



کد احراز: GEOG-17388226763

تاریخ ثبت: ۱۳۹۹/۷/۲۰

کد مقاله: GEO132093



بسمه تعالی

# دوین کنفرانس بین المللی توسعه علوم جغرافیا و گردشگری و توسعه پایدار ایران

۲۰ مهر ۱۳۹۹ - تهران، ایران

## کواپینامه پذیرش و ارائه مقاله

فرهیخته کرامی جناب آقای / سرکار خانم امین کاربر، هم‌اله بجای قیداری، زهرآپوری

پدینوسیلد بر پاس فعالیت پژوهشی ارزشمندان در ارائه مقاله

مقایسه تحلیلی میزان رضایتمندی گردشگران از خدمات فرودگاهی با استفاده از روش تاپسیس خاکستری (مطالعه موردی؛ فرودگاه های مشهد، استانبول، دبی، دوحه)

به دوین کنفرانس بین المللی توسعه علوم جغرافیا و گردشگری و توسعه پایدار ایران که ۲۰ مهر ۱۳۹۹ در تهران برگزار کردید، از آنجا که این مقاله باتائید کمیته داوری به صورت سخنرانی پذیرفته شده و با موفقیت ارائه گردیده

مهندس مجاد جلیلیان  
دبیر و عضو شورای سیاستگذاری کنفرانس



است این کواپینامه تقدیم حضورتان میگردد.

امید است با تدبیر و تعمق افق روشنی در تحقق چشم اندازهای کشور ایران اسلامی پدیدار نماید.

احراز اصالت و صحت این گواهینامه از طریق سایتهای <http://geo.bcnf.ir> یا [vcert.ir](http://vcert.ir) قابل تأیید است





بسمه تعالی

# دومین کنفرانس بین‌المللی توسعه علوم جغرافیای و گردشگری و توسعه پایدار ایران

۲۰ مهر ۱۳۹۹ - تهران، ایران

## کتابنامه پذیرش و ارائه مقاله



مهندس سجاد جلیلیان  
دبیر و عضو شورای سیاست‌گذاری کنفرانس



احراز اصالت و صحت این گواهینامه از طریق سایتهای <http://geo.bcnf.ir> یا [vcert.ir](http://vcert.ir) قابل تأیید است





## مقایسه تحلیلی میزان رضایتمندی گردشگران از خدمات فرودگاهی با استفاده از روش تاپسیس خاکستری (مطالعه موردی؛ فرودگاه های مشهد، استانبول، دبی، دوحه)

امین کاربر، حمداله سجاسی قیداری\*، زهرا پوری

1-دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، موسسه آموزش عالی بینالود

[aminkarbor@gmail.com](mailto:aminkarbor@gmail.com)

2-استادیار و عضو هیات علمی گروه جغرافیا، دانشگاه فردوسی مشهد

[ssojasi@um.ac.ir](mailto:ssojasi@um.ac.ir)

3-استادیار و عضو هیات علمی گروه جهانگردی، موسسه آموزش عالی بینالود

[z.pouri@binaloud.ac.ir](mailto:z.pouri@binaloud.ac.ir)

### چکیده

در عصر حاضر توسعه گردشگری و جذب گردشگر از مهمترین مسائلی است که کشورها برای بهبود وضع اقتصادی به دنبال آن هستند، در دنیای رقابتی امروز، کشورها برای توسعه گردشگری و جذب بیشتر گردشگران رو به ارائه خدمات جدید و باکیفیت آورده اند. چرا که امکان بازگشت و تقاضای مجدد گردشگری، به میزان رضایت گردشگران از مقصد وابسته است. در این بین بیشترین راه ورود و خروج گردشگران کشورها از طریق مرز هوایی و فرودگاه می باشد. این پژوهش، با بررسی رضایتمندی گردشگران از کیفیت خدمات فرودگاهی، فرودگاه های بین المللی مشهد، استانبول، دبی و دوحه ارائه می گردد. نوع پژوهش نظری-کاربردی است که در آن، از پرسشنامه به عنوان ابزار اصلی گردآوری اطلاعات استفاده شده است. و داده ها توسط نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. جامعه آماری پژوهش، تعداد 383 نفر، شامل گردشگرانی بود، که تجربه استفاده از فرودگاه های مذکور را داشته اند. نتایج بررسی رضایتمندی از کیفیت خدمات ارائه شده نشان می دهد، فرودگاه بین المللی مشهد در تمامی شاخص های خدماتی از سه فرودگاه دیگر با اختلاف معناداری عقب است در مقابل فرودگاه دوحه بیشترین امتیاز را از بحث رضایتمندی کسب کرده است و فرودگاه های دبی و استانبول تقریباً نسبتی برابر دارند. به عنوان مثال در زمینه شاخص پذیرش مسافر و بار، فرودگاه مشهد در مولفه میزان رضایت از نحوه برخورد کارمندان پذیرش، امتیاز 3.27 را کسب کرده است، در مقابل فرودگاه دوحه با امتیاز 4.20 اختلاف زیادی را به لحاظ رضایتمندی نسبت به فرودگاه مشهد کسب نموده است. همچنین فرودگاه های دبی با امتیاز 3.85 و استانبول با امتیاز 3.79 پس از دوحه و بالاتر از مشهد قرار گرفته اند.

**کلمات کلیدی:** خدمات فرودگاهی، رضایتمندی، تحلیل مقایسه ای، فرودگاه های بین المللی مشهد، استانبول، دبی و دوحه



## 1- مقدمه

با افزایش رقابت در سطح جهانی، شرط اصلی موفقیت در گردشگری، جلب توجه گردشگران به وسیله برطرف کردن نیازهای آنان می باشد (کاربر و اله بیگی، 1398: 1). یکی از صنایع تاثیر گذار در توسعه گردشگری، صنعت حمل و نقل، بخصوص حمل و نقل هوایی است. گسترش روز افزون صنعت هوایی و جابه جایی مسافر در کوتاه ترین زمان، موجب رشد چشمگیر این صنعت گشته است، در این بین فرودگاه ها به عنوان زیربنایی ترین بخش از سیستم حمل و نقل هوایی محسوب می گردند (صفا زاده و همکاران، 1389: 38). از آنجایی که اکثر گردشگران بازدیدکننده از یک کشور، از طریق مرز هوایی و فرودگاه ها وارد می شوند، آنها به عنوان تصویری از گردشگری مقاصد عمل می کنند، و عملکرد آن ها می تواند تأثیر تعیین کننده و موثری بر توسعه منطقه ای، جذب گردشگر و ایجاد تصویری مثبت و ماندگار در ذهن گردشگران داشته باشد. خدمات و امکانات فرودگاهی نه تنها می تواند بر عملکرد خود فرودگاه ها اثر بگذارد بلکه می تواند به عنوان پیوندهای نزدیک به مقاصد گردشگری نیز در نظر گرفته شوند. و به گسترش گردشگری در منطقه ای که در آن استقرار پیدا کرده اند نیز کمک می کنند (Gomes & Bezerra, 2019, 146). مسافران در فرودگاه ها مجبورند مدت زمان زیادی را برای مراحل مختلفی چون کنترل بلیط، کنترل بار، تأخیر در پرواز و فعالیت هایی از این قبیل بگذرانند و همچنین از آنجا که در هنگام سفر بسیاری از مسافران با محیط فرودگاه و فرایند مسافرت آشنایی کافی ندارند، سعی می کنند خیلی زودتر از زمان پرواز در فرودگاه حضور یابند تا از بروز مشکلات احتمالی جلوگیری نمایند. بنابراین با ایجاد فضایی مناسب برای انتظار و خرید مسافران می توان از این زمان ها نهایت استفاده را برد تا علاوه بر ایجاد احساس رضایت در مسافران از این فرصت در جهت کسب درآمد و کاهش هزینه های جاری بهره برد (نجفی زاده و ظهیری، 1396: 48). تحقیقات پیشین پژوهشگران نشان می دهد، کیفیت خدمات رابطه ای مستقیم با رضایتمندی دارد و رضایتمندی نیز رابطه ای مستقیم با وفاداری خواهد داشت، یعنی هرچه خدمات ارائه شده به گردشگران دارای کیفیت برتری باشد، میزان رضایتمندی گردشگران بیشتر شده و باعث وفاداری و بازگشت مجدد گردشگر به آن منطقه می شود. حال این پرسش مطرح است که تفاوت میزان رضایتمندی مسافران از خدمات فرودگاهی در فرودگاه های چهارگانه مورد مطالعه چگونه می باشد؟ لذا نیاز می باشد که خدمات فرودگاهی ارائه شده در فرودگاه های بین المللی مشهد، استانبول، دبی و دوحه را با یکدیگر مقایسه کرده و تاثیر آن را بر رضایتمندی مسافران سنجیده شود.

