



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ**  
**ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΜΑΝΑΤΖΜΕΝΤ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**  
**(MBA - TOURISM MANAGEMENT)**

**ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΣΤΙΣ**  
**ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ**

**ΕΛΕΝΗ ΜΠΙΡΜΠΑ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ**

**Πειραιάς, 2015**

Αφιερώνεται στην οικογένειά μου

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Καταστάσεις πινάκων .....	σελ.Ι
Καταστάσεις Διαγραμμάτων .....	σελ.ΙΙ
Καταστάσεις εικόνων - σχημάτων .....	σελ.ΙΙΙ
Περίληψη .....	σελ.ΙV
Ευχαριστίες .....	σελ. VΙ
Πρόλογος .....	σελ. 1
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ</b>	
1.1 Ιστορική αναδρομή αεροπλάνου .....	σελ.4
1.2 Τουρισμός .....	σελ.4
1.2.1 Ελληνικός τουρισμός .....	σελ.5
1.3 Ανταγωνιστικότητα .....	σελ.6
1.4 Μεταφορές, αερομεταφορές και τουρισμός .....	σελ.7
Βιβλιογραφία κεφαλαίου - ηλεκτρονικές πηγές .....	σελ.10
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ «ΑΝΟΙΧΤΟΥΣ ΟΥΡΑΝΟΥΣ»</b>	
2.1 Εισαγωγικό .....	σελ.12
2.2 Η πορεία των αμερικάνικων αεροπορικών εταιριών μετά το τρομοκρατικό χτύπημα στις 11 Σεπτεμβρίου 2001 .....	σελ.12
2.3 Άρση περιοριστικών ρυθμίσεων .....	σελ.15
2.4 Άρση περιορισμών στις Η.Π.Α. ....	σελ.16

2.5 Άρση περιορισμών μεταξύ Ευρώπης και Η.Π.Α. ....σελ.17	σελ.17
2.6 Άρση περιορισμών στην Ευρώπη .....σελ.18	σελ.18
2.6.1 Πρώτο Πακέτο απελευθέρωσης .....σελ.19	σελ.19
2.6.2 Δεύτερο Πακέτο απελευθέρωσης .....σελ.19	σελ.19
2.6.3 Τρίτο Πακέτο απελευθέρωσης .....σελ.19	σελ.19
2.7 Αεροπορικές ελευθερίες (Freedoms of the air) .....σελ.22	σελ.22
Βιβλιογραφία κεφαλαίου - ηλεκτρονικές πηγές .....σελ.24	σελ.24
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ</b>	
3.1 Η έννοια των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους .....σελ.26	σελ.26
3.2 Η εμφάνιση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους .....σελ.30	σελ.30
3.3 Το μοντέλο Southwest .....σελ.32	σελ.32
3.4 Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους στην Ευρώπη .....σελ.35	σελ.35
3.5 Το μοντέλο των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους .....σελ.37	σελ.37
3.6 Λίστα αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους .....σελ.44	σελ.44
3.7 Το μοντέλο των πτήσεων τσάρτερ (charter) .....σελ.45	σελ.45
3.8 Διαφορές μεταξύ αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους και συμβατικών αεροπορικών εταιριών .....σελ.47	σελ.47
3.9 Ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών χαμηλού κόστους .....σελ.48	σελ.48
3.10 Η διοίκηση στις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους .....σελ.49	σελ.49
Βιβλιογραφία κεφαλαίου - ηλεκτρονικές πηγές .....σελ.51	σελ.51
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ</b>	

4.1 Ανάλυση PEST .....	σελ.53
4.1.1 Πολιτικό περιβάλλον .....	σελ.53
4.1.2 Οικονομικό περιβάλλον .....	σελ.54
4.1.3 Κοινωνικό περιβάλλον .....	σελ.55
4.1.4 Τεχνολογικό περιβάλλον .....	σελ.56
4.2 Στρατηγικές και μάρκετινγκ των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους .....	σελ.57
4.3 Ποιότητα υπηρεσιών .....	σελ.59
4.4. Μελλοντική πορεία των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους ....	σελ.60
Βιβλιογραφία κεφαλαίου - ηλεκτρονικές πηγές .....	σελ.62
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ</b>	
5.1 Ασφάλεια .....	σελ.64
5.2 Αεροπορικά ατυχήματα τελευταίας δεκαετίας .....	σελ.64
5.2.1 Η υπόθεση της Helios Airways .....	σελ.67
Βιβλιογραφία κεφαλαίου - ηλεκτρονικές πηγές .....	σελ.70
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: Η ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΜΕ ΤΙΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ</b>	
6.1 Εισαγωγικό .....	σελ.72
6.2 Αερομεταφορές χαμηλού κόστους και Ελλάδα .....	σελ.72
6.3 Φόρμα ερωτηματολογίου .....	σελ.74
6.4 Αποτελέσματα ερωτηματολογίου και ανάλυση .....	σελ.74
6.5 Συμπεράσματα .....	σελ.92

Βιβλιογραφία κεφαλαίου - ηλεκτρονικές πηγές .....	σελ.93
Επίλογος .....	σελ.94
Συνολική βιβλιογραφία .....	σελ.96
Παράρτημα .....	σελ.99

## ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Τα τρία πακέτα της άρσης των περιοριστικών ρυθμίσεων στην Ευρώπη .....	σελ.21
Πίνακας 2: Αεροπορικές ελευθερίες .....	σελ.22
Πίνακας 3: Στατιστικά στοιχεία ημερήσιων πτήσεων αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους για τον Ιούνιο του 2007 .....	σελ.28
Πίνακας 4: Στατιστικά στοιχεία ημερήσιων πτήσεων αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους για τον Ιούνιο του 2014 .....	σελ.29
Πίνακας 5: Το μοντέλο Southwest, το στοιχείο του απλού προϊόντος .....	σελ.34
Πίνακας 6: Το μοντέλο Southwest, το στοιχείο των απλών διεργασιών ....	σελ.35
Πίνακας 7: Πλεονέκτημα κόστους των αερογραμμών χαμηλού κόστους έναντι των συμβατικών .....	σελ.42
Πίνακας 8: Λίστα με τον αριθμό των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους ανά ήπειρο .....	σελ.44
Πίνακας 9: Διαφορές μεταξύ αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους και παραδοσιακών αεροπορικών εταιριών .....	σελ.47
Πίνακας 10: Συγκεντρωτικός πίνακας αεροπορικών ατυχημάτων της τελευταίας δεκαετίας (2005 - 2014) .....	σελ.65

## ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1: Κέρδη ή ζημίες των αερογραμμών παγκοσμίως από το 1988 έως το 2003 (σε αμερικανικά δολάρια) .....σελ.14

Διάγραμμα 2: Ποσοστό κερδών ή ζημιών των εσόδων των αερογραμμών παγκοσμίως από το 1988 έως το 2003 .....σελ.15

Διάγραμμα 3: Ποσοστά διείδυσης αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους παγκοσμίως .....σελ.37

Διάγραμμα 5: Σύγκριση χρηματοδοτήσεων 2007-2013 και 2014-2020 (1a και 1b αντιστοιχούν στον προϋπολογισμό για χρηματοδοτήσεις σε θέματα ανταγωνιστικότητας, ανάπτυξης και εργασίας) .....σελ.55

Διαγράμματα ερωτηματολογίου .....σελ.75



## ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΙΚΟΝΩΝ - ΣΧΗΜΑΤΩΝ

### ΕΙΚΟΝΕΣ

Εικόνα 1: Αεροσκάφος της Pacific Southwest Airlines .....σελ.31

Εικόνα 2: Αριστερά το λογότυπο της Southwest Airlines (2001-2014) και δεξιά ένα από τα αεροσκάφη που χρησιμοποιούσε (Boeing 737-700, 2001-Σεπτέμβριος 2014) .....σελ.32

Εικόνα 3: Παγκόσμιο ποσοστό αεροπορικών θέσεων εταιριών χαμηλού κόστους ανά ήπειρο για το 2013 .....σελ.45

### ΣΧΗΜΑΤΑ

Σχήμα 1: Σύζευξη των τριών στοιχείων των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους .....σελ.42

Η παρούσα διπλωματική εργασία υποβάλλεται για το πρόγραμμα μεταπτυχιακών σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς, στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και Μάνατζμεντ Τουρισμού. Κύριος στόχος της εργασίας είναι η μελέτη του κλάδου των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους από την παρθενική τους εμφάνιση μέχρι τώρα τόσο στην Ευρώπη όσο και στον υπόλοιπο κόσμο, τα χαρακτηριστικά που τις διαφοροποιούν από τις συμβατικές και την αντιμετώπισή τους από τους επιβάτες και κυρίως τους Έλληνες ταξιδιώτες.

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας, γίνεται μία εισαγωγή στον κόσμο των μεταφορών γενικότερα και των αερομεταφορών ειδικότερα καθώς και στη σχέση τους με τον τουρισμό. Ξεκινάμε από την αρχή, με την εμφάνιση της πρώτης ιδέας για πραγματοποίηση πτήσεων και για το πρώτο αεροπλάνο που κατασκευάστηκε. Το εισαγωγικό κομμάτι συνεχίζει με τη σημασία και τη συμβολή του τουρισμού στις ζωές μας και ιδιαίτερα του ελληνικού καθώς και για την άμεση σχέση και αλληλεπίδραση μεταξύ τουρισμού και μεταφορών.

Εν συνεχεία, το επόμενο κεφάλαιο πραγματεύεται την εξέλιξη των αερομεταφορών. Τα νομικά πλαίσια από τα οποία έχουν περάσει, τους κανονισμούς που έχουν αλλάξει, κατά πόσο επηρεάστηκαν οι αερομεταφορές από το τρομοκρατικό χτύπημα της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου 2001 τόσο σε αμερικάνικο επίπεδο όσο και σε παγκόσμιο. Επιπρόσθετα, γίνεται ανάλυση για την άρση των περιοριστικών ρυθμίσεων, των διμερών συμφωνιών και των αεροπορικών ελευθεριών που ξεκίνησαν από τις Η.Π.Α. και στόχο είχαν την απελευθέρωση της αγοράς των αερομεταφορών τόσο στις μετακινήσεις όσο και στην τιμολόγηση· συνεχίζουμε με την άρση των περιοριστικών ρυθμίσεων στην Ευρώπη και την εμφάνιση των τριών Πακέτων μεταρρυθμίσεων όπου με το Τρίτο διευκολύνθηκε και η εμφάνιση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.

Το τρίτο κεφάλαιο της διπλωματικής παρουσιάζει την είσοδο των αερομεταφορών χαμηλού κόστους. Ξεκινάει με την έννοια του “low cost”, πώς εισήχθηκε, τον αντίκτυπο που είχε και πόσο αποδεκτό έγινε. Συνεχίζουμε με την ίδρυση της πρώτης αεροπορικής εταιρίας χαμηλού κόστους “Pacific Southwest Airlines” αλλά και την μεγαλύτερη αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους “Southwest Airlines” και η οποία είναι υπεύθυνη για το ομώνυμο μοντέλο Southwest τα χαρακτηριστικά του οποίου προσπαθούν να υιοθετήσουν όλες οι αερομεταφορές χαμηλού κόστους. Περιγράφονται τα χαρακτηριστικά αυτού του είδους των εταιριών, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους σε σχέση με τις συμβατικές αεροπορικές εταιρίες και τέλος ακολουθεί λίστα με τον αριθμό των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους ανά ήπειρο και γίνεται λόγος για τις εταιρίες τσάρτερ.

Το τέταρτο κεφάλαιο αναφέρεται στην πορεία των συγκεκριμένων αεροπορικών εταιριών· για να κατανοηθεί περισσότερο η πορεία τους και τα στοιχεία τα οποία τις επηρεάζουν, ακολουθεί ανάλυση PEST, οι στρατηγικές που χρησιμοποιούν αυτές οι

εταιρίες, το μάρκετινγκ και η ποιότητα υπηρεσιών τους. Τέλος, γίνεται λόγος για τη μελλοντική τους πορεία και τι θα μπορούσαν να κάνουν για αύξηση των κερδών τους.

Το κεφάλαιο που ακολουθεί αφορά στην ασφάλεια αυτών των αεροπορικών εταιριών και στις εκτάσεις που έχει πάρει το συγκεκριμένο θέμα. Αναλύονται μεγάλα αεροπορικά ατυχήματα της τελευταίας δεκαετίας καθώς και η υπόθεση της κυπριακής Helios Airways, το δυστύχημα της οποίας συγκλόνησε τον κόσμο στις 14/8/2005.

Το τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας πραγματεύεται τις αερομεταφορές στην Ελλάδα και τη σχέση της με τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους. Για να κατανοηθεί καλύτερα το ελληνικό κομμάτι και η στάση των Ελλήνων απέναντι σε αυτές τις εταιρίες έχει συνταχθεί και απαντηθεί ερωτηματολόγιο το οποίο είναι σημαντικό κομμάτι της παρούσας διπλωματικής διότι μας βοηθά να κατανοήσουμε τη νοοτροπία των Ελλήνων απέναντι στο θέμα "low cost", τις φοβίες, τις προτιμήσεις τους αλλά και τις ενστάσεις τους και να προβούμε σε συμπεράσματα όσον αφορά στο κομμάτι «αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους και Ελλάδα».

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ολοκληρώνοντας τον κύκλο σπουδών μου στο Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών, του Πανεπιστημίου Πειραιώς στη Διοίκηση Επιχειρήσεων και Μάνατζμεντ Τουρισμού, με την παρούσα διπλωματική μου εργασία, θα ήθελα να ευχαριστήσω τα άτομα που είχαν σημαντικό ρόλο στην προσπάθειά μου αυτή είτε άμεσα είτε έμμεσα.

Καταρχήν θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Ευάγγελο Σαμπράκο ο οποίος με βοήθησε να επιλέξω το θέμα της διπλωματικής μου εργασίας και με καθοδήγησε στην προσπάθειά μου αυτή. Επιπρόσθετα, θα ήθελα να τον ευχαριστήσω για τις γνώσεις που μου μετέδωσε κατά τη διάρκεια των μαθημάτων του και γενικότερα για τη συνεργασία μας.

Ένα μεγάλο ευχαριστώ στην οικογένειά μου που είναι δίπλα μου και που μου συμπαροστάθηκε και με βοήθησε ποικιλοτρόπως ιδιαίτερα σε αυτά τα δύο χρόνια των μεταπτυχιακών μου σπουδών.

Τέλος, ένα μεγάλο ευχαριστώ στους τουρίστες συμφοιτητές μου για όλες τις στιγμές που ζήσαμε και θα μείνουν αναλλοίωτες στο χρόνο, για τα άγχη που περάσαμε μαζί, τις εμπειρίες που αποκτήσαμε αλλά και τις φιλίες.

Ελένη Μπίρμπα

Αθήνα, 2015

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο τουρισμός είναι ένα από τα πλέον ζωτικά μέρη μιας οικονομίας και σχετίζεται άμεσα τόσο με την υλική ανάπτυξη μιας χώρας όσο και με την ηθική και πνευματική της ανάπτυξη. Όσον αφορά στο οικονομικό κομμάτι, ο ίδιος ο τομέας του τουρισμού αλλά και τα τμήματά του (νομοθεσία, διαμονή, μεταφορές κ.ά.) έχουν υποστεί πολλές αλλαγές με την πάροδο των χρόνων· άλλοτε καλές και σωστές, άλλοτε λανθασμένες. Μέσα στον κυκεώνα των εξελίξεων των δύο τελευταίων αιώνων, το τμήμα των μεταφορών εξελίχθηκε και γνώρισε μεγάλη πρόοδο ιδιαίτερα οι αερομεταφορές. Οι ταξιδιώτες πάντα έψαχναν έναν όλο και πιο γρήγορο τρόπο για να ταξιδεύουν από μέρος σε μέρος έτσι ώστε να εξοικονομούν χρόνο. Παρ' όλα αυτά, οι αερομεταφορές ναί μεν εξοικονομούσαν χρόνο αλλά όχι και χρήμα· το αεροπορικό ταξίδι ήταν προσόν των πιο εύπορων στρωμάτων της κοινωνίας. Έτσι, η αδυναμία του κόσμου για ακριβά εισιτήρια οδήγησε σε έρευνα νέων τρόπων ανάπτυξης και άρχισε ξανά να εξελίσσεται αυτός ο τομέας για να οδηγηθούμε στην εμφάνιση ενός νέου είδους αεροπορικών εταιριών που έμελλε ν' αποκτήσει σημαντικό κομμάτι στην αγορά, τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους.

Μέσα από την παρούσα εργασία λοιπόν, θα γίνει προσπάθεια να ερευνηθούν και να καταγραφούν κυρίως οι ομοιότητες και οι διαφορές μεταξύ των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους και των συμβατικών, οι βασικές αρχές διοίκησης, προώθησης και τα στοιχεία ανταγωνισμού που επικρατούν όχι μόνο μεταξύ των αερομεταφορέων χαμηλού κόστους αλλά και στη σχέση τους με τις συμβατικές αεροπορικές εταιρίες. Με αυτόν τον τρόπο θα γίνει προσπάθεια όχι μόνο να φανεί τι είναι αυτό που διαφοροποιεί αυτές τις εταιρίες αλλά και πώς κατάφεραν ν' ανοίξουν νέους ορίζοντες στον κλειστό κύκλο των κολοσσιαίων κρατικών και μη αερομεταφορών και για ποιο λόγο απέκτησαν το κύρος και το μερίδιο αγοράς που κατέχουν τώρα.

Για να είναι εφικτά τα ανωτέρω, η έρευνα θα πρέπει να επεκταθεί και να αναπτυχθεί περαιτέρω στις μεταφορές αλλά και γύρω από αυτές. Έτσι λοιπόν η εργασία χωρίζεται θεωρητικά σε τρία μέρη. Στο πρώτο μέρος θα ερευνηθεί και αναλυθεί η άμεση σχέση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους με τον τουρισμό, η ανάγκη για γρήγορες και φθηνές μεταφορές που οδήγησε στην εμφάνιση αυτών, στους κανονισμούς αλλά και στις καταστάσεις που ευνόησαν εξ' αρχής και κατέστησαν δυνατή και πραγματοποιήσιμη την εμφάνισή τους. Θα αναλυθεί η κατάσταση που επικρατούσε

στην κοινωνία των αερομεταφορών, οι συμμαχίες και οι συμφωνίες που τυχόν υπήρξαν μεταξύ των χωρών οι αλλαγές στη νομοθεσία που ευνόησαν τις ανάλογες εξελίξεις καθώς επίσης θα ερευνηθεί εάν και κατά πόσο επηρέασε τις αερομεταφορές το τρομοκρατικό χτύπημα στις Η.Π.Α. το 2001. Στη συνέχεια, στο δεύτερο μέρος θα αναλυθεί διεξοδικά η έννοια των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους. Ο αναγνώστης σε αυτό το τμήμα θα εισαχθεί αβίαστα έχοντας γνώση της κατάστασης που επικρατεί, ξεκινώντας από την ίδρυση της πρώτης αεροπορικής εταιρίας χαμηλού κόστους που έμελλε να γίνει το μοντέλο μίμησης για όλες τις επόμενες εταιρίες. Θα αναλυθούν τα χαρακτηριστικά, οι διαφορές και οι ομοιότητες μεταξύ συμβατικών αερομεταφορών και χαμηλού κόστους τόσο σε απτά πράγματα -τα στοιχεία που καθιστούν εφαρμόσιμη την μείωση της τιμής των ναύλων- όσο και σε άυλα όπως είναι τα μέσα που χρησιμοποιούν για να προωθηθούν, οι τρόποι διοίκησής τους αλλά και ο ανταγωνισμός, αν υπάρχει τόσο μεταξύ τους όσο και σε σχέση με τις παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες. Θα ερευνηθεί η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών κι επίσης θα θιχτεί το θέμα της ασφάλειας που προβληματίζει μεγάλη ομάδα ταξιδιωτών. Τέλος, στο τρίτο μέρος, θα ακολουθήσει μία πρωτογενής έρευνα μέσω ερωτηματολογίου για να αναλύσουμε τον αντίκτυπο αυτών των εταιριών στους Έλληνες. Κατά πόσο είναι ενημερωμένοι γι' αυτές τις εταιρίες, αν τις προτιμούν, τι αλλαγές θα ήθελαν να δουν και ίσως να προβούμε σε συμπεράσματα για το κατά πόσο θα ευδοκίμούσε μία τέτοια κίνηση (ίδρυση ελληνικής αεροπορικής εταιρίας χαμηλού κόστους) στην Ελλάδα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1:  
ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

## 1.1 Ιστορική αναδρομή αεροπλάνου

Σχετικά με την ιστορία κατασκευής του αεροπλάνου, το σωστό θα ήταν να αναφερθούμε στο εγχείρημα των αδελφών Ράιτ (Orville & Wilbur Wright), οι οποίοι ήταν οι πρώτοι που κατάφεραν να κατασκευάσουν ένα αεροπλάνο το οποίο να μπορεί να εκτελεί επιτυχώς, σταθερή πτήση μαζί με επιβάτη. Η πρώτη πτήση τέτοιου αεροπλάνου έγινε στις 17 Δεκεμβρίου 1903, το όνομά του ήταν Φλάιερ (Flyer), διήρκησε 59 δευτερόλεπτα στην τελευταία δοκιμή (η πρώτη εκ των τεσσάρων δοκιμών είχε διάρκεια μόλις 12 δευτερόλεπτα) και διένυσε απόσταση 260 μέτρων.

Ωστόσο, η ιδέα του να πετάξει ο άνθρωπος, ξεκινάει πολύ πιο πριν και μάλιστα έχει να κάνει με έναν μύθο, αυτόν του Δαίδαλου και Ίκαρου. Επιπρόσθετα, σε πολλούς αρχαίους πολιτισμούς όπως της Κίνας και της Αιγύπτου, υπάρχουν εικόνες φτερωτών ανθρώπων. Κατά τη διάρκεια της ιστορίας έγιναν πολλές προσπάθειες κατασκευής πτητικών μηχανών· ενδεικτικά αναφέρεται ο Λεονάρντο Ντα Βίντσι (Leonardo da Vinci) που προσπάθησε, παρατηρώντας τον τρόπο πτήσης των πτηνών, να υποστηρίξει θεωρητικά τη δυνατότητα κατασκευής μιας τέτοιας μηχανής. Οι πτητικές μηχανές του Ντα Βίντσι κινούνταν βασιζόμενες στη μυϊκή δύναμη του ανθρώπου.

Κατανοώντας τη μεγάλη σημασία του αεροπλάνου, πολλές κυβερνήσεις αρχικά το ανέπτυξαν, βελτίωσαν και χρησιμοποίησαν ως επί των πλείστων για στρατιωτικά θέματα. Από το παρελθόν πάντως μέχρι και σήμερα, με τη βοήθεια της επιστήμης και της τεχνολογίας, έχουν γίνει μεγάλα βήματα στην εξέλιξη του αεροπλάνου και ιδιαίτερα του επιβατικού· από το αερόστατο και το πρώτο αεροπλάνο των αδερφών Wright έως την κατασκευή του υπερηχητικού αεροπλάνου Κογκόρντ που χρησιμοποιείται σε επιβατικές μετακινήσεις η εξέλιξη και ανάπτυξη και σε άλλους τομείς, άμεσα και έμμεσα συνδεδεμένους με το αεροπλάνο, ήταν αναπόφευκτη και αναμένουσα.

## 1.2 Τουρισμός

Η συμβολή του τουρισμού στην ανάπτυξη μιας χώρας είναι μεγάλη. Χάρη στον τουρισμό μια χώρα αναπτύσσεται οικονομικά, πολιτιστικά και κοινωνικά· τομείς δηλαδή με τους οποίους είναι άρρηκτα συνδεδεμένος. Ιδιαίτερα από οικονομικής πλευράς, ο



τουρισμός είναι από τους βασικότερους μοχλούς ανάπτυξης μιας χώρας και από τις κυριότερες πηγές εσόδων. Βοηθά στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος, αυξάνει το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (Α.Ε.Π.) και δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας που έχουν είτε άμεση είτε έμμεση σχέση με τον τουρισμό.

### 1.2.1 Ελληνικός τουρισμός

Η Ελλάδα ως μία χώρα με απaráμιλλη φυσική ομορφιά χάρη στην τεράστια ακτογραμμή της, το μεσογειακό κλίμα και τους φυσικούς της θησαυρούς, έχει τα καλύτερα συστατικά για να αξιοποιηθεί και να αναπτυχθεί. Χάρη στον τουρισμό, ο οποίος είναι μία από τις βασικές πηγές εσόδων της Ελλάδας, έχει συνεισφέρει πολλά. Πιο συγκεκριμένα, ο τουρισμός στην Ελλάδα συνεισφέρει άνω του 20% στο Α.Ε.Π., καλύπτει το 60% του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου και απασχολεί στον τουρισμό 1 στους 5 Έλληνες.<sup>1</sup>

Λαμβάνοντας υπόψη ότι στις μέρες μας το 1/3 των αφίξεων των τουριστών πραγματοποιείται σε Μεσογειακές χώρες, καταλαβαίνουμε αμέσως ποιο είναι το συγκριτικό πλεονέκτημα της Ελλάδας. Δυστυχώς όμως περιοριζόμαστε. Ο ήλιος, η θάλασσα και οι αρχαιολογικοί μας θησαυροί αντί να μας δώσουν μία επιπλέον ώθηση, μας εγκλωβίζουν· δεν κάνουμε ένα βήμα παραπέρα ώστε να πετύχουμε περισσότερα. Η Ελλάδα, παρά τη σημαντική θέση της στην παγκόσμια τουριστική αγορά, έχει μείνει πίσω όσον αφορά την ανταγωνιστικότητά της και την καινοτομία της. Μας έχουν προσπεράσει χώρες οι οποίες μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισαν ν' αξιοποιούνται τουριστικά. Γι' αυτό λοιπόν, η Ελλάδα ως ένας βασικός τουριστικός προορισμός, θα έπρεπε να επενδύσει περισσότερο στην έρευνα και το σχεδιασμό όχι μόνο για την ανάπτυξη και αναβάθμιση του τουριστικού της προϊόντος αλλά και για την ανεξαρτητοποίησή της από ξένους μεσάζοντες· δηλαδή ξένες αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους που μεταφέρουν τουρίστες στην Ελλάδα καθώς και καθαρά ελληνικών tour operators που θα εστιάζουν στον εισερχόμενο τουρισμό.

Ο πρώην γενικός γραμματέας του ΕΟΤ, κ. Νίκος Σκουλάς, ιδιαίτερα διαχρονικός και διορατικός, είχε μιλήσει στην εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ σχετικά με την ανταγωνιστικότητα

---

<sup>1</sup> ΣΕΤΕ

του ελληνικού τουρισμού. Ακολουθεί απόσπασμα του άρθρου «SOS από τον ελληνικό τουρισμό» το οποίο είχε δημοσιευθεί στις 6/7/1997:

«...«Για να γίνουμε ανταγωνιστικοί», λέει ο κ. Νίκος Σκουλάς, «δεν πρέπει να παρέχουμε απλώς ανάπαυλα, ξεκούραση και παραθερισμό. Αυτό το κάνουν πλέον και οι γείτονές μας οι Τούρκοι, οι Τυνήσιοι, οι Μαροκινοί, οι Μαλτέζοι και οι Σύροι...» και «...Εν αρχή ην οι αερομεταφορές, αφού το 83% των αλλοδαπών τουριστών έρχεται στη χώρα μας με αεροπλάνα. «Η εξάρτησή μας από τα αεροπλάνα των tour operators δημιουργεί πολύ αρνητικές επιπτώσεις σχετικά με το είδος της πελατείας που μεταφέρουν» λέει ο κ. Σκουλάς για να προσθέσει: «Το έχουν κάνει πολλοί ανταγωνιστές μας και πρέπει να τους μιμηθούμε κι εμείς: Τι να τον κάνω τον πελάτη αν δεν μπορώ να τον μεταφέρω; Πρέπει να ξαναδούμε την πολιτική τού κακώς εννοούμενου προστατευτισμού της Ολυμπιακής Αεροπορίας και να προχωρήσουμε. Γιατί όχι και η Ολυμπιακή να μην αναπτύξει στρατηγικές συμμαχίες με ιδιωτικές εταιρείες, έτσι ώστε η χώρα μας να γίνει περισσότερο ανεξάρτητη στον τομέα των αερομεταφορών αλλοδαπών τουριστών; Θα ήθελα να σας πω ότι σε αυτό το θέμα επικρατεί έντονος προβληματισμός και δεν αποκλείεται σύντομα να έχουμε κάποια λύση»...»<sup>1</sup>

Από τα παραπάνω λοιπόν, γίνεται σαφές ότι οι μεταφορές μαζί με την παροχή καταλύματος και άλλων τουριστικών υπηρεσιών, αποτελούν καίριο κομμάτι της ανάπτυξης μιας χώρας και του τουρισμού της.

### 1.3 Ανταγωνιστικότητα

*«Competitiveness is defined by the productivity with which a nation utilizes its human, capital and natural resources».* (Michael Porter)

Η ανταγωνιστικότητα ορίζεται από την παραγωγικότητα με την οποία ένα έθνος αξιοποιεί τους ανθρώπινους, κεφαλαιουχικούς και φυσικούς πόρους.

---

1

<http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=89633&wordsinarticle=%CF%83%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%B1%CF%82>

- Σε επίπεδο επιχείρησης:

Ανταγωνιστικότητα είναι η ικανότητα που έχουν κάποιες επιχειρήσεις να επιβιώνουν και να αναπτύσσονται, πάντα σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις του ίδιου κλάδου ή αγοράς.

- Σε μέσο επίπεδο:

Ανταγωνιστικότητα εννοούμε τον ανταγωνισμό που έχει η βιομηχανία μιας χώρας στο μέσο της αλλά και με αντίστοιχες βιομηχανίες άλλων χωρών. (Αναφερόμαστε πάντα στον ίδιο κλάδο αγοράς.) Μπορούμε να πούμε ότι η βιομηχανία μιας χώρας είναι ανταγωνιστική όταν σε σχέση με άλλες χώρες έχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που της επιτρέπει να αυξήσει την αξία της άρα και τα κέρδη της.

- Σε μακροοικονομικό επίπεδο ή σε επίπεδο εθνικού κράτους:

Εδώ την έννοια της ανταγωνιστικότητας είναι πιο δύσκολο να την κατανοήσει κανείς. Ανταγωνιστικότητα μεταξύ κρατών εννοούμε την ικανότητα που έχει κάθε κράτος για βελτίωση και διατήρηση του βιοτικού επιπέδου των πολιτών του. Πιο συγκεκριμένα αύξηση των θέσεων εργασίας άρα και αύξηση του πραγματικού εισοδήματος, μείωση της ανεργίας καθώς και ενίσχυση των ευκαιριών και δυνατοτήτων εντός και εκτός των εθνικών συνόρων (λόγω παγκοσμιοποίησης)

Η αλήθεια είναι ότι από το 2007 κι έπειτα αρχίσαμε να βηματίζουμε προς τα πίσω εξαιτίας της παγκόσμιας κρίσης που βούλιαξε πολλές και δυνατές οικονομίες. Παρ' όλα αυτά, πολλές οικονομίες και ιδιαίτερα οικονομίες βασισμένες στον τουρισμό άρχισαν να αναδύονται ξανά. Αυτό θα πρέπει να μας δώσει το έναυσμα να πάρουμε κι εμείς σειρά. Για να καταφέρουμε να αναδυθούμε κι εμείς ξανά σαν ένας δυνατός και ανταγωνιστικός τουριστικός προορισμός και να παραμείνουμε φυσικά ως ένας, θα πρέπει να βρούμε το συγκριτικό μας πλεονέκτημα που θα μας κάνει να ξεχωρίσουμε από όλους τους υπόλοιπους προορισμούς.

