

Leisure time demand function of Iranians living in urban areas using the data of the time-spending statistics plan

Hamideh Torabi^{*}, Mohammad Parsaian^{}**

Mohammadsadegh Alipour^{*}**

Abstract

The aim of the article is to estimate the pattern of leisure time allocation of Iranians living in urban areas in the statistical year 2018-2019. For this purpose, the model used in this article is the model of maximizing utility and deriving the demand function based on factors affecting the amount of leisure. In this way, the influence of the factors affecting the leisure time of Iranians living in urban areas based on age, educational qualification, activity-occupation status and the coefficients of the multiple regression model in the statistical year were estimated using SPSS software. The estimation results indicate that age and educational qualification have a significant positive relationship with the time spent for leisure by Iranians living in urban areas, while with the increasing role and economic activity of Iranians, they prefer to spend less time on leisure. Also, the findings indicate that Iranian men in urban areas, unlike women, have less opportunity to allocate time to leisure activities. In addition, having special economic facilities for housing and a private car has been an effective factor in allocating more time to leisure for Iranians.

Keywords: time allocation pattern; leisure industry; demand function; Leisure of Iranians; Multiple regression model.

JEL classification: J22 ,Z20, J20 ,D19 ,C19.

^{*} Assistant Professor of Accounting Department, National University of Skills (NUS), Tehran, Iran
(Corresponding Author), htorabi@shariaty.ac.ir

^{**} Researcher of ACEECR, Tehran, Iran, mp.iqna@gmail.com

^{***} Assistant Professor, Research Center for Resource Management and Knowledge- Based Business, Tehran, Iran, msalipour@hotmail.com

Date received: 01/06/2024, Date of acceptance: 15/08/2024



تابع تقاضای اوقات فراغت ایرانیان ساکن در مناطق شهری با استفاده از داده‌های طرح آمارگیری گذران وقت

حمیده ترابی*

محمد پارسائیان**، محمدصادق علیپور***

چکیده

اطلاعات جمعیت‌شناختی نقش بسیار مؤثری در تعیین میزان تقاضا برای اوقات فراغت دارند؛ به همین دلیل مؤسسات بازاریابی تفریحی می‌بایست ضمن اطلاع از داده‌های جمعیتی، بر اساس تابع تقاضای اوقات فراغت، اقدام به سرمایه‌گذاری و طراحی بسته‌های فراغتی نمایند. هدف این مقاله برآورد تابع تقاضای اوقات فراغت ساکنان در مناطق شهری ایران بر اساس عوامل مؤثر بر میزان فراغت است. بدین‌صورت که اثرگذاری عوامل مؤثر بر زمان فراغت ایرانیان ساکن مناطق شهری مبتنی بر سن، مدرک تحصیلی، وضع فعالیت-شغلی مورد بررسی و ضرایب مدل رگرسیون چندگانه در سال آماری ۹۹-۱۳۹۸ با استفاده از نرم‌افزار SPSS برآورد گردیده‌اند. نتایج برآورد حکایت از آن دارد که سن و مدرک تحصیلی ارتباط مثبت معناداری با اوقات فراغت ساکنان مناطق شهری دارد، این در حالی است که با افزایش نقش و کنش‌گری اقتصادی، زمان کمتری به اوقات فراغت اختصاص می‌یابد. اوقات فراغت کمتر مردان نسبت به زنان و اثرگذاری امکانات اقتصادی همچون مسکن و خودرو در تخصیص بیشتر زمان به اوقات فراغت از دیگر یافته‌های تحقیق است. در همین راستا دولت علاوه بر سرمایه‌گذاری و توسعه امکانات زیرساختاری در مناطق محروم و کم‌برخوردار، می‌تواند با مشارکت‌های

* استادیار گروه حسابداری، دانشگاه ملی مهارت، تهران، ایران (نویسنده مسئول)، htorabi@shariaty.ac.ir

** پژوهشگر گروه قرآن و تربیت اجتماعی، جهاد دانشگاهی، تهران، ایران، mp.iqna@gmail.com

*** استادیار، مرکز پژوهشی مدیریت منابع و کسب و کار دانش‌محور، تهران، ایران، msalipour@hotmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۲۵



نهادهای مردمی بسته‌های ارزان‌قیمت فراغتی و تسهیلات ویژه مسافرتی برای خانوارهای کم‌درآمد و فاقد کارت سوخت ارائه دهد.

کلیدواژه‌ها: الگوی تخصیص زمان، صنعت اوقات فراغت، تابع تقاضا، فراغت ایرانیان، مدل رگرسیون چندگانه.

طبقه‌بندی JEL: J22, J20, D19, C19

۱. مقدمه

نیاز فطری انسان به تفریح و سرگرمی و نقش مدیریت اوقات فراغت بر سلامت روانی و جسمی، فرهنگی و معنوی افراد جامعه، صنعتی را ایجاد کرده که هر روز شاهد تحول، توسعه و نوآوری است. صنعت اوقات فراغت یکی از منابع و فعالیت‌های استراتژیک و پرسود است که گستره آن بسیاری از شاخص‌های کلان فرهنگ، هنر، آموزش، جامعه‌شناسی، تجارت، صنعت و خلاقیت را به خدمت گرفته و با رویکردهای نوین و چشم‌اندازهای اقتصادی، فرهنگی، گردشگری، ورزشی و هنری برجسته شده است.

با وجود تغییرات الگوی زندگی در ایران، صنعت مذکور رشد و دگرگونی مورد نیاز و لازم در این زمینه را نداشته است. چنانچه برنامه‌ریزی مناسب به همراه پیوست‌های زیرساختاری، اجتماعی، اقتصادی و الزامات سبک زندگی اسلامی ایرانی صورت نپذیرد، این صنعت با آسیب‌های متعددی مواجه خواهد بود؛ برای نمونه باید نقش عوامل اجتماعی مانند ساختار جامعه از نظر رده‌های جمعیتی، سطح تحصیلات، طبقه اجتماعی و اقتصادی را در برنامه‌ریزی حوزه فراغت در نظر گرفت. به ویژه جمعیت‌شناسی که از سه منظر برای اقتصاد اوقات فراغت مهم است؛ نخست اینکه جمعیت عامل مهمی در تعیین تقاضاست؛ برای مثال نیازهای اوقات فراغت یک کشور احتمالاً با افزایش میانگین سنی جمعیت به طور قابل توجهی تغییر می‌کند، از این‌رو گروه‌های مختلف سنی بر اساس تقاضاهای مختلف برای اوقات فراغت قابل شناسایی است. ویژگی‌ها و تقاضاهای متفاوت بر اساس گروه‌های سنی در جدول ۱ نشان داده شده است:

تابع تقاضای اوقات فراغت ایرانیان ساکن در مناطق ... (حمیده ترابی و دیگران) ۱۲۵

جدول ۱. ویژگی‌ها و تقاضاهای متفاوت بر اساس گروه‌های سنی

مرحله زندگی	ویژگی‌ها	درآمد	زمان
کودکی	تصمیمات فراغتی معمولاً توسط والدین گرفته می‌شود.	کم	بالا
تجرد	تمایل زیاد به سرگرمی‌های فراغتی و سفر. در طلب استقلال و سفرهای مقرون به صرفه است.	متوسط	متوسط
شراکتی	گرایش بالایی به امور فراغتی دارد و از درآمد بالا و زمان آزاد نیز برخوردار است.	بالا	متوسط
آشپانه کامل	بچه‌ها به یک دغدغه اصلی تبدیل می‌شوند و اوقات فراغت باید نیازهای آنان را برآورده سازد.	متوسط	کم
آشپانه خالی	بچه‌ها خانه را ترک کرده‌اند. شانس‌ها برای اوقات فراغت و گردشگری افزایش می‌یابد. گرایش به مقاصد جدید و معنای زندگی بیشتر می‌شود.	بالا	متوسط
کهنسالی	ممکن است فاقد شریک زندگی باشد یا از ناتوانی رنج ببرد. در طلب تفریح و سفر ایمن تر است.	کم	بالا

