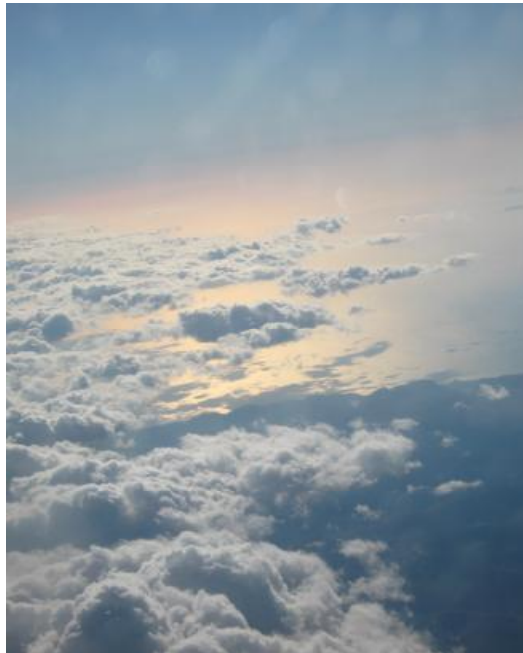




ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

### ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**Θέμα:** «Ιστορική εξέλιξη αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη. Δυνατότητες ανάπτυξης αυτού του κλάδου στην Ελλάδα».



**Σπουδαστές:** Αθανασίου Παναγιώτης  
Αθανασοπούλου Λουίζα  
**Εισηγητής:** Καραχανίδης Ιορδάνης

Πάτρα, 2009

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην πτυχιακή μας θα κάνουμε μία ιστορική ανασκόπηση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη και η ανάπτυξη του κλάδου στην Ελλάδα.

Θα δούμε πως εμφανίστηκαν οι εταιρίες αυτές. Από τη γέννηση της ιδέας στην Αμερική, το αρχικό εγχείρημα της δημιουργίας τους και τη μεταφύτευση της ιδέας στην Ευρώπη, την ανάπτυξή της στη γηραιά Ήπειρο και την επέκτασή της στη συνέχεια σε όλο σχεδόν τον κόσμο.

Θα δούμε πως επηρεάζουν την λειτουργία των αεροδρομίων, τη τουριστική αγορά και επίσης τον ανταγωνισμό τους με τις παραδοσιακές εταιρίες και τον ανταγωνισμό μεταξύ τους.

Θα μάθουμε πως οι χαμηλού κόστους εταιρίες επηρέασαν τους παράγοντες που αναφέρθηκαν πριν και πως επηρεάστηκαν από αυτούς.

Παρακάτω θα δούμε αναλυτικότερα, και με τη βοήθεια διάφορων στατιστικών στοιχείων και γραφημάτων, τις αλλαγές που επέφερε η επανάσταση αυτή.

Τέλος, θα αναφέρουμε την μέχρι τώρα παρουσία τους στην Ελλάδα, τις δυσκολίες και αντιξοότητες που καθιστούν αμφίβολη την ανάπτυξη του κλάδου στην χώρα μας, και τη πορεία των υπαρχόντων ελληνικών εταιριών χαμηλού κόστους στο χώρο αυτό.

Ένα μείζον ζήτημα προς εξέταση είναι και ο διεθνής αερολιμένας των Αθηνών Ελευθέριος Βενιζέλος, το πώς επηρεάζει την εξέλιξη το κλάδου των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Ελλάδα και τονίσουμε τα μέτρα που θα μπορούσαν να ληφθούν για την άρση των δυσκολιών και την ανάπτυξη της περιφέρειας και των αεροδρομίων της.

Τέλος θα ασχοληθούμε με τους αρνητικούς παράγοντες που επέφερε η τεράστια ανάπτυξη των εταιριών χαμηλού κόστους.

Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους είναι γνωστές και με τις ονομασίες, no – frill, low cost carriers και συντομογραφικά LLC. Ωστόσο για τον σκοπό της πτυχιακής, θα αναφερόμαστε σε αυτές κυρίως με την ελληνική τους ορολογία.

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	2
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ .....	4
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	9
ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....	10
ΛΙΣΤΑ ΑΛΛΟΥ ΥΛΙΚΟΥ .....	12
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ.....	13
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	14

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	16
1. Τυπολογίες και Ορολογίες.....	16
i. Ελευθερίες των Αιθέρων.....	16
ii. Hub-and-spoke network.....	19
iii. Point to Point networks.....	19
iv. E-ticketing/ Ηλεκτρονικό Εισιτήριο.....	19
v. Πτήσεις σε Εφαρμογή.....	21

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

#### Α' ΜΕΡΟΣ: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

2.1 Ανάλυση του παρεχόμενου προϊόντος.....	23
2.2 Οι αερομεταφορές και οι παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες.....	26
2.2.1 Παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες, ιστορική αναφορά.....	29
2.2.1.1. British Airways.....	29
2.2.1.2 Air France.....	30
2.3 Διαφορές ανάμεσα στις Εταιρίες Χαμηλού Κόστους (LCC) και Κλασικού τύπου αεροπορικές εταιρίες (FSC).....	30

2.4 Η εμφάνιση των αεροπορικών αερογραμμών χαμηλού κόστους στις ΗΠΑ, και η παρουσία τους στην Ευρωπαϊκή αγορά.....	34
2.5 Λόγοι επιτυχίας των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη.....	35
2.6 Η παρουσία και δυναμικότητα των εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη .....	37
2.7 Η προσαρμογή στις απαιτήσεις των επιβατών, από τις παραδοσιακές προς τις χαμηλού κόστους εταιριών.....	41
2.8 Λόγοι ύπαρξης των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.....	43
2.9 Η οργάνωση και ο τρόπος λειτουργίας των εταιριών χαμηλού κόστους .....	44
2.10 Σύγκριση κόστους: Της συμβατικής αεροπορικής εταιρίας British Midland και της χαμηλού κόστους easyJet 1998.....	45
2.11 Το μοντέλο των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους και τα σημαντικότερα σημεία του.....	47
2.12 Το ίντερνετ.....	49
2.13 Τροφοδοσία .....	49
2.14 Συνοπτική σύγκριση αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Αμερική και στην Ευρώπη.....	50

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

3.1 Το επιχειρησιακό μοντέλο των εταιριών χαμηλού κόστους.....	51
3.2 Οι εργασιακές σχέσεις και οι ανθρώπινοι πόροι σε σύγκριση με τις συμβατικές αεροπορικές εταιρίες.....	53
3.3 Επιπρόσθετα χαρακτηριστικά των χαμηλού κόστους αεροπορικών εταιριών σύμφωνα με τον Dobruszkes.....	55
3.4 Ευρωπαϊκά δίκτυα εταιριών χαμηλού κόστους.....	57

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

4.1 Ιστορική αναδρομή εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη .....	60
4.1.1 Ryanair: Η Νούμερο 1 εταιρία χαμηλού κόστους στην Ευρώπη.....	60
4.1.2.easyJet: Η αεροπορική εταιρία που τάραξε τις ισορροπίες .....	65
4.1.3 Buzz.....	68
4.1.4 Niki.....	69
4.1.5 Vueling Airlines.....	69
4.1.6 Clickair.....	70
4.1.7 Germania.....	72
4.1.8 Brussels Airlines.....	72
4.1.9 Germanwings.....	73
4.1.10 Greece Airways.....	75
4.1.11Aegean Airlines: Η πρώτη εταιρία χαμηλού κόστους στην Ελλάδα.....	75

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

5.1 Πως οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους επηρεάζουν την τουριστική κίνηση στην Ευρώπη.....	78
5.2 Πώς οι εταιρίες χαμηλού κόστους γίνονται κερδοφόρες.....	83
5.3 Η εξάλειψη της γραφειοκρατίας.....	84
5.4 Εγκατάλειψη της business class.....	84
5.5 Αυξημένη χρήση των αεροσκαφών.....	86
5.6 Δημιουργία μιας χαμηλού κόστους θυγατρικής.....	88
5.7 Μίμηση των εταιριών χαμηλού κόστους από FSC .....	88

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**

6.1 Σχεδιασμός προϊόντος.....	90
6.2 Ανταγωνισμός μεταξύ των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.....	91
6.3 Πτήσεις charter: Σύγκριση και ανταγωνισμός.....	93
6.4 Πως μπορούν να επιβιώσουν μακροχρόνια οι εταιρίες χαμηλού κόστους.....	95
6.5 Συμπέρασμα.....	97

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7**

7.1 Η 11 <sup>η</sup> Σεπτεμβρίου 2001 και ο αντίκτυπός της στην εναέρια κίνηση.....	99
7.2 Οι φήμες για την ασφάλεια των εταιριών χαμηλού κόστους.....	100
7.3 Ποιοί παράγοντες επηρέασαν την ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.....	104
7.4 Η αύξηση των τιμών του πετρελαίου, η οικονομική κρίση και οι επιπτώσεις τους στις αεροπορικές εταιρίες.....	107
7.4.1. Τιμές του πετρελαίου.....	108
α) Πώς οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους συμβάλλουν στη μόλυνση του περιβάλλοντος .....	109
β) Μέτρα των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους για την ανακούφιση του περιβάλλοντος.....	111
7.4.2 Η αιτία της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης.....	112
7.4.3 Η κρίση έρχεται στην Ελλάδα.....	112
7.4.4 Η πτώση στην κίνηση των FSC και η άνοδος των LCC.....	113

7.4.5 Η ισχυροποίηση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, σε αντιδιαστολή με τις μεγάλες αερομεταφορές στην Γηραιά Ήπειρο.....	114
---	-----

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8**

### **Β' ΜΕΡΟΣ: Η ΑΝΑΠΤΗΞΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΑΥΤΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

8.1 Εν Ελλάδα.....	116
8.2 Πώς θα αναπτυχθεί ο κλάδος αυτός στην Ελλάδα.....	118
8.3 Τόνωση της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας.....	123
8.4 Το διαδίκτυο στην Ελλάδα.....	124
8.5 Ελλάδα. Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών.....	125
8.6 Τα αεροδρόμια της Ελλάδας.....	129
8.7 Κάνοντας την αγορά πιο ανταγωνιστική.....	131
8.8 Άλλοι παράμετροι που θα συμβάλουν στην ανάπτυξη του κλάδου στην Ελλάδα.....	132
8.9 Αύξηση του τουρισμού λόγω της ανάπτυξης των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους και επιπτώσεις στο περιβάλλον.....	132

ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	134
---------------	-----

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	137
-------------------	-----

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	144
----------------	-----

- i. Οι Ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους και οι προορισμοί τους.....144
- ii. Πίνακας περιφερειακών αεροδρομίων, αποστάσεις από τα μεγάλα αστικά κέντρα και αριθμός επισιτιστικών μονάδων κοντά στα αεροδρόμια.....148



## ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Λειτουργικά χαρακτηριστικά των χαμηλού κόστους και των παραδοσιακών αεροπορικών εταιριών.....	31
Πίνακας: Οι 10 δημοφιλέστερες ευρωπαϊκές εταιρίες το 2004.....	34
Πίνακας: Οι 10 δημοφιλέστερες ευρωπαϊκές εταιρίες το 2004.....	34
Πίνακας: Το μεριδίο αγοράς των LCC στη μέσο-Δυτική Ευρώπη (2004) .....	38
Πίνακας: Σύγκριση κόστους της χαμηλού κόστους easyJet και της συμβατικής αεροπορικής εταιρίας British Midland το 1998, Doganis .....	45

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Πίνακας Συνολικής επιβατικής κίνησης της Aegean Airlines.....	77
---	----

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Πίνακας Ευρωπαϊκών αεροπορικών εταιριών με βάση τον δείκτη θανατηφόρων ατυχημάτων.....	103
--	-----

## ΛΙΣΤΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Σχεδιάγραμμα #1: Ελευθερίες των αιθέρων.....	18
Σχεδιάγραμμα #2: Πώς να υλοποιηθούν συμπυκνωμένες οικονομίες: Συχνότητα έναντι Διαδρομές.....	22

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Σχεδιάγραμμα #3: Marketing mix.....	25
-------------------------------------	----

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η ραγδαία ανάπτυξη στην Ryanair.....	62
Προβλεπόμενη εξέλιξη του στόλου των αεροσκαφών της easyJet και η Ryanair.....	67

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Γράφημα 1: Μείωση των εγχώριων πτήσεων στην Μεγάλη Βρετανία.....	78
Γράφημα 2: Αύξηση στην κίνηση των αεροδρομίων και των ταξιδιωτών.....	79
Γράφημα 3: Αύξηση εισερχόμενων τουριστών, μείωση στην πληρότητα των ξενοδοχείων.....	80
Γράφημα 4: Αφίξεις και πληρότητα ξενοδοχείων στα αεροδρόμια.....	81
Γράφημα 5: Τμηματοποίηση της Ευρωπαϊκής αγοράς των εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη (Μάρτιος του 2006).....	82

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6**

Ποσοστιαίες μειώσεις στις Ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες στην περίοδο 2 Ιανουαρίου 2008 έως 22 Δεκεμβρίου 2008.....98

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7**

Η κατανάλωση καυσίμων ανά επιβάτη ανά 100 χιλιόμετρα απόσταση της πτήσης.....110

Σύνολο κατανάλωσης κηροζίνης και εκπομπών CO<sub>2</sub> από διάφορες αεροπορικές εταιρίες.....110

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8**

Ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους σε Ευρωπαϊκές χώρες.....135

Οι 5 επικρατέστερες εταιρίες χαμηλού κόστους στην Ευρώπη (2005/2006).....136

Γαλλία, Γερμανία και Μεγάλη Βρετανία: Ποσοστιαία αύξηση της ταξιδιωτικής κίνησης μέσω των χαμηλού κόστους εταιριών.....136

## ΛΙΣΤΑ ΑΛΛΟΥ ΥΛΙΚΟΥ

### **ΕΙΚΟΝΕΣ:**

Εξώφυλλο: φωτογραφία Λουίζας Αθανασοπούλου (Φεβρουάριος 2008, Ιταλία)

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2**

Χάρτης: The low-cost effect.....40

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3**

Χάρτες: European low-cost networks (2004).....58

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4**

Χάρτες: The growth of the Ryanair network (1991-2004).....64

Χάρτης: Η εξάπλωση της easyJet.....65

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8**

Γελοιογραφία σατιρίζοντας το πόσο το ίντερνετ αποτελεί μέρος στην σύγχρονη ζωή.....125

## **Ευχαριστίες**

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τις οικογένειες και τους φίλους μας, για την αγάπη και τη συμπαράστασή τους, τους αγαπητούς καθηγητές μας του τμήματος Τουριστικών Επιχειρήσεων του ΑΤΕΙ Πατρών, για την καθοδήγηση και στήριξή τους αυτά τα τέσσερα σημαντικά χρόνια της ζωής μας.

Και τέλος θερμές ευχαριστίες προς τον εισηγητή καθηγητή μας κύριο Ιορδάνη Καραχανίδα για τη πολύτιμη βοήθεια και υπομονή του.

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Ο τομέας των αερομεταφορών είναι ένας πολυσύνθετος και πολυδιάστατος οργανισμός ο οποίος μετρά πολλά χρόνια ζωής στο διεθνές τουριστικό τομέα. Τα τελευταία χρόνια δεν παρουσίαζε εξελίξεις, με αποτέλεσμα την ατονία και την στασιμότητα στην λειτουργία του κλάδου. (Ιστοσελίδα U.S. Centennial of Flight Commission)

Η εμφάνιση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους λειτούργησαν σαν ένεση τόνωσης(Ιστοσελίδα U.S. Centennial of Flight Commission ), η οποία επέφερε την αναζωογόνησή του κλάδου και την αναβάθμισή του με τις καινοτόμες και πρωτοποριακές υπηρεσίες που προσφέρουν. Με αυτό τον τρόπο συνέβαλαν στην άνθιση της αγοράς των αερομεταφορών και την αύξηση της επιβατικής κίνησης.

Όπως κάθε ζωντανός οργανισμός στο πλανήτη που επηρεάζεται από τις αλλαγές του περιβάλλοντός του, έτσι και οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους επηρεάζονται από τις αλλαγές στην οικονομία, τις εξελίξεις στην κοινωνία και τις μεταβολές του περιβάλλοντος του. Χρησιμοποιώντας όρους του μάρκετινγκ, τα παραπάνω στοιχεία αποτελούν συστατικά της “PEST analysis” που απαρτίζεται από Πολιτικούς παράγοντες (**P**olitical Factors), Οικονομικούς παράγοντες (**E**conomic Factors), Κοινωνικούς Παράγοντες (**S**ociacultural Factors) και Τεχνολογικούς Παράγοντες (**T**echnological Factors), τα στοιχεία αυτά θα αναλυθούν περισσότερο σε παρακάτω κεφάλαιο.

Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, καλώς ή κακώς, πλέον έχουν πρωταγωνιστικό ρόλο στον τομέα των αερομεταφορών επενεργώντας αρνητικά ή θετικά την οικονομία, την κοινωνία και το περιβάλλον, με τη παρουσία τους και την εμπλοκή τους σε γεγονότα που

συνέβαλαν στην αλλαγή του παγκόσμιου χάρτη των αερομεταφορών,  
πρωταγωνιστώντας στο διεθνές στερέωμα του τομέα.

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

### 1.Τυπολογίες και Ορολογίες

Για μία ομαλή εισαγωγή στο θέμα, κρίνεται αναγκαίο, η “συμφιλίωσή ” μας, με κάποιους βασικούς όρους, θεωρίες και κανονισμούς που αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι με το θέμα της εργασίας μας. Η ενότητα αυτή επομένως, θα παίζει το ρόλο της γέφυρας για τη συνοχή του υλικού. Θα ξεκινήσουμε με τις Ελευθερίες των αιθέρων, τα δεδομένα μας τα πήραμε από τις σημειώσεις των αεροπορικών ναύλων του Α.Αβραμόπουλου (2006).

#### *i. Ελευθερίες των Αιθέρων*

##### **1.Πρώτη Ελευθερία:**

Γνωστή ως τεχνική ελευθερία. Το δικαίωμα των αεροπλάνων να υπερίπτανται μιας χώρας χωρίς προσγείωση. Παρέχει το προνόμιο να πετούν πάνω από το έδαφος των χωρών που δεν έχουν συνάψει συνθήκη προσγείωσης.

##### **2.Δεύτερη Ελευθερία:**

Είναι επίσης μια τεχνική ελευθερία. Το δικαίωμα να σταματήσει το αεροσκάφος σε μια χώρα για ανεφοδιασμό ή συντήρηση ενώ έχει προορισμό μία άλλη, χωρίς όμως να μεταφέρει επιβάτες ή εμπορεύματα.

##### **3.Τρίτη Ελευθερία:**

Είναι η πρώτη εμπορική ελευθερία. Το δικαίωμα μεταφοράς επιβατών ή εμπορευμάτων από την χώρα προέλευσης σε κάποια άλλη.



#### **4. Τέταρτη Ελευθερία:**

Το δικαίωμα μεταφοράς επιβατών ή φορτίου από άλλη χώρα στην δική του.

Τα δικαιώματα της τρίτης και της τέταρτης ελευθερίας εφαρμόζονται σχεδόν πάντα ταυτόχρονα με διμερείς συμφωνίες μεταξύ των χωρών.

#### **5. Πέμπτη Ελευθερία:**

Είναι σύνδεση πτήσεων. Το δικαίωμα μεταφοράς επιβατών από τη χώρα μας σε μια δεύτερη χώρα, και από τη χώρα αυτή σε μια τρίτη χώρα.

#### **6. Έκτη Ελευθερία:**

Το δικαίωμα μεταφοράς επιβατών ή φορτίου από μία δεύτερη χώρα σε μία τρίτη, με την παύση στη δική του χώρα.

#### **7. Έβδομη Ελευθερία:**

Το δικαίωμα μεταφοράς επιβατών ή φορτίου μεταξύ δύο ξένων χωρών χωρίς να έχει συνεχή παροχή υπηρεσιών στη δική του χώρα.

Η έβδομη ελευθερία είναι διαδεδομένη κυρίως στην Ευρώπη. Χάρη στους «ανοιχτούς ουρανούς» λόγω της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν ανθίσει πολλές εταιρίες, ιδιαίτερα χαμηλού κόστους, οι οποίες εκτελούν πτήσεις μεταξύ δύο σημείων, με κανένα από τα δύο να μην εκτελείται στην πατρίδα τους. Παραδείγματος χάρη, η πτήση Παρίσι –Νάπολη της easyJet .

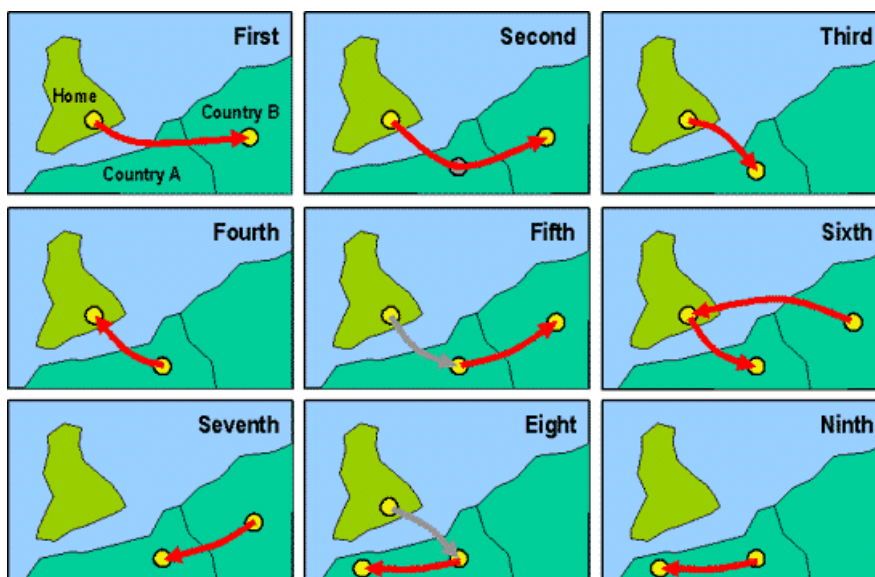
#### **8. Ογδοη Ελευθερία (True cabotage, Πραγματική Ενδομεταφορά):**

Το δικαίωμα μεταφοράς επιβατών ή φορτίου μεταξύ δύο ή περισσότερων σημείων σε μία ξένη χώρα (Cabotage)

## 9. Ένατη Ελευθερία (Stand alone cabotage, Αυτόνομη ενδομεταφορά):

Το δικαίωμα μεταφοράς επιβατών ή φορτίου μέσα σε ξένη χώρα, χωρίς συνεχή δρομολόγηση από ή προς την χώρα του αερομεταφορέα.

Η απεικόνιση που ακολουθεί είναι έμπνευση του Hamilton (1996), βοηθώντας μας να κατανοήσουμε πως λειτουργούν οι Ελευθερίες.



### Σχεδιάγραμμα #1: Ελευθερίες των αιθέρων

Πηγή: <http://people.hofstra.edu/geotrans/eng/ch3en/conc3en/img/airfreedom.gif>

Το φαινόμενο των εταιριών χαμηλού κόστους είχε αργήσει να μπει σε εφαρμογή σε χώρες εκτός Ευρώπης και Ηνωμένων Πολιτειών, με κύρια αιτία της καθυστέρησης αυτής, να είναι οι περιοριστικοί κανονισμοί / νομοθεσίες στις εγχώριες και διεθνείς πτήσεις στις ανάλογες χώρες. Μονάχα το 2000 αντικαταστάθηκαν επιτρέποντας στις εταιρίες να εκδίδουν ναύλους με δικές τους τιμές, μας επισημαίνει ο Doganis p.137 (2001)

## **ii. Hub-and-spoke network**

Αν το μεταφράσουμε στα ελληνικά σημαίνει Κόμβος και Ακτίνες. Αυτό είναι το σύστημα στο οποίο, όλες οι πτήσεις ξεκινούν από ένα κομβικό σημείο και συνδέονται με πολλά άλλα σημεία-προορισμούς ή άλλους κόμβους, οι οποίοι με τη σειρά τους συνδέονται και αυτοί με άλλα σημεία-προορισμούς.

## **iii. Point to Point networks**

Είναι τα “από σημείο σε σημείο δίκτυα”. Εκτενέστερα, είναι τα δίκτυα που κατανέμουν τις πτήσεις, όχι μέσω κομβικών σημείων όπως συμβαίνει στην προηγούμενη περίπτωση αλλά, ενώνοντας μία αφετηρία και έναν προορισμό. Σε αυτού του είδους δίκτυα, δρουν κυρίως οι εταιρίες χαμηλού κόστους, για λόγους που θα αναλυθούν παρακάτω.

## **iv. E-ticketing/ Ηλεκτρονικό Εισιτήριο**

Το ηλεκτρονικό εισιτήριο είναι ηλεκτρονικής μορφής έγγραφο, με το οποίο γίνεται κράτηση θέσης μέσω της δικτυακής σελίδας της οποιασδήποτε εταιρίας. Χρησιμοποιείται ιδιαίτερα στην εμπορική αεροπορική βιομηχανία και το εισήγαγαν οι εταιρίες χαμηλού κόστους. Μάλιστα, με τον καινούριο διακανονισμό η I.A.T.A., έχει υποχρεώσει όλες τις αεροπορικές εταιρίες από τις αρχές του 2009 να λειτουργούν καθαρά με την ηλεκτρονική έκδοση των εισιτηρίων.

Ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί το e-ticketing είναι ο εξής: όταν ο μελλοντικός ταξιδιώτης κλείνει την πτήση που τον ενδιαφέρει μέσω του διαδικτύου είτε καλώντας το τηλεφωνικό κέντρο της αεροπορικής εταιρίας, οι λεπτομέρειες της κράτησης αποθηκεύονται στο κεντρικό υπολογιστή του συστήματος, και ανάλογα με την διαθεσιμότητα και την

εποχικότητα που επιλέχθηκε το ταξίδι, χρεώνεται ο ναύλος. (Τσάρτας και λοιποί 2007)

Ο πελάτης μπορεί να κάνει check in και μόνος του, μέχρι και μισή ώρα πριν την επιβίβασή του, μέσω οποιουδήποτε ηλεκτρονικού καναλιού διανομής (π.χ. Internet, PC, 3G, PDA, iPhone κτλ) συμβάλλοντας στην αποσυμφόρηση της διαδικασίας του check - in στο αεροδρόμιο. Φυσικά ο κλασικός τρόπος ακόμα ισχύει. Το κάθε εισιτήριο αντιστοιχεί σε έναν κωδικό, μαζί με τον αριθμό της πτήσης, την ημερομηνία, τον τόπο αναχώρησης και προορισμό. Όταν ο ταξιδιώτης φτάσει στο αεροδρόμιο το μοναδικό πράγμα που θα πρέπει να κάνει, είναι να παραθέσει τα στοιχεία της ταυτότητας ή του διαβατηρίου του. Εκεί του δίδεται η άδεια επιβίβασης, και μπορούν να ξεκινήσουν οι διαδικασίες επιβίβασής του στο αεροσκάφος.

Το μέγιστο όφελος του e-ticketing όπως αναφέρουν οι Τσάρτας *et al.*(2007) είναι:

1. Προστασία του περιβάλλοντος, καθώς δεν κόβονται άσκοπα εκτάσεις δασών για την δημιουργία χαρτιού.
2. Μείωση λειτουργικών εξόδων (εκτύπωση εισιτηρίων, έξοδα αποστολής) τα στατιστικά στοιχεία της I.A.T.A. επισημαίνουν ότι η έκδοση ενός χάρτινου εισιτηρίου κοστίζει περίπου 10 δολάρια, ενώ ενός ηλεκτρονικού εισιτηρίου, μόλις 1 δολάριο.
3. Η αύξηση της ποιότητας των υπηρεσιών και της εξυπηρέτησης προς τους πελάτες. Δεν υπάρχει απόκομμα, οπότε δεν υπάρχει περίπτωση να χαθεί το εισιτήριο. Όλες οι πληροφορίες είναι ηλεκτρονικά αποθηκευμένες.

4. Απ' την πλευρά της επιχείρησης, παρακάμπτονται οι μεσάζοντες και οι προμήθειες, εξοικονομώντας χρήματα από το λειτουργικό κεφάλαιο.

#### ***v. Πτήσεις σε Εφαρμογή***

Το σχεδιάγραμμα που παρατίθεται παρακάτω απεικονίζει συνδυασμούς δρομολογίων που εφαρμόζονται συνηθέστερα, συσχετίζοντας την συχνότητα και την πυκνότητα των πτήσεων επιδεικνύοντάς μας τον τρόπο που λειτουργούν οι πτήσεις των εταιριών χαμηλού κόστους.

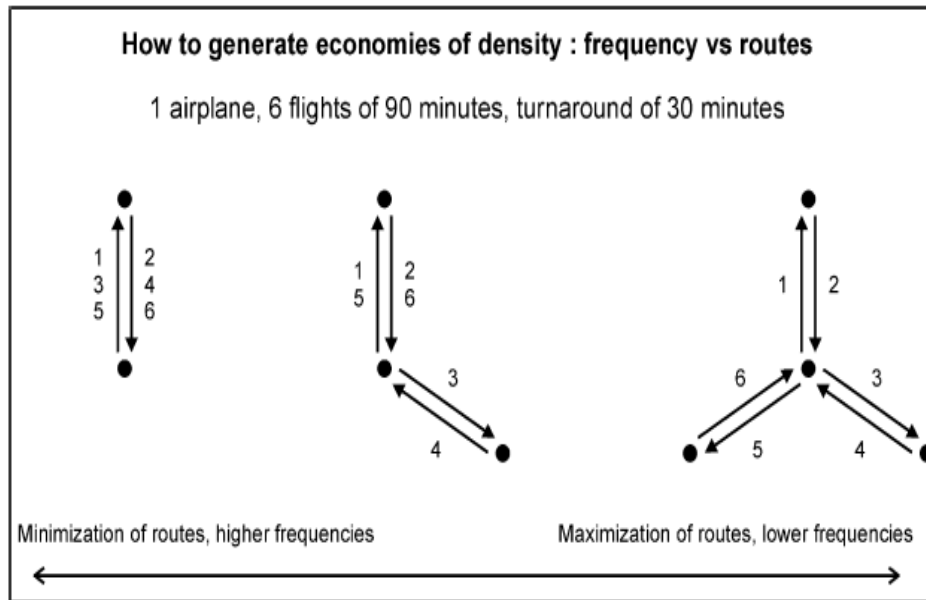
Κατανόηση του σχήματος:

Καταρχήν αναφέρεται σε 1 αεροσκάφος, που πραγματοποιεί πτήσεις των 90 λεπτών ενώ η αναστροφή (turnaround) που μεσολαβεί διαρκεί μισή ώρα.

Οι τελείες, απεικονίζουν τα αεροδρόμια. Φυσικά οι πτήσεις μπορεί να είναι εγχώριες, διεθνείς αλλά συνδυασμός και των δύο.

Τα βέλη δείχνουν την κατεύθυνση των πτήσεων, ενώ οι αριθμοί τις διαδρομές που έχει διανύσει το αεροσκάφος.

Απ' τα αριστερά προς στα δεξιά αυξάνεται ο αριθμός των προορισμών, αναλογικά όμως, μειώνεται η συχνότητα των πτήσεων προς αυτές.



**Σχεδιάγραμμα #2: Πώς να υλοποιηθούν συμπυκνωμένες οικονομίες :**

**Συχνότητα έναντι Διαδρομές**

Πηγή: Dobruszkes F., (2007)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### Α' ΜΕΡΟΣ: ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ



#### 2.1 Ανάλυση του παρεχόμενου προϊόντος

Το θέμα της εργασίας μας είναι η ιστορική εξέλιξη και ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών και συγκεκριμένα των χαμηλού κόστους εταιριών. Θα στερούταν από άποψη περιεχομένου αν δεν αναλύαμε ποιά είναι το πραγματικό προϊόν που εμπορεύεται σε σχέση με τα παρελκόμενά της· δανείζοντας την αγγλική ορολογία, θα αναλύσουμε το “Core Product” των αεροπορικών εταιριών.

Επομένως, ας ξεκινήσουμε από την βάση. Οι αεροπορικές εταιρίες παρέχουν υπηρεσίες. Το Core Product τους είναι άυλο. Αποτελείται από την μεταφορά από ένα σημείο προς κάποιο άλλο. Άρα αυτό είναι τα κύρια σημεία που τις κάνουν να διαφέρουν από τα άλλα είδη μεταφορών. Στην συνέχεια μαζί με αυτά τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις επιπρόσθετες υπηρεσίες που παρέχουν, (παραδείγματος χάρη, ορισμένες εταιρίες παρέχουν την δυνατότητα αγοράς προϊόντων εν πτήση),

χωρίζονται αρχικά σε κατηγορίες, όπως είναι παραδείγματος χάρη, οι χαμηλού κόστους, οι πτήσεις charter και οι παραδοσιακές εταιρίες. Στη συνέχεια, απαρτίζουν το ολοκληρωμένο πακέτο διάθεσης του προϊόντος των εμπορικών αεροπορικών εταιριών. Κάθε τομέας παροχής υπηρεσιών, εξαρτάται από το μείγμα του μάρκετινγκ. Στο σχεδιάγραμμα εμφανίζονται 8 παράγοντες, αλλά θα αναλυθούν μονάχα τα τέσσερα βασικότερα «P» συνδέοντας τα χαρακτηριστικά τους, με τις χαμηλού κόστους εταιρίες.

### **▼ Product (Προϊόν)**

Μιλώντας πάντα για τις εταιρίες χαμηλού κόστους, το προϊόν τους είναι οι κατευθείαν συνδέσεις ανάμεσα στο ζεύγος των πόλεων, που όσο πιο σύντομα γίνει η κράτηση, τόσο πιο φθηνό θα είναι και το εισιτήριο. Δεν προσφέρουν τίποτα που δεν είναι απολύτως απαραίτητο όπως τα γεύματα, τα ποτά και τα αποκόμματα εισιτηρίων· επίσης καταργούν τους μεσάζοντες και έτσι ρίχνουν τις τιμές σε μεγάλο βαθμό.

### **▼ Price (Τιμή)**

Η τιμολόγηση γίνεται από αυτοματοποιημένα συστήματα τιμολόγησης που αλλάζουν σε πραγματικό χρόνο λόγω των on-line bookings, των κρατήσεων μέσω των τηλεφωνικών κέντρων, καθώς επίσης καθορίζονται βάσει της τιμολογιακής πολιτικής της εκάστοτε εταιρίας (Yield Management). Επηρεάζονται από την εποχή που θα γίνει η κράτηση, την ζήτηση του ναύλου και την ημερολογιακή εγκαιρότητα της αγοράς του εισιτηρίου σε σχέση με την ημερομηνία της πτήσης.

### **▼ Place (Μέρος)**

Είναι η πόλη που ο ταξιδιώτης θα επιλέξει και αποτελεί τον προορισμό του ταξιδιού.



Επίσης όμως ως “μέρος” χαρακτηρίζουμε και τα αεροδρόμια που είναι κοντά στις πόλεις που εξυπηρετούν. Αφού προτιμούνται τα μικρότερα αεροδρόμια από τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, λόγω των χαμηλότερων φόρων που απαιτούν, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην μείωση του λειτουργικού κόστους των εταιριών.

### **v Promotion (Προώθηση)**

Το μεγαλύτερο διαφημιστικό προσόν των εταιριών χαμηλού κόστους, είναι η ίδια η τιμή του ναύλου, η οποία δελεάζει τους μελλοντικούς ταξιδιώτες. Περαιτέρω διάδοση του, γίνεται από τις διαφημίσεις μέσω ίντερνετ, στα περιεχόμενα των site των εταιριών χαμηλού κόστους και από τους ανθρώπους που έχουν ήδη ταξιδέψει με τις ανάλογες εταιρίες, συζητώντας για αυτές, γίνεται έμμεση διαφήμιση “από στόμα σε στόμα”, όπου στα αγγλικά είναι γνωστό ως “word of mouth”.



**Σχεδιάγραμμα #3: Marketing Mix**

Πηγή: <http://www.bized.co.uk/educators>

## 2.2 Οι αερομεταφορές και οι παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες

Σύμφωνα με τους Funk & Wagnalls (2006), από την ηλεκτρονική εγκυκλοπαίδεια History και την ιστοσελίδα U.S. Centennial of Flight Commission Asif Siddiqi ο κλάδος των αερομεταφορών για να φτάσει στην μορφή που έχει σήμερα, βασίστηκε στην ιδέα της χρησιμοποίησης των αεροσκαφών ως μεταφορικών μέσων, στη αρχή μόνο για εμπορεύματα αλλά και στην συνέχεια για την μετακίνηση ανθρώπων στους διάφορους προορισμούς.

