

# بررسی اثرات آمیخته بازاریابی بر کسب و کارهای فرودگاهی با تاکید بر رشد گردشگری و توسعه اقتصادی منطقه

## مقاله پژوهشی

یوسف نوری\*، دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور، آذربایجان شرقی، ایران  
زین العابدین رحمانی، استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور ساری، ساری، ایران  
\*پست الکترونیکی نویسنده مسئول: y.noori@airport.ir و nooriyosef@gmail.com

دریافت: ۹۷/۰۸/۲۷ - پذیرش: ۹۸/۰۲/۰۴

صفحه ۱۳۲-۱۲۱

### چکیده

حمل و نقل هوایی به خاطر جایگاه ویژه اش از منظر اقتصادی و گردشگری، زیربنایی ترین مولفه چرخه تولید در توسعه کشورها بوده و با ارائه راهکارها و ترکیب مناسبی از آمیخته بازاریابی می توان با تصویر سازی، ذهنیت پروری و جایگاه سازی، ضمن ایجاد تعامل بین سازمان های مرتبط، به فعالیت های ترویجی، تبلیغی و توسعه محصول گردشگری پرداخت. این مطالعه با جستجو در تحقیقات انجام یافته از سال ۱۳۸۵ تاکنون در خصوص گردشگری، در پایگاه های اطلاعاتی گوگل، جهاد دانشگاهی، اخبار و انتشارات، مجلات و نشریات داخلی و ماهنامه های آماری شرکت فرودگاه ها و ناوبری هوایی ایران با تمرکز بر کلمات کلیدی با هدف بررسی تاثیر کسب و کارهای موجود در صنعت هوانوردی بر توسعه گردشگری انجام گرفته، نتایج نشان داد که وجود فاصله مکانی فرودگاه ها با زیر ساخت پیشرفته، تکنولوژی مدرن و مجهز از یک طرف و ایمنی، راحتی و سهولت تردد با هواپیما در کنار شرکت های هواپیمایی از طرف دیگر، با استفاده از عناصر آمیخته بازاریابی گردشگری و بخصوص تبلیغات، ضمن توسعه صنعت گردشگری و رونق بخشی به اقتصاد منطقه باعث وجود آمدن کسب و کارهای تازه ای از قبیل شرکت های هواپیمایی کم هزینه شده که این کسب و کار نوپا با اثر کاهشی بر هزینه های تمام شده مسافران و گردشگران، در کنار ترمینال های مجهز و پیشرفته و با همکاری شرکت های هواپیمایی با ناوگان مناسب به چرخه اقتصادی و توسعه پایدار کشور رونق بخشیده و بهترین گزینه برای جایگزینی درآمدهای نفتی می باشد.

واژگان کلیدی: آمیخته بازاریابی، حمل و نقل هوایی، شرکت های هواپیمایی کم هزینه، گردشگری، کسب و کار

### ۱-مقدمه

طوری که در اکثر کشورهای فاقد منابع زیرزمینی، عامل کسب سود چشمگیر از ناحیه جذب گردشگر در استفاده صحیح از این زیر ساخت بوده است (نجف، ۱۳۹۵). حمل و نقل پدیده ای پیچیده و پویا بوده که ریشه های حیات اقتصادی بشری از رشته های مختلف آن تغذیه کرده و درجه اعتلای عصر کنونی را با پارامترهای توسعه این بخش و میران بهره وری افراد یک کشور از امکانات صنعت حمل و نقل آن کشور می سنجند. امروزه صنعت حمل و نقل یکی

صنعت حمل و نقل از اصلی ترین معیارهای پیشرفت در رشد و توسعه کشورها بوده و به عنوان یکی از شاخص های مهم در بررسی توسعه یک کشور تلقی شده و به زیر شاخه های دریایی، زمینی، هوایی و ریلی تقسیم می شود. در این بین شبکه حمل و نقل هوایی از منظر سیاسی، اقتصادی و اجتماعی دارای جایگاه ویژه بوده و به منزله نیروی محرکه سایر قسمت ها تلقی شده و با توجه به روند روبه رشد این صنعت، نیازمند سرمایه گذاری مناسب در این حوزه بوده به

توسعه نیز به عنوان یکی از پویاترین فعالیت های اقتصادی و پر درآمدترین صنایع جهان در عصر حاضر به شمار رفته و بخش قابل توجهی از درآمدهای ارزی کشورها را به خود اختصاص می دهد. اگر کشوری به دنبال بازارهای جدید و سهم بیشتری از بازار جهانگردی باشد، بایستی براساس اصول علمی و مطالعات و تحقیقات میدانی نشأت گرفته از اقتصاد سیاسی و تجارت گام بردارد. هدف گردشگران از سفر به نقاط گوناگون بهره مندی از جاذبه‌هایی بوده که در مقاصد گردشگری نهفته اند و در این بین اینترنت و تبلیغات دهان به دهان از بازیگران اصلی میدان در اطلاع رسانی محسوب می‌شوند (بیدختی و همکاران، ۱۳۸۹). گردشگری با دارا بودن ارکان مهمی از قبیل جاذبه‌های گردشگری منطقه، خدمات ارائه شده در آن منطقه و وضعیت تسهیلات موجود به صورت یک رشته علمی و تخصصی درآمده است (فرجی راد، آقاجانی، ۱۳۸۸). پیشرفت اقتصادی هر کشوری با میزان کارایی سیستم حمل و نقل آن رابطه مستقیم داشته و از آنجایی که، حمل و نقل هوایی به عنوان یکی از شاخه های سیستم حمل و نقل، دارای نقش بسیار مهمی در توسعه اقتصادی، اجتماعی، صنعتی و گردشگری است، بنابراین توجه به این صنعت لازم و ضروری بوده (سقای، ۱۳۸۸) و میل به جهانگردی و دیدن اماکن تفریحی، زیارتی عاملی برای سفر و رونق حمل و نقل هوایی شده و به علت جایگاه ویژه ای که جهانگردی بین‌المللی داشته، عدم توسعه و پیشرفت آن باعث بروز مشکلات کشورهای در حال توسعه در زمینه های گردشگری خارجی می‌شود (شیرازی نیا، رشیدی شریف آباد، ۲۰۱۶). حمایت همه جانبه از این صنعت در راستای پوشش‌دهی به خدمات گردشگری و توریسم می‌تواند جایگزین مناسب و بهتری برای درآمدهای نفتی باشد.

