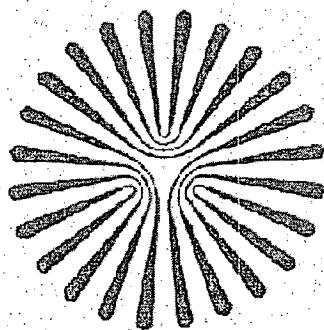




۱۵۵۲۱.



دانشگاه پیام نور  
دانشکده علوم انسانی

پایان نامه  
برای دریافت مدرک کارشناسی ارشد  
رشته مدیریت اجرایی  
گروه مدیریت

عنوان پایان نامه:

بررسی علل عدم دستیابی سازمان منطقه آزاد گیش به اهداف  
تعیین شده در طرح جامع در زمینه توریست

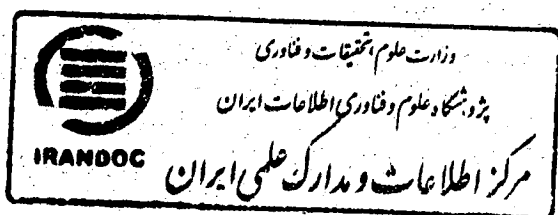
فاطمه شهابی

استاد راهنما: جناب آقای دکتر حسینی

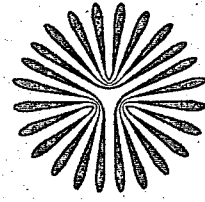
استاد مشاور: جناب آقای دکتر احمدی

۱۳۹۰/۱/۲۷

مهر ماه ۱۳۸۹



۱۵۵۳۱۰



# دانشگاه پیام نور

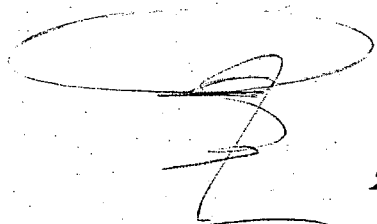
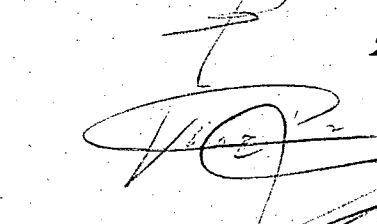
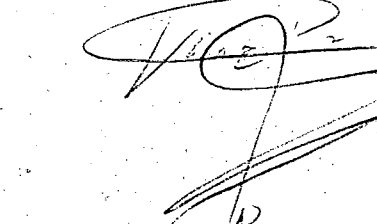
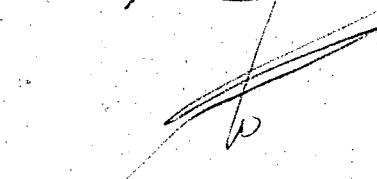
((تصویب نامه))

پایان نامه تحت عنوان :

بررسی علل عدم دستیابی سازمان منطقه آزاد کیش به اهداف تعیین شده در طرح جامع  
در زمینه توریست

تاریخ دفاع : ۳۱، ۶، ۸۹ ساعت :  
نمره : ۱۹/۲۵ درجه : عالی

اعضای هیات داوران :

نام و نام خانوادگی	هیات داوران	مرتبه علمی	امضاء
۱- آقای دکتر حسینی		استاد راهنما	
۲- آقای دکتر احمدی		استاد مشاور	
۳- آقای دکتر دانایی		استاد داور	
۴- آقای دکتر محسن دیانت		نماینده گروه	

## چکیده پایان نامه

مقایسه آمار ارائه شده در زمینه گردشگری و ورود مسافر به جزیره کیش (اعم از درصد اشغال هتل‌های کیش، ورود و خروج مسافر و ....) نشان دهنده این است که سازمان منطقه آزاد کیش به طور کامل به اهداف تعیین شده در طرح جامع خود در زمینه توریست نائل نشده است. لذا انجام عارضه یابی در این زمینه بسیار ضروری بنظر رسید. بنابراین محقق در صدد این است که این عوامل را شناسایی نماید که بتوان بر آن اساس گردشگری را در منطقه آزاد کیش رونق بخشید و مسئولین امر بر آن اساس بتوانند جهت جذب توریست اقدام نمایند.

