

نقش حمل و نقل هوایی در توسعه گردشگری جزیره کیش

علی ساروی

کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

چکیده

امروزه صنعت گردشگری عامل مهم و اساسی برای توسعه و پیشرفت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی مناطق و همچنین یکی از روش‌های پر رونق گذران سالم اوقات فراغت به شمار می‌رود. از طرفی حمل و نقل هوایی که بخش جدایی‌ناپذیر از صنعت گردشگری می‌باشد. طی سالیان اخیر دستخوش تحولات و پیشرفت‌های قابل توجهی شده است و به خوبی این را به اثبات رسانده که هر چه وضعیت حمل و نقل هوایی و زیرساخت‌های فرودگاهی در یک منطقه گردشگری بهتر باشد به تبع آن تعداد گردشگران بیشتری در بازه زمانی کوتاه‌تر در آن منطقه خواهیم داشت. این پژوهش در خصوص نقش حمل و نقل هوایی در توسعه گردشگری جزیره کیش می‌باشد و از آنجاکه جزیره کیش به عنوان قطب گردشگری در ایران شناخته می‌شود و حمل و نقل هوایی نقش بسیار مهمی را در ورود گردشگران به این جزیره ایفا می‌کند و پیشرفت حمل و نقل هوایی و زیرساخت‌های فرودگاهی توسعه گردشگری را به ارمغان می‌آورد؛ سعی کردیم عوامل مؤثر در پیشرفت صنعت گردشگری و حمل و نقل هوایی را بررسی کنیم. پتانسیل‌های جزیره کیش را به وضوح نشان دهیم و از تجارب جهانی برای توسعه گردشگری و ایفای نقش حمل و نقل هوایی برای پیشرفت این صنعت کمک بگیریم و در نهایت راهبردها و سیاست‌هایی را برای رسیدن به حداکثر پتانسیل حمل و نقل هوایی و گردشگری تعریف می‌کنیم و نتایج نشان می‌دهد از جنبه فرهنگی، گردشگری هوایی می‌تواند به حفظ و احیای میراث فرهنگی جزیره کمک کند. افزایش گردشگران باعث افزایش توجه به ارزش‌های فرهنگی و تاریخی منطقه شده و در نتیجه، پروژه‌های حفظ و نگهداری از آثار باستانی و فرهنگی با جدیت بیشتری دنبال می‌شوند. این تحقیق نشان می‌دهد که با بهبود و توسعه زیرساخت‌های حمل و نقل هوایی، می‌توان ظرفیت‌های گردشگری جزیره کیش را به طور قابل توجهی افزایش داد. برنامه‌ریزی‌های استراتژیک برای ارتقای کیفیت خدمات هوایی، گسترش شبکه پروازی و توسعه امکانات فرودگاهی، می‌تواند به جذب بیشتر گردشگران کمک کند.

واژه‌های کلیدی: حمل و نقل هوایی، گردشگری، کیش

۱- مقدمه

نقش گردشگری به عنوان منبع جدیدی برای اشتغال، کسب درآمد، دریافت‌های مالیاتی بیشتر، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه دیگر صنایع می‌شود، در مطالعات متعدد تأیید شده است. رشد روزافزون و شتابنده صنعت گردشگری موجب شده که بسیاری از صاحب‌نظران، قرن بیستم را قرن گردشگری بنامند (کلهری و ورمزیار، ۱۳۹۷). گردشگری صنعتی است که با کمترین سرمایه بیشترین درآمد و اشتغال را نصیب کشور می‌کند زیرا همه چیز از جمله آثار و اماکن باستانی و تاریخی و طبیعی برای این کار در اغلب نقاط کشور وجود دارد. در صنعت گردشگری به ازای ورود هر گردشگر به کشور دستکم ۵ شغل ایجاد می‌شود و میزان اشتغال بخش گردشگری نیز ۱۱/۲ برابر سریع‌تر از سایر بخش‌ها است. اشتغال، درآمد و تفریح از نیازهای اساسی بشر است و همه این‌ها در گردشگری وجود دارد و این صنعت ظرفیت پاسخگویی به همه این‌ها را در اختیار دارد (موحد و همکاران، ۱۳۹۶).

بر اساس گزارش سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل متحد، هوا روش غالب حمل‌ونقل برای گردشگری است و ۵۵ درصد از ورودی‌های گردشگری در سال ۲۰۱۷ را به خود اختصاص داده است. توسعه و رشد حمل‌ونقل هوایی نقش کلیدی در الگوی توسعه گردشگری داشته است. در تمام مناطق بزرگ جهانی سال ۲۰۱۸ چهلمین سالگرد تصویب قانون مقررات زدایی خطوط هوایی در ایالات متحده است که مقررات اقتصادی محدودکننده را از صنعت حمل‌ونقل هوایی بین ایالتی حذف کرد. فرآیندهای مقررات زدایی از بازارهای داخلی و آزادسازی در محیط بین‌المللی برای رشد سریع و مداوم حمل‌ونقل هوایی، تسهیل و امکان دسترسی به انواع بیشتری از بازارهای گردشگری، به سرعت در سراسر جهان ادامه یافته است. سازمان بین‌المللی هوانوردی غیرنظامی (ایکائو) نشان داد که در سال ۲۰۱۷، ۱.۴ میلیارد مسافر با ۳۷ میلیون پرواز در سراسر جهان جابه‌جا شده‌اند و این نشان دهنده افزایش ۷۸ درصدی و ۴۳ درصدی نسبت به سال ۲۰۰۷ (ایکائو ۲۰۰۷، ۲۰۱۶) است (ایسلینگ^۱، ۲۰۲۱).

۲- روش تحقیق

هدف کلی از این پژوهش نقش حمل‌ونقل هوایی در توسعه گردشگری جزیره کیش می‌باشد. پژوهش‌گر در اجرای این تحقیق، متغیرها را دستکاری نکرده و برای وقوع رویدادها شرایطی را به وجود نیاورده؛ بلکه صرفاً پدیده‌های موجود را، آن طور که هست، مورد بررسی و توصیف قرار داده است؛ لذا روش پژوهش بر اساس نحوه گردآوری داده‌ها، از نوع توصیفی می‌باشد. برای سنجش متغیرهای این پژوهش با انتخاب نمونه‌ای که معرف جامعه آماری است و با توزیع پرسشنامه به بررسی مفاهیم پرداخته شده است، بنابراین مطالعه حاضر از لحاظ دسته‌بندی پژوهش‌های توصیفی، از نوع پیمایشی به شمار می‌آید. همچنین پژوهش قصد توسعه دانش برای به کارگیری در یک زمینه خاص را دارد و باتوجه به اینکه فعالان گردشگری، از نتایج این تحقیق می‌تواند به طور مستقیم استفاده نماید، از نوع کاربردی به شمار می‌آید. هدف این نوع تحقیق آزمون مفاهیم نظری در موقعیت‌های مسائل واقعی و حل مشکلات ملموس است و نتایج این تحقیق عینی و مشخص می‌باشد. در این تحقیق، تجزیه و تحلیل داده‌های قبلی (داده‌هایی که برای موضوعات دیگری به جزء موضوع در دست بررسی تهیه شده‌اند) کمک موثری در تعریف مسئله و روش رویکرد به مسئله ایجاد می‌نماید. همچنین قبل از آنکه، طرح تحقیق برای جمع‌آوری داده‌های اولیه، کاملاً مشخص شود، محقق به تجزیه و تحلیل داده‌های قبلی نیازمند است. ریشه اصلی یک سری رفتارها و بازخوردها، شناسایی می‌گردد. از نظر ماهیت، اکتشافی است. با توزیع پرسشنامه براساس مشخصات جمعیت شناختی اعم از جنسیت،

¹ Aisling Reynolds-Feighan

سن، تحصیلات، سابقه کاری و مطرح کردن سوالاتی برای اندازه گیری عوامل درونی نقاط قوت، ضعف، و عوامل بیرونی فرصت و تهدید حمل و نقل هوایی در جهت توسعه گردشگری جزیره کیش پرداخته شده است.

