



دانشگاه آزاد اسلامی

واحد علوم و تحقیقات (تهران)

Science and Research Branch, Islamic Azad University

فرم پیشنهاد تحقیق پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد

عنوان تحقیق به فارسی:

(بررسی عوامل موثر بر جذب جهانگردان خارجی به ایران با تاکید بر ظرفیتهای فرهنگی استان کرمان)

نام دانشجو:

دانشکده: مدیریت و اقتصاد

نام خانوادگی دانشجو:

گروه تخصصی: مدیریت فرهنگی

رشته تحصیلی: مدیریت امور فرهنگی

گرایش: امور فرهنگی

نیمسال ورود به مقطع جاری: مهر ۹۱

نیمسال شروع به تحصیل: بهمن ۸۹

نام و نام خانوادگی استاد (اساتید) راهنما:

نام و نام خانوادگی استاد (اساتید) مشاور:

-۱

-۱

-۲

-۲

تاریخ تصویب در شورای گروه تخصصی:

تاریخ تصویب در شورای پژوهشی دانشکده:

تأیید مدیر پژوهشی دانشکده:

تأیید رئیس دانشکده:

تاریخ ارسال به حوزه پژوهشی واحد:

تأیید کارشناس پژوهشی

تاریخ بررسی و تأیید امور پژوهشی واحد:

تأیید مدیر کل پژوهشی

تأیید معاون پژوهشی واحد

توجه: لطفاً این فرم با مساعدت و هدایت استاد راهنما تکمیل شود.

۱- اطلاعات مربوط به دانشجو:

نام خانوادگی: شماره دانشجویی:
نام: مقطع: کارشناسی ارشد رشته تحصیلی: مدیریت امور فرهنگی گروه تخصصی: مدیریت فرهنگی
گرایش: امور فرهنگی نام دانشکده: مدیریت و اقتصاد سال ورود به مقطع جاری: مهر ۹۱
نیمسال ورودی: بهمن ۸۹
آدرس پستی در تهران:
تلفن ثابت محل سکونت: تلفن همراه: پست الکترونیک:
آدرس پستی در شهرستان:
تلفن ثابت محل سکونت: تلفن محل کار: دورنگار:

۲- اطلاعات مربوط به استاد راهنما:

تذکرات:

- دانشجویان دوره کارشناسی می‌توانند یک استاد راهنما و حداکثر دو استاد مشاور و دانشجویان دوره دکتری حداکثر تا دو استاد راهنما و دو استاد مشاور می‌توانند انتخاب نمایند.
- در صورتی که اساتید راهنما و مشاور **مدعو** می‌باشند، لازم است سوابق تحصیلی، آموزشی و پژوهشی کامل ایشان (رزومه کامل) شامل فهرست پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و رساله‌های دکتری دفاع شده و یا در حال انجام که اساتید مدعو، راهنمایی و یا مشاوره آنرا بر عهده داشته‌اند، **به همراه مدارک مربوطه** و همچنین آخرین حکم کارگزینی (حکم هیأت علمی) ضمیمه گردد.
- اساتید راهنما و مشاور موظف هستند قبل از پذیرش پروپوزال، به سقف ظرفیت پذیرش خود توجه نموده و در صورت تکمیل بودن ظرفیت پذیرش، از ارسال آن به دانشکده و حوزه پژوهشی و یا در نوبت قرارداد و ایجاد وقفه در کار دانشجویان جداً پرهیز نمایند. بدیهی است در صورت عدم رعایت موازین مربوطه، مسئولیت تأخیر در ارائه پروپوزال و عواقب کار، متوجه گروه تخصصی و دانشکده خواهد بود.

اطلاعات مربوط به استاد راهنمای اول:

نام و نام خانوادگی: آخرین مدرک تحصیلی _____: دانشگاه
عضو هیأت علمی دانشگاه

تخصص اصلی: رتبه دانشگاهی (مرتبه علمی): تلفن همراه:
تلفن منزل یا محل کار: نام و نام خانوادگی به زبان انگلیسی:

نحوه همکاری با واحد علوم و تحقیقات:

تمام وقت نیمه وقت مدعو

اطلاعات مربوط به استاد راهنمای دوم:

نام و نام خانوادگی: آخرین مدرک تحصیلی _____: دانشگاه
عضو هیأت علمی دانشگاه

تخصص اصلی: رتبه دانشگاهی (مرتبه علمی): تلفن همراه:
تلفن منزل یا محل کار: نام و نام خانوادگی به زبان انگلیسی:

نحوه همکاری با واحد علوم و تحقیقات:

تمام وقت نیمه وقت مدعو

اطلاعات مربوط به استاد مشاور اول:

نام و نام خانوادگی: آخرین مدرک تحصیلی _____: دانشگاه
عضو هیأت علمی دانشگاه

تخصص اصلی: رتبه دانشگاهی (مرتبه علمی): تلفن همراه:
تلفن منزل یا محل کار: نام و نام خانوادگی به زبان انگلیسی:

نحوه همکاری با واحد علوم و تحقیقات:

تمام وقت نیمه وقت مدعو

اطلاعات مربوط به استاد مشاور دوم:

نام و نام خانوادگی: آخرین مدرک تحصیلی _____: دانشگاه
عضو هیأت علمی دانشگاه

تخصص اصلی: رتبه دانشگاهی (مرتبه علمی): تلفن همراه:
تلفن منزل یا محل کار: نام و نام خانوادگی به زبان انگلیسی:

نحوه همکاری با واحد علوم و تحقیقات:

□ تمام وقت
۴- اطلاعات مربوط به پایان‌نامه:

□ نیمه وقت

□ مدعو

الف- عنوان تحقیق

۱- عنوان به زبان فارسی:

..... بررسی عوامل موثر بر جذب گردشگران خارجی به ایران با تاکید بر ظرفیتهای فرهنگی استان کرمان.....

۲- عنوان به زبان انگلیسی/(آلمانی، فرانسه، عربی):

تذکره: صرفاً دانشجویان رشته‌های زبان آلمانی، فرانسه و عربی مجازند عنوان پایان‌نامه خود را به زبان مربوطه در این بخش درج نمایند و برای بقیه دانشجویان، عنوان بایستی به زبان انگلیسی ذکر شود.

.....
.....

ب - تعداد واحد پایان‌نامه: ۳ واحد

ج- بیان مسأله اساسی تحقیق به طور کلی (شامل تشریح مسأله و معرفی آن، بیان جنبه‌های مجهول و مبهم، بیان متغیرهای مربوطه و منظور از تحقیق):

گردشگری سازمان یافته امروز بخشی بسیار مهم در نظام اقتصادی کشورهای دنیا محسوب می شود به طوری که اقتصاد برخی از کشورها بیش از ۸۰ درصد وابسته به فعل و انفعالات صنعت توریسم است. براساس آمارهای سازمان جهانی گردشگری و یونسکو، ایران به دلیل برخورداری از جاذبه های پرتعداد می تواند جزو ۱۰ کشور اول دنیا به لحاظ ورود گردشگر باشد. اما آمارهای رسمی حاکی از آن است که بیش از ۸۰۰ میلیارد دلار گردش مالی سالانه صنعت توریسم در جهان است، که سهم کشور ایران کمتر از یک دهم درصد از این گردش مالی است. لذا سهم بسیار ناچیز ایران از صنعت گردشگری نشان دهنده آن است که صنعت گردشگری نتوانسته نقش خود را به عنوان یک عامل توسعه اقتصادی کشور و معرفی ایران به عنوان یک کشور توریستی و فرهنگی به خوبی ایفا کند. چرا که ایران به دلیل سابقه تمدنی کهن و آثار متعدد و سالم به جا مانده از دوران شکوه تمدن پارس در میان کشورهای دنیا، پتانسیل پیشتاز بودن را دارد.