#### 1.4 Μεταφορές, αερομεταφορές και τουρισμός

Οι μεταφορές οποιασδήποτε μορφής (οδικές, σιδηροδρομικές, αεροπορικές, θαλάσσιες), δεν αποτελούν αυτοσκοπό, αλλά μέσο για την επίτευξη ενός σκοπού. Είναι

το μέσο για την εξυπηρέτηση των λοιπών κλάδων της οικονομίας, όπως για παράδειγμα της βιομηχανίας και του τουρισμού που αναφέρθηκε πιο πάνω.<sup>1</sup>

Από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα, οι μεταφορές είχαν σημαντική θέση στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων. Από το απλό κάρο όπου μετέφεραν πράγματα μέχρι τα πλοία και κατ' επέκταση τη δημιουργία λιμανιών, το τρένο και φυσικά το αεροπλάνο. Παρατηρείται ότι ενώ η δημιουργία όλων ξεκίνησε ως κάτι που θα διευκόλυνε την καθημερινή ζωή των ανθρώπων, κατέληξε να γίνει διάυλος επικοινωνίας μεταξύ των λαών, μέσο διάδοσης αγαθών και πολιτισμού και κατ' επέκταση μέσο ανάπτυξης του τουρισμού.

Το τελευταίο είναι πολύ σημαντικό γιατί χάρη σε αυτή τη σύνδεση μεταφορών και τουρισμού, συνεχίζεται η έρευνα για τρόπους διευκόλυνσης της μετακίνησης των τουριστών. Αν δεν υπήρχε αυτή η εξάρτηση και παράλληλη πορεία, τα ταξίδια και οι μετακινήσεις θα είχαν παραμείνει στο αρχικό τους στάδιο. Επιπρόσθετα, έρευνα της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛ.ΣΤΑΤ.) αποδεικνύει τα άνωθι· ότι δηλαδή οι αερομεταφορές αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της σύγχρονης βιομηχανίας του τουρισμού καθώς είναι το μέσο προτίμησης εκατομμυρίων ανθρώπων που θα επιλέξουν να ταξιδέψουν από μία χώρα σε μία άλλη. Συγκεκριμένα για την Ελλάδα, η αεροπορική κίνηση των ταξιδιωτών έφτασε τα 31.575.703 για το έτος 2012 ενώ η κίνηση στις θαλάσσιες μεταφορές ήταν 37.305 (μετακινήσεις εσωτερικού και εξωτερικού). Επιπλέον, αν δεν υπήρχαν οι αερομεταφορές, θα ήταν αδύνατον για παράδειγμα να ταξιδέψουν άνθρωποι από χώρες όπως η Ιαπωνία και η Κίνα που τα τελευταία χρόνια παρουσιάζουν μεγάλο ποσοστό εξερχόμενης τουριστικής κινητικότητας.

Τέλος, χάρη στην αναγνώριση της σπουδαιότητας των αερομεταφορών και μεταφορών γενικότερα και χάρη στην ανάπτυξή τους, έφτασαν στο σημείο να είναι οικονομικά προσίτες σε όλους και όχι μόνο σε άτομα υψηλού εισοδήματος με την εμφάνιση των αερομεταφορών χαμηλού κόστους.

Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους είναι αυτές που έδωσαν νέα ώθηση και πνοή στον τουρισμό ιδιαίτερα μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης από το 2008 και μετά. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η περίπτωση της Ισπανίας όπου από το 2008 κι έπειτα άρχισε να βλέπει τους αριθμούς των τουριστών να μειώνονται εξαιτίας της οικονομικής ύφεσης αλλά και της μεγάλης αύξησης των τιμών σε σχέση με άλλες ανταγωνίστριες αγορές. Περίπου το 85% των επισκεπτών της Ισπανίας είναι από την

---

<sup>1</sup> Ευάγγελος Σαμπράκος, 1997, Εισαγωγή στην οικονομική των μεταφορών, σελ.17

Ευρώπη κάτι που ωφέλησε τις ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους οι οποίες προτιμούν να πραγματοποιούν κοντινές πτήσεις (point-to-point). Έτσι παρατηρείται αύξηση στις πτήσεις από και προς την Ισπανία, ιδιαίτερα χάρη στις εταιρίες χαμηλού κόστους Ryanair και EasyJet καθώς και βελτίωση στην τοπική αλλά και εθνική οικονομία καθώς και στον τουρισμό.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Belén Rey, Rafael L. Myro, Asun Galera, 2011, Effect of low-cost airlines on tourism in Spain. A dynamic panel data model, *Journal of Air Transport Management* 17, Elsevier, σελ. 163-167

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. Σαμπράκος Ευάγγελος, 1997, Εισαγωγή στην οικονομική των μεταφορών
2. <http://sete.gr/>
3. Κτενάς Σπύρος, 1997, SOS από τον ελληνικό τουρισμό, ΤΟ ΒΗΜΑ,  
<http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=89633&wordsinarticle=%CF%83%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%B1%CF%82>
4. Belén Rey, Rafael L. Myro, Asun Galera, 2011, Effect of low-cost airlines on tourism in Spain. A dynamic panel data model, Journal of Air Transport Management 17, Elsevier

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2:

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΠΡΟΣ ΤΟΥΣ «ΑΝΟΙΧΤΟΥΣ  
ΟΥΡΑΝΟΥΣ»

## 2.1 Εισαγωγικό

Οι αερομεταφορές, αποτελώντας τόσο σημαντικό συντελεστή βαρύτητας στην καθημερινή ζωή των ανθρώπων, ήταν αναπόφευκτο και αναμενόμενο να εξελιχθούν κατά τη διάρκεια των χρόνων και να προσαρμοστούν στις εκάστοτε ανάγκες και προτιμήσεις των ταξιδιωτών. Καθ' όλη τη διάρκεια της εξέλιξής τους έχουν υποστεί πολλές αλλαγές, έχουν αλλάξει κανονισμούς και έχουν περάσει από διάφορα νομικά πλαίσια. Επιπρόσθετα, δεν είναι και λίγες οι φορές που έχουν κινδυνεύσει από φαινόμενα πανδημιών, τρομοκρατίας και οικονομικών κρίσεων.

## 2.2 Η πορεία των αμερικάνικων αεροπορικών εταιριών μετά το τρομοκρατικό χτύπημα στις 11 Σεπτεμβρίου 2001

Η πορεία των αεροπορικών εταιριών είναι άμεσα συνδεδεμένη με την οικονομία και την κατάσταση γενικότερα που επικρατεί σε μία χώρα ή σε όλο τον κόσμο. Είναι επομένως αναμενόμενο, ότι κάθε φορά που ο ρυθμός ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας επιβραδύνει, το ίδιο θα συμβεί και στη ζήτηση για πτήσεις.

Οι αμερικανικές αεροπορικές εταιρίες έχουν μακρά και πολύπλοκη ιστορία. Από τις τεχνολογικές εξελίξεις και την άρση των περιοριστικών ρυθμίσεων (deregulation) μέχρι τις χρεωκοπίες που υπέφερε η χώρα τους σε συνδυασμό με το πέρασμα μιας επιδημίας (SARS) και την εισβολή στο Ιράκ το 2003 και την αύξηση των τιμών στα καύσιμα το 2004, έχουν περάσει διά πυρός και σιδήρου. Παρ' όλα αυτά, από το ξεκίνημα των αερομεταφορών, οι αμερικανικές αεροπορικές εταιρίες είχαν κάθε χρόνο αύξηση στα έσοδα / μίλι εκτός από κάποιες εξαιρετικές περιπτώσεις όπως την περίοδο 1973-1975 (ίσως με τη λήξη του πολέμου στο Βιετνάμ) όπου σημειώθηκε πτώση μικρότερη του 1% και με τον πόλεμο του Κόλπου (1991-1992) που παρατηρήθηκε μείωση στα έσοδα λιγότερο από 2%. Μετά τις τρομοκρατικές επιθέσεις την 11<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου, επηρεάστηκε ολόκληρη η αμερικανική οικονομία. Το μεγαλύτερο πλήγμα ωστόσο υπέστησαν οι αμερικανικές αερογραμμές των οποίων η εικόνα άλλαξε εντελώς. Ενδεικτικά, από τον Σεπτέμβριο του 2000 μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2001, οι αναχωρήσεις στις αμερικανικές αερογραμμές μειώθηκαν στο σύνολό τους κατά 19,9%



ενώ μόνο από τον Αύγουστο του 2001 μέχρι και τον Σεπτέμβριο του 2001 οι αναχωρήσεις είχαν μειωθεί κατά 25,1%.<sup>1</sup>

Από την αρχή του 2001, οι εταιρίες δεν πήγαιναν καλά οικονομικά. Μετά την 11<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου όμως και μέχρι το 2011 που είχε συνταχθεί το συγκεκριμένο άρθρο, οι αμερικάνικες αερογραμμές είχαν χάσει περίπου 55 δισεκατομμύρια δολάρια. Σύμφωνα με την αμερικανική στατιστική υπηρεσία μεταφορών (U.S. Bureau of Transportation Statistics), τα κέρδη τους το δεύτερο τέταρτο του 2001 ήταν κάτω από 129 δισεκατομμύρια δολάρια ενώ δύο χρόνια αργότερα το 2003 έπεσαν στα 104 δισεκατομμύρια δολάρια.<sup>2</sup> Για να αντεπεξέλθουν σε αυτή την πτώση, έγιναν περικοπές σε 160.000 θέσεις εργασίας. Μειώθηκαν πτήσεις από μεγάλες εταιρίες όπως η Delta Air Lines και σε κάποιους προορισμούς καταργήθηκαν εντελώς. Έγιναν περικοπές στις προσφερόμενες υπηρεσίες (π.χ. φαγητό / ποτό). Τα κόστη ασφαλείας για τα αεροδρόμια πλέον είναι τρομακτικά υψηλά και φτάνουν τα 7,4 δισεκατομμύρια δολάρια ετησίως. Επιπρόσθετα, κάποιες από τις παλαιότερες αερογραμμές αναγκάστηκαν να κλείσουν όπως για παράδειγμα η Mexicana Airlines και η Iraqi Airlines ενώ πολλές μεγάλες εταιρίες συγχωνεύτηκαν.

Όπως φαίνεται από τα παραπάνω, το κουτί της Πανδώρας που είχε ανοίξει, δεν περιορίστηκε απλώς στις αμερικανικές αερογραμμές. Αυτή η κρίση μετατράπηκε σε ντόμινο και εξαπλώθηκε παντού. Ήταν η αρχή της βαθύτερης κρίσης που έχει υπάρξει ποτέ μέχρι σήμερα στην αεροπορική βιομηχανία. Για κάποιες αεροπορικές εταιρίες, αυτή η κρίση απλά εμπόδισε το ρυθμό ανάπτυξής τους ενώ για κάποιες άλλες ήταν η καταστροφή τους. Χάθηκαν εκατοντάδες εκατομμύρια δολάρια, κάποιες εταιρίες κατέρρευσαν εντελώς και κάποιες άλλες στράφηκαν στις κυβερνήσεις τους για διάσωση. Μόλις στα μέσα του 2004 κατάφεραν βασικές αεροπορικές διαδρομές να φτάσουν στα επίπεδα κυκλοφοριακής συχνότητας που είχαν πριν το Σεπτέμβριο του 2001.<sup>3</sup>

Σε όλα τα παραπάνω ήρθε να προστεθεί και η εμφάνιση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους που άρχισαν να παίρνουν προβάδισμα. Σύμφωνα με τη διαδικτυακή σελίδα "Business Insider" το μερίδιο αγοράς που αντιστοιχούσε σε αυτές τις εταιρίες ήταν 12,3% το 2001 ενώ μόλις το 2003 έφτασε το 18,1%. Αντιθέτως, το μερίδιο

---

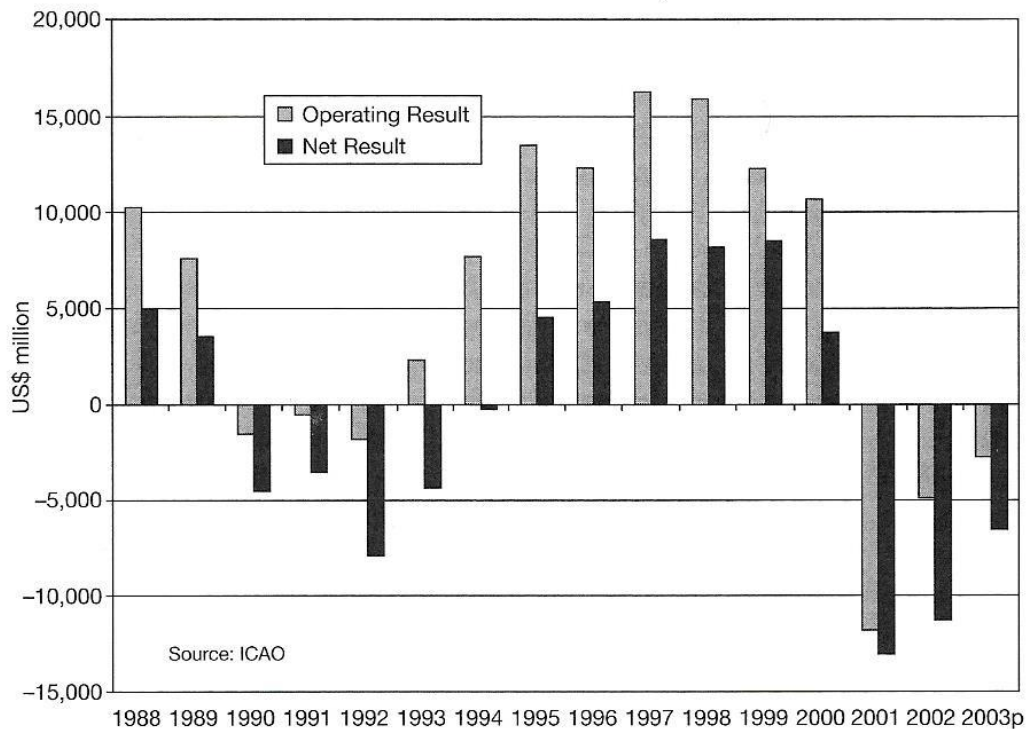
<sup>1</sup> U.S. Bureau of transportation statistics

<sup>2</sup> www.forbes.com

<sup>3</sup> Rigas Doganis, 2006, The airline business

επιβατών των συμβατικών αεροπορικών εταιριών, ενώ το 2000 έφτανε το 78%, το 2005 έπεσε στο 69%.<sup>1</sup>

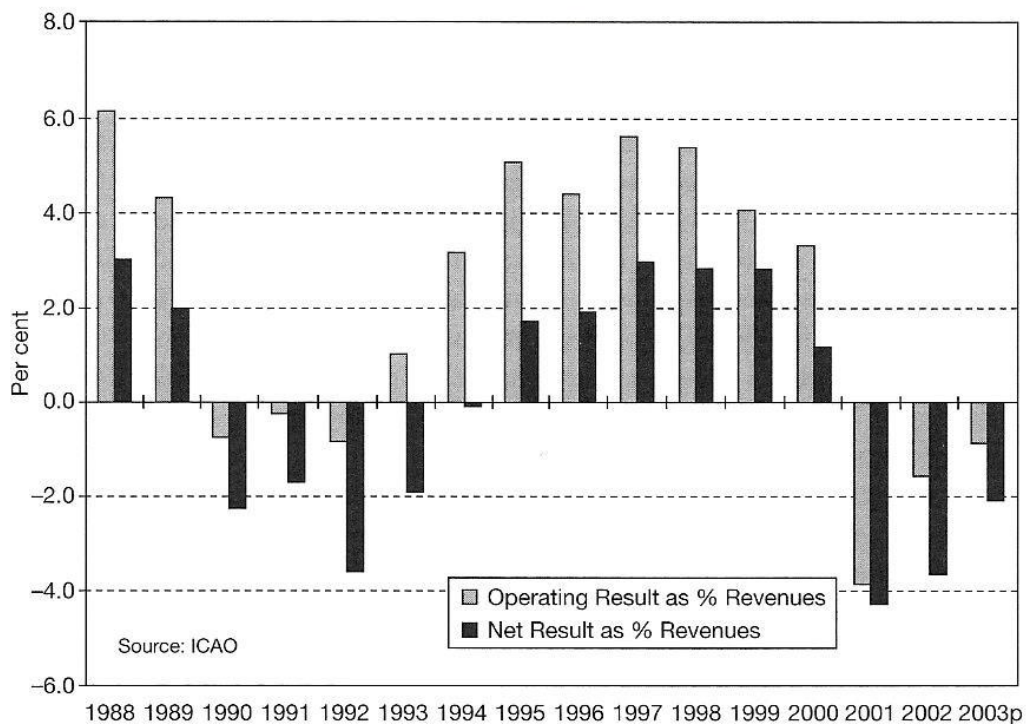
Στα παρακάτω διαγράμματα παρουσιάζονται τα κέρδη αλλά και η ζημίες των αεροπορικών εταιριών από το 1988 μέχρι το 2003. Παρατηρείται ότι τα καθαρά κέρδη των εταιριών είχαν φτάσει στο υψηλότερο σημείο, ≈8 δισεκατομμύρια δολάρια το 1999 ενώ μετά το τρομοκρατικό χτύπημα στις Η.Π.Α. το 2001 έπεσαν κατακόρυφα και παρουσίασαν ζημιά ≈13 δισεκατομμύρια δολάρια.



**Διάγραμμα 1:** Κέρδη ή ζημίες των αερογραμμών παγκοσμίως από το 1988 έως το 2003 (σε αμερικανικά δολάρια)

**Πηγή:** Rigas Doganis, *The Airline Business*, 2006, σελ.5

<sup>1</sup> [www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com)



**Διάγραμμα 2:** Ποσοστό κερδών ή ζημιών των εσόδων των αερογραμμών παγκοσμίως από το 1988 έως το 2003

**Πηγή:** Rigas Doganis, *The Airline Business*, 2006, σελ.7

### 2.3 Άρση περιοριστικών ρυθμίσεων

Η άρση αυτών των περιοριστικών ρυθμίσεων (deregulation and liberalization) ξεκίνησε στις Η.Π.Α. χάρη στον τότε Πρόεδρο Jimmy Carter, στα τέλη της δεκαετίας του '70 όσον αφορά στις εγχώριες πτήσεις τους και στη συνέχεια επεκτάθηκε και στις υπόλοιπες διεθνείς αμερικάνικες στις αρχές του '80. Στην Ευρώπη, από την άλλη, η πρώτη διμερής σχέση σχετικά με αυτές τις περιοριστικές ρυθμίσεις υπεγράφη το 1984 μεταξύ του Ηνωμένου Βασιλείου και της Ολλανδίας, ενώ στη συνέχεια, το Δεκέμβριο του 1987, ακολούθησε και το πρώτο «πακέτο» μέτρων ελευθέρωσης (liberalization measures) που εισήγαγε η Ευρωπαϊκή Κοινότητα. Η διαφορά μεταξύ Η.Π.Α. και Ευρώπης όσον αφορά στην άρση των περιοριστικών ρυθμίσεων, έγκειται στο γεγονός ότι ενώ οι Η.Π.Α. επεδίωκαν να υπογράψουν διμερείς συμφωνίες, η Ευρώπη θέλησε να δημιουργήσει ένα πολυμερές σύμφωνο μεταξύ όλων των κρατών - μελών της Ε.Ε.

Η άρση αυτών των περιοριστικών ρυθμίσεων ελευθέρωνε την αγορά και μετακίνηση σε οποιαδήποτε εναέρια διαδρομή εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης και κατά συνέπεια τη χωρητικότητα σε κάθε αεροπλάνο και την τιμολόγηση ανεξάρτητα από το γεγονός ότι η Διεθνής Ένωση Αεροπορικών Εταιριών IATA (International Air Transport Association) δημοσίευε τους συμφωνηθέντες ναύλους. Επιπρόσθετα, με αυτές τις ρυθμίσεις δεν υπήρχε περιορισμός στην ιδιοκτησία· για παράδειγμα μία αεροπορική εταιρία που βρισκόταν στα γεωγραφικά δεδομένα ενός κράτους - μέλους της Ε.Ε., μπορούσε να ανήκει σε άλλη χώρα - μέλος. Εκείνη την περίοδο, με το Τρίτο Πακέτο, ήταν που διευκολύνθηκε και η εμφάνιση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.

#### 2.4 Άρση περιορισμών στις Η.Π.Α.

Όσον αφορά στην περίπτωση των Η.Π.Α. η άρση των περιορισμών ολοκληρώθηκε σε δύο φάσεις. Η πρώτη ήταν μέχρι το 1992, ήταν εν μέρει απελευθέρωση και αναφέρονται σε αυτήν ως "open market" (ανοιχτή αγορά) ενώ η δεύτερη είναι γνωστή ως "open skies" (ανοιχτοί ουρανοί).<sup>1</sup>

Το καλοκαίρι του 1978 ο Αμερικανός Πρόεδρος Carter υπέγραψε μία έκθεση των διεθνών αεροπορικών μεταφορικών διαπραγματεύσεων (International Air Transport Negotiations) συμφωνώντας να υλοποιήσει τους εξής στόχους:

- Μεγαλύτερες ευκαιρίες για καινοτόμο και ανταγωνιστική τιμολόγηση.
- Εξάλειψη των περιορισμών σε χωρητικότητα, συχνότητα και λειτουργία δρομολογίων.
- Εξάλειψη διακρίσεων και άδικων ανταγωνιστικών πρακτικών που αντιμετώπιζαν οι αμερικάνικες αερομεταφορές στο εξωτερικό.
- Ευελιξία για πολλαπλές και διάφορες αναθέσεις στις αμερικάνικες αερογραμμές.
- Εξουσιοδότηση περισσότερων αμερικάνικων πόλεων ως διεθνείς πύλες.
- Απελευθέρωση κανονισμών που αφορούν πτήσεις charter.

---

<sup>1</sup> Rigas Doganis, ό.π., σελ.31

- Πιο ανταγωνιστικές υπηρεσίες αεροπορικών μεταφορών φορτίου.<sup>1</sup>

Τέλος, όσον αφορά στη δεύτερη φάση “open skies”, θέλησαν να μετατρέψουν την αερομεταφορική βιομηχανία και να της επιτρέψουν να λειτουργεί σαν μία οποιαδήποτε μεγάλη, διεθνή βιομηχανία, κάτι το οποίο δημιούργησε αντιδράσεις διότι ως μία απλή βιομηχανία δεν θα μπορούσε να έχει μία πιο ιδιάζουσα αντιμετώπιση. Αυτό σήμαινε ότι σε αυτές τις διμερείς συμφωνίες από ένα σημείο και μετά, οι αερομεταφορές και οι κανονισμοί τους, αντί να δημιουργούν ευκαιρίες, απλά θα εξάλειφαν περιορισμούς εις βάρος της χώρας που θα είχε τους πιο αυστηρούς κανονισμούς. Επιπλέον, σε αυτή τη δεύτερη φάση, θα διευκολύνονταν οι συγχωνεύσεις εντός μιας χώρας και οι συμμαχίες μεταξύ πολλών χωρών καθώς και οι ιδιωτικοποιήσεις εταιριών.

## 2.5 Άρση περιορισμών μεταξύ Ευρώπης και Η.Π.Α.

Όσον αφορά στην άρση των περιορισμών μεταξύ Η.Π.Α. και Ευρώπης, η αρχή έγινε με τη διμερή σύμβαση μεταξύ Η.Π.Α. και Ολλανδίας. Το πρώτο σύμφωνο «ανοιχτών ουρανών» υπεγράφη το Σεπτέμβριο του 1992 μεταξύ των κυβερνήσεων των δύο χωρών. Τα βασικά στοιχεία αυτής της συμφωνίας ήταν τα εξής:

- Ανοιχτές εναέριες διαδρομές (οι αεροπορικές εταιρίες των χωρών της συμφωνίας μπορούν να μετακινούνται από τη μία χώρα στην άλλη, σε οποιοδήποτε σημείο της, έχοντας πλήρη δικαιώματα εναέριας κυκλοφορίας).
- Απεριόριστα δικαιώματα Πέμπτης Ελευθερίας.
- Ελεύθερη είσοδος σε πτήσεις charter.
- Απεριόριστος αριθμός αερογραμμών που ορίζονται από κάθε χώρα.
- Απουσία ελέγχου συχνότητας δρομολογίων και χωρητικότητας.
- Δικαίωμα μετεπιβιβάσεων από ένα αεροπλάνο σε άλλο (στάσεις κατά τη διάρκεια μιας πτήσης).

---

<sup>1</sup> Rigas Doganis, ό.π., σελ.32

- Απουσία ελέγχου στους ναύλους (εκτός από περιπτώσεις που είναι πολύ υψηλοί ή το αντίστροφο).
- Δικαίωμα στις αερογραμμές να συνάπτουν άλλες εμπορικές συμφωνίες.<sup>1</sup>

## 2.6 Άρση περιορισμών στην Ευρώπη

Στην περίπτωση της Ευρώπης, η αρχή έγινε τον Ιούνιο του 1984 με μία συμφωνία μεταξύ των κυβερνήσεων του Ηνωμένου Βασιλείου και της Ολλανδίας. Αυτή η συμφωνία, με μία τροποποίηση το 1985, απελευθέρωσε τις αερομεταφορές μεταξύ των δύο χωρών. Τα χαρακτηριστικά αυτής της συμφωνίας ήταν παρόμοια με αυτά των Η.Π.Α.: η ελεύθερη είσοδος και μετακίνηση των αερομεταφορέων της μίας χώρας σε οποιοδήποτε σημείο της άλλης και η άρση ελέγχων χωρητικότητας και απελευθέρωση τιμών των ναύλων (αρκεί να συμφωνούν και οι δύο κυβερνήσεις) ήταν τα βασικά στοιχεία που παρουσιάστηκαν σε αυτή τη διμερή συμφωνία.

Το πρώτο σημαντικό βήμα, έγινε το Δεκέμβριο του 1987 με το λεγόμενο «Πακέτο του Δεκέμβρη 1987» (“December 1987 Package”). Η Ευρώπη όμως, σε αντίθεση με τις Η.Π.Α., δε θέλησε να αρχίσει να συνάπτει διμερείς συμφωνίες μεταξύ κρατών αλλά να σχηματίσει ένα πιο συμπαγές και ενιαίο σύμφωνο που να αφορά όλα τα κράτη - μέλη της Ε.Ε. Αυτό το κατάφερε με το Τρίτο Πακέτο όπου υπέγραψαν τα 15 τότε κράτη - μέλη μαζί με τη Νορβηγία και την Ισλανδία που αν και δεν ήταν μέλη της Ε.Ε., υιοθέτησαν τους κανονισμούς.

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Υπουργών (European Council of Ministers) ήρθε σε συμφωνία για τα εξής Πακέτα Απελευθέρωσης:

- Πρώτο Πακέτο - Δεκέμβριος 1987
- Δεύτερο Πακέτο - Ιούνιος 1990
- Τρίτο Πακέτο - Ιανουάριος 1993

---

<sup>1</sup> Rigas Doganis, ό.π., σελ.40

### 2.6.1 Πρώτο Πακέτο απελευθέρωσης

Το Πρώτο Πακέτο απελευθέρωσης εισήγαγε ένα καθεστώς πιο φιλελεύθερο όσον αφορά στους ναύλους, διευκόλυνε την είσοδο νέων μεταφορικών αερογραμμών και υποστήριξε ότι πλέον δε χρειάζεται να υπάρχει ίση κατανομή χωρητικότητας (σε επιβίβαση και αποβίβαση) στις αερογραμμές μεταξύ δύο χωρών.

### 2.6.2 Δεύτερο Πακέτο απελευθέρωσης

Τον Ιούνιο του 1990 το Συμβούλιο των Υπουργών της Ε.Ε. εισήγαγε ένα νέο πακέτο το λεγόμενο «Δεύτερο Πακέτο» (Second Package). Το δεύτερο αυτό πακέτο «χαλάρωσε» ακόμη περισσότερο τους περιορισμούς στην τιμολόγηση, στη χωρητικότητα αλλά και στην είσοδο νέων αεροπορικών εταιριών. Επιπλέον, άρχισαν να αναθέτουν σε πολλές αεροπορικές εταιρίες τους ίδιους προορισμούς και τις ίδιες αέριες οδούς, όχι μόνο σε μία και τέλος, παραχώρησαν στις περισσότερες διακοινοτικές διαδρομές την Τρίτη και Τέταρτη Ελευθερία.

### 2.6.3 Τρίτο Πακέτο απελευθέρωσης

Την 1<sup>η</sup> Ιανουαρίου του 1993, τέθηκε σε ισχύ το τελευταίο πακέτο, το λεγόμενο «Τρίτο Πακέτο» (Third Package) το οποίο ήταν η κορύφωση της διαδικασίας της απελευθέρωσης των περιοριστικών ρυθμίσεων. Το Τρίτο Πακέτο αποτελείται από τρεις αλληλοσυνδεόμενους κανονισμούς οι οποίοι υποστήριξαν το καθεστώς των «ανοιχτών ουρανών» στην Ε.Ε. και είναι οι εξής:

- Ανοιχτή αγορά. Όλες ανεξαιρέτως οι αερογραμμές από τα κράτη - μέλη της Ε.Ε. μπορούν να εκτελούν πτήσεις οπουδήποτε μέσα στην Ε.Ε. με πλήρη δικαιώματα και χωρίς περιορισμούς στη χωρητικότητα. Οι μόνοι περιορισμοί που θα μπορούσαν να επιβληθούν από κάποια κυβέρνηση θα έπρεπε να είναι

πλήρως δικαιολογημένοι και να έχουν σχέση με το περιβάλλον ή τις υπηρεσίες εδάφους.

- Τιμολόγηση. Πλέον δεν υπάρχει έλεγχος στην τιμολόγηση. Η κάθε εταιρία μπορεί να εφαρμόσει τη δική της τιμολόγηση σε ναύλους και φορτία. Ωστόσο, έχουν ληφθεί τα απαραίτητα μέτρα έτσι ώστε να υπάρχει κάποιου είδους περιορισμός για να αποφευχθεί η ακραία τιμολόγηση είτε πρόκειται για υπερβολικά ακριβούς ναύλους είτε για πολύ φθηνούς.
- Ο τελευταίος κανονισμός έχει να κάνει με τα κριτήρια που εφαρμόζονται για τη χορήγηση των αδειών λειτουργίας και το πιστοποιητικό του εκάστοτε αερομεταφορέα από τα κράτη μέλη της Ε.Ε. Πέρα από τα τεχνικά και οικονομικά κριτήρια, η κάθε αεροπορική εταιρία θα πρέπει να ελέγχεται στην πλειοψηφία της από κάποια εταιρία ή κυβέρνηση κράτους - μέλους αλλά όχι απαραίτητα από το ίδιο κράτος στο οποίο είναι καταχωρημένη.

Το Τρίτο Πακέτο της Ευρώπης λοιπόν, πρόσφερε περισσότερα στον τομέα της άρσης των περιοριστικών ρυθμίσεων απ' ό,τι οι κανονισμοί των Η.Π.Α. για τους εξής λόγους:

- Δεν υπήρχαν διμερείς συμφωνίες αλλά ένα ενιαίο σύμφωνο που αναδεικνυε την ισότητα μεταξύ των κρατών - μελών της Ε.Ε.
- Έδωσε το δικαίωμα να μπορεί μία εταιρία από οποιοδήποτε κράτος - μέλος να ιδρύσει, διοικήσει ή / και να αγοράσει μία αεροπορική εταιρία σε κάποιο άλλο κράτος εντός της Ε.Ε.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Rigas Doganis, ό.π.



