



فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه

دوره پانزدهم، شماره پنجاه و هفتم، بهار ۱۴۰۲

نوع مقاله: علمی پژوهشی

صفحات: ۱۰۸-۱۲۲

ارائه الگوی بازاریابی گردشگری حلال در خاورمیانه

(مطالعه موردی: جزیره کیش) با رویکرد کیفی

سیده فاطمه عبدالهی بهنمیری^۱

وحیدرضا میرابی^۲

علی نوروزی مبارکه^۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۹/۱۲/۰۹ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۱/۰۷

چکیده

این پژوهش با هدف ارائه الگوی بازاریابی گردشگری حلال در خاورمیانه، سال ۱۳۹۸ در جزیره کیش انجام شده است؛ نمونه‌های این پژوهش ۱۰ نفر بودند؛ پس از مصاحبه و کدگذاری در مجموع ۲۲۷ فراوانی از ۱۰ فایل مصاحبه به دست آمد. پس از مطالعه، کلیدواژه‌هایی بامعنی بسیار کوتاه به بخشی از متن اختصاص دادیم. پس از دسته‌بندی زیرمؤلفه‌ها، مقوله قوت‌ها با ۸ زیرمؤلفه که غذاهای متنوع و کیفیت و تنوع بالای محصول با بیش‌ترین فراوانی و آب‌وهوای مناسب کم‌ترین فراوانی وجود داشت، ضعف‌ها با ۸ زیرمؤلفه که عدم تبلیغ صحیح و کارآمد بیش‌ترین فراوانی و زیاد بودن افراد غیربومی بدون تخصص و کم بودن افراد غیربومی متخصص، گرمای هوا در فصل بهار و تابستان کم‌ترین فراوانی داشتند. فرصت‌ها با ۸ زیرمؤلفه که دریایی و ساحلی با بیش‌ترین فراوانی، به صرفه بودن قیمت اجناس با کم‌ترین فراوانی مشاهده شد، تهدیدها با ۷ زیرمؤلفه که گرانی و قیمت پروازها بیش‌ترین فراوانی و مدیریت ضعیف و ناکارآمد و پیشی گرفتن رقبای خارجی کم‌ترین فراوانی مشاهده شد. در مجموع ۲۵۴ فراوانی برای مقوله‌ها، به دست آمد، در پایان مدل درختی ارائه شد.

کلمات کلیدی

بازاریابی، گردشگری حلال، خاورمیانه، کیش

۱- گروه مدیریت، واحد بین‌المللی کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، کیش، ایران. Abdollahi.kish@gmail.com

۲- گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)، vmirabi@yahoo.com

۳- گروه مدیریت، دانشگاه پیام‌نور، تهران، ایران. a.noroozi@gmail.com

ارائه الگوی بازاریابی گردشگری حلال در.../ عبدالهی بهنمیری، میرابی و نوروزی مبارکه

مقدمه

امروزه به سبب جمعیت فراوان مسلمانان دنیا و هم‌چنین تمایل داشتن این اشخاص، به گردشگری با رعایت اصول اسلامی، گردشگری حلال رونق زیادی پیدا کرده است. تا جایی که کشورهای غیر اسلامی مانند ایتالیا و روسیه نیز در حیطه‌ی این نمونه، از گردشگری برنامه‌ریزی‌های فراوانی انجام داده‌اند. از آن جایی که ایران نیز یک کشوری اسلامی است و قوانین آن منطبق با اصول دینی اسلام است، می‌توان گردشگری حلال را در این کشور با آسانی بیش‌تری گسترش داد. فعالیت‌های گردشگری امروزه به عنوان بخش چهارمی از فعالیت‌های انسانی بعد از کشاورزی، صنعت و خدمات به شمار می‌رود (برگرفته از مطالعات کریمی علویجه و همکاران، ۱۳۹۵)، (وارثی و صفر آبادی، ۱۳۹۳). در سالیان اخیر، ارتباط میان گردشگری و اسلام به وجود آمده است؛ گردشگری حلال (بازار جهانی سفر^۱، ۲۰۰۷)، شریعت (هندرسون^۲، ۲۰۱۰)، فعالیت گردشگری اسلامی (باتور^۳ و اسماعیل، ۲۰۱۱)، مهمان‌نوازی حلال در صنعت گردشگری رو به افزایش است. گردشگری هنوز هم برای پیروان این مذهب، با سختی‌ها و محدودیت‌هایی همراه است که اغلب به جهت متفاوت بودن در ساختار فرهنگی و قوانین برخی کشورها ایجاد شده است. کشورهایی مانند ترکیه و مالزی که در ورود انواع گردشگر به خصوص گردشگران مسلمان و مذهبی پیشرو هستند، ترتیبی اتخاذ نموده‌اند تا با جذب گردشگران مسلمان و یا مذهبی، این بخش از صنعت گردشگری کشور خود یعنی گردشگری حلال را نیز رونق دهند (بر اساس مطالعات پرده پور، ۱۳۹۸). ایران در فهرست کشورهایی که در بازه زمانی ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۷ توانسته‌اند به بیش‌ترین رشد مطلق در اقتصاد گردشگری خود دست پیدا کنند، موفق به کسب جایگاه بیستم و بالاتر از کشورهای هم‌چون عراق و قطر در منطقه شده است. رقیب دیگر منطقه‌ای ایران در حوزه گردشگری یعنی ترکیه و امارات متحده عربی به ترتیب در جایگاه هفتم و دهم این فهرست قرار دارند (ملکیان و همکاران، ۱۳۹۸). بیش‌تر کشورهای جهان هم‌اکنون به این باور رسیده‌اند که منطقه آزاد یک دریچه‌ای است که قادر است پیشرفت اقتصادی هر کشوری را سرعت بخشد و به عنوان یک ابزاری قوی، برتری‌های بالقوه آن‌ها را به توانایی بالفعل مبدل و نقش پلی مستحکم میان اقتصاد کشور و اقتصاد بین‌المللی را ایفا کند. جزیره زیبای کیش، پتانسیل بسیار خوبی جهت جذب گردشگری در منطقه دارد که باید شناسایی و برنامه‌ریزی شود تا به توان سهم بازار گردشگری را در منطقه افزایش داد و رتبه ایران را در جذب گردشگری خارجی ارتقا بخشید.

