

حامد شفیع خانی: چه آینده‌ای در انتظار صنعت هوانوردی ایران خواهد بود؟



چه آینده‌ای در انتظار صنعت هوانوردی ایران خواهد بود؟

حامد شفیع خانی

صنعت هوانوردی ایران یکی از مهم‌ترین صنایعی است که همزمان با پیروزی انقلاب اسلامی، تحریم‌های متعددی را تجربه کرده است. این تحریم‌ها در مقاطعی صنعت هوانوردی را با مشکلات جدی مواجه و شرایط را برای شرکت‌های هواپیمایی سخت کرده است. با یک بررسی کلی می‌توان فهمید که فرودگاه‌ها به دلیل گران بودن قیمت بلیتی که ناشی از هزینه‌های پرواز و همچنین مشکل تامین قطعات است با کاهش پرواز و کاهش محسوس مسافران همراه بوده‌اند. حقیقتاً ادامه این روند صنعت هوانوردی را با مشکلات بیشتر و جدی‌تری مواجه خواهد کرد. از یک طرف مشکل تامین قطعات هواپیما و قیمت‌های سرسام‌آور آن و از طرفی ناوگان فرسوده کشور و استفاده از هواپیماهای کار کرده و قدیمی، مشکلاتی را برای صنعت هوانوردی کشور ایجاد کرده است. به راستی چه آینده‌ای در انتظار صنعت هوانوردی است؟ راه برون‌رفت از این شرایط در حال حاضر هوانوردی چیست؟

در صنعت هوانوردی همانند صنایع دیگر ۳ فاکتور اصلی نیروی انسانی، تجهیزات و دانش کافی و منابع مالی حائز اهمیت است که هر سه فاکتور در فرودگاه‌ها و شرکت‌های هواپیمایی به واسطه نیروی انسانی کارآمد تبلور پیدا می‌کند و اهمیت خود را نشان می‌دهد.

در این مطلب به راه‌های برون‌رفت از مشکلات پیش روی صنعت هوانوردی خواهیم پرداخت.

نیروی انسانی

حوزه نیروی انسانی، شامل زیرشاخه‌هایی از قبیل مدیریت، نیروی اجرایی و نیروی متخصص است.

در بحث مدیریت، متأسفانه کشور ما در صنعت هوانوردی از نبود يك نقشه راه جامع که دارای چشماندازی دقیق باشد رنج می‌برد. نقشه راهی که تمامی ارکان اجرایی و تصمیم‌گیر صنعت موظف به اجرای آن باشند تا از اتخاذ تصمیمات سلیقه‌ای و خلق‌الساعه‌ای جلوگیری کند. یکی دیگر از نکات مهم در بحث نیروی انسانی، موضوع آموزش در صنعت هوایی است که باید در آن اصلاحات بنیادین انجام شود. از این رو ارتباط صنعت با دانشگاه و مراکز جذب و آموزش و تولید و ورودی نیروی انسانی لازم و کارآمد برای صنعت هوانوردی، ارتباط بیشتر و تنگاتنگ يك سازمان برتر در این امور را می‌طلبد که این حرکت را دقیق‌تر و بهتر هدایت کند؛ از این‌رو آموزش‌های صنعت هوانوردی باید همسو و در راستای آموزش‌های بین‌المللی بوده و از يك چارچوب خاص تبعیت کنند با این کار می‌توان از خروج سرمایه‌های انسانی به خارج از کشور جلوگیری کرد و حتی اقدام به بازگشت بسیاری از آنان کرد.

