

✓  
1. 300.41 20. 21

**Α.Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ**  
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΘΕΜΑ**

*«Εισαγωγή στις λειτουργίες της εμπορικής  
αεροπορικής βιομηχανίας»*

Της φοιτήτριας

**Δράκου Μαρίας**

**Επιβλέπων Εκπαιδευτικός**

**Αβραμόπουλος Αβραάμ**

Εργ. Συνεργάτης Α.Τ.Ε.Ι. Πάτρας

**Πάτρα Απρίλιος 2004**



# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

## Κεφ.1

### Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

- 1.1 Εισαγωγική αναδρομή στις λειτουργίες των αερομεταφορών...σελ.4
- 1.2 Διεθνείς και διμερείς συμφωνίες αερομεταφοράς.....σελ.6
  - 1.2.1 Ιδιωτικοποίηση της βιομηχανίας αεροπορικών εταιριών....σελ.10
  - 1.2.2 Ανταγωνισμός στην αγορά των αεροπορικών εταιριών.....σελ.12
  - 1.2.3 Τυπολογία αερομεταφορέων.....σελ.14
- 1.3 Διεθνείς μη κυβερνητικοί οργανισμοί.....σελ.15

## Κεφ.2

### Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- 2.1 Οι αερομεταφορές και ο διεθνής τουρισμός.....σελ.21
- 2.2 Οι αερομεταφορές και ο ελληνικός τουρισμός.....σελ.24

## Κεφ.3

### Η ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

- 3.1 Καθορισμός της βιομηχανίας των ταξιδίων.....σελ.29
- 3.2 Οι ενδιάμεσοι της βιομηχανίας των ταξιδίων.....σελ.30
  - 3.2.1 Ταξιδιωτικοί πράκτορες.....σελ.30
  - 3.2.2 Tour operators.....σελ.32
  - 3.2.3 Ειδικοί διανομείς.....σελ.33
- 3.3 Συστήματα διανομής της βιομηχανίας των ταξιδίων.....σελ.34
  - 3.3.1 Σύστημα διανομής πρώτου τύπου.....σελ.37
  - 3.3.2 Σύστημα διανομής δεύτερου τύπου.....σελ.39
  - 3.3.3 Σύστημα διανομής τρίτου τύπου.....σελ.41
  - 3.3.4 Σύστημα διανομής τέταρτου τύπου.....σελ.41

#### **Κεφ.4**

### **ΤΟ ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΙΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ**

4.1 Η γεωγραφία της ΙΑΤΑ.....σελ.44	
4.2 Κωδικοποίηση συμβολισμών.....σελ.49	
4.2.1 Κωδικοποιημένοι συμβολισμοί αερογραμμών.....σελ.49	
4.2.2 Κωδικοποιημένοι συμβολισμοί πόλεων.....σελ.50	
4.2.3 Βασικοί κώδικες για την ανάγνωση αεροσκαφών.....σελ.51	

#### **Κεφ.5**

### **ΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ**

5.1 Πληροφορική και αερομεταφορές.....σελ.53	
5.2 Συστήματα κρατήσεων (CRS).....σελ.55	
5.3 Κρατήσεις με χρήση του Internet.....σελ.57	
5.3.1 Οι αεροπορικές εταιρίες στο Internet.....σελ.63	
5.3.2 Η Ολυμπιακή εταιρία στο Internet.....σελ.64	
5.3.3 Τα αεροδρόμια στο Internet.....σελ.65	

---

<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....σελ.68</b>	
--------------------------------	--

## Κεφάλαιο 1

# Η ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

### 1.1. Εισαγωγική αναδρομή στις λειτουργίες των αερομεταφορών

Από την εφεύρεση της ρόδας στις πτήσεις της διαστημικής σαΐτας, η γοητεία και αναπόφευκτα η ανάγκη του ταξιδιού έχει εμπνεύσει την ατέρμονη καινοτομία στο εμπόριο, την τεχνολογία, και την εκπαίδευση. Είτε για το εμπόριο, την εξερεύνηση, την κατάκτηση είτε τον ελεύθερο χρόνο, καμία εμπειρία δεν έχει συναγωνιστεί πάντα στον αντίκτυπο την τολμηρή περιπέτεια του ταξιδιού. Το ταξίδι αναπτύχθηκε από την ανάγκη να επιζήσει, την επιθυμία να επεκταθεί το εμπόριο, και την αναζήτηση που κατακτά. Οι κατευθυντήριες δυνάμεις πίσω από την ανάπτυξη του τουρισμού ήταν περιέργεια για τον κόσμο και μια επιθυμία να δραπετεύσουν από τις πιέσεις της αστικής ζωής.

Πολύ πριν να μπορέσουν οι άνθρωποι να ταξιδέψουν πέρα από τους δρόμους, να πλεύσουν στα σκάφη, ή να πετάξουν στα ύψη στα αεροπλάνα, η μόνη πρακτική μέθοδος μεταφοράς τους ήταν τα πόδια τους. Οι πρώτοι άνθρωποι ήταν νομαδικοί, οδηγημένοι για να ταξιδέψουν από μια ανάγκη να κυνηγηθούν τα ελάφια, τα πουλιά και άλλα ζώα προκειμένου να επιβιώσουν. Γύρω στα 8000 π.Χ. εμφανίστηκαν έμποροι χρησιμοποιώντας θαλάσσια όστρακα ως χρήματα. Οι άνθρωποι που έζησαν προς τα ενδότερα μιας χώρας, μακριά από την ακτή, εκτίμησαν τα κοχύλια ως κόσμημα.

Ενώ ο Henry Ford συναρμολογούσε το πρώτο αυτοκίνητό του, οι Orville και Wilbur Wright πειραματίζονταν με ένα φτερωτό ποδήλατο που θα μπορούσε να πετάξει. Τα όνειρά τους εκπληρώθηκαν στη βόρεια Καρολίνα στο Kitty Hawk στις 17 Δεκεμβρίου του 1903, όταν έπλευσαν το πρωτότυπο αεροπλάνο τους 50 πόδια πάνω από ένα λιβάδι αγελάδων.

Πέντε χρόνια αργότερα, ο Γάλλος Louis Bleriot, πέταξε ένα μονοκίνητο αεροπλάνο πάνω από το αγγλικό κανάλι. Ένας αμερικάνος ιπτάμενος, Galbraith Rodgers, απογειώθηκε από την πόλη της Νέας Υόρκης το 1911 και, μετά από 49 ημέρες και 19 αποβάσεις συντριβής, προσγειώθηκε στο Πασαντένα, Καλιφόρνια.

Πριν από τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο, οι περισσότεροι άνθρωποι θεωρούσαν το αεροπλάνο ως κάτι περίεργο. Εντούτοις, κατά τη διάρκεια του πολέμου, ο ηρωισμός των αεροπόρων εξέπληξαν το κοινό, που άρχισε να ενδιαφέρεται για το αεροπορικό ταξίδι. Το 1919, η υπηρεσία επιβατών προώθησε τις αεροπορικές υπηρεσίες της μεταξύ του αερολιμένα του Hounslow στο Λονδίνο και του αερολιμένα Bourget στο Παρίσι. Η πρώτη πτήση διάρκεσε τρεις ώρες προκειμένου να

ολοκληρωθεί ταξίδι 110-μιλίων. Μέχρι το 1922, πάνω από 10.000 επιβάτες ταξίδευαν τη διαδρομή Λονδίνο-Παρίσι με αεροπλάνο.

Η πρώτη βρετανική αερογραμμή, Imperial Airways, ξεκίνησε να μεταφέρει, 1.700 επιβάτες κάθε εβδομάδα. Η αερογραμμή ανταγωνίστηκε κυρίως με τα «φωτεινά πηδαλιουχούμενα αερόστατα» που ονομάστηκαν *αεροσκάφη*. Αυτά τα αεροσκάφη παρείχαν στους επιβάτες παρόμοιες ανέσεις με εκείνες ενός κρουαζιερόπλοιου πολυτέλειας. Το γερμανικό αεροσκάφος Hindenburg είχε μια βιβλιοθήκη, φυσικά αναμμένες διάδρομοι διάβασης επιβατών, μια τραπεζαρία με τη διάταξη θέσεων για 34 επιβάτες, καναπέδες, καθώς και έργα ζωγραφικής τοποθετημένα στους τοίχους. Δυστυχώς, τα αεροσκάφη αυτά ήταν και αναξιόπιστα και επικίνδυνα. Στη δεκαετία του '30, εκατοντάδες άνθρωποι πέθαναν στις συντριβές αεροσκαφών προτού να διακοπούν μόνιμα οι πτήσεις.

Το 1917, το αρμόδιο κογκρέσο της Αμερικής χρηματοδοτεί προκειμένου να προωθήσει την υπηρεσία αεροπορικής αποστολής αντικειμένων από τη Νέας Υόρκη στην Ουάσιγκτον. Οι πρώτες πτήσεις αεροπορικής αποστολής έγιναν με τα αεροπλάνα Αμερικάνικου στρατού, μέχρι τον Αύγουστο του 1918 όπου το τμήμα Αμερικάνικων ταχυδρομείων άρχισε να μεταφέρει το δικό του στόλο. Μέχρι το 1925, η υπηρεσία αεροπορικής αποστολής επεκτάθηκε σε ολόκληρη τη χώρα, με την ολονύκτια υπηρεσία από τη Νέα Υόρκη στο Σικάγο. Δεδομένου ότι η υπηρεσία αεροπορικής αποστολής αυξήθηκε στη δημοτικότητα, η κυβέρνηση άρχισε να χρηματοδοτεί διάφορους αναδόχους για τη μεταφορά του ταχυδρομείου. Ένας από τους πρώτους αναδόχους αεροπορικής αποστολής ήταν ο Henry Ford ιδιοκτήτης της «Ford Air Transport».

Το 1926, ο Western Air Express άρχισε να μεταφέρει επιβάτες και ταχυδρομείο αμφότερους από το Λος Άντζελες στη πόλη Σωλτ Λέικ. Από τα σύγχρονα πρότυπα, οι στεγασίες ήταν πρωτόγονες. Οι επιβάτες που εξοπλίστηκαν με κράνη, προστατευτικά δίοπτρα, φόρμες, και αλεξιπτώτα, μεταφέρθηκαν στις πτυσσόμενες καρέκλες πάνω από τους σωρούς του ταχυδρομείου.

Η «Western Air Express» ανταγωνιζόταν έντονα τις αερογραμμές Varney, οι οποίες ιδρύθηκαν από έναν αεροπόρο του πρώτου παγκοσμίου πολέμου τον Walter T. Varney. Οι αερογραμμές Varney ξεκίνησαν ως σχολείο πτήσεων για όσους ενδιαφέρονταν με επικεφαλής έναν εκπαιδευτικό πτήσης, τρεις πιλότους σπουδαστών, και τέσσερις μηχανικούς.

Η Delta Airlines, που άρχισε το 1925 με έναν μικρό στόλο, άρχισε το ταχυδρομείο από την Ft. Worth στην Ατλάντα το 1934, δεν μετέφερε επιβάτες από συγκεκριμένο αναχώρησης σε συγκεκριμένο σημείο προορισμού μέχρι τη δεκαετία του '60.

Η αεροπορική εταιρία Pan American, η πρώτη διεθνής αεροπορική γραμμή όπου βασιζόταν στις Ηνωμένες Πολιτείες, άρχισε να κάνει πτήσεις από την Φλώριδα στην Κούβα το 1927. Το 1929, οι διηπειρωτικές αεροπορικές μεταφορές, TWA, άρχισαν να μεταφέρουν επιβάτες σε συγκεκριμένο σημείο προορισμού απευθείας στις Ηνωμένες Πολιτείες. Το ταξίδι από τη Νέα Υόρκη στο Λος Άντζελες διήρκεσε 48 ώρες και περιέλαβε δύο ολονύκτιες διαδρομές με τραίνο και δύο πρωινές πτήσεις.

Το 1935, το Pan Am προώθησε το *china clipper*, μια πολυτελή τετρακύλινδρη εναέρια βάρκα, η οποία μετέφερε 18 επιβάτες από το Σαν Φρανσίσκο στις Φιλιππίνες σε 60 ώρες.

Το 1930, η Varney Airlines αγοράστηκε από τη United Aircraft, διαμορφώνοντας το πρώτο δίκτυο αερογραμμών. Το επόμενο έτος, η εταιρία μετονομάστηκε σε United Airlines. Για να ανταγωνιστεί με τη United η Western Air Express συγχωνεύτηκε με την Transcontinental Air Transport και μια άλλη αερογραμμή, Aviation Industries, διαμορφώνοντας την TWA. Τα αρχικά αντιπροσώπευσαν αρχικά την Transcontinental and Western Air, αλλά το όνομα άλλαξαν τελικά σε Trans World Airways. Σήμερα, η αερογραμμή είναι συχνότερα γνωστή ως TWA.

## 1.2 Διεθνείς και διμερείς συμφωνίες αερομεταφοράς

Με την ανάπτυξη της αεροπορικής βιομηχανίας η εφαρμογή κανονιστικού πλαισίου για τα αεροπορικά ταξίδια εσωτερικού και εξωτερικού θεωρήθηκε απαραίτητη για πολλούς λόγους με προεξέχοντα τον παράγοντα της ασφάλειας των επιβατών η οποία απαιτεί οι αεροπορικές εταιρίες να λαμβάνουν, έπειτα από μια σειρά διαδικασιών, άδεια λειτουργίας και πτήσεων καθώς επίσης να τίθενται υπό την επίβλεψη κρατικών και διεθνώς αναγνωρισμένων φορέων.

Ο διεθνής χαρακτήρας του τουρισμού δεν θα ήταν εφικτός χωρίς ένα σύστημα διεθνούς αερομεταφοράς, όμως ένα τέτοιο σύστημα προϋπέθετε σύνθετες διαπραγματεύσεις ανάμεσα σε κράτη και αερομεταφορείς υπό την μορφή διμερών συμφωνιών. Η πρώτη θεώρηση για ένα παγκόσμιο σύστημα κανονισμών αερομεταφοράς εμφανίστηκε με το Σύμφωνο του Σικάγο το 1944 (Chicago Convention) και την συμφωνία των Βερμούδων το 1946 (Bermuda Agreement).

Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που οδήγησαν στη δημιουργία και ανάπτυξη ενός συστήματος κανονισμών στη βιομηχανία αεροπορικών εταιριών.

Η ασφάλεια είναι πολύ σημαντική όταν γίνεται λόγος για τους αεροπορικούς κανονισμούς. Οι κυβερνήσεις, λοιπόν έχουν θεσπίσει κάποιους κανονισμούς ώστε μόνο οι εταιρίες που μπορούν να αποδείξουν ότι μπορούν να πετούν με ασφάλεια, θα παίρνουν άδεια.

Επίσης η προστασία προγραμματισμένων υπηρεσιών είναι ένας από τους παράγοντες των αεροπορικών κανονισμών. Για να μπορεί μια τακτική υπηρεσία πτήσεων θα πρέπει αυτή να διατηρηθεί και κατά τις “νεκρές” περιόδους ώστε να αποφεύγεται η ραγδαία είσοδος πολλών αεροπορικών εταιριών κατά την διάρκεια της περιόδου ακμής, γεγονός που θα μείωνε το κέρδη ενώ πολλές εταιρίες θα αναγκάζονταν να αποσυρθούν από την αγορά κατά την διάρκεια της νεκρής περιόδου.

Επιπλέον η διατήρηση της εξυπηρέτησης των κοινωνικών αναγκών είναι ένα επιχείρημα υπέρ των κανονισμών με βάση το οποίο οι κυβερνήσεις ήθελαν να εξασφαλίσουν το γεγονός ότι οι αεροπορικές εταιρίες παρέχονται σε ασθενέστερες αγορές για να ενθαρρυνθεί η τοπική ανάπτυξη της χώρας τους.

Ένας πολύ σημαντικός παράγοντας, επίσης, είναι η πρόληψη του υπερβολικού ανταγωνισμού. Σε κανονικές συνθήκες ο ανταγωνισμός είναι μία παραγωγική και θετική δύναμη της αγοράς. Στην προκειμένη περίπτωση, όμως, αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα μία σημαντική πτώση των τιμών. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα οι ασθενέστερες εταιρίες να παρέχουν υπηρεσίες σε τόσο χαμηλές τιμές και τελικά θα καταλήξουν σε πτώχευση. Σαν συνέπεια αυτού του γεγονότος θα είναι οι ισχυρότερες εταιρίες να μονοπωλήσουν στην αγορά και να αυξηθούν οι τιμές ενώ η ποιότητα να πέσει.

Τέλος η προστασία των εθνικών συμφερόντων είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την δημιουργία κανονισμών. Αυτό συμβαίνει εξαιτίας του γεγονότων ότι ένας εθνικός φορέας συνήθως θεωρείται σαν μέρος των αμυντικών στρατηγικών ενός έθνους, μεγιστοποιεί τα κέρδη της εθνικής οικονομίας, αποτελεί σύμβολο της εθνικότητας ενώ τέλος αναφέρεται στην διατήρηση επαφής ανάμεσα στην επιχείρηση και την κυβέρνηση.

Οι συμφωνίες, λοιπόν, μεταξύ κυβερνήσεων που σχετίζονται με τις προγραμματισμένες αεροπορικές συμφωνίες είναι γνωστές σαν συμφωνίες αεροπορικών υπηρεσιών και καλύπτουν κάθε είδους αεροπορικές υπηρεσίες μεταξύ των ενδιαφερομένων χωρών. Μία από τις πρωταρχικές τους λειτουργίες είναι να κανονίζουν τα “δικαιώματα συγκοινωνίας” όσον αφορά το είδος της συγκοινωνίας που επιτρέπεται ή όχι να πραγματοποιηθεί. Τα δικαιώματα συγκοινωνίας ορίζονται από τις λεγόμενες “ελευθερίες του αέρα”.

Η **πρώτη ελευθερία** επιτρέπει την υπέρπτηση του εναέριου χώρου μιας χώρας από αεροπορικές εταιρίες μιας άλλης χώρας. Παράδειγμα : για την

πτήση από Λονδίνο προς Γενεύη, το αεροσκάφος πετάει πάνω από το Γαλλικό εναέριο χώρο.

Η **δεύτερη ελευθερία** επιτρέπει σε αεροπορικές εταιρίες της πρώτης χώρας να προσγειώνουν τα αεροσκάφη στη δεύτερη για μη συγκοινωνιακούς λόγους όπως ανεφοδιασμό καυσίμων.

Η **τρίτη ελευθερία** επιτρέπει στον εθνικό αερομεταφορέα μιας χώρας να εκτελέσει να εκτελέσει συγκοινωνία από τη χώρα του σε μία ξένη χώρα. Παράδειγμα : η πτήση από Αθήνα στο Παρίσι.

Η **τέταρτη ελευθερία** επιτρέπει στην αεροπορική εταιρία να πάρει από την ξένη χώρα επιβάτες και φορτίο επί πληρωμή και να το μεταφέρει στη βάση της.

Η **πέμπτη ελευθερία** είναι το δικαίωμα μεταφοράς επί πληρωμή μεταξύ των δύο ξένων σημείων.

Έκτη ελευθερία έχουμε όταν μία αεροπορική εταιρία μεταφέρει επιβάτες από ένα σημείο στη βάση της και μετά, από τη βάση της σε άλλο σημείο, συνδυάζοντας έτσι την τρίτη και την τέταρτη ελευθερία.

Με τον όρο Απορύθμιση (deregulation) ή Απελευθέρωση (Liberalization) όπως είναι γνωστή στην Ευρώπη εννοούμε τον περιορισμό του κρατικού ελέγχου στις λειτουργίες της αερομεταφοράς και των αεροπορικών εταιριών καθώς και την απρόσκοπτη λειτουργία των δυνάμεων της αγοράς να διαμορφώσουν τους άξονες της βιομηχανίας των αερομεταφορών.

Τα διεθνή αεροπορικά ταξίδια καταγράφουν ένα ενδιαφέρον παράδειγμα για το πώς οι πολιτικές των κυβερνήσεων οδήγησαν σε διαφορετικά αποτελέσματα που σχετίζονται με την παροχή ταξιδιωτικών υπηρεσιών στους τουρίστες. Ο Sealy(1992) προσδιορίζει δύο προσεγγίσεις οι οποίες κατατάσσονται σε:

- ένα ρυθμιζόμενο σύστημα μεταφοράς όπου μια χώρα ασκεί κυριαρχία και αυστηρό έλεγχο πάνω στον εναέριο χώρο της σε θέματα μεταφορών,
- ένα απελευθερωμένο και απορυθμισμένο σύστημα το οποίο χαρακτηρίζεται από πολιτική ανοικτών αιθέρων (open-skies policy)

(Page, S. 1994)

Από την στιγμή κατά την οποία ο τομέας των αερομεταφορών είχε σημαντικές επιπτώσεις στην οικονομία μιας περιοχής ή μιας χώρας οι κυβερνήσεις λαμβάνουν μέτρα για την ενθάρρυνση της ανάπτυξης αεροδιάδρομων και συνδέσεων οι οποίες έδειχναν να εμφανίζουν προσδοκίες για οικονομικά οφέλη και να αποθαρρύνουν εκείνες οι οποίες παρουσίαζαν σημάδια «κόπωσης». Εκεί που η πολιτική μιας χώρας ενθαρρύνει τον ανταγωνισμό ή επεμβαίνει όπου η μονοπωλιακή αξιοποίηση μιας σύνδεσης ωθεί την αύξηση των ναύλων, η πολιτική μιας



άλλης χώρας οδηγεί σε υπέρμετρα ορθολογιστικό ανταγωνισμό προκειμένου να αποφύγει ενεργειακές απώλειες ή να προστατέψει την κερδοφορία του εθνικού αερομεταφορέα (national flag-carrier)(Holloway 1998).

### **Η άρση των περιοριστικών ρυθμίσεων.**

Το σημαντικότερο θέμα του νόμου για την άρση των περιοριστικών ρυθμίσεων του 1978, ήταν ο ανταγωνισμός. Έπρεπε να υπάρχει μέγιστη εμπιστοσύνη στον ανταγωνισμό ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι αποτελεσματικότητας, καινοτομιών, χαμηλών τιμών, των επιλογών υπηρεσιών και τιμών ενώ παράλληλα θα ανέπτυξε το αναγκαίο αεροπορικό σύστημα. Οι ανταγωνιστικές δυνάμεις της αγοράς και ο πραγματικός ανταγωνισμός έπρεπε να ενθαρρύνουν τους αερομεταφορείς να κερδίσουν σημαντικά ποσά και να προσελκύσουν κεφάλαιο.

Οι περιορισμοί για την είσοδο στις πτήσεις εσωτερικού έπρεπε σταδιακά να υποχωρήσουν στα επόμενα χρόνια με απόλυτη άρση το 1981. Το πρότυπο για την έγκριση δρομολογίων αμέσως άλλαξε από την προϋπάρχουσα απαίτηση ότι το προτεινόμενο δρομολόγιο είναι αναγκαίο για την δημόσια άνεση στο ότι είναι συνεπές με την δημόσια άνεση.

Ο Οκτώβριος του 1978 υπήρξε σταθμός στην ιστορία της αεροπορίας, γιατί τότε αποδεσμεύτηκε από τους κανονισμούς η εσωτερική αγορά των ΗΠΑ (η μεγαλύτερη αγορά αερομεταφορών στον κόσμο). Από τότε, οι εσωτερικές αερογραμμές των ΗΠΑ λειτουργούν χωρίς καμία παραδοσιακή μορφή κανονισμού (τιμολόγηση / χωρητικότητα αεροσκαφών / είσοδος – έξοδος και άλλα). Άλλες χώρες, όπως ο Καναδάς, η Βρετανία και η Αυστραλία ακολούθησαν στο μεταξύ, με διάφορους βαθμούς αποδέσμευσης από τους κανονισμούς μέσα στις δικές τους εσωτερικές αγορές.

Στις διεθνείς αγορές, σημαντικές εξελίξεις έλαβαν επίσης χώρα και πολύ φιλελεύθερες αεροπορικές συμφωνίες έχουν συναφθεί μεταξύ χωρών όπως Ηνωμένο Βασίλειο / Κάτω Χώρες και άλλες.

Επίσης οι ΗΠΑ έχουν υπογράψει διάφορες φιλελεύθερες συμφωνίες αεροπορικών υπηρεσιών που επέτρεψαν τον ανταγωνισμό σε μερικές από τις διεθνείς διαδρομές από και προς τις ΗΠΑ.

Από πολυεθνικής άποψης, οι κύριες εξελίξεις στην αποδέσμευση από τους κανονισμούς είναι εκείνες που επηρεάζουν τους φορείς κρατών μελών της ΕΟΚ που λειτουργούν με εσωτερικές υπηρεσίες της ΕΟΚ.

