

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στη  
«Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού»  
(MBA – Tourism Management)**

**Διπλωματική Διατριβή**

**Τίτλος: «Τουρισμός και αερομεταφορές.  
Ανταγωνισμός με ακτοπλοΐα»**

**Φοιτητής**

**ΜΟΥΡΤΖΙΑΠΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ**

**Επιβλέπων**

**ΣΑΜΠΡΑΚΟΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ**

## ΒΕΒΑΙΩΣΗ ΕΚΠΟΝΗΣΗΣ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

«Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία για τη λήψη του μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού» με τίτλο:

**«Τουρισμός και αερομεταφορές. Ανταγωνισμός με ακτοπλοΐα»**

έχει συγγραφεί από εμένα αποκλειστικά και στο σύνολό της. Δεν έχει υποβληθεί ούτε έχει εγκριθεί στο πλαίσιο κάποιου άλλου μεταπτυχιακού προγράμματος ή προπτυχιακού τίτλου σπουδών, στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, ούτε είναι εργασία ή τμήμα εργασίας ακαδημαϊκού ή επαγγελματικού χαρακτήρα.

Δηλώνω επίσης υπεύθυνα ότι οι πηγές στις οποίες ανέτρεξα για την εκπόνηση της συγκεκριμένης εργασίας, αναφέρονται στο σύνολό τους, κάνοντας πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου»

Υπογραφή Μεταπτυχιακού Φοιτητή



Μουρτζιάπης Δημήτριος



ΑΘΗΝΑ, ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2021

## **Ευχαριστίες**

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντά μου Δρ. Σαμπράκο Ευάγγελο για την πολύτιμη καθοδήγηση και υποστήριξη καθ' όλη τη διάρκεια της προσπάθειάς μου να συγγράψω και να ολοκληρώσω τη διπλωματική μου εργασία στο πλαίσιο του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών «Διοίκηση Επιχειρήσεων – Μάνατζμεντ Τουρισμού».

## Περιεχόμενα

Περίληψη .....	3
Abstract.....	4
<b>Κεφάλαιο 1: Ο Τουρισμός</b> .....	<b>5</b>
1.1 Εισαγωγή.....	5
1.2 Η ιστορική εξέλιξη του τουρισμού .....	6
1.3 Μορφές τουρισμού.....	7
1.3.1 Ειδικές μορφές τουρισμού .....	9
1.3.2 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	9
1.4 Τουριστικό προϊόν .....	10
1.5 Τουριστική ζήτηση.....	14
1.6 Τουριστική ανάπτυξη και επιπτώσεις .....	15
1.7 Η τουριστική κίνηση την περίοδο της πανδημίας COVID-19.....	16
<b>Κεφάλαιο 2: Αερομεταφορές</b> .....	<b>18</b>
2.1 Ιστορική αναδρομή αερομεταφορών .....	18
2.2 Η εξέλιξη των αερομεταφορών.....	20
2.2.1 Τεχνολογική εξέλιξη των αερομεταφορών.....	20
2.2.2 Ρύθμιση και απορρύθμιση των αερομεταφορών .....	21
2.2.3 Στρατηγικές Συμμαχίες.....	22
2.3 Ο ρόλος των αερομεταφορών στην ανάπτυξη τουριστικών περιοχών .....	23
2.4 Κύρια χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων αερομεταφοράς.....	24
2.5 Οι αερομεταφορές την εποχή της πανδημίας COVID-19.....	27
2.5.1. Οι αερομεταφορές στην απαρχή της κρίσης της πανδημίας.....	27
2.5.2. Η επόμενη ημέρα για τον κλάδο των αερομεταφορών.....	29
<b>Κεφάλαιο 3: Ακτοπλοΐα</b> .....	<b>33</b>
3.1 Γενικά χαρακτηριστικά του κλάδου της ακτοπλοΐας.....	33
3.2 Η επιβατηγός ναυτιλία στην Ελλάδα σήμερα.....	34
3.2.1. Η επίδραση της πανδημίας στον κλάδο της επιβατηγού ναυτιλίας.....	35
3.2.2 Παρουσίαση ελληνικής ακτοπλοϊκής αγοράς.....	35
3.2.3 Ανάλυση μετοχικής σύνθεσης του κλάδου.....	38
3.2.4 Χρηματοοικονομική ανάλυση Εισηγμένων εταιρειών και ΜΙΝΩΙΚΩΝ.....	39
<b>Κεφάλαιο 4: Συζήτηση</b> .....	<b>45</b>

## Περίληψη

Τα τελευταία έτη άφησαν πίσω τους έντονα τα σημάδια του σκεπτικισμού στους κύκλους των ακτοπλόων. Η πραγματική οικονομία εξακολουθεί να βρίσκεται σε αναιμική ανάπτυξη σε Ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο με αποτέλεσμα να επηρεάζεται αρνητικά η ζήτηση επιβατών και εμπορευμάτων. Η κερδοφορία του κλάδου βρίσκεται στα χαμηλότερα επίπεδα της τελευταίας εξαετίας, ενώ οι προοπτικές ανάκαμψης καθίστανται ιδιαίτερα δύσκολες δεδομένης της πορείας της Ελληνικής οικονομίας. Ένας από τους βασικούς λόγους της μειωμένης κερδοφορίας είναι η είσοδος των low-cost αεροπορικών εταιρειών στην ελληνική αγορά, αφού συχνά προσφέρουν ναύλο σε τιμή χαμηλότερη από αυτή του ακτοπλοϊκού εισιτηρίου. Στο πλαίσιο αυτό, η απρόσμενη πανδημία του κορονοϊού επέφερε τόσο στον κλάδο των αερομεταφορών όσο και στον κλάδο της ακτοπλοΐας καταλυτικές μεταβολές και ύφεση χωρίς προηγούμενο που οφείλουν να αντιμετωπίσουν άμεσα και αποτελεσματικά ώστε να διασφαλίσουν τη βιωσιμότητά τους.

Επομένως, στην παρούσα εργασία θα μελετηθεί η θεματική του τουρισμού σε σχέση με τις αερομεταφορές και την ακτοπλοΐα. Θα πραγματοποιηθεί ιστορική αναδρομή σχετικά με την εξέλιξη των δύο κλάδων και θα παρουσιαστούν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά τους τη δεδομένη χρονική στιγμή. Θα αναλυθεί η καταλυτική επίδραση της πανδημίας COVID-19 στους δυο κλάδους, θα αναδειχθούν τα προβληματικά σημεία που εμφανίζονται και θα επιχειρηθεί η εύρεση λύσεων που θα ανακουφίσουν οικονομικά τις εμπλεκόμενες εταιρείες. Σημαντικά συγκριτικά συμπεράσματα θα εξαχθούν και θα παρατεθούν προτάσεις προς μελλοντική υλοποίηση.

## **Abstract**

In recent years, marks of skepticism have been left behind in coastal cabotage circles. The real economy is still growing anemically at European and global level, with a negative impact on passenger and freight demand. The profitability of the sector is at the lowest levels of the last years, while the prospects for recovery become particularly difficult given the course of the Greek economy. One of the main reasons for the reduced profitability is the entry of low-cost airlines in the Greek market, as they often offer a fare lower than that of the ferry ticket. In this context, the unexpected coronavirus pandemic has brought about catalytic change and unprecedented recession in both the aviation and coastal cabotage industries that must be addressed immediately and effectively to ensure their viability.

Therefore, in the present study, the topic of tourism in relation to aviation and coastal shipping will be studied. There will be a historical review of the evolution of the two industries and their current special characteristics will be presented. The catalytic effect of the COVID-19 pandemic in the two sectors will be analyzed, the problematic points that have emerged will be highlighted and attempts will be made to find solutions that will relieve financially the companies involved. Significant comparative conclusions will be drawn and suggestions for future implementation will be presented.



# Κεφάλαιο 1: Ο Τουρισμός

## 1.1 Εισαγωγή

Παρόλο που οι άνθρωποι ταξιδεύουν από την αρχαιότητα, για εμπορικούς λόγους, για να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους ακόμα και για αναψυχή το φαινόμενο του τουρισμού κάνει την εμφάνισή του το 19<sup>ο</sup> αιώνα, αρχικά από κάποιες κοινωνικό-οικονομικές ελίτ και στην συνέχεια καθιερώνεται στην διάρκεια των τελευταίων ετών του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Τότε γίνονται πολλές προσπάθειες από συγγραφείς-ερευνητές, οικονομολόγους, κοινωνιολόγους, δημοσιογράφους, κρατικούς και διεθνείς φορείς να προσδιορίσουν την έννοια και το περιεχόμενο του τουρισμού, ωστόσο οι ορισμοί που αναφέρονται θεωρούνται ελλιπείς. Κοινό σημείο όλων των εννοιολογικών προσεγγίσεων αποτελεί το γεγονός ότι ο όρος τουρισμός περιλαμβάνει όλα τα ταξίδια που έχουν διάρκεια άνω των εικοσιτεσσάρων ωρών για λόγους ψυχαγωγίας, εργασίας, σποδών, υγείας. (1)

Σήμερα, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO-ΠΟΤ) ορίζει τον τουρισμό ως εξής: «ο τουρισμός είναι το κοινωνικό, πολιτισμικό και οικονομικό φαινόμενο που συνδέεται με τη μετακίνηση των ατόμων σε τοποθεσίες εκτός του συνηθισμένου τόπου διαμονής τους, με την απόλαυση να αποτελεί το πιο συνηθισμένο κίνητρο». (2) Σύμφωνα πάλι με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, ο τουρισμός μπορεί να διακριθεί στις ακόλουθες κατηγορίες:

- Τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας και τα ταξίδια τα οποία πραγματοποιούν εντός των ορίων αυτής, όπου πρόκειται για εγχώριους τουρίστες.
- Τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας και τους αλλοδαπούς επισκέπτες της και τα ταξίδια που πραγματοποιούν εντός των ορίων αυτής (εσωτερικός).
- Τους αλλοδαπούς επισκέπτες μιας χώρας και τα ταξίδια που πραγματοποιούν εντός των ορίων αυτής (εισερχόμενος).
- Τους μόνιμους κάτοικους μιας χώρας και τα ταξίδια που πραγματοποιούν εντός των ορίων αυτής αλλά και προς χώρες της αλλοδαπής (εθνικός).
- Τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας και τα ταξίδια που πραγματοποιούν προς χώρες της αλλοδαπής (εξερχόμενος).
- Τους μόνιμους κατοίκους μιας χώρας και τα ταξίδια που πραγματοποιούν προς χώρες της αλλοδαπής αλλά και τους αλλοδαπούς κατοίκους και τα ταξίδια τους σε άλλες χώρες (διεθνής). (1)

Ο τουρισμός αποτελεί μία από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες βιομηχανίες σε παγκόσμιο επίπεδο και υπάρχει πλήθος οικονομιών, ιδιαίτερα σε αναπτυσσόμενες χώρες, που βασίζουν τις οικονομίες τους στην τουρισμό μέσω της δημιουργίας θέσεων εργασίας και της καταπολέμησης τη φτώχειας, ωστόσο, ο τουρισμός δίνει μεγάλη ώθηση και στις οικονομίες

των αναπτυγμένων κρατών. Οι παράγοντες που συνέβαλαν σε αυτή την εντυπωσιακή πορεία ανάπτυξης του τουρισμού ήταν ως επί το πλείστον η αύξηση των εισοδημάτων των ανθρώπων σε συνδυασμό με την ύπαρξη περισσότερου ελεύθερου χρόνου για διακοπές και ξεκούραση. Επιπλέον, η ραγδαία τεχνολογική εξέλιξη που σημειώθηκε στα μέσα μαζικής μεταφοράς και ιδιαίτερα στα αεροσκάφη, σε συνδυασμό με την απλούστευση των διαδικασιών εισόδου και εξόδου από μια χώρα, ενίσχυσαν σημαντικά την ανάπτυξη του τουρισμού. Με την χρήση των σύγχρονων μέσων μεταφοράς έχει αυξηθεί η εμβέλεια του διεθνούς τουρισμού καθώς όλο και μεγαλύτερος αριθμός τουριστών επισκέπτεται μακρινούς προορισμούς, δυνατότητα που πριν κάποια χρόνια φάνταζε αδύνατη, αλλάζοντας σημαντικά τις ροές των τουριστικών ρευμάτων. Ο τουρισμός αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του τομέα υπηρεσιών μιας χώρας και θα πρέπει να του επιδίδεται η δέουσα προσοχή. (3)

## 1.2 Η ιστορική εξέλιξη του τουρισμού

Ο τουρισμός είναι μια έννοια που πρωτοεμφανίστηκε στην αρχαιότητα. Οι διάφορες γιορταστικές εκδηλώσεις που διοργανώνονταν σε πολλές πόλεις, οι ολυμπιακοί αγώνες και οι θρησκευτικές πανηγύρεις, αποτελούσαν βασικές αιτίες για τις τουριστικές εξορμήσεις των Ελλήνων και των Ρωμαίων.

Κατά τον Μεσαίωνα, η καταστροφή που προκλήθηκε στα οδικά δίκτυα μαζί με την ανασφάλεια των ταξιδιών λόγω των φεουδαρχικών πολέμων, αποτέλεσαν αξεπέραστα εμπόδια για την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού, με εξαίρεση τις περιοχές με θρησκευτικό περιεχόμενο, όπως για παράδειγμα τους Άγιους Τόπους, όπου τα τουριστικά ρεύματα συνέχισαν να υπάρχουν, καθώς και τον τουρισμό γύρω από τα πανεπιστημιακά κέντρα της Ευρώπης. (4) Κατά τον 17<sup>ο</sup> αιώνα, σημαντικό μέρος της εκπαίδευσης των ευγενών ήταν τα ταξίδια, ως μια πρώιμη εκδοχή της Μεγάλης Περιήγησης, οι γόνιμοι πλούσιων και επιφανών οικογενειών συνήθιζαν να ταξιδεύουν στο εξωτερικό. (5)

Κατά την περίοδο της Αναγέννησης, οι μορφές του τουρισμού διευρύνονται και αυξάνονται τα κίνητρα της τουριστικής μετακίνησης, αφού πλέον σημαντικός αριθμός ανθρώπων ταξιδεύει από «διανοουμενίστικη περιέργεια». (6) Την ίδια περίοδο δημιουργήθηκαν στη Γαλλία δύο είδη περιηγήσεων: η «μικρή περιήγηση» (Petit Tour), που περιείχε το Παρίσι και τη νοτιοδυτική Γαλλία και η «μεγάλη περιήγηση» (Grand Tour), που εκτός από τις προαναφερθείσες περιοχές περιελάμβανε τη Βουργουνδία, τη νότια και τη νοτιοανατολική Γαλλία. Την «μεγάλη περιήγηση» φαίνεται να προτιμούν πολλοί βρετανοί νέοι που προέρχονται από την αριστοκρατική κοινωνία, με βασικό σκοπό την μόρφωση, κατά τη διάρκεια του 17<sup>ου</sup>, του 18<sup>ου</sup> και του 19<sup>ου</sup> αιώνα. (7)

Οι εξελίξεις στα μεταφορικά μέσα επηρέασαν σημαντικά την ανάπτυξη του τουρισμού, καθώς αυτά αποτελούν σημαντική προϋπόθεση για την επίσκεψη ενός προορισμού. Ο σιδηρόδρομος έκανε την εμφάνιση του κατά την διάρκεια του 19<sup>ου</sup> αιώνα και συνέβαλε στο να δημιουργηθεί μια μαζική τουριστική ανάπτυξη, καθώς ήταν ένα γρήγορο και ασφαλές μεταφορικό μέσο. Η γρήγορη αύξηση του πληθυσμού συνοδεύτηκε και από αύξηση του βιοτικού επιπέδου,

ταυτόχρονα δημιουργήθηκε μια τεράστια τουριστική αγορά με τα μαζικά ταξίδια, το ταξιδιωτικό εμπόριο και την εγκαθίδρυση των τουριστικών γραφείων και πρακτορείων να αποτελούν βασικά χαρακτηριστικά της. Ο πρώτος που εισήγαγε την έννοια του ολοκληρωμένου τουριστικού πακέτου ήταν ο Thomas Cook, το οποίο περιελάμβανε τα εξής: τη μεταφορά, το κατάλυμα και τις δραστηριότητες ή την «ικανοποίηση» σε ένα επιθυμητό προορισμό. (5)

Πριν την έναρξη του Α' Παγκοσμίου πολέμου, διαπιστώθηκε μια ραγδαία αύξηση των ταξιδιών που οφειλόταν σε μεγάλο βαθμό στην τεχνολογική ανάπτυξη, στην εφεύρεση και τελειοποίηση του αυτοκινήτου, στην βελτίωση και αναβάθμιση των οδικών υποδομών καθώς και στη δημιουργία ξενοδοχείων και εστιατορίων. Αφού παρήλθε ο Α' Παγκόσμιος πόλεμος και αποκαταστάθηκε η ειρήνη και η ευημερία, υπήρξε πάλι αύξηση των ταξιδιών με τις αερομεταφορές να αποτελούν μέσο συγκοινωνίας πλέον και να έχουν διαρκώς αυξητική πορεία παρόλο που μεσολάβησε ο Β' Παγκόσμιος πόλεμος. (8)

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1930, αξιοσημείωτη ήταν η θεσμική ενίσχυση του τουρισμού, καθώς εισήχθη το σύστημα των πληρωμένων διακοπών για τους μισθωτούς. Με την υπόδειξη αρχικά και την πίεση λίγο αργότερα των συνδικάτων, καθιερώθηκαν οι άδειες μετ' αποδοχών αρχικά σε Γαλλία (1936) και στην συνέχεια στην Αγγλία (1938) και μετέπειτα σε άλλες χώρες. (9)

Ιδιαίτερα σημαντικοί συντελεστές που οδήγησαν τον τουρισμό σε διαρκή ανάπτυξη, αρχικά σε εσωτερικό επίπεδο και στη συνέχεια σε διεθνές είναι οι ακόλουθοι: οι δημιουργία και έκδοση ταξιδιωτικών οδηγών, η ανάπτυξη και λειτουργία ταξιδιωτικών οργανώσεων, η δημιουργία και διαρκής βελτίωση της τουριστικής νομοθεσίας. Επιπλέον, στην περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού και των δύο κατηγοριών συνέβαλε η αύξηση του διαθέσιμου εισοδήματος των κατοίκων των βιομηχανικών-αναπτυγμένων χωρών, η αύξηση του ελεύθερου χρόνου, η μείωση της τιμής του ταξιδιού, η ανάπτυξη της αυτοκινητοβιομηχανίας, οι καθιέρωση των πτήσεων charters, η βελτίωση της πληροφόρησης και των υπηρεσιών υποδοχής, η βελτίωση των κρατικών τουριστικών πολιτικών, οι διευκολύνσεις στα σύνορα λόγω της διαρκούς ειρήνης στο μεγαλύτερο μέρος του πλανήτη και τέλος η δημιουργία και εγκαθίδρυση μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών. (10)

### **1.3 Μορφές τουρισμού**

Από την αρχαιότητα όπως είδαμε και προηγουμένως, οι άνθρωποι μετακινούνται για διαφορετικούς λόγους και έχουν διαφορετικά κίνητρα τα οποία μπορεί να είναι εκπαιδευτικά, θρησκευτικά, αθλητικά κλπ. Μια κατηγοριοποίηση μπορεί να γίνει με βάση τα κίνητρα μετακίνησης, άλλη με βάση τις μορφές-οργάνωσης της μετακίνησης, τον χώρο και τον χρόνο της εκδήλωσης των τουριστικών δραστηριοτήτων κλπ. Ειδικότερα με βάση:

- Τη χρονική διάρκεια της τουριστικής περιόδου. Ο τουρισμός μιας χώρας ονομάζεται διαρκής όταν επισκέπτονται τουρίστες την χώρα σε όλη τη διάρκεια του έτους, ενώ

εποχικός ονομάζεται ο τουρισμός όταν η τουριστική κίνηση εμφανίζεται συγκεκριμένη περίοδο της χρονιάς, κυριότερα παραδείγματα είναι ο θερινός και χειμερινός προορισμός. Όταν επικρατεί ο εποχικός τουρισμός είναι σύνηθες να υπάρχουν αιχμή, χαμηλή τουριστικής περιόδου και νεκρή τουριστική περίοδος.

