



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ

ΤΟΜΕΑΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ

ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΩΝ ΠΑΡΑΓΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΗΝ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΤΩΝ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΠΙΛΟΓΗ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΧΑΜΗΛΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ



Διπλωματική Εργασία
Μπριάννα Έρση Ευαγγελία

Επόπτης:
Π. Ψαράκη-Καλουπτσίδη, Επ. Καθηγήτρια ΕΜΠ

Τίτλος: Διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν την συμπεριφορά των επιβατών στην επιλογή εταιριών χαμηλού κόστους

Όνομα: Μπριάνα Έρση Ευαγγελία

Επιβλέπων: Π. Ψαράκη-Καλουπτσίδη, Επ. Καθηγήτρια ΕΜΠ

ΣΥΝΟΨΗ

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι η διερεύνηση της συμπεριφοράς των επιβατών ως προς την επιλογή τύπου αεροπορικής εταιρίας καθώς και οι παράγοντες που την επηρεάζουν. Η είσοδος των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους επέφερε αλλαγές στον τομέα των αερομεταφορών και έδωσε την δυνατότητα περισσότερων επιλογών στους ταξιδιώτες. Ο προσδιορισμός της συμπεριφοράς των επιβατών είναι απαραίτητος για τον σχεδιασμό των προσφερόμενων υπηρεσιών και την επιτυχία της τιμολογιακής πολιτικής των αεροπορικών εταιριών και στα πλαίσια της παρούσας διπλωματικής εργασίας προσεγγίζεται μέσω κατάλληλα διαμορφωμένου ερωτηματολογίου και έρευνας που διενεργήθηκε στο Διεθνές Αερολιμένα Αθηνών. Τα ερωτηματολόγια ετοιμάστηκαν σύμφωνα με τις βασικές αρχές σχεδιασμού και δοκιμάστηκαν με πιλοτικές συνεντεύξεις ώστε να εξαλειφθούν τυχόν δυσνόητα σημεία. Το δείγμα αποτελείται από 130 άτομα τα οποία ταξιδεύουν με προορισμό το Λονδίνο. Από την ανάλυση των ερωτηματολογίων προέκυψε ότι το κόστους του εισιτηρίου, η ασφάλεια και η τοποθεσία του αεροδρομίου είναι από τους πιο σημαντικούς παράγοντες επιλογής αεροπορικής εταιρίας. Επιπλέον διαπιστώθηκε ότι στις εταιρίες χαμηλού κόστους δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση τα άτομα που ταξιδεύουν με σκοπό την αναψυχή, άτομα ηλικίας 18-30 ετών και όσοι δεν ενδιαφέρονται για την συχνότητα των πτήσεων και το γεύμα.

Title: Investigation of air passengers' behavior choosing low cost airline

Name: Briana Ersi Evangelia

Supervisor: P.Psaraki-kalouptsidi, Assistant Professor NTUA

ABSTRACT

The aim of this study is the investigation of air passenger's behavior choosing type of airline and the various factors affecting it. The market entry of low cost airlines changed aviation system and gave passengers multiple choices for travelling. Choice behavior analysis is an essential condition for designing airline services and pricing policy. The behavior of air passengers is examined through interview survey at AIA in 2010. The questionnaires were prepared according to basic principles of survey design and were tested through pilot interviews, so that any obscurities would be eliminated. The sample consists of 130 passengers travelling to London. According to the results, the factors that influence choice are ticket fare, security and airport location (principal or secondary). Also, the study indicates that LCC is more attractive to leisure passengers, young people and those who don't have high values of flight frequency and meal.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίτερα την κα. Π. Ψαράκη-Καλουπτσίδη, Επίκουρη καθηγήτρια της σχολής Πολιτικών Μηχανικών ΕΜΠ για την ανάθεση της συγκεκριμένης διπλωματικής και την συνεχή καθοδήγηση και υποστήριξη της καθ' όλη την διάρκεια εκπόνησης της.

Ευχαριστώ επίσης θερμά τον Μάριο Λαδόπουλο και την Κατερίνα Ρέντζιου για τις συμβουλές τους και την Δήμητρα Μπρίανα, την Ειρήνη Τσούλου, την Λουκία-Δανάη Σπύρου και την Σοφία Μπουζιάνη για την σημαντική βοήθεια τους στην διεξαγωγή των ερωτηματολογίων.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<u>ΣΥΝΟΨΗ.....</u>	<u>2</u>
<u>Ευχαριστίες</u>	<u>4</u>
<u>1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ</u>	<u>1</u>
1.1 Η εξέλιξη των αερομεταφορών.....	2
1.2 Ορισμός εταιριών χαμηλού κόστους	4
1.3 Χαρακτηριστικά επιβατικής κίνησης του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών	8
1.4 Δομή της διπλωματικής εργασίας.....	9
<u>2. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ</u>	<u>11</u>
2.1 Η γνώμη των καταναλωτών	11
2.2 Παλαιότερες έρευνες	13
<u>3. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ</u>	<u>16</u>
3.1 Σχεδιασμός του ερωτηματολογίου	16
3.2 ΤΑ ΜΕΡΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	17
3.3 ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ	21
Περιγραφή έρευνας πεδίου	21
3.4 Κωδικοποίηση ερωτηματολογίων.....	22
<u>4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ</u>	<u>23</u>
4.1 Οικονομικά και κοινωνικά στοιχεία του δείγματος.....	23
Κατανομή με βάση το φύλο.....	24
Κατανομή με βάση την ηλικία.....	25
Κατανομή με βάση την εκπαίδευση	26
4.2 Χαρακτηριστικά αεροπορικού ταξιδιού του δείγματος	29
Αεροπορική εταιρία	37
Σκοπός ταξιδιού.....	41
Φύλο.....	43
Ηλικία	43
Επάγγελμα.....	45
Εισόδημα	46
4.3 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ.....	48

Κόστος εισιτηρίου	49
Γεύμα.....	54
Ψυχαγωγία	58
Άνεση.....	63
Τύπος αεροπλάνου	67
Ώρα αναχώρησης	71
Συχνότητα πτήσεων.....	76
Ασφάλεια.....	80
Κύρος αεροπορικής εταιρίας	85
Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό	90
Συνολικά διαγράμματα για το κάθε επίπεδο σημαντικότητας	94
4.4 Ανάλυση των απαντήσεων στις εναλλακτικά σενάρια εταιριών.....	99
<u>5. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ</u>	<u>113</u>
Εισαγωγή	113
5.1 Στατιστική Ανάλυση Ερωτηματολογίων.....	113
Θεωρητικό υπόβαθρο	113
5.2 Έλεγχος συσχέτισης μεταβλητών	115
5.3 Αποτελέσματα ανάλυσης.....	116
Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του τύπου της αεροπορικής εταιρίας	117
Ανεξάρτητες μεταβλητές.....	119
5.4 Συμπεράσματα	121
5.5 Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.....	124
<u>6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</u>	<u>125</u>

1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι αερομεταφορές διαμορφώνουν ένα μοναδικό δίκτυο που ενώνει τους ανθρώπους, τις χώρες και τις κουλτούρες και παίζουν ζωτικό ρόλο στην περαιτέρω ολοκλήρωση και την ανάπτυξη. Γίνονται όλο και περισσότερο προσβάσιμες σε μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων οι οποίοι σήμερα έχουν την οικονομική δυνατότητα να ταξιδεύουν αεροπορικώς τόσο για επαγγελματικούς όσο και για λόγους αναψυχής.

Οι αερομεταφορές είναι μια μεγάλη βιομηχανία. Περιλαμβάνει περίπου 18.000 αεροσκάφη που λειτουργούν σε 10.000 αεροδρόμια και έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών 260 δισεκατομμύρια δολάρια. Πάνω από 1,6 δισεκατομμύρια επιβάτες παγκόσμια χρησιμοποιούν τις αεροπορικές εταιρείες για επιχειρηματικά ταξίδια ή ταξίδια αναψυχής, πραγματοποιώντας ετήσια 3.400 δισεκατομμύρια επιβατοχιλιόμετρα. Η έρευνα του οργανισμού EUROCONTROL δείχνει ότι μέχρι το 2020 αυτός ο αριθμός θα φθάσει τα 2,3 δισεκατομμύρια επιβάτες. Πάνω από τους μισούς διεθνείς τουρίστες (με εξαίρεση εκείνων που ταξιδεύουν εντός της Ευρώπης) πετούν στους προορισμούς των διακοπών τους. Οι αερομεταφορές επίσης βελτιώνουν την ποιότητα της ζωής των καταναλωτών παρέχοντάς τους ευρύτερες επιλογές σε αγαθά και πρόσβαση σε ταξίδια στο εξωτερικό για αναψυχή, πολιτιστική και πολιτική ανταλλαγή.

Οι αερομεταφορές είναι υπεύθυνες για τη μεταφορά του 30% έως 40% του διεθνούς φορτίου σε αξία. Είναι ο κύριος πάροχος μεταφορικών υπηρεσιών στον τομέα του τουρισμού και κύριο μέσο μεταφοράς για τα στελέχη της σύγχρονης βιομηχανίας. Σε τοπικό επίπεδο, τα αεροδρόμια είναι ο μεγαλύτερος καταλύτης για την τοπική ανάπτυξη (Button et al, 2004).

	Σήμερα	2020 (πρόβλεψη)
Αεροσκάφη	18.000	
Αεροδρόμια	10.000	
Οικονομικός τζίρος (δισ \$)	260	
Μεταφορά επιβατών/έτος	1,6 δισ	2,3 δισ
Διανυόμενες αποστάσεις σε Επιβατοχιλιόμετρα	3.400 δισ	
Μεταφορά εμπορευμάτων σε αξία επί % συνόλου	30 - 40	

Πίνακας 1: Συμβολή των Αερομεταφορών

1.1 Η εξέλιξη των αερομεταφορών

Οι αεροπορικές μεταφορές αναπτύχθηκαν με ταχύτερους ρυθμούς από την οικονομία με μία αυξητική τάση στην οποία δεν φαινόταν μέχρι το 2001 σημάδια κάμψης. Εκτός από τους ρυθμούς ανάπτυξης οι αερομεταφορές επηρεάζονται καταλυτικά από το εισόδημα ενώ γνωρίζουν ισχυρές κυκλικές διακυμάνσεις.

Η κρισιμότερη αλλαγή που πραγματοποιείται τα τελευταία 40 χρόνια στην αεροπορική μεταφορά είναι ότι από υψηλού κόστους μέσο που απευθύνεται σε λίγους, γίνεται όλο και χαμηλότερου κόστους που απευθύνεται σε περισσότερους. Έτσι, οι αεροπορικές εταιρίες μείωσαν σταθερά τις τιμές μεταξύ 1970-2000, το δε

μοναδιαίο κόστος τους κατά 44% και το μοναδιαίο έσοδο τους κατά 57% . Στο γεγονός αυτό συνέβαλε καθοριστικά η απελευθέρωση των αεροπορικών μεταφορών, γνωστή και ως πολιτική των ανοικτών ουρανών (Open Skies Act), που εφαρμόστηκε αρχικά στις ΗΠΑ το 1978 και στόχευε στην βελτίωση των αεροπορικών συνδέσεων ώστε να ανταποκριθούν καλύτερα στην συνεχώς αυξανόμενη κίνηση.

Πιο συγκεκριμένα οι συνέπειες της απελευθέρωσης συνοψίζονται στις εξής διαπιστώσεις:

- υπό την πίεση του ανταγωνισμού οι τιμές των αεροπορικών εισιτηρίων μειώθηκαν κατά 25% (σε σταθερές τιμές) στις βασικές γραμμές, αυξήθηκαν όμως στις γραμμές με μικρή κίνηση,
- η ζήτηση αυξήθηκε σημαντικά, από 278 εκατομμύρια επιβάτες το 1978 σε 450 εκατομμύρια επιβάτες το 1987, φυσικά ως αποτέλεσμα όχι μόνο της απελευθέρωσης αλλά και της οικονομικής ανάπτυξης
- ο αριθμός των αεροπορικών εταιριών αυξήθηκε σημαντικά στην αρχή, αλλά συρρικνώθηκε εντυπωσιακά στην συνέχεια. Σήμερα το 95% του μεταφορικού έργου στις ΗΠΑ πραγματοποιείται από 8 εταιρίες
- ο αριθμός των εργαζομένων στις αεροπορικές μεταφορές μειώθηκε κατακόρυφα
- και δημιουργήθηκε μεγάλος συνωστισμός στα αεροδρόμια και συχνές καθυστερήσεις.

Επιπλέον, καθοριστικό γεγονός για τις αεροπορικές μεταφορές, που είναι ευαίσθητες και ευάλωτες σε διεθνή γεγονότα, αποτέλεσε η τρομοκρατική επίθεση της 11^{ης} Σεπτεμβρίου 2001 στη Νέα Υόρκη. Ο αεροπορικός κλάδος εισήλθε σε βαθιά ύφεση, που επιδεινώθηκε από τον πόλεμο στο Ιράκ το 2003 και από την οποία εξήρθε το 2005. Προβλέψεις για την εξέλιξη της αεροπορικής ζήτησης παγκοσμίως για την προσεχή εικοσαετία δίνουν εκτιμώμενους μέσους ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης παγκοσμίως της τάξης του 5% περίπου.

Μια άλλη σημαντική εξέλιξη υπήρξε η εμφάνιση των λεγόμενων εταιριών χαμηλού κόστους που έχουν επιθετική εμπορική και τιμολογιακή πολιτική και καταφέρνουν να μειώσουν το κόστος σε σχέση με τις τακτικές αεροπορικές εταιρίες κατά 30-50%.

Τα τελευταία όμως χρόνια, η παγκόσμια αγορά των αερομεταφορών ήρθε αντιμέτωπη με την οικονομική κρίση και τις παγκόσμιες αναταράξεις εξαιτίας της με αποτέλεσμα το 2009 να χαρακτηρίζεται ως η χειρότερη χρονιά στην ιστορία της βιομηχανίας των αερομεταφορών. Η επιβατική κίνηση μειώθηκε παγκοσμίως κατά 3% σε σύγκριση με το 2008 ενώ η Ευρώπη ήταν η ήπειρος που αντιμετώπιζε την μεγαλύτερη μείωση, κατά μέσο όρο -6%.

1.2 Ορισμός εταιριών χαμηλού κόστους

Δεν υπάρχει σαφής ορισμός των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους. Ο όρος προέρχεται μέσα από την αεροπορική βιομηχανία για τις εταιρίες με χαμηλό κόστος λειτουργίας ή με χαμηλότερο κόστος από τις υπάρχουσες παραδοσιακές. Μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης ο όρος πλέον αναφέρεται σε κάθε αερομεταφορέα που προσφέρει εισιτήρια σε χαμηλές τιμές και περιορισμένες υπηρεσίες σε αντιστοιχία με το χαμηλό κόστος λειτουργίας.

Η ιδέα προέρχεται από τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής και την αεροπορική εταιρία Southwest η οποία ξεκίνησε το 1971. Αντιγράφηκε στην συνέχεια και από άλλες εταιρίες και στις αρχές του '90 εξαπλώθηκε στην Ευρώπη και στον υπόλοιπο κόσμο. Στην Ευρώπη η τάση ξεκίνησε το 1991 με την ιρλανδική εταιρία Ryanair που προηγουμένως ήταν παραδοσιακός αερομεταφορέας και μετατράπηκε σε χαμηλού κόστους. Μετά ακολούθησαν και άλλες εταιρίες στην Βρετανία όπως η Easy jet το 1995 και λίγο αργότερα το φαινόμενο εξαπλώθηκε σε όλη την Ευρωπαϊκή ήπειρο. Έγινε γενικά αποδεκτό ότι μια εταιρία χαμηλού κόστους προσφέρει χαμηλές τιμές

και ελάχιστες από τις παραδοσιακά παρεχόμενες υπηρεσίες στους επιβάτες. Ο επιχειρηματικός σχεδιασμός χαρακτηρίζεται από : απλό προϊόν και χαμηλό κόστος οργάνωσης.

Οι εταιρίες χαμηλού κόστους έχουν την δυνατότητα να προσφέρουν πολύ χαμηλές τιμές υιοθετώντας μια χαμηλού κόστους στρατηγική όμοια με αυτή της Southwest. Μια χαμηλού κόστους αεροπορική εταιρία μπορεί να πετύχει πολύ χαμηλότερο κόστος από μια συμβατική εταιρία χρησιμοποιώντας λειτουργικές και εμπορικές στρατηγικές που διαφέρουν κατά πολύ από αυτές των παραδοσιακών εταιριών. Οι εταιρίες χαμηλού κόστους επικεντρώνονται συνήθως σε μικρών αποστάσεων διαδρομές (γενικά λιγότερο από 1500 χιλιόμετρα) τις οποίες εξυπηρετούν χρησιμοποιώντας μόνο ένα τύπο αεροσκάφους για να μειώσουν το κόστος συντήρησης και να μεγιστοποιήσουν την ελαστικότητα των πληρωμάτων τους. Τα αεροσκάφη λειτουργούν σε επίπεδο χρησιμότητας πολύ μεγαλύτερο από τους παραδοσιακούς αερομεταφορείς. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω του συνδυασμού χρήσης μη συνωστισμένων δευτερευόντων αεροδρομιών, μη μεταφοράς εμπορευμάτων, προσφέροντας πτήσεις μόνο από σημείο σε σημείο χωρίς διασυνδέσεις και υπηρεσία ετοιμασίας φαγητού ούτως ώστε οι χρόνοι για να πετάξει και να γυρίσει πίσω το αεροσκάφος να είναι μικρότεροι. Δευτερεύοντα αεροδρόμια (όπως το Luton) έχουν δυο κύρια πλεονεκτήματα έναντι των μεγαλύτερων αεροδρομιών (όπως το Heathrow): έχουν την τάση να χρεώνουν λιγότερο τις αεροπορικές εταιρίες για την χρήση των υπηρεσιών τους και καθώς έχουν μικρότερη κίνηση, ο χρόνος στάθμευσης του αεροσκάφους και οι καθυστερήσεις λόγω συμφόρησης είναι λιγότερες. Έτσι, το προϊόν που προσφέρεται κατά την πτήση από τις περισσότερες εταιρίες χαμηλού κόστους περιλαμβάνει ένα τυπικό κάθισμα, καμία υπηρεσία φαγητού και απαιτεί από τους επιβάτες να πληρώσουν για ποτά και μικρά γεύματα ενώ οι εφημερίδες συνήθως δεν είναι διαθέσιμες. Αυτή η στρατηγική επιτρέπει σε μια εταιρία χαμηλού κόστους να πετυχαίνει δυο περισσότερες ώρες κάθε μέρα χρησιμοποίησης του αεροσκάφους της σε σύγκριση με τις παραδοσιακές εταιρίες. Για παράδειγμα η British Airways φτάνει τις 7,1 ώρες χρησιμοποίησης ενός Boeing 737-300 σε σχέση με την Easy Jet που κερδίζει 10,7 ώρες χρησιμοποίησης του ίδιου τύπου

αεροσκάφους την ημέρα. Αυτή η υψηλότερη χρησιμοποίηση σημαίνει ότι το λειτουργικό κόστος, οι γενικές δαπάνες της εταιρίας και άλλα τα έμμεσα κόστη ανά επιβάτη θα είναι χαμηλότερα σε σύγκριση με τις συμβατικές αεροπορικές εταιρίες.

Ένα ακόμη πεδίο-κλειδί όπου μια εταιρία χαμηλού κόστους μπορεί να κερδίσει ένα πλεονέκτημα στο κόστος έναντι των παραδοσιακών είναι στην διανομή. Σημαντική μείωση κόστους μπορεί να έχει πουλώντας απευθείας στους καταναλωτές της και χρησιμοποιώντας ηλεκτρονικά εισιτήρια. Με το να μην τα πωλούν μέσω ταξιδιωτικών πρακτορείων, οι εταιρίες αυτές αποφεύγουν τις προμήθειες των πρακτορείων και επίσης τους φόρους των συστημάτων κρατήσεων των υπολογιστών που αν αθροιστούν προκύπτει ότι γλιτώνουν £3,5 ανά θέση που πουλήθηκε. Η έκδοση ηλεκτρονικών εισιτηρίων είναι η διαδικασία με την οποία το τμήμα κράτησης δίνει μια αναφορά κράτησης στον πελάτη και γνώση του αριθμού που χρειάζεται μόνο να ξέρει ο πελάτης κατά τον έλεγχο των εισιτηρίων. Με την μέθοδο αυτή έκδοσης εισιτηρίων αποφεύγεται το κόστος εκτύπωσης αεροπορικών εισιτηρίων. Οι εταιρίες χαμηλού κόστους προσπαθούν να μειώσουν περαιτέρω το κόστος διανομής αυξάνοντας την χρήση του συστήματος κράτησης εισιτηρίων μέσω του διαδικτύου που είναι φθηνότερο από την κράτηση μέσω τηλεφώνου στο κέντρο κρατήσεων. Πράγματι, η Easy jet πέτυχε το 60% των εκπτώσεων της χάρη στο διαδίκτυο. Το αποτέλεσμα μιας χαμηλού κόστους στρατηγικής στο κόστος έγινε αντικείμενο πολλών ερευνών. Η πολιτική αεροπορία της Μ. Βρετανίας υπολόγισε ότι ένας χαμηλού κόστους αερομεταφορέας μπορεί να πετύχει ενιαίο κόστος που να είναι το μισό σε σύγκριση με το αντίστοιχο ενός μεγάλου συμβατικού αερομεταφορέα.

Ο Francis et al (2006) ανέπτυξε ένα τυπολόγιο όπου διακρίνονται 5 γενικοί τύποι αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους. Αυτοί είναι :

- Οι αντιγραφείς της Southwest. Αερομεταφορείς που οργανώθηκαν από την αρχή ή άλλοι που μετατράπηκαν από κάποιον ιδιώτη επιχειρηματία. Ο τύπος αντιπροσωπεύεται καλύτερα από την ίδια την Southwest και την Easy jet.
- Θυγατρικές. Αεροπορικές εταιρίες που δημιουργήθηκαν ως θυγατρικές μεγάλων αερομεταφορέων προκειμένου να γίνουν ανταγωνιστικοί και να

ξανακερδίσουν το μερίδιο της αγοράς που είχαν χάσει. Πρόκειται για αυτόνομες εταιρίες όπως για παράδειγμα η Metrojet της US Airways, Snowflake της SAS, η bmibaby της bmi και η Go της British Airways.

- “Cost cutters”. Τυπικά εδραιωμένες συμβατικές εταιρίες επιχειρούν να μειώσουν το κόστος λειτουργίας τους μειώνοντας όμως αποκλειστικά τις πρόσθετες απολαβές που πρόσφεραν μέχρι πριν. Μεγάλος αριθμός εταιριών έχει υιοθετήσει αυτήν την τακτική είτε περιστασιακά είτε μόνιμα. Παραδείγματα αποτελούν οι : BA και η Aer Lingus που απέλυσαν σημαντικό αριθμό από το προσωπικό και αναδιέταξαν τον στόλο τους. Επίσης η Air France και η Iberia που ξεκίνησαν να προσφέρουν φθηνά εισιτήρια και να χρεώνουν τους επιβάτες για το φαγητό.
- Διευρυμένοι αερομεταφορείς ναυλωμένων πτήσεων. Θυγατρικές εταιρίες χαμηλού κόστους δημιουργήθηκαν από εταιρίες ναυλωμένων πτήσεων όπως για παράδειγμα η Thomsonfly από την Britannia, η Harag Loyd Express από την Harag Loyd και άλλες.
- Θυγατρικές κρατικών αερομεταφορέων ανταγωνιστικές ως προς τις τιμές. Αυτές δεν είναι πραγματικές εταιρίες χαμηλού κόστους όπως οι προαναφερθείσες άλλα συμπεριφέρονται στην αγορά σαν να είναι τέτοιες. Πρόκειται για οικονομικά υποστηριζόμενες εταιρίες από κυβερνητικές ιδιοκτησίες ή δευτερεύουσες στις οποίες επιτρέπεται να προσφέρουν χωρίς να χρειάζεται να καλύψουν το τρέχον κόστος τους. Τέτοιες είναι η Alitalia, η Olympic Airlines, η Tap Portugal, η Iberia ή Sabena.

1.3 Χαρακτηριστικά επιβατικής κίνησης του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών

Παρά τις δυσμενείς συνθήκες στην παγκόσμια αγορά λόγω της οικονομικής ύφεσης, ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών το 2009 πέτυχε μια ικανοποιητική απόδοση αποτελεσμάτων χρονιά με τον αριθμό των πτήσεων να σημειώνουν αύξηση και με την επιβατική κίνηση να μειώνεται σε μικρό βαθμό.

Πιο συγκεκριμένα, η επιβατική κίνηση του αεροδρομίου των Αθηνών για το 2009 ανέρχεται σε 16.225.582, 240 χιλιάδες επιβάτες λιγότερους σε σχέση με το 2008 που αντιστοιχεί σε μείωση -1,5% που είναι ικανοποιητική δεδομένων των συγκυριών και ειδικά των δυσμενών καταστάσεων στην Αθήνα. Οι επιβάτες εσωτερικού σημείωσαν μια σημαντική αύξηση της τάξης του 5,4%, ξεπερνώντας τα 6 εκατομμύρια ταξιδιώτες. Αυτή η θετική εξέλιξη ισορρόπησε την μείωση των διεθνών επιβατών που ανέρχονται σε 10,039,331 (-5,1%). Οι μεταβιβαζόμενοι επιβάτες σημείωσαν μεγάλη μείωση -16,3% και αντιπροσωπεύουν μόνο το 0,5% της συνολικής κίνησης.

Τα κυριότερα διεθνή δρομολόγια από την Αθήνα παρουσίασαν καθολική μείωση κίνησης με εξαίρεση ορισμένους προορισμούς που αντιστάθηκαν σε αυτή την τάση. Εντός Ευρώπης, θα πρέπει να αναφερθεί η σημαντική αύξηση από το Παρίσι, που ξεπέρασε την Λάρνακα και βρέθηκε στην δεύτερη θέση μετά το Λονδίνο ενώ η Ζυρίχη κέρδισε την 8^η θέση παίρνοντας την θέση που κατείχε το Άμστερνταμ.

Οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους επηρεάστηκαν σημαντικά από την οικονομική ύφεση με αποτέλεσμα να παρουσιάζουν μεγαλύτερη μείωση στην κίνηση σε σχέση με τις συμβατικές εταιρίες. Οι δεκαεφτά εταιρίες χαμηλού κόστους που συνδέουν την Αθήνα με 23 διεθνείς προορισμούς μετέφεραν το 8,9% των διεθνών επιβατών των προγραμματισμένων δρομολογίων.

Όσον αφορά τα οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά των επιβατών που ταξίδεψαν μέσω του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών το 2009 αυτά ήταν σχεδόν

όμοια με αυτά των προηγούμενων ετών. Η μικρή πλειοψηφία των ανδρών (55%) παρέμεινε σταθερή, με την ηλικία των επιβατών να είναι 39 ετών κατά μέσο όρο. Το υψηλό επίπεδο μόρφωσης συνεχίζει να είναι ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά των επιβατών του αεροδρομίου με το 73% αυτών να κατέχει πτυχίο κολλεγίου ή πανεπιστημίου.

Σχετικά με την ηλικία των επιβατών, το 14% αποτελούν οι νέοι 18-24 ετών, το 30% είναι ηλικίας 25-34%, το 22% είναι 35-44 ετών, το 18% είναι 45-54 ετών και τέλος τα άτομα άνω των 55 ετών αποτελούν το 16% των επιβατών. Το 41% των επιβατών ταξιδεύουν με συχνότητα 3-9 φορές το χρόνο και ακολουθούν με ποσοστό 34% όσοι ταξιδεύουν πάνω από δέκα φορές. Ένα μικρότερο ποσοστό (25%) ταξιδεύει έως δυο φορές τον χρόνο.

Η πλειοψηφία των επιβατών που μετακινείται μέσω του αεροδρομίου των Αθηνών ταξιδεύει με ποσοστό 68% για προσωπικούς λόγους δηλαδή για αναψυχή ή επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς ενώ το 32% ταξιδεύει για λόγους επαγγελματικούς. Επίσης το 45% αυτών έκλεισε το εισιτήριο μέσω του διαδικτύου ενώ παρόμοιο ποσοστό (43%) το έκλεισε μέσω κάποιου ταξιδιωτικού γραφείου.

1.4 Δομή της διπλωματικής εργασίας

Η διπλωματική εργασία έχει την παρακάτω μορφή:

Στο **δεύτερο κεφάλαιο** πραγματοποιείται η βιβλιογραφική ανασκόπηση όπου περιλαμβάνονται έρευνες σχετικά με τον προσδιορισμό των παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή αεροπορικής εταιρίας.

Στο **τρίτο κεφάλαιο** περιγράφεται ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου και η έρευνα πεδίου.

Στο **τέταρτο κεφάλαιο** γίνεται η ανάλυση του δείγματος ως προς τα οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά και τα χαρακτηριστικά του ταξιδιού καθώς και μια πρώτη ανάλυση των απόψεων των ερωτώμενων σχετικά με ορισμένα χαρακτηριστικά των αεροπορικών εταιριών. Παράλληλα πραγματοποιείται συσχέτιση των απαντήσεων των ερωτώμενων με ορισμένους καθοριστικούς παράγοντες, όπως είναι το φύλο, η ηλικία, το εισόδημα, ο σκοπός του ταξιδιού και ο τύπος αεροπορικής εταιρίας.

Στο **πέμπτο κεφάλαιο** πραγματοποιείται η στατιστική ανάλυση των ερωτηματολογίων. Παρουσιάζεται η μέθοδος ανάλυσης των απαντήσεων των ερωτώμενων και αναπτύσσεται το στατιστικό μοντέλο. Ακόμη, περιλαμβάνονται τα τελικά αποτελέσματα και η ερμηνεία τους.

Στο **έκτο κεφάλαιο** παρουσιάζονται οι βιβλιογραφικές παραπομπές.

Στο **παράρτημα** βρίσκεται το ερωτηματολόγιο της έρευνας.

2. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Πριν την παρουσίαση του ερωτηματολογίου της έρευνας και την ανάλυση των αποτελεσμάτων της γίνεται μια αναφορά στην διεθνή βιβλιογραφία που αφορά σε παρόμοιες έρευνες στον τομέα των αερομεταφορών. Επίσης, παρουσιάζεται η εξέλιξη της γνώμης των καταναλωτών στις αερομεταφορές και η έμφαση που δινόταν σε αυτήν σε διάφορες χρονικές περιόδους.

2.1 Η γνώμη των καταναλωτών

Η γνώμη του καταναλωτή μπορεί με μια απλοϊκή προσέγγιση να θεωρηθεί ως η αποφερόμενη αξία ενός αγαθού ή μιας υπηρεσίας σε σύγκριση με το κόστος του κατά την εκτίμηση ενός καταναλωτή ή μιας ομάδας καταναλωτών. Η έμφαση στην αξία αυτή στις αερομεταφορές άλλαξε με την πέρασμα της ιστορίας. Οι τεχνολογικές αλλαγές και η είσοδος νέων επιχειρηματικών μοντέλων ήταν δυνάμεις που οδήγησαν προς την κατεύθυνση αυτή.

Στα πρωταρχικά στάδια των αερομεταφορών η τιμή δεν έπαιζε ιδιαίτερο ρόλο. Ακόμη και σε ιστορικά αρχεία με δυσκολία βρίσκονται αναφορές που να καταδεικνύουν τιμές. Η έμφαση δινόταν σε βασικούς τομείς όπως οι διαδρομές και η μεταφορά η ίδια. Ακόμη και ο σχεδιασμός του καθίσματος ήταν βασικός ώστε να αντέχει το βάρος του ατόμου με ασφάλεια. Χρησιμοποιούνταν πολύ απλά καθίσματα. Δεν υπήρχε καμία προστασία έναντι θορύβου και κρούου. Οι επιβάτες απλά έπρεπε να μεταφερθούν με ασφάλεια από το Α στο Β.

Με το ξεκίνημα των πρώτων επιβατικών αεροπλάνων όπως το DC-3 και το Junkers Ju-52 αυξήθηκε η σημασία του συστήματος διαδρομών. Μετεπιβιβάσεις και ένα πρώτου είδους σύστημα μητροπολιτικών αεροδρομίων άρχισαν να

λειτουργούν. Επιπλέον, υπτάμενοι αεροσυνοδοί και για πρώτη φορά υπηρεσίες φαγητού κατά την πτήση δημιουργήθηκαν για την εξυπηρέτηση των επιβατών.

Μετά τον 2^ο Παγκόσμιο Πόλεμο πραγματοποιήθηκαν οι πρώτες μεγάλης διάρκειας πτήσεις. Σε ένα περιβάλλον συνεχούς δέσμευσης τιμών, οι προσπάθειες αύξησης της ευχαρίστησης των επιβατών επικεντρώθηκαν στις προσφερόμενες υπηρεσίες κατά την πτήση. Ακόμη και πρώτης τάξης μάγειρες επιστρατεύτηκαν κατά την πτήση. Επίσης διαφορετικά συστήματα θέσεων ή και κρεβάτια ήταν σημαντικά στην διαφοροποίηση του προϊόντος. Στα τέλη του '60 και αρχές του '70 με την παραγωγή μεγάλου μεγέθους αεροσκαφών, οι δεσμευμένες τιμές άρχισαν να φαλκιδεύονται. Και πάλι εισήχθησαν νέα στοιχεία για την άνεση των επιβατών όπως για παράδειγμα κινηματογράφοι και συστήματα ήχου. Αλλά το ενδιαφέρον επικεντρώνεται όλο και περισσότερο στις τιμές και τα κόστη.

Οι μειώσεις κόστους των μαζικών μετακινήσεων και ο υψηλός αριθμός επιβατών ανά αεροπλάνο επέτρεψε μεγάλο εύρος διαφορετικών τιμών. Εκτός από τις επίσημες τιμές του JATA, χαμηλότερες τιμές, η αποκαλούμενη γκρι ζώνη δημιουργήθηκε. Με αυτά η αξία των καταναλωτών δεν βασιζόταν πλέον στην ποιότητα της μεταφοράς αλλά στην μείωση όλο και περισσότερο του κόστους.

Η δεκαετία του '90 του περασμένου αιώνα έφερε αλλαγή στο αεροπορικό επιχειρηματικό μοντέλο με την είσοδο των εταιριών χαμηλού κόστους από την μία πλευρά και με τους παραδοσιακούς αερομεταφορείς από την άλλη να βασίζονται όλο και περισσότερο στην εξυπηρέτηση κομβικών αεροδρομίων. Και τα δύο μοντέλα δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στις τιμές. Για το μοντέλο χαμηλού κόστους η τιμή είναι εξ' ορισμού το πιο σημαντικό συστατικό για την ικανοποίηση των επιβατών. Το μοντέλο χαρακτηρίζεται από το χαμηλό του κόστος και τις ανταγωνιστικές τιμές. Επιδράσεις δικτύου στο μοντέλο των κομβικών συνδέσεων συντέλεσαν ώστε ο μεγαλύτερος παίκτης να είναι αυτός με το μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά. Στην θεωρία, συνεχής μείωση κόστους και ταυτόχρονη αύξηση κέρδους έχουν ως αποτέλεσμα οικονομίες που καταλήγουν σε φυσικές μονοπωλιακές καταστάσεις. Εξαιτίας του ανταγωνισμού για μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά, οι εταιρίες χαμηλώνουν τις τιμές τους ακόμα και κάτω από το μέσο

κόστος, στο ελάχιστο κόστος τους. Ακόμη περισσότερο στο μερίδιο των επιβατών της οικονομικής θέσης και αυτών που ταξιδεύουν με σκοπό την αναψυχή, οι τιμές και τα κόστη ελαχιστοποιούνται. Έτσι, το κόστος και οι τιμές αποδεικνύονται οι πιο σημαντικοί παράγοντες στους οποίους επικεντρώνεται το μάνατζμεντ ακόμη και των παραδοσιακών επιχειρηματικών μοντέλων. Οι επιβάτες των συμβατικών εταιριών μπορούν να έχουν το πλεονέκτημα των χαμηλών τιμών με αποδοχή μειωμένης ποιότητας υπηρεσιών κατά την πτήση όπως το φαγητό. Επιπλέον, θα πρέπει να δεχτούν στάσεις και μετεπιβιβάσεις στα κομβικά αεροδρόμια. Η παρουσία αεροπλάνων σαν το Boeing 737-800 επιτρέπουν υπερατλαντικές πτήσεις με μικρό αριθμό επιβατών και μπορούν να χρησιμοποιηθούν σαν νέα γενιά περιφερειακών αεροσκαφών. Νέες ιδέες υπηρεσιών σε μεγάλης διάρκειας ταξίδια άρχισαν να προσφέρονται με βάση αυτά τα αεροσκάφη (πχ. Lufthansa, Swiss). Πολλές αεροπορικές εταιρίες προσθέτουν υψηλού επιπέδου υπηρεσίες για τα τιμώμενα μέλη τους όπως η Lufthansa.

Παρατηρούμε λοιπόν πως η γνώμη του καταναλωτή και οι στρατηγικές επιστρέφουν μετά από μία περίοδο καθαρού κόστους σε πιο ποιοτικό προσανατολισμό. Φαίνεται λοιπόν καθαρά, ότι η γνώμη του καταναλωτή αλλάζει κατευθύνσεις όχι απαραίτητα οδηγούμενη από τις ανάγκες των καταναλωτών αλλά περισσότερο από τεχνολογικές επιρροές και επιδράσεις της αγοράς.

2.2 Παλαιότερες έρευνες

Ο Kimon Prossanoglou και ο Frank S. Korpleman (1999) ερεύνησαν την ανάπτυξη και την ερμηνεία των μοντέλων επιλογής των επιβατών προκειμένου να ανακαλύψουν τις ανταλλαγές (tradeoffs) που κάνουν οι επιβάτες όταν επιλέγουν ανάμεσα σε διαφορετικές αεροπορικές εταιρίες, πτήσεις και τιμές εισιτηρίων. Απέδειξαν ότι ο σωστός προγραμματισμός των πτήσεων, η διάρκεια της πτήσης, η τιμή του εισιτηρίου, το όνομα της αεροπορικής εταιρίας και τα προγράμματα

συχνού ταξιδιώτη παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή της αεροπορικής εταιρίας. Η έρευνα διενεργήθηκε κατά ένα μέρος με την βοήθεια ερωτηματολογίων δεδηλωμένης προτίμησης στα αεροδρόμια Chicago's O' Hare και στο Dallas-Fort Worth όπου ερωτήθηκαν οι επιβάτες απευθείας πτήσεων και κατά το άλλο μέρος μέσω τηλεφωνικής συνέντευξης προκειμένου να συλλεχθούν στοιχεία αποκαλυπτόμενης προτίμησης.