**Πίνακας 1:** Τα τρία πακέτα της άρσης των περιοριστικών ρυθμίσεων στην Ευρώπη

**Πηγή:** European commission 1997, The single market review, Impact on Services: Air transport, σελ.20

Scope	1st package From 1 January 1988 International scheduled passenger transport	2nd package From 1 November 1990 International scheduled passenger transport	3rd package From 1 January 1993 Intra-Community air transport																														
<b>Fares</b>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Fare type</th> <th>% of ref. fare</th> <th>Fares approved by States</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Discount</td> <td>66-90</td> <td>Automatically</td> </tr> <tr> <td>Deep discount</td> <td>45-65</td> <td>Automatically</td> </tr> <tr> <td>All other</td> <td></td> <td>Dbl approval</td> </tr> </tbody> </table>	Fare type	% of ref. fare	Fares approved by States	Discount	66-90	Automatically	Deep discount	45-65	Automatically	All other		Dbl approval	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Fare type</th> <th>% of ref. fare</th> <th>Fares approved by States</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Fully flexible</td> <td>106-</td> <td>Unless double disapproval</td> </tr> <tr> <td>Normal econ</td> <td>95-105</td> <td>Automatically</td> </tr> <tr> <td>Discount</td> <td>80-94</td> <td>Automatically</td> </tr> <tr> <td>Deep discount</td> <td>30-79</td> <td>Automatically</td> </tr> <tr> <td>All other</td> <td></td> <td>If dbl approval</td> </tr> </tbody> </table>	Fare type	% of ref. fare	Fares approved by States	Fully flexible	106-	Unless double disapproval	Normal econ	95-105	Automatically	Discount	80-94	Automatically	Deep discount	30-79	Automatically	All other		If dbl approval	Free pricing  However, provisions made for States and/or the Commission to intervene against - excessive basic fares (in relation to long term fully allocated costs) - sustained downward development of fares
Fare type	% of ref. fare	Fares approved by States																															
Discount	66-90	Automatically																															
Deep discount	45-65	Automatically																															
All other		Dbl approval																															
Fare type	% of ref. fare	Fares approved by States																															
Fully flexible	106-	Unless double disapproval																															
Normal econ	95-105	Automatically																															
Discount	80-94	Automatically																															
Deep discount	30-79	Automatically																															
All other		If dbl approval																															
<b>Designation</b>	Multiple designation by a State allowed if: - 250,000 pass (1st year after notification) - 200,000 pass or 1,200 rt flights (2nd year) - 180,000 pass or 1,000 rt flights (3rd year)	Multiple designation by a State allowed if: - 140,000 pass or 800 rt flight (from Jan 91) - 100,000 pass or 600 rt flight (from Jan 92)	No longer applicable																														
<b>Capacity</b>	Capacity shares between States 45/55% (from Jan 88) 40/60% (from Oct 89)	Capacity shares of a State of up to 60% Capacity can be increased by 7.5% per year	Unrestricted																														
<b>Route access</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3rd/4th Freedom region to hub routes permitted</li> <li>• 5th Freedom traffic allowed up to 30% of capacity</li> <li>• Additional 5th Freedom rights for Irish and Portuguese</li> <li>• Combination of points allowed</li> <li>• Some exemptions</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3rd/4th Freedom between all airports</li> <li>• 5th Freedom traffic allowed up to 50% of capacity</li> <li>• Public service obligations and certain protection for new regional routes</li> <li>• A 3rd/4th Freedom service can be matched by an airline from the other State</li> <li>• Scope for traffic distribution rules and restrictions related to congestion and environmental protection</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Full access to international and domestic routes within the EU including routes between states other than the base of the carrier</li> <li>Exemptions for Greek islands and Azores</li> <li>• Cabotage is allowed for up to 50% of capacity if the domestic sector is combined with a route to the home country</li> <li>Cabotage is unrestricted from April 1997</li> <li>• More developed public service obligations and certain protection for new thin regional routes</li> <li>• More developed scope for traffic distribution rules and restrictions related to congestion and environmental protection</li> </ul>																														
<b>Competition rules</b>	<i>Group exemptions regarding</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Some capacity coordinations</li> <li>• Tariff consultations</li> <li>• Slot allocation at airports</li> <li>• Common computer reservation systems</li> <li>• Ground handling of aircraft, freight, passengers and inflight catering</li> <li>• Some sharing of pool revenues</li> </ul>	<i>Group exemptions regarding</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Some capacity coordinations</li> <li>• Tariff consultations</li> <li>• Slot allocation at airports</li> <li>• Common computer reservation systems</li> <li>• Ground handling of aircraft, freight, passengers and inflight catering</li> </ul>	<i>Group exemptions regarding</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Some schedule coordinations</li> <li>• Tariff consultations</li> <li>• Slot allocation at airports</li> <li>• Common computer reservation systems</li> <li>• Joint operation of new thin routes</li> </ul>																														
<b>Licensing of air carriers</b>	Not provided for in the 1st and 2nd packages		<i>Full freedom to start an airline</i> Uniform conditions across EU Concept of Community ownership and control replaces national ownership and control Requirements for financial fitness specified Small carriers subject to looser regulatory requirements																														
<b>Air cargo</b>	Largely deregulated under February 1991 Regulation; free access (except cabotage) and free pricing		Replaces 1991 Regulation																														

## 2.7 Αεροπορικές ελευθερίες (Freedoms of the air)

Όσο εξελισσόταν ο κλάδος των αερομεταφορών τόσο εξελίσσονταν και οι κανονισμοί που τις διέπουν. Επομένως, για να πραγματοποιηθεί η οποιαδήποτε ανάπτυξη έπρεπε ν' απομακρυνθούν ορισμένα εμπόδια. Η απομάκρυνση των εμποδίων ή με άλλα λόγια, η άρση των περιορισμών στις εναέρια μεταφορές, είναι αυτό που ονομάζουμε αεροπορικές ελευθερίες (Freedoms of the air).

**Πίνακας 2:** Αεροπορικές ελευθερίες

**Πηγή:** ICAO (International Civil Aviation Organization), A United Nations Specialized Agency, <http://www.icao.int/Pages/freedomsAir.aspx>

Ελευθερία	Περιγραφή
1	Το δικαίωμα διέλευσης πάνω από μία ξένη χώρα χωρίς να προσγειωθεί.
2	Το δικαίωμα να εφοδιάζεται με καύσιμα ή να εκτελεί συντήρηση χωρίς να επιβίβαση / αποβίβαση επιβατών ή φορτίων.
3	Το δικαίωμα να πετάει από τη δική του χώρα σε μία άλλη.
4	Το δικαίωμα να πετάει από μία ξένη χώρα στη δική του.
5	Το δικαίωμα να πετάει μεταξύ δύο ξένων χωρών σε μία πτήση που ξεκινάει ή καταλήγει στη δική του χώρα.
6	Το δικαίωμα να πετάει από μία ξένη χώρα σε μία άλλη ενώ θα κάνει στάση στη δική του χώρα για μη τεχνικούς λόγους.
7	Το δικαίωμα να πετάει μεταξύ δύο ξένων χωρών χωρίς να πραγματοποιήσει πτήση στη δική του χώρα.
8	Το δικαίωμα να πετάει μέσα σε μία ξένη χώρα (από μία πόλη σε μία άλλη της ίδιας χώρας) και να καταλήγει στη δική του.
9	Το δικαίωμα να πετάει μέσα σε μία ξένη χώρα (από μία πόλη σε μία άλλη της ίδιας χώρας) χωρίς να συνεχίζει για να πάει στη δική του.

Η τελευταία ελευθερία είναι γνωστή και ως άρση του δικαιώματος cabotage. Το δικαίωμα cabotage και στις αερομεταφορές, κάνει την εμφάνισή του το 1944 στο Άρθρο 7 της Συνόδου του Σικάγου και δίνει το δικαίωμα σε κάθε χώρα - μέλος του Διεθνή Οργανισμού Πολιτικής Αεροπορίας (ICAO) να αρνηθεί άδεια σε αεροσκάφος άλλων συμβαλλόμενων χωρών να μεταφέρει επιβάτες, ταχυδρομείο ή εμπορεύματα από ένα σημείο της επικράτειας σε άλλο.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Επιμέλεια έκδοσης: Ε. Σαμπράκος, 1996, 2<sup>η</sup> Ημερίδα 2η Ημερίδα Οικονομικής των Μεταφορών, Ακτοπλοΐα και αερομεταφορές: Ανταγωνισμός και Συμπληρωματικότητα, Πανεπιστήμιο Πειραιώς Τμήμα Ναυτιλιακών Σπουδών

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. Doganis Rigas, 2006, The airline business, Second edition, published by Routledge
2. Επιμέλεια έκδοσης: Σαμπράκος Ευάγγελος, 1996, 2η Ημερίδα Οικονομικής των Μεταφορών, Ακτοπλοΐα και αερομεταφορές: Ανταγωνισμός και Συμπληρωματικότητα, Πανεπιστήμιο Πειραιώς Τμήμα Ναυτιλιακών Σπουδών
3. European commission 1997, The single market review, Impact on Services: Air transport
4. [www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com)
5. U.S. Bureau of transportation statistics
6. [www.forbes.com](http://www.forbes.com)
7. ICAO (International Civil Aviation Organization), A United Nations Specialized Agency, <http://www.icao.int/Pages/freedomsAir.aspx>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3:

ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ

### 3.1 Η έννοια των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους

Η συνεχής εξέλιξη στον τομέα των επιβατικών αερομεταφορών, όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα, πάει χέρι - χέρι με την ανάπτυξη του τουρισμού. Επομένως είναι λογικό και αναμενόμενο, η οποιαδήποτε αλλαγή σε αυτές να είναι άμεσα συνδεδεμένη με τον τουρισμό την εκάστοτε περίοδο, έτσι ώστε να εκπληρώνει τις απαιτήσεις του και να δίνει λύσεις στις ανάγκες των επιβατών-τουριστών. Επομένως, σε μία εποχή όπου η έντονη ανάπτυξη συνάδει με την ανταγωνιστικότητα, και οι επιλογές είναι πολλές, ήταν λογικό να μην αργήσει να κάνει την εμφάνισή της η έννοια των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους οι οποίες έδωσαν νέα πνοή στον τουρισμό και άλλαξαν όσα ήταν γνωστά ως τότε για τις αερομεταφορές.

Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους γνωρίζουν ιδιαίτερα μεγάλη άνθηση σε όλο τον κόσμο και ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια ακόμα και στην Ελλάδα. Έχουν δώσει άλλο νόημα στις αερομεταφορές και κατέστησαν το αεροπλάνο, ένα μεταφορικό μέσο προσιτό σε όλους και όχι μόνο για λίγους και πλούσιους. Είναι η πανάκεια σε όσους θέλουν απλά να ταξιδέψουν από ένα μέρος σε ένα άλλο φθηνά, χωρίς πολλές επιπλέον υπηρεσίες. Πλέον -ιδιαίτερα μετά την άρση των περιορισμών στις αερομεταφορές- το αεροπορικό ταξίδι έχει πάψει να θεωρείται κάτι υπερπολυτελές και έχει μπει για τα καλά στην καθημερινότητα των πολιτών. Τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους τις συναντάμε με ποικίλες ονομασίες: low - cost airlines, low - cost carriers, no - frills, discount carrier, budget carrier, cheap flight. Ωστόσο, με όποιο όνομα κι αν αναφερθούμε σε αυτές τις εταιρίες, η ουσία είναι μία· αναφερόμαστε σε εταιρίες οι οποίες προσφέρουν φθηνότερα εισιτήρια σε σύγκριση με τις παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες.

Ο όρος "low cost" δημιουργήθηκε από τις ίδιες τις εταιρίες για να διακρίνονται από τις παραδοσιακές εξαιτίας του χαμηλού λειτουργικού τους κόστους. Το ανταγωνιστικό τους πλεονέκτημα δηλαδή είναι το χαμηλό κόστος. Δύο είναι τα βασικά χαρακτηριστικά αυτών των εταιριών. Το ένα είναι φυσικά ο ναύλος ο οποίος είναι πολύ πιο οικονομικός από αυτόν των παραδοσιακών εταιριών και το άλλο είναι η ποιότητα των υπηρεσιών και γενικότερα το προσφερόμενο συνολικό προϊόν αυτών των εταιριών που θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως λιτό και απέριπτο. Προσφέρει δηλαδή μόνο τα απαραίτητα για την ασφαλή μετακίνηση των επιβατών από και προς έναν προορισμό χωρίς να δίνει καθόλου προτεραιότητα σε στοιχεία πολυτέλειας και άνεσης, όπως είναι τα προσφερόμενα γεύματα και ποτά κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, τα άνετα καθίσματα,

το όριο των επιτρεπόμενων αποσκευών κ.ά. Φυσικά όλα τα παραπάνω πολλές φορές παραβλέπονται λόγω της χαμηλής τιμής του εισιτηρίου. Οι παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες έχουν κάνει αρκετές προσπάθειες να ανταγωνιστούν τη δυναμική των αερομεταφορών χαμηλού κόστους κατεβάζοντας τις τιμές ή με μορφή διαφόρων προσφορών χωρίς όμως να έχουν επιφέρει κάποια σημαντική αλλαγή.

Παρ' όλη όμως την εξέλιξη και πορεία των αερομεταφορών χαμηλού κόστους, υπήρχαν αρκετοί που θεωρούσαν ότι οι εκπτώσεις δε γίνονται μόνο στους ναύλους αλλά και στην ασφάλεια. Παραθέτω παρακάτω απόσπασμα από άρθρο στην εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ, με τίτλο «Ο ιμπεριαλισμός των τσάρτερ» που είχε δημοσιευθεί στις 27/6/1999 σχετικά με την πρώτη πτήση της νεοσύστατης τότε αεροπορικής εταιρίας χαμηλού κόστους Go (1998-2005) στην οποία είχε παραβρεθεί και ο ιδρυτής της EasyJet:

*«...Την Παρασκευή 22 Μαΐου 1998 πραγματοποιήθηκε η πρώτη πτήση της Go, της νέας θυγατρικής εταιρείας τσάρτερ της British Airways (BA). Μεταξύ των 147 επιβατών του Boeing 737-300 που πλήρωσαν μόλις 100 στερλίνες (περίπου 50.000 δρχ.) για να μεταβούν από το αεροδρόμιο Στάνστεντ του Λονδίνου στο Τσιαμπίνο της Ρώμης μπορούσε να διακρίνει κανείς χωρίς... δυσκολία το αφεντικό της Easyjet, μιας εκ των ανταγωνιστριών της Go που είχαν ασκήσει δριμεία κριτική στη νεότευκτη εταιρεία εξαιτίας των υπερβολικά χαμηλών ναύλων με τους οποίους προσπαθούσε να «χτυπήσει» την αγορά.*

*Ο κύπριος επιχειρηματίας κ. Στέλιος Χατζηγιάννου, συνοδευόμενος από έξι συνεργάτες του, όλοι ντυμένοι με πορτοκαλί κοστούμια το πορτοκαλί είναι το χρώμα της Easyjet , περίμενε στην ουρά να επιβιβαστεί για το παρθενικό ταξίδι της Go. «Καταβάλαμε τον εξευτελιστικό ναύλο των 100 στερλινών και ταξιδεύουμε με την Go για να... σπάσουμε πλάκα» δήλωσε στους έκπληκτους δημοσιογράφους. «Η τιμή του εισιτηρίου είναι κάτω από το κόστος για ένα τέτοιο ταξίδι. Βραχυπρόθεσμα αυτό αποβαίνει προς όφελος του επιβάτη αλλά, αν το αεροπλάνο... πέσει, η Go θα κλείσει και η BA θα αυξήσει τις ταρίφες της» προσέθεσε ο κύπριος επιχειρηματίας, αποδεικνύοντας ότι η βιομηχανική κατασκοπεία μπορεί να γίνει και με χιούμορ και μάλιστα μαύρο. Ευτυχώς το Boeing της Go προσγειώθηκε ομαλά στο Τσιαμπίνο...»<sup>1</sup>*

Φυσικά το παραπάνω πρόκειται περισσότερο για προπαγάνδα καθώς οι δύο εταιρίες ήταν ανταγωνίστριες αλλά δεν παύει να αντικατοπτρίζει τη γενικότερη κοινή γνώμη.

---

<sup>1</sup> <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=112259>

Παρ' όλη όμως την έλλειψη πολυτέλειας, άνεσης και αμφιβολιών σχετικά με την ασφάλεια, οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, μπήκαν δυναμικά στο παιχνίδι των αερογραμμών και συνεχίζουν, αυξάνοντας κατά πολύ τη συχνότητα των καθημερινών τους πτήσεων, τον αριθμό των χωρών και περιοχών που εξυπηρετούν, το στόλο των αεροσκαφών τους και φυσικά το μόνιμο προσωπικό που απασχολούν.

Τα παραπάνω φαίνονται στα στατιστικά αρχεία του συνδέσμου European Low Fares Airline Association για την περίοδο 2007-2014.

**Πίνακας 3:** Στατιστικά στοιχεία ημερήσιων πτήσεων αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους για τον Ιούνιο του 2007

**Πηγή:** ELFAA (European Low Fares Airline Association), <http://www.elfaa.com/statistics.htm>



members' statistics

June 2007

1/3

European Low Fares Airline Association

AIRLINE	COUNTRY	PASSENGERS (JUL'06 – JUN'07)	AVERAGE LOAD FACTOR (JUL'06 – JUN'07)	NUMBER OF DAILY FLIGHTS (JUN'07)
easyJet	United Kingdom	35.7m	84%	890
Flybe	United Kingdom	5.2m	-	480
Myair.com	Italy	-	-	-
Norwegian	Norway	5.4m	77.3%	180
Ryanair	Ireland	44.4m	82%	900
Sky Europe	Slovakia	3.2m	81.3%	94
Sterling	Denmark	4m	79.6%	103
Sverigeflyg	Sweden	0.4m	80%	60
transavia.com	The Netherlands	5.1m	75%	115
Wizzair	Hungary	3.3m	81%	80
		106.7m	82%	2,902



**Πίνακας 4:** Στατιστικά στοιχεία ημερήσιων πτήσεων αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους για τον Ιούνιο του 2014

**Πηγή:** ELFAA (European Low Fares Airline Association), <http://www.elfaa.com/statistics.htm>



**members' statistics**  
**June 2014**  
**1/3**

**European Low Fares Airline Association**

AIRLINE	COUNTRY	PASSENGERS (JUL '13 – JUN '14)	AVERAGE LOAD FACTOR (JUL '13 – JUN '14)	NUMBER OF DAILY FLIGHTS (JUN '14)
easyJet	United Kingdom	63.4m	90.1%	1,190
Flybe	United Kingdom	7.0m	64.1%	437
Jet2.com	United Kingdom	5.9m	90.7%	200
Norwegian	Norway	21.5m	80.0%	435
Ryanair	Ireland	82.8m	82.8%	1,600
Sverigeflyg	Sweden	0.8m	71.0%	62
transavia.com	The Netherlands	6.7m	91.0%	128
Volotea	Spain	1.5m	71.0%	50
vueling	Spain	19.1m	78.1%	420
Wizz Air	Hungary	14.5m	85.9%	302
		<b>223.2m</b>	<b>84.1%</b>	<b>4,824</b>

Σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία, παρατηρείται σχεδόν διπλασιασμός στις καθημερινές πτήσεις των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, στους επιβάτες, στις χώρες και στους προορισμούς που εξυπηρετούν, καθώς και στο μόνιμο ανθρώπινο δυναμικό που απασχολούν. Συγκεκριμένα, με μία σύγκριση των ετών 2007 και 2014, παρατηρείται ότι οι επιβάτες που το 2007 έφταναν τα 106.7 εκατομμύρια (από 58.6 εκατομμύρια το 2005) διπλασιάστηκαν στα 223.2 εκατομμύρια το 2014. Παρομοίως, οι 2.902 καθημερινές πτήσεις του 2007, έφτασαν τις 4.824 το 2014. Αυξήθηκε ο στόλος των αεροσκαφών από 467 σε 937 αεροσκάφη το 2014 όπως επίσης και οι μόνιμοι υπάλληλοι οι οποίοι από 18.162 έφτασαν τους 32.320 (σημαντικό κομμάτι όσον αφορά στην οικονομία και την καταπολέμηση της ανεργίας). Τέλος, αξίζει να αναφερθεί και η αύξηση του δικτύου εξυπηρέτησης αυτών των εταιριών στο σύνολό τους που αυξήθηκε και αυτό όσον αφορά στις χώρες γενικότερα αλλά και στους προορισμούς μέσα σε αυτές τις χώρες ειδικότερα.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί το γεγονός ότι μετά τις τρομοκρατικές επιθέσεις της 11ης Σεπτεμβρίου 2001 στις Η.Π.Α. οι οποίες έβλαψαν τη βιομηχανία των αερομεταφορών γενικότερα, οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους βρήκαν άνοιγμα και αναπτύχθηκαν περαιτέρω. Η στρατηγική που ακλούθησαν ήταν μία καίρια ανταγωνιστική εναλλακτική στην κατάλληλη χρονική περίοδο, όταν οι επιβάτες αναζητούσαν πιο φθηνές πτήσεις.

### 3.2 Η εμφάνιση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους

Με την άρση των περιοριστικών ρυθμίσεων (deregulation) στις Η.Π.Α. και την Ευρώπη στα τέλη της δεκαετίας του '70 και το 1992 αντίστοιχα, δόθηκε η δυνατότητα στους αερομεταφορείς να εκτελούν ελεύθερα ταξίδια από τη μία χώρα στην άλλη, να εμφανιστούν νέες αεροπορικές εταιρίες και επομένως, να ενταθεί ο ανταγωνισμός μεταξύ τους. Αυτή η πολιτική απελευθέρωσης των αερομεταφορών, διευκόλυνε την είσοδο σε νέες εταιρίες σπάζοντας τα μονοπώλια, βοήθησε την ανάπτυξη των εταιριών χαμηλού κόστους και εν κατακλείδι έδωσε έναυσμα στη χρήση νέων τεχνολογιών και καινοτομιών στη βιομηχανία των αερομεταφορών. Επίσης, η άρση των περιοριστικών ρυθμίσεων απελευθέρωσε και τη σταθερή τιμολόγηση των ταξιδιών που μέχρι πρότινος, ο καθορισμός των τιμών τους γινόταν από την IATA (International Air Transport Association) με βάση την απόσταση του κάθε ταξιδιού.

Έτσι λοιπόν έχουμε την εμφάνιση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους. Η πρώτη αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους ήταν η Pacific Southwest Airlines (PSA Airlines 1949-1988) με το σλόγκαν "catch our smile" και το γνωστό χαμόγελο στο μπροστινό μέρος των αεροσκαφών της, μέχρι που προσαρτήθηκε στην αεροπορική εταιρία USAir.



**Εικόνα 1:** Αεροσκάφος της Pacific Southwest Airlines

Παρ' όλο που η Pacific Southwest Airlines είναι η πρώτη εταιρία χαμηλού κόστους που ιδρύθηκε (1949), πολλοί τείνουν να θεωρούν ως πρώτη εταιρία χαμηλού κόστους την Southwest Airlines που ιδρύθηκε το 1967 και υιοθέτησε το σημερινό της όνομα το 1971. Αν και η Southwest Airlines δεν είναι η πρώτη εταιρία που ιδρύθηκε, είναι παρ' όλα αυτά η μεγαλύτερη εταιρία που λειτουργεί ως τώρα, η μοναδικά που τα τελευταία 35 χρόνια έχει κερδοφορία και την οποία πολλές μεταγενέστερες εταιρίες χαμηλού κόστους τη χρησιμοποίησαν ως πρότυπο για τη δική τους ίδρυση και λειτουργία όπως για παράδειγμα η Ryanair.

Ο Γενικός Διευθυντής της Ryanair Michael O'Leary, είχε δηλώσει το εξής: *"We went to look at Southwest. It was like the road to Damascus. This was the way to make Ryanair work."*<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Michael O'Leary, Financial Times, 8/12/1998

### 3.3 Το μοντέλο Southwest

Η Southwest Airlines ήταν η αεροπορική εταιρία που ξεκίνησε την «παράδοση» των αερογραμμών χαμηλού κόστους όπως τις ξέρουμε σήμερα και άλλαξε το τοπίο των αερομεταφορών γενικότερα. Ιδρύθηκε το 1967 ως κομμάτι της Air Southwest Co.



**Εικόνα 2:** Αριστερά το λογότυπο της Southwest Airlines (2001-2014) και δεξιά ένα από τα αεροσκάφη που χρησιμοποιούσε (Boeing 737–700, 2001-Σεπτέμβριος 2014)

Η ευρύτερη ιδέα ήταν να προσφέρει αερομεταφορικά εισιτήρια σε πολύ χαμηλές τιμές, υψηλή συχνότητα δρομολογίων μικρών αποστάσεων (point-to-point) και απογειώσεις στην ώρα τους. Για να το πετύχει αυτό απομάκρυνε όσα είχαν οι συμβατικές αερογραμμές όπως προσφορά γευμάτων (αν προσέφεραν κάτι, αυτό ήταν φθηνά αναψυκτικά, κράκερς και ξηρούς καρπούς), προκαθορισμένες θέσεις (με αυτόν τον τρόπο διευκολυνόταν και επιταχυνόταν η διαδικασία της επιβίβασης) και πτήσεις με ανταπόκριση. Επίσης, για να καταφέρει να μεταφέρει περισσότερους επιβάτες, αύξησε την πυκνότητα των θέσεων αφαιρώντας τη διακεκριμένη θέση που έπιανε περισσότερο χώρο. Επιπλέον, εισχώρησε σε αγορές που ήταν παραμελημένες, δεν ασχολούνταν καμία αεροπορική εταιρία μαζί τους ή οι αεροπορικές εταιρίες που λειτουργούσαν στις συγκεκριμένες αγορές είχαν πολύ ακριβούς ναύλους. Τέλος, απέφευγε τον άμεσο ανταγωνισμό με τις άλλες εταιρίες, γι' αυτό επέλεγε δευτερεύοντα αεροδρόμια σε μικρότερες πόλεις ή παλιούς τερματικούς σταθμούς αεροδρομίων και αεροδρόμια με μικρή κυκλοφοριακή κίνηση. Σχετικά με τα αεροσκάφη τους, χρησιμοποιούσαν έναν μόνο τύπο ατράκτου και για πάνω από έντεκα ώρες την ημέρα. Στα δε αεροδρόμια, σταματούσαν μόνο για περίπου 20 λεπτά μέχρι να γίνει η επόμενη επιβίβαση.

Όσον αφορά στους ναύλους, κατά πρώτον, το μεγαλύτερο ποσοστό πωλήσεων των εισιτηρίων γινόταν απευθείας από την εταιρία και όχι από ταξιδιωτικούς πράκτορες. Κατά δεύτερον, τα εισιτήρια είχαν χαμηλό αντίτιμο και η τιμή τους διέφερε ανάλογα με το πότε κάποιος αγόραζε το εισιτήριο. Για παράδειγμα, όποιος αγόραζε το εισιτήριο νωρίς, απολάμβανε προνομιακή τιμή σε σχέση με εκείνον που θα το αγόραζε λίγες μέρες πριν την πτήση, η τιμή του οποίου μπορεί να ξεπερνούσε και τη χαμηλότερη τιμή που είχαν τα εισιτήρια των συμβατικών εταιριών. Επίσης, παρουσιαζόταν αύξηση στην τιμή των εισιτηρίων όταν απέμεναν ελάχιστες θέσεις στις πτήσεις, ενώ η τιμή τους μειωνόταν όταν δεν υπήρχε ζήτηση και απέμενε μικρό χρονικό διάστημα μέχρι την πτήση. Το παραπάνω είναι γνωστό ως “yield management” (διαχείριση απόδοσης).

Το yield management (συστηματικό και στοχαστικό) είναι μία δυναμική τιμολόγησης η οποία επιτρέπει στην εκάστοτε εταιρία να προσαρμόσει τις τιμές της ανάλογα με τις αλλαγές της ζήτησης στην αγορά. Ο στόχος της είναι να μεγιστοποιήσει την πληρότητα στα αεροσκάφη και κατ’ επέκταση τα κέρδη των εταιριών. Σύμφωνα με τα παραπάνω, όσο μειώνεται το κόστος ανά επιβάτη, τόσο αυξάνεται η πληρότητα και τούμπαλιν. Επιπρόσθετα, το συστηματικό yield management μπορεί να προβλέψει με ακρίβεια τις περιόδους χαμηλής ή υψηλής ζήτησης (π.χ. γιορτές) ενώ το στοχαστικό διαχειρίζεται τις συνθήκες της ζήτησης οι οποίες δε μπορούν να προσδιοριστούν εκ των προτέρων.<sup>1</sup>

Επιπρόσθετα, χρησιμοποίησε πολύ προσεγγμένο και έξυπνο μάρκετινγκ προωθώντας την εταιρία ως μία που κάνει την πτήση μία ευχάριστη διαδικασία (flying is fun) και εκπαίδευσε το προσωπικό πτήσης ώστε να διαβεβαιώνουν τον κόσμο πως όντως ήταν διασκεδαστικές οι πτήσεις της εταιρίας τους. Το συγκεκριμένο μάρκετινγκ απέδωσε καρπούς και πολλοί ταξιδιώτες προτιμούσαν να ταξιδέψουν με τη Southwest Airlines αντί να χρησιμοποιήσουν κάποιο μέσο οδικών μεταφορών για να φτάσουν στον προορισμό τους. Έτσι λοιπόν, η Southwest Airlines έφτασε στο σημείο όχι να ανταγωνίζεται άλλες αεροπορικές εταιρίες αλλά να ανταγωνίζεται τις οδικές μεταφορές. Ο Γενικός Διευθυντής της, Herb Kelleher, είχε δηλώσει: “*We are not competing with other airlines, we’re competing with ground transportation*” (Freiberg and Freiberg 1996).

Το παραπάνω μας οδηγεί και στο κλειδί της επιτυχίας της Southwest Airlines που, όπως και στις περισσότερες επιχειρήσεις, ήταν το ανθρώπινο δυναμικό. Το προσωπικό της Southwest Airlines ήταν εκπαιδευμένο να εξυπηρετεί με ευχάριστο τρόπο και αυτό η διοίκηση το είχε καταφέρει δίνοντάς τους τα κατάλληλα κίνητρα.

---

<sup>1</sup> Bilotkach, Gaggero, Piga, 2015, Airline pricing under different market conditions: Evidence from European Low-Cost Carriers, Tourism Management 47, Elsevier, σελ.152-153

Ενθάρρυναν το προσωπικό τους να ενεργεί ανεξάρτητα και να παίρνει πρωτοβουλίες. Επιπρόσθετα, υπήρχαν ανταγωνιστικοί μισθοί ώστε να δίνεται έναυσμα για υψηλή παραγωγικότητα. Επίσης, αξίζει να αναφερθεί σε αυτό το σημείο, ότι η Southwest Airlines ήταν η πρώτη αεροπορική εταιρία που πρόσφερε στους υπαλλήλους της μερίδιο στα κέρδη (bonus).<sup>1</sup>

Παρακάτω παρουσιάζονται πίνακες με το μοντέλο της Southwest Airlines συνοψίζοντας τις δύο βασικές αρχές της: την προσφορά απλού προϊόντος και απλών διεργασιών.