Η αρχή έγινε όταν το Νοέμβριο του 1910 πραγματοποιήθηκε η πρώτη εμπορική πτήση στην Αμερική για την μεταφορά μεταξιού από τη Dayton στη Columbus του Οχάιο.

Μέχρι το 1914 πραγματοποιούνταν πτήσεις μόνο για τη μεταφορά εμπορευμάτων, οπότε και πραγματοποιήθηκε στην Αμερική η πρώτη προγραμματισμένη πτήση μεταφοράς ανθρώπων για εμπορικούς σκοπούς.

Το 1918 το Αμερικανικό ταχυδρομείο δημιούργησε το πρώτο αεροπορικό δίκτυο για τη μεταφορά αλληλογραφίας χρησιμοποιώντας αεροπλάνα και πιλότους του τότε “Υπουργείου Πολέμου”.

Στην Ευρώπη πολλές χώρες δημιούργησαν εκτενή αεροπορικά δίκτυα, αν και οι ταχυδρομικές αερομεταφορές υστερούσαν σε σύγκριση με τις αντίστοιχες που γινόντουσαν στην Αμερική επί εικοσιτετραώρου βάσεως. Αντιθέτως, οι μεταφορές επιβατών έγιναν πιο εξελιγμένες. Μέχρι το 1929, η Μεγάλη Βρετανία διατηρούσε δρομολόγια μέχρι την Ινδία και μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα και άλλες χώρες άρχισαν πτήσεις μεταφοράς ταχυδρομείου, εμπορευμάτων και επιβατών σε μακρινές χώρες του εξωτερικού.

Κατά τη διάρκεια του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου, τα διηπειρωτικά ταξίδια άρχισαν να γίνονται πραγματικότητα. Μετά το τέλος του πολέμου έκαναν την εμφάνισή τους μεγάλα τετρακινητήρια αεροσκάφη, σύγχρονα για την εποχή, προσφέροντας άνετα, οικονομικά και ασφαλή ταξίδια.

Στην Αμερική πολλές εταιρίες μεταφοράς επιβατών άρχισαν να κάνουν την εμφάνισή τους, αλλά καμία δεν είχε επιτυχή πορεία μέχρι το 1920 όταν εταιρίες όπως η American, η Delta και η United, άρχισαν να αναδεικνύονται στον τομέα των αερομεταφορών.

Στην Ευρώπη αντίστοιχα η British Airways, Finnair και Air France, παρουσίαζαν ανοδική πορεία, φέροντας τη σημαία των χωρών προέλευσής τους, όντας οι εθνικοί αερομεταφορείς τους.

Στην Αμερική το 1926 θεσπίστηκε νόμος εναέριου εμπορίου, ο οποίος έθετε τις προδιαγραφές των αεροσκαφών και των πιλότων. Το 1938 ιδρύθηκε η Civil Aeronautics Authority η οποία το 1940 διαιρέθηκε σε δύο υπηρεσίες: Την Civil Aeronautics Board (CAB, η οποία ήταν υπεύθυνη για τη θέσπιση προδιαγραφών ασφαλείας και χρηματικών αμοιβών καθώς και για την έρευνα ατυχημάτων), και την Civil Aeronautics Agency (CAA, η οποία ήταν υπεύθυνη για την επιβολή των προδιαγραφών ασφαλείας και την ανάπτυξη του κλάδου της αεροπλοΐας), μας πληροφορεί η ηλεκτρονική εγκυκλοπαίδεια History.

Αντίστοιχες υπηρεσίες ιδρύθηκαν και στις χώρες της Ευρώπης, όπου οι αερομεταφορές αναπτύσσονταν με γρήγορους ρυθμούς.

Το αποκορύφωμα της συνολικής δραστηριότητας στον κλάδο ήταν η ίδρυση της International Air Transport Association (IATA), η οποία είχε σαν στόχο την ασφαλή και ομαλή διέλευση των αεροσκαφών από μία χώρα σε μια άλλη.

Το 1939 διευρύνει τους ορίζοντές της με την εισαγωγή στα μέλη της, της Αμερικανικής αεροπορικής εταιρίας PanAm, και στην συνέχεια

συνεργάστηκε με την υπηρεσία του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών, για τη πολιτική αεροπλοΐα την International Civil Aviation Organization (ICAO)

Όλες αυτές οι υπηρεσίες σε συνδυασμό με τις τεχνολογικές εξελίξεις στο κλάδο των αερομεταφορών και της αεροπλοΐας, κατέστησαν δυνατή την εξέλιξη και την ανάπτυξη του.

Επίσης, σύμφωνα με την ίδια πηγή (History Asif Siddiqi), η αύξηση του πληθυσμού της Γης και η αυξημένη ζήτηση για γρήγορες και ασφαλείς αερομεταφορές, σε συνδυασμό με την οικονομική άνθιση κατά το δεύτερο μισό του 20<sup>ου</sup> αιώνα, επέφεραν την άνθιση του κλάδου και των υπηρεσιών του.

## **2.2.1 Παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες, ιστορική αναφορά**

### **2.2.1.1 BRITISH AIRWAYS**

Σύμφωνα με το επίσημο δικτυακό τόπο της British Airway και τον δικτυακό τόπο Century of Flight, η γέννηση της British Airways χρονολογείται πριν την έναρξη του πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου, όταν στις 25 Αυγούστου 1919 η τότε εταιρία Aircraft Transport and Travel (AT&T) εγκαινίασε το πρώτο της δρομολόγιο: Λονδίνο-Παρίσι.

Είναι το αποτέλεσμα συγχωνεύσεων, αεροπορικών εταιριών της Μεγάλης Βρετανίας που έγιναν κατά την πάροδο του χρόνου. Όπως για παράδειγμα το 1924 όταν οι τότε τέσσερις μεγάλες αεροπορικές εταιρίες η Instone, Handley Page, The Daimler Airway και British Marine Air Navigation Company συγχωνεύτηκαν για να ιδρύσουν την Imperial Airways Limited η οποία διεξήγαγε δρομολόγια σε Παρίσι, Βασιλεία, Ζυρίχη, Βρυξέλλες και Κολωνία.

Η British Airways ήταν αποτέλεσμα μικρών εταιριών της Μεγάλης Βρετανίας οι οποίες ενώθηκαν για να αποφύγουν τον κίνδυνο της πτώχευσης το 1935.

Το 1939 με την συγχώνευση της British Airways και της Imperial Airways Limited έχουμε την μετονομασμένη British Overseas Airways Corporation (BOAC).

Με τη πάροδο του χρόνου ακολούθησαν και άλλες συγχωνεύσεις με τη δημιουργία άλλων ονομασιών για να καταλήξουμε στην σημερινή εικόνα της British Airways.

### 2.2.1.2 AIR FRANCE

Σύμφωνα με τον επίσημο δικτυακό τόπο της Air France και το δικτυακό τόπο Century of Flight, η Air France ιδρύθηκε στις 30 Αυγούστου 1933 με τη συγχώνευση Air Orient, Compagnie Générale Aéropostale, Société Générale de Transport Aérien (SGTA), Air Union και της CIDNA (Compagnie Internationale de Navigation).

Κατά τη διάρκεια του δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου, μετέφερε τις επιχειρήσεις της στη Κασαμπλάνκα και το Μαρόκο. Μετά το τέλος του Πολέμου, η εταιρεία έγινε ο εθνικός αερομεταφορέας της χώρας με ψήφισμα του κοινοβουλίου στις 16 Ιουνίου 1948.

Το 1976 αποτελεί σημαντική χρονολογία για την εταιρία, καθώς εισήγαγε στα δρομολόγιά της την πτήση Παρίσι-Νέα Υόρκη το υπερηχητικό αεροσκάφος Concorde SST.

### **2.3 Διαφορές ανάμεσα στις Εταιρίες Χαμηλού Κόστους (LCC) και Κλασικού τύπου αεροπορικές εταιρίες (FSC).**

Οι εταιρίες χαμηλού κόστους ξεκινούν με δύο βασικά πλεονεκτήματα έναντι των συμβατικών αεροπορικών εταιριών. Πρώτον, μεγαλύτερη χωρητικότητα στα αεροσκάφη και δεύτερον η αυξημένη συχνότητα των πτήσεων των αεροσκαφών μέσα στην ημέρα.

(Doganis, 2005)

Για να τονίσουμε όμως ακόμα περισσότερο τα χαρακτηριστικά των εταιριών χαμηλού κόστους θα συγκρίνουμε τα δύο είδη των εταιριών και για να φανούν πιο έντονες οι μεταξύ τους διαφορές. Παραθέτουμε τον παρακάτω πίνακα του Nigel (2007) που θα μας βοηθήσει να επιτύχουμε την σύγκριση:

<b>Λειτουργικά χαρακτηριστικά των χαμηλού κόστους και των παραδοσιακών αεροπορικών εταιριών</b>		
<b>Είδος</b>	<b>FSC</b>	<b>LCC</b>
<b>Γενική Στρατηγική</b>	Διαφοροποιημένη	Μείωση Κόστους, Επιχειρηματικός χαρακτήρας
<b>Μέγεθος Αεροσκάφους</b>	Τυπικά Μεγάλο	Συχνά μικρότερο, με εξαίρεση σκάφων ορισμένων εταιριών, όπως των Ryanair και EasyJet.
<b>Λειτουργικό Μοντέλο</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Προορισμοί σε κεντρικά ή μη αεροδρόμια</li> <li>• Συνδυασμός κοντινών/ μεσαίων/ μακρινών δρομολογίων</li> <li>• Διαφόρων τύπων αεροσκαφών και μηχανών</li> <li>• Μέτρια πληρότητα (60%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Πτήσεις point to point</li> <li>• Χωρίς παρεμβολές μεταξύ γραμμών</li> <li>• Κάλυψη αποστάσεων το πολύ μέχρι 600 ναυτικά μίλια, κυρίως κοντινές διαδρομές</li> <li>• Ένας τύπος αεροσκαφών</li> <li>• Μεγάλη πληρότητα (70-80%), γρήγορη επιστροφή ανάμεσα στα τμήματα της πτήσης</li> </ul>
<b>Στην Αγορά</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Συνήθως ανταγωνίζονται με εταιρίες αντίστοιχης μορφολογίας</li> <li>• Έμφαση στην ποιότητα των υπηρεσιών:</li> </ul> <p>Συχνές και εύκαμπτες πτήσεις, δικαιούμενα και πολλές επιπλέον υπηρεσίες εντός και</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Δυνατότητα φθηνών εισιτηρίων με προϋπόθεση να έχει γίνει νωρίς οι αγορά</li> <li>• Η ποιότητα εξυπηρέτησης είναι βασική:</li> </ul> <p>μικρή ελαστικότητα σε</p>

	<p>εκτός αεροπλάνου</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Χρήση κύριων αεροδρομίων.</li> </ul>	<p>αλλαγές εισιτηρίων (το μόντο τους είναι: “Use or lose!”) χρέωση φαγητού ή σνακ κατά την πτήση</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Χρήση δευτερεύοντων αεροδρομίων (χαμηλότεροι φόροι αεροδρομίου)</li> </ul>
<p><b>Απογραφή Καταλόγων Μάνατζμεντ</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Προμελετημένη οργάνωση εισιτηρίων και θέσεων με περίπλοκο σύστημα κρατήσεων</li> <li>• Χρήση τουριστικών πρακτόρων για σημαντικούς προορισμούς</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Απλουστευμένη μορφή απογραφής καταλόγων μάνατζμεντ</li> <li>• Απευθείας ή μέσω διαδικτύου κρατήσεις</li> <li>• Χωρίς αποκόμμα τα εισιτήρια (e-ticketing)</li> <li>• Δεν μεσολαβούν τουριστικοί πράκτορες</li> </ul>

Πηγή: Nigel (2007): ITF(2002), and Alderighi *et al.* (2004)

Ένα ακόμα στοιχείο που θα ήταν χρήσιμο να αναφέρουμε, οι συμβατικές αεροπορικές εταιρίες, εξαρτώνται από την υψηλή απόδοση per pax, κατ’ άτομο δηλαδή, την τόνωση περιθωριακού και υπηρεσιακού τμήματος, ενώ οι LCC εξαρτώνται από την χαμηλή απόδοση κατ’ άτομο



και την τόνωση της ανεκμετάλλευτης χαμηλού κόστους αγοράς, δίνοντας έμφαση στους φθηνότερους ναύλους με οικονομίες κλίμακας και όχι τόσο στην ελαστικότητα του ναύλου.

Οι συμβατικές αεροπορικές εταιρίες για να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό, επιχείρησαν, και πλέον υιοθετούν κάποια χαρακτηριστικά των εταιριών χαμηλού κόστους, όπως την αύξηση των πωλήσεων μέσω διαδικτύου, γρήγορες αναχωρήσεις επιστροφής, και προσφυγή σε τουριστικούς πράκτορες με χαμηλότερη προμήθεια. Μερικές εταιρίες μάλιστα έχουν δημιουργήσει και τις δικές τους «χαμηλού κόστους» εταιρίες μέσα στον ίδιο τον οργανισμό, παραδείγματος χάρι, η BA έχει την British Midland ενώ η KLM την Transavia.

# ΕΤΑΙΡΙΕΣ	ΚΩΔΙΚΟΙ	ΠΤΗΣΕΙΣ	ΘΕΣΕΙΣ(10 <sup>6</sup> )
1 Air France	AF	413,535	42.0
2 Lufthansa	LH	399,441	40.6
3 Iberia	IB	324,300	39.5
4 British Airways	BA	352,809	37.1
5 SAS	SK	266,204	31.5
6 Ryanair	FR	184,929	30.3
7 easyJet	U2	164,024	24.4
8 Alitalia	AZ	186,474	23.7
9 KLM	KL	156,871	15.2

**Πίνακας: Οι 10 δημοφιλέστερες ευρωπαϊκές εταιρίες το 2004**

Πηγή: OAG και Dobruszkes (2006)

Στον Πίνακα, παρατηρούμε τις 10 δημοφιλέστερες εταιρίες του 2004 με βάση τις πτήσεις που πραγματοποίησαν, συγκεντρώνοντας την προσοχή μας στο ότι οι 2 εταιρίες χαμηλού κόστους κατατάσσονται στην 6<sup>η</sup> και 7<sup>η</sup> θέση ανάμεσα απ' την Σκανδιναβική SAS και την Alitalia. Είναι γνωστό ότι η Ryanair και easyJet είναι οι πιο δυνατές εταιρίες χαμηλού κόστους στην Ευρώπη και μαζί συμπληρώνουν το 60% των πτήσεων που

προσφέρονται στον συγκεκριμένο χώρο και για το συγκεκριμένο τύπο των πτήσεων.

#### **2.4 Η εμφάνιση των αεροπορικών αερογραμμών χαμηλού κόστους στις ΗΠΑ, και η παρουσία τους στην Ευρωπαϊκή αγορά**

Η πρώτη φορά που χρησιμοποιείται ο όρος «Low Cost Carrier, Χαμηλού Κόστους Αερογραμμή», είναι στις ΗΠΑ το 1949, πολύ πριν την απελευθέρωση των αιθέρων το 1978, με την Pacific South West Airlines η οποία καινοτόμησε την έννοια. Συχνά, αυτή η πίστωση έχει ανακριβώς δοθεί στην Southwest Airlines που είναι η πρώτη επιτυχημένη αεροπορική εταιρία του είδους της. Της τελευταίας, οι υπηρεσίες ξεκίνησαν το 1971 και από τότε βρίσκεται σύμφωνα με τις στατιστικές στην τρίτη θέση μετά την American και τη Delta Airlines της παγκόσμιας κατάταξης, εξυπηρετώντας ετήσια 70 εκ. πελάτες. Πλέον το 30% των πτήσεων στις Ηνωμένες Πολιτείες εξυπηρετείται από χαμηλού κόστους αερογραμμές σύμφωνα με τους Graham και Shaw (2007).

Τα τελευταία χρόνια, η έκρηξη στην ανάπτυξη και διάδοση των εταιριών χαμηλού κόστους έχει αλλάξει το εναέριο παγκόσμιο προσκήνιο. Μετά την εμφάνισή τους στην Αμερική, έφτασαν και στην Ευρώπη μέσω της Ryanair, της μικρής τότε εταιρίας Charter. Από τότε οι εταιρίες χαμηλού κόστους άρχισαν να εξαπλώνονται. Μπορεί να μην κυριαρχούν ακόμα στο φάσμα των αερογραμμών, αλλά με το πέρασμα των χρόνων ακόμα και οι κλασικές εταιρίες (Full Service Carriers) ενστερνίζονται την ιδεολογία τους.

Η απελευθέρωση της Ευρωπαϊκής βιομηχανίας αεροπορικών μεταφορών, υλοποιήθηκε βαθμιαία μέσα σε τρεις νομοθετικές φάσεις ανάμεσα στο 1988 και στο 1997. Με επιτυχία, τον Απρίλιο του '97, όλες

οι ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες είχαν ανοιχτή προσπελασιμότητα προς σχεδόν όλα, από τα 15 τότε κράτη-μέλη (εκ των οποίων η Ισλανδία, η Νορβηγία και η Σουηδία το 1998).

Χάρη στην Ευρωπαϊκή απελευθέρωση της εμπορικής αεροπλοΐας, κατασκευάστηκαν τα θεμέλια όπου μπορούσαν να στηριχθούν και να οικοδομηθούν οι εταιρίες χαμηλού κόστους, αντιγράφοντας το μοντέλο που διέπρεπε στον “Νέο Κόσμο”.

Διαδοχική μεγέθυνση έχει επέλθει στην Ευρωπαϊκή Ένωση το 2004 και το 2007, κατά 12 κράτη-μέλη κυρίως στην κεντρική και ανατολική Ευρώπη.

Επομένως, “πρώτα στην Βόρεια Αμερική, στην συνέχεια στην Ευρώπη και πια σε σχεδόν όλα τα μέρη του κόσμου. Η δραματική ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους (LCC), είναι η πλέον η σημαντικότερη έκβαση της απελευθέρωσης των αιθέρων.” (Lawton, (2002); Francis *et al.*, (2006))

## **2.5 Λόγοι επιτυχίας των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη**

Η ιδέα των εταιριών χαμηλού κόστους ξεκίνησε από την Αμερική όπου και πραγματοποιήθηκε το 1978 με την “απελευθέρωση” των αερομεταφορών στην χώρα. Λόγω του ότι η Αμερική αποτελείται από 50 πολιτείες, στις οποίες εφαρμόζονται διαφορετικά νομοθετικά πλαίσια, η απελευθέρωση το 1978 έφερε την επανάσταση δίνοντας το δικαίωμα σε αεροπορικές εταιρίες από άλλες Πολιτείες της Αμερικής να αναλάβουν δρομολόγια εκτός των συνόρων της Πολιτείας.

Επίσης με την “απελευθέρωση”, μειώθηκε η παρέμβαση του κρατικού φορέα στο τομέα των φορολογιών, με αποτέλεσμα τη μείωση στη τιμή των αεροπορικών ναύλων.

Έτσι το 1978 ιδρύθηκε η SouthWest με έδρα της το Τέξας, εκμεταλλευόμενη την μεγάλη έκταση της πολιτείας και την απελευθέρωση, κατόρθωσε να επιβιώσει σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον και να γίνει μια από τις μεγαλύτερες αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους στον κόσμο.

Το φαινόμενο των εταιριών χαμηλού κόστους εμφανίστηκε και στην Ευρώπη, όπου με τις ελευθερίες των αιθέρων που εφαρμόστηκαν αρχικά στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και στη συνέχεια σε άλλα κράτη της Ευρώπης και όχι μόνο, εξελίχθηκε με γρήγορους ρυθμούς και ξεπέρασε αυτή των Αμερικανικών αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.

Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι τα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ευρώπης γενικότερα, ήταν διατεθειμένα ή αναγκάστηκαν να αφήσουν τους εθνικούς τους αερομεταφορείς εκτεθειμένους στον ανταγωνισμό των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, κάτι που δεν έγινε σε τόσο μεγάλο βαθμό με τις αντίστοιχες εταιρίες των Πολιτειών στην Αμερική, λόγω της πολυπλοκότητας των νομοθεσιών και τη διαφορετική νοοτροπία που διακατέχει τη κάθε Πολιτεία.

Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την εξέλιξη τους στην Ευρώπη και την αύξηση του αριθμού των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους και σε συνδυασμό με την ανάπτυξη του διαδικτύου και τις “ελευθερίες” που εφαρμόζονται σταδιακά στον χώρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σε αντίθεση με τις χαμηλού κόστους της Αμερικής, όπως υποστηρίζει το ηλεκτρονικό άρθρο του Welch, (2005).

## **2.6 Η παρουσία και δυναμικότητα των εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη**

Χάρη στον παρακάτω χάρτη που αντλήσαμε από τον Dobruszkes (2006), μπορούμε να παρατηρήσουμε την ισχύ των αεροπορικών εταιριών στην Ευρώπη, ανάλογα με την χώρα και τα αεροδρόμια που εξυπηρετούν. Είναι ολοφάνερο ότι υπερτερεί η αγορά στην Αγγλία, την Ιρλανδία, την Γερμανία και σε αρκετούς Μεσογειακούς προορισμούς. Ενώ κάποιοι συγκεκριμένοι αερολιμένες δεσπόζουν στον τοπικό τους συναγωνισμό, διευκολύνοντας τους επισκέπτες τους. Φερειπείν το αεροδρόμιο του Stansted στο Λονδίνο κυριαρχεί χωρίς καμία αμφιβολία στην εξυπηρέτηση με 11 εκατομμύρια θέσεις αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.

Να κάνουμε κατανοητό, ότι το Stansted κυριαρχεί στην κατηγορία του, δηλαδή ως δευτερεύοντα αερολιμένας· δε θα μπορέσουμε να το συγκρίνουμε με το Heathrow, το κύριο αεροδρόμιο του Λονδίνου που εξυπηρετεί 46 εκατομμύρια ταξιδιώτες και όλων των ειδών αεροπορικών εταιριών· ωστόσο (το Stansted) πλησιάζει κατά πολύ τον αριθμό ταξιδιωτών που εξυπηρετεί το Gatwick με 13 εκατομμύρια ταξιδιώτες.

Στην συνέχεια να υπογραμμίσουμε, ότι οι περισσότερες Δυτικό-Ευρωπαϊκές χώρες, επωφελούνται από τις νέες διαδρομές των χαμηλού κόστους εταιριών, ενώ στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη τα ηνία τα κρατούν ακόμα οι παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες.

Σύμφωνα με τον Dobruszkes (2006) φαίνεται ότι το 97-98% των πτήσεων χαμηλού κόστους λαμβάνουν μέρος στην Δυτική Ευρώπη. Μάλιστα στην περιοχή αυτή, η χρήση των LCC αντιστοιχεί στο 18% όλων των πτήσεων της συγκεκριμένης αγοράς, αξιοσημείωτο κομμάτι για την μικρή ακόμα παρουσία της στον χώρο.

Στον παρακάτω πίνακα, αναγράφεται το μερίδιο που κατέχουν οι συμβατικές εταιρίες αλλά και οι χαμηλού κόστους στην κεντρική και Δυτική Ευρώπη και πως διανέμονται ποσοστιαία.

Πίνακας:

<b>Το μερίδιο των LCC στην μέσο-Δυτική Ευρώπη (2004)</b>			
	All carriers	Low-cost carriers	
Flights ( $10^6$ )	4.8	0.6	13.3%
Seats ( $10^6$ )	502.4	90.7	18.1%
ASK ( $10^9$ )	396.9	77.8	19.6%

Source: OAG

Στην Ευρώπη λόγω της συγκεκριμένης δομής των αεροπορικών εταιριών που υπήρχε μέχρι την προ-χαμηλού κόστους εποχής, διακρίνονται 3 είδη ανάπτυξης των χαμηλού κόστους εταιριών που προβάλλονται μέσω της ευρωπαϊκής δομής.

1. Οι εταιρίες, όπως η Ιρλανδέζικη Air Lingus, που διαμορφώθηκαν σε μεγάλες χαμηλού κόστους εταιρίες
2. Αυτές, που πρωταρχικά ήταν εταιρίες με πτήσεις Charter και σταδιακά εξελίχθηκαν και σε χαμηλού κόστους ακολουθώντας την ζήτηση, όπως η Air Berlin και η Monarch
3. Και τέλος, οι καθαρά χαμηλού κόστους εταιρίες, με κυρίαρχες της Ευρώπης, την Ryanair και την easyJet.

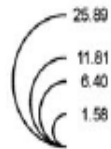


Όλες τους έχουν μία υποχρέωση προς “την κουλτούρα της μείωσης του κόστους”, Lawton, (2003). Αναλυτικότερα είναι το επιχειρηματικό μοντέλο το οποίο προσφέρει οικονομικούς ναύλους, μειώνει τα κόστη χρησιμοποιώντας πηγές αύξησης εσόδων για το ενεργητικό της εταιρίας, τόσο σε ανθρώπινο όσο και σε υλικό δυναμικό. Με την ανάπτυξη του μοντέλου, βοηθητικές πωλήσεις όπως η χρέωση των αποσκευών, η αγορά φαγητού και είδη δώρων μέσα στο αεροπλάνο, αυξάνονται σημαντικά. Δανείζοντας ένα παράδειγμα από τον ίδιο συγγραφέα, τα καθαρά κέρδη της Ryanair τα έτη 2005–2006 ήταν 306 εκ. ευρώ εκ των οποίων τα 259 εκ. ήταν απ’ τις εξτρά χρεώσεις.

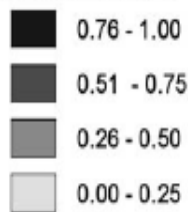
### The low-cost effect

(at city level, departures, 2004 vs. 1995)

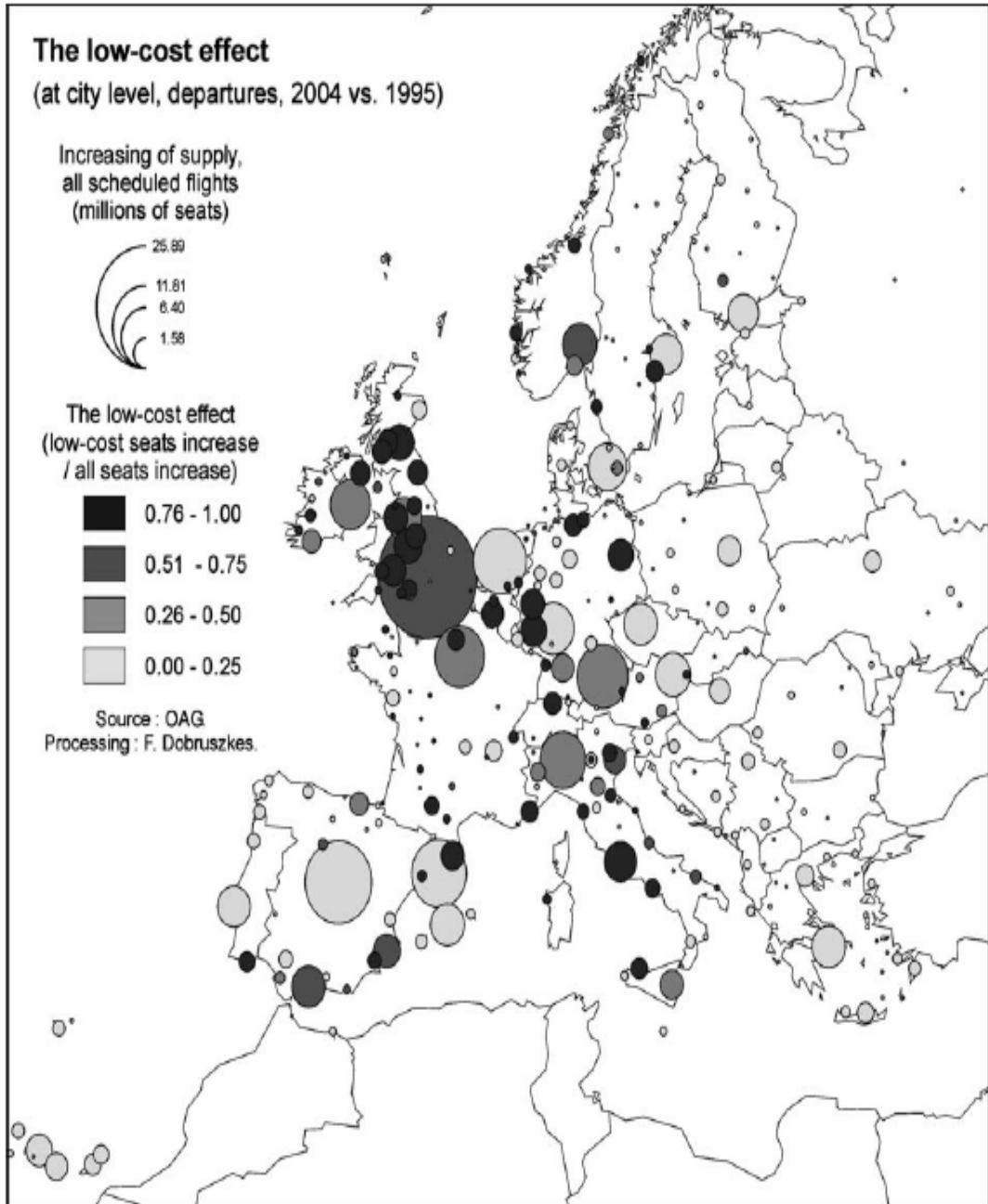
Increasing of supply,  
all scheduled flights  
(millions of seats)



The low-cost effect  
(low-cost seats increase  
/ all seats increase)



Source : OAG  
Processing : F. Dobruszkes.



Made with Philcarto - <http://perso.club-internet.fr/philgeo>



## **2.7 Η προσαρμογή στις απαιτήσεις των επιβατών, από τις παραδοσιακές προς τις χαμηλού κόστους εταιριών**

Ο Nigel (2007), υποστηρίζει ότι οι παραδοσιακές αερογραμμές έχουν αναπτύξει ένα πολύ εξελιγμένο σύστημα διαχείρισης της απόδοσης, που έχουν ως στόχο την ελαχιστοποίηση του πλεονάσματος των καταναλωτών και το μοίρασμα της αγοράς, σύμφωνα με τον διαφορετικό βαθμό από την προθυμία και την ικανότητα πληρωμής.

Το αποτέλεσμα είναι ένα ευρύ φάσμα διαφορετικών ναύλων για ουσιαστικά το ίδιο προϊόν. Οι φθηνότερες τιμές ήταν περιτριγυρισμένες με όρους, η πιο δαπανηρή από αυτές εμπειείχε την υποχρέωση να περνούν ένα Σάββατο βράδυ εκτός συνόρων της χώρας τους για να εξασφαλίσουν την δασμολογική έκπτωση.

Οι φθηνότερες τιμές, επιβάλλονταν μόνο σε ταξίδια μετ' επιστροφή. Αυτό διαίρεσε την αγορά με την αποδοχή ότι κάποιος που επιστρέφει πριν τη δαπάνη του Σαββατοκύριακου, πρέπει να έχει κλείσει εισιτήριο σε μία θέση business class και γι' αυτό λαμβάνει μια ελαστικότητα ως προς τις τιμές, διότι δεν θα πρέπει να πληρώσει τον δικό του ναύλο. Οι φτηνές τιμές, επομένως, κρατούνταν για ταξιδιώτες αναψυχής οι οποίοι έμεναν μακριά το Σαββατοκύριακο.

Ευελιξία υπήρχε μόνο στις υψηλότερες τιμές, καθιστώντας και πάλι τα φθηνά εισιτήρια μη ελκυστικά για τους επιχειρηματίες των οποίων τα ταξιδιωτικά τους σχέδια αλλάζουν συχνά.

Μία άλλη αλλαγή που άρχισε να διαφοροποιεί τα δύο είδη των εταιριών, ήταν ότι οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους στην Ευρώπη, άρχισαν να προσφέρουν ένα διαφορετικό τρόπο ναύλου, τον one-way. Λειτουργούν με διαφορετική νοοτροπία τιμολόγησης, αλλά το μόνο τους κοινό στοιχείο τώρα, είναι ότι θα πρέπει ο χρόνος του ταξιδιού

να είναι εκτός ωρών αιχμής, καθώς και η αγορά του εισιτηρίου θα κρίνει την τιμολόγησή του με την ημερομηνία που θα πραγματοποιηθεί η κράτηση.

Αρχικά, οι κλασικού τύπου αερομεταφορείς, έμεναν σε απραξία, πιστεύοντας ότι οι επιβάτες / επιχειρηματίες (κυρίως της business class), θα συνέχιζαν να αγοράζουν ακριβά εισιτήρια πλήρη ναύλων για να επωφεληθούν από την υψηλή συχνότητα πτήσεων στα κεντρικά αεροδρόμια.

Παρά τις συγκριτικά λιγότερες υπηρεσίες εν ώρα πτήσης, οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους προσέλκυαν πια και ταξιδιώτες / επιχειρηματίες, οι οποίοι όπως και οι ταξιδιώτες αναψυχής άρχισαν να στρέφονται και να επιλέγουν το φθηνότερο ταξίδι, αντί των ανέσεων. (Doganis,2005)

Όταν πλέον οι συμβατικοί αερομεταφορείς αντίκριζαν τον ανταγωνισμό από τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους για τα περισσότερα από τα των μεσαίων κόμβων δίκτυα, δεν μπορούσαν να αγνοήσουν πλέον το γεγονός ότι έχαναν μεγάλο μερίδιο από την αγορά.

Οι παραδοσιακές εταιρίες δεν είχαν την ίδια επιτυχία όπως οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους και άρχισαν να αλλάζουν την επιχειρηματική πολιτική τους, έως ένα βαθμό βέβαια, όσο τους επέτρεπε η φύση της εταιρίας τους.

## 2.8 Λόγοι ύπαρξης των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους

Η ανάπτυξη των εταιριών χαμηλού κόστους, σύμφωνα με τον Dobruszkes σχετίζεται με τρεις παράγοντες:

1. Οι αεροπορικές μεταφορές είναι ένας κυκλικός τομέας, δηλαδή τα μέσα που χρησιμοποιούνται για την παροχή των υπηρεσιών ανανεώνονται διαρκώς για να ικανοποιήσουν τη ζήτηση, η ζήτηση απ' την πλευρά της, είναι συνδεδεμένη με τους οικονομικούς κύκλους ενώ οι δαπάνες συνδέονται με σύνηθες ζητήματα κυριότητας των αεροσκαφών.

2. Η τιμή των ακριβών αεροπορικών ναύλων, που μέχρι πρόσφατα αποτελούσε περιοριστικό παράγοντα για μια μεγάλη μερίδα του πληθυσμού.

3. Ελευθερίες στον τομέα των αεροπορικών μεταφορών, επιτρέπουν την ελεύθερη δημιουργία νέων υπηρεσιών και συνεπώς, μπορεί να ενθαρρύνει τη δημιουργία νέων αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους. Η Δυτική Ευρώπη, θα επωφεληθεί από τους νέους διακανονισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης που έχει συστήσει για την σχεδόν πλήρη απελευθέρωση των ουρανών της για τα μέλη της Ε.Ε. και για τους αερομεταφορείς τους.

4. Σύμφωνα με τα 5 τελευταία άρθρα των Ελευθεριών των Αιθέρων που αναφέραμε πιο πάνω, επιτρέπεται σε κράτη μη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης να επωφελούνται από τις συνθήκες των συμφωνιών. Η Ελβετία, η Νορβηγία, η Ισλανδία και το Λιχτενστάιν να είναι μερικές από αυτές. Χάρη σε αυτά τα άρθρα, άρχισαν να δραστηριοποιούνται σε αυτές τις χώρες και εταιρίες χαμηλού κόστους, ενώ παλαιότερα το δικαίωμα αυτό

ήταν προνόμιο μονάχα των εθνικών αερομεταφορέων, μας τονίζει ο Dobruszkes (2006).

Οι αερομεταφορείς χαμηλού κόστους έχουν απαντήσει άμεσα σε αυτά τα στοιχεία προσφέροντας χαμηλότερες τιμές, δίνοντας μία ανάσα στις αποπνικτικές σε ορισμένες περιπτώσεις τιμές των ναύλων.

## **2.9 Η οργάνωση και ο τρόπος λειτουργίας των εταιριών χαμηλού κόστους**

Όπως αναφέραμε, η ιδρύτρια εταιρία του θεσμού των εταιριών χαμηλού κόστους, ήταν η South West Pacific και το μοντέλο της έχει μιμηθεί από άλλες Αμερικάνικες, Ευρωπαϊκές και Αυστραλιανές αερογραμμές.