Ο Mason (2001) διερεύνησε την επιρροή διαφόρων προσφερόμενων υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένου της τιμής, του προγράμματος συγκέντρωσης μιλίων ταξιδιού, της συχνότητας των πτήσεων και των ανέσεων κατά την πτήση, στην επιλογή εταιρίας χαμηλού κόστους από Ευρωπαίους επιβάτες που ταξιδεύουν σε κοντινούς προορισμούς με σκοπό την εργασία. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν με την βοήθεια ερωτηματολογίων δεδηλωμένης προτίμησης από ταξιδιώτες στα αεροδρόμια Stansted και Luton του Λονδίνου. Συνολικά συμπληρώθηκαν 448 ερωτηματολόγια και τα δεδομένα αναλύθηκαν με την χρήση πολλαπλού γραμμικού μοντέλου μέσω του στατιστικού προγράμματος SPSS. Απέδειξε ότι η τιμή είναι αυτή που παρουσιάζεται ως πιο σημαντικός παράγοντας επιλογής και ακολουθείται από την άνεση που προσφέρεται κατά την πτήση και έπειτα από την συχνότητα των πτήσεων. Η έρευνα του κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους προτιμούνται περισσότερο από μικρού ή μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις.

Οι Park et al. (2004) μελέτησαν την επιρροή της αξίας 22 προσφερόμενων υπηρεσιών κατά την πτήση όσον αφορά στην συμπεριφορά των ταξιδιωτών στην επιλογής αεροπορικής εταιρίας. Η έρευνα έγινε με την βοήθεια ερωτηματολογίων που διανεμήθηκαν σε Κορεάτες επιβάτες που είχαν ταξιδέψει τουλάχιστον μία φορά τους προηγούμενους δώδεκα μήνες με διεθνή πτήση. Η ανάλυση των 592 ερωτηματολογίων που τελικά συγκεντρώθηκαν, έδειξε ότι η αξία των υπηρεσιών, η ικανοποίηση των επιβατών και η φήμη της αεροπορικής εταιρίας έχουν άμεση επίδραση στις μελλοντικές επιλογές των επιβατών.

Οι Chiang et al. (2005) χρησιμοποίησαν το πολυωνυμικό μοντέλο logit για να μελετήσουν την συμπεριφορά των καταναλωτών στην διεθνή αγορά των

αερομεταφορών. Απέδειξαν ότι καθοριστικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή είναι η ώρα πτήσης, η τιμή του εισιτηρίου, τα μηνιαία έξοδα και ο σκοπός του ταξιδιού.

Οι Chia-Chuan Chow, Shiaw-Wuu Perng, και Liang-Fu Wang διερεύνησαν την ζήτηση των εταιριών χαμηλού κόστους για τις πτήσεις μεταξύ Ταϊpei και Κίνας.

Ερωτηματολόγια δεδηλωμένης προτίμησης συλλέχθηκαν μέσω συνέντευξης από τους επιβάτες στο αεροδρόμιο και μέσω του διαδικτύου. Τα δεδομένα αναλύθηκαν με την χρήση πολυωνυμικού μοντέλου logit το οποίο ανέδειξε το κόμιστρο και την συχνότητα των πτήσεων ως τους πιο σημαντικούς παράγοντες επιλογής εταιρίας.

Οι Garrow et al. εξέτασαν τους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση των καταναλωτών που χρησιμοποιούν διαδικτυακά κανάλια, εφαρμόζοντας nested logit μοντέλο. Οι προτιμήσεις των καταναλωτών περιγράφονται σε όρους αεροπορικής εταιρίας, χρόνους αναχώρησης και επιστροφής, τύπου αεροσκάφους και μεγέθους καθίσματός. Η έρευνα έδειξε ότι οι επιβάτες με σκοπό την εργασία που αποδίδουν μεγάλη αξία στο χρόνο και είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν παραπάνω για βελτιωμένες υπηρεσίες.

Ο Christian Huse και ο Mario Evangelho διερεύνησαν την ετερογένεια στους ταξιδιώτες με σκοπό την εργασία ανάμεσα σε αυτούς που ταξιδεύουν με παραδοσιακές εταιρίες και σε αυτούς που πετούν με εταιρία χαμηλού κόστους, χρησιμοποιώντας δεδομένα από μια έρευνα επιβατών αεροπορικών εταιριών. Ανάλυση των παραγόντων χρησιμοποιήθηκε για να βρεθούν οι τύποι των ταξιδιωτών ομαδοποιώντας του με βάση τα διάφορα χαρακτηριστικά. Στη συνέχεια, χρησιμοποιήθηκαν δεδηλωμένες μέθοδοι απαντήσεων για να αναδείξουν ποια χαρακτηριστικά εκτιμούνται διαφορετικά από τους δύο τύπους ταξιδιωτών. Τα αποτελέσματα έδειξαν ότι ένα σημαντικό μερίδιο ταξιδιωτών με σκοπό την εργασία, που προηγουμένως δεν πετούσαν για επαγγελματικούς λόγους, χρησιμοποιούν αεροπορικές εταιρίες χαμηλού κόστους. Επιπροσθέτως, αφού πέταξαν με εταιρία χαμηλού κόστους, οι ταξιδιώτες για εργασία τείνουν να επανεκτιμήσουν ορισμένα χαρακτηριστικά με τρόπο που «συμφέρει» περισσότερο τις εταιρίες χαμηλού κόστους.

3. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

3.1 Σχεδιασμός του ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο που σχεδιάστηκε χρησιμοποιήθηκε για τη διερεύνηση των απόψεων των ταξιδιωτών σχετικά με τα χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την επιλογή αεροπορικής εταιρίας και την προτίμησή τους για τις εταιρίες χαμηλού κόστους. Το ερωτηματολόγιο χωρίζεται σε 4 διακριτές ομογενείς ενότητες και για την συμπλήρωση του απαιτείται χρόνος 4-8 λεπτά ανάλογα με την εμπειρία, το μορφωτικό επίπεδο και την αντίληψη του ερωτώμενου. Το ερωτηματολόγιο συμπληρώθηκε από ταξιδιώτες με προορισμό το Λονδίνο κατά την αναμονή τους στις θέσεις ελέγχου των εισιτηρίων. Ο συγκεκριμένος προορισμός επιλέχθηκε καθώς κατέχει την πρώτη θέση στον πίνακα των προγραμματισμένων πτήσεων του αεροδρομίου Ελ. Βενιζέλος. Για την καλύτερη σχεδίαση του δημιουργήθηκε αρχικά ένα πιλοτικό ερωτηματολόγιο και δοκιμάστηκε σε ένα πλήθος ερωτώμενων προκειμένου να διαπιστωθούν λάθη ή παραλείψεις. Στην συνέχεια έγιναν οι απαιτούμενες διορθώσεις και συντάχθηκε το ερωτηματολόγιο στην τελική του μορφή.

Στην πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου καταγράφονται τα στοιχεία της πτήσης των ερωτώμενων και οι συνήθειές τους σχετικά με την αγορά του εισιτηρίου ενώ στην δεύτερη ενότητα καταγράφεται η άποψή τους σχετικά με ορισμένα χαρακτηριστικά των αεροπορικών εταιριών. Στην τρίτη ενότητα ο ερωτώμενος καλείται να επιλέξει μεταξύ εναλλακτικών σεναρίων αεροπορικής εταιρίας ενώ στην τέταρτη καταγράφονται τα οικονομικά και κοινωνικά του στοιχεία.

Το πρώτο και το τέταρτο μέρος του ερωτηματολογίου περιέχουν ερωτήσεις απλές και κατανοητές, με απόλυτη σαφήνεια οι οποίες μπορούν να απαντηθούν με ευκολία από τον ερωτώμενο. Το δεύτερο μέρος και το τρίτο μέρος του απαιτούν περισσότερη συγκέντρωση και σκέψη και παρόλο που έγινε προσπάθεια να διατυπωθεί με απλό τρόπο, αποφασίστηκε ότι η παρουσία του ερευνητή κρίνεται απαραίτητη προκειμένου να επεξηγεί τυχόν απορίες και να δίνει διευκρινήσεις. Οι μονάδες που χρησιμοποιούνται για την ποσοτική έκφραση διαφόρων μεγεθών (κόστος)

είναι απολύτως γνωστή στους ερωτώμενους (€), ενώ δεν υπάρχουν ερωτήσεις αρνητικού τύπου, ούτε ερωτήσεις που ξαφνιάζουν τον ερωτώμενο, ώστε να εξασφαλιστεί η συνεργασία μαζί του.

Στις επόμενες σελίδες πραγματοποιείται μια αναλυτική περιγραφή του ερωτηματολογίου το οποίο παρατίθεται στο παράρτημα Α.

3.2 ΤΑ ΜΕΡΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Α΄ ΜΕΡΟΣ

Η πρώτη ερώτηση του τμήματος Α του ερωτηματολογίου έχει στόχο να διαχωρίσει τους ερωτώμενους ανάλογα με τον σκοπό του ταξιδιού τους (αναψυχή, εργασία, σπουδές, άλλο) έτσι ώστε να διαπιστωθεί αν παρουσιάζουν διαφορά στην συμπεριφορά τους. Στην συνέχεια του πρώτου μέρους περιλαμβάνονται ερωτήσεις σχετικά με το εισιτήριο ώστε να δημιουργηθεί το προφίλ του ταξιδιώτη και τα χαρακτηριστικά της πτήσης του. Εξετάζονται συγκεκριμένα η αεροπορική εταιρία με την οποία πετάει, το κόστος του εισιτηρίου, η θέση που ταξιδεύει, ο τρόπος και ο χρόνος αγοράς του εισιτηρίου καθώς και ο τρόπος πληρωμής του. Επιπλέον εμπεριέχονται ερωτήσεις σχετικά με τις ταξιδιωτικές του συνήθειες όπως το αν ανήκει σε πρόγραμμα συχνού επιβάτη, τον αριθμό των αεροπορικών ταξιδιών του τον τελευταίο χρόνο και την περίπτωση πτήσης με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους κατά το παρελθόν.

Β΄ ΜΕΡΟΣ

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου αποτελείται από 10 χαρακτηριστικά των αεροπορικών εταιριών τα οποία οι ερωτώμενοι καλούνται να βαθμολογήσουν από άποψη σημαντικότητας κατά την επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Τα χαρακτηριστικά που διερευνούνται είναι : το κόστος του εισιτηρίου, το φαγητό που προσφέρεται κατά

την πτήση, η ψυχαγωγία, η άνεση, ο τύπος του αεροπλάνου, η ώρα αναχώρησης, η συχνότητα των πτήσεων, η ασφάλεια, το κύρος της αεροπορικής εταιρίας και το ενδεχόμενο πτήσης με ενδιάμεσο σταθμό. Η κλίμακα της βαθμολόγησης διακρίνεται σε 4 μέρη (πολύ σημαντικό, σημαντικό, λίγο σημαντικό, καθόλου σημαντικό). Στόχος του δεύτερου μέρους είναι να καταγραφεί η γνώμη των ταξιδιωτών σχετικά με τα κριτήρια επιλογής αεροπορικής εταιρίας.

Γ΄ ΜΕΡΟΣ

Το τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου ξεκινάει με την υπόθεση ενός τυπικού ταξιδιού στο Λονδίνο που έχει τα χαρακτηριστικά που έχει δηλώσει ο ερωτώμενος στο πρώτο μέρος. Αφού διαβάσει την υπόθεση αυτή, ο ερωτώμενος καλείται να απαντήσει στην ερώτηση του τρίτου μέρους, η οποία του ζητάει να επιλέξει με ποια από τις 2 εναλλακτικές αεροπορικές εταιρίες θα προτιμούσε να πετάξει. Η ερώτηση αυτή συντάχτηκε με στόχο να διερευνηθεί από ποιες παραμέτρους επηρεάζεται η απόφαση του και αν αυτή συμφωνεί με τις απαντήσεις που έδωσε προηγουμένως .

Τρεις είναι οι βασικές μεταβλητές των εναλλακτικών σεναρίων: το φαγητό, το αεροδρόμιο προορισμού και το κόστος σε ευρώ. Επιλέχθηκαν οι συγκεκριμένες μεταβλητές γιατί αποτελούν τις πιο χαρακτηριστικές διαφορές μεταξύ των παραδοσιακών αεροπορικών εταιριών και των εταιριών χαμηλού κόστους. Οι μεταβλητές του φαγητού και του αεροδρομίου έχουν 2 επίπεδα τιμών ενώ η μεταβλητή του κόστους έχει 3 επίπεδα τιμών. Οι τιμές που δόθηκαν στην μεταβλητή του κόστους αντιστοιχούν στις πραγματικές τιμές των εισιτηρίων για πτήση στο Λονδίνο με επιστροφή. Πιο συγκεκριμένα, όπως φαίνεται στον πίνακα 1, για το φαγητό αυτά ήταν: δωρεάν ή με χρέωση, για το αεροδρόμιο: Heathrow ή Luton και για το κόστος του εισιτηρίου (με επιστροφή): 110 €, 170€ ή 200€ με αποτέλεσμα να προκύπτουν 24 συνδυασμοί.

Πίνακας 3.1: Πιθανές τιμές των 3 μεταβλητών που εξετάζονται

Φαγητό	Δωρεάν	Με χρέωση	
Αεροδρόμιο	Heathrow	Luton	
Κόστος εισιτηρίου	110€	170€	200€

Πίνακας 3.2: Συνδυασμοί τιμών για την εναλλακτική A (ομοίως και η B)

	Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
1	A	Δωρεάν	Heathrow	200€
2	A	Δωρεάν	Heathrow	170€
3	A	Δωρεάν	Heathrow	110€
4	A	Με χρέωση	Heathrow	200€
5	A	Με χρέωση	Heathrow	170€
6	A	Με χρέωση	Heathrow	110€
7	A	Δωρεάν	Luton	200€
8	A	Δωρεάν	Luton	170€
9	A	Δωρεάν	Luton	110€
10	A	Με χρέωση	Luton	200€
11	A	Με χρέωση	Luton	170€
12	A	Με χρέωση	Luton	110€

Τα 24 αυτά σενάρια συνδυασμένα ανά 2 δύο, έτσι ώστε ο ερωτώμενος να επιλέγει κάθε φορά ή το Α ή το Β, δίνουν 66 δυάδες εναλλακτικών σεναρίων. Από αυτές αποκλείστηκαν εκείνες στις οποίες η επιλογή του Α ή του Β σεναρίου ήταν προφανής (και οι δύο μεταβλητές σε κάποιο από τα σενάρια είχαν καλύτερες τιμές).

Έτσι, στην τελική της μορφή η ερώτηση του τρίτου μέρους του ερωτηματολογίου περιέχει επτά δυάδες εναλλακτικών επιλογών. Οι δυάδες εναλλακτικών σεναρίων παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 3.3: Εναλλακτικά σενάρια που εξετάστηκαν μέσω του ερωτηματολόγιου

	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου		Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
1	Δωρεάν	Heathrow	200 €	1	Δωρεάν	Luton	170 €
2	Δωρεάν	Heathrow	200 €	2	Με χρέωση	Luton	110 €
3	Δωρεάν	Heathrow	200 €	3	Με χρέωση	Heathrow	170 €
4	Δωρεάν	Heathrow	200 €	4	Δωρεάν	Luton	110 €
5	Με χρέωση	Heathrow	170€	5	Δωρεάν	Luton	110 €
6	Με χρέωση	Luton	110€	6	Δωρεάν	Luton	170 €
7	Με χρέωση	Heathrow	170€	7	Δωρεάν	Luton	170 €

Δ΄ ΜΕΡΟΣ

Το τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με τα κοινωνικά και οικονομικά χαρακτηριστικά του δείγματος, τα οποία είναι το φύλο, η ηλικία, η εκπαίδευση, το επάγγελμα και το μηνιαίο ατομικό εισόδημα. Η καταγραφή των παραπάνω χρησιμεύει: α) για τον έλεγχο της αντιπροσωπευτικότητας του δείγματος, β) στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων σχετικά με τις επιλογές του σε συνδυασμό με τις απαντήσεις στα προηγούμενα μέρη του ερωτηματολογίου.

3.3 ΕΡΕΥΝΑ ΠΕΔΙΟΥ

Περιγραφή έρευνας πεδίου

Βασικός στόχος της έρευνας είναι η διερεύνηση της γενικότερης συμπεριφοράς των ατόμων που ταξιδεύουν αεροπορικώς μετά και την εμφάνιση των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους. Συγκεκριμένα εξετάζονται οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή αεροπορικής εταιρίας.

Για την διερεύνηση των προτιμήσεων των ταξιδιωτών η έρευνα πραγματοποιήθηκε με την μέθοδο της δεδηλωμένης προτίμησης. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν στον αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος με μικρή συνέντευξη προς τον ερωτώμενο ώστε να δίνονται περαιτέρω διευκρινήσεις όταν απαιτούνται. Το δείγμα αποτελείται από ταξιδιώτες με προορισμό το Λονδίνο. Ο χρόνος διεξαγωγής του ερωτηματολογίου υπολογίστηκε στα 4-8 λεπτά και γι' αυτό προτιμήθηκαν για την έρευνα τα άτομα που περίμεναν την σειρά τους μπροστά από τις θέσεις ελέγχου των εισιτηρίων ή κινούνταν στον χώρο γύρω από αυτές. Η διεξαγωγή της έρευνας πραγματοποιήθηκε από τις 15/12/2009 έως τις 11/4/2010 κατά τις ώρες των

προγραμματισμένων πτήσεων για Λονδίνο. Η επιλογή των ατόμων έγινε τυχαία έτσι ώστε να αντιπροσωπεύονται όλες οι κατηγορίες των ταξιδιωτών.

Προκειμένου να διεξαχθεί πιο ομαλά και με μεγαλύτερη ευκολία η έρευνα, οι ερευνητές διευκρίνιζαν ότι το ερωτηματολόγιο συμπληρώνεται ανώνυμα καθώς και πραγματοποιείται στα πλαίσια έρευνας για την γνώμη των επιβατών σχετικά με τα χαρακτηριστικά των αεροπορικών εταιριών από το Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο του οποίου το λογότυπο και το σήμα ήταν τυπωμένο στην αρχή κάθε ερωτηματολογίου ώστε ο ερωτώμενος να γνωρίζει εξ' αρχής τον φορέα διεξαγωγής της έρευνας.

3.4 Κωδικοποίηση ερωτηματολογίων

Κατά την έρευνα συγκεντρώθηκαν 130 ερωτηματολόγια, τα οποία πληρούσαν τις προϋποθέσεις ώστε να ληφθούν υπ' όψιν στην έρευνα. Ακολούθησε η κωδικοποίηση των ερωτήσεων (ώστε κάθε ερώτηση να αντιστοιχεί σε συγκεκριμένο κωδικό και να είναι ευκολότερη η επεξεργασία τους) και η αποθήκευση των στοιχείων σε κατάλληλα διαμορφωμένη βάση δεδομένων.

Προκειμένου να επιτευχθεί η καλύτερη αποθήκευση των ερωτηματολογίων κάθε ερώτηση αντικαταστάθηκε στη βάση δεδομένων από μία λέξη στα αγγλικά που αντιπροσωπεύει επαρκώς την ερώτηση. Ταυτόχρονα, οι πιθανές απαντήσεις στις ερωτήσεις αντικαταστάθηκαν από ορισμένους αριθμούς οι οποίοι μπορεί να δηλώνουν μια ορισμένη σειρά ή διάταξη ανάλογα με την ερώτηση.

Μετά την κωδικοποίηση των ερωτηματολογίων ακολούθησε η ανάλυση του δείγματος με την βοήθεια του προγράμματος SPSS(13.0).

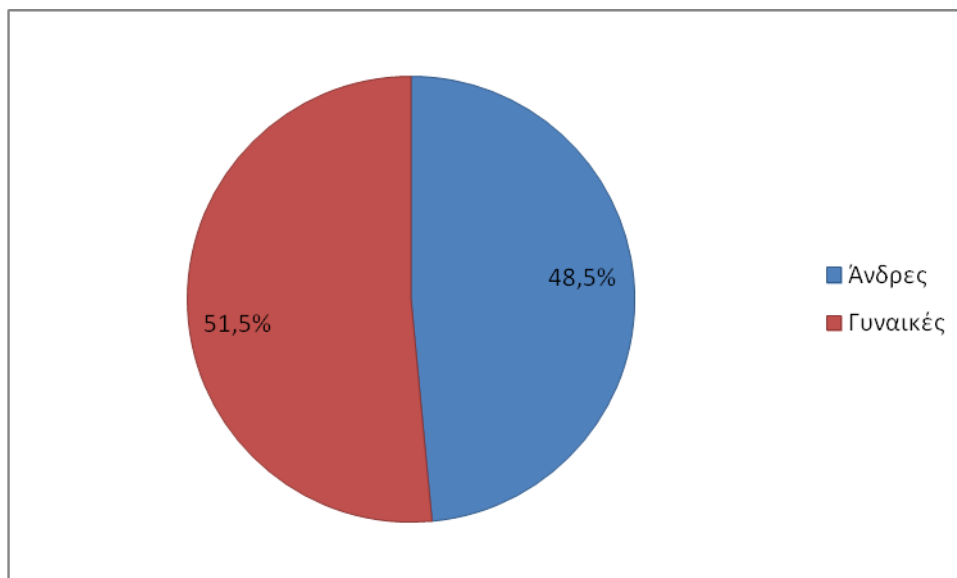
4. ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Κατά την διαδικασία της έρευνας συλλέγονταν στοιχεία σχετικά με τα χαρακτηριστικά του ταξιδιού των ερωτηθέντων όπως επίσης και οικονομικά και κοινωνικά στοιχεία (φύλο, ηλικία, μορφωτικό επίπεδο) και στοιχεία σχετικά με το επάγγελμα των ερωτηθέντων και την οικονομική τους κατάσταση. Μετά την συλλογή και καταγραφή των στοιχείων πραγματοποιήθηκε μια πρώτη ανάλυση των χαρακτηριστικών του δείγματος, όπως αυτά καταγράφηκαν μέσω του ερωτηματολογίου. Το δείγμα αποτελείται από άτομα που ταξιδεύουν αεροπορικώς με προορισμό το Λονδίνο με κάποιες από τις αεροπορικές εταιρίες που έχουν προγραμματισμένα δρομολόγια για τον προορισμό αυτόν από το αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος. Οι ερωτηθέντες είναι ηλικίας μεγαλύτερης των 18 ετών ώστε να επιτευχθεί μεγαλύτερη αξιοπιστία στις απαντήσεις και να μπορούν να αξιολογούν καλύτερα τα ζητήματα που διαπραγματεύεται το ερωτηματολόγιο.

4.1 Οικονομικά και κοινωνικά στοιχεία του δείγματος

Σε αυτήν την ενότητα περιγράφονται τα οικονομικά και κοινωνικά στοιχεία (ηλικία, φύλο, εκπαίδευση, επάγγελμα) όπως προέκυψαν από την ανάλυση των 130 ερωτηματολογίων που συλλέχθηκαν από την έρευνα.

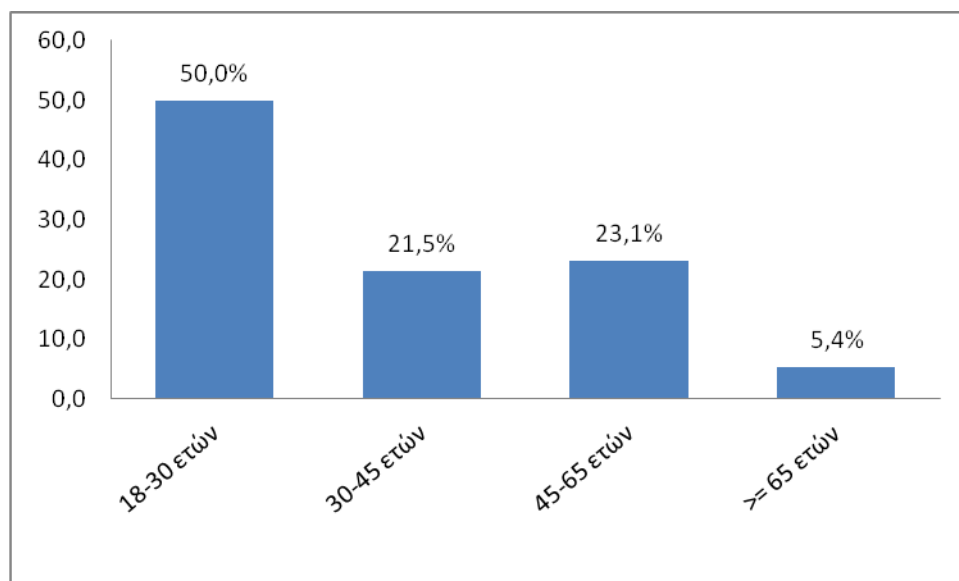
Κατανομή με βάση το φύλο



Σχήμα 4.1: Διάγραμμα κατανομής του δείγματος με βάση το φύλο των ερωτηθέντων

Στο παραπάνω διάγραμμα, παρουσιάζεται η κατανομή των ερωτηθέντων με βάση το φύλο τους. Όπως προκύπτει από το διάγραμμα, οι άνδρες αποτελούν το 48,5% των ερωτηθέντων ενώ οι γυναίκες αποτελούν το 51,5% αυτών. Στην αντιπροσωπευτικότητα των δύο φύλων παρατηρείται ισορροπία με ελαφρώς αυξημένο το ποσοστό των γυναικών.

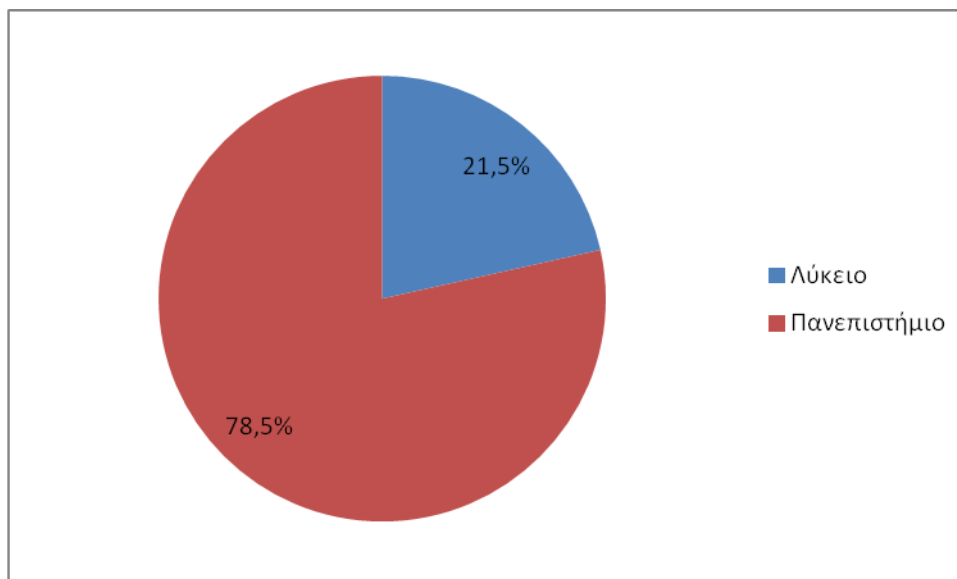
Κατανομή με βάση την ηλικία



Σχήμα 4.2: Διάγραμμα κατανομής του δείγματος με βάση την ηλικία

Στο διάγραμμα αυτό, καταγράφεται η κατανομή του δείγματος με βάση την ηλικία. Το μεγαλύτερο και με διαφορά ποσοστό εμφανίζουν οι νέοι ηλικίας 18-30 ετών καθώς αποτελούν το 50% των ερωτηθέντων. Στις υπόλοιπες κατηγορίες τα ποσοστά είναι μικρότερα χωρίς να παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές μεταξύ τους, ενώ μικρός αριθμός ηλικιωμένων (ποσοστό 5,5%) συμμετείχαν στην έρευνα.

Κατανομή με βάση την εκπαίδευση



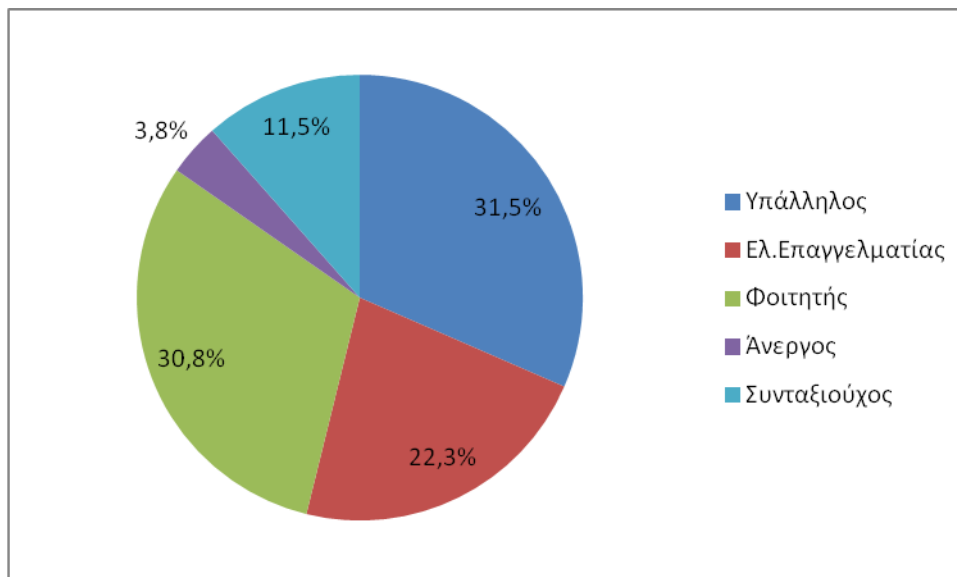
Σχήμα 4.3: Διάγραμμα κατανομής του δείγματος με βάση την εκπαίδευση

Στο παραπάνω διάγραμμα παρουσιάζεται η κατανομή των ταξιδιωτών σε σχέση με την εκπαίδευση τους. Όπως παρατηρούμε, το 78,5% των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα έχει ολοκληρώσει σπουδές πανεπιστημιακού επιπέδου ενώ το 19,7% έχει φοιτήσει στο Λύκειο. Τα ποσοστά αυτά καταδεικνύουν ένα δείγμα ανθρώπων υψηλού μορφωτικού επιπέδου.

Κατανομή με βάση το επάγγελμα

Στην συνέχεια ακολουθεί το διάγραμμα κατανομής του δείγματος με βάση το επάγγελμα των ερωτηθέντων. Το 30,8% των ερωτηθέντων δηλώνει φοιτητής ενώ το 31,5% δηλώνει υπάλληλος είτε στο δημόσιο είτε στον ιδιωτικό τομέα. Ελεύθερος επαγγελματίας ή άλλο δηλώνει το 22,3% και ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά 11,5% και 3,8% αντίστοιχα οι συνταξιούχοι και οι άνεργοι. Το ποσοστό των συνταξιούχων

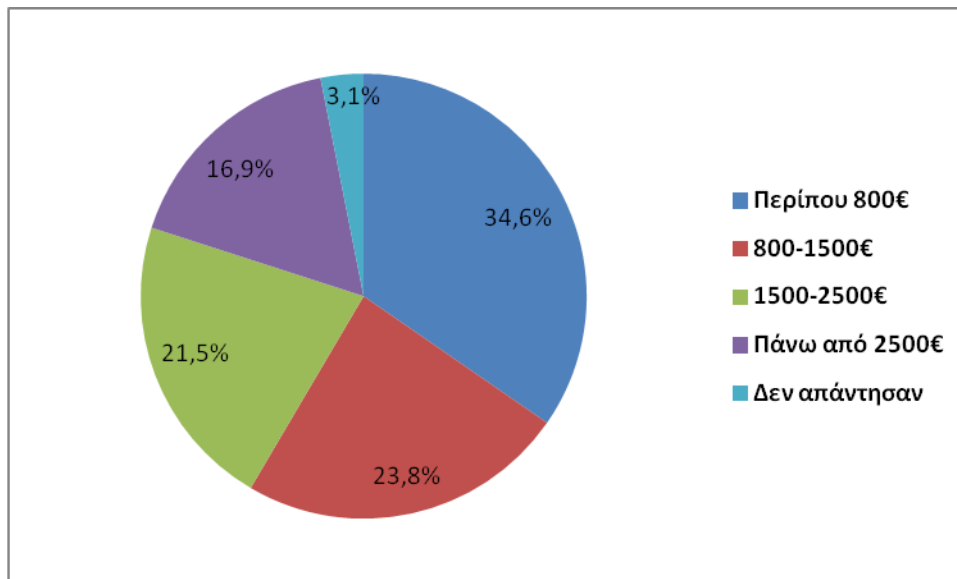
είναι αναμενόμενα μικρό αφού η ηλικία των ατόμων άνω των 65 ετών είναι μόλις 5,4% του δείγματος.



Σχήμα 4.4: Διάγραμμα κατανομής με βάση το επάγγελμα των ερωτηθέντων

Κατανομή με βάση το εισόδημα

Το παρακάτω διάγραμμα απεικονίζει την κατανομή του δείγματος με βάση το μηνιαίο ατομικό εισόδημα των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα. Το μεγαλύτερο ποσοστό των απαντήσεων αντιστοιχεί στην κατηγορία «Περίπου 800€» μηνιαίως και είναι 34,6%. Ακολουθούν η κατηγορία «800-1500» με ποσοστό 23,8%, η κατηγορία «1500-2500€» με ποσοστό 21,5% και η κατηγορία «Πάνω από 2500€» με ποσοστό 16,9%. Ένα ποσοστό των ερωτηθέντων (3,1%) αρνήθηκε να απαντήσει στην ερώτηση καθώς την θεώρησε πολύ προσωπική.



Σχήμα 4.5: Διάγραμμα κατανομής με βάση το μηνιαίο ατομικό εισόδημα

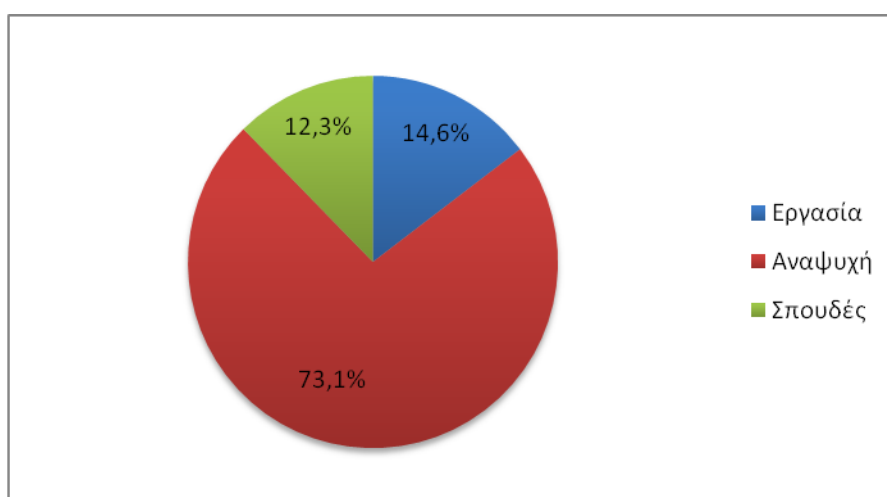
Τα οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων που συμμετείχαν στην έρευνα συμφωνούν σε μεγάλο βαθμό με τα αντίστοιχα χαρακτηριστικά του συνόλου των επιβατών που μετακινήθηκαν μέσω του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών όπως αυτά καταγράφονται στο Aerostat 2009 που εκδίδει κάθε χρόνο το αεροδρόμιο. Συγκεκριμένα παρουσιάζεται η κατανομή των επιβατών με βάση το φύλο και είναι 55% αυτών άνδρες και 45% γυναίκες. Στην κατανομή με βάση την εκπαίδευση, το 73% των επιβατών έχει ολοκληρώσει πανεπιστημιακές σπουδές και το 24% έχει αποφοιτήσει από το λύκειο. Παρατηρούμε ότι τα ποσοστά είναι όμοια με αυτά που πρόέκυψαν στην έρευνα. Στην κατανομή με βάση την ηλικία παρατηρείται διαφορά στο ποσοστό των νέων όπου στην έρευνα είναι μεγαλύτερο. Αυτό ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι οι νέοι ήταν πιο δεκτικοί να συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο.

4.2 Χαρακτηριστικά αεροπορικού ταξιδιού του δείγματος

Το αεροπορικό ταξίδι που πρόκειται να πραγματοποιήσει ο αναχωρών επιβάτης με προορισμό το Λονδίνο έχει ορισμένα χαρακτηριστικά που διαχωρίζουν το δείγμα σε ομάδες με ανόμοια συμπεριφορά και κριτήρια επιλογής αεροπορικής εταιρίας. Γι αυτό το λόγο στο πρώτο τμήμα του ερωτηματολογίου της έρευνας καταγράφηκαν τα χαρακτηριστικά του ταξιδιού των ερωτώμενων, όπως ο σκοπός του ταξιδιού, η αεροπορική εταιρία, το κόστος του εισιτηρίου, η θέση και άλλα.

Κατανομή με βάση το σκοπό του ταξιδιού

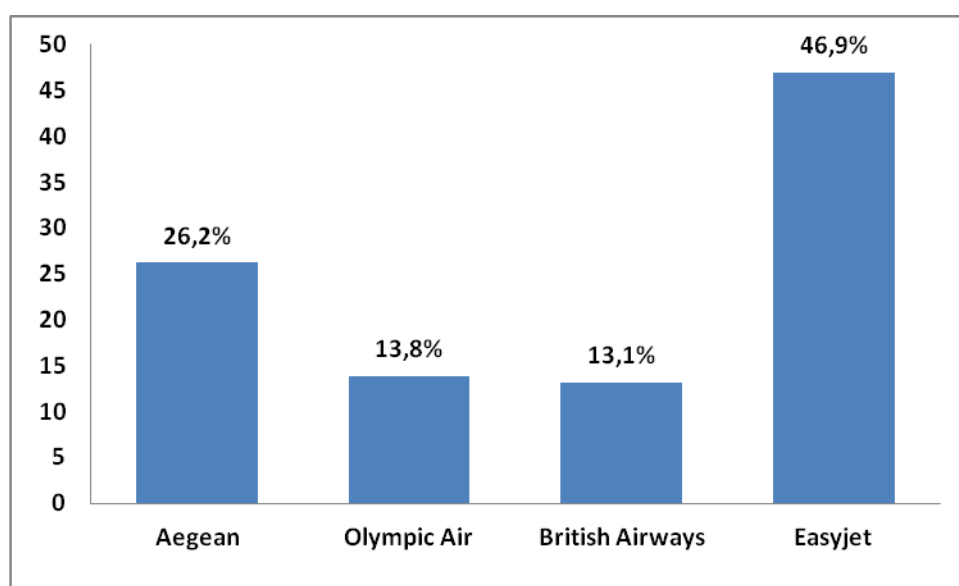
Ως σκοπό του ταξιδιού τους δήλωσαν την αναψυχή το 71,3% των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα ενώ μόνο το 14,6% δήλωσε την εργασία και 12,3% τις σπουδές όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα. Τα ποσοστά συμφωνούν με στοιχεία του αεροδρομίου όπου αναφέρεται ότι το 68% των επιβατών ταξιδεύει για προσωπικούς λόγους από τους οποίους ο κυριότερος είναι η αναψυχή.



