

گزارش وضعیت هزینه کرد فرهنگی خانوار



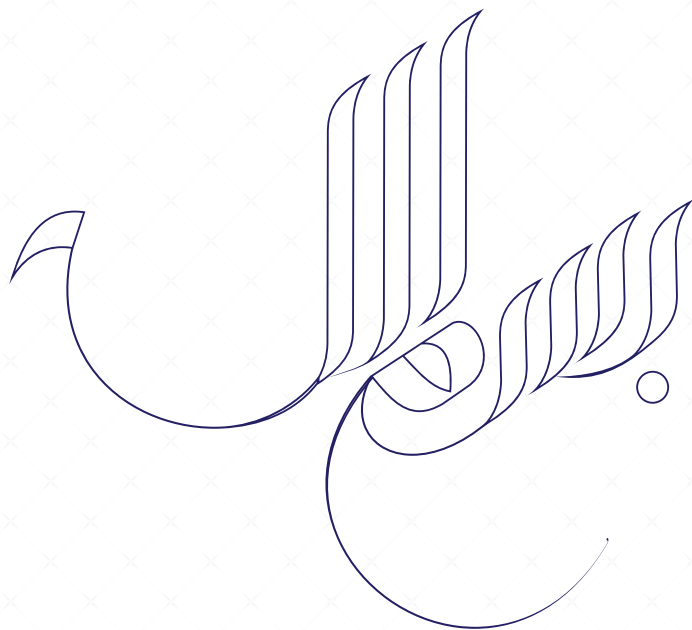
اندیشکده حرف



دانشگاه صنعتی خریف
پژوهشکده سیاستگذاری



نامافر
namafar.ir





اندیشکده حرف



دانشگاه صنعتی خریف
پژوهشکده سیاستگذاری



نمافر

شناسنامه پژوهش

نوع گزارش:

گزارش آماری توصیفی

حوزه:

فرهنگ

عنوان:

گزارش وضعیت هزینه کرد فرهنگی خانوار

نویسنده:

زهرا اکبری

تحلیلگر داده:

محمدحسین ولیخانی

ناظر کیفی:

محمدعلی امینی

ویراستار:

امیرهوشنگ توکلی

طراحی گرافیک:

قاسم آقاوردی زاده

تاریخ انتشار:

آذر ۱۴۰۱

تهیه شده در:

اندیشکده حکمروایی فرهنگ و صنایع خلاق پژوهشکده سیاست گذاری دانشگاه شریف

کارفرما:

گروه سیاست پژوهی و تحلیل داده نمافر

خلاصه مدیریتی

مصرف فرهنگی، مجموعه هزینه‌هایی است که افراد برای خرید یا استفاده کردن از محصولات و خدمات فرهنگی مانند کتاب، موسیقی، گردش و تفریح، تئاتر، فیلم و... صرف می‌کنند. گزارش حاضر با هدف تحلیل مصرف فرهنگی خانوارهای ایرانی از هر دو محیط شهری و روستایی طی سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ بر مبنای خروجی منتشر شده توسط مرکز آمار ایران تهیه شده است. نتایج توصیف جداول و نمودارها در دو مقیاس کلان و خرد از قرار زیر است:

❖ هزینه فرهنگی خانوار ایرانی در مقایسه با سایر هزینه‌ها نظیر مسکن، حمل و نقل و ارتباطات، بهداشت و درمان، کالاها و خدمات متفرقه خانوار، لوازم، اثاث و خدمات خانوار و... در پایین‌ترین رده قرار دارد.

❖ بر مبنای نتایج به دست آمده، خانوار ایرانی از سال ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹، هزینه فرهنگی خود را کاهش داده، اما میزان هزینه کرد فرهنگی در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال گذشته با رشد ۵/۳ میلیون ریالی مواجه بوده و روند افزایشی آن محسوس است.

