

بسم الله الرحمن الرحيم

«ن و القلم و ما یسطرون»

دانش نوین در صنعت هواپیمایی

(با رویکرد مدیریت‌های تخصصی)

دکتر داود صادقی



انتشارات نظری

سرشناسه

عنوان و نام پدیدآور

مشخصات نشر

مشخصات ظاهری

شابک

وضعیت فهرست‌نویسی

موضوع

موضوع

رده بندی کنگره:

رده بندی دیویی:

شماره کتاب‌شناسی ملی:

: صادقی؛ داود / نویسنده

: دانش نوین در صنعت هواپیمایی

: تهران: انتشارات نظری، ۱۳۹۲

: ۳۰۴ ص

: ۹۷۸-۶۰۰-۲۸۹-۰۹۷-۹

: فیپا

: هواپیمایی (خطوط - مدیریت)

: حمل و نقل هوایی _ مدیریت

: HE۹۷۶۲/ص۲۵۱۳۹۲

: ۳۴۱/۷۵۶۷

: ۳۲۷۷۰۳۳



انتشارات نظری

نام کتاب: دانش نوین در صنعت هواپیمایی

نویسنده: داود صادقی

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۲

شمارگان: ۱۰۰۰

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: فرداد- شریف

«کلیه حقوق و نشر مخصوص و محفوظ ناشر می‌باشد»

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولی عصر، خیابان سید جمال‌الدین اسدآبادی

نیش خیابان فتحی شقایق، پلاک ۳۲، طبقه ۲، واحد ۱۷

info@nashrenazari.com

www.nashrenazari.com

همراه: ۰۹۱۹۰۱۲۹۴۵۵

تلفن: ۸۸۱۰۲۷۷۵

پیام کوتاه: ۳۰۰۰۸۹۰۷۷۷۷۷۷۸

قیمت: ۱۱۰۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۹	یادداشت مؤلف
۱۱	چارچوب کتاب
۱۷	فصل اول: مدیریت برنامه‌ریزی هوایی
۱۷	اهداف فصل
۱۷	مقدمه
۱۸	مأموریت برنامه‌ریزی
۲۲	اهداف و برنامه‌های مهندسی تعمیرات و نگهداری تجهیزات
۲۶	عملیات پرواز و برنامه‌ریزی خدمه
۳۱	برنامه‌ریزی عملیات زمینی
۳۴	طراحی و هماهنگی جدول برنامه‌ریزی
۳۴	تناقضات در برنامه‌ریزی و هنر تصمیم‌گیری بهینه
۳۵	مشکلات و مسایل برنامه‌ریزی
۳۶	فرایند برنامه‌ریزی جریان ترافیک مسافری
۳۷	برنامه‌ریزی برای بهبود قابلیت فروش
۴۰	تعیین تجهیزات و انواع برنامه‌ریزی
۴۳	پرسش‌های فصل
۴۵	فصل دوم: مدیریت عملیات زمینی، در شرکت‌های هوایی
۴۵	اهداف فصل
۴۶	مقدمه
۴۶	فرایند عملیات بازآوری هواپیما
۴۷	زمان محدود بازآوری و الزامات برنامه‌ریزی
۴۹	محاسبه زمان قابل قبول در بازآوری هواپیما