- Το μέσο μεταφοράς: Η μετακίνηση μπορεί να γίνει από την ξηρά, με τη χρήση σιδηροδρόμου, λεωφορείου, αυτοκινήτου, μοτοσυκλέτας, περπάτημα και γίνεται αναφορά σε σιδηροδρομικό, οδικό και περιπατητικό τουρισμό. Επιπρόσθετα, η μετακίνηση μπορεί να γίνει από τη θάλασσα υπό μορφή κρουαζιέρας ή σκαφών αναψυχής και γίνεται αναφορά σε ακτοπλοϊκό τουρισμό και από τον αέρα με την χρήση αεροσκάφους όπου γίνεται αναφορά σε αεροπορικό τουρισμό.
- Το μέγεθος της ομάδας των ανθρώπων που μετακινούνται: Όταν ένα ή περισσότερα άτομα που συνδέονται μεταξύ τους παίρνουν την απόφαση να επισκεφτούν ένα προορισμό, τότε γίνεται λόγος για ατομικό τουρισμό. Το ταξίδι αυτό διοργανώνεται από τους ίδιους, αντίθετα με τον ομαδικό τουρισμό, όπου το ταξίδι οργανώνεται από κάποιο τουριστικό πρακτορείο.
- Το είδος του καταλύματος: Οι τουρίστες μπορούν να φιλοξενηθούν σε οργανωμένη ξενοδοχειακή μονάδα, είτε σε συγκρότημα ενοικιαζόμενων κατοικιών, είτε σε συγκρότημα ξενοδοχειακών μονάδων. Επιπρόσθετα, υπάρχει ο κατασκηνωτικός τουρισμός, όπου οι επισκέπτες μπορούν να διαμείνουν σε μια οργανωμένη κατασκήνωση.
- Τον τρόπο χρηματοδότησης: Η τουριστική δραστηριότητα πέρα από την ίδια χρηματοδότηση των ενδιαφερόμενων μπορεί να χρηματοδοτεί από τα ασφαλιστικά ταμεία και τότε γίνεται αναφορά σε κοινωνικό τουρισμό, ή να χρηματοδοτηθεί από το κράτος για να ευάλωτες ομάδες πληθυσμού όπως είναι οι άποροι ή οι μακροχρόνια άνεργοι. (11)
- Την ηλικία των μετακινούμενων: Διακρίνεται ο νεανικός τουρισμός όπου αποτελείται από άτομα 18-30 ετών και δείχνει μια ιδιαίτερη προτίμηση σε ειδικές μορφές τουρισμού (όπως χειμερινά σπορ, συμμετοχή σε φεστιβάλ κλπ), ο τουρισμός μέση ηλικίας, που αποτελείται από άτομα 30-65 ετών και αποτελείται από νέους ενήλικες, νέα ζευγάρια με ή χωρίς παιδιά και τέλος ο τουρισμός τρίτης ηλικίας, που αποτελείται από άτομα άνω των 65 ετών.
- Την κινητικότητα κατά την παραμονή του τουρίστα: Ο τουρισμός λέγεται στατικός όταν ο τουρίστας εγκαθίσταται σε ένα ξενοδοχείο παραθέρισης και διαμένει εκεί καθ' όλη τη διάρκεια των διακοπών του, ενώ λέγεται κινητικός όταν ο τουρίστας βρίσκεται διαρκώς σε κίνηση, δηλαδή επιθυμεί να εξερευνεί τη χώρα ή την περιοχή που επισκέπτεται. (12)
- Τους σκοπούς και τα κίνητρα του τουρίστα: Με βάση τους σκοπούς και τα κίνητρα του τουρίστα, γίνεται αναφορά στον τουρισμό διακοπών-αναψυχής, που αποτελεί μια δραστηριότητα του ελεύθερου χρόνου του ατόμου και στοχεύει στην ανάπαυση και την αναψυχή και καταλαμβάνει σημαντικό μερίδιο στην τουριστική αγορά. Επίσης, υπάρχουν ο τουρισμός περιήγησης και ο τουρισμός διαμονής. (13)

### 1.3.1 Ειδικές μορφές τουρισμού

Οι «ειδικές μορφές τουρισμού» παρέχουν ένα ειδικό κίνητρο στη ζήτηση (για παράδειγμα είναι το κίνητρο υλοποίησης συνεδρίων) και παράλληλα μέσω των ειδικών μορφών τουρισμού αναπτύσσεται η ειδική υποδομή που θα φιλοξενήσει αυτούς τους τουρίστες. Ειδικές μορφές τουρισμού έχουν ως στόχο να καλλιεργήσουν και να προωθήσουν μια συγκεκριμένη θεματολογία όπως π.χ. την θρησκεία, την επαγγελματική δραστηριότητα, την υγεία κτλ. Οι ειδικές μορφές τουρισμού συμβάλλουν στη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος καλύπτοντας παράλληλα την ζήτηση για τουριστική κίνηση. (11) Οι κυριότερες ειδικές μορφές τουρισμού είναι οι παρακάτω:

- Ο κοινωνικός τουρισμός.
- Ο επαγγελματικός τουρισμός.
- Ο εκθεσιακός τουρισμός.
- Ο συνεδριακός τουρισμός.
- Ο τουρισμός κινήτρων.
- Ο θρησκευτικός τουρισμός.
- Ο τουρισμός υγείας.
- Ο τουρισμός παραχείμασης. (9)

### 1.3.2 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Ο εναλλακτικός τουρισμός συνδέεται με κίνητρα τα οποία είναι συγκεκριμένης θεματολογίας όπως για παράδειγμα η φυσιολατρία, τα ταξίδια περιπέτειας, οι αθλητικές δραστηριότητες, η περιήγηση, το περιβάλλον, η γνωριμία με την τοπική παράδοση, η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά. Ο εναλλακτικός τουρισμός παρέχει ένα διαφορετικό τρόπο οργάνωσης από τον μαζικό τουρισμό, δίνοντας στους τουρίστες την δυνατότητα να επιλέγουν οι ίδιοι τον τρόπο οργάνωσης και διεξαγωγής του ταξιδιού, παρέχοντας μια αυτονομία στην περιήγηση και τις διάφορες δραστηριότητες. Με την ανάπτυξη του εναλλακτικού τουρισμού δίνεται η δυνατότητα διασύνδεσης του τουρισμού με άλλους κλάδους της οικονομίας όπως είναι η γεωργία, η κτηνοτροφία και η βιοτεχνία. Παράλληλα, η δημιουργία υποδομών εναλλακτικού τουρισμού ενισχύει την αειφόρο ανάπτυξη, καθώς πρόκειται για μικρής κλίμακας επενδύσεις κυρίως από ντόπιους κατοίκους μιας περιοχής,, όπου οι επενδύσεις αυτές μπορούν με ευκολία να ενσωματωθούν στο κοινωνικό-πολιτιστικό και οικονομικό περιβάλλον του προορισμού. Ο τουρίστας που ενδιαφέρεται και αξιοποιεί τον εναλλακτικό τουρισμό, δείχνει ιδιαίτερη προτίμηση στο να μάθει την τοπική γαστρονομία του τόπου προορισμού, να χρησιμοποιήσει τα τοπικά υλικά, να επισκεφτεί τοπικές εκθέσεις τέχνης ή πολιτιστικές εκδηλώσεις γενικότερα κτλ. (14)

Οι βασικότερες μορφές εναλλακτικού τουρισμού είναι οι ακόλουθες:

- Πολιτιστικός τουρισμός

- Χειμερινός τουρισμός
- Ορεινός και ορειβατικός τουρισμός
- Αγροτουρισμός
- Θαλάσσιος τουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Αθλητικός τουρισμός
- Τουρισμός περιπέτειας

Με την επέκταση και ανάδειξη του εναλλακτικού τουρισμού, δίνεται η δυνατότητα αναδιοργάνωσης και του πρωτογενή τομέα, ιδίως σε απομακρυσμένες περιοχές. Η αποσυμφόρηση της τουριστικής δραστηριότητας από τις ακτές με την διοχέτευση των τουριστών στο εσωτερικό της χώρας συμβάλει σε μια πιο ορθολογική ανάπτυξη των νέων τουριστικών προορισμών αλλά και στην συντήρηση των απομακρυσμένων προορισμών. (15)

#### **1.4 Τουριστικό προϊόν**

Το τουριστικό αγαθό ή υπηρεσία το οποίο παρέχεται είτε αυτοτελώς είτε συνδυασμένα στην τουριστική αγορά με στόχο την ικανοποίηση της πληθώρας των τουριστικών ή επιθυμιών του ανθρώπου ορίζεται ως τουριστικό προϊόν. Τα προϊόντα αυτά συναντώνται είτε με τη μορφή αγαθών και πρόκειται για υλικά προϊόντα, είτε με τη μορφή υπηρεσιών και τότε γίνεται λόγος για άυλα προϊόντα. (16)

Τα βασικά συστατικά του τουριστικού προϊόντος είναι τα ακόλουθα:

- Το φυσικό περιβάλλον
- Οι μεταφορές
- Τα τουριστικά καταλύματα
- Οι υπηρεσίες ψυχαγωγίας και πολιτισμού

##### Το φυσικό περιβάλλον

Με τον όρο φυσικό περιβάλλον γίνεται αναφορά στην ατμόσφαιρα, το κλίμα, στη φυσιογραφία μιας περιοχής, στη χλωρίδα, στη πανίδα, στις παραλίες κτλ., το φυσικό περιβάλλον είναι ιδιαίτερα σημαντικός παράγοντας για την διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος. Παρόλο που υπάρχει μεγάλη ποικιλία με συνδυασμούς των στοιχείων του φυσικού περιβάλλοντος που μπορούν να καταστήσουν ελκυστικό έναν προορισμό ιδιαίτερη βαρύτητα δίνεται στις κλιματολογικές συνθήκες που είναι ικανές να διαμορφώσουν το είδος του τουριστικού προϊόντος που μπορεί να παρέχεται σε μια συγκεκριμένη περιοχή. (1)

##### Οι μεταφορές

Σημαντικός παράγοντας για την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος αλλά και του τουριστικού προορισμού αποτελούν οι μεταφορές και η προσπελασιμότητα ενός προορισμού, δηλαδή το πόσο εύκολα μπορεί να επισκεφτεί κανείς έναν προορισμό.

Το πιο διαδεδομένο μέσο τόσο σε συχνότητα χρήσης όσο και σε σπουδαιότητα αποτελεί το αεροπλάνο και γενικά οι εναέριες μεταφορές μεσαίων και μεγάλων αποστάσεων. Η αεροπορική μετάβαση σε έναν προορισμό χαρακτηρίζεται από ταχύτητα χωρίς πλέον να υπάρχει υψηλό κόστος όπως παλαιότερα, ιδίως και με την χρήση εταιριών χαμηλού κόστους, καθιστώντας έτσι αρκετά ελκυστική τη χρήση αερομεταφορών. Βέβαια προκειμένου να γίνονται απρόσκοπτα οι αερομεταφορές και να αποτελούν βασικό μέσο μεταφοράς για τον τουρισμό υπάρχουν κάποιοι παράγοντες που θα πρέπει να εξετάζονται όπως η συχνότητα των πτήσεων, το μέγεθος και ο τύπος του αεροσκάφους, η σύνδεση με κομβικά σημεία, η κατάσταση των υποδομών στα αεροδρόμια κτλ.

Οι θαλάσσιες μεταφορές χρησιμοποιούνται κυρίως για κοντινές αποστάσεις, ιδιαίτερα για τις μετακινήσεις μέσα σε έναν τουριστικό προορισμό. Για μεσαίες και μεγαλύτερες μεταφορές δεν προτιμούνται τόσο όσο κατά το παρελθόν, παρόλο που έχουν ελκυστικό κόστος, μιας και απαιτείται αρκετά μεγάλος χρόνος για να επισκεφτεί ο τουρίστας τον προορισμό του με την χρήση μόνο θαλάσσιων μέσων. Οι κυριότερες μορφές θαλασσιών μεταφορών είναι τα κρουαζιερόπλοια, οι θαλαμηγοί, τα επιβατικά πλοία κτλ, αναμφίβολα η δημιουργία κατάλληλων υποδομών (λιμένων, μαρίνων) ενισχύει την χρήση αυτών των μέσων είτε αυτοτελώς είτε συνδυαστικά με άλλα μέσα μεταφοράς.

Για μικρές και μεσαίες αποστάσεις χρησιμοποιούνται οι σιδηροδρομικές μεταφορές αν και η διαρκής ανάπτυξη των υπερσύγχρονων και ταχύτατων τρένων συμβάλλει στην αύξηση του μεριδίου αγοράς τους. Το υψηλό επίπεδο ασφαλείας, η αξιοπιστία που υπάρχει καθώς είναι μέσο σταθερής τροχιάς και η δυνατότητα απόλαυσης του τοπίου είναι σημαντικά πλεονεκτήματα αυτού του τύπου των μεταφορών. Σε πολλά ολοκληρωμένα τουριστικά προϊόντα συνδυάζεται η χρήση τρένου για την επίσκεψη περιοχών με ιδιαίτερο φυσικό κάλλος.

Οι οδικές μεταφορές κυρίως γίνονται με τη χρήση λεωφορείων και χρησιμοποιούνται συνήθως για μεσαίες και μεγάλες αποστάσεις, τόσο για την μετακίνηση προς το τόπο προορισμού όσο και για τη μετακίνηση μέσα σε αυτόν. Με τη χρήση λεωφορείων πραγματοποιούνται πολύ συχνά ξεναγήσεις σε μνημεία, μουσεία ή μετακίνηση των τουριστών προς ένα γεγονός όπως ένα φεστιβάλ κτλ. Οι οδικές μεταφορές συναγωνίζονται τις σιδηροδρομικές ενώ τα τελευταία χρόνια αυξήθηκε ραγδαία και η χρήση ιδιωτικών αυτοκινήτων για τις οδικές μετακινήσεις προς τους τόπους προορισμού, αντικαθιστώντας σε μεγάλο βαθμό τη χρήση λεωφορείων.

Σημαντικές παράγοντες για την επιλογή του τρόπου μεταφοράς αποτελούν η απόσταση του επικείμενου προορισμού, το δίκτυο των υποδομών, το κόστος του ταξιδιού, η άνεση του ταξιδιού, η ασφάλεια του ταξιδιού, ακόμα και ψυχολογικοί παράγοντες όπως για παράδειγμα η φοβία προς τη χρήση κάποιου συγκεκριμένου μέσου μεταφοράς. (6)

### Τα τουριστικά καταλύματα

Τα τουριστικά καταλύματα αποτελούν τα μέσα φιλοξενίας για τους τουρίστες κατά τη διάρκεια της παραμονής τους σε έναν τουριστικό προορισμό. Τα τουριστικά καταλύματα είναι κομβικής σημασίας για την επιτυχία ενός ταξιδιού για αυτό γίνεται κράτηση νωρίτερα από τους τουρίστες και επιλογή με βάση μια εκτεταμένη έρευνα αγοράς, ειδικά όταν επισκέπτονται έναν

προορισμό για πρώτη φορά. Τα τουριστικά καταλύματα μπορεί να είναι είτε κύρια είτε συμπληρωματικά.

Στα κύρια τουριστικά καταλύματα συγκαταλέγονται τα ξενοδοχεία, οι ξενώνες, τα πανδοχεία καθώς και πιο προηγμένοι τύποι ξενοδοχείων, όπως αυτά που βρίσκονται κατά μήκος των αυτοκινητοδρόμων, ή αυτά που βρίσκονται πλησίον αεροδρομίων, είτε τα ξενοδοχεία αστικού τύπου χρονομεριστικής μίσθωσης, ή τα μπανγκαλόου κλπ. Στα συμπληρωματικά τουριστικά καταλύματα περιλαμβάνονται τα κάμπινγκ αντίσκηνων ή τροχόσπιτων, οι ενοικιαζόμενες βίλες και οι ενοικιαζόμενες οικίες, τα ενοικιαζόμενα διαμερίσματα και τα ενοικιαζόμενα δωμάτια. Η πιο συνηθισμένη μορφή τουριστικού καταλύματος είναι τα ξενοδοχεία τα οποία υπάγονται σε διάφορες κατηγορίες και μπορεί να είναι εμπορικά, αναψυχής, αυτοκινητοδρόμων, αεροδρομίων, κατοικίας, boutique hotels κτλ. Κάθε χώρα κυρίως μέσω του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού κατατάσσει τα ξενοδοχεία σε κάποιες κατηγορίες με βάση κάποια στάνταρ που η ίδια έχει θεσπίσει, η κατάταξη αυτή μπορεί να γίνει και υιοθετώντας πρότυπα από διεθνείς οργανισμούς και φορείς. Η πιο συνηθισμένη κατηγοριοποίηση των ξενοδοχειακών μονάδων γίνεται με βάση τα «αστέρια», έτσι υπάρχουν ξενοδοχεία 4 αστέρων, 5 αστέρων κτλ ανάλογα με τα κριτήρια που αυτά εκπληρώνουν. Εκτός από τα ξενοδοχεία δυνατότητα κατάταξης σε διάφορες κατηγορίες έχουν και τα ενοικιαζόμενα δωμάτια, τα διαμερίσματα, οι οικίες, οι βίλες κτ. Οι τελευταίες κατηγορίες τουριστικών καταλυμάτων κερδίζουν συνεχώς έδαφος κυρίως λόγω του χαμηλού κόστους και των χρήσεων νέων τεχνολογιών για την κράτηση σε αυτά, την πληρωμή και την διαχείριση γενικότερα (για παράδειγμα με τη χρήση της ψηφιακής πλατφόρμας Airbnb). Στην Ελλάδα για τα ενοικιαζόμενα δωμάτια ισχύει κατηγοριοποίηση με βάση τα «κλειδιά», έτσι υπάρχουν ξενοδοχεία 4 κλειδιών κ.ο.κ. (10)

#### Οι υπηρεσίες ψυχαγωγίας και πολιτισμού

Οι τουρίστες όταν επισκέπτονται έναν τουριστικό προορισμό εκτός όλων των άλλων επιδιώκουν να αλλάξουν παραστάσεις και να κάνουν κάτι διαφορετικά από αυτά που κάνουν στην καθημερινή τους ζωή. Έτσι σημαντικό κίνητρο για τους τουρίστες, είναι οι υπηρεσίες ψυχαγωγίας και πολιτισμού που προσφέρει ένας τουριστικός προορισμός. Τα μέσα που παρέχονται αυτές οι υπηρεσίες ποικίλουν και μπορεί να είναι επισκέψεις σε ιστορικούς και αρχαιολογικούς χώρους, παρακολούθηση πολιτιστικών και καλλιτεχνικών παραστάσεων, συμμετοχή σε τοπικά έθιμα και στην αναβίωση τους, παρακολούθηση αθλητικών γεγονότων, επισκέψεις σε νυχτερινά κέντρα διασκέδασης, επισκέψεις σε καζίνο κτλ. Ακόμα και αν δεν είναι βασική δραστηριότητα του τουρίστα η ψυχαγωγία και η διασκέδαση αποτελούν σημαντικές δραστηριότητες κατά την διάρκεια του ταξιδιού ενός τουρίστα. (1)

Ο τουρισμός είναι ένα ευαίσθητο και αρκετά εύθραυστο προϊόν το οποίο επηρεάζεται από παράγοντες συχνά απρόβλεπτους και μη ελέγξιμους. Τα χαρακτηριστικά του τουριστικού προϊόντος είναι τα ακόλουθα:

- Η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος σχετίζεται άμεσα με τις μεταβολές που πραγματοποιούνται στη τιμή του καθώς και με τις μεταβολές του διαθέσιμου εισοδήματος του καταναλωτή-τουρίστα. Ο τουρίστας επιλέγει τον χρόνο που θα κάνει



αυτός διακοπές λαμβάνοντας υπόψη οικονομικούς, πολιτικούς λόγους και λόγους ασφαλείας.

- Το τουριστικό προϊόν είναι ένα εξαγόμενο προϊόν χωρίς ωστόσο να έχει την ίδια μεταχείριση με τα άλλα εξαγόμενα προϊόντα.
- Η τμηματοποίηση της αγοράς που έγινε τα τελευταία χρόνια είχε ως στόχο να προσεγγίσει κάποιο τουρίστα-καταναλωτή και να ικανοποιήσει κάποιες ανάγκες-επιθυμίες του, έτσι πλέον το τουριστικό προϊόν δεν σχετίζεται μόνο με την γεωγραφική περιοχή αλλά και με την κάλυψη συγκεκριμένης μορφής τουρισμού.
- Το τουριστικό προϊόν τα τελευταία χρόνια εμφάνισε μια τάση διεθνοποίησης και έτσι δημιουργήθηκαν νέες υπηρεσίες και νέα προϊόντα με παγκόσμια απήχηση.
- Στην περίπτωση του τουριστικού προϊόντος ο καταναλωτής-τουρίστας μετακινείται στον τόπο προσφοράς του προϊόντος εν αντιθέσει με τα άλλα προϊόντα που μετακινούνται αυτά στον τόπο διαμονής του καταναλωτή.
- Αντίθετα με ότι γίνεται με τα άλλα προϊόντα, στον τουριστικό προϊόν, ο καταναλωτής-τουρίστας έχει να επιλέξει τον προορισμό του από μια τεράστια γκάμα προορισμών και δραστηριοτήτων.
- Ο τουρίστας-πελάτης δεν γνωρίζει εξ αρχής την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών που θα του παρέχουν. Στο τέλος του ταξιδιού του ο τουρίστας εκτιμά συνολικά πόσο ικανοποιήθηκαν οι προσδοκίες του για έναν προορισμό και εκτιμά τη σχέση τιμής-ποιότητας (value for money), συμπεριλαμβάνοντας όλο το φάσμα των παρεχόμενων υπηρεσιών που του παρέχονται. (17)
- Το μέγεθος των αρχικών επενδύσεων. Οι αρχικές επενδύσεις στον τομέα του τουρισμού, που αφορούν υποδομές είναι αρκετές φορές μεγάλης αξίας δημιουργώντας προβλήματα λόγω της εποχικότητας του τουρισμού, καθώς έχουν χαμηλή αποδοτικότητα και είναι δύσκολες στην διαχείριση. Οι τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να μάθουν να χρησιμοποιούν συγκεκριμένους μεθόδους, έτσι ώστε να είναι αποδοτικές καθώς τα έσοδα τους είναι συγκεκριμένα χρονικά διαστήματα κατά τη διάρκεια της χρονιάς ενώ κάποια έξοδα τους είναι πάγια και κατανέμονται σε όλη την διάρκεια του έτους.
- Τα τουριστικά υπό-προϊόντα μπορούν να υποκατασταθούν μεταξύ τους. Ειδικότερα, ένα ξενοδοχείο πρώτης κατηγορίας μπορεί να υποκατασταθεί από ένα ξενοδοχείο τρίτης κατηγορίας, η μετακίνηση με αεροσκάφος μπορεί να υποκατασταθεί με μετακίνηση με τρένο ή αυτοκίνητο, οι διακοπές στο εξωτερικό μπορούν να υποκατασταθούν από τις διακοπές στο εσωτερικό κτλ.
- Η κατανάλωση των τουριστικών υπηρεσιών επιφέρει την καταστροφή τους: Αφού ολοκληρωθούν οι διακοπές, ο τουρίστας παίρνει μαζί του κάποια αναμνηστικά δώρα και κάποιο φωτογραφικό υλικό που απεικονίζουν στιγμές και παραστάσεις από τις διακοπές, τα οποία είναι υλικά αντικείμενα. Οι άυλες αξίες που μένουν να τους θυμίζουν τον τόπο που επισκέφτηκαν είναι οι «εμπειρίες» και οι «αναμνήσεις» για όλα όσα διαδραματίστηκαν κατά την διάρκεια των διακοπών.
- Η ανελαστικότητα του τουριστικού προϊόντος. Όταν αυξάνεται η τουριστική ζήτηση ή αυξάνονται οι τιμές των τουριστικών υπηρεσιών, δε συνεπάγεται αυτόματα αναλογική αύξηση τους. Οι τουριστικές υπηρεσίες είναι πεπερασμένες και εξαρτώνται

σε μεγάλο βαθμό από το πλήθος των τουριστικών καταλυμάτων, από τη μεταφορική ικανότητα των διαθέσιμων μεταφορικών μέσων, από τον πλήθος, το μέγεθος και την κατανομή εντός της χώρας των τουριστικών συγκεντρώσεων κτλ. (18)

## 1.5 Τουριστική ζήτηση

Από τα χρόνια που αναπτύχθηκε ο τουρισμός, χαρακτηρίστηκε από μεταβολές αφενός στις τουριστικές ροές όσο και στα κίνητρα επιλογής και υλοποίησης ενός ταξιδιού. Ο τουριστικός κλάδος επηρεάζεται διαρκώς από πληθώρα παραγόντων όπως έχουν αναφερθεί κάποιιοι προηγουμένως αποτέλεσμα να διαφοροποιείται διαρκώς η ζήτηση και η προσφορά. Η ζήτηση δημιουργείται από την ανάγκη του ατόμου να μετακινηθεί από τον τόπο που διαμένει σε κάποιον διαφορετικό προορισμό για μια σειρά από λόγους. Η τουριστική ζήτηση κατηγοριοποιείται ως εξής:

- Πραγματική ζήτηση, πρόκειται στην ουσία για τον πραγματικό αριθμό των τουριστών που επισκέπτονται μια χώρα, μια περιοχή κτλ. Η πραγματική ζήτηση προσδιορίζεται με αξιοποίηση των κατάλληλων στοιχείων, όπως είναι το σύνολο αναχωρήσεων και αφίξεων σε συγκεκριμένη χρονική περίοδο και περιοχή.
- Η δυνητική ζήτηση, όπου αφορά τον αριθμό τουριστών που θα μπορούσαν να επισκεφτούν έναν προορισμό, αν το επέτρεπαν οι κατάλληλες συνθήκες, για παράδειγμα οικονομική ελκυστικότητα, δημιουργία υποδομών που να εξυπηρετούν τις ανάγκες των τουριστών-πελατών κτλ.
- Η λανθάνουσα ζήτηση ή μη ζήτηση. Πρόκειται για δυνητικούς τουρίστες των οποίων οι ανάγκες δεν καλύπτονται στην παρούσα φάση από τα τουριστικά προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχει μια συγκεκριμένη περιοχή. Επιπρόσθετα, με αυτή την έννοια την έννοια αναφερόμαστε και σε άτομα τα οποία ενδεχομένως να μην επιθυμούν ή να μην έχουν τη δυνατότητα να επισκεφτούν έναν τουριστικό προορισμό. (19)

Η ζήτηση που δημιουργείται από τα άτομα εξαρτάται από πολλούς παράγοντες που την επηρεάζουν αλλά και από κίνητρα που την διαμορφώνουν αναλόγως. Η ζήτηση προκύπτει από την υποκίνηση των ανθρώπων να ταξιδέψουν, η δε υποκίνηση μπορεί να διακριθεί στην εσωτερική και την εξωτερική.