چارچوب نظری

گردشگری حلال

حلال در مفهوم گردشگری به معنی هرگونه عمل یا فعالیتی در گردشگری می‌باشد که با توجه به آموزه‌های اسلامی "مجاز" است. این نوع تعریف محل فعالیت برای گردشگری حلال نسبت به جهان اسلام محدود نمی‌شود. لذا آن را شامل محصولات و خدماتی می‌داند که برای مسافران مسلمان، در کشورهای مسلمان و غیرمسلمان ادیان‌های مختلف طراحی شده است. در این تعریف می‌توان گفت هدف از سفر الزاماً دینی نمی‌باشد و ممکن است هریک از انگیزه‌های عمومی توریستی در آن نقش داشته باشد. (باتور و اسماعیل، ۲۰۱۵).

گردشگری حلال در ایران

از هدف‌های ارتقای گردشگری در ایران می‌توان به توسعه آگاهی از فرهنگ و تمدن ایران اسلامی، افزایش درآمد ارز خارجی، تحریک تجارت و صنعت محلی و خلق یک تصویر ایده‌آل از کشور در سراسر دنیا اشاره کرد (زمانی فراهانی و هندرسون، ۲۰۱۰).

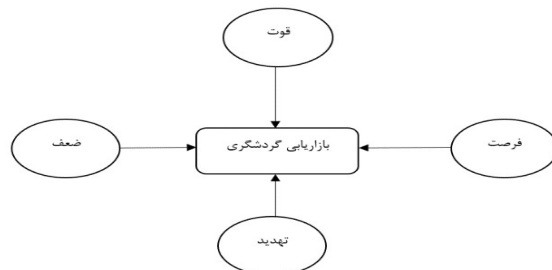
در این کشور، جامعه منطبق با اصول اسلامی بوده و این امر به طور مستقیم و غیر مستقیم بر سفر و تفریح نیز اثرگذار است؛ لذا دین نه تنها رفتار میزبان و تجارب مهمان، بلکه بر عملکرد صنعت توریستی، سیاست‌گذاری و ارتقای مقصد تاثیرگذار است (زمانی فراهانی و هندرسون، ۲۰۱۰).

محدوده‌ی مورد مطالعه

جزیره کیش، یکی از زیباترین و جذاب‌ترین مقاصد سفرهای داخلی است. برخی از جاذبه‌های گردشگری در این جزیره دلکش به طبیعت بی‌نظیر آن برمی‌گردد و برخی دیگر به پیشینه‌ی تاریخی غنی آن. هم‌چنین در این جزیره درخشان در کنار جاذبه‌های طبیعی و تاریخی، جاذبه‌های تفریحی نیز بسیارند. مردمان خون‌گرم و مهربان و مهمان‌نواز کیش برای خوش‌آیند مهمانان خود دست به ابداع و ساخت اماکن دیدنی فراوانی زده‌اند و از این طریق نیز به مهمان نوازی می‌پردازند.

در این بخش سعی داریم مدلی را ارائه نماییم که درک بهتری از بازاریابی گردشگری حلال در خاورمیانه، جزیره کیش به شکل مطلوب‌تری ارائه شود. مؤلفه‌های اصلی این پژوهش برای بازاریابی گردشگری حلال در خاورمیانه، قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها می‌باشد.

ارائه الگوی بازاریابی گردشگری حلال در... / عبدالهی بهنمیری، میرابی و نوروزی مبارکه



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش، منبع: یافته‌های پژوهش‌گر

مروری بر پژوهش‌های پیشین

یوسف و ژیوچنگ^۵ (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با موضوع "استراتژی‌های بازاریابی و بازاریابی حلال در وب سایت‌های دولتی: تحلیل اولیه" به بررسی پرداختند. ژاپن، کره جنوبی و تایلند تلاش کرده‌اند تا پتانسیل کشورهای خود را به عنوان یک مقصد گردشگری حلال برای گردشگران مسلمان با معرفی و ترویج غذاهای حلال، فرهنگ غذاهای حلال، رستوران‌های غذاهای حلال و خدمات عمومی حلال منافع برای مسلمانان راهبردی کنند. با این حال، چنین چیزی در مورد چین مشاهده نشد که مساله مذهب را به عنوان مساله قومی، در استراتژی‌های گردشگری خود حل کرد. یافته‌های تحقیق حاضر، هم دیدگاه‌های صنعت و هم تحقیق را با ارائه چارچوبی برای ابعاد وبسایت ضروری برای ترویج صنعت حلال و خدمات حلال اضافی، تطبیق می‌دهد.

سموری و همکاران^۶ (۲۰۱۶) در تحقیقی با موضوع "گرایش کنونی بر گردشگری حلال: مواردی که در کشورهای آسیای میانه انتخاب می‌شوند" به بررسی پرداختند. نتایج این تحقیق شامل توسعه جاری مفهوم گردشگری حلال و مقایسه موارد گردشگری حلال در آسیا است. علاوه بر آن، هم‌چنین فرصت‌ها و پتانسیل‌های خود را برای کشورهای مسلمان و غیرمسلمان کشف خواهد کرد تا سفری مشابه را آغاز کنند. ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با موضوع "اولویت‌بندی عوامل رقابت پذیری ایران در گردشگری حلال" به بررسی پرداختند. در این پژوهش هفت فرضیه مطرح گردید. نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها هفت فرضیه طرح شده تحقیق را به عنوان عوامل رقابت‌پذیری ایران در گردشگری حلال تایید کرد. هم‌چنین اولویت این عوامل به ترتیب "عوامل موقعیتی ایران در گردشگری حلال"، "مدیریت مقصد در گردشگری حلال"، "منابع فرهنگی/ تاریخی ایرانی-اسلامی"، "شرایط تقاضا برای گردشگری حلال ایران"، "منابع حمایتی و پشتیبان در گردشگری حلال"، "منابع طبیعی دلخواه مسلمانان" و "منابع انسان، ساخت بر محور گردشگری حلال" بودند.

بیدخوری و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان "بررسی تاثیر گردشگری حلال در راستای توسعه پایدار (نمونه موردی: شهر مشهد)" به بررسی پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد که میان گردشگری حلال و مؤلفه‌های توسعه پایدار ارتباط معنی وجود دارد. گردشگری حلال می‌تواند دستاوردهای فرهنگی، زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی مثبتی را برای شهر مشهد به همراه داشته باشد و گردشگری حلال در بین شاخص‌ها بیش‌ترین تاثیر بر توسعه شاخص اقتصادی پایدار شهر مشهد دارد.