Σχήμα 4.6: Διάγραμμα κατανομής με βάση το σκοπό του αεροπορικού ταξιδιού

Κατανομή με βάση την αεροπορική εταιρία που πρόκειται να ταξιδέψει ο ερωτώμενος

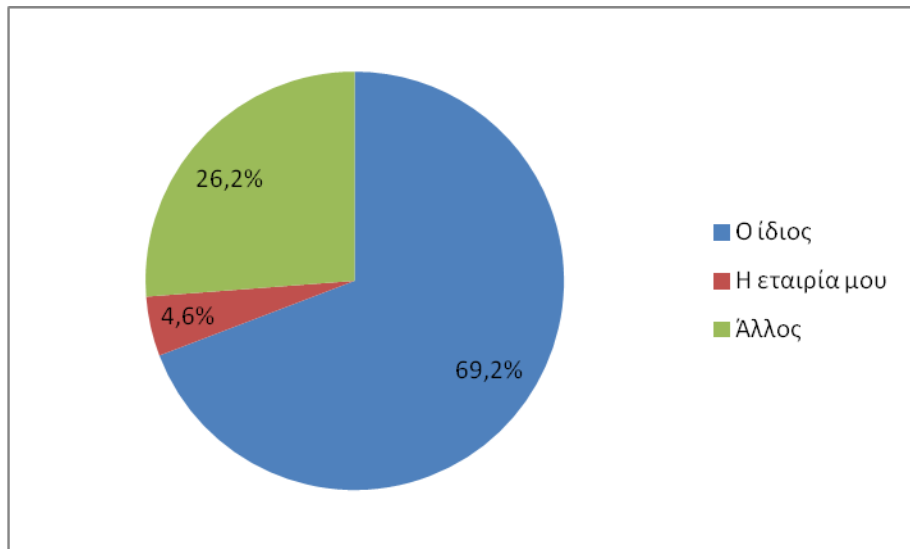
Στο διάγραμμα που ακολουθεί παρακάτω απεικονίζεται η κατανομή των επιβατών με βάση την αεροπορική εταιρία με την οποία επέλεξαν να πετάξουν. Με την Easy jet δήλωσε ότι ταξιδεύει το 46,9% του δείγματος και με την British Airways το 13,1% αυτών. Τις εταιρίες που έχουν την βάση τους στο αεροδρόμιο των Αθηνών, δηλαδή την Olympic Air και την Aegean προτίμησαν το 13,8% και 13,1% των ερωτώμενων αντίστοιχα. Παρατηρείται ίση κατανομή των ερωτηθέντων μεταξύ των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους και των παραδοσιακών αερομεταφορέων με ελαφρώς μεγαλύτερο ποσοστό αυτό των τελευταίων.



Σχήμα 4.7: Διάγραμμα κατανομής με βάση την αεροπορική εταιρία

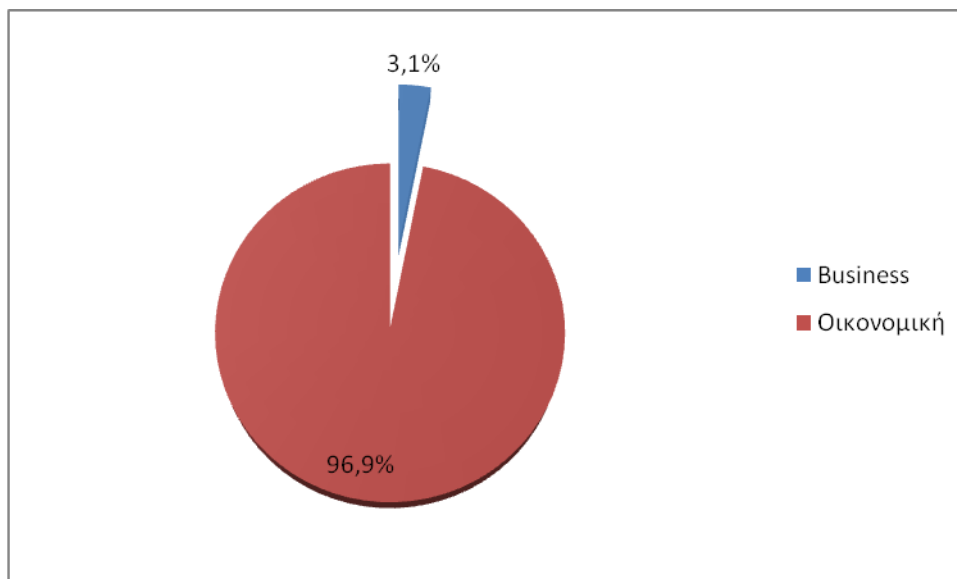
Κατανομή με βάση το ερώτημα «ποιος πλήρωσε το εισιτήριο»

Όπως παρατηρείται στο επόμενο διάγραμμα, το 69,2% των ερωτώμενων πλήρωσαν οι ίδιοι το εισιτήριο τους ενώ το 26,2% δήλωσε ότι το πλήρωσε κάποιος άλλος και το 4,6% ότι το πλήρωσε η εταιρία του.



Σχήμα 4.8: Διάγραμμα κατανομής με βάση την πληρωμή του εισιτηρίου

Κατανομή με βάση την θέση

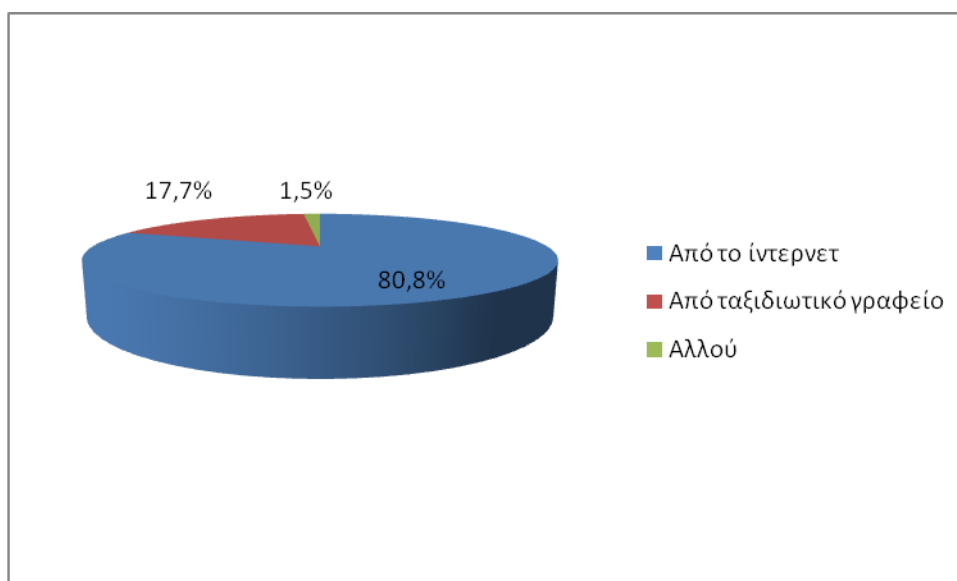


Σχήμα 4.9: Διάγραμμα κατανομής με βάση την θέση

Από το παραπάνω διάγραμμα φαίνεται ότι το μεγαλύτερο μέρος των ερωτώμενων ταξιδεύει σε οικονομική θέση και αποτελεί το 96,9% του δείγματος. Σε διακεκριμένη θέση ταξιδεύει μόλις το 3,1% του δείγματος.

Κατανομή με βάση τον τρόπο αγοράς του εισιτηρίου

Από το διάγραμμα παρατηρούμε ότι το 80,8% των ερωτώμενων αγόρασαν το εισιτήριο τους μέσω του διαδικτύου ενώ το 17,7% απευθύνθηκε σε κάποιο ταξιδιωτικό γραφείο. Στις πληροφορίες από το αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος βλέπουμε μικρότερο το ποσοστό αυτών που αγόρασαν το εισιτήριο από το ίντερνέτ (45%) και μεγαλύτερο αυτών που προτίμησαν ταξιδιωτικό γραφείο (43%).

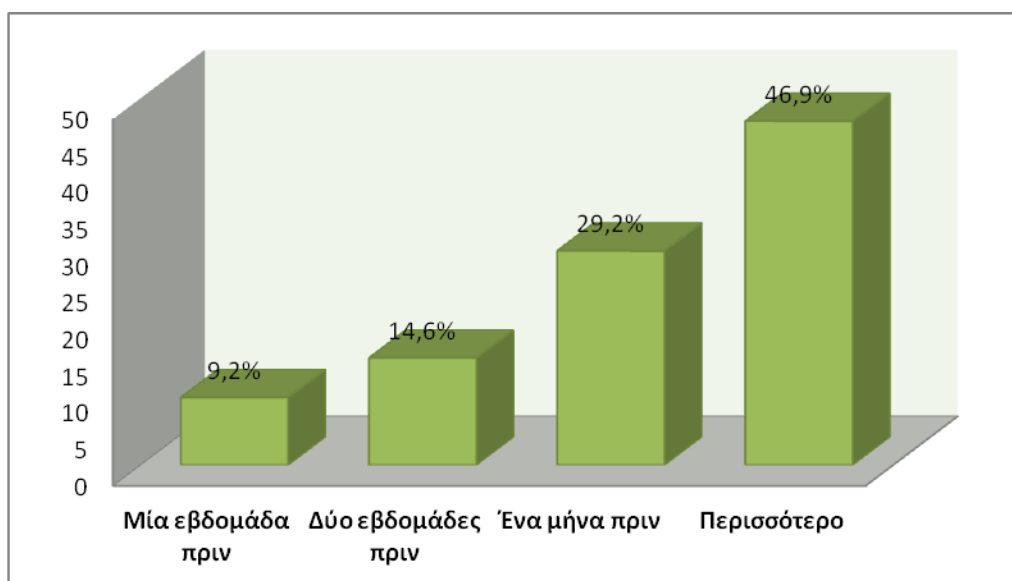


Σχήμα 4.10: Διάγραμμα κατανομής με βάση τον τρόπο αγοράς του εισιτηρίου

Κατανομή με βάση τον χρόνο αγοράς του εισιτηρίου

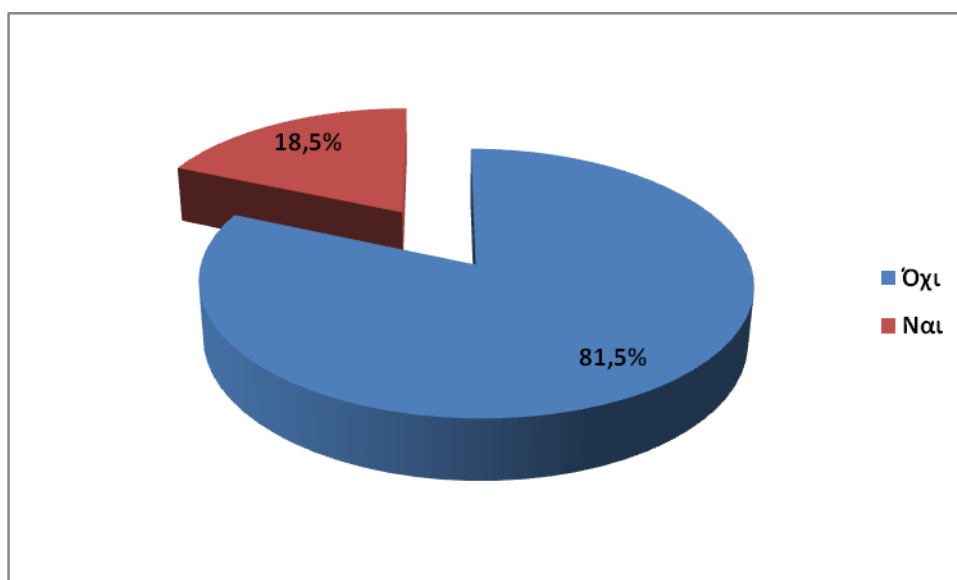
Στο επόμενο διάγραμμα απεικονίζεται η κατανομή των ταξιδιωτών σύμφωνα με το χρονικό διάστημα που αγόρασαν το εισιτήριο. Οι περισσότεροι ερωτώμενοι εμφανίζονται αρκετά προνοητικοί αφού το 29,2% αυτών το αγόρασε περίπου ένα μήνα πριν και το 46,9% περισσότερο από ένα μήνα πριν το ταξίδι. Επιπλέον, το

14,6% του δείγματος το αγόρασε 2 εβδομάδες πριν ενώ το 9,2% μια εβδομάδα πριν την πτήση.



Σχήμα 4.11: Διάγραμμα κατανομής με βάση τον χρόνο αγοράς του εισιτηρίου

Κατανομή με βάση την κατοχή προγράμματος συχνού επιβάτη

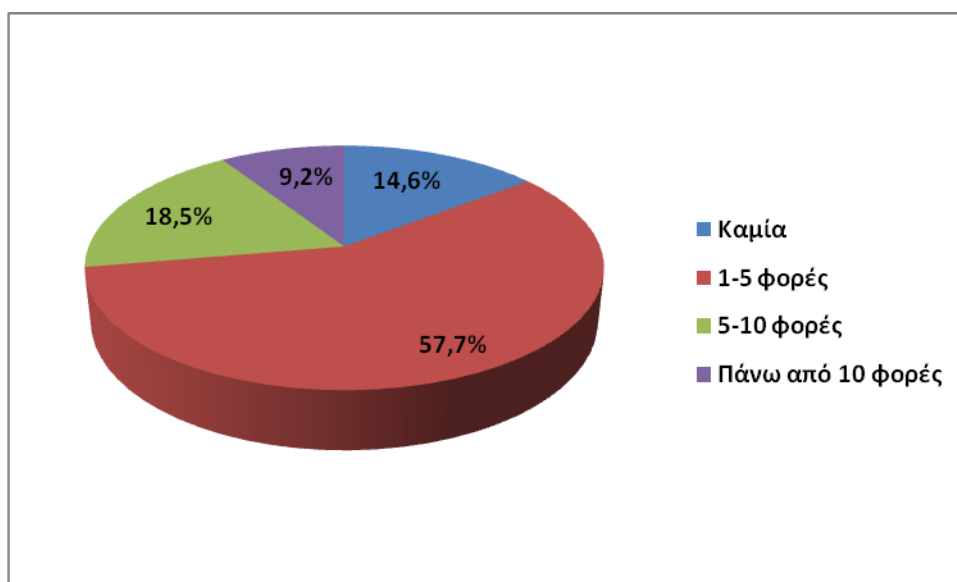


Σχήμα 4.12: Διάγραμμα κατανομής με βάση την κατοχή προγράμματος συχνού επιβάτη

Στο παραπάνω διάγραμμα κατανομής βλέπουμε ότι μόνο το 18,5% των ερωτώμενων ανήκει σε πρόγραμμα συχνού επιβάτη κάποιας αεροπορικής εταιρίας.

Κατανομή με βάση την συχνότητα ταξιδιών

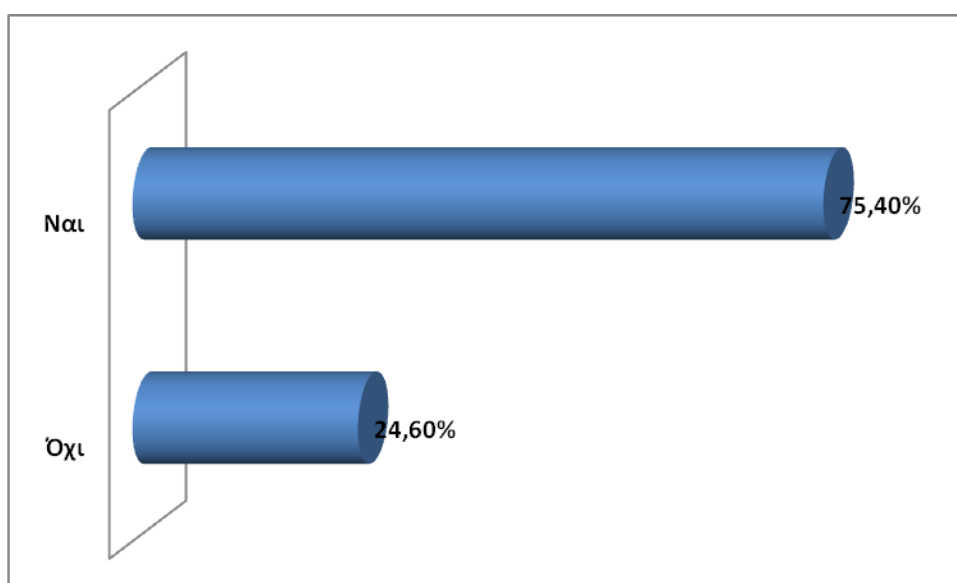
Στο ερώτημα «πόσες φορές ταξιδέψατε τους τελευταίους δώδεκα μήνες;» το 57,7% του δείγματος απάντησε 1-5 φορές. Αμέσως μικρότερο ποσοστό (18,5%) συγκεντρώνουν όσοι δήλωσαν ότι ταξίδεψαν 5-10 φορές και ακολουθούν όσοι δεν έχουν ταξιδέψει καμία φορά με ποσοστό 14,6% και όσοι ταξίδεψαν περισσότερες από δέκα φορές με ποσοστό 9,2% του δείγματος.



Σχήμα 4.13: Διάγραμμα κατανομής με βάση την συχνότητα ταξιδιών

Κατανομή με βάση το αν έχουν ταξιδέψει στο παρελθόν με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους

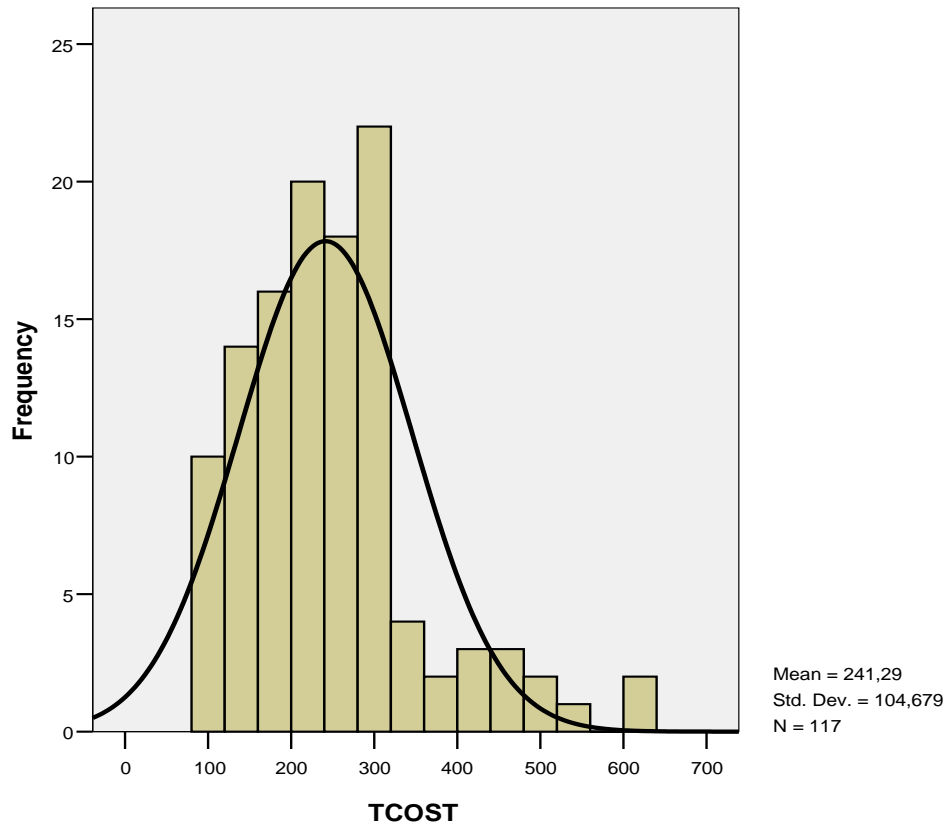
Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζεται η κατανομή των ταξιδιωτών με βάση αν έχουν ταξιδέψει με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους στο παρελθόν. Προκύπτει ότι το 75,4% των ερωτώμενων έχει πετάξει με τον συγκεκριμένο τύπο εταιρίας στο παρελθόν.



Σχήμα 4.14: Διάγραμμα κατανομής με βάση το αν έχουν ταξιδέψει στο παρελθόν με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους

Κατανομή με βάση το κόστος του εισιτηρίου (με επιστροφή)

Το εισιτήριο για την πτήση από Αθήνα προς Λονδίνο με επιστροφή κόστισε σε κάθε επιβάτη όπως φαίνεται στο παρακάτω ιστόγραμμα 241,29 ευρώ κατά μέσο όρο.

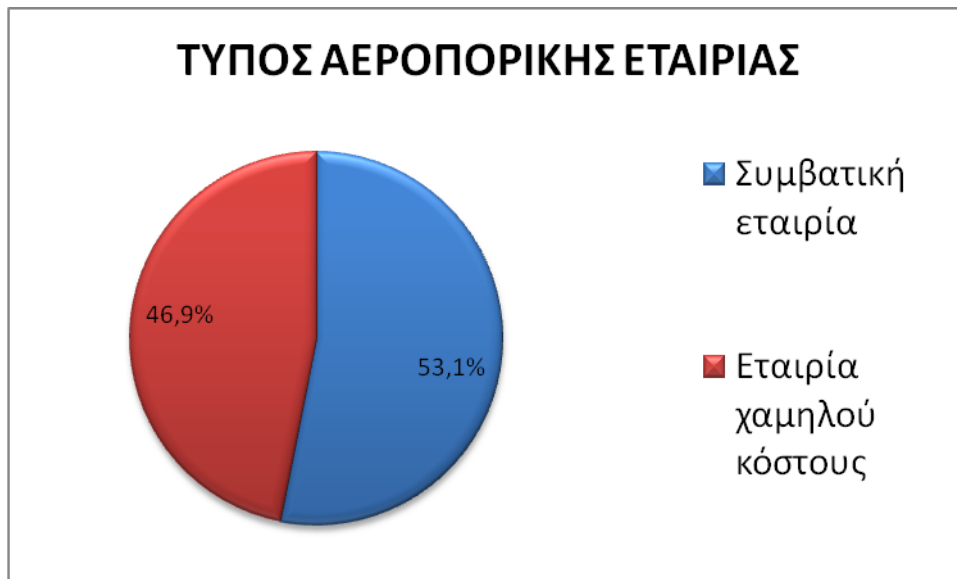


Σχήμα 4.15: Ιστόγραμμα κατανομής της τιμής του εισιτηρίου

Παράλληλα συσχετίστηκαν οι παραπάνω ερωτήσεις με τον σκοπό του ταξιδιού, το φύλο, την ηλικία, το επάγγελμα, το εισόδημα και την αεροπορική εταιρία που επέλεξαν οι ταξιδιώτες έτσι ώστε να προσδιοριστεί εάν οι επιλογές τους επηρεάζονται από τους παραπάνω παράγοντες. Όσων αφορά το επάγγελμα, το δείγμα ομαδοποιείται στις εξής κατηγορίες: ελεύθεροι επαγγελματίες, υπάλληλοι και φοιτητές-άνεργοι-συνταξιούχοι. Η τελευταία κατηγορία περιλαμβάνει όσους δεν εργάζονται και επομένως διαθέτουν αρκετό ελεύθερο χρόνο γεγονός που μπορεί να επηρεάζει τις επιλογές τους. Από την άποψη της αεροπορικής εταιρίας το δείγμα χωρίζεται σε άτομα που επέλεξαν να πετάξουν με κάποια παραδοσιακή εταιρία και σε αυτά που επέλεξαν εταιρία χαμηλού κόστους.

Αεροπορική εταιρία

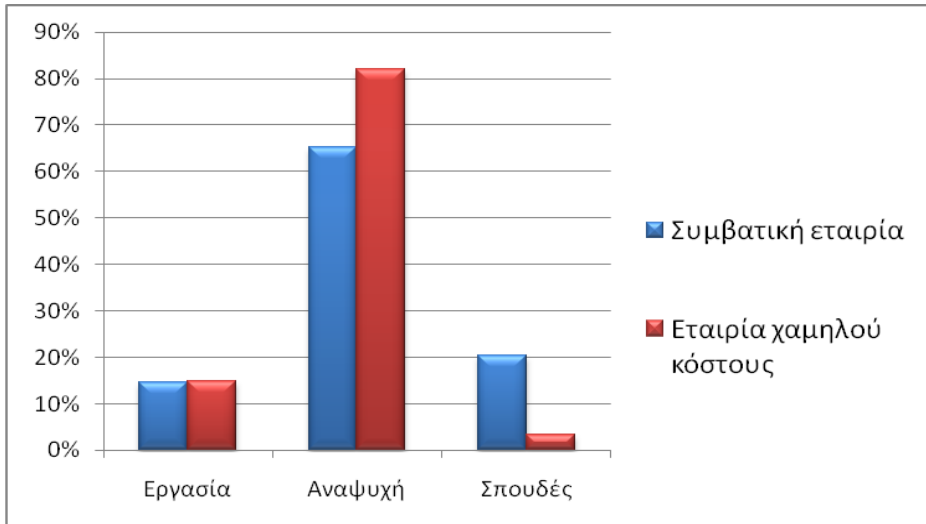
Η κατανομή των ατόμων ανάλογα με τον τύπο αεροπορικής εταιρίας που επέλεξαν στο ταξίδι τους παρουσιάζεται στο διάγραμμα που ακολουθεί. Όπως παρατηρείται, το 46,9% του δείγματος ταξιδεύει με εταιρία χαμηλού κόστους ενώ το 53,1% με συμβατική εταιρία.



Σχήμα 4.16: Τύπος αεροπορικής εταιρίας

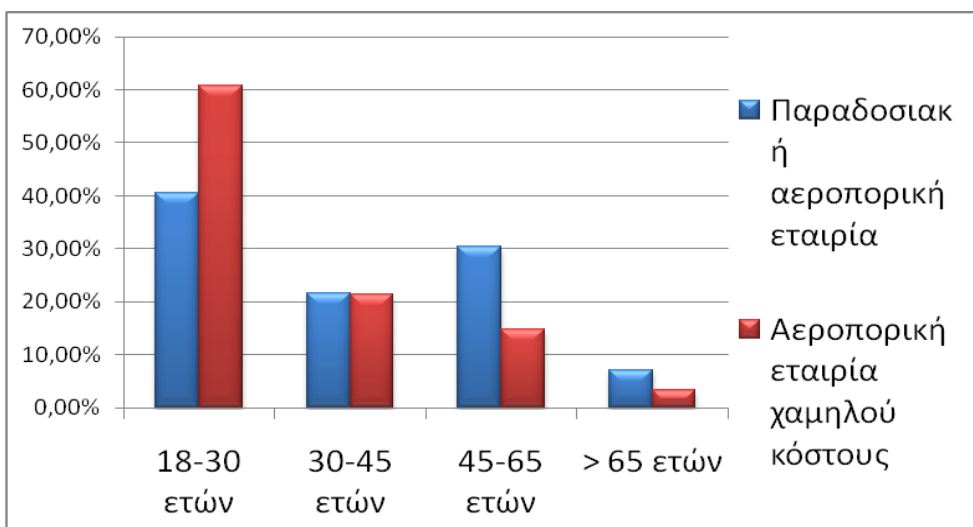
Στην συνέχεια περιγράφονται οι διαφορές που παρατηρήθηκαν στις επιλογές ανάμεσα στα άτομα που επέλεξαν να ταξιδέψουν με τους συμβατικούς αερομεταφορείς και σε αυτά που επέλεξαν τις εταιρίες χαμηλού κόστους.

- Όσον αφορά τον σκοπό του ταξιδιού παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που πετάνε με εταιρία χαμηλού κόστους έχει ως σκοπό την αναψυχή (82%) ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στην άλλη κατηγορία είναι 65,2%. Μεγάλη διαφορά παρουσιάζεται στο ποσοστό των ατόμων με σκοπό τις σπουδές όπου στις παραδοσιακές εταιρίες είναι 20% έναντι 3,3% της άλλης κατηγορίας. Τα άτομα που ταξιδεύουν με σκοπό την εργασία εμφανίζουν ίδια ποσοστά στους δύο τύπους εταιριών.



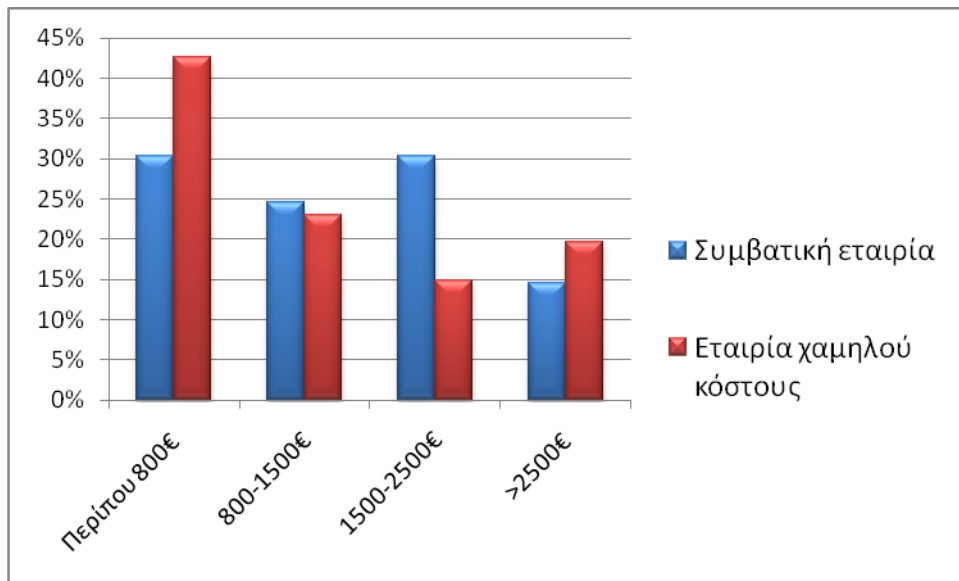
Σχήμα 4.16: Τύπος αεροπορικής εταιρίας-Σκοπός ταξιδιού

- Το 60% των ερωτώμενων που δήλωσε ότι πετάει με εταιρία χαμηλού κόστους είναι νέοι ηλικίας 18-30 ετών ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στην άλλη κατηγορία είναι 40,6%. Παράλληλα παρατηρούνται μεγαλύτερα ποσοστά στους επιβάτες των παραδοσιακών εταιριών στις ηλικίες 45-65 και άνω των 65 ετών. Φαίνεται δηλαδή ότι στις εταιρίες χαμηλού κόστους δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση οι νέοι ενώ στις παραδοσιακές οι μεγαλύτερης ηλικίας επιβάτες.



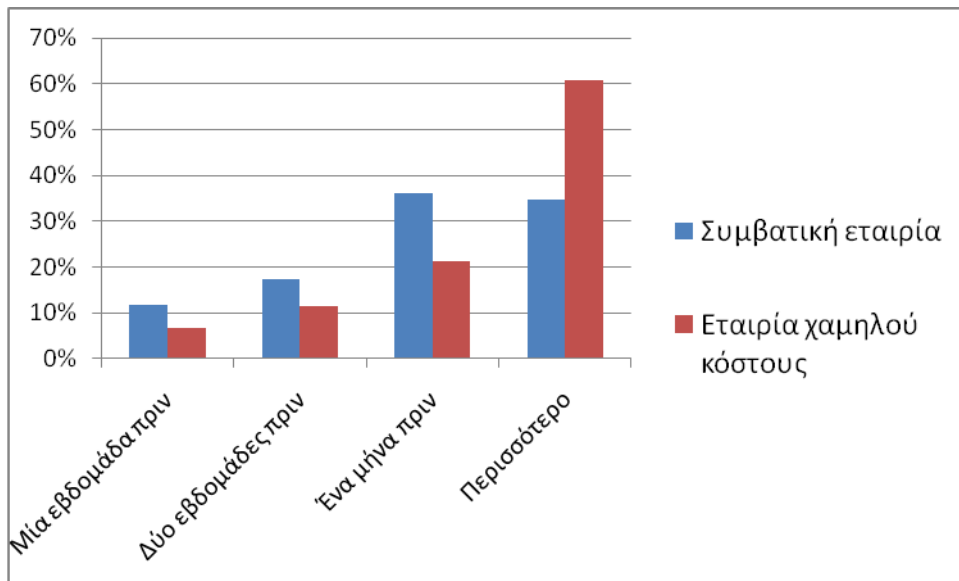
Σχήμα 4.17: Τύπος αεροπορικής εταιρίας-Ηλικία

- Από την συσχέτιση του τύπου της εταιρίας με το εισόδημα των ερωτώμενων παρατηρούμε ότι η μεγαλύτερη διαφορά εμφανίζεται στα άτομα με εισόδημα περίπου 800 ευρώ και στα άτομα με εισόδημα 1500-2500 ευρώ. Η πρώτη κατηγορία δείχνει μεγαλύτερη προτίμηση στις εταιρίες χαμηλού κόστους ενώ η δεύτερη στις συμβατικές εταιρίες όπως φαίνεται στο σχήμα που ακολουθεί.



Σχήμα 4.18: Τύπος αεροπορικής εταιρίας-Εισόδημα

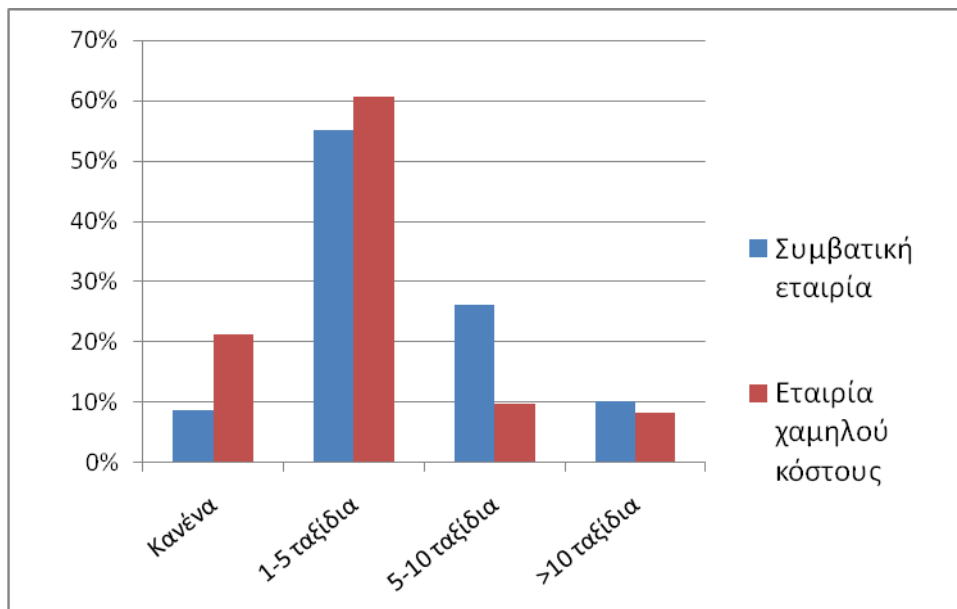
- Η πλειοψηφία των ταξιδιωτών των εταιριών χαμηλού κόστους έκλεισαν το εισιτήριο μέσω του διαδικτύου με ποσοστό 95,8% έναντι 68,1% των επιβατών των παραδοσιακών εταιριών που το 29% αυτών απευθύνθηκε σε ταξιδιωτικό γραφείο και το 2,9% αυτών κάπου αλλού. Το μεγάλο ποσοστό που εμφανίζεται στην πρώτη κατηγορία είναι λογικό αφού οι περισσότερες εταιρίες χαμηλού κόστους δεν συνεργάζονται με κάποιο ταξιδιωτικό γραφείο αλλά εκδίδουν οι ίδιες τα εισιτήρια τους μέσω των σελίδων τους στο διαδίκτυο.



Σχήμα 4.18: Τύπος αεροπορικής εταιρίας-Χρόνος αγοράς του εισιτηρίου

- Όπως φαίνεται στο παραπάνω σχήμα, στις εταιρίες χαμηλού κόστους παρατηρείται πολύ μεγάλο ποσοστό στην αγορά του εισιτηρίου περισσότερο από ένα μήνα πριν και συγκεκριμένα το 60,7% των επιβατών τους. Αυτό κυρίως οφείλεται στην τακτική των εταιριών αυτών να διατηρούν πολύ χαμηλές τιμές αρκετό διάστημα πριν την πτήση και να αυξάνονται σταδιακά όσο πλησιάζει η ημερομηνία πτήσης. Αντίθετα, οι επιβάτες των συμβατικών εταιριών παρουσιάζουν μεγαλύτερα ποσοστά στα υπόλοιπα διαστήματα με μεγαλύτερο στο διάστημα ένα μήνα πριν το ταξίδι.
- Όσοι ταξιδεύουν με εταιρία χαμηλού κόστους δήλωσαν με ποσοστό 13,1% ότι έχουν πρόγραμμα συχνού επιβάτη με κάποια εταιρία ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους ταξιδιώτες των παραδοσιακών εταιριών είναι μεγαλύτερο και ίσο με 23,2%.
- Οι επιβάτες των εταιριών χαμηλού κόστους δήλωσαν ότι έχουν ταξιδέψει στο παρελθόν με ανάλογη εταιρία με ποσοστό 86,9% έναντι 65,2% των ερωτώμενων που ταξίδευαν με συμβατική εταιρία.

- Από το επόμενο σχήμα παρατηρούμε ότι τα άτομα που ταξιδεύουν με συμβατική εταιρία έχουν ταξιδέψει περισσότερες φορές μέσα σε διάστημα 12 μηνών σε σχέση με τους επιβάτες των εταιριών χαμηλού κόστους.