گردشگر شده عبارت است از کسی است که به قصد تجارت و دیدار خویشان به طور موقت در فاصله زمانی یک روز تا یک سال به مکانی خارج از حوزه زندگی و کاری خود سفر کند (تولایی، ۱۳۸۸). تعریف سازمان جهانی گردشگری از گردشگر عبارت است از کسی است که به قصد گذراندن اوقات فراغت کسب و کار و اهداف دیگر برای مدتی کمتر از یک سال متوالی خارج از اقامتگاه معمول خود به سر برد (رنجبران و زاهدی، ۱۳۸۹). از تحقیقات انجام شده در زمینه تأثیر صنعت حمل و نقل هوایی بر صنعت گردشگری در کشورهای توسعه یافته می‌توان به موارد زیر اشاره کرد: چاین، جوهان و تای (۲۰۰۱) در مقاله‌ای به نقد و بررسی وضعیت خطوط

از اجزای مهم اقتصاد ملی محسوب شده و به عنوان یکی از ملزومات اساسی توسعه صنعت گردشگری امکانات دسترسی گردشگران به جاذبه‌ها را مهیا می‌سازد (براتی و عابدی درچه، ۲۰۱۵). در عصر کنونی در روابط بین کشورها، تبادل فرهنگی، نمایش قدرت‌های اقتصادی و توسعه، صنعت هوایی نقش بسیار مهمی داشته و از لحاظ موقعیت جغرافیایی ایران، به عنوان قطب اصلی حمل و نقل منطقه‌ای، نقش ترانزیتی مهمی را دارد (دادرس و دوستدار، ۱۳۹۳). حمل و نقل هوایی با نقش کلیدی که با بهره گیری از امکاناتی نظیر بهترین مسیر، ایمنی راه ها و سرعت جابجایی مسافری و کالا با حفظ حداقل زمان و هزینه در توسعه اقتصادی کشور بازی می کند، باعث توجه به حمل و نقل هوایی شده است. این صنعت در هر منطقه و کشوری جنبه استراتژیک داشته و امروزه آن را به عنوان یکی از پایه‌های اساسی توسعه متوازن و پایدار کشورها می دانند. از ویژگی های اقتصادی حمل و نقل هوایی تاثیرگذاری آن بر روی دیگر صنایع به ویژه گردشگری است (قادری و حقیقی، ۱۳۸۹). به خاطر ارتباط تنگاتنگ گردشگری و حمل و نقل هوایی، نزدیک به ۴۰ درصد از گردشگران بین المللی از طریق مسیر هوایی سفر می کنند، در حالیکه در سال ۱۹۹۰ این بخش ۳۵ درصد مسافران را شامل می‌شد (وب سایت شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران). بعد از ارتباطات دیپلماسی و ایجاد دفاتر کنسولی در روابط بین کشورها، شرکت‌های هواپیمایی هستند که حرف اول را می‌زنند. اجازه نشست و برخاست هواپیما و ایجاد کریدور (راه هوایی) پل ارتباطی بین دو کشور و مهمترین راه ارتباطی بین ملتها و دولت‌ها در جهت توسعه اقتصادی، فرهنگی و مذهبی می باشد (رحمان سرشت، ۱۳۸۹). امروزه صنعت گردشگری و توریسم حتی در میان کشورهای در حال

## ۲- پیشینه تحقیق

در طبقه بندی فعالیت های اقتصادی که توسط سازمان ملل انجام شده، حمل و نقل شامل حمل بار و مسافر از طریق جاده، راه آهن، کشتی، هواپیما و لوله است. همچنین تأسیسات حمل و نقل نظیر ترمینال‌ها، راه‌ها، فرودگاه‌ها، پل‌ها، پارکینگ و اجاره انواع وسایل : نقلیه نیز در زمره این بخش قرار می‌گیرد (سقای، ۱۳۸۸). بنابراین، برای شناخت مسایل مربوط به حمل و نقل توجه به شاخه‌های آن (راه آهن، جاده، راه‌های هوایی و آبی) ضروری است. نخست باید دانست چه کسی را گردشگر می‌گویند. تعریفی که از

پروازهای فرودگاه مهرآباد در توسعه فعالیت‌های اقتصادی و صنعتی تهران تأثیر مثبت دارد (سقای، ۱۳۸۸). وی همچنین به نتیجه تحقیقات مهرانی و راه چمنی اشاره کرده که می‌توان با برنامه ریزی و اجرای دقیق مدیریت بازاریابی تا حدود زیادی، درآمد ارزی گردشگری را افزایش داده، درآمدهای خارجی را متنوع نموده و منطقه را از آسیب پذیری ناشی از نوسانات قیمت نفت حفظ کرد. توجه به نگرش‌های متنوع بازاریابی می‌تواند راه حلی برای افزایش جذب گردشگران باشد. نظریان و همکاران در مقاله‌ای نقش حمل و نقل هوایی در توسعه صنعت توریسم با تأکید بر فرودگاه بین‌المللی ارومیه را بررسی نموده و به این نتیجه رسیده‌اند که حمل و نقل هوایی از بعد ایمنی، آسایش و راحتی، سرعت و گنجایش، منظم بودن برنامه‌ریزی و سرویس‌دهی، سهولت استفاده و قیمت از نظر گردشگران و مسافران در سفرهای بین‌المللی جایگاه ویژه‌ای داشته و فرودگاه‌ها از نظر کاربری، مکان‌های مناسبی برای تبادلات اقتصادی و فرهنگی و گردشگری نقش مهمی را ایفا نموده و با جلب سرمایه‌گذاری اقتصادی و صنعتی تا ابعاد زیادی موجب افزایش بازده اقتصادی در زمینه جابه‌جایی کالا، افراد، متخصصین و تجهیزات در کوتاه‌ترین زمان می‌شوند (قادری و حقیقی، ۱۳۸۹).

بیدختی و همکاران در مقاله‌ای به بررسی آمیخته بازاریابی راهبردی در صنعت گردشگری سمنان پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که از صنعت گردشگری به‌عنوان یکی از مهمترین منابع درآمدی و بازدهی اقتصادی روزافزون جهان یاد شده و از جمله عواملی که می‌تواند صنعت گردشگری را توسعه و بهبود بخشد، بکارگیری ابزارها و پارامترهای اثرگذار بازاریابی و مدیریت تقاضای گردشگری است و اگر به صورت عملی و اصولی به هر یک از عناصر آمیخته بازاریابی گردشگری توجه گردد، سهم بازار گردشگری استان افزایش یافته، از مرحله معرفی به مراحل بعدی چرخه حیات مناطق گردشگری گام برداشته و از منافع اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی گردشگری بهره‌مند می‌گردد (بیدختی و همکاران، ۱۳۸۹).

سقای هم چنین در مقاله‌ای به تأثیر صنعت حمل و نقل هوایی بر توسعه گردشگری مشهد پرداخته و به این نتیجه رسیده است که فرودگاه مشهد طی سال‌های ۸۵-۸۰ بیشترین تأثیر را بر توسعه فعالیت‌های گردشگری مشهد داشته و با توجه به روند رو به رشد گردشگران مذهبی، تقاضا برای سفر با هواپیما به مقصد مشهد افزایش یافته و از بین عوامل مؤثر (فعالیت‌های اقتصادی، صنعتی،