منبع: (ترایب (Tribe)، ۲۰۰۴: ۱۸۲)

نکته دوم اینکه جمعیت نیروی کار را تأمین می‌کند. نکته سوم ویژگی‌های رفتارشناسی گروه‌های جمعیتی است؛ برای مثال یک جمعیت سالخورده احتمالاً به دنبال تفریحات به‌روز و نوین نیست، بلکه به دنبال سفرهای آرام است و بسته‌های تفریحی را بیشتر ترجیح می‌دهد. مالکیت خانه و خودروی شخصی نیز عاملی اثرگذار است؛ افزایش مالکیت خانه باعث رشد فعالیت‌های اوقات فراغت می‌شود. برخورداری از خودروی شخصی در کنار گسترش شبکه بزرگراه‌ها (مانند بزرگراه تهران - شمال برای ساکنان تهران) مقاصدی را که می‌توان در عرض ۳ ساعت از خانه به آنها رسید، افزایش داده است.

در مجموع اطلاعات جمعیت‌شناختی در مورد روند کل جمعیت و ساختار آن از نظر سن، جنس، وضعیت اجتماعی و اقتصادی در تعیین میزان تقاضا برای اوقات فراغت مؤثر هستند. به همین دلیل مؤسسات بازاریابی تفریحی و گردشگری باید از داده‌های جمعیتی مطلع شوند و بر اساس آن سرمایه‌گذاری و بسته‌های فراغتی مناسب را طراحی کنند (ترایب (Tribe)، ۲۰۰۴: ۱۸۳-۱۸۰). برای غلبه بر چالش‌های آماری این حوزه می‌توان به طبقه‌بندی بین‌المللی فعالیت‌ها و طرح آمارگیری گذران وقت نقاط شهری کشور در مرکز آمار ایران مراجعه کرد؛ این طرح

تمامی فعالیت‌های یک فرد طی یک شبانه‌روز را به یکی از ۹ گروه فعالیت اصلی تفکیک می‌کند که برخی شاخص‌ها در زمره فعالیت‌های اصلی اوقات فراغت قرار می‌گیرند. مهم‌ترین نوآوری تحقیق پیش‌رو برآورد تابع تقاضای اوقات فراغت ساکنان در مناطق شهری بر اساس مبانی نظری بین‌المللی اقتصاد اوقات فراغت و استفاده از آخرین داده‌های طرح آمارگیری گذران وقت در سطح ملی است. نتایج حاصله می‌تواند نقشه راهی برای سیاست‌گذاری‌های اقتصادی، فرهنگی و رفاهی دول مختلف، دست‌مایه‌ای برای ارائه خدمات بخش خصوصی و رویکردی فرابومی و جهان‌گستر به منظور نحوه تخصیص اوقات فراغت از منظر افراد شهرنشین باشد. در همین راستا در این مقاله ابتدا مبانی نظری طرح، تبیین، سپس ادبیات و پیشینه مطالعات خارجی و داخلی ارائه خواهد شد. در ادامه و در بخش روش تحقیق و داده‌ها، جامعه مورد مطالعه و مدل پژوهش تشریح خواهد شد. سپس یافته‌های تحقیق و در انتها نتیجه‌گیری و پیشنهادات ارائه خواهد گردید.

۲. مبانی نظری

با شروع دوره صنعتی، تغییرات زیادی در زندگی بشر رخ داد و مفاهیم طبقه کارگر و کار دستمزدی ظهور کردند. افزایش ماشینی شدن و فروپاشی ساختار فئودالی باعث بیکار شدن مردم روستاها شد. طبقه کارگر برای امرار معاش مجبور بود برای دستمزدهای بسیار پایین سخت کار کند و تنها چیزی که بعد از ۷۰ ساعت کار در هفته برای او باقی می‌ماند استراحت بود. بنابراین او نه وقت برای صرف اوقات فراغت داشت و نه متقاضی کالای فراغتی بود. تنها گروه مالک و سرمایه‌دار به همراه اشراف از باشگاه‌های خصوصی و اوقات فراغت به عنوان کالای لوکس برخوردار بودند.

در قرن بیستم، به لطف توسعه صنعتی و گسترش اتوماسیون، حجم و ساعات کاری افراد کاهش یافت و این ایده را آشکار کرده است که هر یک از اعضای جامعه باید برای خود وقت بگذارند و از اینجا اهمیت اوقات فراغت آشکار شد. در این شرایط عامل کار وقت خود را هم به کار و هم به اوقات فراغت تخصیص داد. اقتصاددانان، این تحول در رفتار تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان را به صورت مدل زیر مطرح نمودند:

$$Max U = U(Y, T_L) \quad (1)$$

S. t:

$$Y = WT_w + V$$

$$T = T_w + T_L$$

تابع تقاضای اوقات فراغت ایرانیان ساکن در مناطق ... (حمیده ترابی و دیگران) ۱۲۷

که در آن Y درآمد، T_L اوقات فراغت، W دستمزد، T_W ساعات کار، T کل ساعات در اختیار و V درآمد غیرکاری است. در این مدل تابع مطلوبیت با توجه به دو محدودیت درآمد و کل زمان قابل تخصیص به حداکثر می‌رسد. نتیجه این بهینه‌سازی، چگونگی تخصیص کل زمان در اختیار فرد مصرف‌کننده به کار و فراغت است که آن نیز به دستمزد بستگی دارد.

هر چند ورود درآمد به درون مدل تصمیم‌گیری مصرف‌کننده، یک گام به جلو در مدل‌های اقتصاد خرد جهت توضیح تابع عرضه نیروی کار است اما با مدلی که مسأله تخصیص زمان را توضیح می‌دهد فاصله زیادی دارد؛ زیرا برخلاف بسیاری از بخش‌های اقتصاد، بسیاری از فعالیت‌های تفریحی نیازمند زمان جهت شرکت افراد در آنهاست. بنابراین میزان زمان فراغت در دسترس فرد عامل مهم در تقاضا خواهد بود، اگرچه فرد بیکار فاقد تقاضای مؤثر است.