در این مقاله سعی شده است با بررسی درجه اهمیت عوامل تاثیر گذار بر توریست جزیره کیش این مهم مورد بررسی قرار گیرد تا راهنمای خوبی برای سیاستگذاران و تصمیم گیران در زمینه توریست کیش و در راستای افزایش جذب گردشگر این جزیره باشد.

محقق در این زمینه اقدام به طراحی پرسشنامه ای با ۸ فرضیه و ۴۵ شاخص و نظر سنجی از مسافران جزیره کیش نموده است.

بر این اساس میزان اهمیت و تاثیر گذاری این موارد را بر توریست کیش تعیین شد. پس از جمعآوری و انجام تحلیل های آماری توسط نرم افزار SPSS و رتبه بندی فرضیه ها بر اساس آزمون فریدمن، از ۸ فرضیه مطروحه ۷ فرضیه پذیرفته و ۱ فرضیه رد شد. بنا براین به طراحی مدلی بر اساس نتایج بدست آمده اقدام شده است.

## فهرست

صفحه	عنوان
	<b>فصل اول: کلیات تحقیق</b>
2	مقدمه
3	تعریف موضوع و بیان مسئله
4	اهمیت و ضرورت تحقیق
5	پیشینه تحقیق
8	سوال تحقیق
8	فرضیه های تحقیق
9	اهداف تحقیق
9	روش انجام تحقیق و گردآوری اطلاعات
10	جامعه آماری تعداد نمونه و روش نمونه گیری
11	روش تجزیه و تحلیل اطلاعات
11	قلمرو تحقیق
12	تعریف واژه ها و اصطلاحات تحقیق

## فصل دوم: مبانی نظری و ادبیات تحقیق

۱۳	مقدمه
۱۴	بخش اول: توریسم
۱۵	تاریخچه توریسم
۱۸	توریسم
۱۸	نظریه های جامعه شناختی توریسم
۲۱	اصولی از مجموعه قوانین موجود در صنعت توریسم
۲۵	نقش صنعت توریسم در اقتصاد جهانی و مقایسه آن با ایران
۲۶	تبلیغات
۲۹	نمایشگاهها
۳۰	اینترنت
۳۰	تبلیغات تلویزیونی
۳۳	هتل و گردشگری
۴۰	فروش و بازاریابی در هتل
۴۰	استاندارد سازی
۴۴	توریسم مجازی
۴۵	جهانگردی مجازی و کشورهای آسیایی و اروپایی
۴۶	ایران و گردشگری الکترونیک
۵۱	بخش بازاریابی گردشگری

۵۵	مفهوم مشتری
۵۸	تأثیر رضایت و وفاداری مشتری
۶۵	طراحی کالا یا خدمت بر اساس توقعات و نیاز مشتری
۶۶	ویژگیهای خدمات جهانگردی
۶۸	شناخت شرایط
۶۸	شناخت بازار هدف
۶۹	بخش های طبقه بندی شده بازار هدف
۷۱	شناخت رشد بازار
۷۲	استراتژی تقسیم بندی بازار گردشگری
۷۳	تقسیم بندی بازار بر حسب منطقه جغرافیایی
۷۳	تقسیم بندی بازار بر حسب مشخصات روانی
۷۵	الگوهای رضایت مندی مشتری
۷۶	بعد مبادله ای و بعد کلی
۷۷	مدلهای شکل گیری رضایت مشتری
۷۹	امنیت، اساس گردشگری است
۸۱	علم گردشگری
۸۲	بخش پنجم جاذبه های توریستی
۸۹	بخش ششم منطقه آزاد مورد مطالعه (کیش)
۹۰	تعریف منطقه آزاد

