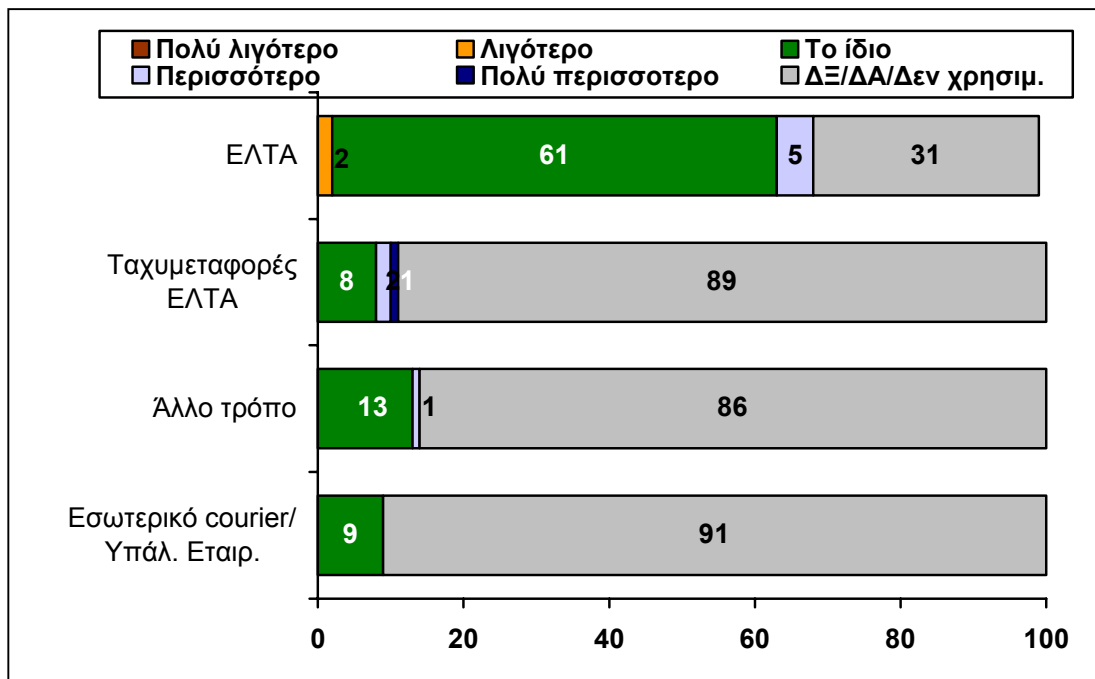
Για την ACS το 36% μας δήλωσε ότι τη χρησιμοποιεί το ίδιο σε σχέση με το παρελθόν ενώ το 17% τη χρησιμοποιεί περισσότερο. Αντίθετα το 11% των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν την ACS μείωσε τη χρήση της.

Οι κύριοι λόγοι αυξημένης χρήσης της ACS ήταν:

- Ταχύτητα παράδοση 34%
- Αυξημένος όγκος εργασιών/ αποστολών 29%
- Καλή εξυπηρέτηση/ συνεργασία 25%