Το συμβούλιο της ΕΟΚ που συνεδρίασε τον Ιούνιο του 1990 υιοθέτησε τη δεύτερη φάση της φιλελευθεροποίησης που θα καλύψει την περίοδο μέχρι την ολοκλήρωση της πλήρους κοινής αγοράς στις 31 Δεκεμβρίου

του 1992. Τα κύρια στοιχεία του πακέτου κάλυπταν την πρόσβαση στην αγορά, τις τιμές, την χωρητικότητα (των αεροσκαφών), την πολιτική του ανταγωνισμού και τις εξωτερικές σχέσεις. Όλες οι διαδρομές μέσα στην κοινότητα είναι ανοιχτές σε υπηρεσίες Τρίτης, Τέταρτης και Πέμπτης ελευθερίας εφόσον αυτές διεξάγονται από φορείς κρατών μελών της ΕΟΚ. Οι σχετικοί με την χωρητικότητα περιορισμοί έχουν αμβλυθεί και θα πρέπει να έχουν εκλείψει εντελώς μέχρι το 1993. Τώρα υπάρχει μεγαλύτερη ελευθερία τιμολόγησης αλλά πρέπει να μελετηθεί προσεκτικά η σύσφιξη των κανόνων περί ανταγωνισμού.

Σε πολλές άλλες αγορές, ο ανταγωνισμός στην βάση της 'Εκτης Ελευθερίας' μείωσε τη σημασία πολλών παραδοσιακών μορφών κανονισμών όσο αφορά τους όρους του μάρκετινγκ. Ακόμη και σε παραδοσιακά διεπόμενες από τους κανονισμούς αγορές, είναι τώρα πλέον διαδεδομένος ο ανταγωνισμός σε επίπεδο τιμών, και διατίθεται στον καταναλωτή εκπώσεις διαφόρων μορφών και ειδών π.χ. ναύλοι συχνών επιβατών.

Η γενική εικόνα σε σχέση με τους κανονισμούς της βιομηχανίας αεροπορικών εταιριών είναι μία εικόνα ουσιαστικών αλλαγών – αλλαγών που'ακόμα' βρίσκονται σε εξέλιξη. Μερικές αγορές ( π.χ. Αφρική, Νότια Αμερική ) είναι κατά μεγάλο μέρος ανεπηρέαστες από τη φιλελευθεροποίηση και ενδεχομένως θα εξακολουθήσουν να είναι, μολονότι οι αεροπορικές τους εταιρίες θα επηρεάζονται από τον ανταγωνισμό με αποδεδειγμένους από τους κανονισμούς φορείς σε μείζονες διεθνείς διαδρομές. Εν τούτοις, στις περισσότερες μείζονες αγορές ανά τον κόσμο υπάρχει μία σημαντική στροφή προς τη φιλελευθεροποίηση.

Από απόψεως μάρκετινγκ, η αποδέσμευση από τους κανονισμούς και η φιλελευθεροποίηση προσφέρουν μία σημαντική ευκαιρία στις αεροπορικές εταιρίες που μπορούν να ανταγωνιστούν αποτελεσματικά. Εν τούτοις, μικρότερες, με όχι καλή αποτελεσματικότητα αεροπορικές εταιρίες υπόκεινται σε σημαντική απειλή εκτός και αν αλλάξουν και προσαρμοστούν στο νέο περιβάλλον.

Είναι σημαντικό ο διευθυντής μάρκετινγκ να έχει υπόψη του τις διαφορές μεταξύ του ανταγωνισμού σε αγορές ρυθμιζόμενες από τους κανονισμούς και του ανταγωνισμού σε φιλελεύθερες ή αποδεδειγμένες από τους κανονισμούς, για να μπορεί να προσαρμόσει ανάλογα την πολιτική του μάρκετινγκ.

### **1.2.1 Ιδιωτικοποίηση της βιομηχανίας αεροπορικών εταιριών**

Η εισαγωγή της αποδέσμευσης από τους κανονισμούς στη βιομηχανία δεν είναι ο μοναδικός μείζων παράγοντας που άλλαξε κατά πολύ το περιβάλλον μάρκετινγκ των αεροπορικών εταιριών.

Η ιδιωτικοποίηση της βιομηχανίας αεροπορικών εταιριών (που κάποτε την κατείχε και έλεγχε το κράτος ) έχει σημαντικό αντίκτυπο στις δραστηριότητες της εταιρίας.

Πριν την δεκαετία του 1980, η κρατική κατοχή ήταν άκρως κυρίαρχη για διάφορους λόγους :

- Οι περισσότερες αεροπορικές εταιρίες αναπτύχθηκαν σε μία εποχή που η ισχυρή κυβερνητική ανάμειξη στη βιομηχανία ήταν πολύ συνηθισμένη.
- Ο τομέας της άμυνας ήταν επίσης ύψιστης σημασίας και, επομένως, η κατοχή μίας αεροπορικής εταιρίας μπορούσε να θεωρηθεί θέμα εθνικής ασφάλειας.
- Η κατοχή μίας αεροπορικής εταιρίας επίσης θεωρείται σαν μέσο προστασίας του ισοζυγίου πληρωμών και προώθησης της τοπικής οικονομικής ανάπτυξης

Εν τούτοις, αυτή η κατοχή δημιούργησε διάφορα προβλήματα :

- Μη κερδοφόρες διαδρομές διατηρούνταν για λόγους πολιτικής σκοπιμότητας.
- Τα επίπεδα του προσωπικού διατηρούνταν υψηλά, για να κρατηθεί χαμηλά ο δείκτης της ανεργίας.
- Οι ναύλοι παρέμεναν χαμηλοί για να ελαττωθεί ο εσωτερικός τουρισμός.

Σαν αποτέλεσμα, έβγαιναν χρήματα από τα δημόσια ταμεία για να διατηρηθεί στη ζωή μία ελλειμματική βιομηχανία, με αποτέλεσμα να υποφέρει ο φορολογούμενος.

Εν τούτοις, στη δεκαετία του 1990 υπήρξε μεγάλη στροφή, όταν μερικές κυβερνήσεις άρχισαν να πουλάνε τις αεροπορικές τους εταιρίες, ιδιωτικοποιώντας τη βιομηχανία. Αυτό δεν έχει συμβεί παντού, αλλά αποτελεί μία προοδευτική τάση. Τώρα απαιτούνται αποτελεσματικότερες πολιτικές, καθώς τώρα η βιομηχανία αεροπορικών εταιριών είναι η επιχείρηση και πρέπει να είναι προετοιμασμένη να λειτουργήσει μέσα σε ένα άκρως ανταγωνιστικό περιβάλλον. Τώρα πλέον οι αεροπορικές εταιρίες δεν θα προστατεύονται από τα δημόσια ταμεία και τους κανονισμούς – η ιδιωτική αεροπορική εταιρία πρέπει να πολεμήσει για να κρατηθεί στη ζωή ή να πτωχεύσει.

#### **ΝΑΥΛΩΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (ΤΣΑΡΤΕΡΣ)**

Στο παρελθόν, η ρύθμιση των ναυλωμένων υπηρεσιών βασιζόταν στη αρχή μάλλον του μονομερούς παρά του διμερούς ή πολυεθνικού ελέγχου, δηλαδή κάθε χώρα αποφασίζει τη δική της πολιτική όσον αφορά σε ποιον θα επιτρέψει και σε ποιον όχι τη λειτουργία των ναυλωμένων υπηρεσιών μέσα στον εθνικό της χώρο.

Μερικές χώρες έχουν πολύ περιοριστική πολιτική απέναντι στις ναυλωμένες υπηρεσίες (π.χ. η Αυστραλία), ενώ αντιθέτως υπάρχει

σχετικά φιλελεύθερη τάση απέναντι στις ναυλωμένες υπηρεσίες στις αγορές του Βόρειου Ατλαντικού και εντός της Ευρώπης.

Μέσα στη Βορειοατλαντική αγορά, οι ναυλωμένες υπηρεσίες λειτουργούσαν πριν κάτω από την αρχή της «ομάδας συγγενείας» που αντικαταστάθηκε στη δεκαετία του 70 από τις ναυλωμένες υπηρεσίες 'κρατήσεις εκ των προτέρων' (δηλαδή το ταξίδι με ναυλωμένη πτήση είναι στη διάθεση του οποιουδήποτε είναι διατεθειμένος να κάνει κράτηση θέσεως και να πληρώσει σε μία καθορισμένη περίοδο εκ των προτέρων). Εν τούτοις, λόγω ανταγωνισμού από φορείς που λειτουργούν βάσει προγράμματος και προσφέρουν φθηνότερους ναύλους, η αγορά τσάρτερς του Βόρειου Ατλαντικού δεν έχει αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια.

Αντίθετα από τα ταξίδια τσάρτερ στην αγορά του Βορείου Ατλαντικού, η αύξηση του ταξιδιού με τσάρτερ μέσα στην Ευρώπη συνεχίστηκε μέχρι του σημείου να ξεπερνά τώρα την κίνηση των προγραμματισμένων πτήσεων. Η πλειοψηφία των Ευρωπαϊκών κυβερνήσεων έχει συμφωνήσει στην αμοιβαία ανταλλαγή δικαιωμάτων ναυλωμένων υπηρεσιών, με την προϋπόθεση ότι αυτές οι πτήσεις λειτουργούν με βάση την αρχή των εκδρομών με πρόσθετες υπηρεσίες, δηλαδή συνδυασμένες με διανομή και επίγειες μεταφορές ούτως ώστε να δημιουργηθεί ένα πακέτο.

Οι ναυλωμένες πτήσεις απευθύνονται σε ένα ή περισσότερους ναυλωτές οι οποίοι νοικιάζουν ένα αεροσκάφος μαζί με το αναγκαίο πλήρωμα για ορισμένο χρονικό διάστημα από την ιδιοκτήτρια ή διαχειρίστρια επιχείρηση charter-η οποία είναι υποχρεωμένη να το παραδώσει σε κατάσταση πλήρους πλοιμότητας. Σκοπός του ταξιδιού των επιβατών αυτών είναι συνήθως η αναψυχή ενώ το εισοδηματικό επίπεδο τους κυμαίνεται από μεσαίο προς χαμηλό. Συνήθως στις ναυλωμένες πτήσεις γίνεται συνδυασμένη μεταφορά, αεροπορική και άλλη, ακόμα κανονίζεται η διαμονή σε συγκεκριμένα καταλύματα στον ή στους τόπους προορισμού καθώς κι άλλες διευκολύνσεις όπως επίσκεψη σε αξιοθέατα, διασκέδαση, αθλητισμός. Τα συνήθη αποδεικτικά έγγραφα της πώλησης του προϊόντος στις ναυλωμένες πτήσεις είναι τα vouchers ενώ στις τακτικές γραμμές είναι τα αεροπορικά εισιτήρια.

### **1.2.2 Ανταγωνισμός στην αγορά των αεροπορικών εταιριών**

Οι ευκαιρίες που δημιούργησε η αποδέσμευση από τους κανονισμούς επιτρέπουν στις αεροπορικές εταιρίες να αριστοποιήσουν τα δίκτυά τους. Μπορούν να εισέλθουν γρήγορα σε νέες και πολλά υποσχόμενες αγορές. Παρομοίως, μπορούν γρήγορα να αποσύρουν τις υπηρεσίες τους από μη κερδοφόρες διαδρομές και να μεταφέρουν τις πηγές που είχαν προβλεφθεί για αυτές σε αναπτυσσόμενες αγορές.

Η αποδέσμευση από τους κανονισμούς επίσης σημαίνει ότι οι αεροπορικές εταιρίες μπορούν να αυξάνουν τη χωρητικότητα, μόλις αυτό γίνεται αναγκαίο λόγω αύξησης της ζήτησης. Ο χειρισμός των εξόδων είναι επίσης πιο εύκολος λόγω του ότι οι αεροπορικές εταιρίες με χαμηλότερα έξοδα από τους αντιπάλους τους μπορούν να καινοτομήσουν εισάγοντας, για παράδειγμα, χαμηλότερους ναύλους. Αυτό θα τους δώσει τη δυνατότητα να εκμεταλλευτούν πλήρως το πλεονέκτημα των χαμηλών εξόδων. Τα περιεχόμενα του εγγράφου ' Luxembourg II ' είναι ένα παράδειγμα του τρόπου με τον οποίο η αποδέσμευση με τους κανονισμούς θα αυξήσει τον ανταγωνισμό μέσα στη βιομηχανία.

Το πακέτο ' LUX II ' άμβλυσε κατά πολύ τους περιορισμούς της χωρητικότητας που πρέπει να πάψουν να υφίστανται μέχρι το 1993 και αφορά ταξίδια μέσα στην Ευρώπη και μεταφορείς στην ΕΟΚ. ( Μεταφορείς που δεν ανήκουν στην ΕΟΚ αλλά έχουν δικαιώματα πέμπτης ελευθερίας θα μπορούν να τα διατηρήσουν. Δεν είναι σαφές ακόμα πώς θα γίνει ο χειρισμός σχετικά με δικαιώματα πέμπτης ελευθερίας φορέων που δεν εντάσσονται στην ΕΟΚ μετά το 1992 ). Σύμφωνα με τις διατάξεις του πακέτου ' LUX II ' υπάρχει μεγαλύτερη ελευθερία τιμολόγησης και όλες οι διαδρομές είναι ανοιχτές σε υπηρεσίες τρίτης / τετάρτης / πέμπτης ελευθερίας. Η αμφισβητούμενη πέμπτη ελευθερία που αφορά το δικαίωμα της συγκοινωνίας μεταξύ δύο ξένων σημείων έχει φιλελευθεροποιηθεί και έτσι θα αυξηθούν οι ανταγωνιστικές δυνάμεις στην αγορά.

Εν τούτοις, η απελευθέρωση από τους κανονισμούς απειλεί μη αποτελεσματικές αεροπορικές που αυτοί τις προστάτευαν. Οι ορίζοντες του σχεδιασμού γίνονται στενότεροι, καθώς ο μακροπρόθεσμος σχεδιασμός σε μία ανταγωνιστική αγορά είναι ασταθής. Τα επίπεδα εξόδων γίνονται ζωτικά. Μία αεροπορική εταιρία με υψηλά έξοδα σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους θα είναι σαν ανάπηρη σε μία αγορά που οι ρυθμίσεις γίνονται με φιλελεύθερο σύστημα.

Η προσαρμογή στη θέση μίας αποδεσμευμένης από τους κανονισμούς αγοράς απαιτεί δράση σε δύο συγκεκριμένες περιοχές :

- 1) Οι αεροπορικές εταιρίες πρέπει να μάθουν να ανταγωνίζονται με επιτυχία. Για να επιτευχθεί αυτό, πρέπει κανείς να μάθει να παίρνει γρήγορα αποφάσεις και θα χρειαστεί να έχει πάντα τις πιο τελευταίες πληροφορίες σχετικά με το εναλλασσόμενο περιβάλλον μάρκετινγκ
- 2) Η αεροπορική εταιρία πρέπει επίσης να μάθει να ελέγχει το χώρο της αγοράς για να ελαττώσει τις ευκαιρίες των άλλων να την ανταγωνιστούν. Αυτό μπορεί να γίνει με τη χρήση μικρών αεροσκαφών σε ένα ευρύ δίκτυο. Αν μία αεροπορική εταιρία έχει τον έλεγχο πάνω σε συγκεκριμένες διαδρομές και όσον αφορά τις ώρες αναχωρήσεως και αφίξεως και χώρο

προσγειώσεως, οι ανταγωνίστριες αεροπορικές εταιρίες θα αντιμετωπίσουν μεγάλη δυσκολία κατά τον ανταγωνισμό.

Ο αυστηρός έλεγχος της πιστότητας της αγοράς, των κερδοφόρων μεταφορών και των εξόδων ( εργατικά και συνολικά έξοδα ) είναι επίσης άκρας σημασίας. Εν τούτοις μία αεροπορική εταιρία που μπορεί να υπεραμυνθεί του σήματός της αντί να θεωρείται απλώς σαν προμηθευτής αγαθών θα κερδίσει τη θέση που της αξίζει στο χώρο της αποδεσμευμένης από τους κανονισμούς της αγοράς.

### 1.2.3 Τυπολογία αερομεταφορών

Αερομεταφορά είναι η επιχείρηση με κύρια δραστηριότητα τις δημόσιες αεροπορικές μεταφορές, η οποία διαθέτει άδεια αερομεταφορέα. Οι αερομεταφορές χωρίζονται σε:

- Δημόσια αεροπορική μεταφορά: είναι αυτή που πραγματοποιείται από αερομεταφορέα για λογαριασμό τρίτων από τον τόπο προέλευσης σε κάποιο τόπο προορισμού έναντι αμοιβής. Δραστηριότητες της κυρίως εκτέλεση τακτικών τοπικών, διεθνών, εσωτερικού, εξωτερικού πτήσεων.
- Αερομεταφορά (cargo) φορτίου: είναι αυτή που πραγματοποιεί αεροπορικές μεταφορές εμπορευμάτων-φορτίου.
- Μεικτές αεροπορικές εταιρείες: είναι η μεταφορά που συνδυάζει τις δραστηριότητες των δυο παραπάνω, δηλ συνδυασμό μεταφοράς φορτίου και επιβατών.
- Αερομεταφορέας ναύλωσης πτήσεων: αφορούν στις πτήσεις τσάρτερ οι οποίες και ονομάζονται έκτακτες ναυλωμένες πτήσεις κλειστού κύκλου περιήγησης.
- Αερομεταφορέας ναύλωσης για ιδιώτες: Εξυπηρετεί την μεταφορά διασώμων προσώπων καθώς και ατόμων που χρήζουν άμεσης ανάγκης από ένα σημείο σε κάποιο άλλο για διαφορετικούς λόγους όπως υγείας και επαγγελματικούς, η μεταφορά τους κυρίως γίνεται με ελικόπτερα.

Οι αεροπορικές εταιρείες είναι ταξινομημένες σε δυο μεγάλες ομάδες βάσει του τύπου και της λειτουργίας τους, σε αυτές της προγραμματισμένης υπηρεσίας (scheduled service) και σε αυτές της υπηρεσίας τσάρτερ (charter service) ή συμπληρωματικής υπηρεσίας.

Οι προγραμματισμένοι αερομεταφορείς αναφέρονται ως αεροπορικοί μεταφορείς πιστοποιημένων δρομολογίων εξουσιοδοτημένοι να προσφέρουν υπηρεσίες μεταξύ καθορισμένων σημείων. Οι αερογραμμές τσάρτερ ή συμπληρωματικές αερογραμμές προσφέρουν μη προγραμματισμένες αεροπορικές υπηρεσίες όπου οι πτήσεις μισθώνονται ή καλύπτονται πλήρως απο ένα τουριστικό πράκτορα. Αρχικά οι

αερογραμμές τσάρτερ δεν μπορούσαν να καθιερώσουν τακτικές προγραμματισμένες πτήσεις για μεμονωμένους πελάτες, με την απελευθέρωση της αγοράς όμως αργότερα ορισμένες εταιρείες τσάρτερ προσπάθησαν να προσφέρουν τακτικές πτήσεις.

Η εμπορική αεροπορική βιομηχανία συντίθεται από τις ακόλουθες δραστηριότητες:

- 1) Τακτικές τοπικές πτήσεις, (scheduled domestic flights) με jet.
- 2) Τακτικές τοπικές πτήσεις, (scheduled domestic flights) με tourboprop.
- 3) Τακτικές διεθνείς πτήσεις, (scheduled international flights) με jet.
- 4) Τακτικές πτήσεις εσωτερικού-εξωτερικού, (scheduled domestic-international flights) με jet ή tourboprop.
- 5) Ναυλωμένες πτήσεις (charter flights).
- 6) Μεταφοράς φορτίου αποκλειστικά (cargo).
- 7) Μικτές (scheduled, charter, cargo)
- 8) Ενοικιάσεις ελαφρών αεροσκαφών για επιβατική και λοιπή χρήση (commuter)
- 9) Ελικόπτερα.

Οι επιχειρήσεις εναερίων μεταφορών τακτικών γραμμών (scheduled) διαφέρουν ουσιαστικά στο περιεχόμενο της δραστηριότητας τους από εκείνες των ναυλωμένων πτήσεων (charters). Πρώτα από όλα υπάρχει διαφορά στο επιβατικό κοινό στο οποίο απευθύνονται. Οι τακτικές αερογραμμές απευθύνονται σε μεμονωμένους επιβάτες ή σε groups επιβατών οι οποίοι ενδιαφέρονται για συγκεκριμένη διαδρομή και για αναχώρηση κι επιστροφή σε συγκεκριμένη μέρα κι ώρα.

Ο σκοπός του ταξιδιού αυτών των επιβατών μπορεί να είναι επαγγελματικός, επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους (VRF), τουρισμός, λόγοι υγείας.

### 1.3 Διεθνείς μη κυβερνητικοί αεροπορικοί οργανισμοί (ICAO, IATA)

Δύο διεθνείς οργανισμοί που εδρεύουν στο Μόντρεαλ είναι υπεύθυνοι για το συντονισμό και την ασφάλεια αερογραμμών, το διεθνή οργανισμό πολιτικής αεροπορίας (ICAO) και τη διεθνή ένωση αεροπορικών μεταφορών (IATA). Η ICAO είναι η ένωση των εθνικών κυβερνήσεων, ενώ η IATA είναι, η ένωση των αερογραμμών. Η ICAO, μια διακυβερνητική ρυθμιστική αντιπροσωπεία, επικεντρώνεται στην αεροπλοΐα και τις αεροπορικές μεταφορές όσον αφορά στην ασφάλεια και το συντονισμό των υπηρεσιών αέρα. Χρηματοδοτείται από τις κυβερνήσεις με τη μερίδα του λέοντος προερχόμενη από τις Ηνωμένες Πολιτείες.

## **International Air Transport Association (I.A.T.A.)**

Η I.A.T.A είναι μια ένωση, που δημιουργήθηκε το 1919, όταν έξι αερογραμμές συμφώνησαν να οργανώσουν την ένωση εναέριας κυκλοφορίας που στοχεύει να ενθαρρυνθεί η συνεργασία μεταξύ των χειριστών αεροπορικών μεταφορών. Σήμερα έχει αυξηθεί ο αριθμός σε περίπου 188 αερογραμμές που σε όλο τον κόσμο είναι είτε ενεργά είτε συνδυαζόμενα μέλη, και είναι τώρα, η διεθνής ένωση αεροπορικών μεταφορών. Μπορείτε να φανταστείτε το προσωπικό αερογραμμών από 188 διαφορετικές αερογραμμές χρησιμοποιώντας διαφορετικές γλώσσες, διαφορετικούς κανονισμούς για την ασφάλεια, διαφορετικές μεθόδους τεκμηρίωσης; Θα ήταν χαοτικό! Όπως μπορείτε τώρα να φανταστείτε υπάρχει μια μεγάλη ανάγκη για την τυποποίηση μέσα στην αεροπορική βιομηχανία. Η διεθνής γλώσσα τα αγγλικά και όλοι οι πιλότοι και οι ελεγκτές κυκλοφορίας δίνουν και λαμβάνουν τις οδηγίες χρησιμοποιώντας την αγγλική γλώσσα.

Υπάρχουν σήμερα στον κόσμο περισσότερες από δύο χιλιάδες αεροπορικές εταιρείες, από τις οποίες μόνο το ένα δέκατο εξασφαλίζει τακτικές γραμμές και συνεπώς αεροπορικό δίκτυο. Από αυτές, 107, αντιπροσωπεύοντας 85 χώρες (1976), είναι μέλη της Διεθνούς Ένωσης Αεροπορικών Μεταφορών (IATA), η οποία ιδρύθηκε το 1919, με πρωτοβουλία των μεγάλων αεροπορικών εταιρειών, αναδιοργανώθηκε το 1945 και, στα πλαίσια των επτά περιφερειακών της διασκέψεων, ορίζει κυρίως τα κόμιστρα των διεθνών αεροπορικών μεταφορών. Με βάση τη Συμφωνία της Βερμούδας (1946), που αφορούσε, όπως και η προγενέστερη Συμφωνία του Σικάγο, θέματα πολιτικής αεροπορίας και άρχισε να αναπτύσσεται ραγδαία μετά το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, αναγνωρίστηκε στην IATA ρόλος ρυθμιστικός, για τον εκάστοτε καθορισμό των αεροπορικών ναύλων και κατ' επέκταση η άσκηση οικονομικού ελέγχου στις διεθνείς αεροπορικές μεταφορές. Οι αεροπορικές εταιρείες της ΕΣΣΔ, των κρατών της Ανατολικής Ευρώπης –με εξαίρεση της πολωνικής LOT– και της Κίνας δεν μετέχουν στην IATA.

Οι γρήγορα ανερχόμενες αγορές, οι αλλαγές στον τεχνολογικό τομέα, η υπερίσχυση των διεθνών ελεύθερων οικονομικών αγορών αποτέλεσαν μία μοναδική πρόκληση για την αεροπορική βιομηχανία. Τα σημερινά εκτελεστικά όργανα απαιτείται να είναι διορατικά σε στρατηγικές, δυναμικοί μάνατζερ και πρωτοπόροι του υπαλληλικού προσωπικού, για να μπορέσουν να αντεπεξέλθουν στις αλλαγές που θα επέλθουν στο μέλλον. Επίσης, όταν οι επιχειρήσεις είναι ισοπεδωμένες, είναι καθήκον τους να συνεργάζονται για την άμεση επίλυση των προβλημάτων.

Η αεροπορική βιομηχανία ανταποκρίνεται στις διαδεδομένες καινοτομίες μέσα στην επιχείρηση και στη διοργάνωση της εργασίας, με ουσιώδεις



αλλαγές στο ρόλο των μάνατζερ και στο φόρτο εργασίας γενικότερα. Απαιτεί διοικητικό και υπαλληλικό προσωπικό με διεθνείς ορίζοντες, πολλές δεξιότητες, εκτελεστικές ικανότητες, ευκαμψία και παραγωγικότητα παρά ποτέ.