صفایی پور و دامن باغ (۱۳۹۶) در تحقیقی به "بررسی توسعه گردشگری حلال در ایران" پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد که کارشناسان برداشت‌های گوناگونی نسبت به بحث گردشگری حلال در کشور ایران دارند. به اعتقاد موافقان طرح گردشگری حلال، ایران قادر است به قطب گردشگری اسلامی و حلال در دنیا تبدیل گردد و از آن‌جا که ایران یک کشوری با رویه‌های اسلامی است، بهتر از هرکشور دیگری قادر است این شرایط را برای گردشگران مسلمان فراهم نماید. از سوی دیگر، طبق نظرات مخالفان طرح گردشگری حلال، این شیوه از گردشگری را برای ایران، بی‌مورد و اشتباه می‌دانند؛ لذا رونق گردشگری حلال در کشور ایران نمی‌تواند منطقی باشد و برای ایران که در آن اساس و پایه حلال به طور طبیعی رعایت می‌شود، کاربردی نیست.

اهمیت و ضرورت پژوهش

امروزه بحث گردشگری در کشورهای گوناگون، نیروی اصلی پیشبرد و رشد اقتصادی کشور به حساب می‌آید و با فراهم شدن فرصت‌های استراتژیک، علاوه بر رونق محلی، سبب اشتغال‌زایی و خلق درآمد و کم شدن فقر نیز می‌شود (لیچر و اوح، ۲۰۱۲). گردشگری طی سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۰۹، حدود ۱۰ درصد از تولید ناخالص ملی دنیا را به خود تخصیص داده است. طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری^۸ (۲۰۱۱)، مخارج سالانه گردشگری در سطح دنیا بالغ بر ۲۰۰۰ میلیارد دلار است. در بسیاری از کشورها صنعت مسافرت و گشت به صورت منبع کلیدی ایجاد کار درآمده و جمعیتی در حدود بالغ بر ۱۰۰ میلیون نفر را در سطح جهانی ایجاد شغل نموده است. علیرغم اینکه کشور ایران از توانمندی‌های فراوانی در حیطه گردشگری برخوردار است، تاکنون به جایگاه شایسته‌ای در این صنعت دست پیدا نکرده است لذا از این حیث انجام این تحقیق دارای اهمیت است. به جهت اهمیت بحث بازاریابی در گسترش و بهبود صنعت گردشگری، در این راستا به ارائه مدل بازاریابی گردشگری جزیره زیبای کیش به عنوان مقصد گردشگری حلال در خاورمیانه پرداخته می‌شود.

ارائه الگوی بازاریابی گردشگری حلال در... / عبدالهی بهنمیری، میرابی و نوروزی مبارکه

روش انجام پژوهش

این پژوهش به روش کیفی، انجام می‌شود. پژوهش‌گر در پی خلق یک نظریه‌ی اساسی و مدل‌هنجاری است تا مدیران با استفاده از آن، قادر به طراحی الگوی بومی بازاریابی گردشگری جزیره زیبای کیش به عنوان مقصد گردشگری حلال در خاورمیانه باشند. به منظور گردآوری اطلاعات مربوط ادبیات این پژوهش از روش کتابخانه‌ای و به منظور جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز برای آزمون سوال‌های تحقیق و بخش مصاحبه، از روش میدانی استفاده شده است. در بخش مصاحبه به روش کدگذاری باز اقدام به کدگذاری برای هر قسمت از مصاحبه نموده، با استخراج کدهای اولیه، ثانویه و کدگذاری باز، اقدام به استخراج مقوله‌های فرعی و اصلی نموده و کدگذاری محوری انجام می‌شود. در پایان نیز با انجام کدگذاری انتخابی به مدل پارادایمی دست پیدا می‌کنیم. در این پژوهش جهت تحلیل‌ها با نرم‌افزار اطلس انجام شده است.

جامعه آماری و تعداد نمونه

جامعه آماری این پژوهش خبرگان و گردشگران داخلی کشور هستند که به روش گلوله برفی ۱۰ نفر انتخاب شدند.

سوال‌های پژوهش

- ۱- چه الگوها و مدل‌هایی برای بازاریابی گردشگری حلال در خاورمیانه وجود دارد؟
- ۲- عوامل اختصاصی و مؤلفه‌های موثر بر بازاریابی گردشگری حلال در خاورمیانه کدامند؟

یافته‌های پژوهش

بخش جمعیت‌شناختی

در این بخش فایل‌های مصاحبه از افراد صاحب‌نظر، خبره و گردشگران داخلی گردآوری شده و به صورت گروهی این نتایج بررسی شد. در جدول زیر اطلاعات در خصوص افراد مصاحبه‌شونده ارائه شده است.

جدول ۱- توزیع فراوانی مصاحبه‌شوندگان پژوهش حاضر

سن	شغل	وضعیت خدمت	میزان تحصیلات	جنسیت	پاسخ دهنده
۲۴	متصدی	انجام داده	دکترای بازاریابی	مرد	۱
۲۷	متصدی	انجام داده	دکترای بازاریابی	مرد	۲
۳۲	متصدی	انجام داده	دکترای بازاریابی	مرد	۳
۲۸	متصدی	انجام داده	دکترای بازاریابی	مرد	۴
۳۰	متصدی	مشمول	کارشناسی ارشد بازاریابی	زن	۵
۳۵	متصدی	انجام داده	کارشناسی ارشد بازاریابی	مرد	۶

فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه / دوره ۱۵ / شماره ۵۷ / بهار ۱۴۰۲

۲۳	بازاریاب	انجام داده	کارشناسی ارشد بازاریابی	مرد	۷
۲۵	بازاریاب	انجام داده	کارشناسی ارشد بازاریابی	مرد	۸
۲۷	بازاریاب	انجام داده	کارشناسی ارشد بازاریابی	مرد	۹
۳۳	بخش بازرگانی	انجام داده	کارشناسی مدیریت بازرگانی	مرد	۱۰

منبع: یافته‌های پژوهش‌گر

نتایج جدول ۱- نشان می‌دهد که مجموع مصاحبه شوندگان ۱۰ نفر بودند. در انتخاب افراد مصاحبه شونده سعی شد تلفیقی از افراد با سمت‌های مختلف در نظر گرفته شود تا به نوبه خود بتوانیم اطلاعات مناسب به دست بیاوریم. در این بخش ابتدا فایل‌ها را دسته بندی کرده و در نرم‌افزار اطلس نسخه ۹ فراخوانی گردید؛ سپس تک‌تک متن‌های استخراج‌شده از فایل‌های مصاحبه استخراج شده و بر اساس دانش پژوهش‌گر کدگذاری گردید.