۳- یافته های تحقیق

ماتریس SWOT استراتژی هایی که براساس استفاده از نقاط قوت برای بهره برداری از فرصت ها و استراتژی هایی براساس از بین بردن نقاط ضعف برای بهره برداری از فرصت ها پایه گذاری شده اند که در جدول ذیل ماتریس SWOT جهت برنامه ریزی در صنعت حمل و نقل نشان داده شده است:

جدول ۱. جدول ماتریس SWOT

نقاط قوت	نقاط ضعف
S1: موقعیت مناسب فرودگاه کیش و تجهیزات ناوبری پیشرفته و مناسب در آن. S2: امکان عملیات هر نوع هواپیمای مسافربری و باری در تمام طول سال به صورت تمام وقت S3: چشم انداز بسیاری زیبای فرودگاه بین المللی کیش و فضای سبز اطراف آن S4: یکی از مهمترین مقاصد هوایی کشور ایران S5: وجود چندین منطقه نمونه گردشگری در شهرستان S6: داشتن پرسنل عملیاتی متخصص و ماهر S7: امکان انجام پروازهای بین المللی به تمام نقاط جهان S8: انجام منظم پروازها مسافربری در هر هفته S9: انجام منظم پروازهای باری در هر هفته S10: امکان انجام پروازهای چارتر S11: موقعیت جغرافیایی جزیره کیش S12: آمادگی توسعه بندر جزیره کیش S13: در دسترس بودن زمین برای توسعه پروژه ها در فرودگاه	W1: مقیاس کوچک فرودگاه جزیره کیش W2: هزینه بالای حمل و نقل مسافر و بار W3: کمبود خدمات هواپیمایی W4: وجود تنها یک راه ارتباطی به فرودگاه کیش W5: تعمیر و نگهداری ضعیف بزرگراه های منتهی به فرودگاه W6: همه جاده ها و بزرگراه ها دوقلو نیستند W7: رقابت پایین شرکت های هواپیمایی در این فرودگاه W8: عدم تناسب میان ظرفیت های فرودگاه و ناوگان هوایی W9: نداشتن پایانه بار W10: کمبود برقراری پرواز به کشورهای همجوار با وجود پتانسیل بالای مسافر W11: عدم برقراری پرواز به مراکز عمده توریستی کشور W12: کمبود پرسنل تخصصی عملیاتی W13: عدم و یا مشکل تهیه بلیت در روزهای خاص W14: کمبود وسایل و امکانات سرگرم کننده مسافران در داخل ترمینال ها

W15: عدم وجود رستوران و صنایع دستی در فرودگاه		
W16: ضعف زبان پرسنل فرودگاه در برقراری ارتباط با مسافری بین‌المللی		
W17: عدم مکان انجام پروازهای تجاری مانند تاکسی هوایی		
W18: عدم حاکمیت در جزیره کیش و عدم همکاری شهرداری و دولت‌های ارشد		
W19: مالکیت‌های مختلف جزیره کیش		
W20: محدودیت‌های حمل‌ونقل هوایی در جزیره کیش		
W21: گزینه‌های ضعیف حمل‌ونقل هوایی به جزیره کیش		

فرصت‌ها	استراتژی تهاجمی (SO)	استراتژی محافظه کارانه (WO)
O1: وجود جمعیت بالای متقاضی گردشگری به جزیره کیش O2: وجود آموزشگاه خلبانی فوق سبک در فرودگاه O3: وجود ظرفیت‌های خالی در فرودگاه و توجه به تقاضاها و نیازها O4: وجود بزرگترین و به روزترین مراکز خرید O5: وجود بزرگترین و به روزترین مراکز تفریحی، استراحتی O6: همجواری و همبستگی زبانی، اعتقادی با کشورهای همسایه و امکان ایجاد پرواز به آن کشورها O7: ایجاد پایانه بار در فرودگاه کیش O8: مراجعه شهروندان کشورهای همجوار جهت خرید کالاها و بازدید از مراکز تفریحی به کشور ایران O9: سیاست دولت برای توسعه	SO1: ارائه امکانات حمل‌ونقل ویژه و تجهیزات پیشرفته ناوبری به متقاضیان گردشگری به جزیره کیش SO2: همکاری نزدیک با کشورهای همسایه جهت برقراری تورهای دو طرفه SO3: بهره‌گیری از میراث طبیعی، تاریخی، فرهنگی بسیاری غنی جزیره برای توسعه گردشگری داخلی و بین‌المللی به ویژه کشورهای همجوار و افزایش همکاری‌های جزیره با کشورهای همسایه در زمینه صنعت حمل‌ونقل هوایی SO4: وجود یک شرکت هواپیمایی فعال با ناوگان مناسب به‌طور اختصاصی در جزیره برای جلب سرمایه‌گذاری اقتصادی SO5: توجه ویژه به ارائه خدمات نوین و فناوری‌های جدید به ویژه در امر رزرواسیون در تهیه بلیت و تاسیسات توریستی SO6: نمایش مکان‌های تفریحی توریستی جزیره توسط مانیتورهای مستقر در ترمینال‌های فرودگاه SO7: تشویق بخش خصوصی داخلی و خارجی به	WO1: توسعه کترینگ هوایی و شبکه رستوران‌های معروف در پروازها WO2: مشارکت شرکت‌های هواپیمایی در امدادرسانی‌های سریع هوایی در امور غیر منتظره که جزو خدمات منحصر به فرد هوایی است. WO3: خرید هواپیماهای نو با کمک سرمایه‌گذاران خارجی WO4: الگوبرداری از شرکت‌های هوایی موفق در صورت رفع تحریم‌ها WO5: ارائه خدمات مناسب و در نظر گرفتن حق انتخاب برای آنها WO6: تخصیص اعتبار و بودجه برای ایجاد و ساخت راه‌های ارتباطی جذاب برای فرودگاه و ایجاد منابع برای حفظ و نگهداری از آنها WO7: اعزام کارشناسان داخلی به کشورهای توسعه یافته جهت