Η εσωτερική υποκίνηση, σχετίζεται κυρίως με το ψυχολογικό κομμάτι καθώς δημιουργείται από τον ίδιο τον άνθρωπο στηριζόμενος στις επιθυμίες και τις ανάγκες του. Η επιλογή ενός ταξιδιού σχετίζεται με την ικανοποίηση προσωπικών αναγκών και επιθυμιών καθώς και με το αίσθημα ευτυχίας ή πληρότητα τους ατόμου. Η εξωτερική υποκίνηση, σχετίζεται με εξωτερικούς παράγοντες που διαμορφώνουν τις στάσεις, τις προτιμήσεις και τις αντιλήψεις των ατόμων. Επιπλέον, θεωρείται δεδομένη η επίδραση παραγόντων όπως το κοινωνικό περιβάλλον, η κουλτούρα, οι πολιτικοκοινωνικές συνθήκες, τα ήθη και τα έθιμα ενός τόπου, ενώ συνδέονται αυτά με την ικανοποίηση που αντλεί το άτομο πραγματοποιώντας το ταξίδι.

Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τη ζήτηση στον τουρισμό μπορούν να παρουσιαστούν ως εξής:

- Ενεργοποιητές της ζήτησης. Πρόκειται για τα στοιχεία ή τις δυνάμεις που προκύπτουν από μια ανάγκη και ενισχύουν την επιθυμία του ατόμου να ταξιδέψει, έχουν άμεση συσχέτιση με λόγους εσωτερική υποκίνησης, όπως είναι για παράδειγμα η ανάγκη για ξεκούραση και χαλάρωση, η επιθυμία αλλαγής παραστάσεων σε συνδυασμό με την διασκέδαση κτλ.
- Επηρεαστές της ζήτησης. Με τον όρο επηρεαστές της ζήτησης εννοούνται οι παράγοντες έλξης (pull factors) οι οποίοι συσχετίζονται με το εξωτερικό περιβάλλον και ειδικότερα με τον βαθμό ελκυστικότητας ενός τουριστικού προορισμού. Σημαντικός είναι ο ρόλος σε αυτή την κατηγορία των τουριστικών πρακτόρων, καθώς είναι αυτοί που μπορούν να προωθήσουν συγκεκριμένους τουριστικούς προορισμούς και να καθοδηγήσουν τους υποψήφιους τουρίστες να επιλέξουν τον προορισμό που τους προτείνουν αυτοί, ιδιαίτερα όταν πρόκειται για ταξίδι αναψυχής. Εξίσου σημαντική θεωρείται και η επίδραση από το κοινωνικό περιβάλλον, τα σχόλια που θα μεταφέρουν κάποιοι που έχουν επισκεφτεί ήδη έναν τουρισμό καθώς και τα σχόλια που θα αναφερθούν με την χρήση νέων τεχνολογιών (π.χ. σχόλια στο trip advisor) κτλ.
- Καθοριστές ή φιλτραριστές ζήτησης. Με τον όρο καθοριστές της ζήτησης εννοούμε τους παράγοντες που αποτρέπουν τον υποψήφιο τουρίστα να επισκεφτεί μια περιοχή και συνίσταται τόσο σε κοινωνικό, οικονομικό ή και ψυχολογικό επίπεδο. (20)

## 1.6 Τουριστική ανάπτυξη και επιπτώσεις

Αναμφίβολα η τουριστική βιομηχανία αναπτύσσεται διαρκώς σε παγκόσμιο επίπεδο, συνεισφέροντας με αξιόλογο ρυθμό στο Παγκόσμιο Ακαθάριστο Προϊόν, ενώ ταυτόχρονα είναι από τις σημαντικότερες πηγές συναλλάγματος και εισροής κεφαλαίων. Παράλληλα, μέσω της τουριστικής ανάπτυξης δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, που μπορεί να είτε εποχιακές είτε μόνιμες ανάλογα με τον τόπο εγκατάστασης των τουριστικών επιχειρήσεων. Αξιοσημείωτη είναι η συνεισφορά του τουρισμού σε περιοχές όπου πλήττονται από μεγάλα ποσοστά ανεργίας καθώς αναπτύσσονται ποικίλες νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, συμβάλλοντας με αυτόν τον τρόπο στην περιφερειακή ανάπτυξη. Έτσι, ο τουρισμός περιορίζει το φαινόμενο της εσωτερικής μετακίνησης προς τα αστικά κέντρα μιας χώρας, αφού με την ανάπτυξη τουριστικών επιχειρήσεων γίνεται μια διαφορετική κατανομή του εθνικού προϊόντος. Ταυτόχρονα αναπτύσσονται μαζί με τον τουρισμό και άλλοι κλάδοι της οικονομίας όπως είναι κατασκευές με στόχο να κατασκευαστούν σύγχρονες και απαιτητικές υποδομές, έτσι ώστε να εξασφαλιστούν βασικές υπηρεσίες, διευκολύνσεις και παροχές προς τουρίστες εξασφαλίζοντας αξιόλογα τουριστικά ρεύματα προς αυτές τις περιοχές. Επίσης, η συνεργασία τον αγροδιατροφικού τομέα με τον τουρισμό μεγιστοποιεί τα οφέλη των τοπικών κοινωνιών καθώς οι τουρίστες γνωρίζουν τοπικά προϊόντα, τα αξιολογούν και εφόσον μείνουν ικανοποιημένοι είναι πολύ σύνηθες να τα προωθούν στην χώρα τους. Ο τουρισμός εκτός από την συνεισφορά που έχει στο εισόδημα των κατοίκων μιας περιοχής συμβάλλει και στην

βελτίωση της ποιότητας ζωής, στην καλύτερευση του βιοτικού επιπέδου ενισχύοντας τις επενδύσεις σε όλους τους τομείς αλλά και βελτιώνοντας το επίπεδο των υποδομών. Εκτός από τις τοπικές κοινωνίες ο τουρισμός ενισχύει και το κράτος καθώς εισπράττει την φορολογία εισοδήματος από τις τουριστικές επιχειρήσεις και τα φυσικά πρόσωπα που σχετίζονται με τον τουρισμό, ενώ ιδιαίτερα σημαντική είναι η συνεισφορά του τουρισμού στα έσοδα του κράτους μέσω της επιβολής φόρων και δασμών σε αγαθά και υπηρεσίες που απευθύνονται σε τουρίστες. (21)

Παρόλο που ο τουρισμός έχει θετικές επιπτώσεις όπως αναφέρθηκε προηγουμένως η ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος ενέχει και πολλούς κινδύνους που είναι τόσο κοινωνικοί όσο και περιβαλλοντικοί, καθώς κατά την τουριστική ανάπτυξη καταναλώνονται μεγάλες ποσότητες μη ανανεώσιμων φυσικών πόρων. Επειδή, μεγάλο μέρος του τουριστικού προϊόντος ελέγχεται από διεθνής ομίλους εταιριών με βασική τους στόχευση να είναι ο μαζικός τουρισμός αναπτύσσεται πλήθος αρνητικών συνεπειών οικονομικών, κοινωνικών και περιβαλλοντικών για μια περιοχή και μια χώρα ευρύτερα. Σημαντικό πρόβλημα είναι ότι μεγάλο μέρος των τουριστικών εσόδων επιστρέφουν πίσω σε ξένες χώρες, καθώς οι τουριστικές επιχειρήσεις προμηθεύονται κάποια προϊόντα από άλλες χώρες ενώ απασχολούν και ξένο προσωπικό, ακόμη κάποιες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις συχνά ανήκουν σε άτομα μη κατοίκους της ενδοχώρας. (22)

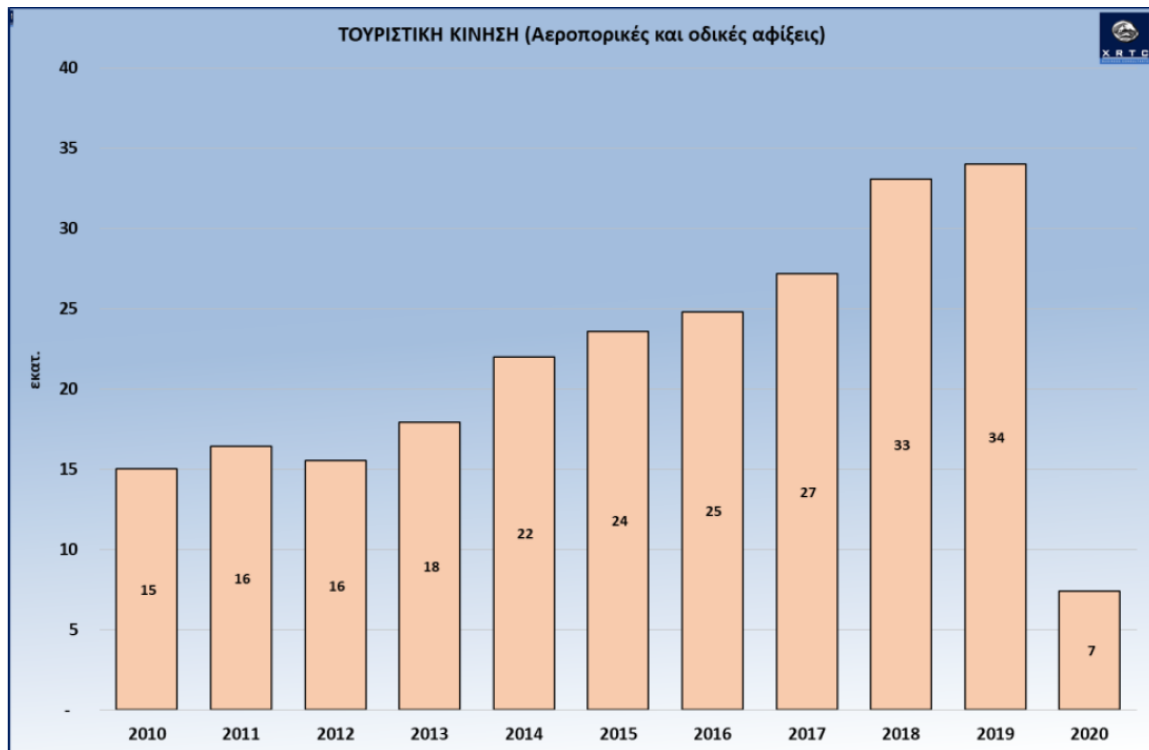
Σημαντικό ρόλο καλούνται να διαδραματίσουν οι tour operators για μια περιοχή και μπορεί να είναι είτε θετικός είτε αρνητικός. Τα τελευταία χρόνια εφαρμόστηκαν πολιτικές κάθετης ολοκλήρωσης από τους tour operators, οι οποίες συνέβαλαν στη διαμόρφωση ολιγοπωλιακών συνθηκών σε μεγάλες αγορές μαζικού τουρισμού όπως είναι η Αγγλία και η Γερμανία. Η θέση ισχύος των tour operators συχνά οδηγεί σε αρνητικές κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις για τις τοπικές κοινωνίες, αφού είναι συχνό φαινόμενο να εκμεταλλεύονται την θέση ισχύος που έχουν εις βάρος των τοπικών προμηθευτών και των κατοίκων των προορισμών εν γένει. Η ατμοσφαιρική ρύπανση, η αλόγιστη κατανάλωση των πόρων, η αύξηση των αποβλήτων σε συνδυασμό με μη βιώσιμες πρακτικές, οι κοινωνικές αλληλεπιδράσεις μεταξύ των τουριστών και των ντόπιων πληθυσμών, η έλλειψη ισορροπίας στην κατανομή εισοδήματος στην τοπική οικονομία της περιοχής-χώρας προορισμού κλπ. αποτελούν επιδράσεις που μπορεί να έχει η πολιτική που εφαρμόζουν οι tour operators. Προκειμένου να αποφευχθούν τέτοια φαινόμενα που διαταράσσουν την συνεργασία μεταξύ των εμπλεκόμενων φορέων αλλά και διαρρηγνύουν τις βάσεις για την αειφόρο ανάπτυξη, οι tour operators θα πρέπει να επιδεικνύουν εταιρική κοινωνική ευθύνη, δηλαδή να εφαρμόζουν δράσεις και να λαμβάνουν πρωτοβουλίες που ενισχύουν από κοινού με τους τοπικούς φορείς τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά προβλήματα που προκύπτουν ως απόρροια της τουριστικής ανάπτυξης σε μια περιοχή. (23)

### **1.7 Η τουριστική κίνηση την περίοδο της πανδημίας COVID-19**

Λόγω της πανδημίας Covid-19, που ξέσπασε τον χειμώνα του 2020, ο κλάδος του τουρισμού επλήγη και καταδείχθηκε ότι η εξάρτηση της ελληνικής οικονομίας από ένα μόνο κλάδο την καθιστά οικονομικά ευάλωτη. Αυτό συνέβη και σε άλλες χώρες του ευρωπαϊκού νότου. Η μείωση του τουρισμού σε χώρες όπως η Ελλάδα, η Ισπανία, η Ιταλία και η Πορτογαλία

μείωσε σημαντικά τη συνολική οικονομική δραστηριότητα. Στην περίπτωση της Ελλάδας, η εισερχόμενη τουριστική κίνηση το έτος 2019 έφτασε σε επίπεδο ρεκόρ με 34 εκατομμύρια επισκέπτες. (24)

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), το 2020 υπήρξε το χειρότερο έτος για τον τουρισμό σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι διεθνείς αφίξεις μειώθηκαν κατά 74% σε σχέση με το έτος 2019, ενώ στην Ελλάδα οι διεθνείς αφίξεις μειώθηκαν κατά 78% και συνεπώς μόνο 7,4 εκατομμύρια άνθρωποι επισκέφθηκαν την Ελλάδα. (24)



#### **Αφίξεις τουριστών στην Ελλάδα 2010-2020 (24)**

Το 2020 οι εισπράξεις από τον τουρισμό στην Ελλάδα μειώθηκαν κατά 76,5% σε σχέση με το έτος 2019 και έφτασαν μόλις τα 4,3 δις ευρώ. Πιο συγκεκριμένα, οι εισπράξεις από κατοίκους των χωρών της Ε.Ε. μειώθηκαν κατά 70,8% και διαμορφώθηκαν στα 2,8 δις ευρώ και οι εισπράξεις από κατοίκους των χωρών εκτός της Ε.Ε. μειώθηκαν κατά 82% και διαμορφώθηκαν στα 1,434 δις ευρώ. (24)

## Κεφάλαιο 2: Αερομεταφορές

### 2.1 Ιστορική αναδρομή αερομεταφορών

Ενώ υπάρχει πλήθος τρόπων μετακίνησης (τρένα, πλοία, αεροπλάνα κτλ) οι αερομεταφορές κατέχουν εξέχουσα θέση στον κλάδο των μεταφορών καθώς με τη χρήση αεροπορικών μέσων μειώνεται δραστικά ο χρόνος του ταξιδιού και ακόμη δίνεται η δυνατότητα πρόσβασης σε περιοχές που άλλα μέσα είτε αδυνατούν είτε αργούν πάρα πολύ να τα εξυπηρετήσουν. Ο τουρισμός έχει άμεση σχέση με τις αερομεταφορές για να μπορεί να προσελκύει επισκέπτες, ενώ η βιομηχανία αερομεταφορών εξαρτάται άμεσα από τον τουρισμό γιατί μέσω του τουρισμού δημιουργείται ζήτηση για τα προϊόντα της. Τα τελευταία χρόνια αυξάνεται διαρκώς ο αριθμός των διεθνών τουριστών με αποτέλεσμα να γίνονται διαρκώς αλλαγές στον κλάδο των αερομεταφορών.

Οι μεταφορές έχουν συμβάλει στην ανάπτυξη του τουρισμού και το αντίστροφο. Η αύξηση του επιπέδου εξυπηρέτησης και οι προηγμένες παροχές έχουν εξελίξει και αναβαθμίσει το τουριστικό προϊόν και η υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών τουρισμού έχει τροφοδοτήσει την ανάπτυξη και εξέλιξη των αερομεταφορών. Οι αερομεταφορές αποτελούν το κυρίαρχο μέσο για την ανάπτυξη και εξέλιξη του διεθνή τουρισμού και διαδραματίζουν κυρίαρχο ρόλο στις ενδοπεριφερειακές μετακινήσεις τουριστών που πραγματοποιούν μακρινά ταξίδια. Τα ταξίδια με αεροπορικά μέσα μπορεί να είναι είτε αυτοτελή, δηλαδή οι τουρίστες να χρησιμοποιούν μόνο αυτά για να μεταβούν από τον τόπο διαμονής τους στον τόπο προορισμού τους, είτε μπορεί να αποτελούν μέρος μιας μεταφορικής αλυσίδας, όπου ο τουρίστας θα χρησιμοποιήσει εκτός από τα αεροπορικά μέσα ένα ή και παραπάνω μέσα προκειμένου να πραγματοποιήσει το ταξίδι του (για παράδειγμα συνδυασμός αεροσκάφους, λεωφορείου).

Οι αεροπορικές εταιρείες παρουσιάζουν δελεαστικά πακέτα ταξιδιών και με την διαρκή ανάπτυξη του ανταγωνισμού προσελκύουν διαρκώς μεγαλύτερο αριθμό τουριστών με αποτέλεσμα να παρακινούνται πολλοί και τα άνθρωποι να ταξιδέψουν και οφέλη να είναι πολλαπλά για τον τουρισμό και για τις εταιρείες αερομεταφορών. Προς αυτή τη κατεύθυνση έχουν συμβάλει οι προωθητικές ενέργειες των αεροπορικών εταιριών για συγκεκριμένους προορισμούς καθώς και για συγκεκριμένα τουριστικά προϊόντα, σε συνεργασία με άλλους φορείς του τουρισμού στοχεύοντας σε μια αμοιβαία επωφελή προσέλκυση τουριστών και φυσικά σε ενίσχυση της κερδοφορίας όλων των μελών αυτής της άτυπης αλυσίδας. Καθοριστική ήταν και εξακολουθεί να είναι, στην περαιτέρω ενίσχυση των αερομεταφορών των η ανάπτυξη εταιριών χαμηλού κόστους που πλέον συνδέουν όλες τις ευρωπαϊκές χώρες εγκαινιάζοντας μια εποχή όπου μπορεί κάποιος να ταξιδέψει αεροπορικά σε τιμές που ήταν αδιανόητο να καταφέρει να έχει πριν μερικά χρόνια. (25)

Η ιδέα της πτήσης με μηχανή βαρύτερη από τον αέρα εμφανίστηκε από τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, σε πιο οργανωμένη μορφή, ωστόσο δεν υπήρχε τότε η κατάλληλη τεχνολογία και οι κατάλληλοι κινητήρες για να γίνει κάτι τέτοιο και έτσι η ιδέα αυτή έμεινε απραγματοποίητη. Το 1903 πέταξε το πρώτο αεροπλάνο που είχε κατασκευαστεί από τους αδερφούς Ράιτ και η πτήση

διήρησε μόλις 12 δευτερόλεπτα και διάνυσε μια απόσταση 37 μέτρων. Ήταν η πρώτη φορά που ο άνθρωπος κατόρθωσε να πραγματοποιήσει μια απολύτως ελεγχόμενη μηχανοκίνητη πτήση με ένα αεροπλάνο βαρύτερο από τον αέρα.