**Πίνακας 5:** Το μοντέλο Southwest, το στοιχείο του απλού προϊόντος

**Πηγή:** Rigas Doganis, Routledge 2006, The Airline Business, σελ.157 (μτφ. από εμένα)

Απλό Προϊόν	
Ναύλοι	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Χαμηλοί</li> <li>➤ Απλοί, χωρίς περιορισμούς</li> <li>➤ Για μικρές αποστάσεις (Point-to-point)</li> <li>➤ Χωρίς διασυνδέσεις</li> </ul>
Διανομή	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ταξιδιωτικοί πράκτορες (16%) (στοιχεία 2003)</li> <li>➤ Απευθείας πωλήσεις (84%) (στοιχεία 2003)</li> <li>➤ Χωρίς απόκομμα εισιτηρίου</li> </ul>
Κατά τη διάρκεια πτήσης	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ένα είδος θέσης</li> <li>➤ Υψηλή πυκνότητα</li> <li>➤ Όχι προσφορά γευμάτων</li> <li>➤ Προσφορά μόνο αναψυκτικών και σνακ</li> </ul>
Συχνότητα	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Υψηλή</li> </ul>
Ακρίβεια	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Πολύ καλή</li> </ul>

<sup>1</sup> Rigas Doganis, ό.π., σελ.156

**Πίνακας 6:** Το μοντέλο Southwest, το στοιχείο των απλών διεργασιών  
**Πηγή:** Rigas Doganis, Routledge 2006, The Airline Business, σελ.157 (μτφ. από εμένα)

Απλές Διεργασίες	
<b>Αεροσκάφος</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ένα είδος με τρεις παραλλαγές (Boeing 737)</li> <li>➤ Υψηλή χρήση (πάνω από 11 ώρες/μέρα)</li> </ul>
<b>Αεροδρόμια</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Δευτερεύοντα ή με μικρή κίνηση</li> <li>➤ Στάσεις των ≈20'</li> </ul>
<b>Ανάπτυξη</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Στόχος: αύξηση 10% - 15% το χρόνο</li> </ul>
<b>Προσωπικό</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ανταγωνιστικοί μισθοί</li> <li>➤ Από το 1973, bonus από τα κέρδη</li> <li>➤ Υψηλή παραγωγικότητα</li> </ul>

### 3.4 Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους στην Ευρώπη

Στην Ευρώπη, οι εταιρίες χαμηλού κόστους εμφανίστηκαν αργότερα με πρώτη τη Ryanair η οποία ιδρύθηκε το 1985 για να σπάσει το δυοπώλιο που υπήρχε μέχρι τότε στις πτήσεις Λονδίνο - Ιρλανδία από τις αεροπορικές εταιρίες British Airways και Aer Lingus.<sup>1</sup> Πλέον η Ryanair με την EasyJet, από το 2004, θεωρούνται οι κυρίαρχες αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους στην Ευρώπη.

Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους της Ευρώπης, μιμήθηκαν το μοντέλο της αμερικανικής Southwest η οποία ήταν πρωτοπόρος σε αυτά που έκανε, είχε μεγάλη επιτυχία και απέκτησε μία σταθερή θέση στην αγορά των αερογραμμών. Τα βασικά λοιπόν χαρακτηριστικά που παρατηρούνται στο μοντέλο της Southwest όπως: συχνά και point-to-point δρομολόγια, έλλειψη προσφερόμενων υπηρεσιών κ.ά., τα συναντάμε

<sup>1</sup> Aer Lingus: Εθνική αεροπορική εταιρία της Ιρλανδίας και δεύτερη μεγαλύτερη της Ιρλανδίας μετά τη Ryanair

και στις ευρωπαϊκές αερογραμμές. Ωστόσο, οι βασικές διαφορές με τις αερογραμμές χαμηλού κόστους των Η.Π.Α. είναι οι εξής:

- Στην Ευρώπη υπάρχει πιο ξεκάθαρος διαχωρισμός μεταξύ των πτήσεων τσάρτερ (charter) και χαμηλού κόστους (low cost).
- Ενώ η πλειοψηφία των αμερικανικών πτήσεων χαμηλού κόστους είναι εσωτερικές και όχι διεθνείς, οι ευρωπαϊκές πτήσεις στην πλειοψηφία τους, αφορούν διεθνείς πτήσεις (εξωτερικού).
- Σε κάποιες κοντινές αποστάσεις από χώρα σε χώρα όπως είναι η διαδρομή Παρίσι - Λονδίνο, οι ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους έχουν να αντιμετωπίσουν τα υπερσύγχρονα τρένα υψηλής ταχύτητας.

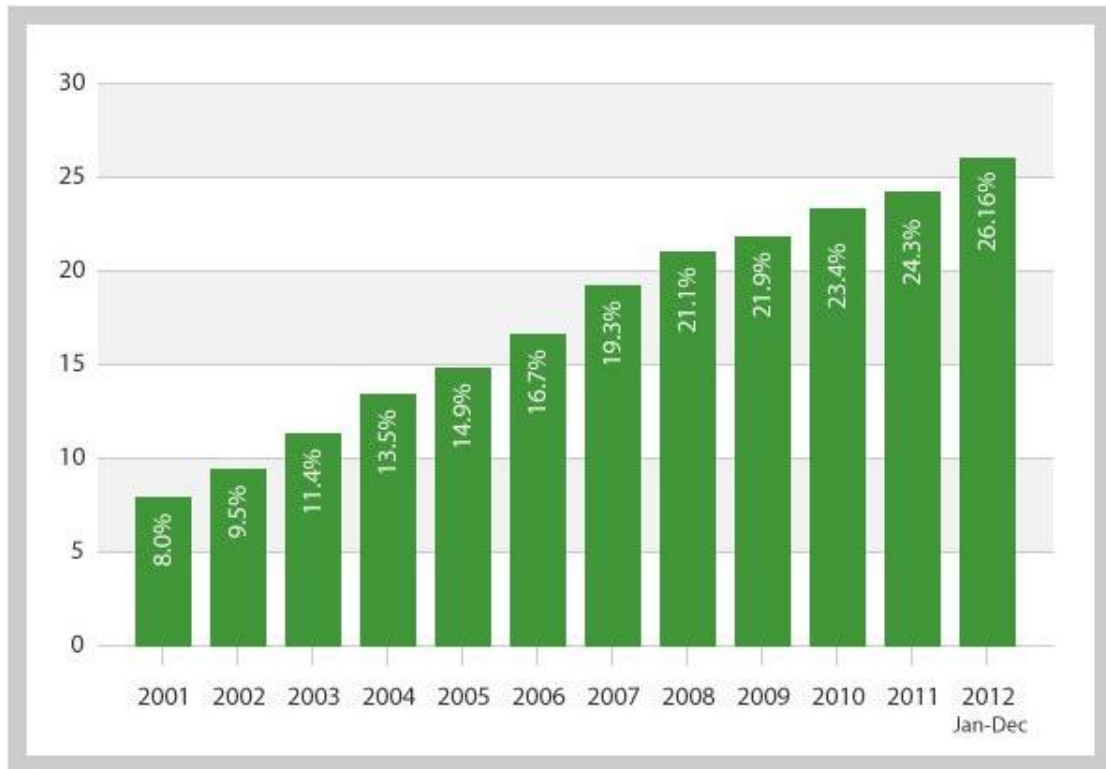
Επιπλέον, κάποιες αεροπορικές εταιρίες έκαναν ένα βήμα παραπέρα: κατάργησαν εντελώς τα εισιτήρια, οι κρατήσεις γίνονται μόνο μέσω τηλεφώνου ή διαδικτύου και τα πάντα είναι ηλεκτρονικά. Για παράδειγμα αν κάποιος ταξιδεύει με τη Ryanair, δε χρειάζεται καν να έχει κάρτα επιβίβασης αρκεί να έχει το barcode της κράτησής του στο κινητό του τηλέφωνο. Επίσης, σε αντίθεση με τη Southwest, οι ευρωπαϊκές εταιρίες δε χρησιμοποιούν ταξιδιωτικούς πράκτορες. Αυτό αναγκάζει τις εταιρίες να ξοδέψουν παραπάνω χρήματα σε διαφημίσεις παρ' όλα αυτά όμως, εξοικονομούν πολλά καθώς δε χρεώνονται καμία προμήθεια σε πράκτορες. Ωστόσο, κάποια ταξιδιωτικά γραφεία (τουλάχιστον στην Ελλάδα) έχουν κάνει κάποιου είδους συνεργασία με ορισμένες αεροπορικές εταιρίες και για διευκόλυνση των πελατών (αν δεν έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο ή αν δεν έχουν πιστωτική κάρτα), τους προμηθεύουν με εισιτήρια.

Παρά τις διαφορές αυτές όμως, οι ευρωπαϊκές αερογραμμές μετά το 1999, έχοντας ήδη δει την επιτυχία των Ryanair και EasyJet, γνώρισαν μεγάλη άνθιση.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Rigas Doganis, ό.π.





**Διάγραμμα 3:** Ποσοστά διείσδυσης αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους παγκοσμίως  
**Πηγή:** CAPA Centre for Aviation <http://www.irelandiaaviation.ie/about/lcc-industry/lcc-penetration>

Στον παραπάνω πίνακα φαίνεται το μερίδιο αγοράς παγκοσμίως, των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους σε ποσοστό θέσεων, για τη χρονική περίοδο 2001 - 2012. Το ποσοστό διείσδυσης αυτών των εταιριών το 2001 ήταν λιγότερο από 10% και μέχρι το 2012 ξεπέρασε το 25%. Ιδιαίτερα στην Ευρώπη, που θεωρείται πιο ώριμη αγορά, αυτό το ποσοστό ξεπέρασε το 35%. Αυτή η ταχύτητα της διείσδυσης των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στις αγορές δείχνει επίσης και την αποδοχή των επιβατών προς αυτές.

### 3.5 Το μοντέλο των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, μία αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους έχει οικονομικότερους ναύλους και λιγότερες ανέσεις σε σύγκριση με μία παραδοσιακή

αεροπορική εταιρία. Για να καταφέρουν αυτές οι εταιρίες να μειώσουν τις τιμές των ναύλων, προχώρησαν στις εξής ενέργειες:

- Αύξησαν την πυκνότητα των θέσεων στην καμπίνα του αεροπλάνου. Αυτό το κατάφεραν μειώνοντας το χώρο μεταξύ των καθισμάτων και κατάργησαν τη διακεκριμένη θέση (business class).
  - Ενώ στις παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες η απόσταση μεταξύ των καθισμάτων είναι 79 - 81 εκ., στις χαμηλού κόστους η απόσταση αυτή περιορίζεται στα 71 - 74 εκ. Αυτό μεταφράζεται σε διαφορά περίπου 17 καθισμάτων.
  - Επιπλέον, για κάθε σειρά διακεκριμένης θέσης (business class) που έχουν οι συμβατικές αερογραμμές, χάνεται ένα κάθισμα (περίπου 8 σειρές). Αν λάβουμε λοιπόν υπόψη και την απόσταση μεταξύ των καθισμάτων, τότε έχουμε μία τεράστια διαφορά στα διαθέσιμα καθίσματα. Για παράδειγμα, ενώ η χαμηλού κόστους EasyJet διαθέτει 149 θέσεις, η συμβατική British Midland διαθέτει 124. (Διαφορά σε αεροσκάφος τύπου Boeing 737-300).
- Αύξησαν την καθημερινή χρήση των αεροσκαφών.
  - Μείωσαν το χρόνο παραμονής στις πύλες των αεροδρομίων στα 30 λεπτά. Από τη στιγμή που δεν προσφέρουν φαγητό / ποτό κατά τη διάρκεια της πτήσης μειώνεται αυτόματα και ο χρόνος που χρειάζονται για τον καθαρισμό του αεροσκάφους μέχρι την επόμενη πτήση.
  - Επίσπευση επιβίβασης και αποβίβασης επιβατών (δεν κάνουν κρατήσεις σε αεροπορικά καθίσματα έτσι ώστε να αναγκάσουν τους επιβάτες να επιβιβαστούν γρήγορα και να μην υπάρχουν καθυστερήσεις).
  - Δεν υπάρχει αρίθμηση στα αεροπορικά καθίσματα.
- Μείωσαν το εργατικό τους κόστος.
  - Αξιοποιούν πολλές φορές τους υπαλλήλους τους σε διάφορες θέσεις και όχι μόνο σε μία.

- Δε χρησιμοποιούν προσωπικό σε υπηρεσίες όπως για παράδειγμα το check-in στα αεροδρόμια.
  - Το προσωπικό πτήσης είναι περιορισμένο καθώς δεν προσφέρουν φαγητά / ποτά και δεν υπάρχει διακεκριμένη θέση.
- Εκτελούν πτήσεις σχετικά μικρών αποστάσεων (point-to-point).
- Με αυτόν τον τρόπο, μπορούν να χρησιμοποιούν αεροσκάφη στενής ατράκτου (άρα λιγότερα έξοδα συντήρησης).
  - Επίσης, δε χρειάζεται να μπουν σε έξοδα για μεταφορά επιβατών και αποσκευών από το ένα αεροπλάνο στο άλλο καθώς δεν πραγματοποιούν διερχόμενες πτήσεις όπου θα πρέπει να γίνει αλλαγή αεροσκάφους.
- Τα έξοδα αεροδρομίων είναι το βασικό έξοδο αυτών των εταιριών. Γι' αυτό το λόγο προτιμούν δευτερεύοντες και φθηνότερους αερολιμένες για να επιτύχουν λιγότερα έξοδα όσον αφορά στις υπηρεσίες εδάφους ή επιλέγουν να προσγειωθούν / απογειωθούν σε κύρια αεροδρόμια αλλά όχι σε ώρες αιχμής για να μην παρουσιαστούν προβλήματα κυκλοφοριακής συμφόρησης που θα αναγκάσουν το αεροσκάφος να παραμείνει για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα στο αεροδρόμιο. Σε γενικές γραμμές όμως επιλέγουν αεροδρόμια όπου υπάρχει ζήτηση. Παρά τη βαρύτητα όμως των εξόδων αεροδρομίου, οι φόροι αυτών δεν είναι ο πρώτος παράγοντας επιλογής αεροδρομίου. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή αεροδρομίου, ξεκινώντας με τον πιο σημαντικό, είναι οι εξής:
- Η ζήτηση στη γύρω περιοχή. Στην περίπτωση των δευτερευόντων αεροδρομίων, η επιλογή γίνεται λαμβάνοντας υπόψη το ποσοστό κόσμου που το χρησιμοποιεί (να υπάρχει ζήτηση) αλλά και την γύρω περιοχή. Για παράδειγμα, στην περίπτωση του αεροδρομίου Charleroi στο νότιο Βέλγιο όπου η ζήτηση δεν είναι υψηλή και περιορίζεται στις περιοχές γύρω από αυτό, η Ryanair κατάφερε να προσελκύσει επιβάτες από το βόρειο Βέλγιο, ακόμα και από την Ολλανδία, τη Γερμανία, το Λουξεμβούργο και τη Γαλλία μόνο και μόνο επειδή δεν υπήρχε άλλη εταιρία τέτοιου είδους στις γύρω περιοχές για να εξυπηρετήσει τη ζήτηση αυτή.

- Βολικές ώρες υποδοχής των αεροσκαφών. Ναι μεν να μην είναι σε ώρες αιχμής αλλά να μην είναι και σε ώρες της ημέρας που να καθίσταται δύσκολο για έναν επιβάτη να συνεχίσει το ταξίδι του ή να αναγκάζεται το αεροσκάφος να διανυκτερεύει στο αεροδρόμιο.
  - Εγκαταστάσεις που ευνοούν τη γρήγορη προσγείωση και απογείωση, μειώνοντας με αυτό τον τρόπο το χρόνο παραμονής του αεροσκάφους στο αεροδρόμιο.
  - Χαμηλές χρεώσεις αεροδρομίου.<sup>1</sup>
- Αποφεύγουν να διανυκτερεύσουν σε αεροδρόμιο εκτός της βάσης τους διότι η οικονομική επιβάρυνση είναι μεγάλη.
  - Καταφεύγουν σε άμεση πώληση εισιτηρίων κυρίως μέσω διαδικτύου.
    - Δε χρησιμοποιούν μεσάζοντες, επομένως δεν έχουν επιπλέον χρεώσεις. (Κάποιες εταιρίες βέβαια όπως η EasyJet, πραγματοποιούν συνεργασίες με κάποια ταξιδιωτικά γραφεία - τουλάχιστον στην Ελλάδα - έτσι ώστε να εξυπηρετηθούν πελάτες που δεν έχουν πρόσβαση στο διαδίκτυο ή δε χρησιμοποιούν πιστωτική κάρτα).
    - Δεν έχουν ταμεία πώλησης εισιτηρίων, άρα μειώνουν το κόστος μειώνοντας τους υπαλλήλους τους και όποια άλλα έξοδα θα προέκυπταν από αυτή την ενέργεια.
    - Για να αντισταθμιστεί το γεγονός της έλλειψης ταμείων, οι εταιρίες αυτές επενδύουν πολλά στη διαφήμιση και την προώθηση (marketing).
  - Δεν υπάρχουν διακυμάνσεις στις τιμές των θέσεων, δεν υπάρχει καμία χρηματική διαφοροποίηση μεταξύ διακεκριμένης και οικονομικής θέσης.
  - Μείωσαν το κόστος συντήρησης.
    - Διαθέτουν ομοιογενή στόλο αεροσκαφών καθώς και νεότερο. Από το 2000 και μετά, προτιμούν να αγοράζουν καινούρια αεροσκάφη, αντί μεταχειρισμένων από μεγαλύτερες εταιρίες, καθώς τα κόστη λειτουργίας

---

<sup>1</sup> Anne Graham, 2013, Understanding the low cost carrier and airport relationship: A critical analysis of the salient issues, Tourism Management 36, Elsevier, σελ.66-69

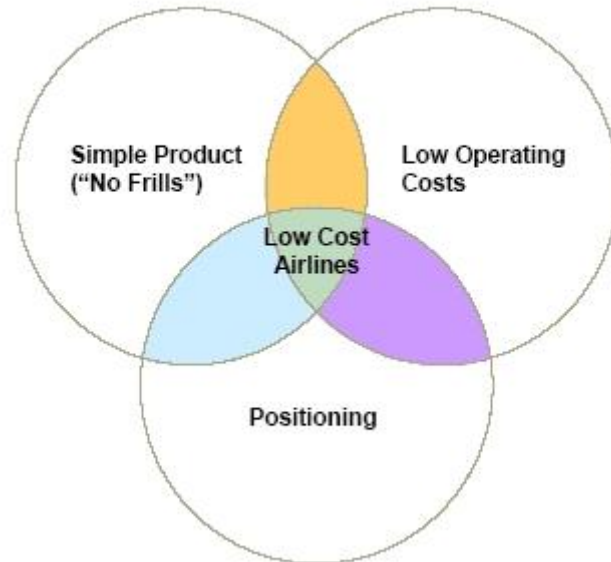
και συντήρησής τους θα είναι φθηνότερα μακροπρόθεσμα. Το κόστος λόγω ομοιογενούς στόλου μπορεί να μειωθεί μέχρι και 25%.

- Εταιρίες όπως για παράδειγμα η Ryanair έχουν καθίσματα που δε ρυθμίζεται η πλάτη, δεν έχουν σκίαστρα στα παράθυρα ούτε μέσα ψυχαγωγίας.
  - Για να καταφέρουν να μειώσουν το κόστος, προτιμούν να συνάπτουν συμβόλαια μακράς διάρκειας (π.χ. 10 ετών) με εταιρίες συντήρησης.
- Σχεδόν ανύπαρκτες παροχές υπηρεσιών κατά τη διάρκεια της πτήσης.
- Για να καλυφθεί η απώλεια κέρδους από τη χαμηλή τιμή των εισιτηρίων, οι εταιρίες χρεώνουν επιπλέον (και παραπάνω από το κανονικό) τα τρόφιμα και τα ποτά, τον γρήγορο έλεγχο (check-in), την πρόωρη επιβίβαση, την επιλογή καθίσματος και τις αποσκευές.
  - Επιπλέον κέρδη έχουν από τα τυχόν πρόστιμα που θα κληθούν να πληρώσουν οι επιβάτες για τις υπερφορτωμένες αποσκευές τους ή για αλλαγή κάποιας κράτησης και από την προμήθεια που λαμβάνουν από τα ξενοδοχεία, τις εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων και την ταξιδιωτική ασφάλεια που αγοράζουν χώρο στις ιστοσελίδες των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.
- Οι μισθοί του προσωπικού στις εταιρίες χαμηλού κόστους είναι χαμηλότεροι καθώς προτιμάται προσωπικό σχετικά νεαρής ηλικίας. Οι μισθοί φυσικά αυξάνονται προσθέτοντας τα διάφορα μπόνους λόγω καλής επίδοσης.
- Εφόσον αυτές οι εταιρίες έχουν αποκλείσει πολλές υπηρεσίες λόγω εξόδων, είναι λογικό να έχουν και μικρότερη διοίκηση επομένως λιγότεροι μισθοί και έξοδα.

Εν κατακλείδι, το μοντέλο των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους θα μπορούσε να συνοψισθεί στο παρακάτω σχήμα όπου φαίνεται ότι οι αερομεταφορές χαμηλού κόστους αποτελούνται από:

- ένα απλό προϊόν που εστιάζει απλά στη μεταφορά του ταξιδιώτη
- χαμηλές λειτουργικές δαπάνες και,

- τοποθέτηση (positioning), όπου εστιάζουν σε μία συγκεκριμένη ομάδα ταξιδιωτών οι οποίοι είναι εκείνοι που ταξιδεύουν για ψυχαγωγικούς σκοπούς, σε μικρές αποστάσεις και δε θέλουν να ξοδέψουν πολλά για αεροπορικά εισιτήρια.



**Σχήμα 1:** Σύζευξη των τριών στοιχείων των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους

Παρακάτω ακολουθεί πίνακας που περιέχει το συνολικό πλεονέκτημα κόστους που έχουν οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους σε σχέση με τις συμβατικές:

**Πίνακας 7:** Πλεονέκτημα κόστους των αερογραμμών χαμηλού κόστους έναντι των συμβατικών  
**Πηγή:** Rigas Doganis, Routledge 2006, The Airline Business, σελ.171 (μτφ. από εμένα)

<u>Συμβατικές αερογραμμές</u>	Μείωση κόστους (%)	Κόστος / θέση (100)
<u>Αερογραμμές χαμηλού κόστους</u>		
➤ Υψηλότερη πυκνότητα θέσεων	-16	84

➤ Υψηλότερη χρήση αεροσκάφους	-2	82
➤ Χαμηλότερα κόστη πτήσεων και προσωπικού καμπίνας	-3	79
➤ Χρήση φθηνότερων, δευτερευόντων αεροδρομίων	-4	75
➤ Συντήρηση αεροσκάφους / ένας τύπος αεροσκάφους	-2	73
➤ Ελάχιστο κόστος σταθμού και ανάθεση χειρισμού σε εξωτερικούς συνεργάτες	-7	66
➤ Χρέωση φαγητού / ποτού, λιγότερες υπηρεσίες για τους επιβάτες	-5	61
➤ Χωρίς προμήθεια σε ταξιδιωτικούς πράκτορες ή συστήματα GDS*	-6	55
➤ Μειωμένα κόστη από πωλήσεις και κρατήσεις	-3	52
➤ Μικρότερη διοίκηση, λιγότερο προσωπικό και γραφεία	-3	49

\*Υπολογίζεται ότι όλες οι πωλήσεις γίνονται απευθείας.

Τέλος, το τελευταίο διάστημα παρατηρείται μία προσπάθεια μίμησης των αερογραμμών χαμηλού κόστους από τις συμβατικές αερογραμμές. Γίνεται προσπάθεια να βγουν από την κρίση με διάφορες προσφορές οι οποίες προσπαθούν να μιμηθούν τους χαμηλούς ναύλους των low cost και με την επιπλέον κοστολόγηση των αποσκευών.

### 3.6 Λίστα αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους

Ο αριθμός των αερομεταφορέων χαμηλού κόστους είναι αρκετά μεγάλος για να είναι σε θέση να καλύψει μεγάλο μέρος εύρος προορισμών. Το έτος 2014 (μέχρι τη στιγμή της καταμέτρησης) ήταν καταγεγραμμένες περίπου 111 αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους σε όλο τον κόσμο. Αρκετές είναι οι εταιρίες που έχουν ανακοινωθεί και περιμένουν έγκριση καθώς και οι υβριδικές εταιρίες που δεν παρουσιάζονται ως εταιρίες χαμηλού κόστους, ωστόσο έχουν το ίδιο χαμηλές τιμές ναύλων. Αξίζει να σημειωθεί ότι αρκετές εταιρίες χαμηλού κόστους ανήκουν σε συμβατικές αεροπορικές εταιρίες. Στον πίνακα που ακολουθεί φαίνεται ο αριθμός των εταιριών αυτών ανά ήπειρο:

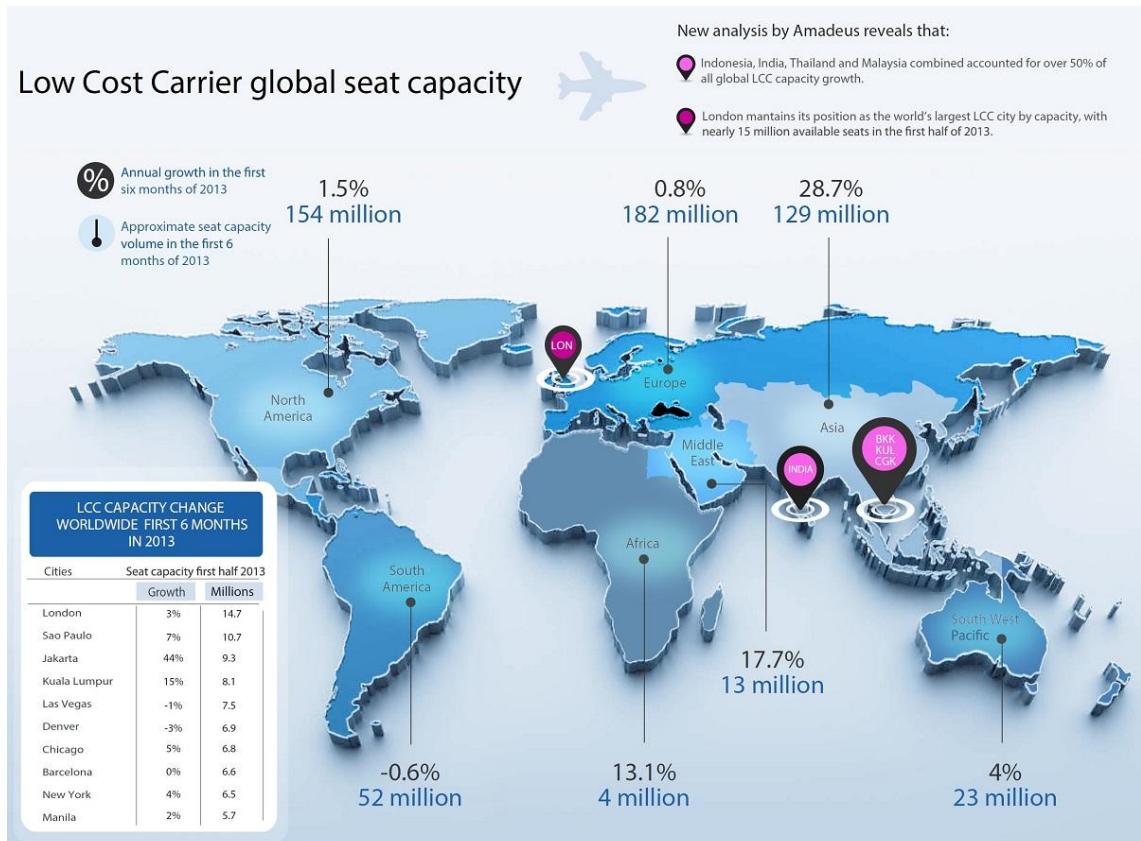
**Πίνακας 8:** Λίστα με τον αριθμό των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους ανά ήπειρο  
**Πηγές:** <http://www.etn.nl/lcosteur.htm> και [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_low-cost\\_airlines](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_low-cost_airlines)

Ήπειρος	Αριθμός Low Cost Airlines
Αφρική	7
Ασία	48
Ευρώπη	37
Β. Αμερική	14
Ν. Αμερική	3
Ωκεανία	2

Στην παρακάτω εικόνα, φαίνεται το παγκόσμιο ποσοστό αεροπορικών θέσεων εταιριών χαμηλού κόστους ανά ήπειρο για το 2013. Στην πρώτη θέση είναι η Ασία με 129 εκατομμύρια και ποσοστό αύξησης 28,7% για τους πρώτους έξι μήνες και ακολουθεί η Ευρώπη με 182 εκατομμύρια και ποσοστό αύξησης 0,8%. Το Λονδίνο θεωρείται η πρωτεύουσα των εταιριών χαμηλού κόστους με σχεδόν 15 εκατομμύρια



διαθέσιμες θέσεις για το πρώτο μισό του 2013 ενώ χώρες όπως η Ινδία, η Ινδονησία, η Ταϊλάνδη και η Μαλαισία είναι υπεύθυνες για το 50% της συνολικής ανάπτυξης των εταιριών χαμηλού κόστους σε παγκόσμια κλίμακα.



Asian capital cities experiencing the greatest LCC capacity increase:

Jakarta 44% Bangkok 30% Tokyo 178% Kuala Lumpur 15% Singapore 17%

**AMADEUS**  
Your technology partner

**Εικόνα 3:** Παγκόσμιο ποσοστό αεροπορικών θέσεων εταιριών χαμηλού κόστους ανά ήπειρο για το 2013

**Πηγή:** <http://www.amadeus.com/blog/29/10/infographic-low-cost-carrier-global-seat-capacity/>

### 3.7 Το μοντέλο των πτήσεων τσάρτερ (charter)

Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί και το μοντέλο των πτήσεων charter που πολλοί, λανθασμένα, το συγχέουν με τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους. Οι πτήσεις charter είναι ναυλωμένες μη τακτικές πτήσεις. Ναυλώνονται από τις

συμβατικές αεροπορικές εταιρίες για να καλύψουν την εκάστοτε ζήτηση από ταξιδιωτικά πρακτορεία, tour operators και εταιρίες κύρους για επαγγελματικά ταξίδια τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό μιας χώρας.

Τα τελευταία χρόνια, από την αρχή του 21<sup>ου</sup> αιώνα, οι πτήσεις charter ανταγωνίζονται κι αυτές τις συμβατικές αερογραμμές αλλά το αξιοπρόσεκτο στοιχείο εδώ είναι ότι έχουν καταλήξει να γίνουν και ο κύριος αντίπαλος / ανταγωνιστής των αερογραμμών χαμηλού κόστους καθώς προσφέρουν κι αυτές πολύ φθηνά εισιτήρια, σχεδόν κάτω από την τιμή κόστους.

Και τα δύο είδη πτήσεων έχουν κάποια κοινά στοιχεία όπως για παράδειγμα τα φθηνά εισιτήρια, την πυκνότητα των θέσεων μέσα στην καμπίνα του αεροσκάφους, την προκαταβολή των χρημάτων για την κράτηση μιας θέσης και τη συχνότητα των δρομολογίων. Ωστόσο, υπάρχουν και αρκετές σημαντικές διαφορές. Τέτοιες είναι οι εξής:

- Ο επιβάτης στις πτήσεις charter δε συνεργάζεται απευθείας με την αεροπορική εταιρία αλλά μέσω ταξιδιωτικού πράκτορα.
- Προσφέρουν κατά τη διάρκεια της πτήσης δωρεάν φαγητό και ποτό.
- Χρησιμοποιούν μεγαλύτερα αεροσκάφη.
- Ταξιδεύουν και κατά τη διάρκεια της νύχτας για μεγαλύτερη συχνότητα δρομολογίων.
- Λιγότερα έξοδα διαφήμισης και μάρκετινγκ εφόσον χρησιμοποιούν ταξιδιωτικούς πράκτορες.
- Τέλος, μία αρνητική διαφορά είναι ότι έχουν εποχικότητα και πραγματοποιούν πτήσεις ανάλογα με τη ζήτηση σε περιόδους γιορτών ή έκτακτες πτήσεις λόγω επαγγελματικών ταξιδιών.

Ωστόσο, παρ' όλα τα κοινά στοιχεία μεταξύ των πτήσεων charter και των πτήσεων χαμηλού κόστους, οι πτήσεις charter δεν αποτελούν και τόσο μεγάλο κίνδυνο για τις χαμηλού κόστους. Τις πτήσεις charter τις επιλέγουν συνήθως ταξιδιωτικοί πράκτορες που τις πουλάνε σε ταξιδιωτικά πακέτα, συνήθως μαζί με διαμονή σε ξενοδοχείο. Προτιμούνται δηλαδή για οργανωμένα ταξίδια επαγγελματικά και μη (σε συνδυασμό με κάποιο πακέτο) ή για να καλύψουν μεγάλη ζήτηση σε περιόδους εορτών έτσι ώστε να εξυπηρετηθεί καλύτερα το κοινό.