کدگذاری

در نرم‌افزار اطلس در سه مرحله عمل کدگذاری صورت می‌گیرد:

مرحله اول شامل کدگذاری باز است. در این نوع کدگذاری، فرد مصاحبه‌کننده، در قالب مصاحبه نیمه ساختار یافته سؤالات بازی را از مصاحبه شوندگان می‌پرسد و جواب‌های آن‌ها را یادداشت می‌کند. شکل ۲- کدگذاری باز در نرم‌افزار اطلس را نشان می‌دهد.

Search Documents

ID	Name	Media Type	Location	Gr.	Quotations	Created by	Modified by	Created	Modified
p1.docx	Text	Library			24	Super	Super	11/26/2020 8:00 PM	11/26/2020 8:23 PM
p2.docx	Text	Library			13	Super	Super	11/26/2020 8:00 PM	11/26/2020 8:42 PM
p5.docx	Text	Library			22	Super	Super	11/26/2020 8:00 PM	11/26/2020 8:59 PM
p4.docx	Text	Library			43	Super	Mobile46	11/27/2020 11:47 AM	12/4/2020 5:45 PM
p7.docx	Text	Library			23	Super	Super	11/30/2020 11:43 AM	11/30/2020 2:36 PM
p8.docx	Text	Library			21	Super	Super	11/30/2020 12:00 PM	11/30/2020 1:25 PM
p9.docx	Text	Library			15	Super	Super	11/30/2020 12:05 PM	11/30/2020 1:01 PM
p10.docx	Text	Library			24	Super	Super	11/30/2020 12:10 PM	11/30/2020 1:24 PM
p3.docx	Text	Library			24	Super	Super	11/30/2020 1:03 PM	11/30/2020 1:23 PM
p6.docx	Text	Library			18	Super	Super	11/30/2020 1:04 PM	11/30/2020 1:21 PM

Comment:

- چه دلایلی باعث شد به کیش سفر کنید؟
- درباره جزیره کیش از فاسیل و دوستان زیاد شنیده بودیم میزان آشنایی شما با شهر کیش تا چه حد بوده است؟
- از صحبت های فاسیل و آشنا نظر شما در خصوص افراد ایلر به منظور تور گردشگری؟
- زمان کمتری صرف میشه ، میشه جاهای بیشتری رو برای تفریح انتخاب کرد به نظر شما شهر کیش چه مزیتی نسبت به بقیه شهرهای دیگر داره؟
- از هر شهر و کشوری اینجا میشه دید ، نسبت به بقیه جزیره ها بیشتر دیده میشه نظراتان راجع به غذاهای بومی جزیره کیش ؟
- نوع غذاها در جزیره زیاد هست ، غذاهای دریایی بیشتری نگاه فوت شهر کیش چند مورد نام فرمایید؟
- امکان تردد هوایی و دریایی وجود داره ، بیشتر افراد صحبت می کنی رضایت دارند ضعف های شهر کیش از دیدگاه خودتان؟
- کمی تر تبلیغات انجام میشه نسبت به چندین سال قبل ، امکانات رو بیشتر کن چه دلایلی امکان دارد شهر کیش تعداد توریست ها و مسافرها کمتری داشته باشه؟
- گرمی و قیمت بالای پروازها نظر شما در خصوص فرصت هایی که باعث میشود افراد گردشگر زیاد بشود؟
- تجاربات مناسب ، برگزاری جشنواره ها مثل قدیم، برگزاری سمینار و کنسرت

شکل ۲- کدگذاری باز در نرم‌افزار اطلس، منبع: یافته‌های پژوهش‌گر

در شکل ۲- کدگذاری فایل‌های مصاحبه در حالت کدگذاری باز را نشان می‌دهد. در مجموع ۱۰ فایل

ارائه الگوی بازاریابی گردشگری حلال در.../ عبدالهی بهنمیری، میرابی و نوروزی مبارکه

مصاحبه گردآوری و تایپ شده است. در ستون ۱ که ستون کوتیشن می‌باشد، به دو صورت کدهای استخراج شده از هر فایل مصاحبه نمایش داده شده است. حالت اول به صورت یک نمودار میله‌ای افقی است که شدت و قدرت کدهای استخراج شده را بر اساس مقدار فراوانی‌شان نشان می‌دهد. هم‌چنین در کنار هر یک از این نمودارهای میله‌ای افقی، مقدار عددی ارائه شده است که بیانگر فراوانی کل کدهایی است که از آن فایل مصاحبه استخراج شده است. بیش‌ترین فراوانی کدها مربوط به فایل مصاحبه شماره ۴ بوده که برابر با ۴۳ کد از آن استخراج شده است. کم‌ترین کدهای استخراج شده مربوط به فایل مصاحبه ۲ است که ۱۳ کد از آن استخراج شده است. به‌طور کلی، از ۱۰ فایل مصاحبه ۲۲۷ فراوانی استخراج شده است. در شکل ۲- باکس دوم بیانگر محتوای فایل‌های مصاحبه است که شامل سؤالات و پاسخ‌هایی است که مصاحبه شوندگان به آن‌ها داده‌اند و برای مرحله کدگذاری محوری به آن‌ها نیاز داریم. مرحله دوم از تحلیل کیفی داده‌ها بر اساس نظریه گرانددتئوری، کدگذاری محوری است. در کدگذاری محوری، پژوهش‌گر محتوای فایل مصاحبه را خوانده و اقدام به کدگذاری بخش‌هایی از آن می‌کند. شکل ۳- کدگذاری محوری در نرم‌افزار اطلس را نشان می‌دهد.