Παρόλο που οι ιστορικές καταγραφές διαφέρουν ως προς τις πρώτες πτήσεις και τα χαρακτηριστικά τους, συγκλίνουν ως προς το ότι οι πρώτες πτήσεις πραγματοποιήθηκαν στα χρόνια πριν ξεσπάσει ο Α΄ Παγκόσμιος πόλεμος. Το 1909 ο Γάλλος πιλότος Louis Bleriot διέσχισε το κανάλι της Μάγχης και ταξίδεψε από την Γαλλία στην Αγγλία, αποτελώντας την πρώτη διεθνή πτήση, ενώ ένα χρόνο αργότερα το 1910, καταγράφηκε η πρώτη εμπορική αεροπορική υπηρεσία που ήταν μια πτήση μεταφοράς αλληλογραφίας από το Blackpool στο Southport της Μεγάλης Βρετανίας. Το 1912 στη Γερμανία, πραγματοποιήθηκε η πρώτη πτήση με επιβάτη έναντι αμοιβής, ενώ το 1914 έλαβε χώρα η πρώτη αντίστοιχη πτήση όπου συνέδεσε το St. Petersburg και την Tampa της Florida. Η πρώτη αεροπορική εταιρεία ιδρύθηκε το 1919 στη Γερμανία και ξεκίνησε η πρώτη προγραμματισμένη καθημερινή εξυπηρέτηση των πελατών. (26)

Το 1918 στις Η.Π.Α. οι έντονες ανάγκες της οικονομίας και η διαθεσιμότητα καλύτερων αεροσκαφών, με δεδομένου ότι η χώρα ήταν σε εμπόλεμη κατάσταση, αναγκάστηκε η υπηρεσία ταχυδρομείου να προχωρήσει στην ίδρυση αερομεταφερόμενου ταχυδρομείου. Η Ford Motor Company εκπλήρωσε το πρώτο συμβόλαιο πτήσης, ενώ πλήθος αερομεταφορέων που λειτουργούν ακόμα και σήμερα, ξεκίνησαν την λειτουργία από τα συμβόλαια αερομεταφοράς ταχυδρομείου τα οποία τοποθετούνται χρονολογικά στα τέλη της δεκαετίας του 1920. Η άμεση εξάρτηση των εταιριών αυτών από τα κρατικά συμβόλαια έβαλε τα θεμέλια για τον κυβερνητικό έλεγχο στην εναέρια αεροπορική βιομηχανία. (27)

Μετά την ολοκλήρωση του Α΄ Παγκοσμίου Πολέμου αναπτύχθηκε η διεθνής εμπορική αεροπορική μεταφορά. Οι διεθνείς αεροπορικές συνδέσεις ξεκίνησαν από τις χώρες της Δυτικής Ευρώπης και καθιερώθηκαν, μιας και λόγω της περιορισμένης γεωγραφικής έκτασης τα αεροσκάφη διέσχιζαν τα εθνικά σύνορα προκειμένου να έχουν τα επιθυμητά οικονομικά αποτελέσματα. Στις Η.Π.Α. επειδή η ζήτηση που υπήρχε ήταν για την σύνδεση των εσωτερικών σημείων της χώρας, η αεροπορικές συνδέσεις εγκαινιάστηκαν μια δεκαετία αργότερα σε σχέση με την Ευρώπη. Στα χρόνια του Μεσοπολέμου εγκαινιάστηκε και η πρώτη τακτική υπερατλαντική αεροπορική σύνδεση το 1939, καθιστώντας την μια εποχή πρωτοπορίας για τις αερομεταφορές. Με την έναρξη του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου, είχε εδραιωθεί ένα αρκετά σημαντικό δίκτυο αερομεταφορών, το οποίο συνέδεε τις ηπείρους μεταξύ τους αλλά και περιοχές εντός των χωρών. (26)

Μετά το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου, δημιουργήθηκαν οι κατάλληλες συνθήκες για την ανάπτυξη των αερομεταφορών. Οι ανάγκες που δημιουργήθηκαν εκείνη την εποχή έβαλαν τα θεμέλια για τη δημιουργία πολλών αεροπορικών εταιριών που βρίσκονται ακόμα και σήμερα εν λειτουργία. Έτσι η ολλανδική KLM ξεκίνησε την λειτουργία της το 1919, η αυστριακή AUSTRIAN το 1923 όπως και η βελγική SABENA, ενώ το 1931 ξεκινά την λειτουργία της η ελβετική SWISSAIR. Από το 1949 η αύξηση χρήσης των αερομεταφορών ξεπέρασε κάθε άλλη μορφή μεταφοράς, ως αποτέλεσμα της τεχνολογίας που εξελίχθηκε ραγδαία αλλά και των οικονομικών αναγκών που προέκυψαν. Από το 1940 μέχρι τα τέλη της

δεκαετίας του 1970, η μεταφορά επιβατών με αεροσκάφη αυξήθηκε 40 φορές, ενώ πραγματοποιούνται πτήσεις διαρκώς με μεγαλύτερα αεροσκάφη. (28)

Η βιομηχανία των αερομεταφορών όπως λειτουργεί σήμερα διαμορφώθηκε μετά την άρση των ελέγχων τις Η.Π.Α. το 1978 και στην Ε.Ε. κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1980. Ως αποτέλεσμα αυτής της άρσης είναι η αύξηση του ανταγωνισμού και η επανεξέταση στρατηγικών και δομών οργάνωσης των αεροπορικών εταιριών προκειμένου να καταφέρουν να επιβιώσουν. Πλήθος εταιριών στην αρχή της δεκαετίας του 1990 δεν κατέφερε να νικήσει τον ανταγωνισμό με αποτέλεσμα να αναγκαστούν να βάλουν λουκέτο. Η φιλελευθεροποίηση της βιομηχανίας των αερομεταφορών στην ευρωπαϊκή ήπειρο, το 1997, ήταν ιδιαίτερα κρίσιμη για την περαιτέρω εξέλιξη των πολύ ανταγωνιστικών εταιριών, μιας και έδωσε την δυνατότητα σε οποιοδήποτε μεταφορέα να πετάξει μεταξύ δύο οποιονδήποτε αερολιμένων εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ παράλληλα μπήκε τέλος στα μονοπώλια των εθνικών μεταφορέων(flag carriers). (29)

## **2.2 Η εξέλιξη των αερομεταφορών**

Η αεροπορία παρέχει το μόνο παγκόσμιο μεταφορικό δίκτυο, που την καθιστά αναγκαία για την ανάπτυξη της παγκόσμιας επιχειρηματικότητας αλλά και του τουρισμού. Ενισχύει και διευκολύνει την οικονομική ανάπτυξη ιδιαίτερα σε αναπτυσσόμενες χώρες. Παρόλο που ο κλάδος των αερομεταφορών είναι καινούργιος συγκριτικά με τους άλλους κλάδους των μεταφορών έχει διανύσει μεγάλη απόσταση μέχρι να διαμορφώσει την σημερινή κατάσταση. Αναμφίβολα υπάρχουν πλήθος λόγων που επιτάχυναν και διαμόρφωσαν αυτή την ραγδαία ανάπτυξη. Ειδικότερα οι κυριότεροι λόγοι που σχετίζονται με την ανάπτυξη των αερομεταφορών είναι οι ακόλουθοι:

- Τεχνολογική εξέλιξη των αερομεταφορών
- Ρύθμιση και απορρύθμιση των αερομεταφορών
- Κατηγορίες των αερομεταφορών
- Σχέση μεταξύ αερομεταφορών και αεροδρομίων
- Στρατηγικές συμμαχίες (30)

### **2.2.1 Τεχνολογική εξέλιξη των αερομεταφορών**

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως οι πρώτες πτήσεις ξεκίνησαν στις αρχές του 20<sup>ου</sup> αιώνα, ενώ λίγο αργότερα δημιουργήθηκαν οι πρώτες αεροπορικές εταιρείες. Στα μέσα του αιώνα δημιουργήθηκε η μηχανή jet (jet engine), η οποία αποτέλεσε επαναστατική τεχνολογία για τα δεδομένα της εποχής αλλάζοντας το τοπίο των αερομεταφορών, καθώς δινόταν η δυνατότητα κάλυψης μεγάλων αποστάσεων με μεγαλύτερη αποδοτικότητα στα καύσιμα και φυσικά με ελαχιστοποίηση του χρόνου πτήσης. Με την διαρκή ανάπτυξη της τεχνολογίας, οι τιμές των



εισιτήριων διαρκώς μειώνονταν διευρύνοντας την χρήση των αεροπορικών μεταφορών από πλατειές μάζες και όχι μόνο από συγκεκριμένες ομάδες με μεγαλύτερη οικονομική επιφάνεια. Τέλος, οι τεχνολογικές αλλαγές διαμόρφωσαν γενικότερα έναν νέο τρόπο λειτουργίας των αερομεταφορών σε όλους τους τομείς. (31)

## 2.2.2 Ρύθμιση και απορρύθμιση των αερομεταφορών

Με τον όρο ρύθμιση αναφερόμαστε σε κυβερνητικές παρεμβάσεις στον τομέα των αερομεταφορών. Οι παρεμβάσεις αυτές γίνονται για τους ακόλουθους λόγους:

- Για τη διασφάλιση της παροχής των αναγκαίων υπηρεσιών.
- Για τη διασφάλιση της λειτουργίας με διαφάνεια των εταιριών και την τήρηση του υγιούς ανταγωνισμού, με στόχο να παταχθεί η κερδοσκοπία απέναντι στους πελάτες-καταναλωτές καθώς και οι αθέμιτες πρακτικές ανταγωνισμού έναντι των υπολοίπων εταιρειών ή ακόμα και εξάλειψη φαινομένων δημιουργίας καρτέλ στην αγορά.
- Για την τήρηση της εργατικής νομοθεσίας και εξασφάλιση των εργατικών δικαιωμάτων και των νόμων του κράτους γενικότερα από τις εταιρείες.
- Για τον έλεγχο των κινδύνων που ελλοχεύουν σε ζητήματα ασφαλείας και προστασίας του περιβάλλοντος.

Το 1978 στις Η.Π.Α., όπως αναφέρθηκε ήδη υπογράφηκε η Αεροπορική Πράξη Απορρύθμισης (Airline Deregulation Act), με την οποία περιοριζόταν δραστικά η κυβερνητική παρεμβατικότητα σε θέματα ασφαλείας, υποδομών και αποφυγής σχηματισμού μονοπωλίων στην αγορά. Οι αλλαγές που προήλθαν από αυτή την απελευθέρωση άλλαξαν ριζικά την λειτουργία των αεροπορικών εταιρειών, καθώς συνέβαλαν στην βελτιστοποίηση της λειτουργίας τους, στον αποτελεσματικότερο σχεδιασμό, στον έλεγχο του κόστους, στην δυνατότητα να προσφέρουν καινούργια προϊόντα σε διαφοροποιημένες ομάδες καταναλωτών, στην ενίσχυση και βελτίωση του πτητικού δικτύου και φυσικά στην βελτίωση των τιμών των παρεχόμενων υπηρεσιών. Ταυτόχρονα, έκαναν την εμφάνιση τους και από τότε εξελίσσονται διαρκώς νέες τεχνολογίες και συστήματα ελέγχου τιμών, «έξυπνα» συστήματα κρατήσεων και διαχείρισης κράτησης, εφαρμογές που λειτουργούν μέσω internet κτλ. (32)

Η αύξηση των τουριστικών ροών, η ανάπτυξη των αερομεταφορών και του τουρισμού γενικότερα επηρεάστηκαν και από τις Πέντε Ελευθερίες του Αέρα οι οποίες είναι οι ακόλουθες:

- 1<sup>η</sup> Ελευθερία του Αέρα: Η πρώτη ελευθερία του αέρα, σχετίζεται με το δικαίωμα διέλευσης των διεθνών τακτικών αεροπορικών μεταφορών από τον εναέριο χώρο ενός κράτους ή και περισσότερων κρατών χωρίς να προσγειώνονται σε αυτό.
- 2<sup>η</sup> Ελευθερία του Αέρα: Εδώ περιγράφεται το δικαίωμα όσον αφορά τις τακτικές διεθνείς αεροπορικές μεταφορές ενός κράτους στο έδαφος ενός άλλου κράτους ή κρατών για μην εμπορικούς σκοπούς.

- 3<sup>η</sup> Ελευθερία του Αέρα: Στην τρίτη ελευθερία του αέρα, περιγράφεται το δικαίωμα που σχετίζεται με τις τακτικές διεθνείς αεροπορικές μεταφορές, που δίνεται από ένα κράτος σε κάποιο άλλο κράτος μέλος να αναλάβει, στο έδαφος του πρώτου κράτους, κίνηση που προορίζεται για το κράτος προέλευσης του αερομεταφορέα.
- 4<sup>η</sup> Ελευθερία του Αέρα: Εδώ αναλύεται το δικαίωμα που αφορά τις τακτικές διεθνείς αεροπορικές μεταφορές και χορηγείται από ένα κράτος σε άλλο κράτος, με στόχο αυτό να δεχθεί και αναλάβει στο έδαφος του πρώτου κράτους, την κίνηση που προορίζεται για το κράτος προέλευσης του αερομεταφορέα.
- 5<sup>η</sup> Ελευθερία του Αέρα: Η Πέμπτη ελευθερία του αέρα σχετίζεται με τακτικές διεθνείς αεροπορικές μεταφορές και αφορά το δικαίωμα που χορηγείται από ένα κράτος σε κάποιο άλλο κράτος για να δεχθεί και να αναλάβει, στο έδαφος του πρώτου κράτους την κίνηση που προέρχεται από ή προορίζεται για τρίτο κράτος. (33)

### 2.2.3 Στρατηγικές Συμμαχίες

Μετά την άρση των περιορισμών που υπήρχαν λόγω κυβερνητικής παρεμβατικότητας, οι εταιρείες έθεσαν ως πρώτο στόχο την μεγιστοποίηση της λειτουργικής τους κερδοφορίας και την διαρκούς αύξησης του αριθμού των επιβατών που μεταφέρουν. Για να μπορέσουν να είναι πιο αποτελεσματικές, για να βελτιώσουν το επίπεδο εξυπηρέτησης, για να μειωθεί ο χρόνος των ταξιδιών αλλά και το λειτουργικό κόστος, έχουν δημιουργηθεί στρατηγικές συμμαχίες μεταξύ των εταιριών που έχουν ως στόχο την κάλυψη περισσότερων προορισμών χρησιμοποιώντας συμφωνίες πώλησης εισιτηρίων για την ίδια πτήση (codeshare flights), καλύτερες ώρες πτήσεων στα αεροδρόμια με μείωση των χρόνων αναμονής όταν ο επιβάτης θα πρέπει να αλλάξει πτήση, μείωση του κόστους των κοινών εργασιών δημιουργώντας οικονομίες κλίμακας κ.α. Οι στρατηγικές αυτές συνεργασίες μπορεί να είναι σε τοπικό, διεθνές ή παγκόσμιο επίπεδο, αξιοποιώντας τα πλεονεκτήματα που αναφέρθηκαν προηγουμένως και προσαρμοζόμενες στις ανάγκες και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε εταιρίας. (33) Παράδειγμα συνεργασίας από τον ελλαδικό χώρο ήταν η συνεργασία της Aegean airlines με την Olympic Air για την διεξαγωγή δρομολογίων εντός Ελλάδος από την δεύτερη για λογαριασμό της πρώτης. Αυτή τη στιγμή, σε παγκόσμιο επίπεδο υπάρχουν 3 παγκόσμιες μεγάλες στρατηγικές συμμαχίες σε λειτουργία και είναι οι ακόλουθες:

- Η Star Alliance, η οποία ιδρύθηκε το 1997 από σύμπραξη πέντε αεροπορικών εταιριών και συγκεκριμένα της Lufthansa, της Scandinavian Airways (SAS), της Thai Airways, της Air Canada και της United Airlines. Σήμερα η Star Alliance αριθμεί 28 μέλη και συνδέει αεροπορικά 192 χώρες εξυπηρετώντας συνολικά 1.330 αεροδρόμια αποτελώντας την πιο μεγάλη στρατηγική αεροπορική συμμαχία σε παγκόσμιο επίπεδο. (35)
- Η Skyteam, η οποία ιδρύθηκε το 2000 κατόπιν σύμπραξης των Air France, Delta Airlines, AeroMexico και Korean Air. Σήμερα αριθμεί 20 μέλη εξυπηρετώντας περισσότερους από 1.050 προορισμούς. (36)

- Η OneWorld, η οποία ιδρύθηκε το 1998 στο Μόντρεαλ του Καναδά με την συμμετοχή της British Airways, της American Airlines, της Qantas και της Cathay Pacific αριθμώντας σήμερα 14 μέλη και εξυπηρετεί πάνω από 750 προορισμούς παγκοσμίως. (37)

### 2.3 Ο ρόλος των αερομεταφορών στην ανάπτυξη τουριστικών περιοχών

Αναμφίβολα οι αερομεταφορές αποτελούν σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη και καθιέρωση μιας τουριστικής περιοχής ως τόπο προορισμού. Είναι γεγονός ότι υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός μεταξύ των διάφορων περιοχών είτε αυτές γειτνιάζουν είτε όχι εφόσον προσφέρουν το ίδιο ή παραπλήσιο τουριστικό προϊόν. Προκειμένου μια περιοχή να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλαίσιο και να καταφέρει να προσελκύσει ικανοποιητικό ως προς τις υποδομές της αριθμό τουριστών, με την χρήση αερομεταφορών οι αρμόδιοι φορείς σε αγαστή συνεργασία προχωράνε στις ακόλουθες κινήσεις:

- Ανάλυση ανταγωνιστικών προορισμών: Ανταγωνιστικοί προορισμοί για έναν τόπο προκειμένου να προσελκύσει τακτική αερομεταφορά τουριστών αποτελούν κοντινές περιοχές ή πόλεις τόσο εντός όσο και εκτός χώρας. Προκειμένου μια περιοχή να καταφέρει να προσελκύσει νέες αεροπορικές εταιρείες και επομένως και αυξημένο αριθμό τουριστών θα πρέπει να προβάλει τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα τα οποία μπορεί να σχετίζονται και με τους δύο τομείς, δηλαδή αφενός με το επίπεδο ικανοποίησης και λειτουργίας των αερομεταφορών και αφετέρου με το επίπεδο ικανοποίησης του τουρίστα από τον τόπο που θα επισκεφτεί. Στο πρώτο σκέλος προκειμένου να είναι ανταγωνιστικός ένας προορισμός εξετάζεται το επίπεδο των υποδομών του, η εγγύτητα με ένα αστικό κέντρο, η φορολογική πολιτική κτλ. Ενώ στο δεύτερο σκέλος εξετάζεται το επίπεδο των τουριστικών υποδομών, όπως είναι οι ξενοδοχειακές μονάδες, η καθαρότητα των θαλασσών, η χρονική διάρκεια της τουριστικής περιόδου, η ύπαρξη μαρίνας σκαφών κτλ.
- Νέο στοχοποιημένο πελατολόγιο και τρόποι προσέγγισης του: Μια χώρα ή μια περιοχή προκειμένου να αναπτύξει συχνά αερομεταφορά τουριστών είτε εποχιακά είτε καθ' όλη τη διάρκεια του έτους έχει τη δυνατότητα να απευθυνθεί σε νέες αγορές. Παράδειγμα είναι η Ρωσία και η Κίνα, στις οποίες όλο και μεγαλύτερο κομμάτι των πολιτών έχει αυξημένη αγοραστική δύναμη, έχουν αρθεί οι δυσκολίες με την έκδοση βίζας και μπορεί πιο εύκολο να ταξιδέψει σημαντικό μέρος του πληθυσμού και να γνωρίσει νέους τόπους. Ο πιο δημοφιλής τρόπος προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος σε νέες αγορές είναι το διαδίκτυο αλλά και η συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις όπου υπάρχει η δυνατότητα γνωριμίας και ακόμα και επίτευξη συμφωνίας με tour operators. Τέτοια παραδείγματα έχουν εφαρμοστεί τα τελευταία χρόνια και στον ελληνικό χώρο, με την αύξηση των πτήσεων προς χώρες όπως Ρωσία, Ουκρανία αλλά και Τουρκία.
- Εναλλακτικές μορφές τουρισμού: Σε μια περιοχή προκειμένου να αναπτυχθεί τακτική αερομεταφορά τουριστών από και προς την περιοχή αυτή, μπορούν να αναπτύσσονται εναλλακτικές μορφές τουρισμού όπως είναι ο αγροτουρισμός, ο θρησκευτικός-

πολιτισμικός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός κτλ. Παράδειγμα, μια πτήση μπορεί να μεταφέρει τουρίστες οι οποίοι θα μεταβούν στο λίκνο της ορθοδοξίας στο Άγιον Όρος, ενώ παράλληλα θα γνωρίσουν και την ευρύτερη περιοχή της Χαλκιδικής. Βέβαια για να καταφέρουν οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού να προσελκύσουν επαρκή αριθμών τουριστών έτσι ώστε να διευρυνθεί η αεροπορική μετάβαση προς την περιοχή, θα πρέπει να γίνει επαρκής διαφήμιση και προβολή και βεβαίως να υπάρχουν οι κατάλληλες υποδομές μαζί με την αντίστοιχη κουλτούρα που απαιτείται για την επιτυχή έκβαση του εγχειρήματος. (38)

## 2.4 Κύρια χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων αερομεταφοράς

Τα βασικά χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων αερομεταφοράς είναι τα ακόλουθα:

Πρόκειται για μια «βιομηχανία» παροχής υπηρεσιών: Εξαιτίας του εξοπλισμού που συναντά κανείς στις αερομεταφορές αλλά και λόγω των εγκαταστάσεων, συχνά παραβλέπεται το γεγονός ότι οι αερομεταφορές είναι μια «βιομηχανία» παροχής υπηρεσιών. Οι αεροπορικές εταιρείες μεταφέροντας τους πελάτες τους-και τα προϊόντα των πελατών τους από ένα σημείο σε ένα άλλο με ένα συμφωνημένο ποσό από πριν, εκτελούν μια υπηρεσία που έχει παρόμοια χαρακτηριστικά με τις άλλες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών όπως είναι οι τράπεζες, οι ασφαλιστικές εταιρείες κτλ. Δεν υπάρχει κανένα φυσικό προϊόν που να δίνεται ως αντάλλαγμα για τα χρήματα που πληρώνονται από πελάτη και φυσικά δεν υπάρχει δυνατότητα αποθήκευσης και χρήσης σε διαφορετική ημερομηνία από την ημέρα εκτέλεσης της πτήσης.

Οι αερομεταφορές χαρακτηρίζονται από υψηλή ένταση κεφαλαίου: Εν αντιθέσει με τις άλλες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, οι αεροπορικές εταιρείες απαιτούν τεράστια κεφάλαια για να μπορέσουν να ξεκινήσουν την λειτουργία τους. Ενώ σε μια τυπική εταιρεία παροχής υπηρεσιών μπορεί να αρκεί ένας μικρός χώρος γραφείου με κάποιο στοιχειώδη εξοπλισμό προκειμένου να λειτουργήσει, στην αεροπορική βιομηχανία απαιτείται τεράστιος εξοπλισμός, που περιλαμβάνει από αεροπλάνα μέχρι προσομοιωτές πτήσης, υπόστεγα συντήρησης, ρυμουλκά αεροσκαφών, counters στους αερολιμένες και πύλες. Επομένως, η αεροπορική βιομηχανία απαιτεί υψηλά ποσά προκειμένου να λειτουργήσει αποδοτικά και χαρακτηρίζεται επιχείρηση εντάσεως κεφαλαίου. Ο εξοπλισμός συνήθως αποκτάται μέσω δανεισμού, χρονομίσθωσης ή μέσω της αύξησης μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας. Επειδή οι αερομεταφορείς είναι κάτοχοι μεγάλων στόλων ακριβώς αεροσκαφών και εξοπλισμού εν γένει και απαξιώνονται στη διάρκεια του χρόνου, ιστορικά έχουν παράγει θετικές ταμιακές ροές (κέρδη πλέον της απόσβεσης), τις οποίες αξιοποιούν για να εξελίσσουν διαρκώς τον εξοπλισμό τους και να εισάγουν νέες τεχνολογίες που είναι ικανές να διατηρήσουν και να αυξήσουν το μερίδιό τους στην αγορά.