### 3.8 Διαφορές μεταξύ αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους και παραδοσιακών αεροπορικών εταιριών

**Πίνακας 9:** Διαφορές μεταξύ αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους και παραδοσιακών αεροπορικών εταιριών

Χαρακτηριστικά	Χαμηλού Κόστους Αεροπορική Εταιρία	Συμβατική Αεροπορική Εταιρία
Brand	Χαμηλή τιμολόγηση	Υπηρεσίες
Τιμή	Απλή, χωρίς περιορισμούς	Σύνθετη
Διανομή	Άμεση, μέσω διαδικτύου	Άμεση, μέσω διαδικτύου, μέσω ταξιδιωτικών πρακτόρων
Αεροδρόμιο	Δευτερεύοντα ή με χαμηλή κυκλοφοριακή πυκνότητα	Πρωτεύοντα
Δίκτυο	Point-to-point	Hub-and-spoke
Θέση (διακεκριμένη, οικονομική κτλ.)	Μία κατηγορία	Πολλές κατηγορίες
Κατά τη διάρκεια της πτήσης	Διανομή φαγητού / ποτού μόνο επί πληρωμή	Δωρεάν φαγητό / ποτό
Αξιοποίηση αεροσκάφους	Υψηλή	Μέση
Τύπος αεροσκάφους	Ένας	Πολλοί
Χρόνος παραμονής στην πύλη μέχρι την επόμενη πτήση (turnaround)	≈30 λεπτά	>30 λεπτά
Προϊόν	Ένα (οικονομικό)	Ποικιλία

<b>Κρατήσεις</b>	Δεν υπάρχει ευελιξία στις κρατήσεις, μη αριθμημένες θέσεις, πληρωμή προκαταβολικά	Ευελιξία σε κρατήσεις, αριθμημένες θέσεις
<b>Στοχευόμενη ομάδα (target group)</b>	Κυρίως άτομα που ταξιδεύουν για ψυχαγωγικό σκοπό	Όλοι

### 3.9 Ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών χαμηλού κόστους

Μεταξύ των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους και των συμβατικών δεν υπάρχει ιδιαίτερος ανταγωνισμός, τουλάχιστον από την πλευρά των αερομεταφορέων χαμηλού κόστους, γιατί κάτι τέτοιο δε θα συνέφερε οικονομικά τις πρώτες και επιπλέον αυτά τα δύο είδη εταιριών προσφέρουν διαφορετικό προϊόν. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μία προσπάθεια μίμησης της στρατηγικής των εταιριών χαμηλού κόστους από τις συμβατικές. Προσπαθούν να αυξήσουν τις πωλήσεις τους προωθώντας πακέτα προσφορών, αφαιρώντας από τη συνολική τιμή το κόστος μεταφοράς αποσκευών χρεώνοντάς το ως έξτρα αν χρειαστεί και συνεχίζοντας την προσφορά υπηρεσιών όπως το φαγητό κατά τη διάρκεια της πτήσης.

Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους προσπαθούν να εξαλείψουν τον μεταξύ τους ανταγωνισμό επιλέγοντας διαφορετικά αεροδρόμια και προορισμούς και συνάπτοντας συμμαχίες μεταξύ τους έτσι ώστε να αντιμετωπίσουν από τη μία τις νεοεισερχόμενες εταιρίες οι οποίες με την άρση των περιοριστικών ρυθμίσεων είναι εύκολο να ιδρυθούν και από την άλλη, τον μεγαλύτερο ανταγωνιστή τους που είναι οι πτήσεις charter οι οποίες συνδυάζουν χαμηλή τιμή και υπηρεσίες όπως είναι η προσφορά φαγητού και ποτού κατά τη διάρκεια της πτήσης. Επιπρόσθετα, εκτός από τις συμμαχίες μεταξύ τους, αρκετές φορές οι αδύναμες εταιρίες απορροφώνται από μεγάλες συμβατικές εταιρίες για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στον ανταγωνισμό.

Θα μπορούσαμε να πούμε ότι υπάρχει ανταγωνισμός όσον αφορά στην επιλογή των αεροδρομίων. Αν το αεροδρόμιο που θα επιλέξει μία αεροπορική εταιρία χαμηλού

κόστους έχει ισχυρό ανταγωνισμό με άλλα αεροδρόμια, τότε αυτό καθιστά εύκολη τη διαπραγμάτευση μεταξύ αεροπορικής εταιρίας και αεροδρομίου για χαμηλότερες τιμές.

Ο μεγαλύτερος ανταγωνισμός μεταξύ αεροπορικών εταιριών βρίσκεται στα γειτονικά αεροδρόμια όπου η μία εταιρία προσπαθεί να κυριαρχήσει στην αγορά εις βάρος της άλλης. Κάτι τέτοιο συνέβη στο αεροδρόμιο East Midlands της Αγγλίας το οποίο εξυπηρετούσε την αγορά της κεντρικής Αγγλίας και του Yorkshire όσον αφορά ταξίδια χαμηλού κόστους από και προς τη Βαρκελώνη το 2002. Σιγά σιγά άρχισαν να προστίθενται τέτοιες διαδρομές στα γειτονικά αεροδρόμια από διαφορετικές όμως αεροπορικές εταιρίες, το οποίο είχε ως αποτέλεσμα να συρρικνωθεί η αγορά για κάθε μία από αυτές τις αεροπορικές εταιρίες και να οδηγήσει στην αποχώρηση της EasyJet από τη συγκεκριμένη διαδρομή το 2004. Από την άλλη όμως, ακόμα και στην περίπτωση όπου η ίδια εταιρία γεμίζει την αγορά των γειτονικών αεροδρομίων με πρόσθετες και ίδιες διαδρομές, θα δημιουργηθεί πρόβλημα και σύγχυση στην αγορά καθώς η μία αγορά θα καλύπτει την άλλη και δε θα υπάρχει κυριαρχία αλλά μία μετριότητα στο μερίδιο όπως συνέβη στην περίπτωση της Ryanair στο δίκτυο των αεροδρομίων Eindhoven, Maastricht (Ολλανδία) και Weeze (Γερμανία).<sup>1</sup>

### 3.10 Η διοίκηση στις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους

Όπως συμβαίνει στους υπόλοιπους τομείς των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους έτσι και στα θέματα διοίκησης, το μοτίβο που ακολουθούν είναι παρόμοιο σε όλες.

- Το διοικητικό κομμάτι σε αυτές τις εταιρίες είναι μικρό εξαιτίας των εξόδων που δημιουργεί.
- Το προσωπικό όπως και η διοίκηση είναι περιορισμένο και εργάζονται σε διάφορες θέσεις έχοντας πολλαπλούς ρόλους. Εργάζονται περισσότερες ώρες τόσο στο έδαφος όσο και σε πτήσεις, είναι προσαρμοστικοί έτσι ώστε να μπορούν να αλλάζουν εύκολα και γρήγορα θέση εργασίας αλλά και

---

<sup>1</sup> Anne Graham, ό.π., σελ.68

πολυχρηστικοί (π.χ. εργάζονται ως προσωπικό πτήσης αλλά και ως ελεγκτές εισιτηρίων).<sup>1</sup>

- Η αποστολή της εταιρίας είναι ξεκάθαρη και γνωστή σε όλους τους υπαλλήλους.
- Δημιουργία κοινών αξιών και προτεραιοτήτων.
- Παρακίνηση του προσωπικού με συμμετοχή στα κέρδη της εταιρίας.

---

<sup>1</sup> Raphael K. Akamavi, Elsayed Mohamed, Katharina Pellmann, Yue Xu, 2015, Key determinants of passenger loyalty in the low-cost airline business, *Tourism Management* 46, Elsevier, σελ.531

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. Laura Diaconu, 2012, The evolution of the European low-cost airlines' business models. Ryanair case study, Procedia - Social and Behavioral Sciences 62, Elsevier
2. Doganis Rigas, 2006, The airline business, Second edition, published by Routledge
3. Καψύλης Αλέξανδρος και Κωβαίος Άγγελος, 1999, Ο ιμπεριαλισμός των τσάρτερ, ΤΟ ΒΗΜΑ, <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=112259>
4. Raphael K. Akamavi, Elsayed Mohamed, Katharina Pellmann, Yue Xu, 2015, Key determinants of passenger loyalty in the low-cost airline business, Tourism Management 46, Elsevier
5. Bilotkach, Gaggero, Piga, 2015, Airline pricing under different market conditions: Evidence from European Low-Cost Carriers, Tourism Management 47, Elsevier
6. Anne Graham, 2013, Understanding the low cost carrier and airport relationship: A critical analysis of the salient issues, Tourism Management 36, Elsevier
7. ELFAA (European Low Fares Airline Association), <http://www.elfaa.com/statistics.htm>
8. CAPA Centre for Aviation <http://www.irelandiaaviation.ie/about/lcc-industry/lcc-penetration>
9. <http://www.etn.nl/lcosteur.htm> και [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_low-cost\\_airlines](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_low-cost_airlines)
10. <http://www.amadeus.com/blog/29/10/infographic-low-cost-carrier-global-seat-capacity/>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4:

### ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ



## 4.1 Ανάλυση PEST

Για να κατανοηθεί περισσότερο η δομή, η λειτουργία και η ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη, θα πρέπει να αναλύσουμε το γενικευμένο περιβάλλον της ή αλλιώς μακρο-περιβάλλον. Το μακρο-περιβάλλον περιέχει όλα εκείνα τα στοιχεία που επηρεάζουν την πορεία μιας επιχείρησης. Παρακάτω, ακολουθεί μία ανάλυση του πολιτικού, οικονομικού, κοινωνικού και τεχνολογικού περιβάλλοντος των αεροπορικών εταιριών στην Ευρώπη (PEST Analysis).

### 4.1.1 Πολιτικό περιβάλλον

Στο πολιτικό περιβάλλον περιλαμβάνεται ό, τι έχει να κάνει με την πολιτική κατάσταση που επικρατεί στις χώρες όπου εδρεύουν οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους. Στην Ευρώπη, όλοι οι κανονισμοί της Ε.Ε. αποφασίζονται και θεσπίζονται από κοινού και με δημοκρατικές διαδικασίες από όλα τα κράτη - μέλη της.<sup>1</sup>

Τέτοιοι κανονισμοί είναι και αυτοί που αναφέρθηκαν νωρίτερα και αφορούν την άρση των περιοριστικών ρυθμίσεων. Με την άρση των περιορισμών στον εναέριο χώρο, όλα τα κράτη - μέλη και οι αεροπορικές εταιρίες τους διέπονται από τους ίδιους κανονισμούς και έχουν τις ίδιες ελευθερίες. Επιπρόσθετα, με αυτού του είδους την ενότητα, η μία χώρα επηρεάζεται από την άλλη από την εκάστοτε υφιστάμενη πολιτική κατάσταση που επικρατεί. Για παράδειγμα, το τρομοκρατικό χτύπημα στις Η.Π.Α. την 11<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου 2001, λειτούργησε σαν φαινόμενο ντόμινο και επηρέασε όχι μόνο τις εναέριες μεταφορές στην Αμερική αλλά και σε όλο τον κόσμο. Πιο πρόσφατα, η οικονομική ύφεση στην Ευρώπη οδήγησε σε πολιτική αστάθεια πολλές χώρες και υπήρξε μία από κοινού προσπάθεια της Ε.Ε. να δώσει λύσεις για σταθερότητα. Αυτή η πολιτική αστάθεια επηρέαζε και συνεχίζει να ανησυχεί όχι μόνο τις πάσχουσες χώρες αλλά όλη την Ευρώπη και αφορά ένα ευρύ φάσμα κλάδων και τομέων.

---

<sup>1</sup> [http://europa.eu/eu-law/decision-making/procedures/index\\_el.htm](http://europa.eu/eu-law/decision-making/procedures/index_el.htm)

#### 4.1.2 Οικονομικό περιβάλλον

Το οικονομικό περιβάλλον αναφέρεται στην οικονομική ζωή μιας κοινότητας (Ευρωπαϊκή Ένωση) και έχει να κάνει με στοιχεία όπως το επιτόκιο, το δανεισμό, την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών και γενικότερα την οικονομική ζωή και ανάπτυξη αυτής της κοινότητας.

Το βασικότερο στοιχείο που έχει επηρεάσει την Ευρώπη σε όλους τους τομείς είναι η χρήση ενός ενιαίου νομίσματος μεταξύ των χωρών της ευρωζώνης. Το ευρώ έχει επιφέρει πολλές αλλαγές και έχει επηρεάσει θετικά τις συναλλαγές μεταξύ των χωρών. Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο του οικονομικού περιβάλλοντος που απασχολεί την ευρωπαϊκή κοινότητα τα τελευταία χρόνια είναι η οικονομική κρίση στην οποία βρίσκεται. Η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών μειώνεται ενώ άλλα αυξάνονται όπως είναι η τιμή του πετρελαίου. Ωστόσο, πέρα από την οικονομική ύφεση, υπάρχουν και θετικά στοιχεία όπως είναι ο δείκτης πληθωρισμού ο οποίος τα τελευταία χρόνια ακολουθεί πτωτική πορεία. Σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, το Σεπτέμβριο του 2014 ο δείκτης πληθωρισμού έπεσε στο 0,3% από το 1,1% που ήταν ένα έτος πριν, το Σεπτέμβριο του 2013.<sup>1</sup> Επίσης, σημαντικό θέμα είναι και ο προϋπολογισμός που ψηφίζεται ανά επταετία. Την περίοδο 2007-2013, ο προϋπολογισμός για χρηματοδοτήσεις όσον αφορά σε θέματα ανταγωνιστικότητας, ανάπτυξης και εργασίας έφτασε συνολικά στο ποσό των 446.789 εκατομμυρίων ευρώ<sup>2</sup> ενώ για την περίοδο 2014-2020 έφτασε τα 450.763 εκατομμύρια ευρώ.<sup>3</sup> Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι ο ετήσιος προϋπολογισμός της Ε.Ε. που ανέρχεται συνολικά σε 142 δισεκατομμύρια ευρώ, αντιστοιχεί μόλις στο 1% του πλούτου που παράγουν οι οικονομίες της Ε.Ε. ετησίως.<sup>4</sup>

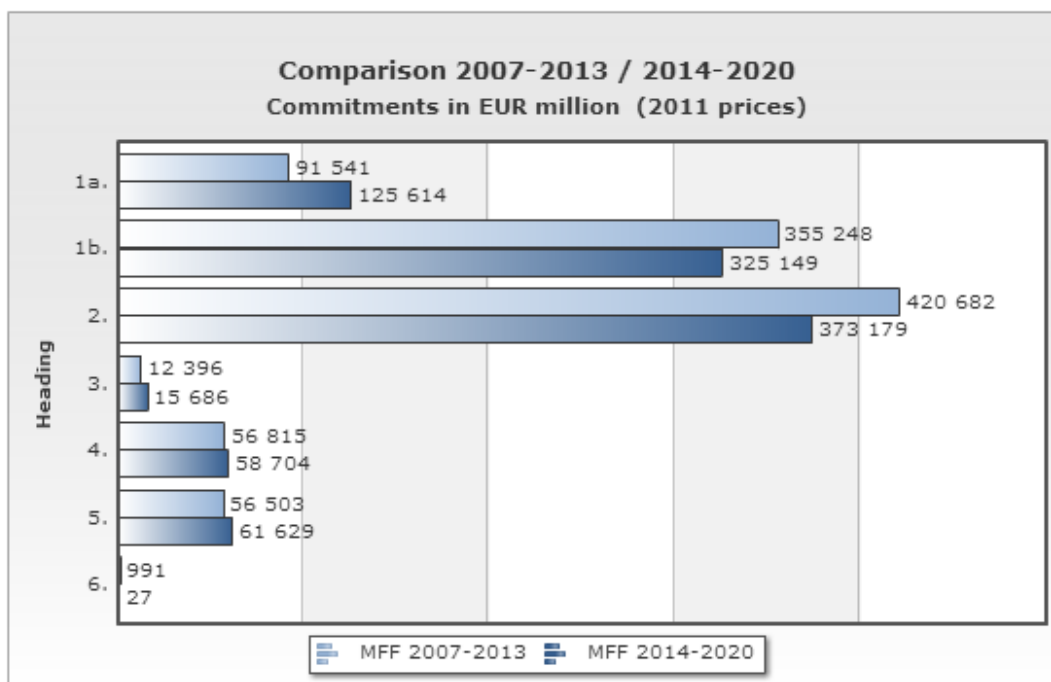
---

<sup>1</sup> <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/5176926/2-30092014-AP-EN.PDF/b85a8539-2496-4317-9887-36e112518095>

<sup>2</sup> [http://ec.europa.eu/budget/figures/fin\\_fw0713/fw0713\\_en.cfm#cf07\\_13](http://ec.europa.eu/budget/figures/fin_fw0713/fw0713_en.cfm#cf07_13)

<sup>3</sup> [http://ec.europa.eu/budget/mff/figures/index\\_en.cfm](http://ec.europa.eu/budget/mff/figures/index_en.cfm)

<sup>4</sup> [http://europa.eu/pol/financ/index\\_el.htm](http://europa.eu/pol/financ/index_el.htm)



**Διάγραμμα 4:** Σύγκριση χρηματοδοτήσεων 2007-2013 και 2014-2020. (1a και 1b αντιστοιχούν στον προϋπολογισμό για χρηματοδοτήσεις σε θέματα ανταγωνιστικότητας, ανάπτυξης και εργασίας.

**Πηγή:** [http://ec.europa.eu/budget/mff/figures/index\\_en.cfm](http://ec.europa.eu/budget/mff/figures/index_en.cfm)

#### 4.1.3 Κοινωνικό περιβάλλον

Το κοινωνικό περιβάλλον έχει να κάνει με κοινωνικά θέματα που επηρεάζουν μία επιχείρηση όπως οι αντιλήψεις των πολιτών, τα δημογραφικά στοιχεία κ.ο.κ. Σε αυτή την κατηγορία θα μπορούσαμε να προσθέσουμε και τα περιβαλλοντολογικά κριτήρια.

Στην Ευρώπη βασικό θέμα όσον αφορά στο κοινωνικό υπόβαθρο είναι το γεγονός ότι πλέον οι αερομεταφορές δεν είναι κάτι καινούριο οπότε είναι λογικό οι ταξιδιώτες να έχουν αποκραυγαλωμένες απόψεις σχετικά με τις απαιτήσεις τους και τη γνώμη τους όσον αφορά τις τιμολογήσεις κάτι που οι αερομεταφορικές εταιρίες πρέπει να λαμβάνουν υπόψη. Ένα άλλο στοιχείο είναι φυσικά αντίληψη πολλών για την ασφάλεια που τους προσφέρει μία αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους. Είναι πολλοί ακόμα οι οποίοι θεωρούν επισφαλές ένα αεροπορικό ταξίδι με άλλη εταιρία πέρα των συμβατικών. Τέλος, η εξάπλωση της νόσου του ιού έμπολα το 2014 έχει μειώσει τα

ταξίδια σε προσβεβλημένες χώρες της Ευρώπης εξαιτίας του φόβου εξάπλωσης της πανδημίας.

Επιπρόσθετα, η ηλικία και το εισόδημα είναι σημαντικά κριτήρια επιλογής ταξιδιού. Τα άτομα που θα ταξιδέψουν πιο συχνά είναι οι νέοι έως 30 ετών ενώ το εισόδημα παίζει μεγάλο ρόλο ως προς την επιλογή της εταιρίας (αν θα είναι κανονική ή χαμηλού κόστους).

Όσον αφορά στον αντίκτυπο που έχουν οι αερομεταφορές στο περιβάλλον οι οποίες κατηγορούνται για μόλυνση της ατμόσφαιρας και επιδείνωση του φαινομένου του θερμοκηπίου λόγω των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα. Αυτό το φαινόμενο έχει επιδεινωθεί με την εξέλιξη των αερομεταφορών και την εμφάνιση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους. Μία έρευνα στο Ηνωμένο Βασίλειο δείχνει ότι από το 1990 οι εκπομπές αερίων από τα αεροπλάνα αυξήθηκε σχεδόν 70% ενώ μόνο το 2004 αυτή αύξηση ήταν στο 11%. Ωστόσο το αρμόδιο τμήμα μεταφορών δεν είχε υπολογίσει και τις εκπομπές αερίων από τις μη προγραμματισμένες πτήσεις κάτι που αυξάνει τις εκτιμήσεις τους. Θεωρούν ότι η αύξηση στα δρομολόγια και στα αερομεταφορικά μέσα θα διπλασιάσει το ρυθμό αύξησης της μόλυνσης. Όλα τα παραπάνω όπως είναι λογικό θα οδηγήσουν τις κυβερνήσεις σε νέα φορολογικά μέτρα όσον αφορά τις αερομεταφορές κάτι που με τη σειρά του θα οδηγήσει σε νέες τιμολογιακές πολιτικές.<sup>1</sup>

#### 4.1.4 Τεχνολογικό περιβάλλον

Τέλος, το τεχνολογικό περιβάλλον αναφέρεται σε οτιδήποτε έχει σχέση με τις εξελίξεις στον τομέα της τεχνολογίας. Η τεχνολογική ανάπτυξη στον τομέα των αερομεταφορών είναι ιδιαίτερα σημαντική καθώς βοηθάει στη βελτίωσή και ανάπτυξή τους. Οι εταιρίες από τη μεριά τους θα πρέπει να είναι συνεχώς σε εγρήγορση και να παρακολουθούν τις διάφορες τεχνολογικές εξελίξεις. Αυτό που κάνει τη διαφορά στην εποχή μας είναι η ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών όπως είναι το λογισμικό των Η/Υ το οποίο χρησιμοποιείται σε πληθώρα εργασιών ιδιαίτερα στον τομέα των μεταφορών.

Ο τομέας των αερομεταφορών δημιουργήθηκε και εξελίχθηκε χάρη στην τεχνολογία. Τα πάντα σε αυτόν τον τομέα έχουν να κάνουν με την τεχνολογία από τις ατράκτους των αεροσκαφών μέχρι τις τεχνολογίες επικοινωνίας που χρησιμοποιούν. Ιδιαίτερα το

<sup>1</sup> <http://www.theguardian.com/environment/2007/jan/05/greenpolitics.theairlineindustry>

διαδίκτυο διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο στις μεταφορές και κατ' επέκταση στον τουρισμό και την παγκοσμιοποίηση. Κάποιος εν δυνάμει ταξιδιώτης θα χρησιμοποιήσει το διαδίκτυο για να πληροφορηθεί για τον προορισμό στον οποίο θέλει να ταξιδέψει, για το πώς θα ταξιδέψει, να συγκρίνει τιμές και να αγοράσει μεταφορικά εισιτήρια. Οι ίδιες αεροπορικές εταιρίες επίσης χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για να προωθηθούν. Ιδιαίτερα οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους χρησιμοποιούν εξ' ολοκλήρου το διαδίκτυο σε όλες σχεδόν τις υπηρεσίες τους. Κατασκευάζουν ιστοσελίδες πληροφόρησης, διαφήμισης και κράτησης θέσεων. Τέλος, χάρη στην τεχνολογία έχουν δημιουργηθεί και τα συστήματα GDS (Global Distribution System) που ευνοούν και διευκολύνουν την κράτηση εισιτηρίων.

#### 4.2 Στρατηγικές και μάρκετινγκ των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους

Όπως έχει αναφερθεί και πιο πάνω, οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, σε αντίθεση με τις συμβατικές, δεν αντιμετώπισαν κάποιου είδους κρίση μετά το 2000. Αντιθέτως, άρχισαν να επεκτείνονται και να γίνονται όλο και πιο γνωστές οι ήδη υπάρχουσες, ενώ ξεκίνησαν να κάνουν την εμφάνισή τους και πολλές καινούριες (startups). Γι' αυτό το λόγο εντάθηκε ο ανταγωνισμός όχι μόνο μεταξύ συμβατικών και χαμηλού κόστους εταιριών αλλά και μεταξύ των ίδιων των αερογραμμών χαμηλού κόστους για το ποια θα επικρατήσει στην αγορά.

Η στρατηγική που ακολουθούν τέτοιες εταιρίες είναι η εστίαση με βάση το κόστος. Για να καταφέρουν να επιτύχουν τους στόχους τους και την επιβίωσή τους στον ανταγωνιστικό κόσμο των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, πρέπει πρώτα απ' όλα:

- να καταφέρουν να υιοθετήσουν τα χαμηλά κόστη που θα τους επιτρέψουν την προώθηση των ναύλων χαμηλού κόστους και
- να δημιουργήσουν και να χρησιμοποιήσουν σωστό μάρκετινγκ που θα προσελκύσει πελάτες.

Από την άλλη, πολλές μικρές εταιρίες, επιλέγουν να συγχωνευτούν με μεγαλύτερες παρά να τις ανταγωνίζονται καθώς μόνο έτσι θα καταφέρουν να επιβιώσουν.

Όσον αφορά στις ήδη μεγάλες και καταξιωμένες αεροπορικές εταιρίες, ο κίνδυνος δεν εξαλείφεται ποτέ και είναι πάντα επισφαλής η πορεία τους ακόμα και αν αυτή η πιθανότητα είναι σε πολύ μικρό ποσοστό. Γι' αυτό το λόγο, πολλές μεγάλες αερογραμμές, ακολουθούν τις συγκεκριμένες στρατηγικές:

- αντεπιτίθενται δυναμικά στις νεοεισερχόμενες εταιρίες για να τις αποτρέψουν από το να γίνουν μακροπρόθεσμα αρκετά μεγάλες και υπολογίσιμες ανταγωνίστριές τους,
- προσπαθούν να μειώσουν τον μεταξύ τους ανταγωνισμό, επιλέγοντας διαφορετικά αεροδρόμια ή διαφορετικές point-to-point διαδρομές.<sup>1</sup>

Όσον αφορά στο marketing των εταιριών αυτών ακολουθούν μία συνηθισμένη πολιτική γνωστή ως Yield Management. Στην αρχή προσφέρουν εισιτήρια σε χαμηλή τιμή και σταδιακά τα ακριβαίνουν. Όσο αυξάνεται δηλαδή η πληρότητα του αεροπλάνου, τόσο αυξάνονται και οι τιμές των εισιτηρίων οδηγώντας τους επιβάτες να προμηθεύονται έγκαιρα τα εισιτήριά τους. Στην περίπτωση όμως που δεν υπάρχει ζήτηση και η μέρα αναχώρησης πλησιάζει, τότε οι εταιρίες ρίχνουν τις τιμές. Επιπρόσθετα, σε περίοδο εορτών ή γενικότερα σε περιόδους μεγάλης αιχμής, οι φθηνές θέσεις είναι λιγότερες. Αυτό συμβαίνει διότι αυτό που ενδιαφέρει τις εταιρίες αυτές είναι να έχουν πληρότητα στα αεροσκάφη τους.

Επίσης, όσον αφορά στο παραπάνω θέμα της πληρότητας, το γεγονός ότι οι ταξιδιώτες πληρώνουν προκαταβολικά τα εισιτήριά τους μέσω της πιστωτικής τους κάρτας, καθιστά πολύ δύσκολο να αλλάξει μία κράτηση (εκτός ελαχίστων περιπτώσεων) και δεν ακυρώνεται άρα μειώνεται ο αριθμός των ατόμων που δε θα εμφανιστούν στην πτήση (no show).

Τέλος, οι συγκεκριμένες εταιρίες συμβαδίζουν με την εξέλιξη της τεχνολογίας: αξιοποιούν στο έπακρο όσα προσφέρει η τεχνολογία καθώς σχεδόν τα πάντα έχουν άμεση σχέση με αυτή και είναι φυσικά και η πιο οικονομική λύση σε πολλά πράγματα, από τη διαφήμιση του προϊόντος τους, την πληροφόρηση, την κράτηση και διανομή αεροπορικών θέσεων μέχρι και τη δημιουργία πιστών πελατών αντλώντας πληροφορίες γι' αυτούς και τις προτιμήσεις τους χάρη στο σύστημα CRM (Customer

---

<sup>1</sup> Rigas Doganis, ό.π.

Relation Management) το οποίο βοηθάει και στην αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών και θα αναλυθεί εκτενέστερα παρακάτω.<sup>1</sup>

### 4.3 Ποιότητα Υπηρεσιών

Η ποιότητα των υπηρεσιών μιας αεροπορικής εταιρίας μπορεί να αξιολογηθεί αναλύοντας στοιχεία που αντλούνται από τρεις διαφορετικές οπτικές γωνίες:

- Από την οπτική γωνία των αεροπορικών εταιριών.
- Από την οπτική γωνία των αποδεκτών των υπηρεσιών· δηλαδή των επιβατών που θα επιλέξουν την εκάστοτε αερογραμμή ανάλογα με τις προτιμήσεις και ανάγκες τους.
- Από την οπτική γωνία της κοινωνίας. Αυτό έχει να κάνει με τα οφέλη που απολαμβάνει μία κοινωνία από τη λειτουργία μιας αεροπορικής εταιρίας (π.χ. αύξηση τουρισμού) ή ακόμα και από τη ζημιά που ίσως προκαλέσει (π.χ. κλείσιμο άλλων αερογραμμών → ανεργία).

Επιπλέον, η ποιότητα των υπηρεσιών σε μία αεροπορική εταιρία έχει δύο διαστάσεις, την εξωτερική και την εσωτερική. Το πρώτο πράγμα που θα παρατηρήσει κάποιος και θα κάνει αυτόματα έναν συλλογισμό σχετικά με τις προσφερόμενες υπηρεσίες, είναι φυσικά το μέγεθος· το μέγεθος του στόλου, η χωρητικότητα του κάθε αεροσκάφους χωριστά καθώς και η ηλικία των αεροσκαφών. Όσον αφορά στη χωρητικότητα, βασικό ρόλο κατέχει και ο αριθμός του απασχολούμενου προσωπικού και των συνεργαζόμενων πρακτορείων και tour operators όπως επίσης και τα συνεργαζόμενα αεροδρόμια. Τέλος, από τους πιο σημαντικούς παράγοντες είναι η συνέπεια και η σταθερότητα. Έχει μεγάλο θετικό αντίκτυπο στον επιβάτη μία εταιρία να καταφέρει να του προσφέρει όσα έχει υποσχεθεί. Από την ακρίβεια στις αναχωρήσεις μέχρι την ασφάλεια, τόσο τη δική του όσο και των αποσκευών του. Όλα τα παραπάνω υπάγονται στα εξωτερικά χαρακτηριστικά της ποιότητας των υπηρεσιών. Εξίσου σημαντική όμως είναι και η εσωτερική διάσταση.