الگوپردازی و بهینه‌سازی	سرمایه‌گذاری توریستی از طریق حمایت‌های دولتی SO8: تصویب قوانین حمایتی از سرمایه‌گذاران خارجی جهت سرمایه‌گذاری در خطوط تازه تاسیس SO9: تولید صنایع جدید بر پایه خصوصیات هواپیمائی مانند صادرات ملی و جهانی گل و گیاه و یا صنایع دستی از جزیره ST10: بهره‌برداری و حفظ و نگهداری صحیح از تجهیزات و تاسیسات احداث شده و جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به منظور توسعه آنها	زیرساخت‌ها در منطقه جزیره کیش O10: امکان خرید و نگهداری هواپیما توسط شرکت‌های خارجی O11: بهبود استانداردهای ساخت فرودگاه‌ها برای افزایش طول عمر خدمات هواپیمایی O12: نوآوری‌های فناورانه O13: رشد و توسعه صنعت گردشگری در جزیره کیش O14: صرفه‌جویی در هزینه و آسیب کمتر به جاده‌ها به دلیل وجود حمل‌ونقل هوایی
تهدیدها	استراتژی رقابتی (ST)	استراتژی دفاعی (WT)
T1: عدم توسعه صنعت گردشگری در استان هرمزگان و جزیره کیش T2: اختلاف و عدم هماهنگی در بین آژانس‌های مسافرتی T3: عدم توجه مسئولین صنعت هوانوردی در ملزم نمودن شرکت‌های هواپیمایی در برقراری پرواز به فرودگاه بین‌المللی کیش T4: استهلاک سریع باند فرودگاه کیش به دلیل گرما و رطوبت بالا T5: عدم توسعه و تجهیز فرودگاه بین‌المللی کیش تا سطح استانداردهای بین‌المللی ایکائو T6: مشخص و مصوب نبودن اهداف و سیاست‌های حمل‌ونقل هوایی T7: عدم پرواز مستقیم به مراکز عمده توریستی کشور T8: کمبود پرواز در نتیجه تحریم‌ها T9: نبود حق انتخاب برای مسافر T10: سن بالای ناوگان هوایی T11: هزینه بالای مسافرت به این جزیره T12: هزینه بالای ارتقا خدمات هواپیمایی و	ST1: ایجاد رقابت بین رستوران‌ها، هتل‌ها و مهمانخانه‌ها از نظر کیفیت و بهداشت و قیمت خدماتی که ارائه می‌نمایند. ST2: تشویق و تبلیغ مراکز تفریحی و ورزشی نمونه. ST3: کاهش تشریفات مربوط به صدور روادید در مرزهای هوایی ST5: استفاده از نوآوری‌های فناورانه و دستگاه‌های پیشرفته در مرزهای هوایی برای ارائه خدمات مربوط به صدور روادید ST6: برنامه‌ریزی و نظارت دقیق بر نحوه فعالیت آژانس‌های مسافرتی و فراهم کردن امکانات تبلیغاتی برای این مراکز ST7: بهبود کیفیت خدمات در فرودگاه و تلاش در جهت کاهش قیمت‌ها ST8: تمرکز دولت در امور برنامه‌ریزی صنعت توریسم	WT1: توسعه و آموزش نیروی انسانی پرسنل فرودگاه WT2: آموزش کامل تمامی کارکنان و ماموران مرتبط با گردشگران و رفتار محبت‌آمیز با آنها WT3: لغو عوارض گمرکی، خودداری از بازرسی وسایل سفر جهانگردان به نحو وقت‌گیر و ناراحت‌کننده در فرودگاه WT4: ارائه امکانات حمل‌ونقل ویژه به تورها و آژانس‌های مسافرتی WT5: راه‌اندازی و توسعه سایت‌های اینترنتی جهت کسب اطلاعات و خرید و رزرو بلیت WT6: توجه به قوانین بین‌المللی و رعایت حقوق مسافرین بخصوص در رابطه با تاخیرات و کنسلی پروازها WT7: اعمال تحقیق‌های هوانوردی

برای پروازها که در جهت حمل و نقل توریست فعالند. WT8: استفاده از المان‌های جاذبه- های طبیعی جزیره در فرودگاه	ST9: هدف‌گذاری بلندمدت شرکت‌های تازه تاسیسی جهت رقابت با خطوط هوایی منطقه	زیرساخت‌های مرتبط T13: اشتراک‌گذاری اطلاعات در مورد اهمیت راه- آهن در جامعه T14: روند کاهشی جمعیت جزیره T15: شرایط آب‌وهوایی مانند طوفان T16: افزایش هزینه سوخت T17: محدودیت‌های کوتاه مدت به دلیل استانداردهای سخت‌تر مسائل زیست‌محیطی T18: شرایط بد اقتصادی و نوسانات ارزی T19: محدودیت‌های بودجه دولت و حمایت از توسعه روش‌های حمل‌ونقل هوایی T20: جمعیت‌شناسی قدیمی‌تر در مناطق محلی T21: اینترنت پرسرعت محدود خارج از مجموعه- های جمعیتی شهرداری که فرصت‌های توسعه اقتصادی را محدود می‌کند.
--	---	--

ارائه سیاست‌هایی مبتنی بر راهبردهای ارائه شده در پژوهش

در راستای تحقق اهداف این مطالعه، سیاست‌هایی را براساس راهبردهای تهاجمی، محافظه‌کارانه، رقابتی و تدافعی ارائه شده در این پژوهش ارائه می‌گردد:

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبردهای تهاجمی

راهبرد تهاجمی اول: ارائه امکانات حمل‌ونقل ویژه و تجهیزات پیشرفته ناوبری به متقاضیان گردشگری به جزیره کیش

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد تهاجمی اول:

ساخت فرودگاهی با رویکرد ارتقا ظرفیت و بهبود ارائه خدمات به مسافران و گردشگران براساس ضوابط و استانداردهای روز ترمینالهای فرودگاهی معتبر دنیا. این ترمینال در قیاس با سایر ترمینال‌های فرودگاهی کشور باید وسعت و ظرفیت پذیرش سالانه بالغ بر ۵ میلیون نفر را داشته باشد و در آن نظام یکپارچه پذیرش مسافر و انتقال بار برقرار باشد.

همچنین شرکت‌های دانش بنیان و متخصصان داخلی باید در طراحی و ساخت تجهیزات این پایانه مسافربری جدید در فرودگاه کیش مانند سیستم انتقال بار مسافر، پل تلسکوپی، تاسیسات الکترونیکی، مکانیکی و ناوبری باید حضور و مشارکت داشته باشند.

راهبرد تهاجمی دوم: همکاری نزدیک با کشورهای همسایه جهت برقراری تورهایی دو طرفه

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد تهاجمی دوم:

دو کشور برای آنکه بتوانند تعاملات گردشگری داشته باشند لازم است قبل از آن بخش‌های دولتی این دو کشور با یکدیگر تعاملات لازم را داشته باشند تا در راستای آن بخش گردشگری نیز به تعاملات لازم دست پیدا نماید؛ بنابراین پیشنهاد می‌شود

ابتدا یادداشت تفاهمی بین دو کشور امضا شود. در این تفاهم نامه برنامه اجرایی در نظر گرفته شود که مدت زمان مشخصی داشته باشد. برای آنکه این برنامه ها به مرحله اجرایی شدن برسد لازم است تا کمیته های فنی دو کشور وارد شوند.

همچنین پیشنهاد می شود تا با ارائه تمهیدات لازم حضور بخش خصوصی در این زمینه را پررنگتر نماییم؛ بنابراین باید در جلسات و برنامه هایی که با حضور مسوولان با کشورهای همسایه برگزار می شود بخش خصوصی هم جایگاهی داشته باشد تا در این باره بتوانند مراودات لازم را برقرار نمایند. حضور بخش خصوصی تا حدود زیادی برای افزایش میزان گردشگر از کشورهای همسایه اثرگذار است.

راهبرد تهاجمی سوم: بهره گیری از میراث طبیعی، تاریخی، فرهنگی بسیاری غنی جزیره برای توسعه گردشگری داخلی و بین المللی به ویژه کشورهای همجوار و افزایش همکاری های جزیره با کشورهای همسایه در زمینه صنعت حمل و نقل هوایی

سیاستهای ارائه شده مبتنی بر راهبرد تهاجمی سوم:

پیشنهاد می شود تا از روسای سازمان های هواپیمایی کشورهای همسایه و وزرای حمل و نقل آنها دعوت شود تا از زیرساخت های هوانوردی و فرودگاهی کشور در جزیره کیش بازدید داشته باشند. به این ترتیب می توان زمینه را برای تفاهم نامه های تبادل ترافیک هوایی با رعایت نکات فنی و آموزشی مراقبت پرواز با روسای هواپیمایی این کشورها فراهم ساخت.

راهبرد تهاجمی چهارم: وجود یک شرکت هواپیمایی فعال با ناوگان مناسب به طور اختصاصی در جزیره برای جلب سرمایه گذاری اقتصادی

سیاستهای ارائه شده مبتنی بر راهبرد تهاجمی چهارم:

وجود یک شرکت هواپیمایی فعال با ناوگان مناسب به طور اختصاصی در کیش باعث توسعه فعالیت های جزیره کیش از طریق برقراری ارتباط با مراکز استانهای کشور و اتصال به کشورهای حاشیه خلیج فارس می گردد. این شرکت های اختصاصی باید بیش از ۷۰ درصد فعالیت های خود را به مبدا و مقصد جزیره کیش انجام دهند. از طرف دیگر باید چندین فروند هواپیماهای اورهال شده ای در این شرکتها وجود داشته باشد که صرفا در این جزیره فعالیت نمایند. این شرکتها باید با توسعه ناوگان و برنامه عملیاتی دقیق بتوانند در سطح ملی و منطقه ای و پس از آن با هدف دستیابی به بازارهای بین المللی روند توسعه خود را افزایش دهند. به این شرکتها پیشنهاد می شود توسعه مقاصد پروازی خود، دستیابی به بازارهای بین المللی و نیز ارتقا وضعیت معیشتی پرسنل خود را با هدف ایجاد انگیزه مضاعف در دستور کار خود قرار دهند.