## 2- سابقه تحقیق

در دهه های اخیر ادراک مشتریان از کیفیت خدمات فرودگاهی بسیار مورد توجه قرار گرفته است، در همین راستا مقالات و پژوهش های بیشماری برای بهبود کیفیت خدمات و رضایتمندی مشتریان انجام گردیده است، نظریان و همکاران (1389)، در مقاله ای با عنوان " نقش حمل و نقل هوایی در توسعه صنعت توریسم با تاکید بر فرودگاه بین المللی ارومیه " به این نتیجه رسیدند که فرودگاه ها به عنوان دروازه ورودی به کشورها مکان های مناسبی برای تبادلات اقتصادی و فرهنگی و گردشگری هستند و می توانند نقش مهمی را ایفا نمایند و موجب جلب سرمایه گذاری اقتصادی و صنعتی می شوند. همچنین موجب افزایش بازده اقتصادی در زمینه جا به جایی کالا، افراد، متخصصین و تجهیزات در کوتاهترین زمان می گردند.



فرجی غازانی (1390) در تحقیقی با عنوان " مطالعه تاثیر کیفیت خدمات در صنعت حمل و نقل هوایی بر رضایت و وفاداری مسافران (مطالعه موردی شرکت هواپیمایی آتا)" به این نتیجه رسید که بین عوامل محسوس هواپیما و فرودگاه، کارکنان، همدلی و تصویر ذهنی با رضایت مسافران از خدمات رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. همچنین رضایت بر قصد خرید مجدد و ارتباطات کلامی مسافران اثر داشته و قصد خرید مجدد می تواند منجر به افزایش ارتباطات کلامی گردد.

بزرا و گومز<sup>1</sup> (2016)، در پژوهشی با عنوان " اندازه گیری کیفیت خدمات فرودگاهی: یک رویکرد چند بعدی" به این نتیجه دست یافتند که سطح درک شده از کیفیت، شامل سابقه ای از رضایت مسافر و نگرش وی به فرودگاه است، اندازه گیری کیفیت خدمات مطابق با این رویکرد برای برنامه ریزی و مدیریت فرودگاه ها به مدیران و تصمیم گیرندگان مرتبط با مسافرکمک بزرگی می کند.

تانگ<sup>2</sup> و همکاران (2017)، در مقاله ای با عنوان " آیا ترانزیت می تواند مسافران را برای افزایش ماندگاری زمان سفر اغوا کند؟ نگرش جدید در مورد ارتباط بین حمل و نقل هوایی و گردشگری" به این نتیجه دست یافتند که علاقه یا نیت لزوماً پیش بینی کننده رفتار واقعی نیستند. اعلان علاقه برای بازدید مجدد از سنگاپور در نتیجه قرار گرفتن در معرض برخی از امکانات و خدمات در فرودگاه چانگی یا هواپیمایی سنگاپور به این معنی نیست که لزوماً چنین بازدیدهایی صورت می گیرد.

پرنتیسه و کادان<sup>3</sup> (2017)، در پژوهشی با عنوان " نقش کیفیت خدمات فرودگاهی در انتخاب فرودگاه و مقصد" به بررسی رابطه بین کیفیت خدمات فرودگاهی، رضایت مسافر و اهداف رفتاری از جمله استفاده مجدد از فرودگاه و تجدید نظر در مقصد را پرداختند و اینکه آیا کیفیت خدمات فرودگاهی با انتخاب فرودگاه و مقصد ارتباط دارد یا خیر. نتایج حاصل از این پژوهش تأیید می کند که کیفیت خدمات کلی فرودگاه به طور قابل توجهی با استفاده مجدد از فرودگاه و تجدید نظر در مقصد مرتبط است. رضایت مسافر و استفاده مجدد از فرودگاه اثرات مراقبتی قابل توجهی بین کیفیت خدمات فرودگاهی و متغیرهای نتیجه در نظر گرفته شده دارد.

از آنجایی که تاکنون در مورد کیفیت خدمات رسانی در فرودگاه بین المللی مشهد تحقیقی صورت نگرفته است، تحقیق حاضر کمک شایانی به درک سطح رضایتمندی مسافران از کیفیت خدمات ارائه شده و برآورد سطح انتظارات آنها در مقابل فرودگاه های مطرح بین المللی می پردازد همچنین از این پژوهش می توان برای سنجش وفاداری مسافران و جذب گردشگران در سفرهای بعدی نهایت استفاده را برد.

### 3- مبانی نظری

صنعت گردشگری یکی از پدیده های مهم و به عنوان یکی از منابع مهم اقتصادی و عاملی موثر در توسعه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جوامع انسانی محسوب می گردد. این صنعت ضمن درآمدزایی و ایجاد کارآفرینی بسیار گسترده موجب نزدیکتر شدن اقوام، ملل و فرهنگ ها به یکدیگر شده است (مجارشین شهری و حیدری، 1393: 1). خدمات؛ اصلی ترین تولید صنعت گردشگری

<sup>1</sup> . Bezerra, George C.L. & Gomes, Carlos F.