بر سر راه توسعه هر صنعتی مسائل و مشکلاتی وجود دارد که با شناخت و رفع آنها می توان به بهبود شرایط کمک نموده و زمینه توسعه آن صنعت را فراهم کرد. صنعت توریسم نیز از این مسئله مستثنی نبوده ، بالاخص در کشور ما با مسائل و مشکلات بیشتری روبرو می باشد. از آنجا که اقتصاد امروز صنعت توریسم را به عنوان یکی از مهمترین ، متنوع ترین و پردرآمدترین صنایع قرن بیست و یکم به شمار می آورد، بسیاری از کشورها این صنعت رو به گسترش را که طبق اعلامیه سازمان تجارت جهانی رتبه سوم را در تجارت بین الملل در سال ۲۰۰۰ میلادی کسب نموده به عنوان منبع اصلی درآمد، زمینه ای برای اشتغال ، رشد بخش خصوصی و تقویت زیر ساختهای اقتصادی خود قرار داده اند. بویژه کشورهای در حال توسعه و آنهایی که نمی توانند با استخراج منابع طبیعی و داشتن تولیدات مصنوعی از نظر اقتصادی چندان موفق باشند و در صحنه تجارت جهانی سهمی داشته باشند.

کشور ایران با تاریخ کهن خود و موقعیت جغرافیایی مناسب پتانسیل بسیار بالایی در توسعه این صنعت دارد. استان کرمان نیز با توجه به قدمت تاریخی ، غنای فرهنگی و طبیعت بکر، جذاب و دیدنی و آب و هوای مطلوب و ... ، دارای توان بالقوه ای برای جذب توریست و گردشگر در منطقه و کشور می باشد که با بررسی و شناخت دقیق منطقه مورد نظر و پی بردن به نقاط قوت و ضعف کلیدی موجود در منطقه به همراه یک برنامه ریزی صحیح و منسجم برای توسعه صنعت گردشگری آن، می توان گامی مهم در توسعه صنعت توریسم و گردشگری منطقه برداشت. در حالی که عدم توجه به مشکلات و موانع، ما را از دستیابی به مزایای رونق اقتصادی منطقه ، اشتغالزایی، کسب درآمد بیشتر و... باز خواهد داشت.

در این پژوهش سعی می شود دلایل عدم پیشرفت و توسعه این صنعت و همچنین عوامل موثر بر جذب هرچه بیشتر و بهتر گردشگر با توجه به ظرفیتهای فرهنگی که در کشور و با تمرکز بر استان کرمان وجود دارد، بررسی شود.

د - اهمیت و ضرورت انجام تحقیق (شامل اختلاف نظرها و خلاءهای تحقیقاتی موجود، میزان نیاز به موضوع، فواید احتمالی نظری و عملی آن و همچنین مواد، روش و یا فرآیند تحقیقی احتمالاً جدیدی که در این تحقیق مورد استفاده قرار می‌گیرد:

صنعت توریسم به عنوان صنعت بدون دود، هم اکنون از پررونق‌ترین صنایع دنیا به حساب می‌آید. در جوامع مختلف برای گسترش این صنعت و توسعه کشورشان سعی دارند که از تمام امکانات خود بهره‌گیرند. وجود منابع طبیعی خدادادی، آثار و بناهای تاریخی فراوان، صنایع دستی متنوع، هنرهای بومی و محلی استان کرمان می‌تواند زیربنای مناسب برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی این منطقه و حتی کشور باشد. همچنین می‌توان با تبلیغ و اطلاع‌رسانی مناسب و شناساندن این استان به گردشگران و ایجاد امکانات زیرساختی و رفاهی مناسب، این استان را به یک منطقه توریستی در سطح کشور و حتی دنیا مطرح ساخت و با سرمایه‌گذاری‌های مناسب و ایجاد بسترهای مناسب، راههای دسترسی آسانتر، بهبود بیش از پیش فضای فرهنگی و ایجاد امکانات رفاهی و تفریحی به پیشرفت اقتصادی منطقه کمک کرد.

بدیهی است که با توسعه صنعت گردشگری، بخش‌های صنعت و کشاورزی با افزایش تقاضا برای صنایع مصرفی و صنایع دستی و بخش ساختمان با افزایش سرمایه‌گذاری در گسترش تاسیسات اقامتی، راه‌ها و جاده‌های مناسب، و بخش خدمات با افزایش تقاضا برای بهره‌برداری از امکانات سنتی و مدرن، و خدمات پذیرایی، خدمات حمل‌ونقل و ارتباطات، انواع خدمات مالی و خدمات آموزشی و فرهنگی و غیره روبرو می‌شود.

۵- مرور ادبیات و سوابق مربوطه (بیان مختصر پیشینه تحقیقات انجام شده در داخل و خارج کشور پیرامون موضوع تحقیق و نتایج آنها و مرور ادبیات و چارچوب نظری تحقیق):

توریسم و توریسم اولین بار به صورت رسمی در سال ۱۹۳۷ توسط اتحادیه ملل استفاده شدند ولی صنعت توریسم یا گردشگری بسیار قدیمی تر از آن است. این کلمه زمانی استفاده می شد که فردی به مدت ۲۴ ساعت از شهر خود به خارج از کشور مسافرت می نمود. این کلمه همچنین شامل مسافرت های داخل کشور می شود و حتی می توان معنی آن را به سفرهای روزانه نیز بسط داد.

توریسم به طور کلی به عنوان مسافرت تفریحی در نظر گرفته می شود. هر چند که در سال های اخیر شامل هرگونه مسافرتی می شود که شخص به واسطه آن از محیط کار یا زندگی خود خارج شود.

در بعضی از منابع ذکر شده که توریست ها کسانی هستند که سفرشان کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از ۱ سال نباشد. وقتی به کتب تاریخی مخصوصاً " به کتابهای سفرنامه مراجعه کنیم از زمانهای خیلی قدیم مردم ایران نیز همچون مردم سراسر دنیا علاقه مند به مسافرت رفتن بودند که این سفرها می توانست کاری؛ زیارت و یا تفریحی باشد و از طرفی روزگاری مردم سر زمین ایران شاهد تردد کاروانهای بودند که از جاده های تاریخی ایران همچون جاده ابریشم عبور می کردند که بازرگانان و گردشگران از کشورهای اروپای به سمت چین و هندوستان سفر می کردند که در مسیر سفر خود از کشور عزیزمان ایران آنان گزارشهای و سفرنامه های نوشته اند که از موقعیت اجتماعی و سیاسی و همچنین شرح مناطق خوش آب هوای ایران در آن زمان پرداخته اند هر وقت صحبت از توریسم و گردشگری مطرح می شود. لذا توریسم و گردشگری مقوله جدید و تازه نیستند که به خواهیم آن را موضوع جدید بدانیم و در جهان با توجه به موضوع گردشگری روز ۵ مهر (۲۷ سپتامبر) را به نام روز جهانی گردشگری نامگذاری کرده اند و به این مناسبت در ایران نیز به غیر روز جهانی گردشگری هفته نیز به این مناسبت به نام هفته گردشگری نامگذاری شده است (شش لغایت دوازده مهر)

بطور کلی توریسم یا جهانگردی یا سیر و سیاحت از فعالیتهای اصیل انسانی است که عمری به درازای طول عمر آدمی دارد. یافته های باستانی نشانگر قدمت دیرینه پدیده سیاحت و گردشگری است. پدیده توریسم و گردشگری پس از انقلاب صنعتی بویژه در طول قرن اخیر بطور شگفت آوری توسعه و گسترش یافته است.

