

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«ΤΜΗΜΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ. ΜΕΛΕΤΗ  
ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΣΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ  
ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ.»**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ: ΚΑΡΑΜΑΝΗ ΚΑΛΛΙΟΠΗ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ :**

**ΔΡ. ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ, 2017**

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το θέμα της πτυχιακής μου εργασίας αφορά το τμήμα εταιρικής ποιότητας του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών, στο οποίο πραγματοποίησα την πρακτική μου άσκηση. Πιο συγκεκριμένα γίνεται μελέτη του ρόλου του τμήματος στις υπηρεσίες του αερολιμένα.

Στο πρώτο κεφάλαιο, γίνεται μία γενική αναφορά στον τουρισμό, όπου παρουσιάζεται η σημασία του και η συμβολή του στην ανάπτυξη της οικονομίας όλων των χωρών παγκοσμίως. Επίσης παρουσιάζεται η σύνδεση των αερομεταφορών με τον τουρισμό και το πως αυτά τα δύο είναι συμπληρωματικά και αλληλοσυνδέονται.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, παρουσιάζεται αρχικά η έννοια και ο ορισμός του μάρκετινγκ και στην συνέχεια ο ορισμός της ποιότητας. Οι δύο αυτές έννοιες είναι αλληλένδετες και έχουν δοθεί αρκετοί ορισμοί και για τις δύο μέσα στο πέρασμα των χρόνων. Έπειτα γίνεται μία ιστορική αναδρομή στην ποιότητα των αερογραμμών παγκοσμίως.

Στο τρίτο κεφάλαιο, παρουσιάζεται το τμήμα εταιρικής ποιότητας και γίνεται επεξήγηση του ρόλου του τμήματος αλλά και των αρμοδιοτήτων του. Το τμήμα συνεισφέρει στην βελτίωση των υπηρεσιών που παρέχει το αεροδρόμιο στους επιβάτες και επισκέπτες.

Το τέταρτο κεφάλαιο, παρουσιάζει αρχικά την ιστορία του αεροδρομίου Ελευθέριος Βενιζέλος, από την αρχή της λειτουργίας του μέχρι και σήμερα. Έπειτα παρουσιάζονται τα τμήματα αλλά και οι υπηρεσίες που προσφέρει το αεροδρόμιο και τέλος γίνεται αναφορά στην διοίκηση του αερολιμένα.

Στην συνέχεια το πέμπτο κεφάλαιο, παρουσιάζει τις μεθόδους του τμήματος εταιρικής ποιότητας για την βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών, οι οποίες μέθοδοι είναι οι

στατιστικές μετρήσεις και η διαχείριση παραπόνων, όπου παρουσιάζονται αναλυτικά και οι δύο μέθοδοι.

Τέλος, το έκτο κεφάλαιο παρουσιάζει το συμπέρασμα της πτυχιακής εργασίας το οποίο και είναι η συμβολή του τμήματος εταιρικής ποιότητας στις υπηρεσίες του αεροδρομίου.

## SUMMARY

The subject of my bachelor's thesis concerns the corporate quality department of Athens International Airport, where I did my internship. More specifically, the role of the department in airport services is studied.

In the first chapter, there is a general reference to tourism, showing its importance and its contribution to the development of all countries economy worldwide. It also presents the link between air travel and tourism and how these two are complementary and interconnected.

The second chapter introduces the definition of marketing and then the definition of quality. These two concepts are related and over the years several definitions have been given for both. Then there is a historical overview of airline quality worldwide.

The third chapter presents the corporate quality department and explains the role of the department and its responsibilities. The department contributes to the improvement of the airport's services to passengers and visitors.

The fourth chapter introduces the history of Eleftherios Venizelos airport from the beginning of its operation to the present day. After that there is a presentation of the departments and the services the airport offers, also the role of the airport administration is referred, too.

Subsequently, the fifth chapter presents the methods that the corporate quality department has to improve the services quality, which are the statistical measurement and the complaints management.

Finally, the sixth chapter presents the conclusion of the bachelor's thesis, which is the contribution of the corporate quality department to the airport services.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

	Σελίδα
ΠΕΡΙΛΗΨΗ (ΕΛΛΗΝΙΚΑ)	3
ΠΕΡΙΛΗΨΗ-SUMMARY (ΑΓΓΛΙΚΑ)	4
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	5
ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ	7
ΛΙΣΤΑ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ	8
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	9
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	10
ΚΥΡΙΩΣ ΚΕΙΜΕΝΟ	11
1. ΓΕΝΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥ ΜΕ ΤΙΣ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ	11
1.1. Ο ρόλος και η συμβολή του τουρισμού	11
1.2. Τουρισμός και αερομεταφορές	13
2. ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΘΕΩΡΙΩΝ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ	15
2.1 Έννοια και ορισμός του μάρκετινγκ	15
2.2 Ορισμός της ποιότητας	17
2.3 Ιστορική αναδρομή στην ποιότητα των αερογραμμών	20
3. ΤΜΗΜΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	24
3.1. Ο ρόλος του τμήματος	24
3.2. Οι αρμοδιότητες του τμήματος	25
4. ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ	26
4.1. Η ιστορία του αεροδρομίου	26

4.2.	Οι υπηρεσίες και τα τμήματα του αεροδρομίου	36
4.3.	Η διοίκηση του αεροδρομίου	41
5.	ΜΕΘΟΔΟΙ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΛΕΤΗ ΚΑΙ ΤΗ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΤΟΥ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟΥ	44
5.1.	Στατιστικές μετρήσεις	44
5.2.	Διαχείριση παραπόνων	47
6.	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΤΜΗΜΑ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ	53
6.1.	Ο ρόλος του τμήματος στις υπηρεσίες του αεροδρομίου	53
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	54

## ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

- Πίνακας 1.1.1: Σημαντικότεροι τουριστικοί προορισμοί το έτος 2002, Σελίδα 12
- Πίνακας 4.1.1: Εκατομμύρια επιβατών από 2002 έως το 2016, Σελίδα 28
- Πίνακας 4.1.2: Ετήσια επιβατική κίνηση αεροδρομίου Αθηνών από το 2002 έως το 2017, Σελίδα 31
- Πίνακας 4.1.3: Πολυσύχναστες πτήσεις ανά εβδομάδα από αεροδρόμιο Αθηνών προς Ευρωπαϊκούς προορισμούς  
Σελίδα 32
- Πίνακας 4.1.4: Πολυσύχναστες πτήσεις ανά εβδομάδα από αεροδρόμιο Αθηνών προς μη Ευρωπαϊκούς προορισμούς  
Σελίδα 33
- Πίνακας 4.1.5: Πολυσύχναστες πτήσεις ανά εβδομάδα από αεροδρόμιο Αθηνών προς υπερατλαντικούς προορισμούς  
Σελίδα 34
- Πίνακας 4.1.6: Πολυσύχναστες πτήσεις ανά εβδομάδα από αεροδρόμιο Αθηνών προς εσωτερικούς προορισμούς  
Σελίδα 35
- Πίνακας 5.1.1: Πολυσύχναστες εβδομαδιαίες πτήσεις από το αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος, Σελίδα 45

## ΛΙΣΤΑ ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΩΝ

- ο Φωτογραφία 4.1.1: Κατασκευή αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος», Σελίδα 27
- ο Φωτογραφία 4.1.2: Αεροφωτογραφία του αεροδρομίου «Ελ. Βενιζέλος», Σελίδα 29
- ο Φωτογραφία 4.1.3: Αίθουσα ελέγχου εισιτηρίων, επιβατών και αποσκευών, Σελίδα 30
- ο Φωτογραφία 4.2.1: Εταιρεία περιτύλιξης και φύλαξης αποσκευών CARE4BAG, Σελίδα 37
- ο Φωτογραφία 4.2.2: Χώρος δημιουργικής απασχόλησης αεροδρομίου, Σελίδα 38
- ο Φωτογραφία 4.2.3: Αίθουσα αναμονής διακεκριμένων επιβατών της Goldair Handling, Σελίδα 39
- ο Φωτογραφία 4.2.4: Χώρος μουσείου του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών, Σελίδα 40
- ο Φωτογραφία 4.3.1: Κτήριο Διοίκησης Αερολιμένα Αθηνών  
Σελίδα 43
- ο Φωτογραφία 5.2.1: Το εξώφυλλο και η πίσω όψη του εντύπου “Η γνώμη σας μετράει”, Σελίδα 48
- ο Φωτογραφία 5.2.2: Έντυπο σχολίων για τον εσωτερικό χώρο του αερολιμένα “Η γνώμη σας μετράει” στα ελληνικά, Σελίδα 50
- ο Φωτογραφία 5.2.3: Έντυπο σχολίων για τον εσωτερικό χώρο του αερολιμένα “Your opinion counts” στα αγγλικά, Σελίδα 51
- ο Φωτογραφία 5.2.4: Έντυπο σχολίων για τα πάρκινγκ του αερολιμένα “Η γνώμη σας μετράει” στα ελληνικά, Σελίδα 51
- ο Φωτογραφία 5.2.5: Έντυπο σχολίων για τα πάρκινγκ του αερολιμένα “Your opinion counts” στα αγγλικά, Σελίδα 52



## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω αρχικά τον καθηγητή μου κύριο Παναγόπουλο Αναστάσιο, για την καθοδήγηση και την εμπιστοσύνη που μου έδειξε κατά την διάρκεια διεκπεραίωσης της πτυχιακής μου εργασίας. Στην συνέχεια εκτιμώ και ευχαριστώ ιδιαίτερα τον προϊστάμενό μου κύριο Πιεράκο Γεώργιο καθώς και όλο το τμήμα εταιρικής ποιότητας του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος», όπου πραγματοποίησα την πρακτική μου άσκηση, για την βοήθειά τους, με την οποία κατάφερα να βγάλω εις πέρας την πτυχιακή μου εργασία χρησιμοποιώντας τις πληροφορίες και το υλικό που μου δόθηκε.

Κλείνοντας ένα μεγάλο ευχαριστώ στην οικογένειά μου που με στήριξε σε όλη την διάρκεια των σπουδών μου και ήταν πάντα δίπλα μου.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η πτυχιακή μου εργασία έχει ως στόχο να παρουσιάσει το τμήμα εταιρικής ποιότητας του αεροδρομίου Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος», αναλύοντας τον ρόλο του τμήματος στην λειτουργία του αεροδρομίου. Στο τμήμα αυτό, εργάστηκα για το διάστημα των έξι μηνών, πραγματοποιώντας την πρακτική μου άσκηση. Ο βασικός στόχος του τμήματος είναι η βελτίωση των υπηρεσιών του αεροδρομίου.

Σκοπός αυτή της εργασίας είναι να αναδείξει τον ρόλο του τμήματος, τις αρμοδιότητές του, την συμβολή του στις υπηρεσίες του αεροδρομίου και τον τρόπο και τις μεθόδους που χρησιμοποιεί για να επιτευχθεί η βελτίωση των υπηρεσιών που προσφέρονται στους επιβάτες και επισκέπτες του αεροδρομίου.

Η εργασία ξεκινάει με γενική αναφορά στον τουρισμό και πως συνδέεται με τις αερομεταφορές, συνεχίζει με την τοποθέτηση των δύο αλληλένδετων ορισμών του μάρκετινγκ και της ποιότητας, έπειτα γίνεται η παρουσίαση του τμήματος εταιρικής ποιότητας και η επεξήγηση του ρόλου του τμήματος, στην πορεία γίνεται μία ιστορική αναδρομή του αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος» και παρουσίαση των τμημάτων του αεροδρομίου, ακολούθως αναφέρονται αναλυτικά οι μέθοδοι του τμήματος εταιρικής ποιότητας για την βελτίωση των υπηρεσιών και τέλος παρουσιάζεται το συμπέρασμα της πτυχιακής εργασίας.

## Κεφάλαιο 1: Γενικές έννοιες του τουρισμού και η σύνδεσή του με τις αερομεταφορές<sup>1</sup>

### 1.1: Ο ρόλος και η συμβολή του τουρισμού<sup>2</sup>

Ως τουρισμός ορίζεται η κίνηση ταξιδιωτών από τόπο σε τόπο, είτε για λόγους αναψυχής, είτε για επίσκεψη αξιοθέατων έργων ή φυσικών τοπίων. Η μετακίνηση αυτή των ταξιδιωτών δημιουργεί μία οικονομική δραστηριότητα, την λεγόμενη τουριστική βιομηχανία. Τα τελευταία χρόνια ακμάζουν και άλλες μορφές τουρισμού εκτός από τον τουρισμό αναψυχής. Οι μορφές αυτές ονομάζονται εναλλακτικός τουρισμός και κάποιες από αυτές είναι ο θρησκευτικός τουρισμός, ο αθλητικός τουρισμός, ο ιαματικός τουρισμός. Ο επαγγελματικός τουρισμός και πολλές άλλες μορφές.

Με την μορφή που έχει ο τουρισμός σήμερα, αποτελεί ένα οικονομικό και κοινωνικό φαινόμενο, όπου λόγο της ανάπτυξης του προσελκύει ολοένα και περισσότερο το ενδιαφέρον όχι μόνο των αναπτυγμένων χωρών αλλά και των αναπτυσσόμενων. Σαφώς ο τουρισμός καθαυτός δεν μπορεί να αντιμετωπίσει όλα τα οικονομικά και κοινωνικά προβλήματα των χωρών που επιχειρούν να τον αναπτύξουν, έχει αποδειχτεί όμως έμπρακτα πως κάτω από προϋποθέσεις μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην οικονομική ανάπτυξη και μεγέθυνση των χωρών. Αυτός άλλωστε είναι και ο λόγος που η ανάπτυξη του επιδιώκεται ολοένα και περισσότερο από τις αναπτυσσόμενες χώρες.

Τα τελευταία χρόνια η αναπτυξιακή πορεία του τουρισμού υπήρξε εντυπωσιακή. Κάποιο από τους παράγοντες που οδήγησαν σε αυτό ήταν αρχικά η αύξηση του εισοδήματος των ανθρώπων, ο περισσότερος ελεύθερος χρόνος για ξεκούραση, η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας στα μέσα μαζικής μεταφοράς και ειδικά στα αεροπλάνα και ακόμη η απλούστευση των διατυπώσεων εισόδου και εξόδου στις χώρες υποδοχής και φιλοξενίας τουριστών. Η εντυπωσιακή εξέλιξη των μεταφορικών μέσων,

---

<sup>1</sup> «Η συμβολή των αερομεταφορών στον Τουρισμό»  
<http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/5317/Dimitroulas.pdf?sequence=2> 1, 1.1, 1.2

<sup>2</sup> Stephen J. Page, (1η έκδοση 2003), Εισαγωγή στον τουρισμό, το τουριστικό μάνατζμεντ στον 21ο αιώνα, Αθήνα 2006: Εκδόσεις Παπαζήση ΑΕΒΕ

βοήθησε σημαντικά στο να αυξηθεί η εμβέλεια του διεθνούς τουρισμού, καθώς ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι επισκέπτονται πιο απομακρυσμένους τουριστικούς προορισμούς. Ως αποτέλεσμα οι κατευθύνσεις ροών του διεθνούς τουριστικού ρεύματος έχουν αλλάξει.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι σημαντικότεροι τουριστικοί προορισμοί σύμφωνα με στοιχεία του έτους 2002.