---

<sup>1</sup> L. Moreno-Izquierdo, A. Ramon-Rodriguez, J. Perles Ribes, 2015, The impact of the internet on the pricing strategies of the European low cost airlines, European Journal of Operational Research 246, Elsevier, σελ. 651-652

Ενώ τα εξωτερικά χαρακτηριστικά είχαν να κάνουν με την πρώτη εντύπωση που δημιουργείται στον επιβάτη από την επαφή του με μία αεροπορική εταιρία, τα εσωτερικά χαρακτηριστικά γίνονται αντιληπτά κατά τη διάρκεια του ταξιδιού, όταν επιτέλους έρχεται σε επαφή με το ανθρώπινο δυναμικό της εκάστοτε εταιρίας. Τέτοια χαρακτηριστικά είναι φυσικά η συμπεριφορά του προσωπικού - αν είναι ευγενικοί και φιλικοί -, αν ενδιαφέρονται για τους επιβάτες, αν είναι εξυπηρετικοί απέναντί τους και αν τα καταφέρνουν σε προβληματικές καταστάσεις όπως είναι οι καθυστερήσεις ή οι κρατήσεις πάνω απ' το κανονικό (overbooking). Στα εσωτερικά χαρακτηριστικά υπάγονται και οι υπηρεσίες κατά τη διάρκεια της πτήσης. Εκτός από το προσωπικό (αεροσυνοδοί), η καθαριότητα της ατράκτου, η προσφορά ποτών και φαγητών, η πολιτική για το κάπνισμα καθώς και η πολιτική για παιδιά που ταξιδεύουν μόνα τους ή άτομα με ειδικές ανάγκες (ΑΜΕΑ).<sup>1</sup>

Θα πρέπει να σημειωθεί εδώ ότι σε περίπτωση ανεπαρκούς εξυπηρέτησης, τα επίπεδα δυσαρέσκειας δε θα είναι τόσο υψηλά όσο θα ήταν για μία κανονική αεροπορική εταιρία κάτι που οφείλεται στο ύψος των προσδοκιών που έχουν οι επιβάτες -όταν κάποιος προμηθεύεται ένα ακριβό εισιτήριο έχει και τις ανάλογες απαιτήσεις- και πολλές φορές μπορεί να μην υπάρξουν καν παράπονα (συνήθως οι εταιρίες χαμηλού κόστους παραλείπουν να ενημερώσουν το κοινό πού μπορεί να κάνει τα παράπονά του -όχι μόνο στην ίδια την εταιρία αλλά και στο τμήμα μεταφορών-).<sup>2</sup> Από την άλλη όμως, αν τελικά οι επιβάτες μιας πτήσης χαμηλού κόστους καταλήξουν να παραπονεθούν, αυτά τα παράπονα και η δυσαρέσκεια των επιβατών θα επηρεάσουν περισσότερο οικονομικές και μη επιδόσεις όπως τα έσοδα, τη φήμη της εταιρίας, θα αυξηθεί το άγχος στο προσωπικό της εταιρίας και η λεκτική δυσφήμιση θα οδηγήσει σε μείωση του πιστού πελατολογίου.<sup>3</sup>

#### 4.4 Μελλοντική πορεία των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους

Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, αν και διαθέτουν πολλούς προορισμούς, μειονεκτούν στο γεγονός ότι κάποιες από τις αγορές στις οποίες λειτουργούν δεν είναι

---

<sup>1</sup> Milan Janic, 2000, Transportation Studies Volume 16, Air Transport System Analysis And Modelling. Capacity, Quality of Services and Economics

<sup>2</sup> Michael D. Wittman, 2014, Are low-cost carrier passengers less likely to complain about service quality?, Journal of Air Transport Management 35, Elsevier, σελ. 64-71

<sup>3</sup> Raphael K. Akamavi, Elsayed Mohamed, Katharina Pellmann, Yue Xu, ό.π., σελ.533-534



ενωμένες. Πρέπει να προσπαθήσουν να συνδέσουν τις διάφορες αγορές, να ενώσουν δηλαδή τα αεροδρόμια που ήδη εξυπηρετούν μεταξύ τους, δημιουργώντας νέες διαδρομές. Με αυτό τον τρόπο, θα μειώσουν και την απώλεια εν δυνάμει πελατών τους καθώς το παραπάνω είναι ένας αποτρεπτικός παράγοντας για να ταξιδέψουν με μία χαμηλού κόστους αεροπορική εταιρία επειδή δε μπορούν να βρουν εύκολα ανταποκρίσεις για τον τελικό τους προορισμό από ένα δευτερεύον αεροδρόμιο. Το παραπάνω φυσικά αφορά περισσότερο τα επαγγελματικά ταξίδια καθώς σε αυτά απαιτείται ακρίβεια. Κάποιος που ξεκινά για ταξίδι διακοπών δεν ενδιαφέρεται τόσο πολύ για το χρόνο που θα χρειαστεί μέχρι να φτάσει στον προορισμό του ή για το πόσο κοντά ή μακριά θα είναι.

Επιπλέον, οι συγκεκριμένες εταιρίες για να αυξήσουν τα κέρδη τους, τείνουν να αντικαταστήσουν τους ανθρώπους - υπαλλήλους τους με το διαδίκτυο. Για να γίνει όμως αυτό, οι εταιρίες πρέπει να γνωρίζουν πολύ καλά τους πελάτες τους, τις ανάγκες τους και τις προτιμήσεις τους. Γι' αυτό το λόγο, θα πρέπει να έχουν τα προφίλ των πελατών τους ενημερωμένα, όχι μόνο με τα βασικά στοιχεία τους αλλά και με επιπλέον πληροφορίες όπως τις προτιμήσεις τους και το πλάνο των ταξιδιών τους έτσι ώστε όταν ο πελάτης θα μπαίνει να κάνει μια κράτηση να εμφανίζονται σε αυτόν όλες οι επιλογές που θα μπορούσαν να τον ενδιαφέρουν. Το παραπάνω είναι εφικτό μέσω της πλατφόρμας CRM (Customer Relation Management)· όπου η ουσία του CRM δεν είναι μόνο να πουλήσει παραπάνω αλλά να προσφέρει περισσότερες και καλύτερες επιλογές και υπηρεσίες στον πελάτη, υπηρεσίες που να ταιριάζουν αποκλειστικά σε αυτόν.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. Doganis Rigas, 2006, The airline business, Second edition, published by Routledge
2. Janic Milan, 2000, Transportation Studies Volume 16, Air Transport System Analysis And Modelling. Capacity, Quality of Services and Economics, Gordon and Breach Science Publishers
3. Raphael K. Akamavi, Elsayed Mohamed, Katharina Pellmann, Yue Xu, 2015, Key determinants of passenger loyalty in the low-cost airline business, Tourism Management 46, Elsevier
4. L. Moreno-Izquierdo, A. Ramon-Rodriguez, J. Perles Ribes, 2015, The impact of the internet on the pricing strategies of the European low cost airlines, European Journal of Operational Research 246, Elsevier
5. Michael D. Wittman, 2014, Are low-cost carrier passengers less likely to complain about service quality?, Journal of Air Transport Management 35, Elsevier
6. [http://europa.eu/eu-law/decision-making/procedures/index\\_el.htm](http://europa.eu/eu-law/decision-making/procedures/index_el.htm)
7. <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/5176926/2-30092014-AP-EN.PDF/b85a8539-2496-4317-9887-36e112518095>
8. [http://ec.europa.eu/budget/figures/fin\\_fwk0713/fwk0713\\_en.cfm#cf07\\_13](http://ec.europa.eu/budget/figures/fin_fwk0713/fwk0713_en.cfm#cf07_13)
9. [http://ec.europa.eu/budget/mff/figures/index\\_en.cfm](http://ec.europa.eu/budget/mff/figures/index_en.cfm)
10. [http://europa.eu/pol/financ/index\\_el.htm](http://europa.eu/pol/financ/index_el.htm)
11. <http://www.theguardian.com/environment/2007/jan/05/greenpolitics.theairlineindustry>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5:  
ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΣΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

## 5.1 Ασφάλεια

Το αεροπλάνο θεωρείται ένα από τα ασφαλέστερα μέσα μεταφοράς σε σχέση με τα υπόλοιπα. Παρ' όλα αυτά οι απόψεις δίστανται ιδιαίτερα όταν στη συζήτηση μπαίνουν και οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους. Πολλοί πιστεύουν ότι οι αεροπορικές εταιρίες προσπαθούν να μειώσουν τα λειτουργικά τους έξοδα μειώνοντας το κόστος συντήρησης, επισκευών και εκπαίδευσης του προσωπικού τους. Κάτι τέτοιο όμως, δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Η αλήθεια είναι πως σε πολλά ατυχήματα η αιτία ήταν λανθασμένοι χειρισμοί του αεροσκάφους από τους εκάστοτε πιλότους αλλά δεν υπάρχουν ενδείξεις ως τώρα ότι αυτά τα ατυχήματα προκαλούνται από αεροσκάφη εταιριών χαμηλού κόστους.

## 5.2 Αεροπορικά ατυχήματα τελευταίας δεκαετίας

Την τελευταία δεκαετία, από το 2005 έως και το 2014, τα αεροπορικά ατυχήματα έχουν πτωτική πορεία. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται συνοπτικά τα ατυχήματα αεροσκαφών κατά την τελευταία δεκαετία. Πιο συγκεκριμένα, στη δεύτερη στήλη, είναι καταγεγραμμένα όλα τα αεροπορικά ατυχήματα, ακόμα κι εκείνα που δεν είχαν κανένα τραυματισμό (π.χ. ανώμαλη απογείωση/προσγείωση, πρόβλημα στους τροχούς, αεροπειρατεία κ.ά.). Επίσης, περιλαμβάνονται τα ατυχήματα με αεροσκάφη παντός τύπου· για παράδειγμα αεροσκάφη που ανήκαν στην κατηγορία των αεροσκαφών πολιτικής αεροπορίας, στρατιωτικής, πυρόσβεσης, ελικοφόρων, ιδιωτικά αεροσκάφη κ.ά. Στην τρίτη στήλη, είναι καταγεγραμμένα όλα τα ατυχήματα με αεροσκάφος (παντός τύπου) όπου είχαν τουλάχιστον έναν νεκρό. Η τέταρτη στήλη, περιλαμβάνει τα πολύνεκρα αεροπορικά δυστυχήματα επιβατικών αεροσκαφών (άνω των πενήντα (50) νεκρών/ατύχημα) ακόμα και τα ατυχήματα που προκλήθηκαν από εξωτερικούς παράγοντες (βολές αντιαεροπορικών όπλων από το έδαφος -περίπτωση αεροσκάφους των Malaysia Airlines που εκτελούσε πτήση πάνω από την Ουκρανία καθώς και συγκρούσεις οδικών οχημάτων με σταθμευμένα αεροσκάφη-) ενώ στην παρένθεση αναγράφεται ο συνολικός αριθμός των αποθανόντων. Στην πέμπτη στήλη αναγράφεται ο συνολικός αριθμός θυμάτων/έτος από αεροσκάφη παντός τύπου και στην τελευταία στήλη αναγράφεται ο αριθμός των αεροσκαφών χαμηλού κόστους που προκάλεσαν θανατηφόρο δυστύχημα.

**Πίνακας 10:** Συγκεντρωτικός πίνακας αεροπορικών ατυχημάτων της τελευταίας δεκαετίας (2005 - 2014)

Έτος	Γενικό σύνολο ατυχημάτων	Ατυχήματα με τουλάχιστον 1 νεκρό	Πολύνεκρα αεροπορικά δυστυχήματα (>50) (επιβατικά αεροπλάνα)	Συνολικά θύματα	Αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους
2005	197	66	8 (875)	1.351	2
2006	197	67	5 (658)	1.198	1
2007	195	56	5 (562)	909	2
2008	185	60	3 (307)	778	-
2009	183	60	5 (697)	1.019	-
2010	168	51	6 (667)	735	-
2011	143	53	3 (234)	712	-
2012	149	48	2 (290)	693	-
2013	172	56	1 (50)	355	-
2014	154	50	5 (891)	1.218	1

Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας 2005 - 2014, μόνο 6 αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους είχαν ατύχημα με θύματα:

- Στις 14/8/2005 η εταιρία Helios Airways (121 νεκροί), της οποίας το αεροσκάφος προσέκρουσε σε λόφο εξαιτίας λάθους χειρισμών των πιλότων οι οποίοι έφεραν σε κατάσταση υποξίας όλο το πλήρωμα.
- Στις 5/9/2005 η εταιρία Mandala Airlines (149 νεκροί), της οποίας το αεροσκάφος καταστράφηκε κατά την απογείωση εξαιτίας λανθασμένου

χειρισμού και απώλειας ελέγχου. 49 άτομα εκ των θυμάτων βρίσκονταν στο έδαφος.

- Στις 29/9/2006 η εταιρία Gol Transportes Aéreos (154 νεκροί), της οποίας το αεροσκάφος συγκρούστηκε στον αέρα με ένα άλλο εξαιτίας προβλημάτων που υπήρχαν στην επικοινωνία με τον πύργο ελέγχου.
- Την 1/1/2007 η εταιρία AdamAir (102 νεκροί), της οποίας το αεροσκάφος καταστράφηκε εξαιτίας κακών καιρικών συνθηκών και λάθος χειρισμών που οφείλονταν στην ελλιπή εκπαίδευση των κυβερνητών του αεροπλάνου και του πληρώματος της πτήσης.
- Στις 16/9/2007 η εταιρία One-Two-Go Airlines (90 νεκροί), της οποίας το αεροσκάφος καταστράφηκε κατά την προσγείωση επειδή βγήκε έξω από τον διάδρομο προσγείωσης. Αυτό οφειλόταν σε ξαφνική αλλαγή των καιρικών συνθηκών κάτι που παρ' όλα αυτά, θα μπορούσε να έχει αποφευχθεί αν το πλήρωμα της πτήσης ήταν άρτια εκπαιδευμένο, ξεκούραστο και χωρίς άγχος.
- Στις 28/12/2014 η εταιρία Indonesia AirAsia (162 νεκροί), της οποίας το αεροσκάφος λόγω άσχημων καιρικών συνθηκών ζήτησε ν' αλλάξει πορεία και ν' ανέβει πιο ψηλά για ν' αποφύγει την κακοκαιρία κάτι που δεν ήταν εφικτό λόγω κίνησης στον εναέριο χώρο. Έπειτα από λίγο, το αεροσκάφος χάθηκε από τα ραντάρ. Σύμφωνα με τα στοιχεία που συνέλλεξαν από το μαύρο κουτί, το αεροσκάφος τελικά είχε ανέβει πιο ψηλά με ιδιαίτερα υψηλή ταχύτητα (τρεις φορές πάνω από το επιτρεπόμενο) και στην κάθοδο προσέκρουσε στη θάλασσα. Δύο ημέρες μετά εμφανίστηκαν στη θάλασσα τα σώματα των επιβατών και κομμάτια από τα συντρίμια του αεροπλάνου.

Όσον αφορά το 2014, υπήρξαν τέσσερα 4 τραγικά αεροπορικά δυστυχήματα με πάνω από 100 νεκρούς. Στις 8/3/2014 η εταιρία Malaysian Airlines (239 νεκροί) της οποίας το αεροσκάφος, μέχρι και την ώρα ολοκλήρωσης της διπλωματικής εργασίας, αγνοείται, στις 17/7/2014 πάλι η εταιρία Malaysian Airlines (298 νεκροί) της οποίας το αεροσκάφος καταρρίφθηκε από το έδαφος (εξαιτίας του πολέμου στην Ουκρανία), στις 24/7/2014 η εταιρία Air Algerie (116 νεκροί). Και στις 28/12/2014 η εταιρία Indonesia AirAsia (162 νεκροί). Από αυτές τις εταιρίες, μόνο η τελευταία ήταν χαμηλού κόστους.

Τα αεροπορικά δυστυχήματα, τουλάχιστον της τελευταίας δεκαετίας, οφείλονται κυρίως σε:

- άσχημες καιρικές συνθήκες σε συνδυασμό με
- λάθος χειρισμούς

Στα παραπάνω έρχονται να προστεθούν:

- οι λάθος εκτιμήσεις των καταστάσεων από τη μεριά των πιλότων
- τα προβλήματα επικοινωνίας ή η λάθος συνεννόηση μεταξύ του πιλότου και του πύργου ελέγχου
- η ελλιπής εκπαίδευση του πληρώματος πτήσης τόσο σε περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης όσο και στην καταπολέμηση του στρες
- η κούραση

### 5.2.1 Η υπόθεση της Helios Airways

Το δυστύχημα της κυπριακής αεροπορικής εταιρίας χαμηλού κόστους, Helios Airways, συγκλόνισε τον κόσμο στις 14/8/2005. Η απόφαση του ποινικού τμήματος του Αρείου Πάγου στις 16/7/2013 με αριθμό 1015/2013 ΑΠ, ήταν «*ανθρωποκτονία εξ αμελείας δια παραλείψεως, κατά συρροή*»: από το δικαστήριο καταδικάστηκαν ο Διευθύνοντας Σύμβουλος της αεροπορικής εταιρίας, ο Διευθυντής Πτητικής Εκμετάλλευσης - Διευθυντής Εκπαίδευσης των ιπτάμενων πληρωμάτων της αεροπορικής εταιρίας και ο Αρχιχειριστής των ιπτάμενων πληρωμάτων της αεροπορικής εταιρίας.

Σύμφωνα με τα πρακτικά του Δικαστηρίου, στις 14/8/2005 στις 06:07 το πρωί, το επιβατικό αεροσκάφος με 115 επιβάτες και 6 μέλη πληρώματος ξεκίνησε την προγραμματισμένη πτήση του από το αεροδρόμιο της Λάρνακας Κύπρου για την Πράγα Τσεχίας, μέσω του αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος» στα Σπάτα Αττικής. Στις 06:12, ενώ το αεροσκάφος βρισκόταν σε ύψος 12.040 ποδιών ήχησε το προειδοποιητικό σήμα ύψους θαλάμου. Πρόκειται για μία δυνατή σειρήνα διακεκομμένου ήχου που ηχεί σε δύο περιπτώσεις: όταν το αεροσκάφος τροχιοδρομεί στο έδαφος για να υπενθυμίσει στο πλήρωμα ότι κάποια ενέργεια δεν έχει γίνει

σύμφωνα με τη λίστα ελέγχου για την απογείωση ή όταν κατά τη διάρκεια της πτήσης υπάρχει έλλειψη οξυγόνου στην καμπίνα του αεροπλάνου. Στην περίπτωση της Helios Airways, αφού το αεροσκάφος βρισκόταν ήδη στα 12.040 πόδια, ο ήχος της σειρήνας σήμαινε αποκλειστικά πρόβλημα στο σύστημα συμπίεσης αέρα. Οι πιλότοι το εξέλαβαν ως λανθασμένη προειδοποιητική σειρήνα για την απογείωση -μοιραίο λάθος για έναν άρτια εκπαιδευμένο πιλότο. Οι κυβερνήτες του αεροσκάφους σε αυτή την περίπτωση θα έπρεπε να φορέσουν τις μάσκες οξυγόνου (που δεν πέφτουν μόνες τους όπως στο θάλαμο επιβατών αλλά τις τραβούν οι ίδιοι), να κατέβουν στα 10.000 πόδια, να απενεργοποιήσουν τον αυτόματο πιλότο και να ελέγξουν χειροκίνητα το σύστημα συμπίεσης. Αντίθετα όμως, οι πιλότοι ανέφεραν λανθασμένο προειδοποιητικό σήμα απογείωσης και πρόβλημα στο εναλλακτικό σύστημα ψύξης εξοπλισμού και συνέχισαν να παίρνουν ύψος μέχρι τα 34.000 πόδια. Κατά τη διάρκεια της συνομιλίας έπεσαν και οι μάσκες οξυγόνου των επιβατών τις οποίες εκείνοι φόρεσαν. Το οξυγόνο στην καμπίνα αλλά και στις μάσκες τελείωσε, όλοι οι επιβαίνοντες έχασαν τις αισθήσεις τους και διακόπηκε η επικοινωνία με το κέντρο επιχειρήσεων. Το αεροπλάνο έφτασε πάνω από το αεροδρόμιο της Αθήνας «Ελευθέριος Βενιζέλος» και έκανε κύκλους εφόσον δεν υπήρχε κάποιος να το προσγειώσει. Κάποια στιγμή τελείωσαν τα καύσιμα και άρχισαν να σβήνουν οι κινητήρες· στις 08:23 το αεροσκάφος αναχαιτίστηκε από δύο αεροπλάνα F-16 της ελληνικής πολεμικής αεροπορίας. (Τα F-16 είχαν οπτική επαφή με τη πτήση κατά τη διάρκεια της κράτησης στα 34.000 πόδια όπου οι χειριστές τους ανέφεραν ότι η θέση του πρώτου κυβερνήτη ήταν κενή (κάτι που είναι αντίθετο στην τυπική διαδικασία λειτουργίας) ενώ ο συγκυβερνήτης ήταν πεσμένος πάνω στο χειριστήριο χωρίς μάσκα οξυγόνου. Επιπλέον, παρατήρησαν τον φροντιστή της καμπίνας επιβατών να εισέρχεται στο θάλαμο διακυβέρνησης να κάθεται στη θέση του κυβερνήτη, να φορά τα ακουστικά και να απλώνει τα χέρια του στον πίνακα οργάνων. Αυτός ήταν το άτομο που κατάφερε να εκπέμψει κλήση κινδύνου λίγο πριν χάσει και αυτός τις αισθήσεις του). Στις 12:04 το αεροσκάφος προσέκρουσε σε λόφο στην περιοχή του Γραμματικού Αττικής. Όλοι οι επιβάτες και τα μέλη του πληρώματος, οι οποίοι μέχρι τότε είχαν καρδιακή και αναπνευστική λειτουργία, είχαν όμως χάσει τις αισθήσεις τους λόγω της υποξίας, θανατώθηκαν από τις βαριές σωματικές κακώσεις που υπέστησαν κατά την πρόσκρουση του αεροσκάφους στο έδαφος.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του δικαστηρίου, το ατύχημα προκλήθηκε επειδή ο κυβερνήτης και ο συγκυβερνήτης δεν ακολούθησαν τις τυποποιημένες διαδικασίες λειτουργίας και ελέγχου οι οποίες είναι απαραίτητες για μία ασφαλή πτήση· δεν έκαναν σωστά τρεις φορές τον κατάλογο ελέγχου πριν την απογείωση, δεν έλεγξαν τα όργανα μετρήσεων στον πίνακα χειρισμού, αγνόησαν την προειδοποιητική σειρήνα και δεν



αντιλήφθηκαν τη φωτεινή ένδειξη προβλήματος. Επιπρόσθετα, απέτυχαν να συνεργαστούν μεταξύ τους και αντίθετα από τους κανονισμούς, ο κυβερνήτης σηκώθηκε από το κάθισμά του. Όσον αφορά το πλήρωμα του θαλάμου επιβατών, δεν προέβησαν σε καμία ενέργεια ακόμα και όταν είδαν το αεροσκάφος να συνεχίζει να ανεβαίνει όταν έπεσαν οι μάσκες οξυγόνου, ενώ θα έπρεπε να κατεβαίνει και δε συνεργάστηκαν ούτε μεταξύ τους αλλά ούτε και με τους πιλότους.

Σε αντίθεση με τα συνήθη φαινόμενα πρόκλησης αεροπορικών δυστυχημάτων όπως είναι η κόπωση, στην περίπτωση της Helios Airways αυτό δεν ισχύει καθώς οι κυβερνήτες ήταν ξεκούραστοι αλλά ήταν ανεπαρκείς και δεν βελτιώνονταν καθόλου όσον αφορά στους ελέγχους. Επίσης, δεν υπήρχε κανένα τεχνικό πρόβλημα στο αεροσκάφος. Ό,τι προβλήματα είχαν παρουσιαστεί στο παρελθόν είχαν ελεγχθεί και διορθωθεί συμπεριλαμβανομένου και ενός προβλήματος αποσυμπίεσης. Στις 16/12/2004, είχε παρουσιαστεί πάλι πρόβλημα αποσυμπίεσης το οποίο ο τότε κυβερνήτης είχε επιλύσει καθώς ενήργησε σύμφωνα με τους κανονισμούς -κατέβηκε στα 10.000 πόδια και διόρθωσε χειροκίνητα το πρόβλημα συμπίεσης του αέρα.

Όπως αναφέρθηκε στο δικαστήριο, ο κυβερνήτης ναί μεν ήταν ικανότατος και έμπειρος αλλά παρέκκλινε συστηματικά από τις τυποποιημένες διαδικασίες, έκανε παράτυπους χειρισμούς και δε συνεργαζόταν με τους συναδέλφους του. Επίσης, του είχαν γίνει πολλές φορές παρατηρήσεις χωρίς όμως να συμμορφωθεί ποτέ σε αυτές. Από την άλλη, ο συγκυβερνήτης του αεροσκάφους δεν είχε προαχθεί ποτέ σε κυβερνήτη και στις κατά καιρούς εκπαιδεύσεις του, ήταν πάντα στο όριο και έχριζε βελτίωσης· βιαζόταν στους ελέγχους με αποτέλεσμα να μην τους διεξάγει σωστά ενώ στα ψυχολογικά τεστ είχε κριθεί «ασθενώς ακατάλληλος» διότι έδειχνε άτομο ευφυές, με ανεπτυγμένες διανοητικές ικανότητες που όμως δεν ήταν καλώς δομημένες και έδειχναν ότι κάτω από πίεση δε θα μπορούσε να ανταπεξέλθει. Τέλος, και οι δύο πιλότοι δεν είχαν πρόσφατα εκπαιδευτεί στα συστήματα προειδοποιήσεων του συγκεκριμένου αεροσκάφους και είχαν παραδεχθεί ότι δε μπορούν να συνεργαστούν μεταξύ τους. Οι τρεις ανωτέρω κατηγορούμενοι γνώριζαν τις ελλείψεις των δύο αυτών πιλότων και ότι δεν ήταν σε θέση να πραγματοποιήσουν την πτήση σε καθεστώς πλήρους ασφάλειας· παρ' όλα αυτά επέτρεψαν να πραγματοποιηθεί η πτήση υπό αυτές τις συνθήκες με αποτέλεσμα τον θάνατο 121 ανθρώπων.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Τράπεζα Νομικών Πληροφοριών Νόμος

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. Τράπεζα Νομικών Πληροφοριών Νόμος
2. <http://aviation-safety.net/index.php>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6:

Η ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΜΕ ΤΙΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ  
ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ

## 6.1 Εισαγωγικό

Η Ελλάδα, μία χώρα με ιδιόμορφη μορφολογία εδάφους και πολλά νησιωτικά συμπλέγματα, ήταν κατεχοχήν στραμμένη στη θάλασσα. Γι' αυτό το λόγο οι αερομεταφορές γενικότερα στην Ελλάδα δεν έχουν μακρόχρονη ιστορία καθώς άρχισαν να ιδρύονται και να χρησιμοποιούνται μεταγενέστερα. Επιπλέον, «το περιβάλλον των μεταφορών στην Ελλάδα λειτουργεί μέσα σε πνεύμα κρατισμού κάτι το οποίο προκαλεί αναπτυξιακή καθυστέρηση».<sup>1</sup>

Η πρώτη ελληνική κρατική αεροπορική εταιρία ήταν η «ΙΚΑΡΟΣ» που ιδρύθηκε το 1930, ενώ το 1935 ιδρύεται η πρώτη ιδιωτική αεροπορική εταιρία, η Τ.Α.Ε. - Τεχνικά Αεροπορικά Εκμεταλλεύσεις. Το 1957 ιδρύεται η Ολυμπιακή Αεροπορία (1957-2009) από τον Αριστοτέλη Ωνάση και σκοπό έχει την αποκλειστική εκμετάλλευση των αεροπορικών συγκοινωνιών της Ελλάδας.

## 6.2 Αερομεταφορές χαμηλού κόστους και Ελλάδα

Στην Ελλάδα, μόλις τα τελευταία χρόνια έχουν ξεκινήσει οι επιβάτες να δείχνουν λίγη παραπάνω προτίμηση στις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους. Σε πολλούς παραμένει η αντίληψη πως «ό,τι πληρώνεις παίρνεις!» Θεωρούν πως καταβάλλοντας ένα πολύ χαμηλότερο αντίτιμο για το αεροπορικό τους εισιτήριο (πολλές φορές κάτω από την τιμή κόστους) κάνουν εκπτώσεις και στην ασφάλειά τους.

Επιπλέον, ενώ τα τελευταία χρόνια υπάρχει ενημέρωση σχετικά με τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους και τις πραγματικές διαφορές τους από τις συμβατικές, δεν αποτελούν την πρώτη επιλογή των Ελλήνων, καθώς πολλές φορές αναγκάζονται να πάρουν πολλές και διαφορετικές αερογραμμές για να φτάσουν στον προορισμό τους αντί για μία απευθείας και ας είναι αερογραμμή χαμηλού κόστους. Αυτό συμβαίνει επειδή στην Ελλάδα φιλοξενείται και λειτουργεί μικρός αριθμός τέτοιων εταιριών που περιορίζουν τις επιλογές των ταξιδιωτών.

---

<sup>1</sup> Επιμέλεια έκδοσης: Ε. Σαμπράκος, 1996, 2<sup>η</sup> Ημερίδα 2η Ημερίδα Οικονομικής των Μεταφορών, Ακτοπλοΐα και αερομεταφορές: Ανταγωνισμός και Συμπληρωματικότητα, Πανεπιστήμιο Πειραιώς Τμήμα Ναυτιλιακών Σπουδών

Τέλος, δεν έχει υπάρξει έως τώρα κάποια αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους που να χρησιμοποιεί κάποιο ελληνικό αεροδρόμιο ως έδρα της. Αυτό είναι απολύτως λογικό αν αναλογιστεί κάποιος τα εξής:

- Το θέμα του αεροδρομίου. Η Αθήνα διαθέτει μόνο ένα αεροδρόμιο το οποίο θεωρείται ένα από τα πιο ακριβά, αν όχι το ακριβότερο, για όλες τις αεροπορικές εταιρίες. Με τις προτιμήσεις των αερομεταφορέων χαμηλού κόστους σε δευτερεύοντα ή φθηνά αεροδρόμια, ο αερολιμένας των Αθηνών δε βρίσκεται στη λίστα των προτιμήσεών τους. Σε άρθρο της εφημερίδας «Η Καθημερινή» που είχε δημοσιευθεί στις 4/5/2013 με τίτλο «*Επιδρομή εταιρειών χαμηλού κόστους στο Βενιζέλος*», φαίνεται πως η Ryanair είχε αναφερθεί στο θέμα του αεροδρομίου ζητώντας τρόπους επίλυσης: «...η ιρλανδική Ryanair έχει εξαπολύσει μεγάλη επίθεση κατά του αεροδρομίου «Ελ. Βενιζέλος», ζητώντας τον μηδενισμό των τελών αεροδρομίου για κάθε νέα σύνδεση που θα ανοίξει η εταιρεία από την Αθήνα, προκειμένου να φέρει στη χώρα, όπως υποστηρίζει, 10 εκατομμύρια ταξιδιώτες. Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών (ΔΑΑ) από την πλευρά του απαντά στη Ryanair ότι λειτουργεί σαν κομήτης, ανοιγοκλείνοντας συνδέσεις, χωρίς να επενδύει μακροχρόνια στην αεροπορική αγορά».<sup>1</sup>
- Την απόσταση. Η Ελλάδα αν και βρίσκεται σε κομβικό σημείο όσον αφορά για παράδειγμα εμπορικούς δρόμους καθώς συνδέει Ανατολή με Δύση, δε θεωρείται ελκυστική όσον αφορά την απόστασή της από την υπόλοιπη Ευρώπη. Δε βρίσκεται σε κεντρικό σημείο, απέχει πολύ από τις υπόλοιπες χώρες κάτι που ανεβάζει τις τιμές και τα έξοδα κάθε αεροπορικής εταιρίας, ιδιαίτερα χαμηλού κόστους, σε κάθε ταξίδι.