در ادبیات اقتصاد از اوایل دهه ۶۰ میلادی افرادی نظیر بکر مشخصاً به این موضوع پرداخته‌اند. در چارچوب نظریه تخصیص زمان بکر، افراد وقت خود را صرف کار، آموزش و تحصیل، انجام کار در منزل، ایجاد بهداشت و فراغت می‌کنند. بر این اساس، امروزه انسان بخش قابل توجهی از زمان خود را صرف کسب مطلوبیت می‌کند و سهم قابل توجهی از درآمدش را به این امور اختصاص می‌دهد. البته این تخصیص زمان به عواملی چون درآمد، ثروت، سن، سواد، قیمت نسبی کالاها بستگی دارد. در این حالت تابع مطلوبیت به صورت زیر خواهد بود:

$$U = U(C_1, \dots, C_n) \quad (2)$$

تابع بالا بیانگر آن است که زمانی یک شخص از مصرف کالاها ترکیبی C_i ها مطلوبیت کسب می‌کند که این کالاها به صورت ترکیبی از کالاها واسطه‌ای تهیه‌شده از بازار و زمان فرد، تولید شوند. از همین رو قسمتی از C_i را می‌توان به صورت زیر تعریف نمود:

$$C_{xi} = C_i(q_1, \dots, q_n, t_{xi}) \quad (3)$$

در اینجا q ها کالاها بازاری و t_{xi} زمانی است که کالاها q صرف تولید کالاها ترکیبی C_i می‌شود. همچنین وقت افراد فقط برای مصرف t_{xi} تخصیص پیدا نمی‌کند. انسان بخشی از وقت خود را به اوقات فراغت و تولید کالاها ترکیبی فراغت تخصیص می‌دهد. تابع تولید اوقات فراغت نیز مشابه تابع تولید کالاها ترکیبی مصرفی به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$C_{Li} = C_i(x_1, \dots, x_p, t_{Li}) \quad (4)$$

که در آن x ها کالاها و خدمات بازاری برای فراغت هستند، و t_{Li} اوقاتی است که شخص برای بهره‌مندی از اوقات فراغت صرف می‌کند. علاوه بر محدودیت‌های دو تابع تولید روابط ۲ و ۳ به حداکثر رسانیدن مطلوبیت در رابطه ۱، نیازمند معرفی قیدهای درآمد و زمان است که به صورت زیر مطرح می‌شوند:

$$Y = WT_W + V = \sum_{i=1}^n p_i q_i + \sum_{j=1}^l r_j x_j \quad (5)$$

$$T = T_W + T_C + T_L \quad (6)$$

در تابع r و p به ترتیب قیمت کالاهای بازاری فراغتی و کالاهای بازاری مصرفی هستند. با حداکثر نمودن مطلوبیت ناظر به محدودیت‌های ۲ تا ۵ مشخص می‌شود که تصمیم‌گیری شخصی برای تخصیص زمان، خود به مصارف مختلف مثل ایجاد درآمد (T_W)، تولید کالاهای ترکیبی مصرفی (T_C) و تولید اوقات فراغت به نسبت مطلوبیت‌های نهایی، قیمت‌ها و دستمزدها می‌رسد و از طریق این متغیرها به عوامل متعدد دیگری چون سن، مدرک تحصیلی، وضعیت فعالیت یا اشتغال و تکنیک تولید کالاهای ترکیبی از جهت تمرکز کالا یا زمان بستگی پیدا خواهد کرد (پژویان، ۱۳۷۸). بنابراین تابع مطلوبیت به صورت زیر خواهد بود:

$$\text{Max } U = U(q_1, \dots, q_n, t_{ci}, x_1, \dots, x_p, t_{Li}) \quad (7)$$

$$S.t: Y = \sum_{i=1}^n p_i q_i + \sum_{j=1}^l r_j x_j = WT_W + V = W T_W + V \quad (8)$$

$$T = T_W + T_C + T_L \quad (9)$$

که با جایگذاری رابطه (۸) در (۷) خواهیم داشت:

$$S.t: Y = (T - T_C - T_L) + V \quad (10)$$

$$L = U(q_1, \dots, q_n, t_{ci}, x_1, \dots, x_p, t_{Li}) + \lambda [V + WT_W - Y] \quad (11)$$

$$L = U(q_1, \dots, q_n, t_{ci}, x_1, \dots, x_p, t_{Li}) - \lambda [Y - (V + W(T - T_C - T_L))] \quad (12)$$

بدین ترتیب با تشکیل تابع لاگرانژ و ایجاد شرایط اولیه، تابع تقاضا برای فراغت در نهایت به صورت زیر استخراج می‌شود:

$$\ln T_L = \beta_0 + \beta_1 \ln \text{Age} + \beta_2 \ln \text{Literacy} + \beta_3 \ln \text{ActivityJob} \quad (13)$$

بنابراین در بحث اوقات فراغت بیشینه‌سازی مطلوبیت مصرف‌کننده علاوه بر هزینه کالا یا خدمات، بستگی به میزان زمانی دارد که مصرف‌کننده می‌تواند به تفریح خود اختصاص دهد؛ چراکه معمولاً دریافت‌کننده خدمات تفریحی با مشکل محدودیت زمانی روبروست. همان‌طور که بیان شد، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نیز از عوامل اثرگذار است؛ برای نمونه نیازهای فراغتی یک کشور با افزایش میانگین سنی جمعیت آن احتمالاً به‌طور قابل توجهی تغییر می‌کند. مثلاً زمین‌های فوتبال (تقاضای جوانان) ممکن است جای خود را به زمین‌های سبز پارک (نیاز سالمندان) بدهد.

روش‌های مبتنی بر مدل‌سازی تلاش می‌کنند تا روابط پیچیده بین متغیرهای مختلف اقتصادی و اجتماعی بر اوقات فراغت را با استفاده از مدل‌های ریاضی کمی کنند. برخی مطالعات از مدل‌های تقاضای مارشال یا هکس استفاده می‌کنند؛ بر اساس نظریه تقاضای مارشال، رابطه بین مقدار تقاضا برای اوقات فراغت و عوامل مؤثر بر آن مانند قیمت، درآمد و ترجیحات مصرف‌کننده بررسی می‌شود، اما در مدل تقاضای هکس با در نظر گرفتن اثر جایگزینی بین کالاها و خدمات مختلف، رابطه بین تقاضا برای اوقات فراغت و سایر کالاها مدل‌سازی می‌شود.

برخی مطالعات بر اساس مدل‌های تولید خانگی یا تولید چندگانه سامان می‌پذیرند؛ مدل‌های تعادل عمومی نیز به بررسی تعاملات بین بازارهای مختلف و تأثیر تغییرات در یک بازار بر بازارهای دیگر می‌پردازند و با شبیه‌سازی کل اقتصاد، اثر تغییرات در قیمت‌ها و درآمدها بر تقاضا برای اوقات فراغت را بررسی می‌کنند. در مدل‌های انتخاب گسسته مانند لوجیت و پروبیت (Logit & Probit Models) از ترجیحات افراد نسبت به فعالیت‌های مختلف اوقات فراغت مدل‌سازی می‌شود؛ در این تحقیق از مدل تقاضای مارشال استفاده شده است.

۳. پیشینه تحقیق

تا اواخر دهه ۱۹۵۰، به‌استثنا برخی آثار مطرح آمریکایی و انگلیسی، تقریباً هیچ پرداخت جدی به موضوع اوقات فراغت از جانب جامعه دانشگاهیان انجام نشد. بعد از جنگ جهانی دوم به مرور زمان بر شمار کشورهای که اطلاعات گذران وقت را جمع‌آوری کرده و از آن در برنامه‌ریزی استفاده می‌کنند، افزوده شد (روچک و همکاران (Rojek et al)، ۲۰۰۶: ۱۴۸). اگرچه مطالعات گذران وقت نخستین‌بار در اوایل قرن بیستم انجام شد، اما به شکل ویژه در نیمه دوم قرن بیستم خصوصاً در دهه‌های آخر قرن، نیاز به اندازه‌گیری کار بدون مزد مردان و زنان برای

برای برآورد توزیع کار بدون مزد که به منظور رفاه فردی انجام می‌شود، احساس شد. این بررسی‌ها در دهه ۰۱۹۶ در کانادا و بریتانیای کبیر آغاز و توسط نروژ، بلغارستان، ژاپن، فنلاند، اتریش و بعضی کشورهای دیگر در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ دنبال شد. بخش آمار سازمان ملل (The United Nations Statistics Division) نیز یک طبقه‌بندی بین‌المللی به منظور طراحی و معرفی بررسی گذران وقت برای کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه معرفی کرد. آخرین ویرایش طبقه‌بندی بین‌المللی فعالیت‌ها برای آمارهای گذران وقت (International Classification of Activities for Time Use Statistics (ICATUS)) در سال ۲۰۰۳ انجام شده است.