The screenshot shows the Atlas.ti software interface. The main window displays a list of codes and their frequencies. The codes are listed on the left, and their frequencies are shown on the right. The codes are:

- ۱- نظرتان راجع به گردشگری کیش؟
- ۲- هوای معاده عالی - کیفیت و تنوع محصولات و امکانات تفریحی
- ۳- چه دلیلی باعث شد به کیش سفر کنید؟
- ۴- درباره جزیره کیش از فامیل و دوستان زیاد شنیده بودیم
- ۵- میزان آشنایی شما با شهر کیش تا چه حد بوده است؟
- ۶- از صحبت‌های فامیل و آشنا.
- ۷- نظر شما در خصوص افراد لیدر به منظور تور گردشگری؟
- ۸- مان کمتری صرف می‌شود - هزینه جاهای بستری رو برای تفریح انتخاب کرد
- ۹- به نظر شما شهر کیش چه مزیتی نسبت به بقیه شهرهای دیگر دارد؟
- ۱۰- از هر شهر و کشوری اینجا میشه دید ، نسبت به بقیه جزیره ها بیشتر دیده میشه
- ۱۱- نظرتان راجع به غذاهای بومی جزیره کیش؟
- ۱۲- تنوع غذاها در جزیره زیاد هست ، غذاها دریا می‌باشند
- ۱۳- نقاط قوت شهر کیش چند مورد بیان بفرمایید
- ۱۴- امکان تردد هوایی و دریایی وجود داره ، بیشتر افراد صحبت می‌کنن رضایت دارند
- ۱۵- ضعف های شهر کیش از دیدگاه خودتان؟
- ۱۶- کمتر تبلیغات انجام میشه نسبت به چندین سال قبل ، امکانات رو بیشتر کن
- ۱۷- چه دلایلی امکان دارد شهر کیش تعداد توریست ها و مسافرها کمتری داشته باشد؟

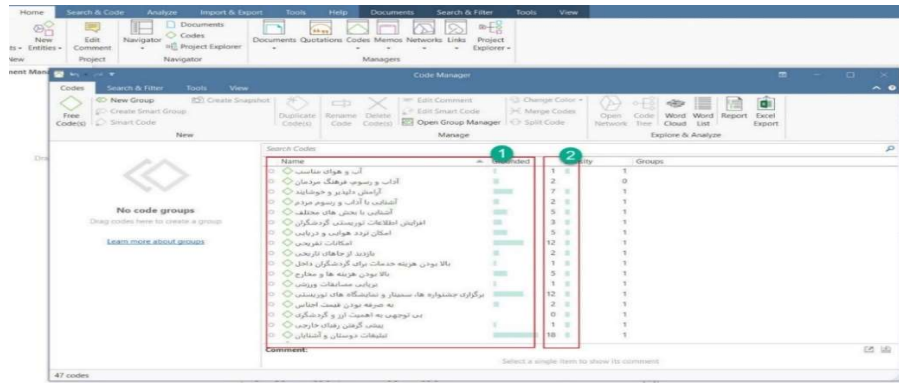
The right side of the interface shows a list of codes with their frequencies:

- امکانات تفریحی: 43
- کیفیت و تنوع محصولات: 43
- تبلیغات دوستان و آشنایان: 43
- تبلیغات دوستان و آشنایان: 43
- حرفه‌مندی افراد و هزینه سفر: 43
- کیفیت و تنوع محصولات: 43
- غذاهای متنوع، لذت و جوسمزه در: 43
- امکان تردد هوایی و دریایی: 43
- عدم تبلیغات سمیع و کارآمد: 43

شکل ۳- کدگذاری محوری در نرم‌افزار اطلس، منبع: یافته‌های پژوهش‌گر

کدگذاری انتخابی در نرم‌افزارهای کیفی بر اساس نظریه بنیادین، مرحله آخر است. پژوهش‌گر به دقت هر بخش را مطالعه نموده و بر اساس استنباط خود کلیدواژه‌های بامعنی بسیار کوتاهی به بخشی از متن یا پاراگراف تخصیص می‌دهند. شکل ۴- خروجی کدگذاری انتخابی در نرم‌افزار اطلس را نشان می‌دهد.

فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه / دوره ۱۵ / شماره ۵۷ / بهار ۱۴۰۲



شکل ۴- کدگذاری انتخابی در اطلس، منبع: یافته‌های پژوهش‌گر

شکل ۴- کدهای استخراج شده در قالب کدهای انتخابی در نرم‌افزار اطلس را نشان می‌دهد. در ستون اول بخشی از کدهای استخراج شده گزارش شده و در ستون دوم فراوانی آن کد در فایل‌های مصاحبه بین ۱۰ فایل مصاحبه را نشان می‌دهد.

جدول ۲- توزیع فراوانی مقوله‌های اصلی و زیرمؤلفه‌ها

فراوانی	زیرمؤلفه‌ها	مقوله اصلی
۱	عدم استفاده از نیروهای بومی	ضعف‌ها
۱۱	عدم تبلیغ صحیح و کارآمد	
۴	کمبود امکانات رفاهی و ضعف در ایاب و ذهاب	
۹	بالا بودن هزینه خدمات برای گردشگران داخلی	
۱	زیاد بودن افراد غیر بومی بدون تخصص و کم بودن افراد غیر بومی متخصص	
۱	گرم بودن هوا در فصل بهار و تابستان	
۷	عدم نظارت و ضعف در برنامه‌ریزی	
۲	بی‌توجهی به اهمیت ارز و گردشگری	
۱	آب و هوای مناسب	قوت‌ها
۱۴	طراحی زیبا و آرامش‌بخش	
۲۹	غذاهای متنوع و کیفیت و تنوع بالای محصول	
۹	سهولت دسترسی و استفاده از اینترنت	
۲۶	تبلیغات مناسب	
۱۲	امکانات تفریحی	
۵	امکان تردد هوایی و دریایی و زمینی	

ارائه الگوی بازاریابی گردشگری حلال در... / عبدالهی بهنمیری، میرابی و نوروزی مبارکه