- ✱ خانوار متعلق به دهک دهم در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۸، با بیشترین افت هزینه فرهنگی مواجه بوده، اما همین دهک در سال ۱۴۰۰، بیشترین میزان رشد در هزینه فرهنگی را تجربه کرده است.
- ✱ در سال ۱۴۰۰ بالاترین دهک جامعه ۷/۵ برابر بیشتر از دهک اول برای مصرف فرهنگی هزینه کرده است. این اختلاف در مجموع و در کل ۵ سال (۹۶ تا ۱۴۰۰)، ۱۲ برابر بوده است.
- ✱ استان زنجان دارای بیشترین هزینه کرد فرهنگی و استان کرمان دارای کمترین هزینه کرد فرهنگی در سال ۱۴۰۰ بوده است.
- ✱ مقایسه هزینه کرد فرهنگی از هر دو محیط روستایی و شهری حکایت از آن دارد که خانوارها طی هر سال نسبت به سال گذشته با افت هزینه فرهنگی به ویژه در ۲ سال گذشته مواجه بوده‌اند.
- ✱ چنانچه مصارف هزینه فرهنگی خانوارها در یک دسته‌بندی ۹ گانه که شامل گردشگری، ورزش و تفریح، هنر، مذهبی، کتاب، نوشت افزار، پوشاک، رسانه و مطبوعات است، گنجانده شود، نتایج سال ۱۴۰۰ متمایز از سال‌های گذشته به ویژه سال ۱۳۹۹ رقم خورده است. در این سال، هزینه مصرف فرهنگی خانوارها با رشد برای تمامی دسته‌های ۹ گانه و به شکل قابل توجهی برای گردشگری، هنر و رسانه همراه بوده است.
- ✱ سرپرست خانوار با تحصیلات پایین در طول ۵ سال، بیش از سرپرست خانوار با تحصیلات بالا برای فرهنگ هزینه کرده است.
- ✱ هزینه کرد فرهنگی خانوار دارای ملک اجاری و عرصه و عیان از سال ۹۶ تا ۹۹، کاهش یافته و این