Οι αεροπορικές εκπαιδευτικές υπηρεσίες της ΙΑΤΑ είναι πλήρως εναρμονιζόμενες με τις σύγχρονες προκλήσεις, δημιουργώντας ένα νέο επιχειρησιακό περιβάλλον. Εσωτερικά, η πλειοψηφία των ενεργειών έχει επαναπροσδιοριστεί και είναι ευέλικτες. Εξωτερικά, περιμένουν να ανταποκριθούν στις ανάγκες των μελών και των πελατών τους με προϊόντα και υπηρεσίες που θα βοηθήσουν τις εταιρείες να ζυγίσουν τα μελλοντικά τους σχέδια, αντανακλώντας μια πλήρη αναθεώρηση και αναδιάρθρωση των εκπαιδευτικών προγραμμάτων.

Ο κεντρικός στόχος της ΙΑΤΑ είναι να βοηθήσει τα μέλη της στην επιθυμία τους να αυξήσουν την επαγγελματικότητα των ανθρώπων προσφέροντας υψηλής ποιότητας βιομηχανία, η οποία βασίζεται στην εκπαίδευση κατά περιοχή σε κόστος οικονομικό. Παράλληλα, οι εκπαιδευτικές υπηρεσίες μέσα σε τάξη γίνονται στο Μαϊάμι, στη Γενεύη, στη Σιγκαπούρη και τώρα στο Αμάν, σε συνεργασία με τον ACCAO. Πάνω από 50 εσωτερικά σεμινάρια έχουν γίνει το 1995 στα αεροπορικά επιτελεία, με ελαφρά σκεπτόμενα οικονομικά ανταλλάγματα. Εταιρείες που θα είναι πολύ δυνατές στην αγορά τον 21ο αιώνα είναι εκείνες που θέλουν να αναδιοργανωθούν κι ενθαρρύνουν την ανεξάρτητη μάθηση. Η γνώση της αλλαγής μπορεί να είναι οδυνηρή αλλά πάντα αποδοτική.

Τα διάφορα συνέδρια της ΙΑΤΑ για προβλήματα τεχνικά, οικονομικά και μεταφορών βοήθησαν αποφασιστικά τη διεθνή συνεργασία πάνω σε κατασκευαστικά θέματα και στη δημιουργία κοινών τύπων αεροπλάνων, ανέβασαν το επίπεδο κατάρτισης των μελών του ιπτάμενου και μη προσωπικού των αεροπορικών εταιρειών και των αεροδρομίων και γενικότερα συνέβαλαν στην ανά τον κόσμο επέκταση αλλά και στη βελτίωση των αεροπορικών συγκοινωνιών.

### **International Civil Aviation Organization (I.C.A.O.)**

Κατά τη διάρκεια και αμέσως μετά το τέλος του Α' Παγκοσμίου Πολέμου προέκυψε για στρατιωτικούς λόγους, η ανάγκη ειρηνικής παγκόσμιας αεροπορίας, που υιοθετήθηκε πρώτα από τη Γαλλία και μετά από τις άλλες Συμμαχικές Δυνάμεις. Έτσι συγκροτήθηκε το Διεθνές Αεροσυμβούλιο που υπογράφηκε από 26 από τις 32 Συμ.Δυνάμεις που αντιπροσωπεύονταν στο Συμβούλιο Ειρήνης του Παρισιού και τελικά επικυρώθηκε από 38 πολιτείες. Το Συμβούλιο αποτελούνταν από 43 άρθρα που είχαν να κάνουν με τεχνικές λειτουργίες και οργανωτικές απόψεις πολιτικής αεροπορίας και προέβλεπαν τη δημιουργία του

ICAN(International Commission Air Navigation)για να επιβλέπει τις εξελίξεις στην πολιτική αεροπορία. Η Σύμβαση του Σικάγο ουσιαστικά αντικατέστησε τη συνθήκη της Αβάνας και του Παρισιού του 1919.

## ΙΔΡΥΣΗ

Η συνέπεια μελετών που ξεκίνησαν στις ΗΠΑ και επακόλουθα συμβούλια μεταξύ των κυρίων συμμαχιών ,ήταν να επεκτείνει η κυβέρνηση των ΗΠΑ μια πρόσκληση σε 55 πολιτείες να παρακολουθήσουν το Νοέμβριο του 1944 ένα διεθνές συμβούλιο πολιτικής αεροπορίας στο Σικάγο. 44 το παρακολούθησαν, 32 από τις οποίες καθιέρωσαν τον ICAO (International Civil Aviation Organisation) σαν μέσω για να ασφαλίσουν τη διεθνή συνεργασία στο μέγιστο δυνατό βαθμό της επιστημότητας σε κανόνες και standards, διαδικασίες και οργάνωση αφορώντας θέματα πολιτικής αεροπορίας.

Το πιο σημαντικό έργο του συμβουλίου του Σικάγο ήταν στο τεχνικό πεδίο ,καθώς καθιερώθηκε ένα σύνολο νόμων και κανόνων που αφορούσε την αεροπορία σαν σύνολο προώθησε την ασφάλεια στην πτήση και άνοιξε το δρόμο για ένα παγκόσμιο κοινό σύστημα αεροπορίας.

Λόγω αναπόφευκτων καθυστερήσεων της επικύρωσης της Σύμβασης του Σικάγο υπογράφηκε ένα προσύμφωνο και η ίδρυση του PICAΟ (Provisional ICAO) τεχνικής και συμβουλευτικής φύσεως με το σκοπό συνεργασίας στα πλαίσια της διεθνούς πολιτικής αεροπορίας. Αυτός λειτούργησε από τον Αύγουστο του 1945 ,όπου ιδρύθηκε ο ICAO, με έδρα το Μόντρεαλ του Καναδά και η αλλαγή του από PICAΟ σε ICAO δεν ήταν τίποτα παραπάνω από τυπικότητα. Έτσι , οι πολιτείες-μέλη του ICAN αποφάσισαν τη λύση αυτού με την επίσημη πλέον λειτουργία του ICAO.

Στο τεχνικό πεδίο θα καλύπτονταν 2 βασικές δραστηριότητες:

A)αυτοί που κάλυπταν γενικά αποδεκτούς κανόνες και νόμους που αφορούσαν εκπαίδευση και άδειες αεροναυτικού προσωπικού στον αέρα και το έδαφος, συστήματα και διαδικασίες επικοινωνίας, κανόνες, πράξεις και συστήματα εναέριας κυκλοφορίας ,απαιτήσεις αεροσκαφών σχετικά με διεθνή αεροπλοία καθώς και την εγγραφή και πιστοποίηση τους ,αεροναυτική μετεωρολογία, χάρτες και πίνακες. Για προφανείς λόγους ,αυτές οι απόψεις απαιτούσαν ανεπιστημότητα σε παγκόσμια κλίμακα εάν πραγματικά παγκόσμια αεροπορία θα γινόταν πραγματικότητα .Δραστηριότητες σε αυτούς τους τομείς έπρεπε παρ' ολ' αυτά να χειρίζεται από ένα κεντρικό γραφείο, π.χ. αρχηγείο του ICAO , για να αποφευχθούν τοπικές αναπτύξεις.

B)αυτοί που αφορούσαν πρακτική υπηρεσιών αεροπορίας και δυνατότητες των πολιτειών καθώς και τη συγχρονισμένη τους εφαρμογή

σε συγκεκριμένες περιοχές όπου λειτουργικές συνθήκες και άλλες σχετικές παράμετροι ήταν συγκρίσιμες.

## ΣΤΟΧΟΙ

- Standardization
- CNS/ATM
- Regional planning/Σχεδιασμός κατά νομό
- Facilitation
- Law/Νομικά
- Economics/Οικονομικά
- Technical co-operation for development/Τεχνική συνεργασία ανάπτυξης

1) standardization. Η βασική δραστηριότητα του ICAO είναι η καθιέρωση κάποιων διεθνών standards, προτεινόμενων διαδικασιών και ενεργειών που καλύπτουν τους τεχνικούς τομείς της αεροπορίας (μονάδες μέτρησης, χειρισμός αεροσκάφους, έρευνες ατυχημάτων, θόρυβο αεροσκαφών, ασφάλεια και ασφαλή μεταφορά επικίνδυνων φορτίων).

2) CNS/ATM. Το CNS/ATM, παλιότερα γνωστό ως FANS (future air navigation system) εφαρμόζει τη σημερινή τεχνολογία με δορυφόρους και υπολογιστές, το οποίο θα παράγει οικονομία, αποτελεσματικότητα και ασφάλεια. Αλλά δεν είναι αυτά τα χαρακτηριστικά που το κάνουν νέο ~~συνόρο στην αεροπορία.~~

3) regional planning. Καθώς δε μπορούν όλα τα προβλήματα της αεροπορίας να αντιμετωπιστούν σε παγκόσμια κλίμακα, αλλά ξεχωριστά, ο ICAO αναγνωρίζει 9 γεωγραφικούς νομούς. Απαιτείται προσεκτικός σχεδιασμός ο οποίος πραγματοποιείται σε συνεδριάσεις ανά νομό που λαμβάνουν χώρα κατά διαστήματα. 7 γραφεία αντιστοιχούν σε μια ομάδα νομών το καθένα, τα οποία έχουν ως κύρια αρμοδιότητα την ενθάρρυνση και την ενημέρωση σχεδίων αεροπορίας.

4) facilitation. Τις τελευταίες 2 δεκαετίες ο ICAO προσπάθησε να πείσει τις συμβαλλόμενες του πολιτείες να μειώσουν 'κόκκινη ταινία' και διεθνή standards εγκαταστάσεων ιωθητήθηκαν για να ανεβάσουν το ,όριο των απαιτήσεων των πολιτειών. Αντίθετα με τη μείωση τυπικών διαδικασιών, οι προσπάθειες του ICAO σκοπεύουν να παρέχουν επαρκή κτίρια αεροδρομίων για επιβάτες –αποσκευές καθώς και εμπορεύματα με όλες τις σχετικές υπηρεσίες.

5) οικονομικά. Ο ICAO στοχεύοντας στην ασφαλή και οικονομική αερομεταφορά συλλέγει και δημοσιεύει στατιστικά στοιχεία και επιπλέον παράγει εγχειρίδια για την καθοδήγηση των πολιτειών σε τέτοια πεδία όπως της στατιστικής, ταρίφες και προγνωστικά. Συμβούλια μεταξύ των

πολιτειών διεξάγονται με στόχο την ανταλλαγή απόψεων και πληροφοριών.

6) τεχνική συνεργασία ανάπτυξης. Τονίζεται η υπεροχή του αεροπλάνου ως μέσο μεταφοράς σε σημεία όπου το οδικό δίκτυο είναι ανεπαρκές ή ανύπαρκτο. Σημαντικό όργανο είναι το Πρόγραμμα Ανάπτυξης Ηνωμένων Εθνών (UNDP) για την ανάπτυξη υπηρεσιών εδάφους. Ο ICAO επίσης παρέχει βοήθεια στις πολιτείες για να βελτιώσουν τις εγκαταστάσεις και διαδικασίες ασφαλείας. Επίσης πολλά εκπαιδευτικά κέντρα δημιουργήθηκαν από τον ICAO (Αίγυπτος, Ινδία, Ινδονησία, Κένυα, Μαρόκκο, Νιγηρία, Πακιστάν, Τυνησία) όπου οι τοπικές κυβερνήσεις αναλαμβάνουν μέρος του κόστους. Οι αποστολές τεχνικής υποστήριξης ειδικών του ICAO έχουν επισκευτεί πάνω από 100 πολιτείες και περισσότεροι από 100.000 μαθητές έχουν παρακολουθήσει εκπ. Μαθήματα εγγεγραμμένοι με τον ICAO.

7) Νομικά . Ανάμεσα στις περισσότερες από 180 συμβαλλόμενες πολιτείες του ICAO υπάρχουν διάφορες νομικές φιλοσοφίες και συστήματα .Υπάρχει όμως μια ενωτική επιρροή ,σε ορισμένα πεδία για την ανάπτυξη ενός παγκοσμίου αεροπορικού κώδικα και την αποδοχή του.

## Κεφάλαιο 2

# Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

### 2.1 Οι αερομεταφορές και ο διεθνής τουρισμός

Από την επισκόπηση της ιστορικής εξέλιξης των μεταφορών διεθνώς αλλά και την μελέτη της πορείας του διεθνούς τουρισμού γίνεται αντιληπτό ότι η ανάπτυξη των μεταφορών και του τουρισμού ακολουθούν παράλληλες διαδρομές.

Οι αερομεταφορές αποτελούν βασικό συστατικό στοιχείο της ταξιδιωτικής βιομηχανίας με καθοριστικό ρόλο στην ανάπτυξη του διεθνούς τουρισμού ιδιαίτερα κατά το δεύτερο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα καθιστώντας το αεροπορικό ταξίδι ως τον κυρίαρχο τύπο της σύγχρονης διεθνούς τουριστικής - ταξιδιωτικής μετακίνησης.

Στην παγκόσμια τουριστική βιομηχανία οι μεταφορές αποτελούν κρίσιμο παραγωγικό συντελεστή καθώς εξασφαλίζουν την διάδοση του τουριστικού

~~προϊόντος. Η μεταφορική υποδομή αποτελεί βασικό στοιχείο στήριξης της~~  
τουριστικής ανάπτυξης και στην περίπτωση της Ελλάδας και η σχέση του τουρισμού και της μεταφορικής υποδομής στην Ελλάδα θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως σχέση αλληλεξάρτησης και αναλογικής σύνδεσης (Σαμπράκος Ε., 3<sup>η</sup> Επιστημονική Ημερίδα Οικονομικής των Μεταφορών, 1999).

Από την ανάλυση των στοιχείων των διεθνών οργανισμών προκύπτουν οι παρακάτω διαπιστώσεις και εκτιμήσεις:

Σε παγκόσμιο επίπεδο, το μερίδιο των αερομεταφορών στο σύνολο των επιβατικών μεταφορών αυξάνεται διαρκώς τις τελευταίες δεκαετίες. Σχεδόν το ήμισυ του διεθνούς τουρισμού διακινείται σήμερα αεροπορικά. Η αύξηση αυτή οφείλεται αφενός στην απελευθέρωση των αερομεταφορών και τη συνακόλουθη μείωση των ναύλων, και αφετέρου στις τάσεις να πραγματοποιούνται ταξίδια σε μακρινότερους προορισμούς και σε συχνότερες

και συντομότερες διακοπές. Για το λόγο αυτό, η αύξηση της αεροπορικής κίνησης γενικά υπερβαίνει την αύξηση σε αφίξεις διεθνούς τουρισμού

Ο αριθμός των επιβατών που μεταφέρθηκαν παγκόσμια με προγραμματισμένες πτήσεις έφτασε το 2000 το 1,6δισ άτομα. Στις διεθνείς πτήσεις, ο αριθμός των επιβατών- χιλιόμετρα το 2000 αυξήθηκε κατά 8%, έναντι του προηγούμενου έτους σύμφωνα με στοιχεία του ICAO. Η μέση πληρότητα, την ίδια χρονιά, έφτασε το 72% στις διεθνείς πτήσεις. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Airports council πραγματοποιήθηκαν 60,48 εκατομμύρια προς/απογειώσεις αεροσκαφών.

Οι διεθνείς τάσεις έχουν οδηγήσει στο συνασπισμό επιχειρηματικών συμφερόντων και λειτουργιών, με τη συγκρότηση 4 μεγάλων συμμαχιών: oneworld, Star Alliance, Skyteam, Qualiflyer. Η τάση συγκέντρωσης των τουριστικών επιχειρηματικών οργανισμών έχει οδηγήσει επίσης στο φαινόμενο όπου οι 4 μεγαλύτεροι όμιλοι Τος ελέγχουν τα ταξίδια πάνω από 50 εκατομμυρίων τουριστών (το 2000).

Οι εξελίξεις στον τομέα έχουν άμεσες επιπτώσεις στο σύνολο σχεδόν των επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα, όπως φάνηκε χαρακτηριστικά πρόσφατα. Τα γεγονότα της 11/9 του 2001 βρήκαν βέβαια τον τομέα των διεθνών αερομεταφορών σε φάση πλήρους εξέλιξης μιας ευρύτερης κρίσης που σοβούσε επί αρκετά χρόνια. Η απελευθέρωση των ουρανών, η απορύθμιση, η μείωση των ναύλων ως απόρροια του οξυμένου ανταγωνισμού ιδιαίτερα στις υπερατλαντικές πτήσεις, η δυναμική εμφάνιση αερομεταφορέων χαμηλών ναύλων, η αναδιάταξη συμμαχιών, είχαν ήδη δημιουργήσει ένα τοπίο επιχειρηματικής ανασφάλειας και κλαδικής κρίσης, αρχικά στην Αμερική και στην συνέχεια και στην Ευρώπη. Η εξέλιξη αυτή μάλιστα συνέβαινε παράλληλα με μια γενικότερη οικονομική ύφεση, που επηρέασε σημαντικά τα αεροπορικά ταξίδια ( ιδιαίτερα τα επιχειρηματικά) και τις αεροπορικές εταιρείες. Αρκετές επιχειρήσεις βρισκόταν ήδη σε προβληματική κατάσταση και μετά κλονίστηκαν από το χτύπημα μέχρι καταρρεύσεως, άλλες μετά την

απώλεια ναύλων και θέσεων οδηγήθηκαν στη μαζική κατάργηση θέσεων εργασίας, το μέλλον ορισμένων άλλων είναι αρκετά αβέβαιο και κινδυνεύουν να βρεθούν εκτός αγοράς αν δεν υποστηριχθούν με γενναία δημόσια ενίσχυση, συμμαχίες διαταράχθηκαν, βιομηχανίες αεροναυπηγικής απολύουν χιλιάδες προσωπικό. Υπολογίζεται ότι χάθηκαν συνολικά 140.000 θέσεις εργασίας μόνο στις Η.Π.Α.

Η I.A.T.A. υπολογίζει ότι οι συνολικές απώλειες των αερομεταφορών αυτή τη χρονιά φθάνουν τα 10 έως τα 12δισ δολλάρια, από τα οποία τα περί 7 δισ στις διεθνείς γραμμές και τα περί τα 3 έως 5δισ στις εσωτερικές γραμμές των Η.Π.Α. Το WTTC εκτίμησε ότι οι διεθνείς αερομεταφορές θα παρουσίαζαν μείωση 10% το 2001 σε σχέση με το 2000.

Σύμφωνα με την ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής επιτροπής της 13.11.2001 προς το συμβούλιο Υπουργών και το Ευρωκοινοβούλιο για τον Ευρωπαϊκό τουριστικό τομέα, το 80% των αεροπορικών εισιτηρίων στην Ευρώπη πωλούνται μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων, αντιπροσωπεύοντας το 40% του κύκλου εργασιών τους. Μετά τις 11/9, σημειώθηκε σημαντική πτώση στις άμεσες κρατήσεις και ιδιαίτερα στα πιο προσοδοφόρα τμήματα της αγοράς, δηλαδή τους επιβάτες πρώτης θέσης και business class, τις μακρινές πτήσεις και τους αερομεταφορείς κανονικής τιμής. Η κατάσταση αυτή είχε ως αντίκτυπο τη σημαντική ζημίωση των ταξιδιωτικών γραφείων. Ιδιαίτερα μεγάλες απώλειες έχουν υποστεί οι επιχειρήσεις που ειδικεύονται στους προορισμούς που σημείωσαν έντονη μείωση ( Η.Π.Α. Μέση Ανατολή κ.α.). Οι Ευρωπαϊκές μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις τουριστικών γραφείων δεν διαθέτουν χρηματοδοτικά αποθέματα για να καλύψουν τις άμεσες αρνητικές επιπτώσεις στις εργασίες τους και ορισμένες απειλούνται να τεθούν εκτός αγοράς. Επιπλέον, φαίνεται ότι θα αυξηθεί η τάση προς τη συγκέντρωση που ήδη προυπήρχε πριν τα γεγονότα του Σεπτεμβρίου.

Με τη μείωση των αεροπορικών ταξιδιών, ιδιαίτερα τους δύο πρώτους μήνες μετά την 11/9, παρουσιάστηκαν σημάδια μείωσης της πληρότητας στα μεγάλα

ξενοδοχεία των ευρωπαϊκών πρωτευουσών και μεγάλων πόλεων, που σε μερικές περιπτώσεις έφθασαν το 20% έως το 30%. Αντίστοιχες μειώσεις σημειώνονται και στις επιχειρήσεις ενοικίασης αυτοκινήτων και τα θεματικά πάρκα αναψυχής, δεδομένης της γεωγραφικής προέλευσης της συνήθους πελατείας τους.

Από τις εξελίξεις αυτές, οι αερομεταφορείς που διακινούν τουρίστες προς τους λεγόμενους <<ασφαλείς>> προορισμούς εμφανίζονται να έχουν σχετικά λιγότερο δυσμενείς προοπτικές, στο μέτρο που οι τουριστικές αγορές, σύμφωνα με αρκετές ενδείξεις, έχουν ήδη αρχίσει να εμφανίζουν σημάδια ανάκαμψης. Η συγκρατημένη αισιοδοξία σχετικά με τις προοπτικές για το 2000 αναμένεται ότι θα αρχίσει να επιβεβαιώνεται κυρίως στο δεύτερο εξάμηνο του έτους.

## **2.2 Οι αερομεταφορές και ο ελληνικός τουρισμός**

Λόγω της γεωγραφικής θέσης της Ελλάδας σε σχέση με τις κυριότερες πηγές προέλευσης τουριστικών ρευμάτων, το στοιχείο της αερομεταφοράς αποτελεί σημαντικό συντελεστή του συνολικού κόστους των διακοπών των αλλοδαπών τουριστών στην χώρα μας. Γι' αυτό το λόγο, η εξέλιξη της τουριστικής ανάπτυξης συνδέεται άρρηκτα με τις εξελίξεις στον τομέα των αεροπορικών ταξιδιών και ειδικότερα, με την διακίνηση των ταξιδιωτών προς τους τουριστικούς προορισμούς.

Μπορεί η γεωγραφική θέση, η πλούσια φυσική και πολιτιστική κληρονομιά να αποτελούν τα δυνατά σημεία για την προσέλκυση του εισερχόμενου τουρισμού, η γεωγραφική ιδιομορφία της χώρας μας όμως, με την τεράστια ακτογραμμή και το μεγάλο νησιωτικό σύμπλεγμα, αναδεικνύει τις μεταφορές ως ζωτικό παράγοντα και βασικό συντελεστή για την περαιτέρω εξέλιξη και ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας. Η ποιότητα, το σύστημα διανομής, καθώς και το



κόστος των παρεχόμενων μεταφορικών υπηρεσιών επηρεάζουν την διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος και στην χώρα μας.

Η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας, των Ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη διάρθρωση και τις εξελίξεις του τομέα των αερομεταφορών. Το κυριότερο μέσο μεταφοράς, με το οποίο οι τουρίστες από το εξωτερικό επισκέπτονται τη χώρα μας, είναι το αεροπλάνο.

Η αναδιάρθρωση του τομέα, οι αλληπάλληλες κρίσεις των επιχειρηματικών φορέων, οι εξαγορές και οι συμμαχίες, ο αριθμός των πτήσεων, η χωρητικότητα θέσεων, η διαθεσιμότητα αεροσκαφών και θέσεων, οι τιμές των ναύλων, η αερολιμενική υποδομή και ο εξοπλισμός των αεροδρομίων, η κατάσταση των αεροσταθμών, η επίγεια εξυπηρέτηση των αεροσκαφών αποτελούν αποφασιστικούς παράγοντες στη διαμόρφωση του τουριστικού προϊόντος και συνθέτουν το περιβάλλον στο οποίο η τουριστική βιομηχανία καλείται να αναπτύξει τις δραστηριότητες της.

Στον Ελληνικό χώρο, από τα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΣΥΕ, που έχει επεξεργαστεί ο ΕΟΤ, σχετικά με την εξέλιξη της αεροπορικής κίνησης των τουριστών κατά τα τελευταία χρόνια, προκύπτουν τα ακόλουθα συμπεράσματα: Οι τέσσερις στους πέντε τουρίστες, που έρχονται στην Ελλάδα με οποιαδήποτε μέσο μεταφοράς, φθάνουν με αεροπλάνο. Με μέσο το αεροπλάνο φθάνει περίπου το 79% έως το 84% των αλλοδαπών τουριστών στην Ελλάδα ( για τα έτη 1993 έως και 1999). Το 1999 ( έτος για το οποίο διαθέτουμε στατιστικά στοιχεία για το σύνολο των δώδεκα μηνών), το ποσοστό αυτό ήταν 79%.

Από αυτούς, οι τρεις ( στους τέσσερις αλλοδαπούς που φθάνουν στη χώρα μας αεροπορικώς) έρχονται με ναυλωμένες πτήσεις. Το ποσοστό αυτό από το 1995 και μετά, τείνει να αυξάνεται. Τα έξι τελευταία χρόνια, το ποσοστό αυτό, κυμάνθηκε από 72% έως 77%, δηλαδή το 59% έως 61% του συνόλου των αφίξεων αλλοδαπών. Το 1999 το ποσοστό αυτό ήταν 61% του γενικού συνόλου ή 77,1% του συνόλου των αεροπορικών αφίξεων.