۹۱	موقعیت جزیره کیش
۹۱	وضعیت ارتباطات و فناوری اطلاعات در منطقه آزاد کیش
۹۲	طرح جامع مقصد کیش
۹۴	راهبردها و اهداف اقتصادی
۹۴	میزان جذب گردشگر در طرح جامع مقصد کیش (اهداف کمی)
۹۷	وضعیت موجود گردشگری از نگاه آمار
۹۷	تدوین طرح جامع گردشگری
۹۹	بخشی از طرحهای موضوعی و موضعی دارای اولویت
۹۹	طرحهای موضوعی
۹۹	طرحهای موضعی
۹۹	چشم انداز توسعه جزیره
۱۰۰	باغ ایرانی در خلیج فارس
۱۰۳	منافع اقتصادی گردشگری برای جزیره کیش
۱۰۴	بازار گردشگری
۱۰۵	الگوها و گرایش های گردشگری ملی، منطقه ای، جهانی
۱۰۶	انگیزه های سفر
۱۰۸	مقصدهای گردشگری رقیب در ایران و پیرامون
۱۰۹	الگوهای ورود گردشگر، آمار و مشخصات گردشگران در جزیره کیش
۱۱۱	جاذبه های طبیعی گردشگری



۱۱۱	جاذبه های فرهنگی و باستانی
۱۱۲	جاذبه های ویژه
۱۱۳	سطح جاذبه ها
۱۱۵	آژانسهای مسافرتی
۱۱۵	پیش بینی ها و چشم انداز گردشگری
۱۱۶	ظرفیت پذیری جزیره کیش
۱۱۸	مناسب ترین اشکال گردشگری
۱۲۰	نقش مناطق آزاد خلیج فارس در توسعه توریسم
۱۲۱	برنامه ریزی برای توسعه گردشگری در مناطق آزاد
۱۲۳	نحوه درجه بندی مراکز اقامتی در کیش در مقایسه با ضوابط مشابه سازمان ایرانگردی و جهانگردی
۱۲۵	ضرورت تنظیم استانداردها و معیارهای درجه بندی مراکز اقامتی
۱۳۱	عرضه کنندگان خدمات گردشگری
۱۳۴	مسائل توریسم در جزیره کیش؛ یک رویکرد خوشه‌ای
۱۳۵	ویژگی های بازار تقاضای توریسم در کیش
۱۳۸	جشنواره ها
	<b>فصل سوم: روش تحقیق</b>
۱۴۰	مقدمه

۱۴۱	روش تحقیق
۱۴۳	اهداف پژوهش
۱۴۴	الگو و رویکرد کلی تحقیق و فرضیات پژوهش
۱۴۷	معرفی ابعاد مختلف قلمرو تحقیق
۱۴۸	چگونگی تجزیه و تحلیل داده ها
۱۵۰	معرفی جامعه آماری و تشریح نحوه استخراج داده ها
۱۵۱	مقیاس اندازه گیری
۱۵۳	روش های آماری
۱۵۳	آمار توصیفی
<b>فصل چهارم : تجزیه و تحلیل اطلاعات</b>	
۱۵۴	مقدمه
۱۵۴	بخش اول - تجزیه و تحلیل متغیرهای جمعیت شناختی پژوهش به کمک آمار توصیفی
۱۶۲	بخش دوم - تجزیه و تحلیل فرضیات پژوهش به کمک آمار استنباطی
۱۶۵	اولویت بندی شاخص های مدل با استفاده از آزمون فریدمن
۱۶۸	آزمون فرضیه های پژوهش
۱۷۰	اولویت بندی عوامل تأثیرگذار بر جذب توریست
۱۷۱	بخش سوم - ارائه مدلی برای ارزیابی روابط میان سازه های پژوهش
<b>فصل پنجم : نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات</b>	