۵۰	جمع‌آوری داده‌های اطلاعاتی در بازآوری هواپیما
۵۴	چارچوب سیستم نظارتی بازآوری هواپیما
۵۷	مدیریت و مدل‌سازی خدمات زمینی
۶۱	تشخیص مسیر بحرانی در مدل PERT
۶۳	مدیریت عملیات بازآوری هواپیما توسط مدل PERT
۶۵	مدیریت مسافران در فرودگاه‌ها
۶۷	الگوهای مسافران ورودی در پیشخوان‌های چک این (check-in)
۷۱	رفتار مسافران در ترمینال و عملیات فرودگاهی
۷۴	مدیریت فرایند مسافرگیری در گیت Gate
۷۹	پرسش‌های فصل
۸۱	فصل سوم: مدیریت پروژه در شرکت‌های هوایی
۸۱	اهداف فصل
۸۲	مقدمه
۸۲	مدیریت پروژه
۸۳	برنامه‌ریزی پروژه
۸۳	کنترل پروژه
۸۴	سیر تکاملی مدیریت پروژه
۸۴	انواع مختلف پروژه‌ها
۸۸	چرخه عمر یک پروژه
۸۹	گام‌های اساسی در چرخه عمر پروژه
۹۲	ذی‌نفعان استراتژیک در چرخه عمر پروژه‌های سازمانی
۹۳	علل ناکامی پروژه‌های هوایی
۹۵	سؤالات اصلی در کارکرد پروژه‌ها
۹۶	عوامل استراتژیک در پروژه‌های هوایی
۹۶	اهداف زمانی پروژه‌ها The Time Objective
۹۷	اهداف هزینه‌ای پروژه‌ها The Cost Objective
۹۷	اهداف عملکردی (کیفی) پروژه‌ها The Performance (or Quality) Objective
۹۸	تعامل (بده، بستان) بین اهداف زمانی، هزینه‌ای و عملکردی
۱۰۰	استانداردهای مدیریت پروژه
۱۰۱	حوزه‌های نه‌گانه مدیریت پروژه بر مبنای استاندارد PMBOK
۱۰۲	پیش‌بینی هزینه در پروژه‌های هوایی
۱۰۵	ساختار شکست کار در پروژه‌های هوایی Work Breakdown Structure

۱۰۸	ابعاد و ارتباط عوامل کاری، هزینه‌ای، زمانی و سازمانی پروژه
۱۰۹	نمودار گانت در کنترل پروژه‌ها
۱۱۱	سؤالات فصل
۱۱۲	فصل چهارم: مدیریت اقتصادی شرکت‌های هوایی
۱۱۲	اهداف فصل
۱۱۳	مقدمه
۱۱۳	تعریف تقاضا در حوزه هوایی
۱۱۴	جدول تقاضا
۱۱۵	منحنی تقاضا در شرکت‌های هوایی
۱۱۶	تابع تقاضا در شرکت‌های هوایی
۱۱۹	عوامل تعیین‌کننده تقاضا در حمل‌ونقل هوایی
۱۲۵	بردارهای پنج‌گانه فشار بر تقاضای حمل‌ونقل هوایی
۱۲۸	منبع تقاضا در شرکت‌های هوایی
۱۲۸	کشش تقاضا
۱۲۹	کشش قیمت
۱۳۳	کشش متقاطع قیمت
۱۳۴	کشش درآمد
۱۳۷	عرضه و تأثیر آن بر عملکرد خدمات هواپیمایی
۱۳۹	ویژگی‌های عرضه خدمات شرکت‌های هواپیمایی
۱۴۰	تعادل عرضه و تقاضا در شرکت‌های هواپیمایی
۱۴۲	عوامل مؤثر بر رشد جهانی ترافیک هوایی
۱۴۳	اثرات اقتصادی حمل‌ونقل هوایی
۱۴۴	اثر مستقیم
۱۴۴	اثر غیرمستقیم
۱۴۵	اثر القایی
۱۴۶	اثر کل
۱۴۶	سؤالات فصل
۱۴۸	فصل پنجم: مدیریت بازاریابی هوایی
۱۴۸	اهداف فصل
۱۴۸	مقدمه
۱۴۹	تعریف بازاریابی در خطوط هوایی