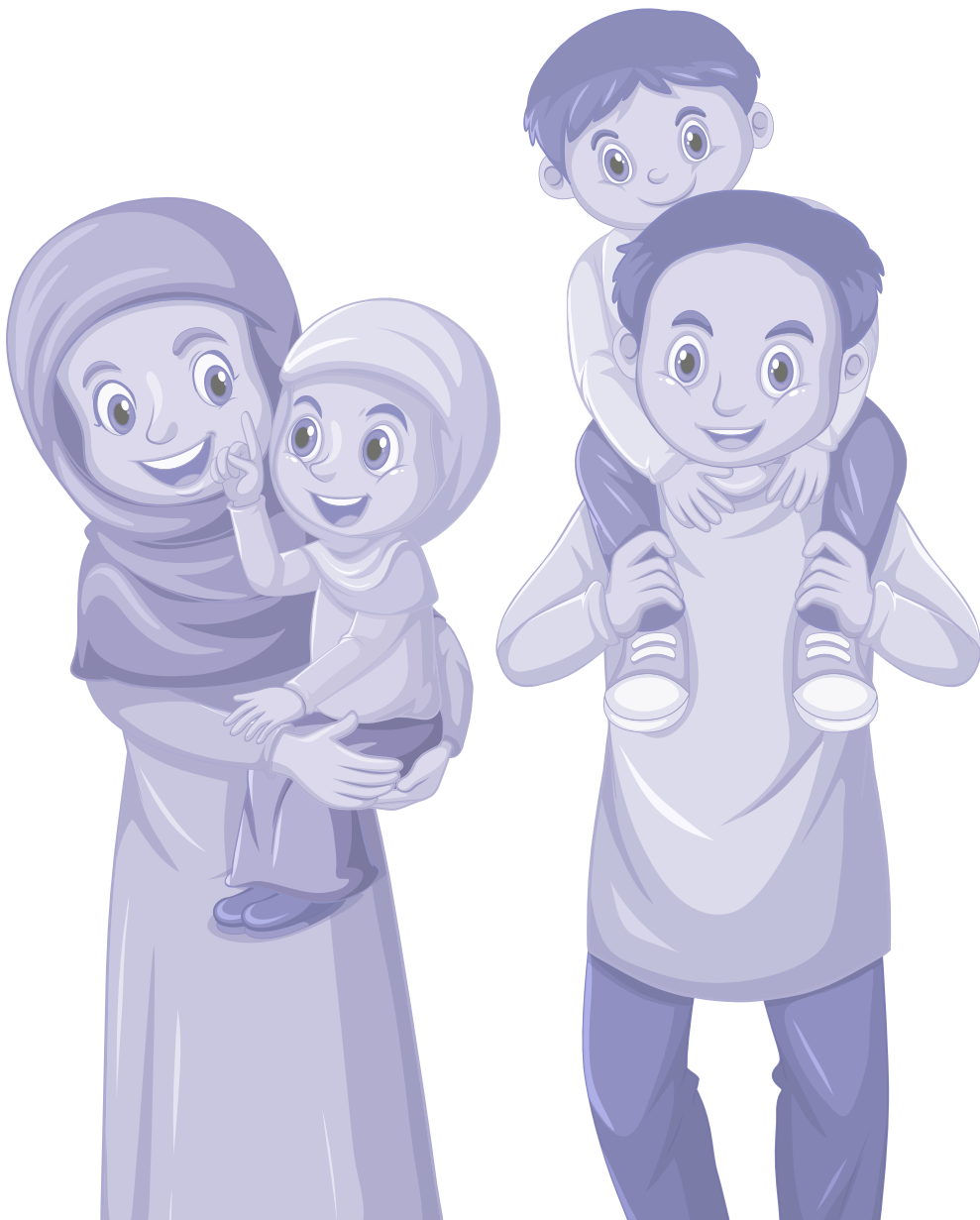
کاهش هزینه برای خانوار دارای ملک، بیشتر بوده، اما در سال ۱۴۰۰، اجاره‌نشین‌ها نسبت به سال گذشته ۰/۲ درصد بیشتر برای فرهنگ هزینه کرده‌اند.

❖ برآوردها از وضعیت شغلی سرپرست خانوار نشان می‌دهد، سهم گروه شاغلان و محصلان در این ۵ سال، بیش از سایر گروه‌ها بوده است. سهم گروه محصلان در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال‌های گذشته، رشد فزاینده و محسوسی داشته و در مقایسه با سال ۱۳۹۹، به اندازه ۲۷/۱ درصد با افزایش مواجه بوده است.

❖ قانونگذاران عالی‌رتبه در مقایسه با سایر انواع شغل سرپرست خانوار خرج بیشتری (با فاصله اندک نسبت به متخصصان علمی و فنی) برای خرید محصولات فرهنگی و استفاده از خدمات فرهنگی کرده‌اند و در مقابل، کارگران ساده کمترین رقم را برای فرهنگ، صرف کرده‌اند.

❖ بررسی وضعیت محل کار سرپرست خانوار در تقسیم‌بندی ۱۸ گانه در مجموع (۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰) نشان می‌دهد، سرپرست خانوار با شغل واسطه‌گری مالی، بیش از سایرین هزینه‌کرد فرهنگی داشته و سرپرست خانوار فعال در عرصه ساختمان کمترین صرف هزینه را برای فرهنگ کرده است.

❖ با افزایش تعداد اعضای خانوار تا ۵ نفر با افزایش هزینه‌کرد فرهنگی مواجهیم اما با رشد تعداد اعضای خانوار، این هزینه کاهش می‌یابد. همچنین خانوار پنج‌نفره، بیش از دوبرابر نسبت به خانوار تک‌نفره هزینه‌کرد فرهنگی داشته است.