<b>Χώρα</b>	<b>Αφίξεις (σε εκατομμύρια)</b>	<b>Έσοδα (σε δισεκατομμύρια δολάρια)</b>
Γαλλία	77,0	32,99
Ισπανία	51,7	33,6
Η.Π.Α	41,9	66,5
Ιταλία	39,8	26,9
Κίνα	36,8	20,4
Ηνωμένο Βασίλειο	24,2	17,8
Καναδάς	20,1	-
Αυστρία	18,6	11,2
Γερμανία	18,0	19,2
Ελλάδα	18,5	13
Μεξικό	19,7	-
Χονγκ Κονγκ	-	10,1

Πίνακας 1.1.1: Σημαντικότεροι τουριστικοί προορισμοί το έτος 2002

Πηγή: <https://el.wikipedia.org/wiki/Τουρισμός>

Εστιάζοντας στην Ελλάδα φαίνεται πως το έτος 2010 ο τουρισμός συνεισέφερε στην οικονομία 34,4 δισεκατομμύρια ευρώ δηλαδή το 15,1 τοις εκατό του συνολικού ακαθάριστου προϊόντος της χώρας, με αφίξεις τουριστών που πλησίασαν τα δεκαπέντε εκατομμύρια. Ο ελληνικός τουρισμός συνδέεται με ένα ευρύ φάσμα δραστηριοτήτων σε πολλούς κλάδους. Από αυτούς, οι υπηρεσίες καταλύματος και εστίασης είναι οι σημαντικότερες που απορροφούν περίπου τα δύο τρίτα της τουριστικής δαπάνης. Το 2010 η άμεση και έμμεση απασχόληση στον τουρισμό εκτιμήθηκε σε τετρακόσιες σαράντα έξι χιλιάδες θέσεις εργασίας.

Το 2010 το ογδόντα οχτώ τοις εκατό των τουριστών προήλθαν από χώρες της Ευρώπης, περιλαμβανομένης και της Ρωσίας. Τα κράτη από όπου προέρχεται ο μεγαλύτερος αριθμός τουριστών είναι η Γερμανία και η Βρετανία. Οι παράγοντες που ελκύουν τους τουρίστες στην Ελλάδα είναι κυρίως τα πολιτισμικά αξιοθέατα, το καλό κλίμα και οι φυσικές ομορφιές.

## 1.2 Τουρισμός και αερομεταφορές<sup>3</sup>

Η βιομηχανία του τουρισμού και των αερομεταφορών είναι μεταξύ τους δύο συμπληρωματικές έννοιες, καθώς ο τουρισμός εξαρτάται από τις μεταφορές για την προσέλκυση επισκεπτών και η μεταφορική βιομηχανία εξαρτάται από τον τουρισμό για να δημιουργήσει ζήτηση για τα προϊόντα της. Η ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας έχει άμεση επιρροή στις αερομεταφορές. Με την εξάπλωση του διεθνούς τουρισμού, όπου ο αριθμός των τουριστών διεθνώς έχει υπερδιπλασιαστεί την τελευταία εικοσιπενταετία, το αντίκτυπο είναι μεγάλο για τις αρχές της γεωγραφίας των μεταφορών.

---

<sup>3</sup> Λέκκας Σ. Αθανάσιος, (Έκδοση 1997), Αεροδρόμιο Λειτουργία και εξυπηρέτηση πελατών, Εκδόσεις Έλλην

Οι μεταφορές είναι το αίτιο και το αποτέλεσμα της ανάπτυξης του τουρισμού. Οι παροχές μεταφορών έχουν εξελίξει τον τουρισμό και η ανάπτυξη του τουρισμού έχει εξελίξει τις μεταφορές. Η πρόσβαση σε έναν προορισμό είναι το βασικότερο μέλημα ενός τουρίστα, ο οποίος μπορεί να χρησιμοποιήσει οποιοδήποτε μέσο για να φτάσει εκεί. Παρόλα αυτά, οι αερομεταφορές είναι το βασικό μέσο για τον διεθνή τουρισμό και παίζουν κυρίαρχο ρόλο στις ενδοπεριφερειακές μετακινήσεις των τα τουριστών. Οι δείκτες ανάπτυξης της διεθνούς αεροπορικής κίνησης ταυτίζονται με τους δείκτες ανάπτυξης του διεθνούς τουρισμού. Τα δελεαστικά πακέτα ταξιδιών και η ανταγωνιστική αεροπορική τιμολόγηση προσελκύουν όλο και περισσότερους τουρίστες σε καθημερινή βάση, με αποτέλεσμα και οι δύο βιομηχανίες να εξαπλώνονται με γρήγορο ρυθμό.

Οι αερομεταφορές πλέον δεν αποτελούν απλά ένα μέσο μεταφοράς, αλλά έχουν βάλει σε νέα διάσταση τον γεωγραφικό παράγοντα αποστάσεων. Οι πιο απόμακρες περιοχές μπορούν να είναι επισκέψιμες και κάθε ταξίδι ανά τον κόσμο μπορεί να μετρηθεί ανάλογα με τις ώρες ταξιδιού. Με αεροπλάνα που φτάνουν και τα 1950 χιλιόμετρα την ώρα, ο διεθνής τουρισμός παύει να είναι μία εξουθενωτική περιπέτεια.

Από τις δαπάνες των ξένων τουριστών που καταφθάνουν αεροπορικώς, περίπου 6,7 εκατομμύρια θέσεις εργασίας παγκοσμίως απασχολούνται στην τουριστική βιομηχανία. Η βιομηχανία των αερομεταφορών λοιπόν είναι πολύ μεγάλη και πολύ σημαντική για την ανάπτυξη του τουρισμού αλλά και της οικονομίας μίας χώρας. Τουρισμός και αερομεταφορές είναι δύο αλληλένδετες έννοιες που βοηθούν στην ακμή των χωρών.

## Κεφάλαιο 2: Ορισμός των θεωριών μάρκετινγκ και ποιότητας<sup>4</sup>

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται αναφορά των θεωριών του μάρκετινγκ και της ποιότητας, δύο αλληλένδετων στοιχείων που συμβάλουν στην ομαλή και ορθή λειτουργία των επιχειρήσεων. Το μάρκετινγκ είναι μία μέθοδος σκέψεων και πράξεων που ακολουθούν οι επιχειρήσεις, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται τόσο η πλήρη ικανοποίηση του πελάτη από τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες όσο και η σωστή εξυπηρέτησή του. Ένα κύριο στοιχείο για την εφαρμογή των παραπάνω είναι η ποιότητα των προϊόντων ή υπηρεσιών που προσφέρονται στον πελάτη.

### 2.1: Έννοια και ορισμός του μάρκετινγκ<sup>567</sup>

Τα τελευταία χρόνια έχουν διατυπωθεί αρκετοί ορισμοί από θεωρητικούς και επαγγελματικές ενώσεις όπου στην κάθε περίπτωση υπάρχουν διάφορες οπτικές γωνίες. Η Αμερικάνικη Ένωση Μάρκετινγκ το 1985 δήλωσε ότι μάρκετινγκ είναι, «Η διαδικασία σχεδιασμού και υλοποίησης της παραγωγής, τιμολόγησης, προώθησης και διανομής ιδεών, αγαθών και υπηρεσιών, με σκοπό την πρόκληση συναλλαγών που να ικανοποιούν τους αντικειμενικούς σκοπούς ατόμων και οργανώσεων». Το Βρετανικό Ινστιτούτο Μάρκετινγκ την ίδια εποχή έδωσε τον εξής ορισμό: « Το Μάρκετινγκ είναι η διαχειριστική διαδικασία με την οποία εντοπίζονται, προβλέπονται και ικανοποιούνται οι απαιτήσεις των πελατών μιας επιχείρησης και των καταναλωτών ή χρηστών προϊόντων ή υπηρεσιών με τρόπο επικερδή για την επιχείρηση». Ο

---

<sup>4</sup> Πρωτοπαπαδάκης Ν. Ιωάννης, (Έκδοση Μάιος 2013), Μάρκετινγκ Υπηρεσιών Εφαρμογή στον Τουρισμό, Εκδόσεις Σταμούλη

<sup>5</sup> Μάρκετινγκ-Εκπαίδευση και δια βίου Μάθηση <https://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3116/912.pdf>

<sup>6</sup> Πασχαλούδης Δημήτρης (1η έκδοση: Σεπτέμβριος 2009), Μάρκετινγκ: Όσα πρέπει να γνωρίζετε και δεν έχετε ρωτήσει, Αθήνα: Εκδόσεις Κρητική ΑΕ

<sup>7</sup> Σιώμκος Ι. Γεώργιος, Ph.D (Β Έκδοση 2003), Εισαγωγή στο στρατηγικό μάρκετινγκ, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.

θεωρητικός και καθηγητής του μάρκετινγκ Philip Kotler χαρακτηρίζει το μάρκετινγκ ως μία κοινωνική διαδικασία η οποία συνδέεται άμεσα με την ευημερία, την οικονομική ανάπτυξη και την πρόοδο της κοινωνίας, έτσι δηλώνει πως: « Το Μάρκετινγκ είναι ο καταλύτης για την οικονομική ανάπτυξη. Χωρίς μία φιλοσοφία και μία νοοτροπία που συνεχώς προβληματίζεται για τους καλύτερους τρόπους με τους οποίους μπορείς να δώσεις αξία στους πελάτες, δε μπορεί να υπάρξει πρόοδος. Πρόκειται για μία φιλοσοφία βελτίωσης των συνθηκών της ζωής και προσθήκη μίας δυναμικής διάστασης στην οικονομική ανάπτυξη».

Η έννοια του μάρκετινγκ, όπως αποδεικνύεται και από την πληθώρα ορισμών, είναι δύσκολο να χωρέσει στα πλαίσια ενός ορισμού. Το μάρκετινγκ λοιπόν είναι ένας τρόπος επιχειρηματικής σκέψης και δράσης. Αυτό σημαίνει πως ο κύριος σκοπός της διοίκησης και των εργαζομένων μίας επιχείρησης, πρέπει να είναι η πλήρη ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη και όχι η μονομερής εστίαση στην ικανοποίηση των αναγκών της επιχείρησης μέσω της πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών.

Το μάρκετινγκ είναι επίσης μία πολύ σύνθετη αλλά και σημαντική επιχειρηματική λειτουργία. Εντοπίζει ανάγκες, επιθυμίες και απαιτήσεις τόσο μικρών όσο και μεγάλων κοινωνικών ομάδων, επιχειρήσεων ή οργανισμών, προσδιορίζει και μετρά την έντασή τους, εντοπίζει και οριοθετεί «αγορές στόχους» και τελικά δημιουργεί προϊόντα και υπηρεσίες, οι οποίες εξυπηρετούν αυτές τις αγορές, και κατευθύνει τη ροή τους, με αποτελεσματικό τρόπο προς τους τελικούς καταναλωτές ή χρήστες. Ταυτόχρονα, αξιοποιεί όλες τις παραγωγικές δυνάμεις που έχει η επιχείρηση, επιδιώκοντας με κάθε τρόπο τη μέγιστη ικανοποίηση του πελάτη και μέσα απ' αυτή, τη μεγιστοποίηση των οικονομικών ωφελών της επιχείρησης. Συνεπώς το μάρκετινγκ είναι κάτι πολύπλοκο και όχι απλώς μία τεχνική όπου χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για την πώληση των προϊόντων ή των υπηρεσιών στην αγορά.

Πρέπει όμως να γίνει ένας βασικός διαχωρισμός, της λειτουργίας του μάρκετινγκ και των πωλήσεων, διότι πολλές φορές οι δυο αυτοί όροι συγχέονται. Ο Philip Kotler για να ξεχωρίσει της δύο έννοιες υποστηρίζει ότι: «Η πώληση είναι μία επιχειρηματική



δραστηριότητα που αποσκοπεί απλά στη διασφάλιση ικανοποιητικού αριθμού παραγγελιών, ώστε να ικανοποιούνται οι στόχοι κερδοφορίας της επιχείρησης. Είναι κάπως αναχρονιστικό να λέμε πως το Μάρκετινγκ αφορά αποκλειστικά τις πωλήσεις. Αντιθέτως το καλό μάρκετινγκ καταργεί την προσπάθεια της πώλησης, σημαίνει την αναγνώριση των ανθρώπινων αναγκών και την προσπάθεια διαμόρφωσης απαντήσεων στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν. Στόχος του μάρκετινγκ είναι η ικανοποίηση των αναγκών. Οι πωλήσεις αποτελούν ασφαλώς μέρος του, όμως το κυριότερο και πιο ενδιαφέρον είναι η αναγνώριση των αναγκών και η επίλυση των προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο πελάτης».

Σύμφωνα λοιπόν και με τον σύμβουλο επιχειρήσεων και εκπαιδευτικό Peter Drucker «Το μάρκετινγκ δεν αποβλέπει αναγκαστικά στην πώληση, η πώληση όμως έρχεται ως αποτέλεσμα και φυσικό επακόλουθο του μάρκετινγκ».

Ως συμπέρασμα λοιπόν μπορούμε να πούμε συνοπτικά πως το μάρκετινγκ είναι η τέχνη μίας επιχείρησης να δημιουργεί ικανοποιημένους πελάτες τους οποίους μπορεί να διατηρήσει και οι οποίοι αποτελούν το μοναδικό στοιχείο που διασφαλίζει τη μακροπρόθεσμη επιβίωση και ανάπτυξη μίας επιχείρησης.

## 2.2: Ορισμός της ποιότητας<sup>8910</sup>

Η έννοια της ποιότητας παρουσιάζει μία πολυπλοκότητα, ένα εύρος εφαρμογής και πολυποίκιλες εκφάνσεις τα τελευταία χρόνια. Ένας από τους πιο αντιπροσωπευτικούς ορισμούς είναι από το Διεθνή Οργανισμό Τυποποίησης (International Standardization

---

<sup>8</sup> 2.1 Η έννοια της ποιότητας-Serresbiz  
[www.serresbiz.com/bic/el/projects/quality/files/7.htm](http://www.serresbiz.com/bic/el/projects/quality/files/7.htm)

<sup>9</sup> ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ-My website-ΠΡΟΦΙΛ  
<http://prosperity.com.gr/arthra/ti-einai-poioteta/>

<sup>10</sup> Σίσκος Γιάννης, Γρηγορούδης Βαγγέλης, (Έκδοση 01/01/2005), Ποιότητα υπηρεσιών και μέτρηση ικανοποίησης του πελάτη, Εκδότης Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών

Organization - ISO), και αναφέρει ότι: «Ποιότητα είναι το σύνολο των χαρακτηριστικών ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας που σχετίζεται με την δυνατότητά του να ικανοποιεί δεδομένες ή συναγόμενες ανάγκες». Αυτό σημαίνει πως σε κάθε επιχείρηση πρέπει να αναγνωρίζονται οι ιδιότητες και τα χαρακτηριστικά των προϊόντων και υπηρεσιών που σχετίζονται άμεσα είτε έμμεσα με την ποιότητα και με βάση αυτά να δημιουργείται το υπόβαθρο για το σχεδιασμό του προϊόντος και της παραγωγικής διαδικασίας που θα το παράγει, καθώς και τον καθορισμό των ελέγχων και μετρήσεων που θα πιστοποιούν την απαιτούμενη ποιότητα.