Πρέπει ωστόσο να λάβουμε υπόψη, στη διαμόρφωση συμπερασμάτων από τα παραπάνω μεγέθη, το γεγονός της συμμετοχής των προγραμματισμένων πτήσεων που πωλούν θέσεις με ομαδικούς ναύλους, καθώς και το γεγονός ότι πολλές ναυλωμένες πτήσεις περιλαμβάνουν ναύλους <<seat only>>, χωρίς πώληση λοιπών τουριστικών υπηρεσιών (όπως π.χ. διαμονή). Έτσι, δεν μπορεί κανείς να διαπιστώσει με ακρίβεια με ποιο τρόπο μεταβάλλεται η σύνθεση των πτήσεων τουριστών, υπέρ ή σε βάρος π.χ. των προγραμματισμένων πτήσεων έναντι των εκτάκτων ή των ναυλωμένων.

Οι τάσεις των αεροπορικών αφίξεων ακολουθούν, σε γενικές γραμμές, τις τάσεις του συνόλου των αφίξεων αλλοδαπών. Εξαρτώνται δηλαδή, σε τελευταία ανάλυση, περισσότερο από τη γενική ελκυστικότητα της Ελλάδος ως τουριστικού προορισμού, παρά από την εξέλιξη της ειδικής προτίμησης προς το αεροπλάνο ως μέσο μετακίνησης.

Ο κύριος όγκος της πελατείας που πραγματοποιούν ναυλωμένες πτήσεις προς Ελληνικούς τουριστικούς προορισμούς προέρχεται από τη Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Περισσότεροι από το ήμισυ των αλλοδαπών τουριστών που έρχονται στη χώρα μας με Charter ξεκινούν από τις δυο χώρες. Το μερίδιο του αεροδρομίου της Αθήνας ως πύλης εισόδου τουριστών τείνει να μειώνονται. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, που στηρίζονται στην ΥΠΙΑ, ενώ το 1989 στο αεροδρόμιο της Αθήνας έφθανε ο ένας στους τρεις τουρίστες που ταξίδευαν αεροπορικά προς τη χώρα μας (το 32,8% του συνόλου), το 1999 το ποσοστό αυτό ήταν μόνο το 24,8% του συνόλου των αλλοδαπών τουριστών που έρχονταν αεροπορικά στην Ελλάδα. Την ίδια χρονιά στα μεγάλα αεροδρόμια της Κρήτης ( Ηράκλειο και Χανιά) έφθασε αντίστοιχα ο 20,8% και 4,7% του συνόλου, στη Ρόδο το 13,7%, στην Κέρκυρα το 9%, στη Θεσσαλονίκη το 6,4%, κλπ.

Ένας άλλος σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει την αεροπορική διακίνηση τουριστών στην ελληνική επικράτεια είναι οι εξελίξεις στα υπόλοιπα μέσα μεταφοράς. Ειδικότερα, η χρησιμοποίηση νέων τεχνολογιών στα μέσα

θαλάσσιας μεταφοράς ( ταχύπλοα οχηματαγωγά, ιπτάμενα δελφίνια, κλπ ) και τα συνακόλουθα έργα λιμενικών υποδομών έχουν καταστήσει σε αρκετές περιπτώσεις τη θαλάσσια μεταφορά ανταγωνιστική. Αυτό συμβαίνει τόσο στις εξωτερικές γραμμές ( Αδριατικές) όσο και στο εσωτερικό, ιδιαίτερα σε δημοφιλείς νησιωτικούς προορισμούς ( π.χ. Πάρος, Μύκονος, Σαντορίνη, Σκιάθος, κλπ.). Το γεγονός αυτό επιβάλλει αναθεώρηση ορισμένων επιλογών ως προς την εξέλιξη και τη διάταξη του εσωτερικού δικτύου αερομεταφορών.

Η ανάπτυξη ξενοδοχειακής και λοιπής τουριστικής υποδομής στους περιφερειακούς προορισμούς, ιδιαίτερα στους νησιωτικούς, έχει συνεπιφέρει και αύξηση της ζήτησης σε αεροπορική εξυπηρέτηση. Ο σχεδιασμός του δικτύου των αναγκαίων υποδομών οφείλει να λαμβάνει σοβαρά υπόψη τις εξελίξεις αυτές σε μεσο-μακροπρόθεσμο ορίζοντα. Η εξέλιξη αυτή, σε συνδυασμό με τη γεωγραφική διασπορά των πηγών της ζήτησης, όπως αυτό διαπιστώνεται ιδιαίτερα στις μεγάλες πηγές προέλευσης ( Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία), οδηγεί σε δρομολόγηση ναυλωμένων πτήσεων από πολλές πόλεις του εξωτερικού κατευθείαν προς τους τελικούς περιφερειακούς προορισμούς. Η ανάπτυξη των περιφερειακών αεροδρομίων επιδιώκει να καλύψει αυτές τις νέες ανάγκες ώστε να εξυπηρετηθούν οι καταναλωτές των υπηρεσιών που παρέχουν οι τοπικές επιχειρήσεις, πρώτιστα του τουριστικού τομέα, αλλά και εκείνες που συνδέονται ή εξαρτώνται από αυτές.

Η εισαγωγή νέων τεχνολογιών επηρεάζει ιδιαίτερα το επιχειρηματικό περιβάλλον των αεροπορικών ταξιδιών. Οι κρατήσεις εισιτηρίων μέσω του διαδικτύου αποτελεί για ορισμένες αεροπορικές εταιρείες το κύριο μέσο πωλήσεων. Αυτό συνεπάγεται αναδιάταξη του δικτύου διανομής και νέες δυνατότητες αξιοποίησης των νέων μέσων τόσο από τους μεγάλους ομίλους πώλησης τουριστικών πακέτων όσο και από τους περιφερειακές τουριστικές επιχειρήσεις.

Η Ελλάδα θεωρείται ασφαλής τουριστικός προορισμός, όπως προκύπτει από όλες τις πρόσφατες σχετικές έρευνες που έχουν διεξαχθεί διεθνώς, και έχει τη

δυνατότητα να επωφεληθεί από τη σχετικά δυσμενή θέση αρκετών ανταγωνιστών της στη Μεσόγειο. Αναμένεται ότι το 2002 η προνομιούχος θέση της χώρας μας στη διεθνή τουριστική αγορά θα μεταφραστεί σε αύξηση της συνολικής τουριστικής κίνησης, έστω και σε συγκεκριμένα επίπεδα.

## Κεφάλαιο 3

### Η ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

#### 3.1 ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΤΩΝ ΤΑΞΙΔΙΩΝ

Συχνά συζητείται εάν αληθινά υπάρχει μια **βιομηχανία ταξιδιού** από την άποψη μιας ευδιάκριτης ομάδας επιχειρήσεων όπως ο χάλυβας, το αυτοκίνητο, ή οι βιομηχανίες ηλεκτρονικής. Μέρος του προβλήματος είναι ότι ο όρος *βιομηχανία* προσδιορίζεται συχνότερα με την κατασκευή-παραγωγή και βασίζεται στον καθορισμό εισαγωγής-εξαγωγής, απασχόληση, εθνική οικονομική σημασία και το άλλο μέρος του προβλήματος είναι ότι η βιομηχανία ταξιδιού δεν είναι μια βιομηχανία αλλά, στην πραγματικότητα, μια συλλογή των επιχειρήσεων που έχει να κάνει με την παροχή υπηρεσιών. Το ευρύ κοινό είναι πιθανό να εξοικειωθεί με κάθε συστατικό της βιομηχανίας ταξιδιού, δηλαδή τη βιομηχανία αερογραμμών, ξενοδοχείων, εστιατορίων, ή την επιχείρηση ψυχαγωγίας. Οι μεμονωμένες βιομηχανίες επίσης δεν ενεργούν απαραίτητως από κοινού ως ενσωματωμένη ομάδα και πολύ συχνά έχουν συγκρουόμενες απόψεις μεταξύ τους. Επιπλέον, υπάρχουν επιχειρήσεις σχετικές που εξυπηρετούν και τους ταξιδιώτες και τους κατοίκους όσον αφορά την κατανάλωση, τις αγορές, την αναψυχή, και την ψυχαγωγία.

Ως ορισμό της βιομηχανίας ταξιδιού μπορούμε να πούμε "τον τομέα της εθνικής οικονομίας που παρέχει στον ταξιδιώτη προϊόντα και υπηρεσίες στον ταξιδιώτη που επισκέπτεται τοποθεσίες εκτός της τοποθεσίας όπου κατοικεί ή εργάζεται". Το ταξίδι δεν θεωρήθηκε ως βιομηχανία, αλλά ως μια συλλογή επιχειρήσεων των οποίων το μόνο κοινό σημείο είναι η παροχή υπηρεσιών στους ταξιδιώτες.

Η βιομηχανία ταξιδιού θα οριστεί ως τη "σύνθεση των οργανώσεων, και δημόσιων και ιδιωτικών, οι οποίες εμπλέκονται στην ανάπτυξη, την παραγωγή και το μάρκετινγκ των προϊόντων και τις υπηρεσίες για να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες των ταξιδιωτών." Ένας τέτοιος ευρύς ορισμός της βιομηχανίας ταξιδιού δημιουργεί το ερώτημα αν οι αντιπροσωπείες, οι οργανώσεις, ή οι επιχειρήσεις πρέπει να περιληφθούν στη βιομηχανία, και επιπλέον πώς θα ταξινομηθούν.

Παραδείγματος χάριν, η λιανική βιομηχανία μπορούμε να πούμε ότι είναι το σύνολο των επιχειρήσεων που πωλούν άμεσα στους καταναλωτές.

Στην πραγματικότητα, οι τύποι επιχειρήσεων που πωλούν άμεσα τα προϊόντα τους στους καταναλωτές όπως ο ιματισμός, τα τρόφιμα, τα

φάρμακα, η βενζίνη (τροποποιημένο από *Gee Ch., Makens J., Choy D., The Travel Industry, 1997*)

### **3.2 Οι ενδιάμεσοι της βιομηχανίας ταξιδιών**

Πριν καλύψουμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα από τα τέσσερα βασικά συστήματα διανομής πωλήσεων, είναι χρήσιμο να ασχοληθούμε αρχικά με τους τύπους των ταξιδιωτικών μεσαζόντων. Αυτοί είναι τριών τύπων :ταξιδιωτικοί πράκτορες, tour operators και ειδικοί διανομείς.

#### **3.2.1 Ταξιδιωτικοί πράκτορες**

Ένας ταξιδιωτικός πράκτορας κανονίζει τις ταξιδιωτικές υπηρεσίες από τους προμηθευτές όπως τις αεροπορικές εταιρίες, τις εταιρίες θαλάσσιας μεταφοράς, τις εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων και τις ξεναγήσεις. Γενικά ασχολούνται με το χονδρικό και το λιανικό εμπόριο. Ο ταξιδιωτικός πράκτορας που ασχολείται με το χονδρικό εμπόριο ειδικεύεται με την οργάνωση τουριστικών πακέτων, τα οποία διατίθενται στο κοινό, μέσω ενός δικτύου πρακτόρων λιανικού εμπορίου και αεροπορικών εταιριών. Δεν κάνουν απευθείας συμφωνίες με τους καταναλωτές εκτός εάν δρουν μόνο στο λιανικό επίπεδο. Οι περισσότεροι επιτυχημένοι πράκτορες χονδρικού εμπορίου, πράγματι ασχολούνται και με το λιανικό εμπόριο. Σε πολλές περιπτώσεις οι χονδρέμποροι κάνουν συμφωνίες με τους tour operators για όλες ή μόνο για τις εδαφικές συμφωνίες. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες χονδρικού εμπορίου μπορεί να σχεδιάζουν τουριστικά πακέτα τα οποία πωλούνται με το όνομα του πρακτορείου ή σε άλλη περίπτωση, μπορεί να παίρνουν έτοιμα πακέτα προορισμών, τα οποία έχουν δημιουργηθεί από τους πράκτορες που ασχολούνται με αυτό, τα συνδυάζουν με εναέρια ή θαλάσσια μεταφορά και διαμορφώνουν καινούρια πακέτα. Η τελευταία γνωστή τακτική είναι ιδιαίτερη κοινή με το διεθνές τουριστικό πεδίο. Για παράδειγμα, από το να διαπραγματευθεί απευθείας ατομικά με τους πωλητές – ξενοδοχεία, ξεναγούς και τα θεάματα – ένας Γερμανός πράκτορας που θέλει να προσφέρει ένα πρόγραμμα για τη Νέα Υόρκη είναι πιο κατάλληλο να συμφωνήσει με ένα ground operator της πόλης της Νέας Υόρκης για τους διακανονισμούς που αφορούν την μετακίνηση στη Νέα Υόρκη και να προσθέσει στη συνέχεια την διεθνή αεροπορική μεταφορά από το σημείο προέλευσης στο σημείο προορισμού. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες λιανικής πώλησης προσφέρουν υπηρεσίες

ταξιδιού απευθείας στον καταναλωτή. Ουσιαστικά αντιπροσωπεύουν, αεροπορικές εταιρίες, εταιρίες θαλάσσιας μεταφοράς, εταιρίες σιδηροδρόμου, ξενοδοχεία και εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων.

Η διάκριση μεταξύ του χονδρεμπορίου και του λιανοπωλητή είναι μερικές φορές συγκεχυμένη. Οι λιανικοί πράκτορες μπορούν να σχεδιάσουν ταξίδια για τους μεμονωμένους πελάτες συγκεντρώνοντας, προσχεδιασμένα πακέτα, προπληρωμένα, από ενδεχόμενους πελάτες. Περιστασιακά, μπορούν να αναπτύξουν μία συσκευασία ή περισσότερες που θα πωληθούν χονδρικά σε άλλους λιανοπωλητές.

Ο διαχωρισμός γίνεται δυσκολότερος από το γεγονός ότι μερικοί ταξιδιωτικά πρακτορεία ασχολούνται και με το λιανικό και το χονδρικό εμπόριο.

Παρά το γεγονός ότι οι μετακινήσεις, γενικά, αποτελούν την ουσία των πρακτορειών πωλήσεων, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες κάνουν κρατήσεις και για ενοικιάσεις αυτοκινήτων, ξενοδοχείων, καταλυμάτων και άλλων υπηρεσιών. Επιπροσθέτως και άλλων τομέων της ταξιδιωτικής βιομηχανίας συμπεριλαμβανομένων και σημαντικών γεγονότων όπως μία παγκόσμια εμπορική έκθεση, τους Ολυμπιακούς αγώνες ιστορικές αναστηλώσεις, κέντρα διασκέδασης και πολλά άλλα έχουν ξεκινήσει να επιδιώκουν τα ταξιδιωτικά γραφεία ως ταξιδιωτικοί ενδιάμεσοι. Τα ταξιδιωτικά γραφεία

Η βιομηχανία ταξιδιωτικών πρακτόρων έχει επηρεαστεί εντυπωσιακά με τη διαδικασία των ελέγχων στις Ηνωμένες Πολιτείες. Τα πλήρη αποτελέσματα παραμένουν να αποκαλυφθούν, αλλά διάφορες τάσεις εμφανίζονται.

1. Τα επιζώντα γραφεία ταξιδίων θα γίνουν αποδοτικότερα και πιο επαγγελματικά.

2. Τα γραφεία ταξιδίων θα αντιμετωπίσουν τον αυξανόμενο ανταγωνισμό από άλλες αντιπροσωπείες. Εταιρικοί πελάτες που χρησιμοποιούν τις εσωτερικές αντιπροσωπείες. Προμηθευτές που μπορούν να βρουν τους τρόπους να παρακάμψουν τα γραφεία ταξιδίων και από τις νέες εταιρίες όπως οι λιανικές αλυσίδες και τις επιχειρήσεις οικονομικών υπηρεσιών όπως οι τράπεζες.

3. Πολλά γραφεία ταξιδίων θα αναγκαστούν να ειδικευτούν στις θέσεις αγοράς παρά να προσφερθεί μια πλήρης γραμμή υπηρεσιών ταξιδιού.

4. Τα μεγάλα γραφεία ταξιδίων μπορούν να το θεωρούν κερδοφόρο να αγοράζουν τις υπηρεσίες ταξιδιού όπως οι έδρες αερογραμμών και να τις πωλούν στους πελάτες αντί να εργάζονται σε μία βάση επιτροπής.

5. Η αυξανόμενη αυτοματοποίηση έχει σχεδόν εμφανιστεί.

6. Ο αριθμός των ταξιδιωτικών πρακτόρων στη Βόρεια Αμερική τείνει να σταθεροποιηθεί σε όσα γραφεία είναι πιο προοδευτικά και πιο κατάλληλα

### 3.2.2 Tour operators

Οι tour operators είναι αρμόδιοι για την παράδοση των υπηρεσιών που διευκρινίζονται σε ένα δεδομένο διαφημισμένο πακέτο ταξιδιού. Μερικά λεωφορεία, ξενοδοχεία, ή άλλες εγκαταστάσεις ανήκουν σε tour operators ή οι ίδιοι μπορούν να λάβουν τις επίγειες υπηρεσίες όπως τα συγκεκριμένα ξενοδοχεία, τις επιχειρήσεις λεωφορείων, τα εστιατόρια, τις επιχειρήσεις ενοικίου αυτοκινήτων από ένα ανάδοχο ή άλλους tour operators.

Σε μερικές περιπτώσεις, οι προσφορές των tour operators αναπτύσσονται και πωλούνται άμεσα στο ευρύ κοινό. Σε άλλες περιπτώσεις σχεδιάζονται με τις προδιαγραφές ενός χονδρικού ταξιδιωτικού πράκτορα που τους εμπορεύεται με το όνομα της αντιπροσωπείας μέσω των λιανικών πρακτόρων ή/και μέσω των αερογραμμών.

Κανονικά, ένας tour operator προσφέρει ποικίλα πακέτα σε μια ενιαία εποχή, τα οποία, είναι συλλογικά γνωστά ως ταξιδιωτικά προγράμματα. Τα πακέτα αυτά μπορούν να είναι για ανεξάρτητα άτομα ή και ομάδες που μπορούν να είναι ανεξάρτητες (χωρίς συνοδεία) ή συνοδευμένες (με τη συνοδεία ενός tour operator). Οι υπηρεσίες που μπορούν να περιληφθούν σε ένα τουριστικό πακέτο από έναν tour operator περιλαμβάνουν τη μεταφορά στον προορισμό ή τους προορισμούς, τις μεταφορές, τις ολονύκτιες στεγάσεις, ορισμένα γεύματα, επισκέψεις σε διάφορα μνημεία (συμπεριλαμβάνοντας ή αποκλείοντας τις αποδοχές), και την ενοικίαση αυτοκινήτων.

Οι tour operators που συχνά καλούνται ως επίγειοι tour operators συνήθως παρέχουν υπηρεσίες που έχουν να κάνουν μόνο με τον τόπο προορισμού και δεν οργανώνουν πακέτα σε ή από τον προορισμό. Οι υπηρεσίες τους, συνήθως, καλύπτουν τις μεταφορές, τις ολονύκτιες στεγάσεις σε ξενοδοχεία, τις επισκέψεις σε διάφορα μνημεία, και μερικές φορές τις ειδικές ρυθμίσεις, οι οποίες συνήθως συλλογικά αναφέρονται ως *ρυθμίσεις εδάφους*. Οι tour operators που ειδικεύονται στις υπηρεσίες για τους εισερχόμενους επισκέπτες, ιδιαίτερα τουρίστες από τις ξένες χώρες, ονομάζονται *εισερχόμενοι πράκτορες*.

Οι εισερχόμενοι πράκτορες παίζουν σημαντικό ρόλο για την επιτυχία πολλών ξένων προορισμών ταξιδιού. Παραδείγματος χάριν, η εισερχόμενη βιομηχανία των tour operators Αυστραλίας και γύρου της Νέας Ζηλανδίας γίνεται όλο και περισσότερο περίπλοκη και ειδικευμένη. Μια επιχείρηση στο βόρειο Σύνδνευ ειδικεύεται στο ταξίδι κινήτρου στην Ιαπωνία, τη Βόρεια Αμερική, και την Ευρώπη.



Ιστορικά, η βιομηχανία των tour operators στις Ηνωμένες Πολιτείες είναι αυτορρυθμιζόμενη. Εξαιτίας ενός αυξανόμενου αριθμού ταξιδιών, υπάρχει συζήτηση ότι το συνέδριο μπορεί, στο εγγύς μέλλον, να εισαγάγει μία νομοθεσία προκειμένου να ρυθμίσει τη βιομηχανία αυτή. Προσοχή δίνεται στην κατεύθυνση της ομοσπονδιακής εμπορικής Επιτροπής για να εκδώσει την ομοιόμορφη σύνδεση, την εγγραφή, την οικονομική κοινοποίηση, και άλλες απαιτήσεις για τους tour operators. Η εθνική ένωση ταξιδιών στο παρελθόν έχει αντιτάξει ενεργά οποιεσδήποτε προσπάθειες προκειμένου να ρυθμίσει τις διαδικασίες ταξιδιού ομάδας και θα συνεχίσει το ίδιο έργο και στο μέλλον.

### 3.2.3 Ειδικό διανομείς

Οι ειδικοί διανομείς περιλαμβάνουν τις εταιρίες ταξιδιωτικού κινήτρου, τη συνεδρίαση και τους αρμόδιους για το σχεδιασμό συμβάσεων, τους αντιπροσώπους ξενοδοχείων, τους ανώτερους υπαλλήλους ένωσης, το εταιρικό γραφείο ταξιδιού, τους συμβούλους ταξιδιού, τους μεσίτες λεωφορείων, και άλλων. Αυτοί οι μεσάζοντες μπορούν να αντιπροσωπεύσουν είτε τους αγοραστής είτε τους προμηθευτές και να έχουν τη δύναμη να επηρεάσουν πώς, πού, και πότε το προϊόν ταξιδιού θα διανεμηθεί. Τα κανάλια ειδικότητας μπορούν να λάβουν τις αμοιβές της επιτροπής από τους πελάτες ή να χρησιμεύσουν ως μισθοδοτημένοι υπάλληλοι που συμβάλλουν για τις υπηρεσίες ταξιδιού με αποδοτικές δαπάνες εξ ονόματος των οργανώσεών τους.