Οι αερομεταφορές χαρακτηρίζονται από υψηλή ένταση εργασίας: Οι αεροπορικές εταιρείες απασχολούν ένα μεγάλο αριθμό εργαζόμενων σε ειδικότητες όπως πιλότους, αεροσυνοδούς, μηχανικούς, υπαλλήλους κρατήσεων και εξυπηρέτησης πελατών, αναλυτές, λογιστές, καθαριστές κτλ. Παρόλο που οι νέες τεχνολογίες έχουν αυτοματοποιήσει κάποιες διαδικασίες

στον τομέα των αερομεταφορών, το ανθρώπινο κεφάλαιο εξακολουθεί να κατέχει αξιόλογο ρόλο στην λειτουργία των αερομεταφορών, γιατί οι αερομεταφορές μην ξεχνάμε ότι είναι παροχή υπηρεσιών και υπάρχει μεγάλος αριθμός επιβατών-πελατών ο οποίος έχει ανάγκη ή προτιμά την εξυπηρέτηση από προσωπικό και όχι από κάποια αυτοματοποιημένη διαδικασία με την βοήθεια της τεχνολογίας. Μεγάλο ποσοστό των εσόδων μιας αεροπορικής εταιρείας που προσεγγίζει ακόμα και το 30% κατευθύνεται στις αμοιβές προσωπικού και γενικότερα στα κόστη εργασίας του προσωπικού, ποσοστό που είναι μεγαλύτερο από τον μέσο όρο έναντι άλλων «βιομηχανιών» παροχής υπηρεσιών. (39)

Η κερδοφορία των αεροπορικών εταιρειών: Οι αεροπορικές εταιρείες σε βάθος χρόνου έχουν κερδίσει ένα περιθώριο κέρδους κάτω του μετρίου. Είναι γεγονός ότι η ζήτηση παρουσιάζει έντονη εποχικότητα με τους μήνες του καλοκαιριού να αυξάνεται έντονα, καθώς και γενικότερα κατά τη διάρκεια των διακοπών. Επομένως, η επιβατική κίνηση και τα έσοδα που προέρχονται από αυτή εμφανίζουν εποχικότητα και αυξομειώνονται ανάλογα με την εποχή του έτους για αυτό οι εταιρείες ρυθμίζουν τα προγράμματα τους περιοδικά για να μπορούν να αξιοποιούν αποδοτικά τον εξοπλισμό τους και το αντίστοιχο προσωπικό που διαθέτουν.

Τα έσοδα των αεροπορικών εταιρειών: Το 80% των εσόδων κατά μέσο όρο μιας αμερικανικής αεροπορικής εταιρείας προέρχεται από τις εισπράξεις για την αγορά εισιτηρίων. Τα υπόλοιπα έσοδα προέρχονται κυρίως από την μεταφορά εμπορευμάτων και άλλες υπηρεσίες που σχετίζονται με τις μεταφορές. Τα τρία τέταρτα των εσόδων περίπου στις Η.Π.Α. που προέρχονται από εισιτήρια αφορούν τις εσωτερικές μετακινήσεις ενώ μόνο το ένα τέταρτο των εσόδων προέρχεται από τους διεθνείς επιβάτες.

Συντελεστής πληρότητας νεκρού σημείου: Τόσο μια αεροπορική εταιρεία όσο και κάθε πτήση παρουσιάζει τον «συντελεστή πληρότητας νεκρού σημείου», πρόκειται για το ποσοστό των θέσεων που η αεροπορική εταιρεία θα πρέπει να διαθέσει σε μια δεδομένη χρονική στιγμή ή σε ένα συγκεκριμένο επίπεδο τιμών έτσι ώστε να μπορεί να καλύψει τα έξοδα της. Με δεδομένο ότι κάθε εταιρεία έχει διαφορετική λειτουργία, άλλο πελατολόγιο άλλους προορισμούς κλπ. ο συντελεστής πληρότητας νεκρού σημείου διαφέρει. Όταν υπάρχουν υψηλές δαπάνες αυξάνεται ο συντελεστής πληρότητας νεκρού σημείου, ενώ όταν οι τιμές είναι υψηλές στα εισιτήρια τότε ο συντελεστής πληρότητας νεκρού σημείου είναι χαμηλότερος. Τα τελευταία χρόνια λόγω του έντονου ανταγωνισμού και των υψηλότερων τιμών των καυσίμων ο συντελεστής πληρότητας νεκρού σημείου κυμαίνεται γύρω στο 80%. Επειδή, μεγάλος αριθμός εταιριών λειτουργεί κοντά στον συντελεστή πληρότητας νεκρού σημείου μπορεί ακόμα και η πώληση ελάχιστων εισιτηρίων να καταστήσει κερδοφόρο ή μη ένα δρομολόγιο.

Διαμόρφωση θέσεων: Η αύξηση των διαθέσιμων θέσεων σε ένα αεροσκάφος δίνει την δυνατότητα επιπλέον εσόδων, ωστόσο αυτό εξαρτάται από την επιλεγμένη πολιτική μάρκετινγκ που ακολουθεί η κάθε εταιρεία. Εάν μια εταιρεία στοχεύει στους «ευαίσθητους» ως προς τη τιμή καταναλωτές, δηλαδή στους ταξιδιώτες ελεύθερου χρόνου, τότε στοχεύει στο να αυξήσει τις διαθέσιμες θέσεις για να μπορεί να διατηρεί προσιτές τις τιμές των εισιτηρίων. Εφόσον μια εταιρεία στοχεύει στην επιχειρηματική πελατεία, τότε μπορεί να προτιμήσει να την πιο αραιή διαμόρφωση καθισμάτων εντός του αεροσκάφους. Βέβαια πολλές εταιρείες

προτιμούν μια μέση κατάσταση για να μπορούν να εξυπηρετούν εύκολα όλες τις κατηγορίες πελατών για να είναι πιο ευέλικτες. (40)

Υπεράριθμες κρατήσεις: Πολλές φορές εξαιτίας του στόχου να μεγιστοποιηθούν τα έσοδα υπερκαλύπτονται οι διαθέσιμες θέσεις σε μια πτήση. Η πρακτική αυτή βασίζεται σε στατιστικές αναλύσεις που έχουν κάνει οι αεροπορικές εταιρείες και διαπιστώνουν ότι οι business travelers αγοράζουν ακριβά εισιτήρια χωρίς να τους απασχολεί το κόστος, πολλές φορές δεν εμφανίζονται στην πτήση και δεν πετούν με τις πτήσεις για τις οποίες έχουν κάνει κράτηση. Έτσι πολλές φορές λόγω αλλαγών στο πρόγραμμα τους, ή λόγω απρόβλεπτων παραμέτρων όπως είναι η κυκλοφοριακή συμφόρηση ταξιδεύουν με διαφορετικές πτήσεις από τις οποίες έχουν κάνει κράτηση και μάλιστα υπάρχουν και μερικοί ταξιδιώτες οι οποίοι έχουν κάνει κράτηση θέσεων σε περισσότερες από μία πτήσεις. Τόσο οι αεροπορικές εταιρείες όσο και οι πελάτες ωφελούνται όταν υπάρχουν υπεράριθμες κρατήσεις και αυτή η πολιτική δεν εφαρμόζεται και τόσο τυχαία από τις αεροπορικές εταιρείες μιας και εξετάζονται διεξοδικά τα στατιστικά δεδομένα της κάθε πτήσης. Στις περισσότερες φορές αυτή η μέθοδος λειτουργεί αποτελεσματικά ωστόσο αν παρ' όλα αυτά ο αριθμός των επιβατών είναι μεγαλύτερος από την χωρητικότητα του αεροσκάφους οι εταιρείες δίνουν κίνητρα για να ταξιδέψει ο επιβάτης με μια άλλη πτήση έτσι ώστε να υπάρξει εύρυθμη λειτουργία.

Τιμολόγηση: Μετά την άρση των ελέγχων οι αεροπορικές εταιρείες μπορούν να τιμολογούν ελεύθερα τις υπηρεσίες τους όπως γίνεται με τις άλλες επιχειρήσεις. Διαμορφώνουν τις τιμές των εισιτηρίων των επιβατών και των εμπορευμάτων με βάση τις απαιτήσεις των πελατών και φυσικά λαμβάνοντας υπόψη τον ανταγωνισμό. Έτσι μια θέση έχει διαφορετική αξία όταν π.χ. είναι business και διαφορετική όταν είναι οικονομική και απευθύνεται σε διαφορετικό κοινό. Για παράδειγμα, στην business class θα πληρώσει κάποια παραπάνω χρήματα για να καθίσει κάποιος επιχειρηματίας που μεταβαίνει σε μια σύσκεψη ενώ αντίθετα στην οικονομική θέση θα ταξιδέψει εύκολα ένας φοιτητής που μεταβαίνει σε ένα τόπο διακοπών. Για μια εταιρεία, βασικός στόχος για τον καθορισμό της τιμής είναι η μεγιστοποίηση των εσόδων, επομένως αυτή προσδιορίζει το κατάλληλο μίγμα εκπτώτικων και κανονικών εισιτηρίων, λαμβάνοντας υπόψη ότι με μικρές εκπτώσεις ίσως να μην πετύχει μεγάλη πληρότητα η πτήση και επομένως θα έχει χαμηλά έσοδα η εταιρεία. Η διαδικασία εντοπισμού του σωστού μίγματος τιμών για κάθε πτήση γίνεται με την βοήθεια του κατάλληλου λογισμικού και είναι δύσκολη διαδικασία η οποία λαμβάνει υπόψη την προσφορά και την ζήτηση για κάθε πτήση. (41)

Προγραμματισμός πτήσεων: Μετά την άρση των περιοριστικών ελέγχων, οι αεροπορικές εταιρείες έχουν τη δυνατότητα να εισέλθουν σε όποια εγχώρια αγορά επιθυμούν και να διαμορφώσουν εσωτερικά δρομολόγια. Έτσι οι εταιρείες όπου βρίσκουν πρόσφορο έδαφος εγκαθίστανται και ανακοινώνουν το πρόγραμμά τους αρκετό καιρό νωρίτερα προκειμένου να είναι αξιόπιστες στην τοπική αγορά. Τα προγράμματα καθιερώνονται ανάλογα με την ζήτηση και τους στόχους του μάρκετινγκ που εφαρμόζουν. Ο προγραμματισμός των πτήσεων λαμβάνει υπόψη και άλλες παραμέτρους όπως είναι η διαθεσιμότητα των αεροσκαφών και πληρωμάτων, οι ανάγκες συντήρησης καθώς και οι λειτουργικοί περιορισμοί των τοπικών αεροδρομίων.

Προγραμματισμός στόλου: Προκειμένου να επιτύχει οικονομικά ένα καλό αποτέλεσμα θα πρέπει η αεροπορική εταιρεία να επιλέξει τους κατάλληλους τύπους αεροσκαφών για τις περιοχές όπου θέλει να δραστηριοποιηθεί. Η επιλογή των κατάλληλου τύπου αεροσκαφών γίνεται από ανώτερα στελέχη της εταιρείας, παράλληλα συμμετέχουν και υπάλληλοι από άλλα τμήματα όπως το τμήμα συντήρησης και το τμήμα εφαρμοσμένης μηχανικής. (42)

## **2.5 Οι αερομεταφορές την εποχή της πανδημίας COVID-19**

### **2.5.1. Οι αερομεταφορές στην απαρχή της κρίσης της πανδημίας**

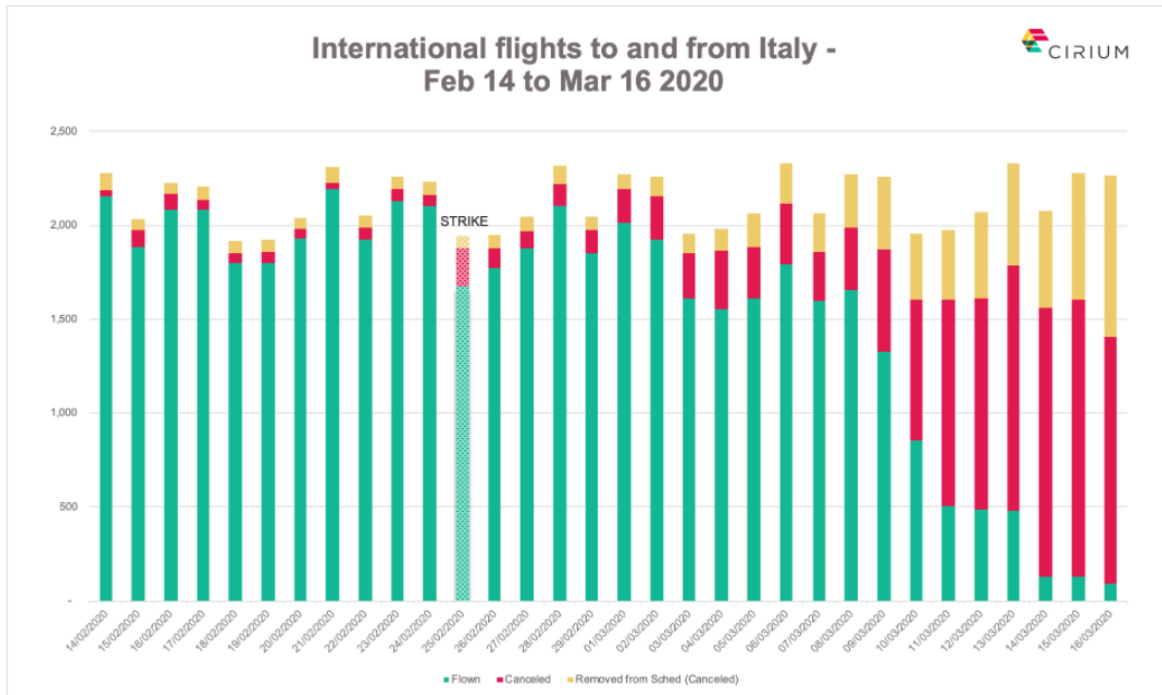
Οι τεκτονικές αλλαγές που προέκυψαν λόγω της πανδημίας οδήγησαν όλες τις εταιρείες του κλάδου των αερομεταφορών να επαναξιολογήσουν τις δραστηριότητές τους ώστε να κατορθώσουν να επιβιώσουν μέσα σε αυτήν την κρίση.

Σύμφωνα με στοιχεία που δημοσιεύθηκαν την άνοιξη του 2020, τα εισιτήρια ήταν ακριβότερα, τα δρομολόγια λιγότερα, οι υγειονομικοί έλεγχοι πριν την επιβίβαση αυστηροί και οι παροχές για τους επιβάτες οικονομικών θέσεων πιο φτωχές. Ο Εντ Μπάστιαν, διευθύνων σύμβουλος της Delta Air Lines, σε επιστολή προς τους εργαζομένους τόνισε ότι θα πρέπει να προετοιμαστούν για αδύναμη ανάκαμψη, ακόμη και μετά τον έλεγχο της πανδημίας, η οποία θα διαρκέσει δύο με τρία έτη. (43)

Η πανδημία κατόρθωσε μέσα σε λίγους μόνο μήνες να διαγράψει τη «χρυσή» δεκαετία της βιομηχανίας των αερομεταφορών. Οι αεροπορικές εταιρείες περιόρισαν τη δυναμικότητά τους σε ποσοστό άνω του 70% από τον Ιανουάριο του 2020, σύμφωνα με μελέτη της εταιρείας δεδομένων και αναλύσεων του κλάδου των αερομεταφορών Cirium. (43)

Μάλιστα, σύμφωνα με εκτίμηση του 2020 των αναλυτών της USB Group, λόγω της αύξησης των τηλεδιασκέψεων και των συνεδρίων εξ αποστάσεως, προβλεπόταν ενδεχόμενη μείωση των επαγγελματικών αεροπορικών ταξιδιών. (43)

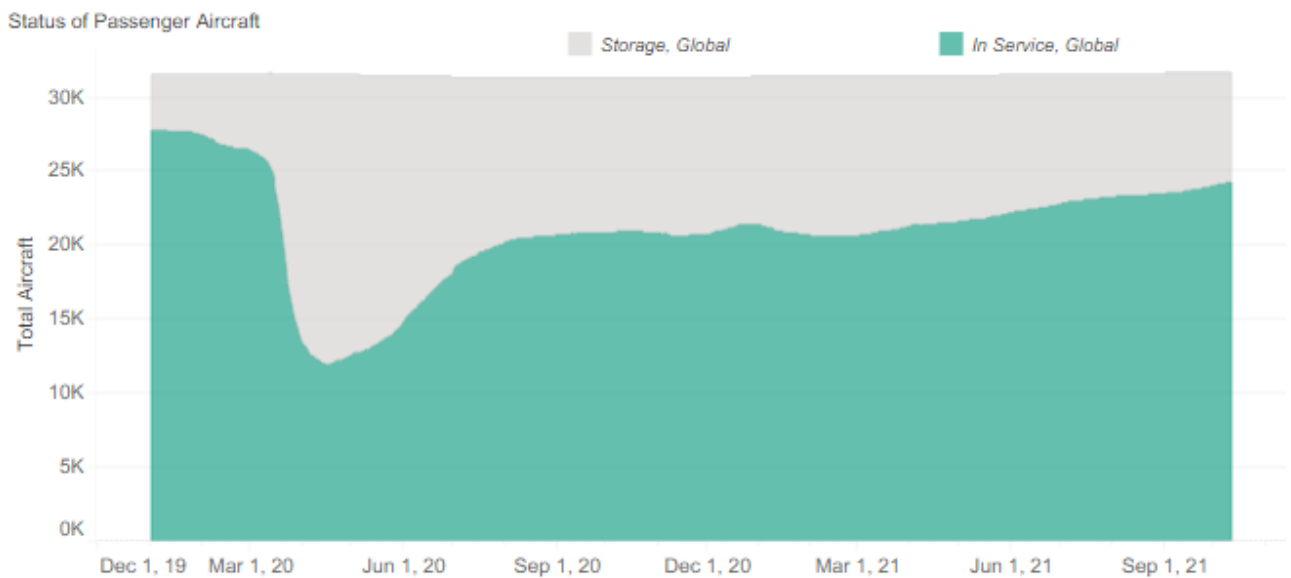
Ιδίως σε ό,τι αφορά την Ιταλία, όπου ξεκίνησε η μεγάλη έξαρση της πανδημίας στον ευρωπαϊκό χώρο, ανακοίνωση της Cirium που δημοσιεύθηκε τον Μάρτιο του 2020 κατέδειξε ότι περίπου 21.000 πτήσεις ακυρώθηκαν συνολικά από τις 28 Φεβρουαρίου έως τις 16 Μαρτίου. Πιο συγκεκριμένα, ακυρώθηκαν 4.800 πτήσεις εσωτερικού και 17.000 διεθνείς πτήσεις. Ο αριθμός αυτός ισοδυναμεί με το 44% των προγραμματισμένων πτήσεων για αυτήν την περίοδο που ακυρώθηκαν. (44) Η δραματική αυτή μείωση αποτυπώνεται στο παρακάτω γράφημα:



Flight impact due to coronavirus to and from Italy.

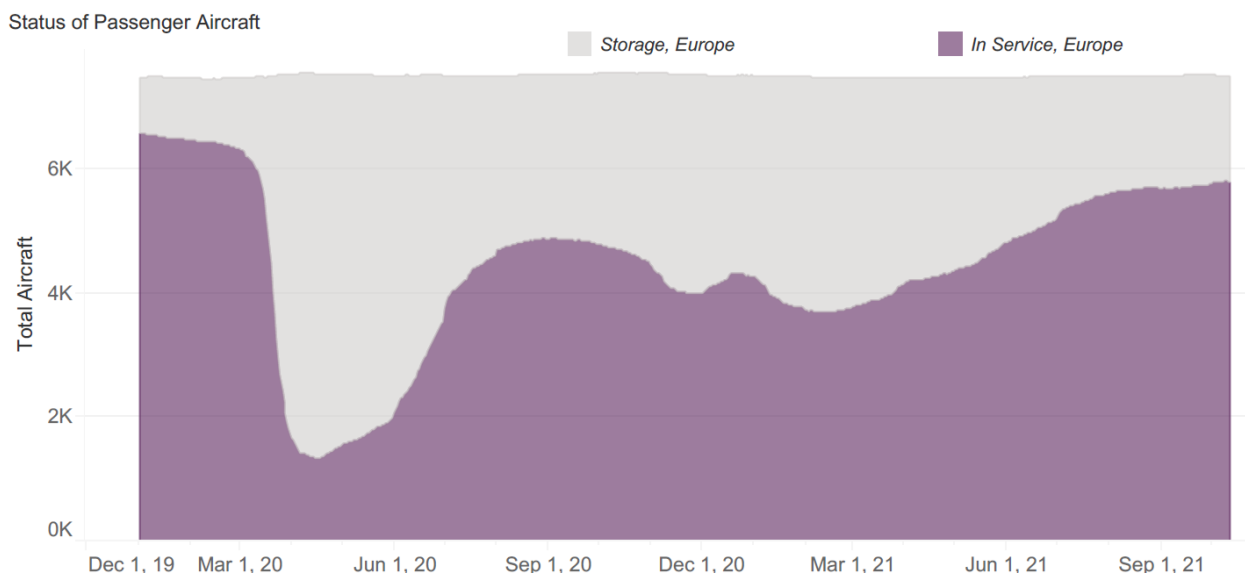
Διεθνείς πτήσεις από και προς Ιταλία από 14 Φεβρουαρίου έως 16 Μαρτίου (44)

Γενικά, η μεγαλύτερη μείωση του αριθμού των χρησιμοποιούμενων αεροσκαφών παρατηρήθηκε το 2ο τρίμηνο του 2020, σύμφωνα με την ετήσια αναφορά της Cirium (45), όπως φαίνεται στα παρακάτω γραφήματα σε παγκόσμιο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο αντίστοιχα.



