

ایرانی‌ها با چه انگیزه‌های بیشتر سفر می‌کنند؟

یکی از مهمترین انگیزه‌های شکل‌گیری گردشگری و سفرهای داخلی در دنیا دیدار از اقوام و دوستان ساکن در دیگر شهرهاست.



یکی از مهمترین انگیزه‌های شکل‌گیری و سفرهای داخلی در دنیا دیدار از اقوام و دوستان ساکن در دیگر شهرهاست. داده‌های پدیده‌های یک دهه اخیر در ایران نیز نشان می‌دهد ۴۴ درصد سهم سفرها با انگیزه «دیدار از آشنایان و نزدیکان» انجام شده و «تفریح و گردش» در جایگاه بعدی قرار دارد. درحالی‌که بیش از ۷۰ درصد اقامت‌ها در خانه اقوام و آشنایان بوده و اجاره‌خانه و ویلا با اختلاف زیاد، گزینه دوم مسافران بوده است.

به گزارش ایسنا، هرچند مفهوم سازی گردشگری به واسطه همپوشانی‌هایی که با گذران اوقات فراغت و گردشگری تجاری دارد کار ساده‌ای نیست اما کلیدی‌ترین و اصلی‌ترین دلیل و نیت شکل‌گیری اینگونه از گردشگری «بازدید و دیدار دوستان و نزدیکان» است و یکی از فواید این گونه از گردشگری امکان اقامت در خانه دوستان و اقوام و کاهش هزینه‌های سفر است. نمود این وضعیت در ایران نیز در دهه‌های اخیر به وضوح مشاهده می‌شود، آمارهای مرکزی ملی آمار ایران نیز نشان می‌دهد که بیشترین انگیزه سفر ایرانی‌ها دیدار از اقوام، نزدیکان و دوستان است و در مواقعی که با تغییر مقطعی و موقت الگوی سفر مواجه می‌شویم، میزان استفاده از خانه‌های اجاره‌ای و چادرهای مسافرتی در مناطق پرتقاضا افزایش پیدا کرده است که نشان‌دهنده اثرگذاری عامل اقتصاد و هزینه بر کیفیت و کمیت سفر است.

مرکز پژوهش‌های مجلس در داده‌های پدیده‌هایی که براساس آمارهای مرکز ملی آمار ایران داشته به این نتیجه رسیده است که در فاصله سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۸ سفرهای داخلی با تغییرات محسوس روبرو بوده است که این تغییرات روند مثبت داشته و افزایش تعداد سفرهای داخلی را نشان می‌دهد که هرچند ممکن است باعث افزایش درآمدهای کسب و کارهای گردشگری شود اما پیامدهای منفی نیز به همراه داشته است، برای مثال با هجوم یکباره گردشگران و اشباع ظرفیت‌های خدماتی گردشگری، مسافران و گردشگران از خدمات با کیفیت محروم می‌شوند و در انتخاب دوباره همین مقصد دچار تردید خواهند شد. این اتفاق در مورد کیفیت زندگی جامعه میزبان نیز رخ داده است؛ زیرا با کاهش کیفیت زندگی جامعه میزبان به واسطه به کارگیری و استهلاک زیرساخت‌های شهری و روستایی افزایش نارضایتی‌ها نسبت به گردشگری افزایش می‌یابد. مصداق این مورد تعطیلات نیمه شهریور ماه ۱۴۰۲ است که موج بزرگ سفر در مناطق شمالی طبق گزارش‌های مردمی با کمبود سوخت و مواد غذایی مواجه شده و جامعه میزبان و محلی را به نوعی معترض کرده است.

هرچند گزارش‌های مرکز ملی آمار و همچنین داده‌های مرکزی پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد در فاصله سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۸ و در طول یک دهه سهم افراد سفر نرفته حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد تخمین زده شده است.

همین داده‌های پدیده‌ها نشان می‌دهد سرانه سفر در بهار سال ۱۳۹۸ در خانواده‌های سفر رفته ۶.۱ بوده است؛ یعنی در خانواده‌های سفر رفته ۶ سفر تجربه شده است که این ۶ سفر می‌تواند توسط یک شخص از خانوار یا تمامی اعضا باشد. به بیان دیگر حدود ۶۶ درصد خانوارهای ایرانی سفر رفته در بهار سال ۹۸ به طور متوسط ۶ بار سفر رفتند اما ۳۴ درصد از خانوارها هیچ سفری را در بهار تجربه نکرده‌اند.