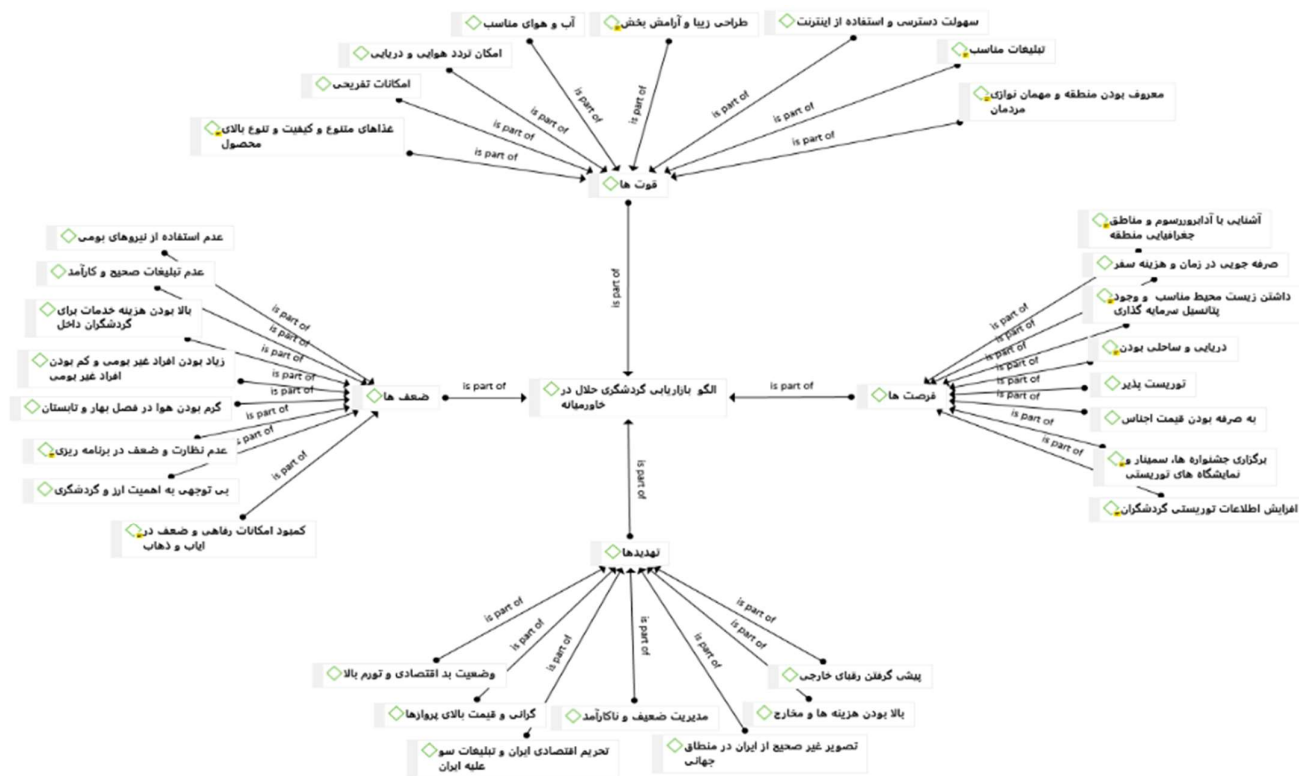
۱۲	معروف بودن منطقه و مهمان‌نوازی مردمان	
۱۵	گرانی و قیمت بالای پروازها	تهدیدها
۵	بالا بودن هزینه‌ها و مخارج	
۱	مدیریت ضعیف و ناکارآمد	
۲	وضعیت بد اقتصادی و تورم بالا	
۷	تصویر غیر صحیح از ایران در مناطق جهانی	
۱	پیشی گرفتن رقبای خارجی	
۳	تحریم اقتصادی ایران و تبلیغات سوء علیه ایران	
۹	صرفه جویی در زمان و هزینه سفر	فرصت‌ها
۸	داشتن زیست محیط مناسب و وجود پتانسیل سرمایه‌گذاری	
۲۰	دریایی و ساحلی بودن	
۱۲	توریست‌پذیر	
۲	به‌صرفه‌بودن قیمت اجناس	
۱۳	برگزاری جشنواره‌ها، سمینار و نمایشگاه‌های توریستی	
۵	بازدید از جاهای تاریخی و افزایش اطلاعات گردشگران	
۷	آشنایی با آداب و رسوم و مناطق جغرافیایی منطقه	
۲۵۴	مقدار فراوانی	

منبع: یافته‌های پژوهش‌گر

جدول ۲- دسته‌بندی مقوله‌های اصلی و زیرمؤلفه‌های متناظر با هریک از آن‌ها را نشان می‌دهد. برای هریک از این زیرمؤلفه‌ها، مقدار فراوانی ارائه شده است که اهمیت آن و تعداد تکرار زیرمؤلفه مورد نظر را نشان می‌دهد. این فراوانی همان مقدار تکراری است که مصاحبه‌شوندگان در حین فرایند مصاحبه به آن کلیدواژه اشاره کرده‌اند. مؤلفه‌ای که بیش‌ترین فراوانی را دارد بدین معناست که از اهمیت بالایی برخوردار است و از سوی دیگر، مؤلفه‌ای که مقدار فراوانی آن عدد پایین‌تری را نشان می‌دهد، بیانگر این است که اجماع مصاحبه‌شوندگان روی این مؤلفه ضعیف بوده است. به‌طور کلی، مطابق با یافته‌های جدول فوق، چهار مقوله قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها استخراج شده است. در مجموع، ۲۵۴ فراوانی برای این چهار دسته بندی استخراج گردید.

در ادامه می‌توانید نمودار درختی یا مدل یا الگو پیشنهادی برای بازاریابی گردشگری حلال در خاورمیانه را ملاحظه کنید.

فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه / دوره ۱۵ / شماره ۵۷ / بهار ۱۴۰۲



نمودار ۱- درختی مدل پیشنهادی برای بازاریابی گردشگری حلال در خاورمیانه، منبع: یافته‌های پژوهش‌گر

بحث و نتیجه گیری

امروزه فعالیت گردشگری در تمامی کشورها به عنوان یک نماد از پویایی اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در کشورهای گوناگون دنیا مطرح شده است و نقش پررنگ و بارز آن در توسعه و شکوفایی جوامع به یک واقعیت غیرقابل انکار مبدل شده است. در دنیای متحول امروزی، گردشگری به عنوان یکی از بخش‌های مهم در پیشرفت کشور می باشد. یکی از روش‌های مناسب به منظور توسعه گردشگری ارائه یک برنامه استراتژیکی بر مبنای یک الگوی مناسب است؛ در واقع از این روش به عنوان یک ابزاری به منظور شناسایی مسائل استراتژیک و ارائه راهبردهای مناسب استفاده می گردد (بصیرت، ۱۳۹۵). این پژوهش با هدف ارائه الگوی بازاریابی گردشگری حلال در خاورمیانه در جزیره کیش با رویکرد کیفی انجام شده است، پاسخ‌دهندگان این پژوهش ۱۰ نفر بودند که به روش گلوله برفی انتخاب شدند. در نهایت نتایجی که از این پژوهش به دست آمد می‌تواند جهت پیشبرد بحث بازاریابی گردشگری حلال در خاورمیانه و جزیره