هوایی آسیا از لحاظ تصمیمات سرمایه‌گذاری، سودمندی و بقاء خطوط هوایی پرداخته و به این نتیجه رسیدند که جهت تغییر و تحول اقتصادی، خطوط هوایی آسیا احتیاج به سرمایه‌گذاری و خرید هواپیماهای مدرن دارند. تحقیقی که توسط فن‌جیون چین، فاهویی وانگ و یولیو (۲۰۰۴) در خصوص ارائه الگوهای جغرافیای حمل و نقل مسافران هوایی در چین انجام شده، براساس این الگو استان‌های چین به استان‌های صنعتی، اقتصادی، گردشگری و عادی تقسیم و برای هراستان مرکز پروازی خاصی در نظر گرفته شده و نتیجه این تحقیق مشخص کرد که با اجرای این الگو ارتباط هوایی بین استان‌های چین براساس نوع فعالیت آنها مشخص می‌شود. بیگر و ویتمر (۲۰۰۶) در بررسی دیدگاه‌ها و چالش‌های صنعت هوایی و گردشگری برای مقصد، توسعه صنعت هوایی و توریسم را کاملاً به همدیگر مرتبط دانسته و ضمن آن که شرکت‌های هواپیمایی بایستی با مدنظر قراردادن این ارتباط به دقت کسب و کار خود را تجزیه و تحلیل نمایند دولت نیز با اطلاع از این رابطه باید به یکپارچه‌سازی سیاست‌های حمل و نقل - گردشگری بپردازد. آذربورن (۲۰۱۳) در مقاله‌ای به چالش‌های پیش روی شرکت‌های هواپیمایی در سال ۲۰۱۳ پرداخته و به ترتیب: بهبود بهره‌وری، امنیت، ارتباط اینترنتی داخل پروازها، ایمنی در پروازها، نسل جدیدی سوخت هواپیماها، هوای پاک (زندگی سبز)، طراحی نوآورانه هواپیما، تقاضای مصرف‌کننده و رضایت در پرداخت، ارتقا و اداره فرودگاه‌ها و خطوط هوایی و بالاخره یافتن نیروی کار و کارمندان توانمند را از عمده‌ترین چالش‌های پیش روی ایرلاین‌ها در سال ۲۰۱۳ دانسته و معتقد هست که باید شرکتها خودشان را با سیستم‌های تازه و تکنولوژی مدرن بروز رسانی کنند تا بتوانند در عرصه رقابت از دیگران عقب نیفتاده و بازار کار را از دست ندهند. هوپر (۲۰۰۸)، در مقاله‌ای دیدگاه‌های رقابت و قانون زدایی در خطوط هندوستان را بررسی و به این نتیجه رسیده است که ورود هواپیماهای جدید به ناوگان هوایی هند و رقابت بین شرکت‌های هوایی، در رونق صنعت حمل و نقل هوایی هند و جذب گردشگر تأثیر مثبت داشته است. در جمهوری اسلامی ایران نیز تحقیقات بیشتری در رابطه با تأثیر حمل و نقل هوایی بر صنعت گردشگری انجام شده که به شرح ذیل اشاره می‌شود: سقای در مقاله‌ای تأثیر فرودگاه مهرآباد را بر توسعه فعالیت‌های اقتصادی، صنعتی و گردشگری تهران بررسی نموده و به این نتیجه رسیده است که

مراجعه به سازمان ها، مراکز مرتبط داده ها و آماری و استفاده از مدل SWOT انجام شده به این نتیجه رسیدند که حمل و نقل هوایی از بعد ایمنی، آسایش و راحتی، سرعت و گنجایش، منظم بودن برنامه ریزی و سرویس دهی، سهولت استفاده و قیمت از نظر گردشگران و مسافران در سفرهای بین المللی جایگاه ویژه ای داشته و ترمنال های فرودگاه ها نیز با داشتن کسب و کارهای داخل آن مکان های مناسبی برای تبادلات اقتصادی و فرهنگی و گردشگری نقش مهمی را ایفا می نمایند (نظریان، قادری و حقیقی، ۱۳۸۹). کسب و کارهای موجود مثل خرده فروشی ها، رستوران، فروشگاه های تخفیف دارو ... ضمن ارتقای کیفی خدمات ارائه شده به مسافران و گردشگران و جلب رضایت، باعث تمایل آنها به استفاده روز افزون از این صنعت شده و فرودگاه ها و شرکت های هوایمی با ناوگان مناسب موجب جلب سرمایه گذاری اقتصادی و صنعتی و افزایش بازده اقتصادی در زمینه جابه جایی کالا، افراد، متخصصین و تجهیزات در کوتاهترین زمان میشوند. دوری منطقه از پایتخت و قابلیت انجام انواع پروازهای داخلی و خارجی و پذیرش هواپیماهای مختلف نقطه قوت فرودگاه ها بوده و میزان استفاده از خدمات فرودگاهی و رونق گردشگری را افزایش داده ولی عدم وجود فضای رقابتی و نبود پروازهای کافی به کشورهای همسایه ضعف این صنعت را نشان می دهد. در بررسی های انجام یافته سقایی، با بررسی تاثیر فرودگاه مهرآباد بر توسعه فعالیت اقتصادی، صنعتی و گردشگری، ضمن موثر دانستن عامل فاصله بر میزان سفرهای هوایی، فعالیت صنعتی منطقه نیز بیشترین تاثیر را بر تعداد پروازهای مقصد داشته است (سقایی، ۱۳۸۸). در مطالعه دیگری، سقایی به تحلیل نقش عامل فاصله در تقاضای سفرهای هوایی به مشهد استفاده از مدل رگرسیون و مدل سری زمانی پرداخته و عامل وجود فاصله بین مشهد و سایر شهرهایی که طی سال های فوق به مشهد پرواز داشته اند را در تقاضای سفرهای هوایی به شهر مشهد موثر دانسته و با استفاده از مزایای این تحقیق و پیش بینی حجم مسافران در سالهای بعدی، اعلام داشته تجهیز امکانات و زیر ساختها، باعث رونق گردشگری و تمایل استفاده از مسافران از این صنعت شده و قطب زیارتی بودن مشهد، وجود مکان های دیدنی نقطه قوت توسعه گردشگری در منطقه محسوب می شود (سقایی، ۱۳۹۱). احمدآخوندی و مجتهدی نیا (۱۳۹۲) در مطالعه ای به بررسی مدل استراتژی شرکت های Low Cost برای شرکت های ایرانی با تاثیر

گردشگری و فاصله) بر تقاضای سفرهای هوایی به مشهد، عوامل فاصله و تقاضای سفر برای انجام فعالیت های گردشگری بیشترین تاثیر را داشته است (سقایی، ۱۳۹۱). براتی و عابدی درچه با بررسی نقش فرودگاه ها و حمل و نقل هوایی در توسعه پایدار صنعت گردشگری، نتیجه گرفتند که وابستگی دو صنعت حمل و نقل هوایی و گردشگری زیاد بوده و باعث پیشرفت و توسعه فزاینده هم می شوند (براتی و عابدی درچه، ۱۳۹۳). شیرازی نیا ورشیدی شریف آباد، با بررسی نقش طراحی فرودگاه در توسعه اقتصادی، اجتماعی و گردشگری به این نتیجه رسیدند که با توجه به ارتباط ناگسستگی این دو صنعت حمل و نقل هوایی و گردشگری، و سیستم حمل و نقل مثل قلب گردشگری بوده و با توسعه اقتصادی و اجتماعی و گردشگری هر منطقه ارتباط مستقیم دارد (شیرازی نیا و رشیدی شریف آباد، ۱۳۹۵). در ادامه مطالعات انجام شده در میهن اسلامی چندین مورد پایان نامه کارشناسی نیز در این زمینه توسط جمعی از دانشجویان دانشگاه غیر انتفاعی شیخ بهایی، گروه جهانگردی به اتفاق سقایی در طی سال های ۱۳۸۸ و ۱۳۸۹ انجام گرفته که ذیلا آنها را مرور می کنیم: ایزدی در پایان نامه اش، به بررسی تاثیر پروازهای داخلی فرودگاه شیراز بر توسعه فعالیت های اقتصادی، صنعتی و گردشگری شیراز پرداخته و تاثیر فرودگاه شیراز در توسعه فعالیت های گردشگری شیراز را نتیجه گرفته است. رضانی در پایان نامه کارشناسی خود تاثیر فرودگاه اصفهان را بر توسعه فعالیت های اقتصادی، صنعتی و گردشگری اصفهان نتیجه گیری کرده، قربانی در پایان نامه کارشناسی اش به بررسی تاثیر پروازهای بین المللی فرودگاه امام بر توسعه گردشگری خارجی پرداخته و به این نتیجه رسیده است که اکثر گردشگران خارجی از کشورهای سوریه، ترکیه، دبی و آلمان وارد ایران می شوند. مهدیه نیز در پایان نامه خود تاثیر فرودگاه تبریز را بر توسعه فعالیت های اقتصادی، صنعتی و گردشگری شهر تبریز بررسی و به این نتیجه گیری کرده که فرودگاه تبریز نیز با توسعه صنعت گردشگری رابطه مستقیم دارد. دهقان زاد نیز صنعت گردشگری جزیره کیش را در رابط با حمل و نقل هوایی بررسی و نتیجه گرفته که فرودگاه کیش در توسعه گردشگری کیش تاثیر داشته است. زمانی هم در پایان نامه اش تاثیر فرودگاه ساری را بر توسعه فعالیت های گردشگری، اقتصادی و صنعتی استان مازندران بررسی و ارتباط مستقیم آن را با گردشگری نتیجه گیری کرده است (سقایی، ۱۳۹۱). در مطالعه نظریان و همکاران که با