مینسر (Mincer) (۱۹۶۳) در مطالعه‌ای با عنوان «قیمت‌ها در بازار، هزینه‌های فرصت، و اثر درآمدی» مسأله زمان صرف شده برای اوقات‌ی مثل رفتن به سینما و تئاتر یا حضور در میدان‌های ورزشی برای تماشای مسابقات را مطرح نمود و نسبت به روشی که در ادبیات سنتی اقتصاد با آن کشتش درآمدی را محاسبه می‌کنند، ایراد وارد نمود. برای مثال قیمت بلیط سینما را برای همه ثابت تلقی می‌نماییم، ولی در واقع چنین نیست و برای مشاهده فیلمی حدود دو ساعته هزینه فرصت برای افراد مختلف مانند یک شخص بیکار و یک پزشک متفاوت خواهد بود.

گری بکر (Gary Becker) (۱۹۶۵) در کتاب «نظریه تخصیص زمان» تبیین می‌کند که تخصیص زمان افراد به فعالیت‌های گوناگون از جمله فراغت به عواملی چون درآمد، ثروت، سن، سواد، قیمت نسبی کالاها و ... بستگی دارد. بنابراین ساعات باقیمانده از کار برای افراد فقط به یک صورت و آن هم اوقات فراغت طبقه‌بندی نمی‌شود. افراد وقت خود را صرف کار، آموزش و تحصیل، انجام کار در منزل، ایجاد بهداشت و فراغت می‌کنند. بکر معتقد بود که شخص دو نوع کالای ترکیبی مصرفی و ترکیبی فراغتی مصرف می‌کند.

پژویان (۱۳۷۸) در یک مطالعه میدانی با نام «بررسی عوامل مؤثر در گذراندن اوقات فراغت» به برآورد متوسط ساعات فراغت برای برخی از گروه‌های مختلف جامعه و نحوه گذران این اوقات پرداخته است. در میدان تحقیق (شهر تهران) افراد به ۸ گروه تقسیم شدند و هر یک از گروه‌ها به لحاظ تخصیص درآمد و زمان به اوقات فراغت مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج این تحقیق نشان داد که زنان متأهل و زنان مجرد به ترتیب بیشترین و کمترین میزان درآمد خود را صرف فراغت می‌کنند.

ترایب (Tribe) (۲۰۰۴) در کتاب خود با عنوان «اقتصاد تفریح، فراغت و گردشگری» ضمن برشماری عوامل کلیدی اقتصادی مؤثر بر تقاضا در حوزه تفریحات و صنایع گردشگری، تأکید

تابع تقاضای اوقات فراغت ایرانیان ساکن در مناطق ... (حمیده ترابی و دیگران) ۱۳۱

می‌کند که برای درک کامل و بهتر میزان و نحوه مصرف در خانوارها باید عوامل تعیین‌کننده میزان و نحوه مصرف در خانوارها شامل درآمد واقعی خانوار، اشتغال و مزایا و مالیات، قرض، پس‌انداز و انتظارات بررسی کرد.

دفتر مطالعات و تحقیقات سازمان ملی جوانان (۱۳۸۴) در گزارشی با عنوان «اوقات فراغت و سبک زندگی جوانان» به مطالعه وضع موجود و کشف روابط بین متغیرها و عوامل مؤثر بر پرداختن به فعالیت‌های فراغتی پرداخت. اهم نتایج این گزارش حاکی از آن است که مردان، افراد گروه‌های سنی پایین‌تر، مجردین، افراد سطوح تحصیلی بالاتر، غیر شاغلین و افراد متعلق به خانواده‌های با وضعیت اقتصادی پایین‌تر از متوسط در قیاس با سایرین وقت فراغت بیش‌تری دارند.

مارک آگوآر و اریک هارست (Aguiar Mark & Hurst Erik) (۲۰۰۹) در کتاب «خلاصه‌ای از روند تخصیص زمان در آمریکا» به بررسی روند تغییرات در میزان اوقات فراغت در آمریکا طی چهار دهه اخیر پرداخته‌اند. آنها متوجه شدند که برخی خصوصیات جمعیتی در آمریکا تغییر کرده است؛ مثلاً سن افراد بالا رفته، تعداد بچه‌ها کاهش یافته، تعداد افراد مجرد زیاد شده و سطح تحصیلات رشد چشم‌گیری داشته است و این تغییرات جمعیتی بر چگونگی تخصیص زمان توسط افراد اثر گذاشته است.

دیویسکرا (Divisekera) (۲۰۱۰) در مقاله «اقتصاد فراغت و تقاضای غیرفراغتی گردشگری» عوامل اقتصادی تعیین‌کننده تقاضا برای کالاها و خدمات گردشگری توسط خانوارهای استرالیایی را بر اساس انگیزه‌های سفر فراغتی و غیرفراغتی تجزیه و تحلیل کرد. وی با استفاده از داده‌های مصرف گردشگری جمع‌آوری شده از طریق نظرسنجی‌های ملی بازدیدکنندگان فصلی، دو سیستم معادلات تقاضا بر اساس سیستم تقاضای تقریباً ایده‌آل و با در نظر گرفتن فصلی بودن برآورد کرد. مدل‌های برآورد شده نشان داد که تقاضای گردشگران فراغتی نسبت به گردشگران غیرفراغتی به قیمت حساس‌تر است.

پاولوفسکی و برویر (Pawlowski & Breuer) (۲۰۱۱) در مقاله «کشش‌های هزینه‌ای تقاضا برای خدمات اوقات فراغت» ضمن اشاره به برخی کاستی‌ها در محتوا، مدل نظری زیربنایی و روش‌های به کار رفته در محاسبه کشش‌های قیمتی تقاضای اوقات فراغت، تلاش می‌کنند تا بر آنها غلبه کنند. از این‌رو برای سازگاری عوامل تقاضای اوقات فراغت با نظریه تقاضای نئوکلاسیک، مدل پایه را با استفاده از چارچوب جمعیت‌شناختی توسعه می‌دهند و از داده‌های پیمایش مستمر بودجه خانوارهای آلمانی برای تخمین مدل تقاضای استفاده می‌کند. با این حال

نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که خروجی تحقیق به مدل رگرسیون اعمال شده بسیار حساس است. نویسندگان نتایج توسعه مدل‌های چند متغیره را رضایت بخش ارزیابی نمی‌کنند.

مرادی (۱۳۹۱) در پایان‌نامه خود با عنوان «بررسی عوامل مؤثر گذران اوقات فراغت در ایران» از طریق روش رگرسیون داده‌های پانل (اثرات ثابت و اثرات تصادفی) به تخمین ضرایب متغیرهای مستقل (سن، جنسیت، وضع زناشویی، وضع شغلی و وضع سواد و مدرک تحصیلی)، برای پی بردن به میزان اثرگذاری هر یک از آنها بر میزان متغیر وابسته (ساعات فراغت) پرداخته است. او در مطالعه خود نتیجه می‌گیرد که با افزایش سطح سواد فراغت افزایش می‌یابد. همچنین افراد شاغل نسبت به بیکاران فراغت کمتری دارند و افراد متأهل فراغت بیشتری نسبت به مجردها تجربه می‌کنند.