راهبرد تهاجمی پنجم: توجه ویژه به ارائه خدمات نوین و فناوری های جدید به ویژه در امر رزرواسیون در تهیه بلیت و تاسیسات توریستی

سیاستهای ارائه شده مبتنی بر راهبرد تهاجمی پنجم:

به مدیران شرکت های هواپیمایی پیشنهاد می شود تا یک سیستم اطلاعاتی در عرصه خدمات مسافرتی به مسافران و گردشگران را برای خود ایجاد نمایند. با وجود یک سیستم اطلاعاتی پیشرفته مدیران میتوانند خواسته و تقاضای گردشگران و مسافران را مشاهده نمایند و بررسی کنند که در چه مرحله ای کار در حال انجام است و بر آن نظارت نمایند تا به این ترتیب کیفیت خدمات دهی به مسافران را کنترل نمایند.

پیشنهاد می شود در ابتدا مسافران و گردشگران را با این فناوری ها آشنا کنیم و آموزش دهیم، و بعد همزمان زیرساخت های لازم را برای آنها فراهم آوریم و مهمتر از آن مدیران صنایع حمل و نقل هوایی و گردشگری را برای مهارت کار در این بستر آماده سازیم و آموزش دهیم.

راهبرد تهاجمی ششم: نمایش مکان های تفریحی توریستی جزیره توسط مانیتورهای مستقر در ترمینال های فرودگاه

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد تهاجمی ششم:

به مدیران ترمینال‌های فرودگاهی پیشنهاد می‌شود تا نمایش‌گرهای ویدیووال‌های بزرگ با ابعاد حداقل ۲۴۰ مترمربع و تراکم پیکسلی بالا را در جای جای ترمینال نصب نمایند تا ویدئو و عکسهای اختصاصی از جاهای دیدنی کیش را با بالاترین کیفیت نمایش دهند. در این راستا پیشنهاد می‌شود از فناوریهای واقعیت افزوده و واقعیت مجازی نیز استفاده شود تا گردشگران به‌طور مجازی از این مناطق دیدن نمایند و زمینه برای جذب آنها فراهم آید.

راهبرد تهاجمی هفتم: تشویق بخش خصوصی داخلی و خارجی به سرمایه‌گذاری توریستی از طریق حمایت‌های دولتی
سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد تهاجمی هفتم:

پیشنهاد می‌شود به سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی مشوقههایی همانند تخفیف‌های مالیاتی، تخفیف عوارض صدور پروانه ساختمانی و هزینه‌های سوخت، آب، برق و تلفن، معافیت و تخفیف عوارض تغییر کاربری، معافیت گمرکی، تامین زمین برای ساخت تاسیسات گردشگری، پرداخت تسهیلات، پرداخت یارانه سود تسهیلات به پروژه‌های به بهره برداری رسیده را ارائه داد. پیشنهاد می‌شود به سرمایه‌گذاران فعال در حوزه گردشگری تسهیلات بانکی با شرایط مناسب ارائه شود. البته این سرمایه‌گذاران نیز باید طرح‌هایی ارائه دهند که دارای توجیه فنی، زیست‌محیطی و مالی برای جزیره داشته باشد تا به این ترتیب براساس قانون بودجه منابعی را برای تسهیلات بانکی این سرمایه‌گذاران اختصاص داد.

راهبرد تهاجمی هشتم: تصویب قوانین حمایتی از سرمایه‌گذاران خارجی جهت سرمایه‌گذاری در خطوط تازه تاسیس
سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد تهاجمی هشتم:

به سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌شود تا در ابتدا با پیچیدگی کار در این صنعت برای راه‌اندازی یک ایرلاین جدید آشنا شوند تا در ادامه کار از رقابت بازمانند و انصراف ندهند.

راهبرد تهاجمی نهم: تولید صنایع جدید بر پایه خصوصیات هواپیمائی مانند صادرات ملی و جهانی گل و گیاه و یا صنایع دستی از جزیره

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد تهاجمی نهم:

به مدیران صنعت هوایی جزیره کیش پیشنهاد می‌شود تا با ایجاد تعاملات سازنده میان سازمان منطقه آزاد کیش با سرمایه‌گذاران بخش خصوصی به توسعه زیرساخت‌ها و تحقق واردات و صادرات در جزیره کیش به‌عنوان یکی از ظرفیت‌های مهم این منطقه کمک نمایند.

راهبرد تهاجمی دهم: بهره‌برداری و حفظ و نگهداری صحیح از تجهیزات و تاسیسات احداث شده و جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به منظور توسعه آنها

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد تهاجمی دهم:

پیشنهاد می‌شود تا زیرساخت‌هایی را فراهم نمایند تا انگیزه لازم برای مشارکت هر چه بیشتر سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی در زمینه حفظ و نگهداری از تجهیزات و تاسیسات به وجود بیاید.

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبردهای محافظه کارانه

راهبرد محافظه‌کارانه اول: توسعه کترینگ هوایی و شبکه رستوران‌های معروف در پروازها

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد محافظه‌کارانه اول:

در این راستا مدیران خطوط ایرلاین‌ها می‌توانند سرویسی به نام پیکنیک در پرواز را راه‌اندازی نمایند که شامل ارائه غذاهای متنوع توسط کافه‌ها و رستوران‌های فعال در فرودگاه‌ها به مسافران ارائه دهند تا مسافران قبل از پرواز غذای خود را انتخاب نمایند.

راهبرد محافظه‌کارانه دوم: مشارکت شرکت‌های هواپیمایی در امداد رسانی‌های سریع هوایی در امور غیر منتظره که جزو خدمات منحصر به فرد هوایی است.

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد محافظه‌کارانه دوم:

مدیران خطوط ایرلاینی باید سیاست‌هایی را مبنی بر امداد رسانی سریع هوایی ارائه نمایند. به عنوان مثال در مناطق صعب-العبوری مانند نقاط کوهستانی که زندگی عشایری و روستایی در جریان است و دسترسی به بیماران و حادثه‌دیدگان سخت و زمان‌بر است و یا جاده‌های فرعی و روستایی و مسافت طولانی میان آبادی‌ها تا شهرها باید خدمات امدادهای هوایی را ارائه دهند که هم مسئولیت اجتماعی شرکت خود را انجام داده باشند و هم با این کار به مردم محروم و ضعیف کشور که کم‌کم هم نیستند کمک نمایند و رضایت آنها را جلب نماید و تصویر مثبتی از ایرلاین خود در میان جامعه بسازند.

راهبرد محافظه‌کارانه سوم: خرید هواپیماهای نو با کمک سرمایه‌گذاران خارجی

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد محافظه‌کارانه سوم:

باتوجه به باز شدن نسبی فضا در طول سال‌های گذشته در حوزه راه‌های هوایی و خرید سیستم‌های فرودگاهی مدیران شرکت‌های هواپیمایی باید مذاکرات مناسبی را با اروپایی‌ها همچون فرانسه و اسپانیا که خود نیز اعلام آمادگی کرده‌اند، آغاز نمایند. همچنین مدیران می‌توانند از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی استفاده نمایند و یا فاینانس را برای پروژه‌های زیرساختی و یا خرید ناوگان جدید جذب نمایند تا اوضاع حمل‌ونقل هوایی کشور بهبود یابد. همچنین باید از بخش خصوصی برای خرید هواپیماهای نو نیز استفاده کنند و آنها را به سمت این صنعت جذب نمایند و فضا را برای آنها به نحوی ارائه دهند که برای بخش خصوصی جذاب باشد.