۱۷۸	مقدمه
۱۷۸	نتایج حاصل از خصیصه‌های جمعیت‌شناختی
۱۸۰	مروری بر فرضیات پژوهش و نتایج آن
۱۸۷	محدودیت‌ها و مشکلات اجرایی پژوهش
۱۸۸	پیشنهادات
۱۹۳	پیشنهاد برای پژوهش‌های آینده
۱۹۵	ضمائم

## فصل اول: کلیات تحقیق

## ۱- مقدمه

در آستانه قرن بیست و یکم صنعت گردشگری شانه به شانه بزرگترین فعالیتهای اقتصادی جهان قرار گرفت و شاید اگر بحرانهایی همچون واقعه یازدهم سپتامبر در ایالات متحده، بیماری سارس در چین و شرق دور و سونامی جنوب شرقی آسیا رخ نمی داد، پیشتازی یکساله این صنعت در تجارت جهانی همچنان برقرار می ماند. در حال حاضر گردشگری در کنار صنایع بزرگی همچون اتوماسیون و تجهیزات اداری، شیمیایی، انرژی، نساجی و خودروسازی در صدر فعالیتهای اقتصاد و تجارت جهانی قرار گرفته است. (زاهدی و دیگران ۱۳۸۶)

براساس اطلاعات سازمان بین المللی کار بیش از ۸ درصد کل شاغلین جهان در صنعت گردشگری به فعالیت مشغول هستند و پیش بینی های سازمان جهانی جهانگردی حاکی از آن است که متوسط رشد این صنعت طی دهه نخست قرن بیست و یکم دو برابر متوسط رشد اقتصاد جهانی است و این یعنی آینده ای روشن برای صنعتی که کشور ما دارای پتانسیل های قابل توجهی در آن است. زیرا چنین گفته می شود که ایران از جمله ده کشور دارای بیشترین جاذبه های گردشگری در سراسر جهان است و مردم ما در طی قرون و اعصار به میهمان نوازی در نزد گردشگران شهره آفاق بوده اند. از این رو بنظر می رسد توجه و مدیریت شایسته آن بتواند به تحولی جدی در این بخش اقتصادی کشور منجر شود. با این همه همین توجه و مدیریت امور مربوط به صنعت گردشگری آن هنگام معنی می یابد که نخست شناخت درستی از این صنعت، محصولات و قانونمندیهای آن وجود داشته باشد.

## ۲- تعریف موضوع و بیان مسئله

واژه گردشگری به فعالیتی اطلاق می شود که زمان سفر گردشگران به وقوع می پیوندد. این واژه دربرگیرنده همه چیز از قبیل برنامه ریزی سفر، مسافرت به مکان مورد نظر، اقامت در آنجا، بازگشت و یادآوری خاطرات سفر، بعد از بازگشت می باشد. همچنین شامل فعالیت هایی است که مسافر به عنوان بخشی از سفر، انجام می دهد، نظیر خریدهای انجام شده و تعاملاتی که میان میزبان و مهمان به وجود می آید. خلاصه آنکه، گردشگری تمامی فعالیت ها و تأثیراتی است که در طول سفر برای بازدیدکننده، به وقوع می پیوندد.

مناطق آزاد ایران به ویژه کیش، قشم و چابهار در حال حاضر می توانند به منظور تحقق اهداف اقتصادی، آنچنان که در قانون مناطق آزاد و هم چنین در برنامه اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی کشور آمده است، به صنعت توریسم و جذب گردشگر اهتمام ویژه ای داشته باشند. هر یک از این مناطق دارای ویژگیهای منحصر به فردی هستند که برای تحقق اهداف در این زمینه کاملاً مناسب است.