۱۵۱	شکل‌گیری مفهوم بازاریابی
۱۵۳	Marketing Mix آمیخته بازاریابی
۱۵۵	Product محصول
۱۵۹	خدمات با برنامه‌ریزی یا بدون برنامه‌ریزی
۱۵۹	شرکت‌های هواپیمایی مجلل، متوسط پرواز، کم هزینه، شاتلی و چارتری
۱۶۱	First, Business, Economy class اقتصادی، تجاری، اقتصاد
۱۶۲	غذا و نوشیدنی‌ها
۱۶۳	سرگرمی داخل پرواز
۱۶۳	Cargo & Freight بار تجاری و محموله همراه
۱۶۳	Duty-free کالاهای معاف از مالیات
۱۶۴	محدودیت‌های بار
۱۶۴	قراردادهای اینترنتی
۱۶۵	ارایه خدمات منحصر به فرد
۱۶۶	Price قیمت
۱۶۶	تقاضا
۱۶۷	تولید و هزینه‌های بازاریابی
۱۶۷	promotion ارتقا فروش
۱۶۹	place مکان
۱۷۱	مفهوم بازاریابی مشتری مداری
۱۷۲	تقسیم‌بندی یا بخش‌بندی بازار
۱۷۷	استراتژی‌های رشد تمرکزی در شرکت‌های هوایی
۱۸۱	استراتژی‌های بازاریابی از زمان قانون‌زدایی
۱۸۲	سیستم‌های کامپیوتری رزرویشن
۱۸۵	برنامه‌های مسافران با پرواز مکرر
۱۸۸	توافقات بازاریابی متقابل
۱۸۹	آینده بازاریابی و ارتقا فروش
۱۹۰	پرسش‌های فصل
۱۹۲	فصل ششم: مدیریت مالی هوایی
۱۹۲	اهداف فصل
۱۹۳	مقدمه
۱۹۴	هزینه در شرکت‌های هواپیمایی
۱۹۴	هزینه‌های مستقیم عملیاتی

۱۹۸	هزینه‌های غیرمستقیم عملیاتی
۲۰۰	هزینه‌ها و درآمدهای غیرعملیاتی
۲۰۱	هزینه‌های ثابت در مقابل هزینه‌های متغیر
۲۰۳	روند الزامی کاهش هزینه‌ها
۲۱۱	بیشینه‌سازی سود در کوتاه‌مدت
۲۱۳	منابع تأمین مالی در شرکت‌های هوایی
۲۱۶	منابع خارجی تأمین مالی
۲۲۸	تحلیل‌های مهم ترازنامه‌ای شرکت‌های هواپیمایی
۲۳۱	مدیریت وجوه نقد و برنامه‌ریزی مالی
۲۳۳	جریان‌ات نقدینگی در شرکت‌های هواپیمایی
۲۳۵	بوجه‌بندی نقدی
۲۳۷	پرسش‌های فصل

فصل هفتم: مدیریت روان‌شناسی هوایی

۲۳۹	اهداف فصل
۲۳۹	مقدمه
۲۴۰	روان‌شناسی پرواز و هوانوردی چیست؟
۲۴۱	استرس و مسافرت
۲۴۲	چگونه مسافرت بر رفتار تأثیر می‌گذارد
۲۴۴	انواع طبقه‌بندی رفتارهای ایزایی مسافران هوایی
۲۴۵	ریشه خشونت: چه چیزی باعث خشونت در هواپیما می‌شود؟
۲۴۹	علل روان‌شناختی اختلالات عصبی در پرواز: سیاست‌های خطوط هوایی
۲۵۲	رویکرد ماشینی به مسافران هوایی
۲۵۶	ترس از پرواز و تأثیر آن بر رفتار مسافران
۲۵۹	عوامل تأثیرگذار در ترس از پرواز
۲۵۹	علایم فیزیکی و روان‌شناختی ترس از پرواز
۲۶۰	چه کسانی بیشترین تأثیر را بر روی حالات مسافران دارند؟ ...
۲۶۱	مطالعه رفتار و حالات مسافران
۲۶۳	راهکارهای شرکت‌های هوایی برای ایجاد رابطه منطقی بین خدمات و خشم
۲۶۴	گام‌های اساسی در کنترل روان‌شناختی خشم مسافران
۲۷۴	بهداشت روانی خدمه پرواز
۲۷۷	پرسش‌های فصل

۲۷۸	فصل هشتم: تغییر سازمان و شرکت های هوایی
۲۷۸	اهداف فصل
۲۷۸	مقدمه
۲۷۹	تغییر چیست؟
۲۸۰	مدیریت تغییر و شیوه های آن
۲۸۲	تغییرات دائمی در مقابل تغییرات مقطعی
۲۸۳	تغییرات تکاملی، انتقالی و استحالته ای
۲۸۶	فرایند مدیریت تغییر سازمانی
۲۹۹	جمع بندی مدل های تغییر
۳۰۱	پرسش های فصل
۳۰۲	منابع لاتین