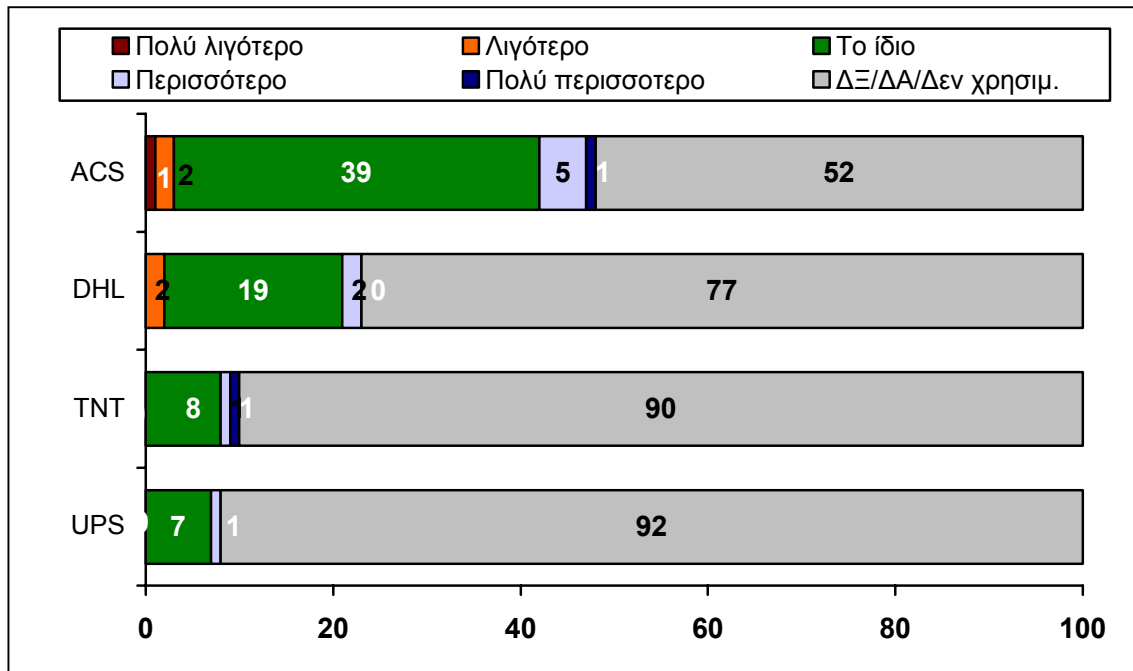
Για τη DHL το 17% τη χρησιμοποιεί το ίδιο, το 10% περισσότερο και το 9% λιγότερο, ενώ για την TNT 8% το ίδιο, 3% περισσότερο και 3% λιγότερο. Τέλος τη UPS το 5% τη χρησιμοποιεί το ίδιο, το 5% περισσότερο και το 2% λιγότερο.

Αντίστοιχα, η πρόβλεψη των επιπέδων χρήσης των παροχών ταχυδρομικών υπηρεσιών στο μέλλον , καταγράφηκε ως εξής:



Για τα ΕΛΤΑ το 61% δηλώνει ότι θα τα χρησιμοποιεί το ίδιο ενώ μόνο το 5% των επιχειρήσεων προτίθεται να τα χρησιμοποιήσει περισσότερο στο μέλλον. Στο ίδιο επίπεδο θα βρίσκεται και η μελλοντική χρήση των Ταχυμεταφορών ΕΛΤΑ, του άλλου τρόπου και του εσωτερικού courier.

Σχετικά με τις ιδιωτικές εταιρείες τα μελλοντική χρήσης, προσδιορίζονται ως εξής :



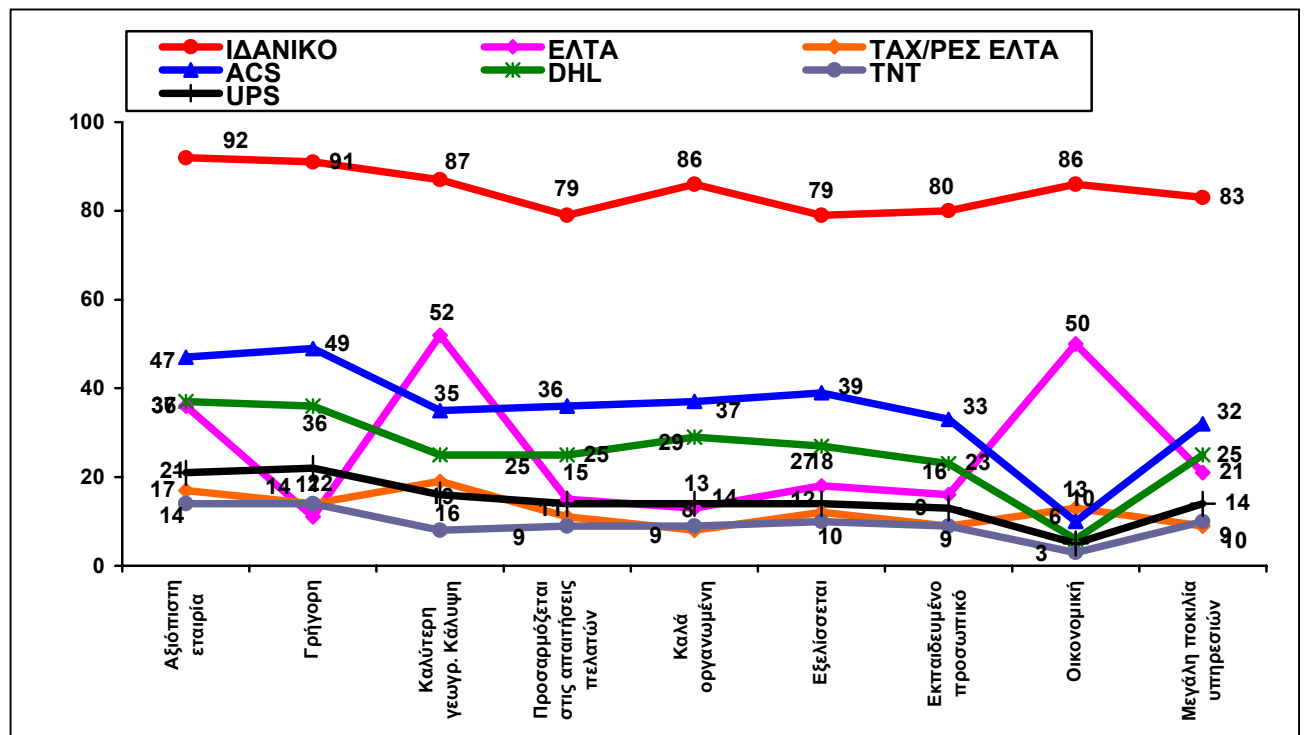
Η ACS είναι η μόνη εταιρεία για την οποία το 6% δηλώνει ότι θα τη χρησιμοποιήσει περισσότερο στο μέλλον, ενώ το 39% θα τη χρησιμοποιεί το ίδιο. Για τις υπόλοιπες εταιρείες, DHL – TNT – UPS, οι ερωτώμενοι δηλώνουν ότι θα τις χρησιμοποιήσουν στο ίδιο επίπεδο.