Οι Graham και Goetz (2008), συνεχίζοντας υποστηρίζουν ότι οι εταιρίες εκμεταλλεζόμενες την τεράστια ζήτηση για την αεροπορική μεταφορά με χαμηλό κόστος, οι αεροπορικές εταιρίες μεταποιούν τις υπηρεσίες τους για να καλύψουν τις διαφοροποιημένες πλέον ανάγκες των ταξιδιωτών.

Όσον αφορά στα Ευρωπαϊκά δεδομένα, οι πρώτες χώρες που μεταλαμπάδευσαν και υλοποίησαν τον θεσμό του χαμηλού κόστους, ήταν το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ιρλανδία. Το μοντέλο αυτό βρήκε πρόσφορο έδαφος στις χώρες αυτές, χάρη μιας συμφωνίας που αποτελούσαν μέρος των κυβερνήσεών τους.

Οι χαμηλές χρεώσεις και η μικρή διάρκεια του ταξιδιού σε σύγκριση με τις εναλλακτικές μορφές μετακίνησης, για εκείνη την εποχή ήταν αναμφίβολα δελεαστικές· ενώ από πλευρά οργάνωσης, η επιχειρησιακή αρχηγική ικανότητα ορισμένων ευφυή προσωπικοτήτων, προώθησε τις νέες πτυχές της ανερχόμενης αγοράς.

Στην εν προκειμένη περίπτωση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη, ο ρόλος των Χατζηιωάννου για την easyJet, της οικογένειας Ryan και του O'Leary για την Ryanair, είναι ουσιώδης.

## 2.10 Σύγκριση Κόστους: Της συμβατικής αεροπορικής εταιρίας British Midland και της χαμηλού κόστους easyJet

Το πώς επιτυγχάνονται οι διαφοροποιήσεις στις τιμές για τις χαμηλού κόστους εταιρίες στα περισσότερα στοιχεία του παραπάνω πίνακα, τα έχουμε συζητήσει σε προηγούμενες ενότητες.

<i>Cost category</i>	<i>easyJet</i>	<i>British Midland</i>	
	<i>(pence per seat-km)</i>	<i>(pence per seat-km)</i>	<i>(%)</i>
Direct operating costs			
1 Cabin/flight crew salaries and expenses	0.43	0.92	9.4
2 Fuel	0.35	0.55	5.6
3 Airport charges	0.55	1.20	12.1
4 En-route	0.39	0.41	4.1
5 Maintenance	0.58	0.75	7.6
6 Depreciation	0.02	0.26	2.6
7 Aircraft rentals	0.80	1.23	12.4
8 Insurance	–	0.02	0.2
Total direct	3.14	5.34	54.2
Indirect operating costs			
9 Station costs	0.01	1.36	13.8
10 Handling	0.31	0.40	4.1
11 Passenger services	0.04	0.63	6.4
12 Sales/reservations	0.18	0.47	4.7
13 Commission	0.01	0.78	7.9
14 Advertising/promotion	0.27	0.31	3.1
15 General and administration	0.17	0.44	4.4
16 Other	0.06	0.14	1.4
Total indirect	1.05	4.52	45.8
Total operating costs	4.19	9.86	100.0

Doganis (2005)

Εκεί που θα θέλαμε να επικεντρώσουμε την προσοχή μας τώρα, είναι στα τρία σημεία όπου οι εταιρίες χαμηλού κόστους δεν μπορούν να επωφεληθούν πολύ απ' τις ευνοϊκές τιμές τις αγορές χάρη στην μορφολογία των LCC, αλλά θα πρέπει να συμμερίζονται την κατάσταση που επικρατεί στην διεθνή αγορά. Αυτά είναι τα καύσιμα, οι εν πτήση πάγιες χρεώσεις (en-route charges) και η ασφάλιση (insurance).

#### ▼ Καύσιμα

Οι αεροπορικές εταιρίες πληρώνουν παρόμοιες τιμές για τα καύσιμα. Σίγουρα μερικές εταιρίες μπορούν να τα προμηθεύονται με χαμηλότερες χρεώσεις, αλλά αυτό συμβαίνει επειδή ίσως κατέχουν μεγαλύτερο αριθμό αεροπλάνων, επομένως χρειάζονται μεγαλύτερες ποσότητες καυσίμων και συνάπτουν οικονομικότερες συμφωνίες. Αλλά και πάλι, οι διαφοροποιήσεις στις τιμές δεν είναι μεγάλες. Στην συνέχεια εκεί που θα μπορούσαμε να πούμε ότι οι εταιρίες χαμηλού κόστους υπερτερούν σε σχέση με τις παραδοσιακές εταιρίες, είναι στο ότι οι χρεώσεις των καυσίμων ποικίλουν ανάμεσα στα αεροδρόμια. Άρα οι συμβατικές εταιρίες που χρησιμοποιούν επί το πλείστον μεγάλους αερολιμένες οι χρεώσεις είναι αντίστοιχα μεγαλύτερες.



#### ▼ Εν πτήση πάγιες χρεώσεις

Οι χρεώσεις για τις υπηρεσίες που δέχονται από το κέντρο ελέγχου των αεροδρομίων, δεν είναι διαπραγματεύσιμες για καμία αεροπορική εταιρία.

#### ▼ Ασφάλιση

Όπως και για τα καύσιμα, έτσι και στην ασφάλιση, ανάλογα με το πλήθος του στόλου πετυχαίνονται καλύτερες τιμές. (Doganis,2005)

## **2.11 Το μοντέλο των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους και τα σημαντικότερα σημεία του**

Για να κατανοήσουμε το μοντέλο των εταιριών χαμηλού κόστους θα απαριθμήσουμε τα σημεία και θα κατανοήσουμε την ειδοποιό διαφορά τους με τις παραδοσιακές εταιρίες. Συνοψίζοντας τα κύρια σημεία από το άρθρο των Graham and Vowles (2006).

- ✓ Μεγάλη χωρητικότητα θέσεων.
- ✓ Ελάχιστο επιτρεπτό αριθμό πληρώματος.
- ✓ Εξυπηρέτηση ταξιδιωτών εντός του αεροπλάνου, παραδείγματος χάρη αγορά υλικών προϊόντων γίνεται μόνο με επιπλέον χρηματική επιβάρυνση.
- ✓ Γρήγορη επιβίβαση και αποβίβαση ώστε να πετυχαίνονται περισσότερες πτήσεις μέσα στην ημέρα.
- ✓ Προνομιούχες χρεώσεις για αεροπορικούς οπερέϊτορ.
- ✓ Ηλεκτρονικός τρόπος κράτησης για να μην υπάρχει προμήθεια του ταξιδιωτικού πράκτορα.
- ✓ Καλά οργανωμένες ιστοσελίδες με αναλυτικές πληροφορίες για την πολιτική τους ως εταιρία και για τους προορισμούς.
- ✓ Μια κοντινή διαδρομή από σημείο σε σημείο πτήσεις δεν απαιτεί πλέον την χρήση πολύπλοκων εξοπλισμών GDS για να γίνει η κράτηση.
- ✓ Ένας μόνο τύπος αεροσκαφών.
- ✓ Η Ευρωπαϊκή απελευθέρωση των αιθέρων έχει αντιληφθεί την σημαντικότητα των απευθείας πτήσεων (non-stop) με γρήγορα turnarounds γύρω στα 25 λεπτά, ανάμεσα στα ζεύγη πόλεων, δημιουργώντας μάλιστα και πολλές point to

point διαδρομές, από τις οποίες πολλές FSC δεν εξυπηρετούν.

- ▼ Και τέλος, εξυπηρετούν την έως τότε άδηλη επιθυμία των επιβατών να ταξιδεύουν από τοπικά αεροδρόμια.

Μια προφανής διάφορα είναι τα αεροδρόμια που χρησιμοποιεί η κάθε εταιρία. Συχνά χρησιμοποιούν δευτερεύοντες σταθμούς μέχρι και 120 km μακριά από την πόλη που εξυπηρετεί λόγω των χαμηλών φόρων αεροδρομίου.

Αν και για τέτοιου είδους προορισμούς οι ναύλοι είναι ελκυστικοί, οι καταναλωτές θα πρέπει να αποφασίσουν αν προτιμούν τους οικονομικότερους ναύλους, σε συνδυασμό με την πιθανή επιπρόσθετη ταλαιπωρία τους μέχρι να μετακινηθούν στο κέντρο της ενδιαφερόμενης πόλης που πρόκειται να επισκεφτούν, έναντι της άνεσής τους. Είτε επιλέγοντας μία συμβατική αερογραμμή που προσγειώνεται στον κύριο αερολιμένα, πληρώνοντας όμως το ανάλογο χρηματικό αντίτιμο.

Θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας ότι τα χαρακτηριστικά αυτά δεν είναι κανόνας για όλες τις εταιρίες χαμηλού κόστους. Ωστόσο οι πλειονότητα αυτών τα εφαρμόζει σε μεγαλύτερο ή μικρότερο βαθμό, εστιάζοντας στα σημεία που αντιπροσωπεύουν την ίδια την εταιρία σε σχέση με την εσωτερική πολιτική της και τον τρόπο διαχείρισης της, ανάλογα δηλαδή με το μάνατζμεντ και το πώς θέλει να παρουσιαστεί στο αγοραστικό κοινό, επομένως και το μάρκετινγκ που ακολουθεί.



## **2.12 Το ίντερνετ**

Μια μεγάλη διαφοροποίηση στην εξέλιξη τους σε σύγκριση με τις εταιρίες στην Αμερική, ήταν η εμφάνιση του ίντερνετ στην καθημερινότητα των ανθρώπων. Παραγκωνίζοντας σιγά – σιγά τους παραδοσιακούς τρόπος που έκλειναν τα εισιτήρια, μέσω των άμεσων πωλήσεων τους από τους μελλοντικούς ταξιδιώτες οι οποίοι είχαν την δύναμη να ελέγξουν και να συγκρίνουν τιμές αεροπορικών εταιριών μόνοι τους, μέσω εύκολων στην κατανόηση και χρησιμοποίηση ηλεκτρονικών σελίδων, και με απώτερο αποτέλεσμα τη μη καταβολή προμήθειας στους ταξιδιωτικούς πράκτορες που μέχρι και πρόσφατα έπαιζαν αρκετά σημαντικό ρόλο στον τουριστικό κλάδο.

Οι Dumazel και Humphreys μέσω μια έρευνας τους το 1999, είχαν προβλέψει ότι οι δύο μεγαλύτερες χαμηλού κόστους εταιρίες της Ευρώπης, το 2001 θα διεξήγαγαν το 80% των πωλήσεων τους μέσω του διαδικτύου και των τηλεφωνικών κέντρων, ποσοστό που έχει αυξηθεί ακόμα περισσότερο μέχρι σήμερα.

## **2.13 Τροφοδοσία**

Τώρα με ναύλους μειωμένους κατά το ήμισυ ή λιγότερο από εκείνους των μεγάλων αεροπορικών εταιριών που διατίθενται από τις χαμηλού κόστους εταιρίες, η ελεύθερη τροφοδοσία ξαφνικά έγινε το πιο ορατό σύμβολο της διαφοράς μεταξύ των δύο τύπων εταιριών.

Εκτός από την εξοικονόμηση χρημάτων και εργατικού δυναμικού, θα έχει το πρόσθετο πλεονέκτημα του πλεονάζοντος χώρου μέσα στο αεροσκάφος, αξιοποιώντας το για να τοποθετηθούν πρόσθετες θέσεις.

Και τέλος, διαφοροποιείται απ' την κατηγοριοποίηση της business class με το επιχείρημα ότι κανείς δεν αγοράζει ένα αεροπορικό εισιτήριο χάρη του φαγητού που προσφέρεται, μας επισημάνει ο Nigel (2007).

#### **2.14 Συνοπτική σύγκριση αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Αμερική και στην Ευρώπη**

Οι Ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, μοιάζουν σε πολλά σημεία με την “μητέρα εταιρία” τους, την αμερικάνικη SouthWest, σε σχέση με το κυρίως προϊόν που προσφέρεται στην αγορά:

Προγραμματισμένες συχνές πτήσεις, point to point, ένας τύπος αεροσκάφους, περισσότερες θέσεις σε κάθε αεροπλάνο, με επιπλέον στόχο την πολλαπλή ημερήσια χρήση τους, μειώνοντας το χρόνο των turnarounds. Χρήση δευτερευόντων αερολιμένων, και γενικότερα δεν υπάρχει κέτερινγκ, ούτε κάποια μορφή ψυχαγωγίας εντός του σκάφους.

Η μόνη διαφορά με τις ευρωπαϊκές εταιρίες όπως η easyJet, η Go, η Virgin Express και άλλες, είναι ότι έχουν αποκόψει τους μεσάζοντες και ότι προωθούν τα εισιτήρια τους κατευθείαν στους μελλοντικούς ταξιδιώτες, επιτυγχάνοντας ένα επιπλέον οικονομικό προνόμιο για την λειτουργία τους. (Doganis, 2001).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### 3.1 Το επιχειρησιακό μοντέλο των εταιριών χαμηλού κόστους

Σύμφωνα με τους Graham & Shaw (2008), καθώς και τον Κουμέλη (2003) το επιχειρησιακό μοντέλο των εταιριών χαμηλού κόστους περιλαμβάνει τα εξής χαρακτηριστικά:

1. Είναι μια ενιαία κατηγορία πελατών. Δεν τους χωρίζουν σε A, B και Economy Class.
2. Ένα ενιαίο τύπο αεροσκάφους. Συνήθως χρησιμοποιείται το Airbus A320 ή Boeing 737. Με αυτό τον τρόπο υπάρχουν πολλαπλά οφέλη. Καταρχήν είναι οι πιο κατάλληλοι τύποι αεροσκαφών για το έργο που εξυπηρετούν. Δεν απαιτείται συνεχής εκπαίδευση του προσωπικού, τεχνικών και πιλότων. Τυχόν ανταλλακτικά τα αποκτούν με μικρότερο κόστος από την στιγμή που γίνονται μαζικές παραγγελίες. Δηλαδή υπάρχει γενικά μείωση στις δαπάνες, στις υπηρεσίες και μείωση του χρόνου συντήρησης των αεροσκαφών μιας και το τεχνικό προσωπικό είναι άρτια εκπαιδευμένο πάνω στον τύπο αεροσκαφών της εταιρίας.
3. Απλό σχέδιο τιμολόγησης. Χαρακτηριστική αύξηση της τιμής του ναύλου καθώς η πληρότητα αυξάνεται. Οικονομική ανταμοιβή στις πρόωρες κρατήσεις καθώς και στα last minute bookings, επιτυγχάνοντας σε ορισμένες περιπτώσεις έως και 100% πληρότητα του αεροσκάφους.
4. Μη αριθμημένες θέσεις. Είναι ενθάρρυνση για τους επιβάτες να επιβιβαστούν νωρίς και γρήγορα ώστε να “πιάσουν καλή θέση”, εποφελώντας κατ’ επέκταση και τις

- χαμηλού κόστους εταιρίες, αφού η επιβίβαση δεν είναι χρονοβόρα.
5. Προτιμούν δευτερεύοντες αερολιμένες οι οποίοι έχουν χαμηλότερους φόρους αεροδρομίου και πτήσεις είτε νωρίς το πρωί είτε αργά την νύχτα, αποφεύγοντας τις καθυστερήσεις εναέριας κυκλοφορίας.
  6. Ένα ακόμα χαρακτηριστικό τους είναι οι σύντομες πτήσεις και η γρήγορη αναστροφή του αεροπλάνου (turnaround) συνεπώς επιτρέπεται η μέγιστη χρησιμοποίηση των αεροσκαφών.
  7. Απλούστερη μορφή πτήσεων, καθορισμένες και επαναλαμβανόμενες point to point πτήσεις.
  8. E-booking και E-ticketing. Με τους όρους αυτούς, (τον δεύτερο τον συναντήσαμε στην εισαγωγή) εννοούμε την ηλεκτρονική αγορά και έκδοση εισιτηρίων (μέσω του διαδικτύου). Αποφεύγοντας έτσι τις αμοιβές και τις προμήθειες των τουριστικών πρακτόρων και των συστημάτων κρατήσεων. Ενώ η μη έκδοση αποκόμματος εισιτηρίου, εκτός από τα οικονομικά οφέλη της εταιρίας, είναι και οικολογικά αφού δεν κατασπαταλάται χαρτί.
  9. Αξιοποίηση του προσωπικού στο έπακρο. Παραδείγματος χάρη, ο αεροσυνοδός να βοηθάει και στην επιβίβαση των αποσκευών στο αεροπλάνο.
  10. Εν πτήση catering και άλλων προϊόντων. Η οποιαδήποτε αγορά εντός του αεροσκάφους έχει επιπρόσθετη χρέωση, αποφέροντας ένα επιπλέον έσοδο στην αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους.
  11. Το έξυπνο μάρκετινγκ που παρουσιάζει την χρέωση των φόρων και των άλλων αμοιβών, ως ξεχωριστό μέρος των

δαπανών και φαινομενικά παρουσιάζει το εισιτήριο ιδιαίτερα ωφέλιμο και φυσικά επιθυμητό από το αγοραστικό κοινό. (Και πάλι, έστω και σε αυτήν την περίπτωση, το εισιτήριο είναι οικονομικότερο απ' τα εισιτήρια των παραδοσιακών αερογραμμών).

Θα πρέπει να λάβουμε υπόψη μας, ότι τα χαρακτηριστικά αυτά δεν είναι κανόνας για όλες τις εταιρίες χαμηλού κόστους. Ωστόσο οι πλειονότητα αυτών τα εφαρμόζει σε μεγαλύτερο ή σε μικρότερο βαθμό, εστιάζοντας στα σημεία που αντιπροσωπεύουν την ίδια την εταιρία σε σχέση με την εσωτερική πολιτική της και τον τρόπο διαχείρισης της, ανάλογα με το μάρκετινγκ, δηλαδή με το πώς θέλει να παρουσιάζεται στο αγοραστικό κοινό και το μάνατζμεντ που ακολουθεί η αεροπορική εταιρία.

### **3.2 Οι εργασιακές σχέσεις και οι ανθρώπινοι πόροι σε σύγκριση με τις συμβατικές αεροπορικές εταιρίες.**

Μία προϋπόθεση για να γίνει σωστή αξιολόγηση των εργασιακών σχέσεων και των τρόπων λειτουργίας των εταιριών χαμηλού κόστους, είναι να αναλύσουμε τα χαρακτηριστικά της κάθε εταιρίας ξεχωριστά. Ωστόσο, λόγω της φύσεως της εργασίας, θα αρκεστούμε στα βασικότερα σημεία του θέματος όπου λίγο πολύ είναι καθολικά για τις περισσότερες LCC.

1. “Το μεγαλύτερο μέρος των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους προσφέρουν πιο χαμηλούς μισθούς σε αντιπαράθεση με τους μισθούς των άλλων εταιριών, από 5% έως 40%. Οι μόνες περιπτώσεις όπου οι μισθοί

ταυτίζονται, είναι όταν μία FSC έχει δημιουργήσει εταιρία Low Cost μέσα στην ίδια την εταιρία.

2. Ένα ακόμα σημείο που θα ήταν φρόνιμο να τονίσουμε, συγκεκριμενοποιώντας για την Ιρλανδική Ryanair, είναι ότι η εταιρία πληρώνει τους υπαλλήλους της με βάση τους μισθούς της χώρας προέλευσής της Ιρλανδίας, με βασικό μισθό να ξεκινάει από τα 1200€ σύμφωνα με στοιχεία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου.
3. Οι εν πτήση υπάλληλοι δουλεύουν κατά μέσο όρο 10%-35% περισσότερο, ενώ για το υπόλοιπο “επίγειο” προσωπικό ο χρόνος εργασίας είναι κατά 10%-20% αυξημένος.
4. Απεναντίας οι μέρες αργιών, ρεπό και διακοπών είναι μειωμένες συγκριτικά κατά 5%-20%.” (Hunter Laurie,2006)

Τέλος οι εταιρίες χαμηλού κόστους, δεν ευνοούν τον συνδικαλισμό και με πολυποίκιλους τρόπους και νομικά τεχνάσματα, καταπολεμούν την οποιαδήποτε κίνηση πριν προλάβει ακόμα να εμφανιστεί.

Από την άλλη πλευρά, η διοίκηση των εταιριών χαμηλού κόστους, απαρτίζεται από μία πιο υγιείς και οικογενειακή ατμόσφαιρα. Η λογική που προβάλλει βασίζεται στο σκεπτικό «εμείς, ενάντια στους άλλους» πετυχαίνοντας μία γενικότερη συσπείρωση των σχέσεων, μεταξύ της διοίκησης και του προσωπικού.

Υπάρχει μία διάχυτη συνεργασία μεταξύ των μελών της, ενώ το κλίμα ευνοεί τις διαπροσωπικές σχέσεις ανάμεσά τους, ανεβαίνοντας έτσι, ένα σκαλοπάτι από το επίπεδο της καθαρά επαγγελματικής συνεργασίας, αποφέροντας περισσότερη διάθεση και “μεράκι” για δουλειά.

Τέλος, ικανοποιημένοι από τις εργασιακές τους σχέσεις, οι υπάλληλοι νιώθουν την εταιρία “δική τους εταιρία”, με αποτέλεσμα το πηγαίο ενδιαφέρον και εμπιστοσύνη προς την «μητέρα» εταιρία τους, με τελική απόρροια όλων αυτών να συμβιβάζονται με το γεγονός ότι δεν πληρώνονται τόσο καλά, όσο οι αντίστοιχοι υπάλληλοι των FSCs, τουλάχιστον όμως, έχουν “ψυχική ηρεμία” και νιώθουν ικανοποιημένοι με τον εργασιακό τους περιβάλλον.

### **3.3 Επιπρόσθετα χαρακτηριστικά των χαμηλού κόστους αεροπορικών εταιριών σύμφωνα με τον Dobruszkes**

Το κείμενο του Dobruszkes (2006) εκθέτει, ότι παρά τις διαφορές που μπορούν να εντοπιστούν στα αεροπορικά δίκτυα, μια πιο βαθιά ανάλυση, αναδεικνύει πολλούς κοινούς παράγοντες:

Εστιάζοντας πάντα στις ευρωπαϊκές πτήσεις, οι οποίες είναι όλες σχετικά μικρής διάρκειας από άποψη απόστασης και χρόνου. Μία μέση απόσταση είναι γύρω στα 635 km, ενώ αν την ερμηνεύσουμε με γνώμονα το χρόνο κυμαίνεται στη μία ώρα και 40 λεπτά.

Στην Ευρώπη το 70% του χαμηλού κόστους πτήσεων είναι κάτω από 1000 Km· απεναντίας διηπειρωτικές πτήσεις, δεν υφίστανται (για τις ευρωπαϊκές εταιρίες μειωμένου κόστους). Πάνω σε αυτή την πτυχή του θέματος, του ότι δεν εκτελούνται πτήσεις μέσω εταιριών χαμηλού κόστους, από την μια ήπειρο στην άλλη ο Franke (2004) επισήμανε τους λόγους:

1. Οι συμβατικές αεροπορικές εταιρίες (Full Service Network Carriers, FSNC), για να πετύχουν μεγάλη πληρότητα στα αεροπλάνα, έχουν διαλέξει κομβικά σημεία σε συγκεκριμένους προορισμούς της υφηλίου με μεγάλη

κυκλοφορία και συνεπώς με υψηλά τέλη, τα οποία οι εταιρίες χαμηλού κόστους δεν είναι δυνατόν να αποφύγουν σε περίπτωση που τους χρειαστούν, και θα πρέπει να εγγυηθούν ότι μπορούν να αντεπεξέλθουν στα υψηλά τους κόστη.

2. Επίσης τα κεντρικά αυτά αεροδρόμια έχουν επιλεγθεί για να εξυπηρετούν την συγκέντρωση των επιβατών από διάφορους προορισμούς. Οι εταιρίες χαμηλού κόστους θα πρέπει να φτάνουν σε ικανοποιητικό επίπεδο στο παγκόσμιο προσκήνιο, ώστε να μπορέσουν να πραγματοποιούν διηπειρωτικά ταξίδια, για να επιβιώσουν και να είναι κερδοφόρες μακροπρόθεσμα. Γεγονός που απαιτεί ακόμα πιά μεγάλη προσπάθεια, αφού στη Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη δεν έχουν αναπτυχθεί αρκετά. Πρόσφατα μόνο έχουν υλοποιηθεί διαδρομές που ενώνουν την Δυτική με την Ανατολική Ευρώπη από ορισμένες εταιρίες, (π.χ. η easyJet άρχισε να εξυπηρετεί πρόσφατα την Ρήγα, την Βαρσοβία, την Κρακοβία, την Βουδαπέστη και την Μπρατισλάβα). (Franke,2004)

Πολλές εταιρίες είναι οργανωμένες να μεταφέρουν τους ταξιδιώτες σε Μεσογειακούς προορισμούς με πτήσεις charter, τέτοιες εταιρίες είναι η Sterling European, η Monarch Scheduled, και η Volareweb. Οι μεγάλες εταιρίες χαμηλού κόστους αναπτύχθηκαν από χώρες απ' όπου οι πτήσεις charter ήταν ήδη επιτυχημένες, όπως στην Μεγάλη Βρετανία, την Γερμανία, την Σουηδία, την Νορβηγία και το Βέλγιο. Από την στιγμή που η ιδεολογία και των charter είναι απλούστερη από άποψη παροχών και τροφοδοσίας, ήταν επίσης απλούστερη και η προσαρμογή των χωρών



αυτών στις χαμηλού κόστους αεροπορικές γραμμές και γι' αυτό έγιναν και γρήγορα αποδεκτές.

Ένα μεγάλο μέρος της επιτυχίας των εταιριών χαμηλού κόστους παρουσιάζεται λόγω κάποιων δυσκολιών που αντιμετώπιζαν διάφορες χώρες στον τομέα των μεταφορών.

Αναλυτικότερα, στην Σουηδία για παράδειγμα, δεν υπήρχε σιδηροδρομικό δίκτυο που να κάλυπτε τις ανάγκες της χώρας, είτε επειδή ήταν πολύ αργό, όπως συνέβη στην περίπτωση της Μεγάλης Βρετανίας, ενώ αντιθέτως στη Γερμανία, ήταν πολύ ακριβή η μεταφορά μέσω τρένου. Επομένως, ο κόσμος έδειξε μεγάλο ενδιαφέρον προς τις οικονομικές και ομολογουμένως γρήγορες εναλλακτικές μεταφορές, φέρνοντας τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους στους ευρωπαϊκούς αιθέρες.

### **3.4 Ευρωπαϊκά δίκτυα εταιριών χαμηλού κόστους**

Η ανάπτυξη των εταιριών μετριέται από τον αριθμό των διαδρομών και των γραμμών που συνδέουν τους διάφορους προορισμούς, αλλά ο τρόπος ανάπτυξης τους συνδέεται με διάφορες συγκυρίες:

- Την ηλικία του αεροπορικού μεταφορέα. Συνήθως οι καινούριες εταιρίες έχουν μικρότερο δίκτυο και
- Την καταγωγή του αερομεταφορέα. Αν δημιουργήθηκε από μια προϋπάρχουσα εταιρία πολλά πεδία είναι ήδη ανοιχτά.

Στους παρακάτω πίνακες βλέπουμε χάρτες της Ευρώπης και τις διαδρομές όπου ενεργούν οι διάφορες εταιρίες χαμηλού κόστους. Ο κάθε χάρτης αντιστοιχεί σε μία αεροπορική εταιρία. (Dobruszkes, 2006). Είναι γνωστό ότι έχουν αλλάξει αρκετά τα δεδομένα από το 2006, και έχουν

προσθεθεί διαδρομές προς την Ελλάδα, αλλά δυστυχώς δεν έχουμε βρεί πιά σύγχρονους

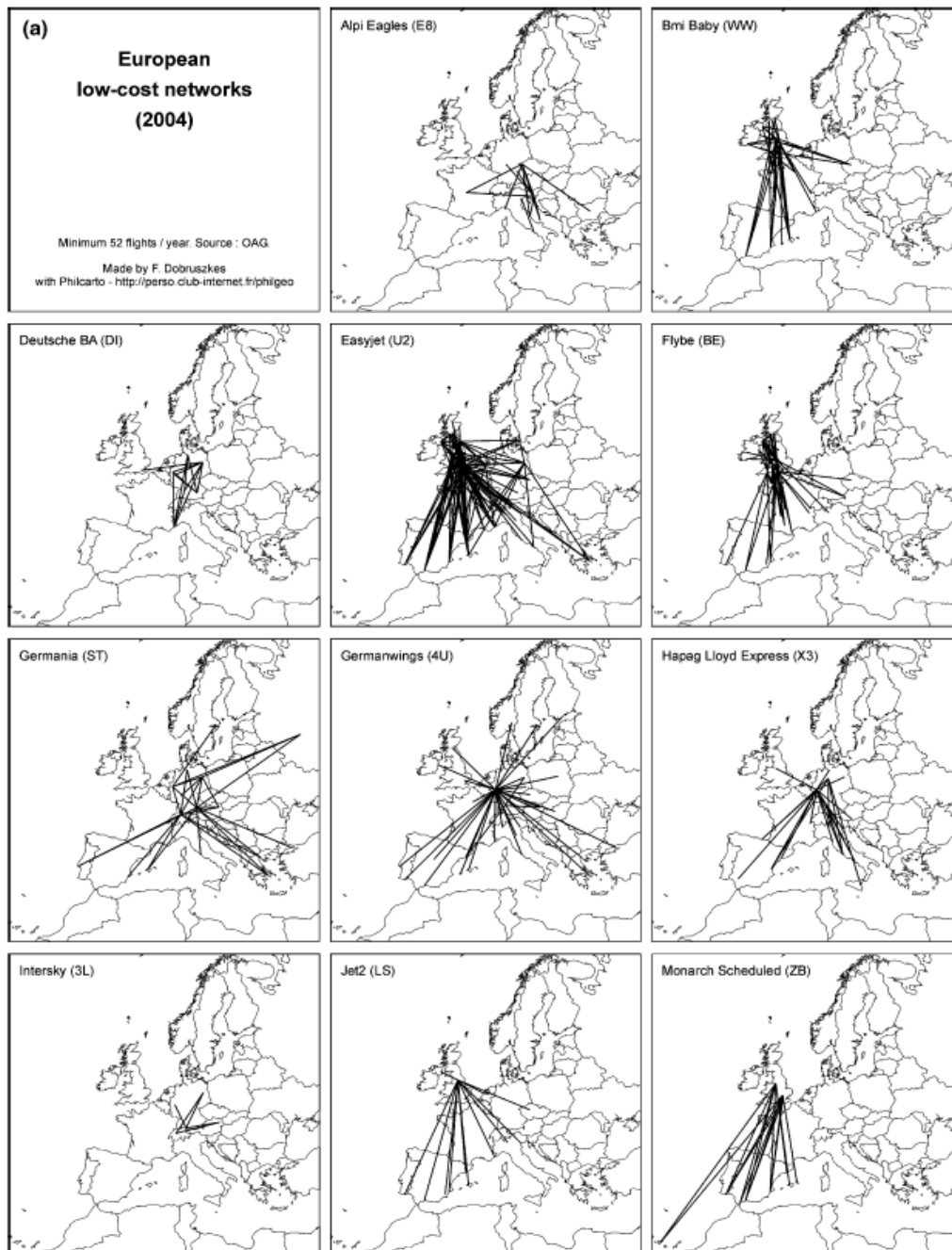


Fig. 1. European low-cost networks (2004).

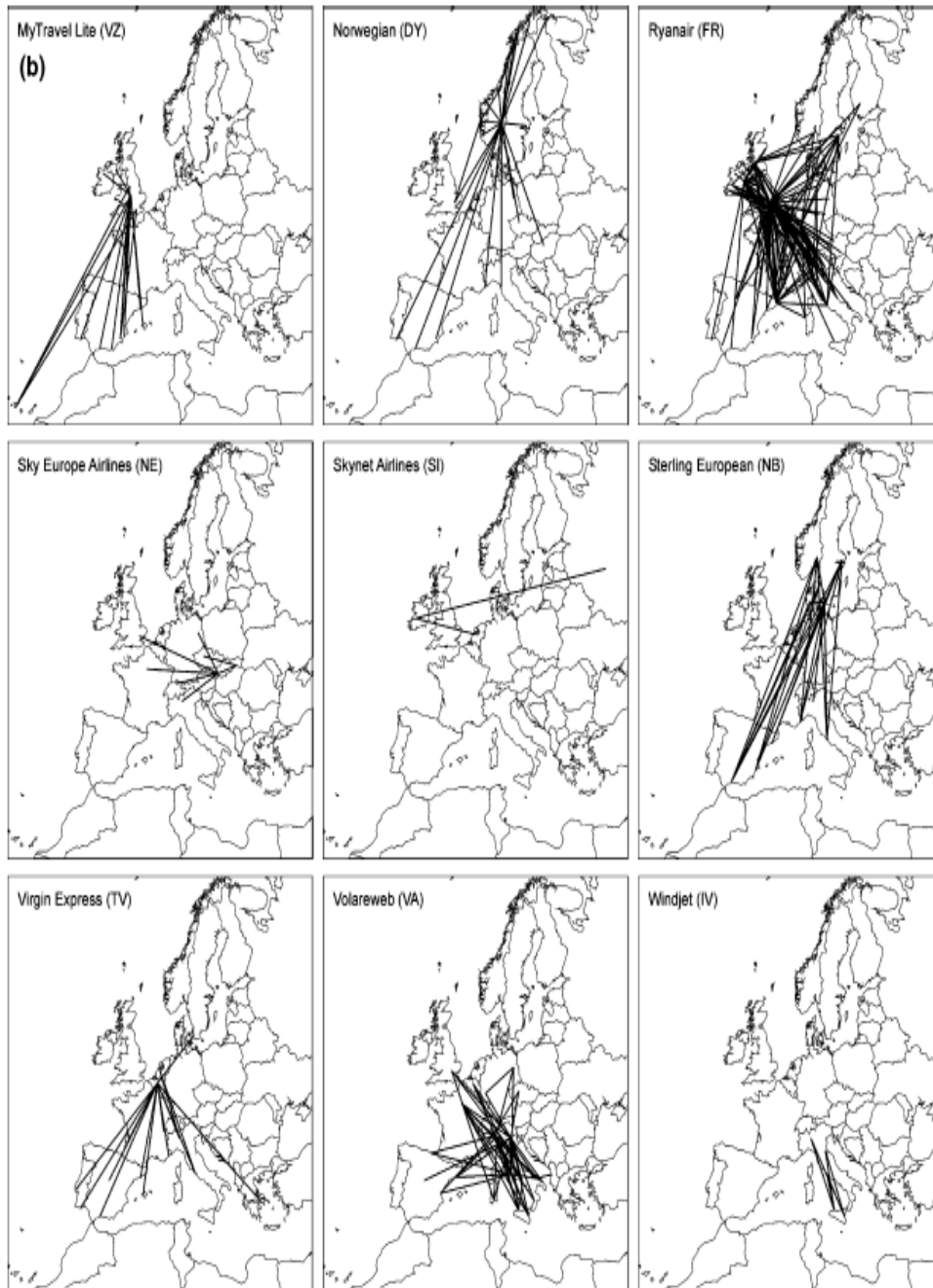


Fig. 1 (continued)

Πίνακες: Dobruszkes F., (2006)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### 4.1 Ιστορική αναδρομή εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη

Θα ήταν ελλιπής η εργασία, αν δεν αναφερόμασταν στην πορεία που διήνυσαν οι εταιρίες χαμηλού κόστους μέχρι να φτάσουν στο σημείο που τις γνωρίζουμε εμείς τώρα.

Όπως έχουμε προαναφέρει η Pacific Southwest και η Southwest Airlines στις ΗΠΑ, εισήγαγαν στην αεροπλοΐα τις πτήσεις χαμηλού κόστους. Ήταν μονάχα θέμα χρόνου και φυσικό επακόλουθο, το πρότυπο τους να διαδοθεί και στον υπόλοιπο κόσμο. Την πιο εντυπωσιακή επιτυχία σε ευρωπαϊκά δεδομένα, αναμφίβολα κατέχει η Ιρλανδική Ryanair, η οποία ξεκίνησε τις πτήσεις χαμηλού κόστους το 1990. Σε συνδυασμό με την σταδιακή απελευθέρωση της αγοράς των αερομεταφορών που συμφωνήθηκε στις Βρυξέλλες για τους κανονισμούς που θα ίσχυαν στην Ευρωπαϊκή Ένωση, έδωσε την ευκαιρία στις LCC να αναλάβουν δράση.