چنانکه در دهه های گذشته و به ویژه در بعد از جنگ جهانی دوم، تعداد سفرهای سالانه بین قاره ای، کشوری و منطقه ای دنیا به میلیاردها مورد افزایش یافته است. جریان گردشگری و

سیر و سیاحت امروزه از کلیه اصول و قواعد یک صنعت مانند منابع، مدیریت، سرمایه گذاری، آموزش و پژوهش، تبلیغات، بازارفروش و... برخوردار است. که در ارتباط با سایر بخش های اقتصادی، اجتماعی اهمیتی دو چندان می یابد.

درباره موضوع تحقیق حاضر یعنی «بررسی عوامل موثر بر جذب توریست و گردشگر در استان کرمان کار تحقیقی که در این مورد انجام گرفته شده باشد، یافت نشد. اما در رابطه با صنعت توریسم و گردشگری دو پروژه (پایان نامه) یافت شد که ذیلاً به توضیح هر کدام می پردازیم:

پروژه اول که پایان نامه مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی با موضوع «بررسی میزان گرایش گردشگران به جاذبه های گردشگری و عوامل موثر بر آن در استان اردبیل» می باشد که توسط آقای اکبر کروی در مرکز آموزش مدیریت دولتی استان اردبیل در تابستان ۱۳۸۰ انجام گرفته است. از نکات قابل توجه این پایان نامه این بود که، این تحقیق فرضیه و بخش تحلیل آماری نداشت. و در واقع یک کار توصیفی بود که به معرفی و توضیح درباره جاذبه های گردشگری استان اردبیل پرداخته شده بود.

کار تحقیقی دیگری که در این زمینه یافت شد، پروژه ای تحقیقاتی در مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت دولتی بود که توسط آقایان علیرضا حسین نژاد و علیرضا نوعی با موضوع «پژوهشی در زمینه بررسی تنگناهای صنعت توریسم در ایران» در دانشگاه آزاد اسلامی واحد آستارا در تابستان ۱۳۷۶ انجام گرفته شده است.

این تحقیق سعی دارد که جایگاه صنعت توریسم در کشور ایران را شناسایی نموده و همچنین با بررسی موانع و مشکلات صنعت توریسم در این کشور، راهکارها و پیشنهاداتی را جهت گسترش این صنعت ارائه دهد.

این تحقیق دارای ۳ فرضیه مهم و ۸ فرضیه فرعی است که تنها یکی از فرضیات آن با فرضیه های تحقیق حاضر تاحدودی مطابقت دارد و آن عبارتست از: «عدم تبلیغات وسیع و شناساندن موقعیتهای گردشگری، یکی از تنگناهای صنعت توریسم در ایران می باشد». نتیجه ای که از آن تحقیق بدست آمده است، نشان می دهد.

که ۸۴٪ از پاسخ دهندگان اذعان کرده اند که تبلیغات مناسبی از جاذبه های گردشگری کشور انجام نگرفته و در مقایسه با سایر کشورها این تبلیغات در حد صفر می باشد.

و - جنبه جدید بودن و نوآوری در تحقیق:

با توجه به بررسی و جستجوی به عمل آمده توسط اینجانب پژوهشی در زمینه فرصتهای جذب توریست، موجود در استان کرمان یافت نشد و از آنجا که این استان ظرفیت بسیار بالایی در این مقوله دارد نتایج کاربردی این تحقیق می تواند بستری مناسب برای رشد و توسعه این صنعت در استان گردد.

ز - اهداف مشخص تحقیق (شامل اهداف آرمانی، کلی، اهداف ویژه و کاربردی):

اهداف آرمانی:

- ارتقای کیفیت و کاهش قیمت، نگاه اقتصادی به صنعت توریسم و تعریفی معین از اقتصاد توریسم
- بالا بردن فضاهای اقامتی، سرعت عرضه خدمات گردشگری و وضعیت حمل و نقل هوایی
- ارتقای ظرفیت های کمی و کیفی تاسیسات جهانگردی به ویژه تعداد تورهای داخلی و خارجی به منظور تعدیل شکاف موجود در مقایسه با کشورهای پیشرفته جهانگردی
- تجهیز سیستم واحد در تبلیغات و بازاریابی، بالا بردن وضعیت بازاریابی و تبلیغات گردشگری
- تدوین استانداردها و ضوابط فنی برای واحدهای ارائه کننده خدمات گردشگری
- شناسایی کردن مناطق گردش پذیر، اماکن تاریخی، جاذبه های طبیعی و معرفی شدن آنها در سایت های گردشگری جهانی (تمرکز بر استان کرمان)
- آموزش نیروی انسانی کارآموده و متخصص در امور جهانگردی
- واگذاری بخش توریسم به سازمان واحد برای جلوگیری از تداخل وظایف سازمانهای مختلف که باعث ایجاد موازی کاری در تشکیلات گردشگری می شود.
- شکسته شدن انحصار دولت در گردشگری و حمایت از بخش خصوصی در جهت سرمایه گذاری در صنعت گردشگری
- ارایه خدمات الکترونیکی از طریق اینترنت، ایجاد شبکه کارت اعتباری برای رفاه گردشگران خارجی

- ایجاد پایگاه اطلاع‌رسانی و بانک اطلاعات گردشگری

- داشتن برنامه جامع و استراتژیک و همچنین مشخص بودن هدف‌ها و سیاست‌های ایرانگردی و جهانگردی در قالب یک برنامه اجرایی

هدف اصلی:

شناخت عوامل موثر بر جذب جهانگردان خارجی به کرمان

اهداف فرعی

- ۱- شناخت بناهای تاریخی در جذب جهانگردان خارجی در کرمان .
- ۲- شناخت ظرفیتهای فرهنگی استان کرمان در جذب جهانگردان خارجی.
- ۳- شناخت تبلیغات و اطلاع‌رسانی در جذب جهانگردان خارجی در کرمان .
- ۴- شناخت امکانات رفاهی موجود در استان کرمان در جذب جهانگردان خارجی
- ۵- شناخت جاذبه‌های طبیعی استان کرمان در جذب جهانگردان خارجی .
- ۶- شناخت خدمات رفاهی و اطلاع‌رسانی استان کرمان در جذب جهانگردان خارجی .