Κατάσταση επιβατικών αεροσκαφών σε παγκόσμιο επίπεδο (45)





Κατάσταση επιβατικών αεροσκαφών σε ευρωπαϊκό επίπεδο (45)

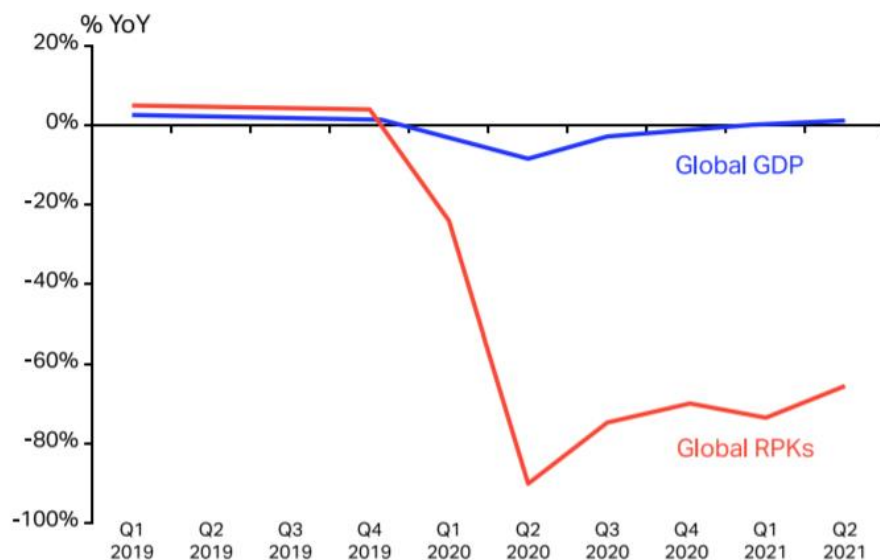
### 2.5.2. Η επόμενη ημέρα για τον κλάδο των αερομεταφορών

Με δεδομένα του 2021 πλέον, σύμφωνα με την ετήσια αναφορά 2021 του IATA (46), η πανδημία έχει χωρίσει τη βιομηχανία των αερομεταφορών σε τρεις πραγματικότητες:

Οι αγορές φορτίου έχουν κερδίσει έδαφος και έχουν αγγίξει αριθμούς προ κρίσης. Αυτό οφείλεται στον ζωτικό ρόλο των αεροσκαφών για τη μεταφορά σωστικού ιατρικού εξοπλισμού, Μέσων Ατομικής Προστασίας (ΜΑΠ) και εμβολίων καθώς και ειδών ηλεκτρονικού εμπορίου, το οποίο παρουσίασε εξαιρετική αύξηση κατά τη διάρκεια της περιόδου lockdown.

Από την άλλη, οι εγχώριες αγορές επιβατικών αερομεταφορών έχουν ανακάμψει και έχουν αγγίξει το προ κρίσης επίπεδο κατά 20%. Διαφαίνεται διάθεση του επιβατικού κοινού για ταξίδια. Ωστόσο, τα διεθνή ταξίδια παραμένουν περίπου στο ένα τέταρτο αυτών του 2019. Ο αριθμός αυτός σταδιακά αυξάνεται. (46)

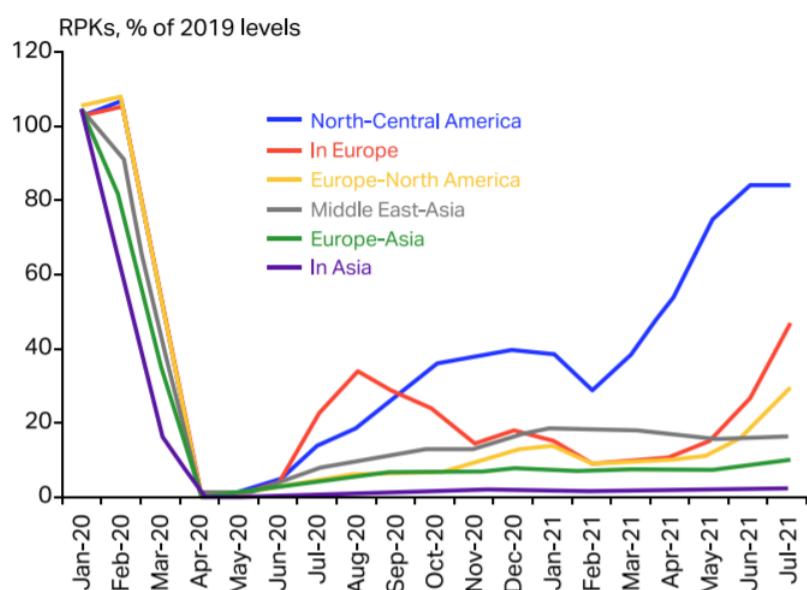
Αν και η παγκόσμια οικονομική δραστηριότητα σταδιακά ανακάμπτει, οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί διατήρησαν τον αριθμό των επιβατών χαμηλό, ειδικά σε ό,τι αφορά τα διεθνή ταξίδια. Οι αριθμοί του δεύτερου τριμήνου του 2021 βελτιώθηκαν σε σύγκριση με τους αριθμούς του πρώτου τριμήνου του 2021, αλλά σε όλη τη βιομηχανία ο δείκτης Revenue Passenger Kilometers (RPK) παρέμεινε χαμηλότερα κατά 64,5% μεταξύ Ιανουαρίου 2021 και Ιουλίου 2021 σε σύγκριση με την ίδια περίοδο πριν από την κρίση του 2019 (46), όπως φαίνεται στο παρακάτω γράφημα:



Source: IATA Economics, using data from IATA Monthly Statistics and Refinitiv Eikon

### Παγκόσμιος δείκτης RPK 2019-2020 (46)

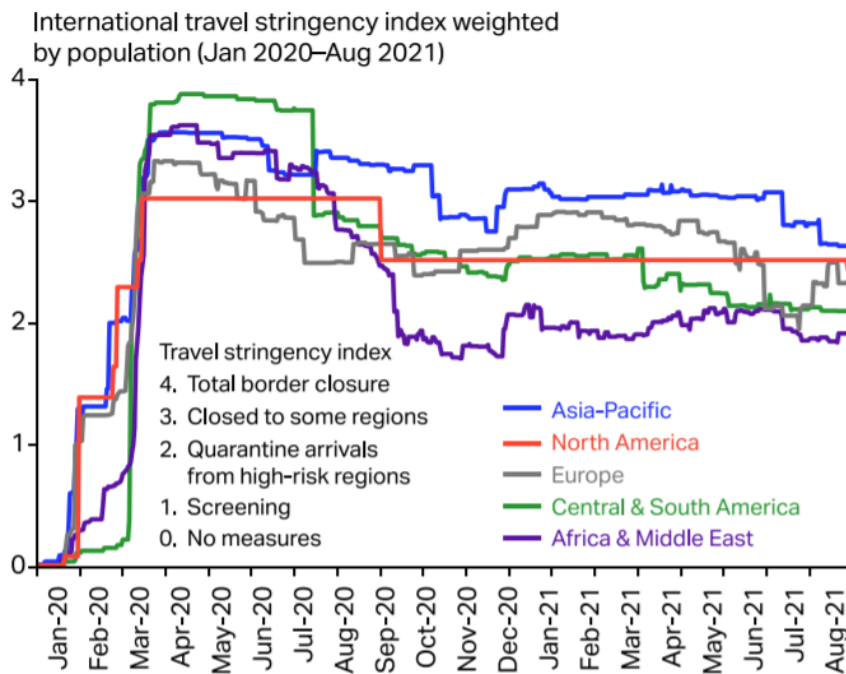
Πιο συγκεκριμένα, η διεθνής επιβατική κίνηση παραμένει ασθενής στις περισσότερες αγορές. Ένα αξιοσημείωτο στοιχείο υπήρξε η αγορά της Βόρειας-Κεντρικής Αμερικής, όπου ο δείκτης RPK ανέκαμψε στο 85% των επιπέδων πριν από την κρίση λόγω των λιγότερο αυστηρών ταξιδιωτικών περιορισμών σε σχέση με τον υπόλοιπο κόσμο. Οι μεγαλύτερες αγορές της Ευρώπης και της Ευρώπης-Βόρειας Αμερικής σημείωσαν επίσης πρόοδο εν μέσω χαλάρωσης των ταξιδιωτικών περιορισμών κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού, όπως διαφαίνεται στο παρακάτω γράφημα:



Source: IATA Economics, using data from IATA Monthly Statistics

### Επίπεδα δείκτη RPK 2020-2021 ανά αγορά (46)

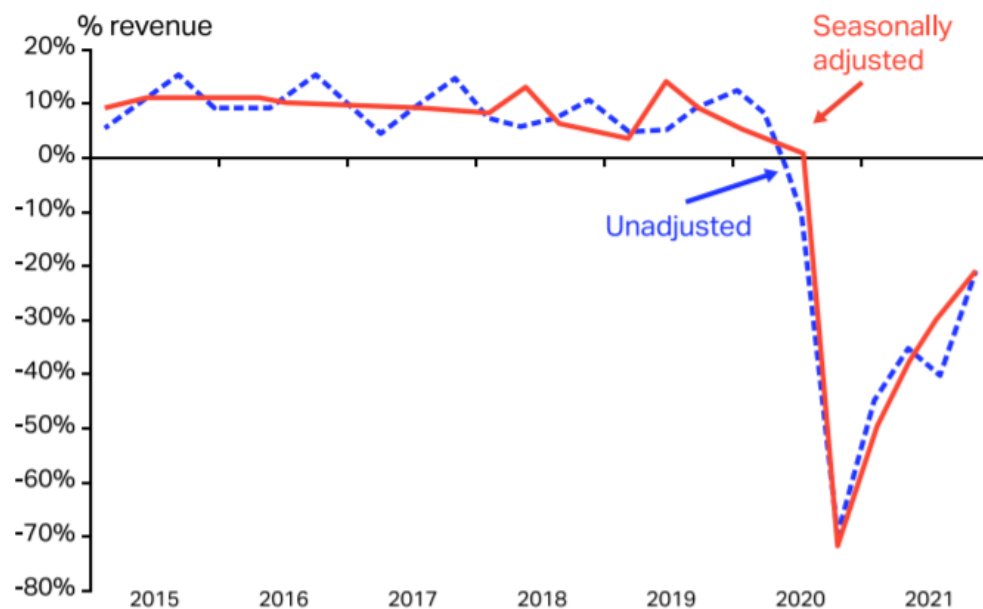
Ωστόσο, οι διεθνείς ταξιδιωτικοί περιορισμοί παραμένουν υψηλοί και οι περισσότερες διεθνείς αγορές αεροπορικών ταξιδιών βρίσκονται σε λιγότερο από το 25% των RPK του 2019. Αν και κάποια χαλάρωση έχει σημειωθεί από το 2<sup>ο</sup> τρίμηνο του 2020 και εξής, οι περιορισμοί παραμένουν σε υψηλά επίπεδα σε όλες τις περιοχές στις οποίες οι κυβερνήσεις αποστρέφονται τον κίνδυνο, κυρίως στην Ασία και στον Ειρηνικό, όπως φαίνεται στο παρακάτω γράφημα:



Source: IATA Economics analysis based on Oxford university data

#### Δείκτης διεθνών ταξιδιωτικών περιορισμών (46)

Τα οικονομικά στοιχεία της αεροπορικής βιομηχανίας βελτιώνονται αλλά παραμένουν σε αρνητικά επίπεδα. Οι καθαρές λειτουργικές απώλειες της αεροπορικής βιομηχανίας έχουν σίγουρα μειωθεί από το lockdown του 2020. Οι αεροπορικές εταιρείες έχουν μειώσει τα κόστη και, εν μέσω ανάκαμψης της εγχώριας αγοράς, έχουν ξεκινήσει σταδιακά να παράγουν έσοδα. Τα αυξημένα έσοδα από μεταφορά φορτίων όμως αντιστάθμισαν μόνο εν μέρει την απώλεια εσόδων από επιβατικές πτήσεις. Συνολικά, τα λειτουργικά έσοδα στη βιομηχανία των αερομεταφορών έχουν μειωθεί περισσότερο από 60% στο 2ο τρίμηνο του 2021 σε σύγκριση με το 2ο τρίμηνο του 2019. (46) Η βιομηχανία των αερομεταφορών εξακολουθεί να παρουσιάζει λειτουργικές ζημιές σε ποσοστό της τάξης του 20% περίπου των εσόδων, όπως φαίνεται και από το παρακάτω γράφημα:



Source: IATA Economics, using data from *The Airline Analyst*

#### Ποσοστιαία έσοδα ανά έτος (46)

Ο Willie Walsh, Γενικός Διευθυντής της Διεθνούς Ένωσης Αερομεταφορών (IATA) αναφέρει ότι το βαθύτερο σημείο της κρίσης έχει παρέλθει. Ωστόσο, παραμένουν σοβαρά ζητήματα που οφείλει να αντιμετωπίσει ο κλάδος. Οδός προς την ανάκαμψη θεωρείται ο εμβολιασμός κατά του COVID-19, ώστε να αποκατασταθεί η ελευθερία ταξιδιών (46)

Επίσης, ο Willie Walsh αναφέρεται σε ένα σύνολο αρχών που καλούνται όλοι να υιοθετήσουν για την αποκατάσταση της παγκόσμιας συνδεσιμότητας:

- Οι εμβολιασμένοι επιβάτες δεν πρέπει αντιμετωπίζουν εμπόδια κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους.
- Θα πρέπει να υπάρχουν διαθέσιμα εμβόλια για όλους όσους επιθυμούν να εμβολιαστούν.
- Οι επιβάτες που έχουν πραγματοποιήσει τεστ covid-19 θα πρέπει να μπορούν να ταξιδεύουν χωρίς καραντίνα. Αυτό αφορά σε όσους δεν μπορούν να εμβολιαστούν και σε όσους βρίσκονται σε περιοχές στις οποίες τα εμβόλια δεν είναι ακόμη διαθέσιμα.
- Το κόστος για τα τεστ covid-19 θα πρέπει να βαραίνει τις κυβερνήσεις. (46)

Η ετήσια αναφορά αναφέρει επίσης ότι οι απώλειες του κλάδου αφορούν σε όλη την αλυσίδα αξίας. Οι αεροπορικές εταιρείες επιβίωσαν μειώνοντας τα λειτουργικά έξοδα κατά 35%, δανειζόμενοι από τους μετόχους αλλά και από τις τράπεζες. Ταυτόχρονα, η κρατική στήριξη υπήρξε σανίδα σωτηρίας για κάποιες εταιρείες. Η ρευστότητα όμως δεν ενισχύθηκε άμεσα με τους τρόπους αυτούς, αφού από τα 230 δισεκατομμύρια δολάρια που τέθηκαν στη διάθεση

των αεροπορικών εταιρειών, τα 101 δολάρια ήταν με τη μορφή δανείων και τα 81 δισεκατομμύρια δολαρίων αφορούσαν άμεση απασχόληση και μισθολογική υποστήριξη. (46)

Η ΙΑΤΑ καταδικάζει την αύξηση των χρεώσεων για τους επιβάτες και δεν την θεωρεί λύση για τις εταιρείες, ακόμη κι αν αρκετές την επιθυμούν. Λύση θεωρεί τη μείωση του κόστους και την αύξηση της αποδοτικότητας. Οι μέτοχοι, επίσης, οι οποίοι έχουν επωφεληθεί από υψηλές αποδόσεις τα προηγούμενα έτη, οφείλουν στο σημείο αυτό να συμβάλουν στην αποκατάσταση της βιομηχανίας. (46)

## **Κεφάλαιο 3: Ακτοπλοΐα**

### **3.1 Γενικά χαρακτηριστικά του κλάδου της ακτοπλοΐας**

Η ελληνική ναυτιλία είναι ένας από τους πιο σημαντικούς τομείς της ελληνικής οικονομίας, ενώ η Ελλάδα κατατάσσεται μεταξύ των μεγαλύτερων ναυτιλιακών δυνάμεων σε ολόκληρο τον κόσμο. Μέσα από αυτήν εισρέει ξένο συνάλλαγμα και ταυτόχρονα παρέχεται απασχόληση σε μεγάλο αριθμό εργαζομένων.

Ο ακτοπλοϊκός στόλος αποτελεί μικρό μέρος του συνολικού ελληνόκτητου στόλου, αλλά είναι σημαντικός για τη χώρα μας και την οικονομία της. Η σημασία της ελληνικής ακτοπλοΐας είναι εμφανής από το γεγονός ότι στην Ελλάδα υπάρχουν 750 λιμάνια. Ταυτόχρονα, ο ελληνικός ακτοπλοϊκός στόλος συμβάλλει στην άμυνα της Ελλάδας, αφού το Αιγαίο Πέλαγος αποτελεί το μεγαλύτερο μέρος των ελληνικών συνόρων με την Τουρκία.

Ο κλάδος της ακτοπλοΐας έχει σημειώσει πρόοδο τα τελευταία χρόνια, αφού αναβαθμίζονται διαρκώς τα παλιά πλοία και δρομολογούνται νέα σύγχρονα πλοία. Έχει επίσης βελτιωθεί η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών καθώς και η συχνότητα των δρομολογίων. Συγχωνεύσεις και εξαγορές είναι επίσης αξιοσημείωτες και στοχεύουν στην αύξηση του μεριδίου τους στις θαλάσσιες γραμμές.

Η διάρθρωση του κλάδου έχει μεταβληθεί, αφού έχει συρρικνωθεί ο αριθμός των εταιριών που δραστηριοποιούνται στις βασικές ελληνικές ακτοπλοϊκές γραμμές. Από πλευράς πλοιοκτησίας, οι εταιρίες διακρίνονται σε δύο βασικές κατηγορίες:

Στις ολιγομετοχικές εταιρίες όπου η πλειοψηφία των μετοχών ανήκει είτε σε εφοπλιστικές οικογένειες και είτε σε ακτοπλοϊκές εταιρίες πολυμετοχικής βάσης όπου και πάλι κυρίαρχο είναι το στοιχείο της εντοπιότητας, με την πλειοψηφία των μετόχων να προέρχεται από συγκεκριμένα νησιά. Είναι λοιπόν αγορά ολιγοπωλιακή με υψηλά εμπόδια εισόδου και εξόδου. Οι επενδύσεις στις εταιρείες αυτές ξεπέρασαν την τελευταία εικοσαετία τα €2.4 δις, παρέχοντας δημόσιο έργο, αλλά ταυτόχρονα με το 95% της κίνησης να αποτελείται από ελεύθερες δρομολογήσεις χωρίς κρατική παρέμβαση.

Σήμερα, ο ελληνικός ακτοπλοϊκός στόλος αποτελείται συνολικά από περίπου 400 επιβατηγά - οχηματαγωγά πλοία διαφόρων τύπων, μεταξύ των οποίων συμπεριλαμβάνονται πλοία νέας τεχνολογίας τύπου Catamaran και monohull.

### **3.2. Η επιβατηγός ναυτιλία στην Ελλάδα σήμερα**

Η Ελληνική Ακτοπλοΐα έχει κατορθώσει, παρά τις προκλήσεις των τελευταίων ετών, να ανταποκριθεί στις μεταβολές που προκύπτουν από το εξωτερικό περιβάλλον. Κατόπιν μιας δεκαετίας πτώσης που επέφερε μεγάλες ζημιές και καθυστερήσεις πληρωμών, την τελευταία διετία έκαναν την εμφάνισή τους ευνοϊκοί παράγοντες, όπως η αύξηση της τουριστικής κίνησης, αύξηση των μεταναστευτικών ροών και μείωση της τιμής του πετρελαίου. (47)

Οι νέοι κανονισμοί από τον Διεθνή Οργανισμό Ναυσιπλοΐας (International Maritime Organization) που αφορούν στο θαλάσσιο έργο και στη μείωση εκπομπών αερίου αποτελούν τις βασικότερες προκλήσεις του 2019 για την ακτοπλοϊκή αγορά, αφού κλήθηκε να προσελκύσει κεφάλαια προκειμένου να ανταπεξέλθει.

Έπειτα από έναν δύσκολο λοιπόν χειμώνα, με τις εταιρείες να πασχίζουν να εναρμονιστούν με τους νέους περιβαλλοντικούς κανονισμούς και να καλύψουν τα έξοδά τους με τα μειωμένα έσοδα σε σχέση με αυτά των καλοκαιρινών μηνών, ήρθε στο προσκήνιο η πανδημία του κορονοϊού τον Φεβρουάριο του 2020. Όλες οι εταιρείες προσπάθησαν να συμβάλουν ενεργά στον περιορισμό της εξάπλωσης του ιού, θέτοντας σε εφαρμογή τις οδηγίες των αρχών. (47)

Με σκοπό να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα του δικτύου ακτοπλοϊκών συγκοινωνιών, το Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής παράτεινε τη χειμερινή περίοδο και όσες εταιρείες επιθυμούσαν να αποδρομολογήσουν τα πλοία τους κατέθεσαν σχετική αίτηση στο Υπουργείο προς εξέταση. Σε περίπτωση μη έγκρισης της αποδρομολόγησης θα εντάσσονταν σε πρόγραμμα στήριξης για την κάλυψη των λειτουργικών εξόδων τους. Ο οικονομικός αντίκτυπος στους ισολογισμούς των εταιριών αυτών από τη δραματική μείωση του μεταφορικού τους έργου υπήρξε πολύ μεγάλος. (46)

Το Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής σε συνεργασία με τα Υπουργεία Οικονομικών και Ανάπτυξης εξασφάλισε χρηματοδότηση 15 εκατομμυρίων ευρώ, με σκοπό να διασφαλίσει τη συγκοινωνιακή εξυπηρέτηση των νησιωτικών περιοχών. Νομοθετήθηκε η μείωση των λιμενικών τελών και παρατάθηκαν οι υποχρεώσεις της χειμερινής περιόδου για γραμμές που είναι πιο ευέλικτες. (46)

Λόγω της ιδιαίτερης γεωγραφίας της Ελλάδας, ο κλάδος της ακτοπλοΐας υπήρξε ίσως ο μοναδικός που υποχρεώθηκε να λειτουργεί παρά τη μη ύπαρξη επιβατικής κίνησης και την εξαιρετικά μειωμένη εμπορευματική κίνηση.