Η σημασία του ειδικού διανομεία αυξάνεται καθώς η βιομηχανία ταξιδιού γίνεται πιο ειδικευμένη. Διάφοροι τομείς έχουν προκύψει ιδιαίτερα σημαντικοί όπως:

**1. Το κίνητρο της ταξιδιωτικής εταιρείας κινήτρου :** η επιχείρηση κινήτρου μπορεί είτε να πωλήσει τις επαγγελματικές υπηρεσίες της σχεδιασμού, προώθησης, και εκτέλεσης ενός προγράμματος ταξιδιού κινήτρου για έναν αγοραστή είτε να ενεργήσει ως μεσάζων και για τους αγοραστής και για τους προμηθευτές. Το ταξίδι κινήτρου είναι ένα πολυτελές τμήμα της βιομηχανίας μια από τις γρήγορα αυξανόμενες ειδικεύσεις, ως αριθμός προορισμών, θέρετρα, λιανοπωλητές, και άλλες υπηρεσίες που επιδιώκουν ενεργά να προωθήσουν την επιχείρηση κινήτρου

**2. Μεσίτες λεωφορείων μηχανών :** Αυτοί οι μεσάζοντες κυμαίνονται από τους υπουργούς και τους δασκάλους που οργανώνουν τους γύρους λεωφορείων μηχανών ειδικότητας σε ειδική βάση στους πλήρους απασχόλησης επαγγελματίες. Οι περιοδείες λεωφορείων οργανώθηκαν για αυτά τα άτομα και αργότερα επεκτάθηκαν στα αεροπορικά ταξίδια

**3. Αρμόδιοι για το σχεδιασμό συνεδρίασης και συμβάσεων και αρμόδιοι για το σχεδιασμό προορισμού:** Οι αρμόδιοι για το σχεδιασμό

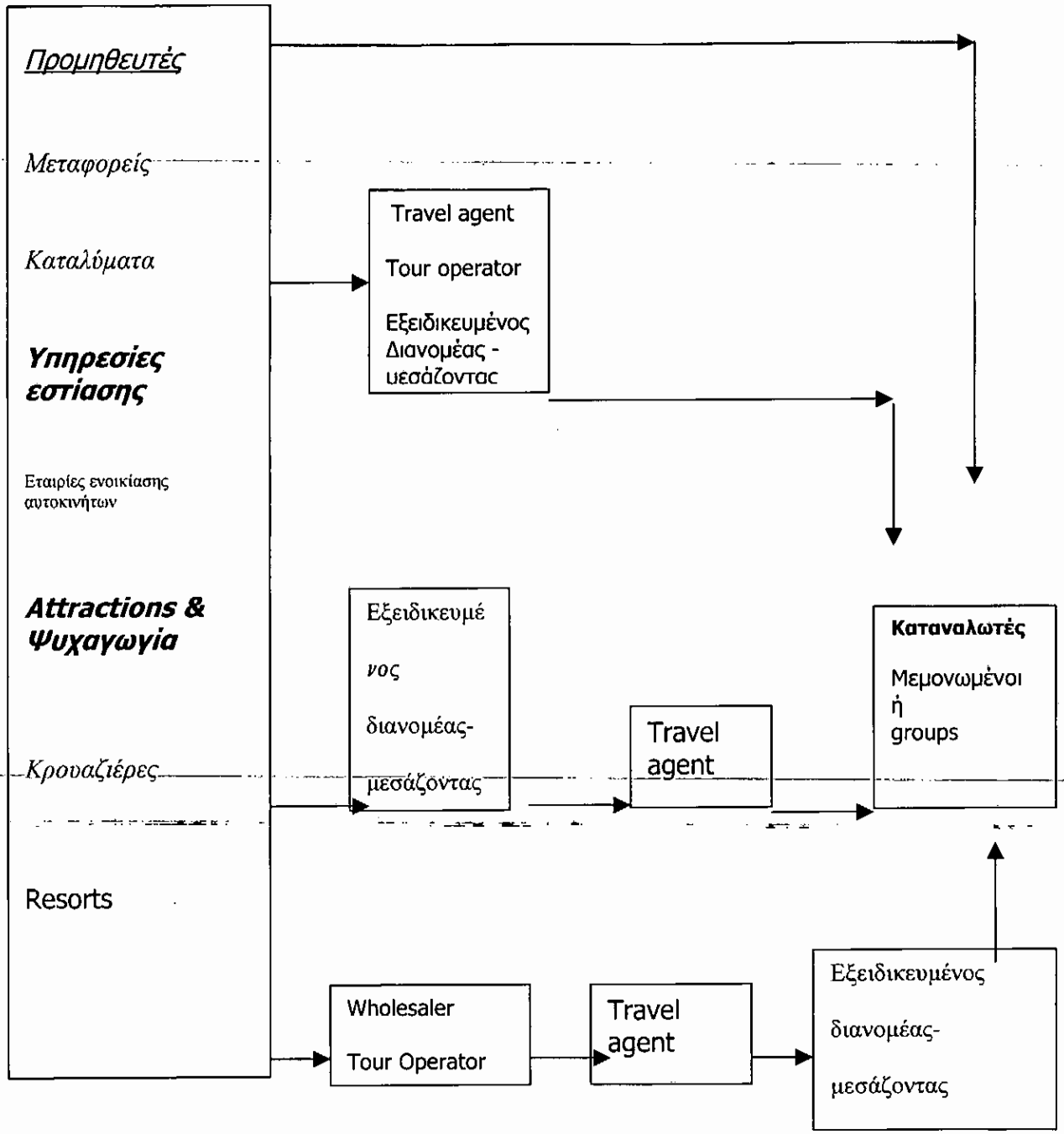
συνεδρίασης και συμβάσεων ειδικεύονται να προγραμματίσουν και να οργανώσουν τις συνεδριάσεις κυρίως για τους εταιρικούς πελάτες και τους επαγγελματικούς συνδέσμους. Μερικοί από αυτούς τους αρμόδιους για το σχεδιασμό συνεδρίασης έχουν τα πιστοποιητικά ως επαγγελματίες διοργανωτές συνεδρίων (PCOs) ή επικυρωμένους επαγγελματίες συνεδριάσεων (CMPs), κρατώντας την ιδιότητα μέλους στις οργανώσεις όπως οι διεθνείς αρμόδιοι για το σχεδιασμό, μια κοινωνία που χρησιμεύει ως ένας επαγγελματικός και εκπαιδευτικός πόρος για εκείνους που διαχειρίζονται τις συνεδριάσεις. Οι αρμόδιοι για το σχεδιασμό προορισμού εργάζονται γενικά ως επαγγελματίες μιας ανεξάρτητης υποστήριξης για να βοηθήσουν τη συνεδρίαση και τους αρμόδιους για το σχεδιασμό συμβάσεων. Είναι σε θέση να οργανώσουν τις δραστηριότητες υποστήριξης όπως τις περιοδείες πόλεων, ή την υπηρεσία λεωφορείων και τα ειδικά γεγονότα.

### **3.3 Συστήματα διανομής της βιομηχανίας των ταξιδίων**

Όπως άλλες βασικές βιομηχανίες (γεωργία, επεξεργασία τροφίμων) έτσι και η βιομηχανία ταξιδιού έχει τα δικά της συστήματα διανομής. Αυτά είναι η εξέλιξη των ταξιδιωτικών προϊόντων και υπηρεσιών από τους προμηθευτές ως τους τελικούς καταναλωτές. Προκειμένου να κατανοηθεί η οικονομική εξέλιξη της ταξιδιωτικής βιομηχανίας, είναι σημαντικό να αναφερθεί αρχικά η δομή και οι λειτουργίες των συστημάτων διανομής της βιομηχανίας συμπεριλαμβανομένων των μεσαζόντων που περικλείουν αυτό το σύστημα. Ο όρος «συστήματα διανομής» σχετίζεται με μία μέθοδο κατά την οποία μία επωνυμία πωλεί τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της στους πελάτες. Παράλληλα με τα συστήματα διανομής πωλήσεων, υπάρχουν εκτεταμένες αλλαγές, συνδυασμούς και αλληλοεπιδράσεις. Αναλύσεις επιχειρηματικής δραστηριότητας στην ταξιδιωτική ανάλυση, έχουν δείξει ότι τέσσερις τύποι συστημάτων διανομής πωλήσεων χρησιμοποιούνται ξεχωριστά ή ταυτόχρονα από τους προμηθευτές στην ταξιδιωτική βιομηχανία.

Για την κατανόηση της οικονομικής της ταξιδιωτικής βιομηχανίας είναι σημαντικό να έχουμε μια βασική κατανόηση της δομής και της αποτελεσματικότητας των συστημάτων διανομής αυτής της βιομηχανίας συμπεριλαμβανομένων των ενδιάμεσων οι οποίοι περιλαμβάνονται σε αυτό το σύστημα. Ο όρος σύστημα διανομής των πωλήσεων αναφέρεται στην μέθοδο μέσω της οποίας ένας προμηθευτής της ταξιδιωτικής βιομηχανίας πουλάει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του στους πελάτες.

Μέσα στο σύστημα διανομής υπάρχουν ευρείες διαφοροποιήσεις, συνδυασμοί και αμφίδρομες σχέσεις. Οι αναλύσεις των επιχειρηματικών πρακτικών δείχνουν ότι υπάρχουν τέσσερις τύποι συστημάτων διανομής οι οποίοι υιοθετούνται ξεχωριστά ή ταυτόχρονα από τους προμηθευτές στην ταξιδιωτική βιομηχανία (*Gee Ch., Makens J., Choy D., The Travel Industry, 1997*).



(τροποποιημένο από Gee Ch., Makens J., Choy D., The Travel Industry, 1997)

### 3.3.1 Σύστημα διανομής πρώτου τύπου

Ένα σύστημα πρώτου τύπου είναι κατευθυντήρια δύναμη των πωλήσεων ταξιδιωτικών υπηρεσιών από τους αρχικούς προμηθευτές στους ταξιδιώτες. Ένα παράδειγμα είναι όταν μία αεροπορική εταιρία πουλάει εισιτήρια απευθείας στους πελάτες μέσω του δικού της τμήματος κρατήσεων και πωλήσεων.

Μερικοί ταξιδιωτικοί προμηθευτές, ειδικότερα εταιρίες μεταφοράς, αποφεύγουν αυτό το σύστημα και εξαρτώνται αντί αυτού σχεδόν εξ ολοκλήρου από τους μεσάζοντες. Οι αερογραμμές αφ' ετέρου, έχουν περιπλέξει τις απόψεις τους σχετικά με την αποδοτικότητα του συστήματος πρώτου τύπου. Ορισμένες αερογραμμές που έχουν προωθήσει τις άμεσες πωλήσεις εμφανίζονται τώρα να είναι λιγότερο σίγουρες για το σύστημα είναι το αποτελεσματικότερο. Ένα σύστημα πρώτου τύπου είναι επεκτατικό, δεδομένου ότι απαιτεί ένα σύστημα μόνιμων πωλήσεων και κρατήσεων. Οι μικροί προμηθευτές ταξιδιού, όπως οι αερογραμμές κατόχων διαρκούς εισιτηρίου, βρίσκουν συχνά το κόστος απαγορευτικό. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις όπως σημαντικές αερογραμμές και αλυσίδες ξενοδοχείων, που μπορούν να αντέξουν οικονομικά το κόστος των εθνικών και περιφερειακών γραφείων πωλήσεων θεώρησαν ότι είναι παράλογο να εξαρτηθούν εξ ολοκλήρου από τους μεσάζοντες. Η οικονομική αποτελεσματικότητα της πληρωμής μιας μισθοδοτημένης δύναμης πωλήσεων εναντίον της χρήσης των μεσάζοντων της επιτροπής αποτελεί το αντικείμενο της συνεχούς συζήτησης μέσα στη βιομηχανία ταξιδιού.

Υπάρχουν φυσικά προφανή πλεονεκτήματα και για τον πωλητή και για τον αγοραστή χρησιμοποιώντας το σύστημα πρώτου τύπου. Αυτά είναι:

- 1. Απλότητα:** Το σύστημα πρώτου τύπου είναι απλό και για τα δύο συμβαλλόμενα μέρη και αποφεύγει την επέμβαση ενός τρίτου. Ο αγοραστής και ο πωλητής μπορούν εύκολα να αποφασίσουν σχετικά με τις κρατήσεις ή τις αλλαγές μεταξύ τους. Εάν ένας τρίτος, παραδείγματος χάριν, ένας ταξιδιωτικός πράκτορας εμπλέκεται, οι αποφάσεις αυτής της φύσης θα πρόβλεπαν τις επικοινωνίες διασταύρωσης.
- 2. Πρόσθετες ευκαιρίες πώλησης:** Η δυνατότητα να μιλήσει άμεσα με τον ταξιδιώτη παρέχει στον προμηθευτή μια ευκαιρία να αναβαθμίσει, να πωλήσει τις πρόσθετες υπηρεσίες, και να προωθήσει τις κρατήσεις, όπως για το ταξίδι επιστροφής.
- 3. Ευελιξία:** Πολλοί ταξιδιώτες ακολουθούν μια περιήγηση ταξιδιού με ένα σταθερό πρόγραμμα των θέσεων που σκοπεύουν να επισκεφτούν. Οι ταξιδιώτες που δεν έχουν καθορίσει τις περιηγήσεις εκτιμούν τη δυνατότητα να τροποποιήσουν το ταξίδι την τελευταία στιγμή. Θεωρητικά αυτό τους αφήνει ελεύθερους να

παρατείνουν ή να συντομεύσουν τους χρόνους τους σε ορισμένες περιοχές.

**4. Μεγαλύτερη αποδοτικότητα στον προμηθευτή:** Ο ανεξάρτητος ταξιδιώτης που αγοράζει άμεσα από τον προμηθευτή παρέχει ένα μεγαλύτερο κέρδος ανά μονάδα από οποιοδήποτε άλλο πελάτη. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα εάν τα γραφεία ταξιδίων μπορούν να παρέχουν τις μεγαλύτερες συνολικές ακαθάριστες παραλαβές για έναν προμηθευτή λόγω του καθαρού μεγέθους του όγκου πωλήσεων που παράγεται, αλλά το καθαρό κέρδος ανά πελάτη είναι γενικά λιγότερο.

**5. Προσωπικός έλεγχος της πώλησης:** Σε μερικές περιπτώσεις ο μεμονωμένος ταξιδιώτης μπορεί επίσης να είναι επιφυλακτικός απέναντι στους ταξιδιωτικούς πράκτορες λόγω της δυσμενούς δημοσιότητας που προέρχεται από τα εθνικά μέσα ειδήσεων σχετικά με τους ταξιδιώτες που ήταν προσαραγμένοι στο εξωτερικό όταν ένας ταξιδιωτικός πράκτορας έκλεισε ένα ταξίδι διαμέσου ενός tour operator. Πολλοί ταξιδιώτες, επομένως, αισθάνονται πιο άνετοι εάν έχουν κάνει προσωπικά τις κρατήσεις και τις έχουν επιβεβαιώσει με τα διαθέσιμα εισιτήρια. Τέτοια άτομα αισθάνονται την ανάγκη να χειριστούν προσωπικά κάθε βήμα της ημερήσιας διάταξης ταξιδιού τους.

**6. Διαχείριση των βασικών απολογισμών:** Οι επιχειρήσεις βιομηχανίας ταξιδιού αναγνωρίζουν γενικά τη σημασία του κανόνα του Παρέτου 80-20 που δηλώνει ότι η πλειοψηφία μιας επιχείρησης θα προκύψει από την μειονότητα των πελατών της. Οι κυβερνητικοί ανώτεροι υπάλληλοι, ειδικά μέλη του Κογκρέσσου και γερουσιαστές, παραδείγματος χάριν, έχουν μια ανάγκη να χρησιμοποιήσουν το αεροπορικό ταξίδι τέσσερις έως πέντε φορές συχνότερα από το μέσο επιχειρησιακό ταξιδιώτη. Οι επιχειρησιακοί ανώτεροι υπάλληλοι πετούν στη συνέχεια πολύ συχνότερα από το μέσο πολίτη. Η άνοδος των συχνών ιπτάμενων προγραμμάτων με τις αερογραμμές, τα ξενοδοχεία, οι αυτόματες εταιρίες ενοικίου και άλλες είναι μια αντανάκλαση της βασικής διαχείρισης απολογισμού. Οι υπολογιστές επιτρέπουν τώρα στις επιχειρήσεις να προσδιορίσουν τους βασικούς πελάτες και τα σχέδια χρήσης τους. Η βασική διαχείριση απολογισμού είναι δύσκολη ή αδύνατη εκτός αν μια επιχείρηση έχει τον άμεσο έλεγχο της διαδικασίας πωλήσεων.

Το σύστημα πρώτου τύπου διανομής υπήρχε πάντα στη ταξιδιωτική βιομηχανία. Αλλά καθώς οι άμεσες δαπάνες πώλησης κλιμακώνονται και η δυνατότητα να επιτευχθεί η ευρύτερη διανομή αγοράς γίνεται δυσκολότερη οφειλόμενη στις δυναμικές αλλαγές της αγοράς, το σύστημα πρώτου τύπου έχει επίσης τους

προφανείς περιορισμούς. Επιπλέον η απώλεια καλής θέλησης από τους tour operators είναι σημαντικός παράγοντας για την προώθηση προϊόντων.

Τέλος, δεδομένου ότι τα γραφεία ταξιδίων και άλλοι tour operators συνεχίζουν να αποκτούν το γόητρο και τον επαγγελματισμό, θα προσελκύσουν αναμφισβήτητα διάφορους πελάτες που ειδάλλως θα είχαν ασχοληθεί άμεσα με τους προμηθευτές.

### 3.3.2 Σύστημα διανομής δεύτερου τύπου

Ένα σύστημα δεύτερου τύπου περιλαμβάνει έναν ενιαίο μεσάζοντα, παραδείγματος χάριν, ένας ταξιδιωτικός πράκτορας, που αλληλεπιδρά με τον προμηθευτή και τον ταξιδιώτη. Το σύστημα διανομής δεύτερου τύπου λειτουργεί για τους ακόλουθους λόγους:

**1.Επαγγελματική βοήθεια:** Ο αγοραστής λαμβάνει τη βοήθεια από τους επαγγελματίες που ειδικεύονται στο ταξίδι και μπορούν να δώσουν προσοχή και εξατομικευμένες συμβουλές, κερδίζοντας συχνά χρόνο και χρήματα πελατών κατά τη διαδικασία.

**2.Πολλαπλές επιλογές:** Αντίθετα από το σύστημα πρώτου τύπου, ένας ταξιδιώτης μπορεί να λάβει τις πληροφορίες για ποικίλες επιλογές μέσω του μεσάζοντος. Στο σύστημα πρώτου τύπου, ένας ταξιδιώτης πρέπει να καλέσει αερογραμμές ή ξενοδοχεία για να λάβει τις πληροφορίες για όλες τις διαθέσιμες επιλογές. Ένας επαγγελματικός μεσάζων ταξιδιού, όπως ένας ταξιδιωτικός πράκτορας ή ένας tour operator, προσφέρει σε έναν ταξιδιώτη την ευκαιρία να επιλέξει από όλες τις διαθέσιμες επιλογές. Μια παρόμοια κατάσταση θα ήταν αυτή ενός αυτόματου αγοραστή που θα μπορούσε να επισκεφτεί μια τεράστια αίθουσα εκθέσεως που περιέχει κάθε πρότυπο από κάθε διαθέσιμο αυτοκίνητο.

**3.Βοήθεια ελεύθερου ή χαμηλού κόστους:** Γενικά, η επαγγελματική βοήθεια είναι διαθέσιμη στους ταξιδιώτες στο σύστημα πρώτου και δεύτερου τύπου χωρίς πρόσθετο κόστος στον ταξιδιώτη. Εντούτοις, πολλοί ταξιδιωτικοί πράκτορες έχουν βρει απαραίτητο να χρεώσουν μερικές υπηρεσίες που παρέχονταν στο παρελθόν χωρίς δαπάνη. Μερικοί μεγάλοι εταιρικοί και κυβερνητικοί πελάτες έχουν αναθέσει στους ταξιδιωτικούς πράκτορες ότι δεν θα επιτρέψουν πλέον στους πράκτορες να λαμβάνουν εντολές από τους προμηθευτές ταξιδιού. Η πρακτική της αμοιβής για τις υπηρεσίες που παρέχονται είναι πιθανό να επεκταθεί στο μέλλον.

**Συσσωρευτική δύναμη ομάδας:** Ένας μεσάζων έχει γενικά περισσότερη δύναμη με τους προμηθευτές από έναν μεμονωμένο ταξιδιώτη. Η επιρροή με τους προμηθευτές είναι ιδιαίτερα σημαντική κατά τη διάρκεια των μέγιστων εποχών. Ένας μεσάζων μπορεί να είναι αρμόδιος για εκατοντάδες χιλιάδες δολάρια της επιχείρησης για ένα ιδιαίτερο ξενοδοχείο, μια αερογραμμή ή ένα σκάφος κρουαζιέρας. Σε ορισμένα τριτοκοσμικά έθνη όπου ο ανεφοδιασμός των καθισμάτων αερογραμμών είναι περιορισμένος, ένας ταξιδιωτικός πράκτορας μπορεί να έχει τις σημαντικές πολιτικές διασυνδέσεις, οι οποίες μπορούν να σημάνουν τη διαφορά μεταξύ της λήψης ενός καθίσματος στην επόμενη διαθέσιμη πτήση εκτός χώρας ή της αναμονής αορίστου χρόνου για μελλοντική διαθέσιμη πτήση.

**Ενιαία δαπάνη τιμολόγησης:** Η διαδικασία για τις υπηρεσίες ταξιδιού μπορεί να απλοποιηθεί μέσω του πράκτορα. Ο πράκτορας μπορεί να χρεώσει στον πελάτη για όλες τις υπηρεσίες, συμπεριλαμβανομένης της μεταφοράς, της κατοικίας, του εστιατορίου, της ψυχαγωγίας και της επίγειας μεταφοράς σε ένα λογαριασμό.

**Πλεονεκτήματα τιμών ή υπηρεσιών:** Σε μερικές περιπτώσεις ο ταξιδιώτης μπορεί να λάβει τις χαμηλότερες αξίες των υπηρεσιών ταξιδιού ταξιδεύοντας μέσω ενός ταξιδιωτικού πράκτορα. Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες είναι, μερικές φορές, ικανοί να αναβαθμίσουν τις υπηρεσίες για τους ταξιδιώτες χωρίς κανένα συμπληρωματικό κόστος. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα όταν οι πράκτορες κάνουν κρατήσεις για επαγγελματικά ταξίδια.

**Βοήθεια από υποκαταστήματα στην επαρχία:** Μερικοί μεσάζοντες ταξιδιού έχουν πολλούς κλάδους, εκτεινόμενους και στις ξένες χώρες. Άλλοι έχουν υποκαταστήματα ή θυγατρικές. Ένας ταξιδιώτης που μπορεί να αντιμετωπίσει κάποια δυσκολία διακινούμενος, μπορεί συχνά να βρει βοήθεια μέσω υποκαταστημάτων ή θυγατρικών.

**Η δύναμη των πωλήσεων χωρίς γενικά έξοδα:** Το πρώτιστο πλεονέκτημα που προσφέρεται από τους μεσάζοντες ταξιδιού στους προμηθευτές είναι ότι χρησιμεύουν ως μια δύναμη πωλήσεων χωρίς τα γενικά έξοδα του προμηθευτή. Η αποβολή των γενικών εξόδων είναι ιδιαίτερα χρήσιμη στους μικρούς προμηθευτές που δεν μπορούν να αντέξουν οικονομικά μια σε εθνικό επίπεδο ή παγκόσμια δύναμη πωλήσεων.

**Βοήθεια πίστωσης και τιμολόγησης στους προμηθευτές:** Οι μεσάζοντες ταξιδιού μπορούν να διευκολύνουν τους ρόλους πίστωσης και τιμολόγησης των προμηθευτών, με την διαδικασία των πιστωτικών ελέγχων στους πελάτες, την επεξεργασία



λογαριασμών πιστωτικών καρτών και την υποβολή των καταβολών του εφάπαξ στους προμηθευτές.

**Προωθήσεις εκτός εποχής:** Οι μεσάζοντες βοηθούν συχνά τους προμηθευτές στη δημιουργία της νέας επιχείρησης με την ανάπτυξη των εκτός εποχής συσκευασιών ταξιδιού.

### 3.3.3 Σύστημα διανομής τρίτου τύπου

Ένα σύστημα τρίτου τύπου περιλαμβάνει δύο μεσάζοντες, συνήθως ένα λιανικό ταξιδιωτικό πράκτορα και ένα χονδρέμπορο ή ένα tour operator. Παρέχει στον ταξιδιώτη και τον προμηθευτή τα οφέλη των συστημάτων πρώτου και δεύτερου τύπου. Πρόσθεσαν ότι τα οφέλη προέρχονται από τις υπηρεσίες ταξιδιού που είναι, αγορασμένες σε μεγάλες ποσότητες σε τιμές έκπτωσης από τους χονδρεμπόρους. Με το σύστημα τρίτου τύπου, ο ταξιδιώτης είναι γενικά ικανός να λάβει σε χαμηλότερη τιμή τις συσκευασίες ταξιδιού ή τις συσκευασίες που προσαρμόζονται στις ταξιδιωτικές επιθυμίες.

### 3.3.4 Σύστημα διανομής τέταρτου τύπου

Ένα σύστημα τέταρτου τύπου ακολουθεί το σχέδιο της διαδικασίας του συστήματος διανομής τρίτου τύπου, με τη διαφορά ότι υπάρχει ένας πρόσθετος μεσάζων, γενικά μια ειδικότητα διανομέα, ο οποίος εμπλέκεται σε διαβουλεύσεις με ένα πακέτο ταξιδιού. Για να επεξηγηθεί το σύστημα διανομής τέταρτου τύπου, αρκεί να λάβουμε υπόψη μας την περίπτωση μιας αμερικανικής πανεπιστημιακής ομάδας που προγραμματίζει μια περίοδο μελέτης στο εξωτερικό στην Ευρώπη. Μια τέτοια ομάδα πρώτα να εκφράσει το ενδιαφέρον της στο γραφείο μελέτης στο εξωτερικό στην πανεπιστημιούπολή της. Το γραφείο μελέτης στο εξωτερικό, ως διανομείς ειδικότητας των εκπαιδευτικών ταξιδιών, καθορίζει τις ανάγκες της ομάδας, συμπεριλαμβανομένης της ακαδημαϊκής εστίασης ενδιαφέροντος και συστήνει τις προκαταρκτικές περιηγήσεις, τις κατάλληλες στεγάσεις, τις υπερπόντιες συμβάσεις και άλλες ρυθμίσεις. Μετά από διαβουλεύσεις με την ομάδα, το γραφείο μελέτης στο εξωτερικό μπορεί έπειτα να διοχετεύσει την αγορά του ταξιδιού μέσω ενός λιανικού ταξιδιωτικού πράκτορα που θα κάνει τις άμεσες ρυθμίσεις αερογραμμών σε μια βάση τιμής ομάδας και, συγχρόνως, μπορεί να συμβληθεί με έναν tour operator στην Ευρώπη να χειριστεί τις υπόλοιπες λεπτομέρειες της

περιήγησης της ομάδας μελέτης. Τα οφέλη ενός πρόσθετου σταδίου όσων αφορά τους ταξιδιωτικούς διακανονισμούς της ομάδας είναι βασικά εκείνες οι πληροφορίες και οι διευκολύνσεις που εξασφαλίζουν ένα πακέτο που έχει σχεδιαστεί για μία ιδιαίτερη ανάγκη (Gee Ch., Makens J., Choy D., *The travel Industry*, 1997)

## Κεφ.4

### ΤΟ ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ Ι.Α.Τ.Α. ΓΙΑ ΤΗΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΩΝ

Το 1945 ιδρύεται, στην Αβάνα της Κούβας, η Διεθνής Ένωση Αεροπορικών Εταιριών με πρωταρχικό σκοπό να προάγει ασφαλή, τακτική και οικονομική μεταφορά και να εγκαθιδρύσει ένα κανονιστικό πλαίσιο, αποδεκτό από κράτη και εθνικούς αερομεταφορείς (Flag carriers) στον τομέα των διεθνών αερομεταφορών.