<sup>2</sup> . Chuanzhong Tang

<sup>3</sup> . Catherine Prentice & Mariam Kadan



به شمار می‌رود به گونه ای که هرساله میلیون ها نفر از سراسر جهان برای دریافت خدمات گردشگری به سرزمین های مختلف سفر می کنند. در این میان مطابق با آمار جهانی جهانگردی در حدود 400 میلیون نفر در زیرساخت های گردشگری به بیش از 1/5 میلیارد گردشگر در سراسر جهان خدمات رسانی می کنند(امیری، 1395، 4). در این بین ادراک کیفیت خدمات توسط گردشگر برای سازمانها بسیار مهم می باشد. کیفیت ادراک شده عبارت است از قضاوت مشتری درباره مزیت کلی یک شی یا خدمت، در واقع کیفیت ادراک شده شکلی از نگرش است که با رضایت مرتبط است و نتیجه مقایسه انتظارات با ادراک از عملکرد می باشد(سقایی، 1392:1). برای دستیابی به سطح بالایی از رضایت مشتری، کیفیت خدمات عالی باید توسط شرکت ها ارائه گردد. دلیل این امر آن است که معمولاً کیفیت خدمات را به عنوان پیش زمینه رضایت مشتری در نظر گرفته می شود( Kuka, Gambo, 2016, 43). در واقع کیفیت خدمات، به عنوان حدی از برآورده ساختن نیازها و انتظارات مشتریان توسط خدمات تعریف می گردد. بنابراین کیفیت خدمات می تواند به عنوان اختلاف بین انتظارات مشتریان از خدمات و خدمات دریافت شده تعریف گردد. کیفیت خدمات نگرش مشتریان و یا قضاوت کلی آنها در رابطه با برتری یک خدمت است. و رضایت، احساس یا نگرشی است که مشتری پس از دریافت خدمات با آن مواجه می شود. در تعریف دیگر، رضایتمندی واکنش مربوط به خشنودی مصرف کننده و قضاوتی است درباره این که آیا محصولات و خدمات و یا ویژگی های آنها سطح قابل قبولی از رضایتمندی را فراهم میکنند یا خیر. کیفیت معمولاً با معیارهای خارجی نظیر قیمت و اعتبار سنجیده میشود؛ اما رضایت با معیارهای ادراکی مورد سنجش واقع میشود. ارزیابی کیفیت خدمات به طور خاص، شناختی بوده در حالی که رضایت دارای جنبه های احساسی و شناختی است(خطیب زاده و همکاران، 1392:171).

خدمات انواع مختلفی دارد شامل: خدمات کسب و کار(تبلیغات، بازاریابی و فروش)، خدمات مالی، خدمات مرتبط با گردشگری و جهانگردی، خدمات فرهنگی، ورزشی و تفریحی، خدمات ارتباطی، خدمات آموزشی، خدمات اجتماعی و امور مربوط به سلامت، خدمات حمل و نقل و غیره. یکی از خدماتی که کیفیت در آن بسیار مهم است خدمات صنعت حمل و نقل است، در واقع حمل و نقل از اجزای اصلی صنعت گردشگری بشمار می رود که خود نیز به عنوان یکی از مهمترین و پردرآمدترین منابع جهان در عصر حاضر شناخته میشود(نظریان و همکاران، 1389:1). فراهم بودن امکانات حمل و نقل مناسب، راحت، مطمئن، سریع و ارزان پیش شرط توسعه گردشگری است، حمل و نقل انواع مختلفی دارد که شامل: حمل و نقل هوایی، حمل و نقل زمینی(ریلی، و جاده ای) و حمل و نقل دریایی میگردد. که در این بین حمل و نقل هوایی محبوبیت بیشتری دارد زیرا گردشگرها در تصمیمات خود همواره دو عامل هزینه و زمان را مدنظر دارند و برای دسترسی به مقاصد گردشگری انتخاب نوع سیستم حمل و نقل و یا فراهم بودن یک سیستم مناسب بر این دو عامل تاثیر گذار است. سیستم حمل و نقل هوایی یکی از مهم ترین عناصر تشکیل دهنده صنعت گردشگری می باشد که بخش عمده ای از هزینه های گردشگران را به خود اختصاص می دهد(فرجی غازانی، 1390:3). برای استفاده از سیستم حمل و نقل هوایی فرودگاه ها به عنوان ترمینال و مرکز اصلی پذیرش مسافر نقش مهمی را ایفا می کنند. در حال حاضر با توجه به اهمیت فرودگاه ها در جابجایی گردشگران(مسافران) و درگیر بودن مسائل اقتصادی، گردشگری، صنعتی، فرهنگی و غیره در این صنعت ضرورت دارد به بررسی نقش فرودگاه ها در تسریع فعالیت های فوق ذکر پرداخته شود(سقایی، 1392:1).



فرودگاه ها اولین و مهمترین مکان هایی هستند که مسافران بین المللی در آغاز سفر یا پایان آن، با آن سروکار داشته و در آن مجموعه ای از خدمات را دریافت می کنند. به عبارتی دیگر فرودگاه ها به عنوان یک مجتمع خدماتی پیش روی گردشگران در هنگام سفر می باشد. کیفیت خدمات مناسب در فرودگاه ها و شرایط موجود آن می تواند بر لذت سفر و حتی وفاداری مسافران تاثیرگذار باشد. در این راستا درک، ایجاد و حفظ کیفیت خدمات و رضایتمندی مشتری، مهمترین مسائل سازمان ها هستند، باور عموم بر این است که ارائه کیفیت برتر خدمات، پیش نیاز موفقیت، دوام و بقا در محیط متغیر سازمان های امروزی است (طاهری و یونسی، 1394: 2). ارزیابی رضایت مشتری در صنعت هواپیمایی به دلیل این واقعیت رایج تر می گردد که تحویل خدمات با کیفیت برتر برای بقای خطوط هوایی و رقابت صنعت هواپیمایی بسیار حائز اهمیت است (اسدی، 1395: 6). یکی از دغدغه های مدیران شرکت های حمل و نقل هوایی و فرودگاه ها، ارائه نوآوری در خدمات و چگونگی تاثیر آن بر ارزش و رضایت مسافران می باشد (رمضانی، 1395: 1). در حال حاضر پیش بینی می شود که فرودگاه ها به عنوان سازمان های خدماتی خودکفا با ارائه خدمات کارآمد و با کیفیت به انواع مختلف مشتری فعالیت کنند. در این زمینه، بهبود کیفیت خدمات فرودگاهی بسیار مهم است (Gomes & Bezerra, 2016, 85). درک ادراک مشتری از کیفیت بسیار مهم است. از آنجا که سطح درک شده از کیفیت، پیشینه رضایت مشتری از عملکرد خدمات است، اندازه گیری کیفیت خدمات با استفاده از متغیرهای مبتنی بر مشتری ممکن است تلاش های سازمان را برای برآورده کردن نیازهای مشتریان بهتر راهنمایی کند (Gomes & Bezerra, 2016, 91).