Παρ' όλα αυτά όμως, μέχρι το επόμενο έτος, από τις 12 εταιρίες χαμηλού κόστους που χρησιμοποιούσαν τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών, αυξήθηκαν στις 17 και επιπρόσθετα ενίσχυσαν τις πτήσεις τους κατά 42%. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την εφημερίδα «Η Καθημερινή», σε άρθρο της που είχε δημοσιευθεί στις 10/5/2014 με τίτλο «*Έντονη παρουσία εταιριών χαμηλού κόστους*»: «...Οι χαμηλού κόστους εταιρείες, που αποτελούν το 29,3% των εταιρειών του ΔΑΑ, συνδέουν πλέον την Αθήνα με συνολικά 39 αεροδρόμια, και 35 προορισμούς, 40% περισσότερους από πέρυσι...».<sup>2</sup>

<sup>1</sup> <http://www.kathimerini.gr/487463/article/oikonomia/epixeirhseis/epidromh-etairiwn-xamhloy-kostoys-sto-venizelos>

<sup>2</sup> <http://www.kathimerini.gr/766447/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/entohn-paroysia-aeroporikwn-etairiwn-xamhloy-kostoys>

### 6.3 Φόρμα ερωτηματολογίου

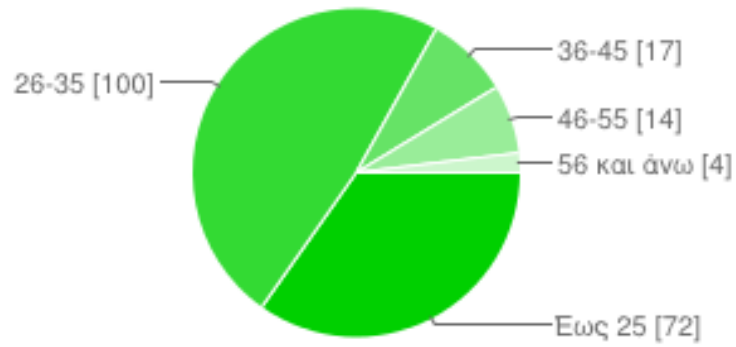
Παρακάτω παρατίθεται η φόρμα του ερωτηματολογίου με όλες τις ερωτήσεις στις οποίες κλήθηκαν να απαντήσουν οι ερωτηθέντες. Το αντικείμενο της μελέτης είναι η στάση των Ελλήνων ταξιδιωτών απέναντι στις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους καθώς και ο τρόπος με τον οποίο ο ενδιαφερόμενος θα επιλέξει μία αεροπορική εταιρία. Η έρευνα διεξήχθη από τις 15/11/2014 έως τις 15/02/2015 μέσω του διαδικτύου και η συλλογή των πληροφοριών έγινε με τη χρήση ερωτηματολογίου μέσω της Google Forms το οποίο απαρτίζεται από υποχρεωτικές ερωτήσεις, κυρίως πολλαπλής επιλογής, κλειστού και ανοιχτού τύπου και ερωτήσεις με απαντήσεις σε βαθμολογούμενη κλίμακα. Το παρόν ερωτηματολόγιο απάντησαν 207 άτομα ηλικίας άνω των 17 ετών. Στις περιπτώσεις όπου ο ερωτηθείς δε γνώριζε καμία αεροπορική εταιρία, κατευθυνόταν αυτόματα στο τέλος του ερωτηματολογίου, στις ερωτήσεις δημογραφικού περιεχομένου.

### 6.4 Αποτελέσματα ερωτηματολογίου και ανάλυση

Πρώτα απ' όλα τα στοιχεία, θεωρείται πιο σωστό να αναλυθούν τα δημογραφικά, έτσι ώστε να υπάρχει μία γενική ιδέα ως προς τις ηλικιακές ομάδες και το επαγγελματικό επίπεδο στα οποία εστιάζεται η έρευνα.

#### Ηλικία:

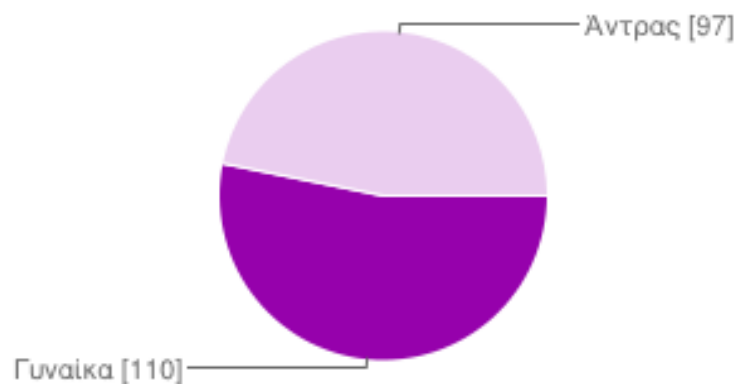
Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων ήταν ηλικιών έως 35 ετών (83%). Αυτό έχει να κάνει με το ποσοστό χρήσης και εξοικείωσης με το διαδίκτυο. Δεν προτιμήθηκε και ένας δεύτερος εναλλακτικός τρόπος συλλογής δεδομένων καθ' ότι η βαρύτητα θα δοθεί σε αυτές τις ηλικίες εφόσον ο πληθυσμός που ταξιδεύει με μεγαλύτερη συχνότητα εντάσσεται σε αυτές τις ομάδες.



Έως 25	72	35%
26-35	100	48%
36-45	17	8%
46-55	14	7%
56 και άνω	4	2%

#### Φύλο:

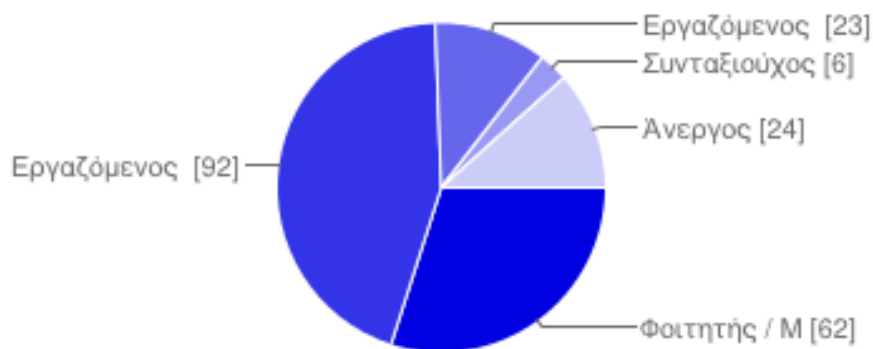
Όσον αφορά στο φύλο του ποσοστού των ερωτηθέντων, το 53% ήταν γυναίκες ενώ το υπόλοιπο 47% άντρες. Αυτό φαίνεται και από το παρακάτω γράφημα.



Γυναίκα	110	53%
Άντρας	97	47%

### Επαγγελματική κατάσταση:

Όσον αφορά στην επαγγελματική κατάσταση των ερωτηθέντων, παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών είναι οι εργαζόμενοι του ιδιωτικού τομέα με ποσοστό 44%, ενώ αμέσως μετά ακολουθούν οι φοιτητές με ποσοστό 30%. Στη συνέχεια ακολουθούν τα ποσοστά των ανέργων (12%), εργαζόμενων του δημοσίου τομέα (11%) και τέλος των συνταξιούχων (3%). Συμπερασματικά, παρατηρείται ότι οι ερωτηθέντες σε συνάρτηση με την ηλικία, ανήκουν κυρίως στις δύο πρώτες ομάδες των φοιτητών και των εργαζομένων ιδιωτικού τομέα. Λόγω της υφιστάμενης κατάστασης στην Ελλάδα, οι εργαζόμενοι του δημοσίου τομέα περιορίζονται στις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες.

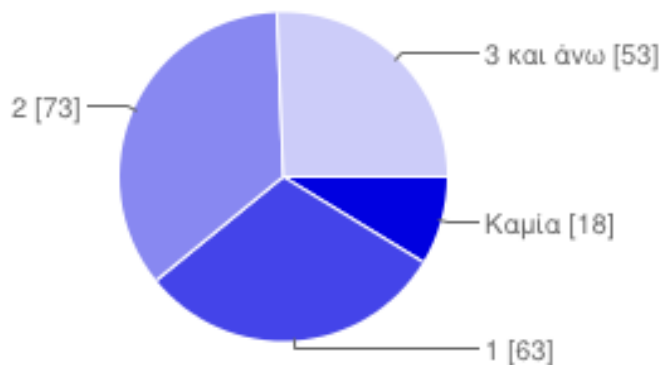


Φοιτητής/μαθητής	62	30%
Εργαζόμενος ιδιωτικού τομέα	92	44%
Εργαζόμενος δημοσίου τομέα	23	11%
Συνταξιούχος	6	3%
Άνεργος	24	12%



Πόσες αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους γνωρίζετε;

Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων γνωρίζει 1-2 αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους με κυρίαρχες τις εταιρίες EasyJet και Ryanair ενώ σε μικρότερο ποσοστό ακολουθεί η Vueling και η Transavia. Μόνο το 9% δε γνωρίζει καμία, κάτι που θα μπορούσε να εκληφθεί ως γεγονός πως αυτό το ποσοστό ταξιδεύει μόνο με τις συμβατικές αεροπορικές εταιρίες ή δεν προτιμά καθόλου τα αεροπορικά ταξίδια. Ευχάριστη έκπληξη είναι το 26% των ερωτηθέντων που γνωρίζουν από 3 εταιρίες και πάνω, ποσοστό αρκετά ικανοποιητικό για τα δεδομένα της Ελλάδας (λαμβάνοντας υπόψη πως ο ελληνικός αεροπορικός στόλος δεν περιλαμβάνει καμία εταιρία χαμηλού κόστους). Το ποσοστό που γνωρίζει 1-2 αεροπορικές εταιρίες, ανήκει στην ηλικιακή ομάδα έως 35 ετών.

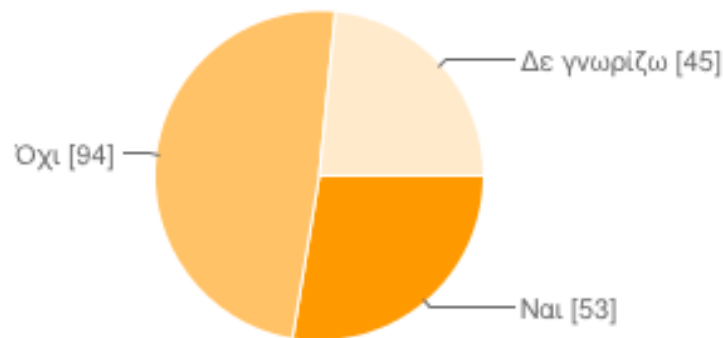


Καμία	18	9%
1	63	30%
2	73	35%
3 και άνω	53	26%

Θεωρείτε ότι υπάρχουν επαρκείς αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους;

Σύμφωνα με το 45% των ερωτηθέντων δεν υπάρχουν αρκετές αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους. Πολλές περιοχές και χώρες εξυπηρετούνται μόνο μέσω των

συμβατικών αεροπορικών εταιριών ενώ σε άλλες, η συχνότητα των πτήσεων είναι πολύ μικρή. Αν υπήρχε μεγαλύτερος αριθμός εταιριών χαμηλού κόστους να εξυπηρετεί τα διάφορα αεροδρόμια της Ελλάδας αλλά και των άλλων χωρών που συνδέονται με την Ελλάδα, θα υπήρχε και η ανάλογη αύξηση στις πτήσεις και στα ταξίδια από την πλευρά των ταξιδιωτών αλλά και μεγαλύτερος ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών από την πλευρά των αερομεταφορέων χαμηλού κόστους.

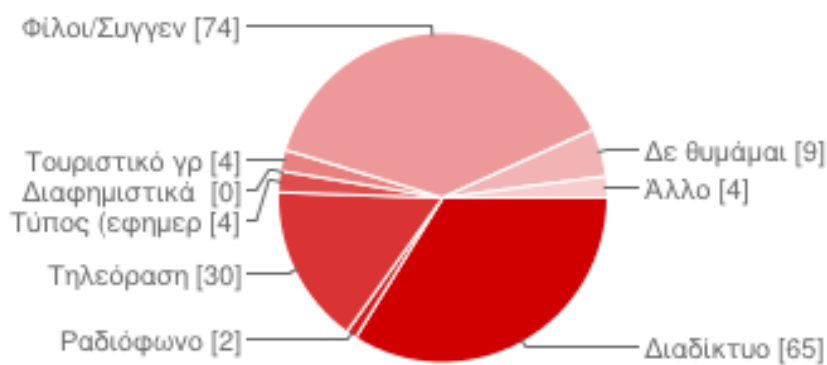


Ναι	53	26%
Όχι	94	45%
Δε γνωρίζω	45	22%

Θυμάστε από πού πληροφορηθήκατε πρώτη φορά για οποιαδήποτε αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους;

Το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτηθέντων, 36%, έχει ενημερωθεί για τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους από φίλους και συγγενείς· εξάλλου είναι γνωστό το ποσοστό επιρροής σε κάτι όταν αυτό διαδίδεται μέσω του λόγου από τον έναν στον άλλον (word of mouth). Αντίστοιχα, και το διαδίκτυο έχει διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη διάδοση αυτών των εταιριών σε ποσοστό 31%, κάτι που είναι λογικό αν λάβει κανείς υπόψη το γεγονός ότι αυτές οι εταιρίες στηρίζονται σχεδόν ολοκληρωτικά στο διαδίκτυο για την προώθησή τους και την πώληση θέσεων. Επιπρόσθετα, σημαντικό ρόλο στην επίδραση του διαδικτύου έχει παίξει και η σύγχρονη εποχή στην οποία ζούμε όπου το

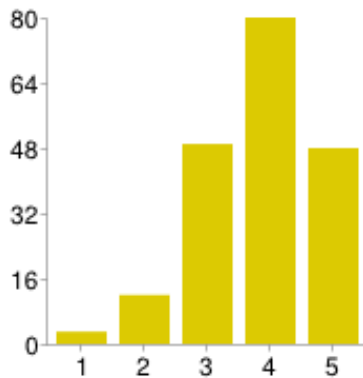
διαδίκτυο έχει εδραιωθεί για τα καλά στην καθημερινότητά μας και ιδιαίτερα στην καθημερινότητα των νέων οι οποίοι ταξιδεύουν με μεγαλύτερη συχνότητα και συμβουλεύονται το ίντερνετ για πληθώρα αναζητήσεων, από κράτηση αεροπορικών εισιτηρίων και ξενοδοχείων μέχρι οποιοδήποτε είδους πληροφορίες για το μέρος το οποίο πρόκειται να επισκεφθούν. Αμέσως μετά, όσον αφορά στις πηγές πληροφόρησης, έρχεται η τηλεόραση σε ποσοστό 14%, ενώ πολύ πιο πίσω ακολουθούν άλλα μέσα όπως ραδιόφωνο (14%), τύπος (2%), τουριστικά γραφεία (2%) και διαφημιστικά έντυπα (0%).



Διαδίκτυο	65	31%
Ραδιόφωνο	2	1%
Τηλεόραση	30	14%
Τύπος (εφημερίδες/περιοδικά)	4	2%
Διαφημιστικά έντυπα	0	0%
Τουριστικό γραφείο	4	2%
Φίλοι/Συγγενείς	74	36%
Δε θυμάμαι	9	4%
Άλλο	0	2%

Θεωρείτε ότι οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, έχουν συμβάλει στην αύξηση των ταξιδιών και του τουρισμού τα τελευταία χρόνια; (Απαντήστε βαθμολογώντας με 1 αν θεωρείτε ότι δεν έχουν συμβάλει καθόλου και με 5 αν πιστεύετε ότι έχουν βοηθήσει πολύ.)

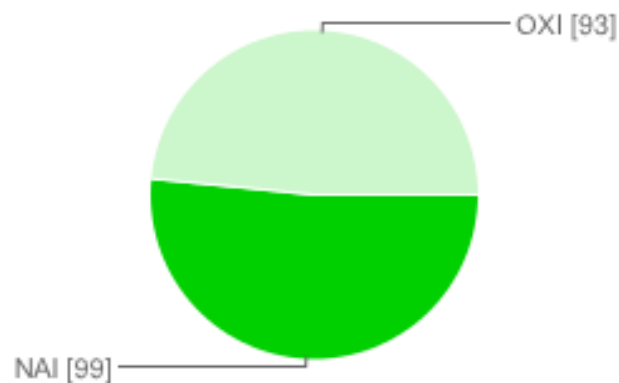
Σε αυτή την ερώτηση το μεγαλύτερο ποσοστό απάντησε θετικά. Η είσοδος των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Ελλάδα, και όχι μόνο, έχει αυξήσει τη συχνότητα των ταξιδιών. Όλο και περισσότερος κόσμος επιλέγει το αεροπλάνο για τις μετακινήσεις του καθώς χάρη στον πόλεμο των ανταγωνιστικών τιμών το κόστος του ναύλου μειώνεται όλο και περισσότερο. Η ποικιλία των προορισμών αλλά και των τιμών έχουν καταστήσει τα αεροπορικά ταξίδια τον πλέον προτιμητέο τρόπο μετακίνησης καθώς μπορεί να συνδυάσει ταχύτητα άρα και εξοικονόμηση χρόνου, άνεση και εξοικονόμηση χρήματος. Τέλος, οι συγκεκριμένες εταιρίες έχουν δώσει ώθηση στον εξερχόμενο αλλά και εισερχόμενο και εσωτερικό τουρισμό καθώς οι τιμές είναι πολύ χαμηλές και όλο και περισσότερες ηλικιακές και κοινωνικές ομάδες (π.χ. φοιτητές) έχουν την οικονομική δυνατότητα να ταξιδέψουν.



1	3	1%
2	12	6%
3	49	24%
4	80	39%
5	48	23%

Έχετε ταξιδέψει ποτέ με χαμηλού κόστους αεροπορική εταιρία;

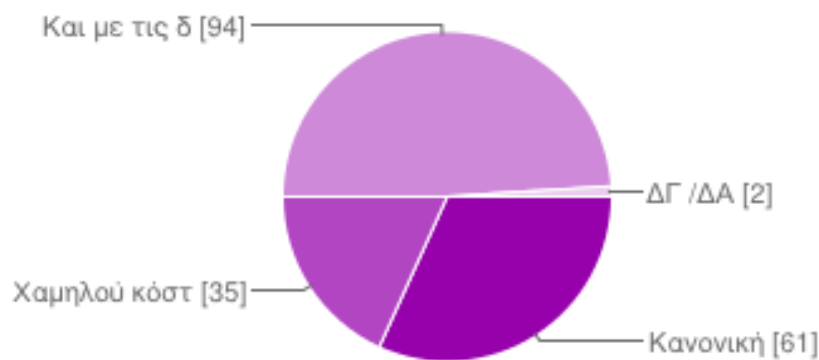
Στη συγκεκριμένη ερώτηση οι απαντήσεις ισομοιράστηκαν. Αυτό έχει να κάνει με το γεγονός ότι στην Ελλάδα, εταιρίες όπως η Aegean και πιο παλιά η Olympic Air, για να προσελκύσουν πελάτες προσφέρουν κατά καιρούς οικονομικά εισιτήρια χρεώνοντας πολλές φορές μόνο τους φόρους αεροδρομίων κάνοντας πιο ελκυστικό το ταξίδι με τις συγκεκριμένες εταιρίες παρά με μία χαμηλού κόστους καθώς κατά τη διάρκεια της πτήσης θα προσφέρουν π.χ. έναν καφέ σε αντίθεση με τις χαμηλού κόστους. Συμπεραίνεται λοιπόν ότι ο Έλληνας ταξιδιώτης θα επιλέξει μία φθηνή πτήση χωρίς να έχει απαραίτητα μία κατασταλαγμένη άποψη που ν' απαγορεύει τις εταιρίες χαμηλού κόστους ή τις συμβατικές. Τέλος, κάθε ταξιδιώτης είναι πιθανό να έχει ταξιδέψει έστω και μία φορά με μία εταιρία χαμηλού κόστους έτσι ώστε να είναι σε θέση να σχηματίσει μία ολοκληρωμένη άποψη πάνω στις εναέριες μεταφορές.



Ναι	99	48%
Όχι	93	45%

Θα προτιμούσατε να ταξιδέψετε με κανονική αεροπορική εταιρία ή με μία χαμηλού κόστους;

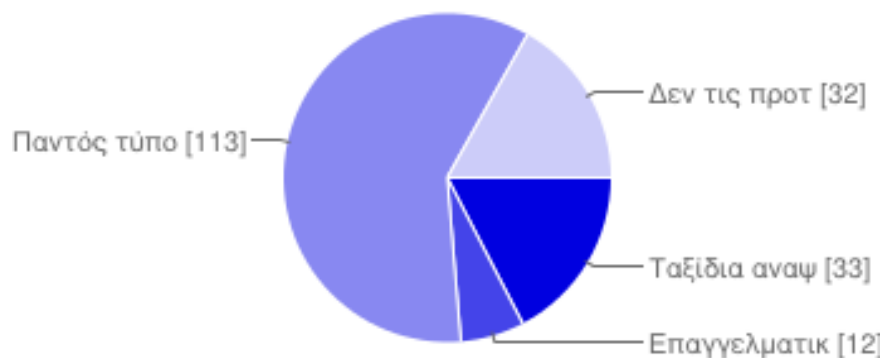
Στην παραπάνω ερώτηση το 45% των ερωτηθέντων απάντησε πως δε δείχνει κάποια ιδιαίτερη προτίμηση μεταξύ συμβατικής και χαμηλού κόστους αεροπορικής εταιρίας· αυτό δείχνει πως ο κόσμος πλέον δεν είναι τόσο ύποπτος όσον αφορά την τιμή του ναύλου. Οι ταξιδιώτες πλέον είναι ενημερωμένοι και γνωρίζουν πάνω κάτω τον τρόπο με τον οποίο οι αεροπορικές εταιρίες καταφέρνουν να περιορίζουν το κόστος των ναύλων και να μειώνουν κατ' επέκταση τις τιμές των εισιτηρίων. Παρ' όλα αυτά, είναι γεγονός πως αν δινόταν η επιλογή με την ίδια τιμή να ταξιδέψουν με οποιαδήποτε εταιρία, θα επέλεγαν τη συμβατική εξαιτίας των πρόσθετων προσφερόμενων υπηρεσιών όπως είναι το γεύμα, η προσφορά ποτού, η άνεση των καθισμάτων, η δωρεάν μεταφορά αποσκευής κ.ά.



Κανονική	61	29%
Χαμηλού κόστους	35	17%
Και με τις δύο	94	45%
ΔΓ/ΔΑ	2	1%

Προτιμάτε τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους για:

Όσον αφορά στον τύπο των ταξιδιωτών που προσελκύουν αυτές οι εταιρίες, δεν υπάρχει κάποιος σαφής διαχωρισμός μεταξύ ταξιδιών αναψυχής ή επαγγελματικών. Το 55% των ερωτηθέντων θα προτιμήσει να ταξιδέψει με τον πιο γρήγορο ή φθηνό τρόπο ή και με τους δύο αν αυτό προσφέρεται. Παρ' όλα αυτά όμως, όσον αφορά στα επαγγελματικά ταξίδια, το χαμηλό ποσοστό του 6% δείχνει ότι ο κόσμος γι' αυτού του είδους τις μετακινήσεις, προτιμά τις κανονικές αεροπορικές εταιρίες έτσι ώστε να είναι σίγουρος ότι θα ταξιδέψει μέσα στα στενά χρονικά περιθώρια που ορίζει ένα τέτοιο ταξίδι χωρίς καθυστερήσεις και δε θα προσγειωθεί σε κάποιο δευτερεύον αεροδρόμιο.

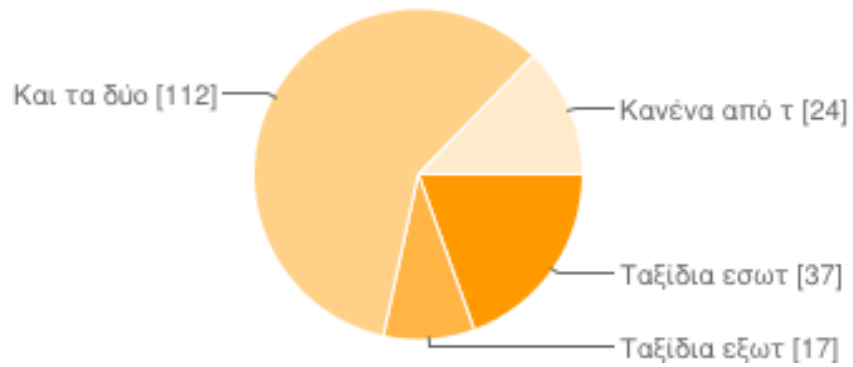


Ταξίδια αναψυχής	33	16%
Επαγγελματικά ταξίδια	12	6%
Παντός τύπου	113	55%
Δεν τις προτιμώ	32	15%

Προτιμάτε τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους για:

Και σε αυτή την ερώτηση όπως και στην παραπάνω σχεδόν το ίδιο ποσοστό ερωτηθέντων, 54%, δεν παρουσίασε ιδιαίτερη προτίμηση σε κάποια εταιρία ανάλογα με το ταξίδι (εσωτερικού - εξωτερικού). Παρ' όλα αυτά όμως, το ποσοστό (18%) που προτιμά τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους για το εσωτερικό είναι μεγαλύτερο έναντι του ποσοστού (8%) που τις προτιμά για ταξίδια στο εξωτερικό. Αυτή η διαφορά οφείλεται στο όριο και τη χρέωση των αποσκευών, στην προσφορά φαγητού και ποτού (ιδιαίτερα για μακρινά ταξίδια) και στις ώρες των πτήσεων (συχνά οι πτήσεις χαμηλού

κόστους γίνονται σε ώρες που δεν υπάρχει αιχμή και που πολλές φορές είναι άβολες για το κοινό που εξυπηρετούν).

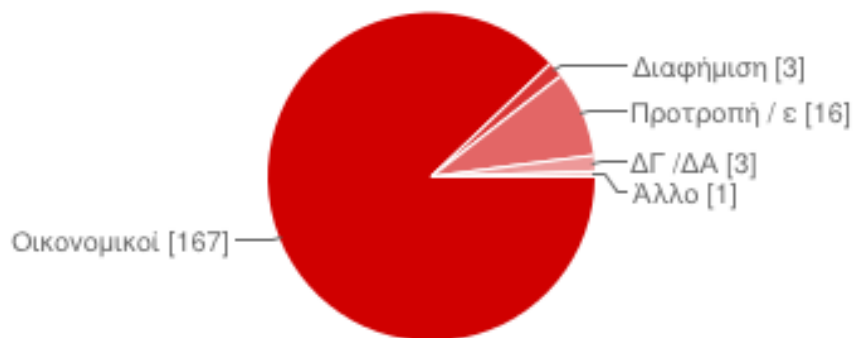


Ταξίδια εσωτερικού	37	18%
Ταξίδια εξωτερικού	17	8%
Και τα δύο	112	54%
Κανένα από τα δύο	24	12%

Τι θα σας έκανε να χρησιμοποιήσετε μία αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους;

Ο βασικός παράγοντας που θα οδηγήσει κάποιον να επιλέξει μία πτήση χαμηλού κόστους είναι φυσικά οικονομικός και σε ποσοστό 81%. Ιδιαίτερα στην περίοδο οικονομικής ύφεσης που διανύουμε, η τιμή του κομίστρου μιας πτήσης είναι καταλυτικός παράγοντας: αν αναλογιστεί κανείς και το κόστος ενός αεροπορικού ταξιδιού σε σχέση με τα υπόλοιπα μέσα, καταλήγει αβίαστα στο ίδιο συμπέρασμα. Επιπλέον, είναι αναμενόμενο για κάποιον να παραβλέψει ορισμένες ανέσεις και πρόσθετες υπηρεσίες για χάρη ενός πολύ πιο φθηνού εισιτηρίου. Πολύ πιο κάτω ακολουθούν άλλοι λόγοι όπως είναι η προτροπές και οι εμπειρίες άλλων (8%) και η διαφήμιση με το ασήμαντο ποσοστό του 1%.

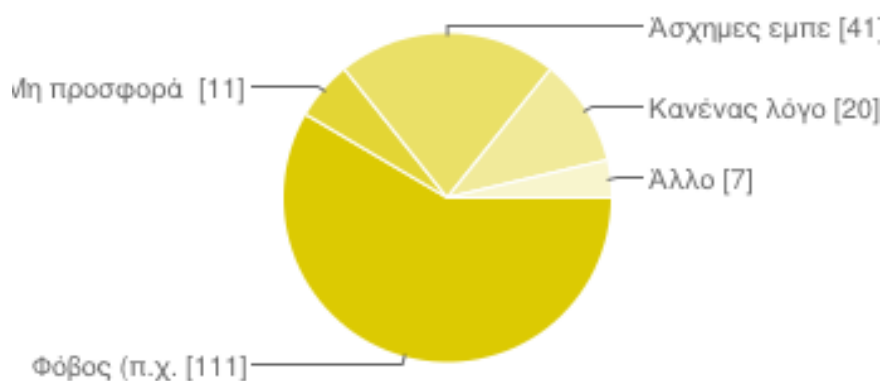




Οικονομικοί λόγοι	167	81%
Διαφήμιση	3	1%
Προτροπή/εμπειρίες άλλων	16	8%
ΔΓ/ΔΑ	3	1%
Άλλο	1	0%

Ποιος παράγοντας θα σας απέτρεπε να χρησιμοποιήσετε μία αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους;

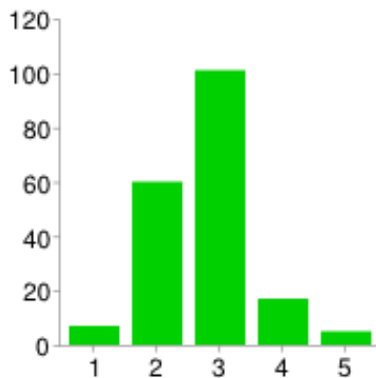
Όσον αφορά στους παράγοντες που θα αποτρέψουν κάποιον να χρησιμοποιήσει μία αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους, το 54% των ερωτηθέντων εκφράζει φόβο για την ασφάλεια που προσφέρουν αυτές η εταιρίες· κάτι που ενισχύει την υπάρχουσα αντίληψη σχετικά με τις περικοπές που ίσως κάνουν αυτές οι εταιρίες στην ασφάλεια για να καταφέρουν να μειώσουν τις τιμές. Το 20% επηρεάζεται από τις άσχημες εμπειρίες άλλων ταξιδιωτών καθώς, όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η εμπειρία κάποιου –αρνητική ή θετική- επηρεάζει άμεσα και καταλυτικά κάποιον άλλον· ειδικά στις περιπτώσεις όπου κάποιος έχει βιώσει ένα πάρα πολύ άσχημο ταξίδι εξαιτίας διαφόρων παραμέτρων. Τέλος, μόλις το 5% θεωρεί αποτρεπτικό παράγοντα την έλλειψη φαγητού και ποτού κατά τη διάρκεια της πτήσης κάτι το οποίο είναι λογικό ιδιαίτερα στα ταξίδια μεγάλων αποστάσεων διότι σε αυτή την περίπτωση αν ο ταξιδιώτης θελήσει να αγοράσει κάποιο αναψυκτικό ή σνακ, το κόστος του ταξιδιού θα αυξηθεί εφόσον οι εταιρίες χαμηλού κόστους στοχεύουν σε έσοδα από τέτοιου είδους αγορές οπότε είναι αναμενόμενο τέτοια προϊόντα να τα κοστολογούν πολύ παραπάνω από το κανονικό.



Φόβος (π.χ. ανεπαρκή συντήρηση αεροσκάφους)	111	54%
Μη προσφορά φαγητού/ποτού	11	5%
Άσχημες εμπειρίες άλλων	41	20%
Κανένας λόγος	20	10%
Άλλο	7	3%

Θεωρείτε πως τα εισιτήρια των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους είναι φθηνά για όσα προσφέρουν; (Απαντήστε βαθμολογώντας με 1 αν τα θεωρείτε πολύ φθηνά και με 5 αν τα θεωρείτε ακριβά.)

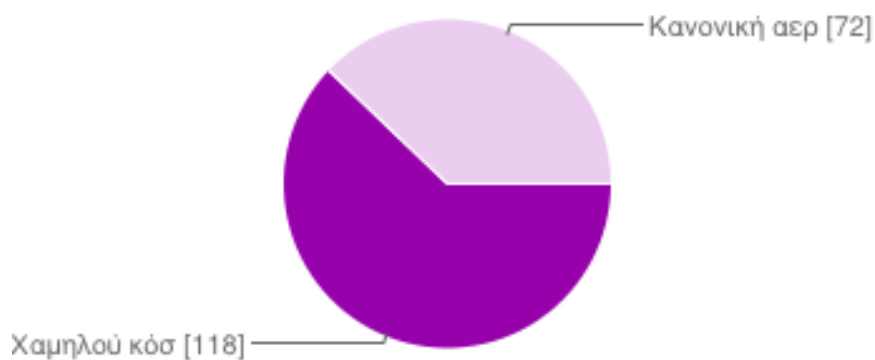
Σε αυτή την ερώτηση, σε καμία περίπτωση ο κόσμος δε θεωρεί πως τα εισιτήρια αυτών των εταιριών είναι ακριβά γι' αυτά που προσφέρουν. Το υψηλότερο ποσοστό του 49%, θεωρεί πως πληρώνει για ό, τι παίρνει (value for money) ενώ το 32% θεωρεί πως τα εισιτήρια είναι πολύ φθηνά κάτι που δείχνει πως σε περίπτωση που οι συγκεκριμένες εταιρίες αποφάσιζαν να αυξήσουν τις τιμές και πάλι θα κατέληγαν συμφέρουσες σε σχέση με τους ναύλους των κανονικών αεροπορικών εταιριών. Τέλος, μόλις ένα 10% θεωρεί τα εισιτήρια αυτών των εταιριών ακριβά κάτι το οποίο θα μπορούσε να προκύπτει είτε από τη λανθασμένη σύγκριση με άλλα μέσα μεταφοράς είτε από την αγορά εισιτηρίων σε περιόδους αυξημένης κινητικότητας (εορτές – αργίες – ώρες αιχμής).