#### 4.1.1 [Ryanair: Η Νούμερο 1 εταιρία χαμηλού κόστους στην Ευρώπη](#)



Η Ryanair, στοιχεία της οποίας αντλήσαμε από την επίσημη ιστοσελίδα της ([www.ryanair.com](http://www.ryanair.com)), ιδρύθηκε το 1985 από τον Christy Ryan απ' όπου πήρε και το όνομά της η εταιρία. Μαζί με τον Liam

Lonergan μεγάλο Tour Oretator στην Ιρλανδία, και τον επιχειρηματία Tony Ryan, με το ταπεινό ξεκίνημα συνδέοντας με ένα 15-θέσιο αεροπλάνο ένα ιρλανδικό χωριό, το Ουότερφορντ με το Λονδίνο, με στόχο να «χτυπηθούν» οι κρατικοί αερομεταφορείς British Airways της Μεγάλης Βρετανίας και η Aer Lingus της Ιρλανδίας οι οποίες κρατούσαν τα ηνία μέχρι τότε.

Ένα χρόνο μετά, προστέθηκε μία ακόμα πτήση που θα ένωνε το Δουβλίνο με το Λονδίνο (Λούτον) και θα είχε άμεσο ανταγωνισμό και με τις προαναφερόμενες εταιρίες για πρώτη φορά. Βρισκόμενη εν μέρη στην Ευρωπαϊκή Ένωση, με την απελευθέρωση της αγοράς, ο νόμος επέτρεπε ότι οι αεροπορικές εταιρίες μπορούν να ξεκινήσουν διεθνείς πτήσεις, εφόσον έστω και μία από τις δύο κυβερνήσεις έδινε το ελεύθερο. Η Ιρλανδική κυβέρνηση αρνήθηκε την δυνατότητα, για να προστατέψει την Air Lingus (την κρατική εταιρία της Ιρλανδίας). Ωστόσο απ' την πλευρά της Βρετανίας, η τότε πρόεδρος Θάτσερ συμφώνησε. Επομένως με δύο αεροπλάνα και δύο γραμμές, η Ryanair μετέφερε 82,000 επιβάτες σε ένα χρόνο.

Ο αριθμός των επιβατών της συνεχώς αυξάνονταν, αλλά η εταιρία δεν ήταν κερδοφόρα. Το 1991 επιβαλλόταν να αλλάξει την δομή της.

Το έργο αυτό ανατέθηκε στον Michael O'Leary. Ο Tony Ryan τον παρότρυνε να πάει στην Αμερική και να μελετήσει το μοντέλο των αερογραμμών της Southwest και γενικότερα των εταιριών χαμηλού κόστους.

Μέσα σε 15 χρόνια, από μια εταιρία που ξεκίνησε με ένα σκάφος, μετατράπηκε στην νούμερο ένα low cost αερογραμμή στην Ευρώπη.

Ο O'Leary πλέον ως Chief Executive, υποστήριζε πως ο τρόπος είναι απλός:

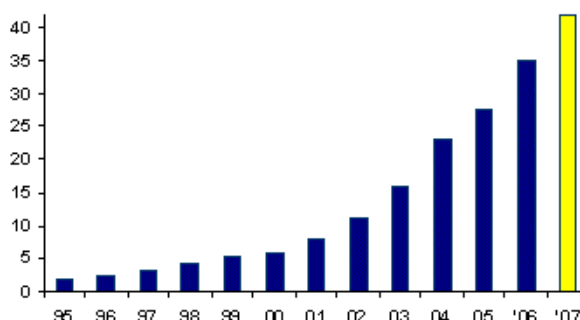


“Αυξάνουμε τα έσοδα, μειώνουμε τα έξοδα, παρέχοντας στους επιβάτες λιγότερες υπηρεσίες. Στόχος, η μικρότερη παραμονή του αεροσκάφους στο έδαφος. Όσο πιο γρήγορα γίνει η αποβίβαση – επιβίβαση των επιβατών και ο ανεφοδιασμός των καυσίμων, τόσο πιο πολύ θα μεγιστοποιηθεί η χρησιμότητα του αεροσκάφους, το οποίο θα βρίσκεται περισσότερη ώρα στον αέρα. Χρήση δευτερευόντων αερολιμένων, και ένα τύπο αεροσκάφους.”

Το 1995 στα δέκατα γενέθλιά της, γιόρτασε και τους 2,25 εκατομμύρια πελάτες. Η ανάπτυξή της εντυπωσιάζει.

Παρακάτω έχουμε παραθέσει ένα σχεδιάγραμμα με στοιχεία της Ryanair, πάλι απ’ την επίσημη ιστοσελίδα της. Στον άξονα x, είναι οι χρονολογίες από το 1995 μέχρι και το 2007, στον κάθετο άξονα του y, είναι τα εκατομμύρια των πελατών. Μόνο θεαματική μας επιτρέπεται να χαρακτηρίσουμε την καμπύλη της. Αν σκεφτούμε κιόλας ότι από το 1985, την χρονιά που ιδρύθηκε δηλαδή η εταιρία της οικογένειας Ryan, ταξίδεψαν μαζί της 5000 άτομα, ενώ το 2007 την προτίμησαν σχεδόν 40.000.000 ταξιδιώτες.

Σχεδιάγραμμα:  
Η ραγδαία ανάπτυξη στην  
Ryanair



Σήμερα, ο στόλος της απαριθμεί 181 Boeing 737 των 189 θέσεων, συν 150 ακόμα αεροσκάφη, που έχουν ήδη παραγγείλει, στόχος τους αποτελεί ο διπλασιασμός του στόλου και της επιβατικής κίνησης ως το 2012, σύμφωνα πάντα με την επίσημη ιστοσελίδα της Ryanair.

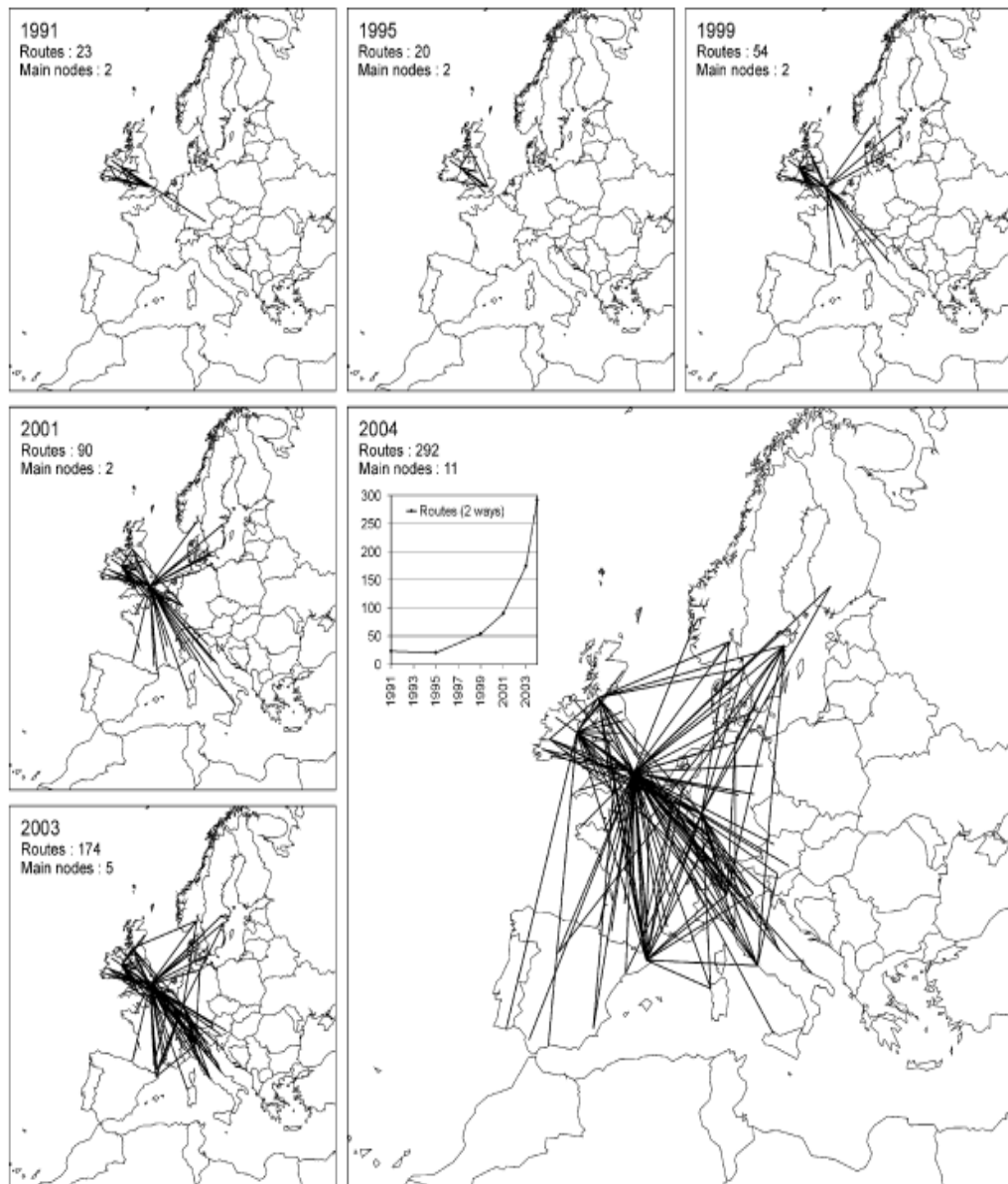


Η εταιρία τώρα, πραγματοποιεί πτήσεις σε 26 ευρωπαϊκές χώρες, - δυστυχώς η Ελλάδα δεν συμπεριλαμβάνεται σε αυτές- και σε 29 διαφορετικούς αερολιμένες.

Το Μάρτιο 2007 – Μάρτιο 2008, έσπασε το φράγμα των 50 εκατομμυρίων επιβατών, (για την ακρίβεια έφτασε τους 58 εκατομμύρια 700 χιλιάδες επιβάτες), 18% αύξηση σε σχέση με το 2007. Αν και σημείωσε άνοδο των λειτουργικών της εσόδων κατά 21% (2,7 δισ. ευρώ από 2,2 δισ. ευρώ), οι τιμές του πετρελαίου μείωσαν την καθαρή κερδοφορία, συμπεριλαμβάνοντας και τους φόρους, η οποία διαμορφώθηκε στα 390 εκατ. ευρώ, έναντι 435 εκατ. Ευρώ. Στο πρώτο τρίμηνο εταιρικής χρήσης, δηλαδή τους μήνες Απρίλιος – Ιούνιος 2008, η εταιρία, αν και σημείωσε αύξηση εσόδων (12%) και επιβατών (19%), είδε τα καθαρά της κέρδη να μειώνονται δραματικά, καθώς από 139 εκατ. ευρώ συρρικνώθηκαν στα 21 εκατ. ευρώ, εξαιτίας των συνεχώς αυξανόμενων τιμών του πετρελαίου.

### The growth of the Ryanair network (1991-2004)

Minimum 52 flights / year. Source : OAG No. of routes = two ways.



Made by F. Dobruszkes with Phlcarto - <http://perso.club-internet.fr/phlgeo>

Fig. 4. The growth of the Ryanair network (1991–2004).

Πίνακες: Dobruszkes F. (2006)



#### 4.1.2 easyJet: Η αεροπορική εταιρία που τάραξε τις ισορροπίες

Η easyJet μαζί με την Ryanair είναι οι δύο εταιρίες που έχουν αλλάξει την εικόνα των ουρανόων της Ευρώπης. Είναι πρωτοπόρες στα ευρωπαϊκά δεδομένα, συνεισφέροντας στο να ανοιχτεί η χαμηλού κόστους αγορά.

Η easyJet, ιδρύθηκε το 1995, από τον ελληνο-κύπριο Στέλιο Χατζηιωάννου, εκτελώντας πτήσεις από το Λονδίνο προς την Γλασκόβη και το Εδιμβούργο. Η easyJet είναι δημοφιλής για την στρατηγική του μάρκετινγκ που ακολουθεί και την ιδιαίτερη σημασία που του δίνει, δημιουργώντας ένα ολόκληρο μοντέλο στο πως να λανσάρει το προϊόν της, καταστρώνοντας την ανταγωνιστική στον εναέριο κόσμο. Η πολιτική προώθησης των προϊόντων της βασίζεται στην επαφή με το πελάτη και στη χρησιμοποίηση έξυπνων λογοπαιγνίων.

Το 1997 της δώθηκε η άδεια λειτουργίας. Η επιβατική κίνηση της εταιρίας, αυξάνεται κάθε χρόνο καθώς και ο ιστός των δρομολογίων επεκτείνεται σε όλο και περισσότερες περιοχές της Ε.Ε.. Ο χάρτης του Dobruszkes (2006), μας βοηθάει να δούμε την δράση της σχεδιασμένη πάνω στο χάρτη.

---

### Χάρτης: Η εξάπλωση της easyJet

Επακόλουθο της ραγδαίας αύξησης στην εναέρια εμβέλια που απέκτησε, ήταν και η μεγάλη αύξηση του εργατικού δυναμικού απασχολώντας 3500 άτομα.

Ήταν η πρώτη εταιρία που θα πωλούσε εισιτήριο με ηλεκτρονική μορφή. Μία τακτική προσέλκυσης ευρέους φάσματος πελατών και συγχρόνως μεγιστοποίηση του κέρδους, αποκόπτοντας τους μεσάζοντες δηλαδή τους ταξιδιωτικούς πράκτορες, συμβάλλοντας έτσι και στη χαμηλή τιμή των εισιτηρίων που προσέφερε.

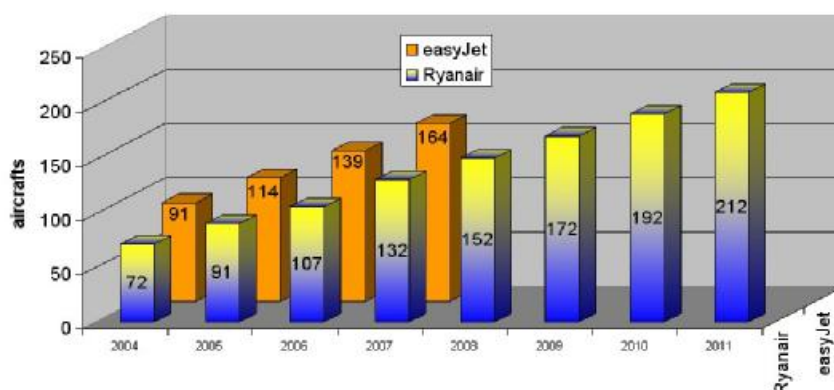
Τέλος, ο χαμηλός χρόνος διεκπεραίωσης των κύκλων εργασιών, τεχνικός έλεγχος αεροσκάφους, ανεφοδιασμός καυσίμων, καθαρισμός καμπίνας και λοιπές ενέργειες, που είναι αναγκαίες για την λειτουργία και την λειτουργικότητα του αεροπλάνου, στους αερολιμένες που επισκέπτονται τα αεροσκάφη της εταιρίας είναι ο κύριος λόγος που εξοικονομεί χρήματα σε τέλη αεροδρομίου. Αυτό όμως δεν την εμπόδισε από το να



συνεχίσει να εκτελεί δρομολόγια σε κύρια αεροδρόμια σε όλη την Ευρώπη.

Μεταξύ των δύο μεγαλύτερων εταιριών χαμηλού κόστους, της EasyJet και της Ryanair επικρατεί μια γενικότερη αντιπαλότητα. Ενώ οι στρατηγικές που ακολουθούν οι δύο εταιρίες δεν απέχουν η μία πάρα πολύ από την ιδεολογία της άλλης, ωστόσο μπορούμε να εντοπίσουμε κάποιες μικρές διαφορές στις υπηρεσίες:

- ▼ Η easyJet συνεργάζεται με τα κεντρικά αεροδρόμια κατά προτίμηση των μεγαλουπόλεων, απεναντίας η αντίμαχη εταιρία της προτιμά τα μικρότερα αεροδρόμια.
- ▼ Επίσης και το target group τους διαφέρει. Η Ryanair προσελκύει κυρίως ταξιδιώτες που κάνουν τουρισμό αναψυχής, ενώ από την άλλη πλευρά η ανταγωνίστρια εταιρία, προσελκύει business men και γενικότερα ανθρώπους που μετακινούνται για επαγγελματικούς λόγους. (Μην θεωρήσουμε όμως, ότι τα σημεία αυτά είναι καθολικά και εφαρμόζονται πάντοτε.) Dobruszkes (2006)



### Προβλεπόμενη εξέλιξη του στόλου των αεροσκαφών της easyJet και η Ryanair

### 4.1.3 Buzz:

Η εταιρία ιδρύθηκε το 1999 και ξεκίνησε να λειτουργεί τον Ιανουάριο του 2000. Αποτελούσε την βοηθητική εταιρία για πτήσεις μικρών διαδρομών της KLM UK. Προσέφερε εποχιακό πρόγραμμα. Το χειμώνα οργάνωνε πτήσεις που θα συνδύαζαν σκι και επαγγελματικά ταξίδια στην Γαλλία, ενώ την άνοιξη και το καλοκαίρι προσανατόλιζε τα ταξίδια της προς την Ισπανία.



Τον πρώτο χρόνο πέταξαν μέσα στα χαρακτηριστικά κίτρινα αεροσκάφη της Buzz, 1.3 εκατομμύρια επιβάτες, ενώ μέχρι και το 2002 θα αυξανόταν και ο όγκος του στόλου, αλλά και το κέρδος της.

Τον Ιανουάριο του 2003, η KLM ανακοίνωσε την πρόθεσή της να την πουλήσει στην Ryanair. Η κοστολόγησή της ανήλθε στα 20.1 εκατομμύρια ευρώ, και οι εργασίες ολοκληρώθηκαν τον Απρίλη του ίδιου έτους. Η Ryanair εκτός από την μίσθωση των 6 Boeing 737-300, απέκτησε και το αεροπορικό πέρασμα από το αεροδρόμιο Stansted του Λονδίνου, και υπομίσθωσε (sub-leased) τέσσερα από τα Bae 146 της KLM.

Η ιρλανδική εταιρία, την μετονόμασε σε Buzz Stansted και ο στόλος κράτησε την περιβολή της.

Ένα χρόνο μετά την λειτουργία της, η Buzz Stansted κάτω από την διοίκηση της Ryanair διέκοψε τις δραστηριότητές της.

#### 4.1.4 Niki:

Η αεροπορική εταιρία Niki, σύμφωνα με τη κεντρική ιστοσελίδα της εταιρίας ([www.flyniki.com](http://www.flyniki.com)) ιδρύθηκε από τον άλλοτε άσσο της Formula 1 Niki Lauda το 2003 όταν και απέκτησε την Αυστριακή αεροπορική εταιρία Aero Lloyd και την μετονόμασε σε Fly Niki, ξεκινώντας τις επιχειρήσεις της στις 28 Νοεμβρίου 2003. Στις 9 Ιανουαρίου 2004 η εταιρία ανακοίνωσε την συνεργασία της με την επίσης χαμηλού κόστους Air Berlin η οποία κατέχει πλέον το 24% της εταιρίας.



Τον Ιανουάριο του 2005 η Niki ψηφίσθηκε ως η αεροπορική εταιρία της χρονιάς σε ψηφοφορία που διεξήγαγε το δικτυακό ταξιδιωτικό πρακτορείο [travelchannel.de](http://travelchannel.de). Το 2006 και το 2007 αύξησε και επέκτεινε τα δρομολόγια της στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης. Το 2008, η εταιρία απέκτησε νέα αεροσκάφη τα οποία τα εισήγαγε σε νέους προορισμούς. Το 2009 η εταιρία επιλέχτηκε ως η καλύτερη αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους της χρονιάς και παρουσιάζει αύξηση στα κέρδη της κατά 3.1%, 7,1 εκατομμύρια ευρώ σε σχέση με το 2007.

#### 4.1.5 Vueling Airlines:

Μία σχετικά νέα εταιρία η Vueling Airlines, δημιουργήθηκε στην Ισπανία το 2004, όπως μας πληροφορεί το άρθρο της Skyscanner. Πετάει κυρίως σε εγχώριους προορισμούς και τα ισπανικά θέρετρα, αλλά πραγματοποιεί και πτήσεις προς την Ευρώπη. Η Ελλάδα είναι μία από τις χώρες που επισκέπτεται, καθώς και αποτελεί μία από τις πρώτες

προτιμήσεις των ελλήνων που θέλουν να δουν τις ομορφιές της Ισπανίας, μέσω της απευθείας πτήσης Αθήνα - Βαρκελώνη.

Δύο χρόνια μετά την ίδρυσή της πετούσαν με το λογότυπο της εταιρίας 9 Airbus 320, και είχε ως μελλοντικό σχέδιο την απόκτηση άλλων 20.



Η εταιρία, ξεχώρισε για την σχολαστικότητα της πάνω στο μάρκετινγκ, προωθώντας τις διαφημίσεις της σε πολλές γλώσσες.

Η Vueling, είναι ένα απ' τα ανερχόμενα αστέρια του χαμηλού κόστους αερογραμμών στην Ευρώπη.

Επί της ευκαιρίας κρίνεται αναγκαίο να τονίσουμε ότι στην Ισπανία ο τουριστικός και επαγγελματικός κόσμος έχει αποδεχτεί τις αεροπορικές γραμμές χαμηλού κόστους και τις υποστηρίζουν μιας και διακρίνουν τα πολλαπλά τους οφέλη.

“Το παράδειγμα της ευθέως ανταγωνιστικής για την Ελλάδα, Ισπανίας, δείχνει με μεγάλη σαφήνεια ότι η προσέλκυση των εταιριών χαμηλού κόστους μπορεί να επιφέρει άμεσα θετικά αποτελέσματα για την τουριστική ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα ενός προορισμού”. Πηγή μας αποτελεί το ηλεκτρονικό άρθρο “Χρήμα και Τουρισμός”, για τις αερομεταφορές.

#### **4.1.6 Clickair:**

Αναφορικά με τα στοιχεία που πήραμε από την κεντρική ιστοσελίδα της εταιρίας, η Clickair είναι μια Ισπανική δημόσια αεροπορική εταιρεία περιορισμένης ευθύνης με έδρα της τη Βαρκελώνη. Η λειτουργία της εταιρίας ξεκίνησε την 1<sup>η</sup> Οκτωβρίου 2006.

Στόχος της εταιρίας ως μέθοδος προώθησης της, είναι να γίνει η πρώτη εταιρία στον κόσμο που θα εξαλείψει τον έλεγχο εισιτηρίων. Σαν πρώτο βήμα του εγχειρήματος αυτού, είναι η δωρεάν παροχή υπηρεσιών check-in σε επιβάτες που φέρουν μόνο χειραποσκευές.

Άλλοι λόγοι που τη κατέστησαν γνωστή στην Ευρωπαϊκή αγορά ήταν η συνέπεια των πτήσεών της, τόσο στα δρομολόγια της εντός Ισπανίας όσο και στα Ευρωπαϊκά της δρομολόγια σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της.

Από το φθινόπωρο του 2007 μέχρι και τον Απρίλιο του 2008 ακολούθησαν μια σειρά από επιβραβεύσεις για την επετυχημένη πορεία της εταιρείας, μεταξύ των οποίων ήταν και η ψήφισή της στο παγκόσμιο συνέδριο αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους που πραγματοποιήθηκε στο Λονδίνο, ως της καλύτερης νεοεισερχόμενης εταιρείας χαμηλού κόστους, σύμφωνα με άρθρο της ιστοσελίδας nubricks <http://www.nubricks.com/el/archives/362/clickair-spain-overseas-flights/>.



Πλέον από τον Ιούλιο του 2009, η δυο προαναφερθείσες εταιρίες, Vueling και Clickair, έχουν ενοποιηθεί, και μετονομαστεί σε New Vueling. Η τελευταία προωθεί την κίνηση των πελατών της στην διαδικτυακή σελίδα: [www.vueling.com](http://www.vueling.com). Με την συγχώνευση τους, έχει ξεπεραστεί το προσδοκούμενο αποτέλεσμα που στόχευαν οι εταιρίες από το ήδη αναβαθμισμένη πολιτική τους, απολαμβάνοντας εισπράξεις 20% μεγαλύτερες απ' αυτές της τέως Vueling, όπως αναφέρεται στο <http://www.en.btbtravel.com>

#### **4.1.7 Germania:**

Σύμφωνα με πληροφορίες που βρήκαμε στην ιστοσελίδα της Absolute Astronomy και στην κεντρική ιστοσελίδα της Germania, η εταιρία ιδρύθηκε στις 5 Απριλίου του 1978 σαν SAT (Special Air Transport) στην Κολονία και άρχισε τις πτήσεις της το Σεπτέμβριο του 1978. Μετονομάστηκε σε Germania την 1<sup>η</sup> Ιουνίου 1986.

Πλέον η εταιρία ασχολείται με πτήσεις charter. Εκτελεί μισθωμένα δρομολόγια και για λογαριασμό της γερμανικής ταξιδιωτικής εταιρίας TUI και της Γερμανικής αεροπορικής εταιρίας TUIfly.

Η εταιρία το 1998 πρωτοστάτησε στο χώρο των αερομεταφορών χαμηλού κόστους, χρησιμοποιώντας τα αεροσκάφη της ως μέσο διαφήμισης.

Από το 2003 μέχρι και το Μάρτιο του 2005 η Germania λειτουργούσε ως εταιρία χαμηλού κόστους, προσφέροντας η ίδια απευθείας τα εισιτήρια στους πελάτες της με την επωνομασία Germania Express (gexx), μέχρι την ενσωμάτωσή της στην dba.



#### **4.1.8 Brussels Airlines:**

Η Brussels airline, ιδρύθηκε από την συγχώνευση της SN Brussels Airlines (SNBA) και της Virgin Express. Στις 12 Απριλίου 2005 υπεγράφη συμφωνία μεταξύ της SN ιδιοκτήτρια της SNBA και του Richard Branson, δίνοντας τον έλεγχο της εταιρίας στην Virgin Express.



Στις 7 Νοεμβρίου 2006 μετονομάστηκε σε Brussels Airlines και στις 25 Μαρτίου 2007 ξεκίνησε τη λειτουργία της.

Στις 15 Σεπτεμβρίου του 2008 η Γερμανική Lufthansa ανακοίνωσε την αγορά του 45% των μετοχών της εταιρίας με προοπτική αγοράς του υπόλοιπου 55% μέχρι το 2011. Σαν αποτέλεσμα η εταιρία θα εισέλθει στη αεροπορική συμμαχία Star Alliance, σύμφωνα με στοιχεία της κεντρικής ιστοσελίδας της εταιρίας.



#### **4.1.9 Germanwings:**

Η Germanwings, είναι μία από τις κορυφαίες εταιρίες χαμηλού κόστους στην Ευρώπη. Έδρα της αποτελεί η Γερμανία, απ' όπου πραγματοποιούνται πολλές πτήσεις από και προς ένα μεγάλο αριθμό πόλεων της Ευρώπης.

Η εταιρία, στοιχεία για την οποία αποκτήσαμε μέσω της κεντρικής ιστοσελίδας της εταιρίας ([www.germanwings.com](http://www.germanwings.com)), είναι μια από τις πιο επιτυχημένες αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους στην Ευρώπη. Η εταιρία χαμηλού κόστους προσφέρει οικονομικές πτήσεις σε περισσότερους από 50 προορισμούς από τις βάσεις της στην Κολωνία / Βόννη, στην Στουτγάρδη, στο Βερολίνο (Schoenefeld), στο Αμβούργο και στο Ντόρτμουντ. Η Germanwings διαθέτει ένα σύγχρονο στόλο 25 αεροσκαφών, Airbus A319.

Παρακάτω θα παραθέσουμε κάποια στατιστικά στοιχεία για την Germanwings, αποδεικνύοντας πως οι αεροπορικές low cost βγαίνουν σχεδόν αλώβητες από την οικονομική ύφεση, ενώ άλλες εταιρίες και χιλιάδες άνθρωποι χάνουν την δουλειά τους.

Το σημαντικό αυτό θέμα θα μας απασχολήσει παρακάτω, για την ώρα όμως, ας παραθέσουμε τα νούμερα της επιβατικής κίνησης της Germanwings.

### **Επιβάτες**

Νοέμβριος 2008: 495.416 (-11,8 %) →

Νοέμβριος 2007: 561.917 →

Δεκέμβριος 2008: 491.007 (-13,4%) →

Δεκέμβριος 2007: 566.952 →

### **Συντελεστής πληρότητας στις πτήσεις**

Νοέμβριος 2008: 76,3 % (+1,5%)

Νοέμβριος 2007: 74,8 %

Δεκέμβριος 2008: 78,1 %(+0,1%)

Δεκέμβριος 2007: 78,0 %

Ο εκπρόσωπος του Διοικητικού Συμβουλίου, κ. Thomas Winkelmann δήλωσε: «Η Germanwings κατάφερε να είναι κατάλληλα και εγκαίρως προετοιμασμένη για την οικονομική κρίση που διανύουμε και να διατηρήσει ένα αποδεκτό κόστος στα εισιτήρια της κατά τη διάρκεια των χειμερινών μηνών. (...)

Παρόλα αυτά και παρά τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης η χαμηλού κόστους αεροπορική εταιρία Germanwings κατάφερε να έχει αύξηση πληρότητας στις πτήσεις.»

#### **4.1.10 Greece Airways:**

Η Greece Airways, σύμφωνα με στοιχεία που πήραμε από την ιστοσελίδα [airliners.gr](http://airliners.gr), ιδρύθηκε από τον Dhia Al Ani, και τον Μάνο Λαδόπουλο το 2003. Ο πρώτος μάλιστα, ήταν και πρόεδρος της Air Scotland. Στα τέλη του 2003, η αεροπορική εταιρία απογειώθηκε για πρώτη φορά.

Για τον επόμενο χρόνο η εταιρία θα επέκτεινε τον στόλο της με νέα αεροσκάφη και θα συνεργαζόταν με την Air Scotland εκτελώντας δρομολόγια στην Αθήνα, στο Άμστερνταμ, στο Εδιμβούργο, στην Γλασκόβη, στην Μάλαγα στην Πάλμα και στο Παρίσι.

Δυστυχώς, η εταιρία δε μπόρεσε να ανοίξει τα φτερά της, μέσα στον μεγάλο ανταγωνισμό που επικρατούσε και το 2006 αναγκάστηκε να αναστείλει την λειτουργία της.

*Greece airways*

#### **4.1.11 AEGEAN AIRLINES: Η πρώτη εταιρία χαμηλού κόστους στην Ελλάδα**

Το 1987 οι Αντώνιος και ο Νικόλαος Σμιγδαλάς ίδρυσαν την αεροπορική εταιρία Aegean Aviation. Το 1994 εκτελούσε πτήσεις VIP σε όλο τον κόσμο με τα δύο Learjet. Λίγα χρόνια αργότερα, τον Μάρτη του 1999 ιδρύθηκε η Aegean Airlines, με αρχικούς προορισμούς την Αθήνα, την Θεσσαλονίκη και το Ηράκλειο της Κρήτης, ενώ στην συνέχεια

προστέθηκαν και άλλοι προορισμοί, αποσκοπώντας στην ένωση των ελληνικών νησιών στο δίκτυό της. Μέχρι το 2001 η Aegean είχε συγχωνεύσει την AVRO και είχε εξαγοράσει 2 άλλες εταιρίες· η μία ήταν η Air Greece και η άλλη η Cronus Airlines. Ενώ σε όλες τις περιπτώσεις επικρατεί το όνομα της Aegean.

Επίσης από τον Νοέμβρη του 2005 η εταιρία συνεργάζεται με την Lufthansa (LH) και έτσι πολλές πτήσεις της Aegean (A3) και της LH εκτελούνται με κοινούς κωδικούς, αναφορικά με πληροφορίες που πήραμε από την ιστοσελίδα [airliners.gr](http://airliners.gr).

Η A3 έχει κερδίσει πολλά βραβεία τα τελευταία χρόνια είτε για την συμβολή της στον τομέα της αεροπλοΐας είτε για την αξιοπιστία της και την ασφάλειά της.

- iii. 2007: ERA Palm d’Aor
- iv. 2006/2007 ERA Airline of the Year Silver Award
- v. 2005/2006: ERA Airline of the Year Silver Award
- vi. 2004/2005: ERA Airline of the Year Gold Award
- vii. 2000/2001: ERA Airline of the Year Bronze Award.



Στον παρακάτω πίνακα που δανειστήκαμε από την [airliners.gr](http://airliners.gr), προβάλλεται η συνολική επιβατική κίνηση της εταιρίας της οποίας γίνεται λόγος.

Συνισταμένες του πίνακα, είναι η χρονολογία και οι ταξιδιώτες σε σχέση με τις πτήσεις που πραγματοποιήθηκαν, είτε εγχώρια είτε στο εξωτερικό εντός των συνόρων της Ευρώπης. Ο πίνακας με το χρονοδιάγραμμα δεν ξεκινάει από την «γέννηση» της εταιρίας αλλά από

το 1999, από την χρόνια δηλαδή που είχε πραγματικά αρχίσει να ανοίγει τα φτερά της ως εταιρία χαμηλού κόστους.

Συνολική επιβατική κίνηση Aegean Airlines						
	Επιβάτες [σύνολο]	Διαφορά ανά έτος	Εσωτερικό δίκτυο	Διαφορά ανά έτος	Εξωτερικό δίκτυο	Διαφορά ανά έτος
05/1999-12/1999	517.993	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a
2000	1.600.000	208,88%	n/a	n/a	n/a	n/a
2001	2.300.000	43,75%	n/a	n/a	n/a	n/a
2002	2.420.000	5,22%	n/a	n/a	n/a	n/a
2003	2.854.000	17,93%	n/a	n/a	n/a	n/a
2004	3.576.588	25,32%	2.567.746	n/a	1.008.842	n/a
2005	4.007.515	12,05%	2.788.983	8,62%	1.218.532	20,79%
2006	4.447.481	10,98%	3.060.732	9,74%	1.386.749	13,80%
2007	5.226.163	17,51%	3.355.962	9,65%	1.870.201	34,86%
2008	5.978.083	14,39%	3.667.330	9,28%	2.310.753	23,56%

Από το 1999 έως το 2000, εντοπίζουμε μία τεράστια αύξηση-συγκεκριμένα τριπλασιασμό στο σύνολο των επιβατών, ενώ αν μιλήσουμε με ποσοστά, τη δραματική αύξηση της τάξης του 209%.

Από τα έτη 2003 έως το 2008, έχουμε μία σταθερή αλλά συνεχόμενα αυξανόμενη ζήτηση στις πτήσεις της Aegean. Με το 2008 να κλείνει σχεδόν με 6 εκατομμύρια επιβάτες, έναν αξιοπρόσεχτο αριθμό ταξιδιωτών με βάση τα δεδομένα της χώρας.

Σκόπιμα αφήσαμε για το τέλος την ανάλυση των χρόνων 2000-2002. Βλέπουμε ότι ανάμεσα στο έτος 2000-2001 έχει μεγάλη ποσοστιαία αλλαγή σε σύγκριση με τα υπόλοιπα χρόνια που ακολουθούν, 43.7%. Εκτός μόνο από το ακριβώς επόμενο έτος, όπου η ποσοστιαία διαφορά ανά έτος πέφτει στο 5,2%. Ακόμα και σε αυτή περίπτωση όμως, υπάρχει και πάλι αύξηση στο επιβατικό κοινό.

Η θρυαλλίδα της διαφοροποίησης είναι τα γεγονότα της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου 2001. Με αφορμή αυτής της παραγράφου, μας δίνεται η δυνατότητα να την χρησιμοποιήσουμε ως συνδετικό κρίκο με επομένη ενότητα.

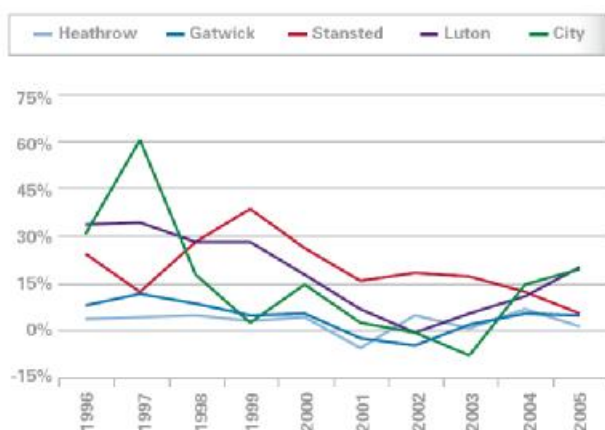
## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

### 5.1 Πως οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους επηρεάζουν την τουριστική κίνηση στην Ευρώπη

Σίγουρα η εμφάνιση και η γρήγορη ανάπτυξη των εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη, συνέβαλε στην τόνωση του τουρισμού, αυξάνοντας τον αριθμό των ταξιδιωτών αναψυχής, αλλά δεν ήταν η μόνη επίδραση που επέφεραν.