ایران اکنون حدود ۷ صدم تا ۹ صدم از بازار گردشگری را به خود اختصاص داده است که این رقم در برنامه ریزی انجام شده برای سال ۱۴۰۴ حدود ۲ درصد در نظر گرفته شده است که باید رقم گردشگران ورودی ایران ۲۰ میلیون نفر باشد تا به اهداف مورد نظر رسید که این امر بدون برنامه ریزی دقیق و سرمایه گذاری در زیر ساختهای مرتبط با گردشگری قابل دسترسی نخواهد بود، یکی از مکانهایی که می تواند در این زمینه مورد توجه قرار گیرد جزایر خلیج فارس مخصوصاً کیش است و با توجه به موقعیت و شرایط یکسان آن با دبی با الگو برداری صحیح می توان کارهای موفق آنها را به اجرا گذاشت.

با توجه به موقعیت این جزیره می توان سه بعد مهم برای توسعه گردشگری آن مد نظر قرار داد:

- ۱- اکو توریسم و ژئوتوریسم
- ۲- توریسم فرهنگی و اجتماعی
- ۳- توسعه گردشگری علمی
- ۴- توریسم ورزشی

گردشگری نقش تعیین کننده ای در کل جزیره دارد، تاثیر مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی اجتماعی آن بر اقتصاد جزیره و شاخصهای اقتصادی، اشتغال و خدمات مرتبط با آن قابل توجه است. نیاز به ارتقای ارزش صنعت گردشگری باید در رأس جهت گیری راهبردی هر فعالیت پایداری قرار گیرد. (طرح جامع مقصد جزیره کیش)

در تحقیق حاضر قصد بر آن است که میزان تاثیر سه عامل ۱- کیفیت خدمات و محصول ۲- نحوه تبلیغات و بازاریابی ۳- عوامل اقتصادی، در میزان جذب توریست جزیره کیش مورد بررسی و تحلیل قرار گیرند.

### ۳- اهمیت و ضرورت تحقیق

صنعت گردشگری بی تردید یکی از مهمترین صنایع در جهان محسوب می شود. به طوری که براساس آمار سازمان جهانی توریسم درآمد حاصل از درآمد گردشگری بین المللی پس از صنعت نفت و خودرو بالاترین میزان و سهم ارزش صادرات جهان را به خود اختصاص داده است. ایران با وجود این که یکی از پنج کشور برخوردار از بیشترین تنوع اقلیمی است و نیز با یک میلیون اثر و مکان تاریخی یکی از ۱۰ کشور تاریخی و فرهنگی جهان محسوب می شود. تنها یک دهم درصد از بازار جهانی گردشگری جهان را به خود اختصاص داده است.

جزیره کیش به واسطه شرایط خاص آن می تواند به عنوان یک فرصت مناسب برای توسعه توریسم دریایی - ورزشی و با هدف جذب گردشگران و علاقمندان به ورزش های آبی از سراسر جهان به ویژه در فصل تعطیلی حوزه مدیریتانه مورد توجه باشد. از این نظر کیش به تنهایی حتی قابلیت افزونتر از کل ساحل خزر دارد. (کرمی، ۱۳۸۷)

قابلیت های گردشگری کیش همچون سواحل و دریای زیبا، اقلیم مساعد در نیمه سرد سال و امکانات اقامتی مناسب آن باعث شده در برنامه سوم توسعه اقتصادی - اجتماعی کشور و در مصوبات شورای عالی مناطق آزاد، جهانگردی یکی از راهبردها و چشم اندازهای توسعه این منطقه باشد.

در بین مناطق آزاد تجاری جنوب ایران، جزیره کیش به لحاظ موقعیت خاص جغرافیایی خود و طبیعت بسیار زیبا و آرام امکان پذیرش و جلب توریست را بیش از سایر نقاط مشابه خود دارا می باشد. لذا ضرورت مدیریت و برنامه ریزی متناسب با موقعیت مکانی این جزیره ما را وادار می کند تا

