



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
UNIVERSITY OF PIRAEUS

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

Τμήμα Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων

Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων-
Management Τουρισμού

**Διπλωματική Εργασία: «Διερεύνηση της Ανταγωνιστικότητας
Ακτοπλοΐας-Αερομεταφορών στο Τουριστικό Προϊόν στην
Ελλάδα»**

Όνοματεπώνυμο: Μαθιουδάκης Γεώργιος

Αριθμός Μητρώου: ΔΕΜΤ 1521

Επιβλέπων Καθηγητής: Σαμπράκος Ευάγγελος

Πειραιάς,

2017

Πίνακας Περιεχομένων

Πίνακας Εικόνων	3
Πίνακας Διαγραμμάτων	4
Περιεχόμενα Πινάκων.....	5
1. Εισαγωγή	6
2. Βιβλιογραφική Επισκόπηση της Ακτοπλοϊκής Αγοράς	8
2.1 Γενικά στοιχεία της ακτοπλοϊκής αγοράς στην Ελλάδα.....	9
2.2 Κύρια οικονομικά στοιχεία της ακτοπλοϊκής αγοράς	10
2.3 Ανάλυση των κυριότερων εταιρειών της ακτοπλοϊκής αγοράς.....	13
2.4 Ριζικές αλλαγές που έχουν επέλθει στο κλάδο.....	17
2.5 Βασικά συμπεράσματα για την ακτοπλοϊκή αγορά.....	20
3. Βιβλιογραφική Επισκόπηση της Αεροπορικής αγοράς.....	22
3.1 Γενικά στοιχεία της αεροπορικής αγοράς στην Ελλάδα	22
3.2 Νομοθετικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής-Ελληνικής αεροπορικής αγοράς	23
3.3 Κυριότερες εταιρείες της ελληνικής αεροπορικής αγοράς	25
3.3.1 Η σημασία των στρατηγικών συμμαχιών στην αεροπορική αγορά	28
3.4 Ριζικές αλλαγές που έχουν επέλθει στο κλάδο.....	29
3.4.1 Η ιδιωτικοποίηση των Ελληνικών Αεροδρομίων	30
3.5 Βασικά συμπεράσματα για την αεροπορική αγορά	30
4. Ανάλυση Ερωτηματολογίου	31
4.1 Μεθοδολογία και δομή Ερωτηματολογίου	31
4.2 Ανάλυση γενικών ερωτήσεων ερωτηματολογίου	33
4.2.1 Γενικό προφίλ ερωτώμενων.....	37
4.3 Ανάλυση Αγοράς Ακτοπλοΐας.....	38
4.3.1 Γενικά Συμπεράσματα για την αγορά της ακτοπλοΐας	46
4.4 Ανάλυση Αγοράς Αερομεταφορών	47
4.4.1 Γενικά Συμπεράσματα για την αγορά των αερομεταφορών.....	55
4.5 Συγκρίσεις μεταξύ των απαντήσεων αερομεταφορών- ακτοπλοΐας	55
5. Συμπεράσματα	59
5.1 Συμπεράσματα που προκύπτουν από τη βιβλιογραφική αναφορά	59
5.1.1 Ακτοπλοϊκή Αγορά.....	59
5.1.2 Αεροπορική Αγορά	60
5.2 Συμπεράσματα που προκύπτουν από το ερωτηματολόγιο	62
5.2.1 Ακτοπλοϊκή Αγορά.....	62
5.2.2 Αεροπορική Αγορά	62
6. Προτάσεις για περαιτέρω ανάπτυξη των αγορών	63

6.1	Προτάσεις για την Ακτοπλοϊκή Αγορά	63
6.1.1	Η δημιουργία Hub and Spoke δικτύου.....	64
6.2	Προτάσεις για την αεροπορική αγορά.....	67
6.2.1	Δημιουργία city airport	68
7.	Θέματα για περαιτέρω ανάπτυξη.....	72
8.	Βιβλιογραφία.....	73
9.	Αρκτικόλεξο	76
	Παράρτημα 1: Συνοπτικές Ερωτήσεις Ερωτηματολογίου	77
	Παράρτημα 2: Συνοπτικοί Πίνακες Απαντήσεων Ερωτηματολογίου	84

Πίνακας Εικόνων

Εικόνα 1:	Οργανόγραμμα της ANEK Lines.....	15
Εικόνα 2:	Παράδειγμα δικτύου Hub and Spoke.....	64

Πίνακας Διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Εποχικότητα στην ακτοπλοϊκή διακίνηση επιβατών-οχημάτων 2013	8
Διάγραμμα 2: Επιμερισμός καθαρού ναύλου στις βασικές κατηγορίες εξόδων	12
Διάγραμμα 3: Φύλλο Ερωτώμενων	33
Διάγραμμα 4: Ηλικία Ερωτώμενων	33
Διάγραμμα 5: Οικογενειακή Κατάσταση	34
Διάγραμμα 6: Τόπος Κατοικίας	35
Διάγραμμα 7: Κατανομή Μηνιαίου Εισοδήματος	36
Διάγραμμα 8: Με ποιόν ταξιδεύετε συνήθως;	37
Διάγραμμα 9: Προορισμοί Ταξιδιών με πλοίο	39
Διάγραμμα 10: Λόγοι Προτίμησης Πλοίου	40
Διάγραμμα 11: Πρόγραμμα Πιστότητας Πελατών-Ακτοπλοΐα	41
Διάγραμμα 12: Ταξίδι με όχημα	42
Διάγραμμα 13: Προβλήματα Ακτοπλοΐας	45
Διάγραμμα 14: Συχνότητα Ταξιδιών με Αεροπλάνο	48
Διάγραμμα 15: Προορισμοί Ταξιδιών με Αεροπλάνο	48
Διάγραμμα 16: Πρόγραμμα Πιστότητας Αεροπορικών Εταιρειών	50
Διάγραμμα 17: Λόγοι Ταξιδιών με Αεροπλάνο	51
Διάγραμμα 18: Άνεση κατά τη διάρκεια της πτήσης	54

Περιεχόμενα Πινάκων

Πίνακας 1: Χρηματοοικονομικά στοιχεία του ακτοπλοϊκού κλάδου 2007-2013	11
Πίνακας 2: Κατανομή ακτοπλοϊκών ναύλων 2013.....	12
Πίνακας 3: Ηλικία Ερωτώμενων.....	34
Πίνακας 4: Απασχόληση των Ερωτώμενων	35
Πίνακας 5: Συχνότητα Ταξιδιών με το πλοίο	38
Πίνακας 6: Προορισμοί Ταξιδιών με Πλοίο	39
Πίνακας 7: Είδη Ταξιδιών με το πλοίο	41
Πίνακας 8: Τρόπος αγοράς ακτοπλοϊκών εισιτηρίων	43
Πίνακας 9: Συμπεριφορά Προσωπικού Πλοίων.....	43
Πίνακας 10: Τιμές Τροφίμων στα πλοία	44
Πίνακας 11: Καθαριότητα Πλοίων	45
Πίνακας 12: Είδη ταξιδιών με το αεροπλάνο.....	52
Πίνακας 13: Τρόπος Αγοράς Αεροπορικών Εισιτηρίων	52
Πίνακας 14: Συμπεριφορά Προσωπικού Αεροπλάνων.....	53
Πίνακας 15: Ποιότητα Φαγητού Αεροσκάφους.....	53
Πίνακας 16: Σύγκριση συχνότητας ταξιδιών.....	56
Πίνακας 17: Σύγκριση μεταξύ προγραμμάτων πιστότητας πελατών	56
Πίνακας 18: Είδη Ταξιδιών.....	57
Πίνακας 19: Τρόπος Αγοράς Εισιτηρίων	57
Πίνακας 20: Σύγκριση συμπεριφοράς προσωπικού	58

1. Εισαγωγή

Με τη παρούσα διπλωματική εργασία, πραγματοποιείται έρευνα πάνω στην ανταγωνιστικότητα μεταξύ των ακτοπλοϊκών υπηρεσιών και των αερομεταφορών στον Ελληνικό χώρο.

Από ότι έχει παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια, υπήρξαν μεγάλες αλλαγές σε ότι αφορά τη λειτουργία, τη βιωσιμότητα αλλά και την οργάνωση των δύο αυτών αγορών κάτι που είχε σημαντικό αντίκτυπο στη λειτουργία τους αλλά και στις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Αυτές οι αλλαγές επήλθαν κυρίως λόγω της οικονομικής ύφεσης που βιώνει η χώρα η οποία έφερε σε δεινή οικονομική θέση πολλές εταιρείες τόσο στον ακτοπλοϊκό όσο και στον αεροπορικό κλάδο.

Είναι γεγονός ότι, οι δύο αυτοί κλάδοι είναι ανταγωνιστικοί μεταξύ τους στην εγχώρια Ελληνική αγορά. Οποιοσδήποτε θέλει να ταξιδέψει από την ηπειρωτική Ελλάδα στα νησιά, θα πρέπει να επιλέξει μεταξύ των δύο αυτών μεταφορικών μέσων και να διαλέξει ανάμεσα στα διαφορετικά χαρακτηριστικά τους.

Για αυτό το λόγο, είναι ανάγκη να γίνει αποτύπωση των διαφορετικών χαρακτηριστικών αλλά και των θετικών και αρνητικών γνωρισμάτων των δύο αγορών. Επιπροσθέτως, είναι πολύ σημαντικό να αποτυπωθούν τα κυριότερα κριτήρια με τα οποία οι καταναλωτές επιλέγουν το ένα μεταφορικό μέσο έναντι του άλλου.

Προκειμένου να εξαχθούν τα εν λόγω στοιχεία, δημιουργήθηκαν και δόθηκαν ερωτηματολόγια σε ηλεκτρονική μορφή σε τυχαίο δείγμα 988 ατόμων. Το εν λόγω ερωτηματολόγιο διαθέτει τρεις ενότητες και 26 ερωτήσεις.

Αρχικά, πραγματοποιείται βιβλιογραφική αναφορά πάνω στα βασικά στοιχεία της ακτοπλοϊκής και αεροπορικής αγοράς. Αναλύονται οι κυριότεροι «παίκτες» των εν λόγω αγορών στην Ελλάδα, τα κυριότερα μακρό-οικονομικά στοιχεία που αφορούν τη γενικότερη συνεισφορά των κλάδων αυτών στην Ελληνική οικονομία αλλά και τυχόν μεγάλες αλλαγές που άλλαξαν τον τρόπο λειτουργίας αυτών των αγορών τα τελευταία χρόνια.

Στη συνέχεια, γίνεται ανάλυση των ερωτηματολογίων που συλλέχθηκαν από το τυχαίο δείγμα. Αποτυπώνεται η δομή του ερωτηματολογίου αλλά και δίνεται μια σύγκριση

μεταξύ των προτιμήσεων των καταναλωτών που αφορούν τον ακτοπλοϊκό και αεροπορικό κλάδο.

Μέσω της παρούσας διπλωματικής εργασίας, αναμένεται να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα σε ότι αφορά τις τάσεις και τις προτιμήσεις των καταναλωτών που αφορούν τη λειτουργία του ακτοπλοϊκού και του αεροπορικού κλάδου. Επίσης, οι ερωτηθέντες θα έχουν την ευκαιρία να αποτυπώσουν τις απόψεις τους μέσω του ερωτηματολογίου σε ότι αφορά την επίδοση των εταιρειών που δραστηριοποιούνται σε αυτές τις δύο αγορές.

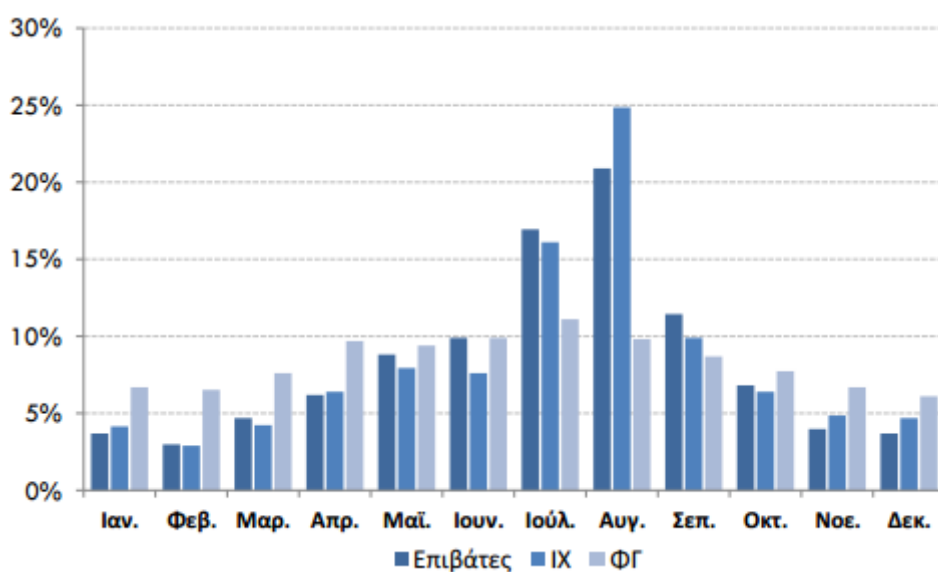
Στη συνέχεια, αποτυπώνονται προτάσεις για το κατά πόσο μπορούν να βελτιωθούν οι δύο αγορές. Στην εν λόγω διπλωματική εργασία δόθηκαν δύο προτάσεις τόσο για την καλύτερη οργάνωση της ακτοπλοϊκής αγοράς όσο και για τη περαιτέρω ανάπτυξη της εγχώριας αεροπορικής αγοράς.

Τέλος, εξάγονται συμπεράσματα που αφορούν τόσο τις απαντήσεις των ερωτηματολογίων όσο και τον τρόπο λειτουργίας των δύο αγορών. Με βάση τόσο το θεωρητικό υπόβαθρο που αποτυπώθηκε στη βιβλιογραφική αναφορά όσο και τις απόψεις των ερωτώμενων, δίνονται χρήσιμα συμπεράσματα που αφορούν τόσο τη λειτουργία των δύο αγορών όσο και τυχόν λάθη που αφορούν την οργάνωση τους.

2. Βιβλιογραφική Επισκόπηση της Ακτοπλοϊκής Αγοράς

Στο εν λόγω κεφάλαιο πραγματοποιείται η βιβλιογραφική ανάλυση της ακτοπλοϊκής αγοράς. Δίνονται βασικά οικονομικά στοιχεία για το κλάδο από την ελληνική βιβλιογραφία. Επίσης γίνεται δομική ανάλυση του κλάδου σε ότι αφορά της εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε αυτόν αλλά και γενικότερα στα κυριότερα στοιχεία που επηρεάζουν τη λειτουργία του.

Η ακτοπλοϊκή αγορά, είναι ένας κλάδος με πολλά ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και διαφέρει κατά πολύ από άλλους κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Αρχικά, η ακτοπλοϊκή αγορά χαρακτηρίζεται από πολύ μεγάλη εποχικότητα. Κατά τους χειμερινούς μήνες η επιβατηγός κίνηση μειώνεται στο ελάχιστο ενώ το καλοκαίρι υπάρχει ακριβώς το αντίθετο φαινόμενο όπου η προσφορά δε μπορεί να καλύψει την υπερβάλλουσα ζήτηση.



Διάγραμμα 1: Εποχικότητα στην ακτοπλοϊκή διακίνηση επιβατών-οχημάτων 2013

Από το διάγραμμα 1, παρατηρείται η υλιγγιώδης αύξηση της επιβατηγού κίνησης κατά τους καλοκαιρινούς μήνες (Ιούλιος-Αύγουστος) ενώ τους χειμερινούς μήνες η κίνηση μειώνεται σε πάρα πολύ χαμηλά επίπεδα. Κάτι άλλο που παρατηρείται στο εν λόγω διάγραμμα είναι ότι η κίνηση των φορτηγών παραμένει σχετικά σταθερή καθόλη τη διάρκεια του έτους.

(Πηγή: I.O.B.E, «Η Συμβολή της ακτοπλοΐας στην Ελληνική Οικονομία, 2014, Διαθέσιμο στο: http://iobe.gr/docs/research/RES_05_F_04112014_REP_GR.pdf)

Η αγορά της ακτοπλοΐας έχει αναλάβει να επιτελεί το έργο της κάλυψης των πολύ απομακρυσμένων νησιών και τη σύνδεση τους με την ηπειρωτική Ελλάδα. Αποτελεί, συνταγματικό δικαίωμα η υποχρεωτική σύνδεση των απομακρυσμένων νησιών με την ηπειρωτική Ελλάδα καθόλη τη διάρκεια του έτους. Για αυτό το λόγο οι ακτοπλοϊκές εταιρείες είναι υποχρεωμένες να εκτελούν πλόες προς τα απομακρυσμένα νησιά ακόμα και αν υπάρχει μηδαμινή επιβατηγός κίνηση. Οι εταιρείες λαμβάνουν επιδοτήσεις από το ελληνικό κράτος για να επιτελούν αυτό το έργο.

Όπως κάθε άλλη μεταφορική εταιρεία, έτσι και οι ακτοπλοϊκές εταιρείες επηρεάζονται κατά πολύ από τις διακυμάνσεις στις τιμές των καυσίμων. Το κόστος των καυσίμων καταλαμβάνει πάνω από το 50% του λειτουργικού κόστους των ακτοπλοϊκών εταιρειών.

2.1 Γενικά στοιχεία της ακτοπλοϊκής αγοράς στην Ελλάδα

Είναι γεγονός ότι η ελληνική ακτοπλοΐα αποτελεί τη δεύτερη μεγαλύτερη ακτοπλοϊκή αγορά στην Ευρώπη μετά την Ιταλία. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat, η Ελλάδα είναι η δεύτερη μεγαλύτερη δύναμη στην επιβατηγό ναυτιλία σε απόλυτες τιμές ενώ αναλογικά με το πληθυσμό της έρχεται στην τέταρτη θέση (με 6,9%) μετά από τις Μάλτα, Εσθονία και Δανία.

(Πηγή: Eurostat, Passenger Transport Statistics, Data From January 2016, Διαθέσιμο στο: ec.europa.eu)

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ICAP το 2014 διακινήθηκαν περισσότεροι από 35.000.000 επιβάτες και 10.000.000 οχήματα μέσω των πλοίων της Ελληνικής ακτοπλοΐας. Ωστόσο, σύμφωνα με τη παραπάνω έρευνα η ακτοπλοϊκή αγορά εμφανίζει συρρίκνωση κατά 22,5% σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια.

Σε γενικές γραμμές, στο κλάδο της ακτοπλοΐας δραστηριοποιούνται ισχυροί και μεγάλοι μεγέθους επιχειρηματικοί όμιλοι οι οποίοι τα τελευταία χρόνια έχουν επενδύσει στην ανανέωση του στόλου και στη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

(Πηγή: ICAP Group, Ελληνική Επιβατηγός Ναυτιλία, Δελτίο Τύπου «Πτωτικά Κινείται τα τελευταία χρόνια η αγορά της ελληνικής επιβατηγού ναυτιλίας», Μάιος 2016, Διαθέσιμο στο: <http://www.icap.gr/>)

Ένα άλλο πολύ σημαντικό πρόβλημα για την Ελληνική ακτοπλοΐα είναι η πολύ υψηλή εποχικότητα που εμφανίζει ο κλάδος. Τους χειμερινούς μήνες, η ζήτηση για ακτοπλοϊκές υπηρεσίες μειώνεται κατακόρυφα σε σχέση με το καλοκαίρι. Αυτό ζημιώνει τις επιχειρήσεις οι οποίες είναι υποχρεωμένες να διατηρούν τα πλοία τους καθόλη τη διάρκεια του χρόνου χωρίς να έχουν μια σταθερή ζήτηση.

(Πηγές: I.O.B.E, «Η Συμβολή της ακτοπλοΐας στην Ελληνική Οικονομία, 2014, Διαθέσιμο στο: http://iobe.gr/docs/research/RES_05_F_04112014_REP_GR.pdf, Έκθεση XTRC Business Consultants για την Ελληνική Ακτοπλοΐα 2015, Διαθέσιμο στο:

http://www.xrtc.gr/docs/Industry_Reports/2015/XRTC_Ferry%20Market%20Report%202015.pdf)

2.2 Κύρια οικονομικά στοιχεία της ακτοπλοϊκής αγοράς

Σε γενικές γραμμές η χρηματοοικονομική εικόνα του κλάδου είναι εξαιρετικά δυσμενής τα τελευταία χρόνια λόγω της κατακόρυφης αύξησης της τιμής των καυσίμων αλλά και τη πτώση της ζήτησης για τις ακτοπλοϊκές υπηρεσίες. Το τελευταίο χρόνο ωστόσο, αυτό τείνει να αλλάξει μιας και το 2016 είχαμε πτώση της τιμής του πετρελαίου και επίσης η προσφυγική κρίση επέφερε αύξηση στη ζήτηση για μεταφορά τουλάχιστον στις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο Βορειοανατολικό Αιγαίο και τα Δωδεκάνησα.

Η ακτοπλοϊκή αγορά, αποτελεί μια πολύ σημαντική βιομηχανία η οποία συνεισφέρει τα μέγιστα στην Ελληνική οικονομία. Σύμφωνα με τη τελευταία μελέτη του I.O.B.E, η ακτοπλοϊκή αγορά συνεισφέρει στο Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν κατά 6,5% ενώ απασχολούνται πάνω από 250.000 άνθρωποι στον εν λόγω κλάδο.

Τα φορολογικά έσοδα, από την ακτοπλοϊκή δραστηριότητα, για το κράτος ανέρχονται συνολικά σε 449.000.000 ευρώ το 2013, ωστόσο αυτό το ποσό έχει μειωθεί αισθητά λόγω της συρρίκνωσης του κλάδου και της αισθητής πτώσης της ζήτησης για

ακτοπλοϊκές υπηρεσίες. Τα έσοδα από την απόδοση του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας (Φ.Π.Α.) από τις ακτοπλοϊκές εταιρείες ανήλθε στα 85.000.000 ευρώ για το 2013.

Ο συνολικός κύκλος εργασιών για τις εταιρείες του κλάδου ανήλθε σε 754.000.000 ευρώ το 2014 ενώ ο κλάδος το ίδιο έτος εμφάνισε ζημίες 173.000.000 ευρώ. Ένα επίσης σημαντικό πρόβλημα είναι οι υποχρεώσεις που έχουν οι εταιρείες του κλάδου σε τρίτους (κυρίως στις Ελληνικές τράπεζες). Σύμφωνα με τη μελέτη του I.O.B.E. οι μακροπρόθεσμες και βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις των ακτοπλοϊκών εταιρειών ανέρχονται στα 1.324.000.000 ευρώ για το 2014.

(εκατ. €)	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Καταστάσεις Αποτελεσμάτων Χρήσης							
Κύκλος Εργασιών	994	1,073	966	914	912	788	754
Κόστος Πωλήσεων	719	860	801	878	896	767	683
Καθαρά Κέρδη (προ φόρων)	129	1	-4	-244	-240	-276	-173
Ισολογισμοί							
Σύνολο Ενεργητικού	2,762	2,773	2,745	2,581	2,387	2,201	1,988
Καθαρή Αξία Παγίων	2,179	2,316	2,255	2,180	2,079	1,940	1,743
Σύνολο Αποσβέσεων	77	75	82	81	79	79	75
Αποθέματα	24	22	25	34	30	21	15
Κυκλοφορούν Ενεργητικό	547	457	408	401	309	261	245
Ίδια Κεφάλαια	1,279	1,249	1,243	1,129	926	649	664
Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις	286	333	655	427	747	1,370	959
Μακροπρόθεσμες Υποχρεώσεις	1,191	1,187	848	1,026	714	183	365
Σύνολο Υποχρεώσεων	1,477	1,520	1,502	1,453	1,461	1,553	1,324

Πίνακας 1: Χρηματοοικονομικά στοιχεία του ακτοπλοϊκού κλάδου 2007-2013

Από το πίνακα 1, φαίνεται η εξέλιξη των χρηματοοικονομικών στοιχείων των εταιρειών του ακτοπλοϊκού κλάδου από το 2007-2013. Από ότι φαίνεται, λόγω της κρίσης, έχουμε μια δυσμενή εξέλιξη στα χρηματοοικονομικά στοιχεία του κλάδου σε όλους τους τομείς.

Η συνεισφορά της εγχώριας επιβατηγού ακτοπλοΐας ως οικονομική δραστηριότητα εκτιμάται στα 1.200.000.000 ευρώ εκ των οποίων τα 851.000.000 ευρώ αποτελούν προκαλούμενη επίδραση του κλάδου σε άλλες αγορές, κάτι τέτοιο είναι λογικό μιας και οι μεταφορές αποτελούν παράγωγο ζήτησης.

Σε ότι αφορά τις θέσεις εργασίας, στον ακτοπλοϊκό κλάδο απασχολούνται συνολικά 5.000 άτομα (εκ των οποίων τα 3.000 εργάζονται ως πληρώματα στα πλοία). Ωστόσο

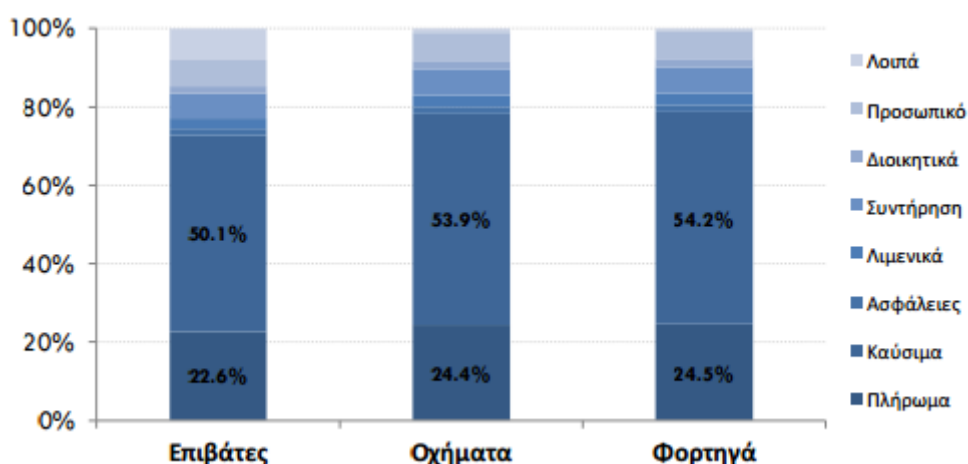
και εδώ η μεγάλη επίδραση της ακτοπλοΐας είναι στην έμμεση-προκαλούμενη απασχόληση, καθώς εκεί απασχολούνται συνολικά 17.400 άτομα.

Κάτι άλλο που πρέπει να ληφθεί υπόψη είναι και η πτώση της χρηματιστηριακής αξίας των εταιρειών του κλάδου λόγω των μη ευνοϊκών συνθηκών που υπάρχουν στη προσφορά και τη ζήτηση των ακτοπλοϊκών υπηρεσιών. Πολλές κραταιές εταιρείες του κλάδου (π.χ. ANEK Lines) έχασαν ένα τεράστιο ποσό από τη χρηματιστηριακή τους αξία, η οποία κυμαίνεται πλέον είναι σε πάρα πολύ χαμηλά επίπεδα.

	% Κατανομή*	Κατανομή Ναύλων (εκατ. €)	Κατανομή Ναύλων με ΦΠΑ (εκατ. €)**
Ναύλοι επιβατών	58%	295	333
Ναύλοι ΙΧ	14%	69	85
Ναύλοι από Φ/Γ	28%	143	175
Σύνολο εσόδων από ναύλους	100%	507	593
Έσοδα επί των πλοίων		22	25
Σύνολο		529	619

Πίνακας 2: Κατανομή ακτοπλοϊκών ναύλων 2013

Από το πίνακα 2, φαίνεται η κατανομή των ακτοπλοϊκών ναύλων τόσο σε καθαρές τιμές όσο και σε τιμές που συμπεριλαμβάνεται ο Φόρος Προστιθέμενης Αξίας. Σε ότι αφορά τους ναύλους, η ακτοπλοϊκή αγορά εισέπραξε το 2013 συνολικά 619.000.000 ευρώ εκ των οποίων τα 333.000.000 ευρώ προέρχονται από ναύλους επιβατών. Τα 85.000.000 ευρώ προέρχονται από ναύλους Ι.Χ, ενώ τα υπόλοιπα προέρχονται από εμπορεύματα-μεταφορικές εταιρείες.



