

**ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΟΙΗΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Η ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΣΤΗΝ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ»**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ : ΑΪΛΑΜΑΚΗ ΔΕΣΠΟΙΝΑ
ΕΠΟΠΤΗΣ : Καθ. ΦΡΑΓΚΟΥΛΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ**

**ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2015
Ηράκλειο Κρήτης**

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Εισαγωγή

Κεφάλαιο 1^ο Ιστορική αναδρομή των αεροπορικών μεταφορών	1
1.1 Η πρώτη πτήση	1
1.2 Τα αεροπλάνα στην ιστορία.....	2
1.3 Η πρόοδος των αερομεταφορών στην Ελλάδα.....	3
Κεφάλαιο 2^ο Ο τομέας των αεροπορικών εταιριών.....	4
2.1 Αεροπορικές εταιρίες	4
2.1.1 Αεροπορικές εταιρείες για συμβατικές πτήσεις	4
2.1.2 Αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους Low cost carriers (LCC's)	4
2.1.3 Αεροπορικές εταιρείες που προσφέρουν ναύλωση αεροσκαφών	8
2.1.4 Αεροπορικές εταιρείες μεταφοράς εμπορευμάτων.....	9
2.1.5 Εταιρείες επίγειας εξυπηρέτησης αεροσκαφών (Handlers)	9
2.2 Νομικό καθεστώς.....	10
2.2.1 Όριο ευθύνης αερομεταφοράς.....	11
2.2.2 Τίτλοι αερομεταφοράς	11
2.2.3 Εκμετάλλευση συνδυασμένων πτήσεων.....	11
2.2.4 Ελευθερία στον αέρα μεταξύ κρατών - μελών (Σύμβαση του Σικάγου 1944)	11
2.3 Ίδρυση IATA/ICAO	12
2.4 Κατανομή παγκόσμιας αγοράς σε γεωγραφικές περιοχές.....	13
2.5 Υπηρεσία πολιτικής αεροπορίας	13
2.6 Συνθήκη Schengen	14
2.7 Δικαιώματα επιβατών.....	14
2.7.1 Κανονισμός (ΕΚ)261/2004	15
2.7.2 Κανονισμός (ΕΚ) 1107/2006	16
2.7.3 Κανονισμός (ΕΚ) 2111/2005	16
2.7.4 Επιβάτες με μειωμένη κινητικότητα	16
2.7.5 Κανονισμός ανηλίκων.....	17
2.8 Εφαρμογή νέων τεχνολογιών στις αεροπορικές εταιρίες.....	17
2.9 Είδη αεροπορικών ταξιδιών και ναύλων	17
2.9.1 Αεροπορικά ταξίδια	17
2.9.2 Κατηγορίες ναύλων	19
Κεφάλαιο 3^ο Εξωτερική πολιτική αερομεταφορών στην Ε.Ε.....	21
3.2 Οι κόμβοι και ο ρόλος των κόμβων	23
3.3 Θεμιτός και αθέμιτος ανταγωνισμός.....	27
3.4 Εξωτερική πολιτική αερομεταφορών	28
3.5 Πυλώνες ανάπτυξης αερομεταφορών στην Ε.Ε	28
3.5.1 Επιτεύγματα που σημειώθηκαν στο πλαίσιο των τριών πυλώνων	29

3.6 Τα περιφερειακά αεροδρόμια και οι αεροπορικές υπηρεσίες στην Ε.Ε.	30
Κεφάλαιο 4^ο Ο κλάδος των αερομεταφορών στην Ελλάδα.....	31
4.1 Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος	31
4.1.1. Ανταγωνισμός.....	31
4.1.2 Aegean	33
4.1.3 Ολυμπιακή.....	33
4.1.4 Astra Lines.....	36
4.1.5 Sky Express.....	39
4.2 Περιφερειακά αεροδρόμια στην Ελλάδα	40
4.2.1. Ξένες αεροπορικές εταιρείες στις επιδοτούμενες άγονες γραμμές	41
Κεφάλαιο 5^ο Τουρισμός και αερομεταφορές	44
5.1 Γεωγραφική τοποθέτηση Ελλάδας.....	44
5.2 Τουρισμός και οικονομική ανάπτυξη στην Ελλάδα.....	44
5.3 Η ανάπτυξη αεροπορικών μεταφορών στην Ελλάδα	46
5.4 Η παρουσία αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Ελλάδα	47
5.4.1 Βασικά χαρακτηριστικά.....	47
5.4.2 Η αιτία που οι ξένες αεροπορικές εταιρείες φεύγουν από την Ελλάδα	47
5.5 Αεροδρόμια στην Ελλάδα και ανάπτυξη	48
Κεφάλαιο 6^ο Έρευνα και Αποτελέσματα	53
6.1 Μέθοδος και δείγμα της έρευνας.....	53
6.2 Αποτελέσματα έρευνας	53
6.3 Συμπεράσματα - Προτάσεις	81
Βιβλιογραφία.....	84
Παράρτημα - Ερωτηματολόγιο.....	90

Εισαγωγή

Ο τουρισμός αδιαμφισβήτητα αποτελεί κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης της Ελληνικής οικονομίας, όμως δε μπορεί να αποτυπωθεί σε ένα μεμονωμένο κλάδο, καθώς συνδέεται με ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων.

Στην περίπτωση των αερομεταφορών και πιο συγκεκριμένα σε προορισμούς της Ελληνικής περιφέρειας, έχει παρατηρηθεί σημαντική αύξηση επενδύσεων τα τελευταία χρόνια. Όμως λόγω του ότι ο κλάδος των αερομεταφορών για να καλύψει τις ανάγκες των επιβατών, απαιτεί μεγάλη οικονομική ευχέρεια, οι αεροπορικές επιχειρήσεις έχουν ως βασικό στόχο την ύπαρξη υψηλών κεφαλαίων, το οποίο έχει άμεση σχέση με το ιδιοκτησιακό καθεστώς και την έντονη κρατική παρεμβατική πολιτική στον τομέα των μεταφορών.

Οι αεροπορικές εταιρείες παίζουν ζωτικό ρόλο στην σύνδεση των νησιωτικών περιοχών με την υπόλοιπη Ελλάδα, γεγονός το οποίο είναι στενά συνυφασμένο με την ανάπτυξη και την αύξηση του τουρισμού της χώρας.

Κεφάλαιο 1^ο Ιστορική αναδρομή των αεροπορικών μεταφορών

Στην αρχαία Ελλάδα, θεοί και ημίθεοι είχαν την ικανότητα να πετάνε. Η πρώτη ιπτάμενη μηχανή στην ιστορία κατασκευάστηκε στα 425 π.χ., από τον φίλο του Πλάτωνα, Αρχύτα τον Ταραντίνο. Η μηχανή πήρε το όνομα «περιστερά» και λειτουργούσε με σύστημα αεροπροώθησης. Επρόκειτο όπως λέγεται για το πρώτο αεριωθούμενο αεροπλάνο, που χρησιμοποιούσε μηχανισμό συμπίεσης αέρα. Η περιστερά του Αρχύτα, είναι η πραγμάτωση της επιθυμίας των Ελλήνων για πτήση.

Τα πρώτα τεστ με ανεμόπτερα και ατμομηχανές, δεν ήταν επιτυχημένα. Εξαιτίας του βάρους τους δεν κατόρθωναν να ανυψώσουν τα αεροσκάφη. Το πιο επιτυχημένο εγχείρημα ήταν του Γάλλου μηχανικού Κλεμάν Αντέρ. Ο Αντέρ με το μονοπλάνο πέταξε λίγα μέτρα το 1890.

1.1 Η πρώτη πτήση

Οι αδερφοί Ράιτ ήταν εκείνοι που πέτυχαν να πετάξουν πρώτοι. Οι Ράιτ, με ιπτάμενες κατασκευές έκαναν πειράματα, για να ερευνήσουν μηχανισμούς ελέγχου και ευστάθειά. Στη συνέχεια διεξήγαγαν πειράματα με επανδρωμένα ανεμόπτερα με πηδάλια ελέγχου και μελέτησαν σε αεροδυναμική σήραγγα διάφορες επειδή δεν θεωρούσαν ακόμα ότι διέθεταν τις απαιτούμενες γνώσεις. Προσέθεσαν στο ανεμόπτερο ουραία κινητά πτερύγια ευστάθειας και ελέγχου και έκαναν πολλές πτήσεις.

Κατόπιν κατασκεύασαν έναν ελαφρύ κινητήρα με δύο έλικες, μαζί με τον Τσαρλς Τέιλορ (συνεργάτη τους) τον "Φλάιερ 1". Με αυτό το αεροπλάνο έγιναν οι πρώτες ελεγχόμενες πτήσεις με κινητήρα κατά την διάρκεια του 1903 Το 1904 ο ένας αδερφός Ράιτ μπόρεσε πετάξει σε κλειστό κύκλο με σε πάνω κάτω πέντε λεπτά.

Το 1905 το νέο "Φλάιερ 3", είχε σημαντικές επιδόσεις, με ταχύτητα περίπου

61 χλμ. την ώρα. Το 1906 πραγματοποιήθηκε η πρώτη πτήση αεροπλάνου στην Ευρώπη. Και ο Alberto Santos κέρδισε το βραβείο της Αερολέσχης Γαλλίας, για μια μικρή απόσταση.

1.2 Τα αεροπλάνα στην ιστορία

Ύστερα από τον πόλεμο σε περίπου 10 χρόνια, η ταχύτητα των αεροπλάνων τριπλασιάστηκε, ξεπερνώντας τα 600 χλμ. την ώρα όπως το υδροπλάνο "Supermarine S - 6B της Αγγλίας με κινητήρα με ισχύ 10πλάσια από τα καταδιωκτικά του πολέμου. Ο Ιταλός Μάκι ξεπέρασε και τα 700 χλμ. την ώρα με κινητήρα Fiat 3.100 ίππων.

Η αυτονομία των αεροπλάνων μεγάλωνε και οδήγησε σε μια σειρά από προσπάθειες για πτήσεις μεγάλων αποστάσεων με αεροπλάνο. Οι Βρετανοί Brown και Alcock πέταξαν το 1919 πάνω από το Βόρειο Ατλαντικό, και οι Ross και Smith έκαναν πράξη την πρώτη πτήση μεταξύ Ηνωμένου Βασιλείου και Αυστραλίας.

Το '70 ξεκίνησε το υπερηχητικό αεροπλάνο Concorde, τεχνικό κατόρθωμα της ευρωπαϊκής αεροπορικής βιομηχανίας, να εκτελεί δρομολόγια. Το Concorde παρόλα αυτά δεν είχε μεγάλη εμπορική επιτυχία γιατί εμπεριείχε ιδιαίτερα υψηλό κόστος λειτουργίας – πόσο μάλλον μετά την ενεργειακή κρίση- αλλά και με τις Η.Π.Α. να δυσχεραίνουν την πρόσβαση του στα αεροδρόμια τους επικαλούμενες τον μεγάλο θόρυβο που έκανε.

Το Concorde με ταχύτητα διπλάσια του ήχου, συνετέλεσε στην προαγωγή της ευρωπαϊκής τεχνολογίας συνολικά. Η Airbus – μια κοινοπραξία της γαλλικής Aerospatiale, της αγγλικής British Aerospace και τη γερμανικής Deutsche Airbus - ήταν μάλλον το πλέον σημαντικό συμβάν σε ό, τι αφορά την πολιτική αεροπορία. Η σειρά των αεροπλάνων που κατασκευάστηκε από την συγκεκριμένη κοινοπραξία έφτασε να κατακτήσει περίπου το 1/3 της αγοράς παγκοσμίως. Έτσι τα Mc Donel - Douglas έχασαν την δεύτερη θέση ενώ η Boeing απειλούταν σοβαρά. Τα Airbus επιβλήθηκαν διεθνώς κυρίως λόγω της, αθόρυβης άνετης, ασφαλούς και οικονομικής λειτουργίας τους με επαναστατικές καινοτομίες.

Το Airbus A 300 B ήταν το πρώτο. Το Airbus A 300 B4 ακολούθησε, με μέγιστο βάρος 165 τόνους και χωρητικότητα 336 επιβατών. Το 1983 είχε ξεκινήσει να παραδίδεται το Airbus A 310 – 200 και από το 1984 παρασκευάζεται το Airbus A 300 B4 – 600. Το αεροπλάνο μεγάλων αποστάσεων Airbus A 310 – 300 βγήκε το 1985. Την περίοδο 1991-1992 αποπερατώθηκε η δημιουργία του δικινητήριου Airbus A 330. Το Airbus A 340 επίσης τελειοποιήθηκε εκείνη την χρονιά.

1.3 Η πρόοδος των αερομεταφορών στην Ελλάδα

Η Ε.Ε.ΕΣ («Ελληνική Εταιρεία Εναερίων Συγκοινωνιών») ξεκινάει την ιστορία των εμπορικών αερομεταφορών για την Ελλάδα το 1931, που πέταξε από τον Ιούλιο του 1931 έως τον Οκτώβριο του 1940. Το αεροπλάνο «Αθήναι» απογειώθηκε από το Τατόι και προσγειώθηκε στο αεροδρόμιο του Σέδες, στην Θεσσαλονίκη στις 10 Ιουλίου 1931, με 4μελές πλήρωμα (κυβερνήτης, συγκυβερνήτης, ασυρματιστής και μηχανικός) .

Η Τ.Α.Ε. (Τεχνικά Αεροπορικά Εκμεταλλεύσεις Α.Ε.) συνεχίζει την ιστορία με την παρουσία των ΕΛΛ.Α.Σ, Α.Μ.Ε και ΔΑΙΔΑΛΟΣ το 1947. Το 1951 η ίδια έγινε «νέα ΤΑΕ» που εν τέλει φαλίρισε.

Η Ολυμπιακή Αεροπορία του Αριστοτέλη Ωνάση κάνει την εμφάνιση της στις 6 Απριλίου 1957 με πρώτο πρωινό δρομολόγιο στην Ελλάδα από Αθήνα για Θεσσαλονίκη με ελικοφόρο DOUGLAS DC-3.

Κεφάλαιο 2^ο Ο τομέας των αεροπορικών εταιριών

Μια αεροπορική εταιρία παρουσιάζει ένα τουριστικό προϊόν μέσα από το σύνολο προϊόντων και υπηρεσιών που απευθύνονται στους επιβάτες της. Είναι ένα προϊόν πολύπλοκο που έχει να κάνει με φυσικά, υλικά αγαθά και υπηρεσίες. Από την πλευρά του καταναλωτή-επιβάτη αποτελείται από:

1. Κίνητρα - παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του τουρίστα να για αεροπορική εταιρία, παροχές που δίνονται στην διάρκεια της πτήσης, εκπαίδευση του προσωπικού κ.ά
2. Αεροπλάνα που χρησιμοποιούνται από την εταιρία, ο εξοπλισμός, οι εγκαταστάσεις και η τεχνολογική υποστήριξη κατά την πτήση
3. Οι αίθουσες αναμονής
4. Τα κανάλια μέσω των οποίων τα προϊόντα της αεροπορικής εταιρίας διανέμονται

Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος, αποτελείται από πέντε (5) στάδια:

1. Εισαγωγής: με μεγάλες δαπάνες και κόστος παραγωγής και μικρές πωλήσεις
2. Ανάπτυξης: αύξηση των πωλήσεων με αποδοχή του από τους καταναλωτές-επιβάτες - εισχώρηση ανταγωνισμού (Kotler, 2000)
3. Ωρίμανσης: με αύξηση των πωλήσεων με χαμηλότερους ρυθμούς,
4. Κορεσμού: οι πωλήσεις φτάνουν το ανώτερο σημείο,
5. Παρακμή: μείωση της ζήτησης και των εξόδων διαφήμισης

2.1 Αεροπορικές εταιρίες

2.1.1 Αεροπορικές εταιρείες για συμβατικές πτήσεις

Οι αεροπορικές εταιρείες αναφέρονται «συμβατικές» αεροπορικές εταιρείες και διαχωρίζονται από τις εταιρίες χαμηλού κόστους.

2.1.2 Αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους Low cost carriers (LCC's)

Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους έχουν πετύχει ιδιαίτερα στην Ευρώπη. Κάτι που οφείλεται στα προγράμματα που προσφέρουν με εύκολη πρόσβαση, σε πτήσεις μικρής διάρκειας, με χαμηλά ναύλα που δεν περιορίζονται (Doganis, 2002).

Οι εταιρίες χαμηλού κόστους δεν προσφέρουν επιπλέον δυνατότητες :

- ✓ δεν παρέχουν στους επιβάτες τους VIP σαλόνια
- ✓ δεν δίνουν δυνατότητα επιλογής θέσης στον επιβάτη
- ✓ δεν υπάρχουν εφημερίδες στο αεροσκάφος
- ✓ δεν υπάρχει γεύμα
- ✓ δεν έχουν προγράμματα για τακτικούς πελάτες (Frequent Fliers Programs)
- ✓ δεν επιστρέφουν χρήματα εάν ακυρωθεί πτήση
- ✓ δεν προσφέρουν δυνατότητα αλλαγής κράτησης

Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους λειτουργούν με βάση τα παρακάτω:

- χαμηλές τιμές εισιτηρίων
- μοντέρνα αεροσκάφη
- αξιοποίηση των ωρών πτήσεων στο μέγιστο
- πτήσεις από περιφερειακά αεροδρόμια.
- δεν χρησιμοποιούν γραφεία ταξιδιών για διανομή
- εισιτήρια υπάρχουν μόνο με ηλεκτρονική μορφή
- εξυπηρέτηση point to point, χωρίς εκτεταμένο δίκτυο
- δεν προσφέρεται γεύμα στην πτήση
- πτήσεις με υψηλή πληρότητα λειτουργούν
- προσφέρουν μόνο οικονομικές θέσεις
- δεν κάνουν συμμαχίες

- δεν υφίστανται έλεγχο από κυβερνητικούς οργανισμούς

Ο επιβάτης δεν γνωρίζει για την συντήρηση του αεροσκάφους

Πίνακας 1.1: Λόγοι Επιτυχίας των μοντέλου Αεροπορικών Εταιριών που βασίζονται στις κρατήσεις μέσω Internet (Low Cost)

Απλουστευμένο προϊόν	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Τα δρομολόγια / εισιτήρια είναι συχνά μεταξύ δύο πόλεων A-B-A ✓ Μία και μοναδική διαβάθμιση στις θέσεις ✓ Μεμονωμένη τιμολόγηση για κάθε κομμάτι του εισιτηρίου ✓ Δεν παρέχεται γεύμα ✓ Δεν υπάρχει προκράτηση των επιβατών στις θέσεις
Απλουστευμένα κανάλια διανομής	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Το τηλεφωνικό κέντρο και η ιστοσελίδα είναι μοναδικά κανάλια διανομής ✓ Οικονομικά κίνητρα για κρατήσεις Online και αντικίνητρα για τηλεφωνικές ✓ Τιμές άνευ προμήθειας για όλους ✓ Συνεργασία με δημοφιλή MME εκτός internet όπως οι εφημερίδες.
Ενισχυμένη διαχείριση πελατειακών σχέσεων (CRM) και άμεσο επιθετικό marketing.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ E-mail και SMS μέσω CRM ✓ Δυναμικά banner που διαφημίζουν την πολιτική της επιχείρησης ✓ Φραστικές διαφημίσεις ✓ Δημιουργία ευρετηρίου πελατειακής βάσης μέσα από καμπάνιες στο διαδίκτυο (online) ή εκτός αυτού (offline)
Επιθετική τιμολογιακή	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Τιμολόγηση θέσεων που απευθύνονται σε μεμονωμένους επιβάτες

πολιτική	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ελάχιστοι περιορισμοί στα εισιτήρια ✓ Πρόβλεψη και αντίδραση στις τιμές ✓ Προκλητική τιμολόγηση που μπορεί να ξεκινά και με δωρεάν πτήσεις
Προηγμένα Συστήματα Πληροφορικής	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Καινούργια Συστήματα ✓ Καμία δέσμευση με GDS ✓ Αποδοτικές διαδικασίες χωρίς ύπαρξη γραφείων ✓ Διασύνδεση με τεχνολογικά εξελιγμένους συνεργάτες
Δυναμικά πακέτα και προστιθέμενης αξίας υπηρεσίες	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Έγκυρη προσέγγιση για πώληση περισσότερων υπηρεσιών πχ. διαμονή, ενοικίαση αυτοκινήτου κά. ✓ Προσφορά υπηρεσιών προστιθέμενης αξίας όπως παρακολούθηση πτήσεων, οδηγοί προορισμού, κτλ.

Πηγή: ATW(2007),v44, n7, p.30

Πίνακας 1.2: Οι 10 πρώτες Low Cost εταιρίες

	Airline	(\$,000)
1	Us Airways Group	11.557.000
2	Southwest	9.086.300
3	Easy Jet	3.073.400
4	Ryan air	2.986.771
5	JetBlue	2.363.000
6	Air Berlin	2.065.800
7	Air Tran	1.893.400
8	Gol	1.777.890
9	West Jet	1.516.000
10	Air Lingus	1.430.500

Πηγή: ATW(2007),v44, n7, p.30

Οι εταιρίες χαμηλού κόστους εκμεταλλευόμενες το χαμηλό κόστος λειτουργίας τους κέρδισαν όλο και περισσότερους πελάτες με ελκυστικές χαμηλές τιμές τους. (Graham, Vowles, 2005).

2.1.3 Αεροπορικές εταιρείες που προσφέρουν ναύλωση αεροσκαφών

Έχουν καθορισμένο στόλο και ευθύνονται για τη ναύλωση μη τακτικών πτήσεων σε πρακτορεία, tour operators και εταιρείες κύρους επαγγελματικών ταξιδιών.

2.1.4 Αεροπορικές εταιρείες μεταφοράς εμπορευμάτων

Η μορφή αυτή εταιριών διαχωρίζεται από τις υπόλοιπες καθώς δεν μεταφέρει κοινό αλλά εμπορεύματα (φορτία). Τα αεροσκάφη εξωτερικά μοιάζουν με τα επιβατικά αλλά στο εσωτερικά είναι κενά χωρίς καθίσματα.

2.1.5 Εταιρείες επίγειας εξυπηρέτησης αεροσκαφών (Handlers)

Οι επιχειρήσεις υπηρεσιών εδάφους κρίνονται σπουδαίο κομμάτι των αερομεταφορών και δίνουν ένα ολοκληρωμένο εύρος ποιοτικών υπηρεσιών εξυπηρέτησης:

- *" Εξυπηρέτηση επιβατών*

- *Έκδοση εισιτηρίων*

- *Αίθουσα αναμονής διακεκριμένων επιβατών με υπηρεσίες CIP/VIP*

- *Υπηρεσίες εξυπηρέτησης αεροσκαφών*

- *Υπηρεσίες για επιβάτες με μειωμένη κινητικότητα*

- *Έλεγχος φορτίου, επικοινωνίες και λειτουργίες πτήσεων*

- *Υπηρεσίες ασφαλείας*

- *Συντήρηση Εξοπλισμού Επίγειας Υποστήριξης*

- *Διοικητική Εκπροσώπηση και Εποπτεία*

- *Υπηρεσίες γενικής αεροπορίας*

- *Υπηρεσίες φορτίου και αλληλογραφίας"*

2.2 Νομικό καθεστώς

Ο εμπορικός νόμος διακρίνει τέσσερα είδη εμπορικών εταιρειών:

1. Την ομόρρυθμη.
2. Την ετερόρρυθμη.
3. Την ανώνυμη.
4. Τη μετοχική ή αφανής

Στην πορεία όμως δημιουργήθηκαν και άλλες μορφές όπως:

1. Η ιδιωτική κεφαλαιουχική εταιρία (ΙΚΕ)
2. Η ετερόρρυθμη κατά μετοχές.
3. Η εταιρεία περιορισμένης ευθύνης.
4. Η κοινοπραξία.
5. Ο συνεταιρισμός.

Οι παραπάνω εταιρικές μορφές διακρίνονται σε προσωπικές δηλαδή αυτές που στηρίζονται σε προσωπική συνεργασία των μελών τους και σε κεφαλαιουχικές δηλαδή αυτές που στηρίζονται στο εισφερόμενο κεφάλαιο και όχι στη προσωπικότητα των εταίρων.

Προσωπικές είναι οι εξής:

- ✿ Η ομόρρυθμη (Ο.Ε).
- ✿ Η ετερόρρυθμη (Ε.Ε).
- ✿ Η αφανής.
- ✿ Ο συνεταιρισμός
- ✿ Η κοινοπραξία

Αυτές που έχουν επικρατήσει στη πράξη είναι από τις προσωπικές εταιρίες η ομόρρυθμη και η απλή ετερόρρυθμη και από τις κεφαλαιουχικές η ανώνυμη, η ΕΠΕ και η «ΙΚΕ» («ιδιωτική κεφαλαιουχική εταιρία»). Συνήθως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι ομόρρυθμες ή ετερόρρυθμες ή ακόμα και ΕΠΕ.

2.2.1 Όριο ευθύνης αερομεταφορέα

Προσδιορίστηκε για τον αερομεταφορέα η «ευθύνη» υπό τη προϋπόθεση ότι το γεγονός το οποίο προκάλεσε τον θάνατο ή σωματική βλάβη του ταξιδιώτη, συνέβη επί του αεροσκάφους ή στη φάση της διαδικασίας επιβίβασης ή αποβίβασης. Προσδιορίστηκαν ακόμα όρια ευθύνης του αερομεταφορέα στις περιπτώσεις καταστροφής ή απώλειας αποσκευών, σε καθυστερήσεις πτήσεων και σε περιπτώσεις θανάτου ή σωματικής βλάβης ταξιδιώτη.

2.2.2 Τίτλοι αερομεταφοράς

Καθορίζονται τα εισιτήρια μετακίνησης επιβατικού κοινού, κανονισμοί για τις αποσκευές και οι φορτωτικές μεταφορές όπου για κάθε τίτλο υπήρχαν συγκεκριμένοι όροι στα συμβαλλόμενα μέρη.

2.2.3 Εκμετάλλευση συνδυασμένων πτήσεων

Τα χαρακτηριστικά των πτήσεων είναι η εμφάνιση κοινού κωδικού πτήσης και γκισέ επιβατών, καθώς και αμοιβαία αποδοχή των προγραμμάτων προώθησης προϊόντων (FFP). Τα πλεονεκτήματα αυτής της συμφωνίας αμφότερα όπως επέκταση δικτύου, πολλαπλασιασμός συχνοτήτων, τροφοδοσία online και offline κίνησης, οικονομίες κλίμακες και αύξηση μεριδίου αγοράς για τις εταιρείες.