Σχήμα 4.18: Τύπος αεροπορικής εταιρίας-Αριθμός ταξιδιών

- Πιο ακριβά πλήρωσαν το εισιτήριο τους οι επιβάτες των παραδοσιακών αεροπορικών εταιριών, η τιμή του οποίου υπολογίστηκε ίση με 253 ευρώ κατά μέσο όρο έναντι 229 ευρώ που πλήρωσαν οι επιβάτες των εταιριών χαμηλού κόστους.

Σκοπός ταξιδιού

Κατά την συσχέτιση των ερωτήσεων που αφορούν τα οικονομικά και κοινωνικά χαρακτηριστικά του δείγματος και τα χαρακτηριστικά του αεροπορικού ταξιδιού με τον σκοπό του ταξιδιού του ερωτώμενου παρατηρήθηκαν τα παρακάτω:

- Οι ίδιοι πληρώνουν το εισιτήριο τους με ποσοστό 75,8% όσοι ταξιδεύουν για αναψυχή. Το 26,3% όσων ταξιδεύουν για εργασία το πληρώνει η εταιρία τους ενώ άλλος το πληρώνει με ποσοστό 62,5% σε όσους ταξιδεύουν για

σπουδές. Αυτό είναι λογικό αφού οι περισσότεροι φοιτητές δεν εργάζονται ώστε να έχουν δικό τους εισόδημα.

- Μόνο το 10,5% όσων ταξιδεύουν για εργασία και το 2,1% όσων ταξιδεύουν για αναψυχή επιλέγουν διακεκριμένη θέση για την πτήση τους. Παρατηρούμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία επιλέγει οικονομική θέση. Το μεγαλύτερο ποσοστό όσων ταξιδεύουν για εργασία ίσως οφείλεται στο γεγονός ότι σε κάποιους το εισιτήριο το πληρώνει η εταιρία και άρα δεν ενδιαφέρονται τόσο για το κόστος του οι ίδιοι.
- Από το διαδίκτυο προμηθεύτηκαν οι περισσότεροι το εισιτήριό τους με τους φοιτητές να παρουσιάζουν το μεγαλύτερο ποσοστό (81%) και αυτούς που πετάνε με σκοπό την εργασία να έχουν το χαμηλότερο ποσοστό (68,4%). Οι τελευταίοι παρουσιάζουν μεγαλύτερο ποσοστό σε σύγκριση με τους υπόλοιπους στο ότι προμηθεύτηκαν το εισιτήριο από ταξιδιωτικό γραφείο(26,3%). Όσον αφορά τους φοιτητές το ποσοστό αυτό δικαιολογείται αφού οι νέοι είναι περισσότερο εξοικειωμένοι με το ιντερνέτ ενώ το πιο χαμηλό ποσοστό των ατόμων που ταξιδεύουν για εργασία μπορεί να οφείλεται σε συνεργασία της εταιρίας με κάποιο ταξιδιωτικό γραφείο.
- Πιο προνοητικοί στην αγορά του εισιτηρίου είναι οι επιβάτες με σκοπό την αναψυχή αφού με ποσοστό 53,7% αγόρασαν το εισιτήριο περισσότερο από ένα μήνα πριν και ακολουθούν οι σπουδαστές που η πλειοψηφία τους το αγόρασε ένα μήνα πριν.
- Πρόγραμμα συχνού επιβάτη δήλωσαν ότι έχουν περισσότερο όσοι ταξιδεύουν για σπουδές (31%) και λιγότερο τα άτομα των άλλων δύο κατηγοριών (περίπου 16%).
- Πιο πολλά αεροπορικά ταξίδια έχουν κάνει τον τελευταίο χρόνο όσοι πετάνε με σκοπό την εργασία και στην συνέχεια οι φοιτητές.
- Στο σύνολο τους όσοι ταξιδεύουν για σπουδές όπως είναι λογικό είναι ηλικίας 18-30 ετών. Οι ηλικίες 30-45 ετών εμφανίζονται περισσότερο στα

άτομα με σκοπό την εργασία ενώ τα άτομα άνω των 65 ετών εμφανίζονται μόνο στην κατηγορία της αναψυχής.

- Πιο ακριβά πλήρωσαν το εισιτήριο τους οι επιβάτες με σκοπό την εργασία και συγκεκριμένα 331€ κατά μέσο όρο και αρκετά πιο χαμηλά οι υπόλοιποι (238€ οι σπουδαστές και 225€ οι επιβάτες για αναψυχή). Αυτό μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι περισσότεροι επιβάτες με σκοπό την εργασία σε σχέση με τους υπόλοιπους ταξιδεύουν σε διακεκριμένη θέση που είναι ακριβότερη με αποτέλεσμα να αυξάνεται ο μέσος όρος της τιμής του εισιτηρίου τους και επίσης στο γεγονός ότι σε ορισμένους το πληρώνει η εταιρία και επομένως δεν τους ενδιέφερε το κόστος.

Φύλο

Κατά την συσχέτιση των ερωτήσεων που αφορούν τα χαρακτηριστικά του ταξιδιού δεν παρουσιάστηκαν σημαντικές διαφορές μεταξύ των προτιμήσεων των ανδρών και των γυναικών. Οι σημαντικότερες διαφορές είναι οι παρακάτω:

- Οι γυναίκες που ταξιδεύουν με τις συμβατικές αεροπορικές εταιρίες είναι περισσότερες από τους άνδρες (56,7% έναντι 49,2% των ανδρών).
- Σε μεγαλύτερο ποσοστό οι γυναίκες (32,8% έναντι 19%) δήλωσαν ότι πλήρωσε άλλος το εισιτήριο τους.

Ηλικία

Η σύγκριση των απαντήσεων των ερωτώμενων με βάση την ηλικία τους οδήγησε στις παρακάτω παρατηρήσεις:

- Το σύνολο των ατόμων άνω των 65 ετών ταξιδεύει αποκλειστικά με σκοπό την αναψυχή ενώ οι νέοι με ποσοστό 60%. Για εργασία ταξιδεύουν περισσότερο τα άτομα ηλικίας 30-45 ετών (32,1% αυτών). Για σπουδές ταξιδεύει το 24,6% των ατόμων ηλικίας 18-30 ετών.
- Οι νέοι εμφανίζουν μεγαλύτερο ποσοστό στην απάντηση ότι πλήρωσε άλλος το εισιτήριο τους και μετά ακολουθούν τα άτομα άνω των 65 ετών. Η εταιρία πλήρωσε το εισιτήριο σε άτομα ηλικίας 30-45 και 45-65 ετών με ποσοστό περίπου 10%.
- Σε διακεκριμένη θέση ταξιδεύουν μόνο λίγα άτομα (7%) ηλικίας 30-45 και 45-65 ετών.
- Πρόγραμμα συχνού επιβάτη έχουν περισσότερο οι επιβάτες ηλικίας 30-45 ετών οι οποίοι έχουν πραγματοποιήσει και τα περισσότερα ταξίδια τον τελευταίο χρόνο σε σχέση με τους υπόλοιπους.
- Πιο ακριβά πλήρωσαν το εισιτήριο τους οι επιβάτες των μεσαίων ηλικιακών κατηγοριών και πιο φτηνά οι νέοι.
- Μεγαλύτερη προτίμηση στα ταξιδιωτικά γραφεία δείχνουν τα άτομα ηλικίας 45-65 ετών με ποσοστό 26,7%.
- Οι νέοι έκλεισαν νωρίτερα τα εισιτήρια τους σε σχέση με τους υπόλοιπους και παρατηρείται ότι αυξανόμενης της ηλικίας μειώνεται ο χρόνος αγοράς πριν το ταξίδι.
- Οι μικρότερες ηλικιακά κατηγορίες εμφανίζονται πιο μορφωμένες καθώς το 90% αυτών έχουν πανεπιστημιακή μόρφωση σε σύγκριση με το 56% των μεγαλύτερων κατηγοριών.
- Η πλειοψηφία των νέων δήλωσαν εισόδημα περίπου 800 ευρώ το μήνα, τα άτομα 30-45 ετών διαμοιράζονται στις κατηγορίες άνω των 800 ευρώ, στους επιβάτες 45-65 ετών εμφανίζεται σημαντικό ποσοστό στο μηνιαίο εισόδημα 1500-2500 ευρώ ενώ οι μεγαλύτερης ηλικίας επιβάτες έχουν πάνω από 1500 ευρώ εισόδημα οι περισσότεροι.

Επάγγελμα

Ανάλογα με το επάγγελμα των ερωτώμενων παρουσιάζονται διαφορές στην συμπεριφορά και στις επιλογές τους σχετικά με το αεροπορικό ταξίδι όπως διαπιστώνεται στην συνέχεια. Διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες: στους υπαλλήλους (δημόσιους ή ιδιωτικούς), στους ελεύθερους επαγγελματίες όπου συμπεριλήφθησαν και όσοι απάντησαν «άλλο», και τέλος στους φοιτητές-άνεργους-συνταξιούχους.

- Με μεγαλύτερο ποσοστό ταξιδεύουν για αναψυχή οι φοιτητές-άνεργοι-συνταξιούχοι ενώ ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά οι ελεύθεροι επαγγελματίες και στην συνέχεια οι υπάλληλοι. Οι τελευταίοι εμφανίζουν και το μεγαλύτερο ποσοστό στο ταξίδι με σκοπό την εργασία ενώ για σπουδές όπως είναι φυσικό ταξιδεύουν οι φοιτητές.
- Οι ίδιοι δηλώνουν ότι πλήρωσαν το εισιτήριο τους οι υπάλληλοι με ποσοστό 90,2% ενώ λιγότεροι είναι οι ελεύθεροι επαγγελματίες και οι φοιτητές-άνεργοι-συνταξιούχοι (60%). Οι τελευταίοι εμφανίζουν μεγαλύτερο ποσοστό στην απάντηση ότι πληρώνει άλλος το εισιτήριο. Η εταιρία πλήρωσε το εισιτήριο για το 10,3% των ελεύθερων επαγγελματιών και το 4,9% των υπαλλήλων.
- Όλοι οι ελεύθεροι επαγγελματίες ταξιδεύουν με οικονομική θέση ενώ ένα μικρό ποσοστό φοιτητών-άνεργων-συνταξιούχων (3,3%) και υπαλλήλων (4,9%) ταξιδεύουν με διακεκριμένη.
- Σε σχέση με τον χρόνο αγοράς του εισιτηρίου, οι υπάλληλοι εμφανίζουν τον νωρίτερο χρονικό διάστημα και συγκεκριμένα το 55,2% αυτών το αγόρασαν πάνω από ένα μήνα πριν και ακολουθούν οι άλλες δυο κατηγορίες με ποσοστά κοντά στο 45%.
- Πρόγραμμα συχνού επιβάτη έχουν περισσότερο οι υπάλληλοι με ποσοστό 26,8% έναντι 16,7% των φοιτητών-άνεργων-συνταξιούχων και 10,3% των ελεύθερων επαγγελματιών.

- Η πλειοψηφία των ελεύθερων επαγγελματιών (72,4%) έχει ταξιδέψει 1-5 φορές τον τελευταίο χρόνο ενώ περισσότερο ταξιδεύουν οι υπάλληλοι που το 48,8% απάντησε 1-5 φορές και το 24,4% απάντησε 5-10 φορές ότι ταξίδεψαν. Σημαντικό είναι και το ποσοστό τους στην απάντηση πάνω από δέκα φορές (14,6%). Σχετικά λιγότερα ταξίδια έχουν πραγματοποιήσει οι φοιτητές-άνεργοι-συνταξιούχοι.
- Οι υπάλληλοι και οι ιδιώτες με όμοια ποσοστά κοντά στο 80% δήλωσαν ότι έχουν ταξιδέψει στο παρελθόν με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους έναντι 70% της τρίτης κατηγορίας.
- Πιο πολύ κόστισε το εισιτήριο στους υπαλλήλους και συγκεκριμένα 275,44 ευρώ κατά μέσο όρο ενώ λιγότερο στους φοιτητές-ανέργους-συνταξιούχους (216 ευρώ).

Εισόδημα

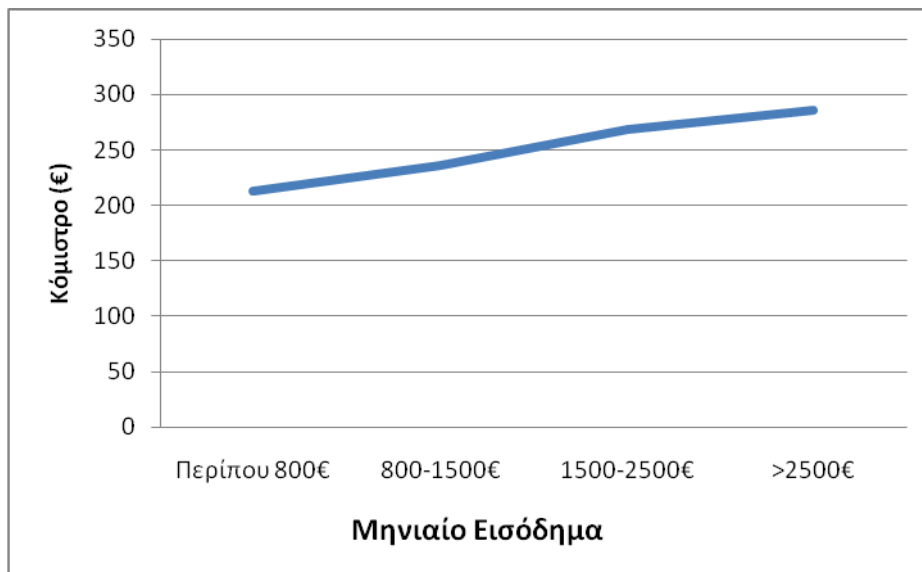
Στην συνέχεια έγινε συσχέτιση του μηνιαίου ατομικού εισοδήματος των ερωτώμενων με τις απαντήσεις τους προκειμένου να διαπιστωθεί κατά πόσο το εισόδημα επηρεάζει τις επιλογές τους. Από την σύγκριση προέκυψαν τα παρακάτω συμπεράσματα:

- Σε όλες τις κατηγορίες εισοδήματος ο σκοπός του ταξιδιού που υπερिशύει είναι η αναψυχή και εμφανίζει μεγαλύτερα ποσοστά στα άτομα με εισόδημα 1500-2500 ευρώ (85,7%). Εξαίρεση αποτελούν τα άτομα με εισόδημα πάνω από 2500 ευρώ που με ποσοστό 45,5% δήλωσαν ότι ταξιδεύουν με σκοπό την εργασία.
- Στην ερώτηση ποιος πλήρωσε το εισιτήριο απάντησαν «οι ίδιοι» οι επιβάτες κατηγορίας εισοδήματος πάνω από 2500 ευρώ, 1500-2500 ευρώ και 800-1500 ευρώ με ποσοστά 90,9%, 71,4% και 71% αντίστοιχα. Η απάντηση «άλλος» εμφανίζεται με μεγάλο ποσοστό στα άτομα εισοδήματος περίπου

800 ευρώ (44,4%) και με μικρότερα στις μεσαίες κατηγορίες (κοντά στο 25%) ενώ δεν εμφανίζεται καθόλου στην κατηγορία πάνω από 2500 ευρώ. Η εταιρία δόθηκε σαν απάντηση με πολύ μικρά ποσοστά όπου το μεγαλύτερο αντιστοιχεί στην κατηγορία του υψηλότερου εισοδήματος και είναι 9,1%.

- Αποκλειστικά με οικονομική θέση ταξιδεύουν τα άτομα των 2 χαμηλότερων κατηγοριών εισοδήματος ενώ στους υπόλοιπους εμφανίζεται ένα μικρό ποσοστό 10% αυτών που ταξιδεύουν με διακεκριμένα.
- Οι περισσότεροι αγόρασαν το εισιτήριο από το ιντερνέτ με τα άτομα εισοδήματος περίπου 800 ευρώ να έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό 86,7% ενώ από ταξιδιωτικό γραφείο το αγόρασαν κυρίως τα άτομα μεσαίου εισοδήματος.
- Πολύ νωρίτερα έκλεισαν τα εισιτήρια τους τα άτομα του χαμηλότερου εισοδήματος ενώ πιο αργά από όλους τα άτομα με εισόδημα 800-1500 ευρώ.
- Πρόγραμμα συχνού επιβάτη κατέχουν με μεγαλύτερο ποσοστό (27,3%) τα άτομα με το υψηλότερο εισόδημα και ακολουθούν τα άτομα με εισόδημα 1500-2500 ευρώ με ποσοστό 21,4%.
- Πιο πολλά ταξίδια έχουν πραγματοποιήσει τον τελευταίο χρόνο τα άτομα με εισόδημα πάνω από 2500 ευρώ αφού το 31,8% αυτών δήλωσαν ότι ταξίδεψαν πάνω από δέκα φορές ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στους υπόλοιπους είναι μόλις 4%. Αντίθετα, οι κατηγορίες αυτές συγκεντρώνουν μεγαλύτερα ποσοστά γύρω στο 60% στην απάντηση «μία έως πέντε φορές».
- Με εταιρίες χαμηλού κόστους έχουν ταξιδέψει στο παρελθόν περισσότερο οι επιβάτες της κατηγορίας 800-1500 ευρώ (83,9%) και λιγότερο αυτά της κατηγορίας περίπου 800 ευρώ (68,9%).
- Τα χαμηλότερα εισοδήματα δήλωσαν οι νέοι ενώ οι ενδιάμεσες ηλικίες τα μεσαία εισοδήματα. Οι ηλικιωμένοι έχουν μικρότερα ποσοστά με το μεγαλύτερο από αυτά στην κατηγορία «πάνω από 2500 ευρώ».

- Παρατηρήθηκε ότι όσο αυξάνεται τα εισόδημα τόσο αυξάνεται και η τιμή που αγόρασαν το εισιτήριο τους οι ταξιδιώτες.

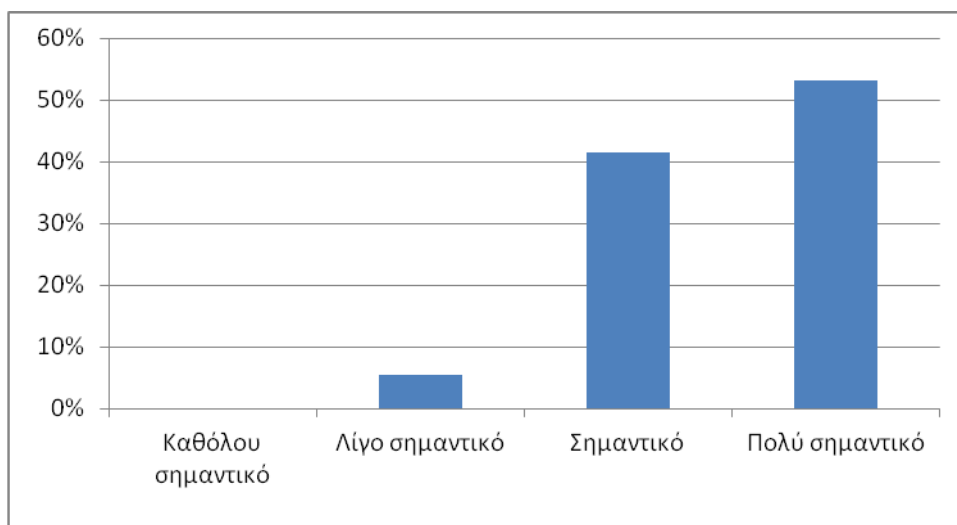


Σχήμα 4.19: Κόμιστρο-Μηνιαίο Εισόδημα

4.3 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ ΤΩΝ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ

Στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να βαθμολογήσουν δέκα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά των αεροπορικών εταιριών ως προς την σημαντικότητάς τους κατά την επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Τα αποτελέσματα από το σύνολο των απαντήσεων φαίνονται παρακάτω.

Κόστος εισιτηρίου



Σχήμα 4.3.1: Διάγραμμα κατανομής των απόψεων των ερωτώμενων σχετικά με το κόστος του εισιτηρίου

Στο παραπάνω διάγραμμα απεικονίζεται η άποψη των ερωτώμενων σχετικά με την σημασία του κόστους του εισιτηρίου στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Το 53,1% των ερωτώμενων το χαρακτήρισε πολύ σημαντικό και το 41,5% των ερωτώμενων σημαντικό. Ελάχιστοι είναι όσοι το θεωρούν λίγο σημαντικό ενώ κανένας δεν απάντησε «καθόλου σημαντικό». Επομένως συμπεραίνουμε ότι η τιμή είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας για το σύνολο των ερωτώμενων που καθορίζει την επιλογή αεροπορικής εταιρίας.

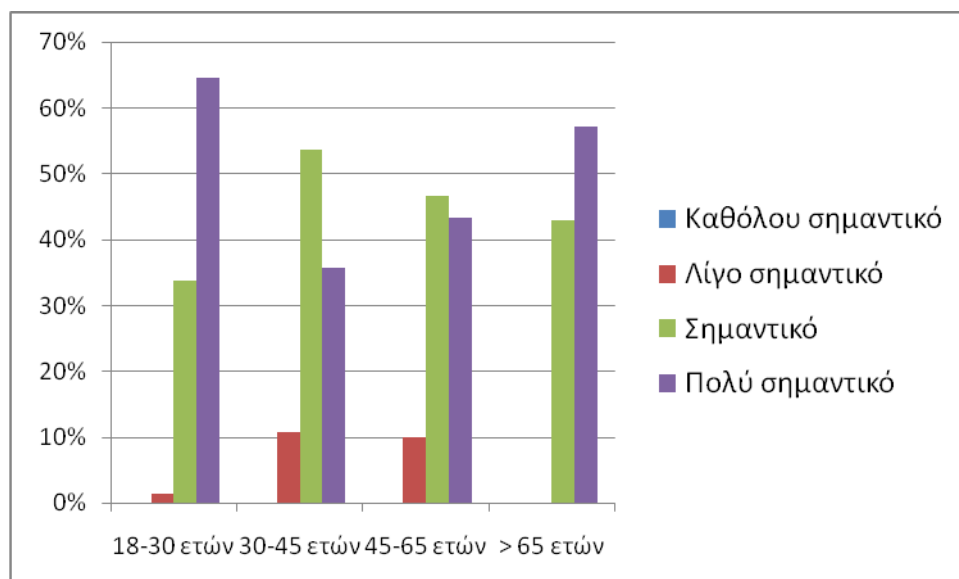
Προκειμένου να διερευνηθούν οι παράγοντες που επηρεάζουν την γνώμη των ερωτώμενων για το κόστος πραγματοποιήθηκε συσχέτιση των απόψεων με διαφορετικά χαρακτηριστικά: το φύλο, την ηλικία, το επάγγελμα, το εισόδημα, τον σκοπό του ταξιδιού και το τύπο της αεροπορικής εταιρίας που ταξιδεύει ο ερωτώμενος.

Κόστος εισιτηρίου-Φύλο

	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	0,0%	0,0%	0,0%
Λίγο σημαντικό	4,8%	6,0%	5,4%
Σημαντικό	46,0%	37,3%	41,5%
Πολύ σημαντικό	49,2%	56,7%	53,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα το 56,7% των γυναικών θεωρεί το κόστος του εισιτηρίου πολύ σημαντικό για την επιλογή αεροπορικής εταιρίας έναντι 49,2% των ανδρών. Επειδή η διαφορά των ποσοστών είναι μικρή προκύπτει το συμπέρασμα ότι δεν εμφανίζεται διαφοροποίηση στις απόψεις μεταξύ των δύο φύλων

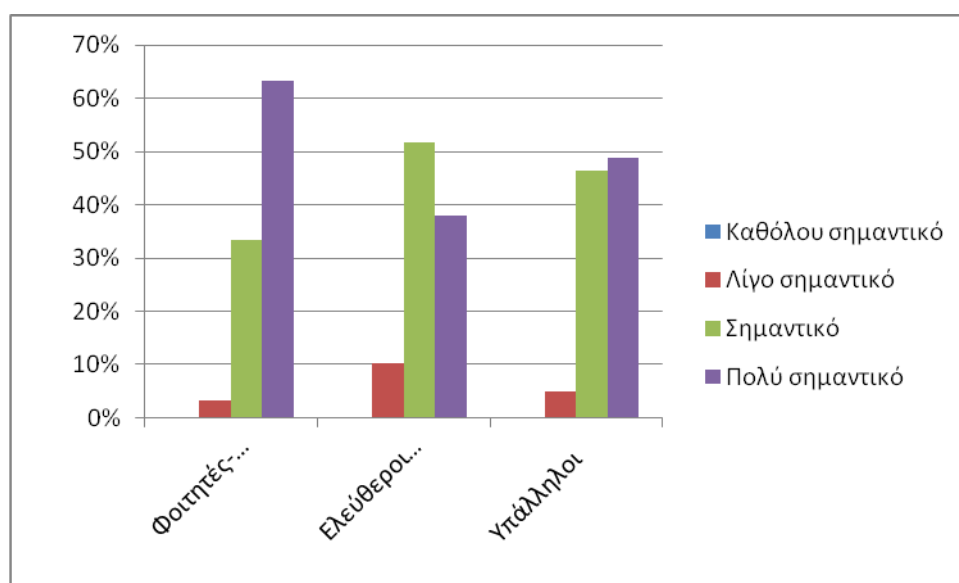
Κόστος εισιτηρίου-Ηλικία



Σχήμα 4.3.1.1: Κόμιστρο-Ηλικία

Από το παραπάνω σχήμα παρατηρούμε ότι με μεγαλύτερα ποσοστά θεωρούν ως πολύ σημαντικό παράγοντα το κόστος οι νέοι και τα άτομα ηλικίας άνω των 65 ετών ενώ λιγότερο ενδιαφέρονται τα άτομα που ανήκουν στις μεσαίες ηλικιακά κατηγορίες.

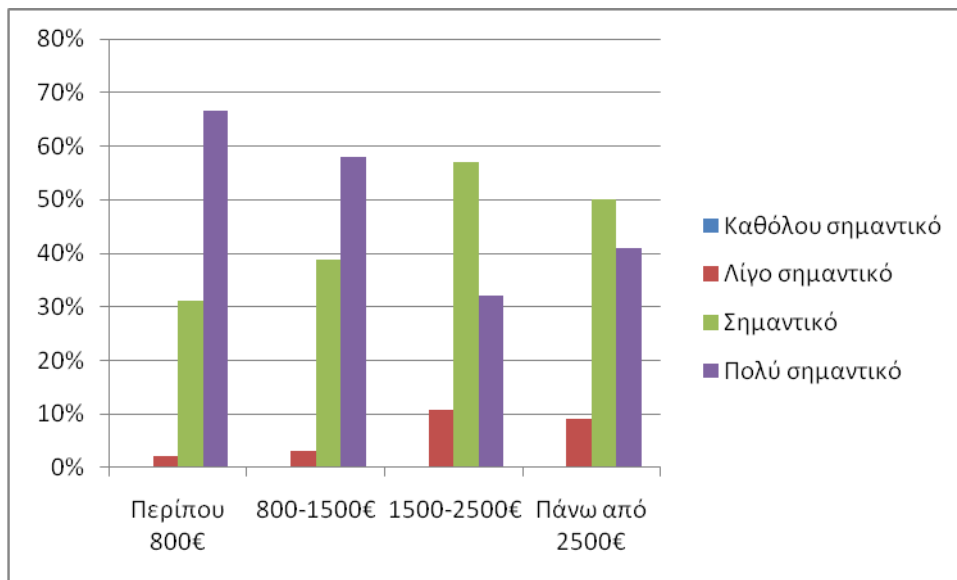
Κόστος εισιτηρίου-Επάγγελμα



Σχήμα 4.3.1.2: Κόμιστρο-Επάγγελμα

Στο παραπάνω σχήμα φαίνονται τα ποσοστά των απαντήσεων των τριών επαγγελματικών κατηγοριών σχετικά με το κόστος του εισιτηρίου. Παρατηρούμε ότι μεγαλύτερη σημασία αποδίδουν στο κόστος τα άτομα που ανήκουν στην πρώτη κατηγορία αφού εμφανίζουν το μεγαλύτερο ποσοστό στην απάντηση «πολύ σημαντικό» (63,3%). Ακολουθούν οι υπάλληλοι με ποσοστό 48,8% για την ίδια απάντηση και τέλος οι ελεύθεροι επαγγελματίες με λίγο μικρότερο ποσοστό. Το υψηλό ποσοστό της πρώτης ομάδας εξηγείται από το γεγονός ότι οι φοιτητές και οι άνεργοι που ανήκουν σε αυτή την κατηγορία δεν έχουν δικό τους εισόδημα και είναι λογικό να είναι περισσότεροι ευαίσθητοι ως προς την τιμή.

Κόστος εισιτηρίου-Εισόδημα



Σχήμα 4.3.1.3: Κόμιστρο-Εισόδημα

Από την συσχέτιση του κόστους με το μηνιαίο ατομικό εισόδημα των ερωτώμενων παρατηρούμε ότι το κόστος είναι περισσότερο σημαντικό για τα άτομα με εισόδημα περίπου 800 ευρώ όπου το 66,7% αυτών το χαρακτήρισε πολύ σημαντικό και ακολουθούν τα άτομα με εισόδημα 800-1500 ευρώ. Οι άλλες δυο κατηγορίες των υψηλότερων εισοδημάτων ενδιαφέρονται σχετικά λιγότερο και εμφανίζουν παρόμοια ποσοστά στις απαντήσεις τους.

Κόστος εισιτηρίου-Σκοπός ταξιδιού

	Αναψυχή	Εργασία	Σπουδές	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Λίγο σημαντικό	5,3%	10,5%	0,0%	5,4%
Σημαντικό	42,1%	42,1%	37,5%	41,5%
Πολύ σημαντικό	52,6%	47,4%	62,5%	53,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Όσοι ταξιδεύουν με σκοπό τις σπουδές φαίνεται ότι δίνουν μεγάλη σημασία στο κόστος και συγκεκριμένα το 62,5 % αυτών το θεωρεί πολύ σημαντικό για την επιλογή αεροπορικής εταιρίας ενώ κανένας τους δεν απάντησε «λίγο σημαντικό» όπως συμβαίνει με ένα μικρό ποσοστό στις άλλες δύο ομάδες. Τα άτομα που ταξιδεύουν για αναψυχή και αυτά που ταξιδεύουν για εργασία δεν εμφανίζουν διαφοροποίηση στις απαντήσεις τους.

Κόστος εισιτηρίου-Αεροπορική εταιρία

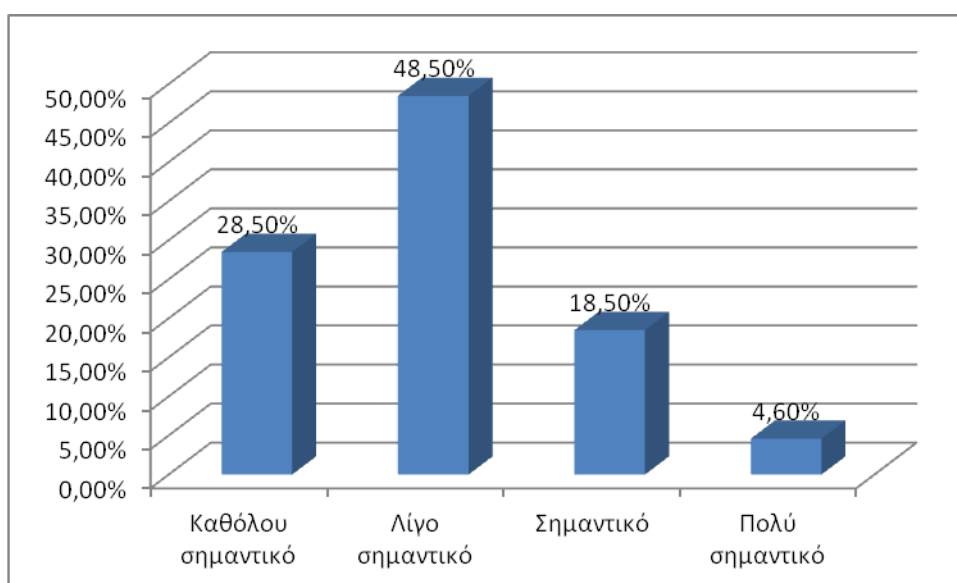
	Παραδοσιακή αεροπορική εταιρία	Αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	0,0%	0,0%	0,0%
Λίγο σημαντικό	8,7%	1,6%	5,4%
Σημαντικό	40,6%	42,6%	41,5%

Πολύ σημαντικό	50,7%	55,7%	53,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Κατά την σύγκριση των απόψεων για το κόστος του εισιτηρίου μεταξύ των επιβατών των εταιριών χαμηλού κόστους και των παραδοσιακών εταιριών παρατηρούμε ότι δεν παρουσιάζονται σημαντικές διαφορές. Σχετικά μεγαλύτερα είναι τα ποσοστά των ατόμων στις εταιρίες χαμηλού κόστους στις απαντήσεις «σημαντικό» και «πολύ σημαντικό».

Γεύμα

Στην συνέχεια εξετάζεται η γνώμη του συνόλου των ερωτώμενων σχετικά με την σημασία του γεύματος που προσφέρεται κατά την πτήση στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Η κατανομή των απαντήσεων που παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα δείχνει ότι το γεύμα δεν θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντας από την πλειοψηφία του δείγματος αφού το 48,5% αυτών το χαρακτήρισε «λίγο σημαντικό» ενώ το 28,5% «καθόλου σημαντικό».



Σχήμα 4.3.2: Διάγραμμα κατανομής των απόψεων των ερωτώμενων σχετικά με το γεύμα

Γεύμα –Φύλο

	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	33,3%	23,9%	28,5%
Λίγο σημαντικό	44,4%	52,2%	48,5%
Σημαντικό	17,5%	19,4%	18,5%
Πολύ σημαντικό	4,8%	4,5%	4,6%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Όπως προκύπτει από τον πίνακα τόσο οι άνδρες όσο και οι γυναίκες δεν ενδιαφέρονται πολύ για το γεύμα και δεν παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές μεταξύ τους.

Γεύμα –Ηλικία

	18-30 ετών	30-45 ετών	45-65 ετών	>65 ετών	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	24,6%	42,9%	16,7%	57,1%	28,5%
Λίγο σημαντικό	61,5%	35,7%	36,7%	28,6%	48,5%
Σημαντικό	9,2%	14,3%	43,3%	14,3%	18,5%
Πολύ σημαντικό	4,6%	7,1%	3,3%	0,0%	4,6%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Για το γεύμα που προσφέρεται στην διάρκεια της πτήσης ενδιαφέρονται περισσότερο από τους υπόλοιπους τα άτομα ηλικίας 45-65 ετών που το 43,3%

αυτών χαρακτήρισε το γεύμα σημαντικό. Λιγότερο φαίνεται να ενδιαφέρονται για αυτό τα άτομα άνω των 65 ετών καθώς παραπάνω από τους μισούς το χαρακτήρισαν ως «καθόλου σημαντικό».

Γεύμα –επάγγελμα

	Φοιτητές- συνταξιούχοι- άνεργοι	Ελεύθεροι επαγγελματίες	Υπάλληλοι	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	25,0%	27,6%	34,1%	28,5%
Λίγο σημαντικό	50,0%	41,4%	51,2%	48,5%
Σημαντικό	20,0%	20,7%	14,6%	18,5%
Πολύ σημαντικό	5,0%	10,3%	0,0%	4,6%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Από τα ποσοστά του παραπάνω πίνακα παρατηρούμε χαμηλό ενδιαφέρον για το γεύμα από όλες τις κατηγορίες επαγγελματιών και δεν παρατηρείται διαφοροποίηση μεταξύ των απόψεων τους.

Γεύμα –Εισόδημα

Όπως προκύπτει από τον παρακάτω πίνακα, από την συσχέτιση των απαντήσεων για το γεύμα με την ηλικία των ερωτώμενων δεν προκύπτει κάποιο συμπέρασμα αφού τα ποσοστά είναι παραπλήσια σε όλες τις ομάδες.

	Περίπου 800€	800-1500€	1500-2500€	Πάνω από 2500€	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	31,1%	29,0%	25,0%	27,3%	28,5%
Λίγο σημαντικό	53,3%	51,6%	42,9%	40,9%	48,5%
Σημαντικό	8,9%	16,1%	32,1%	22,7%	18,5%
Πολύ σημαντικό	6,7%	3,2%	0,0%	9,1%	4,6%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Γεύμα –Σκοπός ταξιδιού

	Αναψυχή	Εργασία	Σπουδές	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	32,6%	21,1%	12,5%	28,5%
Λίγο σημαντικό	46,3%	52,6%	56,3%	48,5%
Σημαντικό	18,9%	18,5%	18,8%	18,5%
Πολύ σημαντικό	2,1%	10,5%	12,5%	4,6%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Λιγότερο από όλους ενδιαφέρονται για το φαγητό όσοι ταξιδεύουν με σκοπό την αναψυχή καθώς το 32,6% αυτών απάντησαν ότι δεν το θεωρούν καθόλου σημαντικό. Οι άλλες δυο κατηγορίες δεν διαφοροποιούνται σημαντικά ώστε να εξαχθεί κάποιο ασφαλές συμπέρασμα.

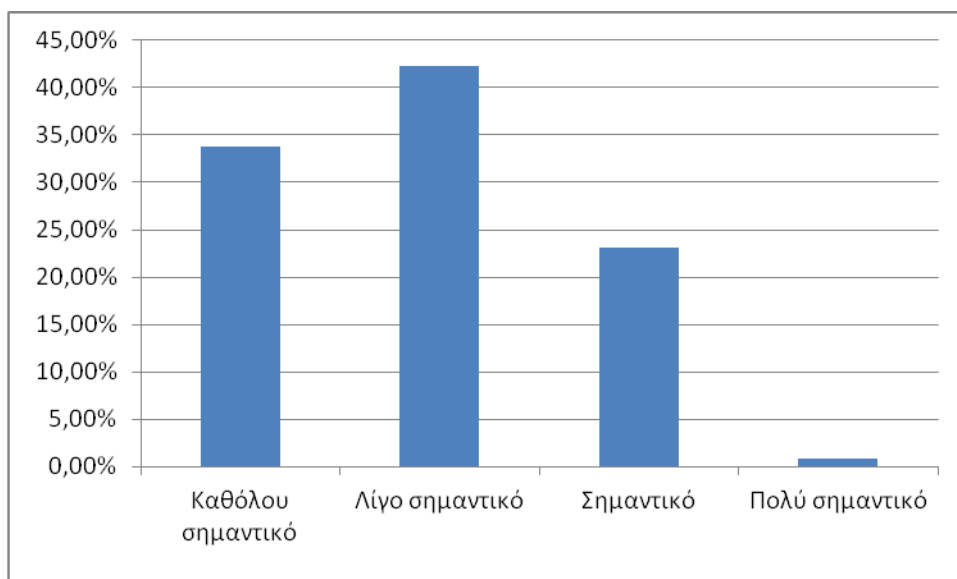
Γεύμα –Αεροπορική εταιρία

	Παραδοσιακή αεροπορική εταιρία	Αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	17,4%	41,0%	28,5%
Λίγο σημαντικό	50,7%	45,9%	48,5%
Σημαντικό	26,1%	9,8%	18,5%
Πολύ σημαντικό	5,8%	3,3%	4,6%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Στην ερώτηση για την σημασία του γεύματος παρατηρούμε ότι τα άτομα που πετούσαν με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους ενδιαφέρονται λιγότερο για αυτό αφού το 41% το χαρακτήρισε ως καθόλου σημαντικό έναντι 17,4% αυτών που πετούσαν με συμβατική εταιρία.