Διάγραμμα 2: Επιμερισμός καθαρού ναύλου στις βασικές κατηγορίες εξόδων

Στο διάγραμμα 1, παρατηρείται ο επιμερισμός του ναύλου στις βασικές κατηγορίες εξόδων για τις ακτοπλοϊκές εταιρείες. Το κυριότερο έξοδο για την εταιρεία είναι τα καύσιμα του πλοίου μιας και πάνω από το 50% του ναύλου δίνονται για την αγορά καυσίμων.

Στη συνέχεια, το πλήρωμα είναι αυτό που καλύπτει το μεγαλύτερο ποσοστό του ναύλου, κατά μέσο όρο 22-24%. Τέλος, το προσωπικό και τα διοικητικά έξοδα είναι αυτά που καλύπτουν ένα άλλο σημαντικό μέρος του καθαρού ναύλου.

Όπως παρατηρείται, πάνω από το 70% του ναύλου πηγαίνει σε κόστη καυσίμων αλλά και σε κόστη μισθοδοσίας του προσωπικού.

(Πηγές: Έκθεση XTTC Business Consultants για την Ελληνική Ακτοπλοΐα 2015, Διαθέσιμο στο: http://www.xrtc.gr/docs/Industry_Reports/2015/XRTC_Ferry%20Market%20Report%202015.pdf, Μάιος 2016, Διαθέσιμο στο: <http://www.icap.gr/>; I.O.B.E, «Η Συμβολή της ακτοπλοΐας στην Ελληνική Οικονομία, 2014, Διαθέσιμο στο: http://iobe.gr/docs/research/RES_05_F_04112014_REP_GR.pdf)

2.3 Ανάλυση των κυριότερων εταιρειών της ακτοπλοϊκής αγοράς

Σε αυτό το μέρος του δεύτερου κεφαλαίου, γίνεται η στρατηγική ανάλυση της ακτοπλοϊκής αγοράς. Αναλύονται οι κυριότεροι παίκτες της αγοράς ενώ αποτυπώνονται και αλλαγές που έχουν επέλθει στο κλάδο λόγω εξωγενών παραγόντων.

Η ακτοπλοϊκή αγορά είναι ένας κλάδος του οποίου ο τζίρος πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο από λίγες και μεγάλες ακτοπλοϊκές εταιρείες. Αν και υπάρχουν πολλές μικρές ακτοπλοϊκές εταιρείες, η συντριπτική πλειοψηφία του τζίρου αλλά και των δρομολογίων πραγματοποιείται από 4 μεγάλες εταιρείες.

Οι μεγαλύτερες ακτοπλοϊκές εταιρείες στην Ελλάδα είναι:

1. Hellenic Seaways: Η Hellenic Seaways είναι μια Ελληνική ακτοπλοϊκή εταιρεία η οποία διαθέτει στόλο 18 πλοίων. Ο στόλος της έχει 4 highspeed πλοία, 8 συμβατικά πλοία, 3 flying cat & 3 flying dolphin.

Δραστηριοποιείται στο Βορειοανατολικό Αιγαίο, στις Κυκλάδες, στα Δωδεκάνησα, στις Σποράδες, στα νησιά του Σαρωνικού, στη Κρήτη και λιγότερο στα Δωδεκάνησα. Θεωρείται ένας εκ των ηγετών του κλάδου και μάλιστα έχει αναλάβει την κάλυψη μεγάλου μέρους των άγονων γραμμών. Κύριοι λιμένες-hub της εταιρείας είναι το λιμάνι του Πειραιά, της Ραφήνας και του Βόλου.

Το 2015 είχε κύκλο εργασιών 131.900.000 ευρώ εμφανίζοντας αύξηση κατά 26,5% από το προηγούμενο έτος. Τα καθαρά κέρδη της εταιρείας ανήλθαν στα 3.900.000 ευρώ. Μάλιστα είναι η πρώτη φορά που η εταιρεία εμφάνισε κερδοφορία μετά από πέντε συνεχόμενα ζημιογόνα έτη.

Η Hellenic Seaways προσέθεσε στο στόλο της 2 ταχύπλοα πλοία και ένα συμβατικό αυξάνοντας τη δυναμικότητα της κατά 4.100 άτομα και 1.000 οχήματα. Επίσης, η εταιρεία ανέλαβε πολλές νέες άγονες γραμμές στο Βορειοανατολικό Αιγαίο.

Είναι γεγονός ότι η Hellenic Seaways είναι μια εκ των πιο υγιών οικονομικά εταιρειών, αντιστρέφοντας το κακό κλίμα που υπήρχε τα τελευταία χρόνια. Το 2015 διακίνησε 3.200.000 επιβάτες, 290.000 οχήματα και 62.500 φορτηγά οχήματα.

Η διοίκηση της Minoan Lines ελέγχει το 33,4% της εταιρείας, η Sea Star Capital (Ελεγχόμενη από τις οικογένειες Βαρδινογιάννη ,Ρέστη και Easy Group Holdings) διαθέτει το 17,1%, η Τράπεζα Πειραιώς διαθέτει το 23,4% ενώ το υπόλοιπο 26,1% ελέγχεται από το κοινό.

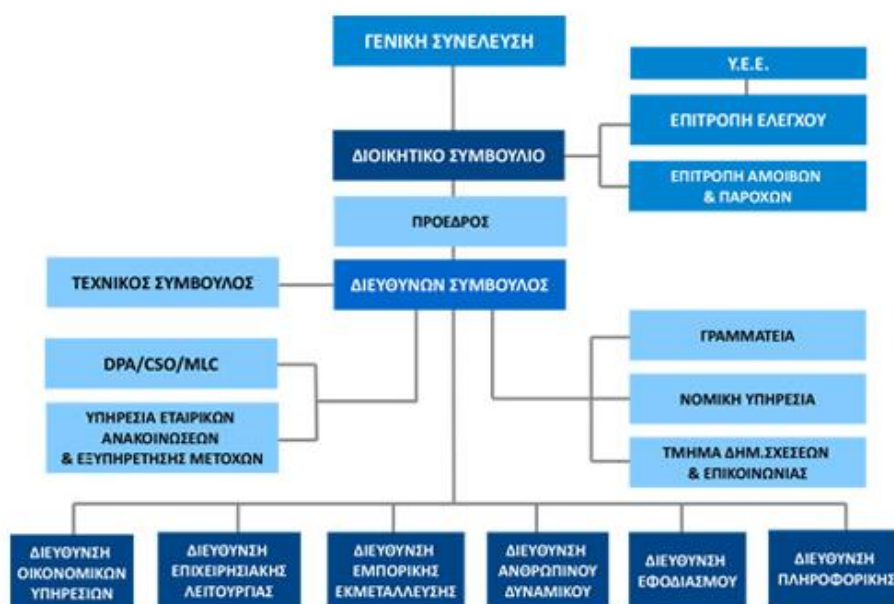
(Πηγή: Επίσημος ιστότοπος της Hellenic Seaways <https://hellenicseaways.gr>, Οικονομικές καταστάσεις χρήσης 2015, ετήσιο δελτίο χρήσης 2015 & συνοπτική ενημέρωση, Έκθεση XTRC Business Consultants για την Ελληνική Ακτοπλοΐα 2015, Διαθέσιμο στο: http://www.xrtc.gr/docs/Industry_Reports/2015/XRTC_Ferry%20Market%20Report%202015.pdf)

2. ANEK Lines: Η ANEK Lines (Ανώνυμη Ναυτιλιακή Εταιρεία Κρήτης) , ξεκίνησε τη λειτουργία της ως συνεταιριστική εταιρεία των πολιτών του δήμου Χανίων οι οποίοι ήθελαν να δημιουργήσουν μια αξιόπιστη ναυτιλιακή εταιρεία για να μεταφέρονται αυτοί και τα αγαθά τους στην ηπειρωτική Ελλάδα. Μάλιστα η ANEK Lines θεωρείται ότι ήταν η πρώτη συνεταιριστική ναυτιλιακή εταιρεία παγκοσμίως.

Διαθέτει στόλο 9 συμβατικών πλοίων και δραστηριοποιείται κατά κύριο λόγο στις γραμμές της Κρήτης και της Αδριατικής. Επίσης, συνδέει το λιμάνι του Πειραιά με τα Κύθηρα-Αντικύθηρα και εκτελεί την άγονη γραμμή των Δωδεκανήσων.

Η ANEK είναι ηγέτης ενός ομίλου που περιέχει πληθώρα εταιρειών. Υπάρχουν άλλες δύο μικρότερες εταιρείες η ΛANE Lines & η Aegean Pelagos, ενώ υπάρχουν και άλλες μικρές εταιρείες που έχουν ιδρυθεί για κοινωφελείς σκοπούς εξυπηρετώντας τους κατοίκους της Κρήτης. Οι εταιρείες αυτές ιδρύθηκαν λόγω του συνεταιριστικού χαρακτήρα που είχε στην αρχή η εταιρεία.

Το πλειοψηφικό πακέτο της εταιρείας ελέγχεται από την οικογένεια Βαρδινογιάννη ενώ σημαντικό ποσοστό έχουν και οι κάτοικοι της Κρήτης. Το διοικητικό συμβούλιο της ANEK. Αποτελείται από 15 μέλη μεταξύ των οποίων ο Δήμαρχος Χανίων, ο Δήμαρχος Ρεθύμνου και ένα μέλος του Συνδέσμου Διπλωματούχων Οικονομικών Επιστημών Χανίων.



Εικόνα 1: Οργανόγραμμα της ANEK Lines

Στην εικόνα 1, διακρίνεται το οργανόγραμμα της εταιρείας. Η ANEK Lines, διαθέτει 11 τμήματα ενώ υπάρχει και τμήμα εσωτερικού ελέγχου.

Η ANEK Lines, για το έτος 2015, είχε τζίρο 159.845.000 ευρώ ενώ εν τέλει καταγράφηκαν καθαρά κέρδη 453.000 ευρώ. Η ANEK κατάφερε να επανέλθει σε οριακή κερδοφορία μετά από πολλά χρόνια ζημιών. Μάλιστα το 2014 είχαν καταγραφεί ζημιές της τάξης των 19.197.000 ευρώ.

Όπως και στην Hellenic Seaways, η ANEK επωφελήθηκε από την αύξηση της κίνησης στο Βορειοανατολικό Αιγαίο λόγω της προσφυγικής κρίσης αλλά και την τεράστια πτώση της τιμής των καυσίμων. Αξίζει να αναφερθεί ότι η ANEK είχε διαθέσει στο κράτος το μεγαλύτερο πλοίο της «Ελευθέριος Βενιζέλος» για την αντιμετώπιση της προσφυγικής κρίσης.

Τέλος, οι υποχρεώσεις της ANEK Lines ανέρχονται στα 343.736.000 ευρώ ένα πολύ υψηλό ποσό σε σχέση με τα ταμειακά διαθέσιμα της εταιρείας αλλά και το κυκλοφορούν ενεργητικό που διαθέτει.

Η οικονομική εικόνα της ANEK Lines, δεν είναι τόσο καλή καθώς η εταιρεία αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα τα τελευταία χρόνια. Λόγω της οικονομικής κρίσης αλλά και του σημαντικού ανταγωνισμού που έχει στις κύριες γραμμές της από την low-cost αεροπορική εταιρεία Ryanair, η ANEK βλέπει μια σημαντικότερη μείωση της ζήτησης για τις ακτοπλοϊκές υπηρεσίες της.

(Πηγή: Επίσημος Ιστότοπος της ANEK Lines: www.anek.gr, Ενημέρωση Επενδυτών, ετήσια οικονομική έκθεση 2015)

3. Attica Group (Blue Star Ferries- Superfast Ferries): Οι Blue Star Ferries & Superfast Ferries είναι στρατηγικές επιχειρηματικές μονάδες και μέλη του Attica Group. Ο όμιλος αυτός, ελέγχεται από την Marfin Investment Group πρόεδρος της οποίας ήταν ο πρόσφατα εκλιπώντας κος. Ανδρέας Βγενόπουλος.

Οι εταιρείες αυτές διαθέτουν συνολικά 9 συμβατικά πλοία και δραστηριοποιούνται στις γραμμές των Κυκλάδων, των Δωδεκανήσων, της Κρήτης, του Βορειοανατολικού Αιγαίου αλλά και στις γραμμές της Αδριατικής. Η Attica Group διακίνησε 4.000.000 επιβάτες και 500.000 οχήματα το 2015.

Σύμφωνα με τον ισολογισμό του 2015, το σύνολο των 2 ακτοπλοϊκών εταιρειών της Attica Group είχε κύκλο εργασιών 277.625.000 ευρώ. Οι υποχρεώσεις του ομίλου ανήλθαν στα 322.419.000 ευρώ ενώ η εταιρεία είχε καθαρά κέρδη 30.000.000 ευρώ.

(Πηγή: Επίσημος ιστότοπος blue star ferries: www.bluestarferries.gr/el, επίσημος ιστότοπος Attica Group: <http://www.attica-group.com/>, ενημέρωση επενδυτών ισολογισμός 2015)

4. Minoan Lines: Η Minoan Lines είναι μέλος του πολυεθνικού ομίλου των αδερφών Grimaldi. Πρόκειται για τη μόνη ακτοπλοϊκή εταιρεία που τη διαχειρίζονται ξένα κεφάλαια και συγκεκριμένα ιταλικών συμφερόντων.

Ο στόλος της Minoan Lines αποτελείται από τέσσερα πλοία συμβατικού τύπου ενώ η εταιρεία δραστηριοποιείται σε μόλις δύο γραμμές, στη γραμμή Πειραιάς-Ηράκλειο-Πειραιάς αλλά και στις γραμμές της Αδριατικής.

Η εταιρεία, για το 2015, είχε κύκλο εργασιών 172.432.000 ευρώ ενώ οι υποχρεώσεις της ανέρχονται στα 246.059.000 ευρώ. Τέλος, σύμφωνα με τον ισολογισμό η Minoan Lines είχε καθαρά κέρδη μετά από φόρους και λοιπές αποσβέσεις 17.696.000 ευρώ.

(Πηγή: Επίσημος ιστότοπος Minoan Lines: www.minoan.gr, ενημέρωση επενδυτών για το 2015)

2.4 Ριζικές αλλαγές που έχουν επέλθει στο κλάδο

Τα τελευταία χρόνια έχουν επέλθει μεγάλες αλλαγές στο κλάδο της ακτοπλοΐας που επηρέασαν κατά πολύ την λειτουργία των ακτοπλοϊκών εταιρειών. Οι αλλαγές αυτές προήλθαν από την οικονομική κρίση που πλήττει την Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, από απρόβλεπτους εξωγενείς παράγοντες αλλά και από διάφορες κινήσεις που έκαναν οι ακτοπλοϊκές εταιρείες προκειμένου να επιβιώσουν.

Αρχικά, στις αρχές του 2014, υπήρξε μια τεράστια άνοδος του πετρελαίου κάτι που αύξησε κατακόρυφα τα λειτουργικά κόστη των ακτοπλοϊκών εταιρειών. Λόγω αυτού, πολύ σύντομα οι ακτοπλοϊκές εταιρείες εμφάνισαν τεράστιες ζημιές και έμειναν εκτεθειμένες στους προμηθευτές τους και στους δανειστές τους. Η άνοδος του πετρελαίου προήλθε τόσο από την άνοδο της τιμής του καυσίμου παγκοσμίως όσο και από την άνοδο της φορολογίας καυσίμων.

Επιπλέον, εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, είχαμε μια τεράστια μείωση της ζήτησης για ακτοπλοϊκές μεταφορές, κυρίως κατά τη διάρκεια των καλοκαιρινών μηνών. Αυτό, σε συνδυασμό με την αύξηση της τιμής των καυσίμων επέφερε ακόμη μεγαλύτερες ζημιές για τις ακτοπλοϊκές, οι οποίες είδαν και το τζίρο τους να συρρικνώνεται. Όπως είναι γνωστό, στο παρελθόν κατά τους καλοκαιρινούς μήνες αυξανόταν κατακόρυφα ο εσωτερικός τουρισμός καθώς οι Έλληνες επισκεπτόντουσαν τα νησιά για τις διακοπές τους. Ο εσωτερικός τουρισμός είναι κάτι στο οποίο βασίζεται η Ελληνική ακτοπλοΐα για την επιβίωση και τη κερδοφορία της. Λόγω της μείωσης των μισθών και της αύξησης της φορολογίας ο εσωτερικός τουρισμός εμφανίζει μια τεράστια μείωση τα τελευταία 7 χρόνια κάτι που επιφέρει και μείωση της επιβατηγού κίνησης το καλοκαίρι.

Στη περίοδο όπου η οικονομική κατάσταση στην Ελλάδα ήταν καλύτερη, η πλειοψηφία των ακτοπλοϊκών εταιρειών αιτήθηκε τραπεζικό δανεισμό από τις μεγαλύτερες εμπορικές ελληνικές τράπεζες. Η μείωση όμως του τζίρου και η αύξηση του κόστους των καυσίμων δεν βοήθησε τις ακτοπλοϊκές εταιρείες στο να αποπληρώσουν τα δάνεια τους. Για το λόγο αυτό, πολλές τράπεζες (κυρίως η τράπεζα Πειραιώς) πλέον μπήκαν στα διοικητικά συμβούλια των ακτοπλοϊκών εταιρειών και έχουν λόγο στις αποφάσεις που λαμβάνονται.

(Πηγή: I.O.B.E, «Η Συμβολή της ακτοπλοΐας στην Ελληνική Οικονομία, 2014, Διαθέσιμο στο: http://iobe.gr/docs/research/RES_05_F_04112014_REP_GR.pdf)

Οι ακτοπλοϊκές εταιρείες, προκειμένου να μειώσουν το κόστος τους και να μπορέσουν να επιβιώσουν, δημιούργησαν μεταξύ τους στρατηγικές συμμαχίες. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι αυτό της σύμπραξης της ANEK Lines με την Attica Group. Οι δύο εταιρείες δημιούργησαν μια σύμπραξη στις γραμμές της Κρήτης και της Αδριατικής προκειμένου να μοιραστούν τα κόστη και να μπορέσουν να διεισδύσουν και οι δύο στις εν λόγω αγορές. Άλλη μια σύμπραξη, είναι αυτή των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στα νησιά του Αργοσαρωνικού. Οι μικρές αυτές εταιρείες δημιούργησαν έναν «σύνδεσμο» προκειμένου να μπορούν να διαχειριστούν καλύτερα τα κόστη και την επιβατηγό κίνηση που υπάρχει σε αυτά τα νησιά.

Λόγω των δυσμενών οικονομικών συνθηκών, πολλές μεγάλες εταιρείες του κλάδου αναγκάστηκαν είτε να συρρικνωθούν κατά πολύ είτε να σταματήσουν τη

λειτουργία τους. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της NEL Lines. Η NEL (Ναυτιλιακή Εταιρεία Λέσβου) ήταν μια εταιρεία που είχε αναλάβει μεγάλο μέρος των άγονων γραμμών αλλά και της εξυπηρέτησης των νησιών του Βορειοανατολικού Αιγαίου και των Κυκλάδων. Διέθετε στόλο με πολλά συμβατικά πλοία και δραστηριοποιούνταν έντονα στην Ελληνική ακτοπλοϊκή αγορά. Ωστόσο, λόγω όλων των παραπάνω αιτιών, η εταιρεία αναγκάστηκε να πουλήσει μεγάλο μέρος τους στόλου της, να βγάλει πλοία της σε πλειστηριασμό (λόγω χρεών στις τράπεζες) και να σταματήσει τα δρομολόγια της προς τα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου.

Ωστόσο, τα τελευταία δύο χρόνια συνέβησαν και κάποια θετικά γεγονότα για τις ακτοπλοϊκές εταιρείες. Οι τιμή του πετρελαίου έχει μειωθεί αισθητά από πέρσι κάτι που βοήθησε αρκετές ναυτιλιακές εταιρείες να επανακάμψουν και να εμφανίσουν κέρδη μετά από πολλά συνεχόμενα χρόνια απωλειών.

(Πηγή: Έκθεση XTRC Business Consultants για την Ελληνική Ακτοπλοία 2015, Διαθέσιμο στο: http://www.xrtc.gr/docs/Industry_Reports/2015/XRTC_Ferry%20Market%20Report%202015.pdf)

Τέλος, η προσφυγική κρίση αύξησε την κινητικότητα από και προς τα απομακρυσμένα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου και των Δωδεκανήσων. Πολλές ακτοπλοϊκές εταιρείες είδαν την εποχικότητα να μειώνεται και να έχουν γεμάτα πλοία ακόμα και τους χειμερινούς μήνες κάτι που έφερε τεράστια αύξηση στο τζίρο τους. Μάλιστα, οι ακτοπλοϊκές εταιρείες έλαβαν και επιπρόσθετες χρηματοδοτήσεις από το Ελληνικό κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση προκειμένου να συνδράμουν στη μεταφορά των προσφύγων αλλά και των ανθρώπων που συμβάλλουν στη διαχείριση της προσφυγικής κρίσης στα νησιά.

(Πηγή: www.nautilia.gr; Ακτοπλοΐα: Οι πρόσφυγες αναπληρώνουν τη πτώση της τουριστικής κίνησης)

Αν κάποιος θέλει να δει συνοπτικά τις αλλαγές που επήλθαν στη ναυτιλιακή αγορά τότε αυτές είναι:

1. Αύξηση του κόστους των καυσίμων κατά τη περίοδο 2012-2014
2. Μείωση της επιβατηγού κίνησης κατά τη περίοδο 2008-2015
3. Στρατηγικές συμμαχίες των ακτοπλοϊκών εταιρειών
4. Κλείσιμο ή συρρίκνωση μεγάλων ακτοπλοϊκών εταιρειών
5. Μείωση του κόστους των καυσίμων το 2016
6. Η συμβολή της προσφυγικής κρίσης στη βιωσιμότητα της ακτοπλοϊκής αγοράς

Εν τέλει, η ακτοπλοϊκή αγορά πέρασε μια περίοδο τεράστιας κρίσης τα τελευταία χρόνια καθώς συρρικνώθηκε κατά πολύ και επίσης είδε το τζίρο της να κατακρημνίζεται. Λόγω συγκυριών (τιμές καυσίμων, προσφυγική κρίση, χρηματοδοτήσεις) οι ακτοπλοϊκές εταιρείες κατάφεραν να έχουν μια αύξηση της κερδοφορίας τους τα τελευταία δύο χρόνια (2015-2016), ωστόσο αν δεν πραγματοποιηθούν ριζικές αλλαγές στο κλάδο τότε είναι σίγουρο ότι τα προβλήματα θα επανέλθουν δριμύτερα.

(Πηγές: Έκθεση XTRC Business Consultants για την Ελληνική Ακτοπλοΐα 2015, Διαθέσιμο στο: http://www.xtrc.gr/docs/Industry_Reports/2015/XRTC_Ferry%20Market%20Report%202015.pdf; I.O.B.E, «Η Συμβολή της ακτοπλοΐας στην Ελληνική Οικονομία, 2014, Διαθέσιμο στο: http://iobe.gr/docs/research/RES_05_F_04112014_REP_GR.pdf ; www.nautilia.gr; Ακτοπλοΐα: Οι πρόσφυγες αναπληρώνουν τη πτώση της τουριστικής κίνησης; Επίσημος Ιστότοπος της ANEK Lines: www.anek.gr ; Για τις τιμές των καυσίμων έγινε ειδική αναφορά σε όλες τις οικονομικές εκθέσεις των ακτοπλοϊκών εταιρειών για το 2015)

2.5 Βασικά συμπεράσματα για την ακτοπλοϊκή αγορά

Από όλη τη παραπάνω βιβλιογραφική αναφορά, προκύπτει ότι η ακτοπλοϊκή αγορά είναι ένα κλάδος ο οποίος αντιμετώπισε ταυτόχρονα πολλά διαφορετικά προβλήματα και προκλήσεις. Το τελευταίο ένα χρόνο, λόγω συγκυριών και εξωτερικών παραγόντων, οι ακτοπλοϊκές εταιρείες κατόρθωσαν να επιβιώσουν και να έχουν κερδοφορία παρόλες τις δυσμενείς συνθήκες.

Αν γινόταν μια S.W.O.T. Analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) για την ακτοπλοϊκή αγορά τότε αυτή θα διαμορφωνόταν ως εξής:

- Strengths (Δυνάμεις):
 1. Νέος Ακτοπλοϊκός στόλος
 2. Μια από τις μεγαλύτερες ακτοπλοϊκές αγορές στην Ευρωπαϊκή Ένωση
 3. Απαραίτητος κλάδος για τα Ελληνικά νησιά
 4. Παλιές και δοκιμασμένες εταιρείες σε δύσκολες συνθήκες
 5. Ικανοποιητική κλαδική εκπροσώπηση των ακτοπλοϊκών εταιρειών
- Αδυναμίες (Weaknesses):
 1. Απουσία Ρευστότητας
 2. Πολλά συνεχόμενα ζημιογόνα έτη
 3. Αύξηση του λειτουργικού κόστους
 4. Μεγάλη εποχικότητα
 5. Αύξηση του Φ.Π.Α. που επιφέρει αύξηση του κόστους μεταφοράς
- Ευκαιρίες (Opportunities):
 1. Μείωση του κόστους των καυσίμων
 2. Μείωση του μισθολογικού κόστους
 3. Αύξηση του τουρισμού από το εξωτερικό
 4. Δρομολόγηση πλοίων σε επιδοτούμενες-άγονες γραμμές
- Απειλές (Threats):
 1. Αβεβαιότητα για το κόστος καυσίμων
 2. Η κρίση σε νοτιοανατολική Ευρώπη και Μέση Ανατολή
 3. Δυσκολία άντλησης και εύρεσης κεφαλαίων
 4. Μείωση του ποσού των επιδοτήσεων στις άγονες γραμμές
 5. Περαιτέρω μείωση του εσωτερικού τουρισμού

3. Βιβλιογραφική Επισκόπηση της Αεροπορικής αγοράς

Στο κεφάλαιο αυτό, πραγματοποιείται η ανάλυση της αεροπορικής αγοράς και των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Η αεροπορική αγορά είναι μια ραγδαία αναπτυσσόμενη αγορά στη χώρα μας λόγω και της συνεχόμενης αύξησης της τουριστικής κίνησης στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια.

Πρόκειται για ένα κλάδο με πολλές ιδιαιτερότητες καθώς, σε ότι αφορά τις πτήσεις εντός Ελλάδος, δεν πρόκειται για ένα κλάδο με πλήρη ανταγωνισμό αλλά για ολιγοπώλιο. Η μεγαλύτερη αεροπορική εταιρεία στην Ελλάδα είναι η Aegean Airlines, μέλος του ομίλου Βασιλάκη ενώ οι υπόλοιπες αεροπορικές εταιρείες έχουν πολύ μικρότερη δραστηριοποίηση στον Ελληνικό εναέριο χώρο.

Όπως και στην ακτοπλοΐα, η αεροπορική αγορά χαρακτηρίζεται από πολύ υψηλή εποχικότητα καθώς η πλειοψηφία των επιβατών χρησιμοποιεί τις αεροπορικές μεταφορές κατά τους θερινούς μήνες. Ωστόσο, συγκριτικά, δεν υπάρχει τόσο υψηλή τάση εποχικότητας καθώς οι business travelers χρησιμοποιούν τις αεροπορικές μεταφορές και τους χειμερινούς μήνες.