2.2.4 Ελευθερία στον αέρα μεταξύ κρατών - μελών (Σύμβαση του Σικάγου 1944)

Τα βασικότερα χαρακτηριστικά στην "ελευθερία" είναι ότι κάθε κράτος μέλος είναι υποχρεωμένο να κάνει τις εξής κινήσεις

- Να δίνει άδεια για υπερπτήσεις από τον εναέριο χώρο του άλλου

κράτους μέλους,

- Να δέχεται στα αεροδρόμια του χωρίς άδεια αεροσκάφος άλλου κράτους,
- Να μπορεί να αποβιβάζει σε άλλο κράτος επιβάτες, μέσα από τρίτο κράτος.
- Στη Σύμβαση του Σικάγο αξίζει να αναφερθεί η καθιέρωση των επιβαλλομένων τελών.
- Όλα τα κράτη μέλη προσδιορίζουν το ύψος των επιβαρύνσεων για την χρήση του εναερίου χώρου.
- Καθορίστηκαν οι αεροπορικές οδοί όπου ο πιο ασφαλής διαχωρισμός των αεροπλάνων οριζόντια και κάθετα έτσι προκειμένου να αυξάνεται η χωρητικότητα του διεθνούς εναερίου χώρου

2.3 Ίδρυση IATA/ICAO

Οι στόχοι της IATA/ICAO είναι:

- ✓ Η προώθηση ασφαλούς, και φθηνής αεροπορικής μεταφοράς
- ✓ Να αποφέρει όλα τα μέσα που θα συνεισφέρουν στην σωστή συνεργασία αερομεταφορέων
- ✓ Να έχει συνεργασία με τον Διεθνή Οργανισμό Πολίτικης Αεροπορίας. Η IATA προσφέρει 3ψήφιους κωδικούς αεροδρομίων και 2-ψήφιους κωδικούς αερομεταφορέων, πχ. ATHENS-ATH-LGAV, THESSALONIKI-SKG-LGTS, HERAKLION-HER-LGIR.

Ο Διεθνής Οργανισμός Πολιτικής Αεροπορίας, ιδρύθηκε το 1947 και αποτελείται από τους εξής φορείς:

- Τη Γενική Συνέλευση, όπου παίρνουν τμήμα αντιπρόσωποι από όλα τα κράτη μέλη
- Τη Γραμματεία, όπου λαμβάνουν τμήμα επαγγελματίες από γεωγραφική

βάση.

Εκτός από τα προαναφερθέντα υφίστανται επίσης η Αεροναυτική Επιτροπή, η Επιτροπή των Αερομεταφορών και η Νομική Επιτροπή όπου εκπροσωπούνται όλα τα μέλη.

2.4 Κατανομή παγκόσμιας αγοράς σε γεωγραφικές περιοχές

Οι κανόνες της IATA είναι αρχειοθετημένοι σύμφωνα με την γεωγραφική περιοχή σε διεθνείς κατευθύνσεις, αναφέροντας τον σωστό ναύλο και τους κανόνες αυτών για να μπορεί να υπολογίζει την τοποθεσία των πόλεων και των κρατών.

Η IATA κατανέμει την υδρόγειο στις τρεις παρακάτω, περιοχές :

AREA 1 / TC1

Περιλαμβάνει όλη τη Β. και Ν. Αμερικανική ήπειρο και τα νησιά πλησίον αυτής.

AREA 2 / TC2

Αφορά όλη την Ευρώπη και τα νησιά πλησίον αυτής, το σύνολο της Αφρικής, ότι τμήμα της Ασίας που βρίσκεται δυτικά .

AREA 3 / TC3

Περιλαμβάνει την Ασία , τα διπλανά νησιά, , την Αυστραλία, τη Νέα Ζηλανδία, τα νησιά του Ειρηνικού Ωκεανού, πέραν από εκείνα που εμπεριέχονται στην περιοχή1.(www.iata.org)

2.5 Υπηρεσία πολιτικής αεροπορίας

Η Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (ΥΠΑ) είναι Δημόσια Υπηρεσία του Υπουργείου Μεταφορών και επικοινωνιών και διοικείται από τον Διοικητή και τους Υποδιοικητές της με στόχο την ανάπτυξη του συστήματος αερομεταφορών του κράτους

Ίδρυση και λειτουργία των αερολιμένων του κράτους και μέριμνα για την ανάπτυξη και αυτών. Τροποποίηση της νομοθεσίας σχετικά με τις αερομεταφορές.

2.6 Συνθήκη Schengen

Ή σύμφωνα με τη συνθήκη καλείται η συμφωνία που υπεγράφη το 1985 στο Λουξεμβούργο σε 5 χώρες (ΕΚ) (Βέλγιο, Γερμανία, Γαλλία, Λουξεμβούργο και Ολλανδία) με σκοπό την προοδευτική κατάργηση των ελέγχων στα κοινά σύνορα, την καθιέρωση της ελεύθερης κυκλοφορίας για όλα τα πρόσωπα, Το 1990 υπεγράφη στο Σένγκεν η Σύμβαση Εφαρμογής της Συμφωνίας του Σένγκεν, που συμπλήρωνε και εξειδίκευε την αρχική Συμφωνία. Οι κανόνες που υιοθετηθήκαν από τα κράτη στο πλαίσιο συνεργασίας της Συνθήκης SCHENGEN περιλαμβάνουν:

- *άρση των ελέγχων στα εσωτερικά σύνορα.*
- *κανόνες που εφαρμόζονται σε άτομα που διασχίζουν τα εξωτερικά σύνορα των κρατών μελών.*
- *κανόνες σχετικά με τους όρους εισόδου και θεώρησης διαβατηρίου για σύντομες διαμονές.*
- *άμεση συνεργασία με τις αστυνομικές και δικαστικές αρχές' .(www.eeek.gr)*

2.7 Δικαιώματα επιβατών

Ο Εθνικός Φορέας εφαρμόζεται για τους κάτωθι Ευρωπαϊκούς Κανονισμούς:

- Τον Κανονισμό (ΕΚ) 261/2004 για την οριοθέτηση κανόνων αποζημίωσης των επιβατών μεταφορών
- Τον Κανονισμό (ΕΚ)1107/2006 αναφορικά με τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία
- Τον Κανονισμό (ΕΚ) 2111/2005για τη σύσταση Κοινοτικού καταλόγου αερομεταφορέων (Υπουργείο Δικαιοσύνης, Διαφάνειας και Ανθρωπίνων

Δικαιωμάτων)

2.7.1 Κανονισμός (ΕΚ)261/2004

A. Άρνηση επιβίβασης

- Ο εθελοντής έχει δικαίωμα φροντίδας: Γεύματα και ροφήματα, διανυκτέρευση σε ξενοδοχείο εφόσον μεταφορά μεταξύ αερολιμένα και καταλύματος, κτλ.
- Το επιβατικό κοινό δικαιούται φροντίδα και την επιστροφή της αξίας του εισιτηρίου του εντός μιας εβδομάδας
- Το επιβατικό κοινό δικαιούται αποζημίωση μεταξύ €125 και €600.
- Εξαίρεση: αν υπάρχουν σοβαροί λόγοι για να μην επιτραπεί στον ταξιδιώτη η επιβίβαση

B. Καθυστέρηση πτήσης

- Εφόσον η πτήση έχει καθυστέρηση περισσότερο από 2 ώρες το επιβατικό κοινό δικαιούται φροντίδα
- Γεύματα και ροφήματα (σχετικά με το χρόνο αναμονής),
- Διανυκτέρευση σε ξενοδοχείο (εφόσον αποβαίνει αναγκαία η παραμονή του ταξιδιώτη επί μια ή περισσότερες νύκτες),
- Το επιβατικό κοινό δικαιούται αποζημίωση μεταξύ €125 και €600 ανάλογα με την απόσταση του δρομολογίου.

Γ. Ματαίωση πτήσης

- το επιβατικό κοινό δικαιούται φροντίδα για γεύματα και ροφήματα
- το επιβατικό κοινό δικαιούται διανυκτέρευση σε ξενοδοχείο

- το επιβατικό κοινό δικαιούται επιστροφή της αξίας του εισιτηρίου εντός μιας εβδομάδας για το κομμάτι που δεν χρησιμοποιήσε
- το επιβατικό κοινό μπορεί να δικαιούται αποζημίωση μεταξύ €125 και €600, εκτός εάν η ματαίωση έχει έγκαιρα επικοινωνηθεί βάσει του άρθρου 5 ή εάν συντρέχουν εξαιρετικές περιστάσεις.

2.7.2 Κανονισμός (ΕΚ) 1107/2006

- Δεν εγκρίνεται το να αρνηθεί ο αερομεταφορέας σε ταξιδιώτη , την κράτηση θέσης για λόγους αναπηρίας.
- Στον αερολιμένα, το επιβατικό κοινό πρέπει να έχει κράτηση, εγκαίρως.
- Ο κανόνας 1107/2006 έχει προνοήσει ότι η φροντίδα θα προσδίδεται από το διαχειριστή του αερολιμένα στον αερολιμένα

2.7.3 Κανονισμός (ΕΚ) 2111/2005

Σχετικά με το δικαίωμα πληροφόρησης των επιβατών για την ταυτότητα του αερομεταφορέα. Η Ε.Ε. έχει εφαρμόσει τον κανονισμό αυτό ο οποίος εξασφαλίζει την άδεια πληροφόρησης των επιβατών για την ταυτότητα του αερομεταφορέα της πτήσης για την όποια έχει δημιουργήσει κράτηση ο ταξιδιώτης. (www.hcaa.gr)

2.7.4 Επιβάτες με μειωμένη κινητικότητα

Αναφορικά με απόφαση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ακόμη και αν κάποιος είναι με μειωμένη κινητικότητα, μπορεί να ταξιδεύει με το αεροπλάνο, όπως κάθε άλλος. Δικαιούται επίσης βοήθεια κατά την επιβίβαση και αποβίβαση από το αεροπλάνο. Για να υπάρχει η καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση, θα πρέπει να επικοινωνεί με την αεροπορική εταιρεία, ώρες πριν από το ταξίδι και να εξηγήσει τι είδους βοήθεια χρειάζεται.

Ο αερομεταφορέας δεν μπορεί να αρνηθεί την επιβίβαση για λόγους

μειωμένης κινητικότητας Αντίθετα, ο αερομεταφορέας δεν έχει υποχρέωση κατά τη διάρκεια της πτήσης να προσφέρει βοήθεια για να λάβει το γεύμα ή τα φάρμακά του κι αν κάτι τέτοιο είναι απαραίτητο χρειάζεται η συνοδεία κι από άλλο άτομο.

(http://europa.eu/youreurope/citizens/travel/passengerrights/reducedmobility/index_el.htm)

2.7.5 Κανονισμός ανηλίκων

Εφόσον ο ταξιδιώτης επιθυμεί να ταξιδέψει με περισσότερα από ένα βρέφη, μπορεί να αγοράσει ένα ακόμα εισιτήριο, αλλά μόνον εφόσον το βρέφος κάθεται σε ειδικό παιδικό κάθισμα, εγκεκριμένο από την Ομοσπονδιακή Διοίκηση Αεροπορίας. Μπορεί να αγοράσει αυτό το κάθισμα ή να το προσφέρει η αεροπορική εταιρεία.

2.8 Εφαρμογή νέων τεχνολογιών στις αεροπορικές εταιρίες

Η εξέλιξη της τεχνολογίας συνέδεσε άμεσα τον ταξιδιώτη με την αεροπορική εταιρεία. Είναι προφανές ότι οι αεροπορικές επιχειρήσεις προσαρμόζονται στις απαιτήσεις των καταναλωτών. Οι επιχειρήσεις έχουν προωθήσει ένα νέο τρόπο σκέψης και αντίληψης του επιβατικού κοινού στον τομέα των ταξιδιών σε σχέση με τον προηγούμενο αιώνα.

2.9 Είδη αεροπορικών ταξιδιών και ναύλων

Η κατάταξη των ταξιδιών σε συγκεκριμένα είδη προσδιορίζει το είδος των ελέγχων που είναι απαραίτητο να υλοποιηθούν στο κάθε είδος ταξιδιού, για να προσδιοριστεί το ύψος των κομίστρων του συγκεκριμένου ταξιδιού.

2.9.1 Αεροπορικά ταξίδια

Το είδος του αεροπορικού ταξιδιού μπορεί να υπολογίζεται από το σημείο

της εκκίνησης (origin), το σημείο προορισμού, άφιξης (destination) και τη διαδρομή που ζητά να ακολουθήσει ο επιβάτης. Αναφορικά με αυτά τα κριτήρια υπάρχουν τα ακόλουθα είδη ταξιδιών:

DIRECT TRIP

Εφόσον από τον τόπο εκκίνησης μέχρι τον τόπο της αφετηρίας του ταξιδιώτη δεν μεσολαβεί ενδιάμεση στάση (stop over) η πτήση καλείται direct (άμεση - απλή) πχ ΑΘΗΝΑ - ΛΟΝΔΙΝΟ (ATH-LON).

INDIRECT TRIP

Εξού και το ταξίδι(trip) ή η διαδρομή αποτελείται από δυο ή περισσότερα σκέλη (legs) ή πτήσεις (flights), τότε καλείται indirect (έμμεση). πχ ΑΘΗΝΑ - ΠΑΡΙΣΙ - ΛΟΝΔΙΝΟ

ONE WAY TRIP (OW)

Αεροπορικό ταξίδι που το σημείο εκκίνησης και το τελικό σημείο προορισμού σε indirect δρομολόγια - άσχετα από τις προσγειώσεις που περιβάλλονται - υπάρχουν σε διαφορετικά κράτη . πχ ΑΘΗΝΑ - ΛΟΝΔΙΝΟ - ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΗ (ATH - LON - IST).

ROUND TRIP (RT)

Ταξίδι μετ' επιστροφής. Αναφέρεται σε περιπτώσεις:

α) των direct δρομολογίων Ορίζεται το αεροπορικό ταξίδι μετ' επιστροφής δυο χωρών πχ. ΑΘΗΝΑ - ΛΟΝΔΙΝΟ - ΑΘΗΝΑ (ATH- LON -ATH).

β) των indirect δρομολογίων καθορίζεται το αεροπορικό ταξίδι που το outbound τμήμα έχει την ίδια απόσταση με το inbound τμήμα turnaround point to destination) σύμφωνα με το δομημένο ναύλο .

CIRCLE TRIP (CT)

Κυκλικό ταξίδι. Αναφέρεται μόνο στη περίπτωση των indirect δρομολογίων. Εφόσον δηλαδή το επιβατικό κοινό καταλήγει στο σημείο εκκίνησης , αφού έχει περάσει από διάφορα συνεχόμενα σημεία σε "κυκλική" διαδρομή πχ. ΑΘΗΝΑ - ΠΑΡΙΣΙ - ΜΑΔΡΙΤΙ - ΛΟΝΔΙΝΟ - ΑΘΗΝΑ (ATH - PAR - MAD - LON - ATH).

RTW round the world (γύρος του κόσμου)

Εφόσον το επιβατικό κοινό φτάνει στο σημείο εκκίνησης κάνοντας τον γύρο της γης δηλαδή χωρίς κενό και σε συνέχεια μεταξύ των περιοχών (areas) που έχει ορίσει η IATA 1,2,3. Είναι όμως υποχρεωτικό για το επιβατικό κοινό να έχει πραγματοποιήσει ένα μόνο πέρασμα από τον Ατλαντικό Ωκεανό και ένα μόνο πέρασμα από τον Ειρηνικό Ωκεανό. πχ. ATH -BKK - TYO - NYC - ATH.

2.9.2 Κατηγορίες ναύλων

Οι κύριοι προσδιοριστικοί παράγοντες του είδους του ναύλου είναι :

- Το είδος του ταξιδιού
- Οι όροι του ταξιδιού όπως πχ.
 - ✓ προκαθορισμένη ημερομηνία εκκίνησης ,
 - ✓ προκαθορισμένη ώρα εκκίνησης ,
 - ✓ προκαθορισμένη ημερομηνία επιστροφής,
 - ✓ προκαθορισμένος χρόνος παραμονής στο εξωτερικό,
 - ✓ υλοποίηση του ταξιδιού σε προκαθορισμένη περίοδο του χρόνου
- Η κατηγορία θέσης

- Η ηλικία του ταξιδιώτη

Κατηγ/ες ναύλου	Επεξήγηση
AD	Agent Discount, εκπτώτικός ναύλος που χορηγείται σε πράκτορα
CH	Child Discount, εκπτώτικός ναύλος για παιδιά
EM	Emigrant, εκπτώτικός ναύλος που χορηγείται σε μετανάστες
GS	Group of Sailors, χορηγείται σε group ναυτικών
ID	Για εργαζόμενους αεροπορικής εταιρείας και μέλη της οικογένειας
IN	Infant, χορηγείται σε νήπια
LA	Labour fare, εργατικός ναύλος
M	Military fare, στην Ελλάδα συνήθως είναι ΚΕ ή αλλιώς ELDYK
SD	Student fare, Φοιτητικός ναύλος
ZZ	Νεανικός ναύλος

Κεφάλαιο 3^ο Εξωτερική πολιτική αερομεταφορών στην Ε.Ε.

Η εξέλιξη δείχνει μία σύμπτυξη των ενεργειών απελευθέρωσης της αγοράς για τον τομέα των αερομεταφορών με περιορισμούς δεσμευτικών συμφωνιών σε σχέση με και την χωρητικότητα και το πρόγραμμα των πτήσεων. Ο καταναλωτής στην Ευρώπη επωφελείται από την αναβάθμιση των υπηρεσιών που παρέχονται κυρίως για λόγους ανταγωνισμού.

Οι εταιρείες της παρούσας εποχής (charter) που εξυπηρετούν κατά κανόνα το 50 τοις εκατό της ζήτησης σε ευρωπαϊκές χώρες – σύμφωνα με τους ειδικούς - θα εκταθούν σε κλασικές αεροπορικές, δίνοντας λύσεις για επιβάτες. Θα προκληθεί σταδιακή εξαφάνιση των κρατικών μονοπωλίων από τις ελεύθερες πτήσεις

Η ιδιωτικοποίηση συχνά αποτελεί την πιο λογική έκβαση για εθνικούς αερομεταφορείς που αναμένεται να μεγαλώσουν τον ανταγωνισμό σε διεθνείς συνδέσεις και να έχουν τον πλήρη έλεγχο στις τους αγορές τους εσωτερικά.

Η αεροπορική αγορά της Ευρώπης παρουσιάζει σημαντικές διαφορές σε σχέση με την αμερικανική αεροπορική αγορά:

- Οι ευρωπαϊκές πτήσεις είναι κατά 90% διεθνείς
- Για μέσες αποστάσεις (400-800km) στην Ευρώπη το αεροπλάνο ανταγωνίζεται το τρένο εξπρές,
- Οι πτήσεις charter στην Ευρώπη είναι συχνότερες

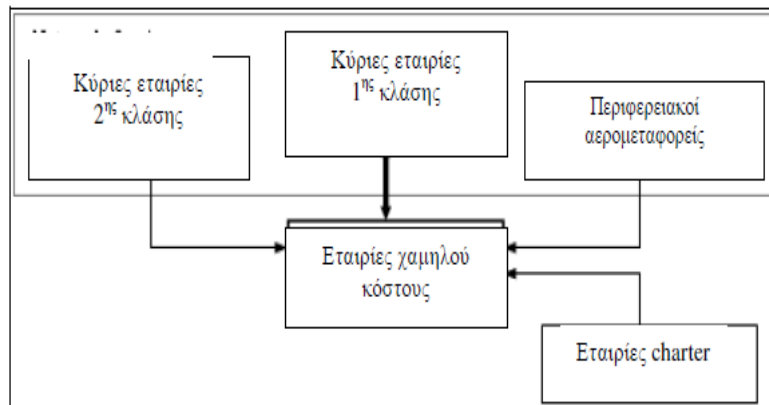
Για τους λόγους αυτούς, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή επέλεξε σταδιακή απελευθέρωση των αερομεταφορών (Κανονισμοί 3976/87 και 2344/90), (Κανονισμός Ευρωπαϊκής Ένωσης 3976/87, Κανονισμοί 3976/87 και 2344/90/2344/90).

Ένα από τα πιο σημαντικά ζητήματα για την Ευρώπη είναι η πτήση 25000 αεροπλάνων καθημερινά και οι καθυστερήσεις πτήσεων που οδηγούν σε κορεσμό εναέριου χώρου.

Οι αεροπορικές εταιρίες διπλασίασαν την εναέρια κυκλοφορία μέχρι το

2010. Ένα επίπεδο ανάπτυξης τέτοιο ισχύει κάτω από την προϋπόθεση ότι η τροποποίηση της διαχείρισης του εναέριου χώρου έχει αρκετή διαθεσιμότητα σε χωρητικότητα αερολιμένων.

Ακολούθως παρουσιάζονται γραφικά οι βασικές μορφές αεροπορικών μεταφορών (Garriga, 2004).



Διάγραμμα 3-1: Βασικές μορφές αεροπορικών εταιρικών

Πηγή: Garriga, J. C. (2004). Low-cost a regional affair. Airport Regions Conference. Available at <http://www.airportregions.com>.

Οι τύποι στο παραπάνω γράφημα είναι η βάση για τους αερομεταφορείς χαμηλού κόστους σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Αυτοί διακρίνονται σε :

- Εταιρίες τύπου charter
- Εταιρίες ολοκληρωμένων υπηρεσιών (Full service type)
- Εταιρίες καθαρά χαμηλού κόστους (Core Low Cost Carrier)

Εταιρίες τύπου charter είναι η Ryanair και η Easyjet, η Buzz και η Go. (Travel Business Analyst, 2003).

3.2 Οι κόμβοι και ο ρόλος των κόμβων

Κατά το 1980, δηλαδή μετά την απελευθέρωση στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι οικονομίες κλίμακας από άποψη στο κόστος για τις αερομεταφορές ήταν περιορισμένες. Οι δαπάνες ήταν στο τέλος υψηλότερες από τα εκείνες των μικρότερων ανταγωνιστών, οι που ήκμασαν αρχικά μετά την απελευθέρωση. Ωστόσο, ενώ οι περισσότερες από τις βασικές επιβίωσαν και εξελίχθηκαν, οι πιο πολύ καινούργιοι παίκτες χαμηλού κόστους και χαμηλών τιμών, εν τέλει κατέρρευσαν. Αιτία ήταν τα μοναδικά προτερήματα του μάρκετινγκ, τα οποία απολάμβαναν οι βασικοί και τους επέτρεψαν την επιβίωση.

Στην πραγματικότητα τα προτερήματα αυτά προήλθαν από τις εκτεταμένες λειτουργίες τους και τη έκταση των δικτύων. Αντιθέτως πιο μικροί αερομεταφορείς ή νέοι «παίκτες» εστίασαν σε μικρές, ιδιαίτερες αγορές ή γεωγραφικά ιδιαίτερες περιοχές. Έτσι οι μεγαλύτερες αεροπορικές έγιναν πιο ελκυστικές σε επιβάτες, που γνώριζαν ότι οι βασικοί μεταφορείς κατά πάσα πιθανότητα εξυπηρετούν στους προορισμούς που αναζητούσαν. Λειτουργίες εξυπηρέτησης σε κομβικά σημεία αναπτύχθηκαν από τους βασικούς, μέσω των κομβικών αεροδρομίων και κατ' αυτό τον τρόπο παρείχαν καλή σύνδεση πτήσεων (on-line) στα πιο πολλά σημεία που οι επιβάτες ήθελαν να ταξιδέψουν. Οι αποτελεσματικές κομβικές λειτουργίες εξασφάλιζαν και υψηλότερες επαναλήψεις από όσες θα μπορούσαν να είχαν πετύχει μέσα από τις ακανόνιστες υπηρεσίες και τις περισσότερες φορές αποζημίωναν για την ανάγκη αλλαγής αεροπλάνου με προσφορά χαμηλότερων τιμών. Η υπερίσχυση των βασικών αερομεταφορέων σε δυο ή περισσότερα κομβικά αεροδρόμια, σε αναχωρήσεις αριθμητικά, δυσκόλεψε τον ανταγωνισμό για τις άλλες αεροπορικές σε πυκνά και πιο προσοδοφόρα δρομολόγια από αυτούς τους κόμβους. Επιπλέον οι νέοι παίκτες θα δυσκολευόντουσαν να αποκτήσουν χώρο για διάδρομο απογειώσεων –προσγειώσεων ή σταθμούς αποβίβασης – επιβίβασης, για να ανταποκριθούν στον ανταγωνισμό.

Οι πιο μεγάλοι αερομεταφορείς διέθεταν επιπλέον επίσης πιο καλά και πιο αποτελεσματικά συστήματα διανομής. Εξαιτίας μεγέθους, είχαν πρόσβαση σε πιο πολλά ταξιδιωτικά πρακτορεία και αγορές. Το μεγάλο μέγεθος επίσης

συνοδευόταν από ωφέλειες σε σχέση με διαφημιστικές δαπάνες. Λόγω μεγάλου δικτύου, ένα συγκεκριμένο ποσό μπορούσε να προωθήσει περισσότερους προορισμούς και υπηρεσίες,. Πιο μικρές αεροπορικές με περιορισμένο δίκτυα έπρεπε πολλές φορές να μεταφέρουν επιβάτες σε άλλους αερομεταφορείς για να φτάσουν στον προορισμό τους. Έτσι, δεν γινόταν να εξασφαλίσουν την παρεχόμενη υπηρεσία. Εν τέλει, οι αεροπορικές με διευρυμένα δίκτυα, διαθέτουν ελκυστικά προγράμματα συχνών πτήσεων (FFP), εξαιτίας προσφοράς πολλών περισσότερων ευκαιριών να κερδίσει κάποιους πόντους και να τους ξοδέψει. Όσο αυτά τα προγράμματα πιστότητας γινότουσαν πιο δημοφιλή, τόσο ενισχυόταν η ελκυστικότητα των αεροπορικών με ευρεία δίκτυα.

