

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«مسئولیت صحت و سقم این گزارش بر عهده گروه تحقیقات بین‌المللی بیزریپورت نیست و تصمیم‌گیری مبتنی بر این داده‌ها مسئولیتی را برای گروه تحقیقات بین‌المللی بیزریپورت ایجاد نمی‌کند. همچنین سیاست‌های اتخاذ شده و مفروضات در نظر گرفته شده و پیش‌بینی‌های انجام شده لزوماً مورد تأیید گروه تحقیقات بین‌المللی بیزریپورت نیست.»





مشاوره

در زمان‌های نه چندان دور فقدان اطلاعات دلیل عمده ناکارآمدی تصمیم‌گیری‌ها قلمداد می‌شد. در آن مقطع اداره کنندگان بنگاه‌های اقتصادی به شدت تشنه حداقل اطلاعات جهت تصمیم‌گیری بودند. اما اکنون به نظر می‌آید وضعیت به شدت متفاوت شده است. بسیاری از دانشمندان حوزه اطلاعات در عصر حاضر فزونی اطلاعات را سبب پیچیدگی و عدم بهینگی تصمیمات می‌دانند. با ظهور فضای مجازی در هر لحظه تولید اطلاعات با سرعت نمایی افزایش می‌یابد. از این رو در شرایط حاضر اطلاعات مرتبط، به هنگام و معتبر نیاز اصلی مدیران کسب و کار است.

با در نظر گرفتن مختصات فوق مشخص می‌شود که ساماندهی اطلاعات و استفاده به موقع از این عنصر حیات بخش چقدر در پویایی تصمیم‌گیری‌ها اثر خواهد داشت و شرکت‌هایی که مأموریت خود را ساماندهی اطلاعات جهان می‌دانند چقدر انتخاب راهبردی داشته‌اند.

با درک حساسیت و اهمیت مسائل فوق، مدیریت ارشد شرکت روند اقتصاد اقدام به ایجاد دپارتمان تحت عنوان «گروه تحقیقات بین‌المللی بیزرپورت» کرده است که مأموریت اصلی آن پایش بازار و صنایع بااهمیت کشور جهت ارائه اطلاعات صحیح، مرتبط و بهنگام به سرمایه‌گذاران است. این گونه اقدامات قطعاً می‌تواند ثمرات خیری برای سرمایه‌گذاران داشته باشد و آن‌ها را در اتخاذ تصمیم درست یاری نماید.

این دپارتمان در میان مدت در صدد آن است که گزارش‌های تحلیلی از فضای کسب و کار و تحلیل صنایع مختلف توسط شبکه‌ای از تحلیل‌گران شرکت روند اقتصاد تولید شود و در دسترس اعضا و سایر نهادها قرار گیرد. اما در بررسی‌های مختلف به نظر رسید در کوتاه مدت جهت آغاز ارتباط با مخاطبین و آشنا شدن با ساختار گزارش‌های حرفه‌ای تلاش شود از گزارش‌های شناخته شده مؤسسات بین‌المللی معتبر نظیر بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول، بیزینس مانیتور و مؤسساتی از این دست استفاده شود. هر چند که اعتراف می‌کنیم در چنین گزارش‌هایی سوگیری و جهت‌گیری‌های متعددی وجود دارد اما به نظر می‌رسد با علم به این نکته، می‌توان از چنین گزارش‌هایی به عنوان یک ورودی در تصمیم‌گیری‌ها استفاده نمود.

لازم به ذکر است از آنجایی که ارائه برخی نکات مطرح شده در این گزارش‌ها خلاف قوانین کشور می‌باشد، تلاش شده است تغییراتی در برخی از عبارات صورت پذیرد و یا اینکه به صورت کلی عبارت حذف شود که البته این تغییرات اجتناب ناپذیر بوده است.

گزارش پیش رو «تحلیل صنعت خرده‌فروشی ایران» است که برای فصل اول سال ۲۰۱۷ تهیه شده است. امید است که مفید واقع شود.

