



کدام خانوارها بیشتر برای سفر هزینه می‌کنند؟

بررسی‌های یک مطالعه درباره عوامل مؤثر بر میزان هزینه‌کرد گردشگری نشان داد که زوج‌های بدون فرزند، بیشترین هزینه‌کرد برای سفر را دارند.

بررسی‌های یک مطالعه درباره عوامل مؤثر بر میزان هزینه‌کرد گردشگری نشان داد که زوج‌های بدون فرزند، بیشترین هزینه‌کرد برای سفر را دارند.

به گزارش ایسنا، عواملی مختلف سبب می‌شود که گردشگران در هنگام سفر رفتار متفاوتی داشته باشند. یکی از موضوعات مهم در پژوهش‌های اخیر، بررسی میزان هزینه‌کرد گردشگران در سفر و شناسایی عوامل مؤثر بر آن است. هزینه‌کرد در مقصد می‌تواند در زمینه‌های غذا و نوشیدنی، تفریحات، بازدید، تردد و رفت و آمد، اقامت، گشت‌های سازمان‌یافته، خدمات ارتباطی، خدمات شهری و ... انجام شود.

میزان گردشگران ورودی به یک مقصد، نمی‌تواند شاخص خوبی برای درک هزینه‌کرد گردشگران باشد. ولی در مقابل، درک مناسب از الگوهای هزینه‌کرد گردشگران، می‌تواند به سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، بازاریابان و پژوهشگران کمک کند تا برنامه‌ریزی بهتری داشته باشند.

خانواده‌ها، بخش اصلی مصرف‌کنندگان محصولات گردشگری هستند. به همین دلیل مهم است که الگوی مصرف و هزینه‌کرد خانوار در دوره‌های زمانی مختلف مورد بررسی قرار گیرد.

در دنیا مطالعات گسترده‌ای در مورد عوامل مؤثر بر میزان هزینه‌کرد خانوارها و الگوی مصرف و تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان گردشگری توسط آن‌ها انجام شده است، ولی در مطالعات داخلی در مورد عوامل مؤثر بر هزینه‌کرد خانوارهای ایرانی در سفر، خلأ وجود دارد.

بر همین اساس سیدعلی حسینی و محمدرضا اخلاقی؛ پژوهشگران مدیریت جهانگردی دانشگاه علامه طباطبائی در یک مطالعه نقش عوامل جمعیت‌شناختی، اقتصادی، روان‌شناختی را بر میزان هزینه‌کرد خانوارهای ایرانی در سفرهای داخلی بررسی کردند. همچنین در این مطالعه تاثیر مراحل چرخه زندگی خانوار نیز مورد بررسی قرار گرفته است.

چرخه زندگی خانوار شامل مراحل «مجرد»، «زوج بدون فرزند»، «فاز اول لانه کامل»، «فاز دوم لانه کامل»، «فاز سوم لانه کامل»، «لانه خالی»، «والد مجرد» و «بیوه» است.

در این مطالعه، ۶۲۸ خانوار ایرانی ساکن کلان‌شهرهای تهران، اصفهان، یزد، شیراز و تبریز شرکت کردند. بازه سنی شرکت‌کنندگان ۱۹ تا ۶۸ سال و میانگین سنی آن‌ها ۳۵ سال بود. در این مطالعه ۱۵۹ خانوار مجرد مستقل، ۸۰ زوج بدون فرزند، ۱۵۳ خانوار در فاز اول لانه کامل، ۱۶۰ خانوار در فاز دوم لانه کامل، ۲۲ خانوار در فاز سوم لانه کامل، ۱۹ خانوار در لانه خالی، ۱۳ خانوار با والد مجرد و ۲۲ خانوار بیوه شناسایی شدند.

بررسی‌های این مطالعه نشان داد که بیشتر خانوارهای شرکت‌کننده در این پژوهش برای سفر از وسیله نقلیه شخصی استفاده می‌کنند و نزدیک به نیمی از آن‌ها برای اقامت خود در مقصد هزینه‌ای را پرداخت نکرده‌اند. این نشان‌دهنده کم‌هزینه‌کردن خانوارهای ایرانی و همچنین ترجیح وسیله نقلیه شخصی به دیگر انواع حمل و نقل است.

همچنین در این مطالعه مشخص شد که متغیرهای میزان درآمد، سن و تحصیلات سرپرست خانوار، با میزان هزینه‌کرد به ازای هر نفر هرشب در سفر، دارای همبستگی مثبت است. افراد با مشاغل غیر دولتی نیز بیشترین میانگین هزینه‌کرد را در سفر دارند.

یافته‌های این مطالعه حاکی از این است که با افزایش تعداد فرزندان وابسته و همچنین تعداد فرزندان مستقل در خانواده، میزان هزینه‌کرد خانوار به ازای هر نفر هر شب، کاهش می‌یابد.

پژوهشگران این مطالعه عنوان می‌کنند که یافته‌های این مطالعه، نشان‌دهنده تأثیرپذیری میزان هزینه‌کرد خانوارها از شاخص‌های درآمد، سن، تحصیلات و نوع شغل سرپرست، تعداد فرزندان وابسته و مستقل، تعداد اعضای خانواده حاضر در سفر،

استفاده از وسیله نقلیه شخصی و اقامت در خانه اقوام در طول سفر و اهمیت سفرهای تفریحی در سبب مصرفی خانوار است.

مقایسه میانگین های هزینه کرد در مراحل مختلف چرخه زندگی خانوار، نشان داد که خانوار زوج بدون فرزند، با اختلاف نسبتاً بالا، بیشترین میزان هزینه کرد به ازای هر نفر هر شب (حدود ۲۵۶ هزار تومان) را در سفر داشته اند. پس از آن، بیشترین میزان هزینه به ترتیب متعلق به خانوارهای مجرد، فاز سوم لانه کامل، والد مجرد، فاز دوم لانه کامل، لانه خالی، فاز اول لانه کامل و در انتها، متعلق به خانوار بیوه است. این یافته ها حاکی از این است که با افزایش سن فرزندان وابسته در خانوار، میزان هزینه کرد آن ها در سفر افزایش می یابد. این پدیده می تواند ناشی از آزادی و تنوع بیشتر در انتخاب فعالیت های مقصد، در صورت بزرگسال بودن فرزندان خانوار باشد.

یافته های این مطالعه مرداد ماه سال ۱۴۰۱ به صورت مقاله علمی با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر میزان هزینه کرد گردشگری با تاکید بر چرخه زندگی خانوار» در مجله گردشگری شهری زیر نظر قطب علمی برنامه ریزی و توسعه پایدار گردشگری- دانشگاه تهران منتشر شده است.