ح - در صورت داشتن هدف کاربردی، نام بهره‌وران (سازمان‌ها، صنایع و یا گروه ذینفعان) ذکر شود (به عبارت دیگر محل اجرای مطالعه موردی):

ط - سؤالات تحقیق:

۱- عوامل موثر بر جذب جهانگردان خارجی به ایران (باتمركز بر استان کرمان) چیست؟

سؤالات فرعی:

- ۲- بناهای تاریخی تا چه اندازه در جذب جهانگردان خارجی در کرمان موثر هستند؟
- ۳- ظرفیتهای فرهنگی استان کرمان تا چه اندازه در جذب جهانگردان خارجی موثر هستند؟
- ۴- تبلیغات و اطلاع رسانی تا چه اندازه در جذب جهانگردان خارجی در کرمان موثر هستند؟
- امکانات رفاهی موجود در استان کرمان تا چه اندازه در جذب جهانگردان خارجی موثر هستند؟
- ۵- جاذبه های طبیعی استان کرمان تا چه اندازه در جذب جهانگردان خارجی موثر هستند؟
- ۶- خدمات رفاهی و اطلاع رسانی استان کرمان تا چه اندازه در جذب جهانگردان خارجی موثر هستند؟

ی - فرضیه های تحقیق:

این تحقیق دارای یک فرضیه اهم و پنج فرضیه اخص یا فرعی می باشد که عبارتند از:

فرضیه اصلی:

به نظر می رسد بناهای تاریخی، ظرفیت های فرهنگی استان، تبلیغات و اطلاع رسانی، امکانات رفاهی موجود، جاذبه های طبیعی استان، خدمات رفاهی مهم ترین عوامل در جذب گردشگری خارجی باشند.

فرضیات فرعی:

- ۱- به نظر می رسد بناهای تاریخی در جذب جهانگردان خارجی در کرمان موثر باشند.
- ۲- به نظر می رسد ظرفیتهای فرهنگی استان کرمان تا چه اندازه در جذب جهانگردان خارجی موثر باشند.
- ۳- به نظر می رسد تبلیغات و اطلاع رسانی تا چه اندازه در جذب جهانگردان خارجی در کرمان موثر باشد.
- ۴- به نظر می رسد امکانات رفاهی موجود در استان کرمان تا چه اندازه در جذب جهانگردان خارجی موثر باشند.
- ۵- به نظر می رسد جاذبه های طبیعی استان کرمان تا چه اندازه در جذب جهانگردان خارجی موثر باشند.
- ۶- به نظر می رسد خدمات رفاهی و اطلاع رسانی استان کرمان تا چه اندازه در جذب جهانگردان خارجی موثر باشند.

ک- تعریف واژه‌ها و اصطلاحات فنی و تخصصی (به صورت مفهومی و عملیاتی):

Tourist گردشگر (جهانگرد ، توریست)

براساس تعریف ارائه شده توسط سازمان ملل در سال ۱۹۶۴، جهانگرد یا گردشگر به کسی اطلاق می شود که: به منظور تفریح، بازدید از نقاط دیدنی، معالجه، تجارت (معامله)، ورزش یا زیارت به کشور یا مکانی غیر از کشور یا مکانی که در آن اقامت دارد، سفر می کند. مشروط بر اینکه حداقل ۲۴ ساعت و حداکثر شش ماه تا یک سال اقامت گزیند.

(معصومی، ۱۳۸۸: ۲۰۵)

گردشگری (جهانگردی، توریسم) Tourism

براساس تعریف ارائه شده توسط سازمان ملل در سال ۱۹۶۴، جهانگردی یا گردشگری به فعالیتی اطلاق می شود که در آن فرد و یا گروهی به منظور تفریح، بازدید از نقاط دیدنی، معالجه، تجارت (معامله)، ورزش یا زیارت به کشور یا مکانی غیر از کشور یا مکانی که در آن اقامت دارد، سفر می کند. مشروط بر اینکه حداقل ۲۴ ساعت و حداکثر شش ماه تا یک سال اقامت گزینند. (معصومی، ۱۳۸۸: ۲۰۵)

گردشگری الکترونیک Electronic Tourism E-Tourism

گردشگری الکترونیک عبارتست از به کارگیری فن آوری اطلاعات و ابزار الکترونیک ، تلفن و... در انجام فعالیت های گردشگری، شامل برنامه ریزی، E-mail (مانند: اینترنت ، مدیریت ، ارزیابی ، بازاریابی فعالیت های گردشگری و اقدامات گردشگران و میزبانان. (معصومی، ۱۳۸۸: ۲۰۵)

گردشگری کالای Tourism Products

کالاهایی که به گردشگران ارائه می گردند. شامل : جاذبه ها و موزه ها، امکانات تفریحی، جشن ها، مناظر زیبا و ضروریات اولیه مانند غذا و محل اقامت ، وسایل حمل و نقل و خدمات راهنمایی گردشگران (معصومی، ۱۳۸۸: ۲۰)

مسافرت Travel

عمل جا به جایی به خارج از جامعه برای تجارت یا تفریح و نه برای انجام کار روزمره یا تحصیل. (چاک. وای. گی، ۱۳۸۷: ۲۰)

Tourism Region منطقه گردشگری

عبارتست

از یک فضای جغرافیایی که در درجه اول از لحاظ خصوصیات محیطی و گردشگری همگن و دارای مشخصات خاصی است. (معصومی، ۱۳۸۸: ۲۰۶)

ایران گردی:

عبارتست از همان جهانگردی، با این تفاوت که محدوده آن داخل کشور است، البته مدت آن کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از ۳ ماه نیست و سفر نباید به قصد انجام کار صورت گیرد.

Promotion تبلیغات:

هر شکلی از معرفی یا ترویج غیر شخصی اندیشه ها، کالاها و خدمات است که با پرداخت پول، از طریق رسانه های جمعی نظیر روزنامه، مجله، تلویزیون یا رادیو با حامی مالی مشخص انجام می شود. (فروزفر، ۱۳۸۶: ۱۰۹)

اطلاع رسانی:

اطلاع رسانی شباهت بسیاری با بازاریابی دارد. کار اطلاع رسانی همگانی انتقال اندیشه ها، ارزش ها و برنامه هاست و از بسیاری از ابزار مورد استفاده بازاریابی نظیر روابط همگانی (عمومی)، ابزار تبلیغاتی، آگهی دادن و فروش بهره می گیرد. اطلاع رسانی همگانی سعی می کند نکته و دیدگاهی را تفهیم کند، مردم را مشارکت دهد، آنها را آگاه سازد، آموزش دهد، از آراء و نظرهايشان منتفع شود و حمایت شان را جلب کند. (راجر، داس یل، ۱۳۸۶: ۳۵۲)

Mass Media ارتباط جمعی

وسایل ارتباط جمعی که توسط آنها پیام‌های تبلیغاتی به آگاهی مردم رسانیده می‌شود « ارتباط جمعی» می‌نامند. زیرا یک پیام باید به گروه‌های زیادی از مردم رسانیده شود. وسایل ارتباط جمعی عبارتند از: روزنامه، رادیو، تلویزیون، سینما، اعلامیه‌های دیواری، پلاکاردها و غیره. (جوانی، پرونی، ۱۳۸۷: ۲۰۶)

۵- روش‌شناسی تحقیق:

الف- شرح کامل روش تحقیق بر حسب هدف، نوع داده‌ها و نحوه اجراء (شامل مواد، تجهیزات و استانداردهای مورد استفاده در قالب مراحل اجرایی تحقیق به تفکیک):

تذکر: درخصوص تفکیک مراحل اجرایی تحقیق و توضیح آن، از به کار بردن عناوین کلی نظیر، «گردآوری اطلاعات اولیه»، «تهیه نمونه‌های آزمون»، «انجام آزمایش‌ها» و غیره خودداری شده و لازم است در هر مورد توضیحات کامل در رابطه با منابع و مراکز تهیه داده‌ها و ملزومات، نوع فعالیت، مواد، روش‌ها، استانداردها، تجهیزات و مشخصات هر یک ارائه گردد.