ارائه الگوی بازاریابی گردشگری حلال در... / عبدالهی بهنمیری، میرابی و نوروزی مبارکه

کیش قرار گیرد؛ جزیره کیش از پتانسیل گردشگری و استراتژی مناسب اقتصادی برخوردار است؛ در سوال اول مبنی بر اینکه چه الگوها و مدل‌هایی برای بازاریابی گردشگری حلال در خاورمیانه وجود دارد، مدل به دست آمده از پژوهش بر اساس مدل SWOT^۹ می‌باشد که می‌توان به تجزیه و تحلیل استراتژیک قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها در چارچوب چشم‌انداز و انواع راهبردهای اجرایی و مناسب دست پیدا کرد، راهبردهایی که می‌تواند چهارچوب سیاست‌ها، برنامه‌ها، تصمیمات مدیران و کارکنان را تحت تاثیر قرار دهد (برگرفته از مطالعات بصیرت، ۱۳۹۵). سوال دوم مبنی بر اینکه عوامل اختصاصی و مؤلفه‌های موثر بر بازاریابی گردشگری حلال کدامند، با توجه به مدل در پژوهش حاضر و جدول ۲، در بخش مربوط به قوت‌ها، بیش‌ترین فراوانی مربوط به غذاهای متنوع و کیفیت و تنوع بالای محصول و کم‌ترین مقدار فراوانی مربوط به آب و هوای مناسب بوده است. کشور ایران یک کشور اسلامی و بر پایه رعایت اصول شرعی در آماده سازی غذا و تولید محصولات به صورت شرعی و حلال، همواره در دستور کار دارد و به سلامت افراد اهمیت زیادی قائل است، افراد گردشگر نیز از تنوع غذاها و کیفیت مناسب محصولات و تولیدات استقبال به عمل آورده و بدین منظور زمینه جذب بیش‌تر گردشگران را فراهم می‌نماید. با توجه به آب و هوای مناسب و شرایطی که در پاییز و زمستان وجود دارد می‌توان به عنوان نقطه قوت این جزیره اقدامات و برپایی برخی مراسم و تفریحات شرعی در جزیره کیش به منظور جذب گردشگر انجام داد. گام بعدی پوشش ضعف‌ها و برطرف کردن عوامل مرتبط به ضعف‌هایی می‌باشد که به صورت شفاف، گردشگران صحبت کرده اند و علاوه بر این نباید به صورت مقطعی انجام گیرد در این بخش عدم تبلیغ صحیح و کارآمد با بیش‌ترین مقدار فراوانی و عدم استفاده از نیروهای بومی، زیاد بودن افراد غیربومی کم تخصص و یا بدون تخصص و کم بودن افراد غیر بومی متخصص، گرم بودن هوا در فصل بهار و تابستان با کم‌ترین مقدار فراوانی، زیرمؤلفه‌های مورد اشاره مصاحبه‌کنندگان بوده است. جزیره کیش به لحاظ زیبایی جزء جزیره زیبای کشور ایران است، تبلیغات صحیح و مانور بخش‌های مهم جزیره کیش می‌توان ضعف‌ها را پوشش داد، می‌توان امکانات نوین با توجه به گرم بودن هوا در فصل بهار و تابستان ایجاد کرد، مانند تفریحات مربوط به فصول بهار و تابستان با توجه به گرم بودن هوا؛ با توجه به جابه‌جایی مدیران و مسئولان جزیره، بایست ادامه فعالیت با دقت و نظارت دقیق انجام گیرد؛ یکی از مهم‌ترین عوامل می‌تواند عدم نظارت و برنامه‌ریزی باشد که متأسفانه در بیش‌تر جاها شاهد آن هستیم، مورد بعدی که بایست به آن توجه نمود حضور افراد غیر بومی زیاد اما بدون تخصص و کم بودن افراد یا سرمایه‌گذاران دارای تخصص در جزیره است که بایست مورد توجه قرار گیرد. در مقوله فرصت‌ها بیش‌ترین فراوانی مربوط به دریایی و ساحلی بودن و کم‌ترین فراوانی مربوط به به صرفه بودن قیمت اجناس اشاره

شد. لذا با توجه به بیشترین تاثیر مربوط به دریایی و ساحلی بودن اختصاص داشت باید امکانات و فضاهایی که به زیباسازی هرچه بیش تر جزیره کیش کمک می کند مهیا نمود؛ هم چنین قیمت اجناس باید مقرون به صرفه و نظارت بیش تری صورت گیرد؛ به طور کل بایست زیرساخت ها را به منظور ارائه فرصت های مناسب به منظور جذب گردشگر بیش تر از قبل مهیا کرد، این امر به تنهایی قابل اجرا و پیاده سازی نخواهد بود، دولت بایست به فضاسازی و ارائه فرصت، گام هایی بردارد و مسئولان ذیربط نیز پیاده سازی را در دستور کار خود قرار دهند. جزیره کیش با امکانات بسیار خوب و استراتژی مناسب می تواند سالانه پذیرای گردشگران زیادی از کشورهای مختلف باشد. در کنار این عوامل می توان با برگزاری جشنواره ها، سمینار و نمایشگاه های توریستی بیش از پیش گردشگران را جذب نمود. یکی از نکاتی که بایست مورد اهمیت قرار گیرد در بخش فرصت ها جذب سرمایه گذاران توانمند داخلی و خارجی است سرمایه گذاران توانمند داخلی و خارجی می توانند در بخش های مختلف نظیر تفریحی، امکانات جدیدی را به جزیره اضافه نمایند. مورد بعد عوامل تهدیدها است که گرانی و قیمت بالای پروازها با بیش ترین مقدار فراوانی و مدیریت ضعیف و ناکارآمد و پیشی گرفتن رقبای خارجی با کم ترین مقدار فراوانی اشاره شده است. با توجه به اینکه اغلب گردشگران از طریق پرواز، مقصد جزیره کیش را انتخاب می نمایند بهتر است مسئولان قیمت پروازها را کاهش و کنترل نمایند هم چنین عواملی مانند تورم و وضعیت بد اقتصادی، نیز جلوه های نامطلوبی از کشور و عدم جذب گردشگر ایفا می کند، انتخاب مدیران کارآمد و دلسوز از نکات بسیار مهمی است که می تواند در شکوفایی و توسعه هرچه بیش تر گردشگران انجام شود؛ چرا که یک مدیر توانمند می تواند با ارائه راهکارهای مناسب تا حد زیادی وضعیت جزیره کیش را بهبود بخشد و به قطب گردشگری تبدیل نماید لذا ارتقای بخش گردشگری سبب میشود گردشگران خارجی، کشور ایران و جزیره کیش را به عنوان مقصد انتخاب نمایند. این ها بخشی از این عواملی هستند که در مقوله تهدیدها اشاره شده است و باید عزم جدی به منظور برطرف نمودن این عوامل برداشته شود. با توجه به وضعیت ارزی و اقتصادی کشور، با کمی حمایت از جانب مسئولان، جزیره کیش می تواند به وضعیت اقتصادی و ارزآوری کمک شایانی نماید. پتانسیل و موقعیت اقتصادی جزیره در بخش های گوناگون برای همه آشکار است لذا می توان با ارائه راهکار و مدیریت صحیح، گردشگران زیادی را جلب نمود. نتایج پژوهش حاضر مطابق با نتایج یوسف و ژوچنگ (۲۰۱۸)، ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۸)، صفایی پور و دامن باغ (۱۳۹۶) می باشد.