در سیستم حمل و نقل، به ویژه حمل و نقل هوایی، وفاداری مشتریان اهمیت دو چندان پیدا می کند. چرا که خدمات عرضه شده توسط شرکت های هواپیمایی مدت ها در ضمیر مسافران می ماند و عکس العمل آن دیر یا زود متوجه شرکت می گردد. گسترش فعالیت های حمل و نقل هوایی در سرتاسر دنیا باعث افزایش تقاضا برای خدمات فرودگاهی و احتیاج به پروسه های کارآمدتر برای سرویس دهی به هواپیما، مسافر یا چمدان شده است. خدمات عرضه شده توسط فرودگاه ها در هر کشوری معمولاً با هدف تسهیل سفر و ایمنی برای تجربه مسرت بخش مشتری، هم قبل از مسافرت و هم به هنگام ورود به ترمینال های فرودگاه انجام می گیرد. به طور کلی مسافرانی که از امکانات فرودگاه بهره می برند متشکل از مسافرین هوایی، خطوط هواپیمایی و امتیاز دهنده هایی است که خدمات اقتصادی و بازرگانی را برای استفاده کننده گان فرودگاه ارائه می دهند (Adeniran & Adekunle, 2016, 128). در واقع می توان گفت که کیفیت خدمات فرودگاهی و توانایی نوآوری مداوم متغیرهای مهمی هستند که به جذابیت کلی یک فرودگاه کمک می کنند (Akstinaite & Pabedinskaite, 2014, 400). صفارزاده و همکاران (1389)، در تحقیقی به رتبه بندی فرودگاه ها براساس کارایی و سطوح ارائه خدمات با استفاده از روش ای اچ پی<sup>4</sup> (AHP)، پرداختند. آنها نشان دادند که خدمات بخش رفاهی جزئی از عوامل مؤثر بر سطوح ارائه خدمات در فرودگاه ها هستند. از دید آنان خدمات بخش رفاهی شامل: مجموعه رفاهی، مراکز خرید، سیستم های اتوماتیک، ماشینهای خودکار، خدمات مربوط به معلولان، خدمات پزشکی و اورژانس، خدمات ارتباطی، و فضای نگهداری و سرگرمی اطفال میشود. نتایج این تحقیقات

<sup>4</sup>. Analytic hierarchy process



نشان داد که این خدمات 6/6 درصد از عوامل مؤثر بر سطوح ارائه خدمات را به خود اختصاص می دهند (صفا رزاده و همکاران، 1389: 38).

#### 4- روش انجام تحقیق

پژوهش حاضر از نوع مطالعات نظری-کاربردی است که برای بررسی آن از روش توصیفی-تحلیلی استفاده شده است. برای گردآوری داده ها و اطلاعات از روش های مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه بهره گرفته شده است. و نظر مسافران در مورد شاخص های مختلف خدماتی بررسی گردید. جدول (1)، به سطوح مختلف رضایتمندی از شاخص های خدماتی ذکر شده اشاره دارد.

#### جدول (1) شاخص های ادراک خدمات فرودگاهی

منابع	شاخص	متغیر
-اشراقی و سلطانی (1396) -ابوالحسنی و همکاران (1390) -امیرفخریان و معینی (1396) -تاج آبادی و اردیبیبهشت (1396) -خسروی و همکاران (1397) -دانایی و همکاران (1397) -شفیعی ثابت و همکاران (1391) -صلبی (1394) -طاهری و یونسی (1394) -عباسی و همکاران (1392) -فیضی و تاتاری (1383) -قربانی (1395) -نجفی زاده و ظهیری (1396) -Bezerra, G. C. L. & Gomes, C. F. (2016 & 2019) -Del Chiappa, G. & et al.(2016) -Fragoudaki, A. & et al.(2016)	-رضایت از نحوه بازرسی ها و برخورد ماموران بازرسی -رضایت از تابلو ها و علائم راهنمای مسافران -رضایت از گیت های خروجی -رضایت از سیستم کنترل گذرنامه و برخورد کارکنان و سرعت چک پاسپورت مسافر -رضایت از اینترنت وای فای فرودگاه از لحاظ حجم و سرعت -رضایت از کیفیت سرویس دهی کانتر پذیرش بار -رضایت از برخورد کارکنان ایرلاین -رضایت از نظافت و بهداشت سالن و سرویس ها و همچنین رضایت از سالم بودن سرویس ها و شیرآلات و وجود توالت فرنگی کافی برای افراد ناتوان -رضایت از تنوع، کیفیت و قیمت اجناس فروشگاه ها -رضایت از کارکنان خدمات حمل بار -رضایت از وسایل حمل و نقل عمومی فرودگاه -رضایت از کیفیت، تنوع و قیمت مواد غذایی -رضایت از تعداد صندلی های سالن و اتاق استراحت و نمازخانه -رضایت از سیستم تهویه سالن و دمای محیط -رضایت از میزان نور و روشنایی سالن -رضایت از نحوه پاسخگویی و پذیرایی ایرلاین ها در زمان تاخیر و بروز مشکل -رضایت از رسیدگی به مشکل توسط مدیریت سالن -رضایت از دستگاه های چک خودکار -رضایت از خدمات اتاق ویژه (CIP)، شامل خدمات پذیرایی، مکان استراحت، اینترنت و سرویس های بهداشتی -رضایت از اتاق بازی کودکان، از لحاظ امنیت و آسودگی خاطر و تنوع وسایل بازی	رضایتمندی مسافران





- Kuka Gambo, M. K.  
(2016)  
-Prentice, C. & Kadan,  
M. (2017)  
- Tang & et al.(2017)

موجود  
-رضایت از خدمات امور جامه دان در زمان مفقودی بار یا آسیب به جامه دان از  
لحاظ پاسخگویی، پیگیری و پرداخت خسارت

رضایتمندی مسافران

نمونه گیری از بین مسافرین ورودی و خروجی، در مورد کیفیت کلیه خدمات دریافت شده درفاصله پارکینگ فرودگاه تا گیت خروجی سوار شدن به هواپیما یا از لحظه پیاده شدن از هواپیما تا خروج از سالن ترمینال و گرفتن تاکسی را شامل می گردد. جامعه آماری این پژوهش که شامل 383 نفر است، کلیه مسافرینی می باشند که هم ترمینال های ورودی و خروجی پرواز های خارجی فرودگاه بین المللی شهید هاشمی نژاد مشهد را تجربه کرده اند و هم از خدمات یکی از سه فرودگاه مورد مطالعه بهره برده اند. در این روش تعداد مسافرین ورودی و خروجی پروازهای فرودگاه های مورد نظر در بازه یکساله محاسبه گردیده و بر اساس آن با توجه به فرمول کوکران اقدام به نمونه گیری شده است. لازم به ذکر است تعداد مسافرین هر پرواز از ابتدای ژانویه 2019 تا انتهای ژانویه 2020 محاسبه گشته است. در این بازه زمانی یکساله شرکت های هواپیمایی فلای دبی و قطر ایرویز که پروازهای منظم برنامه ای را از فرودگاه بین المللی مشهد به فرودگاه های بین المللی دبی و دوحه انجام می دهند، هفته ای 7 پرواز و در مجموع 336 پرواز در این بازه زمانی یکساله به فرودگاه های بین المللی دبی و دوحه قطر انجام داده اند و شرکت هواپیمایی ترکیش ایرلاین نیز هفته ای 5 پرواز و در مجموع 240 پرواز در بازه زمانی یکساله به فرودگاه بین المللی استانبول ترکیه انجام داده است. با توجه به آمار مسافری موجود شرکت هواپیمایی فلای دبی تعداد 84540 مسافر را در بازه یکساله بین دو فرودگاه مشهد و دبی جا به جا کرده است، همچنین شرکت هواپیمایی قطر ایرویز 39498 مسافر را بین دو فرودگاه مشهد و دوحه قطر و شرکت هواپیمایی ترکیش ایرلاین 46092 مسافر را بین دو فرودگاه مشهد و استانبول جا به جا کرده اند. بر این اساس با استفاده از فرمول کوکران تعداد مسافرین با خطای آماری 0/05 و از مجموع کل مسافرین ورودی و خروجی پروازهای ذکر شده (170130 مسافر ورودی و خروجی) محاسبه گردیده است. بعد از داده گذاری در فرمول تعداد 383 نمونه مشخص شد که به نسبت بین سه شرکت هواپیمایی توزیع گردید(جدول 2).