1	7	3%
2	60	29%
3	101	49%
4	17	8%
5	5	2%

Αν είχατε την οικονομική δυνατότητα να ταξιδέψετε με κανονική αεροπορική εταιρία αλλά στο διπλάσιο χρόνο, τι θα επιλέγατε;

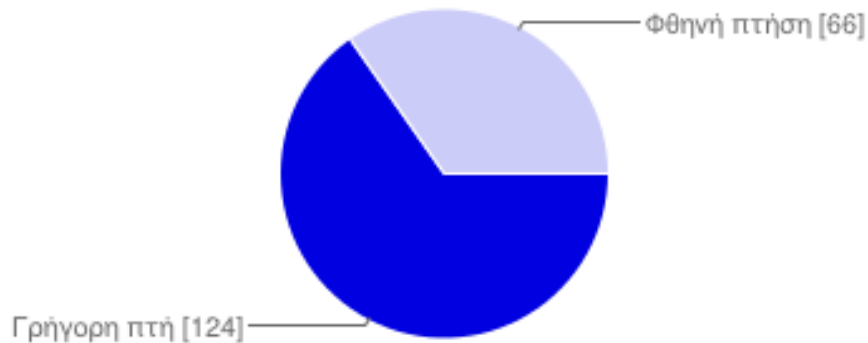
Σε αυτή την ερώτηση φαίνεται πως σε ποσοστό 57% οι ερωτηθέντες προτιμούν την εξοικονόμηση χρόνου ακόμα κι αν έχουν την οικονομική δυνατότητα να επιλέξουν μία συμβατική αεροπορική εταιρία. Στους φρενήρεις ρυθμούς της εποχής μας ο χρόνος είναι πολύτιμο πλεονέκτημα και η εξοικονόμηση αυτού πολύ σημαντικό πράγμα. Ειδικά όταν πρόκειται για επαγγελματικά ταξίδια ή ολιγοήμερες διακοπές το κάθε επιπλέον λεπτό που θα καταφέρει να εξοικονομήσει κάποιος είναι ανεκτίμητο.



Χαμηλού κόστους αεροπορική εταιρία	118	57%
Κανονική αεροπορική εταιρία	72	35%

Χρόνος ή χρήμα; Προτιμάτε μία γρήγορη πτήση χωρίς ενδιάμεσες στάσεις ή μία φθηνή;

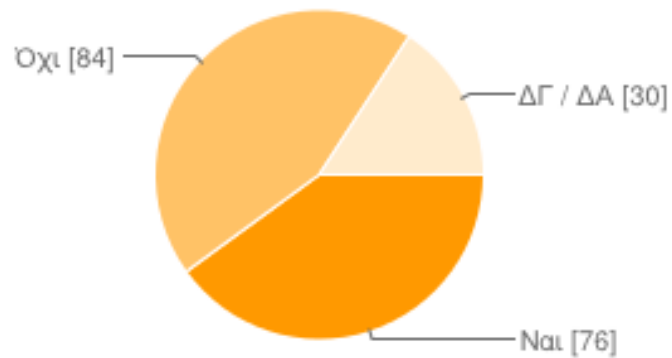
Σε ποσοστό 60%, οι ερωτηθέντες φαίνεται ότι θα προτιμήσουν και πάλι την εξοικονόμηση χρόνου σε σχέση με την εξοικονόμηση χρήματος που προτιμά το 32%. Ο διπλάσιος αριθμός ερωτηθέντων προτιμά μία γρήγορη πτήση αδιαφορώντας για τα επιπλέον χρήματα που θα ξοδέψει μιλώντας πάντα για μία οικονομική διαφορά σε λογικά πλαίσια.



Γρήγορη πτήση	124	60%
Φθηνή πτήση	66	32%

Θεωρείτε πως οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους διαφημίζονται αρκετά;

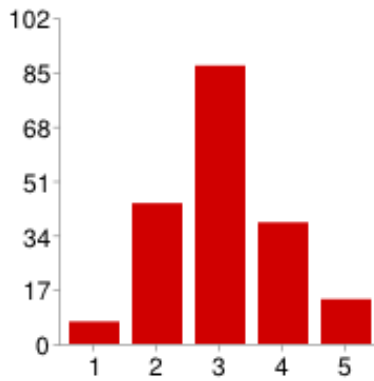
Στην παραπάνω ερώτηση οι απόψεις δίστανται. Σχεδόν το ίδιο ποσοστό ερωτηθέντων υποστηρίζει και τις δύο απόψεις. Οι συγκεκριμένες αεροπορικές εταιρίες για να διαφημιστούν χρησιμοποιούν σχεδόν εξ' ολοκλήρου το διαδίκτυο. Στην Ελλάδα δεν ασχολούνται όλες οι ηλικιακές ομάδες με το ίντερνετ για να αντλήσουν ό, τι πληροφορίες θέλουν. Σε μία χώρα όπου η «μόδα» των αερομεταφορών χαμηλού κόστους αλλά και των διαδικτυακών αγορών άργησε να έρθει, είναι λογικό ο κόσμος να συνεχίζει να πηγαίνει στα τουριστικά γραφεία και να περιμένει να δει έντυπες διαφημίσεις θεωρώντας τις διαδικτυακές ανεπαρκείς. Παρ' όλα αυτά, τώρα τελευταία έχει ξεκινήσει έντυπη διαφημιστική καμπάνια σε σταθμούς μετρό και λεωφορείων στην Ελλάδα έτσι ώστε να ενημερωθεί ο κόσμος για τις χαμηλές τιμές καθώς και τους νέους προορισμούς συγκεκριμένων αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.



Ναι	76	37%
Όχι	84	41%
ΔΓ/ΔΑ	30	14%

Κατά πόσο θεωρείτε πως οι προωθητικές ενέργειες αυτών των εταιριών είναι αποτελεσματικές; (Απαντήστε βαθμολογώντας με 5 αν τις θεωρείτε πολύ αποτελεσματικές και με 1 αν δεν είναι καθόλου.)

Και σε αυτή την ερώτηση αποφεύγονται τα ακραία αποτελέσματα. Το 42% των ερωτηθέντων θεωρεί απλά αποτελεσματικές τις προωθητικές ενέργειες αυτών των εταιριών χωρίς να διακρίνει κάτι ιδιαίτερο σε αυτές τους τις ενέργειες. Το παραπάνω είναι απολύτως φυσιολογικό για τα δεδομένα της χώρας μας καθώς ο κόσμος είναι συνηθισμένος σε πιο επιθετικές προωθητικές ενέργειες. Για τον Έλληνα, ο οποίος συνεχίζει να είναι επιφυλακτικός ως προς αυτές τις εταιρίες, η ενημέρωση της χαμηλής τιμής και η συνεχής διαφήμισή τους στο διαδίκτυο δεν είναι αρκετές· χρειάζεται μία κλασική διαφήμιση για να τον πείσει όπως αυτές της Aegean στην τηλεόραση.



1	7	3%
2	44	21%
3	87	42%
4	38	18%
5	14	7%

Αν μπορούσατε να προτείνετε μία καινούρια προωθητική ενέργεια αυτών των εταιριών, σε τι θα επικεντρωνόσασταν;

Σε αυτή την ερώτηση, οι απαντήσεις στην πλειοψηφία τους αναφέρονταν σε ενίσχυση του θέματος της ασφάλειας. Οι εταιρίες αυτές θα πρέπει να ενισχύσουν το γεγονός και την πληροφόρησή τους, ότι η χαμηλότερη τιμή στους ναύλους δε συνεπάγεται λιγότερη ασφάλεια. Επιπρόσθετα, θα μπορούσαν να αυξήσουν τη δημοτικότητά τους και το αγοραστικό κοινό, αυξάνοντας τη συχνότητα των πτήσεων αλλά και την ενίσχυση των δρομολογίων τους με νέους προορισμούς. Ακόμη, καλές προωθητικές ενέργειες που προτείνονται, είναι οι διαγωνισμοί με κληρώσεις εκπαιδευτικά αεροπορικά εισιτήρια στις σελίδες κοινωνικής δικτύωσης, τηλεοπτικές διαφημίσεις και να παίρνουν μέρος ως χορηγοί σε διάφορες εκδηλώσεις. Άλλες προτάσεις προωθητικών ενεργειών, έχουν να κάνουν με τις κρατήσεις. Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, θα μπορούσαν να εκδίδουν κάρτες μπόνους (bonus cards) για τους συχνούς πελάτες τους καθώς και να προσφέρουν καλύτερες τιμές σε ομαδικές κρατήσεις.

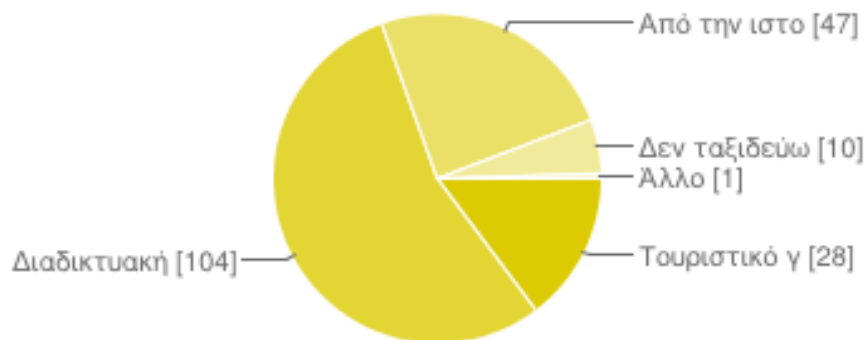
Πείτε μας την πρώτη αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους που σας έρχεται στο μυαλό.

Σε αυτή την ερώτηση ανοιχτού τύπου, οι περισσότεροι ερωτηθέντες απάντησαν με μεγάλη διαφορά τις εταιρίες EasyJet και Ryanair ενώ λιγότεροι απάντησαν τη Vueling. Οι απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση ήταν αναμενόμενες. Πρώτον, είναι λογικό να γνωρίζουν ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους και δεύτερον, οι απαντήσεις σε αυτή την ερώτηση σαφώς θα είχαν να κάνουν με πολυδιαφημισμένες

εταιρίες, πρώτες στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών, με πολλούς προορισμούς και μεγάλη συχνότητα πτήσεων.

Αν θέλατε να ταξιδέψετε, από πού θα αγοράζατε τα αεροπορικά εισιτήρια χαμηλού κόστους;

Το 73% των ερωτηθέντων, απάντησε πως προμηθεύεται τα εισιτήριά του μέσω διαδικτύου, είτε από κάποια πλατφόρμα αγοράς αεροπορικών εισιτηρίων είτε από την ιστοσελίδα της ίδιας της εταιρίας ενώ το 14% πηγαίνει σε κάποιο τουριστικό γραφείο το οποίο έχει τη δυνατότητα να κάνει κράτηση γι' αυτές τις εταιρίες. Τα ποσοστά αυτά δείχνουν την εξοικείωση, των ατόμων που ταξιδεύουν συχνά, με το διαδίκτυο αλλά και το ποσοστό κατοχής και χρήσης πιστωτικής κάρτας στην Ελλάδα. Τέλος, το μεγάλο ποσοστό του κόσμου που αγοράζει τα εισιτήριά του μέσω διαδικτύου, αποδεικνύει και ενισχύει το γεγονός ότι η απόφαση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους να διαθέτουν τα εισιτήριά τους μέσω ίντερνετ ήταν κάτι που κατάφερε να λειτουργήσει επαρκώς.



Τουριστικό γραφείο	28	14%
Διαδικτυακή πλατφόρμα αγοράς αεροπορικών εισιτηρίων	104	50%
Από την ιστοσελίδα της κάθε εταιρίας	47	23%
Δεν ταξιδεύω με low cost αεροπορικές εταιρίες	10	5%
Άλλο	1	0%

## 6.5 Συμπεράσματα

Σύμφωνα με τις απαντήσεις που λήφθηκαν μέσω του ερωτηματολογίου φαίνεται πως οι εταιρίες χαμηλού κόστους έχουν αρχίσει και μπαίνουν για τα καλά στις ζωές των Ελλήνων. Οι συγκρίσεις που γίνονται μεταξύ των αερογραμμών χαμηλού κόστους και των κανονικών για την επιλογή μίας από τις δύο, αφορούν συγκρίσεις στις τιμές των εισιτηρίων αλλά και στο χρόνο που θα χρειαστεί κάποιος για να φτάσει στον προορισμό του. Οι ερωτηθέντες θεωρούν ότι οι αερογραμμές χαμηλού κόστους έχουν δώσει ώθηση στον τουρισμό της χώρας και πιστεύουν ότι χρειάζονται περισσότερες εταιρίες για να υπάρχει μεγαλύτερος ανταγωνισμός στις τιμές αλλά και περισσότερη ποικιλία στους προορισμούς. Είναι γεγονός ότι σε αυτές τις εταιρίες δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση όταν πρόκειται για ταξίδια στο εσωτερικό της χώρας καθώς η διάρκεια είναι μικρότερη και δε χρειάζονται πολλές ανέσεις. Τέλος, καθοριστικό ρόλο για την επιλογή μιας εταιρίας αλλά και για τη διαμόρφωση άποψης, έχουν οι απόψεις του κοινωνικού περίγυρου του κάθε ατόμου· οποιαδήποτε άσχημη ή καλή εμπειρία, ακόμα και οι επιφυλάξεις που έχει ο καθένας -ιδιαίτερα για την ασφάλεια αυτών των αεροσκαφών- παίζουν σημαντικό ρόλο στην τελική άποψη του εκάστοτε ταξιδιώτη.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ - ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. Επιμέλεια έκδοσης: Σαμπράκος Ευάγγελος, 1996, 2η Ημερίδα Οικονομικής των Μεταφορών, Ακτοπλοΐα και αερομεταφορές: Ανταγωνισμός και Συμπληρωματικότητα, Πανεπιστήμιο Πειραιώς Τμήμα Ναυτιλιακών Σπουδών
2. Κασσιμή Αλεξάνδρα, 2013, Επιδρομή εταιρειών χαμηλού κόστους στο «Βενιζέλος», Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ,  
<http://www.kathimerini.gr/487463/article/oikonomia/epixeirhseis/epidromh-etairiwn-xamhloy-kostoys-sto-venizelos>
3. Κασσιμή Αλεξάνδρα, 2014, Έντονη παρουσία αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους, Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ,  
<http://www.kathimerini.gr/766447/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/entoh-paroysia-aeroporkwn-etairiwn-xamhloy-kostoys>

Παρά το γεγονός ότι η χρήση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους είναι ένα επίκαιρο γεγονός, υπήρξε δυσκολία στην εύρεση της κατάλληλης βιβλιογραφίας. Συγγράμματα δεν υπήρξαν πολλά· παρ' όλα αυτά υπήρχε πληθώρα αρθρογραφίας και ηλεκτρονικών πηγών που κατέστησαν δυνατή αυτή την έρευνα ούτως ώστε να αναλυθεί κατάλληλα και επαρκώς το συγκεκριμένο θέμα και να προβούμε σε κάποια συμπεράσματα.

Καθ' όλη την έκταση της εργασίας έγινε προσπάθεια να γίνει κατανοητή η έννοια των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, οι διαδικασίες που οδήγησαν στην εμφάνισή τους τα στοιχεία που τις διαφοροποιούν από τις συμβατικές και φυσικά η σχέση τους με την ανάπτυξη του τουρισμού και κατ' επέκταση την οικονομική ανάπτυξη ενός τόπου. Έγινε επίσης προσπάθεια να δοθεί η βαρύτητα που αρμόζει στα στοιχεία αυτά που καθιστούν πραγματοποιήσιμη τη μείωση του ναύλου, η οποία προκύπτει από το συνδυασμό δύο συστατικών: το απλό προϊόν και τις απλές υπηρεσίες. Έτσι παρατηρήθηκε μείωση της τιμής των εισιτηρίων χάρη:

- ✓ στη διαμόρφωση του εσωτερικού χώρου της καμπίνας των αεροσκαφών προσθέτοντας καθίσματα (μεγαλύτερη πυκνότητα) και χρησιμοποιώντας ένα μόνο είδος (καθόλου business class),
- ✓ στη χρήση ενός είδους αεροσκάφους μειώνοντας έτσι τα κόστη συντήρησης,
- ✓ στην έλλειψη προσφοράς φαγητού και ποτού,
- ✓ στα ταξίδια μικρών αποστάσεων (point-to-point) και στην υψηλή συχνότητα πτήσεων μειώνοντας τον χρόνο παραμονής στα αεροδρόμια,
- ✓ στην ιδιάζουσα επιλογή αερολιμένα,
- ✓ στην έλλειψη αποκομμάτων εισιτηρίου και τουριστικών πρακτόρων,
- ✓ στη μείωση δαπανών για διαφήμιση - προώθηση
- ✓ και στο μειωμένο αλλά πολυχρηστικό και υψηλά παραγωγικό προσωπικό.

Όσον αφορά στην έρευνα μέσω του ερωτηματολογίου και συνεπώς στην αντιμετώπιση των Ελλήνων απέναντι στις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, τα στοιχεία που αντλήθηκαν δείχνουν σαφέστατα ότι η νοοτροπία των Ελλήνων απέναντι σε αυτές τις αερομεταφορές έχει αλλάξει δραματικά, ειδικά από τη στιγμή που τα τελευταία χρόνια έχουν μπει για τα καλά στην καθημερινότητά μας. Η εποχή του διαδικτύου και της πληροφόρησης έχει συνδράμει θετικά στην ενημέρωση των Ελλήνων σχετικά με αυτές

τις εταιρίες. Πλέον γνωρίζουν τα χαρακτηριστικά τους και πάνω κάτω τα στοιχεία που συμβάλλουν στη μείωση του κόστους μιας πτήσης. Δεν υπάρχει πια τόσο παραπληροφόρηση σχετικά με την ποιότητα και την ασφάλεια και χρόνο με το χρόνο αυτές οι εταιρίες αποκτούν όλο και μεγαλύτερο πελατολόγιο ακόμα και στη χώρα μας. Επιπλέον, συμφωνούν ότι αυτές οι εταιρίες έχουν βοηθήσει τον τουρισμό να ανθίσει ακόμα περισσότερο καθώς δίνεται η δυνατότητα ακόμα και σε άτομα λιγότερο οικονομικά ευκατάστατα να ταξιδέψουν.

Τέλος, η τροπή που έχει πάρει το όλο θέμα των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους καθώς και η προτίμηση που δείχνουν οι Έλληνες για στήριξη κάθε τι ελληνικού, δείχνει ότι μία τέτοια κίνηση στην Ελλάδα (ίδρυση ελληνικής αεροπορικής εταιρίας χαμηλού κόστους) θα μπορούσε να επιβιώσει και να αποφέρει κέρδη. Από τη μία θα ανανέωνε τον τουρισμό της χώρας ενισχύοντας την εναέρια κυκλοφορία με μεγαλύτερη ποικιλία στους προορισμούς και από την άλλη θα έδινε ώθηση στην τοπική οικονομία καθώς θα άνοιγαν νέες θέσεις εργασίας και θα υπήρχε μεγαλύτερος ανταγωνισμός στις τιμές. Φυσικά το παραπάνω θα μπορούσε να αναλυθεί και να ερευνηθεί περαιτέρω σε άλλου είδους έρευνα μελλοντικά καθώς είναι θέμα μείζονος ενδιαφέροντος που θα μπορούσε να οδηγήσει κι αυτό με τη σειρά του σε άλλες έρευνες.

## ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος Larousse Britannica
2. Μάλλιαρης Πέτρος, 2001, Εισαγωγή στο μάρκετινγκ, Γ' έκδοση, Εκδόσεις Σταμούλης
3. Σαμπράκος Ευάγγελος (Επιμέλεια έκδοσης), 1996, 2η Ημερίδα Οικονομικής των Μεταφορών, Ακτοπλοΐα και αερομεταφορές: Ανταγωνισμός και Συμπληρωματικότητα, Πανεπιστήμιο Πειραιώς Τμήμα Ναυτιλιακών Σπουδών
4. Σαμπράκος Ευάγγελος, 1997, Εισαγωγή στην οικονομική των μεταφορών

### ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Raphael K. Akamavi, Elsayed Mohamed, Katharina Pellmann, Yue Xu, 2015, Key determinants of passenger loyalty in the low-cost airline business, Tourism Management 46, Elsevier
2. Laura Diaconu, 2012, The evolution of the European low-cost airlines' business models. Ryanair case study, Procedia - Social and Behavioral Sciences 62, Elsevier
3. Belén Rey, Rafael L. Myro, Asun Galera, 2011, Effect of low-cost airlines on tourism in Spain. A dynamic panel data model, Journal of Air Transport Management 17
4. Doganis Rigas, 2006, The airline business, Second edition, published by Routledge
5. European commission 1997, The single market review, Impact on Services: Air transport
6. John Fletcher, Alan Fyall, David Gilbert, Stephen Wanhill, 2013, Tourism Principles and Practice, Fifth edition, Pearson publishing
7. Bilotkach, Gaggero, Piga, 2015, Airline pricing under different market conditions: Evidence from European Low-Cost Carriers, Tourism Management 47, Elsevier

8. Anne Graham, 2013, Understanding the low cost carrier and airport relationship: A critical analysis of the salient issues, Tourism Management 36, Elsevier
9. Kotler, Bowen, Makens, 2014, Marketing for Hospitality and Tourism, Sixth edition, Pearson publishing
10. Janic Milan, 2000, Transportation Studies Volume 16, Air Transport System Analysis And Modelling. Capacity, Quality of Services and Economics, Gordon and Breach Science Publishers
11. L. Moreno-Izquierdo, A. Ramon-Rodriguez, J. Perles Ribes, 2015, The impact of the internet on the pricing strategies of the European low cost airlines, European Journal of Operational Research 246, Elsevier
12. Belén Rey, Rafael L. Myro, Asun Galera, 2011, Effect of low-cost airlines on tourism in Spain. A dynamic panel data model, Journal of Air Transport Management 17, Elsevier
13. Wheelen T., Hunger D., 2012, Strategic Management and Business Policy Toward Global Sustainability, Thirteenth edition, Pearson publishing
14. Michael D. Wittman, 2014, Are low-cost carrier passengers less likely to complain about service quality?, Journal of Air Transport Management 35, Elsevier

## ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

1. Κασσιμή Αλεξάνδρα, 2014, Έντονη παρουσία αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους, Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, <http://www.kathimerini.gr/766447/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/entonh-paroyisia-aeroporikwn-etairiwn-xamhloy-kostoys>
2. Κασσιμή Αλεξάνδρα, 2013, Επιδρομή εταιρειών χαμηλού κόστους στο «Βενιζέλος», Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, <http://www.kathimerini.gr/487463/article/oikonomia/epixeirhseis/epidromh-etairiwn-xamhloy-kostoys-sto-venizelos>
3. Καψύλης Αλέξανδρος και Κωβαίος Άγγελος, 1999, Ο ιμπεριαλισμός των τσάρτερ, ΤΟ ΒΗΜΑ, <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=112259>
4. Κτενάς Σπύρος, 1997, SOS από τον ελληνικό τουρισμό, ΤΟ ΒΗΜΑ, <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=89633&wordsinarticle=%CF%83%CE%BA%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%B1%CF%82>
5. Aerostat Handbook 2013, Athens International Airport, Eleftherios Venizelos

6. [www.businessinsider.com](http://www.businessinsider.com)
7. U.S. Bureau of transportation statistics
8. [www.forbes.com](http://www.forbes.com)
9. ICAO (International Civil Aviation Organization), A United Nations Specialized Agency, <http://www.icao.int/Pages/freedomsAir.aspx>
10. ELFAA (European Low Fares Airline Association), <http://www.elfaa.com/statistics.htm>
11. CAPA Centre for Aviation <http://www.irelandiaaviation.ie/about/lcc-industry/lcc-penetration>
12. <http://www.etn.nl/lcosteur.htm>
13. [http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_low-cost\\_airlines](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_low-cost_airlines)
14. <http://www.amadeus.com/blog/29/10/infographic-low-cost-carrier-global-seat-capacity/>
15. [http://europa.eu/eu-law/decision-making/procedures/index\\_el.htm](http://europa.eu/eu-law/decision-making/procedures/index_el.htm)
16. <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/5176926/2-30092014-AP-EN.PDF/b85a8539-2496-4317-9887-36e112518095>
17. [http://ec.europa.eu/budget/figures/fin\\_fwk0713/fwk0713\\_en.cfm#cf07\\_13](http://ec.europa.eu/budget/figures/fin_fwk0713/fwk0713_en.cfm#cf07_13)
18. [http://ec.europa.eu/budget/mff/figures/index\\_en.cfm](http://ec.europa.eu/budget/mff/figures/index_en.cfm)
19. [http://europa.eu/pol/financ/index\\_el.htm](http://europa.eu/pol/financ/index_el.htm)
20. <http://www.theguardian.com/environment/2007/jan/05/greenpolitics.theairlineindustry>
21. Τράπεζα Νομικών Πληροφοριών Νόμος
22. <http://aviation-safety.net/index.php>
23. <http://sete.gr/>
24. [http://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/statis\\_maps\\_e.htm](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/statis_maps_e.htm)
25. <http://traveltips.usatoday.com/effects-911-airline-industry-63890.html>
26. <http://articles.latimes.com/2011/sep/10/business/la-fi-911-cover-sept11-airlines-20110911>
27. [http://www.rita.dot.gov/bts/sites/rita.dot.gov.bts/files/publications/special\\_reports\\_and\\_issue\\_briefs/issue\\_briefs/number\\_13/pdf/entire.pdf](http://www.rita.dot.gov/bts/sites/rita.dot.gov.bts/files/publications/special_reports_and_issue_briefs/issue_briefs/number_13/pdf/entire.pdf)
28. <http://el.aegeanair.com>
29. <http://www.irelandiaaviation.ie/about/lcc-industry/lcc-penetration>
30. <http://www.rita.dot.gov/bts/>
31. <http://www.iata.org/pressroom/documents/impact-9-11-aviation.pdf>

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

### Ερωτηματολόγιο σχετικά με χαμηλού κόστους (low cost) αεροπορικές εταιρίες

Το παρόν ερωτηματολόγιο δημιουργήθηκε στο πλαίσιο διπλωματικής εργασίας του τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων και Μάνατζμεντ Τουρισμού (MBA - Tourism Management) του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Έχει να κάνει με την έρευνα όσον αφορά τη δημοτικότητα των αεροπορικών πτήσεων χαμηλού κόστους (Low Cost) και την προτίμηση ή όχι σε αυτές. Η απάντηση του ερωτηματολογίου δε θα σας πάρει πάνω από 3-4 λεπτά. Σας ευχαριστώ πολύ.

- Πόσες αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους γνωρίζετε;

- Καμία  
 1  
 2  
 3 και άνω

- Θεωρείτε ότι υπάρχουν επαρκείς αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους;

- Ναι  
 Όχι  
 Δε γνωρίζω

- Θυμάστε από πού πληροφορηθήκατε πρώτη φορά για οποιαδήποτε αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους;

- Διαδίκτυο  
 Ραδιόφωνο  
 Τηλεόραση  
 Τύπος (εφημερίδες/περιοδικά)  
 Διαφημιστικά έντυπα

- Τουριστικό γραφείο
- Φίλοι/Συγγενείς
- Δε θυμάμαι
- Άλλο

- Θεωρείτε ότι οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, έχουν συμβάλει στην αύξηση των ταξιδίων και του τουρισμού τα τελευταία χρόνια; (Απαντήστε βαθμολογώντας με 1 αν θεωρείτε ότι δεν έχουν συμβάλει καθόλου και με 5 αν πιστεύετε ότι έχουν βοηθήσει πολύ.)

	1	2	3	4	5	
Καθόλου	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Πάρα πολύ

- Έχετε ταξιδέψει ποτέ με χαμηλού κόστους αεροπορική εταιρία;

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

- Θα προτιμούσατε να ταξιδέψετε με κανονική αεροπορική εταιρία ή με μία χαμηλού κόστους;

- Κανονική
- Χαμηλού κόστους
- Και με τις δύο
- ΔΓ/ΔΑ

- Προτιμάτε τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους για:

- Ταξίδια αναψυχής
- Επαγγελματικά ταξίδια
- Παντός τύπου



Δεν τις προτιμώ

➤ Προτιμάτε τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους για:

Ταξίδια εσωτερικού

Ταξίδια εξωτερικού

Και τα δύο

Κανένα από τα δύο

➤ Τι θα σας έκανε να χρησιμοποιήσετε μία αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους;

Οικονομικοί λόγοι

Διαφήμιση

Προτροπή / εμπειρίες άλλων

ΔΓ/ΔΑ

➤ Ποιος παράγοντας θα σας απέτρεπε να χρησιμοποιήσετε μία αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους;

Φόβος (π.χ. για ανεπαρκή συντήρηση αεροσκάφους)

Μη προσφορά φαγητού/ποτού

Άσχημες εμπειρίες άλλων

Κανένας λόγος

Άλλο

➤ Θεωρείτε πως τα εισιτήρια των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους είναι φθηνά για όσα προσφέρουν; (Απαντήστε βαθμολογώντας με 1 αν τα θεωρείτε πολύ φθηνά και με 5 αν τα θεωρείτε ακριβά.)

1      2      3      4      5

Πολύ φθηνά                  Πολύ ακριβά

➤ Αν είχατε την οικονομική δυνατότητα να ταξιδέψετε με κανονική αεροπορική εταιρία αλλά στο διπλάσιο χρόνο, τι θα επιλέγατε;

Χαμηλού κόστους αεροπορική εταιρία

Κανονική αεροπορική εταιρία

➤ Χρόνος ή χρήμα; Προτιμάτε μία γρήγορη πτήση χωρίς ενδιάμεσες στάσεις ή μία φθηνή;

Γρήγορη πτήση

Φθηνή πτήση

➤ Θεωρείτε πως οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους διαφημίζονται αρκετά;

Ναι

Όχι

ΔΓ/ΔΑ

➤ Κατά πόσο θεωρείτε πως οι προωθητικές ενέργειες αυτών των εταιριών είναι αποτελεσματικές; (Απαντήστε βαθμολογώντας με 5 αν τις θεωρείτε πολύ αποτελεσματικές και με 1 αν δεν είναι καθόλου.)

1      2      3      4      5

Καθόλου αποτελ/κές      Πολύ αποτελ/κές

➤ Αν μπορούσατε να προτείνετε μία καινούρια προωθητική ενέργεια αυτών των εταιριών, σε τι θα επικεντρωνόσασταν;

➤ Πείτε μας την πρώτη αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους που σας έρχεται στο μυαλό.

➤ Αν θέλατε να ταξιδέψετε, από πού θα αγοράζατε τα αεροπορικά εισιτήρια χαμηλού κόστους;

- Τουριστικό γραφείο
- Διαδικτυακή πλατφόρμα αγοράς αεροπορικών εισιτηρίων
- Από την ιστοσελίδα της κάθε εταιρίας
- Δεν ταξιδεύω με low cost αεροπορικές εταιρίες
- Άλλο

➤ Ηλικία:

- Έως 25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56 και άνω

➤ Φύλο:

- Γυναίκα
- Άντρας

➤ Επαγγελματική κατάσταση:

- Φοιτητής / Μαθητής
- Εργαζόμενος ιδιωτικού τομέα
- Εργαζόμενος δημοσίου τομέα
- Συνταξιούχος
- Άνεργος