ب- متغیرهای مورد بررسی در قالب یک مدل مفهومی و شرح چگونگی بررسی و اندازه‌گیری متغیرها:

ج - شرح کامل روش (میدانی، کتابخانه‌ای) و ابزار (مشاهده و آزمون، پرسشنامه، مصاحبه، فیش‌برداری و غیره) گردآوری داده‌ها

د - جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه (در صورت وجود و امکان):

ه- روش‌ها و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها:

تحقیق حاضر با توجه به هدف تحقیق جزء تحقیقات کاربردی طبقه بندی می‌شود. زیرا نتایج حاصله از این تحقیق دارای موارد کاربردی در زمینه‌های مختلف مدیریت توریسم می‌باشد. و همچنین با توجه به نحوه گردآوری اطلاعات که از طریق پرسشنامه و به صورت چهره به چهره و در یک مقطع زمانی مشخص انجام می‌گیرد، از نوع تحقیقات پیمایشی مقطعی است. و از نظر سنجش نوع رابطه، جزء تحقیقات همبستگی محسوب می‌شود.

تحقیقات کاربردی، تحقیقاتی هستند که با استفاده از معلوماتی که از طریق تحقیقات بنیادی فراهم شده، برای رفع نیازمندی های بشر و بهبود و بهینه سازی ابزارها، روش ها، اشیاء و الگوها در جهت توسعه رفاه و آسایش و ارتقاء سطح زندگی انسان مورد استفاده قرار می گیرند. (حافظ نیا، ۱۳۸۲: ۵۱) به عبارت دیگر، تحقیق کاربردی تحقیقی است که یافته های آن را می توان برای حل مسایل اجتماعی به کار برد. (ایران نژاد پاریزی، ۱۳۸۵: ۳۷)

هنگامی که محقق به بررسی تغییرات یک یا چند متغیر در طول زمان مشخص (مثلاً در طول یک روز، یک هفته، یک ماه) پردازد، تحقیق وی یک تحقیق پیمایشی مقطعی است. (خلیلی، ۱۳۸۱: ۵۹) در تحقیق همبستگی بر کشف وجود رابطه بین دو گروه از اطلاعات تاکید می شود؛ اینها اطلاعاتی است که در خصوص یک متغیر در دو جامعه یا دو موقعیت گردآوری شده، یا اطلاعاتی است که در خصوص دو یا چند متغیر در یک جامعه تهیه شده است. در این تحقیقات، محقق می خواهد بداند که آیا بین دو چیز یا دو گروه اطلاعات رابطه و همبستگی وجود دارد، از چه نوع (مثبت یا منفی)؟ و میزان آن چقدر است؟ همبستگی مثبت آن است که جهت تغییر در یک متغیر با جهت تغییر در متغیر دیگر همسو باشد؛ مثلاً جهت تغییرات هر دو ممکن است افزایش یا کاهش باشد؛ یعنی اگر یکی افزایش یابد دیگری نیز افزایش می یابد و برعکس. همبستگی منفی آن است که جهت تغییرات یک متغیر با جهت تغییرات متغیر دیگر هم سو نباشد. یعنی اینکه افزایش یکی با کاهش دیگری همراه باشد. مانند رابطه بین تورم و قدرت خرید مردم. (حافظ نیا، ۱۳۸۲: ۶۷)

جامعه آماری :

محدوده و فضای مطلوب ما جامعه های آماری را معین و مشخص می کند؛ بنابراین تعریف جامعه آماری عبارتست از «تعدادی از عناصر مطلوب مورد نظر که حداقل دارای یک صفت مشخصه باشند». صفت مشخصه، صفتی است که بین همه عناصر جامعه آماری مشترک و متمایز کننده جامعه آماری از سایر جوامع باشد. (آذر، ۱۳۸۰: ۵)

جامعه آماری این تحقیق را گردشگرانی اعم از ایرانی و خارجی تشکیل می دهند که در بازه ی زمانی یک ماه به استان کرمان مسافرت کرده اند. طبق برآورد مدیریت گردشگری سازمان گردشگری میراث فرهنگی و صنایع دستی استان کرمان، سالانه بیش از ۴ میلیون نفر به این استان مسافرت می کنند. بنابراین به طور متوسط در طول یک هفته بیش از ۸۳۰۰۰ نفر گردشگر وارد این استان می شوند.

روش نمونه گیری:

همانطور که گفته شد، جامعه آماری را گردشگرانی تشکیل می دهند که به کرمان مسافرت می کنند. بنابراین واحدهای نمونه گیری را همین گردشگران تشکیل می دهند. با توجه به گسترده بودن جامعه آماری، نمونه گیری انجام میگیرد. به طور کلی نمونه عبارت است از: « تعدادی از افراد جامعه که صفات آنها با صفات جامعه مشابهت داشته و معرف جامعه بوده، از تجانس و همگن با افراد جامعه برخوردار باشند». (حافظ نیا، ۱۳۸۲: ۱۲۱)

روش های مختلفی برای تعیین حجم نمونه وجود دارد که در این تحقیق از جدول مورگان برای انتخاب حجم نمونه استفاده می شود؛ با توجه به اینکه سالانه بیش از چهار میلیون گردشگر به استان کرمان مسافرت می نمایند و نظر به اینکه در جدول مورگان این جامعه آماری نامحدود به حساب می آید و برای جامعه نامحدود ۳۸۰ نمونه باید انتخاب گردد، بنابراین تعداد ۳۸۰ نفر گردشگر به عنوان نمونه انتخاب شده و پرسشنامه در بازه زمانی یک هفته بین گردشگران توزیع شده و نتایج آن به جامعه آماری تعمیم داده می شود.

ابزار گردآوری اطلاعات:

اطلاعات مورد نیاز این تحقیق بوسیله پرسشنامه ای جمع آوری می شود که توسط گردشگرانی که به استان کرمان مسافرت کرده اند، پاسخ داده می شود. این پرسشنامه دارای ۳ بخش است که:

- ۱- بخش اول ویژگی های جمعیتی پاسخ دهندگان را ارزیابی می کند.
- ۲- بخش دوم شامل ۲۵ سؤال تخصصی است که اطلاعات مورد نیاز برای اثبات یا رد فرضیه ها از طریق این سؤالات بدست می آید و در واقع پرسش های اصلی تحقیق را تشکیل می دهند.
- ۳- در بخش سوم نیز تعداد ۴ سؤال طراحی شده است که رضایت گردشگران از مسافرت به کرمان مورد ارزیابی قرار میگیرد و جزء آمار توصیفی به حساب می آید.