**جدول 2) تعداد مسافرین ورودی و خروجی پروازهای فلای دبی، قطر ایرویز و ترکیش ایرلاین**

تعداد نمونه	مجموع مسافرین ورودی و خروجی	تعداد مسافرین خروجی	تعداد مسافرین ورودی	تعداد مسافران پرواز در بازه یکساله
190	84540	46860	37680	تعداد مسافر فرودگاه مشهد از/ به دبی
89	39498	22128	17370	تعداد مسافر فرودگاه مشهد از/ به قطر
104	46092	23712	22380	تعداد مسافر فرودگاه مشهد از/ به استانبول
383	170130	92700	77430	تعداد داده های کل



در روش تکمیل پرسشنامه، پرسشنامه‌ها به صورت نصف تکمیل گردید. یعنی 50 درصد آنها از افرادی که در حال خروج به یکی از این فرودگاه‌های مورد بررسی (هرکدام حدود 17 درصد) که قبلاً تجربه سفر به فرودگاه مذکور را داشته‌اند. و 50 درصد آنها از افراد در حال ورود از یکی از این فرودگاه‌های مورد بررسی (هرکدام حدود 17 درصد) توزیع شد. همچنین در پرکردن پرسشنامه مذکور پراکندگی سنی و جنسی هم رعایت گردید. و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تاپسیس خاکستری استفاده گردید. در شرح این روش می‌توان اینگونه بیان داشت که، در هر سیستم عمومی عوامل متعددی مؤثر هستند که تأثیر متقابل آن‌ها وضعیت و روند رشد و توسعه سیستم را تعیین می‌کند. در تجزیه و تحلیل سیستم‌ها (بخصوص سیستم‌های خدمات رسانی) که در این پژوهش سیستم خدمات رسانی فرودگاه‌های بین‌المللی و رضایت مردم از نحوه خدمات آن‌ها سنجیده شده است، تلاش می‌شود عوامل با اهمیت بیشتر شناسایی شوند، اما در هر سیستم عوامل ناشناخته و یا کمتر شناخته شده نیز وجود دارند. یکی از روش‌هایی که برای مواجهه با اینگونه سیستم‌ها استفاده می‌شود، تحلیل رابطه خاکستری است که از اجزای مهم نظریه فازی خاکستری به شمار می‌رود. ایده اصلی تحلیل رابطه خاکستری به عنوان روش آنالیز کمی، بر این نکته بنا شده است که مقدار نزدیکی و همبستگی رابطه بین دو عامل مختلف در فرایند پویا و در حال رشد است و باید بر اساس میزان شباهت منحنی‌های آن‌ها سنجیده شود. هر چقدر میزان این شباهت بیشتر باشد، یعنی درجه بیشتری از رابطه بین سری‌ها وجود دارد و برعکس. برای سنجش میزان شباهت از درجه رابطه خاکستری استفاده می‌شود. در این گام هر گزینه بر اساس معیارهایی ارزیابی می‌شود؛ در واقع روش تاپسیس خاکستری برای حل مسائل تصمیم‌گیری گروهی با اطلاعات ناقص و غیر قطعی بسیار مناسب می‌باشد. به عنوان روش آنالیز کمی، بر این نکته بنا شده است که مقدار نزدیکی و همبستگی رابطه بین عوامل مختلف را بسنجد و شامل سه مرحله عادی سازی مقادیر، تعیین ضرایب رابطه خاکستری و تعیین رتبه رابطه خاکستری گزینه‌های مورد نظر است (حبیبی، 1397: 44).

### 5- یافته‌های توصیفی

بررسی‌های اولیه نشان داد؛ از تعداد 383 نفر که در تکمیل این پرسشنامه همکاری داشته‌اند، 287 مورد مرد و 96 مورد آن به لحاظ جنسیت زن بوده‌اند. این مقادیر برابر با 74.9 درصد از پاسخگویان مرد و 25.1 درصد از جامعه نمونه آماری را زنان تشکیل می‌دهند. همچنین بیشترین فراوانی پاسخگویان بین رده سنی 31 تا 40 سال می‌باشد که مشتمل بر 246 نفر و به عبارتی معادل 64.23% از حجم نمونه آماری را به خود اختصاص داده است. کمترین درصد پاسخگویی را رده سنی 60 سال به بالا تشکیل می‌دهد که کمتر از یک درصد از پاسخگویان را شامل می‌شود. از نظر تحصیلات نیز بیشترین فراوانی پاسخگویان در سطح تحصیلی لیسانس با 164 مورد، معادل 42.82 و بعد از آن در سطح تحصیلی فوق لیسانس و بالاتر با 159 مورد معادل 51.51 درصد پاسخگویان می‌باشند و کمترین آن متعلق به رده تحصیلی دیپلم به پایین تر با 16 مورد معادل 4.18 درصد می‌باشد (جدول 3).

#### جدول 3) وضعیت پاسخگویان به لحاظ جنسیت، سن و میزان تحصیلات

جنسیت	سن	میزان تحصیلات
-------	----	---------------



نوع	فراوانی	درصد	رده سنی	فراوانی	درصد	سطوح تحصیلی	تکرار	درصد
مرد	287	74.9	20-30	47	12.27	دیپلم به پایین	16	4.18
زن	96	25.1	31-40	246	64.23	فوق دیپلم	44	11.49
کل	383	100	41-50	57	14.88	لیسانس	164	42.82
			60-51	30	7.84	فوق لیسانس و بالاتر	159	41.51
			60 سال به بالا	3	0.78	کل	383	100
			کل	383	100			

### 6-1- عادی سازی مقادیر

زمانی که واحدهای اندازه گیری عملکرد شاخص های مختلف متفاوت باشند، ممکن است تأثیر برخی از شاخص ها نادیده گرفته شود. همچنین زمانی که برخی شاخص های عملکرد دامنه گسترده ای داشته باشند، ممکن است چنین اتفاقی روی دهد. برای عادی سازی مقادیر از یکی از سه فرمول زیر استفاده می شود:

$$x_{ij} = \frac{y_{ij} - \min(y_{ij})}{\max(y_{ij}) - \min(y_{ij})}$$

هر چه بزرگتر بهتر

$$x_{ij} = \frac{\max(y_{ij}) - y_{ij}}{\max(y_{ij}) - \min(y_{ij})}$$

هر چه کوچکتر بهتر

$$x_{ij} = \frac{y_{ij} - y^*}{\max\{\max(y_{ij}) - y^*, y^* - \min(y_{ij})\}}$$

هر چه به ارزش مطلوب  $y^*$  نزدیکتر بهتر

$y_{ij}$  = مقدار شاخص هر فرودگاه؛  $\min(y_{ij})$  = کمترین مقدار شاخص هر فرودگاه؛  $\max(y_{ij})$  = بیشترین مقدار شاخص هر فرودگاه؛  $y^*$  = ارزش مطلوب ثبت شده برای هر فرودگاه.