“Λόγω των χαμηλών ναύλων που προσφέρουν σε συνδυασμό με τις σύγχρονες υπηρεσίες τους και το μειωμένο χρόνο πτήσεων, σημειώθηκε αύξηση του διεθνούς τουρισμού στην Ευρώπη. Δηλαδή η πραγματοποίηση τόσο των ταξιδιών αναψυχής όσο και επαγγελματικού τουρισμού, εκτός της χώρας προέλευσης των τουριστών”. (Πηγή: BAA Airports Limited )

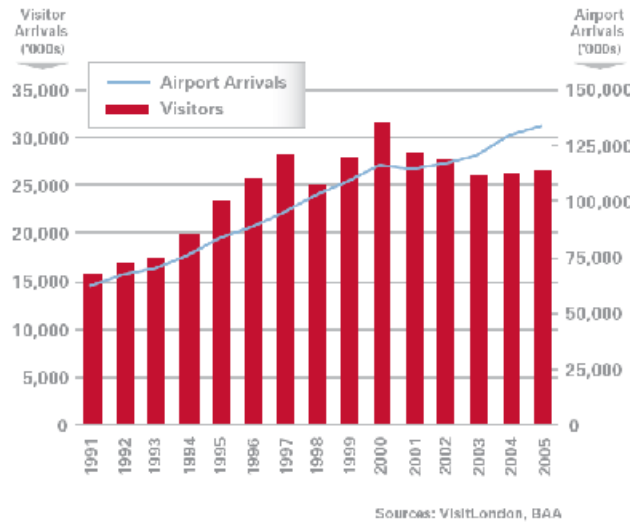
Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την μείωση του εγχώριου τουρισμού και κατά συνέπεια τη μείωση των πτήσεων εσωτερικού σε κάθε χώρα, όπως φαίνεται και στο γράφημα 1 συγκεκριμένα για την Μεγάλη Βρετανία.



Source: BAA **Γράφημα 1.** Μείωση των

εγχώριων πτήσεων στην Μεγάλη Βρετανία.

Πηγή: BAA Airports Limited



**Γράφημα 2.** Αύξηση στην κίνηση των αεροδρομίων και των ταξιδιωτών.

Πηγή: BAA Airports Limited

Αυτό το φαινόμενο δεν παρατηρείται αμέσως μετά την είσοδο των εταιριών χαμηλού κόστους στην αγορά αλλά με τη πάροδο του χρόνου. Αντιθέτως, έχουμε αύξηση της κίνησης στα αεροδρόμια καθώς οι ταξιδιώτες εσωτερικού παρουσιάζουν διάθεση για διεθνή ταξίδια, όπως απεικονίζεται και στο Γράφημα 2.

Εκμεταλλεόμενες οι εταιρίες χαμηλού κόστους την αδυναμία των παραδοσιακών αεροπορικών εταιριών να προσφέρουν δρομολόγια σε προορισμούς με μεγάλη ζήτηση λόγω οικονομικών κυρίως παραγόντων ή λόγω των πολύ υψηλών ναύλων τους, βρέθηκαν απέναντι σε μια νέα και ανεκμετάλλευτη αγορά.

Για παράδειγμα, πολλές πόλεις στην Ισπανία, επωφελήθηκαν από την είσοδο των εταιριών χαμηλού κόστους στην αγορά, Γράφημα 3.



**Γράφημα 3.**Αύξηση εισερχόμενων τουριστών.

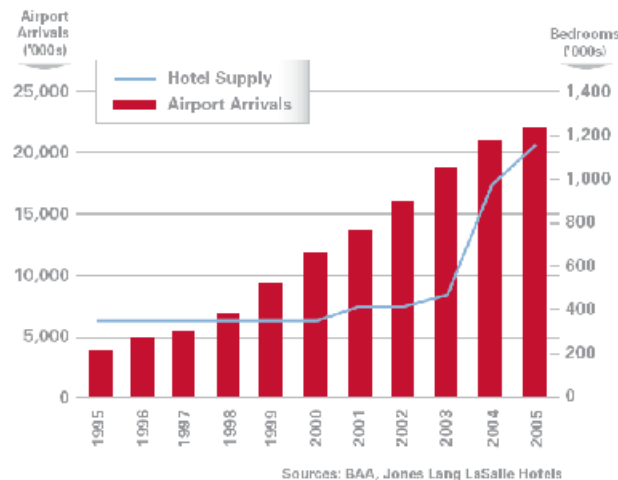
Πηγή: BAA Airports Limited, Turisme de Barcelona

Ένα φαινόμενο που συναντάται ολοένα και πιο συχνά, είναι η αύξηση του τουρισμού σε μικρές περιφερειακές πόλεις και η άνθιση των ξενοδοχείων καθώς και των επισιτιστικών μονάδων στις πόλεις αυτές, σύμφωνα με την BAA Airports Limited, Ξενοδοχεία La Salle Hotels.

Τέλος, ο παράγοντας που συμβάλλει στην τόνωση του εισερχόμενου τουρισμού στις περιφερειακές πόλεις, είναι οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους οι οποίες χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό για τις αφίξεις και τις αναχωρήσεις των αεροσκαφών τους τα περιφερειακά αεροδρόμια.

Σαν αποτέλεσμα οι τουρίστες των πόλεων αυτών, διαμένουν στα ξενοδοχεία που βρίσκονται σε κοντινές αποστάσεις από τα συγκεκριμένα αεροδρόμια πριν μεταβούν στα μεγάλα αστικά κέντρα ή πριν την αναχώρηση της προγραμματισμένης πτήσης τους, όπως διαγράφεται στο Γράφημα 4.





**Γράφημα 4.** Αφίξεις και πληρότητα ξενοδοχείων κοντά στα αεροδρόμια

(Πηγή: BAA Airports Limited, Ξενοδοχεία La Salle Hotels)

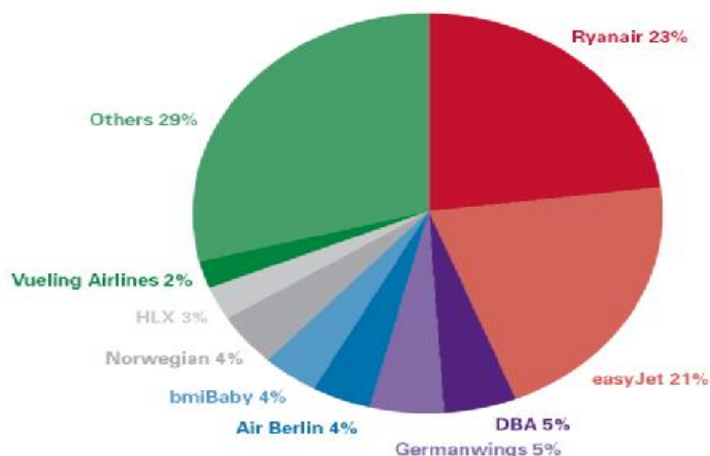
Είναι επίσης σημαντικό να αναφέρουμε τα λόγια του Wynne-Smith (2006), “όχι μόνο η τόνωση που επέφερε η αύξηση του τουρισμού στις ξενοδοχειακές και επισιτιστικές μονάδες, αλλά και η τόνωση στους άλλους τομείς της αγοράς των τουριστικών προορισμών, για παράδειγμα η αγορά ακινήτων. Πολλοί τουρίστες αρέσκονται στο να αγοράζουν κατοικίες στους αγαπημένους τους τουριστικούς προορισμούς ως εξωτικές κατοικίες. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την ενδυνάμωση της τοπικής οικονομίας.

Αυτό μεταφράζεται σαν αύξηση της κινητικότητας στα εμπορικά κέντρα, τις διάφορες επισιτιστικές μονάδες, καθώς επίσης και την εισροή νέων εσόδων στο δημόσιο τομέα μέσω των φόρων και των παρεχόμενων αγαθών και υπηρεσιών (νερό, ρεύμα, τηλεπικοινωνίες, μέσα μαζικής μεταφοράς κτλ)”

Τέλος, οι εταιρίες χαμηλού κόστους συνέβαλλαν στην κινητοποίηση των ταξιδιωτών αναψυχής σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς κατά τη διάρκεια όλων των εποχών και όχι μόνο στις κυρίως εποχές (χειμώνας-

καλοκαίρι), σύμφωνα με άρθρο του Elmar στην ιστοσελίδα Quantify (2006).

**European LCCs Market Share, March 2006**



**Γράφημα 5.** Τμηματοποίηση της Ευρωπαϊκής αγοράς των εταιριών χαμηλού κόστους στην Ευρώπη (Πηγή: BAA Airports Limited)

Είναι λογικό μετά το χρονικό διάστημα που έχει μεσολαβήσει από την ολοκλήρωση της άνωθεν έρευνας μέχρι τώρα, να έχουν αλλάξει ορισμένα απ' τα δεδομένα στα μερίδια αγοράς των αεροπορικών εταιριών καθώς και να παρατηρούνται διακυμάνεις στα ποσοστά. Δυστυχώς όμως, δεν βρέθηκαν νεότερες και πιο εκσυγχρονισμένες έρευνες για το θέμα.

## 5.2 Πώς οι εταιρίες χαμηλού κόστους γίνονται κερδοφόρες

Για την μεγιστοποίηση του ενεργητικού των εταιριών, υπάρχουν τρεις ευαίσθητες, περιοχές που επιτρέπουν την μείωση του κόστους.

1. Πρώτον, είναι οι δαπάνες για το εργατικό δυναμικό, οι οποίες ανέρχονται στα 25%-35% του συνολικού κόστους· αυτές, θα πρέπει να περιορίζονται ενώ η παραγωγικότητα να αυξάνεται. Σύμφωνα με την ECA (2002), ο μέσος ετήσιος μισθός ενός πιλότου εταιρίας χαμηλού κόστους, (έστω για κοντινές πτήσεις) είναι 28% χαμηλότερος από τον πιλότο αντίστοιχων δρομολογίων των συμβατικών αεροπορικών εταιριών, ενώ οι εργατοώρες ενός μέσου πιλότου LCC, είναι 25% περισσότερες. (Dobruszkes, 2006)

Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα, «της αεροπορικής εταιρίας Spirit Airlines, η οποία στα κεντρικά της γραφεία δεν έχει υπάλληλο να εξυπηρετεί το χώρο υποδοχής. Αλλά έχει αναρτημένο στον τοίχο του ένα πανό, που εξηγεί με έντονα γράμματα :

**«Ο αυτοεξυπηρετούμενος (self service) χώρος της reception, δίνει στην εταιρία τη δυνατότητα να εξοικονομήσει 2 cents για κάθε πελάτη, μόνο και μόνο επειδή δεν υπάρχει προσωπικό στο χώρο αυτό»** (Arnoult and Miramar, 2008)

2. Επίσης, οι αεροπορικές εταιρίες υιοθετούν για τις συναλλαγές τους το ηλεκτρονικό εμπόριο· στις πωλήσεις τους, στα εισιτήρια που εκδίδουν και στη γενικότερη διάθεση του προϊόντος τους,(e-commerce, e-booking, e-ticketing).
3. Επιπρόσθετη μείωση κόστους, επέρχεται από αλλαγές στη λειτουργία και στην εξυπηρέτηση, με ελαχιστοποίηση του δικαιούμενου σέρβις και προσωπικού πάνω στο αεροσκάφος.

4. Χρήση ενός μόνο τύπου αεροπλάνου, αυτόνομη διατήρηση και πλήρωμα συντήρησης αεροσκαφών καθώς
5. και τέλος, εκτεταμένη χρήση του αεροσκάφους, παραμένοντας πάντα μέσα στα νομικά πλαίσια σε κάθε περίπτωση.

Εκτιμάται ότι οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, δύνανται να λειτουργήσουν με το 40 έως και 50% του κόστους ενός συμβατικού αερομεταφορέα, καθώς και οι συνολικές δαπάνες τους είναι έως και 60% λιγότερες από τις συμβατικές.

### **5.3 Η εξάλειψη της γραφειοκρατίας**

Οι χαμηλού κόστους εταιρίες, εκτός από “τάσεις μινιμαλισμού” μας εξηγεί ο Nigel (2007), που έχουν στην παροχή των υπηρεσιών τους, ακολουθούν την ίδια λογική και σε γραφειοκρατικά θέματα.

Έχουν απλουστεύσει τις μεθόδους εργασίας τους, με την αποδοχή της έννοιας του “χωρίς χαρτί γραφείου”. Η διαχείριση και η διοίκηση των εταιριών έχει αναληφθεί εξ ολοκλήρου από τα συστήματα πληροφορικής, που μπορούν να προσπελαστούν μέσω ασφαλών διακομιστών από οπουδήποτε στον κόσμο επιτρέποντας μεγάλη ευελιξία στη λειτουργία της αεροπορικής εταιρίας.

### **5.4 Εγκατάλειψη της business class**

Στις μεγάλες αγορές όπως τα υπερατλαντικά ταξίδια, θα υπάρχουν πάντα κάποιοι επιβάτες που θα είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για ορισμένες έξτρα υπηρεσίες, αλλά είναι δύσκολο να προσφέρουν αυτή την επιλογή και στους επιβάτες κοντινών ευρωπαϊκών διαδρομών, διότι προσθέτουν σημαντική χρηματική αξία στη τιμή του εισιτηρίου.

Σύμφωνα με τον Nigel (2007), η Business Class αυξάνει σημαντικά το κόστος ανά μονάδα, αλλά για τις περισσότερες από τις μεγάλες αεροπορικές εταιρίες που εξακολουθούν να προσφέρουν τις υπηρεσίες αυτές, υπάρχει λογική εξήγηση.

▼Πρώτον, είναι απαραίτητο να αναφερθεί, τι συνδέει τους επιβάτες της πρώτης και της διακεκριμένης θέσης σε μακρινούς προορισμούς και αυτό είναι οι συνδεδεμένες πτήσεις (connecting flights). Διαφορετικά, είναι πιθανό να στραφούν σε αντίπαλους αερομεταφορείς και αυτά τα άτομα είναι πολύτιμα για τα έσοδα των δρομολογίων μακρινών προορισμών.

▼Δεύτερον, πολλές από τις ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες εξακολουθούν να μην αντιμετωπίζουν τον ανταγωνισμό των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους για το δίκτυο των κοντινών προορισμών. Έτσι, μπορούν να διατηρήσουν τις παραδοσιακές τιμολογήσεις, αναγκάζοντας ταξίδια χωρίς Σάββατο βράδυ διαμονή σε business class, συνεχίζει ο Nigel, (2007)

▼Τρίτον, ορισμένοι επιβάτες εξακολουθούν να είναι πρόθυμοι να πληρώσουν για το υψηλότερο επίπεδο εξυπηρέτησης που είναι διαθέσιμο. Στην περίπτωση που οι πρόσθετες οικονομικές επιβαρύνσεις βρίσκονται μέσα στα όρια του προϋπολογισμού του μελλοντικού ταξιδιώτη, τότε έχει την πολυτέλεια στο να επιλέξει μια καλύτερη θέση με αναβαθμισμένες υπηρεσίες σε αντίθεση με μια οικονομική θέση.

Σχεδόν όλοι οι ευρωπαϊκοί "εθνικοί αερομεταφορείς" εξακολουθούν να προσφέρουν δύο κατηγοριών θέσεις και σε κοντινά δρομολόγια και σε διεθνείς γραμμές με αεροσκάφη μεγέθους Boeing 737 ή μεγαλύτερα.

Για τις ανεξάρτητες ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιρίες χωρίς μεγάλων αποστάσεων δίκτυο, η κατηγορία business class είναι πλέον “νεκρή”.

## 5.5 Αυξημένη χρήση των αεροσκαφών

### 1. Turnarounds

Όπως έχουμε ξαναφέρει, οι εταιρίες χαμηλού κόστους προσπαθούν να πραγματοποιήσουν γρήγορες αναστροφές ανάμεσα στα ζεύγη των πόλεων που εκτελούν δρομολόγια, αυξάνοντας έτσι την παραγωγικότητα του αεροσκάφους κατά την διάρκεια μίας ημέρας. Σε ορισμένους περιορισμούς ανάλογα με την αεροπορική κυκλοφορία του κόμβου, ορισμένες φορές δεν καθίσταται δυνατή η μεγιστοποίηση της χρήσης των αεροσκαφών. Τα αεροσκάφη πρέπει συχνά να ακινητοποιούνται στο έδαφος για περισσότερο από το ελάχιστο χρονικό διάστημα για να συγχρονιστούν από το κέντρο ελέγχου, με τις υπόλοιπες εισερχόμενες πτήσεις.

Ο Nigel (2007), συνεχίζει ισχυρίζοντας ότι οι παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες έχουν επίσης προγραμματίσει πλέον μεγάλης διάρκειας turnarounds για να επιτρέψουν την τροφοδοσία και τον καθαρισμό των αεροσκαφών και για να προσφέρουν χρόνο για τυχόν απρόοπτα γεγονότα, που θα καθυστερούσαν σε άλλες περιπτώσεις τον χρόνο αναχώρησης του αεροσκάφους.

Οι επιβάτες το βρίσκουν λιγότερο πειστικό - κουραστικό να κάνουν μια μικρή βόλτα στο αεροσκάφος, 20 λεπτά πριν την αναχώρηση και να χαλαρώσουν στις θέσεις τους αντί να χρειάζεται να περιμένουν στην πύλη για την τελευταία στιγμή προς επιβίβαση κλήση.

## 2. Γέφυρες επιβίβασης

Η χρήση γεφυρών επιβίβασης παρέχουν ένα υψηλότερο επίπεδο εξυπηρέτησης των επιβατών, ιδίως σε δυσμενείς καιρικές συνθήκες και σε περιπτώσεις επιβατών με αναπηρία. Όμως, επιβραδύνει την επιβίβαση και την αποβίβαση. Αυτό είναι κατά κύριο λόγο επειδή μόνο η μπροστινή είσοδος / έξοδος από το αεροσκάφος μπορεί να χρησιμοποιείται με την σύνδεση των γεφυρών.

## 3. Μη αριθμημένες θέσεις

Οι καταλογισθείσες θέσεις είναι ένας άλλος παράγοντας που καθυστερεί την διαδικασία της επιβίβασης. Οι επιβάτες χρειάζονται περισσότερο χρόνο για να βρουν τις θέσεις που τους έχουν οριστεί παρά απλώς να εισέλθουν στην πρώτη διαθέσιμη. Εν συνεχεία υπάρχει περίπτωση καθυστέρησης, αφού μπλοκάρουν τον διάδρομο καθώς προσπαθούν να φτάσουν τα ντουλάπια πάνω από τις θέσεις τους.

Τα σημεία αυτά τα παραθέτουμε έχοντας ως πηγή τα λεγόμενα του Nigel (2007).



## **5.6 Δημιουργία μιας χαμηλού κόστους θυγατρικής**

Πολλές προσπάθειες έχουν καταβληθεί από τις παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες στη Βόρεια Αμερική και την Ευρώπη, για τη δημιουργία θυγατρικής εταιρίας αερομεταφορών με χαμηλού κόστους μοντέλο, ως απάντηση στην αύξηση των νεοεισερχομένων ανταγωνιστών. Οι στόχοι των εν λόγω αερομεταφορέων, ποικίλουν και σε πολλές περιπτώσεις δεν έχουν μεγάλη επιτυχία (Morrell (2005), Graham και Vowles, (2006)).

Η θυγατρική εταιρία επικεντρώνεται στις βασικές της λειτουργίες, όπως η διαχείριση ενός δικτύου αερομεταφορών μεταφέροντας τις δευτερεύοντες λειτουργίες τις όπως υπηρεσίες εδάφους και κέτερινγκ σε εξωτερικούς συνεργάτες.

Με αυτό τον τρόπο θα περικόψει σημαντικά τα μελλοντικά κόστη σε τομείς που υπό άλλες συνθήκες επιβάρυναν την εταιρία και συγχρόνως, μειώνοντας κατ' αυτό τον τρόπο και τις τιμές των εισιτηρίων της, με αποτέλεσμα να γίνεται πιο ανταγωνιστική (Doganis, 2005)

## **5.7 Μίμηση των εταιριών χαμηλού κόστους από FSC**

Πολλές παραδοσιακές εταιρίες, μία από αυτές και η British Airways (BA), που έχει κάνει μερικά από τα μεγαλύτερα βήματα στο Gatwick, προσπαθούν να μιμηθούν το μοντέλο των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.

Για παράδειγμα η συντόμευση των διαδικασιών επιβίβασης και αποβίβασης, και αυστηρότερες τακτικές turnaround, διατηρώντας κάποια βασικά χαρακτηριστικά, όπως οι καταλογισθείσες θέσεις, ο καθαρισμός, η τροφοδοσία και η χρήση των air bridges (φυσούνες), μας φανερώνουν



την κλίση που έχουν πάρει οι αντίστοιχες εταιρίες προς τον τρόπο που καθιστούν όμως δύσκολη την επίτευξη για ένα turnaround 30 λεπτών περίπου, ιδιαίτερα σε πτήσεις με υψηλή πληρότητα, όπως αναφέρει σε άρθρο του ο Nigel.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### 6.1 Σχεδιασμός προϊόντος

Με την απελευθέρωση των αερομεταφορών και με τη μείωση / χαλάρωση των νομοθεσιών στην αγορά, ο κλάδος έχει αρχίσει να γίνεται πιο ανταγωνιστικός με τη παρουσία πολλών νέων και διαφορετικών υπηρεσιών που προσφέρει η κάθε εταιρία.

Για την εκάστοτε αεροπορική εταιρία, ο σχεδιασμός του προϊόντος της βασίζεται σε δύο στοιχεία κλειδιά. Πρώτον, στη μελλοντική ζήτηση της αγοράς και το κατά πόσο θα είναι σε θέση η κάθε εταιρία να ανταπεξέλθει στη ζήτηση αυτή και δεύτερον, στη διαχείριση του κόστους του προϊόντος που θα προσφέρει για να καλύψει τη ζήτηση, μας εξηγεί ο Doganis (1991).

Οι πιθανοί πελάτες των εταιριών θα επηρεαστούν από τους εξής παράγοντες:

1. Τις τιμές των εισιτηρίων της κάθε εταιρίας καθώς επίσης και τους όρους χρήσης.
2. Τα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών που προσφέρει η κάθε εταιρία
3. Η ευκολία και ο βαθμός της προσβασιμότητας στα προϊόντα που προσφέρει η κάθε εταιρία
4. Τις ανέσεις μέσα στο αεροσκάφος
5. Η εικόνα της κάθε εταιρίας και των προϊόντων της

## 6.2 Ανταγωνισμός μεταξύ των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους

Με τον γρήγορο ρυθμό ανάπτυξης των εταιριών χαμηλού κόστους, συναντάμε πλέον σε μια διαδρομή περισσότερες από μία εταιρίες αυτού του είδους που να εκτελούν το ίδιο δρομολόγιο. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τον ανταγωνισμό μεταξύ των εταιριών.

Ο ανταγωνισμός μεταξύ των χαμηλού κόστους και των συμβατικών εταιριών είναι γνωστός, καθώς επίσης και οι διαφορές μεταξύ των δύο, τόσο ως προς τον τρόπο λειτουργίας τους αλλά και ως προς το είδος των υπηρεσιών που προσφέρουν.

Αυτό που δεν είναι τόσο ευδιάκριτο, είναι ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών χαμηλού κόστους. Το μόνο σημείο στο οποίο φαίνεται καθαρά ο ανταγωνισμός τους, είναι η τιμή των ναύλων, αλλά δεν είναι και το μόνο. Υπάρχει και μία διαφοροποίηση στα προϊόντα και στις υπηρεσίες που προσφέρει η κάθε εταιρία.

Σύμφωνα με τον Dudden (2004), υπάρχουν δύο κατηγορίες εταιριών χαμηλού κόστους. Οι εταιρίες “χαμηλότερου κόστους” όπως η Ryanair, οι οποίες χρησιμοποιούν περιφερειακά αεροδρόμια και δεν προσφέρουν τίποτα δωρεάν, το κάθε προϊόν τους αγοράζεται ξεχωριστά κατά τη διάρκεια των πτήσεων, και οι εταιρίες “χαμηλού κόστους”, όπως η easyJet και η AirBerlin, οι οποίες χρησιμοποιούν σε μεγάλο βαθμό τα κυρίως αεροδρόμια.

Δεν είναι μόνο αυτά τα δύο σημεία στα οποία διαφέρουν και ανταγωνίζονται οι εταιρίες LCC. Σύμφωνα με τα στοιχεία από έρευνες, μπορούμε να πούμε ότι υπάρχουν πέντε σημεία διαφοράς-ανταγωνισμού μεταξύ των εταιριών όπως μας υπογραμμίζουν οι Barbot (2004) και Wynne-Smith (2006):

1. Αεροδρόμια αναχώρησης / άφιξης. Κάποιες εταιρίες χρησιμοποιούν μικρά περιφερειακά αεροδρόμια, ενώ άλλες χρησιμοποιούν τα κεντρικά αεροδρόμια των πόλεων.
2. Στον τύπο αεροσκαφών που χρησιμοποιούνε. Κάποιες εταιρίες χρησιμοποιούνε Boeing 737 ενώ άλλες Airbus 319. Κάποιες χρησιμοποιούν και τους δύο τύπους αεροσκαφών, ενώ υπάρχει και ένας μικρός αριθμός εταιριών που χρησιμοποιούν κάποιον άλλο τύπο.
3. Δωρεάν υπηρεσίες κατά τη διάρκεια της πτήσης όπως φαγητό-σνακ, αναψυκτικά και διάφορα ποτά.
4. Διαφορετικές συμπληρωματικές υπηρεσίες σε σχέση με τη πτήση, όπως καταλύματα και ενοικιάσεις αυτοκινήτων.
5. Στο επιβατικό κοινό που θα προτιμήσει κάποια συγκεκριμένη εταιρία, γιατί ξεχωρίζει την ποιότητα και τις υπηρεσίες που προσφέρει, είτε γιατί απλά η εταιρία ανήκει στη χώρα προέλευσης του πελάτη και τον διευκολύνει περισσότερο.

### 6.3 Πτήσεις charter: Σύγκριση και ανταγωνισμός

Οι πτήσεις charter, όταν πρωτοεμφανίστηκαν ήταν ναύλωση θέσεων σε αεροπλάνα τα οποία πωλούνταν από ταξιδιωτικά γραφεία και αποτελούσαν μέρος ενός γενικότερου και μεγαλύτερου πακέτου, που θα περιελάμβανε διαμονή, μεταφορά από και προς το τόπο διαμονής και ξεναγήσεις. Όσο εδραίωναν την θέση τους στο τομέα, την δεκαετία του 1990, άρχισαν να διαφοροποιούνται, όταν οι tour operators πωλούσαν και μεμονωμένα τα εισιτήρια των ναυλωμένων πτήσεων (seat-only). Οι συγκεκριμένες θέσεις κόστιζαν 30% έως και 40% χαμηλότερα από τα συμβατικά αεροπλάνα. Δηλαδή κυμαίνονταν περίπου στις ίδιες τιμές με αυτές των εταιριών χαμηλού κόστους. Στα τέλη του '90, υπήρχαν πολλές διαδρομές που εξυπηρετούνταν από πτήσεις charter.

Διαφορές και πλεονεκτήματα των charter έναντι των χαμηλού κόστους εταιριών:

1. Χρήση μεγαλύτερων και οικονομικότερων αεροσκαφών
2. Μεγαλύτερη καθημερινή χρήση αεροσκάφους, πραγματοποιώντας και πτήσεις και κατά την διάρκεια της νύχτας
3. Μεγαλύτερη πληρότητα μέσα στο αεροσκάφος η οποία φτάνει σε κάθε πτήση το 85-90%.
4. Πραγματοποίηση δρομολογίων μονάχα σε high season εποχές ή όταν υπάρχει πολλή ζήτηση χωρίς να απαιτείται μεγάλη καθημερινή συχνότητα στις πτήσεις.
5. Οι προγραμματισμένες πτήσεις που τελικά δεν θα συμπληρώσουν την απαιτούμενη πληρότητα, είτε ακυρώνονται είτε συγχωνεύονται με κάποια άλλη πτήση.

6. Το μεγαλύτερο μέρος των θέσεων πωλείται σε μικρό αριθμό μεγάλων tour operator.

Αλλά:

Κάποιες υπηρεσίες είναι ακριβότερες στις πτήσεις charter.

Συνεχίζοντας θα αναφερθούμε σε ένα παράδειγμα. Τί έγινε στην περίπτωση της Monarch -η οποία είναι η τρίτη μεγαλύτερη εταιρία charter στην Μεγάλη Βρετανία- και της easyJet. Και οι δύο εταιρίες πραγματοποιούν πτήσεις από το Luton, ένα από τα περιφερειακά αεροδρόμια του Λονδίνου. Όταν όμως η easyJet εισήγαγε και αυτή την διαδρομή προς την Πάλμα, ανάγκασε την Monarch να αποσυρθεί από τον συγκεκριμένο προορισμό μιας και σταμάτησε ο κόσμος να την προτιμά.

Είναι σπάνιο να προτιμούνται εταιρίες πτήσεων charter, οι οποίες ορίζουν οι ίδιες συγκεκριμένες ημερομηνίες και ώρες πτήσεων, από την στιγμή που για τον ίδιο προορισμό, έχουν την δυνατότητα οι επιβάτες να ταξιδέψουν με επίσης λίγα χρήματα μέσω κάποιας αερογραμμής χαμηλού κόστους, και να διαλέξουν την πτήση που τους ταιριάζει σύμφωνα με το δικό τους πρόγραμμα.

Επίσης τις χαμηλού κόστους αεροπορικές εταιρίες θα τις προτιμήσουν και οι ταξιδιώτες που μεν θα θέλουν να κάνουν και γρήγορες και οικονομικές μετακινήσεις, αλλά και που δεν τους χρησιμεύει ολόκληρο το πακέτο – μεταφορά, διαμονή κτλ- το οποίο προσφέρουν οι tour operator και οι πτήσεις charter.

#### **6.4 Πως μπορούν να επιβιώσουν μακροχρόνια οι εταιρίες χαμηλού κόστους**

Οι εταιρίες χαμηλού κόστους, στην Ευρώπη, την Αμερική και τον υπόλοιπο κόσμο, έπρεπε ανταπεξέλθουν σε ορισμένες δυσκολίες ώστε να μπορέσουν να επιβιώσουν και μακροχρόνια μέσα στον χώρο της αεροπλοΐας.

Το πρώτο ζήτημα ήταν ο ανταγωνισμός. Οι εταιρίες δεν συναγωνίζονται μονάχα μεταξύ των εταιριών του είδους τους (LCC), αλλά θα πρέπει να προτιμούνται και από τις συμβατικές, οι οποίες μάχονται για να διατηρήσουν την θέση τους στους σημαντικούς προορισμούς.

Φέρνοντας ένα παράδειγμα, στις αρχές του 2000, υπήρχαν γύρω στους 10 προορισμούς με αφετηρία το Λονδίνο, προς την Βενετία, την Φρανκφούρτη, την Βαρκελώνη, την Λυών και προς άλλους. Οι πτήσεις εφαρμόζονταν από δύο χαμηλού κόστους εταιρίες και τρεις παραδοσιακές αερογραμμές. Ο ανταγωνισμός ήταν αναμενόμενος. Σε περιόδους off peak, η Ryanair συγκεκριμένα, προσέφερε 160.000 θέσεις δωρεάν, σε πτήσεις όλων των ημερών εκτός Κυριακής για μια περίοδο 2 μηνών. Επίσης άλλες 850.000 εισιτήρια για 24.99 λίρες μετ'επιστροφής, με μοναδική χρέωση και στις δύο περιπτώσεις τα τέλη του αεροδρομίου που ανέρχονταν στις 15 λίρες.

Αυτές οι χαμηλές χρεώσεις πηγάζουν από την εισαγωγή των εταιριών χαμηλού κόστους και τον έντονο ανταγωνισμό που έφεραν μαζί τους. Ως απάντηση σε αντίστοιχες περιπτώσεις οι συμβατικές εταιρίες, θα μειώσουν τις χρεώσεις στους ναύλους για περιόδους χαμηλής ζήτησης.

Ανταγωνισμός θα υπάρξει ανάμεσα και στις χαμηλού κόστους εταιρίες που δεν εξυπηρετούν τους ίδιους αερολιμένες. Και αυτό προκύπτει από το γεγονός ότι τα τελευταία χρόνια πολλοί άνθρωποι,

λόγω του φόρτου εργασίας, την έλλειψη χρόνου και της οικονομικής τους κατάστασης, δίνουν έμφαση στο να κλείσουν ολιγοήμερες διακοπές με οικονομικότερα πακέτα, για να διαφύγουν την “ρουτίνα” της καθημερινότητας και “βάζοντας σε δεύτερη μοίρα” το προορισμό.

Ένα άλλο πρόβλημα που καλούνται οι εταιρίες χαμηλού κόστους να ξεπεράσουν, είναι συνδεδεμένο με το ρίσκο που παίρνουν ορισμένες εταιρίες, αυξάνοντας ραγδαία τον στόλο τους. Έχει μελετηθεί ότι η Go, η Ryanair, η easyJet και άλλες αντίστοιχες εταιρίες, μιας και η επιβατική τους κίνηση αυξανόταν σημαντικά κάθε χρόνο από την ίδρυσή τους, όλες στόχευαν να προσθέσουν ή ακόμα και να πολλαπλασιάσουν το στόλο τους με νέα αεροσκάφη Boeing 737 μέχρι και τις αρχές του 2000, μας πληροφορεί ο Doganis (2001). Όλα αυτά μέχρι που μπήκε στην αγορά η Buzz. Οι εταιρίες είχαν σκοπό να αυξήσουν τον στόλο τους παραπάνω απ’ την ζήτηση που υπήρχε στην αγορά. Το λάθος σε αυτήν την περίπτωση, ήταν ότι η ξαφνική και ραγδαία διεύρυνση θα προκαλούσε πιέσεις στο να μειωθούν οι τιμές για πολλούς προορισμούς και με συνέπεια να μη μπορέσει να αξιοποιηθεί η δυναμικότητα των στόλων.

Απεναντίας η αμερικάνικη Southwest, αποδείχθηκε επιτυχημένη - εκτός των άλλων παραμέτρων-, εξαιτίας της στρατηγικής της, η οποία την συμβούλευε να έχει μια ισορροπημένη και σταδιακή ανάπτυξη.

Το τελευταίο πρόβλημα σύμφωνα πάντα με τον ίδιο συγγραφέα, που αντιμετωπίζουν οι εταιρίες χαμηλού κόστους, είναι το αν θα μπορούν να σταθούν αρκετά ανταγωνιστικές ενάντια στις επίσης χαμηλές χρεώσεις των τιμών που προσφέρουν οι εταιρίες charter, για τις οποίες μιλήσαμε παραπάνω.



## 6.5 Συμπέρασμα

Είναι γνωστό ότι η ιστορία επαναλαμβάνεται συνοψίζοντας τις εμπειρίες διαφόρων αεροπορικών εταιριών είτε στην Αμερική, είτε σε άλλα μέρη του κόσμου και τις τάσεις που επικρατούν στον τομέα των αερομεταφορών, μπορούμε να εντοπίσουμε κάποια βασικά σημεία στα οποία αν επικεντρωθούν οι εταιρίες χαμηλού κόστους θα μπορέσουν να επιτύχουν την «μακροζωία» μέσα στον κόσμο της αεροπλοΐας.