Ψυχαγωγία

Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζεται η κατανομή των απαντήσεων των ερωτώμενων σχετικά με το πόσο σημαντική θεωρούν την ψυχαγωγία κατά την πτήση (περιοδικά, εφημερίδες, ταινίες). Όπως παρατηρούμε, το μεγαλύτερο μέρος των ερωτώμενων δεν την κρίνει ιδιαίτερα σημαντική για την επιλογή αεροπορικής εταιρίας καθώς το 33,8% και το 42,3% του δείγματος απάντησαν «καθόλου σημαντική» και «λίγο σημαντική» αντίστοιχα.



Σχήμα 4.3.3: Διάγραμμα κατανομής των απόψεων των ερωτώμενων σχετικά με την ψυχαγωγία

Ψυχαγωγία-Φύλο

	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	33,3%	34,3%	33,8%
Λίγο σημαντικό	36,5%	47,8%	42,3%
Σημαντικό	30,2%	16,4%	23,1%
Πολύ σημαντικό	0,0%	1,5%	0,8%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Κατά την συσχέτιση των απόψεων σχετικά με την ψυχαγωγία με το φύλο των ερωτώμενων παρατηρήθηκε μικρή διαφορά απόψεων και συγκεκριμένα οι άνδρες δείχνουν σχετικά μεγαλύτερη προτίμηση στην ψυχαγωγία από ότι οι γυναίκες. Αυτό προκύπτει από τα ποσοστά στην απάντηση «σημαντικό» που για τους άνδρες είναι 30,2% ενώ για τις γυναίκες 16,4%.

Ψυχαγωγία-Ηλικία

	18-30 ετών	30-45 ετών	45-65 ετών	>65 ετών	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	30,8%	32,1%	33,3%	71,4%	33,8%
Λίγο σημαντικό	49,2%	39,3%	33,3%	28,6%	42,3%
Σημαντικό	18,5%	28,6%	33,3%	0,0%	23,1%
Πολύ σημαντικό	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Από τον παραπάνω πίνακα δεν προκύπτει ιδιαίτερη προτίμηση από κάποια ηλικιακή κατηγορία για την ψυχαγωγία. Λιγότερο από όλους ενδιαφέρονται για αυτήν τα άτομα άνω των 65 ετών που με πολύ μεγαλύτερο ποσοστό από τους υπόλοιπους την χαρακτήρισαν ως καθόλου σημαντική (71,4% αυτών έναντι 30% περίπου των υπολοίπων).

Ψυχαγωγία-Επάγγελμα

	Φοιτητές- συνταξιούχοι- άνεργοι	Ελεύθεροι επαγγελματίες	Υπάλληλοι	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	33,3%	41,4%	29,3%	33,8%
Λίγο σημαντικό	43,3%	41,4%	41,5%	42,3%
Σημαντικό	21,7%	17,2%	29,3%	23,1%
Πολύ σημαντικό	1,7%	0,0%	0,0%	0,8%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Κατά την σύγκριση των απόψεων για την ψυχαγωγία με το επάγγελμα των ερωτώμενων δεν παρουσιάστηκαν ουσιαστικές διαφορές.

Ψυχαγωγία-Εισόδημα

	Περίπου 800€	800-1500€	1500-2500€	Πάνω από 2500€	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	37,8%	32,3%	35,7%	22,7%	33,8%
Λίγο σημαντικό	44,4%	48,4%	25,0%	50,0%	42,3%
Σημαντικό	15,6%	19,4%	39,3%	27,3%	23,1%
Πολύ σημαντικό	2,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Από την συσχέτιση των απαντήσεων για την ψυχαγωγία με το μηνιαίο ατομικό εισόδημα που δήλωσαν οι ερωτώμενοι προκύπτει το συμπέρασμα ότι τα άτομα με εισόδημα πάνω από 1500 ευρώ δίνουν περισσότερη σημασία στην ψυχαγωγία σε σχέση με τα άτομα των άλλων δυο χαμηλότερων εισοδημάτων.

Ψυχαγωγία-Σκοπός ταξιδιού

	Αναψυχή	Εργασία	Σπουδές	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	37,9%	26,3%	18,8%	33,8%
Λίγο σημαντικό	40,0%	52,6%	43,8%	42,3%
Σημαντικό	22,1%	21,1%	31,3%	23,1%
Πολύ σημαντικό	0,0%	0,0%	6,3%	0,8%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

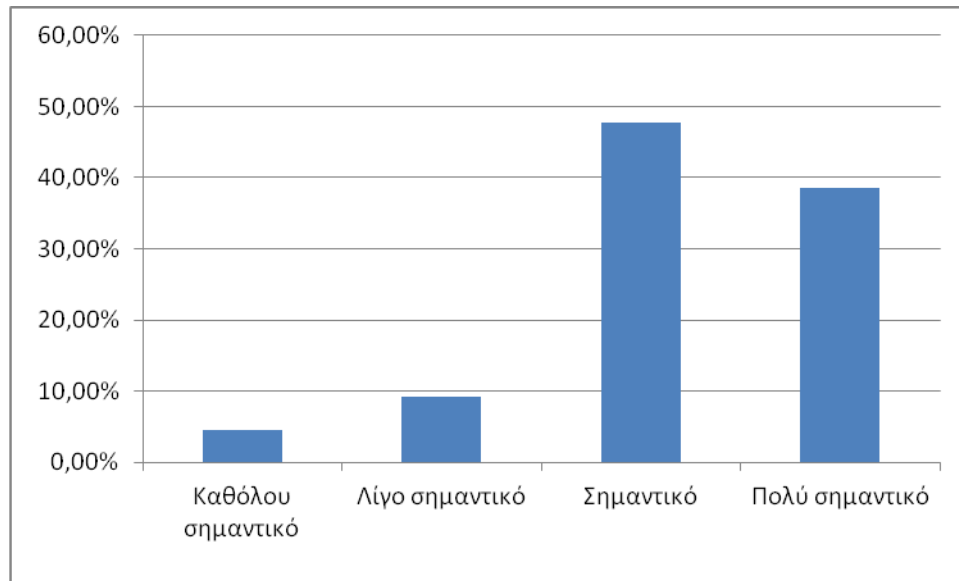
Τα άτομα που ταξιδεύουν για σπουδές ενδιαφέρονται περισσότερο για τις υπηρεσίες ψυχαγωγίας που προσφέρονται κατά την πτήση ενώ όσοι ταξιδεύουν για αναψυχή ή εργασία ενδιαφέρονται λιγότερο και εκφράζουν παρόμοιες απόψεις. Συγκεκριμένα, το 6,3% των ατόμων που ταξιδεύουν για σπουδές χαρακτήρισε πολύ σημαντική την ψυχαγωγία και το 31,3% αυτών την χαρακτήρισε απλά σημαντική. Αντίθετα, τα ποσοστά για τις άλλες δυο κατηγορίες είναι 0% και 20% αντίστοιχα για τις συγκεκριμένες απαντήσεις.

Ψυχαγωγία-Αεροπορική εταιρία

Όπως προκύπτει από τον παραπάνω πίνακα όσοι ταξιδεύουν με εταιρία χαμηλού κόστους ενδιαφέρονται λιγότερο για την ψυχαγωγία κατά την πτήση από τα άτομα που ταξιδεύουν με παραδοσιακή εταιρία. Συγκεκριμένα, το 44,3% των ερωτώμενων που ταξιδεύουν με εταιρία χαμηλού κόστους δήλωσε ότι δεν την θεωρεί καθόλου σημαντική έναντι 24,6% των υπολοίπων.

	Παραδοσιακή αεροπορική εταιρία	Αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	24,6%	44,3%	33,8%
Λίγο σημαντικό	43,5%	41,0%	42,3%
Σημαντικό	30,4%	14,8%	23,1%
Πολύ σημαντικό	1,4%	0,0%	0,8%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Άνεση



Σχήμα 4.3.4: Διάγραμμα κατανομής των απόψεων των ερωτώμενων σχετικά με την άνεση

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό που εξετάζεται μέσω του ερωτηματολογίου είναι η άνεση που προσφέρεται κατά την διάρκεια του ταξιδιού από την αεροπορική εταιρία και παρουσιάζεται παραπάνω η κατανομή των απαντήσεων του δείγματος σχετικά με το πόσο σημαντική την θεωρούν. Όπως προκύπτει από το διάγραμμα η πλειοψηφία των ερωτώμενων την θεωρεί ιδιαίτερα σημαντική αφού το 44,7% αυτών την χαρακτήρισαν σημαντική και το 38,5% αυτών πολύ σημαντική.

Άνεση- Φύλο

Από τον παρακάτω πίνακα όπου συγκρίνονται οι απαντήσεις των ανδρών με αυτές των γυναικών σχετικά με την σημασία της άνεσης, παρατηρούμε ότι δεν υπάρχει διαφοροποίηση στις απόψεις των δυο φύλων.

	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	7,9%	1,5%	4,6%
Λίγο σημαντικό	11,1%	7,5%	9,2%
Σημαντικό	47,6%	47,8%	47,7%
Πολύ σημαντικό	33,3%	43,3%	38,5%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Άνεση-Ηλικία

Στον παρακάτω πίνακα περιλαμβάνονται οι απόψεις των ερωτώμενων για την άνεση χωριστά για κάθε ηλικιακή ομάδα. Περισσότερο φαίνεται να ενδιαφέρονται για την άνεση τα άτομα ηλικίας 30-45 ετών και ακολουθούν τα άτομα άνω των 65 ετών που συγκεντρώνουν τα υψηλότερα ποσοστά στην απάντηση «πολύ σημαντικό» (50,0% και 42,9% αντίστοιχα). Οι άλλες δύο ηλικιακές κατηγορίες ενδιαφέρονται σχετικά λιγότερο και δεν εμφανίζουν σημαντικές διαφορές μεταξύ τους.

	18-30 ετών	30-45 ετών	45-65 ετών	>65 ετών	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	6,2%	3,6%	0,0%	14,3%	4,6%
Λίγο σημαντικό	9,2%	7,1%	13,3%	0,0%	9,2%
Σημαντικό	47,7%	39,3%	56,7%	42,9%	47,7%
Πολύ σημαντικό	36,9%	50,0%	30,0%	42,9%	38,5%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Άνεση-Επάγγελμα

	Φοιτητές- συνταξιούχοι- άνεργοι	Ελεύθεροι επαγγελματίες	Υπάλληλοι	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	5,0%	10,3%	0,0%	4,6%
Λίγο σημαντικό	6,7%	13,8%	9,8%	9,2%
Σημαντικό	53,3%	27,6%	53,7%	47,7%
Πολύ σημαντικό	35,0%	48,3%	36,6%	38,5%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Στην συνέχεια εξετάζεται η διαφοροποίηση των απόψεων για την άνεση ανάλογα με το επάγγελμα που δήλωσαν οι ταξιδιώτες. Όπως προκύπτει από τον πίνακα, η άνεση ενδιαφέρει λίγο περισσότερο τους ελεύθερους επαγγελματίες που το 48,3% αυτών την θεωρεί πολύ σημαντική και ακολουθούν οι άλλες δυο κατηγορίες με περίπου ίδια ποσοστά (περίπου 36%).

Άνεση-Εισόδημα

	Περίπου 800€	800-1500€	1500-2500€	Πάνω από 2500€	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	6,7%	3,2%	3,6%	4,5%	4,6%
Λίγο σημαντικό	4,4%	9,7%	14,3%	9,1%	9,2%
Σημαντικό	55,6%	45,2%	35,7%	54,5%	47,7%
Πολύ σημαντικό	33,3%	41,9%	46,4%	31,8%	38,5%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Κατά την συσχέτιση των απαντήσεων για την σημασία της άνεσης που προσφέρεται στην πτήση με το εισόδημα των ερωτώμενων δεν προέκυψε ουσιαστική διαφοροποίηση. Το μεγαλύτερο ποσοστό στην απάντηση «πολύ σημαντικό» συγκεντρώνουν τα άτομα με εισόδημα 1500-2500 ευρώ και ακολουθούν τα άτομα με εισόδημα 800-1500 ευρώ.

Άνεση-Σκοπός ταξιδιού

Στον παρακάτω πίνακα φαίνονται οι απαντήσεις των επιβατών για την άνεση σε σχέση με τον σκοπό του ταξιδιού τους. Παρατηρούμε ότι όλες οι ομάδες θεωρούν το ίδιο σημαντική την άνεση και δεν διαφοροποιούνται στις απαντήσεις τους.

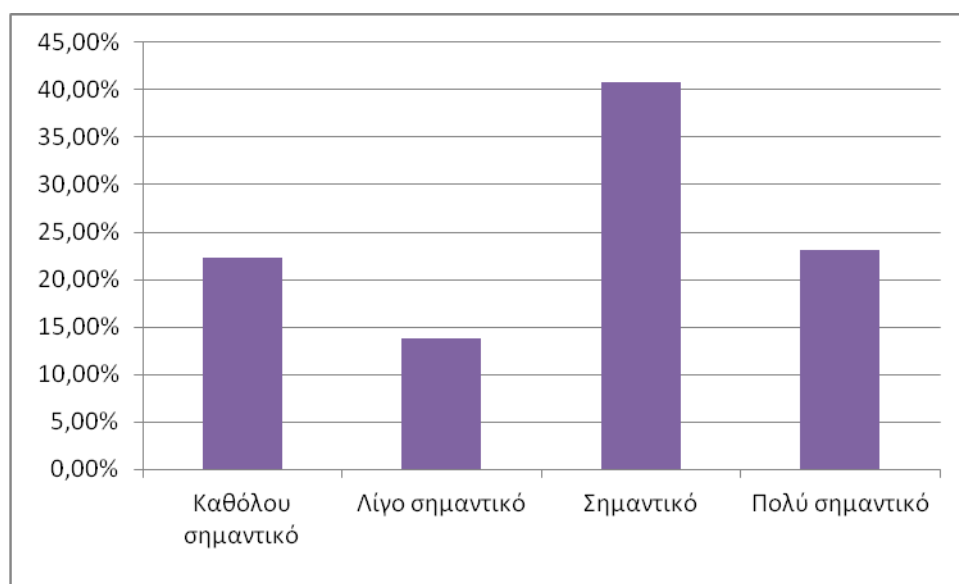
	Αναψυχή	Εργασία	Σπουδές	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	3,2%	5,3%	12,5%	4,6%
Λίγο σημαντικό	9,5%	15,8%	0,0%	9,2%
Σημαντικό	49,5%	42,1%	43,8%	47,7%
Πολύ σημαντικό	37,9%	36,8%	43,8%	38,5%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Άνεση-αεροπορική εταιρία

Από τα ποσοστά του παρακάτω πίνακα προκύπτει το συμπέρασμα ότι τα άτομα που ταξιδεύουν με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους δίνουν μεγαλύτερη σημασία στην άνεση σε σχέση με τα άτομα που ταξιδεύουν με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους.

	Παραδοσιακή αεροπορική εταιρία	Αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	1,4%	8,2%	4,6%
Λίγο σημαντικό	4,3%	14,8%	9,2%
Σημαντικό	47,8%	47,5%	47,7%
Πολύ σημαντικό	46,4%	29,5%	38,5%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Τύπος αεροπλάνου



Σχήμα 4.3.5: Διάγραμμα κατανομής των απόψεων των ερωτώμενων σχετικά με τον τύπο του αεροπλάνου

Επίσης ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να βαθμολογήσουν την σημασία του τύπου του αεροσκάφους στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Οι απαντήσεις τους απεικονίζονται στο παραπάνω διάγραμμα και όπως παρατηρούμε είναι ποικίλες.

Ένα ποσοστό 22,3% του δείγματος δεν θεωρεί καθόλου σημαντικό τον τύπο του αεροπλάνου ενώ ένα άλλο ίδιο ποσοστό ερωτώμενων τον θεωρεί πολύ σημαντικό. Το μεγαλύτερο ποσοστό συγκεντρώνει η απάντηση «σημαντικό» και πρόκειται για το 40,8 του δείγματος.

Τύπος αεροπλάνου-Φύλο

Η συσχέτιση των απαντήσεων για την σημασία του τύπου του αεροπλάνου με το φύλο των ερωτώμενων δεν ανέδειξε κάποια ουσιώδη διαφορά ώστε να προκύψει κάποιο ασφαλές συμπέρασμα.

	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	15,9%	28,4%	22,3%
Λίγο σημαντικό	17,5%	10,4%	13,8%
Σημαντικό	49,2%	32,8%	40,8%
Πολύ σημαντικό	17,5%	28,4%	23,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Τύπος αεροπλάνου-Ηλικία

	18-30 ετών	30-45 ετών	45-65 ετών	>65 ετών	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	20,0%	10,7%	26,7%	0,0%	22,3%
Λίγο σημαντικό	10,8%	25,0%	13,3%	71,4%	13,8%
Σημαντικό	46,2%	42,9%	33,3%	14,3%	40,8%
Πολύ σημαντικό	23,1%	21,4%	26,7%	14,3%	23,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Οι τρεις πρώτες ηλικιακές κατηγορίες που φαίνονται στον πίνακα δεν παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές στις απαντήσεις μεταξύ τους σχετικά με την σημασία του τύπου του αεροπλάνου. Μικρότερη σημασία από όλους φαίνεται να αποδίδουν στο συγκεκριμένο χαρακτηριστικό τα άτομα άνω των 65 ετών που το 71,4% αυτών το χαρακτήρισε «λίγο σημαντικό». Αυτό το συμπέρασμα δεν θεωρείται αρκετά ασφαλές καθώς το ποσοστό των ατόμων άνω των 65 ετών στο δείγμα είναι πολύ μικρό.

Τύπος αεροπλάνου-επάγγελμα

	Φοιτητές- συνταξιούχοι- άνεργοι	Ελεύθεροι επαγγελματί ες	Υπάλληλοι	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	20,0%	34,5%	17,1%	22,3%
Λίγο σημαντικό	11,7%	6,9%	22,0%	13,8%
Σημαντικό	38,3%	37,9%	46,3%	40,8%
Πολύ σημαντικό	30,0%	20,7%	14,6%	23,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Από την σύγκριση των απαντήσεων ανάλογα με το επάγγελμα προκύπτει το συμπέρασμα ότι οι ελεύθεροι επαγγελματίες ενδιαφέρονται λιγότερο από τους άλλους για τον τύπο του αεροπλάνου αφού το 34,5% αυτών το χαρακτήρισε ως καθόλου σημαντικό έναντι 20% των φοιτητών-συνταξιούχων-άνεργων και 17,1% των υπαλλήλων.

Τύπος αεροπλάνου-εισόδημα

	Περίπου 800€	800-1500€	1500-2500€	Πάνω από 2500€	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	17,8%	29,0%	17,9%	22,7%	22,3%
Λίγο σημαντικό	11,1%	9,7%	21,4%	13,6%	13,8%
Σημαντικό	42,2%	38,7%	35,7%	50,0%	40,8%
Πολύ σημαντικό	28,9%	22,6%	25,0%	13,6%	23,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι οι απόψεις των ερωτώμενων σχετικά με την σημασία του τύπου του αεροπλάνου στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας δεν μεταβάλλονται ανάλογα με το μηνιαίο ατομικό τους εισόδημα.

Τύπος αεροπλάνου-Σκοπός ταξιδιού

	Αναψυχή	Εργασία	Σπουδές	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	23,2%	21,1%	18,8%	22,3%
Λίγο σημαντικό	13,7%	15,8%	12,5%	13,8%
Σημαντικό	44,2%	36,8%	25,0%	40,8%
Πολύ σημαντικό	18,9%	26,3%	43,8%	23,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ο τύπος του αεροπλάνου παίζει πιο σημαντικό ρόλο στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας για τα άτομα που ταξιδεύουν με σκοπό σπουδές σε σχέση με

τους υπόλοιπους καθώς το 43,8% αυτών το θεωρεί πολύ σημαντικό παράγοντα. Όσοι ταξιδεύουν για αναψυχή ή εργασία εκφράζουν παρόμοιες απόψεις στην συγκεκριμένη ερώτηση.

Τύπος αεροπλάνου-Αεροπορική εταιρία

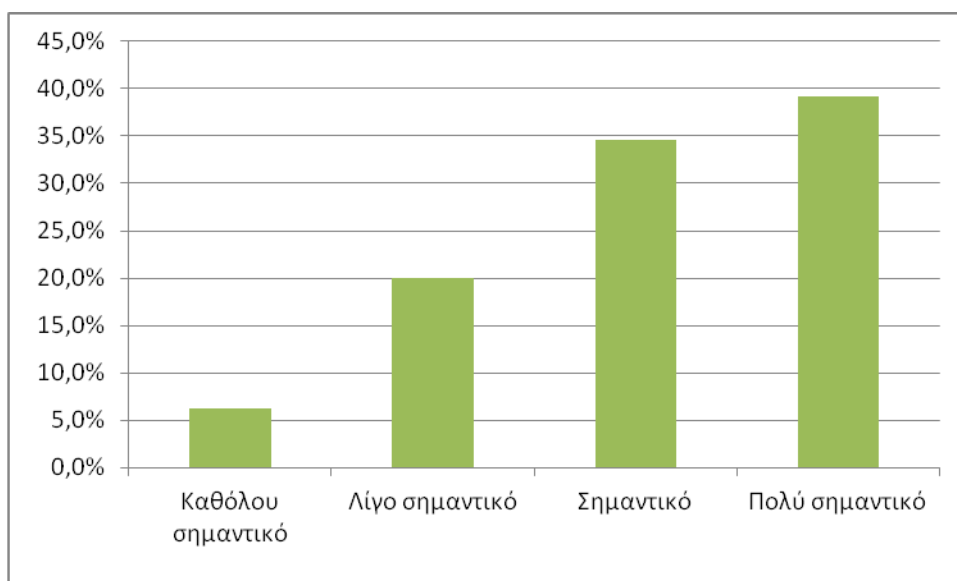
Όπως προκύπτει από τον παρακάτω πίνακα οι επιβάτες των εταιριών χαμηλού κόστους δίνουν μικρότερη σημασία στον τύπο του αεροπλάνου με το οποίο ταξιδεύουν καθώς το 29,5% αυτών απάντησε «καθόλου σημαντικό» έναντι 15,9% των ατόμων που πετούσαν με συμβατική εταιρία.

	Παραδοσιακή αεροπορική εταιρία	Αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	15,9%	29,5%	22,3%
Λίγο σημαντικό	15,9%	11,5%	13,8%
Σημαντικό	39,1%	42,6%	40,8%
Πολύ σημαντικό	29,0%	16,4%	23,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Ώρα αναχώρησης

Το παρακάτω γράφημα απεικονίζει την κατανομή των απαντήσεων σχετικά με την σημασία της ώρα αναχώρησης της πτήσης στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος θεωρεί αυτό τον παράγοντα καθοριστικό για την επιλογή της πτήσης αφού το 39,2% και το 34,6% του δείγματος χαρακτήρισαν την ώρα αναχώρησης «πολύ σημαντική» και «σημαντική»

αντίστοιχα. Εξαίρεση αποτελεί ένα πολύ μικρό ποσοστό των ερωτώμενων (6,2%) που δεν επηρεάζονται από αυτήν κατά την επιλογή τους.



Σχήμα 4.3.6: Διάγραμμα κατανομής των απόψεων των ερωτώμενων σχετικά με την ώρα αναχώρησης

Ωρα αναχώρησης-Φύλο

	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	7,9%	4,5%	6,2%
Λίγο σημαντικό	23,8%	16,4%	20,0%
Σημαντικό	31,7%	37,3%	34,6%
Πολύ σημαντικό	36,5%	41,8%	39,2%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι οι διαφορές των απόψεων των δυο φύλων σχετικά με την ώρα αναχώρησης είναι πολύ μικρές και δεν μπορεί να διατυπωθεί κάποιο συμπέρασμα.

Ώρα αναχώρησης-Ηλικία

	18-30 ετών	30-45 ετών	45-65 ετών	>65 ετών	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	7,7%	7,1%	0,0%	14,3%	6,2%
Λίγο σημαντικό	26,2%	17,9%	10,0%	14,3%	20,0%
Σημαντικό	35,4%	39,3%	33,3%	14,3%	34,6%
Πολύ σημαντικό	30,8%	35,7%	56,7%	57,1%	39,2%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Από τα ποσοστά του παραπάνω πίνακα διαπιστώνεται ότι οι δύο μεγαλύτερες ηλικιακές κατηγορίες ενδιαφέρονται πιο πολύ για την ώρα αναχώρησης από ότι οι νεότερες ηλικίες. Συγκεκριμένα, τα άτομα ηλικίας 45-65ετών και άνω των 65 ετών χαρακτήρισαν με ποσοστά περίπου 57% ως πολύ σημαντική την ώρα αναχώρησης. Λιγότερο ενδιαφέρονται οι νέοι με ποσοστό 30,8% για την ίδια απάντηση.

Ώρα αναχώρησης-Επάγγελμα

Όπως φαίνεται στον επόμενο πίνακα, οι απόψεις των ερωτώμενων σχετικά με την ώρα αναχώρησης δεν διαφοροποιείται ανάλογα με το επάγγελμα τους.

	Φοιτητές- συνταξιούχοι- άνεργοι	Ελεύθεροι επαγγελματίες	Υπάλληλοι	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	1,7%	13,8%	7,3%	6,2%
Λίγο σημαντικό	25,0%	13,8%	17,1%	20,0%
Σημαντικό	35,0%	37,9%	31,7%	34,6%
Πολύ σημαντικό	38,3%	34,9%	43,9%	39,2%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

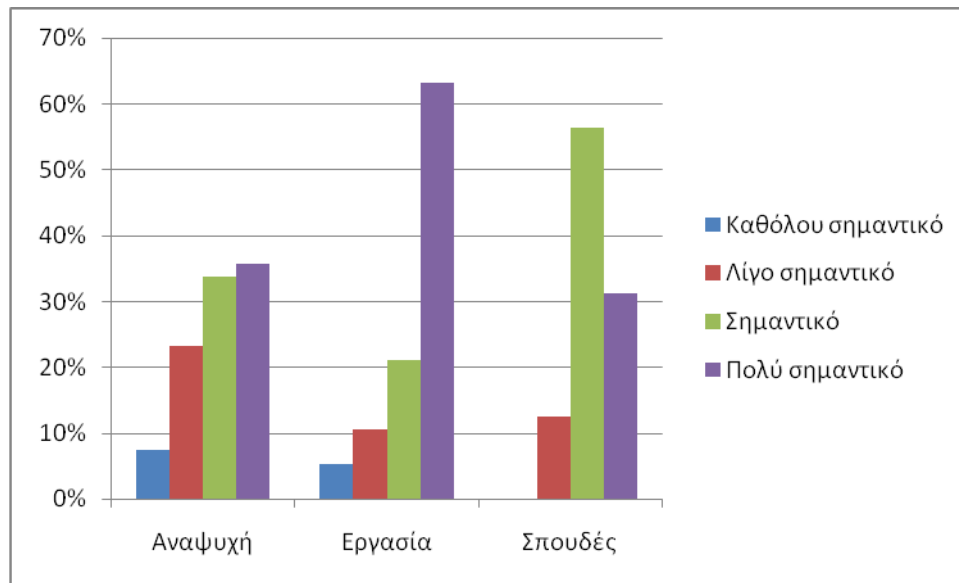
Ώρα αναχώρησης-Εισόδημα

Στον επόμενο πίνακα παρατηρούμε ότι υπάρχει συσχέτιση των απαντήσεων για την σημασία της ώρας αναχώρησης με το εισόδημα των ταξιδιωτών.

Συγκεκριμένα, τα άτομα που ανήκουν στις δυο υψηλότερες κατηγορίες εισοδήματος επηρεάζονται περισσότερο από την ώρα αναχώρησης όταν επιλέγουν αεροπορική εταιρία από ότι τα άτομα με εισόδημα κάτω από 1500 ευρώ. Κι αυτό φαίνεται από το γεγονός ότι το 60% περίπου των ατόμων που δήλωσαν εισόδημα πάνω από 1500 ευρώ χαρακτήρισαν αυτό τον παράγοντα πολύ σημαντικό έναντι 25% των άλλων δυο ομάδων.

	Περίπου 800€	800-1500€	1500-2500€	Πάνω από 2500€	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	4,4%	12,9%	3,6%	4,5%	6,2%
Λίγο σημαντικό	26,7%	16,1%	7,1%	27,3%	20,0%
Σημαντικό	42,2%	45,2%	25,0%	13,6%	34,6%
Πολύ σημαντικό	26,7%	25,8%	64,3%	54,5%	39,2%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ώρα αναχώρησης-Σκοπός ταξιδιού



Σχήμα 4.3.6.1: Ώρα αναχώρησης-Σκοπός ταξιδιού

Από τις απαντήσεις των επιβατών για την ώρα αναχώρησης σε σύγκριση με τον σκοπό του ταξιδιού διαπιστώνουμε ότι όσοι ταξιδεύουν για λόγους εργασίας επηρεάζονται σημαντικά από την ώρα αναχώρησης αφού το 63,2% αυτών την χαρακτηρίζει πολύ σημαντική για την επιλογή εταιρίας. Ακολουθούν από άποψη ενδιαφέροντος όσοι ταξιδεύουν για σπουδές ενώ περισσότερο ελαστικοί σε σχέση με την ώρα αναχώρησης είναι όσοι ταξιδεύουν για αναψυχή.

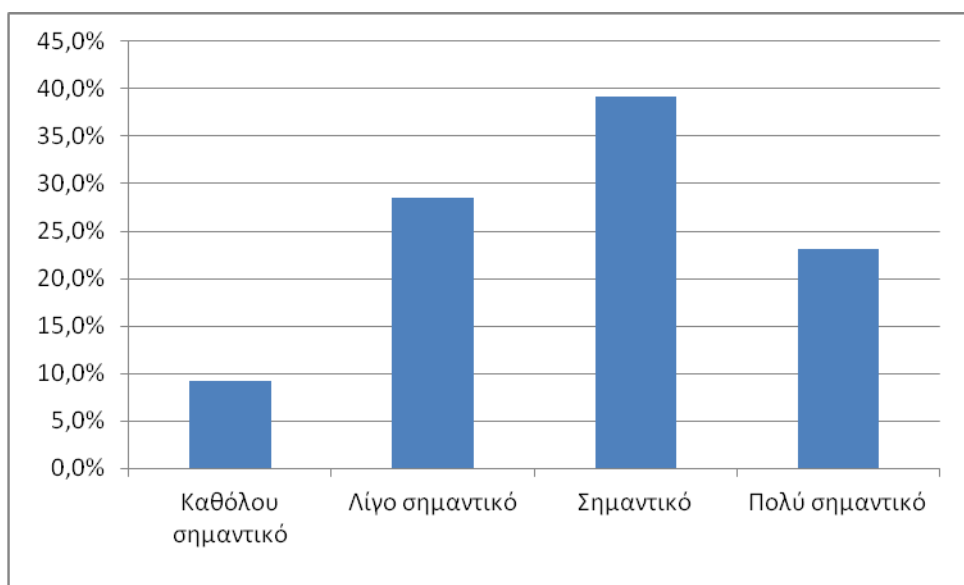
Ώρα αναχώρησης-αεροπορική εταιρία

Από τον παρακάτω πίνακα προκύπτει το συμπέρασμα ότι οι επιβάτες των εταιριών χαμηλού κόστους ενδιαφέρονται λιγότερο για την ώρα αναχώρησης σε σχέση με τους επιβάτες των παραδοσιακών εταιριών. Αυτό φαίνεται τόσο από τα ποσοστά στην απάντηση «καθόλου σημαντικό» που είναι μεγαλύτερο αυτών που ταξιδεύουν με εταιρία χαμηλού κόστους όσο και από τα ποσοστά στην απάντηση «πολύ σημαντικό» όπου συμβαίνει το αντίθετο.

	Παραδοσιακή αεροπορική εταιρία	Αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	0,0%	13,1%	6,2%
Λίγο σημαντικό	15,9%	24,6%	20,0%
Σημαντικό	34,8%	34,4%	34,6%
Πολύ σημαντικό	49,3%	27,9%	39,2%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Συχνότητα πτήσεων

Η κατανομή των απόψεων των επιβατών για την σημασία της συχνότητας των πτήσεων δείχνει ότι είναι ένα αρκετά σημαντικό χαρακτηριστικό για την επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκέντρωσαν οι απαντήσεις «λίγο σημαντικό» και «σημαντικό» και είναι 28,5% και 39,2% του δείγματος αντίστοιχα.



Σχήμα 4.3.7: Διάγραμμα κατανομής των απόψεων των ερωτώμενων σχετικά με την συχνότητα των πτήσεων

Συχνότητα πτήσεων-Φύλο

	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	7,9%	10,4%	9,2%
Λίγο σημαντικό	27,0%	29,9%	28,5%
Σημαντικό	42,9%	35,8%	39,2%
Πολύ σημαντικό	22,2%	23,9%	23,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Από την συσχέτιση των απαντήσεων με το φύλο των ερωτώμενων δεν προκύπτει κάποιο ασφαλές συμπέρασμα καθώς τα ποσοστά τους έχουν μικρές διαφορές.

Συχνότητα πτήσεων-Ηλικία

	18-30 ετών	30-45 ετών	45-65 ετών	>65 ετών	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	9,2%	7,1%	10,0%	14,3%	9,2%
Λίγο σημαντικό	38,5%	17,9%	16,7%	28,6%	28,5%
Σημαντικό	35,4%	50,0%	40,0%	28,6%	39,2%
Πολύ σημαντικό	16,9%	25,0%	33,3%	28,6%	23,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Από την σύγκριση των απόψεων των ατόμων με την ηλικιακή κατηγορία στην οποία ανήκουν προκύπτει το συμπέρασμα ότι τα άτομα ηλικίας 30-45 ετών και 45-65 ετών θεωρούν λίγο πιο σημαντική την συχνότητα πτήσης από τους

υπόλοιπους. Σχετικά λιγότερο φαίνεται να ενδιαφέρονται για αυτήν οι νέοι που το 38,5% αυτών την χαρακτήρισαν λίγο σημαντική.

Συχνότητα πτήσεων-Επάγγελμα

	Φοιτητές- συνταξιούχοι- άνεργοι	Ελεύθεροι επαγγελματίες	Υπάλληλοι	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	10,0%	17,2%	2,4%	9,2%
Λίγο σημαντικό	40,0%	20,7%	17,1%	28,5%
Σημαντικό	26,7%	48,3%	51,2%	39,2%
Πολύ σημαντικό	23,3%	13,8%	29,3%	23,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Μεγαλύτερη σημασία στην συχνότητα των πτήσεων αποδίδουν οι υπάλληλοι όταν επιλέγουν αεροπορική εταιρία αφού με ποσοστό 29,3% την χαρακτήρισαν πολύ σημαντική. Στην συνέχεια ακολουθούν οι ελεύθεροι επαγγελματίες ενώ τελευταίοι από άποψη ενδιαφέροντος έρχονται η κατηγορία των φοιτητών-συνταξιούχων-ανέργων που το 40% αυτών θεωρεί την συχνότητα των πτήσεων λίγο σημαντική .

Συχνότητα πτήσεων-Εισόδημα

	Περίπου 800€	800-1500€	1500-2500€	Πάνω από 2500€	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	6,7%	19,4%	3,6%	9,1%	9,2%
Λίγο σημαντικό	42,2%	22,6%	21,4%	18,2%	28,5%
Σημαντικό	35,6%	45,2%	46,4%	31,8%	39,2%
Πολύ σημαντικό	15,6%	12,9%	28,6%	40,9%	23,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Από τον πίνακα διαπιστώνεται ότι όσο αυξάνεται το μηνιαίο ατομικό του εισόδημα τόσο αυξάνεται και επιρροή της συχνότητας των πτήσεων στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Συγκεκριμένα, το 40,9% των ατόμων του υψηλότερου εισοδήματος χαρακτήρισε την συχνότητα πολύ σημαντική ενώ μόλις το 15,6% των ατόμων με εισόδημα περίπου 800 ευρώ συμφώνησε με αυτή την άποψη.

Συχνότητα πτήσεων-Σκοπός ταξιδιού

	Αναψυχή	Εργασία	Σπουδές	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	9,5%	10,5%	6,3%	9,2%
Λίγο σημαντικό	27,4%	21,1%	43,8%	28,5%
Σημαντικό	43,2%	31,6%	25,0%	39,2%
Πολύ σημαντικό	20,0%	36,8%	25,0%	23,1%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Η συχνότητα των πτήσεων μιας εταιρίας επηρεάζει περισσότερο στην επιλογή της τα άτομα που ταξιδεύουν με σκοπό την εργασία όπως προκύπτει από τον πίνακα.