اما این داده‌های پدیده‌ها درباره اهداف سفر در داخل کشور چه می‌گویند؟ مرکز پژوهش‌های مجلس بر اساس آمارهای مرکز ملی آمار ایران به این نتیجه رسیده است که در ۱۱ سال بررسی شده سهم سفر با هدف دیدار دوستان و آشنایان ۴۴ درصد بوده و با اختلاف زیاد نسبت به سایر اهداف پیشتاز مانده است. سفر به انگیزه دیدار دوستان و آشنایان در دیگر کشورها نیز معمولاً بین جایگاه اول و دوم متغیر است.

به باور کارشناسان سهم بالای این نوع سفر ریشه در فرهنگ ایرانی - اسلامی دارد که پیوسته به محوریت خانواده و دیدار آشنایان توصیه دارد. به طور کلی تأثیر فرهنگ بر صنعت سفر و گردشگری انکارناپذیر است؛ زیرا علاوه بر سهم بالای سفر با هدف دیدار دوستان و آشنایان سفر با هدف زیارت و در کنار آن گردش و تفریح دوره ۱۱ ساله کاهش پیدا کرده است. وضعیت سخت اقتصادی گردشگران جزو موثرترین عوامل در کاهش این سفرها به شمار می‌رود؛ زیرا برخلاف سفر با اهداف دیدار دوستان و آشنایان، نوع دیگر سفر شامل هزینه اقامت می‌شود و از آنجا که هزینه اقامت در حدود ۳۰ درصد از هزینه سفر را افزایش می‌دهد تمایل بیشتر گردشگران به حذف سفرهای مذکور است.

آمارهای مرکز ملی آمار ایران همچنین نشان می‌دهد همانطور که مردم بیشتر به انگیزه دیدار با آشنایان و نزدیکان سفر می‌روند، اقامت در خانه آنها نیز بیشترین سهم را دارد. داده‌های پدیده‌هایی که مرکز پژوهش‌های مجلس در اردیبهشت ۱۴۰۳ منتشر کرده است نشان می‌دهد در فاصله سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۸ تقریباً ۷۳ درصد سهم اقامت، در خانه آشنایان و بستگان بوده و با اختلاف زیادی نسبت به سایر اقامتگاه‌ها در رتبه اول قرار دارد.

سهم بالای اقامت در خانه آشنایان دو توجیه فرهنگی و اقتصادی دارد؛ علاوه بر اینکه از فرهنگ ایرانی اسلامی نشأت می‌گیرد، از جنبه اقتصادی نیز قابل بررسی است. در واقع بیشتر مسافران و گردشگران تمایل دارند هزینه سفر را کاهش دهند، بنابراین اقامت در خانه آشنایان و بستگان را بیشتر از اقامتگاه‌های عمومی و سازمانی ترجیح می‌دهند.

نکته دیگر افزایش سهم اقامتگاه ویلا و آپارتمان های اجاره ای است که در ۱۱ سال به ۸.۷ درصد رسیده است؛ یعنی دو برابر شده است که این الگوی اقامتی از نظر فرهنگی و اقتصادی تاثیر متفاوتی در جامعه محلی خواهد داشت. این شکل از اقامت از آن نظر پرتقاضا شده است که علاوه بر نداشتن محدودیت های اقامتگاه های عمومی و رسمی، برخلاف هتل ها و مهمانپذیرها محدودیتی برای اقامت پرتعداد جمعیت در یک محل ندارد، ضمن آنکه گاه برای خانوار به لحاظ اقتصادی به صرفه تر بوده است. در ۱۱ سال بررسی شده (۱۳۸۷ تا ۱۳۹۸) سهم و تعداد شب اقامت در اقامتگاه های سازمانی و عمومی نیز تقریباً برابر بوده است. اقامتگاه های سازمانی به دلیل ارزان بودن به رغم نداشتن کیفیت مناسب معمولاً مورد استقبال کارمندان بوده اند. آمارهای مرکز ملی آمار ایران همچنین نشان می دهد سهم استفاده از چادرهای مسافرتی نزدیک به اقامتگاه های عمومی (هتل، هتل آپارتمان و مهمانپذیر و مهمانسرا) است، هرچند در شیوه آمارگیری این شکل از اقامت بحث است، اما صرف نظر از فرهنگ این شیوه از سفر و اقامت، گسترش استفاده از چادر مسافرتی در برخی شهرها و مناطق طبیعی نیاز مبرم کمپ های اقامتی را تشدید می کند که می طلبد متولیان فضاهایی مختص این گروه از مسافران که به ناچار این گزینه را پیش رو دارند، آماده کنند.