فرودگاهی و چه برای فعالیت گردشگری این است که از تک تک عناصر آمیخته بازاریابی (4p)، بخصوص تبلیغات (هم تبلیغات محیط هوانوردی و فرودگاهی، هم مناطق دیدنی، مذهبی و تاریخی شهرهای کشور) بیشترین بهره را بگیریم. توسعه حمل و نقل هوایی با رونق گردشگری باعث ظهور کسب و کار جدیدی بنام شرکت های هواپیمایی کم هزینه شده و با اثر کاهش در هزینه های مسافران، پیشرفت های فرودگاه های محلی را به وجود آورده و ضمن بهبود جذابیت مقاصد سفر، متقابلاً با جذب خطوط هواپیمایی جدید، چرخ اقتصادی منطقه را به گردش می آورد. این کسب و کار شرکت های هواپیمایی کم هزینه، صنعت هوایی را به سرعت تسخیر کرده و استراتژی های خود را با توجه به مولفه های گوناگون تعریف کرده و مسدول تغییر در قیمت های ادواری بوده که تأثیری بر تقاضا نداشته است. اثر اینترنت نیز بر این نوع فعالیت، هم از لحاظ عرضه و هم تقاضا ثابت شده و مناطقی که دسترسی راحت به اینترنت دارند بهتر می توانند از کاهش قیمت ها با خبر شده و در این فضای رقابتی، منتفع شوند. از آنجایی که هزینه های شرکت های هواپیمایی به دو بخش عملیاتی و غیر عملیاتی تقسیم شده، و بیشترین سهم از آن ها را آیتم های غیر عملیاتی از قبیل: سوخت، کترینگ (پذیرایی)، تعمیر و نگهداری، تامین تجهیزات، هزینه های نشست و برخاست و ... تشکیل می دهند و طبق حسابداری بهای تمام شده، هر کدام از آن ها به نسبتی در این هزینه نهایی سهمی بوده، بنابراین شرکت ها دائماً با نرم افزارهای مربوطه در حال بررسی هزینه ها و قیمت های اعلامی بوده و درگیر کارزار رقابتی در این عرصه هستند. بنا به اعلام سندیکای بین المللی حمل و نقل هوایی (یاتا)، طی یک دهه گذشته درآمدهای این صنعت در سطح جهان دو برابر شده و از ۳۶۹ میلیارد دلار در سال ۲۰۰۴ به ۷۴۶ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۴ رسیده است اما بخش اعظم این رشد به شرکت های هواپیمایی کم هزینه و ارزان مربوط بوده که در حال حاضر ۲۵ درصد از بازار جهانی را در اختیار دارند و در بازارهای نوظهور به سرعت در حال گسترش هستند (دنیای اقتصاد، ۱۳۹۴). با بررسی حمل و نقل هوایی از بعد ایمنی، آسایش و راحتی، سرعت و گنجایش، منظم بودن برنامه ریزی و سرویس دهی، سهولت استفاده و قیمت از نظر گردشگران و مسافران و جایگاه ویژه آن در سفرهای بین المللی به نقش اصلی آن برای تبادلات اقتصادی، گردشگری و فرهنگی پی می بریم. انواع گردشگری بر اساس معیارهای هدف به زیر بخش های: توریسم

۵ عامل رقابتی پورتر پرداخته و پی بردند که با رقابت صورت گرفته در بازار حمل و نقل هوایی که با تصویب قانون آزاد سازی و دخالت کمتر دولت در بازار آمریکا و اتحادیه اروپا طی سه مرحله صورت گرفته، باعث ورود بیشتر شرکت های هواپیمایی و تازه واردان به این صنعت شده و در ایران نیز در صورت اصلاح قانون و مقررات، با توجه به اینکه ایرلاین های ارزان قیمت با تناسب به نوع خدمات ارائه شده، می توانند به بازارهای کوچک کشور نیز دسترسی داشته و به علت ارزان قیمت بودن حمل و نقل هوایی نسبت به ریلی، می تواند گزینه خوبی برای آن باشد. در مطالعه منصوری موید و سلیمانی (۱۳۹۱) از طریق روش تحقیق پیمایشی و یافتن اینکه، اینترنت از نظر گردشگران مهمترین ابزار برای کسب اطلاعات در مورد مقصد بوده و بر تصویر عاطفی گردشگران تأثیر بسزایی داشته، بعد از اینترنت، تبلیغات دهان به دهان و کتابچه های راهنما و مجلات را در رده دوم و سوم اهمیت قرار داده و علیرغم اینکه در میان ابزارهای بازاریابی مختلف بازاریابی، نقش اینترنت را بیشتر از همه دانسته ولی ضعف تبلیغات اینترنتی ایران در حوزه گردشگری، تأثیر بسیار کمی بر گردشگران خارجی دارد (منصوری موید و سلیمانی، ۱۳۹۱). بیگر با یافتن وابستگی و ارتباط مستقیم گردشگری با حمل و نقل هوایی، وجود آگاهی دولت از ارتباط صنایع حمل و نقل هوایی و گردشگری را ضروری دانسته و ظهور کسب و کارهای جدید را در ترکیبی از سیاست های سرمایه گذاری در زمینه هواپیمای پهن پیکر و خطوط هوایی کم هزینه پیش بینی کرده، به شرطی که این سیاست ها باید بازتابی از اهداف اقتصادی استراتژی باشند (بیگر و ویتمر، ۲۰۰۶). فناوری پیوسته بر مسافرت و کسانی که این نوع خدمات را ارائه می دهند اثر گذار بوده و این مسئله به ویژه در رابطه و وابستگی بین سیستم حمل و نقل و سیستم توزیع خدمات و محصولات گردشگری و از سوی دیگر اطلاعات مشتریان کاملاً مشهود می باشد و توزیع قطب های صنعتی، گردشگری، مذهبی، تفریحی در جاهای مختلف کشور و وجود فاصله مکانی بین آنها نیز باعث شده تا تمایل مسافران به استفاده از حمل و نقل هوایی بیشتر شود. از بین عوامل مؤثر (فعالیت های اقتصادی، صنعتی، گردشگری و فاصله) بر تقاضای سفرهای هوایی، عوامل فاصله و تقاضای سفر برای انجام فعالیت های گردشگری بیشترین تأثیر را داشته و این رونق اقتصادی و صنعت گردشگری سبب خروج از اقتصاد نفتی کشور می شود. لازمه رونق دادن به این توسعه چه برای جامعه