Αναλυτικότερα τα σημεία αυτά είναι:

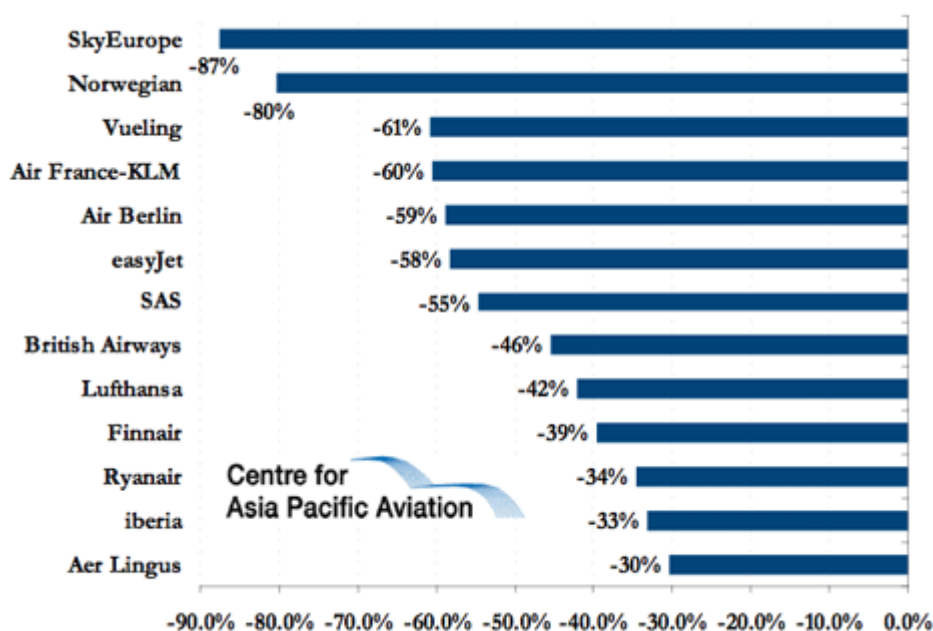
1. Να επικεντρώνουν τις υπηρεσίες τους και να μην ξεφεύγουν από το μοντέλο των χαμηλού κόστους υπηρεσιών, γιατί αυτό είναι που τις κάνει να ξεχωρίζουν και να διαφέρουν από τα υπόλοιπα είδη της πολιτικής αεροπορικής μεταφοράς· ενώ οι εταιρίες που παρασύρονται και έχουν την τάση να αλλάζουν τον προσανατολισμό τους, συνήθως οδηγούνται σε μη επιθυμητά αποτελέσματα.
2. Να συνεχίσει να προσφέρει ανταγωνιστικές τιμές και σε σύγκριση με τις παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες και από τις ναυλωμένες πτήσεις charter και καλύτερες τιμές από τις υπόλοιπες χαμηλού κόστους εταιρίες.
3. Οι εταιρίες χαμηλού κόστους είναι σημαντικό να προσπαθούν να εξασφαλίσουν τις πρώτες δύο θέσεις στις προτιμήσεις των πελατών για τους επιμέρους προορισμούς τους. Κερδίζοντας την εμπιστοσύνη του καταναλωτικού κοινού, δυσκολεύονται ή ακόμα και αποφεύγουν οι άλλες εταιρίες να εισάγουν πτήσεις προς τα συγκεκριμένα αεροδρόμια.

Ο Doganis (2001), κλείνοντας μας εξηγεί ότι αν οι χαμηλού κόστους εταιρίες μπορέσουν να καταφέρουν το παραπάνω τρίπτυχο θα γίνουν κερδοφόρες και θα είναι πολλή δύσκολο να κλονιστούν απ' άλλες νεοεισαχθείσες εταιρίες.

Ωστόσο, υπάρχουν αθέμητοι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν βαθύτατα ορισμένους τομείς. Τον Σεπτέμβριο του 2001, με τις προσκρούσεις των αεροπλάνων στην Νέα Υόρκη, κλονίστηκε η κίνηση στην αεροπλοΐα ευνοώντας όμως συνάμα κάποιους τύπους αερομεταφορών όπου θα αναφερθούμε εκτενέστερα παρακάτω, ενώ στα τέλη του 2008, είμαστε μάρτυρες και στην χώρα μας, της τρέχουσας οικονομικής κρίσης.

Παρακάτω έχουμε παραθέσει έναν πίνακα της πτώσης στην κίνηση των βασικότερων αεροπορικών εταιριών, συμβατικών και μη. Διαπιστώνοντας τα εξής:

### **Ποσοστιαίες μειώσεις στις Ευρωπαϊκές αεροπορικές εταιριές στην περίοδο 2 Ιανουαρίου 2008 εώς 22 Δεκεμβρίου 2008**



Πηγή: Europe Airline Daily article, Source: Centre for Asia Pacific Aviation & Yahoo Finance.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

### 7.1 Η 11<sup>η</sup> Σεπτεμβρίου 2001 και ο αντίκτυπός της στην εναέρια κίνηση



Ενώ η πιο συνηθισμένη αιτία για την πτώση του τζίρου των flag carriers, θεωρούνται τα γεγονότα της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου, στην πραγματικότητα, τα σημάδια της πτώσης εντοπίζονται και πριν από αυτά, “με την πολυπλοκότητα που επικρατούσε στους κλασικούς αερομεταφορείς (Hub & Spoke) και την έκρηξη της κερδοφορίας τους μετά το πέρας του Α΄ πολέμου στο Ιράκ, η οποία οδήγησε σε πρωτοφανή κέρδη και υψηλές πληρότητες.”

Μετά τα γεγονότα όμως στην Νέα Υόρκη, ολοκληρώθηκε η βαθιά κρίση στις αερομεταφορές. Τα προβλήματα έγιναν πλέον ορατά. Το αποτέλεσμα ήταν, πολλές από αυτές να αναστείλουν την λειτουργία τους, να περικόψουν θέσεις εργασίας και να περιορίσουν δραστικά τις πτήσεις τους. Και στην καλύτερη των περιπτώσεων, επιτυγχάνοντας με τον ανασχεδιασμό των δομών τους, μας επισημαίνει ο Αβραμόπουλος (2006).

Η κρίση οδήγησε ορισμένους κραταιούς εθνικούς αερομεταφορείς της γηραιάς ηπείρου σε αδιέξοδο, ενώ παράλληλα ευνόησε τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, που ανέδειξαν τα χαρακτηριστικά τους, την δύναμη και τις αντοχές τους και κατάφεραν να ξεπεράσουν εύκολα την κρίση που έπληττε τον κλάδο τους, να βγουν ενισχυμένες και να αυξήσουν το μερίδιό τους στην αγορά.

Η Ryanair μετά το χτύπημα διέθετε τα εισιτήριά της δωρεάν. Ο πελάτης έπρεπε να πληρώσει μονάχα το κόστος των φόρων των αερολιμένων ενώ η πτήση δεν χρεωνόταν. Με αντίστοιχα τεχνάσματα,

βέβαια όχι τόσο δραματικά, οι εταιρίες βγήκαν αλώβητες από την παγκόσμια κρίση των αερομεταφορών.

## **7.2 Οι φήμες για την ασφάλεια των εταιριών χαμηλού κόστους**

Ο Simon Evans, διευθύνων σύμβουλος του Συμβουλίου Χρηστών των Αερομεταφορών (Air Transport Users Council), είπε σε ραδιοφωνική συνέντευξή του στο BBC, πάνω στο θέμα της ασφάλειας των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους:

«Υπήρχαν ανησυχίες για την ασφάλεια των πτήσεων των εταιριών χαμηλού κόστους στη Βρετανία έως πριν και μερικά χρόνια. Όμως, δεν νομίζω ότι υπάρχει βάση στις καταγγελίες, ότι οι εταιρίες χαμηλού κόστους είναι λιγότερο σχολαστικές από τις άλλες εταιρίες όσον αφορά τη συντήρηση και την ασφάλεια των αεροσκαφών. Η λειτουργία τους υπόκειται στους ίδιους ακριβώς κανονισμούς, τους οποίους πρέπει να σέβονται και οι άλλες εταιρίες. Γνωρίζουν ότι εάν θεωρηθεί ότι παραμελούν τη συντήρηση των αεροπλάνων και τους κανόνες ασφαλείας, τότε ουσιαστικά διαπράττουν επιχειρηματική αυτοκτονία. Είναι βέβαιο πως κάνουν συμβιβασμούς στο τομέα των υπηρεσιών που προσφέρουν στους επιβάτες, κάτι που το παραδέχονται και οι εταιρίες χαμηλού κόστους. Σίγουρα ο τομέας στον οποίο δεν κάνουν συμβιβασμούς είναι ο τομέας της ασφάλειας».

Οι γνωστές εταιρίες χαμηλού ναύλου δεν αποδεικνύονται ως μη ασφαλείς, με βάση τα ως τώρα στοιχεία. Ένα γεγονός που ίσως να φταίει για το στίγμα που έχουν οι εταιρίες χαμηλού κόστους ως μη αξιόπιστες, να είναι η προπαγάνδα από τις λοιπές εταιρίες αλλά και η παραπληροφόρηση και η διαστρέβλωση της αλήθειας από τα ΜΜΕ.

Παραδείγματος χάρη, σύμφωνα με ένα άρθρο, αναφέρεται ότι «μία συγκεκριμένη εφημερίδα, άλλαξε τα στατιστικά στοιχεία για αεροπορικά

ατυχήματα, επικαλούμενη ότι πηγή της ήταν η I.A.T.A.. Επικεντρώνοντας την προσοχή των αναγνωστών της στην ανασφάλεια των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους. Εκτός του ότι αλλοίωσε την πραγματικότητα, παραθέτοντας μεγάλο αριθμό δυστυχημάτων, που δεν είχαν σχέση με πτήσεις πολιτικών αεροσκαφών και πόσο μάλλον εταιριών χαμηλού κόστους, στα στατιστικά που παρέθετε συμπεριλάμβανε ανακριβή στοιχεία. Συγκεκριμένα, αντικατέστησε τις “φθηνές εταιρίες”, με αεροσκάφη της πολεμικής αεροπορίας και πεζοναυτών των ΗΠΑ, οι οποίοι έχασαν κάποια αεροπλάνα στο Ιράκ.» (Εφημερίδα Αυγή, 2005)

Βέβαια για να είμαστε και πραγματιστές, οι θεωρίες για τα αεροπορικά δυστυχήματα δεν είναι αβάσιμες, “όπου υπάρχει καπνός υπάρχει και φωτιά”, όπως λέει και ο λαός. Εντούτοις όπως πολύ ωραία το τοποθέτησε ο αρθρογράφος από την εφημερίδα «Ελευθεροτυπία», “Οι ιδιωτικές εταιρίες που εμφανίζουν υψηλούς δείκτες ατυχημάτων (και δεν είναι καν «χαμηλού κόστους») είναι σε τριτοκοσμικές χώρες που έχουν διεφθαρμένα καθεστώτα. Αλλά σ’ αυτές τις χώρες και οι κρατικές εταιρίες εμφανίζουν πολλά δυστυχήματα ανά εκατομμύριο πτήσεων. ... Το μυστικό βρίσκεται στον έλεγχο. Αν το κράτος δουλεύει σωστά και οι εταιρίες ελέγχονται, το ποσοστό ατυχημάτων είναι χαμηλό. Αν όχι, υπάρχει μια τάση οι εταιρίες χαμηλού κόστους να κατηγορούνται αβάσιμα. ... «Η μαύρη προπαγάνδα που γίνεται από τις παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες κατά των εταιριών χαμηλού κόστους, ... αφήνουν να αιωρούνται υπονοούμενα του στυλ: «Από πού θα κόψουν οι εταιρίες χαμηλού κόστους; Φυσικά από την ασφάλεια».»(Εφημερίδα ΕΛΕΥΘΕΡΟΤΥΠΙΑ, Βέργου 2005) ώστε να υπονομεύσουν τις εταιρίες στα μάτια των ταξιδιωτών και να ανέβουν οι ίδιες, πράγμα που όπως φαίνεται το έχουν καταφέρει σε κάποιο βαθμό.

Ένα άλλο άρθρο, από την εφημερίδα «Απογευματινή» της 19<sup>ης</sup> Αυγούστου του 2005, ανακοίνωσε τα εξής εντός ολίγων:

“ Ένας επαγγελματίας επιχειρηματίας, -και στην περίπτωση που συγκεντρωνόμαστε εμείς τώρα, στις εταιρίες χαμηλού κόστους,- θα στοχεύσει στα κέρδη των 13 δισ. ευρώ του catering και στα 65 δισ. ευρώ της διανομής των εισιτηρίων, αντί να ρισκάρει το κλείσιμο της εταιρίας του για να μειώσει το κονδύλι των 6 δισ. ευρώ που απαιτείται για την συντήρηση των αεροσκαφών”. Με απλά λόγια, δεν θα διακινδυνεύει την ασφάλεια των πελατών του και την ζωή της εταιρίας του στο βωμό του κέρδους, όπου στην τελική δεν είναι και τόσο μεγάλα τα έξοδα για την συντήρηση των αεροσκαφών, για τους λόγους που αναφέραμε σε προηγούμενα κεφάλαια.

Οι LCC ξέρουν και εφαρμόζουν έξυπνα τεχνάσματα για να αυξήσουν τα κέρδη τους. Αλλά επί της ευκαιρίας θα ήταν πιο ξεκάθαρο να μιλούσαμε με νούμερα. Επομένως, κλείνοντας αυτήν την ενότητα, θα ήταν ωφέλιμο να βλέπαμε κάποια βασικά στοιχεία πάνω στην ασφάλεια, συγκρίνοντας και μερικές συμβατικές αεροπορικές εταιρίες στο θέμα της ασφάλειας των πτήσεων:

**Πίνακας Ευρωπαϊκών αεροπορικών εταιριών με βάση τον δείκτη  
θανατηφόρων ατυχημάτων**

<b>Αεροπορική Εταιρία</b>	<b>Αριθμός Ατυχημάτων</b>	<b>Αριθμός Πτήσεων</b>	<b>Δείκτης <u>Θανατηφόρων</u> Ατυχημάτων /εκ. Πτήσεων</b>
<b>EasyJet</b>	0	37,2 εκ.	0
<b>Ryanair</b>	1	42,5 εκ.	0
<b>Iberia</b>	4	4, 5 εκ.	0,89
<b>Air France</b>	7	5,9 εκ.	1,19
<b>TAP</b>	1	0, 85 εκ.	1,18
<b>Olympic</b>	3	1,8 εκ	1,67

(Πηγή: [planecrashinfo.com](http://planecrashinfo.com))

Πρέπει να σημειωθεί ότι στις 10 ασφαλέστερες αεροπορικές εταιρίες του κόσμου συγκαταλέγονται τρεις κολοσσοί «χαμηλού κόστους»: η Αγγλική Easyjet, η Ιρλανδική Ryanair και η South West των Ηνωμένων Πολιτειών.

Σε καμία από τις τρεις εταιρίες δεν έχει συμβεί ποτέ θανατηφόρο ατύχημα. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Διεθνούς Ένωσης Αερομεταφορέων (IATA), το 27% των θανατηφόρων ατυχημάτων συμβαίνει στην Αφρική, όπου αντιστοιχεί μόλις το 3% των πτήσεων σ' όλο τον κόσμο. (Εφημερίδα ΚΥΡΙΑΚΑΤΙΚΗ ΜΠ. Πολυχρονίδη, (21/08/2005))

### 7.3 Ποιοι παράγοντες επηρέασαν την ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους

Από την μέχρι τώρα αναφορά μας στο μοντέλο των LCC, διαπιστώνουμε ότι ένας συνδυασμός γεγονότων και καταστάσεων έχουν συντελέσει στο να βρίσκονται οι εταιρίες αυτές στην κατάσταση που τις γνωρίζουμε εμείς σήμερα. Η επεξήγηση, του ότι είναι καθαρά επακόλουθο τις απελευθέρωσης των αιθέρων και τίποτα άλλο, είναι πολύ απλή. Χωρίς καμία αμφιβολία έχει συμβάλει σε τεράστιο ποσοστό, αλλά δεν είναι επαρκής αυτή η μονοδιάστατη τεκμηρίωση για την ανάπτυξη του κλάδου. Παραδείγματος χάρη, στην Ευρώπη απέκτησε δύναμη η χαμηλού κόστους αερομεταφορά τουλάχιστον 4 χρόνια αργότερα από την απελευθέρωση, σύμφωνα με το άρθρο του Francis *et al* (2006).

Στοιχεία που συνέβαλλαν στην διαμόρφωση της εικόνας των εταιριών χαμηλού κόστους σήμερα:

#### 1. Επιχειρηματικότητα

Η επιχειρηματική υπόσταση της κοινωνίας, με την βοήθεια κάποιων έξυπνων ανθρώπων που εκμεταλλεύτηκαν τις ευνοϊκές συγκυρίες, μεταξύ άλλων ο Tony Ryan και ο Στέλιος Χατζηγιάννου οι ιδρυτές της Ryanair και της easyJet αντίστοιχα.

#### 2. Η αύξηση του πληθυσμού

Το άρθρο από την εφημερίδα «Κυριακάτικη», συνεχίζει και υποστηρίζει ότι επίσης σημαντικό αίτιο της ανάπτυξης των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους είναι και η αύξηση του πληθυσμού και ότι πλέον ο κόσμος στις βιομηχανικά αναπτυσσόμενες και αναπτυγμένες χώρες, είναι οικονομικά ευκατάστατος σε σύγκριση με παλαιότερες



εποχές. –Το άρθρο αυτό είναι από το 2006, πριν δηλαδή να σημειωθούν τα μεγάλα συμπτώματα της οικονομικής κρίσης. Το θέμα αυτό θα μας δοθεί η ευκαιρία να το αναλύσουμε παρακάτω.

### 3. Περισσότερα κράτη μέλη στην Ε.Ε.

Η αφανής αλλά υπάρχουσα ζήτηση για την φθηνή αεροπορική μετακίνηση των ταξιδιωτών, ανήλθε στην επιφάνεια με την πρώτη παρουσία των εταιριών χαμηλού κόστους· αλλά και η συνεχής πρόσθεση χωρών μελών στην Ευρωπαϊκή Ένωση επίσης συνέβαλλε στην παραγωγικότητα. Μάλιστα όπως έχουμε προαναφέρει το μοντέλο των πτήσεων αυτών βασίζεται σε μικρές κυρίως διαδρομές, πράγμα που επιτυγχάνεται αφού οι αποστάσεις στην Ευρώπη δεν είναι αχανείς όπως στην Αμερική ή την Ασία.

### 4. Ελεύθερος χρόνος

Μερικοί άλλοι σημαντικοί παράγοντες, είναι ότι ο σύγχρονος άνθρωπος έχει περισσότερο ελεύθερο χρόνο, αν συγκρίνουμε εμάς με τις παλαιότερες γενιές.

### 5. Υψηλότερο μορφωτικό επίπεδο

Επίσης οι περισσότεροι πολίτες των ευρωπαϊκών χωρών είναι μορφωμένοι· καταρρίπτοντας έτσι τον φόβο προς το ξένο και το διαφορετικό, και όσα περισσότερα στοιχεία μαθαίνουν για το κόσμο έξω απ' τα δικά τους σύνορα, τόσα περισσότερα θέλουν να γνωρίσουν για την κουλτούρα, τον πολιτισμό, τα ήθη και τα έθιμά τους. Μια πολλή εύκολη, γρήγορη, οικονομική και ικανοποιητική λύση στην αναζήτησή τους είναι η επιβίβαση σε κάποιο αεροσκάφος μιας χαμηλού κόστους εταιρίας με προορισμό μια ξένη χώρα.

## 6. Ίντερνετ

Η χρήση του διαδικτύου, παίζει καταλυτικό ρόλο. Παρακινεί το ενδιαφέρον και τη περιέργεια των μελλοντικών ταξιδιωτών να συναντήσουν αυτά για τα οποία έχουν διαβάσει και φυσικά αποτελεί το μέσο για να πραγματοποιήσουν το άυλο μέρος των υπηρεσιών, π.χ. ανεύρεση και κράτηση εισιτηρίων. Μέσω αυτού, έχουν περιοριστεί τα κόστη των εταιριών· η γνωστοποίηση και διανομή του προϊόντος γίνονται πιο εύκολα και χωρίς την διαμεσολάβηση τρίτων, όπου σε άλλες περιπτώσεις θα θέλανε το μερίδιο που τους αντιστοιχούσε για τις εκάστοτε υπηρεσίες που θα προσέφεραν. Ενώ, άμεσα συνδεδεμένο με την χρήση του διαδικτύου, είναι και η απλοποίηση της κοστολόγησης των ναύλων.

## 7. Μεγάλος αριθμός αεροδρομίων

Κλείνοντας, και εκφράζοντας μία ακόμα άποψη των Francis *et al.*, μας τονίζουν ότι και το πλήθος των αερολιμένων συνέβαλαν στην ανάπτυξη των εταιριών χαμηλού κόστους, αποσυμφoreείται η τουριστική κίνηση στα αεροδρόμια, επιτρέποντας εντατικές πτήσεις, ευκολότερη ανεύρεση αερολιμένων σε δευτερεύοντα σημεία και γενικότερα εφαρμογή των θετικών παραμέτρων που ήδη γνωρίζουμε για την σχέση των αεροπορικών εταιριών με τα δευτερεύοντα αεροδρόμια.

Οι λόγοι συνοπτικά:

- ✓ Απελευθέρωση των αιθέρων
- ✓ Επιχειρηματικότητα
- ✓ Περισσότερα κράτη μέλη στην Ε.Ε.
- ✓ Αύξηση πληθυσμού
- ✓ Η ενυπάρχουσα αλλά αφανής ζήτηση
- ✓ Καλύτερη οικονομική κατάσταση
- ✓ Ελεύθερος χρόνος

- ✓ Τουρισμός (αναψυχής και επαγγελματικός)
- ✓ Διαδίκτυο
- ✓ Πληθώρα διαθέσιμων αεροδρομίων

Στην συνέχεια, θα αναφερθούμε και στα σημεία που καθιστούν εμπόδιο για την ανάπτυξη των εταιριών χαμηλού κόστους:

1. Οι νομοθεσίες που αποτρέπουν την δημιουργία και την είσοδο εταιριών χαμηλού κόστους στην αγορά.
2. Η μη διαθεσιμότητα των αεροδρομίων που να πληρούν τις προδιαγραφές για να μπορέσουν να αντεπεξέλθουν στην νέα αγορά και τα γρήγορα turnaround times που πρέπει να γίνονται μέσα σε ένα ημίωρο.
3. Το ποσοστό των ταξιδιωτών που προτιμούν εναλλακτικά μέσα μεταφοράς.

#### **7.4 Η αύξηση των τιμών του πετρελαίου, η οικονομική κρίση και οι επιπτώσεις τους στις αεροπορικές εταιρίες**

Οι υψηλές τιμές των καυσίμων και η κατάσταση της παγκόσμιας οικονομίας, έχουν αυξήσει την πίεση προς τις μικρές αεροπορικές εταιρίες επιταχύνοντας τις συγχωνεύσεις στην αεροπορική βιομηχανία.

Οι εταιρίες δεν ήταν πλέον σε θέση να πληρώσουν τους προμηθευτές καυσίμων, τα αερολιμενικά τέλη και τα τέλη υπερπτήσης.

Η γερμανική αεροπορική εταιρία Lufthansa, η οποία ανακοίνωσε μείωση των εσόδων της, απέκτησε το μεγαλύτερο ποσοστό της βρετανικής αεροπορικής εταιρίας BMI και της γερμανικής Eurowings. Εν τω μεταξύ, η αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους Sterling Airways που

εδρεύει στη Δανία, ανήκει στον όμιλο Northern Travel Group και απασχολεί 1.100 εργαζόμενους ανακοίνωσε κήρυξη πτώχευσης εξ αιτίας της οικονομικής κρίσης.

#### **7.4.1 Οι τιμές του πετρελαίου**

Η τιμή των καυσίμων βασίζεται κατά ένα ποσοστό στις εταιρίες που προμηθεύουν τα καύσιμα και κατά ένα άλλο ποσοστό στη κυβέρνηση της κάθε χώρας.

Το κόστος διαχείρισης ποικίλει σε σύγκριση με το μέγεθος των εγκαταστάσεων και τη ποσότητα του πετρελαίου που διαχειρίζονται. Οι κυβερνήσεις μπορούν να επηρεάσουν τις τιμές των καυσίμων με δύο τρόπους. Με την επιβολή φόρων εισαγωγής ή κάποιου άλλου είδους φόρων, είτε με το να προσπαθήσουν να ελέγξουν τη τιμή στα καύσιμα. (Doganis, 2005).

Σύμφωνα με ανακοινώσεις της Lufthansa, η εταιρία θα αποκτήσει το 50,9% της Eurowings, μετά την προσφορά που δέχτηκε από μέτοχο της τελευταίας, την AK Industriebeteiligung. Η Lufthansa ανακοίνωσε ότι αναμένει τα λειτουργικά έσοδά της να ανέλθουν στο 1,1 δισ. ευρώ, χαμηλότερα από την παλιότερη πρόβλεψη για 1,4 δισ. ευρώ.

Η αεροπορική εταιρία Sterling Airways κήρυξε πτώχευση, καθώς οι Ισλανδοί μέτοχοί της αδυνατούσαν να συνεχίσουν τη χρηματοδότησή της, εξ αιτίας της οικονομικής κρίσης.

Η παγκόσμια οικονομική κρίση που άρχισε το φθινόπωρο του 2007 και οδήγησε στη στασιμότητα της αγοράς είχε επιπτώσεις στις παραδοσιακές εταιρίες. Οι αερογραμμές επικαλούνται τις "μεγάλες αυξήσεις στην αγορά καυσίμων" ως τον παράγοντα που επέκτεινε τα

οικονομικά τους προβλήματα, καθώς και την παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση που έπληξε τους κύριους μετόχους τους.

Την πορεία της αεροπορικής βιομηχανίας κατά το 2007 απειλούσαν να τη περιορίσουν εντός του επόμενου έτους δύο παράγοντες: οι πετρελαϊκές ανατιμήσεις αλλά και η πιστωτική κρίση που πλήττει τις αγορές σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Διεθνούς Ένωσης Αεροπορικών Εταιριών (IATA)

#### **α) Πώς οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους συμβάλλουν στη μόλυνση του περιβάλλοντος**

Σε πληροφορίες που βρήκαμε στην ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ο Τιμ Τζόνσον της Ομοσπονδίας Περιβάλλοντος Αεροπορίας (*Aviation Environment Federation*) μίλησε για το πώς οι εταιρίες χαμηλού κόστους εντείνουν το μείζον πρόβλημα της μόλυνσης του περιβάλλοντος.

Τα βασικότερα σημεία του άρθρου είναι τα εξής:

4. Συνέχιση της λειτουργίας των αεροσκαφών μετά το περάς του τυπικού χρόνου ζωής τους.

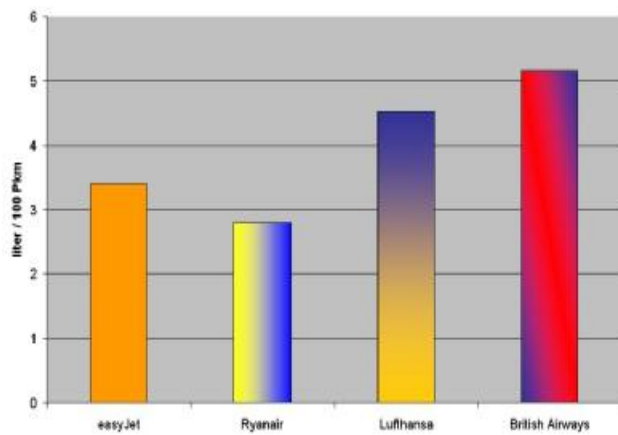
Η έλλειψη κινήτρων από την αγορά για ανανέωση των στόλων. Σε αυτό συμβάλλουν και οι κρατικές επιχορηγήσεις στους εθνικούς αερομεταφορείς κάθε χώρας, οι οποίοι χρησιμοποιούν παλαιά αεροσκάφη που έχουν ξεπεράσει το χρόνο λειτουργικότητάς τους.

Σε αυτό συμβάλλουν και οι συνεχώς αναπτυσσόμενες εταιρίες χαμηλού κόστους οι οποίες επεκτείνουν αντί να ανανεώνουν τον αεροπορικό τους στόλο. Δηλαδή προσθέτουν νέα αεροσκάφη και δεν αποσύρουν τα παλαιά τα οποία έχουν ξεπεράσει το χρόνο λειτουργικότητάς τους. Επίσης άλλο ένα φαινόμενο που συναντάται, είναι η αντικατάσταση ενός παλαιού αεροσκάφους και στη συνέχεια η πώλησή

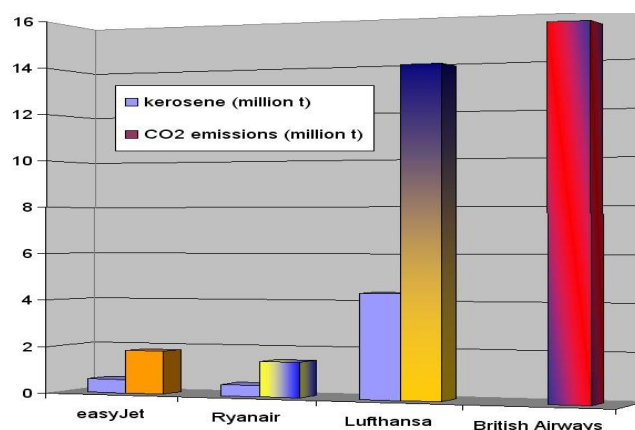
του σε άλλο μέρος του πλανήτη για τη συνέχιση της λειτουργίας του με αποτέλεσμα να μεταφέρει το πρόβλημα σε άλλες χώρες.

#### 5. Επιπτώσεις από τα υψόμετρα των πτήσεων

Τα επιτρεπόμενα υψομετρικά όρια για τις πτήσεις μη στρατιωτικών αεροσκαφών κυμαίνονται μεταξύ των εννέα και δεκατριών χιλιομέτρων. Σε αυτό το ύψος οι εκπομπές ρυπογόνων ουσιών επιβαρύνουν ακόμα περισσότερο το περιβάλλον.



**Η κατανάλωση  
καυσίμων ανά επιβάτη ανά  
100 χιλιόμετρα απόσταση  
της πτήσης**



**Σύνολο κατανάλωσης κηροζίνης και εκπομπών CO2 από διάφορες  
αεροπορικές εταιρίες**

## **β) Μέτρα των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους για την ανακούφιση του περιβάλλοντος**

Τα αεροσκάφη που χρησιμοποιεί η Ryanair για την εκτέλεση των δρομολογίων της είναι καινούργια και μεταφέρουν πλήρες φορτίο επιβατών, πετούν από και προς περιφερειακά αεροδρόμια με μικρή τροχοδρόμηση. Σαν αποτέλεσμα η εταιρεία έχει επιτύχει εξοικονόμηση καυσίμων κατά 55% τα τελευταία εννιά χρόνια σύμφωνα με τα λεγόμενα του Τζιμ Κάλαγκαν, γραμματέα της Ryanair και επικεφαλής ρυθμιστικών υποθέσεων στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Η easyJet στις 2 Αυγούστου 2007 προχώρησε στην πρωτοποριακή καινοτομία, προσφέροντας την επιλογή στους επιβάτες της να επανορθώσουν για τις εκπομπές καυσαερίων που απελευθερώθηκαν κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους επενδύοντας αποκλειστικά σε πιστοποιημένα έργα του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών για τη μείωση της μόλυνσης του περιβάλλοντος.

Ο Uherek δηλώνει επίσης εντός των άλλων, ότι οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους όπως και οι παραδοσιακές αεροπορικές εταιρίες, καταβάλλουν ποσά για φόρους τα οποία επενδύονται για την εύρεση και τη λήψη μέτρων για την ανακούφιση του περιβάλλοντος, την μείωση της ηχορύπανσης και τη βελτίωση της ποιότητας του αέρα. Τα στοιχεία αυτά τα πήραμε από την ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την προστασία του περιβάλλοντος.

#### **7.4.2 Η αιτία της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης**

Η παγκόσμια οικονομική κρίση, μας εξηγεί ο καθηγητής Τραυλός, ξεκίνησε με το “σπάσιμο της Φούσκας” των ακινήτων το καλοκαίρι του 2006 που οδήγησε σε μεγάλο ρυθμό χρεοκοπιών, στεγαστικών δανείων, κυμαινόμενου επιτοκίου (ARM) και μεταφέρθηκε στην αγορά των στεγαστικών δανείων μειωμένης εξασφάλισης “subprime mortgage debt”. Στις ΗΠΑ η αγορά στεγαστικών δανείων ανέρχεται σε 12 τρις. εκατομμύρια δολάρια.

Μείωση 22% σε μια εβδομάδα (6-10/10/2008) στο χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης, η μεγαλύτερη εβδομαδιαία μείωση σε 118 χρόνια, παρόμοια σκηνικά επικρατούσαν και στις μεγάλες χρηματοοικονομικές αγορές άλλων χωρών.

Εν συντομία τα αίτια που οδήγησαν στην παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση είναι τα εξής:

- Υπερβολική χρήση δανειακών κεφαλαίων ( Leverage ).
- Υψηλές αμοιβές στελεχών στον χρηματοπιστωτικό τομέα ( Bonus ) και το
- κανονιστικό πλαίσιο.

#### **7.4.3 Η κρίση έρχεται στην Ελλάδα.**

Σύμφωνα με άρθρο της Μαρίας Μαθιοπούλου στην εφημερίδα ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ (2008), ήδη οι αυξήσεις στους επίναυλους καυσίμων έκαναν την εμφάνισή τους διεθνώς, ενώ και στην Ελλάδα η Aegean ανακοίνωσε πως με δεδομένη την υπερβολική αύξηση της τιμής του



πετρελαίου, αναγκάστηκε να επιβάλει επιπλέον επίνδυση καυσίμων στα αεροπορικά της εισιτήρια.

Από την 1η Οκτωβρίου 2007, μπήκε σε ισχύ η αύξηση του επίνδυσης κατά 2 ευρώ για κάθε διαδρομή εσωτερικού της Aegean και κατά 4 ευρώ για κάθε διαδρομή εξωτερικού. Ενδεικτικό είναι πως τα καύσιμα αντιπροσωπεύουν το 25% του συνολικού κόστους της εταιρίας. Οι έντονες αναταράξεις στον κλάδο των αερομεταφορών στην Ευρώπη άρχισαν τουλάχιστον έναν χρόνο πριν από τα γεγονότα της 11ης Σεπτεμβρίου του 2001 στις Ηνωμένες Πολιτείες.

#### **7.4.4 Η πτώση στην κίνηση των FSC και η άνοδος των LCC**

Η κρίση οδήγησε ορισμένους από τους άλλοτε κραταιούς «εθνικούς αερομεταφορείς» της γηραιάς ηπείρου σε αδιέξοδο και παράλληλα ευνόησε τους νέους «παίκτες», τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, σύμφωνα με την εφημερίδα “Μακεδονία” (2008).

Στις αρχές του 2000, παρατηρείται η πτώχευση πολλών παραδοσιακών αεροπορικών εταιριών, είτε αυτές ήταν ιδιωτικές είτε κρατικές αερογραμμές.

Τα πρώτα «θύματα» της αναταραχής ήταν η βελγική Sabena και η ελβετική Swissair, δύο ιστορικοί ευρωπαϊκοί αερομεταφορείς οι οποίοι οδηγήθηκαν σε λουκέτο λίγες εβδομάδες μετά την 11η Σεπτεμβρίου.

Οι κύριοι λόγοι που συνέβαλλαν στην πτώση τους ήταν οι εξής:

- Οι επιθέσεις της 11ης Σεπτεμβρίου του 2001. Το μεγαλύτερο πρόβλημα εμφανίζεται μετά τα τραγικά γεγονότα. Παρά ταύτα, έπειτα από μια ιδιαίτερα ταραχώδη πορεία, κατάφεραν να πετύχουν μια ισχυρή ανάκαμψη.

- Με δεύτερο ανασχετικό παράγοντα όμως να “χτυπά την πόρτα” των εταιριών, αφήνοντάς τους μόνο να παρακολουθούν τους κόπους και τις προσπάθειες τους τόσων χρόνων να χάνονται από τη μεγάλη άνοδο της τιμής του πετρελαίου.
- Και σαν επιστέγασμα, να ανατέλλει από τον ορίζοντα, η παγκόσμια οικονομική κρίση.

Αμέσως έπειτα από τα πρωτοφανή αυτά συμβάντα, οι εξελίξεις επιταχύνθηκαν και οδήγησαν σε ντόμινο ανακατατάξεων τόσο στον παγκόσμιο όσο και στον ευρωπαϊκό χάρτη των αερομεταφορών.

Οι αναταραχές στον αεροπορικό κλάδο πέρασε γρήγορα και στην Ευρώπη, όπου πολλές μεγάλες εταιρίες αντιμετώπιζαν από καιρό τεράστια οικονομικά προβλήματα.