فهرست مطالب

خلاصه مدیریتی	۴
مقدمه	۱۰
روش انجام کار	۲۰
مصرف فرهنگی خانوار (مقیاس کلان)	۲۶
آموزش در جهان	۲۶
میزان ریالی هزینه کرد فرهنگی خانوار در سال های مختلف	۳۰
هزینه فرهنگی - کل دهک ها	۳۱
مقایسه سهم هزینه فرهنگی هر یک از دهک ها طی ۵ سال	۳۴
هزینه فرهنگی - دو دهک اول و آخر	۳۶
مصرف فرهنگی خانوار (مقیاس خرد)	۴۰
سهم هزینه فرهنگی - محل سکونت طی سال های اخیر	۴۱
سهم هزینه فرهنگی - مصرف فرهنگی	۴۳
سهم هزینه فرهنگی - گروه تحصیلات	۴۷

۴۹	۱ سهم هزینه فرهنگی- مالکیت محل سکونت
۵۱	۱ سهم هزینه فرهنگی- وضعیت شغلی سرپرست خانوار
۵۳	۱ هزینه فرهنگی- نوع شغل سرپرست خانوار
۵۵	۱ هزینه فرهنگی- وضع فعالیت محل کار سرپرست خانوار
۵۷	۱ رقم هزینه فرهنگی خانوار به تفکیک تعداد اعضای خانوار
۶۰	جمع بندی
۶۴	جدول پیوست
۷۲	منابع

مقدمه

مصرف، نقش مهمی در امور روزمره افراد و نظام اجتماعی ایفا می‌کند و دارای ابعادی چندگانه است. شیوه مصرف کردن را می‌توان به عنوان مقوله‌ای اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی طبقه‌بندی کرد. مصرف فرهنگی از جمله مفاهیم مهم برای سنجش میزان رفاه و سطح توسعه‌یافتگی جوامع و کیفیت سبک زندگی شهروندان محسوب می‌شود که وابسته به بستر شکل‌گیری و توسعه آن، تعاریف گوناگونی دارد. صاحب‌نظران معتقدند که افراد برای ایجاد «تمایز» با دیگران و ایجاد منزلت و تشخیص در جامعه از ابزار «مصرف» بهره می‌گیرند. بنابراین امروزه این «مصرف» است که موقعیت فرد را در نردبان اجتماعی تعیین می‌کند. با توجه به این مهم، افراد با چگونگی مصرف اعم از مصارف اقتصادی، فراغت و فرهنگی و... به ایجاد «تمایز» بین خود و دیگران اقدام می‌کنند. «انتخاب» برای چگونگی «مصرف» از ویژگی‌های جامعه مدرن است (اسکندریان، ۱۳۹۹: ۶۸). به طور کلی مصرف مطالب چاپ‌شده و ادبیات، مصرف موسیقی و مصرف رسانه جزو اصلی‌ترین عناصر سبک زندگی فرهنگی و مصارف فرهنگی به شمار می‌آیند. گفتنی است در مطالعات معاصر، مصرف فراغت نیز، علاوه بر ابعاد ذکرشده، به شاخص‌های مصرف فرهنگی اضافه شده است (کاتزو کرو به نقل از کاظمیان و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۳۵).

در یک تعریف ساده در این نوشتار، مصرف فرهنگی در بعد خانوار را می‌توان به کل هزینه‌هایی اطلاق کرد که برای خرید یا استفاده کردن از محصولات و خدمات فرهنگی مانند کتاب، موسیقی، گردش و تفریح، تئاتر و فیلم و... صرف می‌شود. در جامعه امروز ایران با توجه به افزایش هزینه‌های زندگی و دشواری تامین آن به دلیل مسائل اقتصادی، مطالعه میزان مصرف فرهنگی خانوار، امری پیچیده و قابل تامل است. اینکه خانوارهای ایرانی در مقایسه با سایر هزینه‌های زندگی چقدر تمایل به مصرف محصولات فرهنگی دارند، نیازمند بررسی دقیق متکی بر شواهد است.