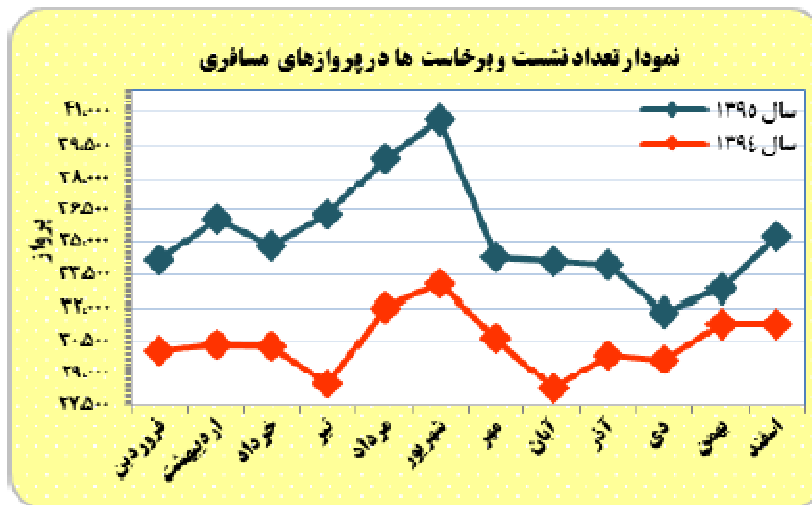
لذا این رضایت مسافران از فضای کسب و کار فرودگاهی باعث می‌شود تا ضمن افزایش ۴۵ درصدی میزان خرید آنها از غرف و اماکن فرودگاهی باعث رونق کسب و کار شود. نیروی انسانی متخصص، متعهد و شاغل در محیط فرودگاهی در کنار زیر ساخت‌های و تجهیزات فرودگاهی، دستگاه‌های ناوبری و هوانوردی با ایفای نقش اساسی در فرایند ثروت آفرینی، از منابع مهم ثروت آفرینی و کسب درآمد می‌باشند. بازار حمل و نقل بعنوان رکن اصلی توسعه پایدار و متوازن در جامعه امروزی بشری، ضمن داشتن ارتباط تنگاتنگ با مولفه های اقتصادی، امنیت و عدالت اجتماعی باعث افزایش میزان ارزش افزوده حمل و نقل شده و تولید ناخالص داخلی را ارتقا داده و طبق مطالعات اخیر و نتایج حاصل از بررسی عوامل داخلی و محیطی موثرصنعت هوانوردی و فرودگاهی بر فعالیت های گردشگری، مطابق نمودار (۱)، به موازات آن که در زیر ساخت های فرودگاهی سرمایه گذاری های خوبی انجام یافته، ضمن تاثیر مستقیم برهمدیگر، بر روند تغییرات صنعت دیگر نیز اثر متقابل داشته و به همراه تقویت عناصر آمیخته بازاریابی باعث افزایش مسافران جابجا شده، رونق گردشگری و اقتصادی منطقه می‌گردند (نوبی، ۱۳۹۶). وجود ترمینال های مجهز و تکنولوژی پیشرفته در فرودگاه های کشور، کسب و کارهای ایجاد شده و کاربری های فعال در آن محیط، از نظر آن که مکان های مناسبی برای تبادلات اقتصادی و فرهنگی و گردشگری بوده، در کنار شرکت های هواپیمایی با ناوگان مناسب موجب جلب سرمایه گذاری اقتصادی و صنعتی شده و افزایش بازده اقتصادی در زمینه جابه جایی کالا، افراد، متخصصین و تجهیزات در کوتاهترین زمان را باعث می‌شود. این ارتقای تکنولوژی و تجهیز سامانه‌های فرودگاهی به آخرین محصولات تولیدی قابل استفاده در فضای فرودگاهی، توافقات حاصله اخیر پس از برجام که در حوزه هواپیمایی رخ داده همگی باعث تقویت این ناوگان هوایی شده و با سهم قابل توجهی که در جابجایی و انتقال مسافران داشته و نتیجه این تغییرات چشمگیر باعث استفاده روزافزون مسافران و گردشگران از این سیستم حمل و نقل شده است.

تفریحی و استفاده از تعطیلات، توریسم درمانی، توریسم فرهنگی و آموزشی، توریسم اجتماعی، توریسم ورزشی، توریسم مذهبی و زیارتی، توریسم بازرگانی و توریسم سیاسی قابل تقسیم است. بر اساس مطالعات ایمان زاده و همکاران (۱۳۹۶)، طی تجربیات زیسته گردشگران پزشکی از درمان در شهرهای تبریز، به این نتیجه رسیده اند ضمن آنکه مهمترین علت سفر به تبریز گردشگران سلامت، تخصص و مهارت بالای پزشکان شهر تبریز بوده، بلکه همجواری و همزبانی برخی از کشورهای همسایه نیز تاثیر گذار می‌باشد. با ترکیب مناسبی از عناصر آمیخته بازاریابی برای صنعت گردشگری می‌توان راهکارهایی را برای افزایش تعداد گردشگران و توسعه و بهبود این صنعت ارائه نمود. در واقع عناصر تشکیل دهنده آمیخته بازاریابی گردشگری نه تنها وسیله ای لازم و مهم برای افزایش تعداد گردشگران به شمار می‌روند، بلکه چنانچه با برنامه ریزی و به طور سیستمی مورد استفاده مسئولان و بازاریابان گردشگری قرار گیرند، می‌توانند نقشی اساسی و ارزنده در ایجاد جایگاه مثبت در ذهن گردشگران به عهده داشته باشند. در واقع نتیجه استفاده درست از عوامل آمیخته بازاریابی گردشگری، تصویرسازی، ذهنیت پروری و جایگاه سازی است. ایجاد جایگاه مناسب در بازار این صنعت میتواند یکی از عوامل مفید و اثر گذار در توسعه گردشگری و افزایش گردشگران مقصد باشد (بیدختی و همکاران، ۱۳۸۹). جایگاه حمل و نقل هوایی در تجارت و بازرگانی بین الملل و حتی درون کشور، جایگاهی در حال رشد بوده و وقتی مساله لجستیک در عرصه های ملی و بین المللی مطرح می‌شود اهمیت آن نمایان می‌گردد. صنعت حمل و نقل هوایی ضمن حرکت رو به جلو به موازات پیشرفت های اخیر حاصله در تکنولوژی، جایگاه عظیمی در پهنای جهانی بدست آورده است و باتوجه به تاثیر پذیری صنایع حمل و نقل هوایی و گردشگری از همدیگر، از ان جایی که فعالیت توریسم و بازار آن از پردرآمدترین صنایع جهان محسوب شده و درصد بیشتری از درآمدهای ارزی یک کشور را به خود اختصاص می‌دهد. بنابراین طبق جایگاه ویژه ای که حمل و نقل هوایی به خاطر ایمنی، راحتی، منظم بودن برنامه ریز و تسریع در جابجایی گردشگران داشته و از بعد ارزیابی قیمت و هزینه‌های پرداختی نزد گردشگران ارجحیت داشته است.