Η Διεθνής Ένωση Αεροπορικών Εταιριών είναι τώρα περισσότερο από 100 φορές μεγαλύτερη από ήταν το 1945. Λίγες βιομηχανίες μπορούν να ταιριάξουν με το δυναμισμό αυτής της αύξησης, η οποία θα ήταν πολύ λιγότερο θεαματική χωρίς τα πρότυπα, τις πρακτικές και τις διαδικασίες που αναπτύσσονται μέσα στην ΙΑΤΑ. Στην ίδρυσή της, η ΙΑΤΑ είχε 57 μέλη από 31 έθνη, συνήθως στην Ευρώπη και τη Βόρεια Αμερική. Σήμερα έχει πάνω από 230 μέλη από περισσότερα από 130 έθνη σε κάθε σημείο του κόσμου.

Για περίπου σαράντα χρόνια (1939-τέλος 1970) η βιομηχανία των αερομεταφορών στις ΗΠΑ ήταν άκρως ελεγχόμενη και προστατευόμενη. Οι διαδρομές-συνδέσεις, τα κέρδη, το προσωπικό και η διοίκηση προστατεύονταν κάνοντας τις αεροπορικές εταιρίες ένα είδος καρτέλ (Lundberg, 1990).

Η ΙΑΤΑ είναι ένας μη κρατικός κυβερνητικός οργανισμός και στηρίζει την ύπαρξή της σε ειδική πράξη του Καναδικού κοινοβουλίου, που της έδωσε την πρώτη νομική της υπόσταση το Δεκέμβριο του 1945.

Οι δηλωμένοι στόχοι της ΙΑΤΑ είναι οι εξής:

- Για να προαγάγει ασφαλή, κανονικές και οικονομικές αεροπορικές μεταφορές προς όφελος των λαών του κόσμου, να ενθαρρύνει τις εμπορικές σχέσεις στις αεροπορικές μεταφορές και να μελετήσει τα προβλήματα που σχετίζονται συνεπώς.
- Για να παρέχει τα μέσα για τη συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων αεροπορικών μεταφορών που ασχολούνται άμεσα ή έμμεσα με την εξυπηρέτηση των διεθνών αεροπορικών μεταφορών.
- Για να συνεργάζεται με το διεθνή οργανισμό πολιτικής αεροπορίας και άλλους διεθνείς οργανισμούς.

## 4.1 Η γεωγραφία της ΙΑΤΑ

Η ΙΑΤΑ χωρίζει τον κόσμο σε τρεις περιοχές προκειμένου να διευκολύνει την κοστολόγηση των διεθνών αεροπορικών ναύλων. Οι περιοχές αυτές ονομάζονται : Area 1, Area 2, Area 3 ή TC1, TC2 και TC3 αντίστοιχα.

(TC=Traffic Conference Area).

Μέσα σε κάθε περιοχή (AREA) έχουν καθοριστεί από την ΙΑΤΑ υποπεριοχές 'sub areas', οι οποίες πολλές φορές είναι διαφορετικές από αυτές που ορίζονται γεωγραφικά.

### ΙΑΤΑ AREA 1 (TC1)

Η Area 1 γενικά αποτελείται από ολόκληρο το δυτικό ημισφαίριο. Με βάση τον κανονισμό, τον οποίο ερμηνεύουμε, μπορεί να υποδιαιρεθεί σε :

(A)

#### 1) NORTH AMERICA

Αποτελείται από τις χώρες :

Alaska	Continental USA	Mexico
Canada	Hawai	St. Pierre & Miguelon

#### 2) CENTRAL AMERICA

Αποτελείται από τις χώρες :

Belize	El Salvador	Honduras
Costa Rica	Guatemala	Nicaragua

#### 3) CARIBBEAN ISLANDS

Αποτελούνται από τις :

Anguilla	Dominican Republic	Nevis & St. Kitts
Antigua & Barbuda	Grenada	Netherland Antilles
Aruba	Guadeloupe	St. Lucia
Barbados	Haiti	St. Vincent & the Grenadines
Cayman Islands	Jamaica	Trinidad & Caicos Islands
Cuba	Martinique	Turks & Caicos Islands
Dominica	Montserrat	Virgin Islands (British)

#### 4) SOUTH AMERICA

Αποτελείται από τις χώρες :

Argentina	Ecuador	Peru
Bolivia	French Guiana	Suriname
Brazil	Guyana	Uruguay
Chile	Panama	Venezuela
Colombia	Paraguay	

#### (B)

##### 1) NORTH ATLANTIC SUB - AMERICA

Περιλαμβάνει τις χώρες :

Canada	Mexico	USA (including Alaska, Hawaii
Greenland	Saint Pierre & Miquelon	Puerto Rico and Virgin Islands US

##### 2) MID ATLANTIC SUB - AREA

Περιλαμβάνει τις χώρες :

Anguilla	Dominican Republic	Netherlands Antilles
Antigua & Barbuda	Ecuador	Nicaragua
Aruba	El Salvador	Panama
Bahamas	French Guiana	Peru
Barbados	Grenada	St. Kitts & Nevis
Belize	Guadeloupe	St. Lucia
Bermuda	Guatemala	St. Vincent and the Grenadines
Bolivia	Guyana	Suriname
Cayman Islands	Haiti	Trinidad & Tobago
Colombia	Honduras	Turks & Caicos
Costa Rica	Jamaica	Venezuela
Cuba	Martinique	Virgin Islands (British)
Dominica	Montserrat	

##### 3) SOUTH ATLANTIC SUB - AREA

Περιλαμβάνει τις χώρες :

Argentina	Chile	Uruguay
Brazil	Paraguay	

## IATA AREA 2 (TC2)

Η AREA 1 χωρίζεται σε τρεις υποπεριοχές (subareas)

### EUROPE

Αποτελείται από τις χώρες :

Albania	<b>Germany</b>	<b>Portugal</b>
Algeria	Gibraltar	Romania
Andorra	<b>Greece</b>	Russia (in Europe)
Armenia	Hungary	San Marino
<i>Austria</i>	<i>Iceland</i>	<i>Slonakia</i>
Azerbaijan	<b>Ireland</b>	Slovenia
Belarus	<b>Italy</b>	<b>Spain</b>
<i>Belgium</i>	<i>latvia</i>	<i>Sweden</i>
Bosnia – Herzegovina	Liechtenstein	Switzerland
Bulgaria	Lithuania	Tunisia
Croatia	<b>Luxembourg</b>	Turkey
Cyprus	Macedonia (FYROM)	Ukraine
Czech republic	Malta	<b>United Kingdom</b>
<i>Denmark</i>	<i>Monaco</i>	<i>Yugoslavia</i>
Estonia	Moldova	
Faroe Islands	Morocco	
<b>Finland</b>	<b>Netherlands</b>	
<b>France</b>	<b>Norway</b>	
Georgia	Poland	

Μέσα στην Ευρώπη συναντάμε τις εξής υποπεριοχές :

- **European Common Aviation Area (ECAA)**  
Ανήκουν οι 17 χώρες που είναι με έντονα γράμματα στον παραπάνω πίνακα
- **Economic & Monetary Union (EMU) countries – οι χώρες του Euro**  
Austria, Belgium, Finland, France, (including Monaco and French territories), Germany, Luxembourg, Ireland, Italy, Netherlands, Portugal, Spain.
- **Scandinavia**  
Αποτελείται από τις :  
Denmark, Norway, Sweden.

## IATA AREA 2 (TC2)

### 2) AFRICA

Υποδιαιρείται στις :

#### a) Central Africa

Malawi

Zambia

Zimbabwe

#### b) Eastern Africa

Burundi

Djibouti

Eritrea

Ethiopia

Kenya

Rwanda

Somalia

Tanzania

Uganda

#### c) Southern Africa

Botswana

Lesotho

Mozambique

South Africa

Namibia

Swaziland

### D) Western Africa

Angola

Benin

Burkina Faso

Cameroon

Cape Verde

Central African Rep

Chad

Congo (Brazzaville)

Congo (Kinshasa)

Cote d' Ivoire

Equatorial Guinea

Gabon

Gambia

Ghana

Guinea

Guinea – Bissau

Liberia

Mali

Mauritania

Niger

Nigeria

Sao Tome and Principe

Senegal

Sierra Leone

Togo

#### e) Indian Ocean Islands

Comoros

Madagascar

Mauritius

Mayotte

Reunion

Seychelles

#### f) Libya

Libyan Arab Jamahiriya

### 3) MIDDLE EAST

Bahrain

Egypt

Iran

Iraq

Israel

Jordan

Kuwait

Lebanon

Qatar

Saudi Arabia

Sudan

Oman

Syria

United Arab Emirates

Yemen

### IATA AREA 3 (TC3)

Η Area 3 αποτελείται από την Ασία και τα γειτονικά της νησιά (με εξαίρεση το κομμάτι το οποίο ανήκει στην Area 2 την Αυστραλία, τη Νέα Ζηλανδία και τα γειτονικά τους νησιά και επίσης τα νησιά του Ειρηνικού Ωκεανού (με εξαίρεση εκείνα που ανήκουν στην Area 1). Χωρίζεται δε, σε τέσσερις υποπεριοχές.

#### 1) Southeast Asia

Brunei Darussalam	Kyrgyzstan	Philippines
Cambodia	Laos	Russia (in Asia)
China (excluding Hong Kong SAR & Macau SAR)	Macau SAR	Singapore
Chinese Taipei	Malaysia	Tajikistan
Christmas Island	Marshall Islands	Thailand
Cocos Islands	Micronesia	Turkmenistan
Guam	Mongolia	Uzbekistan
Hong Kong SAR	Myanmar	Vietnam
Indonesia	Northern Mariana Islands	
Kazakhstan	Palau	

#### 2) SOUTH ASIAN OR INDIAN SUBCONTINENT

Afghanistan	Maldives
Bangladesh	Nepal
Bhutan	Pakistan
India	Sri Lanka

#### 3) SOUTH WEST PACIFIC

American Samoa	Nauru	Samoa
Australia	New Caledonia incl. Loyalty Islands	Solomon Islands
Cook Islands	New Zealand	Tonga
Fiji	Niue	Tuvalu
French Polynesia	Norfolk Island	Vanuatu
Kiribati	Papua New Guinea	Wallis & Futuna Islands

#### 4) JAPAN / KOREA

Japan (Πηγή Α. Χαλκιά., Β. Πανοπούλου., <i>Ολυμπιακή Αεροπορία</i> )	North Korea	South Korea
---	-------------	-------------



## 4.2 Κωδικοποίηση συμβολισμών

Η βιομηχανία ταξιδιού έχει πολλές ανάγκες πληροφοριών και πρέπει να επινοήσει τους τρόπους να μικραίνει το χρόνο για να γράφει τις πληροφορίες και το χώρο που τέτοιες πληροφορίες καταλαμβάνουν σε ένα βοηθητικό βιβλίο ή σε έναν υπολογιστή. Για να επιτευχθεί αυτό, η IATA θέσπισε το αεροπορικό αλφάβητο, το οποίο χρησιμοποιείται για την καλύτερη ανάγνωση των αεροπορικών εκφράσεων, λέξεων ή σημάτων, καθώς και κώδικες που συντελούν όπως προαναφέρθηκε στην συντόμευση των πληροφοριών.

A – ABLE / ALPHA	N – NON / NOVEMBER
B – BAKER / BRAVO	O – OBO / OSCAR
C – CHARLY	P – PETER / PAPA
D – DONALD / DELTA	Q – QUEEN / QUEBEC
E – ECCO / EASY	R – ROMEO / ROGGER
F – FOX / FOXTROT	S – SIERRA / SUMMER
G – GOLF / GEORGE	T – TANGO / TAMMY
H – HOTEL / HOW	U – UNION / UNIFORM
I – INDIA / ITEM	V – VICTORY / VENUS
J – JOHNY / JULIET	W – WHISKY / WILLIAM
K – KILO / KING	X – XENOS / X - RAY
L – LIMA / LOVE	Y – YANKEE / YORK
M – MAMMA / MOTHER	Z – ZEBRA / ZULU

### 4.2.1 Κωδικοποιημένοι συμβολισμοί αερογραμμών

Κάθε αερογραμμή έχει έναν κώδικα 2 γραμμάτων. Οι κώδικες είναι σχετικά εύκολο να μαθευτούν επειδή όχι όλοι αλλά οι περισσότεροι έχουν κάποια σχέση με το όνομα της αερογραμμής. Οι εξαιρέσεις είναι ουσιαστικά οι διεθνείς αερογραμμές, όπως τα κράτη μέλη – Egyptair, των οποίων τα ονόματα δεν έχουν προφανή έννοια σε έναν αλλοδαπό ( MS από το Misr που ήταν το αρχαίο όνομα της Αιγύπτου), και τις νεώτερες αερογραμμές που κατασκευάστηκαν αφότου δόθηκαν οι λογικοί κώδικες. Σε πολλούς αερολιμένες, οι κώδικες αερογραμμών 2 γραμμάτων χρησιμοποιούνται στους πίνακες άφιξης / αναχώρησης, και οι επιβάτες αναμένεται να ξέρουν ποιος είναι ο κώδικας της αερογραμμής τους εάν θέλουν να παρουσιαστούν εγκαίρως στη σωστή πύλη αναχώρησης. Στα προγράμματα αερογραμμών το σύμβολο (\*) μερικές φορές ακολουθεί έναν κώδικα 2 γραμμάτων. Αυτό δείχνει έναν διπλό – οριζόμενο μεταφορέα – μια πτήση που χρησιμοποιείται από έναν μεταφορέα διαφορετικό από αυτόν που ο αρχικός κώδικας χρησιμοποιείται και που

είναι συνήθως ένας μεταφορέας κατόχων διαρκούς εισιτηρίου και τροφοδοτεί τους επιβάτες του σε αεροπλάνα σημαντικής γραμμής.

#### ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΕΡΟΓΡΑΜΜΩΝ

#### ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ

#### ΣΥΜΒΟΛΙΣΜΩΝ

OA	Ολυμπιακή αεροπορία
AA	American Airlines
AC	Air Canada
UA	United Airlines
US	USAir
SU	Aeroflot (Russia)
AF	Air France
AI	Air India
AZ	Al Italia
BA	British Airways
CY	Cyprus Airways
IB	Iberia (Spain)
SR	Swissair (Switzerland)
TG	Thai Airways (Thailand)

#### 4.2.2 Κωδικοποιημένοι συμβολισμοί πόλεων

Τα αεροδρόμια έχουν δύο ονόματα: το όνομα του αεροδρομίου, αντιπροσωπεύοντας συνήθως έναν τοπικό ήρωα ή έναν πολιτικό από την εποχή που χτίστηκε το αεροδρόμιο, και τον κώδικα αεροδρομίου 3 γραμμάτων ορισμένο από τις αρχές αεροπορίας. Οι κώδικες αεροδρομίων είναι βασισμένοι στα πρώτα τρία γράμματα του ονόματος της πόλης, όπως ATL για την Ατλάντα, στον συνδυασμού τριών γραμμάτων του ονόματος της πόλης, όπως JNU για Juneau, ή στον συνδυασμό κάποιων γραμμάτων από το όνομα αεροδρομίου, όπως MSY για τη Νέα Ορλεάνη που ονομάστηκε έτσι από το δήμαρχο της πόλης (Moisant) την εποχή που χτίστηκε το αεροδρόμιο.

Οι πόλεις με περισσότερα από ένα αεροδρόμια έχουν κώδικες πόλεων τριών γραμμάτων και επίσης κώδικες αεροδρομίων τριών γραμμάτων. Παραδείγματος χάριν, ο κώδικας της πόλης της Νέας Υόρκης είναι NYC, και έχει τρία αεροδρόμια: La guardia (LGA), Kennedy International (JFK) και Newark International (EWR). Αν και το Newark είναι τεχνικά στο Νιου Τζέρσεϋ, κυβερνάται από το σύστημα λιμενικής αρχής της πόλης της Νέας Υόρκης. Είναι σίγουρα πολύ δύσκολο όταν κάποιος έμπορος στέλνει έναν ταξιδιώτη σ' ένα λανθασμένο αεροδρόμιο σε μια πόλη με τους πολλά αεροδρόμια.

Οι περισσότεροι καναδικοί κώδικες αρχίζουν με το Y ή το Z. Μερικά δρομολόγια από ή σε μια πόλη με πολλά αεροδρόμια, χρησιμοποιούν

επίσης κώδικα ενός γράμματος στα δρομολόγια για να προσδιορίσουν το αεροδρόμιο.

#### ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΜΕΝΩΝ ΣΥΜΒΟΛΙΣΜΩΝ ΠΟΛΕΩΝ

ATH	ΑΘΗΝΑ	MIL	ΜΙΛΑΝΟ
SKG	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	OSL	ΟΣΛΟ
JTR	ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	GVA	ΓΕΝΕΥΗ
IOA	ΙΟΑΝΝΙΝΑ	LIS	ΛΙΣΑΒΩΝΑ
ROM	ΡΩΜΗ	BRU	ΒΡΥΞΕΛΕΣ
VCE	BENETIA	MAN	ΜΑΝΤΣΕΣΤΕΡ
PAR	ΠΑΡΙΣΙ	BER	ΒΕΡΟΛΙΝΟ
LON	ΛΟΝΔΙΝΟ	TYO	ΤΟΚΙΟ
NYC	ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ	SYD	ΣΥΔΝΕΥ
FRA	ΦΡΑΝΚΦΟΥΡΤΗ	SIN	ΣΙΝΚΑΠΟΥΡΗ
MAD	ΜΑΔΡΙΤΗ	IST	ΙΣΤΑΜΠΟΥΛ
YUL	ΜΟΝΤΡΕΑΛ	ATL	ΑΤΛΑΝΤΑ
YYZ	ΤΟΡΟΝΤΟ ΚΑΝΑΔΑΣ	LAX	ΛΟΣ ΑΝΤΖΕΛΕΣ

#### 4.2.3 Βασικοί κώδικες για την ανάγνωση αεροσκαφών

Υπάρχουν επίσης οι κωδικοποιημένοι συμβολισμοί και για τα αεροσκάφη. Μερικοί από αυτούς είναι:

AV	ANTONOV	B2	BOEING 720 JET
B7	BOEING 707 JET	BG	BOEING 727 JET
B4	BOEING 747 JET	CA	CARAVELLE / S.E 210
DC	DOUGLAS DACOTA	D4	DOUGLAS / DC - 4
TA	TUPOLEV / TU 104 <sup>α</sup>	D8	DOUGLAS / DC - 4
T3	TUPOLEV / TU 134	T2	TUOLEV 124 - TU
VV	VICKERS - VISCOUNT	VC	VC - 10

#### Συντομογραφίες

Έχουν γίνει συντομογραφίες που αναφέρονται στους μήνες αλλά και στις ημέρες της εβδομάδας, χρησιμοποιώντας τα τρία πρώτα γράμματα και εκθέτονται στην συνέχεια.

SUN	ΚΥΡΙΑΚΗ	JAN	ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ
-----	---------	-----	------------

MON  
TUE  
WED  
THU  
FRI  
SAT

ΔΕΥΤΕΡΑ  
ΤΡΙΤΗ  
ΤΕΤΑΡΤΗ  
ΠΕΜΠΤΗ  
ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ  
ΣΑΒΒΑΤΟ

FEB  
MAR  
APR  
MAY  
JUN  
JUL  
AUG  
SEP  
OCT  
NOV  
DEC

ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ  
ΜΑΡΤΙΟΣ  
ΑΠΡΙΛΙΟΣ  
ΜΑΙΟΣ  
ΙΟΥΝΙΟΣ  
ΙΟΥΛΙΟΣ  
ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ  
ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ  
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ  
ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ  
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ

(Γ.Φ. Πρίντζη, *Αεροπορικό Μάρκετινγκ*, προπομπός)

## Κεφ.5

# ΤΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΟΙ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

### 5.1 Πληροφορική και αερομεταφορές

Η ανάπτυξη του κλάδου των αερομεταφορών και γενικότερα της τουριστικής βιομηχανίας, άρχισε μετά το τέλος του δευτέρου παγκόσμιου πολέμου.

Αρχικά εφαρμόζονταν από τις αεροπορικές εταιρίες μία χειρόγραφη μέθοδος κρατήσεων και διαχείρισης πτήσεων. Τα προγράμματα των δρομολογίων και τα πλάνα των πτήσεων σχεδιάζονταν χειρόγραφα, όπως επίσης οι κρατήσεις και η έκδοση εισιτηρίων.

Αντίστοιχα, οι κρατήσεις των τουριστικών γραφείων διεκπεραιώνονταν τηλεφωνικά με τις αεροπορικές εταιρίες, ενώ τα εισιτήρια εκδίδονται χειρόγραφα.

Οι πληροφορίες για όλα τα δρομολόγια, παγκοσμίως, αναγράφονται στα γνωστά *εγχειρίδια ABC και OAG flight guide worldwide* (διεθνή εγχειρίδια δρομολογίων). Οι τιμές δημοσιεύονται στα αντίστοιχα εγχειρίδια : Air Passenger Tariff (APT) και Air Tariff (AT).

Η διαδικασία κρατήσεων, ακυρώσεων ή αλλαγών απαιτούσε την αναφορά στα συγκεκριμένα έντυπα τόσο από τα τουριστικά γραφεία, όσο και από τις αεροπορικές εταιρίες. Όπως συνάγεται από τα παραπάνω, η διαδικασία εύρεσης πτήσεων, ορθής κοστολόγησης, κράτησης και στη συνέχεια έκδοσης χειρόγραφου εισιτηρίου ήταν χρονοβόρα και εμπειρείχε την πιθανότητα σφάλματος.

Από το 1962 οι μεγαλύτερες αμερικάνικες εταιρίες, σε συνεργασία με την IBM, σχεδιάζουν και αναπτύσσουν τα πρώτα μηχανογραφημένα συστήματα κρατήσεων - computer reservation systems (CRS)-, ώστε να βελτιωθεί η διαχείριση των πτήσεων και να επιταχυνθεί η διαδικασία ορθής πληροφόρησης και κράτησης.

Στα μέσα της δεκαετίας του 1970 τα συστήματα αυτά εξελίχθηκαν σε συστήματα διανομής και ανταλλαγής πληροφοριών και κρατήσεων μεταξύ των αεροπορικών εταιριών, ενώ στη συνέχεια η αύξηση του αριθμού των επιβατών δημιούργησε την ανάγκη σύνδεσης και των τουριστικών γραφείων στο δίκτυο των αεροπορικών εταιριών.

Τα τουριστικά γραφεία συνδέθηκαν με τις αεροπορικές εταιρίες εγκαθιστώντας ανεξάρτητα τερματικά για κάθε εταιρία με περιορισμένη πρόσβαση. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την απόκτηση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων για κάποιες αεροπορικές εταιρίες και για τα αντίστοιχα ταξιδιωτικά γραφεία, γεγονός που οδήγησε στη θέσπιση κανόνων

λειτουργίας των συστημάτων κρατήσεων. Στη συνέχεια, τα CRS άρχισαν να προσανατολίζονται προς τη δημιουργία ουδέτερων συστημάτων κρατήσεων, που προσέφεραν στα τουριστικά γραφεία τη δυνατότητα πρόσβασης σε πληροφορίες και κρατήσεις στις περισσότερες αεροπορικές εταιρίες. Έτσι δημιουργήθηκαν τα Global Distribution Systems (GDS) – Παγκόσμια Συστήματα Διανομής, με πρώτα τα αμερικάνικα συστήματα SABRE και WORLDSPAN.

Στα μέσα της δεκαετίας του '80 τα αμερικάνικα συστήματα συνέχισαν να εξελίσσονται και άρχισαν να αναζητούνται τρόποι επέκτασης τους πέραν του Ατλαντικού. Η εξάπλωση των συγκεκριμένων αμερικάνικων συστημάτων προβλημάτισε τις ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες, μέλη του AEA (Association of European Airlines). Για να την αντιμετωπίσουν, άρχισαν να εξετάζουν την δυνατότητα δημιουργίας ευρωπαϊκού συστήματος ταξιδιωτικής πρακτόρευσης.

Έτσι, ξεκίνησε η μελέτη, προκειμένου να δημιουργηθεί και στη Ευρώπη ένα Παγκόσμιο Σύστημα Διανομής ανταγωνιστικό των αμερικανικών, με δυνατότητα σύνδεσης των ταξιδιωτικών γραφείων με τους φορείς παροχής τουριστικών υπηρεσιών (αεροπορικές εταιρίες, αλυσίδες ξενοδοχείων, εταιρίες ενοικίασεως αυτοκινήτων).