تحلیل پرسشنامه :

پرسشنامه تحقیق براساس طیف پنج گزینه ای رنسیس لیکرت (خیلی زیاد □، زیاد □، متوسط □، کم □، خیلی کم □) طراحی میشود. و با توجه به اینکه مدل تحقیق دارای پنج گزینه است و برای هر گزینه پنج سؤال طراحی می شود سئوالهای مربوطه شامل جاذبه های توریستی، سئوالهای تبلیغات و اطلاع رسانی، مناطق جذاب و مناظر طبیعی، امکانات رفاهی منطقه و ظرفیتهای فرهنگی می باشند.

ضمناً در آخر تعداد ۴ سؤال به منظور سنجش میزان رضایت گردشگران طرح میشود.

روایی و پایایی ابزار پژوهش (پرسشنامه) :

از موضوعات مهم در روش تحقیق است. (reliability) و پایایی (Validity) ارزیابی میزان روایی اعتماد به یافته های پژوهش برای شناخت مسائل در حوزه های مختلف اجتماعی، فرهنگی، روانی و... منوط به روایی و پایایی ابزار سنجش در شناخت وضعیت هاست.

Validity روایی

در تعریف روایی آمده است که : « یک آزمون هنگامی دارای روایی است که بتواند چیزی که قصد سنجیدنش را دارد، بدرستی بسنجد». برای مثال، اگر از آزمونی برای تعیین شایستگی فرد برای احراز شغلی استفاده می شود، آزمون زمانی دارای روایی خواهد بود که بتواند شایستگی فرد را بدرستی پیش بینی نماید. روایی محتوا، روایی پیش بینی و روایی موازی از جمله مهمترین انواع روایی هستند.

(سعادت، ۱۳۸۶: ۱۴۷)

در تحقیق حاضر برای سنجش روایی از افراد متخصص در زمینه موضوع مورد مطالعه کمک گرفته می شود. به این منظور پس از تهیه پرسشنامه برای اطمینان یافتن از اینکه پرسشنامه مقیاس مناسبی برای اندازه گیری متغیرهای تحقیق است، با اساتید راهنما و مشاور، مشورت صورت گرفته و با تایید اساتید محترم اطمینان لازم نسبت به روایی پرسشنامه حاصل می گردد.

reliability پایایی

ساده ترین تعریف پایایی عبارتست از میزان همسانی نتایج سنجش مکرر. (ترز. ال. بیکر، ۱۳۷۷:

۱۴۲)

یک آزمون به شرط ثابت بودن صفتی که اندازه گیری می شود، هنگامی قابل اعتماد به شمار می آید که استفاده از آن در طول زمان، نتایج یکسان یا مشابهی به دست دهد. برای مثال، هوش هر انسان معمولاً ثابت است و در سطح معینی قرار دارد؛ از این رو چنانچه از کسی امتحان هوش به عمل آید و ضریب هوش او ۱۱۰ باشد، آزمون هنگامی دارای ثبات و پایایی است که اگر شش ماه بعد، امتحان تکرار شود ضریب هوش او همان عدد باشد. پایایی و قابلیت اعتماد آزمون هنگامی زیر سؤال می رود که نتیجه حاصل از امتحان دوم نشان دهد که ضریب هوش شخص مثلاً ۸۵ است. برای سنجش و تعیین پایایی آزمون از سه روش استفاده می شود.

۱- تکرار آزمون: آزمون اول، برای بار دوم از همان گروه آزمون به اجرا در می آید و درجه همبستگی میان نتایج اول و دوم تعیین می شود. عدد +۱ به معنای همبستگی کامل میان نتایج دو آزمون است. هر قدر که ضریب همبستگی به +۱ نزدیکتر باشد، آزمون دارای پایایی و در نتیجه، دقت بیشتری خواهد بود.

۲- روش مساوی سازی: برای تعیین پایایی آزمون به وسیله این روش، دو آزمون مختلف که شبیه به یکدیگرند، ولی یکسان نیستند، از گروه آزمون به عمل می آید و سپس ضریب همبستگی میان نتایج حاصل از آنها، معین می شود.

۳- روش دو نیم سازی: آزمون به دو قسمت تقسیم می شود و درجه همبستگی میان نتایج حاصل از هر قسمت، تعیین می شود. امتحان در یک نوبت و در یک جلسه به عمل می آید، بدین ترتیب، اولاً آزمون هزینه کمتری خواهد داشت و ثانیاً چون فاصله ای میان دو نیمه امتحان وجود ندارد، سطح دانش

و اطلاعات فرد تغییر نخواهد کرد. (سعادت، ۱۳۸۶: ۱۴۶)

۴- روش آلفای کرونباخ: برخی از روش‌هایی که در بالا به آن اشاره شد نیاز به آزمون Cronbach مجدد دارند که خود زمان و هزینه بیشتری را می‌طلبد. بنابراین از میان همه روش‌های ممکن، استفاده از مشخصه‌های آماری پرسشنامه‌های یک مجموعه که مستلزم تنها یک بار اجرای آزمون است، یکی از روش‌های رایج در برآورد ضریب قابلیت اعتماد (پایایی) است.

ضریبی که از این طریق بدست می‌آید، چون بستگی به میزان هماهنگی کارکرد آزمودنی‌ها از یک پرسش به پرسش دیگر دارد، «شاخص ثبات» یا هماهنگی درون مواد آزمودنی و در واقع معرف میزان همپوشی پرسش‌های مختلف آن از لحاظ سنجش یک ویژگی مشترک است. مشهورترین ضریب اعتماد، قابلیت اعتماد از طریق یک بار اجرای آزمون توسط کرونباخ است که به ضریب آلفای کرونباخ مشهور است. در این تحقیق از روش آلفای کرونباخ برای بررسی پایایی پرسشنامه استفاده میشود.

جدول ضریب آلفای کرونباخ

ضریب آلفای کرونباخ	ابعاد جذب گردشگر
۰,۸۲۷	

۶- استفاده از امکانات آزمایشگاهی واحد:

آیا برای انجام تحقیقات نیاز به استفاده از امکانات آزمایشگاهی واحد علوم و تحقیقات می‌باشد؟ بلی خیر*

در صورت نیاز به امکانات آزمایشگاهی لازم است نوع آزمایشگاه، تجهیزات، مواد و وسایل مورد نیاز در این قسمت مشخص گردد.

نوع آزمایشگاه	تجهیزات مورد نیاز	مواد و وسایل	مقدار مورد نیاز

امضاء استاد راهنما:

امضاء مدیر گروه تخصصی:

۷- زمان بندی انجام تحقیق:

الف- تاریخ شروع: مهر ماه ۱۳۹۱ ب- مدت زمان انجام تحقیق: ج- تاریخ اتمام:

تذکر: لازم است کلیه فعالیت‌ها و مراحل اجرایی تحقیق (شامل زمان ارائه گزارشات دوره‌ای) و مدت زمان مورد نیاز برای هر یک، به تفکیک پیش‌بینی و در جدول مربوطه درج گردیده و در هنگام انجام عملی تحقیق، حتی‌الامکان رعایت گردد.