Κεφάλαιο 8:

Εικόνα Παροχών Ταχυδρομικών Υπηρεσιών

Η διαμόρφωση της εικόνας των παροχών ταχυδρομικών υπηρεσιών βασίστηκε σε προεπιλεγμένα χαρακτηριστικών και ιδιοτήτων. Σε πρώτο στάδιο ζητήθηκε από τις επιχειρήσεις να αξιολογήσουν πόσο σημαντικά είναι αυτά τα χαρακτηριστικά και ιδιότητες για την επιλογή μιας εταιρείας παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών και στη συνέχεια ζητήθηκε να μας προσδιορίσουν σε πιο βαθμό τα χαρακτηριστικά αυτά ταιριάζουν σε κάθε μια από τις εταιρείες ΕΛΤΑ, Ταχυμεταφορές ΕΛΤΑ, ACS, DHL, TNT και UPS.

Η βαθμολόγηση γίνεται με κλίμακα από 1 μέχρι 5, όπου 1 σημαίνει δεν συμφωνώ καθόλου και 5 συμφωνώ απόλυτα. Στο πιο κάτω πίνακα χρησιμοποιούνται τα στοιχεία με απαντήσεις «συμφωνώ απόλυτα».



Η ιδανική εταιρεία ταχυδρομικών υπηρεσιών πρέπει να είναι αξιόπιστη εταιρεία σύμφωνα με το 92% των ερωτώμενων και γρήγορη σύμφωνα με το 91%. Επίσης πρέπει να διαθέτει καλή γεωγραφική κάλυψη – 87%, να είναι καλά οργανωμένη – 86%, να είναι οικονομική – 86% και να παρέχει μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών – 83%.

Πιο κοντά σε αυτά τα χαρακτηριστικά, σύμφωνα με τους ερωτώμενους βρίσκεται η ACS η οποία έχει τη ψηλότερη βαθμολογία από τις υπόλοιπες εταιρείες σχεδόν σε όλα τα χαρακτηριστικά και ιδιότητες. Για τους ερωτώμενους η ACS είναι η πιο γρήγορη εταιρεία (49%), η πιο αξιόπιστη (47%), εξελίσσεται (39%), είναι καλά οργανωμένη (37%) και προσαρμόζεται στις απαιτήσεις των πελατών(36%).

Στη δεύτερη θέση οι ερωτώμενοι κατατάσσουν την DHL με πιο δυνατά στοιχεία την αξιοπιστία της ως εταιρεία (37%) τη ταχύτητα (36%) και τη καλή της οργάνωση (29%).