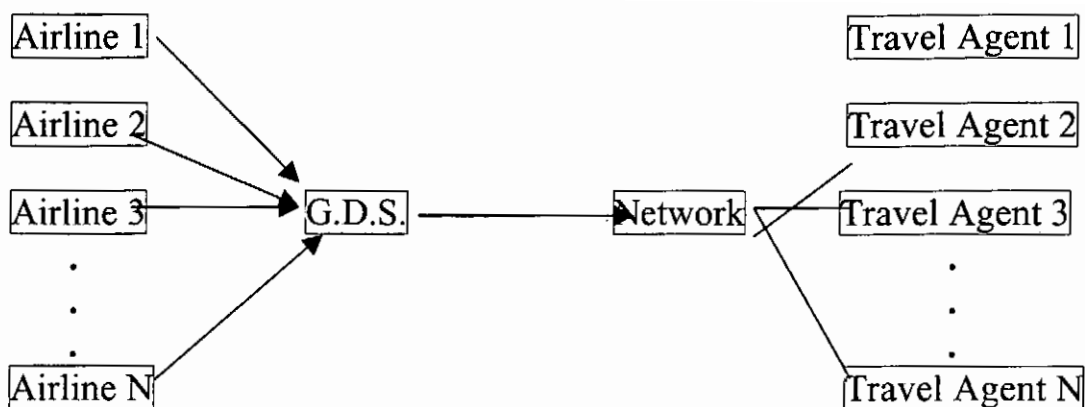
Για τεχνικούς λόγους δεν ήταν δυνατή η δημιουργία ενός μόνο συστήματος και συνεπώς το 1987 δημιουργήθηκαν δύο ευρωπαϊκά συστήματα, το AMADEUS και το GALILEO.

Σήμερα τα κυριότερα GDSs (Global Distribution System) είναι, με αλφαβητική σειρά, τα εξής:

- Amadeus
- Galileo
- Sabre και
- Worldspan

Στην συνέχεια θα ακολουθήσει αναλυτική παρουσίαση των συστημάτων κρατήσεων. Τη σύνδεση των τουριστικών γραφείων στο δίκτυο των GDS, καθώς και τη διανομή και υποστήριξη των συστημάτων αναλαμβάνουν σε κάθε χώρα εμπορικοί αντιπρόσωποι- National Distribution Companies (NDDs ή National Marketing Companies (NMCs).

Η επικοινωνία μεταξύ των συνδεδεμένων ταξιδιωτικών γραφείων και των αντίστοιχων αεροπορικών εταιριών γίνεται πλέον μέσω δικτύου (on line). Ακολουθεί σχεδιάγραμμα που δείχνει τον τρόπο σύνδεσης.



Πηγή Κυριακοπούλου Ζ., Global Distribution Systems, Προπομπός, Αθήνα 2003

Κάθε ταξιδιωτικό γραφείο, πλέον, επιλέγει ένα ή περισσότερα συστήματα κρατήσεων για την καλύτερη και αμεσότερη εξυπηρέτηση των πελατών του. Τα γραφεία που δεν χρησιμοποιούν κάποιο σύστημα εξακολουθούν να κάνουν κρατήσεις με τη χειρότερη μέθοδο. Και σήμερα όλα τα δρομολόγια, παγκοσμίως, περιέχονται στο εγχειρίδιο δρομολογίων OAG Flight Guide – Worldwide και οι τιμές δημοσιεύονται στο Passenger Air Tariff (PAT).

## 5.2 Συστήματα κρατήσεων (CRS)

Χρησιμοποιώντας τα παγκόσμια CRS οι ταξιδιωτικοί πράκτορες μπορεί να κάνουν κρατήσεις απευθείας από τους υπολογιστές τους με οποιαδήποτε αεροπορική εταιρία σε όλες τις ηπείρους χωρίς να πρέπει να πραγματοποιήσουν διαδικασία συντονισμού ή συμφωνία διαπραγμάτευσης. Όλα τα CRS παρέχουν τις βασικές λειτουργίες για την διαδικασία κράτησης όπως παρουσίαση του προϊόντος, κράτηση θέσεων, υπολογισμός ναύλου, έκδοση εισιτηρίου και άλλες επιπρόσθετες υπηρεσίες.

- **Προβολή προϊόντος**

Για τα CRS η πιο σημαντική πηγή πληροφοριών είναι η προσφορά των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται από τους παροχείς σε όλες τις περιοχές που συνδέονται με την τουριστική βιομηχανία. Κάθε μία ομάδα από τους παροχείς υπηρεσιών έχει τη δική της οθόνη με κατηγορίες, οι οποίες παρουσιάζουν τους συνδυασμούς των προσφορών τους και τα ειδικά χαρακτηριστικά των υπηρεσιών τους. Το προϊόν 'flight' για παράδειγμα δεν απαιτεί επιπρόσθετη περιγραφή γιατί στη παρουσίαση του προϊόντος εννοείται η ώρα

αναχώρησης και άφιξης, η διαδρομή, η διαθεσιμότητα για τις ιδιαίτερες κατηγορίες κρατήσεων και πιθανώς ο ναύλος. Όπως μπορεί να είναι αρκετά δύσκολο να περιγραφούν κατάλληλα ορισμένα προϊόντα άλλων παροχών υπηρεσιών, με περιορισμένη πληροφορία. Τα ξενοδοχεία για παράδειγμα μπορούν να παρέχουν πληροφορίες για την τιμή, το μέγεθος του κρεβατιού και την περιοχή όπου βρίσκονται, οι οποίες δεν είναι σημαντικές για ένα απαιτητικό πελάτη. Για αυτό το λόγο είναι σκόπιμο να συνδέουν τις ειδικές προσφορές με την τεχνολογία των πολυμέσων για να μπορούν να παρέχουν πιο λεπτομερείς πληροφορίες στους πελάτες.

- **Κράτηση**

Η κεντρική λειτουργία των συστημάτων κράτησης και κύριος λόγος της ανάπτυξης τους είναι οι προσφερόμενες υπηρεσίες κράτησης στην τουριστική βιομηχανία. Μία Passenger Name Record (PNR) ή Guest Name Record (GNR) δημιουργείται για κάθε ένα επιβάτη ή κάθε ομάδα από επιβάτες. Αυτές οι εγγραφές περιέχουν όλες τις υπηρεσίες που σχετίζονται με τα δεδομένα του πελάτη. Την ίδια στιγμή αυτή η πληροφορία μεταφέρεται στο εσωτερικό σύστημα όλων των παροχών υπηρεσιών οι οποίοι έτσι έχουν τις πρόσφατες πληροφορίες για την διαθεσιμότητα σε κάθε χρονική στιγμή και μπορούν να τις χρησιμοποιήσουν σαν βάση για νέες προσφορές. Επιπροσθέτως το σύστημα μπορεί να αποθηκεύσει πληροφορίες που σχετίζονται με ένα πελάτη, όπως οι παρεχόμενες υπηρεσίες για ένα 'ιδιαίτερο' πελάτη, ο τρόπος πληρωμής, πληροφορίες για υπηρεσίες υποστήριξης και άλλα.

- **Υπολογισμός ναύλου και έκδοση εισιτηρίου**

Όπως ακριβώς στην παρουσίαση του προϊόντος έτσι και στον καθορισμό των τιμών, στην έκδοση εισιτηρίου και αποδείξεων η διαδικασία εξαρτάται από τον τύπο και την πολυπλοκότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Για τις πτήσεις, πολλαπλές τιμές προσφέρονται που είναι διαφορετικές και εξαρτώνται από την κατηγορία της θέσης, την ημέρα διαδρομής, την ημέρα που έγινε η κράτηση, η διαδρομή και η διάρκεια των στάσεων. Αυτό συμβαίνει πρακτικά ότι κάθε ναύλος χρειάζεται να υπολογισθεί μοναδικά. Επιπροσθέτως οι τιμές μπορεί να αλλάζουν καθημερινά. Οι τιμές των άλλων παρεχόμενων υπηρεσιών είναι σχετικά σταθερές έτσι ώστε στις περισσότερες περιπτώσεις να παραμένουν ένα αμετάβλητο μέρος της προσφοράς. Για την έκδοση εισιτηρίου, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες λαμβάνουν ένα σταθερό αριθμό εισιτηρίων ( μηχανογραφημένα έντυπα ) τα οποία μπορούν μόνο να



χρησιμοποιήσουν μετά από επιβεβαίωση που έχουν λάβει από τον αντίστοιχο παροχέα υπηρεσιών.

- **Επιπρόσθετες υπηρεσίες**

Από τον αυξανόμενο ανταγωνισμό στην αγορά οι διαχειριστές των συστημάτων αναγκάζονται να προσφέρουν όχι μόνο τα τρία βασικά συστατικά ενός συστήματος κρατήσεων αλλά και επιπρόσθετες υπηρεσίες. Σήμερα, ο χρήστης έχει κατευθείαν πρόσβαση στις βασικές ταξιδιωτικές πληροφορίες και μπορεί να βρει επιπλέον πληροφορίες σε όλα τα CRS για εκθέσεις εμπορευμάτων, ρυθμίσεις για την θεώρηση διαβατηρίων και άλλες υπηρεσίες. Ακόμη, έχουν αναπτυχθεί προγράμματα και περιβάλλοντα διασύνδεσης τα οποία διευκολύνουν την διαχείριση των πληροφοριών από τον τουριστικό πράκτορα. Επίσης οι διαδικασίες τιμολόγησης και τήρησης λογιστικών βιβλίων, τα πελατολόγια και γενικά οι λειτουργίες εξαρτώνται με αυξανόμενο ρυθμό από τα αντίστοιχα CRS. Με την παρακίνηση των χρηστών έχουν αναπτυχθεί τα συστήματα, έτσι ώστε και οι χρήστες χωρίς εμπειρία να μπορούν εύκολα να μάθουν πώς να εργάζονται με την διαδικασία κράτησης. Επίσης, επειδή σε αυτό το χώρο συνεχώς αυξάνει ο αριθμός των προσωπικών υπολογιστών που χρησιμοποιούνται, έχουν εισαχθεί σύγχρονα περιβάλλοντα διασύνδεσης χρηστών.

- **Δικτυακή υποδομή**

Εκτός από τις τέσσερις βασικές λειτουργίες, τα δίκτυα με υψηλές ταχύτητες είναι η δεύτερη βάση ενός CRS. Αυτά συνδέουν το σύστημα με τον παροχέα υπηρεσιών από την μία μεριά και με τον ταξιδιωτικό πράκτορα από την άλλη. Στην Ευρώπη, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες είναι κυρίως συνδεδεμένοι μέσω περιβαλλόντων διασύνδεσης με τα συνεργαζόμενα εθνικά δίκτυα. Τα γραφεία των αεροπορικών εταιριών στις πόλεις και τα αεροδρόμια είναι συνδεδεμένοι με τα αντίστοιχα εσωτερικά δίκτυα.

### 5.3 Κρατήσεις με χρήση του Internet

Η Galileo International είναι ένας από τους επικεφαλής σε παγκόσμιο επίπεδο παροχείς ηλεκτρονικής διανομής υπηρεσιών και προϊόντων για την τουριστική βιομηχανία. Το ηλεκτρονικό σύστημα κρατήσεων που διαθέτει δίνει την δυνατότητα σε αεροπορικές εταιρίες και συνδρομητές να έχουν πρόσβαση σε προγράμματα πτήσεων, σε πληροφορίες για

ναύλους, να κάνουν κρατήσεις και να εκδίδουν εισιτήρια σε περισσότερες από 500 αεροπορικές εταιρίες σε 107 χώρες.

Η Galileo International είναι μία κοινοπραξία 11 αεροπορικών εταιριών, ιδρύθηκε το 1993, η οποία ανέπτυξε ένα πρόγραμμα, το Galileo, με την συμμετοχή και της δικής μας Ολυμπιακής. Η κοινοπραξία περιλαμβάνει εταιρίες όπως την Air Lingus, την Air Canada, την AlItalia, την Austria Airlines, την British Airways, την KLM Royal Dutch Airlines, τη Swissair, την TAP Air Portugal, την United Airlines και την US Airways. Στόχος αυτού του κοινού προγράμματος ήταν η δημιουργία μιας βάσης δεδομένων on – line, η οποία θα περιελάμβανε στην πρώτη της μορφή, τα αεροπορικά δρομολόγια. Απευθύνεται μόνο στα πρακτορεία ταξιδιών και σε άλλες παρόμοιες εταιρίες και όχι στον ιδιώτη που θέλει να μάθει για ένα δρομολόγιο ή να βρει πληροφορίες για ένα ταξίδι. Βρίσκεται σε πολλά ταξιδιωτικά γραφεία και της Ελλάδος τα οποία μπορούν να κλείσουν αμέσως τα αεροπορικά εισιτήρια που κάποιος επιθυμεί. Τα τελευταία χρόνια η σύνδεση του ταξιδιωτικού γραφείου με το Galileo γίνεται με ένα PC εφοδιασμένο με τον κατάλληλο εξοπλισμό. Τα κεντρικά γραφεία βρίσκονται στο Illinois των ΗΠΑ και στο Swindon της Ν. Αγγλίας που αντιπροσωπεύει την Ευρώπη. Το κέντρο διαχείρισης των δεδομένων βρίσκεται και αυτό στην Αμερική, στο Englewood του Κολοράντο. Αυτή η κοινοπραξία εξελίχθηκε σε μία πολυεθνική εταιρία που διαθέτει πάνω από 2.500 υπαλλήλους, και έχει εισαχθεί από το 1997 στο χρηματιστήριο της Ν. Υόρκης.

Το Galileo προσφέρει πρόσβαση από 40.000 περίπου διαφορετικές τοποθεσίες στα στοιχεία μιας τεράστιας βάσης δεδομένων που περιλαμβάνει πληροφορίες για αεροπορικά δρομολόγια, ξενοδοχεία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων και κρουαζιέρες σε ολόκληρο τον κόσμο. Φυσικά υπάρχουν οι αντίστοιχες τιμές και η δυνατότητα κράτησης. Οι πληροφορίες προέρχονται από τα στοιχεία περισσότερων από 500 αεροπορικών εταιριών και 40.000 ξενοδοχειακών επιχειρήσεων με το Galileo να εξυπηρετεί 160.000 τερματικούς σταθμούς σε ολόκληρο τον κόσμο, μεταξύ των οποίων και την Ελλάδα. Η ιδέα είναι απλή και στηρίζεται στην παροχή και τη σωστή διανομή των δεδομένων. Οι εταιρίες παροχής των πληροφοριών, όπως είναι οι αεροπορικές εταιρίες και τα ξενοδοχεία, συνδέονται με το σύστημα και στέλνουν τα δρομολόγια, τις θέσεις και τα δωμάτια στο Galileo. Τα πρακτορεία ταξιδιών μπορούν να χρησιμοποιούν αυτές τις πληροφορίες για να κρατούν θέσεις στα αεροπλάνα και δωμάτια στα ξενοδοχεία. Η διαθεσιμότητα της θέσης ή του δωματίου εξασφαλίζεται από την άμεση προσπέλαση και το σύστημα on – line. Φυσικά οι εταιρίες παροχής πληροφοριών, όπως τα ξενοδοχεία, μπορούν επιλεκτικά να δίνουν τα στοιχεία που θέλουν. Στην περίπτωση του Galileo ο χρήστης είναι ο υπάλληλος του ταξιδιωτικού γραφείου, που έχει επίσης την δυνατότητα

να δει την διαθεσιμότητα και να κρατήσει ένα δωμάτιο σε ένα ξενοδοχείο, ανάλογα με τις επιθυμίες και την οικονομική δυνατότητα του πελάτη. Έτσι, ο πελάτης του ταξιδιωτικού γραφείου μπορεί με μία επίσκεψη να κλείσει τα εισιτήρια, το ξενοδοχείο και να νοικιάσει το αυτοκίνητο που θα τον περιμένει έξω από την πόρτα του αεροδρομίου. Φυσικά το Galileo δεν απευθύνεται σε μαζικές κρατήσεις και σε πακέτα καλοκαιρινών διακοπών, αν και υπάρχει η δυνατότητα της διαπραγμάτευσης των τιμών μέσα από τις νέες υπηρεσίες του Galileo όπως είναι το PrivateFares, το GlobalFares και το ViewPoint.

Η μηχανογράφηση του Galileo στηρίζεται στα μεγάλα υπολογιστικά συστήματα ( mainframe ) και τις γρήγορες γραμμές που εξασφαλίζουν την άμεση πρόσβαση στις πληροφορίες της κεντρικής βάσης δεδομένων. Τα μεγέθη μιλούν από μόνα τους, καθώς το κεντρικό υπολογιστικό έχει την δυνατότητα να επεξεργάζεται 200 εκατομμύρια αιτήσεις την ημέρα και 5.000 μηνύματα το δευτερόλεπτο. Η βάση δεδομένων απλώνεται σε 15TB (terabyte), χώρο που εξασφαλίζει συστοιχίες σκληρών δίσκων, δημιουργώντας έτσι μία από τις μεγαλύτερες εμπορικές βάσεις δεδομένων.

Δυστυχώς, το Galileo δεν εξυπηρετεί τον απλό χρήστη. Στον τόπο του Internet δεν υπάρχει η δυνατότητα σύνδεσης στη βάση δεδομένων ή τουλάχιστον στα αεροπορικά δρομολόγια. Αντίθετα, υπάρχουν πολλές πληροφορίες για τις δυνατότητες που προσφέρει το Galileo στους επαγγελματίες, τα ταξιδιωτικά γραφεία και όποιες εταιρίες ασχολούνται με τον τουρισμό. Το Galileo είναι, επίσης, συνδεδεμένο με το αντίστοιχο δίκτυο της Αμερικής, το Apollo, το οποίο ξεκίνησε πρόσφατα τη μεταφορά του στο Internet.

Το Amadeus ιδρύθηκε το 1987 από ένα όμιλο αεροπορικών εταιριών, με σκοπό να συνδέσει και να απλοποιήσει τα αεροπορικά ταξίδια και τις κρατήσεις

( booking ). Η ιδέα ήταν απλή, αλλά και ιδιαίτερα λειτουργική για τους ταξιδιωτικούς πράκτορες. Βασίστηκε στη δημιουργία μιας μεγάλης και άμεσα προσβάσιμης βάσης δεδομένων, η οποία περιελάμβανε όλα τα αεροπορικά δρομολόγια σε ολόκληρο τον κόσμο. Παράλληλα, δημιουργήθηκαν και οι προϋποθέσεις για την υποστήριξη του αυτοματισμού των εισιτηρίων, καθώς η βάση δεδομένων εμπλουτίστηκε με τις τιμές και το πλάνο των θέσεων, ώστε να μπορεί να αποφασίζει το σύστημα αν μπορεί να γίνει η κράτηση. Σήμερα αποτελεί μία αυτοτελή επιχείρηση που ανήκει στις αεροπορικές εταιρίες Air France, Continental Airlines, Iberia και Lufthansa. Τα κεντρικά γραφεία της εταιρίας βρίσκονται στη Μαδρίτη και το γιγαντιαίο κέντρο επεξεργασίας δεδομένων, με τις τεράστιες βάσεις δεδομένων, στο Erding, σε μία μικρή πόλη κοντά στο Μόναχο της Γερμανίας.

Το Amadeus αποτελεί έναν οργανισμό που απευθύνεται κυρίως στα ταξιδιωτικά γραφεία και τις εταιρίες που προσφέρουν τουριστικές υπηρεσίες, όπως είναι τα γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων και τα ξενοδοχεία. Ανήκει στην κατηγορία εφαρμογών που ονομάζεται GDS (Global Distribution System), καθώς προσφέρει άμεση (on - line) διανομή, μάρκετινγκ και εργαλεία για πωλήσεις σε ολόκληρο τον κόσμο. Μπορεί κανείς να το χρησιμοποιήσει για να πληροφορηθεί σχετικά με τα δρομολόγια των πτήσεων, την διαθεσιμότητα των εισιτηρίων, τα δωμάτια και τις ενοικιάσεις αυτοκινήτων και σκαφών αναψυχής. Από τις 750 αεροπορικές εταιρίες των οποίων υπάρχουν τα αναλυτικά δρομολόγια, το Amadeus μπορεί να κάνει κρατήσεις σε 500, να επιλέξει πληροφορίες για πάνω από 50.000 ξενοδοχείο και αρκετά γραφεία ενοικίασης αυτοκινήτων. Ο χρήστης μπορεί να εξυπηρετηθεί από 130.000 τερματικά που βρίσκονται σε ολόκληρο τον κόσμο, αλλά μέσα από το Internet. Οι κρατήσεις μέσα από το Internet ξεκίνησαν το 1997. Δύο χρόνια αργότερα ήταν η σειρά του ευρώ, με τα πρακτορεία να μπορούν να εκδίδουν το λογαριασμό και να κάνουν τις κρατήσεις στο νέο αυτό νόμισμα.

Η μηχανογράφηση του Amadeus στηρίζεται σε μία σειρά από μεγάλα υπολογιστικά συστήματα ( mainframe ) και γρήγορες γραμμές που εξασφαλίζουν την άμεση πρόσβαση στις πληροφορίες της κεντρικής βάσης δεδομένων. Υπάρχουν εννέα συστήματα IBM, εννέα Unisys και ένα Amdahl, τα οποία διαθέτουν συνολικά πάνω από 100 κεντρικούς επεξεργαστές. Τα μεγέθη μιλούν από μόνα τους, καθώς το κεντρικό υπολογιστικό σύστημα μπορεί να επεξεργάζεται 60 εκατομμύρια αιτήσεις την ημέρα και 2.500 μηνύματα το δευτερόλεπτο. Η βάση δεδομένων απλώνεται σε 16TB (terabyte), που εξασφαλίζουν συστοιχίες σκληρών δίσκων, δημιουργώντας έτσι μία από τις μεγαλύτερες εμπορικές βάσεις δεδομένων στην Ευρώπη. Το υπολογιστικό κέντρο στη Γερμανία μαζί με το υπόλοιπο δίκτυο είναι από τα μεγαλύτερα ιδιωτικά επιχειρησιακά κέντρα στην Ευρώπη.

Φυσικά υπάρχει και η παρουσία στο Internet, από όπου μπορεί κανείς, ως ιδιώτης, να βρει το δικό του αεροπορικό δρομολόγιο, επιλέγοντας την πόλη, το αεροδρόμιο, ακόμα και την εταιρία με την οποία θέλει να ταξιδέψει. Μπορεί επίσης να το χρησιμοποιήσει κανείς για να κλείσει τα αεροπορικά εισιτήρια, το δωμάτιο στο ξενοδοχείο και για να νοικιάσει το αυτοκίνητο που θα τον περιμένει στο αεροδρόμιο, χωρίς να «κουνηθεί» από την καρέκλα του. Οι κρατήσεις προϋποθέτουν να υπάρχει κάποιο πρακτορείο στη συγκεκριμένη χώρα. Ένα, επίσης, ενδιαφέρον στοιχείο που μπορεί κανείς να βρει μέσα από το Internet είναι τα ξενοδοχεία. Μπορεί ο ιδιώτης, για παράδειγμα, να ψάξει για τα ξενοδοχεία στον τόπο του προορισμού του που βρίσκονται κοντά στο αεροδρόμιο και η τιμή τους δεν υπερβαίνει τα 100 δολάρια. Το Amadeus, πάντα μέσα από το Internet και την οθόνη του υπολογιστή του χρήστη, θα βρει και θα

εμφανίσει τα στοιχεία των ξενοδοχείων. Μεταξύ των άλλων, μπορεί να βρεθούν η διεύθυνση και τα τηλέφωνα του συγκεκριμένου ξενοδοχείου, οι τιμές και η διαθεσιμότητα των δωματίων. Παρόμοιος είναι και ο τρόπος αναζήτησης των αυτοκινήτων για ενοικίαση, με το σύστημα όμως να παρουσιάζει λιγότερες πληροφορίες. Ο τόπος του Amadeus στο Internet διαθέτει επίσης τουριστικές πληροφορίες για πολλά μέρη στον κόσμο. Επιλέγοντας το 'explore the World' ο χρήστης μπορεί να οδηγηθεί οπτικά με την βοήθεια ενός χάρτη στο μέρος που θέλει. Στην Ελλάδα, για παράδειγμα, υπάρχουν πληροφορίες για τον πληθυσμό, τους χώρους διακοπών, το κλίμα και μία σειρά από φωτογραφίες από διάφορα μέρη της Ελλάδας. Η Galileo Hellas S.A είναι η θυγατρική εταιρία της ΟΛΥΜΠΙΑΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ, η οποία ιδρύθηκε το Φεβρουάριο του 1991. Από την 1<sup>η</sup> Απριλίου του 1996 λειτουργούν και τα υποκαταστήματά της στην Θεσσαλονίκη και την Κύπρο.

Η Galileo Hellas S.A αποτελεί το NDC (National Distribution Company) της Galileo International και είναι ο αποκλειστικός διανομέας των προϊόντων της τελευταίας στο χώρο της Ελληνικής Ταξιδιωτικής Αγοράς. Σήμερα βρίσκεται στην πρώτη θέση μεταξύ των ηλεκτρονικών συστημάτων (CRSs) στην Ελλάδα και την Κύπρο.

Η Galileo Hellas S.A το 1997 είχε ήδη συνδέσει περισσότερα από 750 ταξιδιωτικά γραφεία σε όλη την Ελλάδα με 1300 εγκαταστάσεις τερματικών που χρησιμοποιούν το σύστημα Galileo, ενώ συνεχίζει να επεκτείνεται. Αντίστοιχα στην Κύπρο έχουν συνδεθεί περισσότερα από 50 ταξιδιωτικά γραφεία με 90 εγκαταστάσεις τερματικών που χρησιμοποιούν τα συστήματα Galileo & NVS.