میرمحمدتبار و همکارانش (۱۳۹۴) در مقاله خود با عنوان «عوامل مؤثر بر نحوه گذران اوقات فراغت» فراتحلیلی از پژوهش‌های موجود در زمینه اوقات فراغت ارائه داده است. بر همین اساس جامعه آماری این مقاله کلیه مطالعات صورت گرفته با موضوع اوقات فراغت طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۲ بوده است. نتایج این مقاله حاکی از آن است که پایگاه اقتصادی-اجتماعی، سن، تحصیلات فرد و رضایت از امکانات فراغتی نسبت به سایر متغیرها در ایران بر گذراندن اوقات فراغت در ایران اثرگذار هستند.

نتایج برآمده از کلیه پژوهش‌ها اعم از خارجی و داخلی، هر چند دید جامع و وسیعی به پژوهشگر در تخمین تابع تقاضای فراغت می‌دهد لیکن با توجه به تفاوت جامعه آماری و اثرگذاری بالای آن در حصول نتایج بدست آمده چندان کارا نیست. این در حالی است که غالب پژوهش‌های حوزه فراغت عمدتاً از منظر مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی، این مهم را مورد توجه و بررسی قرار داده‌اند و کمتر پژوهشی رویکرد اقتصادی ضمن بکارگیری ابزار اقتصادسنجی به منظور استخراج تابع تقاضا داشته است. به علاوه اینکه جوامع آماری عمده پژوهش‌های صورت گرفته محدود به گروهی خاص از افراد جامعه همچون دانشجویان، بانوان و ورزشکاران بوده است؛ همین مسئله موجب شده که تعمیم‌پذیری نتایج آنها، دچار نقص و آسیب باشد.

۴. روش تحقیق و داده‌ها

این پژوهش از نظر هدف جزو تحقیقات کاربردی است. این تحقیقات به کسب علم یا فن جدید با هدف علمی مشخص منجر می‌شود (ازکیا، ۱۳۸۲). همچنین این تحقیق از نظر

تابع تقاضای اوقات فراغت ایرانیان ساکن در مناطق ... (حمیده ترابی و دیگران) ۱۳۳

روش‌شناسی، تحقیقی کمی است؛ چراکه جنبه‌های مشاهده‌پذیر و قابل اندازه‌گیری یک پدیده را مورد بررسی قرار می‌دهد. در این تحقیق بر اساس روش اقتصادسنجی تابع تقاضای اوقات فراغت ایرانیان شهرنشین استخراج می‌گردد.

۱.۴ جامعه مورد مطالعه

این تحقیق از منابع موجود یا داده‌های ثانویه بهره می‌برد؛ چراکه وقتی مقادیر زیادی از اطلاعات توسط دولت و سایر سازمان‌ها به عنوان وظایف معمول سیاست‌گذاری، مدیریت و ارزیابی جمع‌آوری و ذخیره می‌شود، جمع‌آوری اطلاعات جدید برای این هدف، اتلاف منابع خواهد بود (ویل (Veal)، ۲۰۱۷). مرکز آمار ایران اجرای طرح گذران وقت را از سال ۱۳۸۳ آغاز و نخستین دوره آماری آن را در سال‌های ۸۸-۱۳۸۷ برای مناطق شهری کشور انجام داد. حجم نمونه در آخرین دوره طرح یعنی در سال ۹۹-۱۳۹۸ برابر با ۱۶۱۲۸ خانوار بوده است.

جامعه آماری تحقیق به شکل دقیق شامل تمام ساکنان مناطق شهری کشور در بازه سال ۹۹-۱۳۹۸ است. روش نمونه‌گیری بر اساس طرح آمارگیری گذران وقت نقاط شهری کشور، خوشه‌ای سه‌مرحله‌ای با طبقه‌بندی است که واحد نمونه‌گیری مرحله اول، یک حوزه شهری، واحد نمونه‌گیری مرحله دوم، یک بلوک و واحد نمونه‌گیری مرحله سوم، یک خانوار معمولی ساکن یا گروهی است. در این طرح علاوه بر برآورد سطوح، برآورد تغییرات نیز مد نظر بوده، از این‌رو از روش نمونه‌گیری چرخشی استفاده شده است. نمونه‌گیری چرخشی با ثابت نگه‌داشتن بخشی از واحدهای نمونه بین دو فصل آمارگیری و تغییر بقیه واحدها، به بهترین نحو، امکان برآورد سطوح و تغییرات را فراهم می‌نماید.

۲.۴ معرفی مدل پژوهش

روشی که امروزه در تحلیل‌های اقتصادی و سنجش ارتباط میان متغیرهای آن مرسوم است، استفاده از مدل‌های اقتصادسنجی و تحلیل‌های رگرسیونی است. در این تحقیق با استفاده از ابزار اقتصادسنجی تابع تقاضای اوقات فراغت استخراج می‌شود. در تخمین تابع تقاضای اوقات فراغت از تابع مطلوبیتی به شکل زیر بهره‌برداری شده است:

$$U = U(Y, T_L, T_c) \quad (۱۴)$$

در این تابع، متغیرهای T_L ، T_c و Y به ترتیب فراغت، زمان تخصیص یافته به سایر فعالیت‌ها و درآمد است. بر اساس مطالعات محققانی چون بکر، گرونا (Gronau)، فوئس (Fuess) و تراپ (Tribe) با حداکثرسازی تابع مطلوبیت فوق در مدل نهایی، عوامل مؤثر بر میزان ساعت اوقات فراغت صرف شده ایرانیان شهرنشین به صورت مدل رگرسیونی زیر برآورد می‌گردد؛

خاطر نشان می‌سازد به منظور محاسبه کشش‌های معادله تخصیص زمان اوقات فراغت ایرانیان ساکن در مناطق شهری و حذف واحدهای متغیرهای مدل، مدل نهایی به شکل زیر خواهد بود:

$$\ln T_L = \beta_0 + \beta_1 \ln \text{Age} + \beta_2 \ln \text{Literacy} + \beta_3 \ln \text{ActivityJob} + \beta_4 D_1 + \beta_5 D_2 + \beta_6 D_3 + \beta_7 D_4 + \varepsilon \quad (15)$$

که در آن متغیر وابسته، T_L (Leisuretime) میزان ساعت صرف شده برای فراغت و متغیرهای مستقل Age سن، Literacy مدرک تحصیلی، Activity-Job وضعیت فعالیت-شغلی است؛ همچنین در تحلیل این مدل چهار متغیر مجازی مستقل به تفکیک جنسیت، وضعیت زناشویی (تأهل یا مجرد)، نحوه تصرف مسکن خانوار (مالک یا غیرمالک) و برخورداری از خودروی شخصی دیده شده است که در آن D_1 (مرد برابر یک و زن برابر صفر)، D_2 (تأهل برابر یک و مجرد برابر صفر)، D_3 (مالک مسکن برابر یک و فاقد مسکن برابر صفر) و D_4 (مالک خودروی شخصی یک و فاقد خودروی شخصی صفر) در مدل به صورت زیر در نظر گرفته شده است:

جدول ۲. متغیرهای مجازی مستقل تابع

متغیر	D_1	D_2	D_3	D_4
میزان	مرد	تأهل	مالک مسکن	مالک خودرو
۰	زن	تجرد	فاقد مسکن	فاقد خودرو
۱				