فرودگاه‌ها

با توجه به پیش‌بینی‌ها مبنی بر افزایش تعداد مسافران و تقاضا برای سفرهای هوایی در جهان به خصوص قاره آسیا و اقیانوسیه و تصمیم و تاکید دولت‌ها و سرمایه‌گذاران جهت ساخت فرودگاه‌های جدید در جهان به دلیل اینکه بتوانند پاسخگویی نیاز مسافران و شرکت‌های هواپیمایی باشند اما ساخت و تاسیس فرودگاه جدید در ایران داستان دیگری دارد. به دلیل ناوگان فرسوده، توقف ورود هواپیماهای جدید به داخل کشور و وجود فرودگاه در مناطق پرترافیک هوایی، نیاز کشور به فرودگاه تا ۱۰ سال دیگر اشباع شده است و به جایی ساخت فرودگاه جدید نیاز به بازسازی و گسترش ترمینال‌های فرودگاهی و مجهز کردن آنها به سیستم‌های ناوبری پیشرفته به منظور فراهم کردن بسترهای ورود هواپیماهای به روز دنیا را در آینده داریم به‌طوری که هر فرودگاه یکی از جاذبه‌ها و نقاط جذاب برای يك مسافر در آن شهر باشد.

یکی دیگر از راه‌های بهبود شرایط هوانوردی کشور در حوزه فرودگاه‌ها، تاسیس فرودگاه‌های نسل سوم است. فرودگاه‌های نسل سوم فرودگاه‌هایی هستند که توسط دولت‌های محلی (استانداري و شهرداری‌ها) از محل بودجه استانی و محلی اداره می‌شوند به این ترتیب شرکت فرودگاه‌ها در بودجه و درآمد این فرودگاه‌ها دخالتی ندارد و مقامات

محلي با استفاده از ظرفيت‌هاي داخلي استان يا شهر مربوطه به اداره فرودگاه مي‌پردازند و مي‌توانند اين فرودگاه‌ها را به پايگاه‌هايي براي گسترش هوانوردي عمومي تبديل کنند اين موضوع سبب مي‌شود هوانوردي عمومي سهم بيشتري از هوانوردي تجاري را در اين صنعت کسب کند. از آثار مثبت ديگر اين طرح مي‌توان به کاهش فشار مالي و اقتصادي از دوش شرکت فرودگاه‌ها، رونق آموزشگاه‌هاي هوانوردي و رونق خدمات هوانوردي در سطح عمومي مانند تاکسي هوايي، پست و آمبولانس هوايي اشاره کرد.

شرکت‌هاي هواپيمايي

شرکت‌هاي هواپيمايي به عنوان يکي از ارکان اصلي در صنعت هوايي هر کشور، نقش بسزايي را در رشد و گسترش هوانوردي و گردشگري آن کشور ايجاد مي‌کند.

شرکت‌هاي هواپيمايي مي‌توانند با رعايت موارد ذيل سفر را براي مردم لذت‌بخش‌تر و براي خود سودآورتر کنند. شرکت‌هاي هواپيمايي نبايد کلکسيوني از هواپيما داشته باشند زيرا نمي‌توانند به سودآوري برسند. وقتي تنوع هواپيما وجود داشته باشد بايد براي هر کدام يك نظام پشتيباني متفاوت وجود داشته باشد که طبيعتاً هزينه بالايي دارد.

شرکت‌هاي هواپيمايي، به منظور افزايش بهره‌وري بايد با يکديگر تعامل سازنده‌تري داشته باشند. ايرلاين‌هاي ايراني دليلي ندارد که باهم چالشي و پرهزينه رقابت کنند بلکه مي‌توانند با بهره‌گيري از امکانات يکديگر به افزايش بهره‌وري در سود کمک کنند.

ايرلاين‌ها در ايران بايد به سمت تورگرداني بروند يعني با انعقاد قراردادهاي ما بين انجمن‌هاي تورگردانان و هتلداران به افزايش مسافر خود کمک کرده و تامين سرمايه کنند.

شرکت‌هاي هواپيمايي بايد اقدام به برندسازي کنند. يکي از وظيف بخش بازاریابي و تبليغات و خدمات يا به عبارت ديگر روابط عمومي در هر سازمان و شرکت هوايي تبليغات موثر و هدفمند و توسعه برند آن شرکت هواپيمايي است که در جلب و جذب مسافر نقش پررنگي را ايفا مي‌کند.