راهبرد محافظه‌کارانه چهارم: الگوبرداری از شرکتهای هوایی موفق در صورت رفع تحریمها

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد محافظه‌کارانه چهارم:

شرکت‌های هواپیمایی ایرانی باید مشابه با شرکت‌های هواپیمایی خدمات‌گرا، به دنبال راه‌های جدید برای افزایش تمایز خدمات خود با هدف حفظ و ارتقای جایگاه محصول و دستیابی به مزیت رقابتی، به ویژه در بازارهای بین‌المللی باشند. موفقیت در توسعه خدمات متمرکز بر مشتری نیازمند درک عمیق از نیازها، انتظارات و سلیق مشتریان است. به همین دلیل، فعالیت‌های بازاریابی در بازارهای بین‌المللی حمل‌ونقل هوایی باید توجه ویژه‌ای به انتظارات متنوع مسافران داشته باشند. به طور کلی، استراتژی‌های رقابتی شرکت‌های هواپیمایی در بخش خدمات‌گرا شامل برنامه‌های مسافران، ایجاد ائتلاف‌ها و بهبود خدمات زمینی و پروازی می‌شود.

راهبرد محافظه‌کارانه پنجم: ارائه خدمات مناسب و در نظر گرفتن حق انتخاب برای آنها

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد محافظه‌کارانه پنجم:

در این راستا مدیران باید سیاست‌هایی را اتخاذ نمایند تا به مشتریان خود اطمینان دهند پرواز فوق‌العاده‌ای دارند. به عنوان مثال سیستم‌های سرگرمی پروازی می‌تواند تجربه مسافران پرواز با شرکت هواپیمایی را به سطح استانداردهای اروپایی هدایت نماید. از نظر قیمت و آسایش و پاکیزگی ظاهری و داخل هواپیما و ایمنی و عدم تاخیر در پروازها را باید مدیران جدی بگیرند. به عنوان مثال باید صندلی‌های راحتی را با استفاده از نوآوریهای مهندسی طراحی نمایند تا مسافران تجربه خوشایندی داشته

باشند. شرکت‌های هواپیمایی باید این اطمینان را در مسافران ایجاد نمایند که خدمه پرواز از آنان پذیرایی و مراقبت می‌نمایند تا مسافران نگران چمدان و رزرو بلیت و تاخیر در پرواز نباشند.

راهبرد محافظه‌کارانه ششم: تخصیص اعتبار و بودجه برای ایجاد و ساخت راههای ارتباطی جذاب برای فرودگاه و ایجاد منابع برای حفظ و نگهداری از آنها

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد محافظه‌کارانه ششم:

مدیران شرکتهای هواپیمایی باید بعد از جمع‌آوری اطلاعات از کلیه واحدهای درگیر از جمله شرکت‌های هواپیمایی خدمات، خدمات رفاهی، مدیریت فرودگاه، کارکنان و... در مورد تجهیزات و تسهیلات پایانه مسافری تصمیم‌گیری کنند

طراحی پایانه با بررسی و پیش‌بینی نیازهای مسافران و پاسخگویی به آن‌ها و با رعایت اقتصاد مهندسی و ضوابط و معیارها انجام می‌گیرد. زیرا مسافران انتظار دارند که پایانه دارای تسهیلات راحت و جذاب باشد و با آنان به گونهای موثر، خوب و بدون اتلاف وقت رفتار شود. به همین دلیل طرح پایانه مسافری باید کاربردی و دارای معماری زیبا باشد.

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبردهای رقابتی

راهبرد رقابتی اول: ایجاد رقابت بین رستوران‌ها، هتل‌ها و مهمان‌خانه‌ها از نظر کیفیت و بهداشت و قیمت خدماتی که ارائه می‌نمایند.

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد رقابتی اول:

وعده‌های غذایی همیشه چالشی برای شرکت‌های هواپیمایی بوده است، با این وجود این یکی از اولین ویژگی‌هایی است که مسافران در مورد تجربه خوب و بد خود از انتخاب شرکت هواپیمایی برای مسافرت، اظهار نظر می‌کنند. در حال حاضر هنگام پرواز، انتظارات مسافران بستگی به کیفیت وعده‌های غذایی در پرواز دارد زیرا آن‌ها گزینه‌های غذایی بهتر از خطوط هوایی داخلی را انتظار دارند. در همین راستا مدیران خطوط هوایی کشور باید انواع غذاها را باتوجه به فرهنگ غذایی سراسر ایران فراهم کنند. با این سیاست و باتوجه به فرهنگ ایرانیان و علاقمندی مردم به غذاهای ملی بطور حتم شرکت‌های هوایی داخلی که این خواسته مسافران را زودتر تامین کنند، مورد انتخاب متقاضیان سفر به صورت ویژه قرار خواهند گرفت.

راهبرد رقابتی دوم: تشویق و تبلیغ مراکز تفریحی و ورزشی نمونه.

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد رقابتی دوم:

به مدیران ترمینال‌های فرودگاهی پیشنهاد می‌شود تا نمایشگرهای ویدیوهای بزرگ با ابعاد حداقل ۲۴۰ مترمربع و تراکم پیکسلی بالا را در جای جای ترمینال نصب نمایند تا ویدئو و عکسهای اختصاصی از جاهای دیدنی کیش و مراکز ورزشی جزیره را با بالاترین کیفیت نمایش دهند. در این راستا پیشنهاد می‌شود از فناوری‌های واقعیت افزوده و واقعیت مجازی نیز استفاده شود تا گردشگران به‌طور مجازی از این مناطق دیدن نمایند و زمینه برای جذب آنها فراهم آید.

راهبرد رقابتی سوم: کاهش تشریفات مربوط به صدور روادید در مرزهای هوایی

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد رقابتی سوم:

از دیدگاه مسافر، ویزا اغلب تشریفات پرهزینه و سنگین تلقی می‌شود. اگر هزینه اخذ ویزا - چه هزینه مستقیم پولی تحمیل‌شده به صورت کارمزد یا هزینه‌های غیرمستقیم که ممکن است شامل مسافت، زمان صرف‌شده در صف‌ها و پیچیدگی فرآیند باشد - از اندازه مشخصی فراتر رود، مسافران بالقوه ممکن است از بازدید منصرف شوند یا مقصدهایی را انتخاب کنند که فرآیندهای ورود در دسترس‌تری دارند؛ بنابراین مدیران باید سیاستهایی از جمله سیاست درهای باز را به‌عنوان یک مزیت

اقتصادی و سیاسی به کار گیرند تا این سیاست، در تسهیل سفر و گردشگری در نتیجه گسترش آن تأثیر داشته باشد. از این رو مدیران باید سیاست‌هایی را اتخاذ نمایند که گردشگران از صف ویزا به شکل سنتی خارج شوند و جمعیت توریست‌های معاف از ویزای سنتی زیاد شود و مجوزهای الکترونیکی جایگزین شکل دست و پاگیر اخذ ویزا گردد.

راهبرد رقابتی چهارم: استفاده از نوآوری‌های فناورانه و دستگاه‌های پیشرفته در مرزهای هوایی برای ارائه خدمات مربوط به صدور روادید

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد رقابتی چهارم:

به مدیران و سیاست‌گذاران در این حوزه پیشنهاد می‌شود تا از سیستم کنترل خودکار مرز به‌عنوان یکی از راه‌حلهای پیشنهادی در جهت استفاده از نوآوری‌های فناورانه و دستگاه‌های پیشرفته در مرزهای هوایی برای ارائه خدمات مربوط به صدور روادید استفاده نمایند و به‌عنوان مصداق هوشمندسازی پلیس را در این زمینه مورد استفاده قرار دهند. این سیستم یک روش عبور خودکار، ایمن، سریع و کاربرپسند است که فرایندهای کنترل مرز را به کمک فناوریها و ابزارهای نوینی مانند باجههای خودکار و گیت‌های الکترونیکی تسریع و تسهیل می‌کند.