Στο χρονικό διάστημα από το 2001 έως σήμερα, πολλά έχουν αλλάξει στους ουρανούς της Ευρώπης. Και ακόμη περισσότερα αναμένονται να συμβούν τα επόμενα χρόνια. Παραδοσιακές αεροπορικές δυνάμεις που λειτουργούσαν στην Ηπειρωτική Ευρώπη προχώρησαν σε συγχωνεύσεις και στρατηγικές συμμαχίες για να επιβιώσουν, απολύοντας συγχρόνως δεκάδες χιλιάδες εργαζομένων (Hunter, 2006).

Και ενώ η “κούρσα του πετρελαίου” οδηγεί στα ύψη τα λειτουργικά κόστη των εταιριών, η κινητικότητα στις αερομεταφορές ενισχύεται. Με την αλλαγή και ενδυνάμωση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.

#### **7.4.5 Η ισχυροποίηση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, σε αντιδιαστολή με τις μεγάλες αερομεταφορές στην Γηραιά Ήπειρο**

Εκτός από τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης η οποία ακολούθησε την 11η Σεπτεμβρίου, οι εταιρίες κλασικού τύπου

αντιμετωπίζουν ήδη και τον ανταγωνισμό των εξαιρετικά επιτυχημένων εταιριών χαμηλού κόστους, των οποίων το μοντέλο «έστησε» και γιγάντωσε ο ιρλανδός πρώην λογιστής Μάικλ Ο' Λίρι.

Από το 2002, τονώθηκε ο ανταγωνισμός για τα slots, τα δικαιώματα δηλαδή της προσγείωσης και απογείωσης από τα αεροδρόμια της Ευρώπης, ανάμεσα στους εθνικούς αερομεταφορείς και στις ανερχόμενες εταιρίες χαμηλού κόστους.

Οι μεγάλες εταιρίες όπως η βρετανική British Airways, η γερμανική Lufthansa και η ολλανδική KLM, προχώρησαν σε πολλές απολύσεις για να περιορίσουν τα λειτουργικά τους κόστη. Κατάργησαν παράλληλα ορισμένα δρομολόγια και μείωσαν τη συχνότητα άλλων, αφήνοντας κενούς χρόνους προσγείωσης και απογείωσης (slots) στα μεγαλύτερα αεροδρόμια της Ευρώπης, όπως του Λονδίνου, του Παρισιού, του Άμστερνταμ και της Φραγκφούρτης.

Οι μικρότερες εταιρίες χαμηλού κόστους, διεκδίκησαν «θέσεις» στα πλέον πολυσύχναστα αεροδρόμια της Ευρώπης, με το επιχείρημα ότι οι μεγάλες εταιρίες κατέχουν δικαιώματα τα οποία έχουν πάψει να χρησιμοποιούν και ζήτησαν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να χαλαρώσει το καθεστώς των slots.

Σταδιακά πρόσθεσαν νέους προορισμούς και μεγαλύτερα αεροδρόμια, προχωρώντας παράλληλα στην αγορά νέων αεροσκαφών. Εκμεταλλευόμενες την αποδυνάμωση των μεγάλων αερομεταφορέων και χάρη στις πολύ χαμηλότερες τιμές που προσέφεραν, αύξησαν κατακόρυφα την πελατεία τους.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

### **Β' ΜΕΡΟΣ: Η ΑΝΑΠΤΗΞΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΑΥΤΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

#### **8.1 Εν Ελλάδα**

«Οι άνθρωποι που σχεδιάζουν διακοπές, άσχετα με το εάν έχουν επισκεφτεί την Ελλάδα ή όχι, την βαθμολόγησαν ως τον πιο ελκυστικό προορισμό διακοπών παγκοσμίως», σύμφωνα με τον Ihlau (2008). Και πιστεύουμε πως, κανείς δεν θα διαφωνήσει μαζί του όταν είπε ότι “αυτό αποτελεί μία εξαιρετική βάση για μελλοντικές επιτυχίες στον ελληνικό τουρισμό.”

Σύμφωνα πάντα με τον Ihlau (2008), προδιάθεση και θέληση επομένως από τους τουρίστες υπάρχει, επομένως υπάρχουν ελπίδες για τον φιλοξενούντα λαό. Πλέον λοιπόν εξαρτάται από τις υποδομές και τα μέσα εξυπηρέτησης για να πραγματοποιηθούν οι επιθυμίες των επισκεπτών της χώρας μας.

Η φύση της εργασίας, δεν μας επιτρέπει να εμβαθύνουμε σε όλες αυτές τις λεπτομέρειες διεξοδικά και για να μην ξεφύγουμε απ' το θέμα μας, θα αναλύσουμε μονάχα τις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους και τα αεροδρόμια που τις εξυπηρετούν, αφού πρώτα ξεκινήσουμε με μία μικρή εισαγωγή για μια πιο ομαλή ένταξη στο θέμα.

Η ευημερία των εταιριών χαμηλού κόστους, εξαπλώνεται όλο και πιο έντονα, στις αναπτυγμένες αλλά και στις αναπτυσσόμενες χώρες. Σε όλο τον κόσμο, Αμερική Ασία, Ωκεανία, Νότια Αφρική και Ευρώπη.

Έχουμε ήδη αναφέρει τους λόγους για τους οποίους η Ευρώπη διαθέτει τις προϋποθέσεις και ευνοεί την ανάπτυξη του κλάδου:

- Μεγάλη ζήτηση από το επιβατικό κοινό
- Μικρές σχετικές αποστάσεις
- Ικανοποιητικός αριθμός τουριστών στην προκείμενη χώρα
- Καλό μάρκετινγκ και μανάτζμεντ απ' την πλευρά των εταιριών.

Ενώ παράλληλα θα θέλαμε να προσθέσουμε, ότι έχει αλλάξει και η συμπεριφορά των πελατών. Στις μέρες μας ο ταξιδιώτης, πραγματοποιεί περισσότερα ταξίδια αλλά με μικρότερη διάρκεια. Στην Ευρώπη επικρατεί γενικότερα το μοντέλο, -και όχι μόνο στον τουρισμό- : “ Do it yourself ” και σχετικά με τον κλάδο μας ο ενδιαφερόμενος συνθέτει ο ίδιος το πακέτο της επιλογής του όπως τον διευκολύνει, χωρίς την διαμεσολάβηση τρίτων, συνάμα ευνοώντας και την ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών που εξετάζουμε, αφού επιλέγει επί των πλείστον Low Cost Carriers και όχι τις παραδοσιακές εταιρίες. Αν και στην Ελλάδα ο τουρισμός στηρίζεται στα all inclusive και συνεπώς στους tour operator, δηλαδή παροχή εισιτηρίων, διαμονής και μεταφοράς σε ένα πακέτο, παρά ταύτα, έχει επηρεαστεί ως κάποιο βαθμό από τις Ευρωπαϊκές τάσεις.

Όλα αυτά μας κάνουν να αναρωτιόμαστε: Γιατί η χώρα μας δε φιλοξενεί μεγάλο αριθμό εταιριών χαμηλού κόστους, ή έστω γιατί παρά τις προσπάθειες ένταξής τους στον ελλαδικό χώρο δεν δύνανται να ευδοκιμήσουν τόσο, όσο και σε άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης; (Ας αναλογιστούμε την περίπτωση της Greece Airlines που αναγκάστηκε να “κόψει τα φτερά της”.)

Αυτές τις απορίες θα προσπαθήσουμε να απαντήσουμε, εκφέροντας και την άποψή μας, για το πού θα πρέπει να καταβάλουν προσπάθεια οι αρμόδιοι φορείς στην εκάστοτε περίπτωση. Καθώς και στις συνθήκες που θα πρέπει να επικρατούν ώστε να επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα.

## 8.2 Πώς θα αναπτυχθεί ο κλάδος αυτός στην Ελλάδα.

Γνωρίζουμε καλά ότι η “βαριά βιομηχανία” («Αύξηση του ελληνικού τουρισμού», <http://blog85100.blogspot.com/2008/07/blog-post.html>, Ιούλιος 2008) της χώρας μας θεωρείται ο τουρισμός. Για να τον προφυλάξουμε λοιπόν, θα πρέπει να συνειδητοποιήσουμε την σημαντικότητά του στην οικονομία της χώρας μας και να ενεργούμε ευεργετικά προς αυτόν αφού μας αφορά άμεσα. Επίσης επιβάλλεται να αντιληφθούμε το πόσο άρρηκτα συνδεδεμένες με τον τουρισμό είναι οι αερομεταφορές αλλά και οι εταιρίες χαμηλού κόστους.

Ήρθε η ώρα να απαριθμήσουμε τα σημεία που ενδείκνυται είτε να προσέξουμε είτε να βελτιώσουμε. Θα μας βοηθήσει η συνέντευξη τύπου περί ανάπτυξης των αερομεταφορών του προέδρου του ΗΑΤΤΑ κ. Γ. Ευαγγέλου με θέμα «Αερομεταφορές και Τουρισμός. Μια Σχέση Αλληλεξάρτησης»,(από την ηλεκτρονική ιστοσελίδα, [http://www.money-tourism.gr/images/PagesUn/126\\_AEROMETAFORES.pdf](http://www.money-tourism.gr/images/PagesUn/126_AEROMETAFORES.pdf)), όπου θα παρουσιάσουμε τα κύρια σημεία της:

- Επιπλέον απελευθέρωση

Να γίνουν διαφοροποιήσεις για περαιτέρω απελευθέρωση της αγοράς των εμπορικών αερομεταφορών. Δηλαδή να μετατραπούν ορισμένοι νόμοι, για να υποβοηθήσουν την εξάπλωση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους.

- Τροποποιήσεις στην διοικητική πολιτική αερολιμένων.

Να επανεξεταστεί η διοικητική διαχείριση των περιφερειακών και μη αεροδρομίων. Με άλλα λόγια να αλλάξει η εσωτερική πολιτική των αερολιμένων.

- Τέλη αεροδρομίων

Να μειωθούν τα τέλη των αεροδρομίων ώστε να μετατραπεί σε πιο φιλόξενο προορισμό για τις χαμηλού κόστους εταιρίες.

- Να πραγματοποιηθούν νέες διακρατικές συμφωνίες

Συμβάλλοντας στην προσέλκυση αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους στην Ελλάδα

- Επίγεια εξυπηρέτηση πελατών

Να γίνουν ανάλογες μετατροπές στις υπηρεσίες της επίγεια εξυπηρέτησης, ώστε να συμβαδίζουν με τις σύγχρονες καταναλωτικές απαιτήσεις.

- Κονδύλια

Η Ευρωπαϊκή Ένωση διαθέτει διάφορα κονδύλια για την τουριστική ανάπτυξη των χωρών μελών της. Συγκεκριμένα χρηματοδοτεί και θεσμικά πλαίσια για την έναρξη νέων γραμμών από περιφερειακά αεροδρόμια, μας πληροφορούν τα αποτελέσματα από το ίδιο Forum απ' όπου αντλήσαμε τις πληροφορίες. Επιδοτήσεις τις οποίες θα μπορούσαμε να αξιοποιήσουμε για την δημιουργία των νέων γραμμών.

- Συνεργασία

Να υπάρξει συνεργασία ανάμεσα σε όλο το φάσμα των μελών που επηρεάζουν τον τουρισμό. Τοπική αυτοδιοίκηση, έμποροι και επιχειρηματίες, αεροπορικές εταιρίες, ΕΟΤ. Όλοι όσοι επηρεάζουν και επηρεάζονται από το τουρισμό, άλλωστε οι στόχοι τους είναι κοινοί.

- Κίνητρα

Να δοθούν κίνητρα στις αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους για να καθιερωθούν οι πτήσεις στα «δευτερεύοντα» αεροδρόμια. Γιατί δεν θα είναι πολλές οι εταιρίες οι οποίες θα πάρουν το ρίσκο να διακινδυνέψουν τεράστιες επενδύσεις αν δεν θα υπάρξει πιθανότητα κέρδους.

- Τουριστική σεζόν

Ομολογουμένως ανασταλτικός παράγοντας είναι η μικρή διάρκεια της τουριστικής εποχής στην Ελλάδα που εκτείνεται μονάχα για 6 μήνες. Εναλλακτικές μορφές που υφίστανται στην χώρα μας, είναι είτε αναψυχής, είτε εκπαιδευτικές / εργασιακές. Αν γίνουν συντονισμένες προσπάθειες και από τους δύο κλάδους, τουριστικών προϊόντων / υπηρεσιών και αερομεταφορών, θα μπορούσαν να κατορθώσουν να επεκτείνουν την τουριστική σεζόν ώστε να καλύπτει και τους 12 μήνες τους χρόνου και όχι μόνο απ' το Μάιο μέχρι τον Οκτώβρη.

- Προπαγάνδα

Η παράλογη αντίδραση κάποιων πολιτών και δημοσιογράφων που φοβούνται τον ερχομό των “φθηνών εταιριών”, εξωτερικεύοντας τα δείγματα της ξеноφοβίας που τους διακατέχει, χρησιμοποιούν την προπαγάνδα να λασπώσουν την εικόνα των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους. Δεν είναι εξοικειωμένοι με τη χρήση της τεχνολογίας, -έστω ας αναφερθούμε στο e-ticketing - και γενικά αντιτίθενται σε κάθε τι νέο.

- Ολυμπιακές Αερογραμμές

Τέλος θα θέλαμε να αναφερθούμε στην Ολυμπιακή (ΟΑ). Η εταιρία που ίδρυσε ο Αριστοτέλης Ωνάσης υπήρξε αιτία εθνικής υπερηφάνειας. Δυστυχώς όμως, η εταιρία μετά το πέραςμα του χρόνου, άρχισε να



μαραζώνει ανάμεσα στον ανταγωνισμό, με συνέπεια να καταστεί ζημιογόνα για το ελληνικό “πορτοφόλι”.

Οι προσπάθειες να την κρατήσουν ζωντανή δεν έφεραν αποτέλεσμα. Αλλά οι μέχρι τώρα ενέργειες έβλαπταν και την ανάπτυξη των χαμηλού κόστους εταιριών. Η ύπαρξη μονοπωλίου από την Ολυμπιακή προς συγκεκριμένα αεροδρόμια, ο αθέμιτος ανταγωνισμός προς όφελος της, χάρη στην οικονομική συμπαράσταση του ελληνικού κράτους, αλλά και η συναισθηματική πλευρά του ζητήματος, ότι δηλαδή η Ολυμπιακή είναι το “παιδί” της Ελλάδος, όλοι αυτοί οι παράμετροι συμμαχούσαν και κατέστρεφαν την δυνατότητα να προοδεύσουν οι εταιρίες χαμηλού κόστους.

Σίγουρα υπάρχει ζήτηση, αλλά η χώρα στερείται από τα οικονομικότερα και ταχύτερα μέσα μεταφοράς, για να εξομαλύνει και να αποκαταστήσει την συγκεκριμένη ζήτηση.

Εν κατακλείδι, θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα σωστά οργανωμένο σχέδιο, μελετημένο διεξοδικά, με μακροπρόθεσμες προοπτικές. Η συμβολή του κάθε “λιθαριού” θα υποβοηθά τον γενικότερο κορμό του τουρισμού. Εφαρμόζοντας συνετά και αρμονικά τα παραπάνω σημεία, αποβάλλοντας τον φόβο για κάθε τι καινούργιο, γιατί σε κάθε περίπτωση, η παραπληροφόρηση βλάπτει την χώρα. Οι εταιρίες χαμηλού κόστους, θα μπορέσουν να καρποφορήσουν και στην χώρα μας, ωριμάζοντας τον τουρισμό μας και μεταμορφώνοντάς τον σε μία πιο ανταγωνιστική αγορά απ’ ότι είναι ήδη σήμερα.

- Αξιοποίηση αερολιμένων

Ένα άλλο μεγάλο προτέρημα που έχει η Ελλάδα, και μπορεί να το εκμεταλλευθεί, είναι ότι παρά το μικρό της μέγεθος έχει πολλούς αερολιμένες. Μπορεί αυτοί να είχαν δημιουργηθεί για να εξυπηρετήσουν κυρίως κοινωνικές ανάγκες, κακώς όμως δεν τους είχε δοθεί λεπτομερής

μελέτη από την αρχή όταν τους κατασκεύαζαν, δίνοντάς τους μία πολυμορφικότητα ώστε να χρησιμοποιείται και για την κάλυψη άλλων αναγκών. Τουλάχιστον έστω και τώρα, με κάποιες επιπλέον δαπάνες από τον προϋπολογισμό του κράτους, των ενδιαφερόμενων κατασκευαστικών εταιριών, ακόμα και της Ε.Ε., να ανακατασκευάσουν τα αεροδρόμια, να εξασφαλίζουν τις προδιαγραφές ώστε να δέχονται τις εταιρίες χαμηλού κόστους.

Άλλωστε, όπως έχουμε υπογραμμίσει, οι εταιρίες χαμηλού κόστους προτιμούν τους δευτερεύοντες αερολιμένες για τους ευνόητους πλέον λόγους. Πετυχαίνοντας με αυτό τον τρόπο:

- Τακτικές και Point to Point πτήσεις, συνδέοντας ευκολότερα την χώρα μας με το εξωτερικό και τον τουρισμό με εμάς.
- Όσοι περισσότεροι κόμβοι στην χώρα μας, τόσες περισσότερες εταιρίες θα μπορούν να εξυπηρετούνται και να συνδέουν την χώρα με διαφορετικές περιοχές άλλων χωρών.
- Θα αναπτύσσεται μεγαλύτερος ανταγωνισμός λόγω των πολλών εταιριών, άρα, καλύτερες τιμές και ποιότητα υπηρεσιών για τους ταξιδιώτες.

### 8.3 Τόνωση της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας

Από τις πλέον εξελισσόμενες μορφές τουρισμού, είναι ο τουρισμός πόλεων και ο τουρισμός Σαββατοκύριακου, τα επωνομαζόμενα «city break» ή «Weekend break».



Όπως αναφέρεται σε άρθρο της εφημερίδας Daily News for Greeks of Diaspora στην ιστοσελίδα Greek Insight (<http://www.greekinsight.com/?conID=4794>), αναπτύσσεται με ταχύτερους ρυθμούς από οποιονδήποτε άλλο κλάδο της ευρωπαϊκής οικονομίας. Αποτελεί μάλιστα το 38% του ευρωπαϊκού εξερχόμενου τουρισμού, σημειώνοντας σημαντικές αυξήσεις σε σχέση με τον παραδοσιακό παραθεριστικό τουρισμό.

Είναι απόλυτα συνδεδεμένος με τον συνεδριακό και επαγγελματικό τουρισμό, αφού οι δύο τομείς λειτουργούν συμπληρωματικά μιας και η συνεδριακή βιομηχανία είναι κύριο συστατικό για την ανάπτυξη των city break προορισμών.

Παράλληλα ωστόσο με την έμφαση στο άνοιγμα της αγοράς και την περαιτέρω επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου με την τόνωση των city break, σημαντική είναι και η προσέλκυση των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους (LCCs). Η δυνατότητα φθηνής και γρήγορης μετάβασης στην Αθήνα δεν είναι αντίθετη με την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος. Ένα φθηνό εισιτήριο για ένα Σαββατοκύριακο σε μια πόλη δεν περιορίζει απαραίτητα και τη δαπάνη στον προορισμό αυτό.

Σύμφωνα με την Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών – Αττικής (ΕΞΑ) και το ηλεκτρονικό άρθρο της Daily News for Greeks of Diaspora, η αγορά των city break προορισμών αναμένεται να ξεπεράσει τα 30.000.000

ταξιδιώτες σε ευρωπαϊκό επίπεδο τα προσεχή χρόνια. Μέχρι στιγμής ωστόσο, η Αθήνα κερδίζει μόνον 200.000 επισκέπτες στη συγκεκριμένη κατηγορία από τους συνολικά 2.500.000 τουρίστες οι οποίοι την επισκέπτονται. Πάντως, αν και στον τομέα των υποδομών, δημοσίων και ιδιωτικών, έχουν γίνει σημαντικά βήματα, η Αθήνα παρουσιάζει στέρηση ως προορισμός σε οργάνωση και ολοκληρωμένη προβολή σύμφωνα με την ΕΞΑ.

Έτσι, παρ' όλο που αποτελεί ένα μεταολυμπιακό προορισμό, μεταξύ 2004 και 2006 οι διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχεία της πρωτεύουσας αυξήθηκαν μόνον κατά 600.000 σε απόλυτα νούμερα, όταν αντίστοιχα για τους δέκα κορυφαίους ευρωπαϊκούς προορισμούς κυμαίνονται από 600.000 ως 7.300.000.

#### **8.4 Το διαδίκτυο στην Ελλάδα**

Εάν ρωτούσαμε πριν από 10 χρόνια έναν μέσο έλληνα, την σχέση του με το ίντερνετ, η πιο συνηθισμένη απάντηση που θα δεχόμασταν θα ήταν, ότι δεν ήξερε καν να ανοίγει τον υπολογιστή, πόσο μάλλον να χρησιμοποιεί το διαδίκτυο.

Μονάχα τα τελευταία χρόνια οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές και το “σερφάρισμα” στο διαδίκτυο έχει ενταχθεί στην καθημερινότητά μας. Μάλιστα στατιστικά στοιχεία αναφέρουν πως η Ελλάδα εμφανίζει την μεγαλύτερη αύξηση στην Ε.Ε.. Παρόλα αυτά, είμαστε ακόμα αρκετά πιο πίσω σε σύγκριση με τους υπόλοιπους ευρωπαίους -αν και τα στατιστικά στοιχεία δείχνουν ότι η Ελλάδα εμφανίζει την μεγαλύτερη εξέλιξη.- Στην συνέχεια, όσον αφορά τις αγορές μέσω του διαδικτύου είμαστε πολύ επιφυλακτικοί σαν λαός, διστάζοντας να εισχωρήσουμε τα προσωπικά μας στοιχεία στις ανάλογες σελίδες, μήπως γίνουν τα προσωπικά

δεδομένα διαθέσιμα στον διαδικτυακό κόσμο. Απ' την άλλη μεριά ο τρόπος αγοράς προϊόντων και υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικής μορφής, χρησιμοποιείται κατα κόρων σε άλλες χώρες.

(Δίπλα βλέπουμε μία γελοιογραφία, η οποία σατιρίζει πόσο το ίντερνετ αποτελεί μέρος της ζωής μας.)



(Πηγή: Βιβλίο Έκφρασης Έκθεσης Γ' Λυκείου, 2004)

Η εξέλιξη των εταιριών χαμηλού κόστους, σχετίζεται στενά με την ανάπτυξη του internet. Βέβαια, η ανησυχία αυτή, ξεπερνιέται σιγά-σιγά και η οικειότητα με το ηλεκτρονικό εμπόριο και το e-ticketing (ηλεκτρονικές κρατήσεις) εισέρχονται πλέον και στην ελληνική πραγματικότητα, με άμεσο επακόλουθο να αυξάνεται ο αριθμός των κατειλημμένων θέσεων στα αεροσκάφη.

Ένας παράγοντας-κλειδί στη διαδικασία ανάπτυξης των LCC, είναι το internet. Το 2007 οι online πωλήσεις ταξιδιών έφταναν σχεδόν τα 50 εκατομμύρια ευρώ, με ποσοστό πωλήσεων γύρω στο 98%, αντιπροσωπεύοντας πάνω από το 20% της συνολικής αγοράς, αντιθέτως οι offline πωλήσεις μονάχα το 2%.(Ihlau, 2008)

## **8.5 Ελλάδα. Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών**

Ενώ όσο στην Γηραιά Ήπειρο οι εταιρίες χαμηλού κόστους ευδοκιμούν, επεκτείνοντας τους εναέριους ιστούς τους και καθιστώντας τους συμπαγείς, η Ελλάδα παρακολουθεί τις εξελίξεις από μακριά, την

ίδια στιγμή που “σκοπεύει να αυξήσει τον αριθμό επισκεπτών της κατά 20 εκατομμύρια από το 2005 έως το 2012 με ετήσιο ρυθμό αύξησης 4,4%”, μας τονίζει ο Ihlau, (2008), αποσκοπώντας να μπει και αυτή στον κύκλο των εταιριών χαμηλού κόστους. Από την ροή των καταστάσεων βέβαια ως τώρα, παραμένει με την επιθυμία στις περισσότερες μεριές της χώρας μας, κάνοντας μονάχα τα τελευταία χρόνια δειλά-δειλά τα πρώτα της βήματα.

Η κατασκευή και η εγκαινίαση του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών (ΔΑΑ), ήταν αναμφισβήτητα ένα από τα αξιόλογα γεγονότα στο χώρο των ελληνικών αερομεταφορών τα τελευταία χρόνια. Οι εκτιμήσεις προέβλεπαν ότι χάρη στην στρατηγική του θέση στην Ανατολική Μεσόγειο, θα κατακτούσε κυρίαρχο ρόλο στην περιοχή. Δυστυχώς, μία σειρά από ατυχείς παράγοντες ενεργούν ανασταλτικά για την αξιοποίηση του.

Η γενικότερη κρίση στις αερομεταφορές, τα λυπηρά συμβάντα της 11<sup>ης</sup> Σεπτεμβρίου στις ΗΠΑ, η αύξηση των τιμών του πετρελαίου, και πλέον, από τα τέλη του 2008, η παγκόσμια οικονομική κρίση, αναμφίβολα δεν βοήθησαν στην ανάπτυξη και εξέλιξή του.

Από την άλλη πλευρά, η ενδογενής συνιστώσα και ίσως και το σημαντικότερο αίτιο που δεν ευδοκιμούν οι εταιρίες χαμηλού κόστους σε σύγκριση με τις αντίστοιχες εταιρίες στο εξωτερικό είναι τα υψηλά τέλη. Ο “Ελευθέριος Βενιζέλος” συγκαταλέγεται μεταξύ των ακριβότερων αερολιμένων της Ευρώπης μετά το αεροδρόμιο του Άμστερνταμ και το Charles De Gaulle του Παρισιού.

Το τρίπτυχο που τον καθιστά τόσο ακριβό, οφείλεται αναμφισβήτητα στο υψηλό επίπεδο υπηρεσιών που προσφέρει, εξάλλου έχει βραβευθεί επανειλημμένα για αυτές. Το κύριο αίτιο όμως είναι το χρέος που πρέπει να εξοφλήσει στον γερμανικό όμιλο των κατασκευαστριών εταιριών στο χρονικό διάστημα λειτουργίας του, με βάση την σύμβαση που έχει

υπογραφεί με το ελληνικό δημόσιο, “το σπατόσημο”. Ενώ ο τρίτος παράγοντας, άρρηκτα συνδεδεμένος με τον προηγούμενο και την σύμβαση, είναι ότι απαγορεύεται να λειτουργεί ταυτόχρονα άλλος αερολιμένας στην Αττική. Με επακόλουθο να πρέπει να κλείσει το αεροδρόμιο του Ελληνικού, ενώ ο αερολιμένας της Ελευσίνας, που βρίσκεται σε ενάρετη γεωγραφική θέση ανάμεσα στην Εθνική Οδό Αθηνών - Κορίνθου παραμένει αποκλειστικά προς στρατιωτική χρήση, υπογραμμίζει το Travel Daily News.

Και τα δύο αυτά αεροδρόμια, θα μπορούσαν να αποτελέσουν πολύ καλές εναλλακτικές και να συμβάλλουν στην ύπαρξη ανταγωνισμού σε ευρωπαϊκά δεδομένα. Δυστυχώς όμως, αποθαρρύνονται οι εταιρίες χαμηλού κόστους, αφού δεν προσφέρονται ούτε καν επιχειρησιακές προσφορές.

Απεναντίας στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια έχει σημειωθεί πρόοδος. Για πολύ καιρό ήταν μοναχική η παρουσία της easyJet στα ελληνικά αεροδρόμια, ενώ τα τελευταία χρόνια ξεπροβάλλουν και άλλες ανάλογες εταιρίες εξυπηρετώντας την χώρα με άλλες ευρωπαϊκές μητροπόλεις.

Το 2002 λοιπόν, μονάχα μία εταιρία τελούσε πτήσεις από και προς την Αθήνα, ενώ το φετινό καλοκαίρι οι εταιρίες πολλαπλασιάστηκαν φτάνοντας τις 13, συνδεόντάς την με 21 ευρωπαϊκές πόλεις, επιπλέον πραγματοποιώντας και μία καινοτόμο αλλαγή, αφού οι 6 απ’ αυτές δεν εξυπηρετούνταν από καμία αεροπορική εταιρία μέχρι τότε.

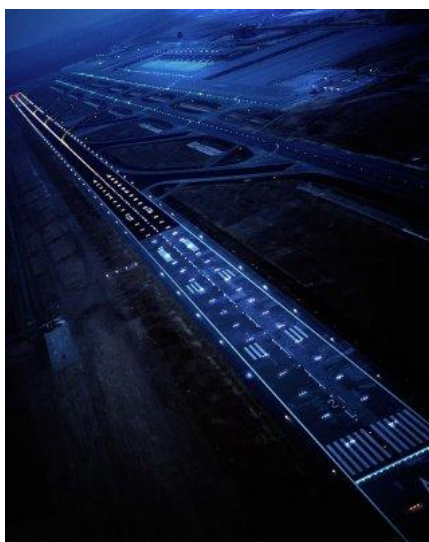
Βοήθησε και η πολιτική εκπτώσεων που υιοθέτησε το αεροδρόμιο των Σπάτων: οι εταιρίες όταν εγκαινιάζουν ένα νέο δρομολόγιο εξασφαλίζουν 100% έκπτωση στα τέλη αεροδρομίου τον πρώτο χρόνο, 75% τον δεύτερο χρόνο, 50% τον τρίτο και μικρότερες εκπτώσεις τα δύο επόμενα χρόνια. Επιπλέον, αν αυξήσουν τη συχνότητα των δρομολογίων

τους έχουν έκπτωση τελών 50% για τα δύο πρώτα χρόνια, 25% τον τρίτο χρόνο και μειωμένες τιμές τα δύο επόμενα.

Γενικά η Ελλάδα θεωρείται μικρή αγορά, αφού αυτοί που ταξιδεύουν σε σταθερή βάση δεν ξεπερνούν τους 500.000 ταξιδιώτες, μη προσελκύοντας εύκολα εταιρίες χαμηλού κόστους σύμφωνα με τον Φωτεινό (<http://news.disabled.gr/?p=19205> (2008)). Ενώ η εσωτερική αγορά είχε καλυφθεί από τις πτήσεις της Ολυμπιακής και της Aegean, συνδέοντας την πιο παραδοσιακή γραμμή των 3 πόλεων Ηράκλειο – Αθήνα – Θεσσαλονίκη, δυσχεραίνοντας τις τυχόν προσπάθειες άλλων εταιριών.

Ένα άλλο σημείο στο άρθρου του ίδιου συγγραφέα, μας δηλώνει ότι η αγορά αερομεταφορέων χαμηλού κόστους θα επεκτείνεται μέχρι το 2010 με ετήσιο ρυθμό της τάξης του 12% , υπερβαίνοντας το 4% που θα χαρακτηρίζουν τις συμβατικές αεροπορικές εταιρίες.

Ένας άλλος ανασταλτικός παράγοντας σε σχέση με την σύνδεση της χώρας μας με τις Δυτικοευρωπαϊκές πρωτεύουσες και τον χρόνο πτήσεων, είναι ότι η Ελλάδα απέχει γύρω στις 3 ώρες απ' αυτές, ενώ, όπως έχουμε αναφέρει και στα χαρακτηριστικά των LCC είναι ότι οι πτήσεις που εκτελούν διαρκούν συνήθως γύρω στις 2 ώρες.





## 8.6 Τα αεροδρόμια της Ελλάδας

Είναι κοινώς αποδεκτό ότι τα περιφερειακά αεροδρόμια στην χώρα μας έχουν διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη των περιοχών καθώς επέφεραν μία γενικότερη πρόοδο, συνδέοντας απομακρυσμένες περιοχές με σημεία εντός αλλά και εκτός του ελλαδικού χώρου.

Στην εσπερίδα με θέμα «Ανάπτυξη των Περιφερειακών Αεροδρομίων στην Ελλάδα» (2006), ένα από τα βασικά σημεία που συζητήθηκαν ήταν η ανάγκη να εκσυγχρονιστούν τα υπάρχοντα αεροδρόμια ώστε να ανταπεξέρχονται στις σύγχρονες απαιτήσεις της αεροπλοΐας, καθώς και η δημιουργία νέων αεροδρομίων, κυρίως στην ηπειρωτική Ελλάδα.

Ο κ. Γρηγορίου, Σύμβουλος της ΔΑΑ σε θέματα Κανονισμών Αερολιμένα και Αεροπορικής Ασφαλείας, στην εισήγηση του «Επιλογή θέσης Αεροδρομίου», παρουσίασε τα κριτήρια για την επιλογή της θέσης που θα δημιουργηθεί ένας αερολιμένας.

Οι παράγοντες είναι:

- ο προβλεπόμενος όγκος και το είδος αεροπορικής κίνησης,
- η γεωμορφολογία του εδάφους,
- οι επικρατούσες καιρικές συνθήκες,
- η σύνδεση με άλλα μέσα μεταφοράς που εξασφαλίζουν την εύκολη πρόσβαση προς το αεροδρόμιο, και η ύπαρξη άλλων αερολιμένων στην ευρύτερη περιοχή,
- οι επιπτώσεις στο περιβάλλον,
- η εξασφάλιση της συναίνεσης των κατοίκων της περιοχής.

Η σωστή εκτίμηση όλων αυτών των παραμέτρων θα εξασφαλίσει την επιλογή της καλύτερης δυνατής θέσης και την δημιουργία

αποτελεσματικού και λειτουργικού αερολιμένα που θα εξυπηρετεί εταιρίες χαμηλού κόστους.

Ο κύριος Χατζηιωάννου (easyJet) χαρακτήρισε την Θεσσαλονίκη, ελκυστική, με ανασταλτικό παράγοντα τους υψηλούς φόρους του αεροδρομίου. Συνέχισε λέγοντας πως αν καταφέρουμε να τους μειώσουμε, θα μπορέσει να αναδειχθεί η συμπρωτεύουσα, αλλά και η υπόλοιπη χώρα θα γίνει πιο προσιτή για τους τουρίστες, (Εφημερίδα ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ).

Απεναντίας ο κος. Φωτεινός στο προαναφερόμενο άρθρο, μας εξηγεί ότι «η Κρήτη και η Ρόδος αποτελούν κορυφαίους προορισμούς, αλλά με κανέναν τρόπο, δεν συγκρίνονται όσον αφορά στις υποδομές των αεροδρομίων άλλων χωρών. Και πως, αν ποτέ έχουμε την “τύχη” να βρεθούμε σε κάποιο από τα αεροδρόμια των συγκεκριμένων ελληνικών νησιών σε ώρα αιχμής, θα κατανοήσουμε την απελπισία και το επείγον για την γρήγορη αναδιάπλαση και οργάνωση των αερολιμένων, αλλά γενικότερα για την εκσυγχρόνιση του κλάδου.

Φυσικά, λόγω της γεωγραφικής φύσης της Ελλάδας υπάρχουν πολλά αεροδρόμια που πρέπει να συντηρούνται και αυτό είναι κάτι πολύ δαπανηρό. Ακόμα και έτσι όμως, το κράτος πρέπει να είναι ικανό να σταθεί επάξια απέναντι στον ανταγωνισμό όσον αφορά τις υποδομές».

## **8.7 Κάνοντας την αγορά πιο ανταγωνιστική**

Πρώτον και κύριον να εφαρμοστούν οι προτάσεις των ενοτήτων που αναδείξαμε προηγουμένως.

Στην συνέχεια, οι αεροπορικές εταιρίες για να μπορέσουν να ξεχωρίσουν στη μάχη του ανταγωνισμού, από την στιγμή που δεν γίνεται να μειώσουν την τιμή του ναύλου, να προσθέσουν επιπρόσθετες υπηρεσίες. Η easyJet για παράδειγμα, στην περίπτωση που ο ταξιδιώτης θέλει να αλλάξει την πτήση, γίνεται έναντι μικρού χρηματικού αντιτίμου. Άλλες εταιρίες προσφέρουν ζωντανό δορυφορικό πρόγραμμα κτλ. Κάθε εταιρία συνεπώς, μπορεί να προβάλλει μια αυθεντική υπηρεσία, που καμία άλλη εταιρία δεν διαθέτει για τους πελάτες της, κάνοντας λοιπόν το προϊόν της, μοναδικό.