یادداشت مؤلف

شرکت‌های هوایی در دنیای فعلی کاملاً در یک محیط رقابتی و پویا فعالیت می‌کنند. مهم‌ترین دارایی این شرکت‌ها کارکنان‌شان می‌باشد. استمرار و تداوم مزیت رقابتی شرکت‌های هوایی امروزی، در داشتن کارکنانی خرد ورز، آگاه، خلاق و نوآور است. بدیهی است چنین شرکت‌هایی برای حفظ مزیت رقابتی خود نیاز دارند تا کارکنان و مدیران خود را دائماً مجهز به دانش نوین صنعت هوایی دنیا نمایند.

در سطح تحلیل ملی نیز، شرکت‌های موفق هوایی ایرانی، می‌بایست در فراگیری چنین دانش نوین جهانی و کسب آن بواسطه آموزش‌های ضمن خدمت و آکادمیک توأم با به کارگیری تجربیات و مهارت‌ها در قالب اجرای وظایف، نقش‌ها، فعالیت‌ها و برقراری ارتباطات درون و برون سازمانی کوشش نمایند.

در حال حاضر علی‌رغم وجود شرکت‌های هوایی مختلف در ایران و همچنین صدور مجوزهای جدید، به نظر می‌رسد که مدیران و کارکنان این شرکت‌های نو ظهور از دانش کافی در اجرای وظایف محوله بهره‌مند نیستند. این موضوع، صرف‌نظر از اتلاف میلیاردها تومان هزینه‌های سالانه این شرکت‌ها که از محل چرخه جریانات نقدینگی اقتصاد ملی برداشت می‌شود، عدم رضایت ذینفعان استراتژیک این شرکت‌ها از جمله دولت، صاحبان سهام، هیأت‌های مدیره، مسافران و آژانس‌های هوایی را نیز بدنبال خواهد داشت. از طرف دیگر بسترها و زیر ساختارهای صنعت هوایی کشور در مقایسه با سایر کشورها در مراحل شکل‌گیری اولیه هستند. قانون‌زدایی از صنعت، خصوصی‌سازی، آزادسازی نرخ‌ها و سایر مواردی که شرکت‌های هوایی کشورهای دیگر جهان در سال‌های گذشته تجربه کرده‌اند، در ایران هنوز یا اتفاق نیفتاده و یا در شرف انجام است.

با توجه به شرایط حاکم بر این صنعت، کتاب حاضر در ادامه کتاب قبلی «مدیریت شرکت‌های هواپیمایی» سعی نموده است تا هر چند کوچک، سهمی را در افزایش دانش کارکنان و مدیران لایق و فرهیخته صنعت هوایی کشور عزیز ایران داشته باشد. در کتاب اول سعی شد تا مدیریت هوایی با رویکرد عمومی و بازرگانی مورد بررسی قرار گیرد. اما در کتاب حاضر که در مقایسه با کتاب قبلی، تخصصی‌تر می‌باشد، تلاش می‌گردد که هر یک از حوزه‌های تخصصی مدیریت‌های شرکت‌های هوایی مورد تحلیل قرار گیرند.

در پایان باید خداوند منان را سپاس گویم که به اینجانب توفیق داد تا کتاب حاضر را برای جویندگان علم و دانش صنعت هوایی کشور عزیزم ایران، آماده چاپ کنم. امیدوارم این کتاب برای اساتید، پژوهشگران، مدیران، مشاوران، دانشجویان و علاقه‌مندان به مباحث مدیریت هوایی، مفید فایده بوده و انتظار می‌رود تا از نظرات سازنده خود این جانب را بهره‌مند نمایند. بی‌گمان این کتاب نقص‌هایی دارد که با تذکر خوانندگان و صاحب‌نظرانی چون شما، در چاپ‌های بعدی اصلاح خواهد شد.

دکتر داود صادقی