Συχνότητα πτήσεων-Αεροπορική εταιρία

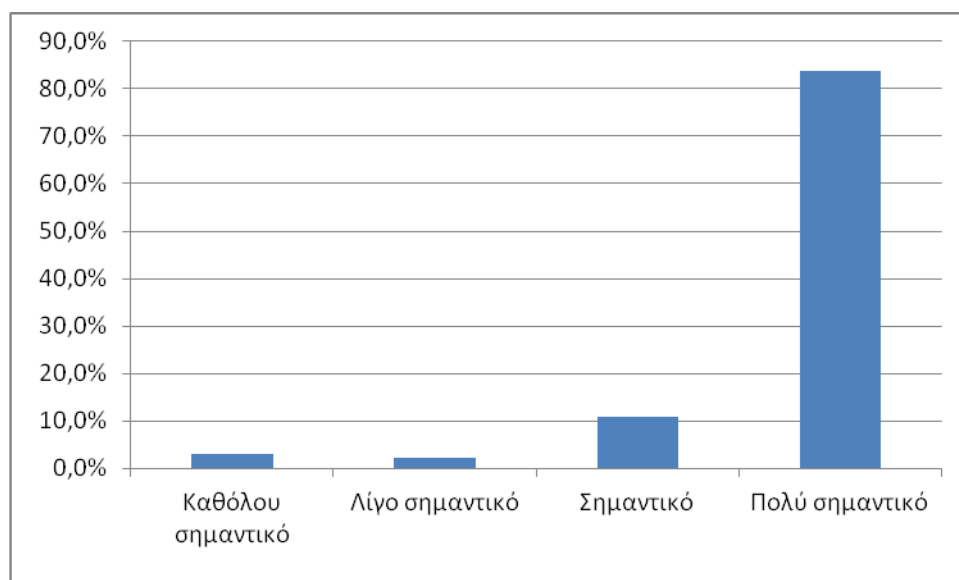
	Παραδοσιακή αεροπορική εταιρία	Αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	0,0%	13,1%	6,2%
Λίγο σημαντικό	15,9%	24,6%	20,0%
Σημαντικό	34,8%	34,4%	34,6%
Πολύ σημαντικό	49,3%	27,9%	39,2%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Κατά την συσχέτιση της αεροπορικής εταιρίας που επέλεξαν να πετάξουν και των απόψεων για την ώρα αναχώρησης παρατηρείται ότι όσοι ταξιδεύουν με παραδοσιακή εταιρία δίνουν μεγαλύτερη σημασία σε αυτό το χαρακτηριστικό των εταιριών.

Ασφάλεια

Το παρακάτω γράφημα απεικονίζει την κατανομή των απόψεων του δείγματος σχετικά με την σημασία της ασφάλειας. Όπως προκύπτει από το σχήμα, η ασφάλεια αποδεικνύεται ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά και τα πιο

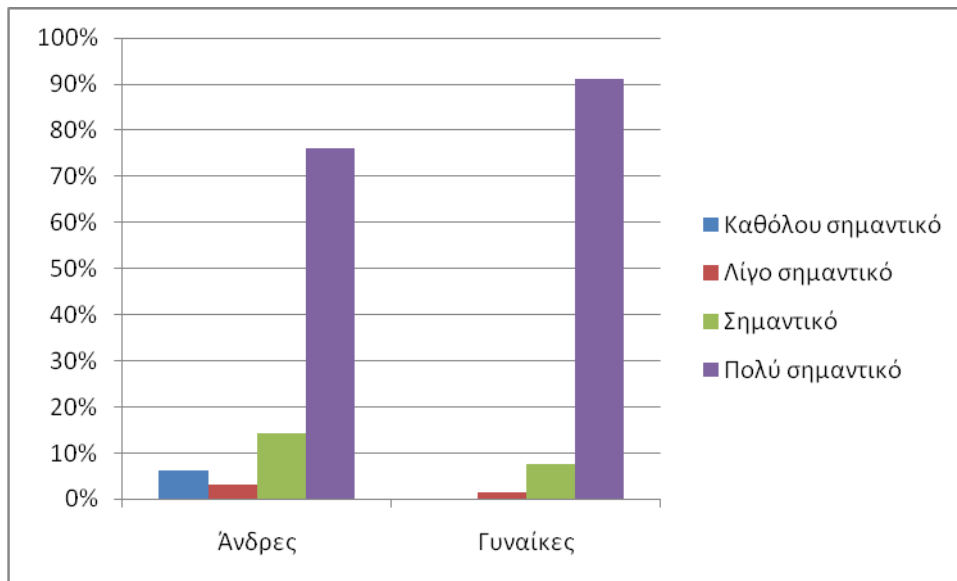
καθοριστικά για την επιλογή αεροπορικής εταιρίας αφού η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτώμενων την χαρακτήρισαν πολύ σημαντική με ποσοστό 83,8%.



Σχήμα 4.3.8: Διάγραμμα κατανομής των απόψεων των ερωτώμενων σχετικά με την ασφάλεια

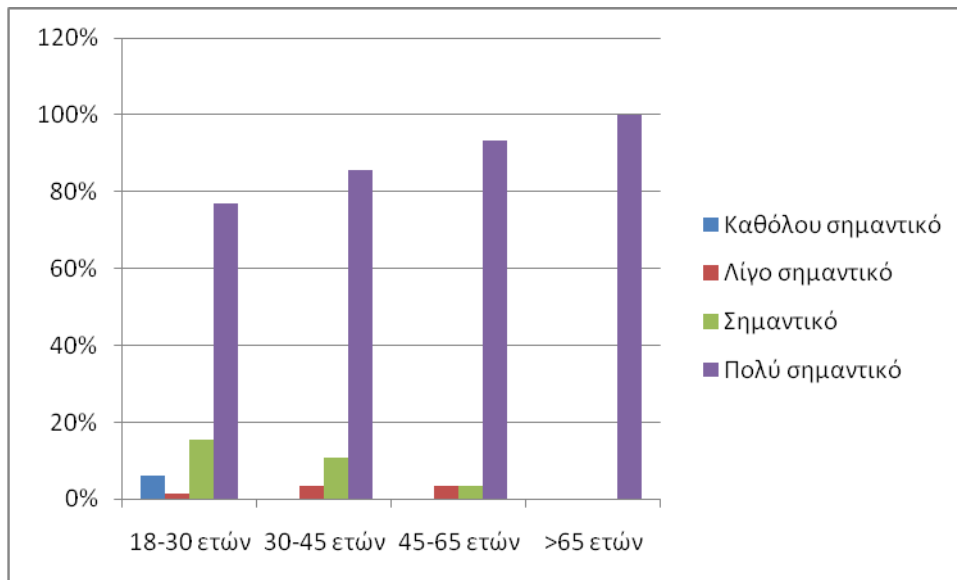
Ασφάλεια-Φύλο

Από την συσχέτιση των απαντήσεων των ανδρών και των γυναικών για το θέμα της ασφάλειας παρατηρούμε ότι οι γυναίκες είναι σχετικά πιο ευαίσθητες στο συγκεκριμένο χαρακτηριστικό από ότι οι άνδρες. Συγκεκριμένα το 91% των γυναικών θεωρεί την ασφάλεια πολύ σημαντική έναντι 76,9% των ανδρών. Παρατηρούμε ακόμη ότι καμία γυναίκα δεν απάντησε «καθόλου σημαντικό» σε αντίθεση με το 6,3% των ανδρών.



Σχήμα 4.3.8.1: Ασφάλεια- Φύλο

Ασφάλεια-Ηλικία



Σχήμα 4.3.8.2: Ασφάλεια-Ηλικία

Ο παραπάνω πίνακας με τα ποσοστά των απαντήσεων των διάφορων κατηγοριών ηλικίας δείχνει ότι όσο αυξάνεται η ηλικία τόσο αυξάνεται η σημασία της ασφάλειας στην απόφαση για την επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Η ασφάλεια απασχολεί λιγότερο από όλους τους νέους και είναι η μόνη κατηγορία που με ένα μικρό ποσοστό έδωσε την απάντηση «καθόλου σημαντικό». Γενικά, παρατηρούμε ότι όσο αυξάνει η ηλικία αυξάνει και η επιρροή της ασφάλειας.

Ασφάλεια-Επάγγελμα

	Φοιτητές- συνταξιούχοι- άνεργοι	Ελεύθεροι επαγγελματίες	Υπάλληλοι	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	1,7%	6,9%	2,4%	3,1%
Λίγο σημαντικό	1,7%	0,0%	4,9%	2,3%
Σημαντικό	11,7%	10,3%	9,8%	10,8%
Πολύ σημαντικό	85,0%	82,8%	82,9%	83,8%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Στο παραπάνω πίνακα παρατηρείται ομοιομορφία στην κατανομή των απαντήσεων μεταξύ των ατόμων διαφορετικών επαγγελματικών κατηγοριών και επομένως δεν προκύπτει κάποιο συμπέρασμα.

Ασφάλεια-Εισόδημα

Οι απόψεις για την σημασία της ασφάλειας δεν φαίνεται να διαφοροποιούνται ανάλογα με το μηνιαίο ατομικό εισόδημα του ερωτώμενου καθώς οι διαφορές στα ποσοστά των απαντήσεων είναι πολύ μικρές.

	Περίπου 800€	800-1500€	1500-2500€	Πάνω από 2500€	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	2,2%	6,5%	0,0%	4,5%	3,1%
Λίγο σημαντικό	2,2%	0,0%	3,6%	4,5%	2,3%
Σημαντικό	15,6%	6,5%	3,6%	13,6%	10,8%
Πολύ σημαντικό	80,0%	87,1%	92,9%	77,3%	83,8%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Ασφάλεια-Σκοπός ταξιδιού

	Αναψυχή	Εργασία	Σπουδές	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	1,1%	10,5%	6,3%	3,1%
Λίγο σημαντικό	3,2%	0,0%	0,0%	2,3%
Σημαντικό	10,5%	15,8%	6,3%	10,8%
Πολύ σημαντικό	85,3%	73,7%	87,5%	83,8%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

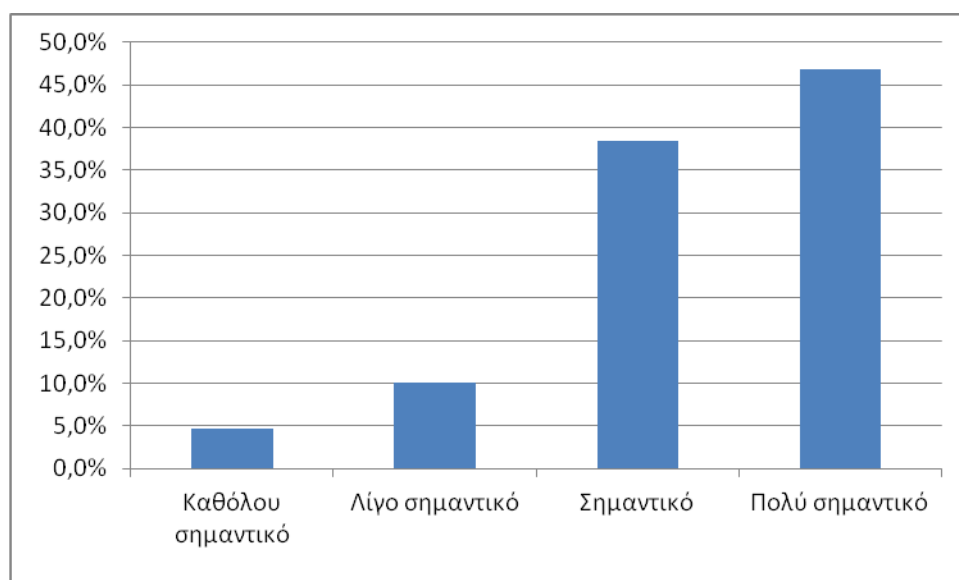
Ομοίως, ο σκοπός του ταξιδιού δεν επηρεάζει την γνώμη των ερωτώμενων σε σχέση με την ασφάλεια. Όλοι την θεωρούν εξίσου σημαντική.

Ασφάλεια-Αεροπορική εταιρία

	Παραδοσιακή αεροπορική εταιρία	Αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	1,4%	4,9%	3,1%
Λίγο σημαντικό	2,9%	1,6%	2,3%
Σημαντικό	8,7%	13,1%	10,8%
Πολύ σημαντικό	87,0%	80,3%	83,8%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Κανένα συμπέρασμα επίσης δεν προκύπτει από την συσχέτιση των απαντήσεων για την ασφάλεια με τον τύπο της αεροπορικής εταιρίας που επέλεξαν να πετάξουν οι ταξιδιώτες.

Κύρος αεροπορικής εταιρίας



Σχήμα 4.3.9: Διάγραμμα κατανομής των απόψεων των ερωτώμενων σχετικά με το κύρος της αεροπορικής εταιρίας

Το κύρος της αεροπορικής εταιρίας είναι ένα ακόμη χαρακτηριστικό στο οποίο δίνουν σημασία οι ερωτώμενοι όταν επιλέγουν αεροπορική εταιρία. Συγκεκριμένα το 46,9% του δείγματος το θεωρεί «πολύ σημαντικό» και το 38,5% του δείγματος «σημαντικό».

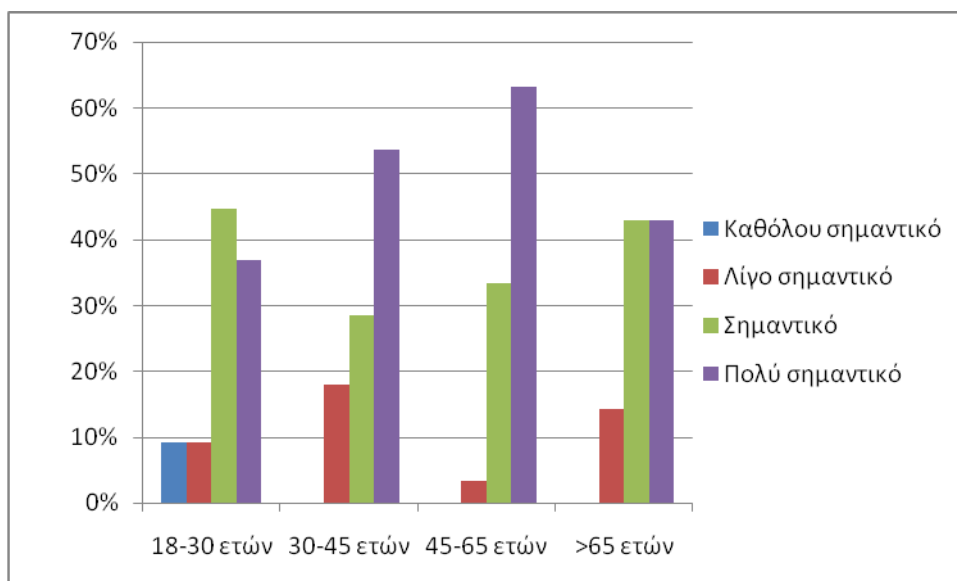
Κύρος αεροπορικής εταιρίας-Φύλο

	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	6,3%	3,0%	4,6%
Λίγο σημαντικό	7,9%	11,9%	10,0%
Σημαντικό	46,0%	31,3%	38,5%
Πολύ σημαντικό	39,7%	53,7%	46,9%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Σε λίγο μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τους άνδρες ενδιαφέρονται οι γυναίκες για την φήμη της αεροπορικής εταιρίας. Όπως φαίνεται και στον πίνακα, το 53,7% των γυναικών έναντι 39,7% των ανδρών θεωρεί τον παράγοντα αυτό «πολύ σημαντικό».

Κύρος αεροπορικής εταιρίας-Ηλικία

Το κύρος της αεροπορικής εταιρίας με την οποία ταξιδεύουν απασχολεί περισσότερο τα άτομα ηλικίας 45-65 ετών και ακολουθούν τα άτομα ηλικίας 30-45 ετών. Οι νέοι είναι αυτοί που ενδιαφέρονται λιγότερο από όλους και είναι οι μόνοι που με ποσοστό 9,2% απάντησαν «καθόλου σημαντικό».



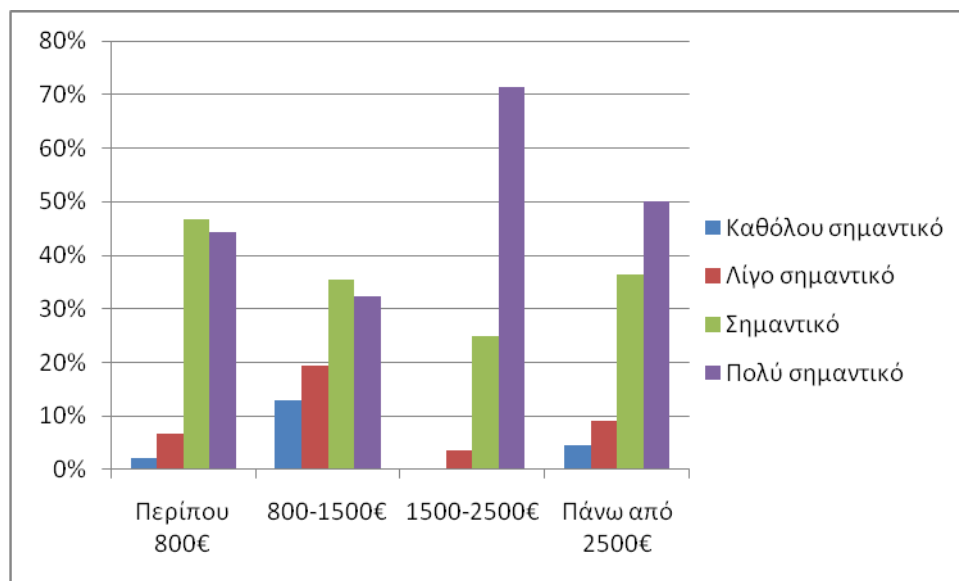
Σχήμα 4.3.9.1: Κύρος εταιρίας-Ηλικία

Κύρος αεροπορικής εταιρίας-Επάγγελμα

	Φοιτητές- συνταξιούχοι- άνεργοι	Ελεύθεροι επαγγελματίες	Υπάλληλοι	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	1,7%	10,3%	4,9%	4,6%
Λίγο σημαντικό	8,3%	0,0%	19,5%	10,0%
Σημαντικό	45,0%	34,5%	31,7%	38,5%
Πολύ σημαντικό	45,0%	55,2%	43,9%	46,9%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Κατά την συσχέτιση των απόψεων για το όνομα της αεροπορικής εταιρίας σε σχέση με το επάγγελμα των ερωτώμενων παρατηρούμε ότι δεν προκύπτει κάποιο ασφαλές συμπέρασμα λόγω των μικρών διαφορών στις απαντήσεις.

Κύρος αεροπορικής εταιρίας-Εισόδημα



Σχήμα 4.3.9.1: Κύρος εταιρίας-Εισόδημα

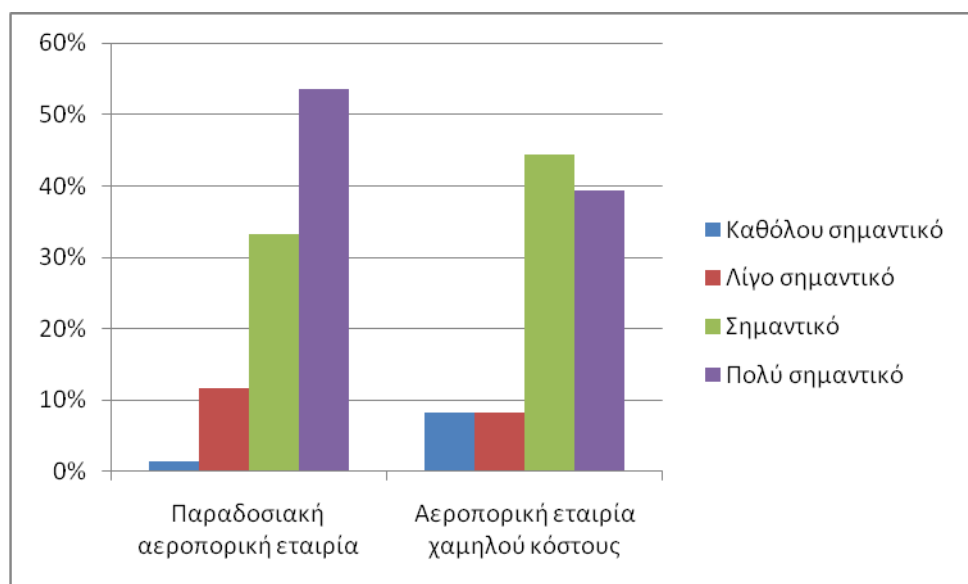
Από τον παραπάνω πίνακα όπου φαίνονται οι απαντήσεις των ερωτώμενων σε σχέση με το εισόδημα τους παρατηρούμε ότι τα άτομα με εισόδημα 1500-2500 ευρώ δείχνουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον από τους υπόλοιπους για το όνομα της αεροπορικής εταιρίας που επιλέγουν. Συγκεκριμένα, το 71,4% αυτών θεωρεί αυτό το χαρακτηριστικό πολύ σημαντικό ενώ κανένας ερωτώμενος αυτής της ομάδας δεν απάντησε «καθόλου σημαντικό» όπως συμβαίνει στις υπόλοιπες κατηγορίες με ένα μικρό ποσοστό.

Κύρος αεροπορικής εταιρίας-Σκοπός ταξιδιού

Όσον αφορά τον σκοπό του ταξιδιού, αυτός δεν φαίνεται να επηρεάζει ιδιαίτερα την σημασία που αποδίδουν οι ερωτώμενοι στο κύρος της αεροπορικής εταιρίας.

	Αναψυχή	Εργασία	Σπουδές	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	3,2%	10,5%	6,3%	4,6%
Λίγο σημαντικό	11,6%	10,5%	0,0%	10,0%
Σημαντικό	41,1%	26,3%	37,5%	38,5%
Πολύ σημαντικό	44,4%	52,6%	56,3%	46,9%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Κύρος αεροπορικής εταιρίας-Αεροπορική εταιρία

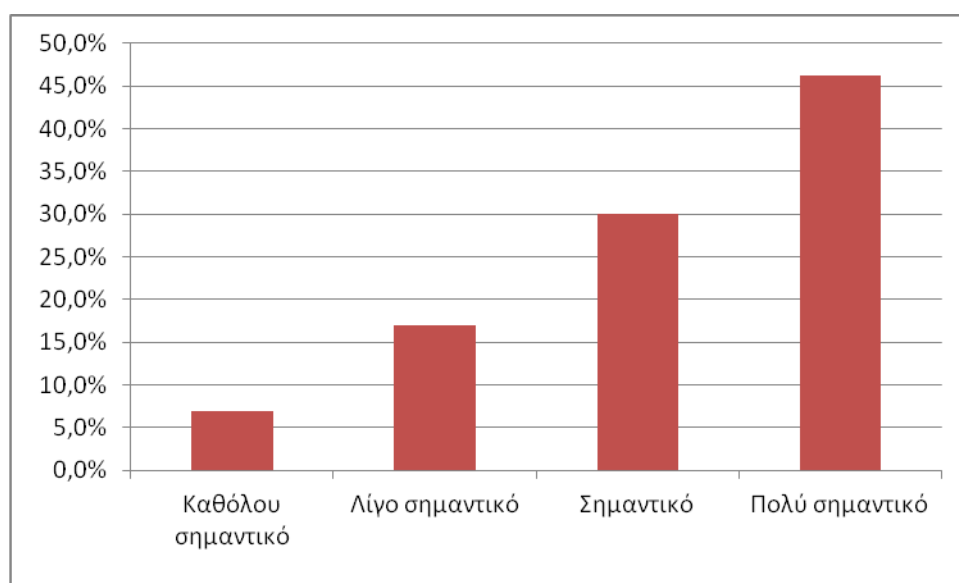


Σχήμα 4.3.9.1: Κύρος εταιρίας-Τύπος

Τα άτομα που δήλωσαν ότι πετάνε με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους φαίνεται να μην ενδιαφέρονται τόσο για το κύρος της αεροπορικής εταιρίας που επιλέγουν όσο τα άτομα που πετάνε με παραδοσιακή εταιρία. Όπως φαίνεται στον πίνακα το 53,6% των ατόμων που ταξίδευαν με παραδοσιακή εταιρία απάντησε «πολύ σημαντικό» σε αυτήν την ερώτηση έναντι 39,3% της άλλης κατηγορίας.

Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό

Πάνω από το 45% των ερωτώμενων θεωρεί πολύ σημαντικό το αν η πτήση θα είναι απευθείας ή θα έχει ενδιάμεσο σταθμό και το 30% του δείγματος το χαρακτηρίζει σημαντικό. Επομένως η ύπαρξη ενδιάμεσου σταθμού επηρεάζει αρκετά την επιλογή πτήσης και κατά επέκταση της αεροπορικής εταιρίας αφού είναι φυσικό ότι οι περισσότεροι επιθυμούν να φτάσουν στον προορισμό τους χωρίς ενδιάμεσες καθυστερήσεις.



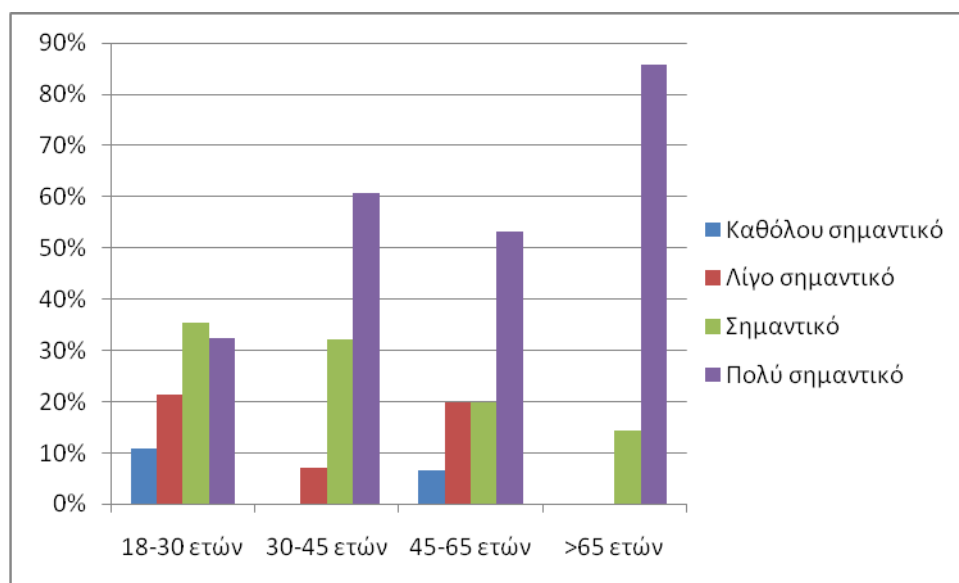
Σχήμα 4.3.10: Διάγραμμα κατανομής των απόψεων των ερωτώμενων σχετικά με την πτήση με ενδιάμεσο σταθμό

Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό-Φύλο

Δεν προκύπτει κάποιο συμπέρασμα από την συσχέτιση των απαντήσεων σε σχέση με το φύλο των ερωτώμενων καθώς τα ποσοστά δεν παρουσιάζουν κάποια σημαντική διαφορά.

	Άνδρες	Γυναίκες	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	7,9%	6,0%	6,9%
Λίγο σημαντικό	15,9%	17,9%	16,9%
Σημαντικό	33,3%	26,9%	30,0%
Πολύ σημαντικό	42,9%	49,3%	46,2%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό-Ηλικία



Σχήμα 4.3.10.1: Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό-Ηλικία

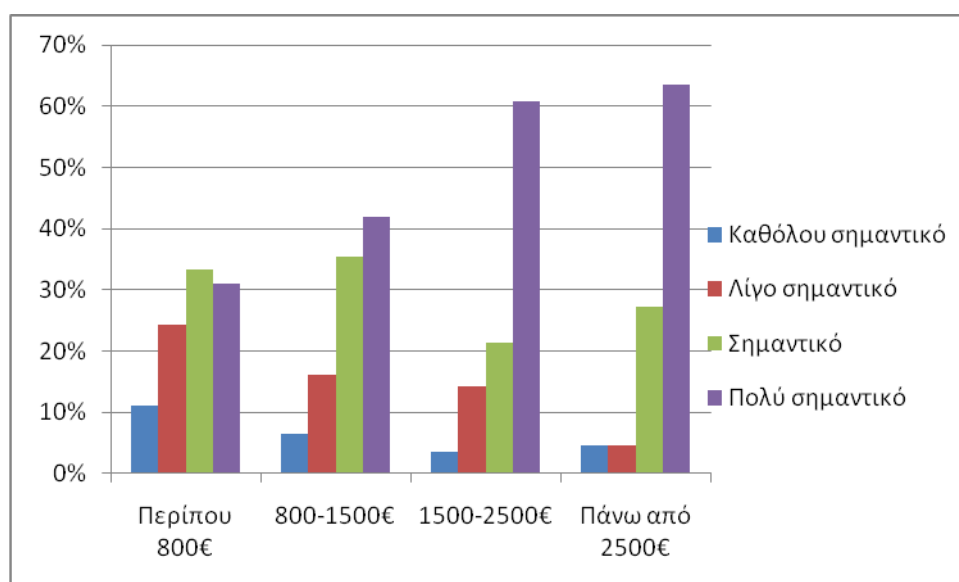
Απευθείας πτήσεις φαίνεται να προτιμούν τα άτομα ηλικίας άνω των 65 ετών περισσότερο από τους υπόλοιπους ενώ ακολουθούν τα άτομα 30-45 ετών και τα άτομα 45-65 ετών. Λιγότερο φαίνεται να ενδιαφέρονται για το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό οι νέοι.

Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό-Επάγγελμα

Λόγω των μικρών διαφορών των απαντήσεων μεταξύ των επαγγελματικών κατηγοριών δεν προκύπτει κάποιο ασφαλές συμπέρασμα από την συσχέτιση των απαντήσεων με το επάγγελμα που δήλωσαν οι ερωτώμενοι.

	Φοιτητές- συνταξιούχοι- άνεργοι	Ελεύθεροι επαγγελματίες	Υπάλληλοι	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	6,7%	10,3%	4,9%	6,9%
Λίγο σημαντικό	18,3%	10,3%	19,5%	16,9%
Σημαντικό	31,7%	27,6%	29,3%	30,0%
Πολύ σημαντικό	43,3%	51,7%	46,3%	46,2%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

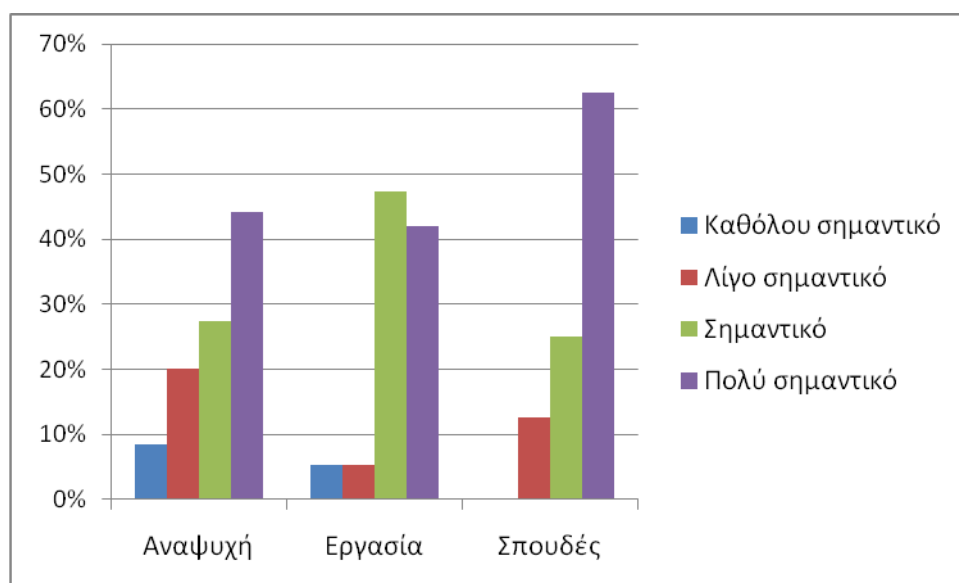
Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό-Εισόδημα



Σχήμα 4.3.10.2: Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό-Εισόδημα

Οι απαντήσεις των ερωτώμενων για την σημασία της πτήσης με ενδιάμεσο σταθμό παρουσιάζουν συσχέτιση με το εισόδημα που δήλωσαν. Παρατηρείται ότι όσο αυξάνει το εισόδημα αυξάνεται και η επιρροή του χαρακτηριστικού αυτού στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας με τα άτομα με εισόδημα άνω των 1500 ευρώ να συγκεντρώνουν ποσοστό μεγαλύτερο του 60% στην απάντηση «πολύ σημαντικό».

Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό-Σκοπός ταξιδιού



Σχήμα 4.3.10.2: Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό-σκοπός ταξιδιού

Αν θα έχει η πτήση τους ενδιάμεσο σταθμό ή όχι απασχολεί σε μεγαλύτερο ποσοστό τα άτομα που ταξιδεύουν για σπουδές αφού το 62,5% αυτών χαρακτηρίζει αυτόν τον παράγοντα πολύ σημαντικό για την επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Ακολουθούν τα άτομα που ταξιδεύουν για εργασία ενώ σχετικά λιγότερο από τους άλλους ενδιαφέρονται για τον ενδιάμεσο σταθμό όσοι ταξιδεύουν για αναψυχή.

Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό-Αεροπορική εταιρία

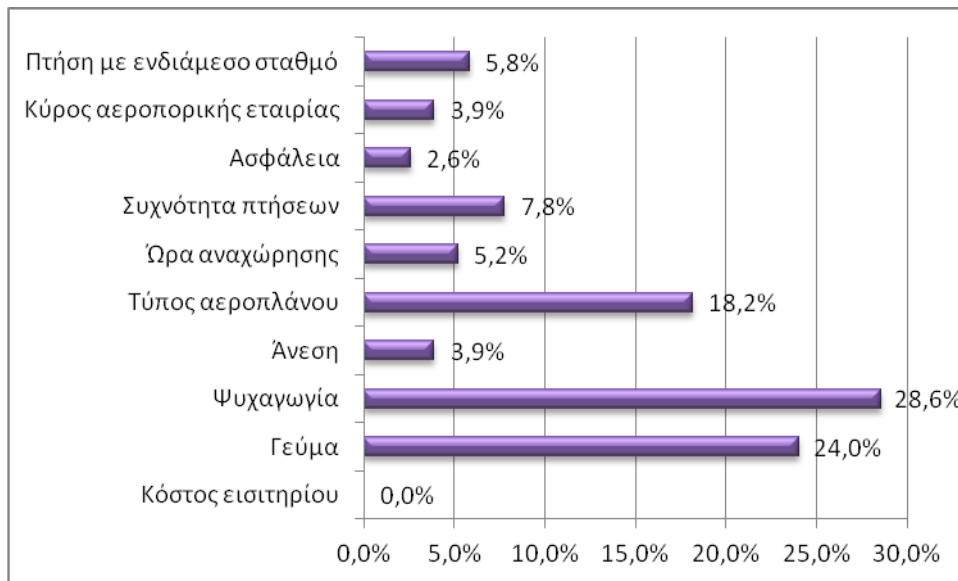
Όπως φαίνεται στον παραπάνω πίνακα η ύπαρξη ενδιάμεσου σταθμού στην πτήση επηρεάζει περισσότερο τα άτομα που επέλεξαν να πετάξουν με μια

συμβατική εταιρία. Το συμπέρασμα αυτό προκύπτει από την απάντηση «πολύ σημαντικό» που έδωσε το 55,1% αυτών έναντι 36,1% των ατόμων που πετούσαν με εταιρία χαμηλού κόστους.

	Παραδοσιακή αεροπορική εταιρία	Αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους	Σύνολο
Καθόλου σημαντικό	1,4%	13,1%	6,9%
Λίγο σημαντικό	11,6%	23,0%	16,9%
Σημαντικό	31,9%	27,9%	30,0%
Πολύ σημαντικό	55,1%	36,1%	46,2%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

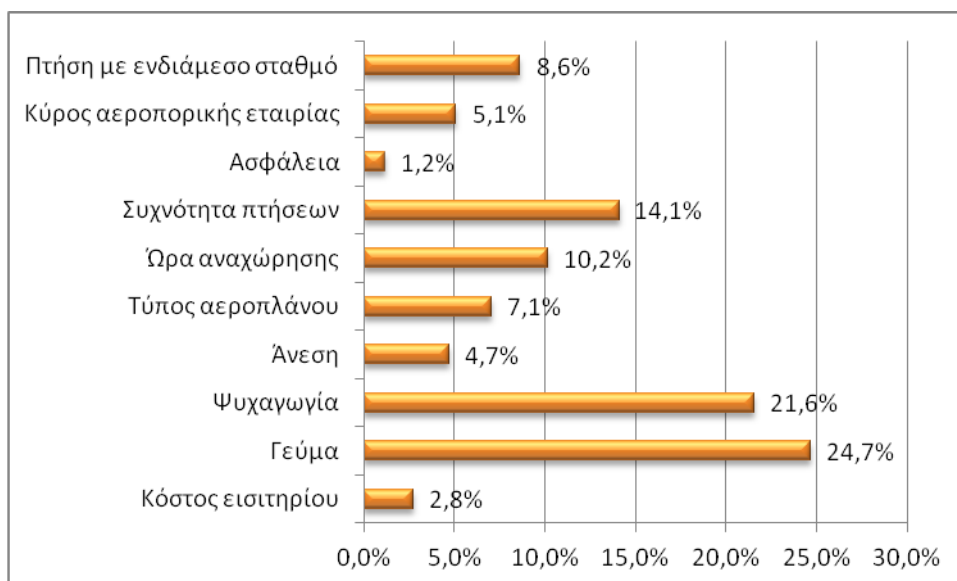
Συνολικά διαγράμματα για το κάθε επίπεδο σημαντικότητας

Στην συνέχεια με την βοήθεια του SPSS μετρήθηκαν οι συχνότητες των απαντήσεων που δόθηκαν σε κάθε επίπεδο σημαντικότητας για την σημασία των χαρακτηριστικών στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Με τον τρόπο αυτό δημιουργήθηκαν τέσσερα διαγράμματα, από ένα για το κάθε επίπεδο (καθόλου σημαντικό, λίγο σημαντικό, σημαντικό, πολύ σημαντικό), και με την βοήθεια τους μπορεί να διαπιστωθεί η διαφορά στην σημασία που αποδίδουν στα χαρακτηριστικά οι ερωτώμενοι. Τα κοινά διαγράμματα των χαρακτηριστικών για το κάθε επίπεδο σημαντικότητας φαίνονται παρακάτω.