در مطالعه حاضر برای عادی سازی مقادیر از فرمول اول استفاده شده است، چراکه هر چه میزان هر یک شاخص های رضایتمندی بیشتر باشد به لحاظ کیفیت خدمات رسانی خدمات بهتری ارائه می دهد (جدول 4).

### جدول 4) میانگین شاخص های رضایتمندی از خدمات هر فرودگاه و عادی سازی مقادیر اولیه

بزرگتر	کوچکتر	بزرگتر	ارزش مطلوب	بزرگتر	کوچکتر	
خدمات، تجهیزات و امکانات فرودگاه	گیت های بازرسی	کنترل گذرنامه	پذیرش مسافر و بار	کیفیت مسیریابی	دسترسی فرودگاهی	فرودگاه
3.98	3.56	3.73	3.80	4.13	4.01	استانبول
2.50	2.80	2.79	2.78	2.82	2.86	مشهد
4.20	3.47	3.57	3.99	4.18	4.06	دبی
4.50	3.98	4.14	4.43	4.62	4.53	دوحه



2.50	2.80	2.79	-0.78	2.82	2.86	min
4.50	3.98	4.14	2.43	4.62	4.53	max
2.00	1.18	1.35	2.43	1.80	1.67	max-min

## 2-6- ضریب رابطه خاکستری

با استفاده از ضریب رابطه خاکستری نزدیکی هر  $X_{ij}$  به  $X_{0j}$  متناظر سنجش می شود. هرچه ضریب رابطه خاکستری بزرگتر باشد، نزدیکی بیشتر است. ضریب رابطه خاکستری به صورت زیر محاسبه می شود:

$$y(X_{0j}, X_{ij}) = \frac{\Delta_{min} + r\Delta_{max}}{\Delta_{ij} + r\Delta_{max}}$$

برای انجام محاسبات فوق باید  $\Delta_{ij}$  محاسبه شود:

$$\Delta_{ij} = X_{0j} - X_{ij}$$

بنابراین min کوچکترین مقدار  $\Delta_{ij}$  و max بزرگترین مقدار  $\Delta_{ij}$  خواهد بود. در این رابطه r ضریب تشخیص است و به منظور گسترش یا محدود ساختن دامنه ضریب رابطه خاکستری استفاده می شود. ضریب تشخیص که گاهی با  $\rho$  یا  $\gamma$  نیز نمایش داده 0/5 در نظر گرفته می شود، مقداری بین 0 و 1 است و معمولاً می شود. بر اساس مطالعه تحلیل حساسیت مقدار 0/5 ضریب تشخیص متعادل است و ثبات خوبی دارد. تعیین ضریب رابطه خاکستری در منطقه مورد مطالعه به شرح جدول (5) است.

### جدول (5) ضرایب بدست آمده از هر یک از گزینه ها به نسبت مولفه های مورد نظر

فرودگاه	دسترسی فرودگاهی	کیفیت مسیریابی	پذیرش مسافر و بار	کنترل گذرنامه	گیت های بازرسی	خدمات، تجهیزات و امکانات فرودگاه
استانبول	0.69	0.272	0.259	0.304	0.644	0.260
مشهد	0.00	1.00	0.679	1.00	0.00	1.00
دبی	0.72	0.244	0.181	0.422	0.568	0.150
دوحه	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00
$\Delta_{min}$	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
$\Delta_{max}$	1.00	1.00	0.68	1.00	1.000	1.00
$r\Delta_{max}$	0.50	0.50	0.340	0.50	0.500	0.50
$\Delta_{min}+r\Delta_{max}$	0.50	0.50	0.340	0.50	0.50	0.50



رتبه رابطه خاکستری پس از محاسبه تمامی ضرایب رابطه خاکستری  $\gamma(x_{ij}, x_{ij})$  رتبه رابطه خاکستری با فرمول زیر محاسبه می شود:

$$\Gamma(x_0, x_i) = \sum_j^n w_j \gamma(x_{0j}, x_{ij})$$

این فرمول میزان همبستگی سری مرجع هدف و سری مقایسه ای را نشان می دهد. در این محاسبات W وزن شاخص هاست که به کمک تکنیک هایی مانند FAHP یا آنروپی، تخصیص نقطه ای و غیره محاسبه می شود. در این مطالعه برای تعیین وزن از نظر ده نفر از افراد خبره در این زمینه و روش تخصیص نقطه ای استفاده شده است. تعیین رتبه رابطه خاکستری در منطقه مورد مطالعه به شرح جدول (6) است.

جدول (6) تعیین رتبه رابطه خاکستری گزینه های مورد بررسی نسبت به مولفه های رضایتمندی

فرودگاه	دسترسی فرودگاهی	کیفیت مسیریابی	پذیرش مسافر و بار	کنترل گذرنامه	گیت های بازرسی	خدمات، تجهیزات و امکانات فرودگاه
استانبول	0.42	0.65	0.57	0.62	0.44	0.66
مشهد	1.00	0.33	0.33	0.33	1.00	0.33
دبی	0.41	0.67	0.65	0.54	0.47	0.77
دوحه	0.33	1.00	1.00	1.00	0.33	1.00
W	0.14	0.25	0.11	0.25	0.12	0.13

در جدول (7) میزان امتیاز و رتبه رضایتمندی از خدمات هر فرودگاه را می توان مشاهده کرد. با توجه به جدول، فرودگاه دوحه با امتیاز 0.82 بیشترین رضایت از مولفه های خدماتی را کسب کرده است بعد از آن فرودگاه های دبی و استانبول می باشند که مقدار رضایتمندی بدست آمده آن ها تقریباً برابر است و در انتها فرودگاه مشهد قرار دارد که نسبت به سایر گزینه ها عملکرد چندان مطلوبی را در بین پاسخ دهندگان نداشته است.

جدول (7) میزان امتیاز و رتبه رضایتمندی از خدمات فرودگاهی

فرودگاه	دسترسی فرودگاهی	کیفیت مسیریابی	پذیرش مسافر و بار	کنترل گذرنامه	گیت های بازرسی	خدمات، تجهیزات و امکانات فرودگاه	رابطه خاکستری	رتبه
استانبول	0.06	0.16	0.064	0.15	0.05	0.09	0.58	3
مشهد	0.14	0.08	0.037	0.08	0.12	0.04	0.51	4
دبی	0.06	0.17	0.073	0.13	0.06	0.10	0.59	2
دوحه	0.05	0.25	0.112	0.25	0.04	0.13	0.82	1