Ο στατιστικολόγος Genichi Taguchi, αναφέρει πως η κακή ποιότητα μπορεί να επιφέρει αρνητικές επιπτώσεις στην κοινωνία από την στιγμή που το προϊόν ή η υπηρεσία στέλνεται στον πελάτη. Οι επιπτώσεις αυτές θα δείξουν ποιος θα είναι ο βαθμός αποδοχής του εκάστοτε προϊόντος ή υπηρεσίας από τους αγοραστές. Έτσι, το μέγεθος και η φύση των απωλειών που μπορούν να επέλθουν στην κοινωνία λόγω κακής ποιότητας πρέπει να λαμβάνονται υπόψη κατά το σχεδιασμό των προϊόντων ή υπηρεσιών και της παραγωγικής διαδικασίας που θα τα παράγει.

Ο Αμερικάνος ερευνητής και καθηγητής David A. Garvin, έχει παρουσιάσει πέντε διαφορετικές προσεγγίσεις στο θέμα της ποιότητας:

1. Υπερβατική προσέγγιση (transcedent approach):

Η προσέγγιση αυτή θεωρεί ως ποιότητα την ανωτερότητα και την έμφυτη τελειότητα ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας. Η αξία και η λειτουργικότητά τους κρίνονται σε κάθε περίπτωση, ίσως και υποκειμενικά, από τον πελάτη. Η έννοια που δίνεται στην ποιότητα με βάση αυτή τη προσέγγιση είναι συνώνυμη με τον όρο “σχετική ποιότητα” που χρησιμοποιείται στο πρότυπο του Αμερικανικού Εθνικού Ιδρύματος Προτύπων και της Αμερικανικής Εταιρείας Ποιότητας ANSI/ASQC A3.

2. Προσέγγιση βασισμένη στο προϊόν (product-based approach):

Με αυτή την προσέγγιση η ποιότητα εκτιμάται με βάση κάποιες μετρήσιμες ιδιότητες όπως η αντοχή, οι διαστάσεις και το βάρος.

3. Προσέγγιση βασισμένη στην παραγωγική διαδικασία (manufacturing-based approach):

Με αυτή την προσέγγιση η ποιότητα ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας είναι αποτέλεσμα μιας παραγωγικής διαδικασίας που έχει ως στόχο τη συμμόρφωση με συγκεκριμένα πρότυπα και προδιαγραφές. Οι προδιαγραφές είναι ένας συνδυασμός στόχων (targets) και ανοχών (tolerances) που καθορίζεται από τους σχεδιαστές των προϊόντων ή των υπηρεσιών. Οι στόχοι είναι οι ιδανικές τιμές των χαρακτηριστικών ποιότητας ενώ οι ανοχές είναι τα όρια μέσα στα οποία μπορούν να κινούνται οι τιμές των χαρακτηριστικών ποιότητας για να είναι αποδεκτό το επίπεδο ποιότητας. Σύμφωνα βέβαια με τους ειδικούς τα όρια αυτά καθορίζονται διότι είναι σχεδόν αδύνατο η παραγωγική διαδικασία να πετυχαίνει συνεχώς τους στόχους της.

4. Προσέγγιση βασισμένη στο χρήστη (user-based approach):

Σύμφωνα με αυτήν την προσέγγιση η ποιότητα καθορίζεται με βάση το τι επιθυμεί ο πελάτης αλλά και τι είναι διατεθειμένος να πληρώσει. Η συγκεκριμένη προσέγγιση μπορεί να έρχεται σε πολλές περιπτώσεις σε αντίθεση με αυτές που βασίζονται στο προϊόν ή την παραγωγική διαδικασία διότι ο πελάτης ενδέχεται να επιθυμεί σε ορισμένες περιπτώσεις προϊόντα χαμηλότερης ποιότητας.

5. Προσέγγιση βασισμένη στην προσφερόμενη ωφέλεια/αξία (value-based approach):

Στην προσέγγιση αυτή η ποιότητα ορίζεται με βάση τα κόστη και τις τιμές των προϊόντων ή υπηρεσιών. Αυτό σημαίνει πως ένα προϊόν-υπηρεσία θα γίνουν αποδεκτά εάν συνδυάζουν την επιθυμητή απόδοση και τις απαιτήσεις των πελατών σε μία αποδεκτή τιμή-κόστος.

Κλείνοντας, ο David A. Garvin, αποτύπωσε τα στοιχεία που συνδέονται με τις κύριες διαστάσεις της ποιότητας ενός αγαθού. Τα στοιχεία είναι οχτώ και είναι τα εξής:

1. Απόδοση: Τα κύρια λειτουργικά χαρακτηριστικά του προϊόντος.
2. Ιδιότητες: Οι παράγοντες που καθορίζουν το επίπεδο ποιότητας του προϊόντος.
3. Αξιοπιστία: Η πιθανότητα επιβίωσης του προϊόντος για μία ορισμένη χρονική περίοδο κάτω από συγκεκριμένες συνθήκες χρήσης.
4. Συμμόρφωση: Ο βαθμός με τον οποίο τα βασικά στοιχεία του προϊόντος ακολουθούν τα προκαθορισμένα πρότυπα.
5. Ανθεκτικότητα: Οι δυνατότητες αξιοποίησης του προϊόντος πριν τη φυσική του απαξίωση ή πριν τη χρονική στιγμή κατά την οποία είναι προτιμότερη η αντικατάσταση από την επισκευή του.
6. Επισκευασιμότητα: Ο χρόνος, ο βαθμός δυσκολίας και οι πιθανότητες επιτυχίας της επισκευής του προϊόντος όταν αυτή κρίνεται απαραίτητη.
7. Αισθητική: Χαρακτηριστικά όπως η εμφάνιση, η οσμή, η γεύση, ο ήχος και η αίσθηση του προϊόντος.
8. Αντιληπτή ποιότητα: Υποκειμενική εκτίμηση για την ποιότητα που πηγάζει από τη διαφήμιση, το εμπορικό όνομα και το κύρος του προϊόντος.

Η ποιότητα λοιπόν είναι μία “ζωντανή” έννοια καθώς χρόνο με το χρόνο μεταβάλλεται και οι ορισμοί που της έχουν δοθεί μέσα στα χρόνια ποικίλουν.

### 2.3: Ιστορική αναδρομή στην ποιότητα των αερογραμμών<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Κατσώνη Κων. Βασιλική (Copyright 2012), Αεροπορικές Μεταφορές και Τουρισμός

Ο Αστικός Πίνακας Αεροναυτικής (Civil Aeronautics Board-CAB) και η Αστική Αρχή Αεροναυτικής (Civil Aeronautics Authority) πριν από το 1978, ρύθμιζαν τόσο τις τιμές όσο και τις διαδρομές για ένα ταξίδι, αλλά ακόμη διατηρούσαν τα κατώτατα καθιερωμένα επίπεδα για την ποιότητα υπηρεσιών. Προς το τέλος της δεκαετίας του εξήντα πραγματοποιήθηκε μία σειρά ερευνών η οποία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η οικονομική ρύθμιση ανάγκασε τους μεταφορείς να ανταγωνιστούν με βάση την ποιότητα των υπηρεσιών, παρά την τιμή. Ως αποτέλεσμα, υπήρχαν τιμές πενήντα τοις εκατό υψηλότερες από τις συγκρίσιμες μεταξύ των πολιτειών διαδρομές. Οι μεταφορείς αναγκάστηκαν να δεχτούν μη οικονομικούς παράγοντες φορτίου σε πολλές πτήσεις μεγάλης απόστασης και αποτράπηκαν από την καθιέρωση οικονομικών κλίμακας που θα βοηθούσαν το χαμηλότερο κόστος.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να εντοπισθεί και να μετρηθεί η ποιότητα των αερογραμμών. Η πρώτη μέθοδος είναι μέσω των ερευνών που πραγματοποιούνται από οργανώσεις όπως η Frequent Flyer ή η Conte Nast που εξετάζουν κάποιες αερογραμμές για να τις ταξινομήσουν σε βασικά ζητήματα ικανοποίησης των πελατών. Παρότι οι έρευνες αυτές είναι πηγή πολύτιμων πληροφοριών, είναι δύσκολο να γίνει σύγκριση σε όλες τις έρευνες και τα έτη μέσα στην ίδια έρευνα, έτσι ώστε να αποκτήσει μία ιστορική εικόνα της τάσης στην ποιότητα των αερογραμμών καθώς οι κατηγορίες στην ποιότητα των αερογραμμών ποικίλουν από χρόνο σε χρόνο.

Η γενική ικανοποίηση των αερογραμμών καθοδηγείται από δέκα παράγοντες, την έγκαιρη απόδοση, την διαδικασία του check-in, τις στεγάσεις της πτήσης, η άνεση των καθισμάτων, η θέση των πυλών, το εσωτερικό των αεροσκαφών, οι υπάλληλοι της πτήσης, οι post-flight υπηρεσίες, η υπηρεσία τροφίμων και τα συχνά προγράμματα πτήσεων. Υπάρχουν δύο ποιοτικά βραβεία, το Triple Crown και το Grand Slam. Το πρώτο βραβείο δημιουργήθηκε από την Southwest Airlines το 1992 και βασίζεται σε αριθμούς που ελήφθησαν από το τμήμα αρχείων των μεταφορών. Η ταξινόμηση γίνεται με βάση την έγκαιρη απόδοση των μεταφορών, τον χειρισμό των αποσκευών και τις καταγγελίες των πελατών. Το βραβείο Grand Slam, δημιουργήθηκε από την Continental Airline.

Οι καταναλωτές, πρέπει να προτιμούν χαμηλούς παράγοντες φορτίων στις πτήσεις τους για καλύτερη ποιότητα. Ο παράγοντας φορτίο είναι το ποσοστό της διαθέσιμης ικανότητας θέσεων των αεροσκαφών που πωλείται και χρησιμοποιείται. Μια ετήσια έκθεση αερογραμμών θα αναφέρει ένα παράγοντα φορτίων ισοσκελίσης που είναι το μέσο σημείο στο οποίο οι δαπάνες πτήσης ταιριάζουν με το κερδισμένο εισόδημα. Μια αερογραμμή που αποτυγχάνει να συναντήσει τους παράγοντες φορτίων ισοσκελίσης της χάνει χρήματα. Ο παράγοντας φορτίο είναι βασικός δείκτης της οικονομικής σταθερότητας και τις αποδοτικότητα. Έτσι εάν προτιμήσουν οι επιβάτες χαμηλούς παράγοντες φορτίων, η συσσώρευση στο αεροπλάνο θα είναι λιγότερη και ο χρόνος αναμονής για την επιβίβαση στο αεροπλάνο μικρότερος, καθώς χρειάζεται περισσότερος χρόνος για επιβίβαση σε ένα πλήρες αεροπλάνο.

Από το 1987 ως το 1993, υπήρξε μία γενική βελτίωση στην συνολική ποιότητα όταν ο μέσος όρος έφτασε σε ένα χαμηλό ποσοστό των τριάντα εννέα ποιοτικών προβλημάτων ανά εκατό αναχωρήσεις. Μετά το 1993, ο μέσος όρος άρχισε να ανεβαίνει αλλά δεν έχει επιστρέψει στα επίπεδα του 1987. Το 2001, ο μέσος όρος μειώθηκε πάλι και το 2002 έφτασε στο χαμηλότερο επίπεδο. Τα επίπεδα εμπιστοσύνης δείχνουν ότι για οποιοδήποτε δεδομένο έτος, τα συνολικά ποιοτικά επίπεδα όλων εκτός τριών με τεσσάρων αερομεταφορών, ήταν στατιστικά όμοια.

Οι Η.Π.Α., μεταξύ των κορυφαίων αεροπορικών μεταφορέων, έχουν παρουσιάσει μεγαλύτερη αύξηση στην αντιμετώπιση των δυσκολιών. Εξακολουθούν όμως να βρίσκονται σε δύσκολη θέση, διότι αποτελούν την μεγαλύτερη βιομηχανία αερομεταφορών με τους μεγαλύτερους τζίρους και ως αποτέλεσμα επισκιάζεται η παγκόσμια βιομηχανία αεροπορικών μεταφορών. Το 2000, σε αερογραμμή των Η.Π.Α., επιβιβάστηκαν περίπου εξακόσιοι εβδομήντα εκατομμύρια επιβάτες, περισσότερο από το διπλάσιο του αριθμού των επιβατών που πέταξαν πριν από είκοσι έτη. Τα αυξανόμενα επίπεδα επιβατών σε συνδυασμό με την ανεπαρκή υποδομή αερολιμένων (π.χ. διάδρομοι, πύλες κ.λπ.) επιδείνωσαν και τα προβλήματα ελέγχου εναέριας

κυκλοφορίας όπου βρέθηκαν με πάρα πολύ κυκλοφορία για την υπάρχουσα ικανότητα. Η ύπαρξη λοιπόν λιγότερων επιβατών αλλά και λιγότερων πτήσεων, έχει βελτιώσει η γενική απόδοση των μεταφορέων με την ανακούφιση των προβλημάτων περιορισμένης ικανότητας σε σημαντικούς αερολιμένες.

Το 2002 πραγματοποιήθηκε μία έκθεση η οποία έδειχνε πως το εβδομήντα τέσσερα τοις εκατό των καθυστερήσεων ήταν αποτέλεσμα της απρογραμματίστης συντήρησης, της αργής τροφοδότησης καυσίμων των αεροσκαφών και ακόμη της καθυστερημένης άφιξης των πληρωμάτων. Μια τελική εξήγηση για τις βελτιώσεις στο ποιοτικό ποσοστό υπηρεσιών μπορεί να είναι η επίδραση που δέχθηκαν μετά το συμβάν της εντεκάτης Σεπτεμβρίου. Οι καταγγελίες των επιβατών υπόκεινται στα ιδιαίτερα υψηλά μέτρα ασφάλειας σχετικά με τον προφανή κίνδυνο των αερομεταφορών καθώς και στα ευκόλως αντιληπτά προβλήματα της πρόσφατα δημιουργημένης διοίκησης ασφάλειας μεταφορών.

Η τεχνολογία αλλά και τα χρήματα, είναι ζωτικής σημασίας στη μακροπρόθεσμη βελτίωση της ποιότητας των αερογραμμών, υπάρχουν όμως και κάποιες άλλες ενέργειες που μπορούν να ληφθούν έτσι ώστε να βελτιωθεί η ποιότητα. Η δράση των σημαντικότερων μεταφορέων για να κινηθούν οι πτήσεις ελεύθερου χρόνου στους εκτός των ωρών αιχμής χρόνους, να προστεθεί ο επίγειος χρόνος στις σχεδιασμένες πτήσεις και να μειωθεί ο αριθμός των καθημερινών πτήσεων, έχει βελτιώσει την έγκαιρη απόδοση και τη μειωμένη συμφόρηση. Βέβαια λόγω της έντονης ανταγωνιστικής βιομηχανίας, οι εταιρείες δυσκολεύονται να αποσύρουν πτήσεις από το ήδη βεβαρημένο πρόγραμμά τους και να διακινδυνεύσουν έτσι το μερίδιο αγοράς από τους ανταγωνιστές.