#### **3.2.1. Η επίδραση της πανδημίας στον κλάδο της επιβατηγού ναυτιλίας**

Λόγω της επείγουσας φύσης της πανδημίας, η Ε.Ε. κατάρτισε το EU Recovery Plan και τον μηχανισμό Recovery and Resilience Facility, ή αλλιώς γνωστό στην Ελλάδα ως «Ταμείο Ανάκαμψης» συνολικού ποσού €750 δις. Το Ταμείο αυτό είχε ως σκοπό να αντιμετωπιστούν αποτελεσματικά οι οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις της πανδημίας. Ειδικά στον κλάδο της επιβατηγού ναυτιλίας, η πανδημία επέφερε μεγάλες απώλειες εσόδων, λόγω του επιβεβλημένου περιορισμού της μετακίνησης επιβατών από τέλη Μαρτίου 2020 έως μέσα Μαΐου 2020. Στη συνέχεια, ακολούθησε μειωμένο πρωτόκολλο επιβατών στα πλοία μετά την άρση των περιοριστικών μέτρων. Ταυτόχρονα, στην Αδριατική θάλασσα απαγορεύτηκε η διακίνηση επιβατών και οχημάτων από μέσα Μαρτίου 2020 έως τέλη Ιουνίου 2020. (46)

Τα κρατικά μέτρα στήριξης κάλυψαν ένα μέρος μόνο των λειτουργικών ζημιών. Ένα ακόμη μέρος καλύφθηκε από τη μείωση των δαπανών. Το πρώτο εξάμηνο του 2020, η διεθνής τιμή αργού πετρελαίου άγγιξε τα χαμηλότερα επίπεδα από το έτος 2003. Τον Μάιο ξεκίνησε να εμφανίζει σταδιακή ανάκαμψη ως αποτέλεσμα της συμφωνίας των κύριων παραγωγικών χωρών πετρελαίου σε παγκόσμιο επίπεδο. Έτσι, η μείωση της τιμής του πετρελαίου σε συνδυασμό με τη μείωση της ζήτησης για ναυτιλιακά καύσιμα, λόγω μείωσης των δρομολογίων, έφτασε το 40% το 2020, γεγονός το οποίο τουλάχιστον είχε ως αποτέλεσμα τη σημαντική μείωση των λειτουργικών εξόδων των εταιριών. (46)

Λόγω της μείωσης της επιβατικής κίνησης, το 30% του διαθέσιμου στόλου βρέθηκε σε ακινησία και το τελευταίο δίμηνο του έτους 2020, η μείωση αυτή στις γραμμές εσωτερικού ανήλθε στο 53% σε σχέση με το 2019, ενώ στα οχήματα (ΙΧ και φορτηγά) ανήλθε στα 28%. Στην Αδριατική η μείωση στην επιβατική κίνηση ήταν ακόμη πιο δραματική και έφτασε το 69%, ενώ η κίνηση των φορτηγών και οχημάτων έφτασε σε μείωση της τάξης του 8%. Έτσι, ο κύκλος εργασιών του κλάδου μειώθηκε κατά 45% στις γραμμές του εσωτερικού και κατά 30% στις γραμμές της Αδριατικής. Η ζημία για το 2020 ξεπέρασε τα €130.000.000. (46)

Το κράτος, πέρα από τις αναστολές φορολογικών υποχρεώσεων και τις επιστρεπτές προκαταβολές που ίσχυσαν οριζοντίως, προχώρησε επιπλέον σε επιδότηση των εργοδοτικών εισφορών των ακτοπλοϊκών εταιριών από Ιούλιο 2020 έως και Σεπτέμβριο 2020. Το ποσό των επιδοτήσεων αυτών ανήλθε σε περίπου 6 εκατομμύρια ευρώ. Αξιοσημείωτο είναι το ότι το κράτος αποζημίωσε μόνο ένα μικρό μέρος των ζημιών που προέκυψαν από τις μεταφορές προς τα νησιά που δεν πραγματοποιήθηκαν.

### **3.2.2 Παρουσίαση ελληνικής ακτοπλοϊκής αγοράς**

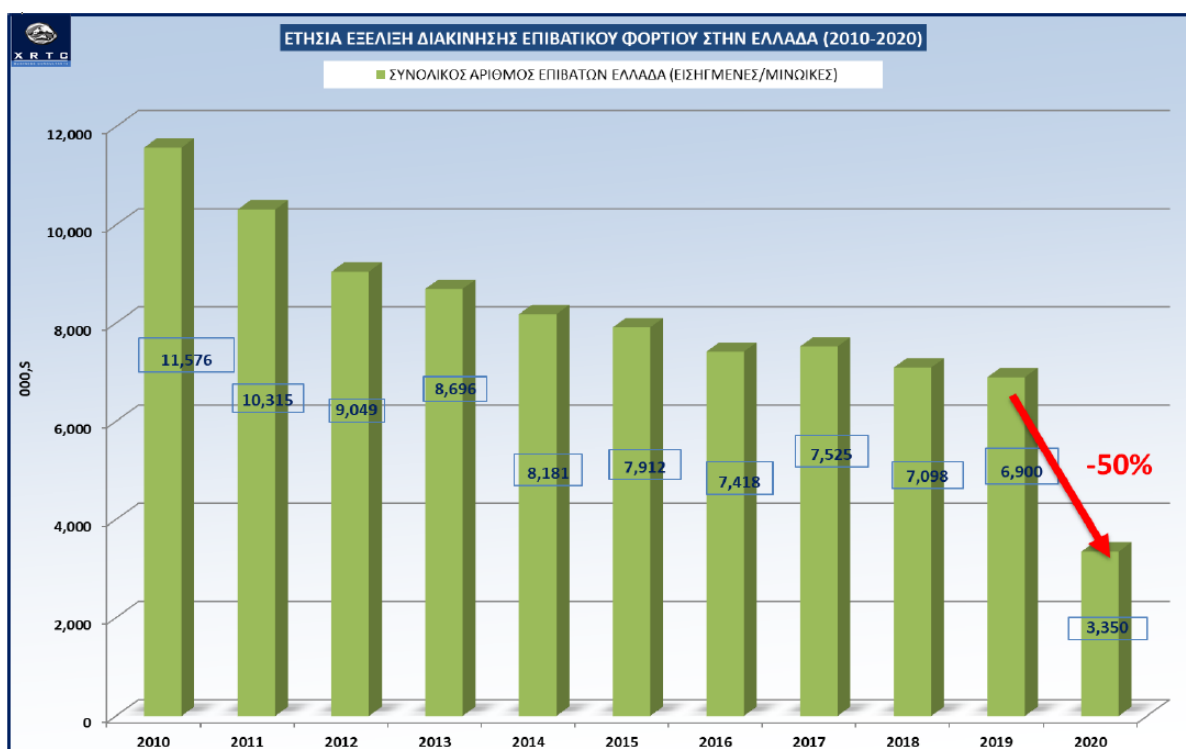
Οι Εισηγμένες εταιρίες του κλάδου για το 2020 είναι πλέον η ANEK και η ΑΤΤΙΚΑ, αφού οι ΜΙΝΩΙΚΕΣ βγήκαν από το Χρηματιστήριο Αθηνών στις 23 Απριλίου 2019. Ωστόσο, θα μελετήσουμε και τις τρεις εταιρείες, αφού δημοσιοποιούν και οι τρεις τους Ισολογισμούς και τα στοιχεία κίνησής τους.

Όπως φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα, η μείωση της κίνησης επιβατών από το 2019 στο 2020 είναι καταφανής. Η κίνηση φορτηγών ήταν αυτή που εισέφερε τα περισσότερα έσοδα και για τις τρεις εταιρείες.

ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ	Αριθμός Εργαζομένων	Αριθμός Πλοίων	Κίνηση Επιβατών	Κίνηση Αυτοκινήτων	Κίνηση Φορτηγών
Attica Group	1,412	30	2,588,129	418,805	308,408
Minoan Lines	415	4	541,000	107,000	69,000
ANEK	700	9	497,000	115,000	121,000
<b>Σύνολο 2020</b>	<b>2,527</b>	<b>43</b>	<b>3,626,129</b>	<b>640,805</b>	<b>498,408</b>
<b>Σύνολο 2019</b>	<b>2,449</b>	<b>43</b>	<b>7,543,460</b>	<b>1,041,574</b>	<b>555,241</b>
<b>Ποσοστιαία Μεταβολή</b>			<b>-108%</b>	<b>-63%</b>	<b>-11%</b>

### Βασικά στοιχεία των μεγαλύτερων εταιρειών της ελληνικής ακτοπλοϊκής αγοράς (24)

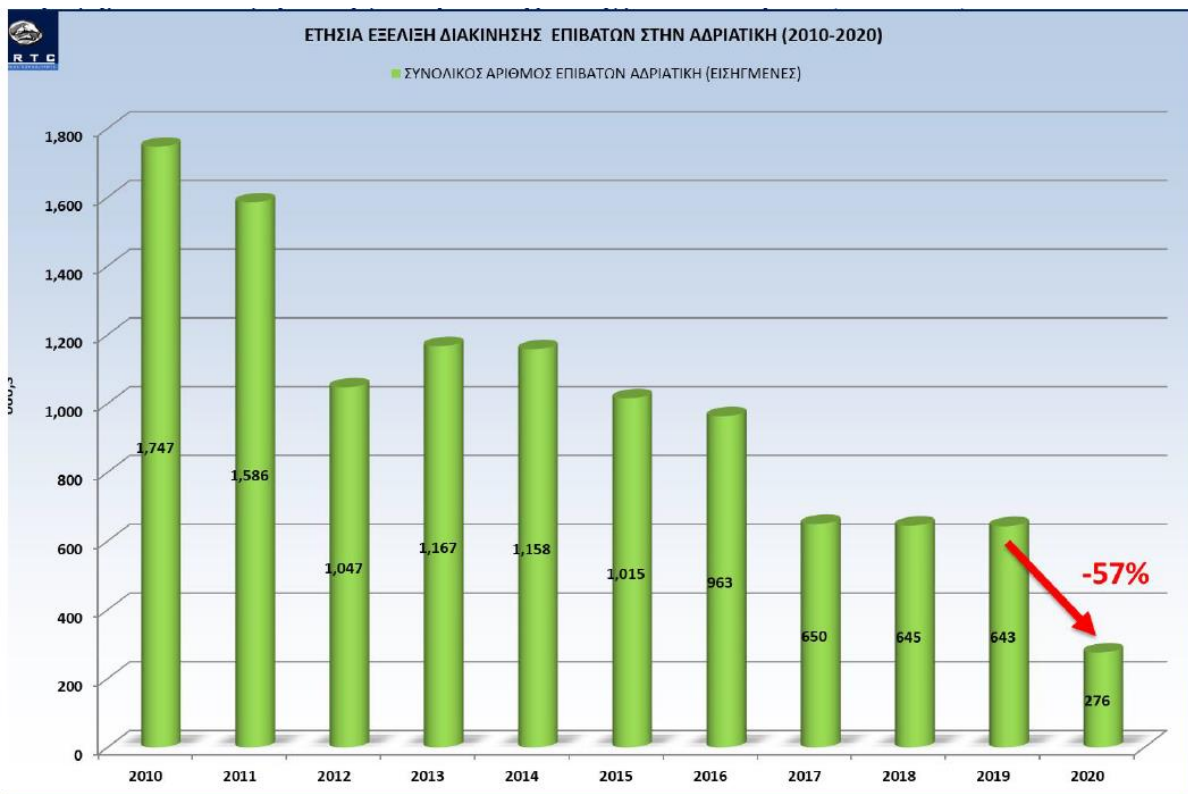
Η διαχρονική μείωση της επιβατικής κίνησης για τις εισηγμένες και για τις ΜΙΝΩΙΚΕΣ διαφαίνεται και στο παρακάτω γράφημα και διαμορφώνεται σε μείωση της τάξης του 50%:



### Επιβατικό φορτίο Ελλάδας Εισηγμένων εταιρειών και ΜΙΝΩΙΚΩΝ (24)

Για την περίπτωση της Αδριατικής Θάλασσας και των εισηγμένων εταιρειών, η μείωση της επιβατικής κίνησης φαίνεται από το παρακάτω γράφημα και διαμορφώνεται σε μείωση της τάξης του 57%.





#### Επιβατικό φορτίο Ελλάδας Εισηγμένων εταιρειών στην Αδριατική (24)

Ξεκινώντας το 2011 με 89 πλοία, σήμερα ο στόλος των Εισηγμένων εταιρειών και των ΜΙΝΩΙΚΩΝ έχει συρρικνωθεί σημαντικά με 43 πλοία, αριθμός ο οποίος έμεινε σταθερός από το 2019. Ο στόλος μπορεί να χαρακτηριστεί «γερασμένος» αφού τα πλοία που είναι άνω των 22 ετών αγγίζουν το ποσοστό του 67% και 1 στα 4 πλοία είναι άνω των 30 ετών, όπως φαίνεται στο παρακάτω γράφημα. Η ανάγκη ανανέωσης του στόλου είναι επομένως προφανής. (24)



### 3.2.3 Ανάλυση μετοχικής σύνθεσης του κλάδου

Οι άμεσοι ή έμμεσοι συμμετέχοντες στην Ελληνική Ακτοπλοΐα είναι η Τράπεζα Πειραιώς και η Marfin Investment Group (MIG). Οι ANEK και ATTICA ανήκουν στις 14 εισηγμένες επιχειρήσεις του Χρηματιστηρίου. Ωστόσο, οι τράπεζες είναι επίσης βασικοί μέτοχοι, με ποσοστό 5% λόγω των δανειακών χρεών των εταιρειών αυτών.

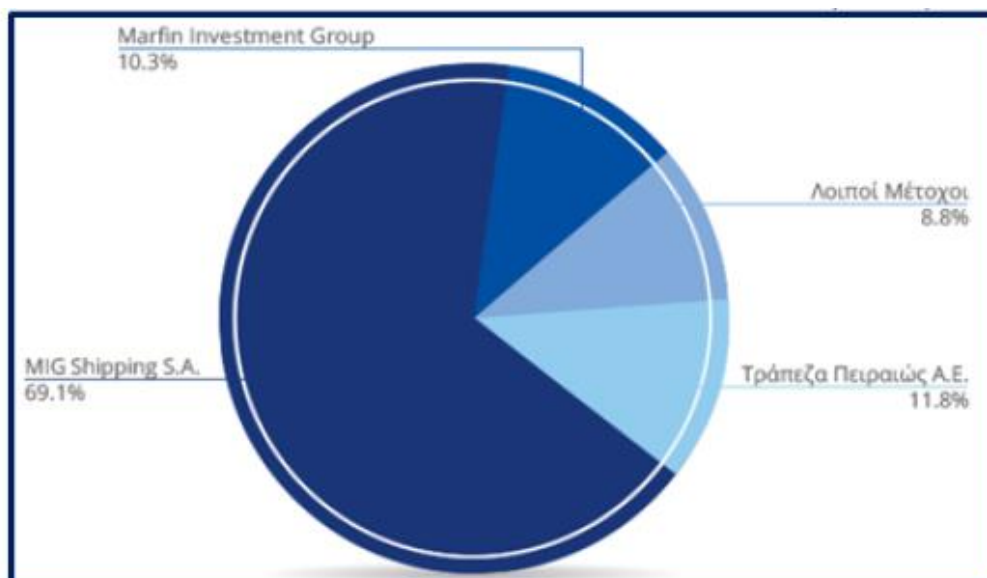
Η μετοχική σύνθεση της ANEK για το έτος 2020 φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα. Διαμορφώθηκε με τον τρόπο αυτό μετά την Αύξηση Μετοχικού Κεφαλαίου (ΑΜΚ) της και τη μερική μετατροπή ομολόγων σε μετοχές που κατείχαν τα τέσσερα πρώτα ιδρύματα:

ΜΕΤΟΧΟΙ	Ποσοστό
Τράπεζα Πειραιώς	28.12%
Alpha Bank	4.78%
Τράπεζα Αττικής	1.92%
Cross Ocean AGG Co	1.47%
ΒΑΡΜΙΝ ΑΕΒΕ	22.26%
Άλλοι Μέτοχοι	41.45%

#### Μετοχική σύνθεση ANEK (24)

Η ANEK βρίσκεται σε εξαιρετικά δυσμενή θέση, παρουσιάζοντας τον χειρότερο ισολογισμό σε όλο τον κλάδο της ακτοπλοΐας με αρνητική καθαρή θέση. Ενδέχεται είτε η Τράπεζα Πειραιώς και οι ομολογιούχοι να αποφασίσουν να προχωρήσουν σε πώληση είτε να δοθεί μια πιο σύνθετη λύση.

Η μετοχική σύνθεση της Attica έτσι όπως διαμορφώθηκε μέχρι το 2020 φαίνεται από το παρακάτω γράφημα. Η Τράπεζα Πειραιώς κατέχει το 11,8% της Attica. Αποτελεί επίσης τον μεγαλύτερο μέτοχο της Marfin Investment Group (MIG), η οποία ελέγχει την Attica, αφού κατέχει το 31%.



### 3.2.4 Χρηματοοικονομική ανάλυση Εισηγμένων εταιρειών και ΜΙΝΩΙΚΩΝ

#### Λειτουργικά κόστη

Η πανδημία του COVID-19 οδήγησε τις εταιρείες σε επανασχεδιασμό των δρομολογίων και σε μείωση των λειτουργικών εξόδων τους. Υπήρξε μείωση του κόστους των καυσίμων και των λιπαντικών καθώς και του κόστους των πληρωμάτων μεταξύ άλλων. Έτσι, τα λειτουργικά έξοδα των τριών εταιρειών μειώθηκαν κατά 15% το 2020 σε σχέση με το 2019.

Η τιμή των καυσίμων, που αποτελούν το μεγαλύτερο έξοδο των εταιρειών αυτών σε ποσοστό 37%, έπεσε κατά 19,7% σε σχέση με το έτος 2019. Το αμέσως επόμενο μεγαλύτερο έξοδο, αυτό της μισθοδοσίας, αποτελεί το 23% και ακολουθούν οι επισκευές και οι συντηρήσεις με 15% των λειτουργικών εξόδων.

#### Κύκλος εργασιών

Ο Κύκλος Εργασιών των τριών εταιριών μειώθηκε κατά 30% το 2020 και κυμαίνεται στα 472,3 εκατομμύρια ευρώ έναντι των 671,4 εκατομμυρίων ευρώ του έτους 2019, όπως φαίνεται στο παρακάτω γράφημα:



#### Κύκλος εργασιών Εισηγμένων και ΜΙΝΩΙΚΩΝ ανά περιοχή (24)

## **Έσοδα προ Τόκων, Φόρων και Αποσβέσεων (EBITDA)**

Τα Έσοδα προ Τόκων, Φόρων και Αποσβέσεων (EBITDA) για τις Εισηγμένες και τις ΜΙΝΩΙΚΕΣ παρουσίασαν μεγαλύτερη μείωση από τη μείωση του Κύκλου Εργασιών των εταιρειών. Συγκεκριμένα, το EBITDA μειώθηκε κατά 56% για όλες τις εταιρείες.

## **Καθαρά Αποτελέσματα**

Οι ζημίες προ φόρων των τριών εταιριών για το 2020 ανέρχονται σε -78 εκατομμύρια ευρώ έναντι των θετικών καθαρών αποτελεσμάτων 17,8 εκατομμυρίων ευρώ του έτους 2019.

Για τη χρήση 2020, η ATTICA GROUP εμφάνισε ζημίες προ φόρων -49,37 εκατομμυρίων ευρώ έναντι της χρήσης 2019 με κέρδη μετά από φόρους 20,85 εκατομμυρίων. Η ANEK LINES εμφάνισε ζημίες -15,1 εκατομμυρίων ευρώ έναντι της χρήσης 2019 με κέρδη 2,6 εκατομμυρίων ευρώ. Οι ΜΙΝΩΙΚΕΣ εμφάνισαν ζημίες -15,4 εκατομμυρίων ευρώ έναντι ζημιών -7,6 εκατομμυρίων του 2019.

## **Τραπεζικός Δανεισμός**

Οι δανειακές υποχρεώσεις των εταιρειών το 2020 ανήλθαν σε 683 εκατομμύρια ευρώ με αύξηση κατά 2% σε σχέση με το 2019. Η αύξηση αυτή οφείλεται στο δάνειο διάρκειας 5 ετών και ύψους 20 εκατομμυρίων ευρώ που σύναψε η ATTICA με τραπεζικό ίδρυμα.

Η ANEK δεν κατάφερε να εξυπηρετήσει το δανεισμό της εγκαίρως, επομένως υποχρεώθηκε σε πλήρη αποπληρωμή των δανείων και μετατροπής τους από μακροπρόθεσμα σε βραχυπρόθεσμα από τον Δεκέμβριο του 2018. Τον Αύγουστο 2020 μετετράπηκε το ομολογιακό δάνειο που έχει λάβει σε κοινές μετοχές κι έτσι επήλθε αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της κατά 10,8 εκατομμύρια ευρώ.

Οι ΜΙΝΩΙΚΕΣ, μετά την πλήρη εξόφληση του ομολογιακού δανείου, δεν έχουν πλέον τραπεζικό δανεισμό.

## **Παρουσίαση Εισηγμένων Εταιρειών**

### **ANEK LINES**

#### **Η θέση της εταιρίας στην Αγορά**

Με 7 πλοία ιδιόκτητα και 2 πλοία υπό μακροχρόνια ναύλωση με δικαίωμα εξαγοράς, η ANEK δραστηριοποιείται κυρίως στην Αδριατική, στην Κρήτη, στα Δωδεκάνησα και στις Κυκλάδες. Εκτέλεσε 2% λιγότερα δρομολόγια σε σχέση με το 2019 και συνολικά μετέφερε 497 χιλιάδες επιβάτες με μείωση της τάξης του 52% σε σχέση με το 2019.

## **Οικονομικά Αποτελέσματα**

Η διοίκηση της ANEK εφάρμοσε τα κρατικά εργαλεία στήριξης επιχειρήσεων μέσω παράτασης πληρωμής φόρων και εισφορών, μέσω αναστολών συμβάσεων και μέσω του Πρόγραμμα «Συν-εργασία», μεταξύ άλλων, καθώς και μειώνοντας τα λειτουργικά κόστη.

Τα παραπάνω σε συνδυασμό με τη μείωση των τιμών των καυσίμων και τις κρατικές ενισχύσεις περιορίσαν σε σημαντικό βαθμό τη ζημιά.

## **Όμιλος Επιχειρήσεων Αττικής - ΑΤΤΙCΑ**

### **Η θέση της εταιρίας στην Αγορά**

Η ΑΤΤΙCΑ είναι ο μεγαλύτερος όμιλος επιβατηγού ναυτιλίας στην Ελλάδα, ο τρίτος μεγαλύτερος όμιλος στη Μεσόγειο και αποτελεί έναν από τους δέκα μεγαλύτερους ομίλους επιβατηγού ναυτιλίας στην Ευρώπη.

