

امکان سنجی تاثیر تبلیغات تلویزیونی برای توسعه گردشگری جزیره کیش طی

پنج سال گذشته

فرزانه معماری^{۱*}، محمدرضا سعیدآبادی^۲، حبیب حمزه^۳

کارشناس ارشد مدیریت رسانه از دانشگاه تهران، پردیس بین المللی کیش^۱

دانشیار دانشگاه تهران^۲

کارشناس ارشد مدیریت رسانه از دانشگاه تهران، پردیس بین المللی کیش^۳

چکیده

هدف اصلی این پژوهش امکان سنجی تاثیر تبلیغات تلویزیونی برای توسعه گردشگری جزیره کیش طی ۵ سال گذشته می باشد. پژوهش حاضر در حوزه تحقیقات کاربردی و از نوع پژوهش های غیر علی، توصیفی- تحلیلی و از نوع فرضیه یابی است که با استفاده از مدل آیدا (AIDA) انجام شده است. جامعه آماری تحقیق میانگین ورود گردشگران به جزیره کیش در هر روز ۳۱۵۷ نفر می باشند که با استفاده از روش فرمول کوکران تعداد ۳۴۳ نمونه انتخاب شده است. در این تحقیق از روش های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است. داده ها با استفاده از شاخص های آمار توصیفی شامل میانگین و انحراف استاندارد ارائه شده و در بخش آمار استنباطی به منظور آزمون فرضیه های پژوهش از آزمون تحلیل همبستگی پیرسون و آزمون های تی تک نمونه، استفاده شده است. همچنین، از نظر نحوه گردآوری اطلاعات، توصیفی از نوع پیمایشی است. نتایج به دست آمده نشان داد، تبلیغات تلویزیونی رابطه معناداری با توسعه گردشگری جزیره کیش طی ۵ سال گذشته داشته است. به طوری که در این مدت، آگاهی تبلیغات، ایجاد علاقه، تحریک (اشتیاق) و اقدام به سفر تبلیغات تلویزیونی رابطه معناداری با توسعه گردشگری جزیره کیش دارد و همچنین تبلیغات تلویزیونی موجب توسعه زیست محیطی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی جزیره کیش شده است.

کلمات کلیدی: تبلیغات تلویزیونی، توسعه گردشگری، توسعه زیست محیطی، توسعه اقتصادی و سیاسی، توسعه اجتماعی،

نویسنده مسئول: فرزانه معماری*

کارشناس ارشد مدیریت رسانه از دانشگاه تهران، پردیس بین المللی کیش

Sogandmemari90@gmail.com