پیش‌بینی زمان‌بندی فعالیت‌ها و مراحل اجرایی تحقیق و ارائه گزارش پیشرفت کار

زمان اجرا به ماه												زمان کل (ماه)	شرح فعالیت				
۱۲	۱۱	۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱						
																	۱
																	۲
																	۳
																	۴
																	۵
																	۶
																	۷
																	۸
																	۹
																	۱۰
																	۱۱
																	۱۲

توجه: ۱- زمان و نوع فعالیت‌های اجرایی پایان‌نامه، حتی‌الامکان باید با مندرجات جدول منطبق باشد.

۲- حداقل زمان قابل قبول برای پیش‌بینی مراحل مطالعاتی و اجرایی پایان‌نامه کارشناسی ارشد ۶ ماه و حداکثر ۱۲ ماه می‌باشد.

تذکره: اساتید راهنما و مشاور موظف هستند قبل از پذیرش پروپوزال، به سقف ظرفیت راهنمایی و مشاوره خود توجه نموده و در صورت تکمیل بودن ظرفیت پذیرش، از امضاء این فرم و یا در نوبت قرار دادن آن و ایجاد وقفه در کار دانشجویان جداً پرهیز نمایند. بدیهی است در صورت عدم رعایت موازین مربوطه، مسئولیت تأخیر در ارائه پروپوزال و عواقب کار، متوجه گروه تخصصی خواهد بود.

۸- صور تجلسه گروه تخصصی

نام و نام خانوادگی دانشجو: _____ امضاء _____ تاریخ _____

نام و نام خانوادگی استاد یا استادان راهنما _____ امضاء _____ تاریخ _____

۱- (عضو هیأت علمی دانشگاه)

۲- (عضو هیأت علمی دانشگاه)

نام و نام خانوادگی استاد یا استادان مشاور _____ امضاء _____ تاریخ _____

۱- (عضو هیأت علمی دانشگاه)

۲- (عضو هیأت علمی دانشگاه)

نام و نام خانوادگی عضو کمیته نظارت بر تحقیق _____ امضاء _____ تاریخ _____

۱- (عضو هیأت علمی دانشگاه)

شورای گروه تخصصی در تاریخ در محل با حضور اعضای مربوطه

خانم

تشکیل و موضوع پایان نامه با عنوان

آقای

بررسی و به تصویب رسید.

نام و نام خانوادگی اعضای شورا _____ امضاء _____ تاریخ _____

۱-

۲-

۳-

۴-

۵-

۶-

نام و نام خانوادگی مدیر گروه: _____ امضاء _____ تاریخ _____

تذکره: لازم است پروپوزال دانشجویان از تاریخ تأیید در شورای گروه تخصصی تا زمان طرح در شورای پژوهشی دانشکده بیشتر از یکماه نگذرد.

تذکره: لازم است قبل از تصویب پروپوزال در شورای پژوهشی دانشکده، شرایط احراز و ظرفیت پذیرش اساتید راهنما و مشاور مطابق بخشنامه‌های مربوطه توسط پژوهش دانشکده کنترل شود.

۹- صورتجلسه شورای (پژوهشی) دانشکده:

موضوع و طرح تحقیق پایان‌نامه خانم دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد گروه
آقای

گرایش که به تصویب کمیته گروه تخصصی مربوطه رسیده است، در جلسه مورخ
شورای (پژوهشی) دانشکده طرح شد و پس از بحث و تبادل نظر مورد تصویب اکثریت اعضا قرار گرفت.

ردیف	نام و نام خانوادگی	نوع رأی (موافق یا مخالف)	محل امضاء	توضیحات
۱				
۲				
۳				
۴				
۵				
۶				
۷				

نام و نام خانوادگی مدیر/کارشناس پژوهشی دانشکده:

امضاء تاریخ

نام و نام خانوادگی ریاست دانشکده

امضاء تاریخ

معاون پژوهشی واحد:

امضاء تاریخ

این فرم باید توسط دانشجو تکمیل شود

فرم سازمان مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی

فرم الف - فرم اطلاعات پایان نامه کارشناسی ارشد

نام واحد دانشگاهی: واحد علوم و تحقیقات	
عنوان پایان نامه کارشناسی ارشد: بررسی عوامل موثر بر جذب جهانگردان خارجی به ایران با تاکید بر ظرفیتهای فرهنگی استان کرمان	
نام و نام خانوادگی دانشجو: علی فلاح	نیمسال تحصیلی: مهر ۹۱
شماره دانشجویی: ۸۹۰۹۲۰۴۸۴	تعداد واحد پایان نامه: ۳
رشته تحصیلی: مدیریت امور فرهنگی	گرایش: امور فرهنگی
<input type="checkbox"/> فنی و مهندسی	<input type="checkbox"/> علوم انسانی *
<input type="checkbox"/> کشاورزی	<input type="checkbox"/> هنر
نام و نام خانوادگی استاد راهنما ۱: هدایت تیره گر	
مرتبه علمی: استادیار * <input type="checkbox"/> دانشیار <input type="checkbox"/> استاد <input type="checkbox"/>	رشته تحصیلی: مدیریت آموزشی
کد شناسایی استاد راهنما: <input type="checkbox"/>	
نام و نام خانوادگی استاد راهنما ۲:	
مرتبه علمی: استادیار <input type="checkbox"/> دانشیار <input type="checkbox"/> استاد <input type="checkbox"/>	رشته تحصیلی:
کد شناسایی استاد راهنما: <input type="checkbox"/>	
نام و نام خانوادگی استاد مشاور ۱:	
مرتبه علمی: استادیار <input type="checkbox"/> دانشیار <input type="checkbox"/> استاد <input type="checkbox"/> مربی <input type="checkbox"/>	رشته تحصیلی:
کد شناسایی استاد راهنما: <input type="checkbox"/>	
نام و نام خانوادگی استاد مشاور ۲:	
مرتبه علمی: استادیار <input type="checkbox"/> دانشیار <input type="checkbox"/> استاد <input type="checkbox"/> مربی <input type="checkbox"/>	رشته تحصیلی:
کد شناسایی استاد راهنما: <input type="checkbox"/>	

فرم تعهد اساتید در قبال نتایج حاصل از پایان نامه کارشناسی ارشد یا رساله دکتری

اینجانبان اساتید راهنما و مشاور پایان نامه / رساله، دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته: مدیریت امور فرهنگی گرایش: امور فرهنگی

با عنوان «بررسی عوامل موثر بر جذب جهانگردان خارجی به ایران با تاکید بر ظرفیتهای فرهنگی استان کرمان» متعهد می شویم در تمامی تولیدات علمی مستخرج از پایان نامه/رساله نسبت به انتشار نتایج حاصل از تحقیق مذکور (در قالب کتاب، مقاله، طرح تحقیقاتی، اختراع، اکتشاف و ...) با رعایت موارد ذیل اقدام نمائیم. الف) نشانی نویسنده اول مقاله باید به عنوان تنها آدرس به نام دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات باشد. ب) نشانی عهده دار مکاتبات (Corresponding Author) باید به عنوان تنها آدرس به نام دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات باشد.

ج) نشانی دانشجو باید به عنوان تنها آدرس به نام دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات باشد. د) نشانی اساتید خارج از واحد در صورتیکه نام ایشان به عنوان نویسنده اول و عهده دار مکاتبات نباشند می تواند با هر آدرسی باشد.