با تعمق بیشتر بر استانداردها و مسائل آن نگاه کنیم، تا بدین ترتیب بتوانیم محیطی جذاب و دلنشین برای افزایش جذب توریست که منبع ارزآوری برای اقتصاد کشور می باشد را فراهم آوریم و همچنین در نهایت به عارضه یابی و آسیب شناسی توریست کیش رسیده و در صورت امکان برای آن چاره ای بیاندیشیم. با توجه به فرضیات پایان نامه در صدد تدوین یک استراتژی بازاریابی مناسب برای جزیره کیش هستیم و برای رسیدن به جواب این سوال که با توجه به منابع محدود سازمان، چه سهمی از منابع باید صرف ارتقای کیفیت محصول و چه سهمی صرف تبلیغات و بازاریابی شود، تلاش کرده رویکرد سازمان منطقه آزاد کیش را در ارتباط با تبلیغات تعیین کنیم و ضمن شناسایی موانع موثر در گسترش صنعت توریسم جزیره کیش، تاثیر عواملی از قبیل بازاریابی و افزایش کیفیت محصول را در گسترش جذب توریسم بررسی کنیم.

امروزه مهمترین معیار ارزیابی موفقیت یک منطقه در زمینه توسعه گردشگری، فروش محصولات و خدمات گردشگری است. با توجه به وضعیت موجود به نظر میرسد فروش محصول گردشگری کیش متناسب با طرح جامع کیش و قابلیتها و پتانسیلهای این منطقه نیست.

این پژوهش برای اولین بار در جزیره کیش انجام شده و در حوزه گردشگری داخل کشور هم تحقیقی که سهم بازاریابی و تبلیغات را با کیفیت محصول مقایسه کند یافت نشد و در جستجوهای بعمل آمده چیزی در این رابطه مشهود نیست. مطالعات بعمل آمده نشان میدهد تحقیقات انجام شده در زمینه های مرتبط با جذب گردشگر و موانع گردشگری جزیره کیش منجر به اثربخشی کافی و پاسخگویی به ابهامات برنامه ریزان و متولیان امر گردشگری کیش نشده، لذا انتظار میرود با انجام این پژوهش نتیجه مطلوب حاصل گردد.

#### ۴- پیشینه تحقیق

مطالعاتی که در رابطه با موضوع تحقیق حاضر در میان پژوهشهای دانشگاهی و غیر دانشگاهی، پایان نامه های تحصیلی و مقالات صورت گرفت نشان دهنده آن است که پژوهش مشخصی که دقیقاً مرتبط با این موضوع باشد، وجود ندارد. پایان نامه حاضر به لحاظ موضوعی از جمله تحقیقاتی است که در گردشگری بسیار جدید می باشد. لذا موارد مشابه و اهم تحقیقات انجام شده مرتبط با موضوع تحقیق در کشور ذیلاً اشاره میگردد.

• مریم جواهری (۱۳۸۷) به بررسی و تحلیل عوامل افزایش جذب توریست در منطقه آزاد کیش به منظور توسعه اقتصادی منطقه پرداخته است. البته پایان نامه فوق در



زمینه عوامل افزایش جذب توریست کیش بوده و در آن به سهم بازاریابی در افزایش میزان توریست کیش اشاره ای نشده است.

• علیرضا قدیانی (۱۳۸۰)، در تحقیقی تحت عنوان "منطقه آزاد کیش، توریسم یا تجارت؟" خاطرنشان نموده که تحقق اهداف اقتصادی مناطق آزاد، نیازمند ورود و جذب سرمایه های خارجی است و ورود و جذب سرمایه های خارجی و انعقاد قراردادهای سرمایه گذاری های مشترک نقش اساسی را در توفیق یا عدم توفیق مناطق آزاد در وجه اقتصادی بازی میکند.