Το επιχείρημα πίσω από την επέκταση και ενίσχυση των τοπικών δικτύων, φαίνεται περισσότερο στις Ηνωμένες Πολιτείες. Μέσα από χρήση πτήσεων άλλων αεροπορικών (codeshare) και άλλων τύπων εμπορικές συμμαχίες με ξένες αεροπορικές, οι αερομεταφορείς των Η.Π.Α μπορούσαν να εισέλθουν σε νέες αγορές και να αυξήσουν δραστικά την εξάπλωση του δικτύου τους και τη ισχύ τους στην αγορά με όχι μεγάλο κόστος. Οι δυο πρώτοι βασικοί των Η.Π.Α που εισήλθαν σε δια-συνοριακές παγκόσμιες συμμαχίες ήταν η Northwest και η Delta, αεροπορικές με τα πιο αδύναμα διεθνή δίκτυα, το 1989.

Οι διεθνείς συμμαχίες ενέχουν επίσης δυο ακόμα προτερήματα σε μάρκετινγκ. Επιτρέπουν στις αεροπορικές να διευρύνουν τις αγορές μέσα από επιπλέον κίνηση που εξελίσσεται από την τροφοδότηση από και προς τον ξένο αερομεταφορέα-συνεργάτη, πράγμα που συμβαίνει χωρίς μεγάλο κόστος. Επίσης όμως δια-συνοριακές συμμαχίες σαν αυτές επιτρέπουν στις αεροπορικές να εξαπλωθούν και να ανοίξουν νέες αγορές, που πριν δυσκολευόντουσαν να προσεγγίσουν. Εξαιτίας αυτού η συμμαχία μεταξύ United και Lufthansa το 1993, επέτρεψε στην United να έχει πρόσβαση και να ανοίξει νέες αγορές στην ανατολική Ευρώπη, μέσω του κόμβου της Lufthansa στην Φρανκφούρτη, αγορές που προηγουμένως δεν ήταν ελεύθερες από πλευράς δικαιωμάτων ή δεν ήταν βιώσιμες από πλευράς απευθείας πτήσεων. Στο σύνολο των δρομολογίων των United Airlines / Lufthansa για Σικάγο-Φρανκφούρτη, η κίνηση μεταφοράς για έναν από τους δυο προορισμούς ή και για τους δυο, τριπλασιάστηκε σε διάρκεια 5 ετών,

με αποτέλεσμα διαθέσιμων συνδέσεων και για τους δυο προορισμούς. Στην διάρκεια 1993-1998 η καθημερινή μεταφορά επιβατών ανήλθε σε 600 από 200 και η ακανόνιστη κίνηση ανέβηκε με πολύ αργούς ρυθμούς. Η αυξανόμενη άνοδος της κίνησης μεταφοράς άνοιξε τον δρόμο σε United/Lufthansa για περισσότερες καθημερινές πτήσεις με χρήση πτήσεων άλλων αεροπορικών (codeshare), στο Σικάγο-Φρανκφούρτη από δυο που ήταν το 1996, σε 4 το 1998. Οι συμμαχίες κρίνονται σαν ένας τρόπος εξέλιξης αγορών και επέκτασης σε νέες.

Η αυξημένη ισχύς στην αγορά των συνεργατών στις συμμαχίες διαφαίνεται και από το παράδειγμα της American Airlines σε προορισμούς του Βορείου Ατλαντικού.

Το 1990 αποτελούσε βασικό μεταφορέα στις διαδρομές Σικάγο-Ντίσελντορφ, Μαϊάμι-Φρανκφούρτη και Νέα Υόρκη-Ζυρίχη και Βρυξέλες. Αλλά αφού υπήρχε ανταγωνισμός σε αυτές τις διαδρομές από αεροπορικές των Η.Π.Α και της Ευρώπης που δούλευαν ως συνεργάτες συμμαχιών, μειώθηκε το μερίδιο της αγοράς της και το 1998 αποσύρθηκε από τις αγορές αυτές.

Έτσι δεν ξανα-εισήλθε σε αυτές με εξαίρεση το Νέα Υόρκη-Ζυρίχη και αυτό μετά την ρήξη στην συμμαχία Delta/Swissair.

Η ισχύς στην αγορά των Lufthansa και United με την συμμαχία STAR συνοδευόταν από το γεγονός ότι μέχρι το 2004 καμία αεροπορική δεν είχε αποπειραθεί να ανταγωνιστεί μαζί τους στις διαδρομές Σικάγο-Ντίσελντορφ ή Μαϊάμι-Φρανκφούρτη που είχαν γίνει μονοπώλιο. Ωστόσο στις διαδρομές Νέα Υόρκη-Ζυρίχη και Νέα Υόρκη-Βρυξέλες, όπου δεν επικρατούσε καμία συμμαχία, υπήρχαν τουλάχιστον δυο ανταγωνίστριες εταιρίες μέχρι το 2004.

Επιγραμματικά οι συμμαχίες έχουν διπλές θετικές επιπτώσεις - οφέλη. Μεγαλώνοντας το εύρος και το δίκτυο κάθε αεροπορικής, δημιουργούνται οφέλη μάρκετινγκ που τελικά καταλήγουν σε αύξηση επιβατών και μεταφορές για κάθε εταιρία που είναι μέλος της συμμαχίας.

Παράλληλα ωστόσο η ίδια συμμαχία διευρύνει την αγορά κάθε εταιρείας διευρύνοντας την έκταση της γεωγραφικά με μικρό παραπάνω κόστος. Τα πιθανά οφέλη είναι ουσιαστικά.

Η Lufthansa ισχυρίστηκε ότι οι συμμαχίες marketing που είχε κάνει, της προσέφεραν οικονομικά οφέλη 250-270 εκατομμυρίων το χρόνο.

Σε ότι αφορά περιφερειακές συμμαχίες εννέα εταιρίες franchise της British Airways είχαν συνεισφέρει σημαντικά στα έσοδά της κατά το παρελθόν. Στο 1997-1998 της προσέφεραν περίπου 400.000 επιβάτες από συνδεδεμένες πτήσεις και £71,5 εκατομμύρια παραπάνω έσοδα (European Cockpit Assosiation, 2006).

Η SAS είχε ισχυριστεί ότι είχε σκοπό να παράγει ένα 5% λειτουργικών εσόδων ως αποτέλεσμα της συμμαχίας STAR. Με βάση αυτό η επίπτωση στα κέρδη της θα ήταν σημαντική. Η Delta Airlines είχε δηλώσει το πρώτο εξάμηνο του 2002 παρήγαγε περισσότερα από \$430 εκατομμύρια σε μικτά έσοδα μέσω των συμμαχιών της (Oxford Economic Forecasting, 2005). Αυτό αντιστοιχούσε σε περίπου το 3% των συνολικών λειτουργικών εσόδων. Παράλληλα το 2003 η συνένωσή της US Airways στην συμμαχία STAR, θεωρήθηκε ότι θα της εξασφάλιζε \$75 εκατομμύρια περίπου αυξητικά έσοδα κάθε έτος. Αποτέλεσε μόλις λίγο παραπάνω από το 1% των λειτουργικών της εσόδων.

Όταν η Air France εξαγόρασε την KLM το 2003, η έμφαση που δόθηκε ήταν στις συνεργίες κόστους που θα δημιουργούνταν και τα οφέλη των εσόδων υποβαθμίστηκαν. Τα δίκτυα τους λειτουργούν πιο πολύ συμπληρωματικά παρά ανταγωνιστικά.

Σαν κατάληξη, ο συνδυασμός τους θα παρείχε πρόσβαση σε πάνω από 90 προορισμούς για τους επιβάτες της KLM, όπου 43 θα ήταν μεγάλων αποστάσεων και οι μισοί στην Αφρική.

Οι πελάτες της Air France θα απολάμβαναν 40 νέους πόντους, πολλοί από αυτούς σε μεγάλα δρομολόγια. Εφόσον η Air France και η KLM μαζί θα ήταν ο μεγαλύτερος αερομεταφορέας στην Ευρώπη ήταν αναμενόμενη μια επίδραση στη δημιουργία εσόδων. Επίσης, τα αυξημένα έσοδα δεν ήταν ξεχωριστά στην ανάλυση που ανέπτυξαν οι δυο αεροπορικές για τις συνέργιες από τις συγχωνεύσεις,.

Υπήρχε μια δήλωση που απλά έλεγε «περίπου 60% των πιθανών συνεργιών πηγάζουν από οικονομία εξόδων». Η ισορροπία ήταν εξαιτίας οφελών

εσόδων υποθετικά. Η έλλειψη λεπτομερειών για οφέλη που αφορούν εισοδήματα μπορεί να είναι αποτέλεσμα του ενός ή και των δύο παραγόντων. Πρώτον, οι συνεργάτες μπορεί να μην τολμούσαν να διοχετεύσουν τα οφέλη αυτά μήπως φαινόταν να υπερισχύουν κατά κάποιο τρόπο σε μερικές αγορές, πράγμα που αποτελούσε μια σημαντική αιτία στην εποχή προ συγχώνευσης. Δεύτερον, στις δυσμενείς οικονομικές συνθήκες του 2003-4, το να επιτευχθεί μείωση κόστους μπορεί να παρουσιαζόταν ως πιο σπουδαίο και για τις δυο εταιρίες από ότι ήταν η παραγωγή εσόδων.

Είναι επειδή τα πρώτα οφέλη των συμμαχιών θεωρείται ότι βρίσκονται στο πεδίο του μάρκετινγκ και στην διεύρυνση του δρομολογιακού δικτύου μιας αεροπορικής, στα οποία οι πιο πολλές συμμαχίες στηρίζονται στην αρχή τουλάχιστον κατά τις συμφωνίες marketing.

Τα οφέλη στις συμμαχίες σε επίπεδο μάρκετινγκ συνοψίστηκαν από ένα στέλεχος της Delta *«Η μεγάλη σημασία των συμμαχιών έγκειται στο ότι επιτρέπουν στις αεροπορικές εταιρίες να τοποθετήσουν τα προϊόντα τους σε πιο πολλά ράφια και να επεκτείνουν το εύρος τους και το δίκτυό τους με αποτελεσματικό τρόπο. Μια επιχείρηση σημαίνει μεγιστοποίηση του κέρδους και οι συμμαχίες μας διευκολύνουν στην παραγωγή παραπάνω εσόδων με μικρή επένδυση»* (Lobbenberg 1999).

3.3 Θεμιτός και αθέμιτος ανταγωνισμός

Ο πιο σπουδαίος παράγοντας για κάθε νέα αεροπορική εταιρεία είναι το ζήτημα που αφορά στην αναγνωρισιμότητα της ως brand εφόσον οι επιβάτες προτιμούν κάθε φορά εταιρείες που γνωρίζουν και εμπιστεύονται. Το προτερήματα είναι ότι τα τοπικά MME που μπορούν να χρησιμοποιηθούν είναι πιο αποδοτικά σχετικά με την αναλογία εμφανίσεων. Η διαφήμιση μπορεί επίσης να στοχεύει ειδικά και αποδεικνύεται ιστορικά ότι μια νέα αεροπορική εταιρεία μπορεί να πετύχει ένα μερίδιο.

Η διαφήμιση που θα χρησιμοποιηθεί θα πρέπει να επικεντρώνεται σε αυτά τα δύο βασικά θέματα.

3.4 Εξωτερική πολιτική αερομεταφορών

Λόγω της εμβάθυνσης του ενιαίου κλάδου, της εμφάνισης ευρωπαϊκών αερομεταφορέων που αποκτούν πολυεθνικό χαρακτήρα θα πρέπει η Ε.Ε. να επιδιώξει μια πιο συντονισμένη προσέγγιση στις εξωτερικές σχέσεις αερομετακινήσεων.

Σε κάποιες περιπτώσεις αρκεί να τονωθεί το υπάρχον επίπεδο συντονισμού μεταξύ της ΕΕ, των κρατών μελών και του κλάδου, ενώ ακόμα επιδιώκονται σχέσεις με κράτη εταίρους σε διμερή βάση.

Οι διαπραγματεύσεις σε επίπεδο Ε.Ε. αντιπροσωπεύουν έναν πιο ιδανικό τρόπο για την επίτευξη των ευρωπαϊκών συμφερόντων. Η εν λόγω προσέγγιση θα πρέπει να αναπτυχθεί ως γενική προϋπόθεση και όχι εξαίρεση από τον κανόνα

Η Ε.Ε. οφείλει να παραμείνει τολμηρή στην προώθηση περαιτέρω διαφάνειας και απελευθέρωσης στις αερομεταφορές, διασφαλίζοντας παράλληλα ότι επιτυγχάνεται ικανοποιητικό επίπεδο ρυθμιστικής σύγκλισης. Όποτε απαιτείται, να υπερασπίζει τον τομέα, την οικονομία και την απασχόληση της Ε.Ε. και να εξασφαλίζει ότι εφαρμόζονται τα ιδανικά μέσα για την υπεράσπιση των συμφερόντων της. Σε διαπραγματεύσεις με τα κράτη εταίρους, μεγάλη προσοχή πρέπει να δίνεται στα εργασιακά πρότυπα και στο σεβασμό των διεθνών συμβάσεων στους δύο τομείς προκειμένου να αποφευχθούν οι στρεβλώσεις του κλάδου και να αποτραπεί η ισοπέδωση προς τα κάτω.

3.5 Πυλώνες ανάπτυξης αερομεταφορών στην Ε.Ε

Η εξωτερική πολιτική αερομεταφορών της Ε.Ε. ήταν η συνέπεια της δημιουργίας της εσωτερικής αγοράς της Ε.Ε. και των αντίστοιχων κοινών κανόνων.

Ορόσημο θεωρούνταν η απόφαση για τους « ανοικτούς ουρανούς » του Δικαστηρίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης στις 5 Νοεμβρίου 2002 που κατέληξε στο εξής :

- 1) ότι η Ένωση αποκτά εξωτερική αρμοδιότητα όποτε οι διεθνείς δεσμεύσεις εμπίπτουν στους κοινούς κανόνες · και
- 2) ότι οι απαιτήσεις για εθνική κυριότητα κατοχυρώνεται στις Συνθήκες της Ε.Ε.

Τον Ιούνιο 2005, το Συμβούλιο έθεσε βασικούς « πυλώνες » για μια εξωτερική πολιτική αερομεταφορών της Ε.Ε. με σκοπό:

- τη συμμόρφωση όλων των διμερών συμφωνιών αεροπορικών μεταφορών που έχουν κράτη μέλη της Ε.Ε. με τρίτες χώρες με τη νομοθεσία της Ε.Ε.
- την ανάπτυξη εναέριου χώρου για να εισαχθούν τα γειτονικά κράτη στα νότια και ανατολικά της Ε.Ε.
- τη διαπραγμάτευση σε επίπεδο Ε.Ε. συνολικών συμφωνιών με άλλους βασικούς εταίρους
- Αν διατηρηθούν προκλήσεις έχει γίνει πρόοδος και στους τρεις πυλώνες.

3.5.1 Επιτεύγματα που σημειωθήκαν στο πλαίσιο των τριών πυλώνων

- **Πρώτος πυλώνας - Αποκατάσταση της ασφάλειας δικαίου**

Η σημασία της αποκατάστασης στερεής νομικής βάσης αερομεταφορών με την Ε.Ε. έχει γίνει αποδεκτή παγκοσμίως. Με λίγες μόνο εξαιρέσεις ,αυτό δεν θεωρείται πλέον σημαντικό ζήτημα. Γύρω στις 117 χώρες εκτός Ε.Ε.

Η αποκατάσταση της ασφάλειας δικαίου, μεταξύ μπλοκ με τις Περιφερειακές Οικονομικές Κοινότητες θεωρείται προϋπόθεση για την ευρύτερη συνεργασία σε βασικούς τομείς των αερομεταφορών.

Τα αποτελέσματα που επιτεύχθηκαν είναι σημαντικά. Κυρίως έχει αποκατασταθεί η ασφάλεια δικαίου στις διμερείς συμφωνίες.

Δεύτερος πυλώνας - Κοινός αεροπορικός χώρος με τις γειτονικές χώρες.

- **Τρίτος πυλώνας - Συνολικές συμφωνίες με άλλους βασικούς εταίρους.**

Πραγματοποιήθηκαν συμφωνίες με μείζονες εταιρίες με σκοπό το συνδυασμό ανοίγματος της αγοράς.

Μια συμφωνία πρώτης φάσης με τις Ηνωμένες Πολιτείες υπεγράφη το 2007 και μια συμφωνία δεύτερου σταδίου τον Ιούνιο 2010. Μια διεξοδική συμφωνία υπογράφηκε με τη Βραζιλία το Μάρτιο 2011. Οι διαπραγματεύσεις με αυτές τις χώρες δεν έχουν ακόμη ολοκληρωθεί. Η συμφωνία Ε.Ε.-ΗΠΑ έχει διαδραματίσει ζωτικό ρόλο στην απομάκρυνση των διεθνών συμφωνιών αεροπορικών μεταφορών από τις απλές διαπραγματεύσεις σχετικά με τη πρόσβαση στην αγορά με βάση την αμοιβαιότητα. Αναφορικά με τη συμφωνία Ε.Ε.-ΗΠΑ για παράδειγμα, η Μεικτή Επιτροπή έχει εξετάσει πολλά θέματα, μεταξύ των οποίων είναι η πρόσβαση στην αγορά, η συνεργασία και οι όροι ανταγωνισμού. Η Μεικτή Επιτροπή ήταν καταλυτική για τη συμφωνία του Ιουνίου 2012 για την ασφάλεια του φορτίου Ε.Ε.-ΗΠΑ

3.6 Τα περιφερειακά αεροδρόμια και οι αεροπορικές υπηρεσίες στην Ε.Ε.

Ο κλάδος των τοπικών αεροπορικών στον ελλαδικό χώρο περιέχει 39 αεροδρόμια, μεταξύ των οποίων της Θεσσαλονίκης, που αποτελεί εμπορική είσοδο των Βαλκανίων/Κεντρικής Ευρώπης και ελληνικών νησιών προσελκύοντας το μεγαλύτερο μέρος του διεθνούς τουρισμού.

Κατά την τρέχουσα φάση, όλα τα τοπικά αεροδρόμια ανήκουν στο Ελληνικό Δημόσιο χωρίς συγκεκριμένη εταιρική δομή. Η αναβάθμισή τους είναι δυνατόν να τονώσει το προφίλ της Ελλάδας ως τουριστικό προορισμό.

Το Ελληνικό Δημόσιο έχει διορίσει τις παρακάτω εταιρίες ως οικονομικούς συμβούλους προκειμένου να βοηθήσουν με την αποκρατικοποίηση:

- Citigroup Global Markets Limited
- Eurobank EFG Equities Investment Firm S.A.,
- Your Legal Partners και Δρακόπουλος & Βασιλάκης

- Lufthansa consulting,
- Γραφείο Δοξιάδη

Κεφάλαιο 4^ο Ο κλάδος των αερομεταφορών στην Ελλάδα

4.1 Ανάλυση εξωτερικού περιβάλλοντος

4.1.1. Ανταγωνισμός

Οι αερομεταφορές αποτελεί ένας από τους πιο εξελιγμένους τομείς της διεθνούς οικονομίας ο οποίος είναι ενσωματωμένος θα λέγαμε με την οικονομική συνεργασία και ανάπτυξη των κρατών. Παγκοσμίως το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς των αερομεταφορών κατέχει η μεταφορά επιβατών (σχεδόν το 70%). Στην Ελλάδα η συνολική επιβατική κίνηση από το 1978 μέχρι και σήμερα παρουσίασε σταθερή άνοδο, με μόνη εξαίρεση τα έτη 1986 και 1991. είναι σημαντικό να αναφερθεί η σημασία της ανάπτυξης και βελτίωσης της υποδομής των αεροδρομίων τόσο στα μεγάλα αστικά κέντρα όσο και στην περιφέρεια. Επίσης θα πρέπει ακόμη να αναφερθεί η στρατηγική σημασία που έχει για την χώρα μας η δημιουργία του αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος» στα Σπάτα το 2001 καθώς και η βελτίωση και εξέλιξη του κρατικού αερολιμένα Θεσσαλονίκης «ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ» ως του δεύτερου κύριου κόμβου αερομεταφορών.

Στην Ελλάδα το βασικό ρόλο εξακολουθεί να κατέχει η Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας (ΥΠΑ) που είναι η Δημόσια Υπηρεσία του Υπουργείου Μεταφορών και Επικοινωνιών της οποίας αποστολή είναι η οργάνωση, η ανάπτυξη καθώς και ο έλεγχος του συστήματος αερομεταφορών. Ωστόσο η έλλειψη πλήρους οικονομικής και διοικητικής αυτοτέλειας της υπηρεσίας έχει ως αποτέλεσμα να παρεμποδίζεται η εξέλιξη και ο εκσυγχρονισμός των αερομεταφορών.

Η ίδρυση και η λειτουργία τα τελευταία χρόνια καινούριων ιδιωτικών αεροπορικών εταιριών δημιούργησαν νέα δεδομένα με αποτέλεσμα να παύσει να υφίσταται η άσκηση όλων των δραστηριοτήτων του τομέα των αερομεταφορών αποκλειστικά από την Ολυμπιακή. Αυτό οδήγησε στην ανάπτυξη του ανταγωνισμού και παράλληλα στην καλυτέρευση των υφιστάμενων υπηρεσιών. Αυτό το γεγονός έφερε την αύξηση της συνολικής επιβατικής κίνησης και

ταυτόχρονα την παροχή της δυνατότητας περισσότερων επιλογών στον Έλληνα καταναλωτή –ταξιδιώτη.

Όσον αφορά τις καινούριες ιδιωτικές αεροπορικές εταιρίες, από το ξεκίνημα λειτουργίας τους είχαν να αντιμετωπίσουν την έλλειψη πείρας από την πλευρά τους καθώς και τον προστατευτισμό υπέρ του εθνικού μεταφορέα. Οι εταιρίες αυτές ωστόσο κατόρθωσαν να ξεπεράσουν τα εμπόδια που υπήρχαν και να πορευτούν στον τομέα των αερομεταφορών σε αυτήν την πρώτη φάση της εδραίωσης τους στην ελληνική αγορά όπου και εφάρμοσαν τις εξής δυο στρατηγικές επιβίωσης:

- Τη στρατηγική του παροχέα (τροφοδότη) των μεγαλύτερων αερομεταφορέων με βασική επιδίωξη την ικανοποίηση περιφερειακών αναγκών.
- Τη στρατηγική της συμμετοχής σε ένα ευρύτερο δίκτυο παροχής υπηρεσιών με την επιδίωξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος έναντι των υπόλοιπων εταιριών. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται καθετοποίηση της παραγωγής μέσω της οποίας επιτυγχάνονται οικονομίες φάσματος.

Οι βασικότεροι παράγοντες οι οποίοι διαμορφώνουν τη ζήτηση των αεροπορικών υπηρεσιών είναι οι εξής:

- Η τουριστική κίνηση η οποία επηρεάζει σημαντικά τη ζήτηση της συγκεκριμένης υπηρεσίας κυρίως προς και από τα νησιά του Αιγαίου. Φυσικά εδώ εντάσσεται και η επιλογή πραγματοποίησης ταξιδιών η οποία είναι εντονότερη κατά την διάρκεια συγκεκριμένων περιόδων (Πάσχα, Χριστούγεννα κλπ).
- Το κόστος των ναύλων, το οποίο είναι ιδιαίτερα υψηλό κυρίως σε ορισμένα νησιά του Αιγαίου. Ένα στοιχείο το οποίο κάνει το αεροπλάνο λιγότερο δημοφιλές έναντι των υπολοίπων μέσων.
- Η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, η οποία ωστόσο έχει υψηλό κόστος συγκριτικά με τα υπόλοιπα μέσα και επίσης δημιουργεί συνθήκες ανταγωνισμού ανάμεσα στις εταιρίες του κλάδου.
- Ο χρόνος διάρκειας του ταξιδιού, ο οποίος παρέχει συγκριτικό πλεονέκτημα στον κλάδο των αερομεταφορών (Buhalis 2003).

4.1.2 Aegean

Τα πρώτα της αεροσκάφη, δύο Learjet τα παρέλαβε το 1994. Ήταν η εποχή που η εταιρία εισήλθε στον Όμιλο Εταιριών Βασιλάκη εκτελώντας πτήσεις VIP σε όλο τον κόσμο. Λίγα χρόνια αργότερα, τον Μάρτιο του 1999 ιδρύθηκε η Aegean Airlines και στις 28 Μαΐου του ίδιου έτους εκτελέστηκαν τα πρώτα τακτικά δρομολόγια με δύο ιδιόκτητα BAe AVRO RJ 100. Οι αρχικοί προορισμοί ήταν η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη και το Ηράκλειο. Τον Ιούνιο δρομολογήθηκαν και πτήσεις προς *Ρόδο και Χανιά* και τον Οκτώβριο του έτους, με την παραλαβή και του τρίτου BAe AVRO RJ 100, άρχισαν και δρομολόγια προς *Αλεξανδρούπολη, Καβάλα και Κέρκυρα* (Buhalis 2003)

Η Aegean Airlines σε συνεργασία με την Alpha Bank δημιούργησαν κατ' αποκλειστικότητα τις πιστωτικές κάρτες Aegean Bonus Visa για την Ελλάδα (εντάσσεται ταυτόχρονα και στο Πρόγραμμα Επιβραβεύσεως Συναλλαγών Bonus) και Aegean Visa για την Κύπρο.

Το Δεκέμβριο 1999 η AEGEAN εξαγοράζει την Air Greece και αυξάνει το στόλο της κατά 3 ATR 72.

Στις 28 Οκτωβρίου του 2001 η Cronus ενσωματώθηκε πλήρως στην Aegean και τα δρομολόγια εκτελούνταν πλέον με την κοινή ονομασία AEGEAN Cronus Airlines. Αυτή η ονομασία δεν ήταν όμως η τελική, διότι, όπως και μετά την εξαγορά της Air Greece από την Aegean, έτσι και σε αυτήν τη περίπτωση επικράτησε το όνομα Aegean.