3.1 Γενικά στοιχεία της αεροπορικής αγοράς στην Ελλάδα

Σύμφωνα με μελέτη της ICAP Group, το σύνολο της κίνησης σε όλα τα αεροδρόμια της χώρας ξεπέρασε τις 430.000 πτήσεις εσωτερικού και εξωτερικού, για το 2015 ενώ διακινήθηκαν περισσότεροι από 49.000.000 επιβάτες σε όλα τα ελληνικά αεροδρόμια. Η αεροπορική αγορά στην Ελλάδα είναι ένας δυναμικά αναπτυσσόμενος κλάδος καθώς κάθε έτος όλο και περισσότεροι επιβάτες εξυπηρετούνται από τις ελληνικές αεροπορικές εταιρείες. Μάλιστα, το 2015 διακινήθηκαν 10% παραπάνω επιβάτες σε σύγκριση με τα νούμερα του 2014.

Το μέγεθος αγοράς των ελληνικών αεροπορικών εταιρειών παρουσιάζει διαδοχική και συνεχόμενη αύξηση τη τελευταία τριετία (2013-2015) με μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης της τάσης κατά 9%. Το ίδιο ισχύει και για τις εταιρείες επίγειας εξυπηρέτησης (π.χ. Goldair Handling, Skyserv κ.λ.π.) για την ίδια τριετία.

Σύμφωνα με την εν λόγω έρευνα, οι ελληνικές αεροπορικές εταιρείες εμφάνισαν αύξηση των πωλήσεων κατά 10,1% ενώ τα μικτά κέρδη τους αυξήθηκαν κατά 41,1%. Πολύ σημαντικό είναι επίσης το στοιχείο ότι από τις 15 εταιρείες, οι 12 εμφάνισαν κερδοφορία το 2014.

(Πηγή: <http://www.capital.gr/story/3156205>, ICAP: Ανοδικά τα τελευταία χρόνια η αγορά των ελληνικών αεροπορικών εταιρειών, Σεπτέμβριος 2016)

3.2 Νομοθετικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής-Ελληνικής αεροπορικής αγοράς

Η Ευρωπαϊκή ένωση, μέσω του Ευρωπαϊκού κοινοβουλίου, θέσπισε στη συνθήκη για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Άρθρο 100, παράγραφος 2) τους κανόνες για τη λειτουργία της αγοράς των αερομεταφορών. Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό κοινοβούλιο αυτή η νομοθετική πρωτοβουλία συνέβαλλε στην ιλιγγιώδη ανάπτυξη των αερομεταφορών τα τελευταία 20 χρόνια. Η νομοθετική αυτή πρωτοβουλία πραγματοποιήθηκε μέσα από τρεις δέσμες μέτρων.

Η πρώτη (1987) και η δεύτερη (1990) δέσμη μέτρων είχαν ως αποτέλεσμα τη χαλάρωση των κανόνων που διέπουν τους ναύλους και το ανθρώπινο δυναμικό. Η Τρίτη και σημαντικότερη δέσμη ουσιαστικά επέφερε την άρση όλων των προηγούμενων εμπορικών περιορισμών για όλες τις ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρείες που δραστηριοποιούνταν στον χώρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης και επίσης θέσπισε τον όρο «Ευρωπαϊκή Ενιαία Αγορά Αερομεταφορών».

Η «τρίτη δέσμη» καθόρισε επίσης τις απαιτήσεις με τις οποίες πρέπει να συμμορφώνονται οι κοινοτικοί αερομεταφορείς προκειμένου να αρχίσουν ή να συνεχίσουν τη δραστηριότητά τους, δηλαδή κυρίως:

1. Αποτελούν ιδιοκτησία και ελέγχονται από τα κράτη μέλη και/ή τους υπηκόους από τα κράτη μέλη, και η βασική επιχειρησιακή τους έδρα βρίσκεται σε κράτος μέλος.
2. Η οικονομική τους κατάσταση είναι καλή. Πληρούν τις απαιτήσεις περί ασφαλίσεως προκειμένου να καλύψουν ευθύνες σε περίπτωση ατυχημάτων.
3. Διαθέτουν επαρκή επαγγελματικό και οργανωτικό δυναμικό, προκειμένου να εξασφαλίζουν την ασφάλεια των επιχειρήσεων σύμφωνα με τους ισχύοντες

κανόνες. Η ικανότητα αυτή αποδεικνύεται από την έκδοση ενός «πιστοποιητικού αερομεταφοράς».

Κάτι άλλο που εξασφαλίζεται από την Ευρωπαϊκή νομοθεσία, είναι η ισότιμη πρόσβαση των αεροπορικών εταιρειών σε όλους τους αερολιμένες των κρατών-μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Κάτι τέτοιο, εξασφαλίζεται μέσω των slots (slots: Η άδεια για απογείωση και προσγείωση σε μια συγκεκριμένη ημερομηνία σε συγκεκριμένο χρόνο) όπου τα slots χορηγούνται σε αεροπορικές εταιρείες κατά τρόπο ισότιμο, χωρίς διακρίσεις, και διαφανή από έναν ανεξάρτητο «συντονιστή των slots».

Το νομοθετικό πλαίσιο για τη λειτουργία της αεροπορικής αγοράς φροντίζει και για την ασφάλεια των επιβατών και των αεροσκαφών και θεσπίζει αυστηρά μέτρα προκειμένου να εξασφαλισθεί ένα ενιαίο επίπεδο ασφάλειας σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση. Δημιουργήθηκε ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Ασφάλειας της Αεροπορίας ο οποίος ουσιαστικά θεσπίζει τους κανόνες για την ασφάλεια των αερομεταφορών στην Ευρώπη. Τέλος υπάρχουν ενιαίοι κανόνες ασφάλειας των επιβατών τόσο στα αεροδρόμια ενώ ταυτόχρονα έχουν θεσπιστεί και τα δικαιώματα των επιβατών για μια πληθώρα αναπάντεχων γεγονότων.

Με τη νέα Ευρωπαϊκή νομοθεσία, η αεροπορική αγορά πλέον είναι ένας κλάδος που διέπεται από τον ελεύθερο ανταγωνισμό και πλέον πραγματοποιείται προσπάθεια δημιουργίας μιας ενιαίας αγοράς αερομεταφορών στην Ευρώπη. Πρόκειται για μια ιστορική αλλαγή στη δομή της αγοράς μιας και οι αερομεταφορές αναπτύχθηκαν ιστορικά υπό τον έλεγχο των εθνικών αρχών και του εκάστοτε κρατικού μηχανισμού.

Ο κύριος στόχος της νομοθετικής πρωτοβουλίας έχει πλήρως επιτευχθεί καθώς με το «άνοιγμα» της αεροπορικής αγοράς, οι αεροπορικές μεταφορές για τις εταιρείες έχουν αυξηθεί κατά 74% κατά τη περίοδο 1995-2014. Η αύξηση στις αερομεταφορές ήταν η μεγαλύτερη για όλες τις μορφές μεταφορών στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Είναι γεγονός ότι η Ευρωπαϊκή νομοθεσία συνέβαλλε τα μέγιστα στη διαμόρφωση και στην ορθή λειτουργία της αεροπορικής αγοράς. Το εν λόγω νομοθέτημα εστίασε πολύ και στην εξασφάλιση ίσων όρων ανταγωνισμού και στην αποφυγή δημιουργίας μονοπωλίου ή ολιγοπωλίου.

Όπως συμβαίνει γενικότερα, τα νομοθετήματα που προτείνονται από τους επιτρόπους της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ψηφίζονται από το Ευρωπαϊκό κοινοβούλιο υιοθετούνται

από τα κράτη-μέλη είτε μέσω προεδρικού διατάγματος είτε από ψήφισμα στα εθνικά κοινοβούλια. Για αυτό το λόγο γίνεται μελέτη της Ευρωπαϊκής νομοθεσίας η οποία έχει υιοθετηθεί πλήρως και από το Ελληνικό κράτος.

Μέσω της Ευρωπαϊκής νομοθεσίας, μπλοκαρίστηκε η ολική εξαγορά των Ολυμπιακών Αερογραμμών από την Aegean Airlines καθώς υπήρχαν παραβάσεις σε ότι αφορά τους όρους ανταγωνισμού αλλά και στη δημιουργία μονοπωλίου στην Ελληνική αεροπορική αγορά.

(Πηγή: Επίσημος Ιστότοπος Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, <http://www.europarl.europa.eu/>, Αεροπορικές μεταφορές: Κανόνες της αγοράς, Σεπτέμβριος 2016)

3.3 Κυριότερες εταιρείες της ελληνικής αεροπορικής αγοράς

Στην ελληνική αεροπορική αγορά δραστηριοποιούνται 21 εταιρείες οι οποίες έχουν λάβει τη σχετική άδεια πτητικής λειτουργίας. Μετά το κλείσιμο των κρατικά ελεγχόμενων Ολυμπιακών Αερογραμμών, η Αεροπορία Αιγαίου (Aegean Airlines) είναι η μεγαλύτερη ελληνική αεροπορική εταιρεία τόσο από θέμα δρομολογίων όσο και από θέμα εσόδων- τζίρου. Η Aegean Airlines ξεκίνησε τη λειτουργία της το Μάιο του 1999.

Η Aegean Airlines έχει στόλο 61 αεροπλάνων εκ των οποίων τα 47 είναι Airbus και χρησιμοποιούνται για Περιφερειακές-Ευρωπαϊκές πτήσεις (Regional Routes) και τα 14 είναι Bombardier Q Series τα οποία χρησιμοποιούνται για εθνικές διαδρομές. Ο στόλος της Aegean Airlines είναι ένας από τους νεότερους στην Ευρώπη. Μάλιστα η εν λόγω αεροπορική εταιρεία έχει βραβευθεί πολλές φορές ως η καλύτερη περιφερειακή αεροπορική εταιρεία στην Ευρώπη.

Το 2016 η Aegean είχε ένα δίκτυο 145 προορισμών εκ των οποίων οι 111 είναι εξωτερικού και οι 34 εσωτερικού. Η Aegean έκανε πτήσεις σε 45 χώρες όπου η συντριπτική πλειοψηφία τους είναι στην Ευρωπαϊκή Ήπειρο. Το 2015 μεταφέρθηκαν πάνω από 11.000.000 επιβάτες από το στόλο της Aegean Airlines.

Πολύ σημαντικό επίσης είναι το γεγονός ότι η εν λόγω αεροπορική εταιρεία αποτελεί μέλος της Star Alliance μιας συμμαχίας αεροπορικών εταιρειών για την καλύτερη εξυπηρέτηση των επιβατών αλλά και για τη μείωση του κόστους μεταφοράς τους.

Επίσης, ένα άλλο σημαντικό γεγονός για την εταιρεία είναι η εξαγορά της Olympic Air & της Cyprus Airways.

Σύμφωνα με τις οικονομικές καταστάσεις της εταιρείας για το 2015, η Aegean είχε έσοδα 983.000.000 ευρώ παρουσιάζοντας αύξηση τζίρου κατά 8% σε σχέση με το 2014. Επίσης η επιβατική κίνηση σημείωσε αύξηση κατά 7% σε σχέση με το 2014. Η εταιρεία εμφάνισε κερδοφορία 100.300.000 ευρώ ενώ τα καθαρά κέρδη ανήλθαν σε 68.400.000 ευρώ.

(Πηγή: Επίσημος ιστότοπος Aegean Airlines, www.aegeanair.gr, Ενημέρωση Επενδυτών & Οικονομικές Καταστάσεις; <http://www.capital.gr/story/3156205>, ICAP: Ανοδικά τα τελευταία χρόνια η αγορά των ελληνικών αεροπορικών εταιρειών, Σεπτέμβριος 2016)

Μια άλλη νεοεισερχόμενη εταιρεία που δραστηριοποιείται στην αεροπορική αγορά είναι η εταιρεία χαμηλού-κόστους Ryanair. Η εταιρεία αυτή είναι μια από τις μεγαλύτερες αεροπορικές εταιρείες στην Ευρώπη τόσο σε ότι αφορά το τζίρο όσο και σε ότι αφορά τα δρομολόγια.

Η Ryanair έχει στόλο 300 αεροσκαφών Boeing 737-800 ενώ η μέση ηλικία των αεροπλάνων είναι 5,5 χρόνια. Η εταιρεία έχει παραγγείλει επιπρόσθετα άλλα 183 αεροπλάνα ίδιου τύπου. Η Ryanair δραστηριοποιείται σε προορισμούς σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες εξυπηρετώντας κυρίως μικρότερα-περιφερειακά αεροδρόμια.

Η Ryanair προβλέπει ότι έως το 2024 θα διαθέτει πάνω από 520 αεροπλάνα σε λειτουργία και θα μπορεί να μεταφέρει πάνω από 160.000.000 επιβάτες το χρόνο. Σήμερα, πραγματοποιούνται 1.600 πτήσεις καθημερινά σε 200 Ευρωπαϊκούς προορισμούς. Στην εταιρεία εργάζονται πάνω από 10.000 άτομα ενώ φέτος μεταφέρθηκαν 103.000.000 επιβάτες.

Στην Ελλάδα η Ryanair ξεκίνησε τη δραστηριοποίησή της πριν 5 χρόνια και έχει καταφέρει να εισέλθει δυναμικά στην Ελληνική αγορά αλλάζοντας ριζικά το σκηνικό και τον τρόπο λειτουργίας της. Η εταιρεία δραστηριοποιείται στα εξής Ελληνικά αεροδρόμια:

1. Αθήνα-Ελευθέριος Βενιζέλος
2. Θεσσαλονίκη
3. Χανιά

4. Μύκονος
5. Κέρκυρα
6. Κεφαλλονιά
7. Κως
8. Ρόδος
9. Σαντορίνη

Η εν λόγω εταιρεία εκτελεί κυρίως πτήσεις από τα Ελληνικά αεροδρόμια προς Ευρωπαϊκές χώρες αλλά πλέον έχει προσθέσει και εσωτερικές πτήσεις. Είναι ο κύριος ανταγωνιστής της Aegean Airlines ωστόσο οι υπηρεσίες που προσφέρονται από τις δύο αεροπορικές εταιρείες είναι τελείως διαφορετικές.

Η Ryanair έχει ως κύρια επιχειρηματική στρατηγική αυτή της ηγεσίας κόστους. Προσφέρει ένα βασικό ναύλο σε μια πάρα πολύ χαμηλή τιμή δίνοντας στον επιβάτη την ευκαιρία να επιλέξει ο ίδιος τις επιπλέον υπηρεσίες που θέλει στη πτήση του. (Αν θέλει να έχει βαλίτσα, συγκεκριμένη αριθμημένη θέση κ.τ.λ.). Με αυτό τον τρόπο η Ryanair κατόρθωσε να γίνει η μεγαλύτερη αεροπορική εταιρεία στην Ευρώπη.

(Πηγή: Επίσημος ιστότοπος Ryanair: www.ryanair.com , Εταιρικό & Σχετικά με εμάς)

Ταυτόχρονα, υπάρχει πληθώρα Ελληνικών εταιρειών που εκτελούν πτήσεις σε Ελληνικούς αερολιμένες. Πολλές από αυτές τις εταιρείες κάνουν πτήσεις στις επιδοτούμενες από το κράτος αεροπορικές γραμμές μεταξύ των νησιών των άγονων γραμμών. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι αυτό της Astra Airlines. Η Astra Airlines έχει ως αεροδρόμιο-hub αυτό της Θεσσαλονίκης και εκτελεί πτήσεις κυρίως προς απομακρυσμένα νησιά ή προς μικρές πόλεις της ηπειρωτικής Ελλάδας. Έχει στόλο 5 μικρών αεροπλάνων.

Άλλο παράδειγμα είναι αυτό της Sky Express η οποία εκτελεί πτήσεις από τα αεροδρόμια Αθήνας και Ηρακλείου προς μικρότερα νησιά και προς άλλες απομακρυσμένες περιοχές. Έχει στόλο πολύ μικρών αεροπλάνων χωρητικότητας περίπου 45 θέσεων.

(Πηγή: Επίσημος ιστότοπος Astra-Airlines: <http://www.astra-airlines.gr/>, Επίσημος ιστότοπος Sky Express: www.skyexpress.gr)

3.3.1 Η σημασία των στρατηγικών συμμαχιών στην αεροπορική αγορά

Η πλειοψηφία των μεγαλύτερων αεροπορικών εταιρειών διεθνώς έχουν επισυνάψει συμμαχίες μεταξύ τους προκειμένου να επεκτείνουν το δίκτυο τους και να συμμεριστούν τα λειτουργικά τους κόστη. Χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα των Star Alliance (Με μεγαλύτερη αεροπορική εταιρεία της συμμαχίας τη Deutsche Lufthansa) και One World (Με μεγαλύτερες αεροπορικές εταιρείες τη British Airways, Iberia & Qatar Airlines).

Οι εν λόγω εταιρείες κατάφεραν με αυτό τον τρόπο να επεκτείνουν τη παρουσία τους σε ολόκληρο τον κόσμο και ταυτόχρονα να μειώσουν τα κόστη τους. Μέσω των συμμαχιών δημιουργήθηκε το λεγόμενο code-sharing όπου ουσιαστικά στην ίδια πτήση μιας εταιρείας, μπορούν να βρίσκονται επιβάτες που έχουν κλείσει εισιτήρια από όλες τις αεροπορικές εταιρείες της συμμαχίας. (π.χ. στη πτήση της Aegean από Αθήνα-Μόναχο μπορούν να βρίσκονται επιβάτες που έκλεισαν τα εισιτήρια τους και από τον επίσημο ιστότοπο της Lufthansa και οι δύο εταιρείες είναι μέλη της Star Alliance).

Οι εταιρείες επίσης, μέσω των συμμαχιών, βγάζουν κοινές κάρτες πιστότητας πελατών και επίσης οι business class πελάτες τους μπορούν να χρησιμοποιούν τα lounge που υπάρχουν στα αεροδρόμια όλων των εταιρειών που υπάγονται στη συμμαχία.

«Οι συμμαχίες επιτρέπουν σε μια αεροπορική να προσφέρει στους καλύτερους πελάτες της – τους εταιρικούς ταξιδιώτες που πληρώνουν υψηλό εισιτήριο- την απρόσκοπτη εμπειρία της πτήσης από οπουδήποτε για παντού [...] η έρευνα για νέες αεροπορικές εταιρείες δείχνει επίσης πως οι συμπράξεις αυτές έχουν καίρια σημασία για όλες τις αεροπορικές εταιρείες που θέλουν να μεγαλώσουν χωρίς διεύρυνση της βάσης του κόστους τους. Στην ουσία, το τρίο των συμμαχιών υποκαθιστά το είδος των διηπειρωτικών συγχωνεύσεων και εξαγορών που οι αεροπορικές εταιρείες δεν μπορούν να επιδιώξουν[...]» (Justin Bachman-Capital.gr)

(Πηγή: <http://www.capital.gr/>, Justin Bachman, Γιατί οι αεροπορικές εταιρείες χρειάζονται συμμαχίες; Ιούλιος 2010)

3.4 Ριζικές αλλαγές που έχουν επέλθει στο κλάδο

Η κυριότερη αλλαγή που επήλθε στον αεροπορικό κλάδο στην Ελλάδα, είναι η είσοδος της Ryanair στην αγορά. Μέχρι τώρα, η Aegean Airlines απολάμβανε ένα, σχεδόν, μονοπωλιακό καθεστώς καθώς ήταν η μόνη αεροπορική εταιρεία που έκανε εσωτερικές πτήσεις. Η Ryanair με την είσοδο της στις μεγαλύτερες αεροπορικές γραμμές (π.χ. Αθήνα-Θεσσαλονίκη) κατάφερε να πάρει μεγάλο κομμάτι της αγοράς σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα.

Το δε κλείσιμο των Ολυμπιακών Αερογραμμών πριν μερικά χρόνια έχουν αφήσει τη χώρα μας χωρίς εθνικό αερομεταφορέα και μάλιστα πολλές απευθείας πτήσεις που υπήρχαν στο παρελθόν είχαν σταματήσει να υφίστανται. Οι Ολυμπιακές αερογραμμές διέθεταν και απευθείας υπερατλαντικές πτήσεις (κυρίως προς τις Η.Π.Α. και το Καναδά) οι οποίες πλέον δεν υπάρχουν.

Η κατακόρυφη αύξηση της τουριστικής κίνησης που υπάρχει στη χώρα μας, έχει βοηθήσει όλες τις αεροπορικές εταιρείες να αυξήσουν το τζίρο τους αλλά και τα δρομολόγια τους προς μια πληθώρα Ευρωπαϊκών προορισμών. Για αυτό το λόγο, οι ελληνικές εταιρείες (κυρίως η Aegean Airlines) εμφανίζουν περισσότερα κέρδη.

Κάτι άλλο που επηρεάζει το κλάδο είναι η αλλαγή στις τιμές των καυσίμων. Όπως στην ακτοπλοΐα έτσι και στις αερομεταφορές, η άνοδος της τιμής του πετρελαίου επηρεάζει κατά πολύ το λειτουργικό κόστος των εταιρειών και συμβάλλει σημαντικά στη διαμόρφωση του ναύλου. Η πρόσφατη πτώση της τιμής του πετρελαίου συμβάλλει τα μέγιστα στην αύξηση της κερδοφορίας των αεροπορικών εταιρειών.

Σε ότι αφορά τις Ελληνικές αεροπορικές εταιρείες, σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η οικονομική κρίση που υπάρχει στη χώρα τα τελευταία χρόνια. Πλέον, έχουν αυξηθεί κατά πολύ οι φορολογικοί συντελεστές και επίσης υπάρχει και αύξηση σε ότι αφορά τους φόρους των αεροδρομίων.

Τέλος, η δημιουργία συμμαχιών μεταξύ των μεγάλων εταιρειών του κλάδου συνέβαλλε στην αλλαγή της δομής και της Ελληνικής αεροπορικής αγοράς. Το ίδιο συνέβη και με τη νέα μορφή των low-cost αεροπορικών εταιρειών οι οποίες κατόρθωσαν να πάρουν σημαντικό κομμάτι της εν λόγω αγοράς.

3.4.1 Η ιδιωτικοποίηση των Ελληνικών Αεροδρομίων

Η πλέον σημαντική αλλαγή για την Ελληνική αγορά, είναι η ιδιωτικοποίηση της συντριπτικής πλειοψηφίας των αεροδρομίων της χώρας. Τα κεντρικά αεροδρόμια αλλά και τα περιφερειακά αεροδρόμια με τη μεγαλύτερη κίνηση επιβατών πλέον έχουν περάσει υπό τη διαχείριση ξένων πολυεθνικών εταιρειών.

Είναι πολύ πιθανό, να υπάρξει περαιτέρω αύξηση των φόρων αεροδρομίων λόγω των συμβάσεων που έχουν υπογράψει οι εταιρείες με το ελληνικό δημόσιο. Ωστόσο, οι εταιρείες διαχείρισης των αεροδρομίων έχουν συμφωνήσει και στη περαιτέρω βελτίωση και οργάνωση των αερολιμένων καθώς θα δημιουργηθούν νέοι τερματικοί σταθμοί για τα αεροπλάνα και θα υπάρξει επιπλέον εκσυγχρονισμός των ήδη υπαρχόντων εγκαταστάσεων.

Το αντίτιμο για την ιδιωτικοποίηση των ελληνικών αεροδρομίων ανέρχεται στα 1,23 δισεκατομμύρια ευρώ εφάπαξ και συνολικά 10 δισεκατομμύρια ευρώ σε περίοδο 40 χρόνων. Η παραχώρηση και οριστική ιδιωτικοποίηση των αεροδρομίων ολοκληρώθηκε τον Οκτώβριο του 2016.

(Πηγή: Ηλεκτρονική μορφή Καθημερινής: <http://www.kathimerini.gr/>, Στην κοινοπραξία Fraport-Slntel τα 14 περιφερειακά αεροδρόμια, Βαγγέλης Μανδραβέλης, Δεκέμβριος 2015)

3.5 Βασικά συμπεράσματα για την αεροπορική αγορά

Από τη παραπάνω βιβλιογραφική αναφορά, προκύπτει ότι η αεροπορική αγορά είναι ένας δυναμικά αναπτυσσόμενος κλάδος με πολλές προοπτικές για το μέλλον. Λόγω της κατακόρυφης αύξησης του τουρισμού ο τζίρος για την αεροπορική αγορά, εμφανίζει σημαντική άνοδο.

Αν γινόταν μια S.W.O.T Analysis για την αεροπορική αγορά, τότε αυτή θα διαμορφωνόταν ως εξής:

- Δυνάμεις (Strength):
 1. Νέος στόλος αεροπλάνων στο κλάδο

2. Υγιείς οικονομικές καταστάσεις
 3. Στρατηγικές συμμαχίες μεταξύ των μεγάλων αεροπορικών εταιρειών
 4. Πλήρως ελεύθερη αγορά
- Αδυναμίες (Weaknesses):
 1. Υψηλά Λειτουργικά Κόστη
 2. Μεγάλη Εποχικότητα
 3. Αύξηση της φορολογίας και των φόρων αεροδρομίου
 4. Μεγάλη εξάρτηση από τους προμηθευτές
 - Ευκαιρίες (Opportunities):
 1. Αύξηση της τουριστικής κίνησης
 2. Μείωση του μισθολογικού κόστους
 3. Ενδεχόμενη μείωση του κόστους καυσίμων
 4. Επιδοτούμενες αεροπορικές συνδέσεις
 - Απειλές (Threats):
 1. Αβεβαιότητα για το μελλοντικό κόστος καυσίμων
 2. Διεθνής κρίση-τρομοκρατία
 3. Μείωση της ζήτησης για εσωτερικές μεταφορές
 4. Περαιτέρω αύξηση των φορολογικών συντελεστών

4. Ανάλυση Ερωτηματολογίου

Για τη καλύτερη διεξαγωγή της έρευνας και προκειμένου να ελεγχθεί η γνώμη των καταναλωτών για αυτές τις δύο βιομηχανίες, δημιουργήθηκε και δόθηκε ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο σε περισσότερα από 989 άτομα σε όλη την Ελλάδα.

4.1 Μεθοδολογία και δομή Ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο που εκπονήθηκε είχε ως κύριο στόχο να δει τις απόψεις των ανθρώπων για τους δύο αυτούς κλάδους αλλά και για να μελετήσει τους λόγους που προτιμάται ένας κλάδος έναντι του άλλου (π.χ. γιατί προτιμάει κάποιος να ταξιδέψει ακτοπλοϊκώς αντί να ταξιδέψει με το αεροπλάνο ή το αντίστροφο).

Η διάρκεια που χρειάστηκε κάποιος να απαντήσει το ερωτηματολόγιο, δε ξεπερνούσε τα 10' λεπτά ενώ όλα τα ερωτηματολόγια απαντήθηκαν ηλεκτρονικά. Η δομή του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει τρεις διαφορετικές ενότητες και 26 ερωτήσεις. Αξίζει να αναφερθεί ότι οι ερωτήσεις αυτές είναι όλες πολλαπλής επιλογής οπότε δε κούραζαν τον ερωτώμενο ούτε πήρε πολύ χρόνο προκειμένου να απαντηθούν.

Η πρώτη ενότητα αφορά το γενικό προφίλ του ερωτώμενου, ουσιαστικά ερωτώνται τα γενικά στοιχεία του όπως η ηλικία του, ο τόπος διαμονής του, η οικογενειακή του κατάσταση και άλλα στοιχεία που βοηθάνε στη καλύτερη κατανόηση του γενικού προφίλ του ερωτώμενου.

Η δεύτερη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις που αφορούν αποκλειστικά την αγορά της ακτοπλοΐας. Ο ερωτώμενος, σε αυτό το κομμάτι της έρευνας καλείται να πει την άποψη του μέσα από μια σειρά ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής για το αν προτιμάει να ταξιδεύει με πλοίο, τους λόγους για τους οποίους επιλέγει το πλοίο για τις μετακινήσεις του, τους τρόπους με τους οποίους επιλέγει να κάνει κράτηση το εισιτήριο του αλλά και οτιδήποτε άλλο μπορεί να δείξει τις προτιμήσεις των καταναλωτών που αφορούν την ακτοπλοΐα.