منابع

- ۱) ابراهیمی، مهدی؛ یآوری گوهر، فاطمه؛ حسن کاشی، میترا (۱۳۹۸)، اولویت بندی عوامل رقابت پذیری ایران در گردشگری حلال، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری، فصلنامه علمی پژوهشی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری، دوره ۸، شماره ۲۸، بهار ۱۳۹۸
- ۲) پایان‌نامه: بصیرت، الهام (۱۳۹۵)، تدوین راهبردهایی برای توسعه گردشگری پایدار شهر شیراز با رویکرد SWOT، مقطع کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام نور شیراز
- ۳) پایان‌نامه: ملکیان، سینا؛ مهدوی مزده، محمد؛ جعفری، مصطفی (۱۳۹۸)، طراحی مدل مزیت رقابتی صنعت توریسم: با محوریت توسعه فرهنگی در ایران، کارشناسی ارشد، دانشگاه علم و صنعت ایران، دانشکده مهندسی صنایع
- ۴) پرده پور، بهزاد (۱۳۹۸)، بررسی عوامل توسعه گردشگری با تاکید بر گردشگری حلال (مطالعه موردی: شهر مشهد)، موسسه آموزش عالی بینالود
- ۵) جعفری، جعفر؛ نوئل اسکات (۲۰۱۰)، گردشگری در جهان اسلام، محمود حسن پور (مترجم)، مهدی رمضان زاده لسبویی (مترجم)، نازنین تیریزی (مترجم)، ۱۳۹۳، ناشر مهکامه
- ۶) کریمی علویجه، محمدرضا؛ احمدی، محمد مهدی؛ نظری، مهسا (۱۳۹۵)، بررسی اثرات ارزش‌های سنتی و ارزش‌های اسلامی بر رضایت و وفاداری گردشگران خارجی شهر قم، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، سال دهم-شماره ۳۲-زمستان ۱۳۹۴
- ۷) موحدی رضاآباد، جلیل؛ مافی، عزت‌الله؛ بیدخوری، علیرضا (۱۳۹۸)، بررسی تأثیر گردشگری حلال در راستای توسعه پایدار (نمونه موردی: شهر مشهد)، فصلنامه علمی تخصصی پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار، سال دوم، پاییز ۱۳۹۸، شماره ۴
- ۸) حمید، وارثی؛ صفرآبادی، اعظم (۱۳۹۳)، نقش عوامل اجتماعی گردشگری در توسعه گردشگری شهری (مورد مطالعه: شهر اصفهان)، مطالعات جامعه شناخت شهری (مطالعات شهری)، پاییز ۱۳۹۳، دوره ۴، شماره ۱۲؛ از صفحه ۱۰۱ تا صفحه ۱۲۸.

9) Battour, Mohamed, & Mohd Nazari Ismail (2011), The impact of destination attributes on Muslim tourist's choice, *Tourism Management Perspectives*, December 2015.

- 10) Battour, Mohamed, & Mohd Nazari Ismail (2015), Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges and Future, International Journal of Tourism Research, 527-540.
- 11) Joan C. Henderson(2010), Sharia-Compliant Hotels, Tourism and Hospitality Research, 10, 246-254
- 12) Joan C. Henderson(2016), Halal food,certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore, Tourism Management Perspectives
- 13) Lacher R. Geoffrey, & Oh Chi-Ok (2012). Is tourism a low-income industry? Evidence from three coastal regions, Journal of Travel Research, 51(4), 464-472.
- 14) Salman Yousaf, Fan Xiucheng(2018), Halal culinary and tourism marketing strategies on government websites: A preliminary analysis, Tourism Management
- 15) WORLD TRAVEL MARKET (2007), www. wtmlondon.com
- 16) WORLD TRAVEL MARKET(2011), www.wtmlondon.com
- 17) Zakiah samori, Nor Zafir Md Salleh, Mohammad Mahyuddin Khalid(2016),Current trends On Hallal tourism: Case on selected Asian Countries, Tourism Management Perspectives
- 18) Zamani-Farahani, Joan C. Henderson (2010), Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: the cases of Iran and Saudi Arabia Research, International Journal of Tourism, 79–89.

یادداشت‌ها:

-
- 1- World Travel Market
 - 2- Joan C. Henderson,2010
 - 3- Battour, Mohamed, & Mohd Nazari Ismail
 - 4 - Zamani-Farahani, Joan C. Henderson
 - 5 - Salman Yousaf, Fan Xiucheng
 - 6 - Zakiah samori, Nor Zafir Md Salleh, Mohammad Mahyuddin Khalid
 - 7 - Lacher R. Geoffrey, & Oh Chi-Ok
 - 8 - WORLD TRAVEL MARKET (2011)
 - 9 - Strengths Weaknesses Opportunities Threats