۳- یافته‌ها



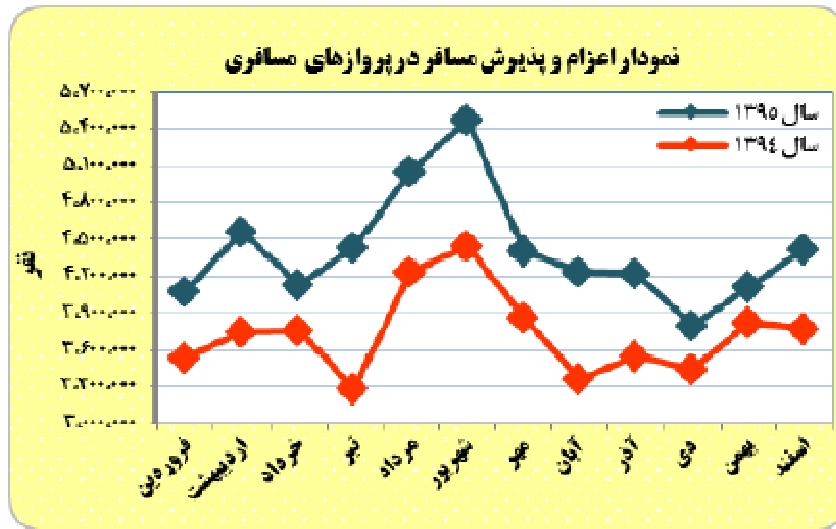
نمودار ۱. تعداد کل مسافر جابجا شده توسط شرکت های هواپیمایی از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۸۷ (نوبی، ۱۳۹۶)



نمودار ۲. مقایسه کل پروازهای انجام یافته در فرودگاه‌های تحت مالکیت شرکت فرودگاه ها و ناوبری هوایی ایران به تفکیک ماهیانه در سالهای ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ (شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران)

مطابق نمودار (۱) این روند رشد روبه جلو در مسافران جابجا شده از طریق حمل و نقل هوایی دقیقاً بیانگر موضوع بوده و از آن جایی که به شکل دایم در حال رشد بوده از سال ۱۹۹۰ تا سال ۲۰۱۲ هر ساله ۴ درصد در تعداد مسافران هوایی جابجا شده رشد داشته است.

طبق آمار موجود در دار (۲) شاهد میانگین رشد ۱۶ درصدی در پروازهای انجام یافته سال ۱۳۹۵ نسبت به سال ۱۳۹۴ بوده ایم (وب سایت شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران). این بازار صنعت هوانوردی با جابجایی بیش از ۴۰ درصد از گردشگران بین‌المللی سهم بسزایی را به خود اختصاص داده و



نمودار ۳. مقایسه مسافران جابجا شده در فرودگاههای تحت مالکیت شرکت فرودگاه ها و ناوبری هوایی ایران به تفکیک ماهیانه در سالهای ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ (شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران)

محصولات تولیدی و بارهای منتقل شده را مطابق آمار موجود در جدول (۱) به موازات افزایش پروازی و مسافری به میزان ۱۳ درصد افزایش داده و سهم قابل توجهی در تولید ناخالص ملی را سبب شده است (دنیای اقتصاد، ۱۳۹۶). قیمت پایین مسافرت هوایی به علت تقاضای مداوم و روبه بالا در طی سال های اخیر به علت امنیت و ایمنی پروازها، یکی از دلایل رشد این جابجایی ها و میزان استفاده گردشگران از این نوع حمل و نقل بوده و از عوامل دیگر در شکوفایی این صنعت به توزیع صنایع داخلی، مناطق دیدنی، تفریحی، زیارتی، قطب های تولیدی و صنعتی در سطح کشور نیز می توان اشاره کرد. سهم مستقیم سفر و گردشگری در تولید ناخالص داخلی و مشاغل جهان در سال ۲۰۱۵ به ترتیب ۲/۲ تریلیون دلار و ۱۰۸ میلیون شغل بوده است. براساس گزارش سالانه شورای جهانی سفر و گردشگری درباره تاثیرات اقتصادی صنعت توریسم، با در نظر گرفتن اثرات گسترده تر این صنعت از جمله نقش غیرمستقیم آن، سهم کل (مستقیم و غیر مستقیم) صنعت سفر در اقتصاد جهانی طی سال ۲۰۱۵، ۷/۲ تریلیون دلار بوده که معادل ۹/۸ درصد از کل تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می دهد (دنیای اقتصاد، ۱۳۹۶).

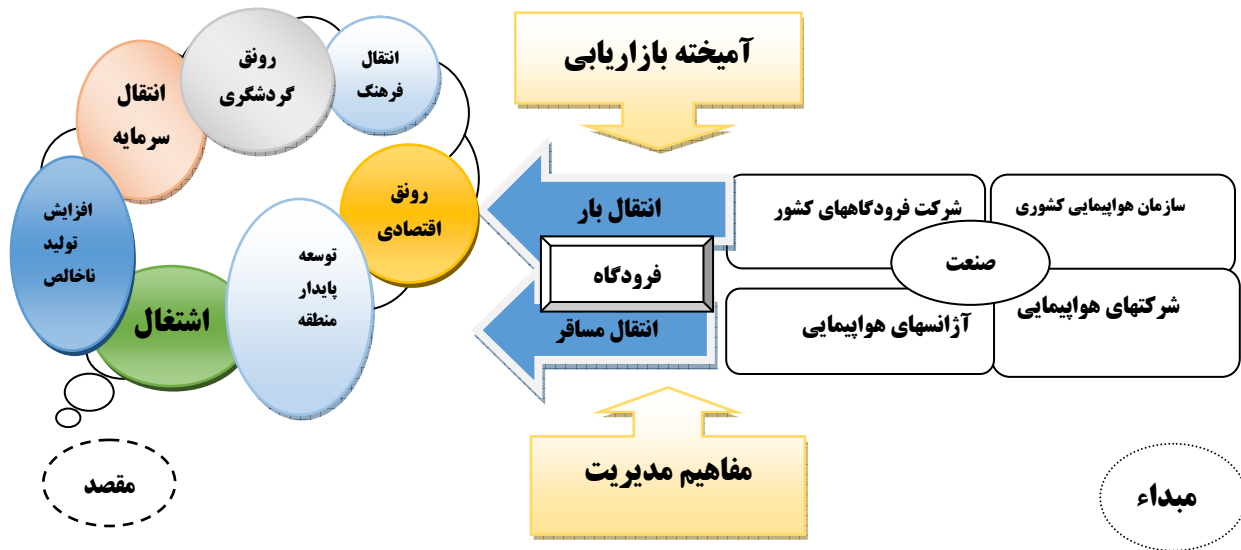
به موازات آن که تعداد پروازها افزایش یافته، طبق نمودار (۳) باعث افزایش میزان مسافران نیز گردیده که خودش بیانگر ظرفیت بالای صنعت هوانوردی بوده و نشانگر استفاده حداکثری از صندلی های فرودگاهی در هر پرواز می باشد. نظر به اینکه هزینه های فرودگاهی، مخصوصاً هوایمایی با اشغال بیشتر صندلی ها به ازای هر نفر در هر ساعت پرواز کاهش یافته و این مسئله هزینه مام شده شرکت های هوایمایی را کاهش می دهد تمایل ایرلاین ها را در استفاده از مسیر و خطوط هوایی ایران افزایش داده و باید از این فرصت استفاده کرده به ترویج موضوع مسافرت های هوایی پرداخته شود. با مد نظر قرارداد این افزایش پروازی و مسافری و کسب و کارهای ایجاد شده، چه آنهایی که بطور مستقیم در محیط فرودگاهی فعالیت می کنند و چه آنهایی که به طور غیر مستقیم در محیط پیرامونی و خارجی فرودگاه از این صنعت منتفع می گردند، باعث اشتغال نیروی کار و افزایش تولید ناخالص ملی شده و رونق اقتصادی منطقه را باعث می گردند. این رونق اقتصادی در کنار زیر ساخت های ایجاد شده در سال های اخیر و فعالیت های تازه فرودگاهی از قبیل کارگو (ترمینال بار هوایی)، مجتمع های رفاهی - تفریحی، هتل های فرودگاهی، غرف و اماکن تجاری داخل ترمینال، ضمن شکوفایی اقتصاد منطقه و صنایع موجود، میزان تولید و در نتیجه جابجایی