مرکز آمار ایران به عنوان متولی اصلی جمع‌آوری و متمرکز کردن آمارهای مورد نیاز برای پژوهشگران و برنامه‌ریزان در سال ۱۳۹۹ اقدام به طرح آمارگیری هزینه و درآمد خانوارهای شهری و روستایی به صورت عملیاتی کرد. جامعه هدف این طرح شامل همه خانوارهای معمولی ساکن و گروهی در نقاط شهری و روستایی بود. بررسی‌ها نشان می‌دهد، پیشینه طرح هزینه و درآمد خانوار به سال ۱۳۴۲ بازمی‌گردد و قدیمی‌ترین طرح نمونه‌گیری مرکز آمار ایران است. در سال ۱۳۹۹، تعداد خانوارهای آمارگیری شده در این طرح، ۱۹۳۰۶ خانوار نمونه در نقاط شهری و ۱۸،۲۵۱ خانوار نمونه در نقاط روستایی کشور بودند و از روش نمونه‌گیری چرخشی^۱ برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد. خانوارهای نمونه از ۳۸۷ شهرستان در مناطق شهری و از ۳۹۵ شهرستان در مناطق روستایی کل کشور انتخاب شدند و از طریق مصاحبه رودررو، اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری شد.

۱. نمونه‌گیری چرخشی یکی از روش‌های مناسب برای اندازه‌گیری متغیرهای مورد نیاز در طول زمان و محاسبه تغییرات در دوره‌های مختلف زمانی است. در هر دوره نمونه‌گیری با الگوی چرخشی، بخشی از واحدهای نمونه، جدید و بخشی دیگر، واحدهای تکراری از دوره‌های قبل هستند. در آمارگیری از هزینه درآمد خانوار که توسط مرکز آمار انجام می‌شود، خانوار نمونه ۳ دوره متوالی در نمونه قرار دارد و بعد از آن، برای همیشه از نمونه خارج می‌شود (کلهری ندرآبادی و شباک، ۱۳۹۸: ۸)

نتایج اولیه طرح نشان می‌دهد، هزینه و درآمد سالانه خانوارهای شهری و روستایی در مقایسه با سال گذشته افزایش یافته که در نمودار زیر مشهود است:



نمودار شماره ۱. متوسط هزینه و درآمد سالانه یک خانوار شهری و روستایی در سال ۱۳۹۸-۱۴۰۰ (هزار ریال)

متوسط درآمد سالانه یک خانوار شهری طی یک سال، ۳۸ درصد تغییر و خانوار روستایی ۴۱/۶ درصد تغییر یافته است. همچنین هزینه خالص^۲ خانوار شهری، ۳۱ درصد و خانوار روستایی، ۳۰/۵ درصد افزایش یافته است. در بخش‌های بعدی گزارش، اشاره می‌شود که برخلاف افزایش هزینه و درآمد خانوار، هزینه‌کرد فرهنگی خانوار در سال ۱۳۹۹ در مقایسه با سال گذشته، با افت مواجه بوده و اما در سال ۱۴۰۰ به گونه‌ای متفاوت رقم خورده است.