• سیامک موسوی (۱۳۸۶) در پایان نامه کارشناسی ارشد خود به بیان موانع کلان محیطی موجود در خصوص بکارگیری بازاریابی الکترونیک در صنعت گردشگری پرداخته و مشکلات گردشگری جزیره در استفاده از فن آوری های نوین موانع کلان و خرد سازمانی را بررسی کرده و پیشنهادات محقق به منظور ارتقای قابلیت های کیش برای بهره گیری از ابزارهای بازاریابی الکترونیک در صنعت گردشگری کیش در محورهای مختلف زیر طبقه بندی شده است: پیشنهادات عوامل اقتصادی، پیشنهادات اجتماعی و فرهنگی، پیشنهادات سیاسی و قانونی، پیشنهادات فناوری و تکنولوژیکی، پیشنهادات علمی نرم افزاری، پیشنهادات برای هتلها و آژانسها، پیشنهادات برای سازمان منطقه آزاد کیش بطور خاص، پیشنهادات برای شرکتهای اینترنتی و بازاریابی اینترنتی

• حسین ملکی (۱۳۸۰): در پایان نامه کارشناسی ارشد خود به بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر رضایتمندی توریستی (مطالعه موردی گردشگران خارجی جزیره کیش)، پرداخته است. هدف از این تحقیق بررسی جامعه شناختی عوامل مؤثر بر رضایتمندی توریستی می باشد. نتایج تحقیق نشان می دهد که بین عوامل جمعیتی، اقتصادی، آگاهیهای توریست، تجربیات توریست، تبلیغات، موقعیت سیاسی ایران، جاذبه های توریستی، ملیت، مذهب و رضایتمندی توریستی رابطه های مثبت و معناداری وجود دارد.

• علیرضا سردی ماهکان (۱۳۸۰) موضوع "بررسی نقش بازاریابی در صنعت جهانگردی شهرستان مقدس مشهد"، را در پایان نامه کارشناسی ارشد خود، مورد

مطالعه قرار داده است. محقق بکارگیری ابزارها و پارامترهای موثر بازاریابی را عنوان کرده و پیشنهادهای از جمله: برقراری ثبات و امنیت در کشور، تبلیغات مناسب، سرمایه گذاری لازم در بخش توریسم، شرکت در نمایشگاههای مختلف جهانگردی، ایجاد سایتهای اینترنتی، بهبود کیفیت تسهیلات اقامتی، ایجاد دفاتر نمایندگی جهانگردی در خارج کشور را نام برده است.

• اصغر مشبکی و دیگران (۱۳۸۲) در مقاله ای تحت عنوان: طراحی الگوی سیاستگذاری در بازاریابی صنعت جهانگردی ایران حاکی از آن است که: صاحب نظران صنعت جهانگردی بر این باورند که مباحث این صنعت را می توان از نگاه بازاریابی نیز تعقیب کرد، اما به نظر می رسد ابعاد اصلی بازاریابی نظیر بازار شناسی، بازاریابی و بازاریابی تحت تأثیر الگوی سیاستگذاری در این صنعت باشد. نتایج این تحقیق نشان می دهد که رابطه معناداری بین ابعاد سیاستگذاری و ابعاد بازاریابی بر اساس مدل ارائه شده وجود دارد.

• کتاب طرح جامع مقصد کیش (۱۳۸۴)

طرح جامع راهبردی به منظور بهره برداری بهینه از ظرفیت های کیش بر پایه شناخت فرصت ها، قابلیت ها و محدودیت ها، چشم انداز توسعه کیش در افق ۲۰ ساله ترسیم شده و برنامه های کوتاه و میان مدت تحقق اهداف را که در ماده یک قانون چگونگی اداره مناطق آزاد؛ مصوب ۱۳۷۲ مجلس شورای اسلامی ذکر شده است هدفمند نموده است. این طرح جامع که به تصویب شورای عالی شهر سازی کشور نیز رسیده چشم اندازهای توسعه منطقه را مشخص نموده است که می توان آنها را به عنوان اهداف بلندمدت سازمان منطقه آزاد کیش مورد شناسایی قرار داد. مبحث ۶ طرح جامع مقصد کیش "باغ ایرانی در خلیج فارس" که در سال ۱۳۸۴ به سفارش سازمان منطقه آزاد کیش، توسط یک شرکت مشاور خارجی به نام دریز اند زومر اینترنتشال تهیه شده به صورت مفصل به تجزیه و تحلیل: بازار گردشگری، تحلیل جاذبه های گردشگری، منابع خدمات گردشگری، تسهیلات و خدمات، مسائل، هدف های کلان و هدف های عمومی، پیش بینی ها و چشم انداز گردشگری، پرداخته است.