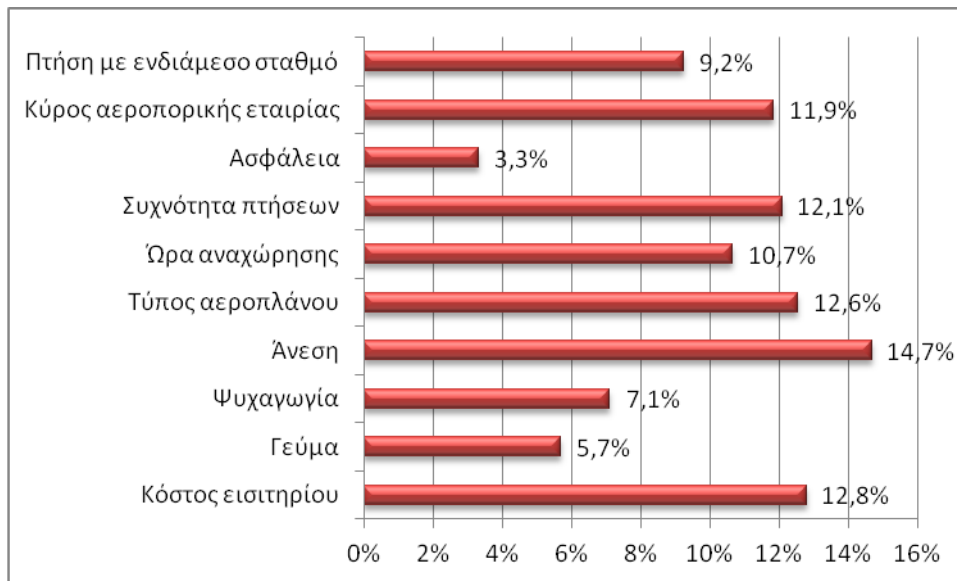
Σχήμα 4.3.11: Διάγραμμα κατανομής των απαντήσεων για τα χαρακτηριστικά που δεν είναι καθόλου σημαντικά

Το παραπάνω διάγραμμα απεικονίζει τις απαντήσεις για τα χαρακτηριστικά στο επίπεδο «καθόλου σημαντικό». Με μεγαλύτερα ποσοστά απάντησαν οι ερωτώμενοι ότι δεν θεωρούν καθόλου σημαντικά το γεύμα που προσφέρεται στην πτήση, την ψυχαγωγία δηλαδή περιοδικά και εφημερίδες και άλλες υπηρεσίες και τον τύπο του αεροπλάνου. Τα ποσοστά που συγκεντρώνουν είναι 24,03%, 28,57% και 18,18% των απαντήσεων αντίστοιχα για το συγκεκριμένο επίπεδο σημαντικότητας. Επιπλέον παρατηρούμε ότι το ποσοστό για το κόστος του εισιτηρίου είναι μηδέν που σημαίνει ότι είναι το μόνο χαρακτηριστικό το οποίο κανένας από τους ερωτώμενους δεν θεωρεί ως καθόλου σημαντικό. Εκτός από αυτό το χαρακτηριστικό, τα πιο χαμηλά ποσοστά στο διάγραμμα εμφανίζουν η άνεση και η ασφάλεια.



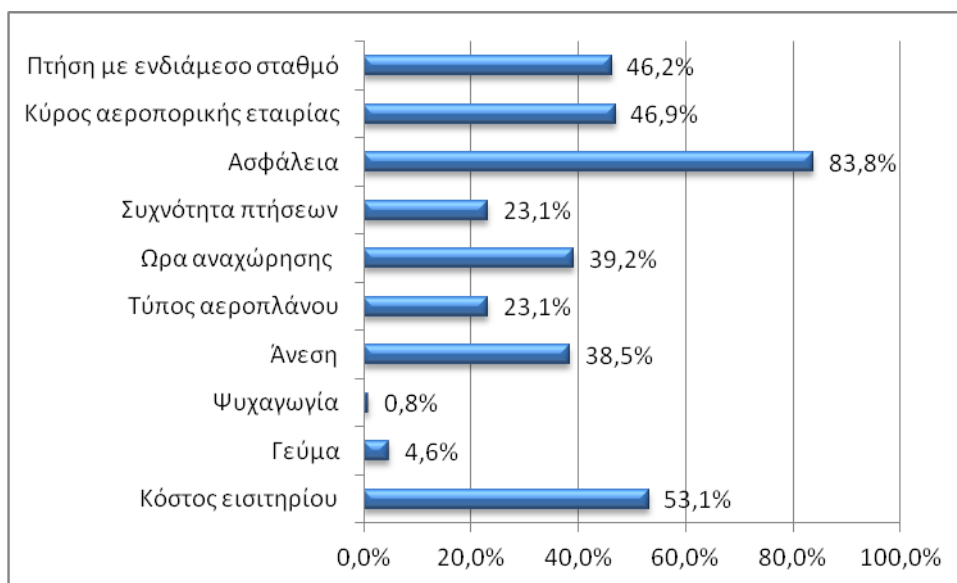
Σχήμα 4.3.12: Διάγραμμα κατανομής των απαντήσεων για τα χαρακτηριστικά που είναι λίγο σημαντικά

Από το παραπάνω διάγραμμα όπου απεικονίζονται οι απαντήσεις των ερωτώμενων στο επίπεδο «λίγο σημαντικό» παρατηρείται και πάλι ότι τα μεγαλύτερα ποσοστά συγκεντρώνουν τα χαρακτηριστικά του γεύματος και της ψυχαγωγίας και με εμφανή διαφορά από τα υπόλοιπα, πάνω από 20% των απαντήσεων. Επίσης στο διάγραμμα ξεχωρίζουν ως λίγο σημαντικά με μικρότερα ποσοστά η συχνότητα των πτήσεων που έχει προγραμματισμένες μια αεροπορική εταιρία και ακολούθως η ώρα αναχώρησης με ποσοστά 15% και 10% περίπου. Επιπροσθέτως, στο διάγραμμα αυτό βλέπουμε να εμφανίζεται με ένα πολύ μικρό ποσοστό και το κόστος του εισιτηρίου ενώ τις πιο λίγες απαντήσεις σε αυτό το επίπεδο σημαντικότητας είχε η ασφάλεια.



Σχήμα 4.3.13: Διάγραμμα κατανομής των απαντήσεων για τα χαρακτηριστικά που είναι σημαντικά

Το διάγραμμα που δημιουργήθηκε για τις απαντήσεις στο επίπεδο «σημαντικό» παρατηρούμε ότι παρουσιάζει μικρές διαφορές μεταξύ των ποσοστών. Αυτό ίσως οφείλεται στην τάση των ερωτώμενων να απαντούν ότι τα θεωρούν όλα σημαντικά χωρίς να διαβαθμίζουν την προτίμησή τους. Πάραυτα, στο συγκεκριμένο διάγραμμα ξεχωρίζουν τα χαρακτηριστικά με τα χαμηλότερα ποσοστά και είναι το γεύμα, η ψυχαγωγία και η ασφάλεια. Τα δύο πρώτα εμφανίζονται με μεγάλα ποσοστά στα δυο προηγούμενα διαγράμματα ενώ η ασφάλεια είχε χαμηλά ποσοστά και σε εκείνα. Το μεγαλύτερο ποσοστό, αν και με μικρή διαφορά από τα υπόλοιπα, εμφανίζει η άνεση στην πτήση.



Σχήμα 4.3.11: Διάγραμμα κατανομής των απαντήσεων για τα χαρακτηριστικά που είναι πολύ σημαντικά

Το τελευταίο διάγραμμα αφορά τις απαντήσεις που δόθηκαν στο επίπεδο «πολύ σημαντικό». Στο διάγραμμα αυτό ξεχωρίζει ως πιο σημαντικό χαρακτηριστικό η ασφάλεια αφού συγκεντρώνει το 23,34% των απαντήσεων. Ακολουθεί με ποσοστό 14,78% το κόστος του εισιτηρίου και με μικρή διαφορά μεταξύ τους το κύρος της αεροπορικής εταιρίας και η πτήση με ενδιάμεσο σταθμό. Παρατηρούνται ακόμη, πολύ χαμηλά ποσοστά στο γεύμα και στην ψυχαγωγία γύρω στο 1% δηλαδή πολύ λίγα άτομα τα χαρακτήρισαν πολύ σημαντικά.

Συμπερασματικά, μελετώντας τα τέσσερα αυτά διαγράμματα μπορούν να εξαχθούν κάποια συμπεράσματα σχετικά με το ποια χαρακτηριστικά θεωρούνται από τους επιβάτες σημαντικά και ποια όχι. Λιγότερο σημαντική θεωρείται η ψυχαγωγία που προσφέρεται στην πτήση και ακολουθεί με μικρή διαφορά το γεύμα και στην συνέχεια ο τύπος του αεροπλάνου. Ειδικά τα δύο πρώτα χαρακτηριστικά εμφανίζουν πολύ υψηλά ποσοστά στις απαντήσεις «καθόλου σημαντικό» και «λίγο σημαντικό» ενώ αντίθετα έχουν πολύ μικρά ποσοστά στις

άλλες δυο απαντήσεις όπως φαίνεται και στα αντίστοιχα διαγράμματα. Από τις απαντήσεις των ερωτώμενων αναδείχτηκαν ως πολύ σημαντικοί παράγοντες για την επιλογή αεροπορικής εταιρίας πρωτίστως η ασφάλεια και στην συνέχεια το κόστος του εισιτηρίου. Με λίγο μικρότερα άλλα εξίσου σημαντικά ποσοστά εμφανίζονται το κύρος της αεροπορικής εταιρίας και η πτήση με ενδιάμεσο σταθμό. Τα υπόλοιπα χαρακτηριστικά, δηλαδή η άνεση, η συχνότητα των πτήσεων και η ώρα αναχώρησης βαθμολογήθηκαν από το δείγμα στα ενδιάμεσα επίπεδα σημαντικότητας.

4.4 Ανάλυση των απαντήσεων στις εναλλακτικά σενάρια εταιριών

Στο τρίτο μέρος του ερωτηματολογίου περιλαμβάνονται επτά δυάδες σεναρίων όπου οι ερωτώμενοι καλούνται να επιλέξουν μεταξύ δύο εναλλακτικών αεροπορικών εταιριών για ένα υποθετικό ταξίδι με προορισμό το Λονδίνο. Οι αεροπορικές εταιρίες διαφέρουν μεταξύ τους ως προς την τιμή του εισιτηρίου, το γεύμα και το αεροδρόμιο του προορισμού. Από τις επτά δυάδες εναλλακτικών σεναρίων επιλέχθηκαν οι τέσσερις που παρουσιάζουν τις ουσιαστικότερες διαφορές ώστε να συμβάλουν στην διερεύνηση των παραμέτρων που επηρεάζουν την απόφαση των ταξιδιωτών στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας.

Πρώτο εναλλακτικό σενάριο

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Δωρεάν	Heathrow	200 €
B	Με χρέωση	Luton	110 €

Η συγκεκριμένη ομάδα επιλογών αντιστοιχεί στην δεύτερη κατά σειρά δυάδα που εμφανίζεται στο ερωτηματολόγιο και όπως φαίνεται παραπάνω οι ερωτώμενοι καλούνται να επιλέξουν μεταξύ δύο αεροπορικών εταιριών που διαφέρουν μεταξύ τους και στα τρία χαρακτηριστικά. Η πρώτη αεροπορική εταιρία μεταφέρει τους επιβάτες στο αεροδρόμιο Heathrow, κοστίζει 200 ευρώ το εισιτήριο της και στην τιμή περιλαμβάνεται γεύμα ενώ η δεύτερη αεροπορική εταιρία έχει προορισμό το αεροδρόμιο Luton, κοστίζει 110 ευρώ και δεν προσφέρει γεύμα στην πτήση παρά μόνο με χρέωση. Τα ποσοστά των απαντήσεων του δείγματος παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα όπου η τιμή μηδέν αντιστοιχεί στην εναλλακτική Α και η τιμή 1 στην εναλλακτική Β (όμοια κωδικοποίηση έχουν όλες οι δυάδες).

cs2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	57	43,8	43,8	43,8
1	73	56,2	56,2	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Πίνακας 4.4.1. Κατανομή απαντήσεων στο πρώτο σενάριο επιλογών

Παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων (56,2%) επέλεξε για το υποθετικό του ταξίδι την δεύτερη αεροπορική εταιρία που είναι πιο οικονομική σε σχέση με την πρώτη αφού το εισιτήριο κοστίζει 110 ευρώ, έχει προορισμό το αεροδρόμιο Luton και δεν του προσφέρει γεύμα κατά την διάρκεια της πτήσης.

Στην συνέχεια έγινε σύγκριση των απαντήσεων με την ηλικία των ερωτώμενων, τον σκοπό του ταξιδιού και τον τύπο αεροπορικής εταιρίας που επέλεξαν στο πραγματικό τους ταξίδι ώστε να διαπιστωθεί αν υπάρχουν διαφοροποιήσεις μεταξύ των ομάδων.

AGE * cs2 Crosstabulation

			cs2		Total
			0	1	
AGE	18-30	Count	21	44	65
		% within AGE	32,3%	67,7%	100,0%
	30-45	Count	14	14	28
		% within AGE	50,0%	50,0%	100,0%
	45-65	Count	17	13	30
		% within AGE	56,7%	43,3%	100,0%
	>=65	Count	5	2	7
		% within AGE	71,4%	28,6%	100,0%
Total		Count	57	73	130
		% within AGE	43,8%	56,2%	100,0%

Πίνακας 4.4.2. Κατανομή απαντήσεων σε συσχέτιση με την ηλικία

Από την συσχέτιση με την ηλικία των ερωτώμενων διαπιστώνουμε ότι οι νέοι ηλικίας 18-30 ετών δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση στην δεύτερη αεροπορική εταιρία που είναι και η πιο οικονομική ενώ τα άτομα ηλικίας 30-45 ετών εμφανίζουν ίδια ποσοστά (50%) και στις δύο επιλογές. Οι υπόλοιποι ερωτώμενοι ηλικίας άνω των 45 ετών προτίμησαν με μεγαλύτερα ποσοστά την αεροπορική εταιρία Α.

purpose1 * cs2 Crosstabulation

			cs2		Total
			0	1	
purpose1	Εργασία	Count	12	7	19
		% within purpose1	63,2%	36,8%	100,0%
	Αναψυχή	Count	36	59	95
		% within purpose1	37,9%	62,1%	100,0%
	Σπουδές	Count	9	7	16
		% within purpose1	56,3%	43,8%	100,0%
Total		Count	57	73	130
		% within purpose1	43,8%	56,2%	100,0%

Πίνακας 4.4.3 Κατανομή απαντήσεων σε σύγκριση με τον σκοπό

Όπως προκύπτει από τον παραπάνω πίνακα όπου συσχετίζονται οι απαντήσεις των ερωτώμενων με τον σκοπό του ταξιδιού παρατηρούμε ότι οι ταξιδιώτες με σκοπό την εργασία προτιμούν με ποσοστό 63,2% την αεροπορική εταιρία Α όπως επίσης και όσοι ταξιδεύουν για σπουδές αλλά με μικρότερο ποσοστό (56,3%). Αντίθετα, οι ταξιδιώτες με σκοπό την αναψυχή με ποσοστό 62,1% επέλεξαν την εναλλακτική Β.

airl_type * cs2 Crosstabulation

			cs2		Total
			0	1	
airl_type	εταιρία χαμηλού κόστους	Count	15	46	61
		% within airl_type	24,6%	75,4%	100,0%
	παραδοσιακή εταιρία	Count	42	27	69
		% within airl_type	60,9%	39,1%	100,0%
Total		Count	57	73	130
		% within airl_type	43,8%	56,2%	100,0%

Πίνακας 4.4.4. Κατανομή απαντήσεων ανάλογα με τον τύπο εταιρίας

Από τον παραπάνω πίνακα διαπιστώνουμε ότι οι απαντήσεις των ερωτώμενων συμφωνούν στην πλειοψηφία τους με τα στοιχεία που δήλωσαν για το πραγματικό τους ταξίδι. Έτσι, όσοι πετούσαν με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους στο πραγματικό τους ταξίδι επέλεξαν την εναλλακτική Β που θα μπορούσε να αντιστοιχεί σε μία τέτοια εταιρία με βάση τα χαρακτηριστικά που εμφανίζει (δευτερεύον αεροδρόμιο, χαμηλή τιμή και επιπλέον χρέωση στο γεύμα). Αντίστοιχα, όσοι επέλεξαν στο πραγματικό τους ταξίδι να πετάξουν με συμβατική εταιρία, δήλωσαν με ποσοστό 60,9% ότι θα πετούσαν με την εταιρία Α στο υποθετικό ταξίδι που αντιπροσωπεύει μια συμβατική εταιρία. Παρατηρούμε επίσης ότι σημαντικό ποσοστό επιβατών παραδοσιακής εταιρίας (39,1%) θα επέλεγε για το υποθετικό ταξίδι την πιο οικονομική εταιρία.

Δεύτερο εναλλακτικό σενάριο

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Δωρεάν	Heathrow	200 €
B	Με χρέωση	Heathrow	170 €

Η συγκεκριμένη ομάδα εναλλακτικών σεναρίων που εμφανίζεται τρίτη στο ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει δύο αεροπορικές εταιρίες που έχουν το ίδιο αεροδρόμιο ως προορισμό (Heathrow) αλλά διαφέρουν ως προς την τιμή και το γεύμα. Η εταιρία A προσφέρει δωρεάν το γεύμα κατά την διάρκεια της πτήσης και κοστίζει 200 ευρώ το εισιτήριο ενώ η εταιρία B δεν προσφέρει φαγητό αλλά έχει χαμηλότερη τιμή κατά 30 ευρώ. Από την συγκεκριμένη δυάδα παίρνουμε πληροφορίες για την προτίμηση των επιβατών όσον αφορά το γεύμα και την τιμή καθώς ο παράγοντας "αεροδρόμιο" παραμένει σταθερός.

cs3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	52	40,0	40,0	40,0
1	78	60,0	60,0	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Πίνακας 4.4.5. Κατανομή απαντήσεων στο δεύτερο σενάριο επιλογών

Από τις απαντήσεις των ερωτώμενων διαπιστώνεται ότι το μεγαλύτερο μέρος του δείγματος επέλεξε την εναλλακτική B και συγκεκριμένα με ποσοστό 60%. Δηλαδή το 60% του δείγματος ενδιαφέρεται περισσότερο για την τιμή παρά για το γεύμα όπως άλλωστε φανερώθηκε και από τις απαντήσεις στο δεύτερο μέρος του

ερωτηματολογίου και επιβεβαιώνεται από την συγκεκριμένη επιλογή. Παρόλα αυτά ένα ποσοστό 40% του δείγματος είναι πρόθυμο να πληρώσει 30 ευρώ παραπάνω στο εισιτήριο του για το γεύμα. Στην συνέχεια συσχετίζονται οι απαντήσεις με την ηλικία, τον σκοπό, τον τύπο αεροπορικής εταιρίας και τις απαντήσεις που έδωσαν σχετικά με την σημασία του γεύματος στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας.

AGE * cs3 Crosstabulation

			cs3		Total
			0	1	
AGE	18-30	Count	25	40	65
		% within AGE	38,5%	61,5%	100,0%
	30-45	Count	9	19	28
		% within AGE	32,1%	67,9%	100,0%
	45-65	Count	16	14	30
		% within AGE	53,3%	46,7%	100,0%
	>=65	Count	2	5	7
		% within AGE	28,6%	71,4%	100,0%
Total		Count	52	78	130
		% within AGE	40,0%	60,0%	100,0%

Πίνακας 4.4.6. Κατανομή απαντήσεων ανάλογα με την ηλικία

Σχετικά με την ηλικία, παρατηρούμε ότι και σε αυτήν την δυάδα οι νέοι επιλέγουν την εναλλακτική Β που είναι η πιο οικονομική και το ίδιο επιλέγουν και τα άτομα ηλικίας 30-45 και άνω των 65 ετών. Μόνο τα άτομα 45-65 ετών συγκεντρώνουν μεγαλύτερο ποσοστό στην επιλογή Α και δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση σε σχέση με τους υπόλοιπους στο γεύμα παρά στην τιμή.

purpose1 * cs3 Crosstabulation

			cs3		Total
			0	1	
purpose1	Εργασία	Count	10	9	19
		% within purpose1	52,6%	47,4%	100,0%
	Αναψυχή	Count	33	62	95
		% within purpose1	34,7%	65,3%	100,0%
	Σπουδές	Count	9	7	16
		% within purpose1	56,3%	43,8%	100,0%
Total		Count	52	78	130
		% within purpose1	40,0%	60,0%	100,0%

Πίνακας 4.4.7. Κατανομή απαντήσεων ανάλογα με τον σκοπό

Κατά την συσχέτιση των απαντήσεων με τον σκοπό του ταξιδιού που δήλωσαν οι ερωτώμενοι παρατηρούμε ότι το 52,6% όσων ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους και το 56,3% όσων ταξιδεύουν για σπουδές επέλεξαν την αεροπορική εταιρία Α. Αντιθέτως, τα άτομα με σκοπό την αναψυχή φαίνεται ότι δεν ενδιαφέρονται τόσο για το γεύμα αλλά για την τιμή αφού το 65,3% αυτών επέλεξε την εταιρία Β.

airl_type * cs3 Crosstabulation

			cs3		Total
			0	1	
airl_type	εταιρία χαμηλού κόστους	Count	21	40	61
		% within airl_type	34,4%	65,6%	100,0%
	παραδοσιακή εταιρία	Count	31	38	69
		% within airl_type	44,9%	55,1%	100,0%
Total		Count	52	78	130
		% within airl_type	40,0%	60,0%	100,0%

Πίνακας 4.4.8. Κατανομή απαντήσεων ανάλογα με τον τύπο εταιρίας

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι τόσο όσοι ταξιδεύουν με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους όσο και αυτοί που ταξιδεύουν με συμβατική δεν δίνουν ιδιαίτερη σημασία στο γεύμα καθώς στην πλειοψηφία τους και οι δύο ομάδες απάντησαν ότι θα πετούσαν με την εναλλακτική Β.

MEAL * cs3 Crosstabulation

			cs3		Total
			0	1	
MEAL	Καθόλου σημαντικό	Count	8	29	37
		% within MEAL	21,6%	78,4%	100,0%
	Λίγο σημαντικό	Count	24	39	63
		% within MEAL	38,1%	61,9%	100,0%
	Σημαντικό	Count	16	8	24
		% within MEAL	66,7%	33,3%	100,0%
	Πολύ σημαντικό	Count	4	2	6
		% within MEAL	66,7%	33,3%	100,0%
Total		Count	52	78	130
		% within MEAL	40,0%	60,0%	100,0%

Πίνακας 4.4.9. Κατανομή απαντήσεων σε σχέση με την σημασία του γεύματος

Ο παραπάνω πίνακας παρουσιάζει τις επιλογές των ερωτώμενων σε σύγκριση με τις απαντήσεις που είχαν δώσει στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου σχετικά με την σημασία του γεύματος. Παρατηρούμε ότι στο μεγαλύτερο μέρος τους οι προηγούμενες απαντήσεις τους συμφωνούν με αυτές του τρίτου μέρους δηλαδή όσοι είχαν δηλώσει ότι δεν τους ενδιαφέρει το γεύμα επέλεξαν την εταιρία Β και οι άλλοι το αντίστροφο. Επίσης διαπιστώνεται ότι ένα ποσοστό 21,6% των ερωτώμενων που είχαν δηλώσει ότι δεν θεωρούν καθόλου σημαντικό το γεύμα ωστόσο είναι πρόθυμοι να πληρώσουν 30 ευρώ για το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό όπως και ένα ποσοστό 33,3% όσων απάντησαν πολύ σημαντικό για το γεύμα επιλέγουν το Β που σημαίνει ότι θεωρούν πιο σημαντικό το κόστος.

Τρίτο εναλλακτικό σενάριο

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Δωρεάν	Heathrow	200 €
B	Δωρεάν	Luton	110 €

Στην δυάδα αυτή που εμφανίζεται τέταρτη στο ερωτηματολόγιο, οι ερωτώμενοι καλούνται να αποφασίσουν ποια αεροπορική εταιρία θα επιλέξουν με βάση το κόμιστρο και το αεροδρόμιο καθώς το γεύμα έχει σταθερή τιμή και στις δύο επιλογές. Όπως φαίνεται από τον παρακάτω πίνακα το 36,2% των ερωτώμενων επέλεξε να ταξιδέψει προς Heathrow με την εταιρία A που κοστίζει 200 ευρώ ενώ η μεγαλύτερη πλειοψηφία, το 63,8% του δείγματος, επέλεξε την εταιρία B που έχει ως προορισμό το Luton και το εισιτήριο είναι στα 110 ευρώ.

cs4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	47	36,2	36,2	36,2
1	83	63,8	63,8	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Πίνακας 4.4.10. Κατανομή απαντήσεων στο τρίτο εναλλακτικό σενάριο

AGE * cs4 Crosstabulation

			cs4		Total
			0	1	
AGE	18-30	Count	14	51	65
		% within AGE	21,5%	78,5%	100,0%
	30-45	Count	13	15	28
		% within AGE	46,4%	53,6%	100,0%
	45-65	Count	15	15	30
		% within AGE	50,0%	50,0%	100,0%
	>=65	Count	5	2	7
		% within AGE	71,4%	28,6%	100,0%
Total	Count		47	83	130
	% within AGE		36,2%	63,8%	100,0%

Πίνακας 4.4.11. Κατανομή απαντήσεων ανάλογα με την ηλικία

Κατά την σύγκριση των απαντήσεων με την ηλικία των ερωτώμενων παρατηρούμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό την επιλογή Β εμφανίζουν οι νέοι και στην συνέχεια τα άτομα 30-45 ετών ενώ μεγαλύτερη προτίμηση στην επιλογή Α δείχνουν τα άτομα άνω των 65 ετών. Τα άτομα μεγαλύτερης ηλικίας δείχνουν περισσότερο ενδιαφέρον για το αεροδρόμιο Heathrow και λιγότερο για την τιμή σε σχέση με τους υπόλοιπους. Αντίθετα οι νέοι είναι ιδιαίτερα ευαίσθητοι ως προς την τιμή και δεν επηρεάζονται ιδιαίτερα από το αεροδρόμιο.

purpose1 * cs4 Crosstabulation

			cs4		Total
			0	1	
purpose1	Εργασία	Count	10	9	19
		% within purpose1	52,6%	47,4%	100,0%
	Αναψυχή	Count	31	64	95
		% within purpose1	32,6%	67,4%	100,0%
	Σπουδές	Count	6	10	16
		% within purpose1	37,5%	62,5%	100,0%
Total	Count		47	83	130
	% within purpose1		36,2%	63,8%	100,0%

Πίνακας 4.4.11. Κατανομή απαντήσεων ανάλογα με τον σκοπό

Από τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε ότι όσοι ταξιδεύουν για αναψυχή ή σπουδές εμφανίζουν μεγαλύτερη προτίμηση στην αεροπορική εταιρία Β που είναι πιο οικονομική σε αντίθεση με τους επιβάτες με σκοπό την εργασία που δεν ενδιαφέρονται τόσο για την τιμή όσο για το αεροδρόμιο.

airl_type * cs4 Crosstabulation

			cs4		Total
			0	1	
airl_type	εταιρία χαμηλού κόστους	Count	12	49	61
		% within airl_type	19,7%	80,3%	100,0%
	παραδοσιακή εταιρία	Count	35	34	69
		% within airl_type	50,7%	49,3%	100,0%
Total		Count	47	83	130
		% within airl_type	36,2%	63,8%	100,0%

Πίνακας 4.4.12. Κατανομή απαντήσεων ανάλογα με τον τύπο εταιρίας

Όσων αφορά τον τύπο της αεροπορικής εταιρίας με την οποία ταξιδεύουν οι ερωτώμενοι παρατηρούμε ότι όσοι πετούν με εταιρία χαμηλού κόστους επέλεξαν το Β που έχει πιο φθηνό εισιτήριο ενώ οι επιβάτες των συμβατικών εταιριών διαμοιράζονται. Και πάλι διαπιστώνεται ότι η τελευταία κατηγορία τείνει να επιλέξει διαφορετικά στο υποθετικό σενάριο σε σχέση με το πραγματικό του ταξίδι.

Τέταρτο εναλλακτικό σενάριο

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Με χρέωση	Heathrow	170€
B	Δωρεάν	Luton	170 €

Η τέταρτη δυάδα που εξετάζεται είναι και η τελευταία που παρουσιάζεται στο ερωτηματολόγιο και περιλαμβάνει δύο αεροπορικές εταιρίες με ίδια τιμή εισιτηρίου που διαφέρουν όμως ως προς το γεύμα και το αεροδρόμιο. Συγκεκριμένα η αεροπορική εταιρία Α χρεώνει το φαγητό στην πτήση και πηγαίνει στο Heathrow ενώ η Β προσφέρει δωρεάν το γεύμα και πηγαίνει στο Luton.

cs7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	88	67,7	67,7	67,7
1	42	32,3	32,3	100,0
Total	130	100,0	100,0	

Πίνακας 4.4.13. Κατανομή απαντήσεων στο τέταρτο εναλλακτικό σενάριο

Το 66,7% των ερωτώμενων απάντησε στο υποθετικό σενάριο ότι θα πετούσε με την αεροπορική εταιρία Α που έχει προορισμό το Heathrow και δεν διαθέτει φαγητό έναντι του 32,3% του δείγματος που απάντησε το Β. Παρατηρούμε ότι για τους περισσότερους μεγαλύτερη επιρροή στην επιλογή τους παίζει το αεροδρόμιο και συγκεκριμένα το Heathrow.

AGE * cs7 Crosstabulation

			cs7		Total
			0	1	
AGE	18-30	Count	39	26	65
		% within AGE	60,0%	40,0%	100,0%
	30-45	Count	18	10	28
		% within AGE	64,3%	35,7%	100,0%
	45-65	Count	24	6	30
		% within AGE	80,0%	20,0%	100,0%
	>=65	Count	7	0	7
		% within AGE	100,0%	,0%	100,0%
Total		Count	88	42	130
		% within AGE	67,7%	32,3%	100,0%

Πίνακας 4.4.14. Κατανομή απαντήσεων ανάλογα με την ηλικία

Όλες οι ηλικιακές κατηγορίες δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση στην αεροπορική εταιρία Α με τα άτομα 45-65 ετών και το σύνολο των ατόμων άνω των 65 ετών να εμφανίζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά.

purpose1 * cs7 Crosstabulation

			cs7		Total
			0	1	
purpose1	Εργασία	Count	13	6	19
		% within purpose1	68,4%	31,6%	100,0%
	Αναψυχή	Count	65	30	95
		% within purpose1	68,4%	31,6%	100,0%
	Σπουδές	Count	10	6	16
		% within purpose1	62,5%	37,5%	100,0%
Total		Count	88	42	130
		% within purpose1	67,7%	32,3%	100,0%

Πίνακας 4.4.15. Κατανομή απαντήσεων ανάλογα με το σκοπό

Από την συσχέτιση των απαντήσεων με τον σκοπό του ταξιδιού δεν προκύπτει κάποιο συμπέρασμα καθώς δεν παρουσιάζονται διαφοροποιήσεις στις επιλογές τους.

airl_type * cs7 Crosstabulation

			cs7		Total
			0	1	
airl_type	εταιρία χαμηλού κόστους	Count	30	31	61
		% within airl_type	49,2%	50,8%	100,0%
	παραδοσιακή εταιρία	Count	58	11	69
		% within airl_type	84,1%	15,9%	100,0%
Total		Count	88	42	130
		% within airl_type	67,7%	32,3%	100,0%

Πίνακας 4.4.6. Κατανομή απαντήσεων ανάλογα με τον τύπο εταιρίας

Όπως προκύπτει από τον τελευταίο πίνακα τα άτομα που ταξιδεύουν με παραδοσιακή αεροπορική εταιρία επηρεάζονται περισσότερο στην απόφαση τους από το αεροδρόμιο προορισμού σε σχέση με όσους πετούν με εταιρία χαμηλού κόστους αφού το 84,1% αυτών επέλεξε την εταιρία Α.

Συμπερασματικά, από την εξέταση των απαντήσεων στις εναλλακτικές επιλογές διαπιστώνεται ότι η τοποθεσία του αεροδρομίου είναι σημαντικός παράγοντας για την επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Συγκεκριμένα, τα άτομα άνω των 65 ετών και όσοι ταξιδεύουν για εργασία επηρεάζονται περισσότερο από το συγκεκριμένο παράγοντα και δείχνουν την προτίμηση τους για το βασικό αεροδρόμιο της πόλης που επισκέπτονται. Ακόμη, παρατηρείται ότι τα άτομα με σκοπό την αναψυχή ή τις σπουδές και τα άτομα 18-30 ετών επηρεάζονται περισσότερο από το κόστος στις επιλογές τους. Το γεύμα δεν επηρεάζει σημαντικά τις επιλογές των επιβατών. Οι απαντήσεις που έδωσαν οι ερωτώμενοι στα εναλλακτικά σενάρια συμφωνούν σε μεγάλο βαθμό με τις επιλογές τους στο πραγματικό ταξίδι. Μεγαλύτερη απόκλιση εμφανίζουν οι επιβάτες των συμβατικών εταιριών.

5. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

Εισαγωγή

Στην ενότητα αυτή περιγράφονται οι διαδικασίες κωδικοποίησης των ερωτηματολογίων και αποθήκευση τους σε βάση δεδομένων του Excel καθώς και η στατιστική επεξεργασία των στοιχείων που προέκυψαν από την έρευνα με στόχο την εξαγωγή συμπερασμάτων, κυρίως σε σχέση με τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή τύπου αεροπορικής εταιρίας.

5.1 Στατιστική Ανάλυση Ερωτηματολογίων

Μετά την κωδικοποίηση του ερωτηματολογίου και την καταχώρηση των στοιχείων στη βάση δεδομένων ακολούθησε η στατιστική ανάλυση των απαντήσεων των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα. Η στατιστική επεξεργασία πραγματοποιήθηκε με το πρόγραμμα SPSS (Version 13.0). Με το πρόγραμμα SPSS δίνεται η δυνατότητα στο χρήστη να πραγματοποιήσει διαφόρων ειδών στατιστικές αναλύσεις καθώς και να επιλέξει το επίπεδο ανάλυσης που επιθυμεί. Η ανάλυση με το συγκεκριμένο πρόγραμμα πραγματοποιείται μέσω της ανάλυσης της βάση δεδομένων που αρχικά καταχωρήθηκε στο Excel και κατάλληλα τροποποιημένη με την βοήθεια του SPSS όπου χρειαζόταν.

Θεωρητικό υπόβαθρο

Η στατιστική επεξεργασία των ερωτηματολογίων στόχο έχει να δημιουργήσει μια σχέση μεταξύ των εξαρτημένων και των ανεξάρτητων μεταβλητών, ώστε η εξαρτημένη μεταβλητή να καθορίζεται μέσω των ανεξάρτητων μεταβλητών ανάλογα με τις τιμές που αυτές παίρνουν. Προκειμένου να προσδιοριστεί η σχέση

μεταξύ ανεξάρτητων και εξαρτημένων μεταβλητών χρησιμοποιούνται διάφορες μέθοδοι παλινδρόμησης, με συχνότερη την γραμμική παλινδρόμηση. Σε αυτήν την περίπτωση όμως θεωρείται ότι η εξαρτημένη μεταβλητή είναι συνεχής και μπορεί να πάρει οποιαδήποτε τιμή.

Καθώς οι εξαρτημένες μεταβλητές στην συγκεκριμένη έρευνα δεν είναι συνεχής αλλά διακριτές επιλέχθηκε η Λογιστική Παλινδρόμηση για την στατιστική ανάλυση των ερωτηματολογίων. Η Λογιστική Παλινδρόμηση χρησιμοποιείται σε περιπτώσεις διακριτών μεταβλητών που μπορούν να πάρουν μόνο δύο τιμές : 0, 1. Σε αυτήν την περίπτωση, δεν προκύπτει μια σχέση εξαρτημένων και ανεξάρτητων μεταβλητών που να προσδίδει μια αριθμητική τιμή στην εξαρτημένη μεταβλητή αλλά μια σχέση που καθορίζει αν θα συμβεί το ένα ενδεχόμενο ή το εναλλακτικό του.

Στη μέθοδο της Λογιστικής Παλινδρόμησης η εξαρτημένη μεταβλητή y εκφράζεται από τον φυσικό λογάριθμο του λόγου της πιθανότητας P_i να συμβεί το ένα γεγονός προς την πιθανότητα $(1 - P_i)$ να συμβεί το εναλλακτικό και μαθηματικά εκφράζεται από τον εξής τύπο:

$$y = \log[P_i / (1 - P_i)] = a + b_i \cdot \chi_i$$

όπου το a σταθερά και το b_i ο συντελεστής των ανεξάρτητων μεταβλητών χ_i , όπου $i=1, \dots, n$ το πλήθος των ανεξάρτητων μεταβλητών που θεωρούνται στατιστικά σημαντικές στη διαμόρφωση του προτύπου της ανεξάρτητης μεταβλητής. Πρέπει να σημειώσουμε ότι ενώ η πιθανότητα P παίρνει τιμές από 0 έως 1, ο φυσικός λογάριθμος $\log[P_i / (1 - P_i)]$ παίρνει τιμές από μείον άπειρο έως συν άπειρο.

Μετασχηματίζοντας την σχέση προκύπτει:

$$[P_i / (1 - P_i)] = e^{a + b_i \cdot \chi_i} = e^a \cdot e^{b_i \cdot \chi_i}$$

Όταν η τιμή μιας εξαρτημένης μεταβλητής χ_i αυξάνεται κατά μια μονάδα ενώ οι υπόλοιπες παραμένουν σταθερές, τότε ο νέος λόγος πιθανοτήτων $[P_i / (1 - P_i)]^*$ προκύπτει από την παρακάτω σχέση:

$$[P_i / (1 - P_i)] = e^a \cdot e^{b_i \cdot (\chi_i + 1)} = e^a \cdot e^{b_i \cdot \chi_i} \cdot e^{b_i} = [P_i / (1 - P_i)] \cdot e^{b_i}$$

Σύμφωνα με την παραπάνω σχέση, όταν η τιμή μιας ανεξάρτητης μεταβλητής χ_i αυξάνεται κατά μία μονάδα, ενώ οι υπόλοιπες μεταβλητές παραμένουν σταθερές, ο λόγος των πιθανοτήτων $P_i/(1-P_i)$ πολλαπλασιάζεται με τον όρο $e^{b_i} = \exp(b_i)$. Ο παράγοντας e^{b_i} ονομάζεται λόγος πιθανοτήτων (odds ratio, OR) και λαμβάνει τιμές από 0 έως άπειρο.

Με την θεώρηση ότι P_i είναι η πιθανότητα να συμβεί το γεγονός (1), ενώ $1-P_i$ είναι η πιθανότητα να συμβεί το γεγονός (0), από την σχέση :

$$[P_i/(1-P_i)]^* = [P_i/(1-P_i)] * e^{b_i}$$

προκύπτει ότι όταν το OR είναι μεγαλύτερο της μονάδας είναι περισσότερο πιθανό να συμβεί το γεγονός (1), ενώ στην αντίθετη περίπτωση είναι περισσότερο πιθανό να συμβεί το γεγονός (0).

5.2 Έλεγχος συσχέτισης μεταβλητών

Προκειμένου να πραγματοποιηθεί σωστά η λογιστική παλινδρόμηση και να προκύψουν ασφαλή συμπεράσματα πρέπει η ανεξάρτητες μεταβλητές που χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό της ανεξάρτητης μεταβλητής να μην συσχετίζονται μεταξύ τους. Ο έλεγχος της συσχέτισης των ανεξάρτητων μεταβλητών πραγματοποιήθηκε με το στατιστικό πρόγραμμα SPSS.