## 7- نتیجه گیری و پیشنهادات

این پژوهش به بررسی بررسی کیفیت خدمات فرودگاهی در فرودگاه های مشهد، استانبول، دبی و دوحه با هدف تفاوت میزان رضایت مندی مسافران از خدمات فرودگاهی در فرودگاه های چهارگانه پرداخت. در بررسی مقایسه ادراک کیفیت خدمات فرودگاهی در سطح ابعاد، مقایسه فرودگاه مشهد نسبت به سه فرودگاه دیگر بر اساس روش تاپسیس خاکستری نشان می دهد فرودگاه دوحه با امتیاز 0.82 بیشترین رضایت از مولفه های خدماتی را کسب کرده است بعد از آن فرودگاه های دبی و استانبول می باشند که مقدار رضایتمندی بدست آمده آن ها تقریباً برابر است. به لحاظ میانگین شاخص های شش گانه، بالاترین میانگین در بخش دسترسی فرودگاهی متعلق به شاخص کیفیت خدمات عمومی است، در بخش کیفیت مسیریابی در فرودگاه؛ بیشترین میانگین امتیازی را مولفه رضایت از علائم، تابلوهای راهنما در جهت یافتن آسان مسیرها و اماکن، از جمله کانتر و گیت به خود اختصاص داده است. در بخش پذیرش مسافر و بار فرودگاهی؛ بیشترین میانگین امتیازی را مولفه رضایت از کیفیت سیستم های پذیرش مسافر به خود اختصاص داده است. در بخش کنترل گذرنامه؛ بیشترین میانگین امتیازی مولفه رضایت از کیفیت سیستم های گذرنامه و عوارض خروج از لحاظ به روز بودن و انجام فعالیت بدون قطعی به خود اختصاص داده است. در بخش گیت های بازرسی؛ بیشترین میانگین امتیازی را مولفه میزان رضایت از زمان انتظار در صف بازرسی به خود اختصاص داده است. در بخش خدمات، تجهیزات و امکانات فرودگاهی؛ بیشترین میانگین امتیازی را مولفه رضایتمندی از نظافت سرویس های بهداشتی، تهویه هوای سرویس به خود اختصاص داده است. در تمامی این موارد، فرودگاه بین المللی دوحه بالاتر از سایر فرودگاه ها به لحاظ مولفه های کیفیت خدماتی به خود اختصاص داده است و فرودگاه مشهد نسبت به تمامی موارد ذکر شده در مقایسه با سایر فرودگاه ها از وضعیت به نسبت بدی مواجه است و این نشان دهنده انتظارات مشتریانی می باشد که این فرودگاه را با سایر فرودگاه هایی که رفت و آمد دارند می سنجند. در نتیجهی این عوامل، بر بازگشت پذیری مسافران یا به عبارتی بر وفاداری آن ها تاثیر می گذارد.

### 7-1- پیشنهادها

از آنجا که دستیابی به سطح بالای کیفیت خدمات و تسهیلات فرودگاهی در تعیین رتبه و جایگاه هر فرودگاه موثر است، از این رو به منظور جلب بیشتر رضایتمندی مسافران، می بایست برنامه های خود را از طریق بالا بردن کیفیت خدمات، اجرایی کنند. بطوری که براون (1992) معتقد است رضایت مشتری به عنوان برآورده شدن نیازها، خواسته ها و انتظارات مشتری توسط یک کالا یا خدمت است که نتایجی مانند تکرار خرید، وفاداری و تبلیغات دهان به دهان مثبت را پدید می آورد، نتیجه تحقیق حاضر تأییدی بر ادعای براون می باشد.

با توجه نتایج بدست آمده می توان پیشنهادات و توصیه های را در زمینه کیفیت خدمات فرودگاهی و عوامل موثر بر رضایتمندی خدمات فرودگاه مشهد ارائه کرد؛

1. توجه به عوامل فیزیکی (مربوط به هواپیما): ظاهر ورودی و خروجی هواپیما، فرآیند جابجایی بار، تعمیر و نگهداری فنی هواپیماها در فواصل منظم



2. توجه به عوامل فیزیکی (مربوط به فرودگاه): ظاهر فرودگاه بویژه ورودی، استفاده از تجهیزات مدرن و مناسب، ایجاد فروشگاه ها کافی و مناسب، ایجاد جو اطمینان و آرامش در سالن انتظار
  3. توجه به عوامل انسانی: استفاده کارکنان مجرب، آموزش و ارزیابی مستمر کارکنان
  4. علاوه بر این، فرودگاه باید کیفیت کترینگ (غذاهای داخل پرواز) را افزایش دهد.
  5. سرمایه گذاری کافی در حوزه بازاریابی شرکت و بویژه در ایجاد تصویر ذهنی مطلوب از هواپیمایی
  6. تمرکز بر ایجاد حس اعتماد و اطمینان به امنیت و سلامت پروازها
- با تمرکز و بذل توجه به عوامل مطرح شده می توان رضایت خاطر مسافران فعلی را فراهم آورد که همین رضایت خاطر منجر به وفاداری مسافران شود که همین ایجاد وفاداری می تواند تضمین کننده سود باشد ضمنا همین ایجاد رضایت و بالطبع وفاداری خود می تواند به عنوان یک ابزار بازاریابی عمل کند؛ چرا که مسافر راضی و وفاداری علاوه بر تکرار خرید خدمات نسبت به تبلیغات دهان به دهان از خدمات فرودگاه بین المللی مشهد نموده که همین تبلیغات می تواند بر روی تصویر ذهنی مشتریان بالقوه تاثیر مثبت اعمال نموده و آن ها را به استفاده از خدمات این فرودگاه تشویق نماید که از همین طریق می توان امیدوار به جذب مشتریان جدید بود.

## 8- فهرست منابع

1. کاربر، امین و اله بیگی، نجمه (1398)، برندینگ و اکوتوریسم، کنفرانس ملی اکوتوریسم، فرهنگ و توسعه گردشگری، مشهد، موسسه آموزش عالی بینالود، صص 1-11.
2. صفارزاده، محمود و حسن پور، شهاب و ممدوحی، امیررضا (1389)، رتبه بندی فرودگاه ها بر اساس کارایی و سطوح ارائه خدمات با استفاده از روش AHP، مجله علمی-پژوهشی عمران مدرس، دوره دهم، شماره 4، صص 33-46.
3. Bezerra, C. L. & Gomes, C. F. (2019). Determinants of Passenger Loyalty in Multi-airport Regions: Implications for Tourism Destination, Tourism Management Perspectives Journal, Volume 31, July 2019, pp. 145-158.
4. -نجفی زاده، نادره السادات و ظهیری، مریم (1396)، بررسی رابطه انگیزه های خرید مسافران و انتخاب انواع خرید در فرودگاه (مطالعه موردی؛ فرودگاه اهواز)، مجله مدیریت بازاریابی، شماره 37، صص 47-61.
5. -نظریان، اصغر و قادری، اسماعیل و حقیقی، عبدالرضا (1389)، نقش حمل و نقل هوایی در توسعه صنعت توریسم با تاکید بر فرودگاه بین المللی ارومیه، فصلنامه علمی-پژوهشی جغرافیای انسانی، سال دوم، شماره سوم، صص 25-44.
6. فرجی غازی، داوود (1390)، مطالعه تاثیر کیفیت خدمات در صنعت حمل و نقل هوایی بر رضایت و وفاداری مسافران، مطالعه موردی، شرکت هواپیمایی آتا، دانشکده گردشگری، دانشگاه سمنان، صص 3.