منبع: یافته‌های پژوهش

ε در رابطه ۱۵، جزء اخلاص تابع رگرسیونی در نظر گرفته شده است. به منظور برآورد ضرایب رگرسیونی در مدل فوق، اطلاعات آماری مربوط به متغیرهای مستقل بر اساس آمارهای موجود اخذ شده در فرم شماره ۱ پرسشنامه خانوار در طرح آمارگیری گذران وقت در مناطق شهری و اطلاعات آماری مربوط به متغیر وابسته بر اساس آمارهای موجود اخذ شده در فرم شماره ۲ پرسشنامه فردی (برای افراد ۱۵ ساله و بیش‌تر حاضر خانوار) مرکز آمار ایران در سال ۹۹-۱۳۹۸ محاسبه شده است. خاطر نشان می‌سازد متغیر وابسته، میزان زمان اختصاص داده شده

تابع تقاضای اوقات فراغت ایرانیان ساکن در مناطق ... (حمیده ترابی و دیگران) ۱۳۵

به اوقات فراغت توسط ایرانیان ساکن در مناطق شهری است. بر اساس طبقه‌بندی بین‌المللی فعالیت‌ها و نتایج سالانه طرح آمارگیری گذران وقت نقاط شهری کشور مرکز آمار ایران، تمامی فعالیت‌های انجام‌شده توسط فرد در طول یک شبانه‌روز در ایران قابل تفکیک به یکی از ۹ گروه فعالیت اصلی است که از این میان دو گروه معاشرت، ارتباط، مشارکت اجتماعی و آداب و رسوم دینی (گروه ۷) و فرهنگ، فراغت، رسانه‌های گروهی، تمرین‌های ورزشی (گروه ۸) در این تحقیق به منزله فعالیت‌های اصلی گذران اوقات فراغت نامیده می‌شوند.

۵. یافته‌های پژوهش

داده‌های مربوطه از طریق نرم‌افزار Stata تفکیک، تجمیع، ادغام و مناسب‌سازی شدند و سپس در نرم‌افزار SPSS مورد محاسبه قرار گرفتند. برای این تحلیل این داده‌ها، ضرایب رگرسیونی مدل مورد نظر به صورت زیر برآورد گردید:

جدول ۳. ضرایب مدل رگرسیونی برآوردشده

β_0	β_1	β_2	β_3	β_4	β_5	β_6	β_7	R^2
۱/۴۷۹	۰/۲۷۴	۰/۰۱۶	-۰/۴۴۷	۰/۰۴۲	۰/۰۰۵	۰/۰۷۸	۰/۰۵۱	۰/۱۰۹

منبع: نتایج تحلیل مدل پژوهش در سطح معناداری ۰.۰۵

برای بررسی از چند هم‌خطی (مستقل‌بودن) متغیرهای کمکی مدل از آماره عامل تورم واریانس (Variance Inflation Factor (VIF)) و مقدار ضریب تحمل (TOLERANCE) استفاده گردید. در این آماره‌ها به ترتیب اگر دامنه کوچکتر از ۱۰ و بزرگتر از ۰/۱ باشد، نشانگر نبود مشکل هم‌خطی در متغیرهای کمکی است. مقدار این آماره برای سنجش مدل در دامنه مورد قبول به دست آمد و نبود هم‌خطی در متغیرهای مستقل مدل اثبات شد.

ضرایب رگرسیونی مدل نیز دلالت بر آن دارد که میان سن ایرانیان ساکن مناطق شهری و میزان اوقات فراغت آنان ارتباط معنادار مثبتی وجود دارد؛ به عبارت دیگر به ازای یک درصد افزایش در سن، میزان زمان اوقات فراغت آنان ۰/۲۷۴ درصد در یک شبانه‌روز افزایش می‌یابد. در خصوص مدرک تحصیلی نیز با ارتقای مدرک تحصیلی، میزان زمان اوقات فراغت ایرانیان ساکن در مناطق شهری نیز افزایش می‌یابد.

این در حالی است که میان وضع فعالیت-شغلی ایرانیان شهرنشین و زمان اوقات فراغتشان، ارتباط معنادار منفی (معکوس) وجود دارد؛ به عبارت دیگر به ازای یک درصد افزایش در وضعیت فعالیت-شغلی آنان زمان اوقات فراغت آنان به میزان ۰/۴۴۷ درصد کاهش می‌یابد. به عبارت دیگر با افزایش نقش و کنش‌گری اقتصادی ایرانیان ساکن مناطق شهری، ترجیح می‌دهند زمان کمتری را صرف فراغت نمایند.

به منظور مقایسه میزان زمان اوقات فراغت به تفکیک حالت‌های مختلف صفر و یک برای چهار متغیر مجازی مستقل تعریف‌شده در مدل شامل جنسیت، وضعیت زناشویی، نحوه تصرف مسکن خانوار و برخورداری از خودروی شخصی به شرح زیر مورد بررسی قرار گرفتند:

جدول ۴. شانزده حالت مختلف متغیرهای مجازی مدل

مدل	D _۱	D _۲	D _۳	D _۴	وضعیت	β.
۱	۰	۰	۰	۰	زنان مجرد، فاقد مسکن و خودرو	۱/۴۷۹
۲	۱	۰	۰	۰	مردان مجرد، فاقد مسکن و خودرو	۱/۴۳۷
۳	۰	۱	۰	۰	زنان متأهل فاقد مسکن و خودرو	۱/۴۷۴
۴	۰	۰	۱	۰	زنان مجرد دارای مسکن و فاقد خودرو	۱/۵۵۷
۵	۰	۰	۰	۱	زنان مجرد فاقد مسکن و دارای خودرو	۱/۴۲۸
۶	۱	۱	۰	۰	مردان متأهل فاقد مسکن و خودرو	۱/۴۳۲
۷	۱	۰	۱	۰	مردان مجرد مالک مسکن و فاقد خودرو	۱/۵۱۵
۸	۱	۰	۰	۱	مردان مجرد، فاقد مسکن و دارای خودرو	۱/۳۸۶
۹	۰	۱	۱	۰	زنان متأهل مالک مسکن و فاقد خودرو	۱/۵۵۲
۱۰	۰	۱	۰	۱	زنان متأهل فاقد مسکن و دارای خودرو	۱/۴۲۳
۱۱	۰	۰	۱	۱	زنان مجرد دارای مسکن و خودرو	۱/۵۰۶
۱۲	۱	۱	۱	۰	مردان متأهل مالک مسکن و فاقد خودرو	۱/۵۱
۱۳	۱	۱	۰	۱	مردان متأهل فاقد مسکن و دارای خودرو	۱/۱۳۸۱
۱۴	۱	۰	۱	۱	مردان مجرد مالک مسکن و خودرو	۱/۴۶۴
۱۵	۰	۱	۱	۱	زنان متأهل دارای ملک و خودرو	۱/۵۰۱
۱۶	۱	۱	۱	۱	مردان متأهل دارای ملک و خودرو	۱/۴۵۹

منبع: یافته‌های پژوهش

تابع تقاضای اوقات فراغت ایرانیان ساکن در مناطق ... (حمیده ترابی و دیگران) ۱۳۷

حالت اول: چنانچه هر چهار متغیر مجازی D_1 , D_2 , D_3 و D_4 با صفر باشند، نمایانگر الگوی تخصیص زمان اوقات فراغت زنان ایرانی مجرد و فاقد همسر، خودروی شخصی و مسکن خواهد بود.

حالت دوم: مقدار β . در این حالت نسبت به مدل قبلی کاهش می‌یابد؛ یعنی مردان فاقد همسر، مسکن و خودرو در مقایسه با زنان مشابه زمان کمتری را به اوقات فراغت اختصاص می‌دهند.