Η τρίτη ενότητα περιλαμβάνει αντίστοιχες ερωτήσεις που έχουν να κάνουν με την Ελληνική αεροπορική αγορά. Οι ερωτήσεις είναι αντίστοιχες της δεύτερης ενότητας και αυτό συνέβη για να μπορεί να γίνει η σύγκριση των δύο αγορών με καλύτερο και πιο ξεκάθαρο τρόπο. Ουσιαστικά, ο ερωτώμενος απαντούσε στις ίδιες ερωτήσεις για τις διαφορετικές αυτές αγορές προκειμένου να πραγματοποιηθεί μετέπειτα η σύγκριση μεταξύ τους.

Τα στοιχεία που θα εξαχθούν από την εν λόγω έρευνα θα αναλυθούν σε τρία στάδια. Το πρώτο στάδιο της ανάλυσης, αφορά τα γενικά στοιχεία των ερωτώμενων συνδυαζόμενα με τα αποτελέσματα που θέλουμε να εξαχθούν για τις προτιμήσεις τους.

Στη συνέχεια, γίνεται ανάλυση της αγοράς της ακτοπλοΐας και της Ελληνικής αεροπορικής αγοράς ξεχωριστά. Τέλος, πραγματοποιούνται συγκρίσεις πάνω στις απαντήσεις που δόθηκαν από τους ερωτώμενους για τις δύο αυτές αγορές και εξάγονται συμπεράσματα για τους λόγους που κάποιος θα προτιμούσε τη μια αγορά έναντι της άλλης και το αντίστροφο.

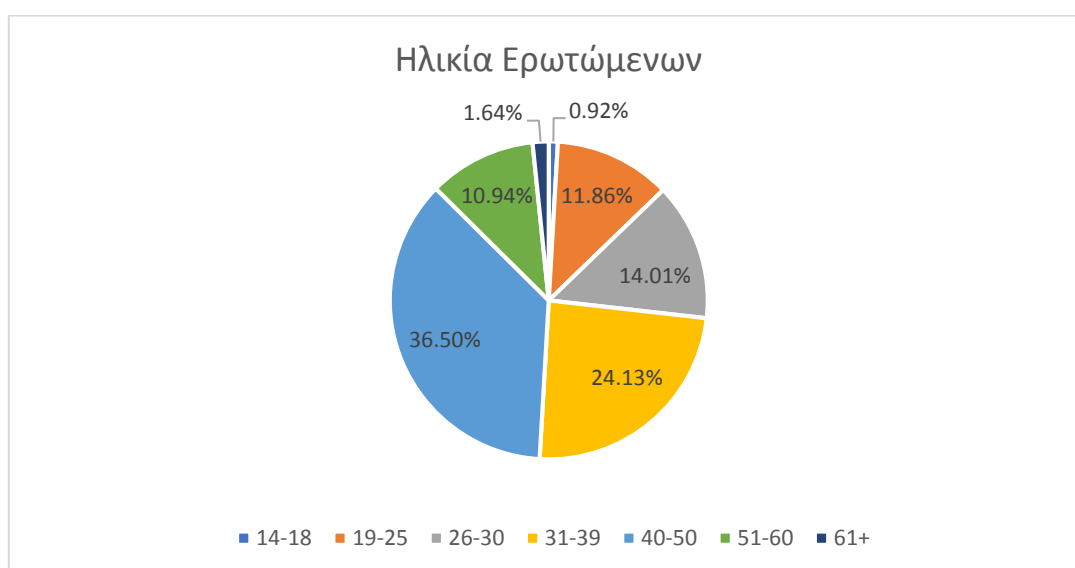
4.2 Ανάλυση γενικών ερωτήσεων ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο, περιείχε 7 ερωτήσεις γενικού περιεχομένου οι οποίες αφορούσαν γενικές πληροφορίες των ερωτώμενων.



Διάγραμμα 3: Φύλλο Ερωτώμενων

Η πρώτη ερώτηση, αφορά το φύλλο των ερωτώμενων. Από το Διάγραμμα 3, παρατηρείται ότι το 66% των ανθρώπων που απάντησαν το ερωτηματολόγιο ήταν γυναίκες ενώ το 34% ήταν άντρες.



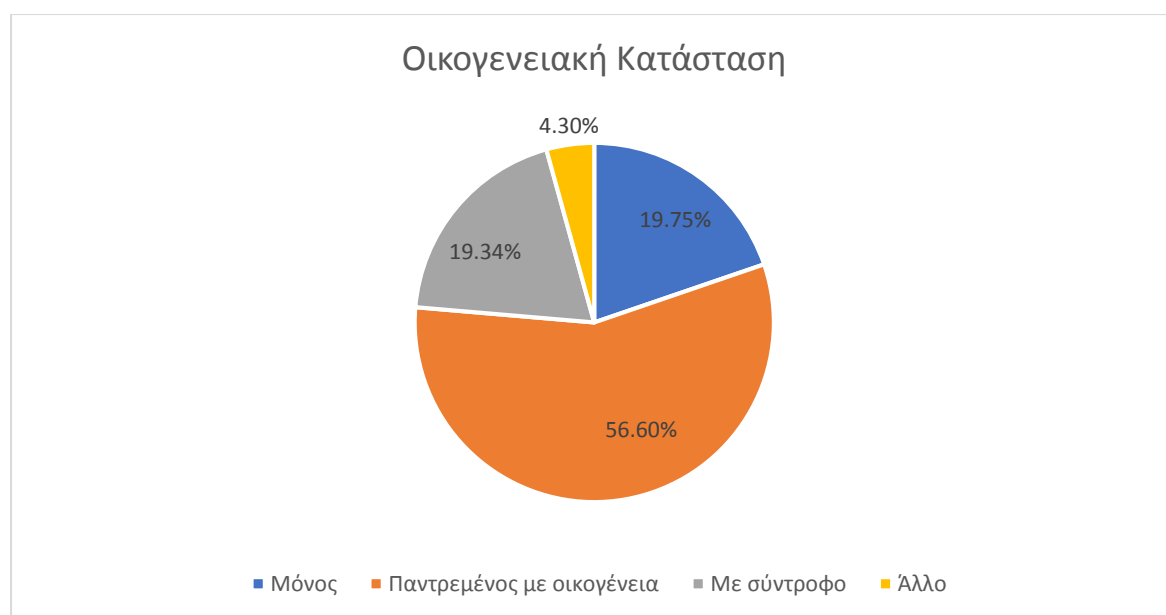
Διάγραμμα 4: Ηλικία Ερωτώμενων

Από το Διάγραμμα 4, παρατηρούμε την ηλικία των Ερωτώμενων. Αυτό που φαίνεται από το διάγραμμα 4 είναι ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ανθρώπων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο είναι άνω των 40 ετών. Ωστόσο, σε γενικές γραμμές, οι ηλικίες των ανθρώπων που απάντησαν είναι μοιρασμένες καθώς καμία ηλικιακή κατηγορία δεν έχει πολύ υψηλότερα ποσοστά από τις υπόλοιπες.

Ηλικία	Απαντήσεις	Ποσοστό
14-18	9	0,92%
19-25	116	11,86%
26-30	137	14,01%
31-39	236	24,13%
40-50	357	36,50%
51-60	107	10,94%
61+	16	1,64%
Σύνολο	978	100,00%

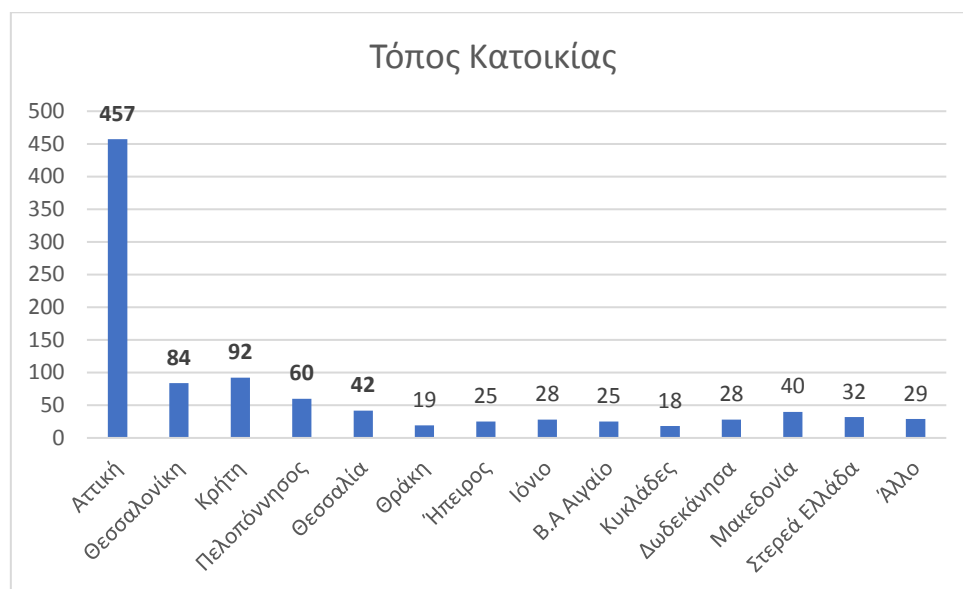
Πίνακας 3: Ηλικία Ερωτώμενων

Από τον πίνακα 3, παρατηρούνται οι ηλικιακές κατηγορίες καθώς και οι απαντήσεις που δόθηκαν σε κάθε κατηγορία. Από σύνολο 978 απαντήσεων, οι 357 απαντήσεις ήταν από άτομα ηλικίας 40-50 ετών, οι 236 ήταν απαντήσεις από άτομα ηλικίας 31-39 ετών ενώ 137 άτομα ήταν ηλικίας 26-30 ετών.



Διάγραμμα 5: Οικογενειακή Κατάσταση

Από το Διάγραμμα 5, φαίνεται η οικογενειακή κατάσταση των ανθρώπων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο. Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων, πάνω από το 50%, είναι παντρεμένοι με οικογένεια ενώ το υπόλοιπο ποσοστό μοιράζεται μεταξύ αυτών που είναι με σύντροφο ή είναι μόνοι τους (Από 19% η κάθε κατηγορία).



Διάγραμμα 6: Τόπος Κατοικίας

Από το Διάγραμμα 6, φαίνεται ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων κατοικεί στην Αττική. Το 46% των απαντήσεων είναι από ανθρώπους που κατοικούν στην Αττική ενώ το 9,5% από κατοίκους της Κρήτης και το 8,6% από κατοίκους της Θεσσαλονίκης. Συνολικά δόθηκαν 979 απαντήσεις στη συγκεκριμένη ερώτηση.

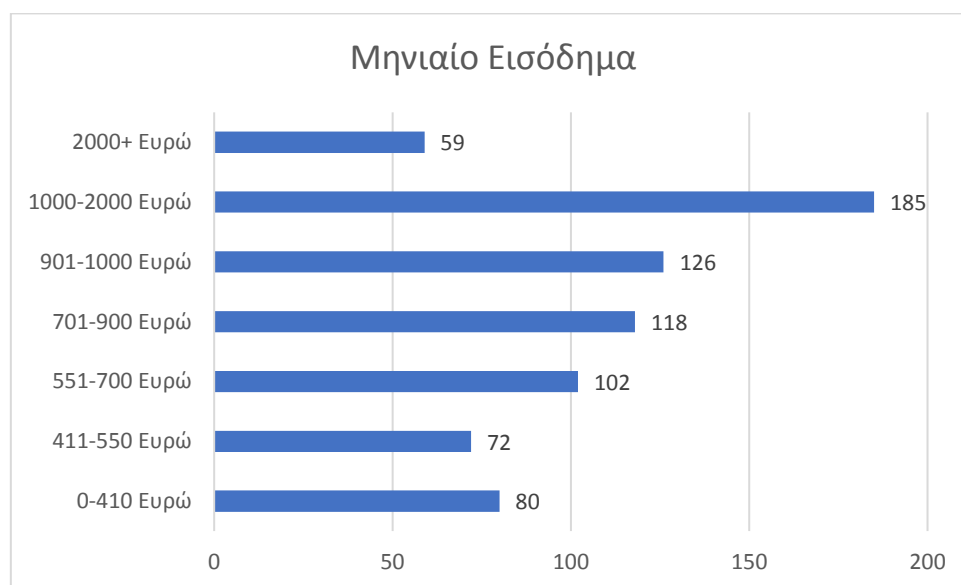
Κάτι άλλο που φαίνεται από το Διάγραμμα 6 είναι η πολύ καλή κατανομή των απαντήσεων του ερωτηματολογίου. Δόθηκαν απαντήσεις από όλες τις περιοχές της Ελλάδας ενώ η κατανομή των απαντήσεων είναι σχεδόν ίδια με τη κατανομή του πληθυσμού στην Ελλάδα.

Απασχόληση	Απαντήσεις	Ποσοστό
Μαθητής	6	0,62%
Φοιτητής	80	8,21%
Ελεύθερος Επαγγελματίας	288	29,57%
Μισθωτός Ιδιωτικού Τομέα	316	32,44%
Δημόσιος Υπάλληλος	220	22,59%
Άνεργος	64	6,57%
Σύνολο	974	100,00%

Πίνακας 4: Απασχόληση των Ερωτώμενων

Από το πίνακα 4, φαίνεται η απασχόληση των ερωτώμενων. Παρατηρείται ότι το 32,4% των ανθρώπων είναι εργαζόμενοι τοι Ιδιωτικού Τομέα, 30% αυτών είναι Ελεύθεροι Επαγγελματίες και τέλος 22.6% είναι δημόσιοι υπάλληλοι.

Αντιθέτως, πολύ μικρά ποσοστά των απαντήσεων συγκεντρώνουν οι Μαθητές (0.6%), οι Φοιτητές (8.2%) και οι Άνεργοι (6,57%).

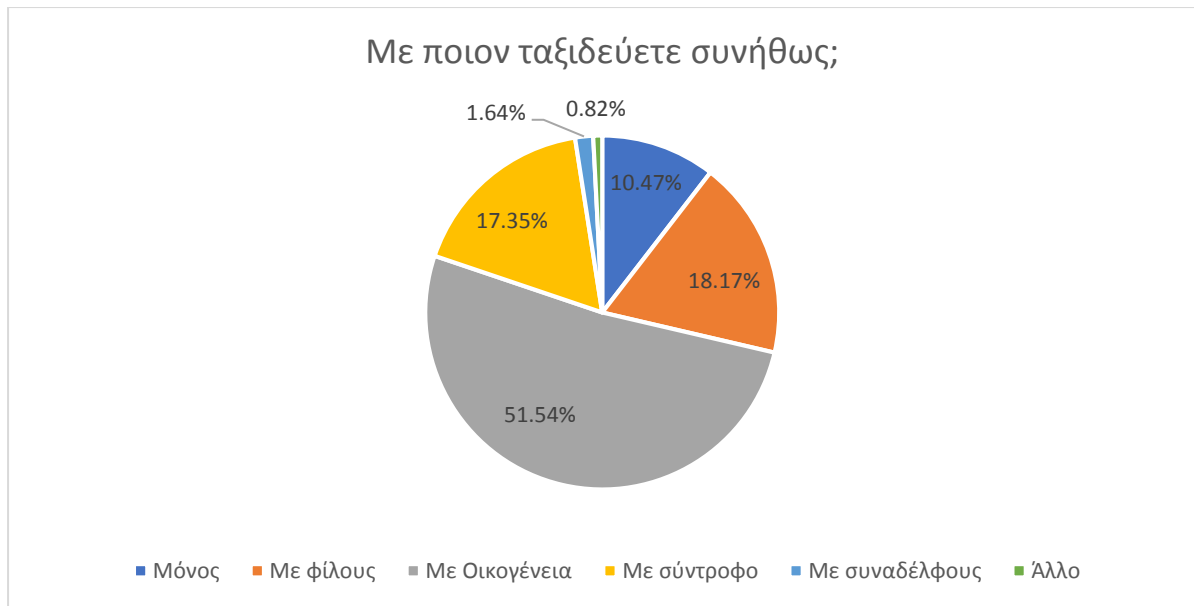


Διάγραμμα 7: Κατανομή Μηνιαίου Εισοδήματος

Στο διάγραμμα 7, βλέπουμε τη κατανομή του εισοδήματος των ανθρώπων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο. Σε γενικές γραμμές, οι ερωτώμενοι είχαν σχετικά υψηλά εισοδήματα.

Το 25% των ανθρώπων είχε μηνιαίο εισόδημα από 1000-2000 ευρώ ενώ το 17% είχε εισόδημα από 900-1000 ευρώ. Όπως και σε προηγούμενες ερωτήσεις, έτσι και εδώ παρατηρείται μια σχετικά ομοιόμορφη κατανομή με καμία κατηγορία να μην εμφανίζει ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό.

Στην ερώτηση αυτή, απάντησαν 742 άτομα στο σύνολο 989 συμπληρωμένων ερωτηματολογίων της εν λόγω έρευνας.



Διάγραμμα 8: Με ποιόν ταξιδεύετε συνήθως;

Από το Διάγραμμα 8, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ανθρώπων που απάντησαν το ερωτηματολόγιο, ταξιδεύουν με την οικογένεια τους (51,5%). Ένα αρκετά υψηλό ποσοστό (18,1%) είναι αυτοί που ταξιδεύουν με φίλους και τέλος το 17,35% ταξιδεύουν με σύντροφο τους.

4.2.1 Γενικό προφίλ ερωτώμενων

Από όλες τις παραπάνω απαντήσεις, μπορεί πλέον να εξαχθεί ένα γενικό προφίλ του «μέσου ερωτώμενου», δηλαδή περίπου τι χαρακτηριστικά είχε ο άνθρωπος που απάντησε το ερωτηματολόγιο.

Συμπερασματικά λοιπόν τα χαρακτηριστικά του ανθρώπου που απάντησε το ερωτηματολόγιο είναι:

1. Γυναίκα
2. Μέσης Ηλικίας
3. Παντρεμένη με οικογένεια
4. Ζει στην Αττική
5. Μισθωτή Ιδιωτικού Τομέα
6. Έχει αρκετά υψηλό εισόδημα (Μεγαλύτερο των 900 ευρώ)
7. Ταξιδεύει Συνήθως με την οικογένεια της

4.3 Ανάλυση Αγοράς Ακτοπλοΐας

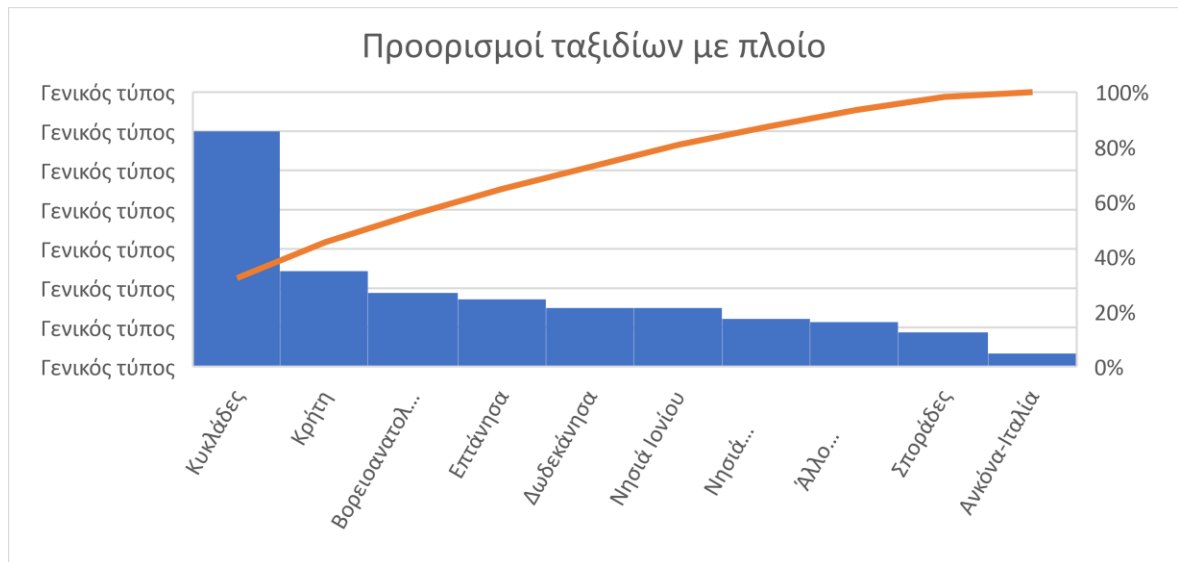
Στο παρόν κεφάλαιο, μελετώνται οι απαντήσεις που έδωσαν οι ερωτώμενοι στις ερωτήσεις του ερωτηματολογίου που αφορούσαν την αγορά της ακτοπλοΐας. Η ενότητα αυτή, περιελάμβανε 11 ερωτήσεις πολλαπλού περιεχομένου. Οι ερωτήσεις αυτές αφορούσαν τόσο τη γενικότερη λειτουργία της αγοράς όσο και τη ταξιδιωτική εμπειρία των ερωτηθέντων με τα πλοία της ακτοπλοΐας.

Πόσες φορές ταξιδεύετε με πλοίο;	Απαντήσεις	Ποσοστό
Καμία Φορά	117	12,04%
1-3 Φορές	705	72,53%
4-6 Φορές	90	9,26%
7-9 Φορές	26	2,67%
10-12 Φορές	15	1,54%
12+ Φορές	19	1,95%
Σύνολο	972	100,00%

Πίνακας 5: Συχνότητα Ταξιδιών με το πλοίο

Η πρώτη ερώτηση αυτής της ενότητας αφορά το πόσο συχνά οι ερωτώμενοι ταξιδεύουν με το πλοίο ανά έτος. Από το πίνακα 5, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων (72,53%) δεν ταξιδεύει παραπάνω από 3 φορές με το πλοίο ενώ εξίσου εντύπωση κάνει και το ποσοστό των ανθρώπων που δεν ταξιδεύουν καθόλου με το πλοίο (12,04%).

Είναι γεγονός ότι η επιβατηγός κίνηση που αφορά την ακτοπλοΐα μειώνεται συνεχώς τα τελευταία χρόνια λόγω της οικονομικής κρίσης. Είναι σίγουρο ότι κατά το παρελθόν τα ποσοστά αυτά θα ήταν τελείως διαφορετικά από ότι είναι σήμερα.



Διάγραμμα 9: Προορισμοί Ταξιδιών με πλοίο

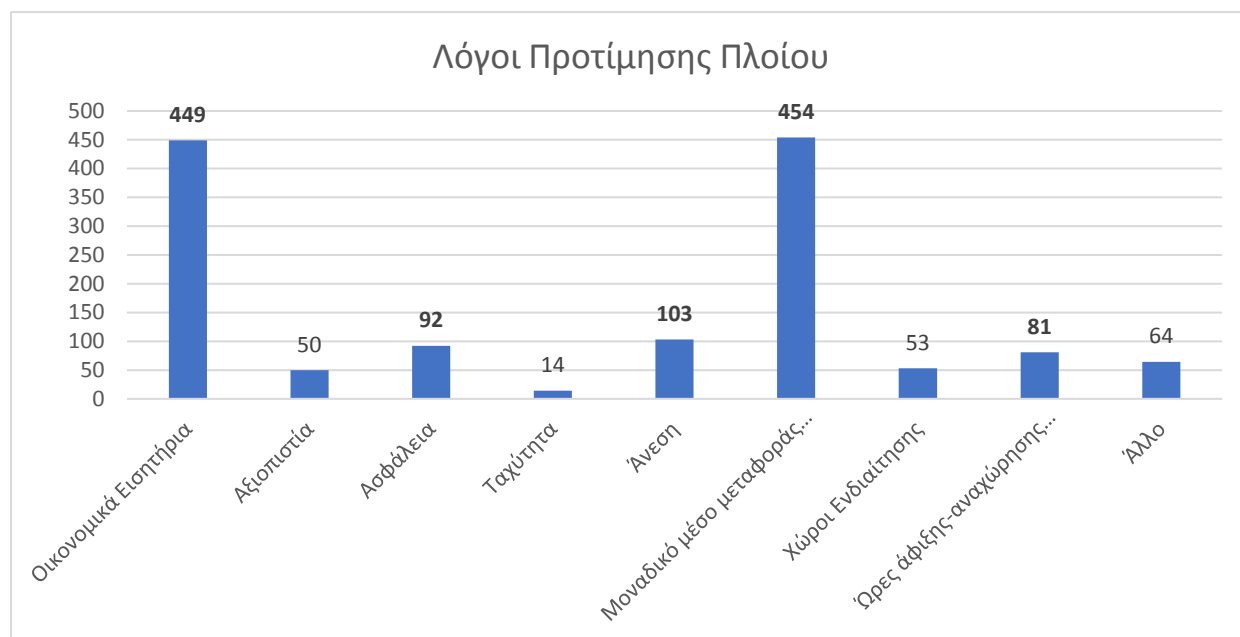
Από το Διάγραμμα 9, φαίνονται οι κυριότεροι προορισμοί στους οποίους ταξιδεύουν οι ερωτώμενοι με το πλοίο. Παρατηρείται ότι το 32% των ανθρώπων που ρωτήθηκαν, ταξιδεύουν στις Κυκλάδες. Στη συνέχεια, το 13% των ερωτώμενων ταξιδεύει στη Κρήτη ενώ ένα άλλο 10% ταξιδεύει στα νησιά του Βορειοανατολικού Αιγαίου (Λήμνος, Μυτιλήνη, Χίος, Σάμος, Ικαρία κ.λ.π.).

Αντιθέτως, γραμμές με πολύ χαμηλή κίνηση είναι αυτές του εξωτερικού (Ανκόνα-Ιταλία) όπου μόλις το 1,8% ταξιδεύει προς τα εκεί, οι Σποράδες (4,73%) αλλά και τα νησιά του Ιονίου (8,06%).

Σε ποιους προορισμούς ταξιδεύετε με πλοίο;	Απαντήσεις	Ποσοστό
Νησιά Αργοσαρωνικού	61	6,55%
Βορειοανατολικό Αιγαίο	94	10,10%
Επτάνησα	86	9,24%
Κυκλάδες	300	32,22%
Δωδεκάνησα	75	8,06%
Κρήτη	122	13,10%
Νησιά Ιονίου	75	8,06%
Σποράδες	44	4,73%
Αγκόνα-Ιταλία	17	1,83%
Άλλο	57	6,12%
Σύνολο	931	100,00%

Πίνακας 6: Προορισμοί Ταξιδιών με Πλοίο

Από το πίνακα 6, παρατηρούνται τα αποτελέσματα που αναφέρθηκαν παραπάνω. Αξίζει να αναφερθεί ότι η εν λόγω ερώτηση απαντήθηκε από 931 άτομα με τη συντριπτική πλειοψηφία τους να είναι κάτοικοι της ηπειρωτικής Ελλάδας. Αυτό σημαίνει ότι τα ταξίδια που πραγματοποιούν είναι από λιμένες της ηπειρωτικής Ελλάδας (Πειραιάς, Ραφήνα, Καβάλα κ.τ.λ.) προς τα νησιά.



Διάγραμμα 10: Λόγοι Προτίμησης Πλοίου

Η επόμενη ερώτηση είχε να κάνει με τους λόγους που οι ερωτώμενοι προτιμούν το πλοίο έναντι των άλλων μεταφορικών μέσων.

Η πλειοψηφία των απαντήσεων αφορούσε το γεγονός ότι τα πλοία είναι τα μοναδικά μέσα μεταφοράς προς τα νησιά. Είναι γεγονός ότι σε μια πλειοψηφία νησιών (Αργοσαρωνικός, μικρότερα νησιά των Κυκλάδων, Ακριτικά νησιά κ.λ.π.) δεν υπάρχει αεροπορική σύνδεση και το πλοίο είναι ο μοναδικός τρόπος σύνδεσης τους με την ηπειρωτική Ελλάδα.