## ۵- سوال تحقیق :

علل عدم دستیابی سازمان منطقه آزاد کیش به اهداف تعیین شده طرح جامع در زمینه توریست چیست؟

محقق در صدد این است که این عوامل را شناسایی نماید که بتوان بر آن اساس گردشگری را در منطقه آزاد کیش رونق بخشید. و مسئولین امر بر آن اساس بتوانند جهت جذب توریست که الان از رونق لازم برخوردار نیست اقدام نمایند.

## ۶- فرضیه های تحقیق

فرضیه های این پژوهش بشرح ذیل میباشد.

- کیفیت خدمات ارائه شده در جذب توریست کیش موثر است.
- تبلیغات و اطلاع رسانی در جذب توریست کیش موثر است.
- تفریحات و ورزشهای دریایی بر جذب گردشگر کیش موثر است.
- جاذبه های گردشگری بر جذب گردشگر کیش موثر است.
- برگزاری رخدادهای ویژه بر جذب گردشگر کیش موثر است.
- کیفیت ترانزیت مسافر و پروازهای کیش در جذب گردشگر کیش موثر است.
- ارائه خدمات الکترونیکی به گردشگران و مسافران کیش در جذب توریست کیش موثر است.
- مراکز خرید و بازارهای کیش در جذب توریست کیش موثر است.

## ۷- اهداف تحقیق:

اهداف اولیه ، ثانویه و نهایی این تحقیق بشرح زیر می باشد.

## اهداف اولیه

- بررسی علل عدم دستیابی سازمان منطقه آزاد کیش به اهداف تعیین شده در طرح جامع در زمینه توریست

## اهداف ثانویه

- بررسی علل عدم فروش محصولات گردشگری کیش و تعیین میزان تخصیص منابع محدود سازمان منطقه آزاد کیش به عنوان متولی امر گردشگری جزیره کیش، در جهت بهبود کیفیت محصول و تبلیغات و بازاریابی

- انجام یک تحقیق کاربردی و یافتن روش های موثر اثرگذاری بر گروه مشتریان در بازارهای هدف در صنعت توریسم جزیره کیش

## اهداف نهایی

- تدوین یک تصویر روشن برای سیاستگذاران سازمان منطقه آزاد کیش در زمینه گردشگری

## ۸- روش انجام تحقیق و گردآوری اطلاعات

تحقیق حاضر از نوع تحقیقات توصیفی بوده و همچنین از نوع کاربردی است که با روش نمونه گیری تصادفی انجام میشود.

روش و ابزار گردآوری اطلاعات عبارتند از:

## الف) توزیع پرسشنامه بین توریست های خارجی و داخلی

یکی از روش های مناسب برای گردآوری داده ها استفاده از پرسشنامه است. در این پژوهش با توجه به ماهیت موضوع مورد پژوهش و آزاد گذاشتن پرسش شوندگان در پاسخ به سؤالاها از ابزار پرسشنامه برای گردآوری داده ها استفاده شده است. ضمن آن که با توجه به نتایج به دست آمده در مورد روش های گردآوری داده ها و پژوهش های مدیریتی- رفتاری در ایران حکایت بالا بودن میزان اعتبار تحقیقات پرسشنامه ای نسبت به متوسط اعتبار برای همین تعداد از تحقیق به روش مصاحبه ای دارد (۸۷ درصد در مقابل ۷۵/۶ درصد) (عادل آذر، ۱۳۷۳). و نیز به دلیل عدم مهارت کافی مصاحبه