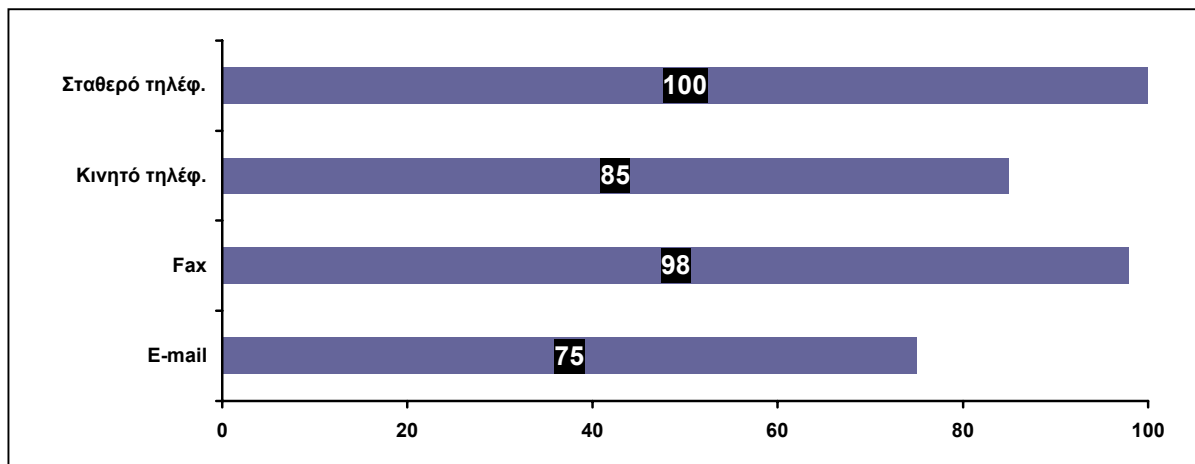
Τα ΕΛΤΑ είναι η εταιρεία που ακολουθεί, με πολύ ισχυρά στοιχεία τη καλύτερη γεωγραφική κάλυψη (52%) και το ότι είναι οικονομική (50%). Αυτά τα χαρακτηριστικά έχουν και τη ψηλότερη βαθμολογία στο σύνολο της εικόνας όλων των εταιρειών. Άλλα σημαντικά χαρακτηριστικά των ΕΛΤΑ η αξιοπιστία (36%) και η μεγάλη ποικιλία υπηρεσιών που παρέχει (21%). Εντούτοις, τα ΕΛΤΑ έχουν τη πιο χαμηλή βαθμολογία σχετικά με τη ταχύτητα τους (11%), το οποίο είναι και το πιο αδύνατο τους χαρακτηριστικό.

Η εικόνα των υπόλοιπων 3 εταιρειών βρίσκεται σε πιο χαμηλό επίπεδο, χωρίς να διαμορφώνουν ιδιαίτερα έντονα χαρακτηριστικά ή ιδιότητες.

Κεφάλαιο 9:

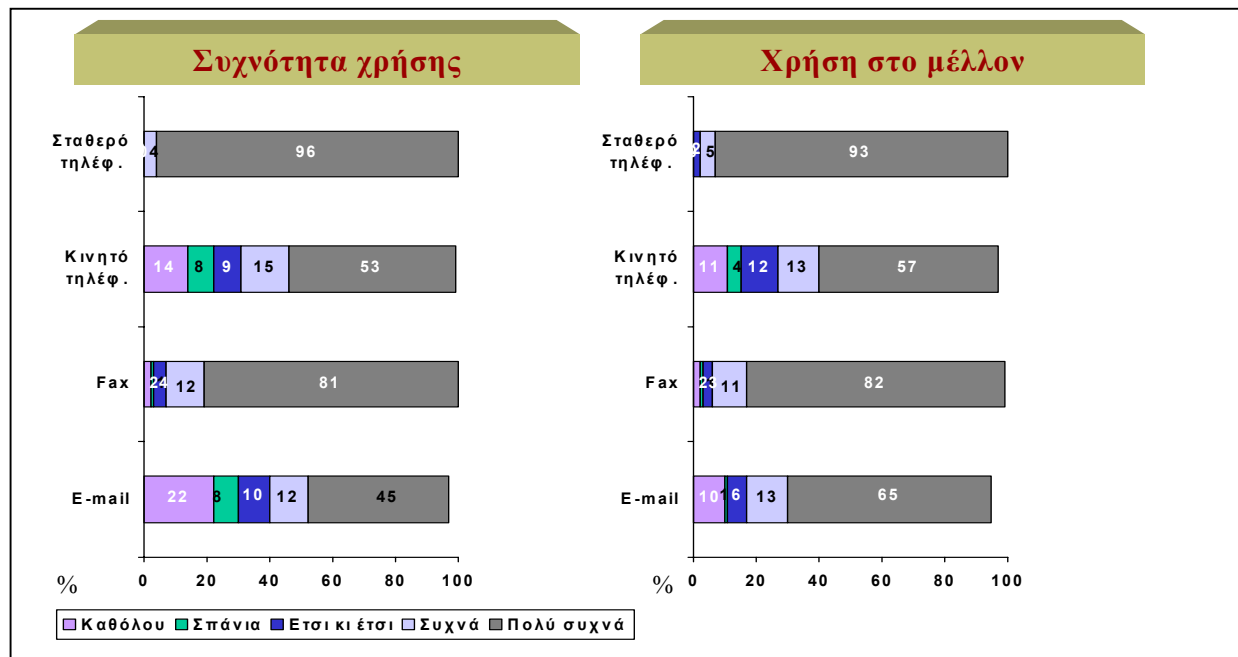
Χρήση και χαρακτηριστικά άλλων μεθόδων επικοινωνίας