راهبرد رقابتی پنجم: برنامه‌ریزی و نظارت دقیق بر نحوه فعالیت آژانسهای مسافرتی و فراهم کردن امکانات تبلیغاتی برای این مراکز

سیاستهای ارائه شده مبتنی بر راهبرد رقابتی پنجم:

یکی از روش‌های پیوند مشتری با خطوط هوایی، آژانس‌های مسافرتی هستند که علاوه بر اقدامات گروهی برای گردشگران گاهی به‌طور جداگانه و اختصاصی به فراهم نمودن مقدمات سفر با استفاده از خطوط هوایی اقداماتی را انجام می‌دهند. از این رو به مدیران شرکت‌های هواپیمایی باید سیاست‌هایی را اتخاذ نمایند تا بخش بزرگی از فروش خود را به آژانس‌های مسافرتی بسپارند و بعد از فروش، حق کمیسیون از پیش توافق شده‌ای را به آنها پرداخت نمایند. این حق کمیسیون باید به قدری خوب باشد که با دریافت آن این آژانسهای هواپیمایی اغوا شوند و فعالیت فروش خود را تنها برای آن شرکت معطوف نمایند.

راهبرد رقابتی ششم: بهبود کیفیت خدمات در فرودگاه و تلاش در جهت کاهش قیمت‌ها

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد رقابتی ششم:

اماکن فرودگاهی باید از طریق مزایده و با قیمت کاشناسی به پیمانکاران واگذار شود؛ هر چند اجاره اماکن در فرایند مذاکره گرانتر است و این احتمال وجود دارد برخی از اجناس نسبت به بیرون افزایش قیمت داشته باشند اما باید بر قیمت‌ها کنترل و نظارت زیادی وجود داشته باشد. به‌عنوان مثال می‌توان با نصب دوربین در غرفه‌های ترمینالهای فرودگاهی قیمت‌ها را کنترل و نظارت کرد.

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبردهای تدافعی

راهبرد تدافعی اول: توسعه و آموزش نیروی انسانی پرسنل فرودگاه

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد تدافعی اول:

مهارت‌های ارتباطی: آموزش مهارت‌های گفتاری، نوشتاری، مذاکره و روابط عمومی برای بهبود ارتباطات با مسافران و همکاران.

همکاری تیمی: تقویت توانایی‌های شنیداری، احترام به نظرات دیگران و هماهنگی برای کار مؤثر در تیم‌ها.

رهبری: آموزش تشویق، الهام‌بخشی، تصمیم‌گیری مؤثر و مدیریت تغییرات برای موفقیت در نقش‌های مدیریتی.

حل مسئله و تصمیم‌گیری: تقویت مهارت‌های تحلیلی و استدلال منطقی برای حل مسائل پیچیده.

مدیریت استرس: آموزش نحوه مدیریت استرس و تحمل فشار برای حفظ عملکرد بالا در شرایط دشوار.

انعطاف‌پذیری: آماده‌سازی کارکنان برای سازگاری با تغییرات سریع و ناگهانی.

آشنایی با نرم‌افزارها: آشنایی با سیستم‌های رزرواسیون و مدیریت پروازها.

راهبرد تدافعی دوم: آموزش کامل تمامی کارکنان و ماموران مرتبط با گردشگران و رفتار محبت‌آمیز با آنها

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد تدافعی دوم:

کارکنان و ماموران مرتبط با گردشگری باید توانایی برقراری ارتباط موثر و صمیمانه با مسافران، همکاران، و مراجعین را داشته باشند. توانایی گوش دادن فعالانه، مهارت‌های کلامی قوی، و استفاده از زبان بدن به‌عنوان ابزاری برای انتقال اطلاعات و احساسات، مهارت‌های مهمی در این زمینه هستند. اخلاق حرفه‌ای، احترام به کارکنان و مسافران، محافظه‌کاری در مواجهه با مسائل حساس و رعایت قوانین و مقررات صنعت هواپیمایی، از مواردی است که هر کارکنانی باید در این صنعت رعایت کند. کارکنان هواپیمایی ممکن است با مواقع اضطراری و شرایط استرس‌زا مواجه شوند. توانایی کنترل احساسات، انعطاف‌پذیری در مواجهه با مشکلات و تصمیم‌گیری در شرایط دشوار از مهارت‌های مهم در این زمینه است. توانایی تشخیص مسائل و یافتن راه‌حل‌های خلاقانه و کارآمد در مواقع مختلف، به ویژه در مواجهه با مسائل فنی یا مشکلات مسافران، مهارت‌هایی است که مورد توجه قرار می‌گیرد.

راهبرد تدافعی سوم: راهاندازی و توسعه سایت‌های اینترنتی جهت کسب اطلاعات و خرید و رزرو بلیت

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد تدافعی سوم:

در طراحی وب سایت علاوه بر راحتی کاربر برای خرید بلیت مورد نظر، به ارائه اطلاعات مفید به مسافر نیز باید توجه داشت. در وب سایت، صفحه فرود (صفحه لندینگ) های متعددی برای مسیرهای پروازی داخلی و خارجی باید ایجاد شود که مسافران می‌توانند اطلاعات همان مسیر پروازی را مطالعه کنند. بطور مثال با جستجوی کلمه بلیت هواپیما تهران مشهد، صفحه لندینگ مربوط به این مسیر در نتایج گوگل نشان داده می‌شود که با کلیک روی آن، ضمن مشاهده اطلاعات مهم در مورد نحوه خرید و سفر هوایی تهران مشهد، می‌توانند با چند کلیک، بلیت دلخواه را رزرو کنند.

راهبرد تدافعی چهارم: توجه به قوانین بین‌المللی و رعایت حقوق مسافران بخصوص در رابطه با تاخیرات و کنسلی پروازها

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد تدافعی چهارم:

مدیران شرکت‌های هواپیمایی باید سیاست‌های زیر را در جهت رعایت حقوق مسافران بخصوص در رابطه با تاخیرات و کنسلی پروازها بکار ببرند:

در صورت قصور شرکت هواپیمایی و یا امتناع از انجام آن، مسافر میتواند نسبت به اکتیاع بلیت خود در همان کلاس یا کلاس پروازی بالاتر، با تایید رئیس ایستگاه شرکت هواپیمایی و در صورت امتناع وی، با تأیید مدیر ترمینال اقدام کند.

مسافر می‌تواند پس از انجام مسافرت با ارائه مدارک مثبته دال بر خرید بلیت جدید، نسبت به دریافت وجه بلیت خریداری شده در مسیر مورد نظر از شرکت هواپیمایی اصلی اقدام کند. استرداد وجه مذکور حداکثر ظرف مدت ۴۸ ساعت از تاریخ ارسال و دریافت آن، توسط شرکت هواپیمایی اصلی الزامی خواهد بود.

راهبرد تدافعی پنجم: استفاده از المانهای جاذبه‌های طبیعی جزیره در فرودگاه

سیاست‌های ارائه شده مبتنی بر راهبرد تدافعی پنجم:

مدیران شرکت‌های هواپیمایی می‌توانند با نصب المان‌های جاذبه‌های طبیعی جزیره فضایی متفاوت و غیرمنتظره برای شادی شهروندان و گردشگران ایجاد کنند. به عنوان مثال نصب صندلی پرند که در پارک‌های طبیعت و ساحلی هورو مرجان وجود دارد. نصب استیکرهای لبخند، استفاده از المان‌های خانواده خروس در کشتی یونان، نصب آکواریوم‌های پنهان با وجود گونه‌های زیبا از آبزیان که در جزیره وجود دارد و آتلیه عکس با مضمون جزیره کیش از جمله مواردی هستند که می‌تواند از آنها در فرودگاه بین‌المللی کیش استفاده کرد.