حالت سوم: بر این اساس میزان β . حالت سوم، زنان متأهل فاقد مسکن و خودرو در قیاس با زنان مجرد فاقد مسکن و خودرو، زمان کمتری را به فعالیت‌های فراغتی اختصاص می‌دهند. به عبارت دیگر تأهل در کاهش ساعت فراغت زنان عاملی اثرگذار است.

حالت چهارم: مقدار β . در این حالت نشان می‌دهد اوقات فراغت زنان فاقد همسر و خودروی شخصی و برخوردار از مسکن بیش‌تر از اوقات فراغت زنان فاقد همسر، ملک و خودروی شخصی است. این بدان معناست که برخورداری از مسکن در افزایش زمان اوقات فراغت زنان مجرد اثرگذار است.

حالت پنجم: نتیجه حاصل در این حالت بیانگر آن است که زنان مجرد فاقد مسکن که خودروی شخصی دارند، در مقایسه با زنان مجرد فاقد مسکن و خودرو، زمان کمتری صرف فعالیت‌های فراغتی می‌نمایند. به تعبیر دیگر برخورداری از خودروی شخصی در تخصیص بیش‌تر زمان به اوقات فراغت زنان مجرد مؤثر نبوده است.

حالت ششم: بر این اساس، مردان متأهل فاقد مسکن و خودروی شخصی، نسبت به مردان مجردی فاقد امکانات ($\beta=1/437$)، زمان کم‌تری به اوقات فراغت اختصاص می‌دهند؛ یعنی وضعیت زناشویی بر میزان ساعت فراغت مردان فاقد مسکن و خودرو اثر منفی دارد.

حالت هفتم: نتایج این حالت حاکی از آن است که مردان مجرد مالک مسکن و فاقد خودروی شخصی در مقایسه با مردان مجرد بدون مسکن و خودرو ($\beta=437/1$) زمان بیشتری را صرف اوقات فراغت می‌کنند؛ این بدان معناست که مالکیت مسکن، عاملی اثرگذاری در تخصیص زمان بیشتر به اوقات فراغت مردان مجرد است.

حالت هشتم: β . در این حالت بیانگر آن است که مردان مجرد و فاقد مسکن که خودروی شخصی دارند، نسبت به زنان مجرد مشابه (غیرمالک مسکن و دارای خودروی شخصی با $\beta=428/1$) زمان کمتری را صرف اوقات فراغت می‌کنند.

حالت نهم: بر این اساس، زنان متأهل مالک مسکن که خودروی شخصی ندارند در قیاس با زنان مجرد مشابه (مالک مسکن و فاقد خودروی شخصی با $\beta = ۵۵۷/۱$) زمان کمتری برای اوقات فراغت صرف می‌کنند؛ این بدان معناست که تأهل، موجب کاهش زمان فعالیت‌های فراغتی زنان مالک مسکن و بدون خودرو می‌شود.

حالت دهم: β . حاصل بیانگر آن است که زنان متأهل فاقد مسکن ولی دارای خودروی شخصی در مقایسه با زنان مجردی مشابه (فاقد مسکن و دارای خودروی) زمان کمتری برای فعالیت‌های فراغتی در برنامه زندگی خود دارند.

حالت یازدهم: بر اساس β . این حالت، زنان مجرد برخوردار از امکانات مسکن و خودرو نسبت به زنان مجرد فاقد این امکانات (با $\beta = ۴۷۹/۱$)، اهمیت و توجه بیشتری برای فعالیت‌های فراغتی قائل هستند؛ به عبارت دیگر امکاناتی چون مسکن و خودروی شخصی برای زنان مجرد عاملی اثرگذار در افزایش اوقات فراغت است.

حالت دوازدهم: β . حاصل شده در این حالت دلالت بر این دارد که مردان متأهل مالک مسکن که خودروی شخصی ندارند، در قیاس با زنان متأهل مشابه (مالک مسکن فاقد خودروی شخصی با $\beta = ۵۵۲/۱$) اوقات خود را کم‌تر صرف فعالیت‌های فراغتی می‌کنند؛ به عبارت دیگر جنسیت در میزان تخصیص زمان به فراغت اثرگذار است.

حالت سیزدهم: بر اساس β .، مردان متأهل برخوردار از خودرو و فاقد مسکن نسبت به مردان مجرد مشابه (بدون مسکن و دارای خودرو با $\beta = ۳۸۶/۱$) زمان کم‌تری برای اوقات فراغت صرف می‌کنند؛ به معنای دیگر تأهل در کاهش تخصیص زمان به فعالیت‌های فراغتی اثرگذار است.

حالت چهاردهم: β . مدل حاصل حاکی از آن است که مردان مجرد مالک مسکن و خودروی شخصی در قیاس با زنان مجرد برخوردار از امکانات اقتصادی مسکن و خودروی شخصی (زمانی که $\beta = ۱۰۵۰۶$ است) زمان کم‌تری را صرف اوقات فراغت می‌نمایند؛ به تعبیر دیگر زنان مجرد با امکانات اقتصادی در قیاس با مردانی با همین شرایط اهمیت بیشتری به امور فراغتی می‌دهند.

حالت پانزدهم: نتیجه حاصل شده حکایت از آن دارد که زنان متأهل بهره‌مند از دارایی‌های اقتصادی (ملک و خودرو) نسبت به زنان متأهل فاقد ملک و مسکن (زمانی که $\beta = ۴۷۴/۱$ است) زمان بیشتری صرف فعالیت‌های فراغتی می‌نمایند. از سوی دیگر زنان متأهل برخوردار از موقعیت اقتصادی در مقایسه با زنان مجرد با همین شرایط (زمانی که $\beta = ۵۰۶/۱$ است)

تابع تقاضای اوقات فراغت ایرانیان ساکن در مناطق ... (حمیده ترابی و دیگران) ۱۳۹

فرصت کم‌تری برای گذران فعالیت‌های فراغتی دارند؛ به عبارت دیگر تأهل عاملی مؤثر در کاهش اوقات فراغت زنان دارای امکانات اقتصادی است.

حالت شانزدهم: نتایج β . در این حالت حاکی از آن است که مردان متأهل دارای امکانات (ملک و خودروی شخصی) در مقایسه با مردان متأهل فاقد این دست از امکانات (زمانی که $\beta = 432/1$ است) زمان بیش‌تری در فعالیت‌های فراغت می‌گذرانند. به عبارت دیگر برخورداری از امکاناتی نظیر مسکن و خودرو در تخصیص زمان بیش‌تر برای فراغت مردان متأهل مؤثر است. جالب آنکه مردان متأهل دارای امکانات نسبت به مردان مجرد با همین شرایط (زمانی که $\beta = 437/1$ است) فرصت بیش‌تری برای گذران اوقات فراغت دارند و تأهل موجب افزایش فعالیت‌های فراغتی آنان شده است؛ البته این گروه از مردان متأهل (برخورداری از مسکن و خودرو) در قیاس با زنان متأهل با همین وضعیت اقتصادی (زمانی که $\beta = 501/1$ است) فرصت کم‌تری برای فعالیت‌های فراغتی دارند که نشان از اثرگذاری مقوله جنسیت در این مدل است.

با مقایسه ۱۶ مدل بالا می‌توان این‌چنین عنوان نمود که مردان ایرانی متأهل فاقد مسکن و دارای خودروی شخصی (زمانی که $\beta = 381/1$ است) کم‌ترین زمان و زنان مجرد فاقد خودرو و مالک مسکن (زمانی که $\beta = 557/1$ است) بیش‌ترین فرصت به فعالیت‌های فراغتی اختصاص می‌دهند.