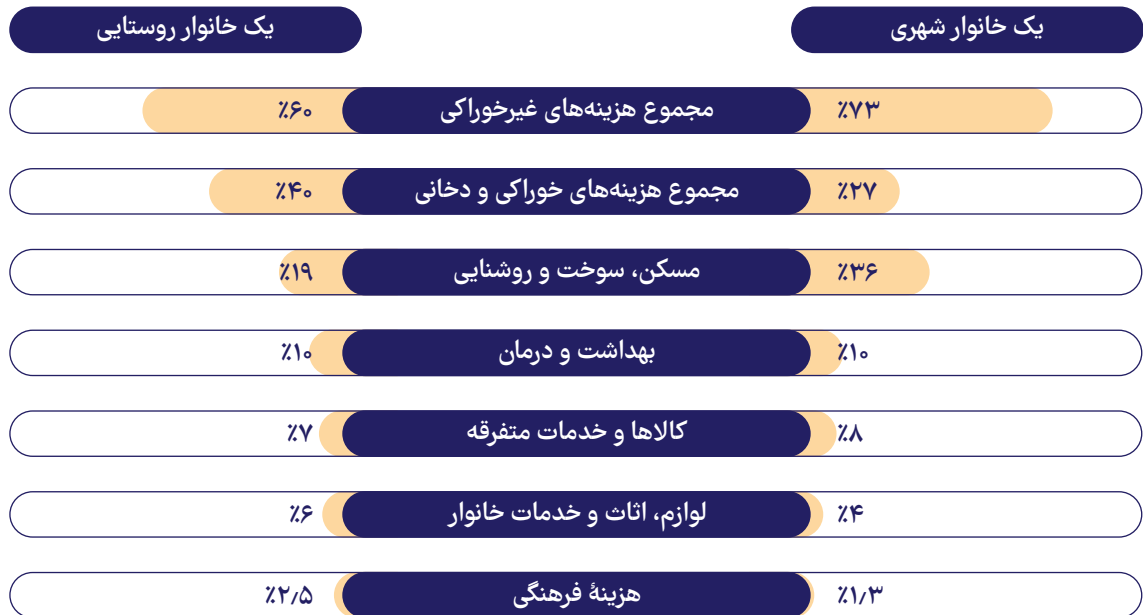
جدول زیر سهم هزینه فرهنگی خانوار شهری و روستایی از کل هزینه در هر سال را نمایش می‌دهد.

سال	۱۳۹۶	۱۳۹۷	۱۳۹۸	۱۳۹۹	۱۴۰۰
نوع خانوار					
شهری	۲/۸٪	۲/۷٪	۲/۲٪	۱/۳٪	۱/۳٪
روستایی	۳/۹٪	۳/۷٪	۳/۳٪	۲/۴٪	۲/۵٪

جدول شماره ۲. سهم هزینه فرهنگی خانوار شهری و روستایی از کل هزینه طی ۵ سال (۱۳۹۶-۱۴۰۰)

۲. در صورتی که از هزینه‌های خانوار، ارزش فروش دست‌دوم کالاها کسر شود، «هزینه خالص خانوار» و در غیر این صورت «هزینه ناخالص خانوار» نامیده می‌شود.

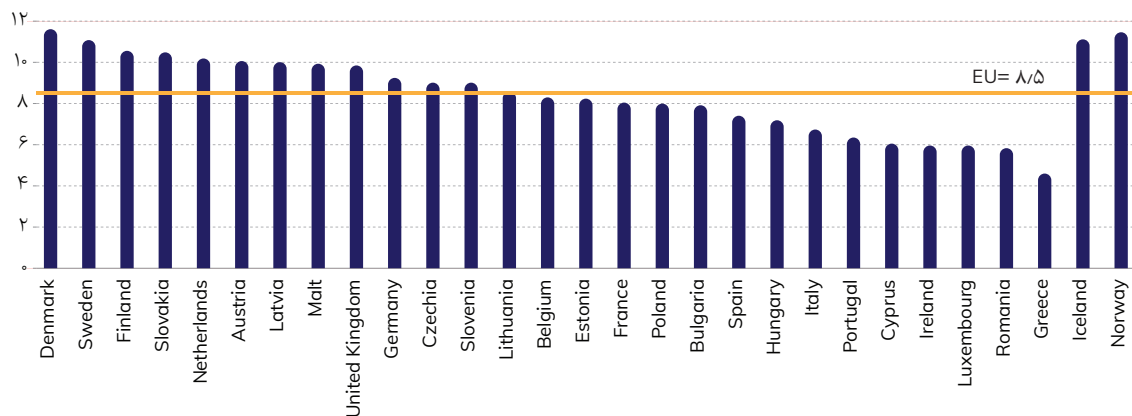
بر اساس آمار جدول، میانگین سهم هزینه فرهنگی خانوار شهری طی ۵ سال، ۲/۰۶ درصد بوده است و این مقدار برای خانوار روستایی معادل ۳/۱۶ درصد برآورد می‌شود. نکته آنکه، اساساً هزینه‌ای که خانوارها برای فرهنگ کرده‌اند، در مقایسه با سایر هزینه‌ها (مسکن، بهداشت و درمان، کالاها و خدمات متفرقه خانوار، لوازم، اثاث و خدمات خانوار) در پایین‌ترین رده قرار دارد. نمودار زیر به عنوان نمونه، ترکیب انواع هزینه‌های سالانه خانوار شهری و روستایی در سال ۱۴۰۰ را نشان می‌دهد.