ه) فقط اسامی افراد مرتبط با پایان نامه یا رساله در مستخرجات ذکر شود.

و) آدرس دقیق دانشگاه و واحد و رعایت ترتیب و توالی آن باید به صورت زیر آورده شود:

به انگلیسی:

Department of تخصصی Science and Research branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

به فارسی:

دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، گروه مدیریت امور فرهنگی، تهران، ایران.

نام و نام خانوادگی استاد راهنما: نام و نام خانوادگی استاد راهنما:
تاریخ و امضاء تاریخ و امضاء

نام و نام خانوادگی استاد مشاور: نام و نام خانوادگی استاد مشاور:
تاریخ و امضاء تاریخ و امضاء

در تاریخ فرم مزبور که به امضاء اساتید محترم راهنما و مشاور رسیده است، دریافت گردید.

امضاء مدیر پژوهش دانشکده

تذکره: لازم است اساتید راهنما و مشاور انتخابی پس از مطالعه فرم مذکور، نسبت به تکمیل مشخصات و توشیح آن شخصاً اقدام نمایند تا از هرگونه تخلفات احتمالی جلوگیری گردد. بدیهی است چنانچه تحت هر شرایطی و در هر زمان، دانشگاه خلاف موارد ذکر شده را مشاهده نماید نسبت به تصمیم اتخاذ شده هیچگونه ادعایی نداشته و حق هرگونه اعتراضی را از خود سلب و ساقط می نمائیم.

فرم تعهد دانشجویان در قبال نتایج حاصل از پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد یا رساله دکتری

اینجانب: دانشجوی ورودی: بهمن ۸۹ مقطع: کارشناسی ارشد رشته: مدیریت امور فرهنگی گرایش: امور فرهنگی که موضوع پایان‌نامه/رساله‌ام تحت عنوان: «بررسی عوامل موثر بر جذب جهانگردان خارجی به ایران با تاکید بر ظرفیتهای فرهنگی استان کرمان.» در شورای گروه تخصصی به تصویب رسیده، متعهد می‌گردم الف) کلیه مطالب و مندرجات پایان‌نامه/رساله‌ام بر اساس اصول علمی و حاصل از تحقیقات خودم تهیه شود و در صورت استفاده از مطالب، نتایج تحقیقات، نقل قول‌ها، جداول و نمودارهای دیگران در پایان‌نامه/رساله، منابع و ماخذ آن به نحوی که قابل تشخیص و تفکیک از متن اصلی باشد قید گردد.

ب) در صورتیکه از نتایج تحقیقاتم علاوه بر پایان‌نامه / رساله، کتاب، مقاله، اختراع، اکتشاف و هر گونه تولیدات علمی حاصل شود، صرفاً بنام دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران بوده و این موضوع صراحتاً در مکاتبات و تولیدات اینجانب درج و بر اساس ضوابط دانشگاه اقدام نمایم.

ج) در صورت استفاده از کمکهای مالی و غیر مالی نهادهای دولتی و غیر دولتی از موضوع تحقیق اینجانب مراتب را کتباً به دانشکده اطلاع دهم در غیر اینصورت دانشکده مجاز به تغییر عنوان پایان‌نامه یا سایر اقدامات حقوقی می‌باشد.

د) آدرس دقیق دانشگاه و واحد و رعایت ترتیب و توالی آن به عنوان تنها آدرس در تولیدات علمی مستخرج از پایان‌نامه/رساله باید به صورت زیر آورده شود:

آدرس دانشگاه و واحد به فارسی: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، گروه مدیریت امور فرهنگی تهران، ایران.

آدرس دانشگاه و واحد به انگلیسی:

Department of Science and Research branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran و نام گروه تخصصی of

نام و نام خانوادگی دانشجو

تاریخ و امضاء

تذکر: بدیهی است چنانچه تحت هر شرایطی و در هر زمان، دانشگاه خلاف موارد ذکر شده را مشاهده نماید نسبت به تصمیم اتخاذ شده هیچگونه ادعایی نداشته و حق هرگونه اعتراضی را از خود سلب و ساقط می‌نمایم.

در تاریخ فرم مزبور که توسط آقای / خانم به امضاء رسیده است، دریافت گردید.

امضاء مدیر پژوهش دانشکده

اینجانبان اساتید راهنما و مشاور پایان نامه / رساله خانم / آقای دانشجوی مقطع رشته گرایش متعهد می‌شویم در کلیه تولیدات علمی مستخرج از این پایان نامه / رساله (اعم از مقاله، طرح پژوهشی، کتاب، اختراع و ...) که به منظور استفاده از تسهیلات تشویقی، سفرهای علمی، فرصت مطالعاتی و امتیاز ارتقاء علمی (اعضاء هیات علمی واحد و ...) ارائه می‌گردد، آدرس دقیق دانشگاه و واحد و رعایت ترتیب و توالی آن، بدیهی است چنانچه تحت هر شرایطی و در هر زمان، دانشگاه خلاف موارد ذکر شده را مشاهده نماید نسبت به تصمیم اتخاذ شده هیچگونه ادعایی نداشته و حق هر گونه اعتراضی را از خود سلب و ساقط می‌نمایم.

تبصره: تکمیل این فرم برای اساتید تمام وقت واحد علوم و تحقیقات الزامی است. و ضمناً اساتید نیمه‌وقت یا مدعو در صورتیکه نام ایشان به عنوان نویسنده اول و عهده‌دار مکاتبات در تولیدات علمی مستخرج از رساله قید نشود ملزم به امضاء این فرم نمی‌باشند.

آدرس دانشگاه و واحد به فارسی: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، گروه، تهران، ایران.
آدرس دانشگاه و واحد به انگلیسی:

Department of Science and Research branch, Islamic Azad university, Tehran, Iran. نام گروه تخصصی

نام و نام خانوادگی استاد راهنما: نام و نام خانوادگی استاد مشاور:
تاریخ و امضاء: تاریخ و امضاء:

نام و نام خانوادگی استاد راهنما: نام و نام خانوادگی استاد مشاور:
تاریخ و امضاء: تاریخ و امضاء:

اینجانب علی فلاح دانشجوی ورودی بهمن ۸۹ مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت امور فرهنگی گرایش امور فرهنگی متعهد می‌شوم در کلیه تولیدات علمی مستخرج از پایان نامه / رساله‌ام با عنوان «بررسی عوامل موثر بر جذب جهانگردان خارجی به ایران با تاکید بر ظرفیتهای فرهنگی استان کرمان به منظور تسویه حساب و یا استفاده از تسهیلات تشویقی و سفرهای علمی و ... نسبت به درج آدرس دقیق دانشگاه و واحد و رعایت ترتیب و توالی آن بصورت ذیل به عنوان تنها آدرس خود اقدام نمایم. بدیهی است چنانچه تحت هر شرایطی و در هر زمان، دانشگاه خلاف موارد ذکر شده را مشاهده نماید نسبت به تصمیم اتخاذ شده هیچگونه ادعایی نداشته و حق هر گونه اعتراضی را از خود سلب و ساقط می‌نمایم.

Department of Science and Research branch, Islamic Azad university, Tehran, Iran. نام گروه تخصصی

نام و نام خانوادگی دانشجو: علی فلاح

تاریخ و امضاء:

