

کودکان چگونه بر روند سفر اثر می‌گذارند؟

گردشگری کودک نوعی از گردشگری است که نیازهای گروه ذی‌نفع ناهمگن بین سنین ۳ تا ۱۳ سال را هدف قرار می‌دهد. کودکان در این گروه سنی بازدیدکنندگان باارزشی هستند که در شاخص‌هایی که گردشگری می‌تواند ارائه دهد، دانش خود را گسترش می‌دهند. آنها همچنین مهارت خود، به‌ویژه مهارت‌های اجتماعی و فرهنگی‌شان را پرورش می‌دهند، تجاربشان را گسترش می‌دهند، با گروه‌های همسالان ارتباط برقرار می‌کنند و سهم اقتصادی قابل‌توجهی را برای مکانی که بازدید کرده‌اند، فراهم می‌کنند.

فلیپ کاتلر (استاد مطرح بازاریابی) در کتاب آخر خود با عنوان حرکت از بازاریابی سنتی به بازاریابی دیجیتال عنوان می‌کند که سه بخش کودکان، زنان و شهروندان بومی از مهم‌ترین و پرسودترین بازارهای عصر دیجیتال هستند که حاضرند برای محصول و خدمات مورد انتظار خود راحت و بدون دغدغه پول خرج کنند، به همین خاطر سرمایه‌گذاری در بازار کودک از اهمیت بسزایی برخوردار است. به‌نظر می‌رسد آژانس‌ها و کسب و کارهای حوزه گردشگری بهتر است برای این بخش بازار و استفاده از پتانسیل‌های حوزه گردشگری آمادگی لازم را داشته باشند. گردشگری کودک به دلیل ویژگی‌های ذاتی که در نوع مخاطب و بازار هدفی که دارد به یکی از بازارهای سودآوری و پر رونق تبدیل شده است؛ چراکه در عصر حاضر کودکان سهم بالایی از مصرف سرانه درآمد خانوار را به خود اختصاص می‌دهند و از طرف دیگر به دلیل تاثیری که بر نظر والدین دارند در انتخاب مقصد سفر نیز نقش مهم و بسزایی دارند. امروزه بیشتر فعالیت‌ها و انتخاب‌های خانواده‌ها، کودک‌محور است و والدین مقاصد گردشگری خود را بر اساس امکانات تفریحی و سرگرمی مناسب برای کودکانشان انتخاب می‌کنند لذا ورود به این بازار با رعایت اصول و موازین این نوع گردشگری تصمیمی اثربخش و عقلایی است.

از طرف دیگر، گردشگری کودک به دلیل نوپایی در بازار ایران و فقدان رقیبان زیاد به اقیانوس آبی (blue ocean strategy) مشهور است و کسب سهم بازار در این اقیانوس با دردسر و هزینه‌های کمتری همراه است. با این همه، گردشگری کودک در ایران با مشکلاتی روبه‌رو است. برخی از تفاوت‌ها در آموزش، مبتنی بر اجتماع است و این به نوبه خود برای ارتقای گردشگری آموزشی کودکان یک مشکل به‌شمار می‌رود. از دیگر مشکلات در اجرای گردشگری کودک می‌توان به منابع مالی محدود، حمایت‌های مالی محدود، نبودن منابع انسانی باتجربه و ماهر برای تسهیل ارائه خدمات آموزشی، عدم آگاهی نسبت به اهمیت سفر و تاثیرات مثبت آن بر کودکان اشاره کرد. لذا با استفاده از اختصاص منابع مالی کافی، حمایت از مواد آموزشی و تکنیکی، متخصصان حرفه‌ای گردشگری و به‌طور کلی آگاهی مردم از اهمیت سفر، می‌توان آموزش مناسب کودکان که برای خلق یک شهروند متعهد و آینده یک ملت مفید است را از طریق گردشگری کودک تضمین کرد.

سفرهای کودکان می‌تواند از طریق مدارس، خانواده‌ها و یا همراه با گروه همسالان برگزار شود. کودکان ۸-۱۴ سال می‌توانند تاثیر بسزایی روی والدینشان بگذارند؛ چه در انتخاب مقصد و چه برای فعالیت‌هایی که در مقصد انجام می‌دهند. افراد جوان، گروه هدف مناسبی برای بازاریابی مقصد به‌شمار می‌روند؛ چراکه مشتریان اکنون و آینده هستند و همین‌طور روی بزرگسالان نیز می‌توانند تاثیرگذار باشند؛ در حالی که سازمان‌های مدیریت مقصد اغلب مشتریان و گردشگران جوان را نادیده می‌گیرند.

منبع: مریم گرامی - کارشناس آموزش کودک - خبرگزاری دنیای اقتصاد