Ο προσδιορισμός της **χρήσης άλλων μεθόδων επικοινωνίας** καθώς και τη **συχνότητα** με την οποία οι επιχειρήσεις τις χρησιμοποιούν, παρέθεσε το επίπεδο εξοικείωσης των επιχειρήσεων με τις σύγχρονες μορφές επικοινωνίας.



Το σταθερό τηλέφωνο και το φαξ χρησιμοποιούνται από το σύνολο των επιχειρήσεων. Το κινητό τηλέφωνο χρησιμοποιείται από το 85% και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο από το 75% των επιχειρήσεων. Πιο μεγάλη χρήση του κινητού τηλεφώνου γίνεται από τις επιχειρήσεις εμπορίου και τις βιομηχανίες με ποσοστό 89%, ενώ μεγαλύτερη χρήση του Ηλεκτρονικού ταχυδρομείου γίνεται από τις Υπηρεσίες με ποσοστό 81% και τις Βιομηχανίες με 79%. Η χαμηλότερη χρήση και των δύο μεθόδων γίνεται από τις Δημόσιες Υπηρεσίες.

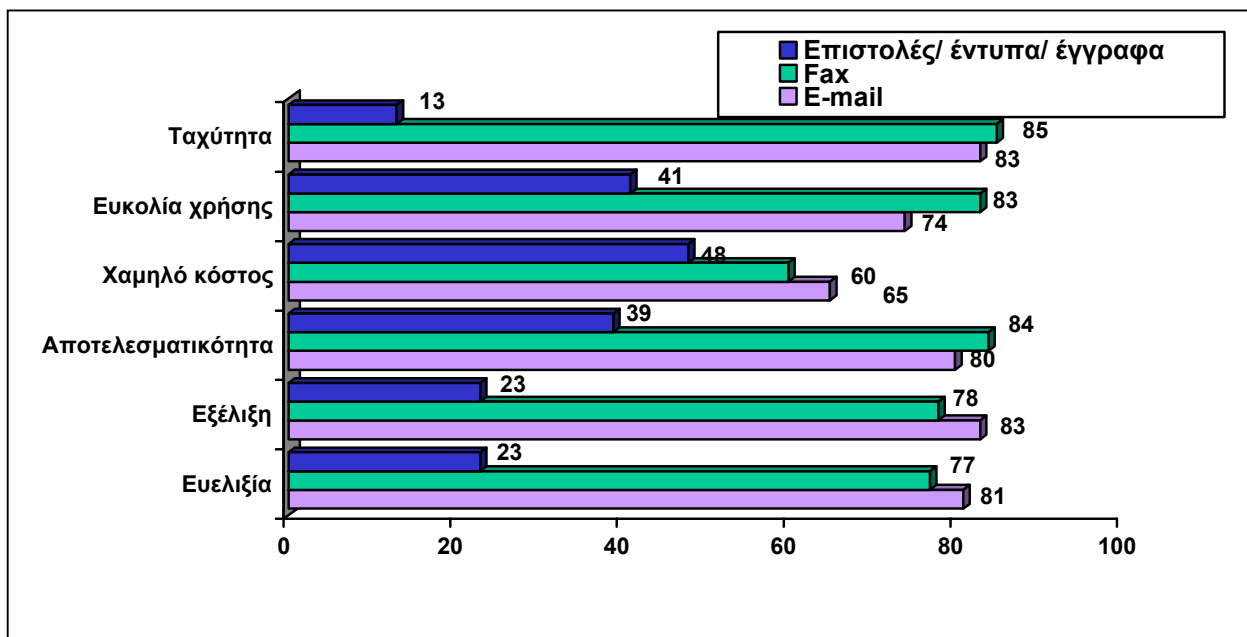
Εστιάζοντας στο πόσο συχνά χρησιμοποιούνται οι πιο πάνω μέθοδοι επικοινωνίας διαπιστώνεται ότι:



Το κινητό τηλέφωνο χρησιμοποιείται πολύ συχνά από το 53% των επιχειρήσεων, συχνά από το 15%, έτσι κι έτσι από το 9% και σπάνια από το 8%. Αντίστοιχα το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο χρησιμοποιείται πολύ συχνά από το 45%, συχνά από το 12%, έτσι κι έτσι από το 10% και σπάνια από το 8%.

Όσον αφορά τη χρήση των μεθόδων αυτών στο μέλλον, και οι δύο μέθοδοι παρουσιάζουν αυξητική τάση στη πρόθεση χρησιμοποίησής τους, με ιδιαίτερα μεγάλα ποσοστά στη μελλοντική χρήση του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, όπου το 65% υποστηρίζει ότι θα το χρησιμοποιεί πολύ συχνά στο μέλλον.

Στην συνέχεια, ζητήθηκε από τους εκπροσώπους των επιχειρήσεων, να σκιαγραφήσουν τα χαρακτηριστικά των διαφορετικών μορφών επικοινωνίας και να προσδιορίζουν το επίπεδο στο οποίο ταιριάζουν με την κάθε μορφή.



Για το φαξ οι ερωτώμενοι υποστηρίζουν ότι ταιριάζουν απόλυτα τα περισσότερα από τα χαρακτηριστικά. Συγκεκριμένα, η ταχύτητα είναι το πρώτο χαρακτηριστικό του φαξ με 85%, ακολουθούμενο από την αποτελεσματικότητα με 84% την ευκολία χρήσης με 83% και την εξέλιξη με 78%. Για το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο τα πρώτα χαρακτηριστικά του είναι η ταχύτητα και η εξέλιξη με 83%, η ευελιξία με 81% και η αποτελεσματικότητα με 80%. Τέλος οι επιστολές/ έντυπα/ έγγραφα παρουσιάζουν πολύ χαμηλότερα ποσοστά στα χαρακτηριστικά, με κυριότερο το χαμηλό κόστος με 48% και την ευκολία χρήσης με 41%.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Τόπος αποστολής και προέλευσης επιστολών, δεμάτων/ μικρό-δεμάτων και εγγράφων και προέλευσης περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών-διαφημιστικών φυλλαδίων – Κατανομή ανά γεωγραφικό διαμέρισμα και κατεύθυνση.

Μέσα στα πλαίσια διερεύνησης του τόπου αποστολής και προέλευσης των επιστολών, δεμάτων/ μικρό-δεμάτων και εγγράφων και προέλευσης περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών-διαφημιστικών φυλλαδίων του ευρέως κοινού, έγινε ειδική ανάλυση ώστε να αποτυπωθεί η κατανομή τους ανά γεωγραφικό διαμέρισμα και κατεύθυνση. Οι πιο κάτω πίνακες μας δίνουν την κατανομή αυτή, όπου η πρώτη στήλη αντιπροσωπεύει όλα τα γεωγραφικά διαμερίσματα της Ελλάδας, σύμφωνα με την έρευνα και οι επόμενες στήλες σε οριζόντια κατεύθυνση αντιπροσωπεύουν τη κατεύθυνση προς τα αντίστοιχα γεωγραφικά διαμερίσματα.

Ειδικότερα, η αποστολή και η λήψη επιστολών συγκεντρώνεται στο γεωγραφικό διαμέρισμα της Αθήνας όπου προς αυτή όλα τα διαμερίσματα στέλνουν και αντίστοιχα από αυτή παραλαμβάνουν τη πλειοψηφία των επιστολών τους. Όμοιες είναι και οι τάσεις στις υπόλοιπες αποστολές και λήψεις.