Με έναυσμα την προηγηθείσα παράγραφο και με την κοινή λογική συμπεραίνουμε ότι όσο πιο έντονος ο ανταγωνισμός, τόσο καλύτερες θα είναι οι προσφορές και η ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται στο πελάτη, δίνοντας και ένα “σπρώξιμο” στο επιφυλακτικό ελληνικό επιβατικό κοινό, να προτιμήσει τις εταιρίες χαμηλού κόστους. Εξάλλου δεν έχει τίποτα να χάσει, μιάς και τα πακέτα μεταμορφώνονται σε όλο και πιο ελκυστικά.

## **8.8 Άλλοι παράμετροι που θα συμβάλουν στην ανάπτυξη του κλάδου στην Ελλάδα**

Το άυλο προϊόν που πουλά μια αεροπορική εταιρία, συνίσταται κυρίως από τον τρόπο παρουσίασής της και την εμπειρία του επιβάτη. Και η παρουσίαση όπως και η εμπειρία διαφέρουν από εταιρία σε εταιρία και από επιβάτη σε επιβάτη. Κάθε διαπραγμάτευση μεταξύ των πελατών και των υπαλλήλων της αεροπορικής εταιρίας επηρεάζει την αντίληψη του επιβάτη για την εικόνα της εταιρίας, καθώς επίσης και για τη θέση που έχει η εταιρία στις προτιμήσεις του επιβάτη (Syrakaya, et al. 1996).

Ένα ακόμα αποφασιστικό σημείο της τουριστικής πολιτικής είναι η εκπαίδευση και η επιμόρφωση του προσωπικού για τη παροχή υπηρεσιών, αποτελώντας σημείο ανταγωνισμού μεταξύ των αεροπορικών εταιριών.

## **8.9 Αύξηση του τουρισμού λόγω της ανάπτυξης των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους και επιπτώσεις στο περιβάλλον**

Οι ραγδαία αναπτυσσόμενες εταιρίες χαμηλού κόστους στην Ευρώπη, επέφεραν και την ανάπτυξη του τουρισμού. Η συνεχόμενη μετακίνηση των ταξιδιωτών, εκτός από την αναζωογόνηση της οικονομίας των περιοχών που επισκέπτονται, δρουν αρνητικά στο οικολογικό σύστημα και το περιβάλλον.

Καταρχάς, για τη μετακίνησή τους με τα μέσα εναέριας κυκλοφορίας και μόνο εκπέμπονται στην ατμόσφαιρα πολλοί ζημιογόνοι ρύποι, σύμφωνα με τον Gartner (2006).

Με δεδομένο τον αναμενόμενο διπλασιασμό της εναέριας κυκλοφορίας στην Ευρώπη μέχρι το 2020, εκφράζονται φόβοι για την αύξηση στις εκπομπές ρυπογόνων ουσιών των αεροσκαφών.

Με την ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, σημειώθηκε αύξηση στη χρήση των ήδη υπαρχόντων αεροδρομίων και στη κατασκευή νέων (πίνακας 3), καθώς επίσης και αύξηση του επιβατικού κοινού στον τομέα, σύμφωνα με στοιχεία που πήραμε από την ιστοσελίδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τη προστασία του περιβάλλοντος και από το άρθρο του Uherek (2006).

Σύμφωνα με την κα. Κάρολαϊν Λούκας ευρωβουλευτή των Πρασίνων, στην ομιλία της στο συνέδριο της Πράσινης Εβδομάδας του 2007 ανέφερε ότι:

- ✓ Ο ρυθμός αύξησης των αεροπορικών ταξιδιών σήμερα ξεπερνά τη μείωση των εκπομπών που δημιουργούν οι βελτιώσεις στα τεχνικά χαρακτηριστικά των αεροσκαφών και οι λειτουργικές βελτιώσεις.
- ✓ Επίσης πρόσθεσε πως στο φαινόμενο αυτό συμβάλλουν και οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους, οι οποίες με τη παροχή φθηνών υπηρεσιών έχουν συμβάλει στην αύξηση των επιβατών που ταξιδεύουν για αναψυχή και δεν ενσωματώνουν το πραγματικό περιβαλλοντικό κόστος κάθε ταξιδιού.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ως επιστέγασμα των προαναφερθέντων καταλήγουμε στο ότι, τα αεροπορικά ταξίδια εδώ και δεκαετίες είναι πλέον κομμάτι της ζωής μας, διευκολύνοντάς μας με γρήγορες και ασφαλείς μεταφορές ανθρώπων και εμπορευμάτων σε κάθε άκρη της Γης.

Η έλευση μίας εναλλακτικής μορφής αεροπορικών εταιριών, των Εταιριών Χαμηλού Κόστους, αποτέλεσαν την αρχή μιας νέας εποχής στη διάθεση και εξυπηρέτηση των εναέριων μεταφορών, που χαραχθηκε πρώτα στην Βόρεια Αμερική και κατέκτησε τις αερομεταφορές όλου σχεδόν του κόσμου.

Η Ευρώπη επηρεάστηκε βαθύτατα μέσα στην δεκαετία του '90 από τις LCC, και με το πέρασμα των χρόνων η παρουσία και η δύναμή τους γίνεται όλο και πιο αισθητή, αφήνοντας το στίγμα τους στον αεροπορικό τομέα, επιδρώντας ακόμα και πάνω στις παραδοσιακές εταιρίες.

Οι εταιρίες χαμηλού κόστους αποτελούν ένα επιτυχημένο και σύγχρονο επαγγελματικό μοντέλο, που ενδυναμώθηκε ακόμα περισσότερο μετά τα γεγονότα στους Δίδυμους Πύργους και των άλλων επιθέσεων εκείνης της μέρας, καθώς και την πρόσφατη οικονομική κρίση.

Όσο για την χώρα μας, τα τελευταία χρόνια γίνονται προσπάθειες βελτίωσης του κλάδου, αλλά υπάρχουν ακόμα πολλοί παράγοντες που αναστέλλουν την γρήγορη και οργανωμένη ανάπτυξή του. Παρά ταύτα, αφήνοντάς μας με μια αισιοδοξία για την ανάπτυξη του κλάδου στον ελλαδικό χώρο.

Τέλος, είναι σημαντικό να αναφέρουμε και τη ζημιά που προκαλείται στη πολιτιστική κληρονομιά των τουριστικών περιοχών, την αλλοίωση στα ήθη και τα έθιμα και του τρόπου ζωής των κατοίκων των περιοχών αυτών και τις περιβαλλοντικές συνέπειες που έχει αυτή η

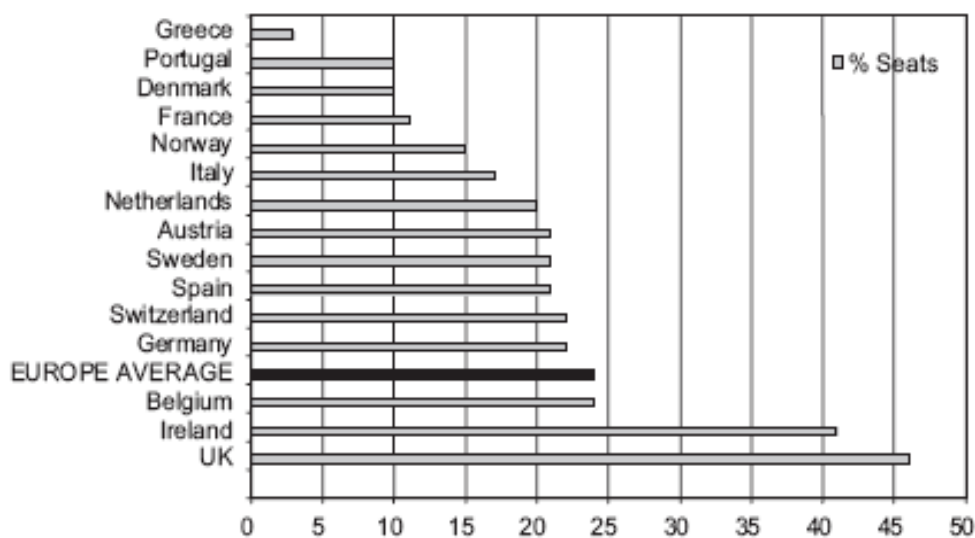
ραγδαία αύξηση στις αεροπορικές μεταφορές των εταιριών χαμηλού κόστους.

Θα κλείσουμε τη πτυχιακή μας με την παράθεση τριών σχεδιαγραμμάτων. Στο πρώτο, των Mason και Alamdari (2007) παρατηρούμε την ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, σε συνάρτηση ορισμένων χωρών που δραστηριοποιούνται στην Ευρώπη.

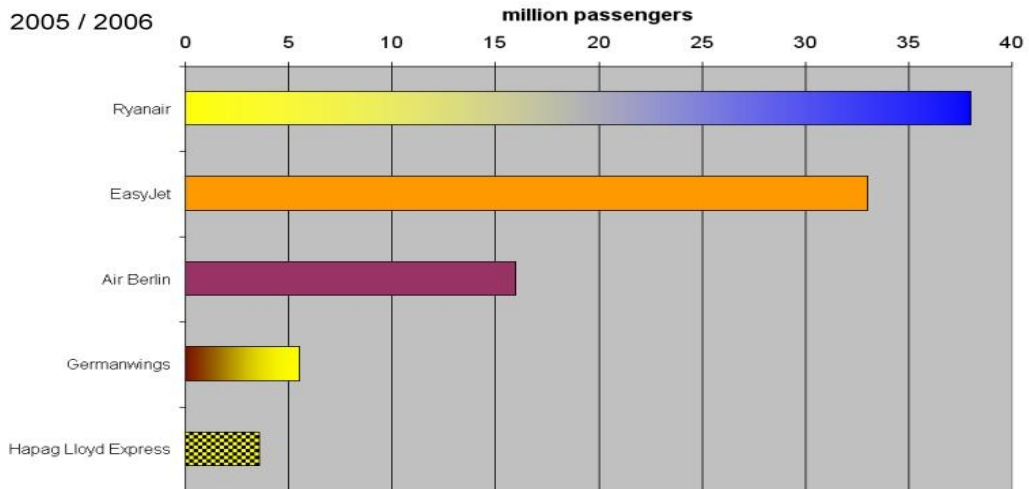
Οι φιλοδοξίες των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, διαγράφονται και πιο σπουδαίες από την ήδη υπάρχουσα πορεία τους.

Στο δεύτερο σχεδιάγραμμα, απεικονίζονται οι 5 πλέον επικρατέστερες χαμηλού κόστους εταιρίες στην Ευρώπη ανάλογα με τον αριθμό των επιβατών που εξυπηρετούν.

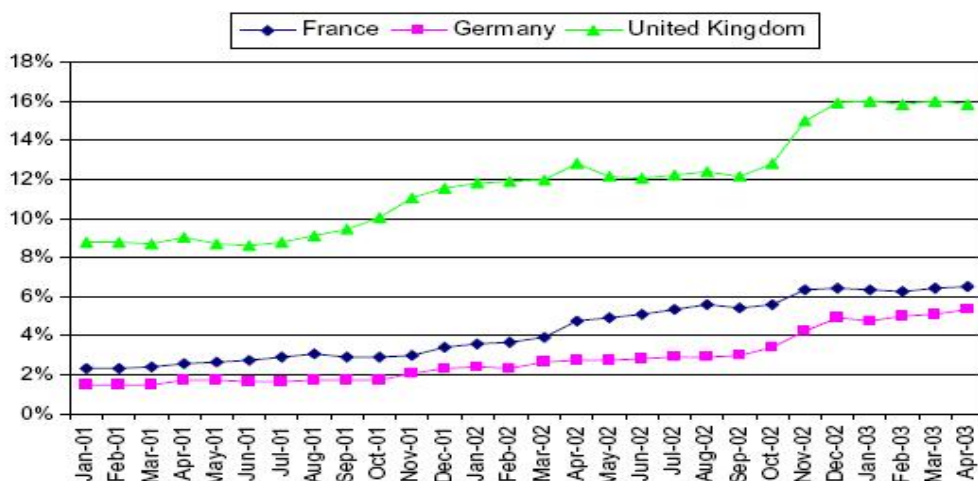
Και στο τρίτο, η ανάπτυξη τους σε σχέση με τρεις χώρες σταθμούς, στον κλάδο των αερομεταφορών.



### **Ανάπτυξη των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους σε Ευρωπαϊκές χώρες**



### Οι 5 επικρατέστερες εταιρίες χαμηλού κόστους στην Ευρώπη



### Γαλλία, Γερμανία και Μεγάλη Βρετανία: Ποσοστιαία αύξηση της ταξιδιωτικής κίνησης μέσω των χαμηλού κόστους εταιριών

Πηγές: [http://www.atmosphere.mpg.de/enid/Information\\_2/Low\\_cost airlines -\\_impacts\\_61j.html](http://www.atmosphere.mpg.de/enid/Information_2/Low_cost_airlines_-_impacts_61j.html), [http://www.atmosphere.mpg.de/enid/Information\\_2/Low\\_cost airlines -\\_impacts\\_61j.html](http://www.atmosphere.mpg.de/enid/Information_2/Low_cost_airlines_-_impacts_61j.html)



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αβραμόπουλος Α., “Αεροπορικοί Ναύλοι – Έκδοση εισιτηρίων”, Πάτρα, 2006
- Κουμέλης Θ., “Η μελλοντική επίδραση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους: χαμηλές τιμές”, 23 Ιουνίου 2003 [http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=12449&subcategory\\_id=19](http://www.traveldailynews.gr/new.asp?newid=12449&subcategory_id=19), last accessed Ιανουάριος 2009
- Άρθρο: Απόψεις, Αθήνα, Ευρώπη και Φθηνές Αερομεταφορές: Όνειρο Απατηλό ή Πιθανή Νέα Πραγματικότητα; [http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central\\_id=747&permanent\\_id=2](http://www.traveldailynews.gr/makeof.asp?central_id=747&permanent_id=2), last accessed on (20/03/2009)
- Τσάρτας Π., Χρήστου Ε., Σιγάλα Μ, Χαλκίτη Κ.(2007), «Ηλεκτρονικές υπηρεσίες και Εφαρμογές στον Τουρισμό: Ισχύουσα Κατάσταση και Προοπτικές» [www.ebusinessforum.gr](http://www.ebusinessforum.gr/downloads_eTourism_forum_paradoteomxdwt.el.pdf), downloads\_eTourism\_forum\_paradoteomxdwt.el.pdf , last accessed Νοέμβριος 2008
- Τραυλός Νικόλαος Γ., Κάτοχος της Επώνυμης Ακαδημαϊκής Έδρας στη Χρηματοοικονομική, , <http://www.alba.edu.gr> , last accessed on (20/11/2008)
- Cristina Barbot, November 2004, Price Competition amongst Low Cost Carriers, <http://www.fep.up.pt/investigacao/cete/papers/dp0405.pdf>
- Doganis Rigas, 1991, “Flying off Course, The Economics of International Airlines”, Routledge, London and New York
- Doganis Rigas, “The airline business in the 21<sup>st</sup> century” First published in 2001, Routledge 2005, London and New York
- Doganis Rigas, 2005, “The airline business” (second edition) Routledge London and New York

Dobruszkes F., Journal of Transport Geography 14(2006) 279-264  
 “An analysis of European low –cost airlines and their networks”,  
 Journal of Trasport, Belgium

Gartner William C. , Τουριστική Ανάπτυξη, Αρχές, Διαδικασίες και  
 Πολιτικές, ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝ  
 Έκθεση – Έκφραση Νεοελληνική Γλώσσα για τη Γ΄Λυκείου,  
 Χατζημωησιάδης, Αθανασίου, εκδόσεις ΜΕΤΑΙΧΜΙΟ, 2004

Graham Brian J. and Andrew R. Goetz. 2008. ‘Global Air Transport,’  
 pp. 137-155 in Transport Geographies: Mobilities, Flows, and Spaces,  
 eds. Richard Knowles, Iain Docherty, and Jon Shaw. London:  
 Blackwell.

Graham Brian and Shaw Jon’ 2008, “Low-cost airlines in Europe:  
 Reconciling liberalization and sustainability”,  
[www.elsevier.com/locate/jairtaman](http://www.elsevier.com/locate/jairtaman), [doi:10.1016/j.geoforum.2007.12.006](https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2007.12.006), UK

Graham Francis, Ian Humphreys, Stephen Ison, Michelle Aicken,  
 Journal of Transport Geography 14 (2006) p.83-94, “Where next for  
 the low cost airlines? A spatial and temporal comparative study”,  
[www.elsevier.com/locate/jtrangeo](http://www.elsevier.com/locate/jtrangeo), UK

Graham and Vowles (2006), Low-cost airlines in Europe: Reconciling  
 liberalization and sustainability,  
[doi:10.1016/j.geoforum.2007.12.006](https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2007.12.006), UK

Hunter Laurie, Management Focus, “Low Cost Airlines: Business  
 Model and Employment Relations”, University of Glasgow,  
[doi:10.1016/j.emj.2006.08.01](https://doi.org/10.1016/j.emj.2006.08.01), (European Management Journal Vol.24,  
 No.5 pp.315-321, 2006), UK

Mason Keith J., Alambari F., Journal of Air Transport Management 13  
 (2007) 299-310, [www.elsevier.com/locate/jtrangeo](http://www.elsevier.com/locate/jtrangeo), UK & USA

Ihlau G., 7ο Συνέδριο ΣΕΤΕ, «Τουρισμός και ανάπτυξη». «Οι προκλήσεις για την τουριστική πολιτική κυβερνητικά αποτελέσματα και ο νέος ρόλος για τον ιδιωτικό τομέα», 6&7 Οκτωβρίου 2008.

“First Vueling Flights Debut At London Heathrow”

[http://www.en.btbtravel.com/s/Editorial-Airlines-And-Airports.asp?ReportID=355838&\\_Type=Editorial-Airlines-Airports&\\_Title=First-Vueling-Flights-Debut-At-London-Heathrow](http://www.en.btbtravel.com/s/Editorial-Airlines-And-Airports.asp?ReportID=355838&_Type=Editorial-Airlines-Airports&_Title=First-Vueling-Flights-Debut-At-London-Heathrow) . ,

EVA International, Aviation Publishers and conference Organisers ,2009. last accessed on 12/ 12/2008

[purchase](http://www.elsevier.com/locate/jtrangeo)Lawton C. Thomas, Stanislav Solomko, Journal of Transport Geography 11 (2005) p.355-362, “When being the lowest cost is not enough: Building a successful low-cost airline business model in Asia, 2005, [www.elsevier.com/locate/jtrangeo](http://www.elsevier.com/locate/jtrangeo) , UK

Nigel Dennis, Journal of Air Transport Management 13 (2007), “End of free lunch? The responses of the traditional European Airlines to the low-cost carrier threat, [www.elsevier.com/locate/jairtaman](http://www.elsevier.com/locate/jairtaman), UK

Syrakaya, E., Mclelland, R., & Uysal, M., (1996). Modeling Vacation Destinations Decisions: A behavioural approach. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 5(1/2), 57-75

Welch M. “Fly the frugal Skies, How low-cost airlines have transformed Europe - - and what it means for America”, <http://www.reason.com/news/show/36441.html> 2005. last accessed on 14/04/2009

‘Clean Sky’ gets off the ground despite initial delay” EurActiv.com <http://www.euractiv.com/en/transport/eu-us-open-skies-agreement/article-167482> last accessed on 10/04/2009

Uherek Elmar, 2006, Quantify, Wuppertal Papers, No. 159 – July ‘06, [http://www.atmosphere.mpg.de/enid/Information\\_2/Low\\_cost\\_airlines\\_-\\_impacts\\_61j.html](http://www.atmosphere.mpg.de/enid/Information_2/Low_cost_airlines_-_impacts_61j.html), last accessed on (04/04/2009)

Wynne-Smith Mark, (2006), European CEO, Low Cost Carriers and their impact on European tourism, p. 6 – 14

[http://www.sete.gr/files/Ebook/2007/070703\\_A.IKFocusOn%20Low%20Cost%20Carriers%20Nov%202006.pdf](http://www.sete.gr/files/Ebook/2007/070703_A.IKFocusOn%20Low%20Cost%20Carriers%20Nov%202006.pdf) last accessed on (03/04/2009)

<http://www.airliners.gr/el/airlines/airlines.php?id=1> last accessed on 10/3/09

[http://www.lowcostroutes.com/en/flights\\_from\\_Greece](http://www.lowcostroutes.com/en/flights_from_Greece) last accessed on Φεβρουάριος 2009

[http://searchcio-midmarket.techtarget.com/sDefinition/0,,sid183\\_gci780616,00.html](http://searchcio-midmarket.techtarget.com/sDefinition/0,,sid183_gci780616,00.html)  
(last accessed: Δεκεμβριος 2008)

[http://www.sete.gr/files/Ebook/2007/070703\\_A.IKFocusOn%20Low%20Cost%20Carriers%20Nov%202006.pdf](http://www.sete.gr/files/Ebook/2007/070703_A.IKFocusOn%20Low%20Cost%20Carriers%20Nov%202006.pdf), last accessed on 03/04/2009

[http://www.money-tourism.gr/images/PagesUn/126\\_AEROMETAFORES.pdf](http://www.money-tourism.gr/images/PagesUn/126_AEROMETAFORES.pdf), “ΧΡΗΜΑ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ”, last accessed Μάρτιος του 2009

[, last accessed Δεκέμβριος του 2008](http://193.218.80.70/cgi-bin/hwebpressrem.exe?-A=396900&-w=&-V=hpress_int&-P)

[http://www.enet.gr/online/online\\_print.jsp?id=56526552](http://www.enet.gr/online/online_print.jsp?id=56526552)>«Ελευθεροτυπία», last accessed Δεκέμβριος του 2008

[http://www.enet.gr/online/online\\_text/c=112,dt=21.08.2005,id=24139592](http://www.enet.gr/online/online_text/c=112,dt=21.08.2005,id=24139592), *ΚΥΡΙΑΚΑΤΙΚΗ 21/08/2005*, last accessed Δεκέμβριος του 2008

Εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ, ΑΡ. ΠΑΠΑΣΤΑΘΗΣ, Άρθρο: Η 11η Σεπτεμβρίου του 2001 αποτελεί ορόσημο δραματικών εξελίξεων για τον κλάδο της αεροπορικής βιομηχανίας

<http://www.tovima.gr/default.asp?pid=2&artid=185455&ct=3>, last accessed on (11/03/2009)

<http://www.centreforaviation.com/news/share-market/2008/12/24/skyeurope-vueling-air-france-klm--norwegian-europes-worst-performers-in-2008-share-price-wrap/page1>, Europe Airline Daily article, Source: Centre for Asia Pacific Aviation & Yahoo Finance. last accessed on (11/08/2009)

<http://www.greekinsight.com/?conID=4794>, Greek Insight, Daily News for Greeks of Diaspora, 21/11/2007, last accessed on 03/04/2009

<http://www.tovima.gr/default.asp?pid=2&artid=185455&ct=3>, last accessed on (11/03/2009))

<http://www.phantis.gr/articles/?newsID=20050819103100>)

<http://www.makthes.gr/index.php?name=News&file=article&sid=2345>, last accessed on: 6 Ιουνίου 2007

<http://news.disabled.gr/?p=19205> Φώτη Φωτεινός capital.gr, 21/10/2008

<http://gr.skyscanner.com/airline/vueling-airlines-vy/airline-information-and-route-map.html>, last accessed on Δεκέμβριος 2008.

[http://www.easyjet.com/EN/About/Information/infopack\\_keyevents.html](http://www.easyjet.com/EN/About/Information/infopack_keyevents.html), (last accessed on 03/04/2009)

[http://www.money-tourism.gr/images/PagesUn/126\\_AEROMETAFORES.pdf](http://www.money-tourism.gr/images/PagesUn/126_AEROMETAFORES.pdf),

«Αερομεταφορές και Τουρισμός. Μια Σχέση Αλληλεξάρτησης» (last accessed on Φεβρουάριο 2009)

Absoluteastronomy.com,

[http://www.absoluteastronomy.com/topics/Germania\\_\(airline\)](http://www.absoluteastronomy.com/topics/Germania_(airline)) last accessed on (04/04/2009)

(<http://blog85100.blogspot.com/2008/07/blog-post.html>, «Αύξηση του ελληνικού τουρισμού» last accessed on 13/7/08)

<http://www.nubricks.com/el/archives/362/clickair-spain-overseas-flights/> last accessed on 04/04/2009

<http://www.presspoint.gr/release.asp?id=133128>, last accessed on 19 Ιανουαρίου 2009

<http://www.airliners.gr/el/airlines/airlines.php?id=1>, last accessed on 10/4/09

[http://ec.europa.eu/environment/news/efe/climate/greenweek01\\_aviation\\_el.htm](http://ec.europa.eu/environment/news/efe/climate/greenweek01_aviation_el.htm), Ευρωπαϊκή Επιτροπή, last accessed on 04/04/2009

<http://www.history.com/encyclopedia.do?articleId=200472>  
History.com air transport industry last accessed on 10/04/2009

[http://www.centennialofflight.gov/essay/Commercial\\_Aviation/AirFreight/Tran10.htm](http://www.centennialofflight.gov/essay/Commercial_Aviation/AirFreight/Tran10.htm) last accessed on 10/04/2009

[http://www.century-of-flight.net/new%20site/commercial/uk\\_civil.htm](http://www.century-of-flight.net/new%20site/commercial/uk_civil.htm)  
Century Of Flight last accessed on 14/04/2009

[http://www.marketingteacher.com/Lessons/lesson\\_PEST.htm](http://www.marketingteacher.com/Lessons/lesson_PEST.htm)  
28/04/2009

<http://www.reason.com/news/show/36441.html> Reason on line, last accessed on 14/04/2009

<http://www.euractiv.com/en/transport/eu-us-open-skies-agreement/article-167482> EurActiv.com last accessed on 12/2008

<http://people.hofstra.edu/geotrans/eng/ch3en/conc3en/img/airfreedom.gif>, last accessed on 12/08/2009

[http://www.easyjet.com/EN/About/Information/infopack\\_keyevents.html](http://www.easyjet.com/EN/About/Information/infopack_keyevents.html), easyJet homepage last accessed on 12/2008

<http://gr.skyscanner.com/airline/vueling-airlines-vy/airline-information-and-route-map.html> Skyscanner, (last accessed Φεβρουάριους 2009)

[http://www.absoluteastronomy.com/topics/Germania\\_\(airline\)](http://www.absoluteastronomy.com/topics/Germania_(airline))  
Absolute astronomy.com

Presspoint.gr, εκπρόσωπος του Διοικητικού Συμβουλίου, κ. Thomas Winkelmann <http://www.presspoint.gr/release.asp?id=133128>, last accessed on 19/01/2009

[www.germania.com](http://www.germania.com) Germania homepage, (last accessed Φεβρουάριος 2009)

<http://www.clickair.com/web/> Clickair, fly smart homepage (last accessed Φεβρουάριος 2009)

<http://www.nubricks.com/el/archives/362/clickair-spain-overseas-flights/> nubricks.com, overseas property blog

<http://www.brusselsairlines.com/com/> Brussels airlines homepage

<http://www.greekinsight.com/?conID=4794> Greek Insight, Daily News for Greeks of Diaspora, 21/11/2007

[http://ec.europa.eu/environment/news/efe/climate/greenweek01\\_aviation\\_el.htm](http://ec.europa.eu/environment/news/efe/climate/greenweek01_aviation_el.htm) Ευρωπαϊκή Επιτροπή last accessed Απρίλιος 2009

[http://ec.europa.eu/environment/news/efe/climate/greenweek01\\_aviation\\_el.htm](http://ec.europa.eu/environment/news/efe/climate/greenweek01_aviation_el.htm), Ευρωπαϊκή Επιτροπή, last accessed on (04/04/2009)

BBC Homepage [www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk) last accessed Ιανουάριος 2009

Phantis <http://www.phantis.gr/articles/?newsID=20050819103100> last accessed Ιανουάριος 2009

[http://193.218.80.70/cgi-bin/hwebpressrem.exe?-A=396900&-w=&-V=hpress\\_int&-P](http://193.218.80.70/cgi-bin/hwebpressrem.exe?-A=396900&-w=&-V=hpress_int&-P)>Αυγή 18.8.2005

[http://www.atmosphere.mpg.de/enid/Information\\_2/Low\\_cost\\_airlines\\_-\\_impacts\\_61j.html](http://www.atmosphere.mpg.de/enid/Information_2/Low_cost_airlines_-_impacts_61j.html) Quantify, Elmar Uherek, Wuppertal Papers, No. 159 - July 2006

<http://www.makthes.gr/index.php?name=News&file=article&sid=2345> Εφημερίδα ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ, Στέλιος Χατζηγιάννου, Άρθρο: Ελκυστική η Θεσσαλονίκη με εταιρίες χαμηλού κόστους, 6 Ιουν 2007, last accessed Δεκέμβριος 2008

[www.googleearth.com](http://www.googleearth.com) last accessed on 05/09/2009

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ:

### ΠΙΝΑΚΑΣ ΤΩΝ LCC ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Παρακάτω, με αλφαβητική κατάταξη θα δούμε 58 χαμηλού κόστους εταιριές που βρίσκονται σε λειτουργία (από τις 108 που έχουν δημιουργηθεί) και το πώς μοιάζουν οι ευρωπαϊκοί ουρανοί το 2009. Μαθαίνοντας την γενέτηρα των εταιριών και ποιές χώρες εξυπηρετούν.

1. **Aer Arann**  
Flights within Ireland and from Ireland to England, Scotland
2. **Air Baltic**  
Flights between home bases Riga (Latvia), Vilnius (Lithuania) and Austria, Belarus, Belgium, Czech Rep., Denmark, Estonia, Finland, Germany, Ireland, Netherlands, Poland, Russia, Sweden, Ukraine
3. **Air Berlin**  
Flights within Germany and from Germany (home base Berlin) to Austria, Cyprus, Egypt, England, *Greece*, Italy, Morocco, Portugal, Spain, Tunisia, Turkey
4. **Air Finland**  
Flights within Finland (home base Helsinki) and from Finland to France, Italy, Spain
5. **Air Scotland**  
Flights between Scotland (home base) and Spain
6. **Air Service Plus**  
Flights between Italy (home base Pescara) and Brussels, Paris
7. **Air Southwest**  
Flights within England
8. **Alpi Eagles**  
Flights within Italy (home base Venice)
9. **Baboo**  
Flights between Switzerland (home base Geneva) and Czech Rep., France, Italy, Spain
10. **BelleAir**  
Flights from Italy to Albania, *Greece*, Turkey
11. **Blue1**  
Flights within Finland and from Finland (home base Helsinki) to Belgium, Denmark, Germany, Netherlands, Norway, Sweden
12. **Blue Air**  
Flights between Romania (home base) and France, Germany, Italy, Netherlands, Spain, Turkey



13. **Blue-Express**  
Flights within Italy and Italy (home base Rome) to Austria, France, Germany, Libya
14. **BMI Baby**  
Flights between England (home base) and Czech Rep., France, Germany, Ireland, Italy, Portugal, Spain, Switzerland, Wales
15. **British European**  
Flights between England and Channel Islands, France, Ireland, Isle of Man, Italy, Netherlands, Scotland, Spain, Switzerland, Ulster
16. **BudgetAir**  
Flights between Ireland (home base Dublin) and France, *Greece*, Portugal, Spain
17. **CentralWings**  
Flights between Poland (home base) and Czech Rep., England, Germany, Italy, Malta, Spain
18. **Clickair**  
Flights between Spain (home base Barcelona) and Czech Rep., France, Germany, *Greece*, Ireland, Italy, Netherlands, Portugal, Switzerland
19. **Condor**  
Flights from Germany to most European countries
20. **Corendon**  
Flights between Netherlands and Turkey
21. **Dau Air**  
Flights between Germany (home base Dortmund) and Poland, Switzerland
22. **EasyJet**  
Flights between England (home base London) and Denmark, France, *Greece*, Netherlands, Scotland, Spain, Switzerland, Ulster
23. **Evolavia**  
Flights between Italy (home base Ancona) and France, Russia, Spain
24. **Excel Airways**  
Flights from England and Scotland to Egypt, France, *Greece*, Malta, Portugal, Spain, Turkey
25. **Fare4U**  
Flights between Malta (home base) and London Stansted
26. **Fly Dba**  
Flights within Germany and from Germany to France, Spain
27. **Fly Me**  
Flights within Sweden (home base) and Finland
28. **German Wings**  
Flights within Germany and from Germany (home base Cologne) to

- Austria, Czech Republic, England, France, Hungary, Italy, Portugal, Spain, Switzerland and Turkey
29. **Globespan**  
Flights between Scotland (home base) and France, Italy, Spain
  30. **Hapag Lloyd Express**  
Flights within Germany (home base Cologne-Bonn) and from Germany to England, France, Italy, Spain
  31. **Helvetic Airways**  
Flights between Switzerland (home base Zurich) and Austria, Belgium, Spain
  
  32. **Iceland Express**  
Flights between Iceland (home base) and Denmark, England
  33. **InterSky**  
Flights between Austria (home base Wien) and France, Italy, Switzerland
  34. **Itali Airlines**  
Flights within Italy and Italy - Croatia v.v.
  35. **Jet2**  
Flights between England (home base Leeds-Bradford) and France, Italy, Netherlands, Spain
  36. **LTU**  
Flights from Germany to most European countries
  37. **Meridiana**  
Flights within Italy (home base Florence) and from Italy to England, France, Italy, Netherlands, Spain
  38. **Monarch Airlines**  
Flights between England (home base London-Luton) and Gibraltar, Portugal, Spain
  39. **My Travel Lite**  
Flights between England (home base) and France, Portugal, Spain, Switzerland
  40. **MyAir - My Way Airlines**  
Flights within Italy and between Italy (home base) and France, Romania and Spain
  41. **Nordic Airlink**  
Flights between Sweden (home base Stockholm) and Norway
  42. **Norwegian Air Shuttle**  
Flights within Norway (home base) and from Norway to England, Portugal, Spain
  43. **Pegasus Airlines**  
Flights within Turkey and Turkey - Germany v.v.

44. **Ryanair**  
Flights between England (home base London-Stansted) and Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Germany, Ireland, Italy, Netherlands, Norway, Portugal, Scotland, Spain, Sweden
45. **Scandjet**  
Flights between Sweden (home base) and Bosnia, Croatia
46. **SkyEurope**  
Flights between Slovakia (home base Bratislava) and Croatia, Czech Republic, England, France, Italy, Germany, Netherlands, Poland, Spain, Switzerland
47. **Smart Wings**  
Flights between Czech Republic (home base Prague) and Denmark, France, Netherlands, Spain, Switzerland
48. **Snalskjutsen**  
Flights within Sweden (home base) and from Sweden to France, Ireland, Italy, Scotland
49. **SnowFlake Airlines** Flights from Denmark (home base Copenhagen) and Sweden (home base Stockholm) to Czech Rep., France, *Greece*, Hungary, Ireland, Italy, Spain, Turkey
50. **Sterling**  
Flights between Denmark (home base Copenhagen) and France, *Greece*, Italy, Madeira, Norway, Spain, Sweden
51. **Sun Express**  
Flights between Turkey (home base Antalya) and Austria, Germany, Switzerland
52. **ThomsonFly**  
Flights between England (home base Coventry) and France, Italy, Jersey, Spain
53. **Transavia**  
Flights between Netherlands (home base Amsterdam) and Denmark, England, France, Germany, Ireland, Italy, Norway, Portugal, Spain, Sweden
54. **Virgin Express**  
Flights between Belgium (home base Brussels) and Denmark, England, France, *Greece*, Italy, Portugal, Spain, Sweden, Switzerland
55. **VLM Airlines**  
Flights between Belgium (home base) and England, Germany, Guernsey, Italy, Jersey, Luxembourg and Netherlands
56. **Vueling Airlines**  
Flights within Spain (home base) and from Spain to *Athens*, Brussels, Paris,

**57. Windjet Vola**

Flights within Italy (home base Sicily)

**58. Wizz Air**

Flights from Hungary (home base Budapest) and Poland (home base Katowice) to Czech Rep., England, France, **Greece**, Germany, Italy, Spain and Sweden

**Πίνακας περιφερειακών αεροδρομίων, αποστάσεις από τα μεγάλα αστικά κέντρα και αριθμός επισιτιστικών μονάδων κοντά στα αεροδρόμια**

<b>Απόσταση από την πόλη σε χλμ.</b>	<b>Αεροδρόμια</b>
86	Βρυξέλλες Charleroi
12	Βρυξέλλες Διεθνές
90	Παρίσι Beauvais
14	Παρίσι Orly
48	Λονδίνο Stanstead
24	Λονδίνο Heathrow
45	Μιλάνο Bergamo
7	Μιλάνο Linate
45	Μιλάνο Malpensa
125	Φρανκφούρτη Hahn

Πηγή: [www.googleearth.com](http://www.googleearth.com)