7. Tang, C. & Weaver, D. & Lawton, L.(2017). Can Stopovers Be Induced to Revisit Transit Hubs as Stayovers? A New perspective on the Relationship Between Air Transportation and Tourism. *Journal of Air Transport Management*, Vol. 72, pp. 54-64.
8. Prentice, C. & Kadan, M. (2019). The Role of Airport Service Quality in Airport and Destination Choice. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 47, pp.40-48.
9. مجارشین شهری، علی اکبر و حیدری، لیلا(1393)، نقش و اهمیت صنعت گردشگری در توسعه اقتصادی و کارآفرینی، نخستین کنفرانس آینده پژوهی، مدیریت و توسعه شیراز، سیویلیکا، صص 1-5.
10. امیری، شهرام(1395)، خدمات گردشگری و نقش آن در توسعه گردشگری اصفهان، روزنامه دنیای اقتصاد، شماره 3972، صص 4.
11. سقایی، محسن(1392)، تحلیلی بر تاثیر صنعت حمل و نقل هوایی بر توسعه گردشگری مذهبی، مورد مطالعه فرودگاه مشهد، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، سال 28، شماره 110، صص 73-86.
12. Gambo K. M. K,(2016). Service Quality and Customer Satisfaction among Domestic air Passengers in Nigeria, *International Journal of Business and Management Studies*, Vol. 8, No 2, pp. 32-49.
13. خطیب زاده، مهدی، کوزه چیان، هاشم و هنرور، افشار(1392)، رابطه ادراک از کیفیت خدمات با رضایتمندی و تمایل به بازگشت گردشگران ورزشی حاضر در شهرآورد استقلال و پرسپولیس، دوفصلنامه مدیریت و توسعه ورزش سال پنجم، شماره اول، پیاپی 8، صص 170-184.
14. طاهری، مرتضی و یونسی، جلیل(1394)، ساخت و اعتباریابی مقیاس رضایت از کیفیت خدمات سفرهای هوایی، فصلنامه اندازه گیری تربیتی، دوره ششم، شماره 19، صص 2.
15. اسدی، حسنی(1395)، بررسی تاثیر کیفیت خدمات شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران (ایران ایر) بر رضایت مشتریان، پایان نامه دانشگاه پیام نور، واحد تهران غرب، صص 6.
16. رضانی، جابر(1395)، بررسی تاثیر نوآوری خدمات بر رضایت مشتری و افزایش ارزش مشتری در فرودگاه شهر رشت، پایان نامه دانشکده علوم انسانی دانشگاه پیام نور، تهران غرب، صص 1-9.
17. Bezerra, C. L. & Gomes, C. F. (2016). Measuring Airport Service Quality: A Multidimensional Approach. *Journal of Air Transport Management*, Vol. 59, pp. 85-93.





18. Adeniran, J. & Adekunle, B. (2016), Is Service Quality a Correlate of Customer Satisfaction? Evidence from Nigerian Airports, *International Journal of Marketing Studies*; Vol. 8, No. 6, pp. 128-140.
19. Akstinaitea, V. & Pabedinskaitea, A. (2014), Evaluation of the Airport Service Quality, *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 110, pp. 398-409.
20. اشراقی آرانی، مجتبی و سلطانی، میلاد (1396)، اثر ورشکستگی شرکت های هواپیمایی بر مسافران و فرودگاه ها (مطالعه تطبیقی ایالات متحده و اتحادیه اروپا)، پژوهشنامه حمل و نقل، دوره چهاردهم، شماره 1، صص 1-15.
21. ابوالحسنی، فرهنگ و وارثی حمیدرضا و دارابی، مژگان (1390)، تحلیل نقش دفاتر خدمات مسافرتی و رستوران ها در شهر اصفهان با استفاده از شاخص توسعه گردشگری، نشریه جغرافیای فضای گردشگری، دوره اول، شماره 1، صص 83-100.
22. امیرفخریان، مصطفی و معینی، علیرضا (1396)، بررسی عوامل موثر در موفقیت دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری در زمینه برگزاری تورهای داخلی در شهر مشهد، مجله آمایش جغرافیایی فضا، فصلنامه علمی-پژوهشی دانشگاه گلستان سال هفتم، شماره مسلسل بیست و پنجم، صص 207-219.
23. تاج آبادی حسین و اردیبهشت، فاطمه (1396)، تاثیر اخلاق محوری در گردشگری بر ابعاد توسعه پایدار با محوریت شرکت های هواپیمایی ایران، نشریه میراث و گردشگری، دوره دوم، شماره 6، صص 155-179.
24. خسروی خلیران، ابوالفضل و شفابخش، غلامعلی و تقی زاده، سید علی (1397)، ارائه مدل انتخاب وسیله نقلیه برای دسترسی زمینی به فرودگاه (مطالعه موردی؛ فرودگاه بین المللی شهید هاشمی نژاد مشهد)، فصلنامه مهندسی حمل و نقل، سال دهم، شماره اول، پیاپی 38، صص 19-28.
25. دانایی، ابوالفضل و قربانی، امیر و رئیسی نافچی، ابو القاسم (1397)، آسیب شناسی روابط انسانی در دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری (مورد مطالعه؛ دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری استان خراسان جنوبی)، دوفصلنامه مطالعات اجتماعی گردشگری، سال ششم، شماره یازدهم، بهار و تابستان، صص 113-138.
26. شفیعی ثابت، ناصر و هراتی فرد، سعیده و نوری کرمانی، علی (1391)، تاثیر اطلاع رسانی گردشگری دفاتر خدمات مسافرتی شهر تهران در تحولات نظام فضایی گردشگری منطقه تهران، فصلنامه علمی-پژوهشی جغرافیا، فصلنامه انجمن جغرافیای ایران، دوره جدید، سال دهم، شماره 34، صص 123-139.
27. صلیبی، سمیرا (1394)، نقش حمل و نقل هوایی بر توسعه گردشگری، مطالعه موردی، فرودگاه بین المللی گرگان، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی حکیم جرجانی، گرگان، صص 2-6.



28. عباسی، اعظم و کشاورز نیا، نگین و خداداد، معصومه و شگفت، سعید(1392)، تاثیر حمل و نقل هوایی بر توسعه صنعت گردشگری هواپیمایی آسمان، نخستین کنفرانس ملی معماری شهرسازی جغرافیا و محیط زیست پایدار، تهران، صص 6-10.

29. فیضی، کامران و تاتاری، سعید(1384)، بهبود کیفیت خدمات در پروازهای شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران، پیمایشی بر مبنای مدل کیفیت خدمات، فصلنامه مطالعات جهانگردی، شماره 5، صص 53-84.

30. قربانی، محمود(1395)، بررسی رابطه بین ابعاد تفکر استراتژیک مدیران و میزان آمادگی برای تحول سازمانی در فرودگاه های استان خراسان رضوی، فصلنامه آینده پژوهی مدیریت، سال بیست و هفتم، شماره 106، بهار و تابستان، صص 17-29.

31. Chiappa, G. D. & Martin, J. C. & Roman, C. (2016). Service quality of Airports, Food and Beverage Retailers, A Fuzzy Approach, Journal of Air Transport Management Vol. 53, pp. 105-113.

32. Fragoudaki, A. & Giokas, D. & Glyptou, K. (2016). Efficiency and Productivity Changes in Greek Airports During the Crisis Years 2010 e 2014. Journal of Air Transport Management, Vol. 57, pp. 306-315.

33. حبیبی، آرش(1397)، کاربرد تئوری خاکستری در مدیریت بازاریابی، فصلنامه اختصاصی تبلیغات و بازاریابی(پارس مدیر)، شماره 12، صص 37-51.