Η στοχεύοντας στην δημιουργία ενός ολοκληρωμένου Συστήματος Υπηρεσιών Πληροφόρησης στον ζωτικό τομέα του Ελληνικού Τουρισμού, καλύπτει ποικίλους τομείς της τουριστικής αγοράς και σήμερα είναι σε θέση να προσφέρει τις εξής τρεις βασικές υπηρεσίες:

:Galileo Focalpoint

National Vendor System

Galileo Packet Switching Exchange Network

- **Galileo Focalpoint**

Αποτελεί το κύριο προϊόν της Galileo International, που η Galileo Hellas S.A διανέμει στην Ελλάδα κατά αποκλειστικότητα. Πρόκειται για ένα προηγμένο σύστημα κρατήσεων θέσεων σε περισσότερες από 600 αεροπορικές εταιρίες, διεθνείς αλυσίδες ξενοδοχείων (29.500 ξενοδοχεία) & 13.000 εταιρίες ενοικιάσεως αυτοκινήτων.

Η Galileo Hellas S.A παρέχει στην τουριστική αγορά την δυνατότητα αυτόματης έκδοσης εισιτηρίων για δρομολόγια

διεθνών πτήσεων και ταυτόχρονα παρέχει τα εξής συμπληρωματικά προϊόντα :

- Domestic Ticket Printer : είναι η μόνη εταιρία που από το 1994 διαθέτει στην Ελληνική αγορά εκτυπωτές για την έκδοση αυτόματου εισιτηρίου για τα δρομολόγια εσωτερικού (Domestic Printer).
- Back Office : η εταιρία συνεργάζεται με συγκεκριμένες εταιρίες (software houses) στην Ελλάδα και παρέχει δυνατότητα λειτουργίας Back Office σε όλα τα πρακτορεία, για την κάλυψη αναγκών του Λογιστηρίου τους.
- Spectrum : αποκλειστικό προϊόν που προβάλλει και εκτυπώνει 1.400 χάρτες πόλεων ανά τον κόσμο και συνδέεται άμεσα με το Room Master για την κράτηση ξενοδοχείων.
- Travelpoint : είναι ένα αποκλειστικό προϊόν, ειδικά σχεδιασμένο για τα ταξιδιωτικά πρακτορεία που θέλουν να το διανέμουν σε Business Accounts, παρέχοντας την δυνατότητα να προγραμματίζουν μόνοι τους τις κρατήσεις τους.
- Δυνατότητα επικοινωνίας μέσω Fax Modem & e – Mail

## National Vendor System

Το Εθνικό Σύστημα Κρατήσεων NVS (National Vendor System) είναι το μοναδικό σύστημα ηλεκτρονικών κρατήσεων προσαρμοσμένο στις ανάγκες της Ελληνικής αγοράς και παρέχει την δυνατότητα κρατήσεων σε :

Charter αεροπορικές εταιρίες  
Ξενοδοχεία  
Ακτοπλοϊκές εταιρίες  
Πακέτα εκδρομών  
Intercity τρένα του Ο.Σ.Ε.  
Εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων

Το σύστημα προσφέρει την δυνατότητα κρατήσεων ταυτόχρονα σε πολλούς Φορείς Παροχής Υπηρεσιών από την ίδια οθόνη (multi – vendor) και είναι ιδιαίτερα φιλικό στον χρήστη.

Το Internet επιτρέπει το σχεδιασμό με μεγάλη λεπτομέρεια ενός αεροπορικού ταξιδιού, την επιλογή συγκεκριμένης ημέρας και ώρας της αναχώρησης και της επιστροφής, καθώς και της εταιρίας. Με την χρήση ετοίμων και φιλικών φορμών, υπάρχει η δυνατότητα εμφάνισης των

θέσεων που είναι διαθέσιμες, αλλαγής του δρομολογίου με την προσθήκη μιας ενδιάμεσης στάσης, και τελικά να γίνει η κράτηση. Όλα αυτά μέσα από την οθόνη του υπολογιστή του χρήστη, χωρίς να χρειάζεται να τρέχει και να περιμένει στις ουρές των ταξιδιωτικών γραφείων.

Το Internet προσφέρει μία εναλλακτική λύση. Μπορεί κάποιος μόνος του να επιλέξει τον τρόπο, την ώρα και το ακριβές δρομολόγιο που θα ακολουθήσει. Αρκεί να αφιερώσει λίγο χρόνο για να βρει το δρομολόγιο που επιθυμεί, να το τυπώσει και να επισκεφθεί με αυτό τον τουριστικό πράκτορα.

Υπάρχουν δύο εναλλακτικές λύσεις για να βρει κανείς τα αεροπορικά δρομολόγια με τις ώρες των πτήσεων. Το Amadeus είναι ένα σύστημα που επιτρέπει την αναζήτηση δρομολογίων από όλο τον κόσμο. Διαθέτει καταχωρημένες τις πτήσεις από όλες τις γνωστές αεροπορικές εταιρίες και επιτρέπει μέσα από εύχρηστες σελίδες να αναζητήσει κάποιος την πληροφορία που θέλει, ακόμα και να κάνει μία κράτηση. Στη δεύτερη περίπτωση μπορεί κανείς να βρει τη συγκεκριμένη αεροπορική εταιρία που επιθυμεί. Αν ενδιαφέρεται, για παράδειγμα, για ένα ταξίδι Αθήνα – Λονδίνο, θα πρέπει να κοιτάξει το Internet στους δύο τόπους της British Airways και της Ολυμπιακής Αεροπορίας, για να βρει το δρομολόγιο που θέλει. Σε πολλές περιπτώσεις, όπου η αεροπορική εταιρία παρουσιάζεται πλήρως στο Internet, μπορεί κανείς να βρει όλες τις πτήσεις μεταξύ δύο πόλεων. Στο προηγούμενο παράδειγμα, στον τόπο της British Airways υπάρχουν όλα τα δρομολόγια μεταξύ Αθήνας και Λονδίνου, ανεξαρτήτως αεροπορικής εταιρίας.

### **5.3.1 Οι αεροπορικές εταιρίες στο Internet**

Οι περισσότερες αεροπορικές εταιρίες διαθέτουν παρουσία στο Internet. Μέσα από τις ιστοσελίδες της κάθε εταιρίας μπορεί ο χρήστης να βρει πληροφορίες και στοιχεία σχετικά με τα δρομολόγια και τον προγραμματισμό των πτήσεων. Σε πολλούς τόπους θα βρει ακόμα και τη δυνατότητα των κρατήσεων, πάντα μέσα από το Internet. Από τις ιστοσελίδες της British Airways, για παράδειγμα, μπορεί να κάνει την κράτηση που θέλει και στη συνέχεια να παραλάβει τα εισιτήρια, πληρώνοντας το αντίστοιχο ποσό στο πιο τουριστικό γραφείο. Το σίγουρο είναι ότι θα βρει πληροφορίες για τα αεροπλάνα που αποτελούν το στόλο κάθε εταιρίας. Τις περισσότερες φορές αυτά συνοδεύονται από αναλυτικά τεχνικά στοιχεία και πλούσιο φωτογραφικό υλικό. Η πληρωμή είναι ένα από τα ζητήματα που αποτρέπουν τους περισσότερους από τη χρήση του Internet για παρόμοια θέματα, όπως αγορά προϊόντων και κράτηση θέσης σε αεροπλάνα, πλοία ή ακόμα και σε συναυλίες και κονσέρτα. Το ηλεκτρονικό όμως εμπόριο είναι σε πολύ καλό δρόμο και επιτρέπει στο χρήστη να αγοράσει οτιδήποτε θέλει με μία πιστωτική

κάρτα. Αυτό πρόκειται σύντομα να βελτιωθεί με τις νέες υπηρεσίες που σύντομα θα προσφέρουν οι τράπεζες, δίνοντας τη δυνατότητα για εξόφληση μέσα από το λογαριασμό, χωρίς δηλαδή να απαιτείται η ύπαρξη μίας πιστωτικής κάρτας. Προς τον παρόν, η πιστωτική κάρτα κάνει το 'θαύμα' και επιτρέπει να γίνονται οι κρατήσεις από το σπίτι. Αυτά αφορούν τις πιο εξελιγμένες χώρες στο Internet, ενώ οι Έλληνες χρήστες σήμερα περιορίζονται μόνο στην κράτηση της θέσης και όχι στη πληρωμή.

Ο χρήστης μέσα από τις ιστοσελίδες της εταιρίας, με την οποία έχει επιλέξει να πετάξει, μπορεί να δει τα δρομολόγια, τις ώρες αναχώρησης και άφιξης, αλλά και τον τύπο του αεροπλάνου. Οι περισσότερες εταιρίες διαθέτουν πρόσβαση στο Internet, δίνοντας τη δυνατότητα επιθεώρησης του προγράμματος των πτήσεων. Άλλες, πάλι, επιτρέπουν να γίνονται ακόμα και κρατήσεις μέσα από το Internet με ή χωρίς πιστωτικές κάρτες. Πιο κάτω αναφέρονται, με αλφαβητική σειρά, μερικές αεροπορικές εταιρίες που έχουν εντυπωσιακή παρουσία στο Internet λόγω της πληθώρας των πληροφοριών που παρέχουν και του τρόπου που αντιμετωπίζουν τις πτήσεις.

### **5.3.2 Η Ολυμπιακή εταιρία στο Internet**

Η Ελληνική παρουσία στο Internet υπάρχει με την Ολυμπιακή Αεροπορία να διαθέτει έναν καλοσχεδιασμένο τόπο με αρκετές και χρήσιμες πληροφορίες. Οι ιστοσελίδες είναι στα Ελληνικά, αλλά υπάρχει η αντίστοιχη και απαραίτητη μετάφραση στα Αγγλικά. Από την επιλογή 'πληροφορίες' μπορεί κανείς να επιλέξει τον τόπο προορισμού. Θα δει να εμφανίζεται ένας χάρτης της Ελλάδας από όπου, οπτικά, με το ποντίκι, μπορεί κανείς να βρει όλες τις πληροφορίες που χρειάζεται ένας επισκέπτης. Υπάρχουν οι αντίστοιχες επιλογές για όλες περιοχές στο εσωτερικό της χώρας που έχει δρομολόγια η Ολυμπιακή. Σε κάθε περιοχή θα βρει εκτός από τα αξιοθέατα, και έναν αναλυτικό χάρτη, με τα στοιχεία για τις οδικές και θαλάσσιες επικοινωνίες, καθώς και τα χρήσιμα τηλέφωνα. Η ΟΑ φαίνεται να έχει ξεκινήσει την υλοποίηση ενός μικρού τουριστικού οδηγού.

Ο χρήστης θα βρει, επίσης, και αναλυτικά στοιχεία για τις πτήσεις τόσο του εσωτερικού, όσο και του εξωτερικού. Η αναζήτηση των δρομολογίων γίνεται εύκολα μέσα από μενού επιλογών. Ο χρήστης δεν χρειάζεται παρά να επιλέξει την πόλη αναχώρησης και του προορισμού, καθώς και την ημερομηνία. Η επιλογή Αθήνα – Λονδίνο, για παράδειγμα, θα εμφανίσει όλες τις πτήσεις της ΟΑ στο συγκεκριμένο δρομολόγιο και τη συχνότητά τους μέσα στη συγκεκριμένη ημερομηνία. Το σύστημα δεν θα τον βοηθήσει, γιατί εμφανίζει μόνο τη συγκεκριμένη ημερομηνία που έχει επιλέξει. Από την οθόνη των αποτελεσμάτων μπορεί να



πληροφορηθεί για το ναύλο των εσωτερικών, όμως, πτήσεων. Δεν υπάρχει δηλαδή σύνδεση με τον προορισμό και τις αντίστοιχες τιμές. Η ΟΑ έχει μεταφέρει μονό τον τιμοκατάλογο των πτήσεων του εσωτερικού στο Internet σε στατικές ιστοσελίδες. Η αναζήτηση πάντως, γίνεται εύκολα.

Υπάρχει ακόμα και η επιλογή για τον καιρό από όπου μπορεί κάποιος να διαβάσει τα στοιχεία για το κλίμα της Ελλάδας και να δει τις παρούσες καιρικές συνθήκες και τις προβλέψεις για δεκαοχτώ διαφορετικούς προορισμούς στην Ελλάδα. Δυστυχώς, εδώ δεν θα βρει κάποιο χάρτη ή τουλάχιστον τις πληροφορίες στα Ελληνικά. Το μόνο που θα εμφανιστεί στην οθόνη του υπολογιστή του είναι ένας πίνακας με απλωμένες τις πόλεις και ένα σημάδι με την θερμοκρασία και την παρούσα κατάσταση. Τα στοιχεία προέρχονται από έναν ηλεκτρονικό τόπο, όπου θα σας παραπέμψει, αν ζητήσετε να μάθετε για την πρόγνωση του καιρού. Οι συγκεκριμένες πληροφορίες είναι όλες στα αγγλικά.

Το πιο εντυπωσιακό στοιχείο είναι η αναφορά στο στόλο της ΟΑ. Αυτό γίνεται από πολλά διαφορετικά σημεία, όπως είναι η αρχική οθόνη, αλλά και η ιστοσελίδα με τα αποτελέσματα της αναζήτησης ενός δρομολογίου. Ο χρήστης θα βρει όλα τα μοντέλα που διαθέτει η ΟΑ σε μία σελίδα, συνοδευόμενα από μία μικρή φωτογραφία. Επιλέγοντας κάποιο από αυτά, εμφανίζονται τα τεχνικά του χαρακτηριστικά μαζί με ένα πλάνο των θέσεων που μπορεί να το επιλέξει ξεχωριστά. Θα βρει, επίσης, πληροφορίες για τα προγράμματα που παρέχει η ΟΑ στους σύγχρονους ταξιδιώτες. Ένα από αυτά είναι το 'Ίκαρος' που εξασφαλίζει, μεταξύ των άλλων, δωρεάν εισιτήρια μετά από τη συμπλήρωση ορισμένων μιλίων. Σε αυτά τα μίλια πτήσεων περιλαμβάνονται και οι εσωτερικές πτήσεις.

Τέλος ο χρήστης, θα βρει έναν κατάλογο με τα περισσότερα και μεγαλύτερα αεροδρόμια του κόσμου. Μεταξύ αυτών υπάρχει και το νέο αεροδρόμιο στα Σπάτα, αλλά και αρκετές πληροφορίες για το Δυτικό αεροδρόμιο. Υπάρχει ένας κατατοπιστικός χάρτης με τους χώρους και τις υπηρεσίες του αεροδρομίου, καθώς και οι πληροφορίες για τις εταιρίες που εξυπηρετεί, το τηλεφωνικό κέντρο, τη συγκοινωνία από και προς την Αθήνα, καθώς και τις εταιρίες ενοικίασης αυτοκινήτων και τα κόμιστρα του ταξί.

### **5.3.3 Τα αεροδρόμια στο Internet**

Έντονη είναι και η παρουσία των αεροδρομίων στο Internet με αναλυτικές πληροφορίες για τις αφίξεις και τις αναχωρήσεις μέσα από τις σελίδες του διαδικτύου μπορεί κανείς να παρακολουθήσει νοερά μία πτήση και να δει τον ηλεκτρονικό πίνακα μέσα από την οθόνη του.

Το Internet προσφέρει μία σίγουρη λύση, καθώς και τα περισσότερα αεροδρόμια διαθέτουν τη δική τους παρουσία σε αυτό, με πολλές και άμεσες πληροφορίες. Τα στοιχεία που μπορεί ο χρήστης να βρει και να εμφανίσει στην οθόνη του υπολογιστή του είναι μία μεταφορά των τερματικών, που βλέπει κανείς σε κάθε γωνία στο αεροδρόμιο, και του πίνακα αφίξεων – αναχωρήσεων. Το ενδιαφέρον χαρακτηριστικό είναι ότι η πληροφόρηση προέρχεται απευθείας από την πηγή. Για ένα αεροπλάνο που αναχωρεί από το Λονδίνο για την Αθήνα μπορεί να ‘μεταφέρει’ στην οθόνη του υπολογιστή του τον πίνακα αναχωρήσεων του αεροδρομίου του Χίθρου. Το μόνο που χρειάζεται κάποιος είναι να γνωρίζει το αεροδρόμιο της αναχώρησης και φυσικά το αντίστοιχο αεροδρόμιο του προορισμού. Το Internet θα του επιτρέψει να βρει εύκολα και γρήγορα την συγκεκριμένη πτήση, χωρίς να χρειάζεται να γνωρίζει τον κωδικό αριθμού της. Μέσα από τις ιστοσελίδες του συγκεκριμένου αεροδρομίου, θα μπορέσετε να παρακολουθήσετε την πτήση, πριν από την αναχώρηση, μόλις ξεκινήσει και όταν προσγειωθεί. Παράλληλα μπορεί ανά πάσα στιγμή να πληροφορηθεί την αναμενόμενη ώρα προσγείωσης, που μπορεί φυσικά να είναι διαφορετική από την προγραμματισμένη. Θα μπορέσει έτσι να αποφύγει τα άσκοπα τηλεφωνήματα και την πολύωρη αναμονή στο αεροδρόμιο. Τα στοιχεία βγαίνουν από την ίδια βάση δεδομένων που χρησιμοποιείται για όλες τις υπηρεσίες στο αεροδρόμιο και μορφοποιείται κατάλληλα για να περάσει στο Internet.

Τα αεροδρόμια ακολουθούν διαφορετικές τεχνικές για να μεταφέρουν στο Internet τα στοιχεία με τις λεπτομέρειες των πτήσεων. Μία από τις πιο ουσιαστικές λύσεις, η οποία έδειξε και στη πράξη ότι προσφέρει στον χρήστη άμεση και εκτενή πληροφόρηση, έχει υλοποιηθεί από το αεροδρόμιο της Βιέννης. Βασίζεται στη μεταφορά των στοιχείων από τη βάση δεδομένων στις σελίδες του Internet, με την τεχνική των ενεργών σελίδων (.ASP). Από τον τόπο του αεροδρομίου της Βιέννης μπορεί κάποιος να παρακολουθήσει μία πτήση σε όλα της τα στάδια, βλέποντας ακόμα και πότε έκλεισαν οι πόρτες του αεροπλάνου.

Σε συγκεκριμένες διευθύνσεις, θα βρει ο χρήστης έναν κατάλογο με όλα τα αεροδρόμια του κόσμου που έχουν παρουσία στο Internet. Αν και τα περισσότερα είναι στην Αμερική, δεν λείπουν τα μεγάλα Ευρωπαϊκά αεροδρόμια, όπως το Schiphol του Άμστερνταμ ή το Heathrow του Λονδίνου. Μέσα από τις ιστοσελίδες τους θα βρει πολλά χρήσιμα βοηθήματα που θα του χρειαστούν, αν ταξιδέψει προς τα εκεί, αλλά και τις πληροφορίες on - line για τις αφίξεις και τις αναχωρήσεις.

Ενδιαφέρουσες είναι οι ιστοσελίδες που θα βρει ο χρήστης στον τόπο του νέου αεροδρομίου. Δεν υπάρχουν λειτουργικές ιστοσελίδες με στοιχεία για πτήσεις, καθώς και το αεροδρόμιο βρίσκεται ακόμα στο στάδιο της κατασκευής. Θα βρει, όμως, αρκετά στοιχεία για τις δυνατότητές του. Το

νέο αυτό αεροδρόμιο έχει σχεδιαστεί για να καλύψει τις ανάγκες του επόμενου αιώνα, με την δυνατότητα εξυπηρέτησης μέχρι και 16 εκατομμυρίων επιβατών το χρόνο στο πρώτο στάδιο ανάπτυξης, που θα φτάσει τα 50 εκατομμύρια στην τελική του φάση ανάπτυξης. Θα διαθέτει, επίσης, ένα σύστημα παράλληλων διαδρομών προσγείωσης – απογείωσης που θα επιτρέπει ταυτόχρονες προσγειώσεις και απογειώσεις αεροσκαφών με την δυνατότητα υποστήριξης 600 κινήσεων την ημέρα. Θα διαθέτει, επίσης, ένα υψηλής πιστότητας αυτόματο σύστημα εκφόρτωσης αποσκευών με 15 ταινίες. Υπάρχει ακόμα μία εκτενής αναφορά στο περιβάλλον, το σχεδιασμό και τις ενέργειες που έχουν γίνει, για να προστατευθεί ο χώρος. (Α. Παναγόπουλος, *Συστήματα Κρατήσεων με Η/Υ*, Πάτρα 2000)

## Βιβλιογραφία

### Ελληνόγλωσση

**Βελισσαρίου Ε., Καραχοντζίτης Δ., Κομνηνάκης Μ.,** *Εισαγωγή στο Μάνατζμεντ του Τουρισμού και των Τουριστικών Υπηρεσιών*

ΕΑΠ, Πάτρα 2000

**Βιτουλαδίτη Ουρ.,** *Marketing των Tour Operators και των Τουριστικών Γραφείων*

ΕΑΠ, Πάτρα 2000

**Γαλίτης Γ.,** *«Αεροπορικοί ναύλοι, ticketing»*  
Εκδόσεις Προπομπός,

**Ζαχαράτος-Γεράσιμος** *«Οικονομική του τουρισμού και Οργάνωση των τουριστικών ταξιδιών»*

Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο, Πάτρα (1999)

**Ζαχαράτος Γεράσιμος** *Package tour. Παραγωγή και διάθεση του τουριστικού ταξιδιού*

Προπομπός, Αθήνα 2000

**Ηγουμενάκης Νίκος** *Τουριστικό Μάρκετινγκ*

Interbooks, Αθήνα 1999

**Ηγουμενάκης Ν., Κραβαρίτης Κ., Λύτρας Π.,** *Εισαγωγή στον Τουρισμό*, Interbooks Αθήνα 199

**Πρίντεζη Γ.Φ.**, «Αεροπορικό μάρκετινγκ»  
Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα

**Σωτηριάδης Μάριος**, “ Ταξιδιωτικά Πρακτορεία *Incoming & Outgoing*”  
Προπομπός, Αθήνα 2001

**Χαλικιά Α.- Πανοπούλου Β.**, «*Advanced ticketing*»  
Εκδόσεις Ολυμπιακή Αεροπορία,

**Χυτήρης Λεωνίδα**, “*Τουριστικά Γραφεία, Ίδρυση- Οργάνωση - Λειτουργία*”  
Interbooks, Αθήνα 1995

## **Ξενόγλωσση**

**Anderton Derrick**, “*Looking at Tourism*”  
Hodder & Stoughton, London 1999

**Buhalis D. Licata C.**, “*The future eTourism intermediaries*”  
Tourism Management

**Burke F. James, Resnick P. Barry** “*Marketing & Selling the travel product*”  
South-West Publishing Co., Ohio 1991

**Doganis R.**, “*The airline Business in the 21<sup>st</sup> Century*”  
Routledge, London 2001

**Davidson Rob**, “*Tourism*”

Pitman Publishing, London 1991

**Foster L. Dennis**, *“FIRST CLASS : An introduction to Travel & Tourism*  
”Second Edition, Mc Graw – Hill , int’nal Edition 1994

**Gartner, W.** (2001) *“Τουριστική Ανάπτυξη, Αρχές, Διαδικασίες και Πολιτικές”* Εκδόσεις Έλλην

**Gwenda Syrratta**, *«Manual of travel agency»*  
Second edition

**Gee CH., Makens J., Dexter Ch.**, *“The Travel Industry ”*  
John Wiley & Sons, Inc. N.Y. Third edition 1997

**Godin S.**, *“ e - MARKETING ”*  
Perigee Books, NY US, 1995

**Holloway, J; Robinson C.** (1995) *“Marketing for Tourism”* John Wiley and Sons

#### **IATA AVIATION TRAINING AND DEVELOPMENT INSTITUTE**

*“International Travel and Tourism Training Programme”*

International Air Transport Association.  
800 Place Victoria, Montreal Canada (2000)

**Kotler Ph., Bowen J., Makens J.**, *‘Marketing for Hospitality and Tourism’*  
Prentice – Hall Inc, NJ US 1999

**Lundberg E. Donald** «*The Tourist business*»  
Van Nostrand Reinhold N.Y. 1990

**Ryan Chris**, “*The Tourism Experience a New introduction*”  
Cassell, London 1997

**Starr Nona**, “*VIEWPOINT, An Introduction to Travel, Tourism and Hospitality*”  
Houghton Mifflin company, USA 1993

**Urry John**, “*The Tourist Gaze- Leisure and Travel in Contemporary Societies*”  
SAGE Publications Ltd, London 1998

**Ward – Hilson – Cambell**, “*Advanced Leisure & Tourism*”  
Stanley Thornes, Geltenham 1994

**Witt F. Stephen, Brooke Z. Michael, Buckley J. Peter.** “*The Management of International Tourism*”  
Routledge, NY 1995

## **Εφημερίδες**

Το Βήμα της Κυριακής

Η Καθημερινή της Κυριακής

Η Καθημερινή

Η Ναυτεμπορική

## Περιοδικά

Τουρισμός & Οικονομία

Business & Τουρισμός (Περιοδική έκδοση εφημερίδας Ναυτεμπορική)

## Ιστοσελίδες

[www.gto.gr](http://www.gto.gr)

[www.sete.gr](http://www.sete.gr)

[www.hatta.gr](http://www.hatta.gr)

[www.tourismmuseum.gr](http://www.tourismmuseum.gr)

[www.iata.org](http://www.iata.org)

[www.asta.com](http://www.asta.com)

[www.wttc.org](http://www.wttc.org)