Έρευνες έχουν δείξει ότι οι καταναλωτές κρίνουν την ποιότητα υπηρεσιών βασιζόμενοι σε πέντε παράγοντες. Την αξιοπιστία, την ανταπόκριση, τη διαβεβαίωση, τη συμπάθεια και τα χειροπιαστά αποτελέσματα. Από όλους τους παράγοντες ο σημαντικότερος είναι η αξιοπιστία ή η δυνατότητα του αερομεταφορέα να εκτελέσει αυτά που υπόσχεται

κατά τρόπο αξιόπιστο. Αυτά είναι βασικά στοιχεία για την βελτίωση των υπηρεσιών. Γενικά λάθη συμβαίνουν, τότε είναι που η ανταπόκριση (προθυμία του υπαλλήλου να βοηθήσει), η διαβεβαίωση (γνώση υπαλλήλων και ευγένεια) και το συναίσθημα (φροντίδα, εξατομικευμένη προσοχή) αποκτούν ιδιαίτερη σημασία. Η δυνατότητα να ανακάμψει μία εταιρεία από μία αποτυχία υπηρεσιών μπορεί να είναι κρίσιμη για την απόκτηση ή την αποκατάσταση της εμπιστοσύνης των πελατών.

### Κεφάλαιο 3: Τμήμα Εταιρικής Ποιότητας

Σε αυτό το κεφάλαιο θα μελετηθεί το τμήμα εταιρικής ποιότητας του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών “Ελευθέριος Βενιζέλος”. Το τμήμα στοχεύει στην βελτιστοποίηση των υπηρεσιών που προσφέρονται στους επιβάτες και επισκέπτες του αεροδρομίου. Είναι ένα από τα σημαντικότερα τμήματα του αεροδρομίου καθώς συμβάλει στην ορθή και ομαλή λειτουργία του αεροδρομίου.

#### 3.1: Ο ρόλος του τμήματος

Ο ρόλος και ο βασικός στόχος του τμήματος είναι μέσω διαφόρων μεθόδων να επιτυγχάνεται η συνεχής βελτίωση των υπηρεσιών που προσφέρει το αεροδρόμιο. Τα τμήμα αυτό αποτελείται από μία ομάδα ατόμων, όπου ο καθένας έχει τον δικό του ρόλο και αντικείμενο εργασίας. Αρχικά το τμήμα καταγράφει την αντίληψη των επιβατών και επισκεπτών, σχετικά με το επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η καταγραφή πραγματοποιείται με την διαδικασία διαχείρισης σχολίων των επιβατών. Επίσης, γίνεται μέτρηση της πραγματικής απόδοσης σε κρίσιμους τομείς (check-in, security, passport control, taxi queues), όπου υπάρχουν δείκτες που δείχνουν την επίδοση των υπηρεσιών.

Οι δείκτες επίδοσης των υπηρεσιών, αντικατοπτρίζουν εκείνους τους τομείς υπηρεσιών και παροχών που επηρεάζουν την αντίληψη ενός επιβάτη για το επίπεδο των υπηρεσιών που προσφέρονται εντός των εγκαταστάσεων του αερολιμένα. Έτσι, για αρκετές υπηρεσίες που προσφέρονται στους επιβάτες είτε από την Εταιρεία Αεροδρομίου είτε



από τρίτους χρήστες του αερολιμένα (αεροπορικές εταιρείες/ χειριστές), έχουν καθοριστεί και παρακολουθούνται δείκτες, σύμφωνα με το πρόγραμμα εταιρικής ποιότητας του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών (ΔΑΑ). Αυτοί οι δείκτες επιτρέπουν στο τμήμα να παρακολουθεί με ακρίβεια το επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών, υποστηρίζοντας παράλληλα τη συγκριτική αξιολόγηση και τις δραστηριότητες βελτίωσης της απόδοσης. Η αποτελεσματική μέτρηση των υπηρεσιών του ΔΑΑ και των υπολοίπων εταιρειών, επιτυγχάνεται μέσω τις αποτελεσματικής συνεργασίας όλων των τμημάτων και εταιρειών του αεροδρομίου.

### 3.2: Οι αρμοδιότητες του τμήματος

Το τμήμα εταιρικής ποιότητας, έχει ως φιλοσοφία την εξυπηρέτηση των πελατών του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών, έτσι στις αρμοδιότητες του είναι η καταχώρηση των σχολίων των επιβατών, έπειτα η συνεργασία με άλλα τμήματα για την επεξεργασία των σχολίων, η παρακολούθηση των δεικτών των αποτελεσμάτων που προκύπτουν και η δημιουργία προστιθέμενης αξίας.

Το όραμα λοιπόν του τμήματος είναι να γίνει σύμβολο για την δημιουργία αξιών και άριστων πελατειακών εμπειριών που αυτά επιτυγχάνονται από μία δυναμική και αφοσιωμένη ομάδα αεροδρομίου. Οι αξίες του τμήματος είναι αρχικά οι ανάληψη ευθυνών, έπειτα το ομαδικό πνεύμα, ο σεβασμός, η αποτελεσματικότητα και η εστίαση στον πελάτη. Με το να είναι ο πελάτης στο επίκεντρο, επιτυγχάνεται η κατανόηση και η κάλυψη των αναγκών του. Έτσι αναπτύσσονται επιτυχημένες επιχειρηματικές σχέσεις που προσθέτουν αξία στην εταιρεία και αντανακλούν την φιλοσοφία του τμήματος.

Το τμήμα λοιπόν έχει ως αρμοδιότητα να ακολουθεί κάποια βήματα, στην διαχείριση των παραπόνων. Αρχικά ανταποκρίνεται με την ανάλογη για την περίπτωση απάντηση σε κάθε επιστολή, όπου υπάρχουν εφτά τύποι απαντήσεων με βάση το προφίλ των πελατών και τον τύπο του σχολίου. Η απάντηση γίνεται πάντα σε επαγγελματική αλλά και φιλική γλώσσα. Ακόμη δίνεται πάντα προτεραιότητα σε σοβαρές καταγγελίες.

Αφού γίνουν όλες οι παραπάνω διαδικασίες το τμήμα κάνει ανάλυση των σχολίων τόσο με ποσοτική όσο και με ποιοτική μέθοδο. Έπειτα συμπληρώνει τις απαραίτητες μηνιαίες αναφορές, παρουσιάζει τριμηνιαία έκθεση και έπειτα γίνεται ετήσια ανασκόπηση. Γίνεται ποσοτικοποίηση των επιδόσεων των υπηρεσιών που παρέχονται, αναζητούνται διορθωτικές ενέργειες, γίνεται σύνδεση με τον ορισμό στόχων και επίσης αξιολόγηση των επιδόσεων, ακόμη, διατηρείται μία βάση δεδομένων των επιβατών για να υπάρχει επαφή με τους πελάτες και τέλος γίνεται προώθηση νέων υπηρεσιών και παροχών.

Τέλος μία ακόμη αρμοδιότητα της εταιρείας του αεροδρομίου είναι η πραγματοποίηση, σε τακτά χρονικά διαστήματα, του εταιρικού προγράμματος i-mind. Το πρόγραμμα αυτό ζητά από τους εργαζόμενους της εταιρείας να καταθέσουν ως “δυναμικοί επιβάτες” την προσωπική τους ματιά, το ενδιαφέρον και τις παρατηρήσεις για τον χώρο και τις υπηρεσίες του αεροδρομίου, ακόμη και αν δεν έχουν την απαραίτητη επιχειρησιακή εμπειρία του αυστηρά ειδικού ή του αρμόδιου τμήματος. Το τμήμα εταιρικής ποιότητας δεσμεύεται για την άριστη εξυπηρέτηση των πελατών εντός του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών και σε ολόκληρη την κοινότητα του αεροδρομίου.

#### Κεφάλαιο 4: Αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος

Το αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος ξεκίνησε την λειτουργία του το 2001 στα Σπάτα Αττικής. Πριν την μεταφορά του σε αυτήν την περιοχή το αεροδρόμιο βρισκόταν στην περιοχή του Ελληνικού όπου και λειτούργησε για 63 χρόνια. Λόγω όμως των αυξημένων επιβατικών αναγκών, το αεροδρόμιο έπρεπε να μεταφερθεί σε μία καινούργια τοποθεσία που θα μπορούσε να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις και στις ανάγκες του μέλλοντος.

#### 4.1: Η ιστορία του αεροδρομίου<sup>1213</sup>

Το αεροδρόμιο ξεκίνησε την λειτουργία του στις 28 Μαρτίου του 2001. Η ονομασία που του δόθηκε ήταν προς τιμήν του Έλληνα πολιτικού Ελευθέριου Βενιζέλου, ο οποίος ως Πρωθυπουργός της Ελλάδος ίδρυσε το Υπουργείο Αεροπορίας και κατέβαλε συστηματικές προσπάθειες για να οργανώσει την Πολιτική Αεροπορία. Στις αρχές της δεκαετίας του 1990 αποφασίστηκε η κατασκευή του αεροδρομίου μέσα από κοινοπραξία του δημοσίου, με ιδιωτικές εταιρείες που θα συνεισέφεραν στη χρηματοδότηση του. Στις 31 Ιουλίου του 1995, μετά από διεθνή διαγωνισμό, επελέγη η γερμανική εταιρία Hochtief (Χόχτιφ) για την κατασκευή του και την μετέπειτα συνιδιοκτησία του με το ελληνικό Δημόσιο. Στις 5 Σεπτεμβρίου του 1996, έγινε η τελετή θεμελίωσης από τον πρωθυπουργό Κωνσταντίνο Σημίτη.



Φωτογραφία 4.1.1: Κατασκευή αεροδρομίου «Ελευθέριος Βενιζέλος»

Πηγή: <https://www.metaforespess.gr/aeroporika/oi-πρωταγωνιστές-του-ελ-βενιζέλος/>

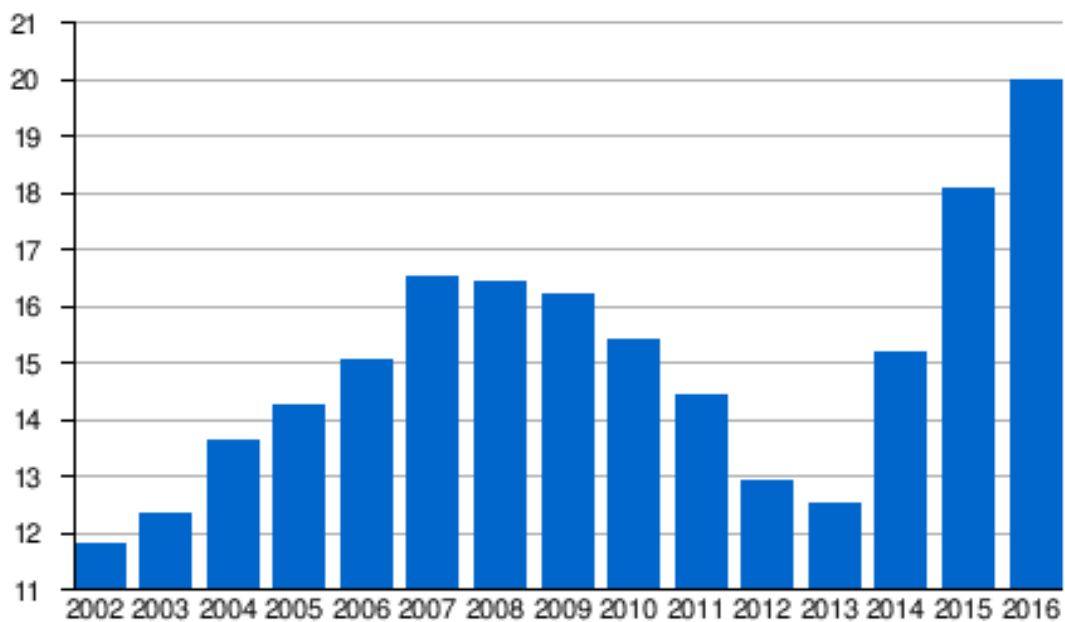
---

<sup>12</sup> Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος»- Βικιπαίδεια  
[https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής\\_Αερολιμένας\\_Αθηνών\\_«Ελευθέριος\\_Βενιζέλος»](https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής_Αερολιμένας_Αθηνών_«Ελευθέριος_Βενιζέλος»)

<sup>13</sup> Αεροδρόμιο Ελληνικού: σύντομη ιστορική αναδρομή  
[www.dimitriskaranikolas.gr/main.asp-ElementId=67941.htm](http://www.dimitriskaranikolas.gr/main.asp-ElementId=67941.htm)

Οι εργασίες της κατασκευής του αεροδρομίου ολοκληρώθηκαν 51 μήνες αργότερα τον Σεπτέμβριο του 2000, πέντε μήνες νωρίτερα από το χρονοδιάγραμμα. Ακολούθησαν πέντε μήνες δοκιμών και έπειτα το αεροδρόμιο εγκαινιάστηκε στις 27 Μαρτίου 2001 και πάλι από τον Κωνσταντίνο Σημίτη. Η πρώτη άφιξη στο αεροδρόμιο ήταν η πτήση 424 της Ολυμπιακής Αεροπορίας από το Μόντρεαλ στις 14:59 της 28ης Μαρτίου και η πρώτη αναχώρηση ήταν η πτήση 1572 της KLM στις 06:00 της 29ης Μαρτίου προς Άμστερνταμ.

Στις 23 Μαΐου του 2007 έγινε ρεκόρ ημερήσιας διακίνησης επιβατών, λόγω του τελικού του Τσάμπιονς Λιγκ που πραγματοποιήθηκε στην Αθήνα, όπου διακινήθηκαν μέσα σε ένα εικοσιτετράωρο 85.000 επιβάτες. Το 2013 το αεροδρόμιο κατατάχθηκε ως 35ο σε επιβατική κίνηση στην Ευρώπη. Το Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών είναι το μεγαλύτερο και πιο πολυσύχναστο αεροδρόμιο της Ελλάδας. Στο τέλος του 2016, ήταν το 28ο πιο πολυσύχναστο αεροδρόμιο της Ευρώπης ξεπερνώντας τους 20 εκατομμύρια επιβάτες. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα εκατομμύρια των επιβατών που διακινήθηκαν στο αεροδρόμιο από το 2002 έως και το 2016.



Πίνακας 4.1.1: Εκατομμύρια επιβατών από 2002 έως 2016

Πηγή:

[https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής\\_Αερολιμένας\\_Αθηνών\\_«Ελευθέριος\\_Βενιζέλος»](https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής_Αερολιμένας_Αθηνών_«Ελευθέριος_Βενιζέλος»)

Στις 18 Μαρτίου του 2017 υπεγράφη η παράταση σύμβασης παραχώρησης του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών για 20 χρόνια. Τα έσοδα για το ελληνικό δημόσιο σε βάθος εικοσαετίας αναμένεται να φτάσουν το 1,5 δισεκατομμύρια ευρώ, εκ των οποίων τα 400 εκατομμύρια το 2017.