۴- بحث و نتیجه گیری

یکی از عواملی که تأثیر به سزایی در توسعه گردشگری این جزیره داشته، فرودگاه بین‌المللی کیش است که روزانه پروازهای خارجی و داخلی زیادی از طریق این فرودگاه صورت می‌پذیرد. به دلیل مسافت زیادی که کیش دارد، اکثر سفرها به این جزیره از طریق پرواز است. حمل‌ونقل هوایی که از بعد ایمنی، آسایش و راحتی، سرعت و گنجایش، منظم بودن برنامه‌ریزی و سرویسی، سهولت استفاده و قیمت از نظر گردشگران و مسافران در گردشگری جایگاه ویژه‌ای دارد. فرودگاه‌ها که مبدا و مقصد مسافرت‌های هوایی و دروازه ورود به کشورها جایگاه ویژه‌ای را به خود اختصاص داده‌اند. ترمینالهای فرودگاهی از نظر کاربری مکان‌های مناسبی برای تبادلات اقتصادی و فرهنگی و گردشگری می‌تواند نقش مهمی در توسعه گردشگری ایفا نماید. شرکت‌های هواپیمایی با ناوگان مناسب موجب جلب سرمایه‌گذاری اقتصادی و صنعتی تا ابعاد زیاد می‌شود و موجب افزایش بازده اقتصادی در زمینه جابه‌جایی کالا، افراد، متخصصین و گردشگران در کوتاه‌ترین زمان می‌شود.

موقعیت جزیره کیش به عنوان یکی از جزایر مهم کشور و جزیره‌ای که با چند کشور مرز مشترک آبی دارد از جمله نقاط استراتژیک برای جذب گردشگر و توسعه گردشگری است. وجود گذرگاه‌های رسمی کشور و مسیرهای ترانزیت کالا و مسافر با کشورهای همسایه شرایط مناسبی را جهت جذب گردشگران فراهم ساخته است. این جزیره به دلیل تنوع و غنای فرهنگی چند هزارساله و طبیعت منحصر به فرد و ثبت جهانی پارک ملی از پتانسیل‌های بالقوه بالایی در جذب و توسعه صنعت گردشگری برخوردار است. به خصوص می‌توان توریست‌های فرهنگی، تاریخی، بهداشتی و درمانی، ورزشی، تجاری و بازرگانی و طبیعت‌گرا را به جزیره کیش جذب نمود. برقراری پرواز از نقاط مختلف کشور جهت گردشگری و دسترسی سریع تجار و بازرگانان به نقاط مختلف و بازارچه‌های مرزی از پتانسیل بالای فرودگاه بین‌المللی کیش با امکانات ناوبری پیشرفته است.

منابع

۱. ازکات، معظمه. (۱۳۹۶). نقش حمل‌ونقل هوایی در توسعه گردشگری، سومین کنفرانس بین‌المللی گردشگری، جغرافیا و باستان‌شناسی،
۲. امانپور، سعید و کریم زاده، عبدالمطلب. (۱۴۰۲). ارزیابی عناصر موثر بر توسعه گردشگری شهری (مطالعه‌ی موردی: بهبهان)، سومین کنفرانس بین‌المللی معماری، عمران، شهرسازی، محیط زیست و افق‌های هنر اسلامی در بیانی‌ه گام دوم انقلاب، تبریز.
۳. بذرافشان، مرتضی، و سامانی، سحر. (۱۳۹۹). عوامل موثر بر توسعه گردشگری کشاورزی. مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی)، ۱۵(۵۱)، ۲۸۱-۳۰۶. <https://sid.ir/paper/400208/fa306-281>. SID.
۴. برومند، بابک، کاظمی، علی، و رنجبریان، بهرام. (۱۳۹۷). توسعه مدل بومی سنجش رقابت‌پذیری گردشگری مقاصد گردشگری ایران. تحقیقات بازاریابی نوین، ۲۸ (پیاپی ۲۹)، ۱۲۹-۱۴۶.

۵. تقوایی، مسعود و گودرزی، مجید. (۱۳۹۵). تدوین و اولویت بندی راهبردهای توسعه گردشگری پزشکی (مطالعه موردی: کلانشهر شیراز)
۶. حدادی، مهناز. (۱۳۹۵). تحولات کالبدی متأثر از توسعه گردشگری در جزیره کیش، یازدهمین همایش ملی علمی و فرهنگی و نخستین همایش بین المللی خلیج فارس، تهران،
۷. حسینی بروجنی، سیده سارا و موسوی، سیدرضا. (۱۳۹۹). برنامه‌ریزی کالبدی فضایی محله میرمهنای قدیم در جزیره کیش، پنجمین همایش بین المللی عمران، معماری و شهر سبز پایدار، همدان،
۸. خاکی، مازیار و رجبی فر، بهنام و ابراهیمی، عبدالله. (۱۳۹۹). توسعه پایدار گردشگری روستاهای شهرستان نور مبتنی بر شناخت احساس امنیت ساکنین روستاها
۹. راستگار، علی و صادقیان، صامت. (۱۴۰۲). بازآفرینی بافت ناکارآمد شهری با رویکرد توسعه گردشگری در شهر آستانه اشرفیه، هشتمین همایش بین المللی عمران، معماری و شهر سبز پایدار، همدان.
۱۰. رجبی، ناصر و میرابی، وحیدرضا و مرادی شهدادی، خسرو. (۱۴۰۲). ارائه الگویی جهت توسعه گردشگری پایدار در جزیره قشم با تمرکز بر چشم‌اندازها و چالش‌های گردشگری طبیعی
۱۱. رزازان محمد. آر. جی. گرانت. (۱۳۹۷). پرواز: تاریخ کامل هوانوردی. هوانورد وابسته به شرکت هوافضای برآ. چاپ اول.
۱۲. سلیمانی، محمد، و هاشم زاده خوراسگانی، غلامرضا. (۱۴۰۱). طراحی مدل توسعه گردشگری مجازی در صنعت گردشگری ایران. گردشگری و توسعه، ۱۱(۲)، ۲۷۷-۲۹۲.
۱۳. سیفی پور، رویا، محرابیان، آزاده، محمد ابراهیمی، فهیمه. (۱۴۰۱). بررسی اثر زیرساخت‌های حمل‌ونقل بر توسعه گردشگری کشورهای در حال توسعه منتخب. پژوهشنامه حمل‌ونقل ۱. ۵۹-۶۸.
۱۴. شفقتی، مهدی، حجازی زاده، زهرا، و افرخته، حسن. (۱۳۹۹). پتانسیل‌های اقلیمی موثر جهت برنامه‌ریزی و توسعه صنعت گردشگری در استان گیلان. تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی (علوم جغرافیایی)، ۲۰(۵۶)، ۱-۱۸.
۱۵. شکوری، علی، و میرطالبی اقدم، سیدمسعود. (۱۳۹۱). توسعه گردشگری داخلی و آزادسازی حمل‌ونقل هوایی (مقایسه ایران و هند). برنامه‌ریزی و آمایش فضا (مدرس علوم انسانی)، ۱۶(۱۱ (پیاپی ۷۳))، ۸۹-۱۰۳.
۱۶. طارمی نژاد، زهرا و سلطانی گوهری، محمد علی. (۱۴۰۲). برندسازی شهر به‌عنوان مفهومی برای توسعه گردشگری منطقه‌ای، نهمین کنفرانس ملی فناوری‌های نوین در مهندسی عمران، معماری و شهر سازی، تهران.
۱۷. غزل باش، مریم و حسن نژادکاشانی، بهزاد و بخشیده زاد، سپیده و جعفرزاده، حمید و زارعی، حسن و ادیبیان، محمدصادق. (۱۴۰۲). آیا توسعه گردشگری به کاهش آلاینده‌گی و توسعه شهرهای سبز می‌انجامد؟، هشتمین همایش بین المللی عمران، معماری و شهر سبز پایدار، همدان.
۱۸. غیرتی آرانی، لایلا و کارکن، محمدرضا. (۱۴۰۲). بررسی و تحلیل ساختار اصولی و لازمه توسعه گردشگری پایدار، هشتمین همایش بین المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک، همدان
۱۹. فیروزی، محمدعلی و زادولی خواجه، شاهرخ. (۱۴۰۲). مدل استراتژیک SOAR گامی به سوی برنامه‌ریزی راهبردی توسعه‌ی گردشگری شهری (نمونه موردی: کلانشهر تبریز)
۲۰. کاظم زاده، موسی. (۱۴۰۲). نقش رسانه‌های نوین در مدیریت توسعه صنعت گردشگری، همایش بین المللی فرصت‌های سرمایه‌گذاری تبریز، تبریز
۲۱. محمدی، پارسا و شافعی، اذین و ناظری، ارش. (۱۴۰۲). ساماندهی و احیاء بافت فرسوده با تاکید بر جنبه اقتصادی و توسعه گردشگری (نمونه موردی: کلیسا سنندج)، اولین همایش ملی بازآفرینی شهری، ایمنی و مدیریت بحران، اسلامشهر.