نمودار شماره ۳. ترکیب انواع هزینه‌های سالانه یک خانوار شهری

نمودار شماره ۴. ترکیب انواع هزینه‌های سالانه یک خانوار روستایی

یکی از پرسش‌های رایج، بررسی چگونگی وضعیت هزینه فرهنگی خانوار در سایر کشورهاست. موسسه یوروستات (Eurostat)، زیرمجموعه اداره کل کمیسیون اروپا به عنوان مرجع آماری اتحادیه اروپا شناخته می‌شود. این مرکز در سال ۲۰۱۷ به ارائه آمارهایی از میزان هزینه کرد فرهنگی خانوارها^۳ در کشورهای عضو اتحادیه اروپا پرداخت. بر اساس نمودار زیر، این خانوارها، ۸/۵ درصد از کل هزینه مصرف خود را به فرهنگ اختصاص داده‌اند. این هزینه کل بیش از ۷۱۰ میلیارد یورو، معادل ۴/۶ درصد تولید ناخالص داخلی اتحادیه اروپا یا ۱۴۰۰ یورو برای هر ساکن اتحادیه اروپاست. نمای کلی از مخارج مصرف نهایی خانوار از فرهنگ در کشورهای عضو در نمودار زیر موجود است.



نمودار شماره ۵. مخارج مصرف فرهنگی خانوار در کشورهای عضو اتحادیه اروپا

۳. موسسه یوروستات، هزینه فرهنگی را مجموعه‌ای از هزینه‌های زیر در نظر می‌گیرد: هزینه‌های نمایش (سینما، تلویزیون، تئاتر، سالن‌های موسیقی، جاذبه‌های نمایشگاه، سیرک‌ها، راهروها، پارک‌های تفریحی، رقص‌ها و کلوپ‌های شبانه)، ورود به موزه‌ها و بناهای تاریخی، خدمات کتابخانه، کرایه نوارهای ویدئویی و دی‌وی‌دی، هزینه‌های مربوط به ورزش (پذیرش در استخرها، زمین‌های گلف و غیره، عضویت در باشگاه‌های ورزشی، دروس ارائه‌شده توسط معلمان مستقل) و بازی‌های شانس (از جمله کازینو).

در اتحادیه اروپا در سال ۲۰۱۷، بیشترین سهم هزینه‌های خانوار اختصاص یافته به «تفریح و فرهنگ» در دانمارک (۱۱/۵٪) و سوئد (۱۱٪) است. در نقطه مقابل این مقیاس، یونان (۴/۶٪)، کمترین سهم از هزینه‌های خانوار خود را صرف تفریح و فرهنگ کرده است و پس از آن رومانی (۵/۸٪)، ایرلند و لوکزامبورگ (هر دو ۵/۹٪) و همچنین قبرس (۶٪) قرار دارند. همچنین یوروستات برآورد کرده است بین سال‌های ۲۰۰۷ و ۲۰۱۷، سهم تفریح و فرهنگ از کل هزینه‌های خانوار در اکثر کشورهای عضو کاهش یافته است. به طور خاص، بالاترین کاهش طی این دوره زمانی ۱۰ ساله در فنلاند (با کاهش ۱/۸ درصدی) و اسلوونی (۱/۶ درصدی)، ثبت شده است.^۴

۴. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/DDN-20190111-2>