Αποστολή και λήψη επιστολών

Αποστολή επιστολών								
	ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ							
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	Αθήνα	Θεσ/κη	Β. Ελλάδα	Κ. Ελλάδα	Δ. Ελλάδα	Ν. Ελλάδα	Κρήτη	Νησιά Αιγαίου
Αθήνα	25.6%	13.1%	13.1%	14%	6.2%	14%	4.9%	8.9%
Θεσ/κη	46%	4.8%	25.8%	9.9%	1.1%	4.1%	4.4%	3.9%
Β. Ελλάδα	50.1%	24.8%	1.3%	2.2%	1.9%	2.9%	1.5%	3.7%
Κ. Ελλάδα	56.3%	16.1%	6.2%	9%	2.2%	3.2%	2.7%	4.3%
Δ. Ελλάδα	64.8%	12.4%	2.8%	3.8%	7%	6.2%	2.3%	0.8%
Ν. Ελλάδα	66.5%	11%	3.9%	3.4%	2.2%	10.4%	1.4%	1.2%
Κρήτη	70.6%	13.1%	1.2%	0.8%	0.1%	2.7%	9.5%	1.9%
Νησιά Αιγαίου	50.9%	19.6%	9%	3.4%	0	1%	15.1%	1.1%

Λήψη επιστολών

ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ							
	Αθήνα	Θεσ/κη	Β. Ελλάδα	Κ. Ελλάδα	Δ. Ελλάδα	Ν. Ελλάδα	Κρήτη	Νησιά Αιγαίου
Αθήνα	44.7%	10.8%	10.2%	9.7%	5%	9.8%	3.5%	6.3%
Θεσ/κη	46.3%	8.7%	23.4%	8.9%	1.1%	4.2%	4.1%	3.3%
Β. Ελλάδα	61.7%	20.8%	10.9%	1.7%	1.3%	1.5%	0.2%	1.9%
Κ. Ελλάδα	54%	14%	7.4%	14%	2.1%	1.8%	2.6%	4.1%
Δ. Ελλάδα	63.2%	14.2%	1.8%	3.7%	8.1%	6.5%	2%	0.6%
Ν. Ελλάδα	65.7%	10.2%	3.5%	3.4%	2.7%	10.4%	1.5%	1.7%
Κρήτη	69.1%	12.6%	1%	0.8%	0.1%	2.8%	12.1%	1.5%
Νησιά Αιγαίου	50%	22.1%	8.2%	3.5%	0	0.7%	14.3%	1.1%

Αποστολή και λήψη δεμάτων/ μικρό-δεμάτων

Αποστολή Δεμάτων/ μικροδεμάτων

ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ							
	Αθήνα	Θεσ/κη	Β. Ελλάδα	Κ. Ελλάδα	Δ. Ελλάδα	Ν. Ελλάδα	Κρήτη	Νησιά Αιγαίου
Αθήνα	15.4%	11.5%	18%	14.4%	10.7%	11.8%	5.8%	12.3%
Θεσ/κη	44.2%	3.2%	29.5%	10.3%	1.7%	2.3%	3.3%	5.6%
Β. Ελλάδα	37.8%	35.5%	19%	1.1%	0	1.9%	2.3%	2.4%
Κ. Ελλάδα	57.5%	14.5%	10.3%	4.5%	0	5.9%	0.6%	6.7%
Δ. Ελλάδα	68%	11.7%	1.5%	5.6%	10.8%	1.5%	1%	0
Ν. Ελλάδα	66.1%	9.8%	2.8%	4.7%	3.5%	7.9%	2.3%	2.9%
Κρήτη	57.1%	19.6%	3.6%	1.1%	0.2%	4%	8%	6.4%
Νησιά Αιγαίου	44.4%	22%	12.2%	4.2%	0	1.1%	15.8%	0.3%