۲۲. موسوی، سید حجت. (۱۴۰۲). ارزیابی توان اکولوژیک توسعه گردشگری در قالب تحلیل مکانی نواحی مستعد طبیعت گردی (مطالعه موردی: شهرستان کاشان)
۲۳. نوری، یوسف. (۱۳۹۷). بررسی ظرفیت سیستم‌های حمل‌ونقل هوایی با شبیه‌سازی گسسته پیشامد. دومین همایش بین‌المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد در توسعه پایدار
۲۴. نیک‌نژاد، مهدی هژبر کیانی، کامبیز؛ سرلک، احمد، خوشنویس، مریم. (۱۴۰۰). اثر ارزش افزوده صنعت حمل‌ونقل هوایی بر اشتغال این صنعت. نشریه پژوهش‌های برنامه و توسعه ۳. ۷۲-۹۸.
۲۵. وفائی، الهام و پندار، مهدی. (۱۴۰۲). عوامل موثر بر مکانیابی مراکز اقامتگاهی (هتل) شهری با هدف توسعه گردشگری، نخستین همایش ملی مدیریت پویا، اقتصاد دانش بنیان، کازرون
26. Abd Rahman .R. Zahari .M. S. M. Mohamed .M. Abd Majid .H. N. & Rozekhi .N. A. (2018). Knowledge on Compositions of Ingredients in Syubhah Semi Processed Food and Muslim Consumers Purchase Behavior.
27. Acemoglu .D. (2005). Acemoglu .Daron Johnson .Simon & Robinson James (2001) . Reversal of Fortune: Geography and Institution in Making of the Modern World Income Distribution (National Bureau of Economic Research Working Paper Series No. 8460 .2001) .available at <http://www.nber.org>. Institutions .98 .267-93.
28. Acuner, A. M. (1992). Milli eğitim bakanlığı ticaret ve turizm ortaöğretim okullarının 1978-1987 dönemindeki gelişimi.
29. Akinci .Z. Kasalak .M. A. Efe .R. & Soykan .A. (2016). Management of special interest tourism in terms of sustainable tourism. Global issues and trends in tourism . 176.
30. Akis, S. Peristianis, N. & Warner, J. (1996). Residents' attitudes to tourism development: the case of Cyprus. Tourism management, 17(7), 481-494.
31. Alaeddinoğlu .F. & Aliagaoglu .A. (2007). Savaş alanları turizmne tipik bir örnek: büyük taarruz ve başkomutan tarihi milli parkı. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi .18(2) .215-225.
32. Albayrak, T. & Caber, M. (2016). Destination attribute effects on rock climbing tourist satisfaction: An Asymmetric Impact-Performance Analysis. Tourism Geographies, 18(3), 280-296.
33. Almeida-García .F. Pelaez-Fernandez .M. A. Balbuena-Vazquez .A. & Cortés-Macias . R. (2016). Residents' perceptions of tourism development in Benalmádena (Spain). Tourism management .54 .259-274.
34. Amerta .I. M. S. Sara .I. M. & Bagiada .K. (2018). Sustainable tourism development. International research journal of management .IT and social sciences .5(2) .248-254.
35. Anderson .W. (2011). Challenges of tourism development in the developing countries: the case of Tanzania. Journal of Tourism .12(2) .17-36.
36. Andrea .V. Tampakis .S. Skanavis .C. & Tsantopoulos .G. (2012 July). Assessing tourism infrastructure in the protected areas of Dadia and the Evros Delta: The views of the local population. In Proceedings of the International Conference Protection and Restoration of the Environment XI (pp. 3-6).

37. Andrésa J. C. Aguadoa .D. & García-Izquierdob .A. L. (2023). Journal of Work and Organizational Psychology. Journal of Work and Organizational Psychology .39(2) . 75-88.
38. Antwi, J. (2022). Foreign Direct Investment, Tourism Development, and Economic Growth: Evidence from Sub-Saharan Africa. In Tourism and Foreign Direct Investment (pp. 145-158). Routledge.
39. Arranz, N. Ubierna, F. Arroyabe, M. F. Perez, C. & Fdez. de Arroyabe, J. C. (2017). The effect of tourism education on students' entrepreneurial vocation. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, 17(3), 312-330.
40. Asonitou, S. & Vitouladiti, O. (2017). Core skills as marketing and management tools: Evidence from the tourism sector. In Strategic Innovative Marketing: 4th IC-SIM, Mykonos, Greece 2015 (pp. 45-53). Springer International Publishing.
41. BAYKAN .E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi ,(2) .30-49.
42. Baykan .T. S. (2020). The High-Low Divide in Turkish Politics and the Populist Appeal of Erdoğan's Justice and Development Party 1. In Populism in Global Perspective (pp. 199-222). Routledge.
43. Bhatia .R. Gupta .D. & Pathania .N. K. (1995). Host preference and population build-up of key pests of cole crops. Journal of Insect Science .8(1) .59-62.
44. Brognoli, A. F. de Carvalho Carrelas, D. & Hickenbick, C. (2023). Place I...
45. Bucovetchi, O. Georgescu, A. Badea, D. & Stanciu, R. D. (2019). Agent-based modeling (ABM): Support for emphasizing the air transport infrastructure dependence of space systems. Sustainability, 11(19), 5331.

The role of air transport in the development of Kish Island tourism

Ali Saravi

M.A in Tourism Management, University of Tehran, Tehran, Iran

Abstract

Today, the tourism industry an important and essential factor for the economic, social, cultural and political development and progress of regions and also one of Prosperous methods of healthy leisure time are considered. On the other hand, air transport, which is an integral part of the tourism industry, has undergone significant developments and improvements in recent years, and it has well proven that whatever the state of air transport and airport infrastructure in A tourist area is better, as a result, we will have more tourists in that area in a shorter period of time. This research is about the role of air transportation in the tourism development of Kish Island. Since Kish Island is known as a tourism hub in Iran. This research is about the role of air transportation in the tourism development of Kish Island. And since Kish Island is known as a tourism hub in Iran and air transport plays a very important role in the arrival of tourists to this island and the development of air transport and airport infrastructure brings tourism development. We tried to investigate the effective factors in the development of the tourism and air transport industry to clearly show the potential of Kish Island and to take help from global experiences for the development of tourism and to play the role of air transport for the development of this industry, and finally to develop strategies and policies to reach the maximum potential of air transport and tourism. We define and the results show from the cultural aspect; air tourism can help preserve and revive the Island's cultural heritage. The increase in tourists has increased attention to the cultural and historical values of the region, and as a result, preservation and maintenance projects of ancient and cultural monuments are followed more seriously. This research shows that with the improvement and development of air transportation infrastructure; the capacity can be increased. increased the tourism of Kish Island significantly. Strategic plans to improve the quality of air services, expand the flight network and develop airport facilities, can attract more Help tourists.

Keywords: Air transport, tourism, Kish
