

عنوان مقاله:

تحلیل و تبیین الگوهای رفتار فضایی گردشگران با تاکید بر جغرافیای رفتاری (مطالعه موردی: گردشگران مذهبی مشهد)

محل انتشار:

مجله علوم جغرافیایی، دوره 18، شماره 38 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

علی اسماعیل زاده کواکی - دانشجوی دکتری گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

کتایون علیزاده - دانشیار گروه جغرافیا، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

حمید جعفری - دانشیار گروه جغرافیا، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه بسیاری از دست اندرکاران حوزه گردشگری تلاش می‌کنند تا با تاثیرگذاری مستقیم بر رفتارهای گردشگران بر میزان علاقه و احساسات آن‌ها در انتخاب مقصد تاثیر بگذارند. به دلیل کمبود زیرساخت‌ها و خدمات متناسب جهت پاسخگویی به نیازها و احتیاجات گردشگران در سطح شهر مشهد و عدم شناخت کافی از الگوهای رفتاری آنان، مسائل و مشکلاتی برای گردشگران، مدیران و متولیان امور شهری وجود دارد. بنابراین هدف اصلی پژوهش حاضر، تحلیل و تبیین الگوهای رفتار فضایی حاکم بر گردشگری مذهبی مشهد مقدس می‌باشد که از روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و به صورت توأمان استفاده شده است. جامعه آماری در این پژوهش گردشگران داخلی بودند که بر اساس آمار اخذ شده، تعداد کل گردشگران ورودی به مشهد در سال ۱۳۹۹، ۲۲۰۲۵۱۶۷ نفر ثبت شده است که با استفاده از محاسبات فرمول کوکران تعداد ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه آماری بدست آمد، برای انجام تحلیل‌های فضایی از مدل‌هایی نظیر تراکم فضایی، سنجش دسترسی فضایی، مدل آماری GI و نرم افزار ArcGIS استفاده شد. بر اساس یافته‌های تحقیق مشخص شد، پراکنش فضایی مراکز تجاری موردنظر گردشگران داخلی در شهر مشهد بر اساس ضریب G عمومی ۰.۰۰۰۵۵۳ و مقدار $Z\text{-score}$ ۰.۶۶۹۷۱۸ بوده، لذا الگوی پراکنش فضایی مراکز تجاری موردنظر گردشگران داخلی از نوع تصادفی بوده است. این وضعیت برای سایر شاخص‌های موردسنجش بدین صورت بدست آمده است که: مراکز تفریحی و اقامتی از نوع خوشه‌ای بالا بوده‌اند و برای مراکز تاریخی، مذهبی، طبیعی، رستوران و درمانی از نوع تصادفی است که نشان دهنده توزیع غیریکنواخت در شهر مشهد می‌باشد. در نهایت نتایج بررسی الگوهای رفتاری گردشگران داخلی نشان می‌دهد، تنها برای ۲ شاخص تجاری و اقامتی به صورت پراکنده بوده و در ۶ مورد دیگر یعنی: تاریخی، مذهبی، تفریحی، طبیعی، رستوران و استفاده از مراکز درمانی و سلامت به صورت تجمعی بوده است.

کلمات کلیدی:

تحلیل فضایی، رفتار فضایی، جغرافیای رفتاری، مدل آماری GI، گردشگری مذهبی مشهد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1575532>