Επιπροσθέτως, ένας άλλος πολύ σημαντικός λόγος είναι οι οικονομικές τιμές των εισιτηρίων των πλοίων της ακτοπλοΐας. Λόγω και των ελεγχόμενων τιμών από το κράτος αλλά και των ελκυστικών πακέτων προσφορών που έχουν βγάλει οι ακτοπλοϊκές εταιρείες τα τελευταία χρόνια, οι καταναλωτές προτιμούν να ταξιδέψουν

με το πλοίο μιας και θα πληρώσουν λιγότερα χρήματα απ' ό τι να ταξιδέψουν αεροπορικάς προς κάποιο νησί.

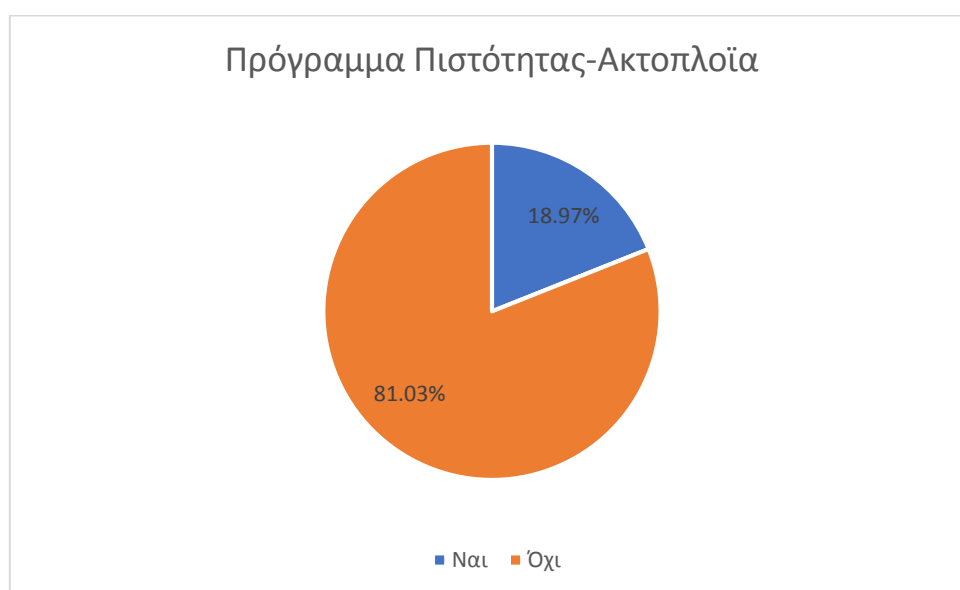
Τέλος, πολύ σημαντικά για τους ερωτώμενους είναι η άνεση που έχει το ταξίδι με το πλοίο, η ασφάλεια που νιώθουν αλλά και οι ώρες άφιξης και αναχώρησης των πλοίων από τους λιμένες.

Τι είδους ταξίδια γίνονται με το πλοίο	Απαντήσεις	Ποσοστό
Αναψυχής-Τουρισμού	754	69,62%
Επαγγελματικά ταξίδια	96	8,86%
Οικογενειακοί Λόγοι	197	18,19%
Φοίτηση σε απομακρυσμένο νησί	21	1,94%
Άλλο	15	1,39%
Σύνολο	1083	100,00%

Πίνακας 7: Είδη Ταξιδιών με το πλοίο

Από το πίνακα 7 παρατηρούνται τα είδη ταξιδιών που πραγματοποιούν οι ερωτώμενοι με το πλοίο. Φαίνεται ότι το 69% των ανθρώπων που απάντησαν στην εν λόγω ερώτηση ταξιδεύουν για λόγους αναψυχής και τουρισμού.

Επίσης, παρατηρείται ότι ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό ταξιδεύει για οικογενειακούς λόγους ενώ πολύ λίγα άτομα πραγματοποιούν ταξίδια για επαγγελματικούς λόγους.



Διάγραμμα 11: Πρόγραμμα Πιστότητας Πελατών-Ακτοπλοΐα

Ένα πλεονέκτημα που διαθέτουν τόσο οι ακτοπλοϊκές όσο και οι αεροπορικές εταιρείες είναι τα προγράμματα πιστότητας πελατών τους. Μέσω αυτών των προγραμμάτων οι εταιρείες αυτές προσπαθούν να κρατήσουν τους πελάτες τους παρέχοντας τους διάφορα προνόμια προκειμένου να χρησιμοποιούν συχνά τις υπηρεσίες τους.

Σε ότι αφορά τις ακτοπλοϊκές εταιρείες, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ανθρώπων που απάντησαν το ερωτηματολόγιο (πάνω από 81%) δεν έχει εγγραφεί σε κάποιο πρόγραμμα πιστότητας πελατών ακτοπλοϊκών εταιρειών.



Διάγραμμα 12: Ταξίδι με όχημα

Κάτι άλλο πολύ σημαντικό που αφορά μόνο την αγορά της ακτοπλοΐας είναι το αν οι επιβάτες των πλοίων ταξιδεύουν μαζί με τα οχήματα τους. Ο ναύλος που αποκομίζουν οι εταιρείες από τα οχήματα των επιβατών, είναι πολύ υψηλός και έτσι βοηθάει πάρα πολύ στο να έχουν περισσότερα έσοδα και άρα μεγαλύτερη κερδοφορία.

Το γεγονός ότι το 62% των καταναλωτών ταξιδεύει μαζί με το όχημα του συμβάλλει στη κερδοφορία των ναυτιλιακών εταιρειών. Πιθανότατα, το ποσοστό αυτό να ήταν πολύ υψηλότερο στο παρελθόν ωστόσο λόγω της κρίσης αλλά και της πολύ υψηλής τιμής του ναύλου για τα οχήματα, το ποσοστό αυτό είναι σχετικά μειωμένο.

Με ποιο τρόπο αγοράζετε ακτοπλοϊκά εισιτήρια	Απαντήσεις	Ποσοστό
Ιστότοπος Ναυτιλιακής	196	20,72%
Ιστοσελίδες κρατήσεων εισιτηρίων	201	21,25%
Γκισέ έξω από το πλοίο	167	17,65%
Ταξιδιωτικό πρακτορείο	373	39,43%
Άλλο	9	0,95%
Σύνολο	946	100,00%

Πίνακας 8: Τρόπος αγοράς ακτοπλοϊκών εισιτηρίων

Δραστική αλλαγή που επήλθε τα τελευταία χρόνια, λόγω των τεχνολογικών καινοτομιών, είναι η διαφοροποίηση στο τρόπο αγοράς των εισιτηρίων από τους καταναλωτές. Πλέον, έχουν δημιουργηθεί νέα κανάλια διανομής κυρίως μέσω του διαδικτύου. Αυτό, έχει μεταβάλει τον τρόπο που οι καταναλωτές αγοράζουν τα ακτοπλοϊκά τους εισιτήρια.

Από το πίνακα 8, παρατηρείται ότι τα ποσοστά είναι σχετικά μοιρασμένα και στις τέσσερις απαντήσεις. Ακόμη και σήμερα, μια σχετικά σημαντική πλειοψηφία (39,4%) προτιμάει να κλείνει τα ακτοπλοϊκά της εισιτήρια από τοπικά συνεργαζόμενα ταξιδιωτικά πρακτορεία.

Ωστόσο πολλοί σήμερα, προτιμούν πλέον να κάνουν κρατήσεις των ακτοπλοϊκών τους εισιτηρίων είτε από τον επίσημο ιστότοπο της ακτοπλοϊκής εταιρείας (20,7%) είτε από ιστοσελίδες κρατήσεων εισιτηρίων (21,2%) (π.χ. www.travelplanet24.gr, www.viva.gr κ.λ.π.).

Τέλος, υπάρχουν και αρκετοί άνθρωποι οι οποίοι προτιμούν να αγοράζουν τα εισιτήρια τους στα ειδικά διαμορφωμένα γκισέ των εταιρειών που υπάρχουν έξω από τα πλοία. Αυτό το ποσοστό ανέρχεται στο 17,6%.

Συμπεριφορά προσωπικού πλοίων	Απαντήσεις	Ποσοστό
Καθόλου Ευγενική	10	1,06%
Λίγο Ευγενική	56	5,96%
Ευγενική	339	36,06%
Αρκετά Ευγενική	400	42,55%
Πολύ Ευγενική	135	14,36%
Σύνολο	940	100,00%

Πίνακας 9: Συμπεριφορά Προσωπικού Πλοίων

Οι τελευταίες ερωτήσεις αυτής της ενότητας, είχαν να κάνουν κυρίως με τη ταξιδιωτική εμπειρία των ερωτώμενων. Ουσιαστικά, ερωτήθηκαν για το πώς τους φαίνονται κάποιες βασικές παράμετροι προκειμένου να έχουν ένα ευχάριστο ταξίδι.

Αρχικά, ερωτήθηκαν για τη συμπεριφορά που είχε το προσωπικό του πλοίου κατά τη διάρκεια των ταξιδιών τους. Παρατηρείται ότι σε γενικές γραμμές το προσωπικό του πλοίου είχε μια αρκετά καλή συμπεριφορά απέναντι στους επιβάτες. Πάνω από 90% των ερωτηθέντων είχε θετική εντύπωση για το προσωπικό του πλοίου.

Τιμές τροφίμων	Απαντήσεις	Ποσοστό
Πολύ φθηνά	5	0,53%
Αρκετά Φθηνά	31	3,29%
Μέση Τιμή	131	13,92%
Αρκετά Ακριβά	280	29,76%
Πολύ Ακριβά	494	52,50%
Σύνολο	941	100,00%

Πίνακας 10: Τιμές Τροφίμων στα πλοία

Κάτι άλλο που είναι πολύ σημαντικό για το ταξίδι των ερωτώμενων είναι οι τιμές των τροφίμων που πωλούνται μέσα στο πλοίο. Εδώ και αρκετά χρόνια, ακούγεται ότι τα πλοία πωλούν τρόφιμα σε εξαιρετικά υψηλές τιμές.

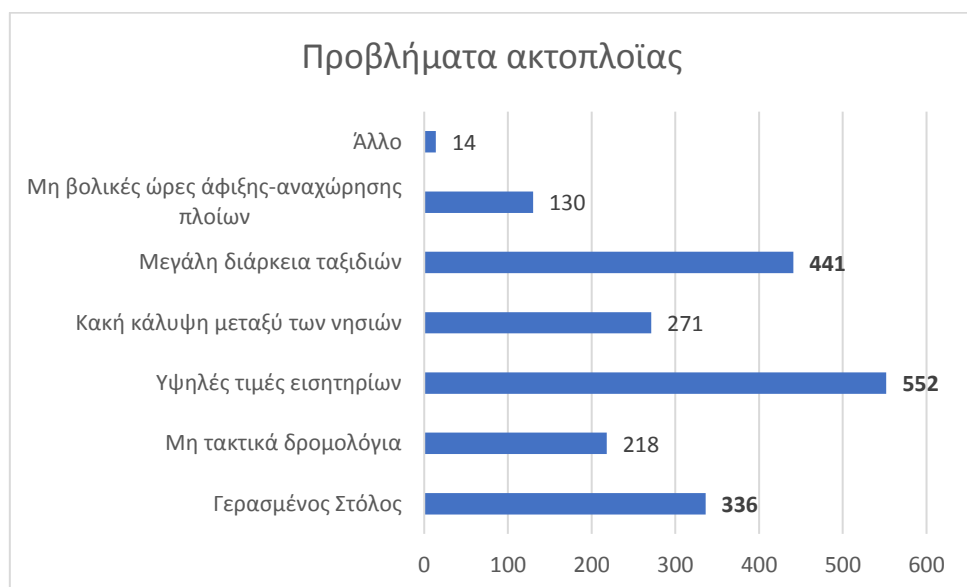
Κάτι τέτοιο είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τους επιβάτες καθώς σε ένα μεγάλο ταξίδι (8-9 ωρών) ουσιαστικά είναι αναγκασμένοι να αγοράσουν κάτι από τα καταστήματα των πλοίων. Το κράτος, μέσω υπουργικής απόφασης, σε μια προσπάθεια να καταπολεμήσει αυτή τη τακτική έθεσε ανώτατο πλαφόν σε ορισμένα τρόφιμα τα οποία πωλούνται στα πλοία.

Παρόλες τις προσπάθειες της πολιτείας οι τιμές των τροφίμων στα πλοία παραμένουν σε εξαιρετικά υψηλά επίπεδα και αυτό φαίνεται από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου. Πάνω από το 80% των ερωτηθέντων, θεωρεί ότι τα τρόφιμα που πωλούνται από τα καταστήματα των πλοίων είναι αρκετά ή πολύ ακριβά.

Καθαριότητα Πλοίων	Απαντήσεις	Ποσοστό
Καθόλου Καθαρά	27	2,87%
Λίγο Καθαρά	175	18,62%
Σχετικά Καθαρά	425	45,21%
Αρκετά Καθαρά	259	27,55%
Πολύ Καθαρά	54	5,74%
Σύνολο	940	100,00%

Πίνακας 11: Καθαριότητα Πλοίων

Η τελευταία ερώτηση που αφορά τη ποιότητα του ταξιδιού με τα πλοία της ακτοπλοΐας, αφορά για τη καθαριότητα που έχει το εσωτερικό των πλοίων. Σε γενικές γραμμές, οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι τα πλοία δεν είναι και τόσο καθαρά μιας και η συντριπτική πλειοψηφία των απαντήσεων εκτείνεται περίπου στη μέση της κλίμακας (Λίγο- Αρκετά Καθαρά) που φαίνεται στο πίνακα 11.



Διάγραμμα 13: Προβλήματα Ακτοπλοΐας

Στο ερωτηματολόγιο, συμπεριλήφθηκε μια ερώτηση γενικότερου περιεχομένου και αφορούσε τις απόψεις των ερωτώμενων πάνω στην ευρύτερη λειτουργία και τα προβλήματα που οι ίδιοι, ως καταναλωτές, θεωρούν ότι αντιμετωπίζει η ακτοπλοΐα.

Παρόλο που οι καταναλωτές επιλέγουν τα πλοία γιατί προσφέρουν οικονομικά εισιτήρια, θεωρούν ότι οι τιμές τους είναι αρκετά αυξημένες με βάση τη παρεχόμενη υπηρεσία και τη ποιότητα της μεταφοράς γενικότερα.

Επιπροσθέτως, οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι η διάρκεια ενός ταξιδιού με το πλοίο είναι ιδιαίτερα μεγάλη. Πράγματι, η διάρκεια ενός ταξιδιού προς τη Κρήτη, τα νησιά του Β.Α Αιγαίου ή προς αρκετά νησιά των Κυκλάδων μπορεί να ξεπεράσει ακόμα και τις 8 ώρες. Παρά το πρόσφατο εκσυγχρονισμό του Ελληνικού Ακτοπλοϊκού στόλου, τα πλοία δε πλέουν με μεγαλύτερες ταχύτητες από ότι στο παρελθόν.

Ένα άλλο σημαντικό εύρημα, είναι ότι πολλοί ερωτώμενοι θεωρούν ότι ο στόλος των πλοίων της Ελληνικής ακτοπλοΐας είναι αρκετά γερασμένος. Με βάση τη βιβλιογραφική αναφορά και τις τελευταίες έρευνες ωστόσο, αυτό είναι κάτι που στη πραγματικότητα δεν ισχύει.

Τέλος, κάτι άλλο που προβλημάτισε τους ερωτώμενους είναι η κακή σύνδεση μεταξύ των νησιών που καλύπτονται από τα πλοία. Ειδικότερα τα απομακρυσμένα και τα μικρότερα νησιά, αντιμετωπίζουν τεράστιο πρόβλημα σε αυτό το κομμάτι μιας και τα δρομολόγια των πλοίων είναι πολύ περιορισμένα.

4.3.1 Γενικά Συμπεράσματα για την αγορά της ακτοπλοΐας

Από όλες τις παραπάνω απαντήσεις που λήφθηκαν από τα ερωτηματολόγια, μπορούν να εξαχθούν κάποια κρίσιμα και σημαντικά συμπεράσματα για το πώς βλέπουν οι ερωτώμενοι την εν λόγω αγορά και για το ποια πράγματα θέλουν να αλλάξουν στο μέλλον.

Αρχικά, παρατηρείται ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ανθρώπων που απάντησαν, ταξιδεύουν πολύ λίγες φορές το χρόνο με τα πλοία της ακτοπλοΐας. Αυτό συνέβη, γιατί απ' ότι φάνηκε από τις γενικές απαντήσεις η πλειοψηφία των ερωτώμενων κατοικεί σε ηπειρωτικές περιοχές και συνεπώς δε χρειάζεται να χρησιμοποιούν πολύ τα πλοία για τις μετακινήσεις τους.

Επίσης, τόσο στις έρευνες του I.O.B.E όσο και στις απαντήσεις του ερωτηματολογίου συμπίπτει ότι η συντριπτική πλειοψηφία επιλέγει τις Κυκλάδες και στη συνέχεια τη Κρήτη. Αυτό είναι ένα πολύ σημαντικό εύρημα, μιας και γίνεται αντιληπτό ότι οι εν

λόγω γραμμές ήταν και εξακολουθούν να είναι οι πιο κερδοφόρες ακτοπλοϊκές γραμμές στην Ελλάδα. Ένα εξίσου σημαντικό εύρημα, το οποίο μπορεί να συνδυαστεί με τα παραπάνω, είναι ότι πάνω από το 60% των ανθρώπων προτιμά να ταξιδέψει με πλοίο για τις διακοπές του.

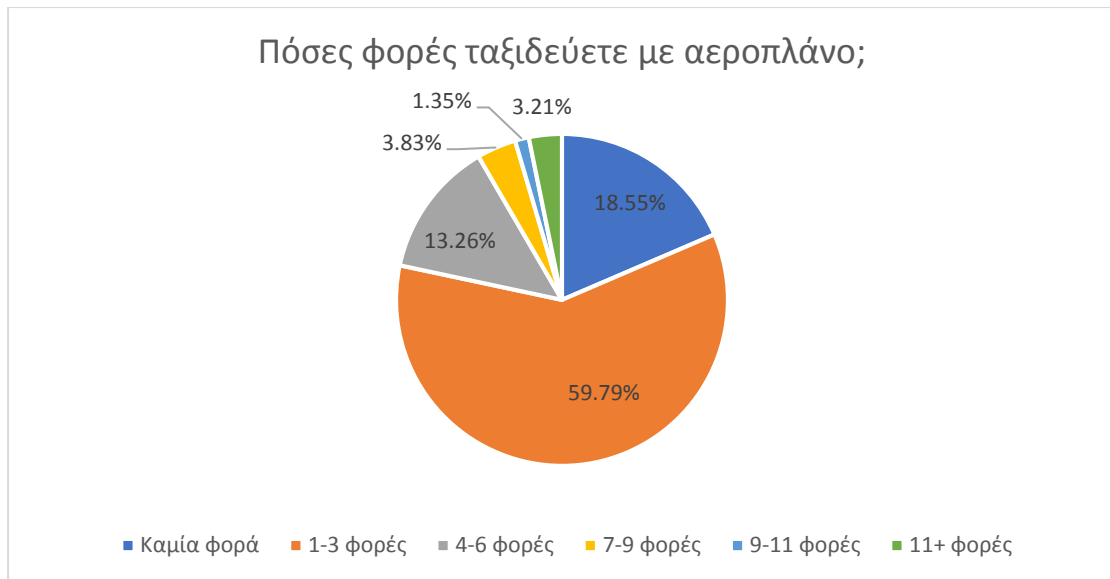
Κάτι άλλο που πρέπει να ληφθεί πολύ σοβαρά υπόψη από τις ακτοπλοϊκές εταιρείες, είναι οι λόγοι για τους οποίους οι πελάτες τις επιλέγουν για τις μετακινήσεις τους. Οι κυριότεροι είναι, τα οικονομικά εισιτήρια και το γεγονός ότι δεν υπάρχει άλλο ανταγωνιστικό μέσο. Εφόσον οι ακτοπλοϊκές εταιρείες προσφέρουν ακόμη πιο ποιοτικές υπηρεσίες είναι δεδομένο ότι θα μπορέσουν να αυξήσουν το γενικότερο μερίδιο της αγοράς.

Επιπροσθέτως, αυτό που φάνηκε από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου είναι ότι ερωτώμενοι δεν έχουν πολύ καλή εμπειρία ταξιδιού όταν ταξιδεύουν με τα πλοία της ακτοπλοΐας. Θεωρούν ότι υπάρχει κακή σχέση ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και τιμής και επίσης πιστεύουν ότι σε γενικές γραμμές οι ακτοπλοϊκές εταιρείες δε φροντίζουν και τόσο τη ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχουν.

Τέλος, μεγάλη εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι αρκετές απαντήσεις που δόθηκαν στο ερωτηματολόγιο, δε συνάδουν με τις εκάστοτε επίσημες έρευνες και μετρήσεις που αναφέρθηκαν και στη βιβλιογραφική αναφορά. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η ηλικία του στόλου της ακτοπλοΐας. Οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι τα πλοία αυτά είναι μεγάλα σε ηλικία ενώ από επίσημες πηγές προκύπτει ότι η μέση ηλικία των πλοίων δε ξεπερνά τα 15 έτη.

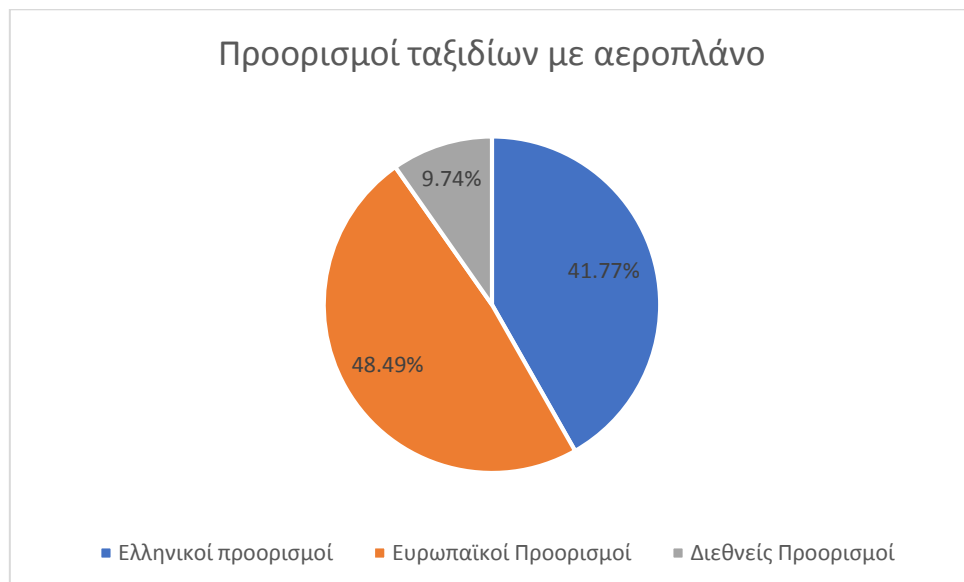
4.4 Ανάλυση Αγοράς Αερομεταφορών

Στη τελευταία ενότητα του ερωτηματολογίου μελετήθηκε η γενικότερη λειτουργία και η ταξιδιωτική εμπειρία των επιβατών για την αγορά των αερομεταφορών. Στη παρούσα ενότητα υπήρξαν 9 ερωτήσεις με επιλογή, από τις 26 του ερωτηματολογίου.



Διάγραμμα 14: Συχνότητα Ταξιδιών με Αεροπλάνο

Η πρώτη ερώτηση αυτής της ενότητας αφορά, όπως και στη προηγούμενη ενότητα, τη συχνότητα ταξιδιών που είχαν οι ερωτώμενοι με το αεροπλάνο. Παρατηρείται ότι πάνω από το 55% των ανθρώπων που απάντησαν, ταξιδεύουν 1-3 φορές το χρόνο ενώ σημαντικό είναι το ποσοστό αυτών που ταξιδεύουν 4-6 φορές το χρόνο.



Διάγραμμα 15: Προορισμοί Ταξιδιών με Αεροπλάνο

Από το διάγραμμα 15 παρατηρούνται οι προορισμοί τους οποίους οι ερωτώμενοι επιλέγουν περισσότερο για να ταξιδέψουν με αεροπλάνο.

Στη βιομηχανία των αερομεταφορών υπάρχει μια σημαντική διαφορά σε σχέση με την ακτοπλοΐα. Τα αεροπλάνα εκτελούν δρομολόγια και μεταξύ πόλεων της ηπειρωτικής Ελλάδας αλλά και σε πληθώρα Ευρωπαϊκών προορισμών. Για αυτό λοιπόν δεν μπορούσαν στην εν λόγω ερώτηση να μπουν συγκεκριμένα νησιά ή συγκεκριμένοι προορισμοί.

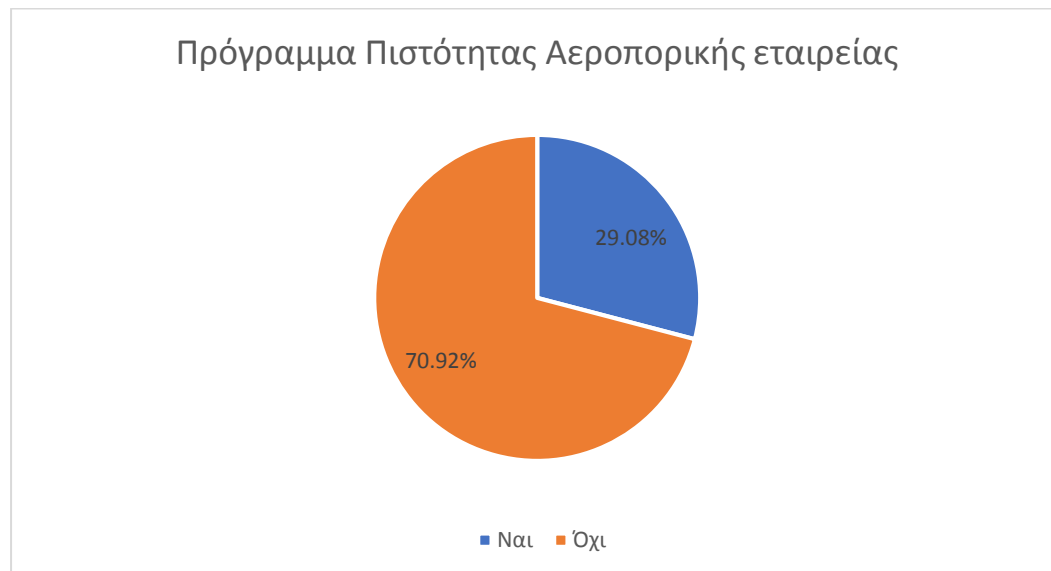
Το σκεπτικό σε αυτή την ερώτηση ήταν να χωριστούν οι απαντήσεις με βάση τη διάρκεια των πτήσεων (Άρα και των τύπων των αεροπλάνων) αλλά και με βάση του πως και η ίδια αεροπορική βιομηχανία χωρίζει τα δρομολόγια των αεροπλάνων. Συνεπώς, οι προορισμοί εδώ χωρίστηκαν σε τρεις μεγάλες κατηγορίες:

1. Ελληνικοί Προορισμοί (Internal Flights): Ουσιαστικά πρόκειται για όλους τους προορισμούς εντός Ελλάδας. Η διάρκεια πτήσης δε ξεπερνάει τη 1.30 ώρα ενώ τα αεροπλάνα που κατά κύριο λόγο δραστηριοποιούνται σε αυτές τις γραμμές είναι τα De Havilland Dash 400 της Olympic Air (θυγατρική της Aegean Airlines). Η χωρητικότητα αυτών των αεροπλάνων δε ξεπερνά τις 80-100 θέσεις.
2. Ευρωπαϊκοί Προορισμοί (Regional Flights): Πρόκειται για τους προορισμούς που απέχουν από 1.30 έως 4 ώρες από την Ελλάδα. Είναι κατά συντριπτικό πλειοψηφία, προορισμοί χωρών της Ευρωπαϊκής ηπείρου. Στις εν λόγω γραμμές δραστηριοποιείται η Aegean Airlines ενώ δραστηριοποιούνται και όλοι οι μεγάλοι Ευρωπαϊκοί αερομεταφορείς (Lufthansa, Air France, KLM, Alitalia κ.λ.π.). Τα αεροπλάνα που χρησιμοποιούνται για τη κάλυψη αυτών των γραμμών είναι κυρίως Airbus A320 ή Airbus A321. Η χωρητικότητα αυτών των αεροπλάνων δε ξεπερνά τις 200-250 θέσεις.
3. Διεθνείς Προορισμοί (Continental Flights): Είναι οι προορισμοί που βρίσκονται εκτός της Ευρωπαϊκής ηπείρου και απέχουν από 5 ώρες και πάνω. Στη μεγάλη πλειοψηφία των προορισμών αυτών, οι επιβάτες που ξεκινούν από την Ελλάδα θα χρειαστεί να κάνουν transit σε κάποιο μεγάλο Ευρωπαϊκό Αεροδρόμιο-Hub (Αεροδρόμιο Φρανκφούρτης, Παρισίου κ.λ.π.). Στις γραμμές αυτές δε δραστηριοποιούνται Ελληνικές Αεροπορικές εταιρείες παρά μόνο μέσω των συμμαχιών που έχουν επισυνάψει με τους μεγάλους Ευρωπαϊκούς

αερομεταφορείς (π.χ. Star Alliance). Τα αεροπλάνα που χρησιμοποιούνται για τη κάλυψη αυτών των αποστάσεων είναι τα μεγαλύτερα στη κατηγορία τους όπως τα Airbus A330 & A380 ή τα Boeing 747.