۶. نتیجه‌گیری

این مقاله به بیان تابع تقاضای فراغت ایرانیان ساکن مناطق شهری پرداخته و عوامل اثرگذار بر ساعت صرف‌شده برای فراغت شامل سن، مدرک تحصیلی، وضع فعالیت-شغلی، جنسیت، وضعیت زناشویی، بهره‌مندی از امکانات اقتصادی ویژه مسکن و خودروی شخصی را مورد بررسی قرار داده است. مبانی نظری مقاله برگرفته از تابع تخصیص زمان خانوار گری بکر می‌باشد. تمایز تحقیق حاضر را می‌توان به طور برجسته در قالب این مطلب بیان کرد که به لحاظ پوششی حاصل نتایج بررسی داده‌های بهینه‌شده در سطح کل کشور به لحاظ جنسیت، وضعیت زناشویی، برخورداری از مسکن و خودروی شخصی مورد محاسبه قرار گرفته است. یافته‌های مقاله دلالت بر آن دارد که کلیه متغیرهای مستقل موجود در مدل بر ساعت صرف‌شده برای فراغت اثرگذار هستند و به ویژه اینکه با افزایش سن و مدرک تحصیلی، ایرانیان ساکن مناطق شهری ترجیح می‌دهند ساعت بیش‌تری را برای فراغت اختصاص دهند.

همچنین با افزایش نقش و کنش‌گری ایرانیان در فعالیت‌های اقتصادی، آنها ترجیح می‌دهند وقت خود را کمتر صرف امور فراغتی نمایند. از سوی دیگر نتایج مدل دلالت بر آن دارد که به صورت کلی مردان هم در متأهلین و هم در مجردین در قیاس با زنان، فرصت کم‌تری برای پرداختن به فراغت دارند؛ از سوی دیگر برخورداری از امکانات اقتصادی هم در زنان و هم در مردان عاملی اثرگذار در تخصیص زمان بیش‌تر به فراغت بوده است. در ادامه و با توجه به نتایج پژوهش پیشنهادات زیر توصیه می‌شود:

اگرچه بسیاری از اقتصاددانان هرگونه مداخله دولت را به معنای شکست بازار می‌گیرند، اما دولت علاوه بر اقدامات زیرساختاری نظیر سرمایه‌گذاری و توسعه امکانات تفریحی در مناطق محروم و کم‌برخوردار، می‌تواند بر اساس اصل عدالت اجتماعی و با مشارکت‌های نهادهای مردمی خدمات رایگان یا ارزان‌قیمت فراغتی و تفریحی را برای افراد کم‌درآمد و زنان سرپرست خانوار ارائه دهد. همچنین سرپرستانی که فاقد خودرو و کارت سوخت هستند، می‌توانند از تسهیلات ویژه مسافرتی برخوردار شوند. دولت علاوه بر سیاست کاهش هزینه‌های خانوار می‌تواند اعتبار یارانه‌های فراغتی دهک پایین جامعه را از محل مالیات بر کالا و خدمات فراغتی لوکس، ماشین‌های گران‌قیمت یا خانه‌های خالی تأمین کند.

بسیاری از اقتصاددانان همچون اسکور (Schor)، داگلاس و ایشروود (Douglas & Isherwood)، هیرش (Hirsch) و گراتون و تیلور (Gratton & Taylor) از محدودیت‌های نظریه نئوکلاسیک در تحلیل رفتار مصرف‌کننده و تبیین روابط در حال تغییر بین اوقات فراغت، کار و درآمد انتقاد کرده‌اند؛ برای مثال اسکور با گذر از محدوده‌های عادی تحلیل اقتصادی و مدل سلیقه مصرف‌کنندگان، حوزه‌های میان‌رشته‌ای همانند فلسفه و تحلیل محیطی را بررسی کرد. وی بعد از مرور مختصر محدودیت‌ها و مرزهای اقتصاد نئوکلاسیک، نشان می‌دهد که بسیاری از چیزهایی که ممکن است در اقتصاد اوقات فراغت مفید باشد، در حوزه‌های میان‌رشته‌ای قرار می‌گیرد (روجک و همکاران (Rojek et al)، ۲۰۰۶: ۱۵۵-۱۵۸)؛ از این‌رو پیشنهاد می‌شود اقتصاددانان با رویکردی میان‌رشته‌ای به درک تقاضا، عرضه و توزیع اوقات فراغت بپردازند.

می‌توان با ایجاد یک مدل جامع مؤلفه‌های مختلفی را با متغیرهای کلیدی اقتصادی مانند نرخ رشد، نرخ تورم و نرخ سود تسهیلات بانکی همراه کرد تا شرایط عمومی اقتصاد به عوامل مؤثر بر تقاضا مرتبط گردد.

تابع تقاضای اوقات فراغت ایرانیان ساکن در مناطق ... (حمیده ترابی و دیگران) ۱۴۱

کتابنامه

- مرکز آمار ایران (۱۴۰۰)، طرح آمارگیری گذران وقت در مناطق شهری، فرم ۱ و ۲ پرسشنامه خانوار.
- پژویان، جمشید (۱۳۷۸)، بررسی عوامل مؤثر در گذراندن اوقات فراغت، تهران، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- سازمان ملی جوانان (۱۳۸۴)، اوقات فراغت و سبک زندگی جوانان، تهران: سازمان ملی جوانان.
- مرادی، نرگس (۱۳۹۱)، بررسی عوامل مؤثر بر گذران اوقات فراغت در ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی (ره)، دانشکده اقتصاد.
- ازکیا، مصطفی (۱۳۸۲)، روش‌های کاربردی تحقیق، تهران: کیهان.
- میرمحمد تبار، سیداحمد؛ نوغانی، محسن؛ مسلمی، رقیه. (۱۳۹۴)، عوامل مؤثر بر نحوه گذران اوقات فراغت (فراتحلیلی از پژوهش‌های موجود). برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۶(۲۴)، ۱۶۵-۱۹۴.

- Aguilar Mark & Hurst Erik. (2009) A Summary of Trends in American Time Allocation, 1965-2005 Social Indicators Research Springer vol. 93 (۱), 64-57.
- Becker Gary S. (1965). A Theory of the Allocation of time, Part II Demand for Leisure –Time Versus work: Extensions and applications of neoclassical economics.
- Mincer J. (1963), Market Price, Opportunity cost, and Income Effect, Stanford University Press .
- Reuben Gronau. (1977), Leisure, home production and work – the theory of the allocation of time revisited
- Tribe J. (Ed.). (2009). Philosophical issues in tourism (Vol. 37). Channel view publication, 180-183.
- Veal A.J. (2017) .Research Methods for Leisure and Tourism. Pearson London, UK.
- Rojeck, C., Shaw, S., & Veal, A. (Eds.). (2006). A handbook of leisure studies. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 155 – 158.
- Scott M.Fuess, Jr. (2006). Leisure time in Japan: How much and for whom? University of Nebraska – Lincoln and IZA Bonn.
- Divisekera, S. (2010). Economics of Leisure and Non-Leisure Tourist Demand: A Study of Domestic Demand for Australian Tourism. Tourism Economics, 16(1), 117-136.
- Pawlowski, T., & Breuer, C. (2011). Expenditure elasticities of the demand for leisure services. Applied Economics, 44(26), 3461–3477.