Ο συντελεστής συσχέτισης υποδεικνύει την σχέση που μπορεί να υπάρχει μεταξύ δύο μεταβλητών και δείχνει μια αίσθηση εξάρτησης ή ανεξαρτησίας ανάμεσα στα μεγέθη που εξετάζονται. Το θετικό πρόσημο έχει την έννοια της θετικής εξάρτησης, δηλαδή όταν αυξάνεται το ένα μέγεθος αυξάνεται και το άλλο ενώ στην περίπτωση του αρνητικού πρόσημου συμβαίνει το αντίθετο. Για μεγάλα δείγματα ($n > 30$) σημαντικός θεωρείται ο συντελεστής συσχέτισης όταν $r_s > 0,60$, οπότε χρησιμοποιείται στην ανάλυση μία εκ των δύο μεταβλητών.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι συντελεστές συσχέτισης μεταξύ των μεταβλητών που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα.

Correlations

		anapsixi	age 1	cost 2	meal 1	freq 1	ind 1	when 3
anapsixi	Pearson Correlation	1	-,156	-,009	,152	,014	,097	-,106
	Sig. (2-tailed)		,076	,920	,084	,876	,271	,232
	N	130	130	130	130	130	130	130
age_1	Pearson Correlation	-,156	1	-,170	-,085	,000	,152	,169
	Sig. (2-tailed)	,076		,053	,335	1,000	,085	,054
	N	130	130	130	130	130	130	130
cost_2	Pearson Correlation	-,009	-,170	1	,076	,042	-,065	-,078
	Sig. (2-tailed)	,920	,053		,389	,638	,462	,375
	N	130	130	130	130	130	130	130
meal_1	Pearson Correlation	,152	-,085	,076	1	,152	,164	-,143
	Sig. (2-tailed)	,084	,335	,389		,084	,063	,105
	N	130	130	130	130	130	130	130
freq_1	Pearson Correlation	,014	,000	,042	,152	1	,018	,029
	Sig. (2-tailed)	,876	1,000	,638	,084		,841	,745
	N	130	130	130	130	130	130	130
ind_1	Pearson Correlation	,097	,152	-,065	,164	,018	1	,025
	Sig. (2-tailed)	,271	,085	,462	,063	,841		,781
	N	130	130	130	130	130	130	130
when_3	Pearson Correlation	-,106	,169	-,078	-,143	,029	,025	1
	Sig. (2-tailed)	,232	,054	,375	,105	,745	,781	
	N	130	130	130	130	130	130	130

5.3 Αποτελέσματα ανάλυσης

Στόχος της στατιστικής ανάλυσης των ερωτηματολογίων είναι η ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν την επιλογή τύπου αεροπορικής εταιρίας από τους ταξιδιώτες δηλαδή η επιλογή αεροπορικής εταιρίας χαμηλού κόστους ή παραδοσιακής εταιρίας. Για την επιλογή του μοντέλου χρησιμοποιήθηκαν οι μεταβλητές που από την αρχική ανάλυση του δείγματος παρατηρήθηκε ότι επηρεάζουν την συμπεριφορά των ταξιδιωτών.

Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του τύπου της αεροπορικής εταιρίας

Στην ανάλυση αυτή, προσδιορίστηκαν οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του τύπου της αεροπορικής εταιρίας από τα άτομα που συμμετείχαν στην έρευνα. Η ανάλυση πραγματοποιήθηκε με την βοήθεια του λογιστικού μοντέλου καθώς η ερώτηση της επιλογής τύπου, που ήταν η εξαρτημένη μεταβλητή, αποτελεί διακριτή μεταβλητή με δύο ενδεχόμενα (0,1). Η τιμή 0 αντιστοιχεί σε παραδοσιακή αεροπορική εταιρία ενώ η τιμή 1 σε αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους. Παράλληλα τροποποιήθηκαν οι μεταβλητές που δεν παρουσίαζαν κάποιο φυσικό νόημα ή διάταξη. Οι συγκεκριμένες μεταβλητές τροποποιήθηκαν σε διακριτές με δύο πιθανά ενδεχόμενα (0,1). Οι μεταβλητές που τροποποιήθηκαν είναι η ηλικία, ο σκοπός του ταξιδιού, η συχνότητα ταξιδιών και ο χρόνος αγοράς του εισιτηρίου. Έτσι, δημιουργήθηκαν τέσσερις μεταβλητές για την ηλικία (age_1, age_2, age_3, age_4) που αντιστοιχούν στις τέσσερις ηλικιακές κατηγορίες που υπάρχουν στο ερωτηματολόγιο (δηλαδή 18-30 ετών, 30-45 ετών, 45-65 ετών και άνω των 65 ετών). Ως πιθανό ενδεχόμενο (1) ορίστηκε το άτομο να ανήκει στην συγκεκριμένη ηλικιακή κατηγορία ενώ ως εναλλακτικό του (0) να ανήκει σε οποιαδήποτε άλλη. Όσον αφορά τον σκοπό του ταξιδιού, δημιουργήθηκαν τρεις μεταβλητές (ergasia, anapsixi, sproudes) όπου ως ενδεχόμενο (1) ορίστηκε το άτομο να ταξιδεύει για τον συγκεκριμένο σκοπό και ως (0) να ταξιδεύει με οποιονδήποτε άλλο σκοπό. Ακόμη, από τον χρόνο αγοράς του εισιτηρίου προέκυψαν τέσσερις μεταβλητές (when_1, when_2, when_3, when_4) που εκφράζουν τις τέσσερις πιθανές απαντήσεις που υπάρχουν στο ερωτηματολόγιο για την ερώτηση αυτή (μία εβδομάδα πριν, 2 εβδομάδες πριν, ένα μήνα πριν, περισσότερο από ένα μήνα) με την λογική των προηγούμενων κωδικοποιήσεων. Τέλος, οι μεταβλητές cost, meal, freq, ind που εκφράζουν τις απόψεις για την σημασία του κόστους, του γεύματος, της συχνότητας των πτήσεων και της πτήσης με ενδιάμεσο σταθμό αντίστοιχα, παρουσιάζουν μια διαβάθμιση (καθόλου σημαντικό, λίγο σημαντικό, σημαντικό, πολύ σημαντικό) από

1-4 και για αυτό τροποποιήθηκαν ώστε να αποτελούν διακριτές μεταβλητές με δύο πιθανά ενδεχόμενα: 0-διαφωνώ, 1-συμφωνώ.

Ανεξάρτητες μεταβλητές	Συντελεστής (Coefficient β)	Οριακή επιρροή	Exp (β)
Anapsixi	0,88815511	0,073779	2,4306412
Age_1	1,11112653	0,012176	3,0377786
Cost_2	-1,8410000	0,106994	0,1585827
Meal_1	1,01163323	0,040012	2,7500889
Freq_1	2,20540254	0,021809	9,0739035
Ind_1	1,70672240	0,131408	5,5108694
When_3	-0,9570000	0,047613	0,3841611
Σταθερά	-1,3820000	0,051258	0,2510390

Πίνακας 5.1. Παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή εταιρίας χαμηλού κόστους

Παραπάνω παρατίθεται ο πίνακας με τις ανεξάρτητες μεταβλητές που μετά την ανάλυση είναι στατιστικά σημαντικές. Σημειώνεται ότι προκειμένου να βγάλουμε ασφαλή συμπεράσματα λαμβάνουμε υπόψη μόνο τις μεταβλητές που είναι στατιστικά σημαντικές σε επίπεδο εμπιστοσύνης 90%. Με βάση την συγκεκριμένη παρατήρηση προέκυψε το μοντέλο που παρουσιάζει τη σχέση μεταξύ ανεξάρτητων και εξαρτημένης μεταβλητής. Οι στατιστικά σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή τύπου αεροπορικής εταιρίας είναι: 1), αν κάποιος ταξιδεύει με σκοπό την αναψυχή (anapsixi), 2) τα άτομα ηλικίας 18-30 ετών (age_1), 3) η άποψη ότι το κόστος του εισιτηρίου είναι λίγο σημαντικό (cost_1), 4) η άποψη ότι το γεύμα (meal_1), 5) η άποψη για συχνότητα των πτήσεων, 6) η άποψη για την πτήση με ενδιάμεσο σταθμό, 7) ο χρόνος αγοράς του εισιτηρίου (when_3).

Άρα η εξίσωση που προκύπτει είναι:

$$\ln(\text{odds}) = -1,382 + 0,888 * (\text{anapsixi}) + 1,111 * (\text{age}_1) - 1,841 * (\text{cost}_2) + 1,012 * (\text{meal}_1) + 2,205 * (\text{freq}_1) + 1,707 * (\text{ind}_1) - 0,957 * (\text{when}_3)$$

Ανεξάρτητες μεταβλητές

1) Αναψυχή. Η μεταβλητή "anapsixi" αποτελεί διακριτή μεταβλητή που αποτελείται από δύο πιθανά ενδεχόμενα: 1-ταξιδιώτες με σκοπό ταξιδιού την αναψυχή, 0-ταξιδιώτες με άλλο σκοπό εκτός της αναψυχής.

Παρατηρούμε ότι ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής είναι θετικός. Καθώς η μεταβλητή παίρνει την τιμή 1 οι ερωτώμενοι επιλέγουν αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους δηλαδή όσοι ταξιδεύουν με σκοπό την αναψυχή παρουσιάζουν μεγαλύτερη πιθανότητα να επιλέξουν αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους για την πτήση τους.

2) Ηλικία 18-30 ετών. Η συγκεκριμένη μεταβλητή έχει τροποποιηθεί ώστε να αποτελεί διακριτή μεταβλητή με δύο πιθανά ενδεχόμενα: 1- άτομα ηλικίας 18-30 ετών, 0- άτομα που δεν ανήκουν σε αυτήν την ηλικιακή κατηγορία.

Παρατηρούμε ότι ο συντελεστής της μεταβλητής αυτής είναι θετικός. Αυτό σημαίνει ότι τα νεαρά άτομα παρουσιάζουν μεγαλύτερη πιθανότητα να επιλέξουν αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους για το ταξίδι τους.

3) Η άποψη ότι το κόστος του εισιτηρίου είναι λίγο σημαντικό για την επιλογή αεροπορικής εταιρίας. Η συγκεκριμένη μεταβλητή έχει δύο πιθανά ενδεχόμενα: 1- συμφωνώ, 0-διαφωνώ.

Καθώς η μεταβλητή παίρνει την τιμή 1 οι ερωτώμενοι δεν επιλέγουν αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους και αυτό διαπιστώνεται από τον συντελεστή της μεταβλητής που είναι αρνητικός. Δηλαδή τα άτομα που θεωρούν ότι η τιμή του εισιτηρίου επηρεάζει λίγο την επιλογή αεροπορικής εταιρίας τείνουν να μην επιλέξουν αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους αλλά παραδοσιακή.

4) Η άποψη ότι το φαγητό δεν είναι καθόλου σημαντικό. Η συγκεκριμένη μεταβλητή είναι διακριτή με δύο πιθανά ενδεχόμενα: 1-συμφωνώ, 0-διαφωνώ.

Παρατηρούμε ότι ο συντελεστής της μεταβλητής αυτής είναι θετικός που σημαίνει ότι τα άτομα που δεν ενδιαφέρονται για το γεύμα κατά την πτήση είναι περισσότερο πιθανό να επιλέξουν αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους αφού αυτός ο τύπος αεροπορικής εταιρίας δεν προσφέρει γεύμα κατά την διάρκεια της πτήσης παρά μόνο μερικά βασικά είδη που χρεώνονται.

5) Η άποψη ότι η συχνότητα των πτήσεων δεν είναι καθόλου σημαντική. Η μεταβλητή αυτή αποτελείται από δύο πιθανά ενδεχόμενα: 1-συμφωνώ, 0-διαφωνώ.

Ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής είναι θετικός. Αυτό σημαίνει ότι τα άτομα που δεν ενδιαφέρονται για την συχνότητα των πτήσεων που έχει καθημερινά μια αεροπορική εταιρία είναι πιο πιθανό να επιλέξουν αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους.

6) Η άποψη ότι η πτήση με ενδιάμεσο σταθμό δεν είναι καθόλου σημαντική. Η μεταβλητή αυτή είναι διακριτή και αποτελείται από δύο πιθανά ενδεχόμενα: 1-συμφωνώ, 0-διαφωνώ.

Παρατηρούμε ότι ο συντελεστής της συγκεκριμένης μεταβλητής είναι θετικός. Δηλαδή τα άτομα που δεν ενδιαφέρονται για το αν η πτήσης τους θα είναι απευθείας ή με ενδιάμεσο σταθμό παρουσιάζουν περισσότερες πιθανότητες να επιλέξουν εταιρία χαμηλού κόστους.

7) Τα άτομα που αγόρασαν το εισιτήριο ένα μήνα πριν. Η μεταβλητή είναι διακριτή με δύο πιθανά ενδεχόμενα: 1-αγορά του εισιτηρίου ένα μήνα πριν, 0-αγορά του εισιτηρίου άλλη χρονική στιγμή.

Ο συντελεστής αυτής της μεταβλητής είναι αρνητικός οπότε καθώς παίρνει την τιμή 1 τα άτομα αυτά δεν επιλέγουν αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους. Όπως προέκυψε και από την αρχική ανάλυση τα περισσότερα άτομα που επιλέγουν εταιρία χαμηλού κόστους αγοράζουν το εισιτήριο περισσότερο από ένα μήνα πριν καθώς οι τιμές των συγκεκριμένων εταιριών είναι πολύ χαμηλές αρκετά νωρίτερα από την ημερομηνία πτήσης και συνεχώς αυξάνονται καθώς αυτή πλησιάζει.

5.4 Συμπεράσματα

Η συμπεριφορά των επιβατών ως προς την επιλογή αεροπορικής εταιρίας είναι ιδιαίτερα σημαντική για το σχεδιασμό των υπηρεσιών που προσφέρουν οι εταιρίες και για τον καθορισμό της τιμολογιακής τους πολιτικής ώστε να είναι ανταγωνιστικές στην αγορά αλλά και να ικανοποιούν τις ανάγκες του επιβατικού κοινού. Με την βοήθεια του ερωτηματολογίου συλλέχθηκαν στοιχεία σχετικά με τα χαρακτηριστικά του αεροπορικού ταξιδιού, τα οικονομικά και κοινωνικά στοιχεία του δείγματος καθώς και τη γνώμη των επιβατών για τα χαρακτηριστικά των εταιριών.

Όσον αφορά τα χαρακτηριστικά του αεροπορικού ταξιδιού παρατηρήθηκε ότι μεγάλο ποσοστό των επιβατών είχε σκοπό ταξιδιού την αναψυχή. Στην πλειοψηφία τους είχαν πληρώσει οι ίδιοι το εισιτήριο ενώ η αγορά έγινε μέσω του διαδικτύου σε διάστημα μεγαλύτερο του ενός μηνός. Ακόμη, παρατηρείται περίπου ίση κατανομή των ερωτώμενων ανάμεσα στους δύο τύπους εταιριών ενώ οι περισσότεροι έχουν ταξιδέψει στο παρελθόν με εταιρία χαμηλού κόστους.

Η βαθμολόγηση των χαρακτηριστικών των εταιριών από τους ερωτώμενους ανέδειξε ως σημαντικούς παράγοντες στην επιλογή εταιρίας την ασφάλεια, το κόμιστρο, το όνομα της εταιρίας και αν η πτήση είναι απευθείας ή με ενδιάμεσο σταθμό. Από την συσχέτιση των χαρακτηριστικών του δείγματος με τις απόψεις για τα χαρακτηριστικά των εταιριών προέκυψαν σημαντικές παρατηρήσεις. Η ασφάλεια είναι πολύ σημαντική για τις γυναίκες και για τα άτομα ηλικίας άνω των 30 ετών καθώς ένα ποσοστό των νέων δεν την θεωρεί εξίσου σημαντική. Το κόμιστρο διαπιστώθηκε ότι επηρεάζει ιδιαίτερα τις επιλογές των ατόμων ηλικίας 18-30 ετών και άνω των 65 ετών, όσων δήλωσαν τα χαμηλά εισοδήματα και τους φοιτητές, άνεργους και συνταξιούχους. Επίσης, αν η πτήση θα είναι απευθείας ή με ενδιάμεσο σταθμό είναι πολύ σημαντικός παράγοντας επιλογής για όσους ταξιδεύουν με σκοπό τις σπουδές, τα άτομα με υψηλά εισοδήματα και τα άτομα ηλικίας άνω των 65 ετών. Το όνομα της εταιρίας με την οποία ταξιδεύουν επηρεάζει σημαντικά τα άτομα άνω των 30 ετών, όσους δήλωσαν εισόδημα μεγαλύτερο από 1500 ευρώ και όσους ταξιδεύουν με συμβατική εταιρία. Άλλα χαρακτηριστικά όπως η συχνότητα των πτήσεων και η ώρα αναχώρησης διαπιστώθηκε ότι αποτελούν σημαντικούς παράγοντες επιλογής για όσους ταξιδεύουν με σκοπό την εργασία.

Από την ανάλυση των απαντήσεων των ερωτώμενων στα εναλλακτικά σενάρια επιλογής εταιρίας αναδείχτηκαν ως πιο σημαντικοί παράγοντες επιλογής το κόμιστρο και η τοποθεσία του αεροδρομίου δηλαδή αν θα είναι το βασικό αεροδρόμιο της πόλης που επισκέπτονται ή κάποιο δευτερεύων. Το κόμιστρο επηρεάζει κυρίως τα άτομα ηλικίας 18-30 ετών και όσους ταξιδεύουν με σκοπό την αναψυχή ή τις σπουδές. Η άφιξη στο βασικό αεροδρόμιο της πόλης που επισκέπτονται είναι πολύ σημαντική για τα άτομα άνω των 65 ετών και τους επιβάτες με σκοπό την εργασία. Αντίθετα, το γεύμα σε σύγκριση με τα άλλους δύο παράγοντες επηρεάζει λιγότερο τις επιλογές των επιβατών. Παρατηρήθηκε ότι οι απαντήσεις του δείγματος στα εναλλακτικά σενάρια επιβεβαιώνουν τα συμπεράσματα που προέκυψαν από την ανάλυση των απαντήσεων στη βαθμολόγηση των χαρακτηριστικών.

Στην συνέχεια, με την βοήθεια του λογιστικού μοντέλου προσδιορίστηκαν οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή εταιρίας χαμηλού κόστους. Πιο συγκεκριμένα αυτοί είναι:

- Ο σκοπός του ταξιδιού,
- η ηλικία των επιβατών,
- ο χρόνος αγοράς του εισιτηρίου,
- το κόμιστρο,
- το γεύμα,
- αν η πτήση είναι με ενδιάμεσο σταθμό,
- και η συχνότητα των πτήσεων.

Αναλυτικότερα, προκύπτει το συμπέρασμα ότι τα πιο νεαρά άτομα, όσοι ταξιδεύουν με σκοπό την αναψυχή και όσοι αγοράζουν το εισιτήριο μεγαλύτερο διάστημα του ενός μηνός πριν το ταξίδι, έχουν περισσότερες πιθανότητες να επιλέξουν εταιρία χαμηλού κόστους. Επίσης, όσοι δίνουν μεγάλη αξία στο κόμιστρο και μικρή αξία στο γεύμα, στη συχνότητα των πτήσεων και αν η πτήση θα είναι απευθείας, τείνουν να επιλέξουν εταιρίες χαμηλού κόστους.

Διαπιστώθηκε ακόμη, ότι χαρακτηριστικά όπως η ασφάλεια και το όνομα της εταιρίας που είχαν βαθμολογηθεί από τους επιβάτες ως πολύ σημαντικά για την επιλογή εταιρίας δεν εμφανίζονται στην παραπάνω ανάλυση. Αυτό ίσως οφείλεται στο ότι οι επιβάτες θεωρούν δεδομένη την ασφάλεια και το όνομα και στους δύο τύπους εταιριών.

Τα αποτελέσματα της παραπάνω ανάλυσης φανερώνουν τις προτιμήσεις των επιβατών όπου υπάρχει η δυνατότητα επιλογής μεταξύ συμβατικών και αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, όπως είναι αυτή με προορισμό το Λονδίνο, και βοηθούν στον ορθότερο προγραμματισμό των αεροπορικών εταιρειών.

5.5 Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Στην συγκεκριμένη έρευνα έγινε προσπάθεια προσδιορισμού των χαρακτηριστικών που επηρεάζουν την επιλογή αεροπορικής εταιρίας καθώς και των παραγόντων που καθορίζουν την επιλογή εταιρίας χαμηλού κόστους με την χρήση λογιστικού μοντέλου. Τα συμπεράσματα που προέκυψαν παραπάνω είναι ιδιαίτερα χρήσιμα στον σχεδιασμό των υπηρεσιών που προσφέρουν οι εταιρίες και καθώς και στον σχεδιασμό της τιμολογιακής τους πολιτικής με βάση τα χαρακτηριστικά των επιβατών στους οποίους απευθύνονται.

Παράλληλα θα μπορούσε να γίνει περαιτέρω ανάλυση με τα ήδη υπάρχοντα στοιχεία της βάσης δεδομένων που δημιουργήθηκε για τον προσδιορισμό της τιμής που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν οι επιβάτες για διάφορες υπηρεσίες που προσφέρουν οι αεροπορικές εταιρείες. Η ανάλυση αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί με χρήση διαφορετικών προτύπων διακριτής επιλογής όπως το multinomial logit μοντέλο που χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό της πιθανότητας όπου ένα άτομο επιλέγει μια εναλλακτική μέσα από ένα πλήθος εναλλακτικών επιλογών. Κάθε εναλλακτική σε αυτό το πρότυπο αντιπροσωπεύεται από μια συνάρτηση χρησιμότητας που εκφράζει την αξία που αποδίδει ένα άτομο σε διάφορα χαρακτηριστικά.

Ακόμη, χρήσιμη θα ήταν η διεξαγωγή έρευνας για την προοπτική ίδρυσης μιας ελληνικής εταιρίας χαμηλού κόστους καθώς και για το προσδιορισμό της ζήτησης που θα έχει. Μέχρι στιγμής, όλες οι ελληνικές εταιρίες είναι συμβατικού τύπου αερομεταφορείς ενώ σε πολλές χώρες της Ευρώπης δραστηριοποιούνται εταιρίες χαμηλού κόστους με επιτυχία και κάποιες από αυτές έχουν δημιουργηθεί ως θυγατρικές παραδοσιακών εταιριών.

6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Moshe Ben-Akiva and Steve R. Lerman, *Discrete choice analysis, Theory and Application to Travel Demand*. The MIT Press, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge.
2. Β. Προφυλλίδης, *Οικονομική των μεταφορών*. Εκδόσεις Γιαχουδή 2006.
3. Γ. Κοκολάκης, Ι. Σπηλιώτης, *Εισαγωγή στην θεωρία Πιθανοτήτων και Στατιστική*. Εκδόσεις Συμεών 1999.
4. Δρ. Βασίλης Δαφέρμος, *Κοινωνική Στατιστική με το SPSS*. Εκδόσεις Ζήτη 2005.
5. Αμπακούμκιν, Κ.Γ., *Αεροδρόμια*, Εκδόσεις Συμμετρία, Αθήνα 1990.
6. Michael A.B. van Eggermond, *Consumers choice behavior and strategies of air transportation service providers*. ETH Zurich and Delft University of Technology, Conference paper STRC 2007.
7. R. de Neufville, A. Odoni, *Συστήματα Αεροδρομίων, Μελέτη, Σχεδιασμός, Διαχείριση*. Εκδόσεις Παπασωτηρίου, 2009.
8. P.T. Pereira, A. Almeida, A.G. de Meneges, J.C. Vieira, *How do consumers value airline services attributes? A stated preferences discrete choice model approach*. Management, Vol. 12, 2007,2, pp25-40.
9. K. Prossanoglou, F.S. Koppleman, *The choice of air carrier, flight, and fare class*. Journal of Air Transport Management, Vol. 5, 193-201, 1999.
10. J. –W Park et al, *The effect of airline service quality on passengers' behavioral intentions: a Korean case study*. Journal of Air Transport Management, Vol. 10, 435-439, 2004.
11. K.J. Mason, *The propensity of business travelers to use low cost airlines*. Journal of Transport Geography, Vol. 8, 107-119, 2000.

12. C. Huse, F. Evangelho, Investigating business traveler heterogeneity: Low cost vs full-service airline users?. *Transportation Research Part E*, Vol. 43, 259-268, 2007.
13. S. Washington, M. Karlaftis, F. Mannering, *Statistical and Econometrics methods for Transportation Data Analysis*. Chapman & Hall/CRC, 2003.
14. L. Davison, T. Ryley, *Tourism destination preferences of low cost airline users in the East Midlands*. *Journal of Transport Geography*, Vol. 15, 83-93, 2007.
15. C.-C. Chow et al, *Study on the preferences of passengers in choosing direct flights from Taiwan to China*. Department of Air Transportation, Kainan University, 2008.
16. A. Collins, S. Hess, J. Rose, *Stated preference survey design in air travel choice behavior modeling*. Institute for Transport and Logistics Studies, University of Sydney.
17. J.-L. Lu, L.-N. Tsai, *Modeling the effect of enlarged seating room of passenger preferences on domestic airlines in Taiwan*. *Journal of Air Transport Management*, Vol. 9, No.2, 2004.
18. C. A. Piga, N. Philippi, E. Bachis, *Booking and flying with low cost airline*. Nottingham University Business School.
19. O. Atalik, *Costumer value analysis from a costumer's perspective: Case of Turkish domestic passengers*. *International Business Research*, Vol.2, No.3, 2009.
20. J.F. O'Connel, G. Williams, *Passengers' perceptions of low cost airlines and full services carriers: A case study involving Ryanair, Aer Lingus, Air Asia and Malaysia Airlines*. *Journal of Air Transportation Management*, Vol.11, 259-272, 2005.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΡΕΥΝΑΣ

Πρώτο πιλοτικό ερωτηματολόγιο

ΤΜΗΜΑ Α

Ποιος είναι ο σκοπός του ταξιδιού σας;

Αναψυχή Εργασία Σπουδές Άλλο

Με ποια εταιρία πετάτε;

Ποιο είναι το κόστος του ταξιδιού;

Ποιος πλήρωσε το εισιτήριο;

Το πλήρωσα ο ίδιος Η εταιρία μου Άλλος

Σε τι θέση ταξιδεύετε;

Business Οικονομική

Από πού αγοράσατε το εισιτήριο;

Internet Ταξιδιωτικό γραφείο Άλλο

Πότε αγοράσατε το εισιτήριο;

1-7 μέρες πριν 7-30 μέρες πριν Περισσότερο

Ανήκετε σε πρόγραμμα συχνού επιβάτη; Ναι Όχι

Πόσες φορές ταξιδέψατε τους τελευταίους 12 μήνες;

Καμία 1-5 5-10 Πάνω από 10

ΤΜΗΜΑ Β

Βαθμολογείστε την σημασία των παρακάτω χαρακτηριστικών στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας:

	Πολύ σημαντικό	Σημαντικό	Λίγο σημαντικό	Καθόλου σημαντικό
Κόστος εισιτηρίου				
Φαγητό				
Ψυχαγωγία (ταινίες, περιοδικά, εφημερίδες)				
Άνεση (εύρος καθίσματος)				
Τύπος αεροσκάφους				
Ώρα αναχώρησης				
Συχνότητα πτήσεων				
Ασφάλεια				
Κύρος της αεροπορικής εταιρίας				
Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό				

ΤΜΗΜΑ Γ

Θεωρείστε ότι για ένα τυπικό ταξίδι σας με προορισμό το Λονδίνο (εισιτήριο με επιστροφή) έχετε τις επιλογές που φαίνονται παρακάτω. Ποια αεροπορική εταιρία θα επιλέγατε σε κάθε ομάδα επιλογών;

Αεροπορική εταιρία	A	B	Γ
Φαγητό και αποσκευές	Δωρεάν	Δωρεάν	Με χρέωση
Αεροδρόμιο	Heathrow	Gatwick	Gatwick
Κόστος εισιτηρίου	205 €	175 €	92 €
Επιλέγω			

Αεροπορική εταιρία	A	B	Γ
Φαγητό και αποσκευές	Δωρεάν	Με χρέωση	Με χρέωση
Αεροδρόμιο	Gatwick	Heathrow	Gatwick
Κόστος εισιτηρίου	205 €	175 €	175 €
Επιλέγω			

Αεροπορική εταιρία	A	B	Γ
Φαγητό και αποσκευές	Δωρεάν	Με χρέωση	Δωρεάν
Αεροδρόμιο	Heathrow	Gatwick	Gatwick
Κόστος εισιτηρίου	175 €	92 €	175 €
Επιλέγω			

Αεροπορική εταιρία	A	B	Γ
Φαγητό και αποσκευές	Δωρεάν	Δωρεάν	Με χρέωση
Αεροδρόμιο	Gatwick	Heathrow	Heathrow
Κόστος εισιτηρίου	205 €	205 €	175 €
Επιλέγω			

Αεροπορική εταιρία	A	B	Γ
Φαγητό και αποσκευές	Με χρέωση	Με χρέωση	Δωρεάν
Αεροδρόμιο	Heathrow	Gatwick	Heathrow
Κόστος εισιτηρίου	175 €	175 €	205 €
Επιλέγω			

Αεροπορική εταιρία	A	B	Γ
Φαγητό και αποσκευές	Δωρεάν	Με χρέωση	Δωρεάν
Αεροδρόμιο	Heathrow	Heathrow	Gatwick
Κόστος εισιτηρίου	205 €	92 €	175 €
Επιλέγω			

Αεροπορική εταιρία	A	B	Γ
Φαγητό και αποσκευές	Δωρεάν	Με χρέωση	Με χρέωση
Αεροδρόμιο	Gatwick	Gatwick	Heathrow
Κόστος εισιτηρίου	205 €	92 €	175 €
Επιλέγω			

ΤΜΗΜΑ Δ

Φύλο Άνδρας

Γυναίκα

Ηλικία 18-30

30-45

45-65

≥ 65

Κάτοικος Αθήνας

Άλλη πόλη

Μορφωτικό επίπεδο Γυμνάσιο

Λύκειο

Πανεπιστήμιο

Επάγγελμα

Δημόσιος Υπάλληλος	
Ιδιωτικός Υπάλληλος	
Φοιτητής	
Ελ. Επαγγελματίας	
Συνταξιούχος	
Άνεργος	
Άλλο	

Ποιο είναι το μηνιαίο ατομικό σας εισόδημα;

<800 €

800-1500 €

1500-2500 €

>2500 €

Δεύτερο πιλοτικό ερωτηματολόγιο

Αρ.Ερωτηματολογίου:..... Ημερομηνία:...../...../.....

Πτήση για:..... Ώρα πτήσης:.....

Αρ.Πτήσης:.....

ΤΜΗΜΑ Α

Ποιος είναι ο σκοπός του ταξιδιού σας;

Εργασία Αναψυχή Σπουδές Άλλο

Με ποια εταιρία πετάτε;

Πόσο κόστισε το εισιτήριο;

Ποιος πλήρωσε το εισιτήριο;

Το πλήρωσα ο ίδιος Η εταιρία μου Άλλος

Σε τι θέση ταξιδεύετε;

Business Οικονομική

Από πού αγοράσατε το εισιτήριο;

Internet Ταξιδιωτικό γραφείο Άλλο

Πότε αγοράσατε το εισιτήριο;

Μια εβδομάδα πριν Δυο εβδομάδες πριν

Ένα μήνα πριν Περισσότερο

Έχετε πρόγραμμα συχνού επιβάτη; Ναι Όχι

Πόσες φορές ταξιδέψατε τους τελευταίους 12 μήνες;

Καμία 1-5 5-10 Πάνω από 10

Έχετε ταξιδέψει ποτέ με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους; ; Ναι Όχι

ΤΜΗΜΑ Β

Βαθμολογείστε την σημασία των παρακάτω χαρακτηριστικών στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας:

	Πολύ σημαντικό	Σημαντικό	Λίγο σημαντικό	Καθόλου σημαντικό
Κόστος εισιτηρίου				
Φαγητό				
Ψυχαγωγία (ταινίες, περιοδικά, εφημερίδες)				
Άνεση (εύρος καθίσματος)				
Τύπος αεροσκάφους				
Ώρα αναχώρησης				
Συχνότητα πτήσεων				
Ασφάλεια				
Κύρος της αεροπορικής εταιρίας				
Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό				

ΤΜΗΜΑ Γ

Υποθέστε ότι για ένα τυπικό ταξίδι σας με προορισμό το Λονδίνο (εισιτήριο με επιστροφή) έχετε τις δύο εναλλακτικές επιλογές που φαίνονται παρακάτω. Ποια αεροπορική εταιρία θα προτιμούσατε σε κάθε ομάδα επιλογών; (Κυκλώστε σε κάθε πίνακα ή το Α ή το Β)

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Δωρεάν	Heathrow	200 €
B	Δωρεάν	Luton	170 €

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Δωρεάν	Heathrow	200 €
B	Με χρέωση	Luton	110 €

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Δωρεάν	Heathrow	200 €
B	Με χρέωση	Heathrow	170 €

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Δωρεάν	Heathrow	200 €
B	Δωρεάν	Luton	110 €

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Με χρέωση	Heathrow	170€
B	Δωρεάν	Luton	110 €

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Με χρέωση	Luton	110€
B	Δωρεάν	Luton	170 €

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Με χρέωση	Heathrow	170€
B	Δωρεάν	Luton	170 €

ΤΜΗΜΑ Δ

Φύλο Άνδρας Γυναίκα

Ηλικία 18-30 30-45 45-65 ≥ 65

Κάτοικος Αθήνας Άλλη πόλη

Μορφωτικό επίπεδο Γυμνάσιο Λύκειο Πανεπιστήμιο

Επάγγελμα

Δημόσιος Υπάλληλος	
Ιδιωτικός Υπάλληλος	
Φοιτητής	
Ελ. Επαγγελματίας	
Συνταξιούχος	
Άνεργος	
Άλλο	

Ποιο είναι το μηνιαίο ατομικό σας εισόδημα;<800 € 800-1500 € 1500-2500 € >2500 € *Ευχαριστώ πολύ και καλό σας ταξίδι!*

Τελικό Ερωτηματολόγιο



ΕΘΝΙΚΟ ΜΕΤΣΟΒΙΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ

ΤΟΜΕΑΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ ΚΑΙ ΣΥΓΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ

Αρ.Ερωτηματολογίου:.....

Ημερομηνία:...../...../.....

Πτήση για:.....

Ώρα πτήσης:.....

ΤΜΗΜΑ Α

Ποιος είναι ο σκοπός του ταξιδιού σας;

Εργασία

Αναψυχή

Σπουδές

Άλλο

Με ποια εταιρία πετάτε;

Πόσο κόστισε το εισιτήριο; (με επιστροφή).....

Ποιος πλήρωσε το εισιτήριο;

Το πλήρωσα ο ίδιος

Η εταιρία μου

Άλλος

Σε τι θέση ταξιδεύετε;

Business

Οικονομική

Από πού αγοράσατε το εισιτήριο;

Internet

Ταξιδιωτικό γραφείο

Άλλο

Πότε αγοράσατε το εισιτήριο;

Μια εβδομάδα πριν

Δυο εβδομάδες πριν

Ένα μήνα πριν

Περισσότερο

Έχετε πρόγραμμα συχνού επιβάτη; Ναι

Όχι

Πόσες φορές ταξιδέψατε τους τελευταίους 12 μήνες;

Καμία

1-5

5-10

Πάνω από 10

Έχετε ταξιδέψει ποτέ με αεροπορική εταιρία χαμηλού κόστους; ; Ναι Όχι

ΤΜΗΜΑ Β

Βαθμολογείτε την σημασία των παρακάτω χαρακτηριστικών στην επιλογή αεροπορικής εταιρίας:

	Πολύ σημαντικό	Σημαντικό	Λίγο σημαντικό	Καθόλου σημαντικό
Κόστος εισιτηρίου				
Φαγητό				
Ψυχαγωγία (ταινίες, περιοδικά, εφημερίδες)				
Άνεση (απόσταση καθισμάτων)				
Τύπος αεροπλάνου				
Ώρα αναχώρησης				
Συχνότητα πτήσεων (πχ. πολλές πτήσεις την ημέρα)				
Ασφάλεια της πτήσης				
Κύρος της αεροπορικής εταιρίας				
Πτήση με ενδιάμεσο σταθμό				

ΤΜΗΜΑ Γ

Υποθέστε ότι για ένα τυπικό ταξίδι σας με προορισμό το Λονδίνο (εισιτήριο με επιστροφή) έχετε τις δύο εναλλακτικές επιλογές που φαίνονται παρακάτω. Ποια αεροπορική εταιρία θα προτιμούσατε σε κάθε ομάδα επιλογών; (Κυκλώστε σε κάθε πίνακα ή το Α ή το Β)

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Δωρεάν	Heathrow	200 €
B	Δωρεάν	Luton	170 €

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Δωρεάν	Heathrow	200 €
B	Με χρέωση	Luton	110 €

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Δωρεάν	Heathrow	200 €
B	Με χρέωση	Heathrow	170 €

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Δωρεάν	Heathrow	200 €
B	Δωρεάν	Luton	110 €

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Με χρέωση	Heathrow	170€
B	Δωρεάν	Luton	110 €

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Με χρέωση	Luton	110€
B	Δωρεάν	Luton	170 €

Αεροπορική εταιρία	Φαγητό	Αεροδρόμιο	Κόστος εισιτηρίου
A	Με χρέωση	Heathrow	170€
B	Δωρεάν	Luton	170 €

ΤΜΗΜΑ Δ

Φύλο Άνδρας Γυναίκα

Ηλικία 18-30 30-45 45-65 ≥ 65

Εκπαίδευση Λύκειο Πανεπιστήμιο

Επάγγελμα

Δημόσιος Υπάλληλος	<input type="checkbox"/>
Ιδιωτικός Υπάλληλος	<input type="checkbox"/>
Φοιτητής	<input type="checkbox"/>
Ελ. Επαγγελματίας	<input type="checkbox"/>
Συνταξιούχος	<input type="checkbox"/>
Άνεργος	<input type="checkbox"/>
Άλλο	<input type="checkbox"/>

Ποιο είναι το μηνιαίο ατομικό σας εισόδημα;

Περίπου 800 € 800-1500 € 1500-2500 € Πάνω από 2500 €

Ευχαριστώ πολύ και καλό σας ταξίδι!