(Πηγή: Stefano De Luca; Modelling airport choice behavior for direct flights, connecting flights and different travel plans; Journal of Transport Geography. Διαθέσιμο στο: www.sciencedirect.com)

Στην Ελλάδα, τα ελληνικά αεροδρόμια, εξυπηρετούν κατά συντριπτική πλειοψηφία εσωτερικές πτήσεις και πτήσεις εντός της Ευρωπαϊκής Ηπείρου. Για αυτό το λόγο, η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων ταξιδεύουν σε αυτούς τους προορισμούς. Η πρώτη επιλογή είναι οι Ευρωπαϊκοί προορισμοί με το 48,50% των απαντήσεων και ακολουθούν οι εσωτερικοί- Ελληνικοί προορισμοί με το 41,70% των απαντήσεων.

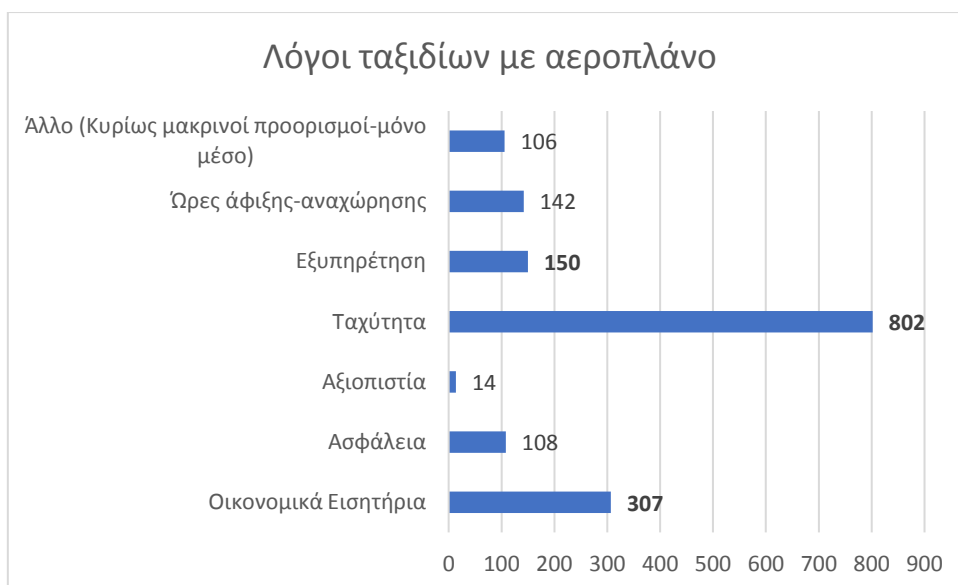


Διάγραμμα 16: Πρόγραμμα Πιστότητας Αεροπορικών Εταιρειών

Όπως και στις ακτοπλοϊκές εταιρείες, έτσι και οι αεροπορικές εταιρείες έχουν δημιουργήσει προγράμματα πιστότητας για να μπορούν να έχουν πελάτες που χρησιμοποιούν συνεχώς την υπηρεσία τους και ανταμείβονται με διάφορα δώρα.

Η μεγάλη διαφορά με τις ακτοπλοϊκές εταιρείες είναι ότι στα προγράμματα των αεροπορικών εταιρειών υπάρχει ένα τεράστιο δίκτυο συνεργαζόμενων καταστημάτων στο οποίο οι πελάτες των αεροπορικών εταιρειών μπορούν να εξαργυρώσουν τα προνόμια που αποκτούν μέσω αυτών των προγραμμάτων.

Για αυτό το λόγο, παρατηρείται ότι αρκετοί ερωτώμενοι (περισσότεροι απ' ό τι στην ακτοπλοΐα) έχουν προγράμματα πιστότητας πελατών (29%). Αντιθέτως το 70% δεν είναι εγγεγραμμένο σε κάποιο πρόγραμμα αεροπορικής εταιρείας.



Διάγραμμα 17: Λόγοι Ταξιδιών με Αεροπλάνο

Από το διάγραμμα 17, παρατηρούνται οι λόγοι για τους οποίους οι ερωτώμενοι προτιμούν το ταξίδι με το αεροπλάνο. Από τις απαντήσεις φαίνεται ότι η συντριπτική πλειοψηφία προτιμά το αεροπλάνο για τη ταχύτητα με την οποία ταξιδεύει στους προορισμούς που θέλει.

Πολύ σημαντικό, είναι το ποσοστό που ταξιδεύει με το αεροπλάνο γιατί θεωρεί ότι υπάρχουν οικονομικά εισιτήρια και γενικώς ότι είναι ένα οικονομικό μέσο. Με την είσοδο των low-cost αεροπορικών εταιρειών στην Ελληνική αεροπορική αγορά, είναι γεγονός ότι οι τιμές των εισιτηρίων (κυρίως προς συγκεκριμένους Ελληνικούς και Ευρωπαϊκούς προορισμούς) έχουν μειωθεί σημαντικά.

Τι είδους ταξίδια πραγματοποιείτε με αεροπλάνο;	Απαντήσεις	Ποσοστό
Επαγγελματικά ταξίδια	261	23,00%
Ταξίδια Αναψυχής	653	57,53%
Ταξίδια για Οικογενειακούς Λόγους	189	16,65%
Φοίτηση σε απομακρυσμένο προορισμό	25	2,20%
Άλλο	7	0,62%
Σύνολο	1135	100,00%

Πίνακας 12: Είδη ταξιδιών με το αεροπλάνο

Από το πίνακα 12, παρατηρούνται τα είδη ταξιδιών που πραγματοποιούνται με το αεροπλάνο. Με βάση τις απαντήσεις που δόθηκαν στο ερωτηματολόγιο, παρατηρείται ότι, όπως και στην ακτοπλοΐα, η πλειοψηφία των ερωτώμενων (57,5%) ταξιδεύουν για λόγους αναψυχής και τουρισμού.

Ένα σημαντικό εύρημα είναι ότι ένας σεβαστός αριθμός απαντήσεων αφορά επαγγελματικά ταξίδια (23%) κάτι το οποίο δε συνέβαινε στην ακτοπλοΐα. Με τη ταχύτητα και την ακρίβεια του αεροπλάνου ως μεταφορικό μέσο είναι πιο εύκολο για τους επαγγελματίες να ταξιδέψουν γρήγορα και να διεκπεραιώσουν τις εργασίες τους.

Τρόπος Αγοράς εισιτηρίων	Απαντήσεις	Ποσοστό
Επίσημη Ιστοσελίδα Αεροπορικής	328	36,65%
Ιστοσελίδες κρατήσεων εισιτηρίων	400	44,69%
Ταξιδιωτικό Πρακτορείο	151	16,87%
Τηλεφωνικά από τα γραφεία της εταιρείας	10	1,12%
Γκισέ από το χώρο του αεροδρομίου	3	0,34%
Άλλο	3	0,34%
Σύνολο	895	100,00%

Πίνακας 13: Τρόπος Αγοράς Αεροπορικών Εισιτηρίων

Στο πίνακα 13, παρατηρείται ο τρόπος με τον οποίο οι ερωτώμενοι αγοράζουν τα αεροπορικά εισιτήρια τους. Από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου φαίνεται ότι η πλειοψηφία των αγορών των εισιτηρίων γίνεται με ηλεκτρονική μορφή είτε από

ιστοσελίδες κρατήσεων εισιτηρίων (44,7%) είτε από τις επίσημες ιστοσελίδες των αεροπορικών εταιρειών (36,6%).

Αυτό συμβαίνει γιατί το διαδίκτυο είναι ο φθηνότερος και ασφαλέστερος τρόπος για να αγοράσει κάποιος αεροπορικά εισιτήρια. Επίσης, μέσω του διαδικτύου προσφέρονται διάφορες διαφορετικές επιλογές που μπορεί κάποιος να επιλέξει.

Συμπεριφορά Προσωπικού Αεροπλάνων	Απαντήσεις	Ποσοστό
Καθόλου Ευγενική	2	0,23%
Λίγο Ευγενική	7	0,79%
Ευγενική	61	6,88%
Αρκετά Ευγενική	353	39,80%
Πολύ Ευγενική	464	52,31%
Σύνολο	887	100,00%

Πίνακας 14: Συμπεριφορά Προσωπικού Αεροπλάνων

Οι τελευταίες τρεις ερωτήσεις της εν λόγω ενότητας αφορούσαν απόψεις των ερωτώμενων πάνω στη γενικότερη ταξιδιωτική εμπειρία που είχαν με τα αεροπλάνα. Η πρώτη ερώτηση αφορά τη συμπεριφορά του προσωπικού των αεροπλάνων.

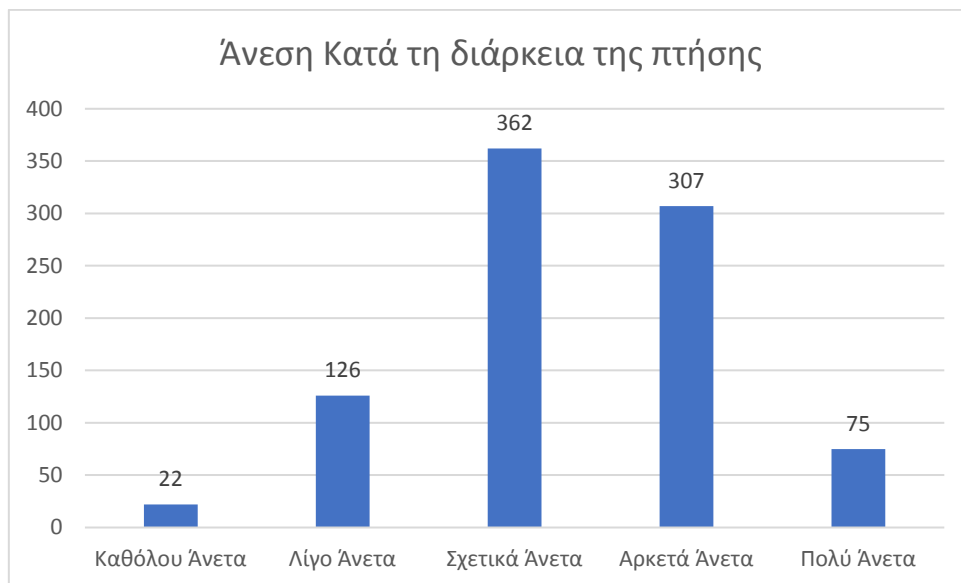
Όπως παρατηρείται από το πίνακα 14, οι ερωτώμενοι θεωρούν το προσωπικό των αεροπλάνων αρκετά έως πολύ ευγενικό με τις απαντήσεις σε αυτές τις δύο κλίμακες να ξεπερνούν το 90%.

Ποιότητα φαγητού αεροσκάφους	Απαντήσεις	Ποσοστό
Πολύ Κακή	29	3,28%
Αρκετά Κακή	112	12,66%
Μέτρια	382	43,16%
Αρκετά Καλή	288	32,54%
Πολύ Καλή	74	8,36%
Σύνολο	885	100,00%

Πίνακας 15: Ποιότητα Φαγητού Αεροσκάφους

Ένα άλλο ζήτημα που υπάρχει κατά τη διάρκεια του ταξιδιού των επιβατών, είναι η ποιότητα του φαγητού που δίνεται από την εταιρεία στους επιβάτες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.

Από ότι παρατηρείται από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου, οι ερωτώμενοι θεωρούν μέτρια τη ποιότητα του φαγητού που παρέχεται από τις αεροπορικές εταιρείες. Ουσιαστικά, αυτή η ερώτηση αφορά κυρίως τις εταιρείες που δεν είναι χαμηλού κόστους καθώς αυτές παρέχουν φαγητό χωρίς χρέωση στους επιβάτες.



Διάγραμμα 18: Άνεση κατά τη διάρκεια της πτήσης

Το τελευταίο ερώτημα του ερωτηματολογίου, αφορά την άνεση που έχουν οι επιβάτες κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Ουσιαστικά, αφορά το χώρο που έχουν στη θέση τους και γενικότερα τις παροχές που έχουν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους.

Παρατηρείται ότι, η πλειοψηφία των ερωτώμενων είναι σχετικά άνετα στο αεροσκάφος.

4.4.1 Γενικά Συμπεράσματα για την αγορά των αερομεταφορών

Από όλες τις παραπάνω απαντήσεις στα ερωτήματα του ερωτηματολογίου, προκύπτουν κάποια γενικά συμπεράσματα πάνω στη δομή και τη λειτουργία της αγοράς των αερομεταφορών στην Ελλάδα.

Αρχικά αξίζει να αναφερθεί ότι η πλειοψηφία των ανθρώπων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο ταξιδεύουν με αεροπλάνο 1-3 φορές το χρόνο και μάλιστα ταξιδεύουν κυρίως σε Ευρωπαϊκούς προορισμούς. Οι ερωτώμενοι, προτιμούν τα ταξίδια με το αεροπλάνο κυρίως για τη ταχύτητα του και για την ακρίβεια (punctuality) που έχει ως μεταφορικό μέσο.

Οι επιβάτες, προτιμούν να ταξιδεύουν αεροπορικώς όταν χρειάζεται να κάνουν ταξίδια τουρισμού αλλά και όταν πρόκειται για επαγγελματικά ταξίδια. Προτιμούν να αγοράζουν τα εισιτήρια τους είτε από τις επίσημες ιστοσελίδες των αεροπορικών εταιρειών είτε από ιστοσελίδες που ειδικεύονται στις κρατήσεις και αγορές εισιτηρίων. Επίσης, η πλειοψηφία των επιβατών δεν είναι εγγεγραμμένη σε κάποια πρόγραμμα πιστότητας αεροπορικής εταιρείας.

Τέλος, σε ότι αφορά τη ταξιδιωτική εμπειρία των επιβατών, οι ερωτώμενοι θεωρούν ότι το προσωπικό και η ευγένεια του είναι ένα από τα καλά σημεία των αεροπορικών εταιρειών. Ωστόσο, δεν είναι τόσο ικανοποιημένοι ούτε από τη ποιότητα του φαγητού που παρέχεται κατά τη διάρκεια του ταξιδιού.

4.5 Συγκρίσεις μεταξύ των απαντήσεων αερομεταφορών- ακτοπλοΐας

Όπως φάνηκε από την ανάλυση των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου, τα ερωτήματα για τις δύο αυτές αγορές είχαν σχεδόν πανομοιότυπη δομή και περιεχόμενο. Μέσω αυτού πλέον, καθίσταται δυνατή η σύγκριση μεταξύ των δύο αγορών προκειμένου να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα για τις προτιμήσεις των καταναλωτών.

Συχνότητα Ταξιδιών	Πλοίο	Αεροπλάνο
Καμία Φορά	117	179
1-3 Φορές	705	577
4-6 Φορές	90	128
7-9 Φορές	26	37
10-12 Φορές	15	13
12+ Φορές	19	31
Σύνολο	972	965

Πίνακας 16: Σύγκριση συχνότητας ταξιδιών

Από ότι παρατηρείται από το πίνακα 16, δεν υπάρχουν μεγάλες διαφορές μεταξύ των απαντήσεων που δόθηκαν για τη συχνότητα ταξιδιών. Αυτό όμως που παρατηρείται, είναι ότι παραπάνω άτομα ταξιδεύουν 4-6 φορές με το αεροπλάνο από ότι με το πλοίο.

Πρόγραμμα Πιστότητας Πελατών	Πλοίο	Αεροπλάνο
Ναι	181	269
Όχι	773	656
Σύνολο	954	925

Πίνακας 17: Σύγκριση μεταξύ προγραμμάτων πιστότητας πελατών

Αυτό που φαίνεται από το πίνακα 17 είναι ότι περισσότεροι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα προγράμματα πιστότητας πελατών που δίνονται από τις αεροπορικές εταιρείες απ' ότι αυτά που δίνονται από τις ακτοπλοϊκές εταιρείες.

Είναι γεγονός, ότι οι αεροπορικές εταιρείες έχουν φτιάξει ένα πολύ μεγάλο δίκτυο συνεργαζόμενων καταστημάτων που δέχονται τη κάρτα πιστότητας πελατών που έχουν δημιουργήσει οι αεροπορικές εταιρείες. Επίσης, μέσω των συμμαχιών που έχουν δημιουργηθεί μεταξύ των αεροπορικών εταιρειών, οι πελάτες μπορούν να εξαργυρώσουν μίλια ταξιδιών και μέσω άλλων αεροπορικών εταιρειών. (π.χ. αν κάποιος ταξιδεύει με τη Lufthansa μπορεί να εξαργυρώσει τα μίλια του στο πρόγραμμα πιστότητας της Aegean Airlines γιατί ανήκουν στην ίδια συμμαχία-Star Alliance)

Αντιθέτως, οι ακτοπλοϊκές εταιρείες δεν έχουν αναπτύξει ένα τόσο διευρυμένο δίκτυο συνεργαζόμενων καταστημάτων και δεν έχουν δημιουργήσει συμμαχίες μεταξύ τους.

Συνεπώς, οι επιβάτες δεν είναι και τόσο διατεθειμένοι να εγγραφούν σε ένα τέτοιο πρόγραμμα.

Είδη Ταξιδιών	Πλοίο	Αεροπλάνο
Αναψυχής-Τουρισμού	754	653
Επαγγελματικά ταξίδια	96	261
Οικογενειακοί Λόγοι	197	189
Φοίτηση σε απομακρυσμένο νησί	21	25
Άλλο	15	7
Σύνολο	1083	1135

Πίνακας 18: Είδη Ταξιδιών

Στο πίνακα 18, φαίνονται τα είδη ταξιδιών, ουσιαστικά οι λόγοι για τους οποίους κάποιος επιλέγει να ταξιδέψει με το ένα μέσο ή με το άλλο. Παρατηρείται, ότι τόσο στο πλοίο όσο και στο αεροπλάνο η πλειοψηφία των επιβατών ταξιδεύει για λόγους αναψυχής και τουρισμού.

Η μεγάλη διαφορά, εντοπίζεται στα επαγγελματικά ταξίδια όπου μια σημαντική πλειοψηφία των ερωτώμενων επιλέγει να ταξιδέψει με αεροπλάνο έναντι του πλοίου. Στις υπόλοιπες κατηγορίες, δεν υπάρχουν άλλες μεγάλες διαφορές μεταξύ των απαντήσεων.

Τρόπος Αγοράς εισιτηρίων	Πλοίο	Αεροπλάνο
Επίσημη Ιστοσελίδα	196	328
Ιστοσελίδες κρατήσεων εισιτηρίων	201	400
Ταξιδιωτικό Πρακτορείο	373	151
Τηλεφωνικά από τα γραφεία της εταιρείας	0	10
Γκισέ από το χώρο του αεροδρομίου	167	3
Άλλο	9	3
Σύνολο	946	895

Πίνακας 19: Τρόπος Αγοράς Εισιτηρίων

Ένα άλλο ερώτημα, είναι ο τρόπος με τον οποίο οι ερωτώμενοι αγοράζουν εισιτήρια για να πραγματοποιήσουν ταξίδια τόσο με το πλοίο όσο και με το αεροπλάνο. Εδώ, παρατηρείται μια σημαντική διαφορά μιας και η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων, κάνει κρατήσεις εισιτηρίων, σχεδόν αποκλειστικά μέσω του Ίντερνετ ενώ σε ότι αφορά την ακτοπλοΐα, οι απαντήσεις είναι πιο διαμοιρασμένες.

Συμπεριφορά προσωπικού	Πλοίο	Αεροπλάνο
Καθόλου Ευγενική	10	2
Λίγο Ευγενική	56	7
Ευγενική	339	61
Αρκετά Ευγενική	400	353
Πολύ Ευγενική	135	464
Σύνολο	940	887

Πίνακας 20: Σύγκριση συμπεριφοράς προσωπικού

Από το πίνακα 20, διακρίνεται η σύγκριση της συμπεριφοράς του προσωπικού στις δύο βιομηχανίες. Παρατηρείται, ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων θεωρούν ότι το προσωπικό καμπίνας του αεροπλάνου είναι πιο εξυπηρετικό από ότι το αντίστοιχο του πλοίου. Ωστόσο, και στις δύο κατηγορίες οι απαντήσεις είναι αρκετά θετικές και για τις δύο κατηγορίες εργαζομένων.

5. Συμπεράσματα

Από τη παραπάνω έρευνα μπορούν να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα τόσο για τη κάθε βιομηχανία ξεχωριστά όσο και συγκρίνοντας τις μεταξύ τους. Μπορούν να βγουν συμπεράσματα τόσο μέσω των δύο βιβλιογραφικών αναφορών που προηγήθηκαν αλλά και μέσω του ερωτηματολογίου που διενεργήθηκε.

5.1 Συμπεράσματα που προκύπτουν από τη βιβλιογραφική αναφορά

Από τη βιβλιογραφική αναφορά, μπορούν να προκύψουν συμπεράσματα τόσο όσο αφορά τη λειτουργία της κάθε αγοράς όσο και πάνω στη σημερινή χρηματοοικονομική κατάσταση των αγορών.

5.1.1 Ακτοπλοϊκή Αγορά

Αρχικά, σε ότι αφορά την ακτοπλοϊκή αγορά παρατηρήθηκε ότι υπήρξε πληθώρα προβλημάτων τα τελευταία χρόνια. Ο κυριότερος λόγος ήταν η οικονομική ύφεση και η κατακόρυφη μείωση της ζήτησης για ακτοπλοϊκές μεταφορές και γενικότερα η πτώση του εσωτερικού τουρισμού. Από ότι παρατηρήθηκε από τους ισολογισμούς των εισηγμένων ακτοπλοϊκών εταιρειών, υπήρξαν πολύ αρνητικά αποτελέσματα τη περίοδο 2010-2014 με αρκετές ζημιές. Οι εταιρείες αυτές, ήταν ταυτόχρονα εκτεθειμένες σε υψηλό τραπεζικό δανεισμό με αποτέλεσμα να έχουν προβλήματα και με τις Ελληνικές τράπεζες.

Επίσης, ένας σημαντικός άλλος παράγοντας ήταν η κατακόρυφη αύξηση της τιμής των καυσίμων κάτι που συνεπάγεται και σε μεγάλη αύξηση των λειτουργικών εξόδων των ακτοπλοϊκών εταιρειών.

Τέλος, ένας άλλος λόγος που δημιούργησε προβλήματα στην αγορά ήταν η είσοδος των low-cost αεροπορικών εταιρειών στην ελληνική αγορά. Οι εν λόγω εταιρείες κατάφεραν να προσφέρουν ναύλους σε τιμές χαμηλότερες ακόμα και από αυτές του ακτοπλοϊκού εισιτηρίου, ενώ ταυτόχρονα κέρδισαν την εμπιστοσύνη των επιβατών σε θέματα ασφάλεια και ξεπέρασαν το εμπόδιο του συνδυασμού «value for money».

Ωστόσο το τελευταίο έτος, υπήρξε μια σημαντική ανάκαμψη για τις εταιρείες αυτές που τους έδωσε μια σημαντική ανάσα για την οικονομική τους βιωσιμότητα. Οι τιμές του πετρελαίου το 2015, ήταν σε ιστορικά χαμηλά επίπεδα κάτι που μείωσε κατά πολύ τα λειτουργικά έξοδα των εταιρειών. Επίσης, η προσφυγική κρίση κατάφερε να δημιουργήσει μια σημαντικά αυξημένη σταθερή ζήτηση καθόλη τη διάρκεια του προηγούμενου έτους.

Σήμερα, η χρηματοοικονομική εικόνα των ακτοπλοϊκών εταιρειών, μετά από πολλά έτη, δείχνει σε καλή κατάσταση ωστόσο είναι πολύ εύθραυστη. Λόγω των παραπάνω συγκυριών οι εταιρείες «διόρθωσαν» τους ισολογισμούς τους.

Από ότι φαίνεται, οι τιμές των καυσίμων αναμένεται και πάλι να αυξηθούν και επίσης η προσφυγική κρίση (μετά τη συμφωνία Ε.Ε.-Τουρκίας) βρίσκεται σε ελεγχόμενο σημείο όπου δε χρειάζεται μαζική μεταφορά των προσφύγων από τα νησιά στην ηπειρωτική Ελλάδα. Συνεπώς, οι ακτοπλοϊκές εταιρείες χρειάζεται να προχωρήσουν σε διορθωτικές ενέργειες προκειμένου να μπορέσουν να έχουν υγιείς οικονομικές καταστάσεις στο μέλλον.

Σε ότι αφορά τη δομή της αγοράς, παρατηρείται ότι η ακτοπλοϊκή αγορά έχει μια ολιγοπωλιακή δομή όπου 4 επενδυτικά σχήματα ελέγχουν ένα τεράστιο ποσοστό της. Επίσης, υπάρχουν πολλές μικρότερες ακτοπλοϊκές εταιρείες οι οποίες όμως δραστηριοποιούνται σε τοπικό- περιφερειακό επίπεδο και όχι στις γραμμές όπου διακινείται η συντριπτική πλειοψηφία των επιβατών.

5.1.2 Αεροπορική Αγορά

Από τη βιβλιογραφική αναφορά, παρατηρείται ότι σε ότι αφορά την αεροπορική αγορά, οι χρηματοοικονομικοί δείκτες των εταιρειών που δραστηριοποιούνται εκεί είναι σε πολύ καλύτερη κατάσταση.

Το ολοένα αυξανόμενο κομμάτι του εξωτερικού τουρισμού, έχει ανεβάσει κατακόρυφα τον αριθμό των επιβατών που διακινούνται στα ελληνικά αεροδρόμια κάτι που έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των επιβατών που χρησιμοποιούν και τις ελληνικές αεροπορικές εταιρείες.

Επιπροσθέτως, όπως και στις ακτοπλοϊκές μεταφορές, η μείωση του κόστους καυσίμων βοήθησε τις αεροπορικές εταιρείες να μειώσουν τα λειτουργικά τους κόστη και συνεπώς να αυξήσουν τη κερδοφορία τους.