سلامت (درمانی) و با تفکیک نوع مسافران، به مشکلات مربوط در هر قسمت رسیدگی شود. متأسفانه با وجود پتانسیل کافی در اکثر شهرهای کشور مثل تبریز، اردبیل، شیراز و مشهد برای گردشگران سلامت به دلیل عدم نظارت کافی از سوی سازمان‌های مربوطه، افراد سودجو با استفاده از این خلاء، با ایجاد جوی ناخوشایند باعث نارضایتی مسافران مذکور شده و به ندرت شاهد مهاجرت گردشگران درمانی به کشورهای همجوار بوده‌ایم و این ذهنیت منفی به دلیل اثرات مخرب تبلیغات سوء به توریست‌های دیگر نیز انتقال می‌یابد.

شرکت‌های هواپیمایی کم هزینه شده و با اثر کاهش در هزینه‌های مسافران، پیشرفت‌های فرودگاه‌های محلی را به وجود آورده و ضمن بهبود جذابیت مقاصد سفر، متقابلاً با جذب خطوط هواپیمایی جدید، چرخ اقتصادی منطقه را به گردش می‌آورد. با بررسی حمل و نقل هوایی از بعد ایمنی، آسایش و راحتی، سرعت و گنجایش، منظم بودن برنامه ریزی و سرویس دهی، سهولت استفاده و قیمت از نظر گردشگران و مسافران و جایگاه ویژه آن در سفرهای بین‌المللی به نقش اصلی آن برای تبادلات اقتصادی، گردشگری و فرهنگی پی می‌بریم. با توجه به تنوع انواع گردشگری از قبیل زیارتی، سیاسی، ورزشی، تفریحی،



شکل ۲. کاربرد مفاهیم و اصول حسابداری در مدیریت فرودگاهی و تاثیر آن بر منطقه

برهمدیگر، متوجه می‌شویم که بر روند تغییرات صنعت دیگر نیز اثر متقابل داشته و به همراه تقویت عناصر آمیخته بازاریابی باعث رونق اقتصادی منطقه می‌گردند. فرودگاه‌ها از با ارزش‌ترین زیر ساخت‌های جوامع پیشرفته محسوب می‌شوند و به دلیل برخورداری از پتانسیل‌های مختلف، در رشد اقتصادی کشورها و کمک به ایجاد توسعه پایدار نقش مهمی دارند و در جهان امروز، آمار ترافیک مسافری فرودگاه‌های هر کشور و حجم جابه جایی بار هوایی بیانگر میزان قدرت اقتصادی و توسعه اقتصادی آن کشور است. وجود فرودگاه در مناطق مختلف، تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم فراوانی بر اقتصاد آن مناطق دارد که اشتغال‌زایی، کمک به رونق و

همچنان که در شکل (۲) می‌بینیم صنعت هوانوردی شامل سازمان هواپیمایی کشوری، شرکت‌های هواپیمایی، آژانس‌های هواپیمایی و شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران بوده و مدیریت فرودگاه‌ها با شرکت فرودگاه‌ها بوده که با کمک ایرلاین‌ها و تامین بلیط توسط آژانس‌ها در کار قوانین سازمان هواپیمایی و سازمان بین‌المللی هوانوردی (ایکائو) به امر انتقال بار و جابجایی مسافران پرداخته و این امر مستلزم پیروی از اصول حسابداری و تئوری‌های مدیریتی امکان پذیر خواهد بود. با بررسی نتایج حاصل از مطالعات گذشته، با ارزیابی اثرات عوامل داخلی و بیرونی موثر صنعت هوانوردی و فرودگاهی بر بازار گردشگری، به تأثیر مستقیم هر دو حوزه

در بازار هوانوردی و ایجاد فضای رقابتی سالم، ضمن همکاری با شرکت همسایه، نسبت به برقراری پرواز در مسیرهای جدید اقدام شود. با تشکیل کمیته مرکب از کارشناسان هر دو حوزه، جاذبه‌های گردشگری، تاریخی، مذهبی با تبلیغات مناسب در پرتابل‌های سازمان‌های مرتبط، برای گردشگران داخلی و خارجی اطلاع رسانی شود. با تعریف سیستم جدیدی از جابجایی مسافران و حمل و نقل ترکیبی، با سهولت تردد مسافران و گردشگران به رشد و توسعه این صنعت و متقابلاً گردشگری کمک شود. تسهیل شرایط سرمایه گذاری توسط بخش خصوصی در حوزه فرودگاهی باعث تقویت این ناوگان شده و میزان رضایت مسافران و گردشگران را باعث می‌شود. ضمن نظارت دقیق بر عملکرد شرکت‌های هواپیمایی، از شرکت‌های کم هزینه در برقراری پرواز برای مسیرهای کوتاه در جهت افزایش انتقال مسافران و گردشگران حمایت شود.

#### ۵- مراجع

- آخوندی، الف. ع. و مجتهدی‌نیا، س.، (۱۳۹۲)، "مدل استراتژیک low cost برای شرکت‌های هواپیمایی ایرانی"، دهمین کنفرانس بین المللی مدیریت استراتژیک، تهران، انجمن مدیریت راهبردی ایران.

- امین بیدختی، ع.، زرگر، م. و نظری، م.، (۱۳۸۹)، "آمیخته بازاریابی راهبردی در صنعت گردشگری"، مطالعات مدیریت راهبردی، ص. ۶۸-۴۹.

- ایمان زاده، ع.، همراه زاده، م.، جعفریان، و جباری، ک.، (۱۳۹۶)، "تجربیات زیسته گردشگران پزشکی از درمان در بیمارستان‌های شهر تبریز"، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال دوازدهم، شماره ۳۷، بهار ۹۶، ص. ۴۶-۲۵.

- براتی، ع.، عابدی درچه، م.، (۱۳۹۳)، "نقش فرودگاه‌ها و حمل و نقل هوایی در توسعه پایدار صنعت گردشگری"، کنفرانس بین المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش‌ها با محوریت کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری.