Τα πλοία του ομίλου δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα στις γραμμές Κυκλάδων, Δωδεκανήσων, Πειραιά-Ηρακλείου Κρήτης, Πειραιά-Χανιά Κρήτης, Σαρωνικού, Σποράδων, Βορειο-Ανατολικού Αιγαίου, αλλά και στους διεθνείς πλόες στις γραμμές Πάτρα-Ηγουμενίτσα-Ανκόνα και Πάτρα-Ηγουμενίτσα-Μπάρι με ενδιάμεσο σταθμό την Κέρκυρα τους θερινούς μήνες. Στις γραμμές Ηρακλείου και Χανίων, τα δρομολόγια εκτελούνται μαζί με την ANEK LINES.

### **Οικονομικά Αποτελέσματα**

Ο κύκλος εργασιών του ομίλου στη χρήση 2020 ανήλθε σε 290,40 εκατομμύρια ευρώ έναντι των 405,40 εκατομμυρίων ευρώ στη χρήση 2019, δηλαδή μια μείωση της τάξης του 28,4%. Το EBITDA του ομίλου ανήλθε σε 40,47 εκατομμύρια ευρώ έναντι των 78,02 εκατομμυρίων ευρώ στη χρήση 2019 μια μείωση κατά 48,1%. Οι τελικές ζημίες ανήλθαν στα 49,37 εκατομμύρια ευρώ έναντι κερδών μετά από φόρους ύψους 20,85 εκατομμυρίων ευρώ του 2019.

## **MINOAN LINES**

### **Η θέση της εταιρίας στην Αγορά**

Η εταιρία δραστηριοποιήθηκε στη γραμμή Πειραιάς-Ηράκλειο, Πειραιάς-Σούδα Χανίων, καθώς και Ηράκλειο-Κυκλάδες. Για τη διευκόλυνση του επιβατικού κοινού, από τον Ιούλιο μέχρι τον Σεπτέμβριο, το δρομολόγιο Πειραιάς-Ηράκλειο συμπεριέλαβε ενδιάμεσο προορισμό τη Μήλο. Ο μηδενικός τραπεζικός δανεισμός της MINOAN διευκολύνει εξαιρετικά τη θέση της μεταξύ των ανταγωνιστών της.

### **Οικονομικά Αποτελέσματα**

Ο Κύκλος Εργασιών μειώθηκε κατά 34,6 εκατομμύρια ευρώ σε σχέση με το 2019 και διαμορφώθηκε στα 57,4 εκατομμύρια ευρώ. Το EBITDA αν και μειώθηκε κατά 6,8 εκατομμύρια ευρώ, εμφάνισε κέρδος ύψους 2,2 εκατομμυρίων ευρώ, λόγω της μείωσης των εξόδων της διοίκησης.

Τα Καθαρά Αποτελέσματα μετά τους φόρους διαμορφώθηκαν σε ζημίες της τάξης των 15,4 εκατομμυρίων ευρώ έναντι ζημιών 7,6 εκατομμυρίων ευρώ του 2019.

### **Η ανανέωση του στόλου**

Η εικόνα γήρανσης του στόλου θα οδηγήσει αναγκαστικά σε νέο επενδυτικό κύκλο για κατασκευή νέων πλοίων ή αγορά σύγχρονων μεταχειρισμένων πλοίων. Αυτός ο επενδυτικός

κύκλος είναι αναγκαίος και λόγω της ανάγκης συμμόρφωσης με τις νέες περιβαλλοντικές οδηγίες, ώστε τα πλοία να είναι πιο φιλικά προς το περιβάλλον. Έτσι, θα απαιτηθούν περίπου από 2.5 δις ευρώ έως 3 δις ευρώ αν ανανεωθούν όλα τα πλοία που είναι άνω των 25 ετών. Επενδύσεις απαιτούνται και για την τεχνολογική αναβάθμιση των νεότερων πλοίων κάτω των 20 ετών, κόστος το οποίο ξεπερνά τα 100–150 εκατομμύρια ευρώ.

## **Ανάλυση SWOT**

Η XRTC Consultants προχώρησε σε ανάλυση του εσωτερικού και του εξωτερικού περιβάλλοντος του κλάδου της ακτοπλοΐας, μέσω ανάλυσης SWOT. Ως βασικότερα δυνατά σημεία του κλάδου βρέθηκαν η εποικοδομητική συνεργασία μεταξύ του κράτους και των εταιρειών αλλά και η δημιουργία ευέλικτων διοικητικών δομών των ακτοπλοϊκών εταιρειών. Βασικές αδυναμίες θεωρούνται ο υψηλός βαθμός συμμετοχής των τραπεζικών ομίλων στην αγορά, η δυσκολία προσέλκυσης επενδυτών λόγω του αυξημένου κινδύνου του κλάδου και της αδύναμης χρηματοοικονομικής θέσης της πλειοψηφίας των εταιριών αλλά και η γήρανση του στόλου, μεταξύ άλλων.

Ως ευκαιρίες θεωρούνται η Νέα Εθνική Στρατηγική για την Ολοκληρωμένη Θαλάσσια Πολιτική στο Νησιωτικό Χώρο αλλά και η ιδιωτικοποίηση των λιμένων για την προσέλκυση νέων επενδυτικών μοντέλων και μεταφορικών απαιτήσεων. Ευκαιρία επίσης θεωρείται και η ένταξη του κλάδου σε αειφόρες εφοδιαστικές αλυσίδες καθώς και η υποχρέωση προσαρμογής των εταιρειών στους νέους περιβαλλοντικούς κανόνες. Στο πλαίσιο αυτό, τα χρηματοδοτικά προγράμματα της Ε.Ε. για την πράσινη ανάπτυξη μπορούν να αποδειχθούν πολύτιμο εργαλείο.

Οι κίνδυνοι του κλάδου αφορούν στο αβέβαιο οικονομικό περιβάλλον που έχει διαμορφωθεί λόγω της πανδημίας, στην ύπαρξη μη εξυπηρετούμενων δανείων και στον αυξημένο κίνδυνο χρεοκοπίας κάποιων εταιρειών, στη δύσκολη πρόσβαση των εταιρειών στην τραπεζική αγορά αλλά και στον αυξημένο ανταγωνισμό από την αεροπλοΐα, μεταξύ άλλων.

## **Κεφάλαιο 5: Συζήτηση**

Τόσο στον κλάδο της ακτοπλοΐας όσο και στον κλάδο των αερομεταφορών, οι εταιρείες καλούνται να αναζητήσουν λύσεις ώστε να μειώσουν τα λειτουργικά κόστη τους, αφού η προοπτική άμεσης υπέρβασης της πανδημίας δε μοιάζει πιθανή.

Σύμφωνα με την 20η μελέτη της Ελληνικής Ακτοπλοΐας, ο κλάδος βρίσκεται σε κρίσιμο σημείο και κρίνεται ζωτικής σημασίας η λήψη αποφάσεων που θα διασφαλίσει τη βιωσιμότητα των ακτοπλοϊκών εταιρειών. Η πανδημία έφερε στην επιφάνεια τα χρόνια οικονομικά προβλήματα του κλάδου, τα οποία είχαν μείνει στην αφάνεια λόγω της ανοδικής πορείας του κλάδου τα έτη 2016-2019. Για τη χρήση 2021, η αύξηση των τιμών των καυσίμων προβλέπεται να επηρεάσει αρνητικά τον κλάδο. Σημαντικές νομοθετικές παρεμβάσεις της Πολιτείας, όπως η «Ολοκληρωμένη θαλάσσια πολιτική στο νησιωτικό χώρο» που περιλαμβάνει συγκεκριμένα αναπτυξιακά χρηματοδοτικά εργαλεία θα οδηγήσουν σε νέες επενδύσεις και σε μια ενδεχόμενη ανάκαμψη.

Στην περίπτωση του κλάδου των αερομεταφορών, σύμφωνα με αναφορά της Cirium, η αποτελεσματική χρήση των περιουσιακών στοιχείων, δηλαδή των αεροσκαφών, θα ανακουφίσει τις εταιρείες και ακόμη περισσότερο τις εταιρείες low-cost και τους περιφερειακούς φορείς εκμετάλλευσης. Ωστόσο, η εισαγωγή νέων πρωτοκόλλων υγείας και ασφάλειας στα αεροδρόμια σε όλο τον κόσμο ασκεί επίσης πίεση στους χρόνους επαναφοράς των αεροσκαφών. Οι low-cost εταιρείες καλούνται να αλλάζουν γρήγορα τις πτήσεις, ώστε να μεγιστοποιούν τη χρήση κάθε ενεργού αεροσκάφους του στόλου τους και να λειτουργούν κερδοφόρα. Τα αρχικά στοιχεία υποδεικνύουν ότι τα μέτρα υγιεινής έχουν αυξήσει σημαντικά τους χρόνους διεκπεραίωσης, προσθέτοντας περίπου 10 λεπτά στον ήδη περιορισμένο χρόνο των 25 λεπτών που έχουν στη διάθεσή τους. Αυτό συνεπάγεται αυξημένα τέλη παραμονής στο αεροδρόμιο. Ως αποτέλεσμα, τώρα αναζητούν τρόπους για να μετριάσουν τον αντίκτυπο του πρόσθετου χρόνου καθαρισμού, βρίσκοντας νέους τρόπους βελτίωσης άλλων διαδικασιών εξυπηρέτησης αεροσκαφών και επιταχύνοντας έτσι τις αλλαγές που έχουν ήδη ξεκινήσει πριν από την πανδημία.

Όπως συνέβη και στην περίπτωση των ακτοπλοϊκών εταιρειών, έτσι και στην περίπτωση των αεροπορικών, η πτώση της τιμής του πετρελαίου υπήρξε ιδιαίτερα ανακουφιστική, αφού μείωσε τα λειτουργικά κόστη. Η ιδιωτικοποίηση στον κλάδο της αεροπορικής αγοράς είναι επίσης σημαντική για την αύξηση της κερδοφορίας των εν λόγω εταιρειών. Επιπλέον, τόσο για τον κλάδο των αερομεταφορών όσο και για τον κλάδο της ακτοπλοΐας, η μείωση της επιβατικής κίνησης αντισταθμίστηκε σημαντικά από την αυξημένη μεταφορική κίνηση των εμπορευμάτων.

Οι τιμολογιακές στρατηγικές πρέπει να λάβουν υπόψη τη νέα οικονομική κατάσταση της χώρας. Είναι αδύνατον πλέον για το μέσο χρήστη των ακτοπλοϊκών πλοίων (επιβάτη, μεταφορέα κλπ) να ακολουθήσει περαιτέρω αυξήσεις ή ακόμα και διατήρηση των σημερινών ναύλων όταν ο προσωπικός πλούτος του συρρικνώνεται. Ο κύριος ανταγωνιστής εξάλλου της ακτοπλοΐας, το αεροπλάνο συμμορφώθηκε με τους κανόνες της ύφεσης και έλαβε και την «άφεση αμαρτιών» του ρυθμιστή ρυθμίζοντας τα όρια του ανταγωνισμού.

Στο ναρκοπέδιο που διανύει η αγορά της Ελληνικής ακτοπλοΐας χρειάζεται σύνεση και τεχνοκρατική ωριμότητα. Ευτυχώς ακόμη και σήμερα στο μέσον του πλέον κρίσιμου καλοκαιριού των τελευταίων 30 χρόνων οι λίγες εταιρείες που απέμειναν έχουν ακόμη προοπτικές και δυνατότητες επιβίωσης. Ευτυχώς διατηρούν το ανταγωνιστικό περιβάλλον προς όφελος του καταναλωτή και δεν κρύβονται πίσω από μία συγχώνευση που θα προσθέσουν απλά δύο αρνητικά αποτελέσματα για να πάρουν μία ανάσα όπως γίνεται σε άλλους κλάδους των μεταφορών.

Για τους λόγους αυτούς, είναι απαραίτητο να ληφθεί υπόψη και το ενδεχόμενο δημιουργίας hub-and-spoke δομής στον ακτοπλοϊκό κλάδο. Αυτό σημαίνει ότι θα υπάρχουν οι κεντρικοί κόμβοι στους οποίους θα καταλήγουν οι περισσότερες διαδρομές και από εκεί θα ξεκινούν οι πιο εξειδικευμένες προς τους τερματικούς σταθμούς για τους επιμέρους προορισμούς. (47) Με τον τρόπο αυτό, θα μειωθεί το λειτουργικό κόστος στο ελάχιστο.

Σχετικά με τον κλάδο των αερομεταφορών, προτείνεται η δημιουργία «δευτερευόντων» αεροδρομίων. Οι low-cost εταιρείες δεν μπορούν να αντέξουν οικονομικά τη φορολογία των

μεγάλων αεροδρομίων. Για τον λόγο αυτό, έχουν δημιουργηθεί σε πολλές χώρες, όπως στην Ιταλία και τη Γαλλία, δευτερεύοντα αεροδρόμια που βρίσκονται πολύ κοντά στην πόλη. Οι προσφερόμενες υπηρεσίες είναι οι ελάχιστες δυνατές και το κόστος ελαχιστοποιείται λόγω της χαμηλής φορολογίας. Η λύση αυτή ενδέχεται να ανακουφίσει σημαντικά τις εταιρείες του κλάδου. (48)



## Βιβλιογραφικές αναφορές

1. **Καραγιάννης Σ., Έξαρχος Γ.,** *Τουρισμός: Τουριστική Οικονομία Ανάπτυξη και Πολιτική*. Ηράκλειο: Κέντρο Τεχνολογικής Έρευνας Κρήτης, 2006.
2. **Affairs, Department of Economic and Social.,** *International Recommendations for Tourism Statistics*. New York : United Nations Publications, 2010.
3. **Ηγουμενάκης Γ.Ν., Κραβαρίτης Ν.Κ.,** *"Τουρισμός, Βασικές Έννοιες"*. Αθήνα : Intro Books, 2004.
4. **Τσάρτας Π.,** *"Τουρίστες, ταξίδια, τόποι: Κοινωνιολογικές προσεγγίσεις στον τουρισμό"*. Αθήνα: Εκδόσεις Εξάντας, 1996.
5. **Lickorish J.L., Jenkins L.C.,** *Μια εισαγωγή στον τουρισμό*. Αθήνα : Εκδόσεις Κριτική, 2004.
6. **Βαρβαρέσος Σ.,** *Οικονομική του Τουρισμού, Εννοιολογικές, Θεωρητικές και Μεθοδολογικές Προσεγγίσεις από τον 19ο αιώνα έως τον 21ο αιώνα*. Αθήνα : Εκδόσεις Προπομπός, 2008.
7. **Gee Y.C., Makens C.J., Choy J.L.D.,** *Τουριστική & Ταξιδιωτική Βιομηχανία*. Αθήνα : Εκδόσεις "ΕΛΛΗΝ", 2001.
8. **Βαρβαρέσος Σ.,** *Τουρισμός: Έννοιες, Μεγέθη, Δομές. Η Ελληνική Πραγματικότητα*. Αθήνα : Εκδόσεις Προπομπός, 2000.
9. **Βενετσανοπούλου Γ.Μ.,** *Η Κρατική Συμβολή στον Τουρισμό, Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Ιστορική Εξέλιξη-Θεσμικό Πλαίσιο*. Αθήνα : Εκδόσεις Interbooks, 2006.
10. **Τζένος Χ., Σιταράς Θ.,** *Εισαγωγή στη Θεωρία του Τουρισμού*. Αθήνα : Εκδόσεις Interbooks, 2007.
11. **Κοκκώσης Χ., Τσάρτας Π.,** *Βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και περιβάλλον*. Αθήνα : Εκδόσεις Κριτική , 2001.
12. **Βουτσά Μ.,** *Εισαγωγή στο Τουριστικό Μάρκετινγκ-Διδακτικές Σημειώσεις*. Θεσσαλονίκη : ΑΠΘ, 2002.
13. **Κομίλης Π.,** *Χωρική Ανάλυση του Τουρισμού* . Αθήνα : ΚΕΠΕ, 1986.
14. **Σούρτζης Α.,** *"Αειφόρος ανάπτυξη και εναλλακτικές μορφές τουρισμού-Η ελληνική πολιτική κινήτρων"*. Αθήνα : s.n., 2003.
15. **Λαγός Δ.,** *"Τουριστική Οικονομική"*. Αθήνα : Εκδόσεις Κριτική, 2005.
16. **Dosweel R.,** *"Τουρισμός. Ο ρόλος του αποτελεσματικού management"*. Αθήνα : Εκδόσεις Κριτική, 2002.

17. **Δημητρούλας Θ.**, "Ξενοδοχειακό Marketing: Λειτουργία Ανάπτυξης των Τουριστικών Επιχειρήσεων" - Πτυχιακή Εργασία. Λάρισα : ΤΕΙ Λάρισας, 2007.
18. **Ηγουμενάκης Ν.**, "Τουρισμός και Ανάπτυξη". Αθήνα : Εκδόσεις Interbooks, 2000.
19. **Duval D.T.**, *Tourism and Transport: Modes, Networks and Flows*. Clevedon : Channel View Publications, 2007.
20. **Page S.**, *Tourism Management: Managing for change* . Oxford : Butterworth-Heinemann, 2006.
21. **Πατσουράτης Β.**, *Η ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος*. Αθήνα : Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων , 2002.
22. **Ανδριώτης Κ.**, *Τουριστική Ανάπτυξη & Σχεδιασμός*. Αθήνα : Εκδόσεις Σταμούλη, 2005.
23. **Bastakis C., Buhalis D., Butler R.**, The perception of small and medium sized tourism accomodation providres on the impacts of the tour operators' power in Eastern Mediterranean. *Tourism Management*. 2004.
24. **XRTC Business Consultants (2021)**. 20η Ετήσια Μελέτη για την Ελληνική Ακτοπλοΐα 2021: Η Ελληνική Ακτοπλοΐα σε Περιβάλλον Ανατροπών. Ανασύρθηκε από: <https://xrtc.gr/wp-content/uploads/2021/08/XRTC-Ferry-Report-2021-GR-1.pdf>
25. **Page S.J.**, *Transport and Tourism Global Perspectives*. Essex : Pearson Education Limited, 2009.
26. **Jonsson C.**, "Sphere of Flying: The politics of International Aviation". *International Organization*. 1981.
27. **The Airline Monitor.**, "Airlines 101-A Primer for Dummies". *The Airline Monitor*. 1998.
28. **Gittel J.H.**, "*The Southwest Airlines Way*". New York : McGraw-Hill, 2003.
29. **Whitelegg J.**, "*Anivation: The social, economic and environmental impact of flying*". London : Ashden Trust, 2000.
30. **Sharpley R.**, *Travel and tourism*. Thousand Oaks : Sage Publications, 2006.
31. **Bieger T., Wittmer A.**, "Air transport and tourism-Perspectivers and challenges for". *Journal of Air Transport Management*. 2016.
32. **Clarke R.**, "*Introduction in McConville J.*" *Transport Regulation Matters*. Great Britain : Pinter, 1997.
33. **ICAO**, Freedoms of the Air. *Τοποθεσία Web της ICAO*. [Ηλεκτρονικό] [Παραπομπή: 10 Απρίλιος 2017.] <http://www.icao.int/Pages/freedomsAir.aspx>.

34. **Smith L.F., Braden C.**, "Airline Deregulation". *Τοποθεσία Web της The Concise Encyclopedia of Economics*. [Ηλεκτρονικό] Library of Economics and Liberty. [Παραπομπή: 10 Απρίλιος 2017.] <http://www.econlib.org/library/Enc/AirlineDeregulation.html>;
35. **Star Alliance**, What is Star Alliance. *Τοποθεσία Web της Star Alliance*. [Ηλεκτρονικό] [Παραπομπή: 10 Απρίλιος 2017.] <http://www.staralliance.com/en/about>.
36. **SkyTeam**, The Benefits of Flying with SkyTeam. *Τοποθεσία Web της SkyTeam*. [Ηλεκτρονικό] [Παραπομπή: 10 Απρίλιος 2017.] <http://www.skyteam.com/en/flights-and-destinations/>.
37. **OneWorld**, Introduction to oneworld-an alliance of the world's leading airlines working as one. *Τοποθεσία Web της OneWorld*. [Ηλεκτρονικό] [Παραπομπή: 10 Απρίλιος 2017.] <https://www.oneworld.com/news-information/oneworld-fact-sheets/introduction-to-oneworld>.
38. **Ζαχαράτος Γ., Τσάρτας Π.**, "*Τουριστικός Τομέας*". Πάτρα : Εκδόσεις Ε.Α.Π., 2008.
39. **Air Transport Association**, "*Airline Revenues & Pricing Power*". s.l. : Air Transport Association, 2004.
40. **Dorinson D.**, "*The evolution of airline distribution channels and their effects on revenue management performance*" - *Master Thesis*. Boston : Massachusetts Institute of Technology, 2004.
41. **Chen F.Y., Chang Y.H.**, "Examining airline service quality from a process perspective". *Journal of Air Transport Management*. 2005.
42. **R., Abeyratne.**, "Strategic Alliances of airlines and their consequences". *Journal of Air Transportation World Wide*. 2000.
43. "**Πώς ο Covid-19 αλλάζει τα πάντα για τους αερομεταφορείς αλλά και τον τρόπο που ταξιδεύουμε**". *Ναυτεμπορική*. Ανασύρθηκε από: <https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1593299/pos-o-covid-19-allazei-ta-panta-gia-tous-aerometaforeis-alla-kai-ton-tropo-pou-taksiduoume>
44. **Cirium** (2020). COVID-19 (coronavirus) impacts on US, Europe travel (announcement). Ανασύρθηκε από: <https://www.cirium.com/thoughtcloud/covid-19-coronavirus-impacts-on-us-europe-travel/>
45. **Cirium** (2021). The Airline Insights Report: The Aviation Industry in Recovery. Ανασύρθηκε από: <https://resources.cirium.com/2020-airline-insights-review>
46. **International Air Transport Association** (2021). Annual Review 2021. 77th Annual General Meeting. Ανασύρθηκε από: <https://www.iata.org/contentassets/c81222d96c9a4e0bb4ff6ced0126f0bb/iata-annual-review-2021.pdf>
47. **An, Y., Zhang, Y., & Zeng, B.** (2015). The reliable hub-and-spoke design problem: Models and algorithms. *Transportation Research Part B: Methodological*, 77, 103-122.

48. **Dziedzic, M., & Warnock-Smith, D.** (2016). The role of secondary airports for today's low-cost carrier business models: The European case. *Research in transportation business & management*, 21, 19-32.