Το αεροδρόμιο έχει έναν κύριο τερματικό σταθμό (MTB - Main Terminal Building), έναν δορυφορικό σταθμό και δύο ασφαλτοστρωμένους διαδρόμους απογειώσεων και προσγειώσεων, τον 03R / 21L με διαστάσεις 4.000 μέτρα μήκος και 45 μέτρα πλάτος και τον 03L / 21R με μήκος 3.800 μέτρα και πλάτος 45 μέτρα. Και οι δύο διάδρομοι διαθέτουν το σύστημα προσγείωσης ILS. Εκτός όμως των ILS υπάρχει πληθώρα συστημάτων για τη διεκπεραίωση των εργασιών του αεροδρομίου.

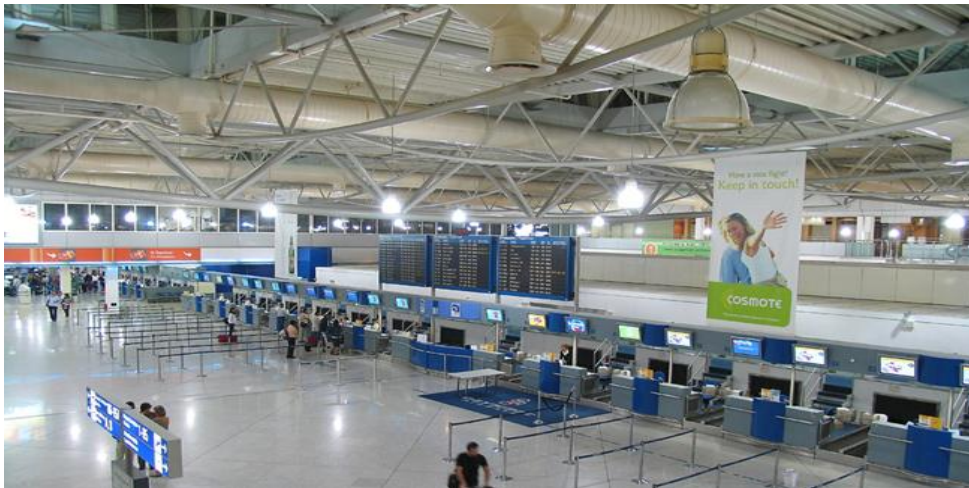
Το αεροδρόμιο έχει την ικανότητα τόσο από την Ασφάλεια Ευρωπαϊκής Αεροπορίας όσο και από την Ομοσπονδιακή Διοίκηση Αεροπορίας, να μπορεί να εξυπηρετεί το μεγαλύτερο επιβατικό αεροσκάφος στον κόσμο το Airbus A380. Η πρώτη επίσκεψη του αεροσκάφους στο αεροδρόμιο ήταν στις 13 Απριλίου του 2011, όπου έγινε αναγκαστική προσγείωση λόγω καρδιακού προβλήματος ενός επιβάτη. Η πτήση ήταν της εταιρείας Emirates (πτήση 011) από Ντουμπάι για Μάντσεστερ.



Φωτογραφία 4.1.2: Αεροφωτογραφία του αεροδρομίου «Ελ. Βενιζέλος»

Πηγή: <http://traveldailynews.gr/news/article/55936>

Κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης το 2007 με 2008, η επιβατική κίνηση του αεροδρομίου επηρεάστηκε σημαντικά έως και το 2013. Από το 2007 που η επιβατική κίνηση ήταν 16.538.403 (η χρονιά με την μεγαλύτερη επιβατική κίνηση από τα εγκαίνια του αεροδρομίου) έως και το 2013 που έπεσε στα 12.536.038, δηλαδή μέσα 6 χρόνια η κίνηση έπεσε κατά 4 εκατομμύρια επιβάτες. Ως αποτέλεσμα πολλές εταιρείες σταμάτησαν τις πτήσεις τους από και προς την Αθήνα και ειδικότερα εταιρείες που ήταν σημαντικές για το αεροδρόμιο όπως η United Airlines (επανεναρξη των πτήσεων, ξανά τον Μάιο του 2016 ως εποχιακή), Thai Airways International, Gulf Air (επανεναρξη των πτήσεων, ξανά τον Ιούνιο του 2014), Czech Airlines και Singapore Airlines (επανεναρξη των πτήσεων, ξανά τον Ιούνιο του 2014 ως εποχιακή). Ενώ η Delta Airlines, η οποία ήταν η μόνη αεροπορική εταιρεία που συνέδεε την Αθήνα με τη Βόρεια Αμερική όλους του μήνες του χρόνου, το 2012, περιόρισε τις πτήσεις της μόνο κατά τους καλοκαιρινούς μήνες.



Φωτογραφία 4.1.3: Αίθουσα ελέγχου εισιτηρίων, επιβατών και αποσκευών

Πηγή: <http://www.stokokkino.gr/article/7621/Ergazomenoi-sto-aerodromio-Ergasiako-Ntaxaou-sto-El-Benizelos>



Η ανάκαμψη όμως ήρθε για το αεροδρόμιο το 2014. Αρχικά η Aegean Airlines επέκτεινε το δίκτυο προορισμών της κατά 30%. Ακόμη, η μεγαλύτερη εταιρεία χαμηλού κόστους στην Ευρώπη, η Ryanair κατέστησε το "Ελ. Βενιζέλος" ως νέα τοπική βάση, με 6 νέους προορισμούς σε Ελλάδα και Ευρώπη. Παρακάτω παρουσιάζεται η ετήσια επιβατική κίνηση από το 2002 έως και σήμερα το 2017.

ΕΤΟΣ	ΕΤΗΣΙΑ ΕΠΙΒΑΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ
2002	11,827,448
2003	12,352,394
2004	13,662,332
2005	14,281,020
2006	15,079,708
2007	16,538,043
2008	16,466,491
2009	16,225,589
2010	15,411,099
2011	14,446,971
2012	12,944,041
2013	12,536,057
2014	15,196,369
2015	18,086,894
2016	20,017,530
μέχρι σήμερα 2017	3,711,663

Πίνακας 4.1.2: Ετήσια επιβατική κίνηση αεροδρομίου Αθηνών από το 2002 έως το 2017

Πηγή:

[https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής\\_Αερολιμένας\\_Αθηνών\\_«Ελευθέριος\\_Βενιζέλος»](https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής_Αερολιμένας_Αθηνών_«Ελευθέριος_Βενιζέλος»)

Τον Ιούνιο, επέστρεψαν στο αεροδρόμιο δυο αεροπορικές εταιρείες, η Singapore Airlines και η Gulf Air, ενώ οι Emirates, Qatar Airways και Etihad αύξησαν τόσο τον αριθμό των πτήσεων τους όσο και την χωρητικότητα των αεροσκαφών τους, που επισκέπτονταν το αεροδρόμιο. Η χρονιά αυτή έκλεισε με 15.196.463 ταξιδιώτες, σημειώνοντας άνοδο 21,2% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

Παρακάτω θα παρουσιαστούν πολυσύχναστες αεροπορικές γραμμές ανά εβδομάδα που αναχωρούν από τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών προς Ευρωπαϊκούς προορισμούς, προς μη Ευρωπαϊκούς προορισμούς, προς υπερατλαντικούς προορισμούς και προς εσωτερικούς.

<b>Προορισμός</b>	<b>Πτήσεις 2016</b>
Λάρνακα	120+
Παρίσι	80+
Λονδίνο	74
Ρώμη	63
Άμστερνταμ	42
Μιλάνο	33



Μόναχο	28
Βαρκελώνη	27
Μαδρίτη	27
Βουκουρέστι	24
Κοπεγχάγη	23
Φρανκφούρτη	21
Βαρσοβία	21
Βερολίνο	21
Σόφια	21

Πίνακας 4.1.3: Πολυσύχναστες πτήσεις ανά εβδομάδα από αεροδρόμιο Αθηνών προς Ευρωπαϊκούς προορισμούς

Πηγή:

[https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής\\_Αερολιμένας\\_Αθηνών\\_«Ελευθέριος\\_Βενιζέλος»](https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής_Αερολιμένας_Αθηνών_«Ελευθέριος_Βενιζέλος»)

<b>Προορισμός</b>	<b>Πτήσεις 2016/17</b>
Κωνσταντινούπολη	60

Μόσχα	28
Ζυρίχη	28
Κίεβο	21
Βελιγράδι	21
Γενεύη	19
Τίρανα	15
Όσλο	13
Σμύρνη	10
Ερεβάν	7

Πίνακας 4.1.4: Πολυσύχναστες πτήσεις ανά εβδομάδα από αεροδρόμιο Αθηνών προς μη Ευρωπαϊκούς προορισμούς

Πηγή:

[https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής\\_Αερολιμένας\\_Αθηνών\\_«Ελευθέριος\\_Βενιζέλος»](https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής_Αερολιμένας_Αθηνών_«Ελευθέριος_Βενιζέλος»)

<b>Προορισμός</b>	<b>Πτήσεις 2016/17</b>
-------------------	------------------------

Νέα Υόρκη	30
Τελ Αβίβ	29 (Από Μάιο 2017)
Ντόχα	21
Beirut	18
Κάιρο	17
Αμμάν	14
Ντουμπάι	14
Μόντρεαλ	10 (Από Μαίο 2017)
Τεχεράνη	10
Τορόντο	10 (Από Μάιο 2017)

Πίνακας 4.1.5: Πολυσύχναστες πτήσεις ανά εβδομάδα από αεροδρόμιο Αθηνών προς υπερατλαντικούς προορισμούς

Πηγή:

[https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής\\_Αερολιμένας\\_Αθηνών\\_«Ελευθέριος\\_Βενιζέλος»](https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής_Αερολιμένας_Αθηνών_«Ελευθέριος_Βενιζέλος»)

<b>Προορισμός</b>	<b>Πτήσεις 2016/17</b>
-------------------	------------------------

Σαντορίνη	143
Θεσσαλονίκη	121
Ηράκλειο	91
Μύκονος	88
Ρόδος	49
Χανιά	43
Μυτιλήνη	43
Κως	35
Αλεξανδρούπολη	35
Κέρκυρα	33
Καβάλα	29

Πίνακας 4.1.6: Πολυσύχναστες πτήσεις ανά εβδομάδα από αεροδρόμιο Αθηνών προς εσωτερικούς προορισμούς

Πηγή:

[https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής\\_Αερολιμένας\\_Αθηνών\\_«Ελευθέριος\\_Βενιζέλος»](https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής_Αερολιμένας_Αθηνών_«Ελευθέριος_Βενιζέλος»)

4.2: Οι υπηρεσίες και τα τμήματα του αεροδρομίου<sup>14</sup>

<sup>14</sup> Athens International Airport-Traveller

Το αεροδρόμιο αποτελείται από αρκετά τμήματα όπου το καθένα συμβάλλει με τον δικό του τρόπο στην λειτουργία του αεροδρομίου και οι υπηρεσίες που προσφέρονται ποικίλουν.

Αρχικά υπάρχουν οι υπηρεσίες αποσκευών, όπου οι εταιρείες είναι δύο η CARE4BAG και η J&P Task Facilities Management. Η πρώτη εταιρεία προσφέρει χώρο φύλαξης των αποσκευών για τον επιθυμητό χρόνο των επιβατών και επικόλλησης προστατευτικού υλικού στις αποσκευές που φυλάσσει (κανονικές και υπερμεγέθεις), περιλαμβανομένων και κουτιών, αθλητικών αποσκευών και οποιασδήποτε άλλης αποσκευής που αποδέχονται οι αεροπορικές εταιρείες. Ακόμη η εταιρεία έχει τρία σημεία περιτύλιξης αποσκευών (Baggage wrapping points – Wrapping quick points) μέσα στην περιοχή του αεροδρομίου όπου οι επιβάτες μπορούν να προστατέψουν τις αποσκευές τους από τυχόν φθορές κατά την διάρκεια του ταξιδιού. Η δεύτερη εταιρεία, η Task, παρέχει υπηρεσίες μεταφοράς αποσκευών αλλά και επιβατών σε εικοσιτετράωρη βάση, με σκοπό την άριστη εξυπηρέτηση των επιβατών του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών.



Φωτογραφία 4.2.1: Εταιρεία περιτύλιξης και φύλαξης αποσκευών CARE4BAG

Πηγή: <http://foodforthought.gr/category/corporate-identity/care4bag.html>

---

<https://www.aia.gr/el/traveler/airport-information/>

Στο αεροδρόμιο υπάρχουν επίσης υπηρεσίες για παιδιά. Ο χώρος δημιουργικής απασχόλησης φτιάχτηκε με σκοπό να εξυπηρετεί τις αυξημένες ανάγκες των οικογενειών που ταξιδεύουν. Δημιουργήθηκε σε συνεργασία με το Μη-Κερδοσκοπικό-Οργανισμό «Το Χαμόγελο του Παιδιού» και λειτουργεί και εποπτεύεται από το ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό του. Η υπηρεσία αυτή παρέχεται εντελώς δωρεάν σε παιδιά από ενάμιση έως και επτά ετών και τους δίνει τη δυνατότητα να απασχοληθούν δημιουργικά και με ασφάλεια μέχρι να έρθει η ώρα της πτήσης τους. Ο Παιδότοπος βρίσκεται στο δεύτερο όροφο του κύριου αεροσταθμού, σε περιοχή ελεύθερης πρόσβασης. Ακόμη, σε επιλεγμένα σημεία του αεροδρομίου υπάρχουν ειδικά διαμορφωμένες τουαλέτες και χώροι περιποίησης βρεφών, με σκοπό την διευκόλυνση σε παιδιά και γονείς.



Φωτογραφία 4.2.2: Χώρος δημιουργικής απασχόλησης αεροδρομίου

Πηγή: <https://www.aia.gr/traveler/airport-information/children-facilities/>

Στον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών, προσφέρονται επί εικοσιτετράωρου ιατρικές υπηρεσίες. Για την αντιμετώπιση έκτακτων περιστατικών βρίσκεται ο πλήρως εξοπλισμένος σταθμός πρώτων βοηθειών ο οποίος λειτουργεί με προσωπικό του ΕΚΑΒ.

Μία επίσης υπηρεσία που προσφέρει το αεροδρόμιο στους επισκέπτες του είναι τα προγράμματα ξενάγησης. Πραγματοποιούνται δύο φορές την εβδομάδα δίωρες, δωρεάν ξεναγήσεις όπου γίνεται περιήγηση στους χώρους του αεροδρομίου (κεντρικός αεροσταθμός, σύστημα διαχείρισης αποσκευών, περιοχή μουσείων, κλπ.) και ακόμη επίσκεψη στο σταθμό της Πυροσβεστικής Υπηρεσίας, όπου διεξάγεται και μία εντυπωσιακή επίδειξη του οχήματος πυρόσβεσης και διάσωσης.

Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών διαθέτει επτά αίθουσες αναμονής διακεκριμένων επιβατών οι οποίες βρίσκονται στο επίπεδο των αναχωρήσεων και λειτουργούν υπό την εποπτεία των αεροπορικών εταιρειών είτε των εταιρειών επίγεια εξυπηρέτησης. Οι εταιρείες οι οποίες διαθέτουν αυτήν την υπηρεσία είναι οι εξής:

Περιοχή εκτός Στένγκεν: Skyserv Handling Services "Αριστοτέλης Ωνάσης", Swissport Executive Lounge, Goldair Handling

Περιοχή εντός Στένγκεν: Aegean Airlines – Club, Goldair Handling, Lufthansa - Business Lounge, Skyserv Handling Services "Μελίνα Μερκούρη"



Φωτογραφία 4.2.3: Αίθουσα αναμονής διακεκριμένων επιβατών της Goldair Handling

Πηγή: <https://www.aia.gr/traveler/airport-information/business-lounges/lounges/>

Το αεροδρόμιο διαθέτει επίσης τραπεζική υπηρεσία στον χώρο των αφίξεων σε περιοχή ελεύθερης πρόσβασης, όπου βρίσκεται η τράπεζα Alpha Bank και ακόμη διαθέτει σε διάφορα σημεία του αεροδρομίου ATMs (Alpha Bank, Piraeus Bank, National Bank, Eurobank, HSBC, Euronet). Επίσης στον επίπεδο των αφίξεων υπάρχει το ταχυδρομείο το οποίο βρίσκεται και αυτό σε περιοχή ελεύθερης πρόσβασης. Ακόμη υπάρχουν τα ανταλλακτήρια συναλλάγματος ONEXCHANGE, τα οποία λειτουργούν όλο το χρόνο και το εικοσιτετράωρο και εξυπηρετούν νομίσματα για πενήντα χώρες.

Στο αεροδρόμιο υπάρχουν διαθέσιμα και αεροταξί για ιδιωτικές πτήσεις αλλά ακόμη και ελικομεταφορές που εξυπηρετούνται από διάφορες εταιρείες.

Εν συνεχεία, η τέχνη και ο πολιτισμός είναι μέρος της φιλοσοφίας του αεροδρομίου, με στόχο τη διατήρηση και την ανάδειξη της πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς της Ελλάδας. Κάθε χρόνο, ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών συνεργάζεται με Ελληνικούς και διεθνείς φορείς και οργανώνει μια σειρά από εκθέσεις και πολιτιστικές δραστηριότητες. Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών φιλοδοξεί να μετατρέψει τη διαμονή των επισκεπτών του σε μια ζωντανή εμπειρία και να προσφέρει έναν εναλλακτικό χώρο, όπου μπορούν να φιλοξενοούνται οι πολιτιστικές εκδηλώσεις της Αθήνας.





#### Φωτογραφία 4.2.4: Χώρος μουσείου του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών

Πηγή: <https://www.aia.gr/company-and-business/press-and-Media/press-office/press-releases/exhibition-at-athens-international-airport-the-new-acropolis-museum-a-destination-in-the-making-may-2008-8211-february-2009>

#### 4.3: Η διοίκηση του αεροδρομίου<sup>1516</sup>

Ο Διεθνή Αερολιμένας Αθηνών (ΔΑΑ), ακολουθεί μία συγκεκριμένη αναπτυξιακή στρατηγική τόσο στο τμήμα των αεροναυτιλιακών όσο και των μη αεροναυτιλιακών δραστηριοτήτων του, με στόχο τη δημιουργία υψηλής αξίας, προσφέροντας υπηρεσίες με άριστη σχέση τιμής-ποιότητας. Ο ΔΑΑ, διασφαλίζει τη βιωσιμότητα και την περαιτέρω ανάπτυξη της εγχώριας και της διεθνούς κίνησης, σε στενή συνεργασία με το σύνολο των αεροπορικών εταιρειών (διεθνείς ή εταιρείες βάσης, παραδοσιακές ή χαμηλού κόστους), προσφέροντας ένα από τα πιο ολοκληρωμένα και καινοτόμα προγράμματα κινήτρων προς τις αεροπορικές εταιρείες διεθνώς. Σε ό,τι αφορά το μη αεροναυτιλιακό κομμάτι, ο ΔΑΑ έχει αναπτύξει μία εκτενή εμπορική δραστηριότητα, προσφέροντας στον κεντρικό αεροσταθμό προϊόντα και υπηρεσίες υψηλού επιπέδου για τον καταναλωτή, ενώ παράλληλα, η εταιρεία αεροδρομίου αναπτύσσει έντονη δραστηριότητα σε τομείς όπως η ανάπτυξη της ακίνητης περιουσίας της, η ανάπτυξη και η εμπορική αξιοποίηση συστημάτων πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών.

Παρακάτω παρουσιάζονται συνοπτικά τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών:

- Εικοσιτετράωρη πρόσβαση σε δύο ανεξάρτητους παράλληλους διαδρόμους

<sup>15</sup> Athens International Airport-Η Εταιρεία αεροδρομίου  
<https://www.aia.gr/el/company-and-business/the-company/the-airport-company/>

<sup>16</sup> Athens International Airport-ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΠΟΙΚΙΝΩΝΙΩΝ  
<https://www.aia.gr/el/company-and-business/commercial-activities/it-and-t>

- Μεγάλη χωρητικότητα και έλλειψη καθυστερήσεων σε αέρα και έδαφος
- Προηγμένη τεχνολογία και εξοπλισμός
- Υψηλά πρότυπα ασφάλειας και προστασίας
- Αποτελεσματικές υπηρεσίες μετεπιβίβασης (transfer) οι οποίες προσφέρουν άνετη και ευχάριστη εμπειρία στους επιβάτες
- Προηγμένες εγκαταστάσεις εμπορευμάτων, όπου τέσσερις εμπορευματικοί σταθμοί λειτουργούν σε εικοσιτετράωρη βάση
- Ευκαιρίες για νέα δρομολόγια και επιπλέον συχνότητες
- Ελκυστικά προγράμματα κινήτρων προς τις αεροπορικές εταιρείες

Ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών έχει στην κατοχή του ένα σημαντικό αριθμό διεθνών διακρίσεων και βραβείων, καθώς το επίπεδο των υπηρεσιών που προσφέρει είναι πολύ υψηλό. Το αεροδρόμιο απασχολεί περισσότερους από 13.000 εργαζόμενους στην ευρύτερη αεροδρομιακή κοινότητα σε περίπου 300 επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο του αεροδρομίου, καθιστώντας έτσι το Ελευθέριος Βενιζέλος έναν από τους μεγαλύτερους μοχλούς απασχόλησης στην Ελλάδα και ένα σημαντικό παραγωγικό κεφάλαιο σε τοπική και εθνική κλίμακα. Το γεγονός τεκμηριώνεται στη μελέτη που πραγματοποίησε το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών το 2013, η οποία εκτίμησε ότι ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών συνεισφέρει στο 2,63% του ΑΕΠ (Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν) της Ελλάδας.

Ως αποτέλεσμα, ο ΔΑΑ από την έναρξη λειτουργίας του το 200, έχει επιτύχει να καταγράψει υγιή οικονομικά αποτελέσματα δημιουργώντας οικονομική και όχι μόνο, αξία για το σύνολο των συμμετοχών του. Παρά τις επιπτώσεις της εγχώριας κρίσης, η εταιρεία αντιμετωπίζει τις νέες προκλήσεις της αγοράς, προστατεύοντας τις οικονομικές επιδόσεις αλλά χωρίς να θέτει υπό αμφισβήτηση την υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών, ούτε την ασφάλεια των αεροδρομιακών επιχειρήσεων. Έτσι, ο ΔΑΑ συνεχίζει να δημιουργεί πρόσθετη αξία και για την εθνική οικονομία, παραμένοντας ένα σημαντικό κεφάλαιο με θετικές μελλοντικές προοπτικές.

Η διοίκηση λοιπόν του αεροδρομίου συμβάλλει για όλα τα παραπάνω. Το κτήριο διοίκησης, βρίσκεται λίγο πριν τον τερματικό σταθμό. Εκεί υπάρχουν διάφορα τμήματα τα οποία συνεισφέρουν στην ορθή και επιτυχημένη λειτουργία του αεροδρομίου.

Αρχικά υπάρχει το τμήμα πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών (IT&T), το οποίο διαχειρίζεται τις υποδομές και παρέχει αξιόπιστες, υπερσύγχρονες, οικονομικά αποδοτικές και πρωτοποριακές υπηρεσίες στους πελάτες του αεροδρομίου. Ως εξουσιοδοτημένος πάροχος, το τμήμα προσφέρει υπηρεσίες στην κοινότητα του αεροδρομίου (αεροπορικές εταιρείες, εταιρείες επίγειας εξυπηρέτησης, επιβάτες, παραχωρησιούχους, κυβερνητικές αρχές, κλπ.), αλλά και ολοκληρωμένες συμβουλευτικές υπηρεσίες σε πελάτες τόσο στον Ελληνικό όσο και στο διεθνή τομέα αερομεταφορών αλλά και στον κλάδο της πληροφορικής.

Στην συνέχεια, υπάρχει το τμήμα ανθρωπίνου δυναμικού (Human Resources), το οποίο είναι υπεύθυνο για τη συνεχή βελτίωση σε θέματα που αφορούν τους εργαζόμενους και πιο συγκεκριμένα για θέματα ανάπτυξης, εκπαίδευσης, στοχοθέτησης και αξιολόγησης. Έπειτα υπάρχει το τμήμα εταιρικής ποιότητας (Corporate Quality Services), το οποίο στοχεύει στην συνεχή βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρει το αεροδρόμιο. Ακόμη υπάρχει το τμήμα του λογιστηρίου (Accounting) και τέλος το τμήμα μάρκετινγκ (Marketing Department).



Φωτογραφία 4.3.1: Κτήριο Διοίκησης Αερολιμένα Αθηνών

## Κεφάλαιο 5: Μέθοδοι τμήματος εταιρικής ποιότητας για τη μελέτη και τη βελτίωση των υπηρεσιών του αεροδρομίου

Το τμήμα εταιρικής ποιότητας, ακολουθεί διάφορες μεθόδους για την συνεχή βελτίωση των υπηρεσιών που προσφέρει το αεροδρόμιο τόσο στους επιβάτες όσο και στους επισκέπτες. Παρακάτω θα παρουσιασθούν και θα αναλυθούν οι δύο μέθοδοι που ακολουθεί το τμήμα για να επιτύχει το στόχο του.

### 5.1: Στατιστικές μετρήσεις

Οι στατιστικές μετρήσεις πραγματοποιούνται στον χώρο του τερματικού σταθμού, επτά ημέρες την εβδομάδα μεταξύ των ωρών 6:00π.μ. και 22:00μ.μ. με την χρήση ενός τάμπλετ, το οποίο περιέχει το ειδικό πρόγραμμα μέτρησης. Με το πρόγραμμα αυτό γίνεται μέτρηση του χρόνου αναμονής του επιβάτη, δηλαδή του χρονικού διαστήματος που μεσολαβεί από τη στιγμή που ο επιβάτης βρίσκεται στη γραμμή μέχρι να φτάσει στο σημείο εξυπηρέτησης.

Αρχικά γίνεται μία προετοιμασία στο γραφείο του τμήματος, όπου εκτυπώνονται οι ώρες των πτήσεων εντός του οχταώρου του εργαζομένου που πραγματοποιεί τις μετρήσεις. Καταγράφονται αναλυτικά οι ώρες των αναχωρήσεων κάθε εταιρείας και ακόμη οι ώρες με την μεγαλύτερη κίνηση στις αφίξεις αλλά και στον έλεγχο αποσκευών και διαβατηρίων. Οι μετρήσεις πραγματοποιούνται αρχικά στα ταμεία που τσεκάρουν οι βαλίτσες και τα εισιτήρια (check-in), όπου γίνεται μέτρηση σε όλες τις αεροπορικές εταιρείες που τσεκάρουν. Έπειτα μετρούνται τα ταμεία που εκδίδουν τα εισιτήρια (ticketing), τα σημεία ελέγχου των αποσκευών και των επιβατών (security control), τα σημεία ελέγχου των διαβατηρίων των επιβατών (passport control) και τέλος

γίνεται μέτρηση και στην ουρά των ταξί που εξυπηρετούν τους επιβάτες (taxi queues). Οι μετρήσεις εξαρτώνται από τον αριθμό επιβατών που διακινεί η κάθε εταιρεία και ο αριθμός των μετρήσεων αντιπροσωπεύει την επιβατική κίνηση.

Μεταξύ της εταιρείας του αεροδρομίου και ιδιωτικών εταιρειών, έχουν υπογραφεί συμφωνίες παροχής επίγειας εξυπηρέτησης (ground handlers). Οι εταιρείες αυτές είναι η Goldair, η Swissport και η Skyserv. Αυτές οι εταιρείες διαχειρίζονται τις αεροπορικές εταιρείες, όπου η κάθε μία έχει συγκεκριμένες.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι πιο πολυσύχναστες εβδομαδιαίες πτήσεις που αναχωρούν από το αεροδρόμιο της Αθήνας.

<b>Θέσ</b>	<b>Πόλη</b>	<b>Χώρα</b>	<b>Εβδομαδιαίες Πτήσεις</b>
1	Θεσσαλονίκη	Ελλάδα	106
2	Σαντορίνη	Ελλάδα	85
3	Λονδίνο	Ηνωμένο Βασίλειο	76
4	Ηράκλειο	Ελλάδα	72
5	Παρίσι	Γαλλία	63
6	Μύκονος	Ελλάδα	62
7	Ρώμη	Ιταλία	61

8	Κωνσταντινούπολη	Τουρκία	55
9	Λάρνακα	Κύπρος	49
10	Χανιά	Ελλάδα	43

Πίνακας 5.1.1: Πολυσύχναστες εβδομαδιαίες πτήσεις από το αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος

Πηγή:

[https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής\\_Αερολιμένας\\_Αθηνών\\_«Ελευθέριος\\_Βενιζέλος»](https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής_Αερολιμένας_Αθηνών_«Ελευθέριος_Βενιζέλος»)

Για να υπάρχει σωστό δείγμα από κάθε αεροπορική εταιρεία, πρέπει αρχικά μέσα στο οχτάωρο εργασίας, εάν μία εταιρεία έχει πάνω από μία πτήσεις, να παρθεί δείγμα από κάθε πτήση. Επίσης όταν μία εταιρεία ξεκινάει δύο ώρες περίπου πριν την αναχώρηση, την διαδικασία του τσεκαρίσματος (check-in), πρέπει να μετρηθεί η αναμονή των επιβατών στην αρχή του check-in, στην μέση της διαδικασίας και προς το τέλος. Κάθε αεροπορική εταιρεία έχει ξεχωριστή ουρά για την οικονομική θέση και άλλη για την επαγγελματική (economy, business). Η ιδανική αναλογία μετρήσεων είναι για κάθε τρεις έως πέντε οικονομικές μετρήσεις, μία επαγγελματική ανά πτήση.