Λήψη Δεμάτων/ μικροδεμάτων

	ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ							
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	Αθήνα	Θεσ/κη	Β. Ελλάδα	Κ. Ελλάδα	Δ. Ελλάδα	Ν. Ελλάδα	Κρήτη	Νησιά Αιγαίου
Αθήνα	16.8%	11.4%	18.2%	13.6%	9.1%	12.5%	7.1%	11.3%
Θεσ/κη	48%	3.9%	26.2%	9.2%	1.5%	2.6%	2.8%	5.8%
Β. Ελλάδα	44.7%	32.8%	14.1%	2.7%	0	1.2%	2.5%	2.1%
Κ. Ελλάδα	50.9%	13.2%	11.3%	9.3%	2.1%	4.2%	1.4%	7.7%
Δ. Ελλάδα	70.1%	12.8%	2%	7.6%	4.9%	1.6%	0	0
Ν. Ελλάδα	66.7%	8.3%	4.6%	6.4%	2%	7.6%	2.4%	2%
Κρήτη	63.7%	20.8%	2%	1.4%	0.2%	4.3%	4.3%	3.3%
Νησιά Αιγαίου	51.8%	19%	12.1%	4.7%	0	0	12.1%	0.4%

Αποστολή και λήψη εγγράφων

Αποστολή Εγγράφων

	ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ							
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	Αθήνα	Θεσ/κη	Β. Ελλάδα	Κ. Ελλάδα	Δ. Ελλάδα	Ν. Ελλάδα	Κρήτη	Νησιά Αιγαίου
Αθήνα	69.3%	5.5%	4.4%	4.9%	6.1%	5%	0.8%	4.1%
Θεσ/κη	57.6%	16.2%	12.2%	4.9%	0	2.2%	3%	4.1%
Β. Ελλάδα	39.4%	21.9%	35.5%	0.7%	0	0	0	2.5%
Κ. Ελλάδα	59.7%	20.4%	8%	11.8%	0	0	0	0
Δ. Ελλάδα	67.3%	8.9%	4.4%	3.2%	11.7%	4.5%	0	0
Ν. Ελλάδα	64.4%	6.1%	0.7%	3%	8.1%	15.6%	0.7%	1.6%
Κρήτη	65.5%	9.3%	0	0	0	5.5%	17.6%	2.1%
Νησιά Αιγαίου	66.1%	11.7%	0	0	0	0	19.1%	3.1%

Λήψη Εγγράφων

	ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ							
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	Αθήνα	Θεσ/κη	Β. Ελλάδα	Κ. Ελλάδα	Δ. Ελλάδα	Ν. Ελλάδα	Κρήτη	Νησιά Αιγαίου
Αθήνα	82.2%	3.5%	3.4%	2.7%	3.5%	2.1%	0.6%	2%
Θεσ/κη	41.8%	43.8%	7%	2.8%	0	0.8%	1.2%	0.8%
Β. Ελλάδα	32.5%	17.2%	48.5%	0.5%	0	0	0	1.3%
Κ. Ελλάδα	38.8%	8.2%	3.3%	48.5%	0	0	0	1.1%
Δ. Ελλάδα	66.1%	9.5%	2%	4%	15.2%	3.2%	0	0
Ν. Ελλάδα	63.7%	6.6%	1.9%	4.1%	7.9%	12.6%	0.6%	2.6%
Κρήτη	62.6%	9.7%	0	0	0	4.2%	21.6%	1.8%
Νησιά Αιγαίου	61.5%	13.8%	0	0	0	0	14.3%	10.3%

Λήψη περιοδικών/ εφημερίδων/ ενημερωτικών – διαφημιστικών φυλλαδίων

**Λήψη περιοδικών / εφημερίδων / ενημερωτικών-
διαφημιστικών φυλλαδίων**

	ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ							
ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑ	Αθήνα	Θεσ/κη	Β. Ελλάδα	Κ. Ελλάδα	Δ. Ελλάδα	Ν. Ελλάδα	Κρήτη	Νησιά Αιγαίου
Αθήνα	96.7%	1%	0.7%	1.2%	0.2%	0.2%	0	0.1%
Θεσ/κη	36.1%	56.3%	5.9%	1.2%	0	0	0.2%	0.3%
Β. Ελλάδα	62.3%	20.7%	15.7%	0.8%	0	0.7%	0	0
Κ. Ελλάδα	54.7%	4%	0	39.4%	0	0.3%	0	1.7%
Δ. Ελλάδα	63.7%	9.6%	0.7%	4%	19.3%	2.7%	0	0
Ν. Ελλάδα	73.1%	4.1%	1.7%	1.3%	1.1%	18.5%	0	0.1%
Κρήτη	67.6%	1.7%	0	1.9%	0.2%	0	28.1%	0.5%
Νησιά Αιγαίου	51%	7.6%	0	0	0	0	0	41.4%

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