

بررسی عوامل تأثیرگذار بازار هدف صنعت گردشگری بر روند توسعه گردشگری در استان لرستان با استفاده از رویکرد تحلیل عاملی

زینب شاهرودی^۱

آرش حاتمی^۲

فرهاد فرنیآ^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۰۴ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۱۱/۰۴

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل تأثیرگذار بازار هدف صنعت گردشگری بر افزایش و روند توسعه گردشگری در استان لرستان انجام شده است. روش تحقیق مورد استفاده از نظر هدف کاربردی و به لحاظ ماهیت و روش توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه تمام کارکنان که در شورای اسلامی شهر و کارشناسان گردشگری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان لرستان می باشد که تعداد آنها ۲۲۳ نفر فعالیت دارند که با استفاده از جدول مورگان تعداد $S=140$ نفر به روش نمونه گیری تصادفی سیستماتیک (منظم) به عنوان نمونه انتخاب شد. برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه‌های استاندارد بازارهدف گردشگری گردشگری رای و داس^۱ (۲۰۱۱) توسعه گردشگری و چویی و همکاران^۲ (۲۰۰۶) استفاده شده است. داده‌های جمع آوری شده از طریق آزمون‌های آماری از جمله آزمون کلموگروف-اسمیرنوف و با بهره گیری با استفاده از نرم افزار SPSS24 و تحلیل عاملی تاییدی با استفاده از فن تحلیل مسیر در نرم افزار آماری لیزرل، برای آزمون معناداری عامل‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که عوامل بازار هدف صنعت گردشگری بر افزایش و روند توسعه گردشگری تأثیر دارد. از آنجا که مقدار ضریب همبستگی مثبت می باشد. در نتیجه هر چقدر بازار هدف صنعت گردشگری افزایش یابد توسعه گردشگری افزایش پیدا می‌کند و اگر کاهش یابد در نتیجه بازار هدف صنعت گردشگری با توسعه گردشگری نیز کاهش پیدا می‌کند.

واژگان کلیدی

گردشگری، بازار هدف صنعت گردشگری، توسعه گردشگری، استان لرستان

^۱ کارشناس ارشد برنامه ریزی شهری، مدرس دانشگاه. (e.shahverdiii@gmail.com)

^۲ کارشناس ارشد عمران و شهرسازی شهرداری. (Arash.hatami1929@gmail.com)

^۳ کارشناس ارشد برنامه ریزی شهری. (Farnia.farhad@yahoo.com)

¹ Ray and scythes

² Choi et al