Αρκετές αλλαγές στη δομή και στη κερδοφορία της αεροπορικής αγοράς, αναμένεται να επιφέρει η ιδιωτικοποίηση των αεροδρομίων. Η εταιρεία που αναδείχτηκε νικητής του διαγωνισμού, ανακοίνωσε ότι στο μέλλον αναμένεται αύξηση των φόρων στα περιφερειακά αεροδρόμια κάτι που μπορεί να μειώσει τη κερδοφορία των αεροπορικών εταιρειών.

Σε ότι αφορά τη δομή της αγοράς, με τη θεσπισμένη Ευρωπαϊκή νομοθεσία καθίσταται σαφές ότι και η αεροπορική αγορά λειτουργεί στο πλαίσιο της ελεύθερης αγοράς και του *laissez-faire*. Αν και κάτι τέτοιο δεν έχει επιτευχθεί πλήρως στην Ελληνική επικράτεια, υπάρχουν συνεχώς νεοεισερχόμενοι παίκτες που δραστηριοποιούνται και σε μεγαλύτερες και σε μικρότερες γραμμές.

Ο άτυπος εθνικός αερομεταφορέας, η Aegean Airlines, κατέχει τα σκήπτρα σε ότι αφορά τη κερδοφορία και τη πλειοψηφία των επιβατών που διακινούνται στην Ελλάδα. Η Aegean, εμφανίζει μια δυναμική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια έχοντας συνεχόμενη κερδοφορία και ανανεώνοντας συνεχώς το στόλο της.

Τα τελευταία χρόνια, εμφανίστηκαν στην Ελλάδα και οι low-cost αεροπορικές εταιρείες με πρώτη την Easy Jet και στη συνέχεια τη Ryanair να ξεκινούν να δραστηριοποιούνται τόσο στο Ελευθέριος Βενιζέλος όσο και σε άλλα περιφερειακά αεροδρόμια. Οι εταιρείες αυτές, είχαν αρχικά regional flights από την Αθήνα σε άλλους Ευρωπαϊκούς προορισμούς ενώ η Ryanair προχώρησε την επένδυση της και έβαλε πτήσεις και στις πιο κερδοφόρες εσωτερικές αεροπορικές γραμμές.

Λόγω όλων αυτών, πλέον στην εσωτερική αεροπορική αγορά έχει δημιουργηθεί ένας έντονος ανταγωνισμός μεταξύ της Aegean Airlines και της low-cost Ryanair. Αυτό το ανταγωνιστικό κλίμα, διαφαίνεται περισσότερο στις πιο επικερδείς γραμμές (π.χ. Αθήνα-Θεσσαλονίκη) και όχι τόσο στις «άγονες» γραμμές όπου η Aegean ουσιαστικά δραστηριοποιείται μόνη της χωρίς κάποιο ανταγωνιστή.

5.2 Συμπεράσματα που προκύπτουν από το ερωτηματολόγιο

Αρχικά, για να εξαχθούν τα απαραίτητα συμπεράσματα θα πρέπει να γίνει εστίαση στο προφίλ των ερωτηθέντων που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο.

Από τις απαντήσεις που δόθηκαν, φάνηκε το γεγονός ότι πρόκειται για ανθρώπους μεγαλύτερης ηλικίας οι οποίοι ταξιδεύουν κυρίως με την οικογένεια τους και διαθέτουν ένα σχετικά υψηλό εισόδημα.

5.2.1 Ακτοπλοϊκή Αγορά

Σε ότι αφορά την ακτοπλοϊκή αγορά, παρατηρήθηκε ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων δε ταξιδεύει πολλές φορές το χρόνο με το πλοίο και επίσης χρησιμοποιεί το πλοίο για λόγους αναψυχής.

Προτιμούν να κάνουν κράτηση τα εισιτήρια τους είτε μέσω του διαδικτύου είτε μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων. Επίσης προτιμούν να χρησιμοποιούν το πλοίο γιατί είναι ένα πολύ οικονομικό μέσο αλλά και γιατί σε πολλούς προορισμούς δεν υπάρχει ανταγωνιστικό μέσο μεταφοράς.

Οι ακτοπλοϊκές γραμμές που χρησιμοποιούνται περισσότερο, είναι αυτές των Κυκλάδων, της Κρήτης αλλά και του Βορειοανατολικού Αιγαίου. Οι ερωτώμενοι θεωρούν ως κυριότερο πρόβλημα της αγοράς τις υψηλές τιμές των εισιτηρίων, τη μεγάλη διάρκεια των ταξιδιών αλλά και το γερασμένο στόλο των πλοίων. Ωστόσο, από τη βιβλιογραφική αναφορά παρατηρήθηκε ότι ο ελληνικός ακτοπλοϊκός στόλος είναι εκ των νεότερων στην Ευρώπη.

Τέλος, σε ότι αφορά τη ταξιδιωτική εμπειρία των επιβατών στο πλοίο, οι επιβάτες φαίνονται ότι έχουν μια μέτρια ικανοποίηση από τις προσφερόμενες υπηρεσίες του πλοίου.

5.2.2 Αεροπορική Αγορά

Η αεροπορική αγορά, έχει αρκετές διαφορές σε ότι αφορά τις απαντήσεις που δόθηκαν στο ερωτηματολόγιο. Αρχικά, παρατηρείται μια τάση των ατόμων να ταξιδεύουν λίγο περισσότερο με το αεροπλάνο από ότι με το πλοίο.

Επίσης, οι Ευρωπαϊκοί προορισμοί είναι περισσότερο δημοφιλείς από ότι οι Ελληνικοί προορισμοί κάτι που δεν παρατηρήθηκε στην ακτοπλοϊκή αγορά. Οι ερωτώμενοι προτιμούν το αεροπλάνο κυρίως λόγω της ταχύτητας του, των οικονομικών εισιτηρίων που διατίθενται πλέον στην αγορά αλλά και από την εξυπηρέτηση που παρέχουν οι αεροπορικές εταιρείες.

Η συντριπτική πλειοψηφία των επιβατών πραγματοποιούν ταξίδια με το αεροπλάνο για λόγους αναψυχής ενώ μια σχετικά μεγάλη πλειοψηφία πραγματοποιεί ταξίδια και για επαγγελματικούς λόγους.

Πάνω από το 85% των ερωτώμενων προτιμά να κλείνει τα αεροπορικά εισιτήρια του μέσω ηλεκτρονικών μέσων διανομής και όχι τόσο από ταξιδιωτικά πρακτορεία. Τέλος, η ταξιδιωτική εμπειρία που έχουν οι επιβάτες είναι πολύ καλή μιας και η πλειοψηφία των απαντήσεων που δόθηκαν σε αυτό το τομέα είναι πολύ θετικές.

6. Προτάσεις για περαιτέρω ανάπτυξη των αγορών

Εν κατακλείδι, παρατηρείται ότι και οι δύο αγορές μπορεί να αντιμετωπίζουν διαφορετικού είδους προβλήματα, ωστόσο έχουν την ευκαιρία να αναπτυχθούν ώστε να μπορούν οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται εκεί να έχουν μια σταθερή και μακροπρόθεσμη οικονομική βιωσιμότητα και κερδοφορία.

Στο εν λόγω κεφάλαιο, δίνονται προτάσεις που αφορούν αλλαγές το τρόπο λειτουργίας των δύο αγορών αλλά και το πώς οι δύο βιομηχανίες μπορούν να αναπτυχθούν και να αυξήσουν το συνολικό τζίρο τους.

6.1 Προτάσεις για την Ακτοπλοϊκή Αγορά

Είναι γεγονός ότι, η ακτοπλοϊκή αγορά αντιμετωπίζει πολλά προβλήματα σε ότι αφορά την οικονομική βιωσιμότητα των εταιρειών που την απαρτίζουν. Πέρα όλων των προβλημάτων που υπάρχουν τα τελευταία χρόνια, ένα άλλο σημαντικό θέμα για τις ακτοπλοϊκές εταιρείες είναι η υπάρχουσα δομή της αγοράς.

6.1.1 Η δημιουργία Hub and Spoke δικτύου

Συνεπώς μια πρώτη πρόταση για την αλλαγή της διάρθρωσης της ακτοπλοϊκής αγοράς είναι η δημιουργία δικτύου hub and spoke (κόμβων και δικτύων) ,στα πρότυπα της αεροπορικής αγοράς, και αλλαγή της υπάρχουσας δομής.

Αρχικά, για να γίνει κατανοητή η αλλαγή αυτή θα πρέπει να γίνει αναφορά στην έννοια του hub and spoke. Το δίκτυο hub and spoke είναι διαδεδομένο σε πληθώρα μέσων μεταφοράς και χρησιμοποιείται ως μοντέλο μεταφοράς στα περισσότερα εμπορικά και επιβατηγά δίκτυα.

Είναι ένα πλήρως διασυνδεδεμένο δίκτυο με ροή επιβατών και αγαθών μεταξύ δύο σημείων του κόμβου (hub) και του τερματικού σταθμού (spoke). Μέσω αυτού, οι μεταφορικές εταιρείες (Είτε πρόκειται για ναυτιλιακές είτε για άλλου είδους εταιρείες) επωφελούνται από τις οικονομίες κλίμακας.

Η διαδικασία που ακολουθείται στο δίκτυο hub and spoke είναι ότι στέλνονται μαζικά αγαθά/επιβάτες από το τερματικό σταθμό στο κόμβο, στο κόμβο γίνεται η διαλογή τους και ο διαχωρισμός τους ανάλογα με το τελικό τους προορισμό, και εν τέλει από το κόμβο τα πράγματα στέλνονται στο τελικό τερματικό-προορισμό τους.



Εικόνα 2: Παράδειγμα δικτύου Hub and Spoke

Για να γίνει πιο κατανοητή η εν λόγω θεωρία, μια ενδεικτική λειτουργία του δικτύου hub and spoke φαίνεται στην εικόνα 2.

Έστω ότι ένα πακέτο πρέπει να σταλεί από το Miami στο Memphis. Το πακέτο αρχικά θα σταλεί μαζικά (μαζί με άλλα πακέτα που πάνε σε άλλους προορισμούς π.χ. στην Indianapolis) στην Atlanta που είναι ο κόμβος-hub. Στη συνέχεια, πραγματοποιείται ο διαχωρισμός των πακέτων στην Atlanta και το πακέτο εν τέλει στέλνεται στο τελικό προορισμό-τερματικό στο Memphis.

(Πηγή: The reliable hub-and-spoke design problem: Models and Algorithms; Yu An, Yu Zhang, Bo Zeng; Transportation Research Part B; Ημερομηνία Έκδοσης: 2014; Διαθέσιμο στο: www.sciencedirect.com)

Σήμερα, αν και στη συντριπτική πλειοψηφία των δικτύων στην Ευρώπη εφαρμόζεται αυτή η τακτική, κάτι τέτοιο δεν εφαρμόζεται στο δίκτυο της Ελληνικής ακτοπλοΐας.

Ο τρόπος λειτουργίας της εν λόγω αγοράς είναι ότι μεγάλα σε μέγεθος πλοία αναχωρούν από τους ηπειρωτικούς λιμένες και ταξιδεύουν απευθείας σε μικρά και μεγάλα νησιά. Κάτι τέτοιο ωστόσο δεν είναι προς το συμφέρον των ακτοπλοϊκών εταιρειών. Τα πλοία αυτά, καταλήγουν να είναι άδεια τους περισσότερους μήνες του χρόνου καθώς ελάχιστοι επιβάτες ταξιδεύουν προς αυτά τα νησιά κυρίως το χειμώνα.

Αυτό που προτείνεται ουσιαστικά είναι, αντί ένα πλοίο να αναχωρεί παραδείγματος χάριν από το Πειραιά και να εκτελεί πλόες προς όλα τα νησιά των Κυκλάδων, να αναχωρεί από το Πειραιά και να πηγαίνει μόνο προς τη Σύρο (που θα είναι ο κεντρικός λιμένας-hub) και από εκεί οι επιβάτες με άλλα πολύ μικρότερα πλοία θα μεταφέρονται προς τα άλλα νησιά των Κυκλάδων.

Μέσω αυτού, επιτυγχάνονται τα εξής οφέλη:

1. Μειώνεται ο χρόνος ταξιδιών των μεγαλύτερων πλοίων. Μέσω αυτού εξοικονομούνται μεγάλα ποσά που δαπανώνται για την αγορά καυσίμων από τις ακτοπλοϊκές εταιρείες.
2. Τα πλοία ταξιδεύουν με μεγαλύτερη χωρητικότητα καθόλη τη διάρκεια του έτους. Όλοι οι επιβάτες που ταξιδεύουν στις Κυκλάδες θα πρέπει να χρησιμοποιούν το πλοίο που ταξιδεύει από το λιμάνι προς το hub και μετά θα διαχωρίζονται στα άλλα μικρότερα πλοία. Συνεπώς, τα πλοία θα ταξιδεύουν με περισσότερους επιβάτες για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα και όχι μόνο τους καλοκαιρινούς μήνες.

3. Εξυπηρετούνται καλύτερα τα ακριτικά νησιά. Μέσω του δικτύου hub and spoke τα μικρότερα ακριτικά νησιά (π.χ. οι Οινούσες ή οι Φούρνοι) θα έχουν συνεχής επαφή με την ηπειρωτική Ελλάδα μιας και θα εξυπηρετούνται καθημερινά με μικρότερα πλοία τα οποία θα τα ενώνουν με τα κεντρικά νησιά και συνεπώς με τα μεγαλύτερα πλοία που ταξιδεύουν από/προς την Ηπειρωτική Ελλάδα.
4. Οι ακτοπλοϊκές εταιρείες δεν θα έχουν τόσα πολλά πλοία-πάγια. Κάτι τέτοιο είναι πολύ σημαντικό για τις ακτοπλοϊκές εταιρείες. Τους καλοκαιρινούς μήνες, υπάρχει υπερβάλλουσα ζήτηση για μεταφορά και συνεπώς όλα τα πλοία των εταιρειών είναι με σχεδόν 100% πληρότητα. Ωστόσο τους χειμερινούς μήνες η πληρότητα συρρικνώνεται σε πολύ μικρότερα ποσοστά και πολλά μεγαλύτερα πλοία ταξιδεύουν με ελάχιστους επιβάτες. Μέσω αυτού οι ακτοπλοϊκές εταιρείες μπορούν να προσαρμόσουν καλύτερα τη χωρητικότητα που θα προσφέρουν σε σχέση με αυτή που ζητείται καθόλη τη διάρκεια του χρόνου.

Γενικότερα, με τη χρήση αυτής της τακτικής υπάρχει πολύ μεγαλύτερη ελαστικότητα σε ότι αφορά τα δρομολόγια των πλοίων αλλά και στη προσαρμογή που πρέπει να έχουν οι ακτοπλοϊκές εταιρείες στην υψηλή εποχικότητα και στις διακυμάνσεις της ζήτησης για ακτοπλοϊκές μεταφορές.

Επίσης θα υπάρξει και μεγαλύτερη περιφερειακή και νησιωτική ανάπτυξη στις πιο απομακρυσμένες νησιωτικές περιοχές της Ελλάδας. Στα νησιά- hubs θα δημιουργηθούν νέες δομές οι οποίες μπορούν να εξυπηρετούν και μεγαλύτερα πλοία και δομές που θα μπορούν να εξυπηρετούν και μεγαλύτερο αριθμό επιβατών. Αυτό, μπορεί να βοηθήσει τα νησιά και στη κρουαζιέρα καθώς μεγάλα κρουαζιερόπλοια θα μπορούν να προσεγγίζουν περισσότερα νησιά.

Ωστόσο για να μπορέσει να λειτουργήσει αυτό το δίκτυο στη νησιωτική Ελλάδα, θα πρέπει να υπάρξουν αλλαγές τόσο στις δομές των λιμένων όσο και στη διαδικασία που θα ακολουθείται. Οι σημαντικότερες αλλαγές είναι:

1. Οι κεντρικοί λιμένες-hub των νησιών πρέπει να αναβαθμιστούν προκειμένου να μπορούν να εξυπηρετήσουν μεγάλο αριθμό επιβατών αλλά και μεγάλο αριθμό πλοίων. Πρέπει να δημιουργηθούν terminals,

στα πρότυπα των αεροδρομίων, στα οποία θα μπορούν να εξυπηρετηθούν οι επιβάτες καθόλη τη διάρκεια παραμονής τους στο λιμάνι. Επίσης, καλό είναι να γίνουν χώροι εστίασης μέσα στο λιμάνι και γενικότερα χώροι που θα μπορεί κάποιος να ξεκουραστεί. Επίσης, πρέπει να χτιστούν χώροι αποθήκευσης και διαλογής φορτίων και αποσκευών.

2. Οι ακτοπλοϊκές εταιρείες επίσης, πρέπει να μπορούν να εναρμονίσουν τα δρομολόγια τους με βάση αυτή τη τακτική. Είναι αναγκαίο να μην υπάρχει πολύς χρόνος αναμονής των επιβατών στο hub και να μπορεί να μεταφερθεί σχετικά γρήγορα από το μεγαλύτερο πλοίο στο μικρότερο και το αντίστροφο.
3. Περισσότερο προσωπικό θα πρέπει να προσληφθεί στους λιμένες (είτε υπό την αιγίδα των λιμενικών αρχών είτε στις ακτοπλοϊκές εταιρείες) προκειμένου να μπορεί να εξυπηρετήσει τους επιβάτες.
4. Οι λιμενικές αρχές των κεντρικών λιμένων-hubs πρέπει να φροντίσουν ώστε να έχουν δημιουργήσει περισσότερα του ενός terminals στα λιμάνια όπου θα μπορούν να τα προσεγγίζουν και μεγαλύτερα αλλά και μικρότερα πλοία.

Το δίκτυο αυτό, δεν γίνεται να δημιουργηθεί σε όλες τις περιπτώσεις και σε όλα τα δρομολόγια που υπάρχουν στην ελληνική ακτοπλοΐα. Για παράδειγμα, το μοντέλο που υπάρχει στα δρομολόγια της Κρήτης δε μπορεί να μεταβληθεί μιας και μιλάμε για συγκεκριμένα μεγάλα λιμάνια. Ωστόσο, σε ότι αφορά τις γραμμές των Κυκλάδων και των Δωδεκανήσων, αυτό το μοντέλο μπορεί να εφαρμοστεί καθώς υπάρχουν πολλά και μικρότερα νησιά.

6.2 Προτάσεις για την αεροπορική αγορά

Η αεροπορική αγορά είναι ένας κλάδος με διαφορετική δομή και διαφορετικές απαιτήσεις. Τόσο από τις απαντήσεις του ερωτηματολογίου όσο και από τις τάσεις της αγοράς, παρατηρήθηκε ότι οι Ευρωπαϊκές- Regional πτήσεις είναι αυτές που χρησιμοποιούνται περισσότερο από του επιβάτες τόσο στην Ελλάδα όσο και στις περισσότερες χώρες του δυτικού κόσμου.

Παρατηρήθηκε μια μεγάλη αύξηση αυτών των ταξιδιών κυρίως λόγω και της δημιουργίας των low-cost αεροπορικών εταιρειών οι οποίες δραστηριοποιούνται τόσο στην Ευρωπαϊκή όσο και στην Αμερικανική ήπειρο. Πληθώρα επιβατών πλέον χρησιμοποιούν αυτές τις εταιρείες και ταξιδεύουν σε άλλες χώρες με έναν πολύ οικονομικό τρόπο.

Πιο συγκεκριμένα, στην Ευρωπαϊκή ήπειρο δραστηριοποιούνται 19 low-cost αεροπορικές εταιρείες, οι οποίες πλέον διατηρούν τα σκήπτρα στις Ευρωπαϊκές αεροπορικές μεταφορές. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 50% της αεροπορικής επιβατηγού κίνησης εντός Ευρώπης είναι υπό τη διαχείριση μόλις 9 low-cost αεροπορικών εταιρειών.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό που πρέπει να ληφθεί υπόψιν, είναι το γεγονός ότι στη κάθε χώρα ή στη κάθε περιοχή της Ευρωπαϊκής ηπείρου υπάρχει διαφορετική ωρίμανση σε ότι αφορά την αεροπορική αγορά. Για παράδειγμα, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ισπανία, η Ιταλία και η Γερμανία κατέχουν το 58% ολόκληρης της Ευρωπαϊκής αγοράς σε ότι αφορά της θέσεις.

6.2.1 Δημιουργία city airport

Λόγω της ιλιγγιώδους ανάπτυξης των low-cost αεροπορικών εταιρειών και λόγω και της μεγάλης αύξησης των δρομολογίων και των πτήσεων, πολλές Ευρωπαϊκές πρωτεύουσες έχουν προχωρήσει στη δημιουργία αεροδρομίων εντός του αστικού ή πολύ κοντά στον αστικό ιστό, τα οποία εξυπηρετούν τις πτήσεις των low-cost αεροπορικών εταιρειών.

Χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα του αεροδρομίου του Ciampino στη Ρώμη, του Charleroi στις Βρυξέλλες αλλά και του Modlin στη Βαρσοβία. Όλα αυτά τα αεροδρόμια δεν ακολουθούν τη παραδοσιακή δομή των μεγάλων Ευρωπαϊκών αεροδρομίων.

Είναι γεγονός ότι μια ειδοποιός διαφορά των low-cost αεροπορικών εταιρειών, σε σχέση με τις υπόλοιπες, είναι η ευρεία χρήση των λεγόμενων secondary airports. Οι εταιρείες αυτές, προτιμούν τα secondary ή τα περιφερειακά αεροδρόμια καθώς εκεί

υπάρχουν χαμηλότεροι φόροι και είναι σε θέση να κάνουν καλύτερες συμφωνίες με τις διοικήσεις των αεροδρομίων.

Επιπροσθέτως, αυτό που φάνηκε από έρευνες είναι ότι οι low-cost αεροπορικές εταιρείες ενδιαφέρονται αποκλειστικά και μόνο στο να μειώσουν τα έξοδα τους και μόνο για αυτό πιέζουν τις διοικήσεις των αεροδρομίων.

(Πηγή: The role of secondary airports for today's low-cost carrier business models: The European case, M.Dziedzic- D. Warnock-Smith; Ημερομηνία: 04/03/2016; Διαθέσιμο στο: www.sciencedirect.com)

Σε ότι αφορά την Ελληνική αεροπορική αγορά, παρατηρείται ότι οι εν λόγω αεροπορικές εταιρείες έχουν ξεκινήσει να διεισδύουν στην ελληνική αγορά δραστηριοποιούμενες σε πολύ μεγάλα περιφερειακά αεροδρόμια. Χαρακτηριστικά είναι τα παραδείγματα του αεροδρομίου Μακεδονία στη Θεσσαλονίκη, του αεροδρομίου των Χανίων, του Ηρακλείου, της Ρόδου αλλά και της Σαντορίνης.

Τόσο η Ryanair όσο και η Easy Jet όσο και άλλες Low-Cost εταιρείες έχουν προσπαθήσει να μουν και στην αγορά της Αθήνας κάνοντας πτήσεις στο Ελευθέριος Βενιζέλος. Μάλιστα, ακόμη και σήμερα οι δύο αυτές εταιρείες έχουν δρομολόγια τόσο προς τους προορισμούς του εσωτερικού όσο και προς τους Ευρωπαϊκούς προορισμούς.

Ωστόσο, οι Low-Cost εταιρείες δε μπορούν να αντέξουν την υψηλή φορολόγηση που έχει το Ελευθέριος Βενιζέλος (Η οποία είναι δικαιολογημένη λόγω των ποιοτικών παροχών που έχει το αεροδρόμιο) και για αυτό το λόγο μειώνουν τις διαθέσιμες θέσεις για την αγορά της Αθήνας. Μάλιστα φέτος η Ryanair αποφάσισε να μειώσει τις διαθέσιμες θέσεις κατά 500.000 που αντιστοιχεί σε μείωση της τάξης του 22%.

(Πηγή: Ηλεκτρονικό Άρθρο, Ryanair: Κόβει 500.000 θέσεις από Αθήνα, www.news247.gr & www.naftemporiki.gr ,Κωστής Χριστοδούλου, Ημερομηνία: 31/01/2017; Ηλεκτρονικό Άρθρο)

Αυτό που προτείνεται λοιπόν, είναι η δημιουργία ενός δεύτερου αεροδρομίου στα πρότυπα των «δεύτερων» Ευρωπαϊκών αεροδρομίων που εξυπηρετούν αυτές τις low-cost εταιρείες.

Πρόκειται για ένα αρκετά μικρότερο αεροδρόμιο, με πολύ λιγότερα terminals από το Ελευθέριος Βενιζέλος, το οποίο ουσιαστικά θα εξυπηρετεί μόνο τις low-cost εταιρείες

και θα προσφέρει αυτά ακριβώς που θέλουν. Θα έχει πολύ λίγες παρεχόμενες υπηρεσίες και θα προσφέρει τους χαμηλότερους δυνατούς φόρους προκειμένου να εξασφαλίσει τη κερδοφορία του.

Ιδανικά, ένα τέτοιο αεροδρόμιο μπορεί να έχει τα εξής χαρακτηριστικά:

1. Μικρό σε μέγεθος, με λίγα terminals για μικρού και μεσαίου μεγέθους αεροπλάνα. Τα terminals να δημιουργηθούν με τον οικονομικότερο τρόπο.
2. Να έχει λίγες παροχές για τους επιβάτες. Δε χρειάζεται να υπάρχουν οι παροχές που έχει το Ελευθέριος Βενιζέλος παρά μόνο κάποιοι χώροι συγκέντρωσης για τους επιβάτες προκειμένου να περιμένουν τη πτήση τους.
3. Να είναι κοντά στον αστικό ιστό. Θα ήταν καλό το αεροδρόμιο να μην είναι μακριά από τη πόλη και ιδανικά ο κόσμος να εξυπηρετείται από αστική συγκοινωνία (π.χ. από μετρό).
4. Σημαντικό επίσης είναι να υπάρχει απευθείας και γρήγορη σύνδεση με τα λιμάνια της Αττικής (κυρίως με το Πειραιά) προκειμένου οι επιβάτες να μπορούν άμεσα να μεταβούν εκεί για να ταξιδέψουν με το πλοίο. Επίσης, πρέπει να υπάρχει άμεση σύνδεση με το κεντρικό αεροδρόμιο της Αθήνας για τυχόν μεταβιβάσεις-transits.

Ένα τέτοιο αεροδρόμιο θα έχει πολλαπλά οφέλη τόσο για το τουρισμό στην Αττική όσο και για το τουρισμό σε όλη την Ελλάδα. Πιο αναλυτικά, τα οφέλη που θα υπάρξουν είναι τα εξής:

1. Αύξηση του τουρισμού στην Αθήνα. Για τους τουρίστες του εξωτερικού, η Αθήνα θεωρείται απλά ένας δευτερεύων προορισμός πριν ταξιδέψουν στα νησιά όπου θεωρείται ο κύριος προορισμός τους, ιδίως το καλοκαίρι. Μέσω αυτού, οι τουρίστες του εξωτερικού θα έχουν πολύ φθηνή πρόσβαση στην Αθήνα άρα είναι πιο πιθανό να έρθουν στην Ελλάδα μόνο για να κάνουν city-sightseeing στην πρωτεύουσα. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν αυτά της Βουδαπέστης και της Μπρατισλάβα όπου με την είσοδο της Ryanair, η τουριστικής τους κίνηση αυξήθηκε κατακόρυφα.
2. Επιμήκυνση της περιόδου τουρισμού στην Αθήνα. Με το να υπάρχουν όλο το χρόνο low-cost πτήσεις στην Αθήνα, θα μπορεί να ταξιδεύει κόσμος και τη χειμερινή περίοδο.
3. Αύξηση των τουριστών στην Ελλάδα γενικότερα.

4. Ανάπτυξη της περιοχής όπου θα χτιστεί το αεροδρόμιο.
5. Ανάπτυξη και άλλων κλάδων του τουρισμού και των μεταφορών λόγω της αύξησης της επιβατηγού κίνησης.