4.1.3 Ολυμπιακή

Παρακάτω παρατίθεται αναλυτικός πίνακας με όλες τις σημαντικές ημερομηνίες για την εταιρεία. Συγκεκριμένα (www.olympic-airways.gr)

1957-1970

- 1.Αγορά 5 αεροσκαφών τύπου COMET 4B
 - 2.Αγορά 3 αεροσκαφών τύπου BOEING B707-320
 - 3.Επιβάτες εσωτερικού-εξωτερικού: 10.880.000
 - 4.Εργαζόμενοι 3.300
 - 5.Γραφεία έκδοσης εισιτηρίων εξωτερικού: σε 76 πόλεις
- Γραφεία έκδοσης εισιτηρίων εσωτερικού: σε 80 πόλεις (www.olympic-airways.gr)

1971-1980

- 1.Αγορά 5 αεροσκαφών τύπου BOEING B720B
- 2.Αγορά 1 αεροσκάφους τύπου BOEING B747-284B
- 3.Αγορά 2 αεροσκαφών τύπου AIRBUS A300-B4
- 4.Αγορά 5 αεροσκαφών τύπου BOEING B737-200
- 5.Το Ελληνικό κράτος είναι από το 1975 ο ιδιοκτήτης της Ο.Α
- 6.Η Ο.Α πετά σε 30 διεθνείς προορισμούς στις 5 Ηπείρους
- 7.Επιβάτες εσωτερικού-εξωτερικού: 34.780.000

1981-1990

- Αγορά 6 αεροσκαφών τύπου AIRBUS A300-B4
- Αγορά 2 αεροσκαφών τύπου BOEING B747-212B
- Αγορά 5 αεροσκαφών BOEING B737-200
- Εγκατάσταση αυτομάτου συστήματος ελέγχου αποσκευών και εισιτηρίων (check-in)
- Ξεκινούν δρομολόγια μόνο για εμπορεύματα (cargo)
- Νέο σύστημα κρατήσεων ΕΡΜΗΣ που εξοικονομεί \$2.500.000 ετησίως στην ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ
- Επιβάτες εσωτερικού-εξωτερικού: 63.934.000

1991-1999

- 1.Αγορά 6 αεροσκαφών τύπου BOEING B737-400
- 2.Αγορά 3 αεροσκαφών τύπου AIRBUS A300-600R
- 3.Αγορά 4 αεροσκαφών τύπου AIRBUS A340-300
- 4.Επιβάτες εσωτερικού-εξωτερικού: 55.545.000
- 5.Η Ασφαλής μεταφορά Ελληνικής, Διεθνούς και Ομογενειακής Επιβατικής Κίνησης
- 6.Η προσφορά υπηρεσιών διεθνούς επιπέδου σε ανταγωνιστικές τιμές
- 7.Η συμβολή στην Οικονομική Ανάπτυξη της Ελλάδας

Ο Όμιλος της Ολυμπιακής Αεροπορίας αποτελείται από τις πιο κάτω εταιρείες:

- **Ολυμπιακή Αεροπορία Α. Ε.**
- **Ολυμπιακή Αεροπλοΐα Α. Ε.**
- **Μακεδονικές Αερογραμμές Α. Ε.**
- **Olympic Fuel Company Α. Ε.**
- **Galileo Hellas Α. Ε.**
- **Olympic Into-Plane Company Α. Ε.**

Τα τελευταία χρόνια λόγω της ανάπτυξης site της Ολυμπιακής, δίδεται η δυνατότητα να πληροφορηθεί το επιβατικό κοινό σχετικά με τα δρομολόγια καθώς και να κλείσει εισιτήριο. Πρόκειται για μια υπηρεσία που πρώτη η Aegean εφάρμοσε στον κλάδο και στην πορεία ακολούθησε η Ολυμπιακή.

Τέλος, τα τελευταία χρόνια η Ολυμπιακή προσφέρει καινούριες υπηρεσίες μέσω κινητών τηλεφώνων. Έχοντας δημιουργήσει μια σειρά συνεργασιών με τις εταιρίες κινητής τηλεφωνίας προσφέρει τη δυνατότητα πρόσβασης σε πληροφορίες για πτήσεις και διαθεσιμότητα, για αφίξεις και αναχωρήσεις από και προς το Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών καθώς και για το πρόγραμμα ICARUS κλπ. στους

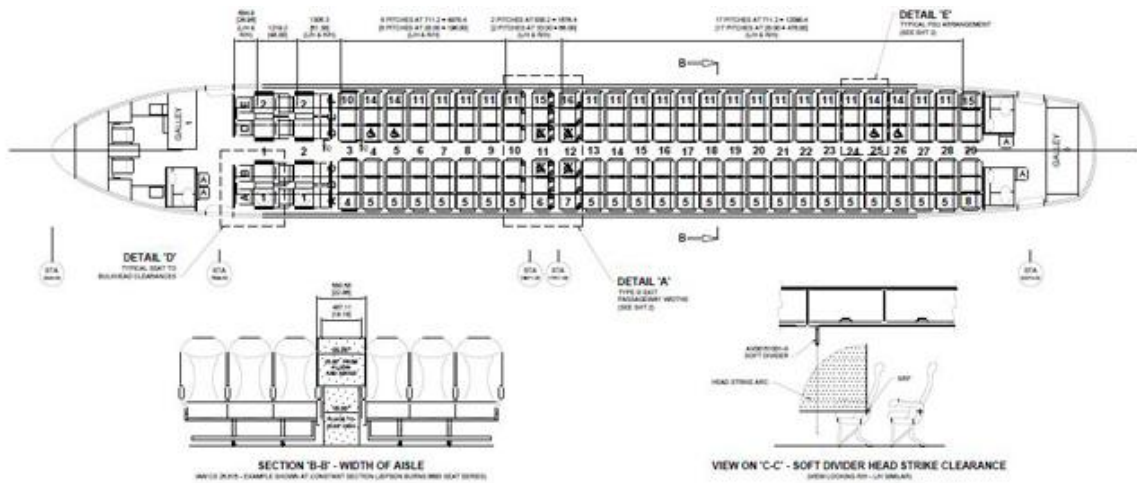
συνδρομητές.

4.1.4 Astra Lines

" Η εταιρία Astra Airlines ιδρύθηκε το 2008 με έδρα το αεροδρόμιο Μακεδονία της Θεσσαλονίκης. Βασικοί μέτοχοι της Astra είναι ο Βορειοελλαδίτης επιχειρηματίας Ιωάννης Ζλατάνης, ιδρυτής της «Interviator Ltd» και ο Αναστάσιος Ζηρίνης, που διετέλεσε -μεταξύ άλλων- CEO της Ολυμπιακής Αεροπλοίας. Η ASTRA AIRLINES A.E. παρέχει υπηρεσίες αεροπορικής μεταφοράς επιβατών και τηρεί και εφαρμόζει ένα τεκμηριωμένο Σύστημα Διαχείρισης Περιβάλλοντος που είναι προσαρμοσμένο στις ανάγκες της και εναρμονισμένο με τις απαιτήσεις του διεθνούς προτύπου ISO 14001. Το Σύστημα παρέχει τα μέσα για τη θέσπιση, προώθηση, ανασκόπηση και αναθεώρηση στόχων και σκοπών που αποβλέπουν στην ανάληψη πρωτοβουλιών και στην προώθηση σχεδίων δράσης για τη συνεχή βελτίωση της περιβαλλοντικής της επίδοσης και τη μείωση των αρνητικών επιπτώσεων στο περιβάλλον" (<http://www.astra-airlines.gr>)

Έως τώρα, ο στόλος της Astra Airlines αποτελείται από τέσσερα **(4)** αεροσκάφη, **ΔΥΟ (2) ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ ΤΥΠΟΥ ΒΑe-146-300.**

Το ένα είναι μπλέ (SX-DIZ) και το άλλο πράσινο (SX-DIX) και έχουν και τα δύο ταχύτητα 800 km/h, ενώ φτάνουν σε ύψος 31.000 πόδια και ο χρόνος πτήσης είναι 3,5 ώρες κατά μέσο όρο. Η καμπίνα χωράει μέχρι 112 άτομα.



Εικόνα 4.3: Ένα (1) Αεροσκάφος τύπου ATR72-202

Πηγή: ASTRA (2014) "Ο στόλος μας" Ανάκτηση από: <http://www.astra-airlines.gr/pages.php?fcats=1&fs=1>, Οκτώβριος 2014



Εικόνα 4.4. Εικόνα αεροσκάφους

Πηγή: ASTRA (2014) "Ο στόλος μας" Ανάκτηση από: <http://www.astra-airlines.gr/pages.php?fcats=1&fs=1>, Οκτώβριος 2014

4.1.5 Sky Express

Η SKY EXPRESS είναι αεροπορική εταιρεία η οποία ιδρύθηκε το 2005 με έδρα το Ηράκλειο Κρήτης. Ξεκίνησε πραγματοποιώντας πτήσεις charter, αεροταξί, εκδρομές. Σήμερα εκτελεί πτήσεις σε 20 προορισμούς εσωτερικού .Ο στόλος της αποτελείται από 2 αεροσκάφη τύπου Jetstream 41 (30 θέσεων) και 2 ATR 42 (46 θέσεων). Εκτελεί πτήσεις εσωτερικού, κυρίως άγονες επιδοτούμενες γραμμές από και προς τους εξής προορισμούς: Πρέβεζα, Κέρκυρα, Κεφαλονιά, Ζάκυνθος, Κύθηρα, Ρόδος, Κώς, Σάμος, Μυτιλήνη, Χίος, Λήμνος, Σκύρος, Ικαρία, Αλεξανδρούπολη, Κοζάνη, Καστοριά, Σητεία, Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο).

Πίνακας 4.1. **Sky Express Fleet**

Aircraft	In Fleet	Orders	Passengers
ATR 42-300	2	0	46
British Aerospace Jetstream 41	2	0	30
Total	4	0	

Πηγή: SKY EXPRESS (2015) "Στόλος " Ανάκτηση από:
<http://www.skyexpress.gr/el-gr/εταιρεια/στολος.aspx>, Οκτώβριος 2015

4.2 Περιφερειακά αεροδρόμια στην Ελλάδα

Η ποιότητα στην παροχή υπηρεσιών είναι αυτό που διαχωρίζει τις υπηρεσίες και καθοδηγεί τις επιλογές των υποψήφιων καταναλωτών.

Η είσοδος των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους επηρέασε και την πολιτική των αεροπορικών εταιριών προγραμματισμένων πτήσεων full service, οι οποίες επανατοποθετούνται στην αγορά μέσα από τη δημιουργία δυνατών συμμαχιών αντιμετωπίζοντας τις προκλήσεις των ανταγωνιστών τους και αντεπιτίθενται ακόμη και με τη δημιουργία δικών τους εταιριών χαμηλού κόστους που λειτουργούν μέσα στις ίδιες αεροπορικές εταιρίες.

Καθώς το αεροπορικό τουριστικό προϊόν χαρακτηρίζεται από τις ιδιαιτερότητες που χαρακτηρίζουν και τα υπόλοιπα τουριστικά προϊόντα, δίνεται ιδιαίτερη προσοχή από τις αεροπορικές εταιρίες στα οργανωμένα τμήματα πωλήσεων και στην επιλογή και στήριξη των καναλιών διανομής. Η ανάγκη περικοπής εξόδων από μέρους των αεροπορικών εταιριών για να ξεπεράσουν την οικονομική κρίση στην οποία βρισκόταν, τους οδήγησε στην αναζήτηση εναλλακτικών και όχι τόσο κοστοβόρων καναλιών διανομής, μέσα από την εξέλιξη της τεχνολογίας και την εκτεταμένη χρήση του διαδικτύου. Σε αυτό βοήθησε η διαφορετική τμηματοποίηση των καταναλωτών-επιβατών του αεροπορικού τουριστικού προϊόντος, σε αυτούς που σημασία είχε ο χρόνος που διέθεταν για μία κράτηση και σε αυτούς που τους ενδιέφερε η ποιοτική εξυπηρέτηση και οι κρατήσεις πολύπλοκων τύπων εισιτηρίων και υπηρεσιών που μόνο οι σύμβουλοι των γραφείων ταξιδίων θα μπορούσαν να τους παρέχουν. Η ποιοτική λοιπόν και ολοκληρωμένη παροχή υπηρεσιών που παρέχουν τα γραφεία ταξιδίων δεν είναι δυνατόν να σταματήσει. Μπορεί να μειώθηκε το ποσοστό διανομής σε ότι αφορά το αεροπορικό τουριστικό προϊόν από τα γραφεία ταξιδίων αλλά παραμένει αναγκαία η στήριξη του από αυτά.

Αυτές οι μεταρρυθμίσεις διασφαλίζουν την ισότιμη μεταχείριση των αερομεταφορέων ενισχύοντας τον υγιή ανταγωνισμό και δημιουργώντας τις απαιτούμενες συνθήκες για την μείωση του κόστους και την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.

Ωστόσο πολλά από αυτά μπορούν να αξιοποιηθούν περισσότερο και να ενισχύσουν την τουριστική και οικονομική ανάπτυξη της περιφέρειας. Προκειμένου αυτό να καταστεί εφικτό χρειάζονται:

1. Συνεργασία και συντονισμένες προσπάθειες του συνόλου του επιχειρηματικού κόσμου, της τοπικής αυτοδιοίκησης και των φορέων των αντίστοιχων περιοχών ώστε να δοθούν κίνητρα προς τις αεροπορικές εταιρείες για να καθιερώσουν διεθνή δρομολόγια προς τα περιφερειακά μας αεροδρόμια.
2. Συντονισμένες ενέργειες των δύο κλάδων του τουρισμού και των αερομεταφορών για την άμβλυση της εποχικότητας που ευθύνεται σε πολύ μεγάλο βαθμό για την αδυναμία των περιφερειακών αεροδρομίων στο να προσεγγίσουν την «κρίσιμη μάζα» που απαιτείται για την περαιτέρω ανάπτυξή τους (Ευαγγέλου, 2007)

4.2.1. Ξένες αεροπορικές εταιρείες στις επιδοτούμενες άγονες γραμμές

Υπόθεση αναθεώρησης για τις άγονες αεροπορικές γραμμές και μείωση της επιδότησης που υφίσταται στις επιχειρήσεις για την εκτέλεσή τους έθεσαν οι υπεύθυνοι της τρόικας με παρέμβαση στο υπουργείου Υποδομών.

Αναφορικά με στοιχεία, μέσα στο χειμώνα του 2014 η Ελλάδα θα πρέπει να εξετάσει τις γραμμές Υποχρέωσης Παροχής Δημόσιας Υπηρεσίας (ΥΔΥ) και να προχωρήσει στη σύνταξη νέου σχεδίου για τη συγκεκριμένη αγορά.

"Αναφέρεται ότι η ΥΠΑ είχε κάνει το 2012 διαγωνισμό που είχε να κάνει συνολικά με 24 προορισμούς στους οποίους εμπεριέχονται οι πτήσεις από Αθήνα προς Αστυπάλαια, Ικαρία, Λέρο, Μήλο, Κύθηρα, Νάξο, Πάρο, Κάρπαθο, Σητεία, Σκιάθο, Σκύρο και Κάλυμνο. Επίσης, αφορά τις πτήσεις από Θεσσαλονίκη προς Σάμο, Χίο, Κέρκυρα, Καλαμάτα και Σκύρο.

Επίσης, εμπεριέχει και τα δρομολόγια: Ακτιο - Σητεία, Αλεξανδρούπολη - Σητεία, Λήμνος - Μυτιλήνη - Χίος - Σάμος - Ρόδος, Ρόδος - Κάρπαθος - Κάσος - Σητεία, Ρόδος - Κως - Λέρος - Αστυπάλαια, Κέρκυρα - Ακτιο - Κεφαλλονιά -

Ζάκυνθος και Ρόδος - Καστελόριζο.

σύμφωνα με διαγωνισμό οι ανωτέρω εταιρείες θα εξυπηρετούν τις άγονες γραμμές έως τον Μάρτιο του 2016. Συγκεκριμένα, τα δρομολόγια είχαν ανατεθεί ως εξής:

Olympic Air

(έναντι συνολικού αντισταθμίματος 109 εκατ. ευρώ)

- *Αθήνα - Αστυπάλαια με επιδότηση 6,1 εκατ. ευρώ*
- *Αθήνα - Ικαρία με επιδότηση 5,8 εκατ. ευρώ*
- *Αθήνα - Λέρος με επιδότηση 10,5 εκατ. ευρώ*
- *Αθήνα - Μήλος με επιδότηση 12,4 εκατ. ευρώ*
- *Ρόδος - Κάρπαθος - Κάσος - Σητεία Με επιδότηση 16,3 εκατ. ευρώ*
- *Αθήνα - Κύθηρα με επιδότηση 5,6 εκατ. ευρώ*
- *Αθήνα - Νάξος με επιδότηση 4, 9 εκατ. ευρώ*
- *Αθήνα - Πάρος με επιδότηση 16,7 εκατ. ευρώ*
- *Αθήνα - Κάρπαθος με επιδότηση 8,6 εκατ. ευρώ*
- *Αθήνα - Σκιάθος με επιδότηση 3,1 εκατ. ευρώ*
- *Ρόδος - Κως - Λέρος - Κάλυμνος - Αστυπάλαια με επιδότηση 6,8 εκατ. ευρώ*
- *Αθήνα - Κάλυμνος με επιδότηση 6,4 εκατ. ευρώ*
- *Ρόδος - Καστελόριζο με επιδότηση 5,7 εκατ. ευρώ*

Aegean Airlines

- *Αθήνα - Σκύρος έναντι συνολικού αντισταθμίματος 3,2 εκατ. ευρώ*

Astra Airlines

(έναντι συνολικού αντισταθμίματος 9,2 εκατ. ευρώ)

- *Θεσσαλονίκη - Χίος χωρίς επιδότηση*
- *Θεσσαλονίκη - Καλαμάτα χωρίς επιδότηση*
- *Θεσσαλονίκη - Σάμος χωρίς επιδότηση*

- Αθήνα - Σητεία με επιδότηση 3,7 εκατ. ευρώ
- Θεσσαλονίκη - Κέρκυρα με επιδότηση 5,4 εκατ. ευρώ

Sky Express

(έναντι συνολικού αντισταθμίματος 35,4 εκατ. ευρώ)

- Λήμνος - Μυτιλήνη - Χίος - Σάμος - Ρόδος με επιδότηση 13,8 εκατ. ευρώ
- Αλεξανδρούπολη - Σητεία με επιδότηση 3,9 εκατ. ευρώ
- Ακτιο - Σητεία με επιδότηση 3,9 εκατ. ευρώ
- Θεσσαλονίκη - Σκύρος με επιδότηση 3,7 εκατ. ευρώ
- Κέρκυρα - Ακτιο - Κεφαλλονιά - Ζάκυνθος - Κύθηρα με επιδότηση 9,9 εκατ. ευρώ" (Μόσχου, 2014)

Κεφάλαιο 5^ο Τουρισμός και αερομεταφορές

5.1 Γεωγραφική τοποθέτηση Ελλάδας

Η Ελλάδα συναντάται στη ΝΑ άκρη της Ευρώπης και εμπεριέχει το νότιο τμήμα της Βαλκανικής Χερσονήσου. Είναι βαλκανικό κράτος μεταξύ Ανατολής και Δύσης. Στον Ελλαδικό χώρο οι αερομεταφορές σύμφωνα με την γεωγραφική θέση της χώρας μας διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο.

Η Ελληνική γεωγραφία, με την απέραντη ακτογραμμή και το μεγάλο νησιωτικό σύμπλεγμα, αναδεικνύει τις μεταφορές ως ζωτικό παράγοντα και βασικό συντελεστή για την περαιτέρω εξέλιξη και ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας.

5.2 Τουρισμός και οικονομική ανάπτυξη στην Ελλάδα

Οι ορισμοί που δόθηκαν μέσα στα χρόνια για τον τουρισμό και ευρύτερα για την έννοια του είναι πολυάριθμοι, η ρίζα όμως της λέξης είναι ίδια σε όλες τις γλώσσες παγκοσμίως. Συγκεκριμένα, η λέξη από την οποία εννοιολογικά προέρχεται ο τουρισμός είναι η αγγλική ορολογία «tour», η οποία τόσο στα αγγλικά αλλά και στα γαλλικά σημαίνει «γύρος – περιήγηση». Σύμφωνα με τη Διεθνή Ένωση Επιστημόνων Τουρισμού.

Ο τουρισμός είναι ένα άκρως ασταθές "προϊόν", που υπόκειται σε μεγάλες εποχικές διακυμάνσεις, καθώς επίσης σε έντονες και απρόβλεπτες εξωτερικές επιδράσεις, όπως για παράδειγμα οικονομικές και πολιτικές κρίσεις, πόλεμοι, επαναστάσεις. Επίσης, εμφανίζει υψηλή ελαστικότητα ως προς την τιμή και το εισόδημα. Από κοινού όλοι αυτοί οι παράγοντες συμβάλλουν στη δημιουργία ενός χαμηλού επιπέδου αφοσίωσης εκ μέρους των τουριστών σε ότι αφορά τους τουριστικούς προορισμούς, τους τρόπους ταξιδιού, τις μονάδες παροχής υπηρεσιών φιλοξενίας, τους /τουριστικούς πράκτορες κ.λπ (Oppermann, and Kye-Sung 1997)

Οι παράγοντες αυτοί εξετάζονται λεπτομερέστερα αμέσως παρακάτω:

(α) Το γεγονός ότι το τουριστικό προϊόν έχει την ιδιότητα του φθαρτού, που σημαίνει ότι δεν μπορεί να αποθηκευτεί, και ότι η ζήτηση του είναι σε μεγάλο βαθμό εποχική, οδηγεί σε αξιοσημείωτες διακυμάνσεις των επιπέδων των παραγωγικών δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται στην τουριστική βιομηχανία.

Αυτό απλούστατα σημαίνει ότι κατά τη διάρκεια της τουριστικής σεζόν πρέπει να πραγματοποιηθούν όσο το δυνατό περισσότερα έσοδα και κυρίως όταν αυτή βρίσκεται στην αιχμή της, ώστε τους υπόλοιπους μήνες του χρόνου να αντισταθμιστούν όσο το δυνατό περισσότερο γίνεται οι απώλειες εσόδων που φυσιολογικά παρατηρούνται λόγω περιορισμού ή ακόμα και παντελούς έλλειψης πελατείας.

Η εποχικότητα της ζήτησης τουριστικών αγαθών και υπηρεσιών έχει καταφανώς επιπτώσεις τόσο στην απασχόληση στον τουρισμό όσο και στις επενδύσεις που πραγματοποιούνται σε αυτόν. Εδώ και αρκετά χρόνια παρατηρείται μια αυξανόμενη τάση των τουριστών που προέρχονται από αναπτυσσόμενες χώρες να πραγματοποιούν δύο και τρεις φορές το χρόνο διακοπές. Οι δεύτερες ή τρίτες διακοπές είναι όμως δευτερεύουσες και πραγματοποιούνται συνήθως σε εγχώριους τουριστικούς προορισμούς, δηλαδή σε προορισμούς που βρίσκονται εντός της χώρας στην οποία κατοικούν μόνιμα (Oppermann and Chon 1997)

Όπως και να έχουν τα πράγματα, όμως, αυτό έχει συμβάλει σε κάποιο βαθμό στην άμβλυνση των αρνητικών επιδράσεων της εποχικότητας σε ορισμένους τουριστικούς προορισμούς.

(β) Η τουριστική ζήτηση υπόκειται σε αλλαγές από απρόβλεπτες εξωτερικές επιδράσεις. Ασυνήθιστες κλιματολογικές συνθήκες, πολιτικές αναταραχές, μεταβολές στις συναλλαγματικές ισοτιμίες, τρομοκρατικές ενέργειες, επιδημίες κ.λπ. σε τουριστικούς προορισμούς μπορούν να αλλάξουν τη ροή του διεθνούς τουριστικού ρεύματος προς άλλους τουριστικούς προορισμούς.

(γ) Τα κίνητρα των τουριστών που τους διεγείρουν την επιθυμία να επισκεφτούν έναν τουριστικό προορισμό είναι κατά κανόνα περίπλοκα, συχνά αντιφατικά και διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό από τουρίστα σε τουρίστα. Αυτό έχει

αναπόφευκτα σαν συνέπεια πολλοί τουρίστες σπάνια να ταξιδεύουν σε έναν μακρινό τουριστικό προορισμό περισσότερο από μια φορά. Οι τουριστικοί προορισμοί πρέπει να εκτιμήσουν ποια τμήματα της τουριστική αγοράς μπορούν να ικανοποιήσουν κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο, με βάση πάντα τους τύπους και τις ποιότητες των τουριστικών προϊόντων -υλικών και αυλών- που έχουν τη δυνατότητα να παράγουν.

(δ) Ο τουρισμός είναι ελαστικός ως προς την τιμή και το εισόδημα, που σημαίνει ότι η λήψη αποφάσεων εκ μέρους των τουριστών θα επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό από μικρές αλλαγές στις τιμές και το εισόδημα. Η ελαστικότητα της τιμής μπορεί να αναγνωριστεί ευκολότερα απ' ό,τι η εισοδηματική ελαστικότητα. Οι εισοδηματικές αλλαγές συνήθως είναι περισσότερο βαθμιαίες και οι επιδράσεις τους στη ζήτηση μπορεί να αναγνωριστούν μόνο μετά από κάποια χρόνια. Παρόλα αυτά όμως θα πρέπει να ειπωθεί ότι δίστανται οι απόψεις ως προς τη σημασία της ελαστικότητας της τιμής.

Ολοκληρώνοντας, θα πρέπει να ειπωθεί ότι τα πιο πάνω οικονομικά χαρακτηριστικά του τουρισμού αποτελούν τουλάχιστον μια βάση για την καλύτερη κατανόηση της φύσης των τουριστικών επιδράσεων.

Σύμφωνα με τους Holloway, θα γίνει μια αναφορά σε κλασικά κίνητρα σε σχέση με το ταξίδι και το τουρισμό. Κίνητρα τα οποία συνδέονται και με τη παγκοσμιοποίηση της αγοράς. Αυτά είναι τα ακόλουθα (Holloway, 2004)

1. Διακοπές, επιχειρηματικά ταξίδια.
2. Ταξίδια για λόγους υγείας, για επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς.
3. Ταξίδια με σκοπό τις αγορές.
4. Εκπαιδευτικού χαρακτήρα.
5. Με στόχο τη παρακολούθηση γεγονότων.

5.3 Η ανάπτυξη αεροπορικών μεταφορών στην Ελλάδα

Μια αεροπορική εταιρεία προβάλλει κατά κάποιο τρόπο τουριστικό προϊόν

μέσα από το σύνολο αγαθών και υπηρεσιών που αφορούν τη χρήση ποικίλων βαθμών από τους επιβάτες καταναλωτές του.

Οι αεροπορικές εταιρίες προωθούν ένα εκ των λίγων προϊόντων τα οποία παράγονται, μπροστά στους πελάτες. Το άυλο προϊόν που πουλά μια αεροπορική εταιρεία έχει να κάνει με το τρόπο παρουσίας της και την εμπειρία του επιβάτη. Και η παρουσίαση καθώς και η εμπειρία διαφέρουν και μεταξύ εταιριών αλλά και μεταξύ επιβατών (Holloway, 2004)

5.4 Η παρουσία αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Ελλάδα

5.4.1 Βασικά χαρακτηριστικά

Ο κύκλος ζωής του τουριστικού προϊόντος, όπως και οποιοδήποτε άλλου προϊόντος, αποτελείται από πέντε (5) στάδια": (Holloway, 2004)

- Εισαγωγής
- Ανάπτυξης
- Ωρίμανσης
- Κορεσμού
- Παρακμής

5.4.2 Η αιτία που οι ξένες αεροπορικές εταιρείες φεύγουν από την Ελλάδα

"Ενδεικτικό είναι το γεγονός ότι πολλές εταιρείες, κυρίως χαμηλού κόστους, έχουν σταματήσει να χρησιμοποιούν τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών (ΔΑΑ), ενώ υπάρχουν εταιρείες που δεν τον επέλεξαν ούτε και τις εποχές που η κίνηση ήταν αυξανόμενη.

Στόχος είναι η προσέλκυση νέων αεροπορικών εταιριών και η «διατήρηση» των υφιστάμενων εταιριών μέσω της παροχής κινήτρων. Στο επίκεντρο βρίσκεται η μείωση των χρεώσεων του αεροδρομίου κατά 30% μέσω πακέτων προσφορών

που παρέχονται σε υφιστάμενους αλλά και νέους πελάτες." (Καθημερινή, 2014)

5.5 Αεροδρόμια στην Ελλάδα και ανάπτυξη

Σύμφωνα με την ευρωπαϊκή επιτροπή - Βρυξέλλες ανακοίνωση της επιτροπής στο ευρωπαϊκό κοινοβούλιο, το συμβούλιο, την ευρωπαϊκή οικονομική και κοινωνική επιτροπή και την επιτροπή των περιφερειών

Πίνακας 1: Το σύνολο της κίνησης από επιβάτες του ελληνικού κράτους μεταξύ 1991-2011

ΚΙΝΗΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ					
ΕΤΗ	Α/ΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ		ΕΜΠΟΡ/ΤΑ ΣΕ ΤΟΝ.	
	ΑΦ.+ΑΝ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡ.
1991	105306	3318846	3318712	27389	25396
1992	115898	3340391	3341487	27081	27081
1993	127499	3271677	3271813	27342	27342
1994	127565	3395661	3389672	29763	29765
1995	135252	3660572	3653970	30640	30683
1996	145115	4064377	4055412	28616	27540
1997	164879	4621880	4620680	27871	27675
1998	167701	4427465	4389715	21815	21675
1999	200527	5219042	5162982	19567	19685
2000	222962	6024624	6100445	22188	22004

2001	199529	5233269	5344853	20382	26427
2002	171441	4562874	4672378	10579	18801
2003	195948	4968967	5061410	19841	20480
2004	212216	5615088	5620146	15462	21968
2005	200672	5652345	5733562	16017	20144
2006	211854	6004154	6075932	17073	20516
2007	222848	6569217	6642967	17797	19841
2008	214364	6473941	6521907	17008	19720
2009	240126	6802618	6845291	14357	16141
2010	216203	6200867	6266594	13857	15847
2011	189373	5564753	5632815	10579	11923

Πηγή: ΗCAA / ANSP / AIS , AIP Greece, Ανακτημένο από:
<http://www.hcaa.gr/hellasais/aip/index.html> , Οκτώβριος 2014

Πίνακας 2: Το σύνολο της κίνησης από επιβάτες του ελληνικού κράτους μεταξύ 1991-2011

ΚΙΝΗΣΗ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ					
ΕΤΗ	Α/ΦΗ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ		ΕΜΠΟΡ/ΤΑ ΣΕ ΤΟΝ.	
	ΑΦ.+ΑΝ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡ.	ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡ.
1991	118074	6408535	6541712	32082	26508
1992	143206	8079572	8100144	36093	28014

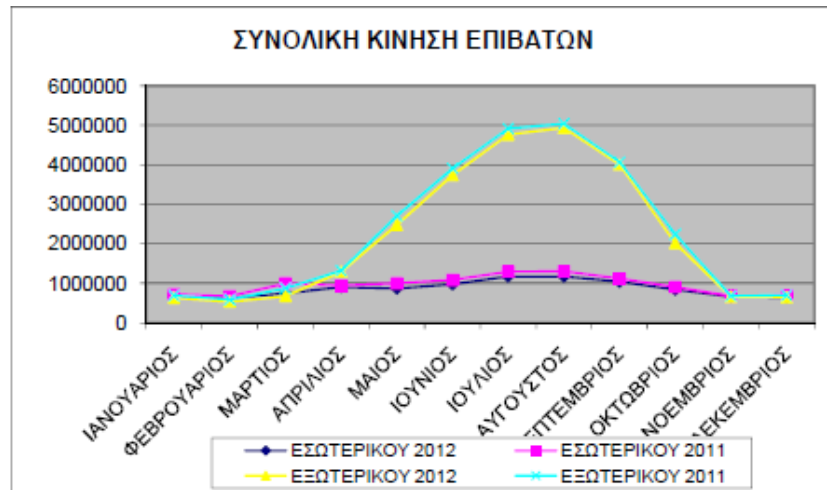
1993	149398	8528791	8580017	40088	30677
1994	160974	9744071	9784720	42171	32580
1995	157113	9364402	9410301	44524	34201
1996	153990	8909696	8799504	37599	28489
1997	167612	9654144	9174131	65406	37597
1998	175713	10096844	9542191	57596	34139
1999	196097	11239502	11183209	63110	32868
2000	204347	11893322	12213493	61549	37602
2001	196663	12367419	12612970	61050	28675
2002	188841	12083551	12583177	60510	31843
2003	199825	12002828	11992021	55938	30252
2004	207635	11974593	12029964	60785	33016
2005	202491	13758094	13875659	37819	30450
2006	217565	13255595	13377831	58339	34147
2007	232351	13960621	14141574	56744	35648
2008	226550	13871614	13969457	59163	37126
2009	217580	12943487	13054090	48782	35947
2010	212660	12882480	12953632	43755	31171
2011	220853	13758094	13875659	37819	30450

Πηγή: HCAA / ANSP / AIS , AIP Greece, Ανακτημένο από :
<http://www.hcaa.gr/hellasais/aip/index.html> , Οκτώβριος 2014

Πίνακας 3 : Το σύνολο της κίνησης από επιβάτες του ελληνικού κράτους μεταξύ 2011-2012

ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ				
	ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ		ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	
	2012	2011	2012	2011
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ	655412	721027	631602	690447
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ	628651	671939	531855	586949
ΜΑΡΤΙΟΣ	744691	995814	643707	699482
ΑΠΡΙΛΙΟΣ	905507	941397	1288395	1321447
ΜΑΙΟΣ	639079	999706	2479653	2707386
ΙΟΥΝΙΟΣ	1171611	1296239	4763392	4917320
ΙΟΥΛΙΟΣ	974104	1085296	3735774	873552
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	1168882	1309822	4938287	5042617
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	1040615	1117006	4006021	4066836
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	842389	905226	2011008	2239166
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	659371	676598	657381	681422
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ	865955	691989	643707	699482

Πηγή: HCAA / ANSP / AIS , AIP Greece, Ανακτημένο από :
<http://www.hcaa.gr/hellasais/aip/index.html> , Οκτώβριος 2014



Πηγή: HCAA / ANSP / AIS , AIP Greece, Ανακτημένο από :
<http://www.hcaa.gr/hellasais/aip/index.html> , Οκτώβριος 2014

Κεφάλαιο 6^ο Έρευνα και Αποτελέσματα

6.1 Μέθοδος και δείγμα της έρευνας

Για τις ανάγκες της παρούσας πτυχιακής εργασίας, διεξήχθη έρευνα στηριζόμενη σε στοιχεία που προέκυψαν από ερωτηματολόγια. Τα έντυπα μοιράστηκαν και συμπληρώθηκαν ανώνυμα από εργαζομένους αεροπορικών εταιριών (50 άτομα σε πλήθος) στον Κρατικό Αερολιμένα Ηρακλείου «Νίκος Καζαντζάκης». Απώτερος σκοπός μας είναι να κατανοήσουμε τους παράγοντες εύρυθμης λειτουργίας των αεροπορικών εταιριών αλλά και να εξετάσουμε τις δυνατότητες για περαιτέρω ανάπτυξη των αερομεταφορών στην Ελλάδα.

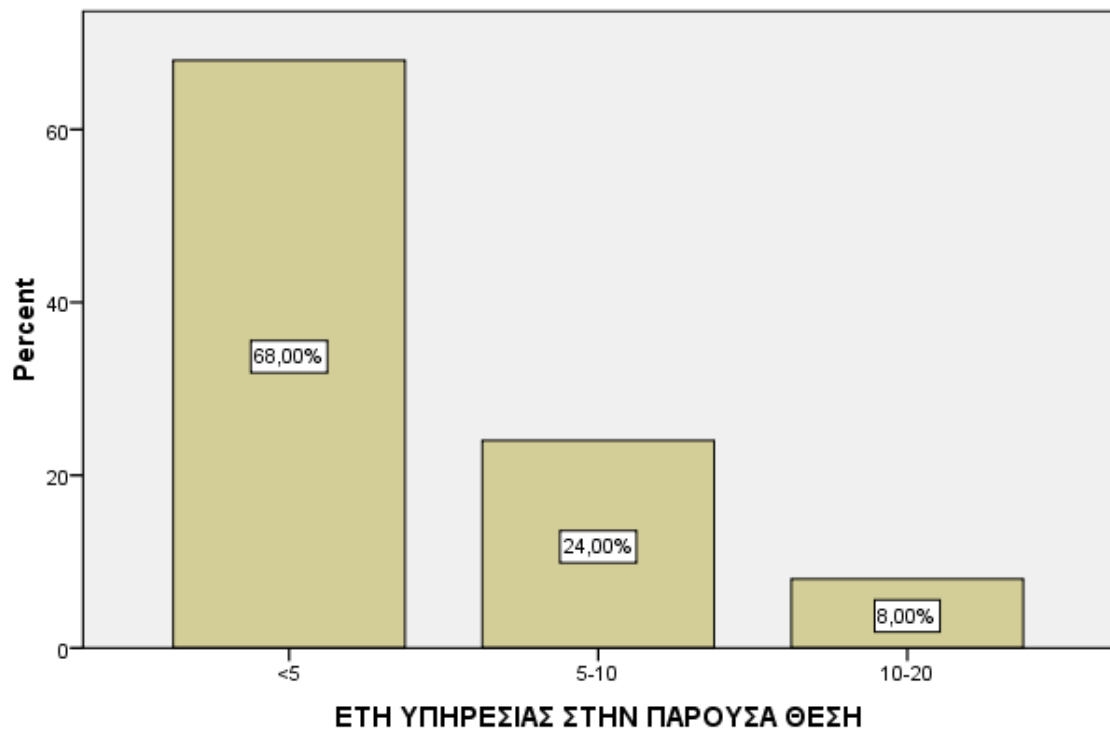
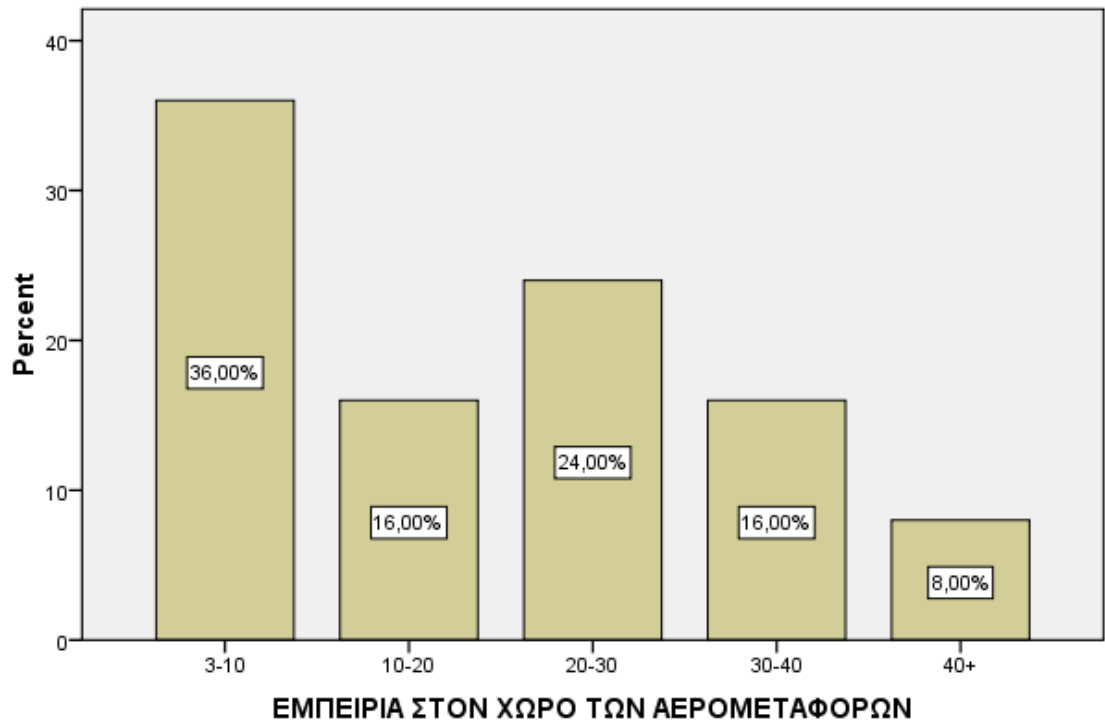
6.2 Αποτελέσματα έρευνας

ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3-10	18	36,0	36,0	36,0
10-20	8	16,0	16,0	52,0
20-30	12	24,0	24,0	76,0
Valid 30-40	8	16,0	16,0	92,0
40+	4	8,0	8,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα το 36% των υπαλλήλων έχει εμπειρία στο χώρο των αερομεταφορών από 3-10 έτη, το 24% από 20-30 έτη, το 16% από 10-20 έτη, ένα ακόμα 16% από 30-40 έτη και το υπόλοιπο 8% πάνω από 40 έτη.

ΕΤΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΘΕΣΗ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	<5	34	68,0	68,0
	5-10	12	24,0	92,0
Valid	10-20	4	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα το 68% των υπαλλήλων βρίσκεται στην παρούσα θέση του λιγότερο από 5 έτη το 24% από 5-10 έτη και το υπόλοιπο 8% από 10-20 έτη.

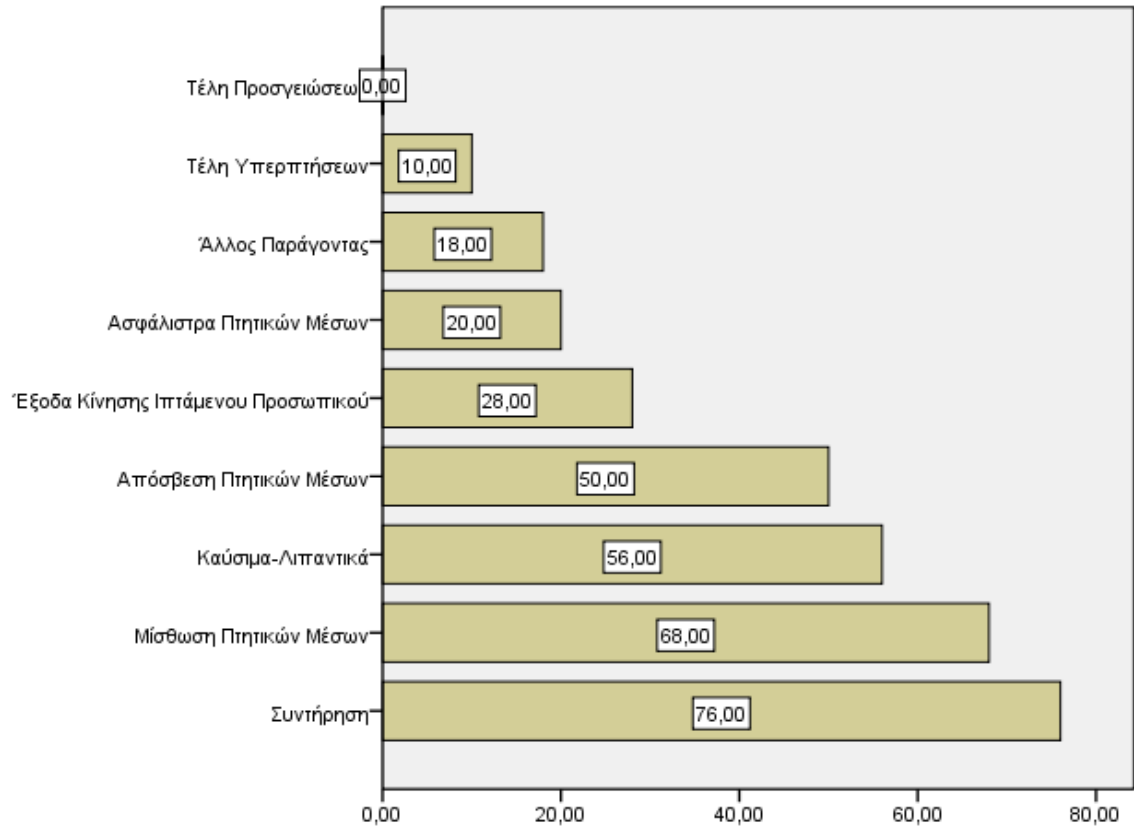


**ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΩΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑ
ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ**

	N	Minimum	Maximum	M.O.
Ασφάλεια πτήσεων	50	1,00	7,00	1,7400
Τιμή Εισιτηρίου	50	1,00	6,00	2,1400
Ακρίβεια Εκτέλεσης Δρομολογίων	50	2,00	5,00	3,2600
Ποιότητα Συνολικού Service (πριν-κατά-μετά την πτήση)	50	3,00	5,00	3,9000
Ώρες Αναχωρήσεων-Αφίξεων	50	3,00	6,00	5,0000
Δίκτυο Προορισμών	50	2,00	8,00	5,7600
"Όνομα" του Αερομεταφορέα	50	1,00	8,00	6,6800
Τύπος Αεροσκάφους	50	5,00	9,00	7,6000
Αεροδρόμιο που "πετά" η εταιρία	50	8,00	9,00	8,9200

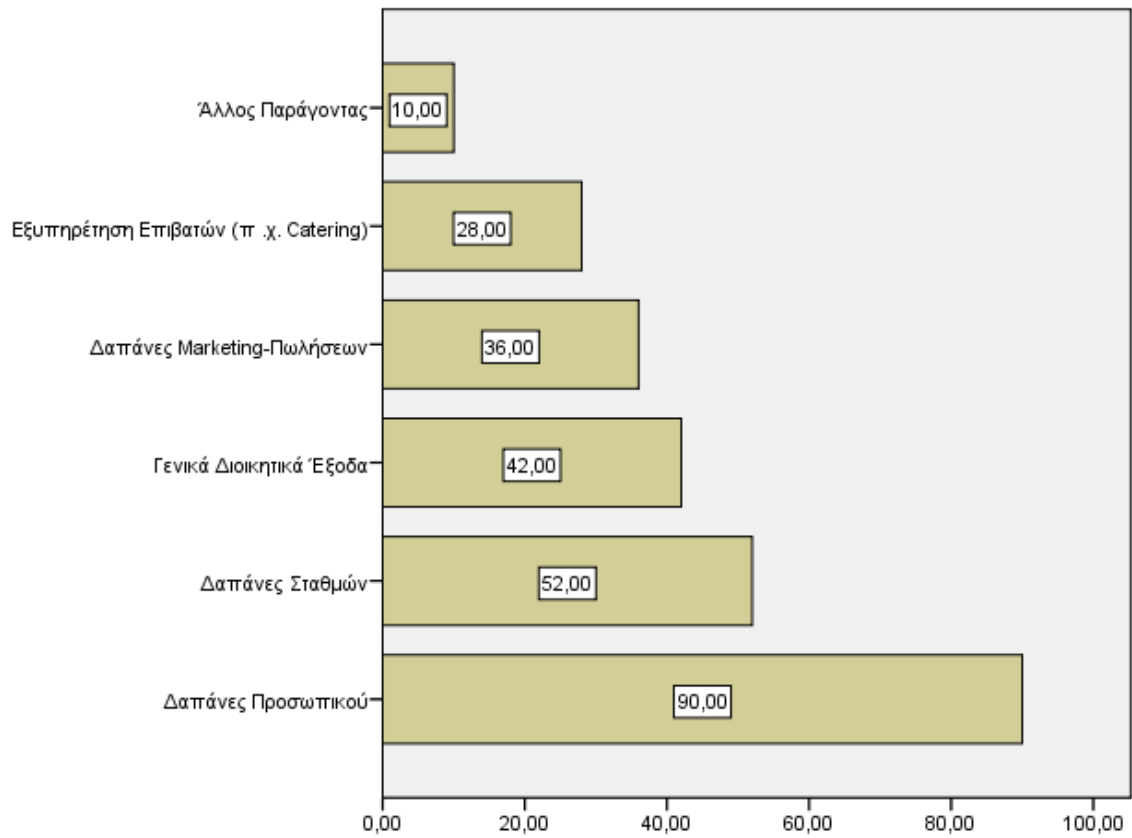
Παρατηρούμε από τη στήλη που δείχνει το Μέσο Όρο για κάθε απάντηση (σε ιεραρχική κατάταξη), ότι ο σημαντικότερος παράγοντας αερομεταφοράς για τον πελάτη ως υπηρεσία, είναι η ασφάλεια των πτήσεων, ακολουθεί η τιμή του εισιτηρίου και έπεται η ακρίβεια εκτέλεσης των δρομολογίων.

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΜΕΣΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ



Παρατηρούμε ότι ο σημαντικότερος παράγοντας άμεσου κόστους για τις αερομεταφορές είναι η συντήρηση, ακολουθεί η μίσθωση πτητικών μέσων και έπονται τα καύσιμα/λιπαντικά.

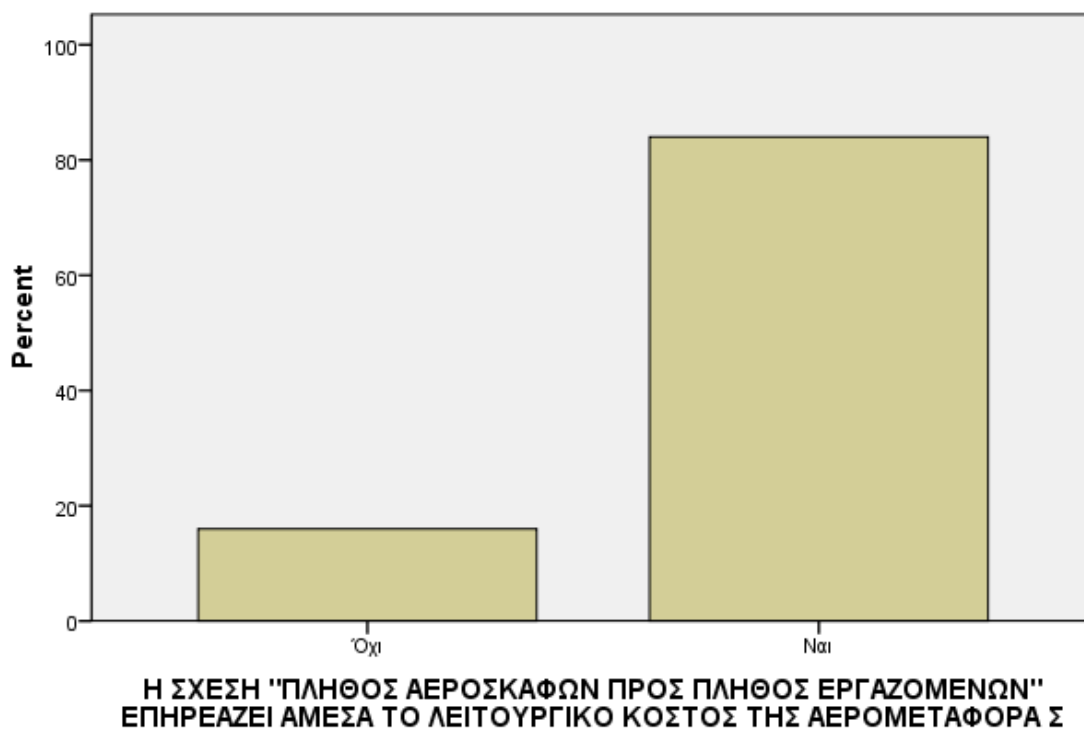
ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΜΜΕΣΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ



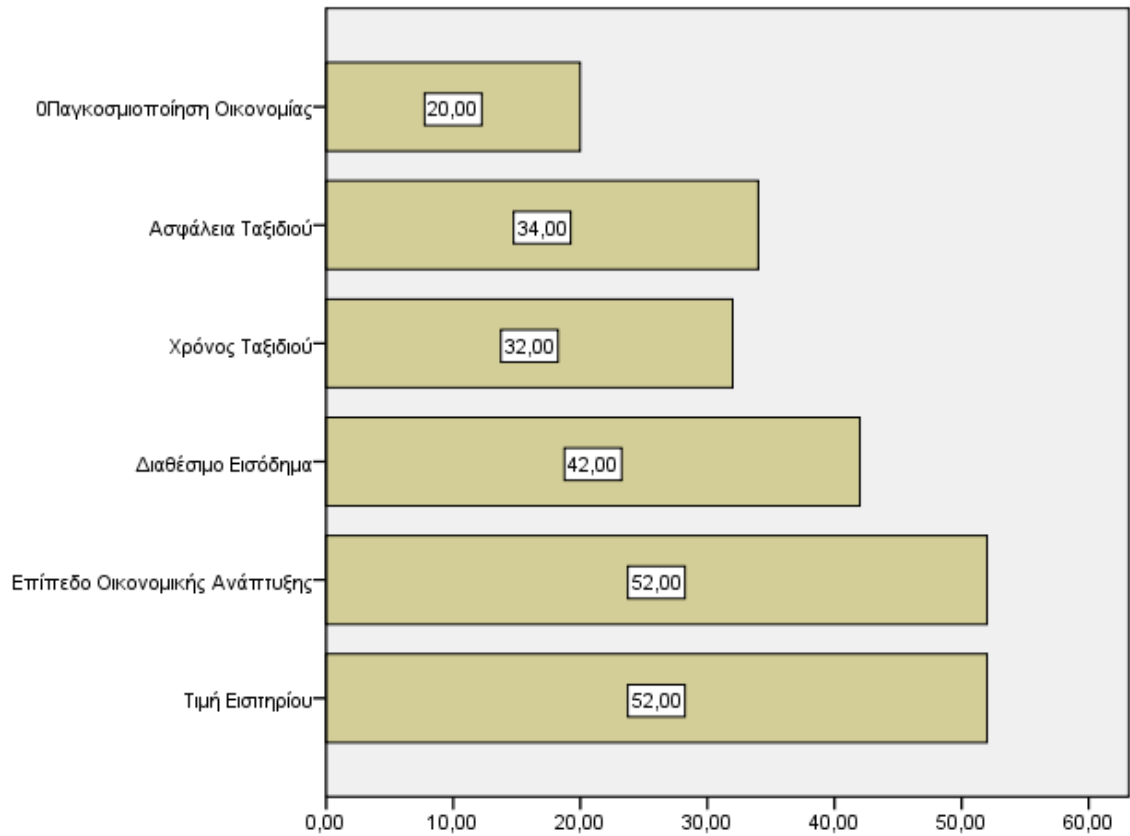
Παρατηρούμε ότι ο σημαντικότερος παράγοντας έμμεσου κόστους για τις αερομεταφορές είναι οι δαπάνες του προσωπικού, ακολουθούν οι δαπάνες των σταθμών και έπονται τα γενικά διοικητικά έξοδα.

Η ΣΧΕΣΗ "ΠΛΗΘΟΣ ΑΕΡΟΣΚΑΦΩΝ ΠΡΟΣ ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ" ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΑΜΕΣΑ ΤΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΗΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΑΣ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Όχι	8	16,0	16,0	16,0
Valid	Ναι	42	84,0	84,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Παρατηρείται ότι το 84% θεωρεί ότι επηρεάζει άμεσα το κόστος της αερομεταφοράς ο λόγος του πλήθους αεροσκαφών προς πλήθος εργαζομένων.



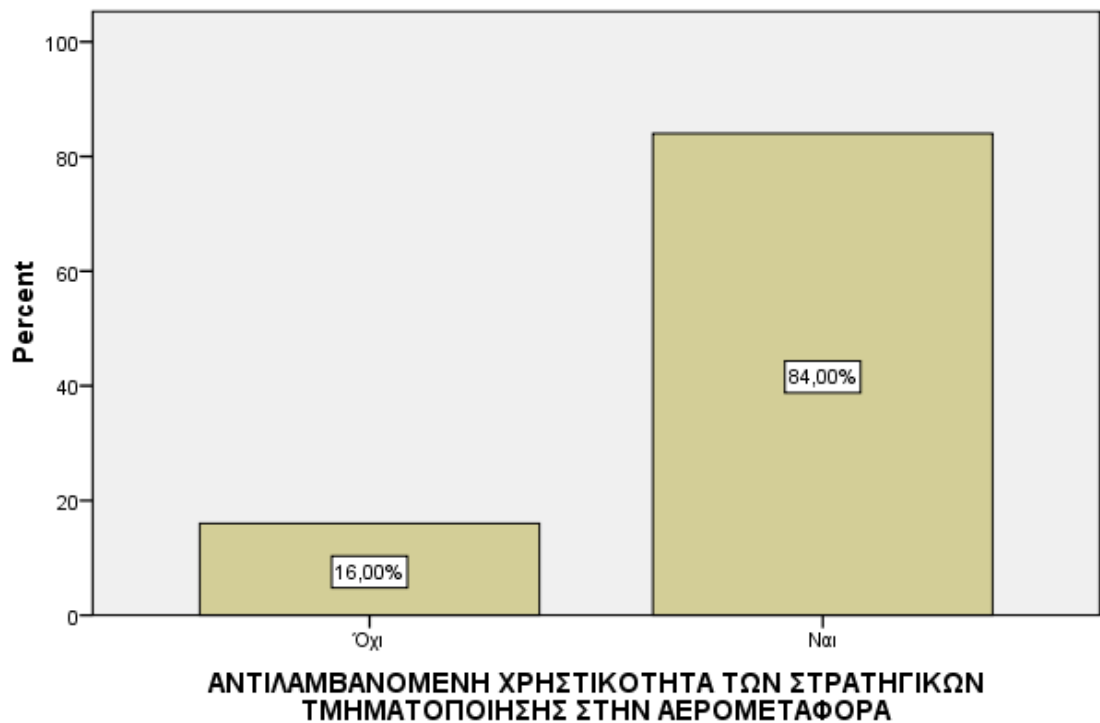
ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΑ



Παρατηρούμε ότι κυριότερος προσδιοριστικός παράγοντας ζήτησης στην αερομεταφορά είναι η τιμή του εισιτηρίου, ακολουθεί το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης και έπεται το διαθέσιμο εισόδημα.

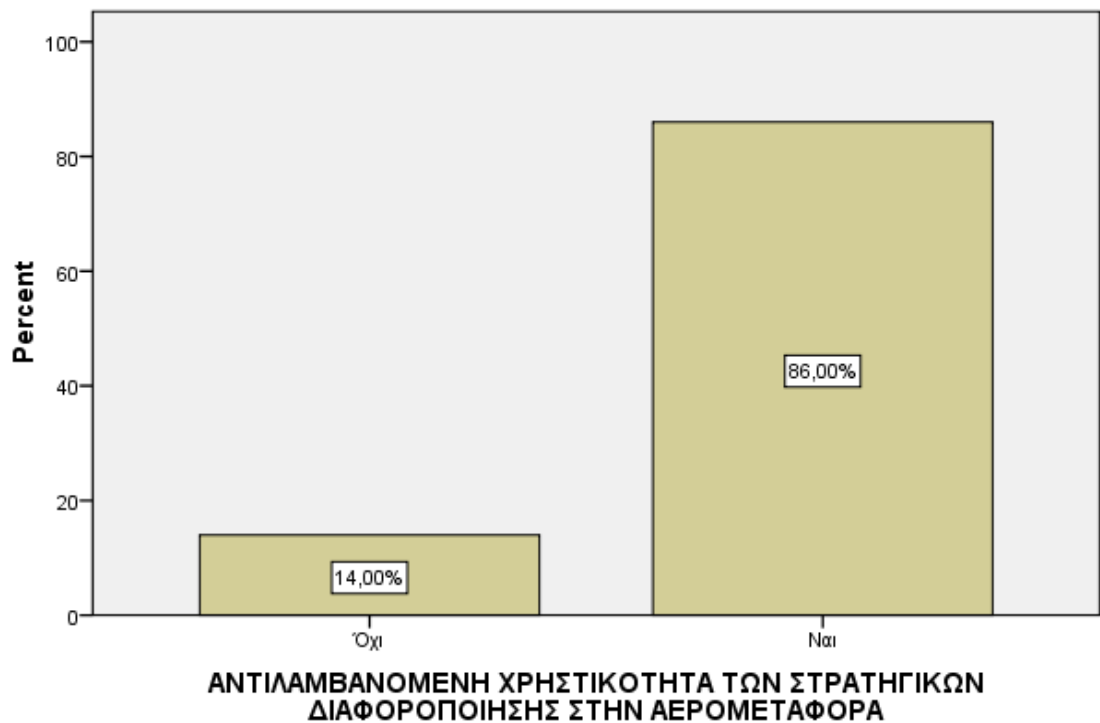
ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗ ΧΡΗΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΑ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Όχι	8	16,0	16,0
Valid	Ναι	42	84,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0

Παρατηρούμε ότι το 84% αντιλαμβάνεται τη χρηστικότητα των στρατηγικών τμηματοποίησης στην αερομεταφορά.

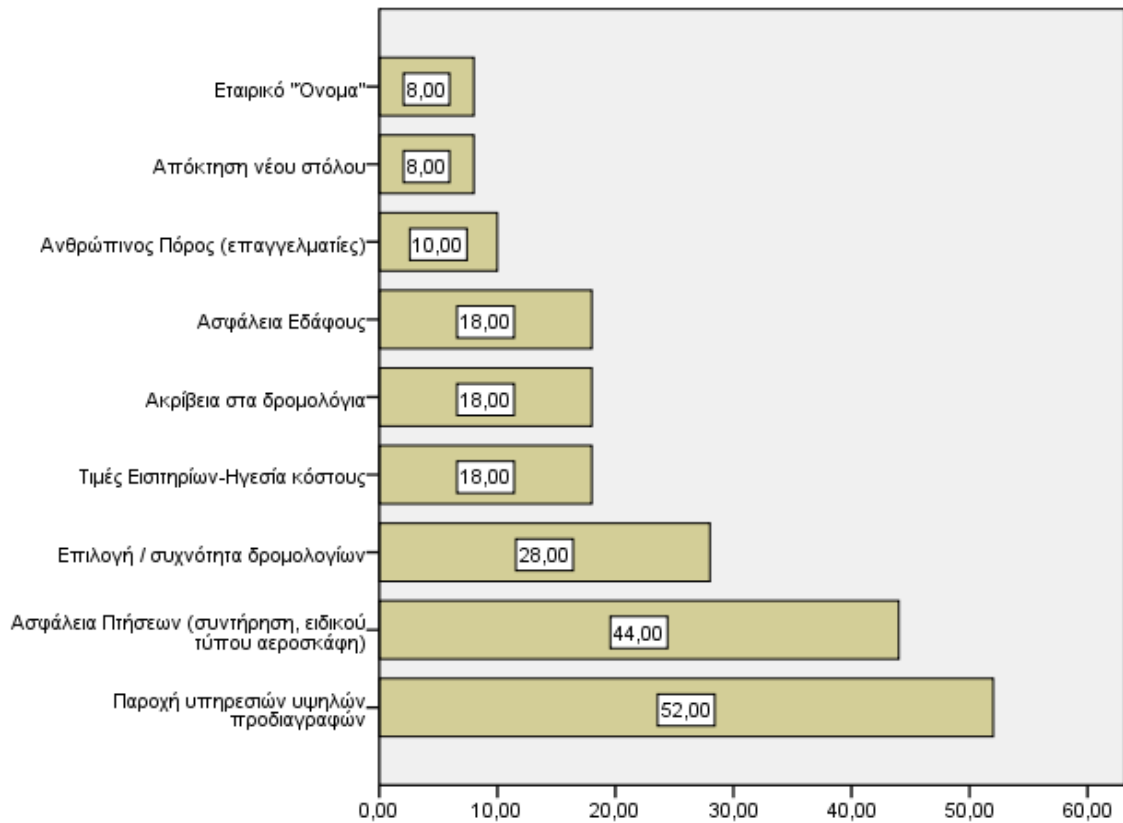


ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗ ΧΡΗΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΑ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Όχι	7	14,0	14,0	14,0
Valid	Ναι	43	86,0	86,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Παρατηρούμε ότι το 86% αντιλαμβάνεται τη χρησιμότητα των στρατηγικών διαφοροποίησης στην αερομεταφορά.



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΩΝ



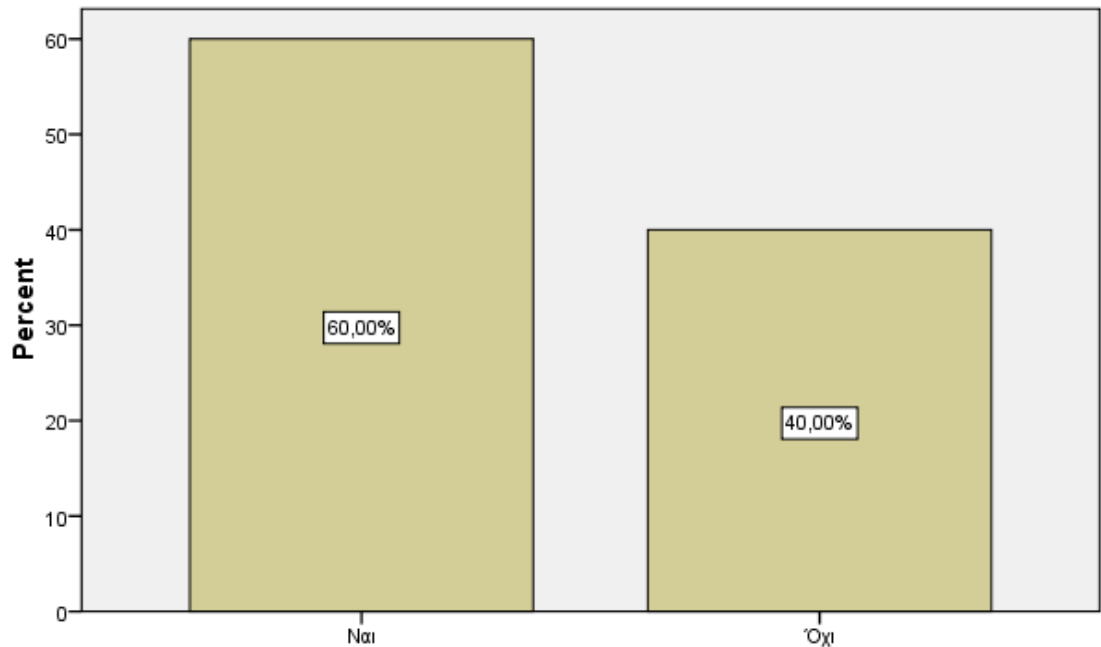
Παρατηρούμε ότι η κυριότερη στρατηγική διαφοροποίησης των ελληνικών αερομεταφορέων είναι η παροχή υπηρεσιών υψηλών προδιαγραφών, ακολουθεί η ασφάλεια πτήσεων και έπεται η επιλογή/συχνότητα των δρομολογίων.

ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ MARKETING ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΠΡΟΣΚΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΦΟΣΙΩΣΗΣ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΟΛΟΓΙΟΥ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Ναι	30	60,0	60,0	60,0
Valid	Όχι	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

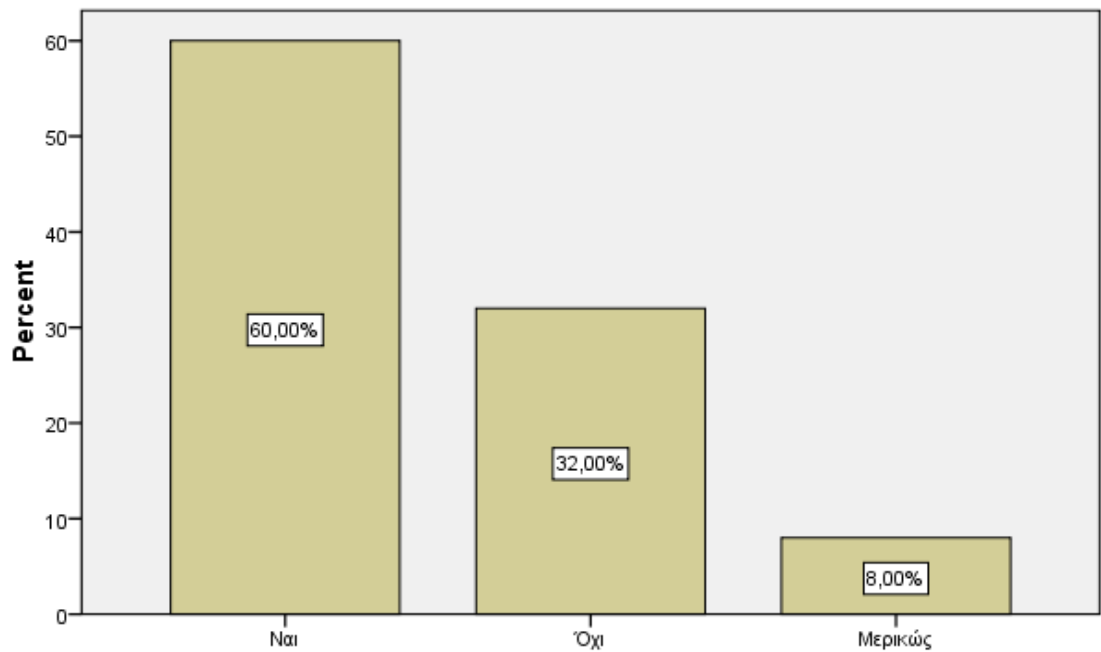
Παρατηρούμε ότι το 60% αναφέρει ότι εφαρμόζεται στρατηγική μάρκετινγκ για τον έλεγχο πρόσκτησης και αφοσίωσης του πελατολογίου.

ΔΙΑΧΥΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΟΥΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Ναι	30	60,0	60,0	60,0
	Όχι	16	32,0	32,0	92,0
Valid	Μερικώς	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Παρατηρούμε ότι το 60% αναφέρει ότι διαχέεται το ηλεκτρονικό εμπόριο στους ελληνικούς αερομεταφορείς, ένα 8% αναφέρει μερικώς.

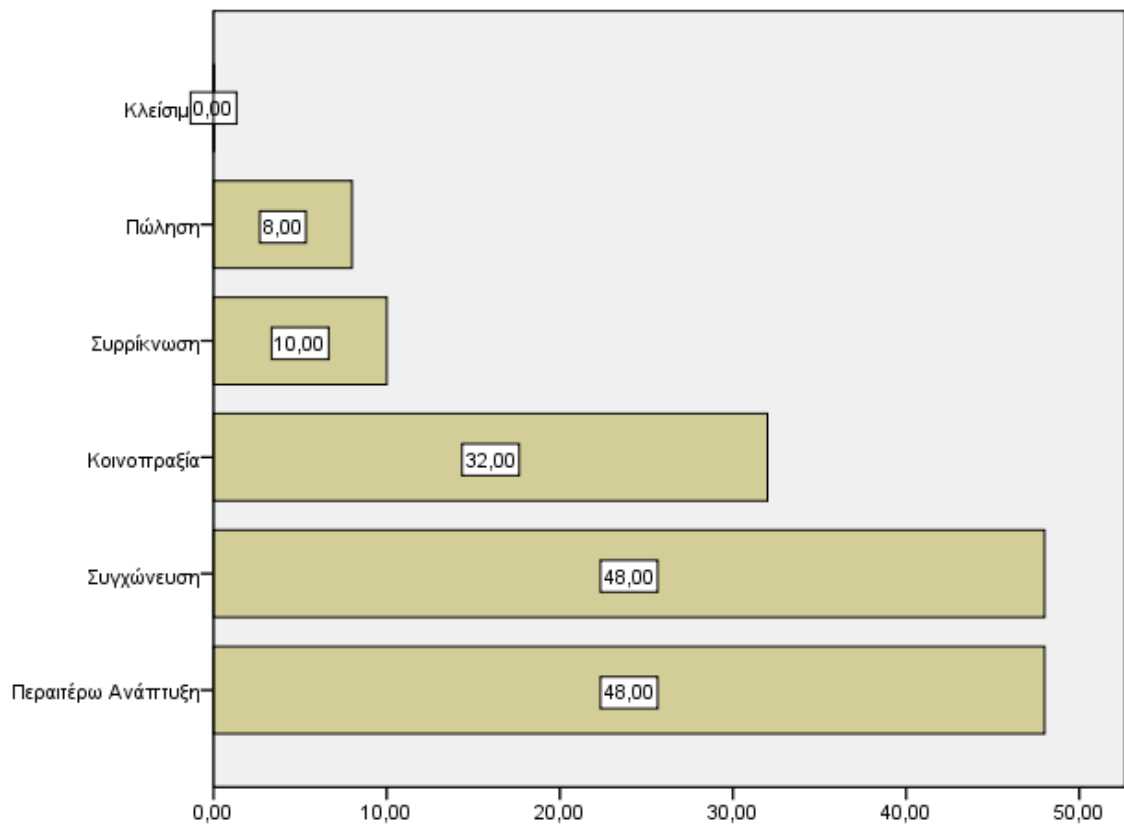


Ε ΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ MARKETING ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΠΡΟΣΚΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΦΟΞΙΩΣΗΣ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΟΛΟΓΙΟΥ



ΔΙΑΧΥΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΟΥΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ

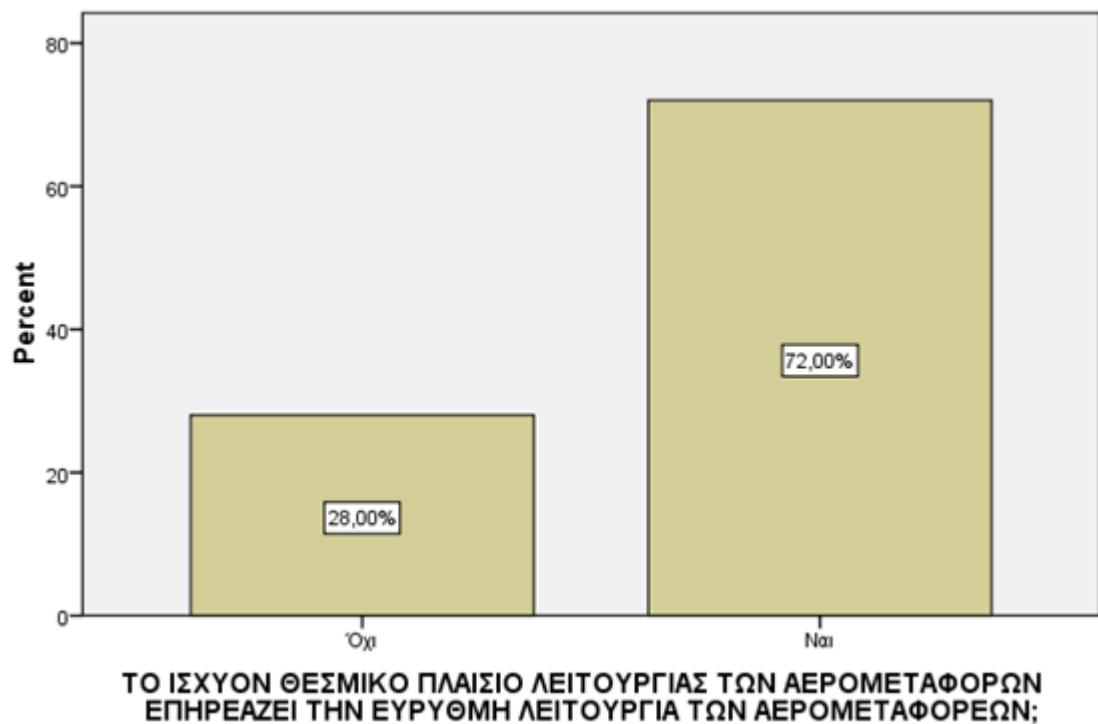
ΜΕΤΡΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ (ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ)



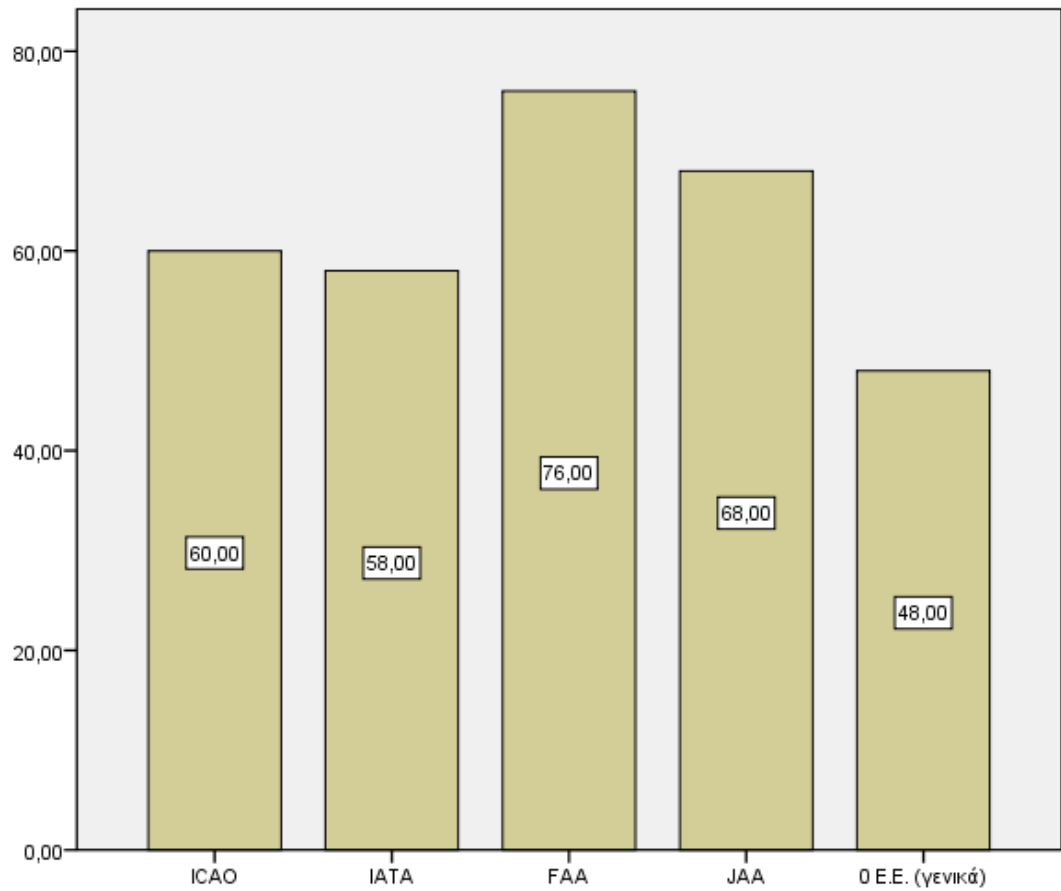
Παρατηρείται ότι το κυριότερο μέτρο αντιμετώπισης του ανταγωνισμού σε επίπεδο στρατηγικής είναι η περαιτέρω ανάπτυξη, ακολουθεί η συγχώνευση και έπεται η κοινοπραξία.

ΤΟ ΙΣΧΥΟΝ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΗΝ ΕΥΡΥΘΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΩΝ;					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Όχι	14	28,0	28,0	28,0
Valid	Ναι	36	72,0	72,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Το 72% αναφέρει ότι το ισχύον θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας των αερομεταφορών επηρεάζει την εύρυθμη λειτουργία των αερομεταφορέων.

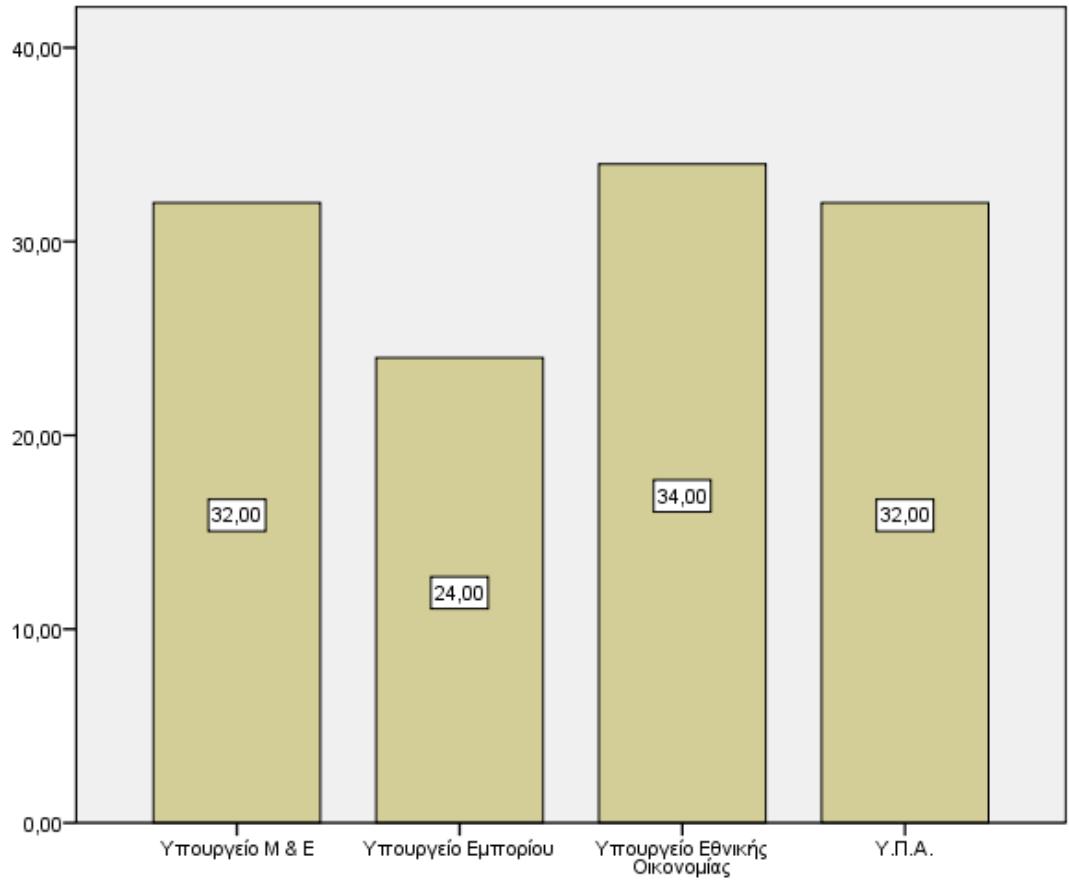


ΕΠΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΔΙΕΘΝΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΣΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ



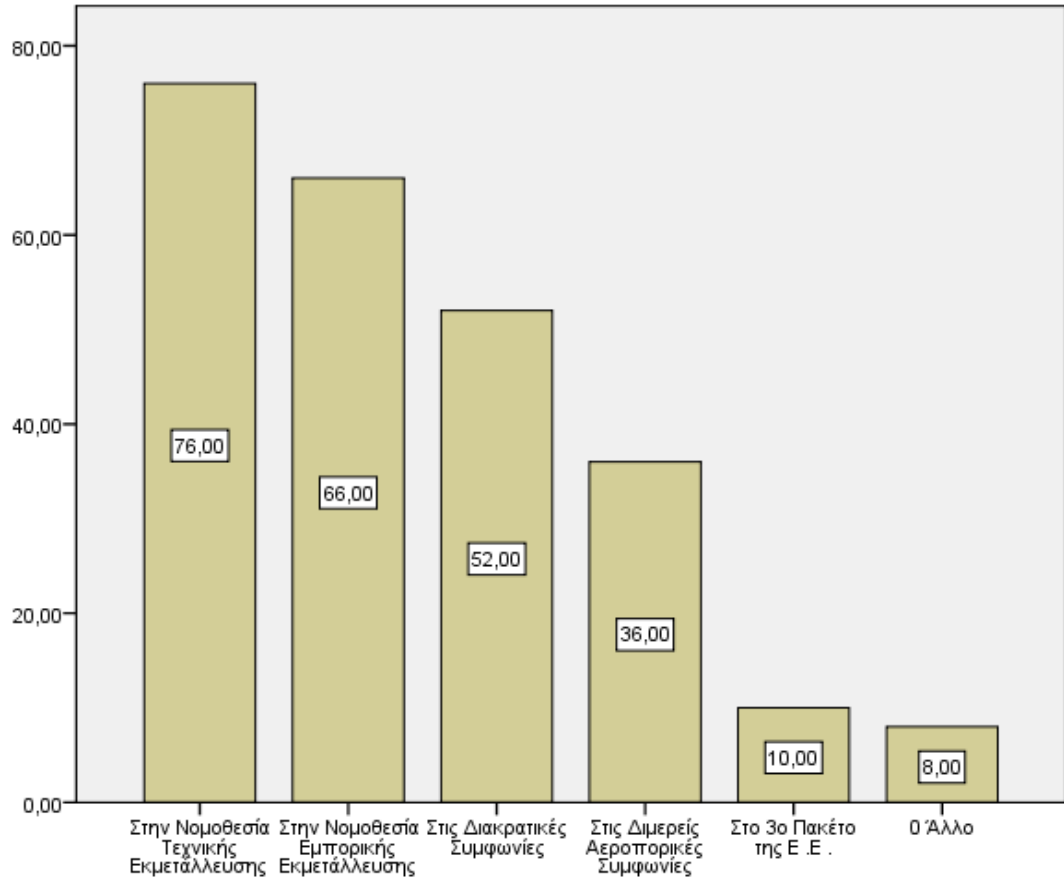
Παρατηρούμε ότι όλοι οι διεθνείς οργανισμοί θεωρούνται σε μεγάλο ποσοστό επαρκείς στο θεσμικό πλαίσιο.

ΕΠΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΕΘΝΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΣΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ



Παρατηρούμε ότι όλοι οι εθνικοί οργανισμοί θεωρούνται σε μεγάλο ποσοστό μη επαρκείς στο θεσμικό πλαίσιο.

ΕΝΔΕΙΚΝΥΟΜΕΝΕΣ ΔΙΟΡΘΩΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΙΣΧΥΟΝ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ



Παρατηρούμε ότι η σημαντικότερη ενδεικνυόμενη διορθωτική ενέργεια στο ισχύον θεσμικό πλαίσιο, είναι η νομοθεσία τεχνικής εκμετάλλευσης, ακολουθεί η νομοθεσία εμπορικής εκμετάλλευσης και έπονται οι διακρατικές συμφωνίες.

ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΣ ΒΑΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΡΙΣΚΟΥ				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Χαμηλός	5	10,0	10,0	10,0
Μέτριος	5	10,0	10,0	20,0
Υψηλός	12	24,0	24,0	44,0
Πολύ υψηλός	12	24,0	24,0	68,0
Πάρα πολύ υψηλός	16	32,0	32,0	100,0
Total	50	100,0	100,0	

Παρατηρούμε ότι το 80% αντιλαμβάνεται τον βαθμό επιχειρηματικού ρίσκου ως τουλάχιστον πολύ υψηλό.

ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΩΝ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Οριακά	30	60,0	60,0	60,0
Valid	Κάτω του κόστους	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Το 60% αναφέρει ότι η τιμολογιακή πολιτική των ελληνικών αερομεταφορέων είναι οριακή και το 40% κάτω του κόστους.

ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΜΕ ΤΗΝ ΟΠΟΙΑ "ΠΕΤΟΥΝ" ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Μέχρι 50%	18	36,0	36,0	36,0
	50%-65%	24	48,0	48,0	84,0
Valid	65-75%	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Το 48% αναφέρει ότι η μέση ετήσια πληρότητα με την οποία πετούν οι Έλληνες αερομεταφορείς είναι από 50%-65%, το 36% αναφέρει κάτω του 50% και το 16% αναφέρει 65-75%.

**Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑ ΑΘΗΝΩΝ (Δ.Α.Α.) "ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ "
ΣΤΑ ΣΠΑΤΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΜΑΡΤΙΟ ΤΟΥ 2001 ΠΑΙΖΕΙ ΡΟΛΟ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΝΗΣΙΩΤΙΚΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ;**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Λίγο	4	8,0	8,0	8,0
Valid	Ούτε λίγο ούτε πολύ	30	60,0	60,0	68,0
	Πολύ	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Παρατηρούμε ότι το 60% θεωρεί ούτε λίγο ούτε πολύ ότι η λειτουργία του Δ.Α.Α στα Σπάτα από το 2001 έπαιξε ρόλο στην ανάπτυξη του νησιωτικού τουρισμού, το 32% αναφέρει πολύ και το 8% λίγο.

**ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΟΤΙ ΣΥΜΒΑΛΟΥΝ ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ
ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΝΗΣΙΩΝ**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Ναι	30	60,0	60,0	60,0
Valid	Όχι	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Το 60% αναφέρει ότι συμβάλλουν οι ελληνικές αεροπορικές εταιρείες στην τουριστική ανάπτυξη των νησιών.

ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΕΧΟΥΝ ΤΙΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Ναι	25	50,0	50,0	50,0
Valid	Όχι	25	50,0	50,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Το 50% αναφέρει ότι οι ελληνικές αεροπορικές εταιρείες έχουν τις υποδομές υποστήριξης του εισερχόμενου τουρισμού.

ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΙΝΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΜΕΝΟ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Ναι	34	68,0	68,0	68,0
Valid	Όχι	16	32,0	32,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

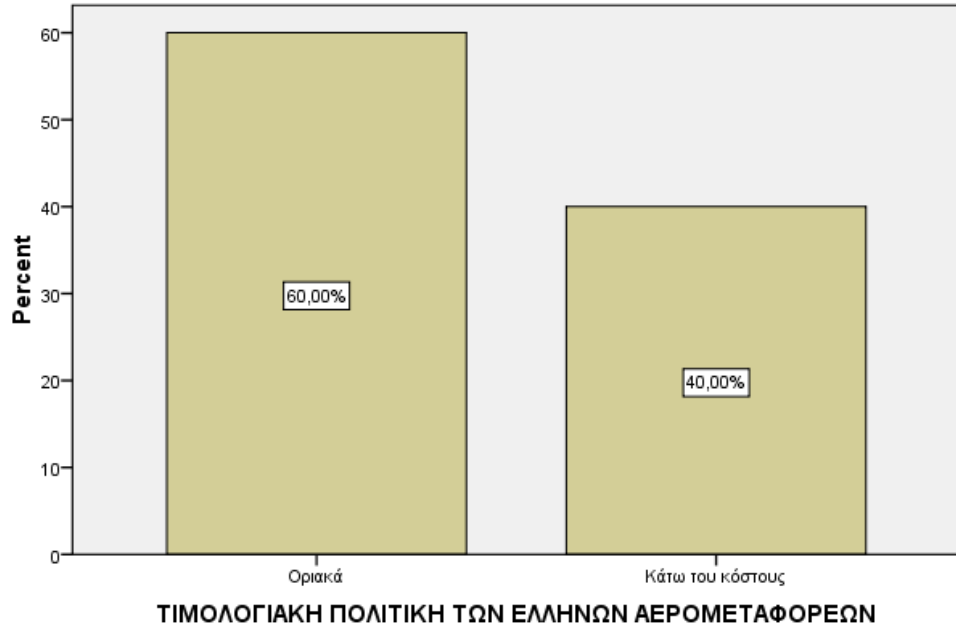
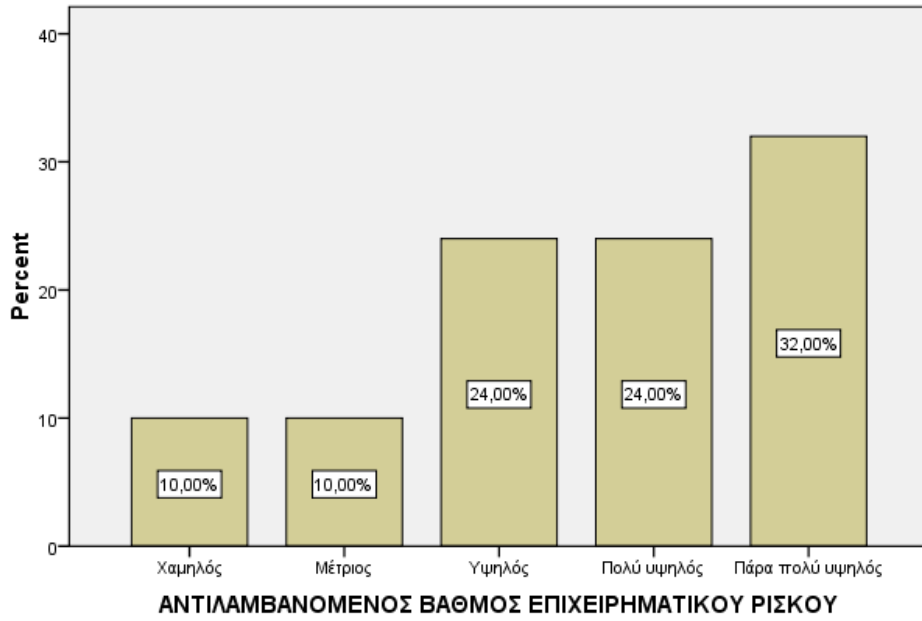
Το 68% αναφέρει ότι είναι καταρτισμένο το προσωπικό των ελληνικών αεροπορικών εταιρειών.

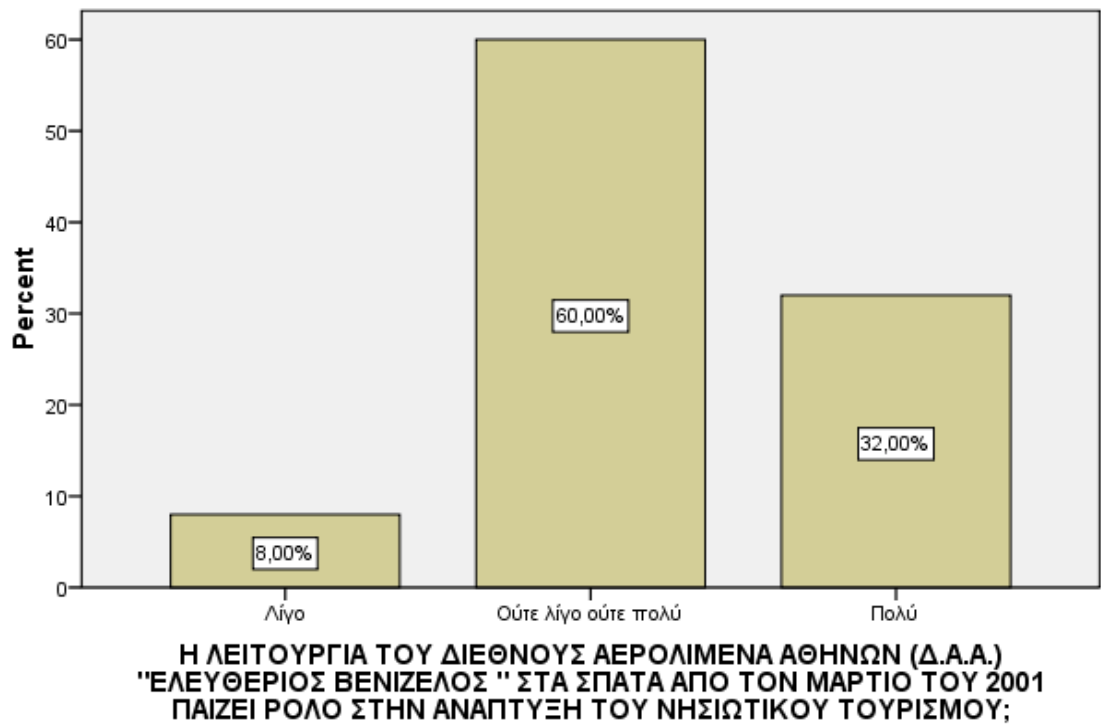
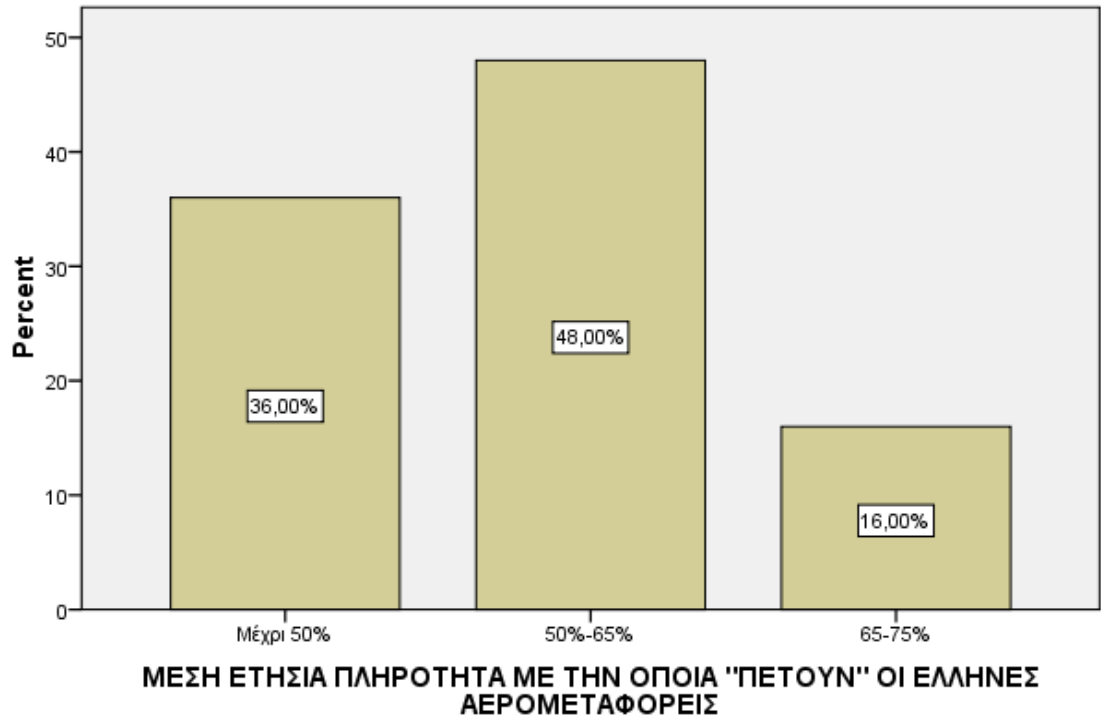
ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΕΧΟΥΝ ΝΕΑΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Ναι	26	52,0	52,0	52,0
Valid	Όχι	24	48,0	48,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

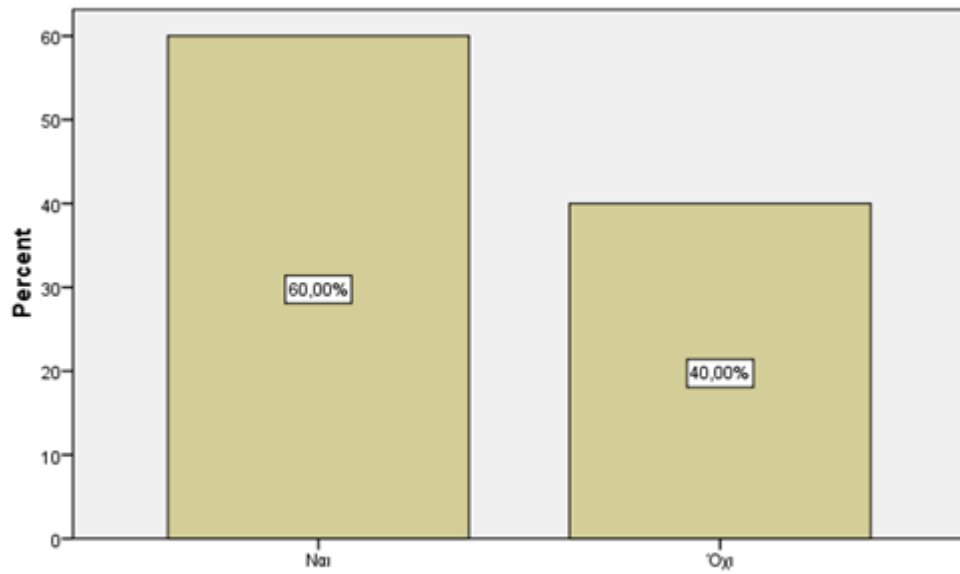
Το 52% αναφέρει ότι οι ελληνικές αεροπορικές εταιρείες έχουν νέας τεχνολογίας αεροσκάφη.

ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΙΝΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Ναι	20	40,0	40,0	40,0
Valid	Όχι	30	60,0	60,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

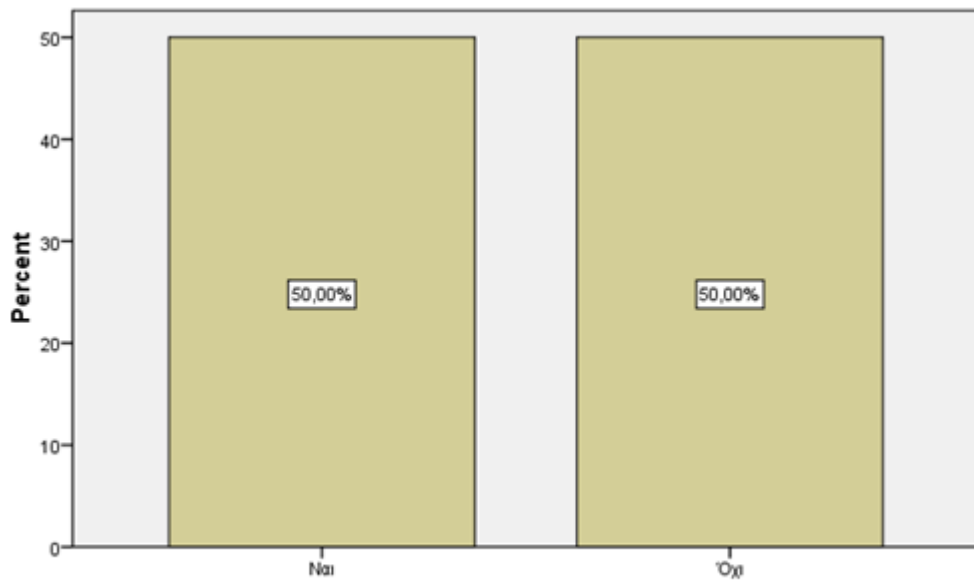
Το 40% αναφέρει ότι είναι ανταγωνιστικές οι τιμές των εισιτηρίων στις ελληνικές αεροπορικές εταιρίες.



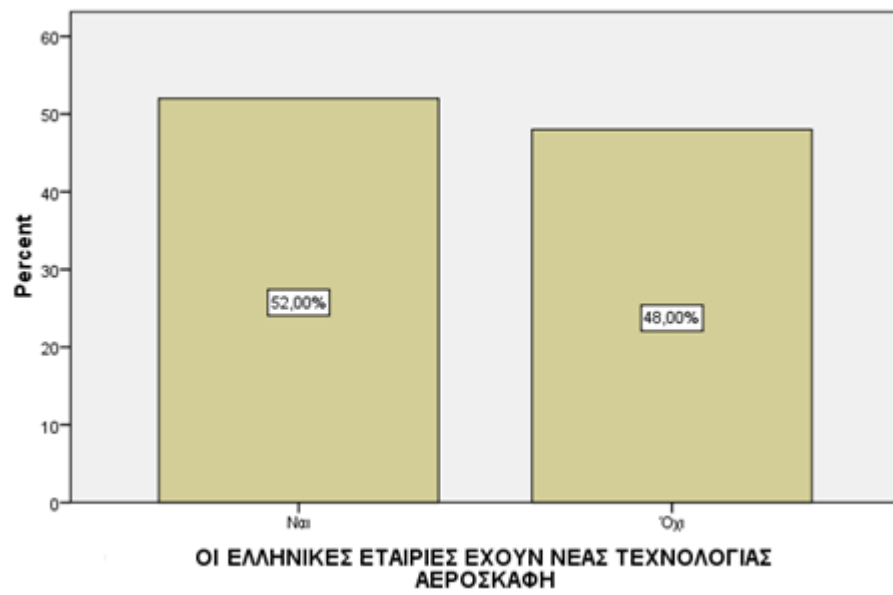
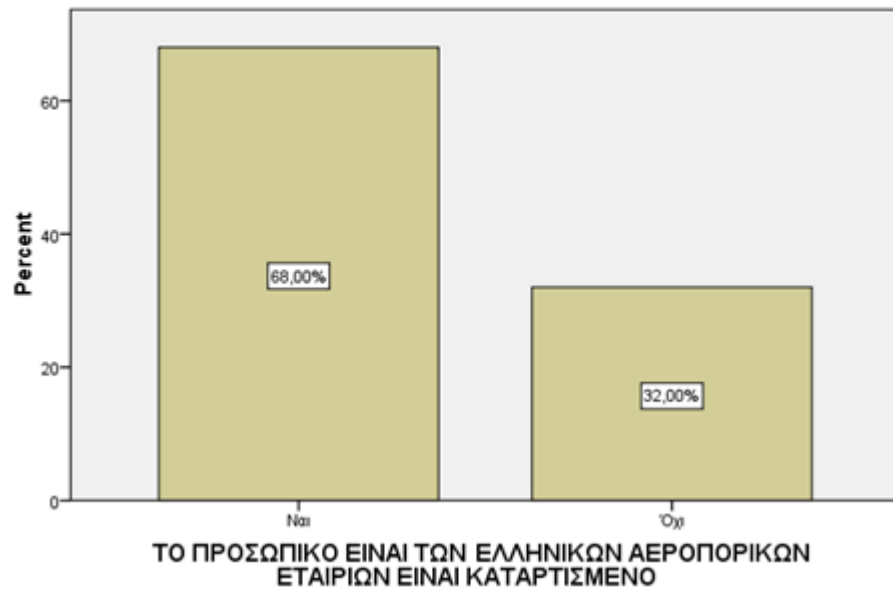


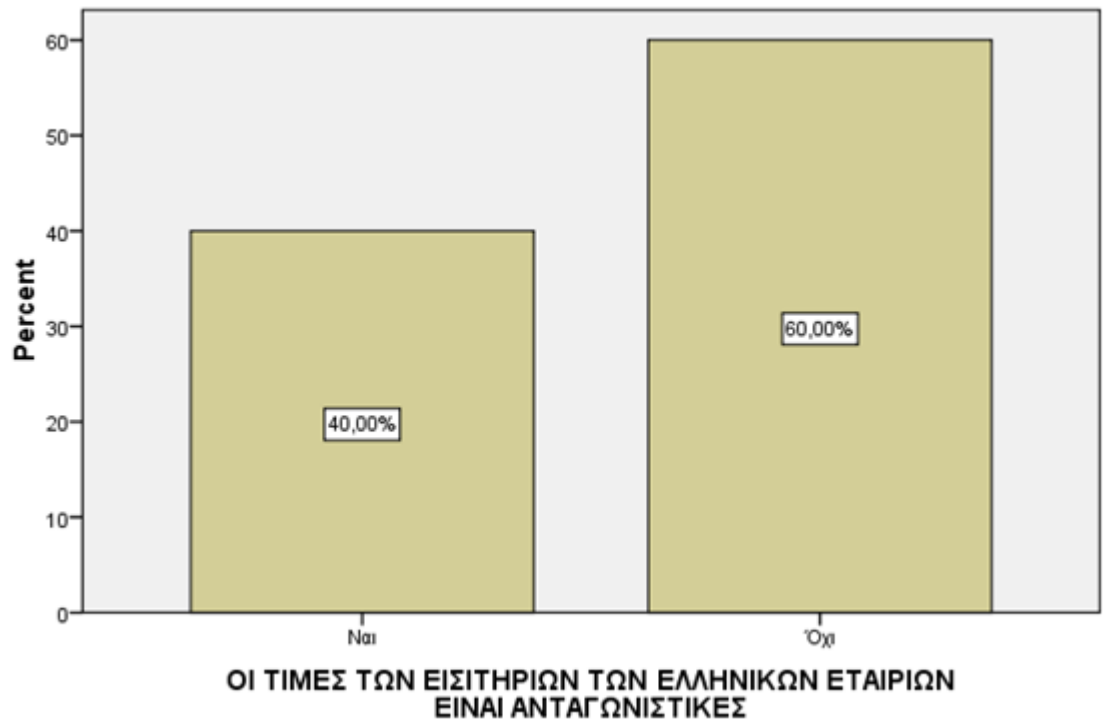


ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΟΤΙ ΣΥΜΒΑΛΟΥΝ ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΝΗΣΙΩΝ



ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΕΧΟΥΝ ΤΙΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ





6.3 Συμπεράσματα - Προτάσεις

Από την παραπάνω ανάλυση προέκυψε ότι ο σημαντικότερος παράγοντας αερομεταφοράς για τον πελάτη ως υπηρεσία είναι η ασφάλεια των πτήσεων, ακολουθεί η τιμή του εισιτηρίου και έπεται η ακρίβεια εκτέλεσης των δρομολογίων. Ακόμα ο σημαντικότερος παράγοντας άμεσου κόστους για τις αερομεταφορές είναι η συντήρηση, ακολουθεί η μίσθωση πτητικών μέσων και έπονται τα καύσιμα/λιπαντικά. Επιπλέον ο σημαντικότερος παράγοντας έμμεσου κόστους για τις αερομεταφορές είναι οι δαπάνες του προσωπικού, ακολουθούν οι δαπάνες των σταθμών και έπονται τα γενικά διοικητικά έξοδα.

Η πλειοψηφία των υπαλλήλων θεωρεί ότι επηρεάζει άμεσα το κόστος της αερομεταφοράς, ο λόγος του πλήθους αεροσκαφών προς το πλήθος εργαζομένων και αντιλαμβάνεται τη χρηστικότητα των στρατηγικών τμηματοποίησης / διαφοροποίησης στην αερομεταφορά. Επιπρόσθετα ο κυριότερος προσδιοριστικός παράγοντας ζήτησης στην αερομεταφορά είναι η τιμή του εισιτηρίου, ακολουθεί το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης και έπεται το διαθέσιμο εισόδημα.

Η κυριότερη στρατηγική διαφοροποίησης των ελληνικών αερομεταφορών είναι η παροχή υπηρεσιών υψηλών προδιαγραφών, ακολουθεί η ασφάλεια πτήσεων και έπεται η επιλογή/συχνότητα των δρομολογίων. Περίπου τα 2/3 των υπαλλήλων ανέφερε ότι εφαρμόζεται στρατηγική μάρκετινγκ για τον έλεγχο πρόσκτησης και αφοσίωσης του πελατολογίου και ότι διαχέεται το ηλεκτρονικό εμπόριο στους ελληνικούς αερομεταφορείς.

Ως το κυριότερο μέτρο αντιμετώπισης του ανταγωνισμού σε επίπεδο στρατηγικής είναι η περαιτέρω ανάπτυξη, ακολουθεί η συγχώνευση και έπεται η κοινοπραξία. Επιπλέον η πλειοψηφία των υπαλλήλων ανέφερε ότι το ισχύον θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας των αερομεταφορών επηρεάζει την εύρυθμη λειτουργία των αερομεταφορών.

Ακόμα οι πλειοψηφία των εργαζομένων θεωρεί ότι όλοι οι διεθνείς οργανισμοί είναι επαρκείς στο θεσμικό πλαίσιο, ενώ αντίθετη εικόνα έχουμε για τους εθνικούς μας οργανισμούς.

Επιπρόσθετα βρήκαμε ότι η σημαντικότερη ενδεικνυόμενη διορθωτική ενέργεια στο ισχύον θεσμικό πλαίσιο είναι η νομοθεσία τεχνικής εκμετάλλευσης, ακολουθεί η νομοθεσία εμπορικής εκμετάλλευσης και έπονται οι διακρατικές συμφωνίες. Βρέθηκε ακόμα ότι η πλειοψηφία των υπαλλήλων αντιλαμβάνεται τον βαθμό επιχειρηματικού ρίσκου ως τουλάχιστον πολύ υψηλό, θεωρεί ότι η τιμολογιακή πολιτική των ελληνικών αερομεταφορών είναι οριακή ή κάτω του κόστους, οι ελληνικές αεροπορικές εταιρείες συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη των νησιών, το προσωπικό των ελληνικών αεροπορικών εταιρειών είναι καταρτισμένο, δεν είναι ανταγωνιστικές οι τιμές των εισιτηρίων στις ελληνικές αεροπορικές και ότι οι ελληνικές αεροπορικές εταιρείες έχουν νέας τεχνολογίας αεροσκάφη.

Τέλος οι μισοί εργαζόμενοι ανέφεραν ότι η μέση ετήσια πληρότητα με την οποία πετούν οι Έλληνες αερομεταφορείς είναι από 50%-65% και οι ελληνικές αεροπορικές εταιρείες έχουν τις υποδομές υποστήριξης του εισερχόμενου τουρισμού. Τέλος τα 2/3 σχεδόν θεωρεί ούτε λίγο ούτε πολύ ότι η λειτουργία του Δ.Α.Α στα Σπάτα από το 2001 έπαιξε ρόλο στην ανάπτυξη του νησιωτικού τουρισμού.

Κλείνοντας τη παρούσα εργασία διαπιστώσαμε ότι οι ελληνικοί αερομεταφορείς αντιμετωπίζουν διάφορα προβλήματα βάσει της παρούσας οικονομικής συγκυρίας που βιώνει η Ελλάδα, πράγμα που τις έχει οδηγήσει στρατηγικά να εστιάζουν περισσότερο στη τιμή, η οποία αποτελεί βασικό κριτήριο επιλογής αεροπορικής εταιρίας από τους επιβάτες, ενώ συγχρόνως δίνουν και μεγάλη βαρύτητα σε άλλους παράγοντες όπως είναι η ασφάλεια, η ποιότητα κτλ. Σίγουρα δεδομένης της ανάγκης που έχει η Ελλάδα να αναπτυχθεί σε επίπεδο τουρισμού, ο οποίος αποτελεί βασικό τομέα για την ανάπτυξη της χώρας και για την έξοδο της από τη κρίση, οι ελληνικές αεροπορικές είναι βασικές διότι θα βοηθήσουν σε μεγάλο βαθμό στη καλύτερη εξυπηρέτηση των τουριστών, στην ανάπτυξη του εισερχόμενου τουρισμού καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και φυσικά στην αναζωογόνηση νησιωτικών περιοχών οι οποίες έχουν την ανάγκη να υποστηριχθούν οικονομικά ειδικά τη συγκεκριμένη περίοδο.

Επίσης, οι τάσεις της σύγχρονης τουριστικής βιομηχανίας με το μοντέλο των ολιγοήμερων και «συμπιεσμένων» διακοπών, σε αντίθεση με τις προηγούμενες δεκαετίες όπου η περίοδος αυτή ήταν πιο εκτεταμένη, επιτάσσει τη χρήση των αερομεταφορών για την εσωτερική μετακίνηση των τουριστών στην πληθώρα των νησιών μας. Όπως αντιλαμβανόμαστε, το προϊόν αυτό δε θα μπορούσε να επιτευχθεί με χρήση της ακτοπλοΐας λόγω των στενών χρονικών πλαισίων, πράγμα που οδηγεί στην επιτακτική χρήση της αερομεταφοράς. Έτσι, με την ανάπτυξη / ενίσχυση μικρών περιφερειακών αεροπορικών εταιρειών που ως στόχο θα έχουν τη σύνδεση μεταξύ των νησιών και της ενδοχώρας, θα ωφελούνταν και η Ελληνική περιφέρεια αλλά και οι επισκέπτες της. Η διανομή του χρήματος θα διαχέονταν σε περισσότερα μέρη, ενισχύοντας έτσι την τοπική αλλά και την ευρύτερη οικονομία της χώρας, δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας, ανάπτυξη των υποδομών αλλά και κίνητρο για νέες επενδύσεις. Τέλος, σημαντική θα είναι η συμβολή του κράτους μέσω ευνοϊκών μέτρων (π.χ. επιδοτήσεων, νομοθετικού πλαισίου, συνθηκών για ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας, στήριξη των επιχειρήσεων αλλά και προβολή των τόπων των ηθών και των εθίμων της Ελλάδας στο εξωτερικό), στην ενίσχυση της τουριστικής κίνησης στα νησιά.

Βιβλιογραφία

- Airline Business (2005). Low-cost failures loom. Available at <http://www.flightinternational.com>
- ASTRA (2014) "Ο στόλος μας" Ανάκτηση από: <http://www.astra-airlines.gr/pages.php?fc=1&fs=1>, Οκτώβριος 2014
- Aviation Week & Space Technology/September 22, 2008, pp.78-81
- Bennett, M., (1997), Strategic Alliances in the World of Airline Industry, *Progress in Tourism and Hospitality Research*, Vol 3, Issue 3, Pages 213-223.
- Brueckner, J (2003), The Benefits of Codesharing and Antitrust Immunity for International Passengers, with an Application to the Star Alliance, *Journal of Air Transport Management*, Vol 9, Issue 2, Pages 83-89.
- Buhalis D., (2003). Strategic use of information technologies in the tourism industry. *Tourism Management.*, 3 (5), 409-421
- Cheong C. K. (1998). Citation for an honorary degree. Retrieved from: http://about.anu.edu.au/documents/committees/honorary_degrees/cheong.pdf
- Dennis, N. (2005). Industry consolidation and future airline networks structures in Europe. *Air Transport Management* 11 (2005) 175-183.
- Doganis R. (2006). *The Airline Business*. Routledge
- Doganis, R. (2002). *Flying off course: the economics of international airlines*. Routledge, 3rd edition, 290
- ELFAA, "Liberalisation of European Air Transport, The benefits of Low Fare Airlines", 2004
- European Cockpit Association, ECA, "Upheaval in the European Skies, Low Cost Carriers in Europe: Economic Data, Market and Pilot Demand

Forecast", Second edition, June 2006

- Francis, G., Fidato, A., and Humphreys, I., (2004) Airport Airline Interaction, *Journal of Air Transport Management*, Vol.9. pp.267-273.
- Franke, M. (2004). Competition between network carriers and low-cost carriers - retreat battle or breakthrough to a new level of efficiency?. *Air Transport Management* 10 (2004) 15-21.
- Garriga, J. C. (2004). Low-cost a regional affair. Airport Regions Conference. Available at <http://www.airportregions.com>.
- Graham J. R., Harvey C. R., and Rajgopal S. (2005). The Economic Implications of Corporate Financial Reporting, *Version: January 11*
- Graham, B. and Vowles, T.M. (2006). Carriers within carriers. A strategic response to low-cost airline competition. *Transport Reviews*, vol. 26, no. 1, pp. 105-126
- Gudmundsson. S.V and Lechner. C. (2006), Multilateral Airline Alliances: Balancing Strategic Constraints and Opportunities, *Journal of Air Transport Management*, Vol 12, Issue 3, Pages 153-158.
- Holloway, C J.(2004), *Marketing for Tourism*, London, FT Prentice Hall,σ.119Καθημερινή, 2014 " Γιατί οι ξένες αεροπορικές φεύγουν από την Ελλάδα" Ανεκτημένο
από:<http://www.kathimerini.gr/475422/article/epikairothta/ellada/giati-oi-3enes-aeroporikes-feygoyn-apo-thn-ellada>
- <http://ec.europa.eu>
- <http://www.airliners.gr>
- <http://www.astra-airlines.gr/pages.php?fcats=1&fs=3>
- <http://www.aviation-ia.com>
- Iatrou, K. & Alamdari, K. (2003). *The empirical analysis of the impact of alliances on airline operations. Air Transport Management* 11 (2005) 127-

134.

- Iatrou, K. and Alamdari, F. (2005), The Empirical Analysis of the Impact of Alliances n Airline Operations, *Journal of Air transport Management*, 11, (3), Pages 127-134
- Karagiannis, G. and Velentzas, K., (1995) "Changes in Greek Consumption Patterns: The ole of Commodity Prices and Budget Expenditure", *International Review of Economics and Business*, Vol. 42, N. 5, pp. 405-420,.
- Kleymann, B. and Seristö, H. (2001), Levels of Airline Alliance Membership Balancing Risks and Benefits, *Journal of Air Transport Management*, Vol 7, Issue 5, Pages 303-310.
- Kleymann, G. (2004): Helicase primase: targeting the Achilles heel of herpes simplex viruses. *Antivir. Chem. Chemother.* 15(3), 135–140
- Kotler, P., 2000, "Marketing Management – The Millennium Edition", 10th Edition, Prentice Hall.
- Lobbenberg, A. (1995) Strategic responses of charter airlines to Single Market *integration. Journal of A ir Transport Management*, 2(2), 67-80.
- Martin Oppermann and Kye-Sung Chon (1997) "Tourism in Developing Countries" London : International Thompson Business Press
- Mc Daniel, C & Gates,R (1995) "Marketing Research Essentials", West Publishing Company
- Mentis, M., Ryba, KA., & Annan, JA. (2002). Creating authentic online communities of professional practice. *e-Journal of Instructional Science and Technology*.
- Morrell, P. S. (2005). Airlines within airlines: an analysis of US network airline responses to Low Cost Carriers'. *Journal of Air Transport Management*, 11(5), 303-312
- Oppermann, M., and Kye-Sung C, (1997) "Tourism in Developing

Countries" London : International Thompson Business Press

- Oum, T., Park, J., Zhang, A. (2000), *Globalization and Strategic Alliances – The Case of the Airline Industry*, Elsevier Science & Technology.
- Oum, T., Yu, C. and Zhang, A. (2001). 'Global airline alliances: International regulatory issues'. *Journal of Air Transport Management* 1: 57-62.
- Oxford Economic Forecasting (2005). *The Economic and Social Benefits of Air Transport*. Geneva: Air Transport Action Group
- Papatheodorou, A. and Iatrou, K. (2007) Leisure Travel: Implications for Airline Alliances. 11th World Conference of the Air Transport Research Society hosted by University of California – Berkeley. This is an abstract-refereed paper published in the electronic conference proceedings. The paper has been subsequently accepted for publication in the International Review of Aerospace Engineering.
- Shaw, S. (2004), *Airline Marketing and Management*, Ashgate Publishing
- Tull, D. & Hawkins, D. (1987) "Marketing research: Measurements and Method", 4th Edition, McMillian Publishing
- Uysal, M., Mclellan, R. and Syrakaya, E. (1996), "*Modelling vacation destination decisions: a behavioral approach*", Recent Advances in Tourism Marketing Research, Vol. 5 Nos 1/2, pp. 57-75.
- Wheelen, T. & Hunger, D. (2005), *Concepts in Strategic Management and Business Policy*, Pearson Prentice Hall, 10th edition.
- Ευαγγέλου, Γ., 2007, «Αερομεταφορές και ανάπτυξη ελληνικού τουρισμού», ΗΑΤΤΑ
- Μόσχου, (2014) " ΠΙΕΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ Ε.Ε. ΓΙΑ ΠΛΗΡΗ ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ" Ημερησία. Ανεκτημένο από :
<http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=26516&subid=2&pubid=113250426>, Οκτώβριος 2014
- ΙΩΑΝΝΗΣ Σ ΛΑΙΝΟΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΙ ΝΑΥΛΟΙ-ΕΚΔΟΣΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΥ

ΕΙΣΙΤΗΡΙΟΥ

- Καούνης Δ. (2003). *Η λογιστική στις εταιρικές επιχειρήσεις*, ΑΘΗΝΑ
- Λαμπρόπουλος Π. (1998): “*Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας*”, Αθήνα: Προπομπός.
- Πετράκης Π. Ε. (1996), “*Επιχειρηματικότητα & Ανάπτυξη*”, Αθήνα: Παπαζήση
- Σαμπράκος Ε. (2008), «*Ο τομέας των μεταφορών και οι συνδυασμένες εμπορευματικές*», Αθήνα: Σταμούλη
- Σιρόπολις Ν. (2001): “*Διοίκηση Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων*”, Αθήνα: Παπαζήση
- ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗΣ, ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ
- www.buzz.com
- www.ryanair.com
- www.virginexpress.com
- www.airberlin.com
- www.airliners.gr
- www.aviationsociety.gr
- www.avis.gr
- www.bhdca.gov.ba/documentsEN/12-%20en.pdf
- www.eeeke.gr
- www.el.wikipedia.org
- www.explorecrete.com
- www.fek.gr
- www.flydeals.gr

- www.go.com
- www.hcaa.gr
- www.iata.gr
- www.iata.org
- www.iefimerida.gr / Τουρισμός και ανάπτυξη
- www.istologos.gr
- www.musesnet.gr
- www.olympic-airways.gr
- www.olympic-airways.gr
- www.protothema.gr
- www.remaliacub.gr
- www.saas.gr
- www.spoudmet.civil.upatras.gr
- www.tovivlio.gr
- www.traveldailynews.gr
- www.ypa.gr

Παράρτημα - Ερωτηματολόγιο

ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

- 3-10 έτη
- 10-20 έτη
- 20-30 έτη
- 30-40 έτη
- 40 και άνω

ΕΤΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΘΕΣΗ

- < 5 έτη
- 5-10 έτη
- 10-20 έτη

ΟΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΑΣ ΩΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ (σε ιεραρχική κατάταξη)

- Ασφάλεια πτήσεων
- Τιμή Εισιτηρίου
- Ακρίβεια Εκτέλεσης Δρομολογίων
- Ποιότητα Συνολικού Service (πριν-κατά-μετά την πτήση)
- Ώρες Αναχωρήσεων-Αφίξεων
- Δίκτυο Προορισμών
- "Όνομα" του Αερομεταφορέα
- Τύπος Αεροσκάφους
- Αεροδρόμιο που "πετά" η εταιρία

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΑΜΕΣΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ (σε φθίνουσα σειρά)

- Συντήρηση
- Μίσθωση Πτητικών Μέσων
- Καύσιμα-Λιπαντικά
- Απόσβεση Πτητικών Μέσων
- Έξοδα Κίνησης Ιπτάμενου Προσωπικού
- Ασφάλιστρα Πτητικών Μέσων
- Άλλος Παράγοντας
- Τέλη Υπερπτήσεων
- Τέλη Προσγειώσεων

ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΜΜΕΣΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ (σε φθίνουσα σειρά)

- Δαπάνες Προσωπικού
- Δαπάνες Σταθμών
- Γενικά Διοικητικά Έξοδα
- Δαπάνες Marketing-Πωλήσεων
- Εξυπηρέτηση Επιβατών (π .χ. Catering)
- Άλλος Παράγοντας ...

Η ΣΧΕΣΗ "ΠΛΗΘΟΣ ΑΕΡΟΣΚΑΦΩΝ ΠΡΟΣ ΠΛΗΘΟΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ"
ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΑΜΕΣΑ ΤΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΗΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΑΣ

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΣΤΗΝ
ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΑ (σε φθίνουσα σειρά)

- Τιμή Εισιτηρίου
 Επίπεδο Οικονομικής Ανάπτυξης
 Διαθέσιμο Εισόδημα
 Χρόνος Ταξιδιού
 Ασφάλεια Ταξιδιού
 Παγκοσμιοποίηση Οικονομίας

ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗ ΧΡΗΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ
ΤΜΗΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΑ

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΗ ΧΡΗΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ
ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΑ

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΩΝ

- Παροχή υπηρεσιών υψηλών προδιαγραφών
 Ασφάλεια Πτήσεων (συντήρηση, ειδικού τύπου αεροσκάφη)
 Επιλογή / συχνότητα δρομολογίων
 Τιμές Εισιτηρίων-Ηγεσία κόστους
 Ακρίβεια στα δρομολόγια
 Ασφάλεια Εδάφους
 Ανθρώπινος Πόρος (επαγγελματίες)
 Απόκτηση νέου στόλου
 Εταιρικό "Όνομα"

ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ MARKETING ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΛΕΓΧΟ ΠΡΟΣΚΤΗΣΗΣ ΚΑΙ
ΑΦΟΣΙΩΣΗΣ ΤΟΥ ΠΕΛΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

ΔΙΑΧΥΣΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΣΤΟΥΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥΣ
ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ
 ΜΕΡΙΚΩΣ

ΜΕΤΡΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ (ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΜΠΟΡΙΑΣ)

- Αλλαγή Τιμών
- Αλλαγή Δρομολογίων
- Νέες Αγορές Στόχοι
- Αλλαγή Service Πελατών
- Αλλαγή Αεροσκαφών

ΜΕΤΡΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ (ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ)

- Περαιτέρω Ανάπτυξη
- Συγχώνευση
- Κοινοπραξία
- Συρρίκνωση
- Πώληση
- Κλείσιμο

ΤΟ ΙΣΧΥΟΝ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΩΝ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΤΗΝ ΕΥΡΥΘΜΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΩΝ;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

ΕΠΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΔΙΕΘΝΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΣΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

- ICAO
- IATA
- FAA
- JAA
- Ε.Ε. (γενικά)

ΕΠΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΕΘΝΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΣΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

- Υπουργείο Μ & Ε
- Υπουργείο Εμπορίου
- Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας
- Υ.Π.Α.

ΕΝΔΕΙΚΝΥΟΜΕΝΕΣ ΔΙΟΡΘΩΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟ ΙΣΧΥΟΝ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

- Στην Νομοθεσία Τεχνικής Εκμετάλλευσης
- Στην Νομοθεσία Εμπορικής Εκμετάλλευσης
- Στις Διακρατικές Συμφωνίες
- Στις Διμερείς Αεροπορικές Συμφωνίες
- Στο 3ο Πακέτο της Ε .Ε .
- Άλλο

BENCHMARKING ΔΕΙΚΤΩΝ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΩΝ

- Υπηρεσίες Εδάφους
- Υπηρεσίες Συντήρησης

- Αεροδρόμια
- Υπηρεσίες Εναέριας κυκλοφορίας

ΑΝΤΙΛΑΜΒΑΝΟΜΕΝΟΣ ΒΑΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΡΙΣΚΟΥ

- Χαμηλός
- Μέτριος
- Υψηλός
- Πολύ υψηλός
- Πάρα πολύ υψηλός

ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΩΝ

- με περιθώριο κέρδους
- οριακά
- κάτω του κόστους

ΜΕΣΗ ΕΤΗΣΙΑ ΠΛΗΡΟΤΗΤΑ ΜΕ ΤΗΝ ΟΠΟΙΑ "ΠΕΤΟΥΝ" ΟΙ ΕΛΛΗΝΕΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΙΣ

- μέχρι 50%
- 50% - 65%
- 65% - 75%
- 75% - 100%

ΕΚΤΙΜΩΜΕΝΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΣΤΟ ΠΡΟΣΕΧΕΣ ΜΕΛΛΟΝ

- ΑΕΡΟΤΑΧΙ
- REGIONAL / COMMUTER
- AIRLINERS (medium)
- AIRLINERS (long)
- AIRLINERS (medium+long)

Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑ ΑΘΗΝΩΝ (Δ.Α.Α.) "ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ " ΣΤΑ ΣΠΑΤΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΜΑΡΤΙΟ ΤΟΥ 2001 ΠΑΙΖΕΙ ΡΟΛΟ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΝΗΣΙΩΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ;

ΚΑΘΟΛΟΥ	ΛΙΓΟ	ΟΥΤΕ ΛΙΓΟ ΟΥΤΕ ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	ΠΑΡΑ ΠΟΛΥ

ΠΙΣΤΕΥΕΤΕ ΟΤΙ ΣΥΜΒΑΛΟΥΝ ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΣΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΝΗΣΙΩΝ

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

Αν Ναι Με ποιο τρόπο

Αν Όχι Γιατί

ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΕΧΟΥΝ ΤΙΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ
ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΣΥΜΒΑΛΟΥΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ
ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΑ ΝΗΣΙΑ

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΕΙΝΑΙ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΙΝΑΙ
ΚΑΤΑΡΤΙΣΜΕΝΟ

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΕΧΟΥΝ ΝΕΑΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΑΕΡΟΣΚΑΦΗ

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ

ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΤΩΝ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΙΝΑΙ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ

- ΝΑΙ
 ΟΧΙ