توسعه‌ی صنعت گردشگری و رونق صنایع و خدمات وابسته از مهم ترین آنهاست. با توجه به بررسی این روند رشد در میزان بار و مسافران جابجا شده، عمده ترین مشکل در صنعت هوانوردی ایران مسئله مقررات داخلی بوده که اگر بازنگری و اصلاحات لازم انجام نیابد همچنان در رقابت با رقیبان قدرتمند منطقه در این بازار عقب خواهیم ماند. با توجه به مدیریت دولتی اکثریت فرودگاه های کشور، اگر به فکر و عملی نمودن واگذاری آنها به بخش خصوصی نباشیم با توجه به موضوع انعطاف پذیری در اجرای قوانین و قیمت گذاری تعرفه‌های فرودگاهی، که باعث ترغیب شرکت‌های هواپیمایی به استفاده بیشتر از بسترهای فرودگاهی کشور می شوند، قدرت انتخاب را از ایرلاین‌ها می‌گیریم و بناچار به سوی رقبای ما هدایت خواهند شد. به علت اینکه بقای شرکت‌های تجاری و هواپیمایی، منوط به کسب سود و افزایش بازدهی بوده و متغیر هزینه نیز در مدیریت مالی آنها از عمده تری پارامترهای تاثیر گذار است لذا اصلاح و تجدید ناوگان ایرلاین ها نیز باعث کاهش هزینه‌های تعمیر و نگهداری شده و سود ایرلاین‌ها را ارتقا می‌دهد. برای افزایش گردشگری و رونق توسعه در اقتصاد منطقه، هم برای بازار فرودگاهی و هم برای فعالیت گردشگری بایستی از تک تک عناصر آمیخته بازاریابی، به ویژه تبلیغات در محیط هوانوردی و فرودگاهی، پورتال‌های سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، سازمان هواپیمایی کشوری برای مناطق دیدنی، مذهبی و تاریخی شهرهای کشور بیشترین بهره گرفته شود. با بررسی مطالعات صورت گرفته و شرایط حاکم بر جو صنایع مذکور به ویژه در دوران پسابرجام پیشنهاد می‌گردد.

بازنگری در قوانین حاکم بر هردو صنعت گردشگری و هواپیمایی و رفع موانع موجود و مقررات زدایی، که باعث حضور رقبای توانمند در این عرصه و تحول بهتر در زمینه ارائه خدمات بهتر می‌گردد. با برنامه ریزی مناسب و استفاده درست از عوامل آمیخته بازاریابی مسافری و گردشگری، با ایجاد جایگاه مناسب در این بازار، سعی در جایگزین کردن آن به جای درآمدهای نفتی شود. با تقویت نقاط قوت صنعت هوانوردی و فرودگاهی و استفاده بهینه از پتانسیل موجود با حمایت از فعالان حوزه گردشگری، به رونق اقتصادی شهر و کشور سرعت داده شود. با حمایت از کسب و کارهای جدید

مطالعات مدیریت گردشگری، سال هفتم، شماره ۱۸، ص. ۹۳-۱۱۰.

-نجف، ح.، (۱۳۹۵)، "حمل و نقل هوایی، نیروی محرکه سایر بخش‌ها" سال، پرتال جامع اطلاعات تخصص صنعت حمل و نقل.

-نظریان، ا.، قادری، ا. و حقیقی، ع.، (۱۳۸۹)، "نقش حمل و نقل هوایی در توسعه صنعت توریسم با تاکید بر فرودگاه بین‌المللی ارومیه"، فصلنامه جغرافیای انسانی، سال دوم، شماره سوم، ص. ۴۴-۲۵.

-نویسی، ر.، (۱۳۹۶)، "نقش حمل و نقل هوایی در توسعه صنعت توریسم"، دهمین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد و مدیریت، رشت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت.

-نوری، ی.، (۱۳۹۶)، "نقش صنعت هوانوردی بر توسعه گردشگری"، همایش توسعه پایدار و بهره‌وری استان آذربایجان شرقی، اهر.

-Chin, Anthony T. H, and John H. Tay, (2001), "Developments in air transport: implication on investment decisions", Profitability and survival of Asian airlines" *Jornal of Air Transport Management* 7(5), pp.319-330.

-Fengjun Jin, and fahui wang, and yu liu, (2004), "Geographic Patterns of Air Passenger Transport in china 1980-1998: Imprints of Economic Growth, Regional inequality, and Network Development". 56(4), pp. 471-487.

-Osborne, C, (2013), "10 challenges for your airline and airport in 2013", January 3, 05:51 GMT (05:51 GMT) | Topic: Innovation, <http://www.zdnet.com/article/10-challenges-for-your-airline-and-airport-in-2013>.

-P. Hooper, (2008), "liberalizing airline completion in India", *Journal of Air Transport management*, 3(1), pp.15-23.

-T. Bieger, A. Wittmer, (2006), "Air transport and tourism-Perspectives and challenges for destinations, airlines and governments" *Journal of Air Transport Management*, 12(1), pp.40-46.

-www.Airport.ir.

-تولایی، س.، (۱۳۸۶)، "مروری بر صنعت گردشگری"، نشر دانشگاه تربیت معلم، نوبت چاپ: اول.

-دادرس، ح.، دوستدار، ر.، ۱۳۹۳، نگرشی بر چالش‌های صنعت حمل و نقل هوایی در جذب توریسم"، اولین همایش ملی معماری، عمران و محیط زیست شهری، همدان، انجمن ارزیابان محیط زیست هگمتانه.

-رحمان سرشت، ح.، (۱۳۸۹)، "توسعه سازمان با برنامه‌ریزی راهبردی با تاکید بر سازمانهای گردشگری"، اقتباس و ترجمه حسین سرشت و غلامرضا جمشیدنژاد. تهران: شرکت چاپ نشر بازرگانی.

-رنجیران، ب.، زاهدی، م.، (۱۳۷۹)، "ترجمه کتاب برنامه‌ریزی توریسم در سطح ملی و منطقه‌ای"، مولف سازمان جهانی جهانگردی، نشر جهاد دانشگاهی، واحد اصفهان.

-روزنامه دنیای اقتصاد، شماره روزنامه ۴۱۸۰، یکشنبه ۷ آبان -سقائی، م.، (۱۳۸۸)، "تحلیلی بر تأثیر فرودگاه مهرآباد بر توسعه فعالیت‌های اقتصادی، صنعتی و گردشگری شهر تهران ۱۳۸۰-۱۳۸۵"، مجله مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، سال اول، شماره ۳، ص. ۱۵۰-۱۳۵.

-سقائی، م.، (۱۳۹۱)، "تحلیلی بر تأثیر صنعت حمل و نقل هوایی بر توسعه گردشگری مذهبی، مورد مطالعه فرودگاه مشهد"، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، شماره ۳، ص. ۸۴-۷۱.

-شیرازی‌نیا، ش و رشیدی شریف‌آباد، س.، (۱۳۹۵)، "نقش طراحی فرودگاه در توسعه اقتصادی، اجتماعی و گردشگری (مطالعه موردی: فرودگاه شیراز)"، سومین کنفرانس بین‌المللی عمران، معماری و شهرسازی، کوالالامپور- مالزی، دانشگاه علم و صنعت واحد نور، دانشگاه IUMW.

-فرجی‌راد، ع.، آقاجانی، س.، (۱۳۸۸)، "تحلیلی نو پیرامون گردشگری و جدیدترین طبقه‌بندی آن"، فصلنامه جغرافیایی سرزمین، دوره ۶، شماره ۳ (پیاپی ۲۳)، پاییز، ص. ۷۲-۶۱.

-منصوری موید، ف.، سلیمانی، س.، (۱۳۹۱)، "ابزارهای بازاریابی و تصویر ذهنی گردشگران از مقصد"، فصلنامه

