

## بررسی موانع و چالش های توسعه صنعت گردشگری در استان قم با رویکرد بازاریابی

حسین وظیفه دوست<sup>\*</sup>، زهرا کرمی

۱- هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران

۲- دانشجوی دکترای مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران

### چکیده

تحقیق حاضر تلاش دارد موانع متعددی را که بر سر راه توسعه صنعت گردشگری استان قم وجود دارد بررسی نماید و در نهایت راهکارهای مناسبی در راستای بر طرف کردن هر یک از این موانع پیشنهاد دهد. بدین منظور با عنوان بررسی موانع و چالش های توسعه صنعت گردشگری در استان قم با روش پیمایشی و توصیفی این تحقیق انجام گرفته است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کلیه کارشناسان میراث فرهنگی و گردشگری استان قم، کارشناسان مراکز فعال توریستی به تعداد ۵۵ نفر بوده است. بدلیل محدود بودن جامعه آماری نمونه آماری بصورت تمام شمار جامعه آماری با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته موانع توسعه صنعت توریسم استان قم برگرفته از نظر متخصصین و اساتید مربوطه در زمینه گردشگری و بازاریابی با ۳۴ گویه و ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۴ مورد ارزیابی قرار گرفتند. نتایج آزمون T تک متغیره در سطح معنی داری  $p < 0,05$  بیانگر آن است. که عوامل برنامه ریزی و سرمایه گذاری، ساختار زیربنایی، فرهنگی و آموزشی، اطلاع رسانی نامناسب، فن آوری اطلاعات و سیاسی و بین المللی در توسعه صنعت توریسم با سطح معنی داری ۰,۰۰۰ اثر گذار است. از این جهت که وجود این موانع سبب کاهش صنعت توریسم در استان قم گشته است. نتایج آزمون رتبه بندی فریدمن نیز رفع موانع برنامه ریزی و سرمایه گذاری و ساختار زیربنایی و سیاسی بین المللی را سه مانع مهم در توسعه صنعت توریسم استان قم عنوان نموده است.

کلید واژه ها : توریسم، گردشگری، موانع و چالش ها

<sup>\*</sup> هیئت علمی، هیئت علمی گروه مدیریت بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران

Email: shayegan.shayan@ymail.com