Λόγω όλων των παραπάνω λόγων, αν και το κόστος μπορεί να είναι πολύ υψηλό, η δημιουργία ενός τέτοιου αεροδρομίου μπορεί να φέρει τουριστική ανάπτυξη στη πρωτεύουσα και κυρίως μπορεί να προσφέρει άμεσα και έμμεσα νέες θέσεις εργασίας.

Σημαντική προϋπόθεση για να πετύχει το εν λόγω εγχείρημα είναι η δημιουργία νέων ξενοδοχειακών μονάδων στην Αθήνα μιας και θεωρείται ότι η πρωτεύουσα δεν έχει πολλά ξενοδοχεία σε σύγκριση με άλλες Ευρωπαϊκές πρωτεύουσες και ίσως να μην μπορεί να εξυπηρετήσει την αυξανόμενη τουριστική κίνηση και ζήτηση.

(Πηγές: Ηλεκτρονικό Άρθρο, Ryanair: Κόβει 500.000 θέσεις από Αθήνα, www.news247.gr & www.naftemporiki.gr ,Κωστής Χριστοδούλου, Ημερομηνία: 31/01/2017; Ηλεκτρονικό Άρθρο, The role of secondary airports for today's low-cost carrier business models: The European case, M.Dziedzic- D. Warnock-Smith; Ημερομηνία: 04/03/2016; Διαθέσιμο στο: www.sciencedirect.com)

7. Θέματα για περαιτέρω ανάπτυξη

Μερικά θέματα για περαιτέρω ανάπτυξη αυτής της διπλωματικής εργασίας, θα μπορούσαν να είναι:

1. Το αντίκτυπο των ιδιωτικοποιήσεων των Ελληνικών αεροδρομίων στην αγορά των αερομεταφορών.
2. Δομική Ανάλυση της αεροπορικής αγοράς
3. Εξέταση βιωσιμότητας των συνδυασμένων μεταφορών ακτοπλοΐας-αερομεταφορών στην Ελλάδα
4. Το αντίκτυπο της οικονομικής κρίσης στην ακτοπλοϊκή αγορά
5. Η συμβολή της αεροπορικής αγοράς στην ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος
6. Ανάλυση του νομοθετικού πλαισίου της Αεροπορικής αγοράς
7. Ανάλυση του νομοθετικού πλαισίου της Ακτοπλοϊκής αγοράς- αλλαγές και βελτιώσεις
8. Εκτενής ανάλυση βιωσιμότητας ενός νέου δικτύου hub and spoke στην Ελληνική ακτοπλοϊκή αγορά
9. Ανάλυση βιωσιμότητας δεύτερου αεροδρομίου στην Αθήνα

8. Βιβλιογραφία

Η Βιβλιογραφία που χρησιμοποιήθηκε για την εν λόγω διπλωματική εργασία ήταν η εξής:

1. Ελληνικές πηγές:

- I.O.B.E, «Η Συμβολή της ακτοπλοΐας στην Ελληνική Οικονομία, 2014, Διαθέσιμο στο: http://iobe.gr/docs/research/RES_05_F_04112014_REP_GR.pdf
- Έκθεση XTRC Business Consultants για την Ελληνική Ακτοπλοΐα 2015, Διαθέσιμο στο: http://www.xrtc.gr/docs/Industry_Reports/2015/XRTC_Ferry%20Market%20Report%202015.pdf
- ICAP Group, Ελληνική Επιβατηγός Ναυτιλία, Δελτίο Τύπου «Πτωτικά Κινείται τα τελευταία χρόνια η αγορά της ελληνικής επιβατηγού ναυτιλίας», Μάιος 2016, Διαθέσιμο στο: <http://www.icap.gr/>
- Επίσημος ιστότοπος της Hellenic Seaways <https://hellenicseaways.gr>, Οικονομικές καταστάσεις χρήσης 2015, ετήσιο δελτίο χρήσης 2015 & συνοπτική ενημέρωση
- Επίσημος Ιστότοπος της ANEK Lines: www.anek.gr, Ενημέρωση Επενδυτών, ετήσια οικονομική έκθεση 2015
- Επίσημος ιστότοπος blue star ferries: www.bluestarferries.gr/el
- επίσημος ιστότοπος Attica Group: <http://www.attica-group.com/>, ενημέρωση επενδυτών ισολογισμός 2015
- Επίσημος ιστότοπος Minoan Lines: www.minoan.gr, ενημέρωση επενδυτών για το 2015
- www.nautilia.gr; Ακτοπλοΐα: Οι πρόσφυγες αναπληρώνουν τη πώση της τουριστικής κίνησης
- <http://www.capital.gr/story/3156205>, ICAP: Ανοδικά τα τελευταία χρόνια η αγορά των ελληνικών αεροπορικών εταιρειών, Σεπτέμβριος 2016
- Επίσημος ιστότοπος Aegean Airlines, www.aegeanair.gr, Ενημέρωση Επενδυτών & Οικονομικές Καταστάσεις
- Επίσημος ιστότοπος Astra-Airlines: <http://www.astra-airlines.gr/>

- Επίσημος ιστότοπος Sky Express: www.skyexpress.gr
- Ιστότοπος: <http://www.capital.gr/>, Justin Bachman, Γιατί οι αεροπορικές εταιρείες χρειάζονται συμμαχίες; Ιούλιος 2010
- Ηλεκτρονική μορφή Καθημερινής: <http://www.kathimerini.gr/>, Στην κοινοπραξία Fraport-Slentel τα 14 περιφερειακά αεροδρόμια, Βαγγέλης Μανδραβέλης, Δεκέμβριος 2015
- Ηλεκτρονικό Άρθρο, Ryanair: Κόβει 500.000 θέσεις από Αθήνα, Ιστότοπος: www.news247.gr & Ιστότοπος: www.naftemporiki.gr, Κωστής Χριστοδούλου, Ημερομηνία: 31/01/2017
- www.yna.gr (Επίσημος ιστότοπος υπουργείου ναυτιλίας)
- <http://www.statistics.gr/> (Επίσημος ιστότοπος Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας)
- Ενημερωτικός ιστότοπος για την ακτοπλοΐα: www.arxipelagos.com
- Για τις τιμές των καυσίμων έγινε ειδική αναφορά σε όλες τις οικονομικές εκθέσεις των ακτοπλοϊκών εταιρειών για το 2015
- Evangelos Sambracos & Marina Maniati, 2014. "Financial Crisis & Passenger Shipping: Evidence from Greece", SPOUDAI Journal of Economics and Business, vol. 64(2), pages 40-49, April-Jun.,
- Konstantinos Rigas & Evangelos Sambracos & Androniki Gatzoli, 2011. "Air and sea transport: Competition strategies under normal and economic crisis environments," SPOUDAI Journal of Economics and Business, vol. 61(3-4), pages 65-84
- Sambracos, Evangelos & Rigas, Konstantinos, 2007. "Passenger reactions to market deregulation: First results from the experience of the Greek islands market," Journal of Air Transport Management, Elsevier, vol. 13(2), pages 61-66.

2. Διεθνείς Πηγές:

- Επίσημο site της Eurostat: Passenger Transport Statistics, Data From January 2016, Διαθέσιμο στο: ec.europa.eu
- Επίσημος Ιστότοπος Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, <http://www.europarl.europa.eu/>, Αεροπορικές μεταφορές: Κανόνες της αγοράς, Σεπτέμβριος 2016
- Stefano De Luca; Modelling airport choice behavior for direct flights, connecting flights and different travel plans; Journal of Transport Geography. Διαθέσιμο στο: www.sciencedirect.com
- The reliable hub-and-spoke design problem: Models and Algorithms; Yu An, Yu Zhang, Bo Zeng; Transportation Research Part B; Ημερομηνία Έκδοσης: 2014; Διαθέσιμο στο: www.sciencedirect.com
- Ηλεκτρονικό Άρθρο, The role of secondary airports for today's low-cost carrier business models: The European case, M.Dziedzic- D. Warnock-Smith; Ημερομηνία: 04/03/2016; Διαθέσιμο στο: www.sciencedirect.com
- Επίσημος ιστότοπος Ryanair: www.ryanair.com , Εταιρικό & Σχετικά με εμάς

9. Αρκτικόλεξο

Μερικές συντομογραφίες που γράφτηκαν στην εν λόγω διπλωματική εργασία, εξηγούνται παρακάτω.

1. Ι.Ο.Β.Ε: Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
2. Α.Ε.Π: Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν
3. Φ.Π.Α: Φόρος Προστιθέμενης Αξίας
4. Α.Ν.Ε.Κ: Ανώνυμη Ναυτιλιακή Εταιρεία Κρήτης
5. Ι.Χ.: Ιδιωτικής Χρήσης
6. ΛΑ.Ν.Ε: Ναυτιλιακή Εταιρεία Λασιθίου
7. Ν.Ε.Λ: Ναυτιλιακή Εταιρεία Λέσβου
8. Ε.Ε.: Ευρωπαϊκή Ένωση
9. S.W.O.T: Strengths -Weaknesses- Opportunities- Threats
10. Η.Π.Α: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
11. Β.Α Αιγαίο: Βορειοανατολικό Αιγαίο
12. Α.Ε.: Ανώνυμη Εταιρεία

Παράρτημα 1: Συνοπτικές Ερωτήσεις Ερωτηματολογίου

Στο παράρτημα 1, δίνονται οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου συνοπτικά όπως αυτές δόθηκαν και απαντήθηκαν από τους ερωτώμενους.

Τίτλος: Ανταγωνισμός ακτοπλοΐας- αερομεταφορών στον Ελληνικό χώρο

Αρχικό Κείμενο: Στα πλαίσια ερευνητικού προγράμματος από το πανεπιστήμιο Πειραιώς, για τη διπλωματική μου εργασία θα σας παρακαλούσα να απαντήσετε στα παρακάτω ερωτήματα. Δε θα χρειαστεί να διαθέσετε περισσότερα από 5 λεπτά. Σας ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας.

1. Επιλέξτε το φύλλο σας:

Ανδρας

Γυναίκα

2. Επιλέξτε την ηλικία σας:

14-18

19-25

26-30

31-39

40-50

51-60

61+

3. Επιλέξτε την οικογενειακή σας κατάσταση:

Μόνος

Παντρεμένος με Οικογένεια

Με σύντροφο

Άλλο

4. Επιλέξτε το τόπο κατοικίας σας:

Αττική

Θεσσαλονίκη

Κρήτη

Πελοπόννησος

Θεσσαλία

Θράκη

Ήπειρος

Νησιά Ιονίου

Νησιά Β.Α. Αιγαίου

Κυκλάδες

Δωδεκάνησα

Μακεδονία

Στερεά Ελλάδα

5. Με τι ασχολείστε;

Μαθητής

Φοιτητής

Ελεύθερος Επαγγελματίας

Μισθωτός Ιδιωτικού Τομέα

Δημόσιος Υπάλληλος

Άνεργος

6. Με ποιον ταξιδεύετε συνήθως;

Μόνος

Με φίλους

Με οικογένεια

Με σύντροφο

Με συναδέλφους

7. Πόσες φορές ταξιδεύετε με πλοίο το χρόνο;

Καμία Φορά

1-3 Φορές

4-6 Φορές

7-9 Φορές

10-12 Φορές

12+ Φορές

8. Σε ποιους προορισμούς ταξιδεύετε με το πλοίο συνήθως;

Νησιά Αργοσαρωνικού
Βορειοανατολικό Αιγαίο
Επτάνησα
Κυκλάδες
Δωδεκάνησα
Κρήτη
Νησιά Ιονίου
Σποράδες
Αγκόνα-Ιταλία
Άλλο (Οπουδήποτε)

9. Επιλέξτε τους λόγους για τους οποίους προτιμάτε να ταξιδέψετε με το πλοίο.

Οικονομικά Εισιτήρια
Αξιοπιστία
Ασφάλεια
Ταχύτητα
Άνεση
Μοναδικό μέσο μεταφοράς προς προορισμό
Χώροι Ενδιαίτησης
Ωρες άφιξης-αναχώρησης πλοίων
Άλλο

10. Τι είδους ταξίδια πραγματοποιείτε με το πλοίο;

Αναψυχής-Τουρισμού
Επαγγελματικά ταξίδια
Οικογενειακοί Λόγοι
Φοίτηση σε απομακρυσμένο νησί
Άλλο

11. Έχετε εγγραφεί σε πρόγραμμα πιστότητας πελατών ακτοπλοϊκής εταιρείας; (π.χ. Bonus Seasmiles)

Ναι
Όχι

12. Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει η

ακτοπλοΐα σήμερα;

Γερασμένος Στόλος

Μη τακτικά δρομολόγια

Υψηλές τιμές εισιτηρίων

Κακή κάλυψη μεταξύ των νησιών

Μεγάλη διάρκεια ταξιδιών

Μη βολικές ώρες άφιξης-αναχώρησης πλοίων

Άλλο

13. Ταξιδεύετε συνήθως με το όχημα σας;

Ναι

Όχι

14. Με ποιο τρόπο αγοράζετε ακτοπλοϊκά εισιτήρια;

Ιστότοπος Ναυτιλιακής

Ιστοσελίδες κρατήσεων εισιτηρίων

Γκισέ έξω από το πλοίο

Ταξιδιωτικό πρακτορείο

Άλλο

15. Αξιολογείστε τη συμπεριφορά του προσωπικού του πλοίου.

Καθόλου Ευγενική

Λίγο Ευγενική

Ευγενική

Αρκετά Ευγενική

Πολύ Ευγενική

16. Αξιολογείστε τις τιμές των τροφίμων που πωλούνται στους χώρους του πλοίου.

Πολύ φθηνά

Αρκετά Φθηνά

Μέση Τιμή

Αρκετά Ακριβά

Πολύ Ακριβά

17. Αξιολογείστε τη καθαριότητα των χώρων των πλοίων.

Καθόλου Καθαρά

Λίγο Καθαρά

Σχετικά Καθαρά

Αρκετά Καθαρά

Πολύ Καθαρά

18. Πόσες φορές ταξιδεύετε με αεροπλάνο το χρόνο; (Κατά μέσο όρο)

Καμία φορά

1-3 φορές

4-6 φορές

7-9 φορές

9-11 φορές

11+ φορές

19. Σε τι προορισμούς ταξιδεύετε με αεροπλάνο;

Ελληνικοί προορισμοί

Ευρωπαϊκοί Προορισμοί

Διεθνείς Προορισμοί

20. Έχετε εγγραφεί σε πρόγραμμα πιστότητας πελατών αεροπορικής εταιρείας; (π.χ Miles & Bonus);

Ναι

Όχι

21. Επιλέξτε τους λόγους για τους οποίους προτιμάτε να ταξιδέψετε με αεροπλάνο.

Οικονομικά Εισιτήρια

Ασφάλεια

Αξιοπιστία

Ταχύτητα

Εξυπηρέτηση

Ωρες άφιξης-αναχώρησης

Άλλο (Κυρίως μακρινοί προορισμοί-μόνο μέσο)

22. Τι είδους ταξίδια πραγματοποιείτε με αεροπλάνο;

- Επαγγελματικά ταξίδια
- Ταξίδια Αναψυχής
- Ταξίδια για Οικογενειακούς Λόγους
- Φοίτηση σε απομακρυσμένο προορισμό
- Άλλο

23. Με ποιο τρόπο αγοράζετε τα εισιτήρια για τη πτήση σας;

- Επίσημη Ιστοσελίδα Αεροπορικής
- Ιστοσελίδες κρατήσεων εισιτηρίων
- Ταξιδιωτικό Πρακτορείο
- Τηλεφωνικά από τα γραφεία της εταιρείας
- Γκισέ από το χώρο του αεροδρομίου
- Άλλο

24. Αξιολογείστε τη συμπεριφορά του προσωπικού του αεροσκάφους.

- Καθόλου Ευγενική
- Λίγο Ευγενική
- Ευγενική
- Αρκετά Ευγενική
- Πολύ Ευγενική

25. Αξιολογείστε τη ποιότητα του φαγητού που παρέχεται κατά τη διάρκεια της πτήσης.

- Πολύ Κακή
- Αρκετά Κακή
- Μέτρια
- Αρκετά Καλή
- Πολύ Καλή

26. Αξιολογείστε την άνεση που έχετε κατά τη διάρκεια της πτήσης (Κάθισμα, χώρος για χειραποσκευές κ.λ.π).

Καθόλου Άνετα

Λίγο Άνετα

Σχετικά Άνετα

Αρκετά Άνετα

Πολύ Άνετα

27. Θα θέλατε να μας δηλώσετε το μηνιαίο εισόδημα σας; (Προαιρετική ερώτηση)

0-410 Ευρώ

411-550 Ευρώ

551-700 Ευρώ

701-900 Ευρώ

901-1000 Ευρώ

1000-2000 Ευρώ

2000+ Ευρώ

Τελικό Κείμενο: Σας ευχαριστώ που απαντήσατε. Αν σας ενδιαφέρει η έρευνα επικοινωνήστε με το Εργαστήριο Οικονομικής των Μεταφορών και αειφόρου κινητικότητας. Πανεπιστημίο Πειραιώς, Καραολή Δημητρίου 80, mathiougerge3@gmail.com

Παράρτημα 2: Συνοπτικοί Πίνακες Απαντήσεων Ερωτηματολογίου

Στο παράρτημα 2, παραθέτονται συνοπτικά οι πίνακες των απαντήσεων που δόθηκαν στο ερωτηματολόγιο προκειμένου να υπάρξει μεγαλύτερη ευκολία στην επεξεργασία τους.

Γενικές Ερωτήσεις

Επιλέξτε το φύλλο σας	Απαντήσεις	Ποσοστό
Άνδρας	328	33,50%
Γυναίκα	651	66,50%
Σύνολο	979	100,00%

Ηλικία	Απαντήσεις	Ποσοστό
14-18	9	0,92%
19-25	116	11,86%
26-30	137	14,01%
31-39	236	24,13%
40-50	357	36,50%
51-60	107	10,94%
61+	16	1,64%
Σύνολο	978	100,00%

Οικογενειακή Κατάσταση	Απαντήσεις	Ποσοστό
Μόνος	193	19,75%
Παντρεμένος με οικογένεια	553	56,60%
Με σύντροφο	189	19,34%
Άλλο	42	4,30%
Σύνολο	977	100,00%

Τόπος Κατοικίας	Απαντήσεις	Ποσοστό
Αττική	457	46,68%
Θεσσαλονίκη	84	8,58%
Κρήτη	92	9,40%
Πελοπόννησος	60	6,13%
Θεσσαλία	42	4,29%
Θράκη	19	1,94%
Ήπειρος	25	2,55%
Ιόνιο	28	2,86%
Β.Α Αιγαίο	25	2,55%
Κυκλάδες	18	1,84%
Δωδεκάνησα	28	2,86%
Μακεδονία	40	4,09%
Στερεά Ελλάδα	32	3,27%
Άλλο	29	2,96%
Σύνολο	979	100,00%

Ασχολία	Απαντήσεις	Ποσοστό
Μαθητής	6	0,62%
Φοιτητής	80	8,21%
Ελεύθερος Επαγγελματίας	288	29,57%
Μισθωτός Ιδιωτικού Τομέα	316	32,44%
Δημόσιος Υπάλληλος	220	22,59%
Άνεργος	64	6,57%
Σύνολο	974	100,00%

Με ποιον ταξιδεύετε συνήθως;	Απαντήσεις	Ποσοστό
Μόνος	102	10,47%
Με φίλους	177	18,17%
Με Οικογένεια	502	51,54%
Με σύντροφο	169	17,35%
Με συναδέλφους	16	1,64%
Άλλο	8	0,82%
Σύνολο	974	100,00%

Μηνιαίο Εισόδημα	Απαντήσεις	Ποσοστό
0-410 Ευρώ	80	10,78%
411-550 Ευρώ	72	9,70%
551-700 Ευρώ	102	13,75%
701-900 Ευρώ	118	15,90%
901-1000 Ευρώ	126	16,98%
1000-2000 Ευρώ	185	24,93%
2000+ Ευρώ	59	7,95%
Σύνολο	742	100,00%

Ακτοπλοΐα

Πόσες φορές ταξιδεύετε με πλοίο;	Απαντήσεις	Ποσοστό
Καμία Φορά	117	12,04%
1-3 Φορές	705	72,53%
4-6 Φορές	90	9,26%
7-9 Φορές	26	2,67%
10-12 Φορές	15	1,54%
12+ Φορές	19	1,95%
Σύνολο	972	100,00%

Σε ποιους προορισμούς ταξιδεύετε με πλοίο;	Απαντήσεις	Ποσοστό
Νησιά Αργοσαρωνικού	61	6,55%
Βορειοανατολικό Αιγαίο	94	10,10%
Επτάνησα	86	9,24%
Κυκλάδες	300	32,22%
Δωδεκάνησα	75	8,06%
Κρήτη	122	13,10%
Νησιά Ιονίου	75	8,06%
Σποράδες	44	4,73%
Αγκόνα-Ιταλία	17	1,83%
Άλλο (Οπουδήποτε-)	57	6,12%
Σύνολο	931	100,00%

Λόγοι προτίμησης πλοίου	Απαντήσεις	Ποσοστό
Οικονομικά Εισιτήρια	449	33,01%
Αξιοπιστία	50	3,68%
Ασφάλεια	92	6,76%
Ταχύτητα	14	1,03%
Άνεση	103	7,57%
Μοναδικό μέσο μεταφοράς προς προορισμό	454	33,38%
Χώροι Ενδιαίτησης	53	3,90%
Ώρες άφιξης-αναχώρησης πλοίων	81	5,96%
Άλλο	64	4,71%
Σύνολο	1360	100,00%

Τι είδους ταξίδια γίνονται με το πλοίο	Απαντήσεις	Ποσοστό
Αναψυχής-Τουρισμού	754	69,62%
Επαγγελματικά ταξίδια	96	8,86%
Οικογενειακοί Λόγοι	197	18,19%
Φοίτηση σε απομακρυσμένο νησί	21	1,94%
Άλλο	15	1,39%
Σύνολο	1083	100,00%

Πρόγραμμα Πιστότητας Πελατών	Απαντήσεις	Ποσοστό
Ναι	181	18,97%
Όχι	773	81,03%
Σύνολο	954	100,00%

Κυριότερα προβλήματα ακτοπλοΐας	Απαντήσεις	Ποσοστό
Γερασμένος Στόλος	336	17,13%
Μη τακτικά δρομολόγια	218	11,11%
Υψηλές τιμές εισιτηρίων	552	28,13%
Κακή κάλυψη μεταξύ των νησιών	271	13,81%
Μεγάλη διάρκεια ταξιδιών	441	22,48%
Μη βολικές ώρες άφιξης-αναχώρησης πλοίων	130	6,63%
Άλλο	14	0,71%
Σύνολο	1962	100,00%

Ταξιδεύετε συνήθως με το όχημα σας;	Απαντήσεις	Ποσοστό
Ναι	592	62,18%
Όχι	360	37,82%
Σύνολο	952	100,00%

Με ποιο τρόπο αγοράζετε ακτοπλοϊκά εισιτήρια	Απαντήσεις	Ποσοστό
Ιστότοπος Ναυτιλιακής	196	20,72%
Ιστοσελίδες κρατήσεων εισιτηρίων	201	21,25%
Γκισέ έξω από το πλοίο	167	17,65%
Ταξιδιωτικό πρακτορείο	373	39,43%
Άλλο	9	0,95%
Σύνολο	946	100,00%

Συμπεριφορά προσωπικού πλοίων	Απαντήσεις	Ποσοστό
Καθόλου Ευγενική	10	1,06%
Λίγο Ευγενική	56	5,96%
Ευγενική	339	36,06%
Αρκετά Ευγενική	400	42,55%
Πολύ Ευγενική	135	14,36%
Σύνολο	940	100,00%

Τιμές τροφίμων	Απαντήσεις	Ποσοστό
Πολύ φθηνά	5	0,53%
Αρκετά Φθηνά	31	3,29%
Μέση Τιμή	131	13,92%
Αρκετά Ακριβά	280	29,76%
Πολύ Ακριβά	494	52,50%
Σύνολο	941	100,00%

Καθαριότητα Πλοίων	Απαντήσεις	Ποσοστό
Καθόλου Καθαρά	27	2,87%
Λίγο Καθαρά	175	18,62%
Σχετικά Καθαρά	425	45,21%
Αρκετά Καθαρά	259	27,55%
Πολύ Καθαρά	54	5,74%
Σύνολο	940	100,00%

Αερομεταφορές

Πόσες φορές ταξιδεύετε με αεροπλάνο;	Απαντήσεις	Ποσοστό
Καμία φορά	179	18,55%
1-3 φορές	577	59,79%
4-6 φορές	128	13,26%
7-9 φορές	37	3,83%
9-11 φορές	13	1,35%
11+ φορές	31	3,21%
Σύνολο	965	100,00%

Σε τι προορισμούς ταξιδεύετε με αεροπλάνο;	Απαντήσεις	Ποσοστό
Ελληνικοί προορισμοί	373	41,77%
Ευρωπαϊκοί Προορισμοί	433	48,49%
Διεθνείς Προορισμοί	87	9,74%
Σύνολο	893	100,00%

Πρόγραμμα πιστότητας αεροπορικής εταιρείας	Απαντήσεις	Ποσοστό
Ναι	269	29,08%
Όχι	656	70,92%
Σύνολο	925	100,00%

Λόγοι ταξιδιών με αεροπλάνο	Απαντήσεις	Ποσοστό
Οικονομικά Εισιτήρια	307	18,85%
Ασφάλεια	108	6,63%
Αξιοπιστία	14	0,86%
Ταχύτητα	802	49,23%
Εξυπηρέτηση	150	9,21%
Ώρες άφιξης-αναχώρησης	142	8,72%
Άλλο (Κυρίως μακρινοί προορισμοί-μόνο μέσο)	106	6,51%
Σύνολο	1629	100,00%

Τι είδους ταξίδια πραγματοποιείτε με αεροπλάνο;	Απαντήσεις	Ποσοστό
Επαγγελματικά ταξίδια	261	23,00%
Ταξίδια Αναψυχής	653	57,53%
Ταξίδια για Οικογενειακούς Λόγους	189	16,65%
Φοίτηση σε απομακρυσμένο προορισμό	25	2,20%
Άλλο	7	0,62%
Σύνολο	1135	100,00%

Τρόπος Αγοράς εισιτηρίων	Απαντήσεις	Ποσοστό
Επίσημη Ιστοσελίδα Αεροπορικής	328	36,65%
Ιστοσελίδες κρατήσεων εισιτηρίων	400	44,69%
Ταξιδιωτικό Πρακτορείο	151	16,87%
Τηλεφωνικά από τα γραφεία της εταιρείας	10	1,12%
Γκισέ από το χώρο του αεροδρομίου	3	0,34%
Άλλο	3	0,34%
Σύνολο	895	100,00%

Συμπεριφορά Προσωπικού Αεροπλάνων	Απαντήσεις	Ποσοστό
Καθόλου Ευγενική	2	0,23%
Λίγο Ευγενική	7	0,79%
Ευγενική	61	6,88%
Αρκετά Ευγενική	353	39,80%
Πολύ Ευγενική	464	52,31%
Σύνολο	887	100,00%

Ποιότητα φαγητού αεροσκάφους	Απαντήσεις	Ποσοστό
Πολύ Κακή	29	3,28%
Αρκετά Κακή	112	12,66%
Μέτρια	382	43,16%
Αρκετά Καλή	288	32,54%
Πολύ Καλή	74	8,36%
Σύνολο	885	100,00%

Άνεση κατά τη διάρκεια της πτήσης	Απαντήσεις	Ποσοστό
Καθόλου Άνετα	22	2,47%
Λίγο Άνετα	126	14,13%
Σχετικά Άνετα	362	40,58%
Αρκετά Άνετα	307	34,42%
Πολύ Άνετα	75	8,41%
Σύνολο	892	100,00%