Στις μετρήσεις στον χώρο του check-in υπάρχουν πολλοί διαχωρισμοί, μπορεί αρχικά να γίνει μοναδιαία μέτρηση είτε μέτρηση μίας ουράς ατόμων. Επίσης μία μέτρηση θα διαχωριστεί ανάλογα με τον προορισμό της πτήσης, εάν είναι δηλαδή εντός Ελλάδας (domestic) ή εξωτερικού (international). Άλλος ένα διαχωρισμός, είναι εάν οι επιβάτες έχουν να παραδώσουν βαλίτσα (baggage drop off) ή έχουν μόνο χειραποσκευή (hand baggage). Τελευταίος διαχωρισμός είναι εάν η μέτρηση είναι σε ουρά οικονομικής θέσης (economy) είτε επαγγελματικής (business).

Υπάρχουν κάποιες ειδικές περιπτώσεις εταιρειών (αμερικάνικες και ισραηλινές) που χαρακτηρίζονται ως υψηλού κινδύνου (high risk) και ακολουθούν μία διαφορετική διαδικασία κατά το check-in, κάτι που επηρεάζει την μέθοδο μετρήσεων. Σε αυτές τις εταιρείες πριν φτάσει ο επιβάτης στο ταμείο για να τσεκάρει, γίνεται ένας έλεγχος και μία ταυτοποίηση στοιχείων (profiling) του κάθε επιβάτη από υπαλλήλους της εκάστοτε εταιρείας και στη συνέχεια ο επιβάτης συνεχίζει στην σειρά του προς το ταμείο. Στην μέτρηση λοιπόν υπολογίζεται και ο χρόνος της ταυτοποίησης του επιβάτη.

Στις μετρήσεις στα εκδοτήρια εισιτηρίων (ticketing), στον έλεγχο αποσκευών και επιβατών (security control) και στα ταξί (taxi queues) η μέθοδος που ακολουθείτε για τις μετρήσεις είναι η ίδια με το check-in, δηλαδή γίνονται μετρήσεις ουρών με πολλά άτομα και μοναδιαίες. Στις μετρήσεις στον χώρο ελέγχου των διαβατηρίων μετρούνται μόνο ουρές και όχι μοναδιαίες και ο διαχωρισμός γίνεται με το εάν οι επιβάτες είναι στην ουρά των Ευρωπαϊκών διαβατηρίων (EU) ή των μη Ευρωπαϊκών διαβατηρίων (non EU).

Όλες οι μετρήσεις μετά την ολοκλήρωσή τους στέλνονται αυτόματα σε μία βάση δεδομένων. Για να υπάρχει ολοκληρωμένο δείγμα, ο επιθυμητός αριθμός μετρήσεων μέσα σε μία ημέρα είναι από εβδομήντα έως εκατό. Κάθε μήνα πρέπει να υπάρχουν συνολικά τουλάχιστον χίλιες μετρήσεις για να βγουν τα στατιστικά των εταιρειών.

## 5.2: Διαχείριση παραπόνων

Το αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος, με την βοήθεια του τμήματος εταιρικής ποιότητας δίνει την δυνατότητα στους επιβάτες και επισκέπτες του αερολιμένα να εκφράσουν την γνώμη τους για τις υπηρεσίες που προσφέρονται μέσα από το έντυπό “Η γνώμη σας μετράει”, “Your opinion counts”. Το έντυπο είναι διαθέσιμο τόσο στα ελληνικά όσο και στα αγγλικά και μπορεί εύκολα να το βρει κάποιος, καθώς υπάρχει σε πολλά σημεία του αεροδρομίου, σε ελεύθερες και μη περιοχές. Στην παρακάτω φωτογραφία παρουσιάζεται το εξώφυλλο του εντύπου και η πίσω όψη του.



Φωτογραφία 5.2.1: Το εξώφυλλο και η πίσω όψη του εντύπου “Η γνώμη σας μετράει”

Πηγή: Υλικό από τμήμα εταιρικής ποιότητας Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών

Για την σωστή διαχείριση των παραπόνων, υπάρχουν κάποιες κύριες εργασίες που εκτελούνται. Αρχικά η συλλογή των εντύπων, έπειτα η διαλογή και η αρίθμηση τους, στην συνέχεια η καταχώρηση των στοιχείων, η σύνταξη των απαντήσεων, η εκτύπωση και η αποστολή υπόλοιπων γραμμάτων και τέλος η αρχειοθέτηση.

Αρχικά η συλλογή των εντύπων γίνεται τόσο από τον εσωτερικό χώρο του αεροδρομίου στο MTB (Main Terminal Building-Κύριος Τερματικός Σταθμός) όπου υπάρχουν δεκαέξι σταντ όσο και στον εξωτερικό χώρο του πάρκινγκ όπου υπάρχουν συνολικά άλλα δεκαοχτώ κουτιά παραπόνων. Τα φυλλάδια και από το MTB και από το πάρκινγκ συλλέγονται κάθε εβδομάδα και συγκεκριμένα κάθε Τρίτη.



Υπάρχουν διάφοροι τύποι σχολίων. Αρχικά μπορεί να είναι θετικά ή αρνητικά, μπορεί να περιέχουν κάποιες προτάσεις για την βελτίωση των υπηρεσιών και επίσης υπάρχουν σχόλια από τις υπηρεσίες και τους φορείς του αερολιμένα. Ένας αρχικός διαχωρισμός που γίνεται στα παράπονα είναι σε τρεις κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία είναι τα Reply, δηλαδή αυτά τα οποία περιέχουν στοιχεία του ατόμου που το συμπλήρωσε και έτσι μπορεί να δοθεί απάντηση. Έπειτα είναι τα No Reply, στα οποία δεν αναγράφονται τα στοιχεία του ατόμου και έτσι δεν μπορεί να δοθεί απάντηση. Τέλος η τρίτη κατηγορία είναι τα Throw away, τα οποία δεν περιέχουν στοιχεία του ατόμου αλλά ούτε κάποιο σχόλιο είτε το σχόλιο περιέχει υβριστικό περιεχόμενο και έτσι αυτά τα έντυπα δεν κρατούνται.

Για την διαλογή των παραπόνων, αφού έχει γίνει το πρώτο βασικό βήμα που προαναφέρθηκε, τα παράπονα χωρίζονται σε παράπονα μόνο με θετικά σχόλια, σε αυτά που έχουν μόνο με συμπληρωμένο το ερωτηματολόγιο και μετά όλα τα υπόλοιπα. Τα παράπονα τοποθετούνται στο ντοσιέ με την εξής σειρά : Θετικά σχόλια, σχόλια μόνο με ερωτηματολόγια, λοιπά σχόλια και τέλος No reply (αυτά που δεν παίρνουν απάντηση). Κάθε έντυπο έχει τον δικό του αριθμό (ID number).

Στην συνέχεια αφού πάρει κάθε έντυπο σφραγίδα από το πρωτόκολλο (DCC, Document Control Center), γίνεται η καταχώρηση των στοιχείων των ατόμων που συμπλήρωσαν τα έντυπα. Η καταχώρηση γίνεται σε μία ειδική βάση δεδομένων (πρόγραμμα Oracle) όπου αποθηκεύεται η ημερομηνία του κάθε παραπόνου με τα ακριβή στοιχεία του ατόμου που το συμπλήρωσε, εάν αυτά αναγράφονται.

Το επόμενο βήμα είναι η σύνταξη των απαντήσεων. Απάντηση παίρνουν πάντοτε όλοι όσοι έχουν αφήσει τα στοιχεία τους και ο χρόνος απόκρισης είναι επτά ημερολογιακές ημέρες και για τα κοινωνικά μέσα (π.χ. Facebook) η απόκριση είναι άμεση από το τμήμα του μάρκετινγκ. Σε περιπτώσεις καταγγελιών δίνεται πάντα προτεραιότητα. Για τον τρόπο που θα δοθεί η απάντηση παίζει ρόλο εάν στα στοιχεία του ατόμου υπάρχει το e-mail του, τότε η απάντηση θα δοθεί μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Εάν υπάρχει μόνο η διεύθυνση κατοικίας, τότε η απάντηση θα δοθεί ταχυδρομικώς. Τα

γράμματα αυτά πριν σταλούν παίρνουν υπογραφές από τους αρμόδιους, βγαίνουν φωτοαντίγραφα, τα οποία παίρνουν σφραγίδα από το πρωτόκολλο (τμήμα DCC) και έπειτα στέλνονται. Τέλος, τα φωτοαντίγραφα των απαντήσεων των παραπόνων που σφραγίστηκαν, αρχειοθετούνται και αποθηκεύονται.

Στις παρακάτω φωτογραφίες παρουσιάζονται τα έντυπα που βρίσκονται τόσο στον τερματικό σταθμό όσο και στο πάρκινγκ του αεροδρομίου, στα ελληνικά αλλά και στα αγγλικά.

**Θα ήθελα να σας ενημερώσω ότι:**

1. Στο πλαίσιο της συνεργασίας μας με άλλες τράπεζες της αερολιμένας «ωστόσο με την παρουσία βελτίωσης των παραπόνων υπηρεσιών και εγκαταστάσεων κατασκευάζονται σε μορφή βόλερ στην εφαρμογή φορέα/πρωτόκολλο, αλλά τα πάντα που τους αφορούν αποκλειστικά με σκοπό τη γνωστοποίησή τους, αλλά και για αξιολόγηση με βάση παραπάνω κριτήρια από το ΔΣΑ σύμφωνα με όσα κι αν αναφέρεται σχετικά κλπ.

2. Το ποσό σας στέλνεται με χρηματοκάρδι επί τηρείται και αδειάζεται με σκοπό την επικοινωνία προς τους κλάμ υπηρεσιών ή/και προέγουν του αερολιμένα.

**Το επώνυμό σας**  
 Ο κλάμ/Καταστάσεις/Αίτιες στέλνεται και σφραγίζεται μόνο με σκοπό μόνο και αποκλειστικά σκοπό στέλνεται σε τον κλάμ με παραπάνω πληροφορίες από τα κλάμ με σκοπό (\*)

Κύριος  Κική

Επίθετο\*

Όνομα\*

Ημερομηνία γέννησης:

Διαμονή\*

Πάρε\*  Τοποθεσία κλάμ\*

Μάρκα\*

Τηλέφωνο

Ηλεκτρονική διεύθυνση / e-mail

Επιθύμι  Ενοικιαστή

Αεροπορική εταιρεία\*  Αε. Πτήσης\*

Πύλας από / προς\*

Ημερομηνία\*  Ώρα\*

Αε. από κλάμ της αερολιμένας για την Προστασία Διαφορών Πελατών/Καταστάσεις (DCC) 2012-1977, και σφραγίζεται αποκλειστικά σκοπό στέλνεται σε τον κλάμ με σκοπό (\*)

**Τα στοιχεία σας**  
 Παρακαλώ συμπληρώστε με σαφήνεια τους στοιχείους ε κλάμ της καταστάσεως ή/και να βελτίωση. Η ημερομηνία από τα κλάμ σας είναι κρίσιμη στην προσεχώς μας με καλύτερη εξυπηρέτηση.

**Η άποψή σας**  
 Παρακαλώ αξιολογήστε το αεροδρόμιο για κάθε μία από τις παρακάτω παραμέτρους εξυπηρέτησης και πείτε σημαντική είναι η κάθε μία από τις παρακάτω υπηρεσίες στη συνολική αξιολόγηση του αερολιμένα για τους. Όταν μας κρίνεται με κριτηριακό, παρακαλώ συμπληρώστε όσο το δυνατό πιο αναλυτικά τους λόγους, στην παραπάνω χώρο σχολίων.

**ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΗΤΑ**

Πολύ καλή  Καλή  Μέτρια  Κακή  Πολύ κακή

Πολύ σημαντική  Σημαντική  Αδιάφορη

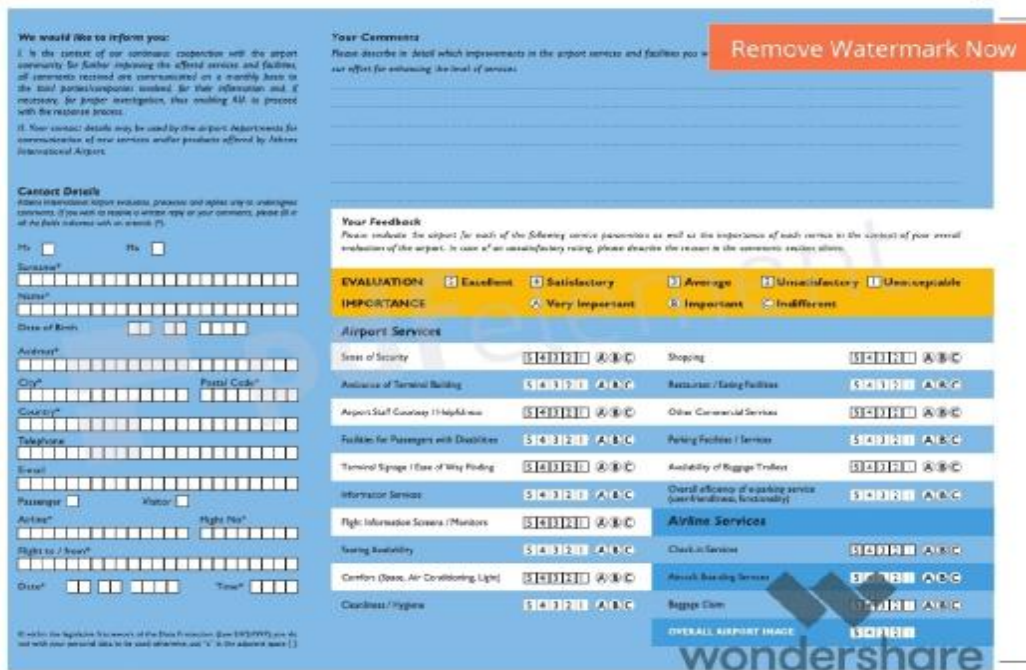
**Υπηρεσίες Αεροδρομίου**

Αίσθηση ασφαλείας	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D	Καταστήματα	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D
Τιμή αίσθησης στην αερολιμένα	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D	Επισκόπηση	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D
Εξυπηρέτηση / Πληροφορίες προσωπικό	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D	Αίθουσα, Τραπεζα, Υγιεινή	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D
Υποδοχή εξυπηρέτηση υπηρεσιών αεροπλάνου	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D	Καφέ / Τραπεζα, καθαριότητα	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D
Εξυπηρέτηση / Προσωπικό	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D	Επίπεδο καθαριότητας μεταφοράς αποσκευών	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D
Υπηρεσίες εξυπηρέτησης	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D	Ενηλίκων στατιστικά/προσωπικό της υπηρεσίας (αερολιμένα, μεταφορές, λειτουργία)	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D
Πύλας / Όθλος πληροφοριών πτήσεων	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D	<b>Υπηρεσίες Αεροπορικών Εταιρειών</b>		
Επίπεδο καθαριότητας	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D	Υπηρεσία Αίθουσας Καταστάσεως	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D
Άνεση (Καφέ, εξυπηρέτηση, καθαριότητα)	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D	Υπηρεσία αποθήκευσης / αποθήκευσης	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D
Καθαριότητα / Υγιεινή	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D	Παρεχόμενα αποσκευών κατά την πτήση	<input type="radio"/> 5 <input type="radio"/> 4 <input type="radio"/> 3 <input type="radio"/> 2 <input type="radio"/> 1	<input type="radio"/> A <input type="radio"/> B <input type="radio"/> C <input type="radio"/> D

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ ΑΕΡΟΛΙΜΕΝΑ  5  4  3  2  1

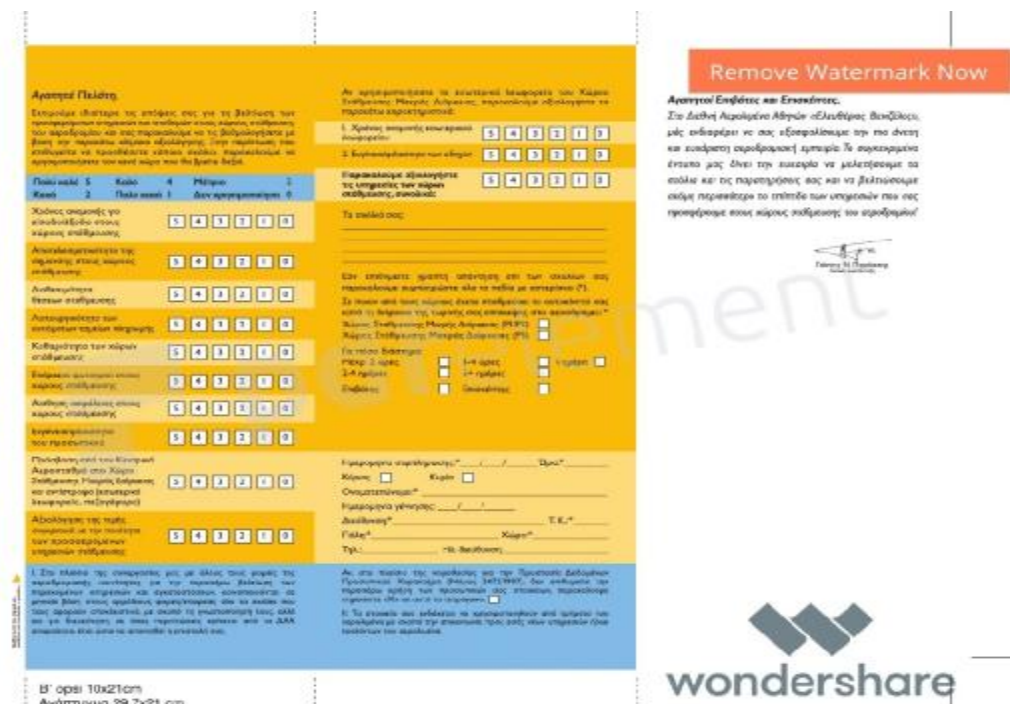
Φωτογραφία 5.2.2: Έντυπο σχολίων για τον εσωτερικό χώρο του αερολιμένα “Η γνώμη σας μετράει” στα ελληνικά

Πηγή: Υλικό από τμήμα εταιρικής ποιότητας Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών



Φωτογραφία 5.2.3: Έντυπο σχολίων για τον εσωτερικό χώρο του αερολιμένα “Your opinion counts” στα αγγλικά

Πηγή: Υλικό από τμήμα εταιρικής ποιότητας Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών



Φωτογραφία 5.2.4: Έντυπο σχολίων για τα πάρκινγκ του αερολιμένα “Η γνώμη σας μετράει” στα ελληνικά

**Remove Watermark Now**

**Dear Customer,**

We highly appreciate your feedback for improving the parking services and facilities at Athens International Airport, and we kindly ask you to rate them based on the following evaluation scale. In case of additional comments, please use the adjacent free space.

Excellent 5	Satisfactory 4	Average 3	Unsatisfactory 2	Unacceptable 1	Did not use 0
Quoting this while using/signaling the parking area					
Efficiency of signaling within the parking area					
Availability of parking spaces					
Flexibility of assistance per occasion					
Cleanliness of parking areas					
Adequacy of lighting					
Sense of security within the parking areas					
Characteristics/features of parking staff					
Access from the Main Terminal to the long-term Parking areas B and C via walkways (Parking shuttle bus, pedestrian bridge)					
"Value for money" offered by the airport parking facilities					

B' opai 10x21cm  
Ανάτυγμα 29.7x21 cm

**If you have used the parking shuttle bus, please rate the following:**

1. Waiting time for parking shuttle bus:

2. Courtesy of parking shuttle bus drivers:

**Based on your experience, please evaluate the airport parking facilities overall:**

**Your comments:**

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

If you wish to receive a written reply on your comments please fill in all the fields indicated with an asterisk (\*).

Which of the two parking areas did you use for your current visit to the airport?\*

Short-term Parking (SPW)  Long-term Parking (PL)

For how long?  Up to 2 hours  3-4 days  3-4 hours  5 days  1 day

Passenger  Visitor

Date of comments: \* / / Year\* \_\_\_\_\_

Mr.  Ms.

Name/Surname\* \_\_\_\_\_

Date of birth: \* / / \_\_\_\_\_ Postal Code\* \_\_\_\_\_

Address\* \_\_\_\_\_ City\* \_\_\_\_\_ Country\* \_\_\_\_\_

Tel. \_\_\_\_\_ E-mail address \_\_\_\_\_

We would like to thank you also:  
1. While the framework of our continuous cooperation with the Airport Management for the improving the services and quality issues of comments received are demonstrated on a monthly basis to the responsible team participants for their knowledge and cooperation, if necessary to be replied to by AIA.  
2. Your contact details may be used by the airport's departments for the improvement of new services and/or products offered by Athens International Airport.  
3. Unless you indicate otherwise on the Data Protection form (2020/01), you do not wish your personal data to be used otherwise, you can in the adjacent box

Φωτογραφία 5.2.5: Έντυπο σχολίων για τα πάρκινγκ του αερολιμένα “Your opinion counts” στα αγγλικά

## Κεφάλαιο 6: Συμπέρασμα πτυχιακής εργασίας για το τμήμα εταιρικής ποιότητας

### 6.1 Ο ρόλος του τμήματος στις υπηρεσίες του αεροδρομίου

Το τμήμα εταιρικής ποιότητας, έχει καταφέρει μέσα στα χρόνια της λειτουργίας του αεροδρομίου Ελευθέριος Βενιζέλος, να εντοπίζει και να διαχειρίζεται τα προβλήματα που προκύπτουν στην ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρονται στους επιβάτες και επισκέπτες. Συμβάλλει στην ορθή και ομαλή λειτουργία του αερολιμένα καθώς στοχεύει στην συνεχή βελτίωση των υπηρεσιών με διάφορες μεθόδους.

Ο ρόλος του τμήματος λοιπόν είναι πολύ σημαντικός και πρωτεύων για το αεροδρόμιο. Μέσα από την συνεργασία του με όλα τα τμήματα του αεροδρομίου, καταφέρνει να έχει εικόνα για την εξυπηρέτηση των επιβατών και επισκεπτών και να μαθαίνει μέσω της διαχείρισης παραπόνων την γνώμη του κόσμου για τις υπηρεσίες που προσφέρονται.

Με την συμβολή λοιπόν του τμήματος, μπορούν να εντοπισθούν και να διαχειριστούν τυχόν προβλήματα στις υπηρεσίες του αερολιμένα και ακόμη να προβάλλονται καινούργιοι τρόποι βελτίωσης των υπηρεσιών.

## Βιβλιογραφία

Βιβλία:

Ελληνική:

- ∅ Κατσώνη Κων. Βασιλική (Copyright 2012), *Αεροπορικές Μεταφορές και Τουρισμός*
- ∅ Πασχαλούδης Δημήτρης (1<sup>η</sup> έκδοση: Σεπτέμβριος 2009), *Μάρκετινγκ: Όσα πρέπει να γνωρίζετε και δεν έχετε ρωτήσει*, Αθήνα: Εκδόσεις Κρητική ΑΕ
- ∅ Σιώμκος Ι. Γεώργιος, Ph.D (Β Έκδοση 2003), *Εισαγωγή στο στρατηγικό μάρκετινγκ*, Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλη Α.Ε.
- ∅ Πρωτοπαπαδάκης Ν. Ιωάννης, (Έκδοση Μάιος 2013), *Μάρκετινγκ Υπηρεσιών Εφαρμογή στον Τουρισμό*, Εκδόσεις Σταμούλη
- ∅ Ανδριώτης Κωνσταντίνος, (Έκδοση Οκτώβριος 2007), *Μάρκετινγκ Τουριστικών Επιχειρήσεων*, Εκδόσεις Σταμούλη
- ∅ Λέκκας Σ. Αθανάσιος, (Έκδοση 1997), *Αεροδρόμιο Λειτουργία και εξυπηρέτηση πελατών*, Εκδόσεις Έλλην
- ∅ Χυτήρης Λ., Άννινος Λ., (Έκδοση 2015), *Διοίκηση και ποιότητα υπηρεσιών*, Αθήνα: Εκδόσεις Σύνδεσμος Ελληνικών Ακαδημαϊκών Βιβλιοθηκών
- ∅ Σίσκος Γιάννης, Γρηγορούδης Βαγγέλης, (Έκδοση 01/01/2005), *Ποιότητα υπηρεσιών και μέτρηση ικανοποίησης του πελάτη*, Εκδότης Εκδόσεις Νέων Τεχνολογιών

Ξένη:

- ∅ Stephen J. Page, (1<sup>η</sup> έκδοση 2003), *Εισαγωγή στον τουρισμό, το τουριστικό μάνατζμεντ στον 21<sup>ο</sup> αιώνα*, Αθήνα 2006: Εκδόσεις Παπαζήση ΑΕΒΕ

Ηλεκτρονικές Πηγές:

- Ø Μάρκετινγκ-Εκπαίδευση και δια βίου Μάθηση  
<https://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/3116/912.pdf> (last accessed 19/04/2017)
- Ø 2.1 Η έννοια της ποιότητας-Serresbiz  
[www.serresbiz.com/bic/el/projects/quality/files/7.htm](http://www.serresbiz.com/bic/el/projects/quality/files/7.htm) (last accessed 20/04/2017)
- Ø ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΠΟΙΟΤΗΤΑ-My website-ΠΡΟΦΙΛ  
<http://prosperity.com.gr/arthra/ti-einai-poioteta/> (last accessed 20/04/2017)
- Ø Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος»-Βικιπαίδεια  
[https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής\\_Αερολιμένας\\_Αθηνών\\_«Ελευθέριος\\_Βενιζέλος»](https://el.wikipedia.org/wiki/Διεθνής_Αερολιμένας_Αθηνών_«Ελευθέριος_Βενιζέλος»)  
(last accessed 02/05/2017)
- Ø Αεροδρόμιο Ελληνικού: σύντομη ιστορική αναδρομή  
[www.dimitriskaranikolas.gr/main.asp-ElementId=67941.htm](http://www.dimitriskaranikolas.gr/main.asp-ElementId=67941.htm) (last accessed 02/05/2017)
- Ø Athens International Airport-Traveller  
<https://www.aia.gr/el/traveler/airport-information/baggage-services/>  
(last accessed 05/05/2017)
- Ø Athens International Airport-Traveller  
<https://www.aia.gr/el/traveler/airport-information/children-facilities/>  
(last accessed 05/05/2017)
- Ø Athens International Airport-Traveller  
<https://www.aia.gr/el/traveler/airport-information/health-facilities/>  
(last accessed 08/05/2017)
- Ø Athens International Airport-Traveller  
<https://www.aia.gr/el/traveler/airport-information/hospitality-services/>  
(last accessed 08/05/2017)
- Ø Athens International Airport-Traveller  
<https://www.aia.gr/el/traveler/airport-information/business-lounges/lounges/>  
(last accessed 08/05/2017)
- Ø Athens International Airport-Traveller  
<https://www.aia.gr/el/traveler/airport-information/bank-and-post/>  
(last accessed 08/05/2017)
- Ø Athens International Airport-Traveller  
<https://www.aia.gr/el/traveler/airport-information/currency-exchange/>  
(last accessed 08/05/2017)



- ∅ Athens International Airport-Traveller  
<https://www.aia.gr/el/traveler/airport-information/air-transport-services/air-taxi/>  
 (last accessed 08/05/2017)
- ∅ Athens International Airport-Traveller  
<https://www.aia.gr/el/traveler/airport-information/air-transport-services/helicopters/>  
 (last accessed 08/05/2017)
- ∅ Athens International Airport-Traveller  
<https://www.aia.gr/el/traveler/airport-information/art-and-culture/>  
 (last accessed 08/05/2017)
- ∅ Athens International Airport-Η Εταιρεία αεροδρομίου  
<https://www.aia.gr/el/company-and-business/the-company/the-airport-company/>  
 (last accessed 08/05/2017)
- ∅ Athens International Airport-ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΠΟΙΚΙΝΩΝΙΩΝ  
<https://www.aia.gr/el/company-and-business/commercial-activities/it-and-t>  
 (last accessed 08/05/2017)
- ∅ Διεθνής Αερολιμένας «Ελευθέριος Βενιζέλος»  
[www.aia.gr/userfiles/1c1ae135-47ac-4976-86p4/ArticleTsapalas.doc](http://www.aia.gr/userfiles/1c1ae135-47ac-4976-86p4/ArticleTsapalas.doc)  
 (last accessed 09/05/2017)
- ∅ «Η συμβολή των αερομεταφορών στον Τουρισμό»  
<http://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/5317/Dimitroulas.pdf?sequence=2>  
 (last accessed 18/05/2017)
- ∅ Τουρισμός – Βικιπαίδεια  
<https://el.wikipedia.org/wiki/Τουρισμός> (last accessed 18/05/2017)
- ∅ Metaforespress-MMM-Αεροπορικά-Σιδηροδρομικά-Αυτό/δρομοι  
<https://www.metaforespress.gr/aeroporika/oi-προταγωνιστές-του-ελ-βενιζέλος/>  
 (last accessed 29/05/2017)
- ∅ TravelDailyNews Greece & Cyprus  
<http://traveldailynews.gr/news/article/55936> (last accessed 29/05/2017)
- ∅ Food For Thought  
<http://foodforthought.gr/category/corporate-identity/care4bag.html> (last accessed 29/05/2017)
- ∅ Athens International Airport-Traveller



<https://www.aia.gr/company-and-business/press-and-Media/press-office/press-releases/exhibition-at-athens-international-airport-the-new-acropolis-museum-a-destination-in-the-making-may-2008-8211-february-2009> (last accessed 29/05/2017)

Ø Στο κόκκινο - 105,5 FM

<http://www.stokokino.gr/article/7621/Ergazomenoi-sto-aerodromio-Ergasiako-Ntaxaou-sto-El-Benizelos> (last accessed 30/05/2017)

Ø TravelDailyNews Greece & Cyprus

<http://traveldailynews.gr/columns/article/2661> (last accessed 30/05/2017)