شرکت روند اقتصاد

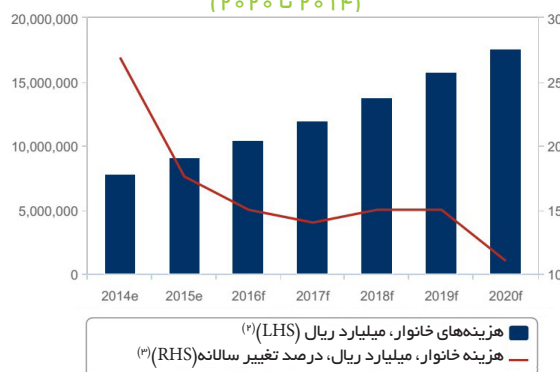
فهرست

دیدگاه صنعت	۵
تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها	۶
پیش‌بینی صنعت	۷
رتبه بندی ریسک / بازده صنعت	۱۸
چشم‌انداز بازار	۲۰
چشم‌انداز رقابتی	۲۲
فهرست واژه‌ها	۲۴
روش‌شناسی	۲۷

دیدگاه صنعت

کالاهای لوکس مانند پروژه عظیم ایران مال در شمال تهران و افتتاح اولین دپارتمان استور^(۱) ایران، روشا در سال ۲۰۱۵ به رشد سریع صنعت خرده فروشی در این کشور اشاره دارد. ■ به دنبال رفع تحریم‌ها، شرکت‌های غربی مختلف در زمینه پوشاک، جواهرات، کیف و کفش، لوازم آرایش، به‌ویژه اقلام لوکس به حضور در بازار ایران ابراز تمایل کرده‌اند.

هزینه‌های اصلی خانوار
(۲۰۱۴ تا ۲۰۲۰)



برآورد: e پیش بینی: f

منبع: مرکز آمار ایران، بی‌زینس مانیتور

دیدگاه: از آن جا که رفع تحریم‌های اقتصادی علیه ایران در سه‌ماهه نخست سال ۲۰۱۶، به کاهش فشارهای ناشی از نرخ بالای تورم و کندتر شدن آهنگ افت بهای ریال و نیز شتاب رشد اقتصادی در این کشور منجر خواهد شد و متعاقب آن، هزینه خانوار وضعیت بهتری خواهد یافت، چشم‌انداز مطلوب رشد در بخش خرده‌فروشی ایران در سال ۲۰۱۷ حفظ شده است. شرکت‌های خرده‌فروشی خارجی گوناگونی درصدد ورود به بازار ایران هستند؛ بازاری که می‌توان گفت تاکنون سرمایه‌گذاری خارجی زیادی برای بهره‌برداری مناسب از آن صورت نگرفته است.

پیشرفت‌ها و دیدگاه‌های اصلی

- پیش‌بینی می‌شود هزینه خانوار بر حسب دلار، بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰ مطابق با نرخ رشد سالانه ترکیبی ۵/۷ درصد افزایش یابد که این مسأله پتانسیل قابل ملاحظه رشد در این بخش را مشخص می‌سازد.
- ایجاد مراکز خرید جدید، به‌ویژه مراکز فعال در زمینه

۱. Department Store: فروشگاه بزرگی که انواع مختلف کالا در آن به فروش می‌رسد و هر کالا در بخش خاص خود عرضه می‌شود.

۲. اعداد ستون سمت چپ
۳. اعداد ستون سمت راست

« تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها

❖ نقاط قوت

- ایران با جمعیتی بالغ بر ۸۰ میلیون نفر، دومین بازار مصرف بزرگ در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا به شمار می‌آید.
- نرخ بالای شهرنشینی در چندین شهر بزرگ ایران، حاکی از دسترسی نسبتاً آسان خرده‌فروشان به مصرف‌کنندگان در این شهرها می‌باشد.
- مصرف‌کنندگان ایرانی، حتی در دوران تحریم‌ها، تمایل زیادی به مصرف کالاهای غربی داشتند و این موضوع برای شرکت‌های خارجی تازه‌وارد به این کشور، یک مزیت به شمار می‌آید.

❖ نقاط ضعف

- از آن‌جا که ایران یک کشور مسلمان است، خرده‌فروشان می‌بایست قوانین و مقررات داخلی را مثلاً در زمینه نوع پوشاک، رعایت نمایند.
- به‌غیر از برخی موارد استثناء، بخش خرده‌فروشی ایران هنوز کاملاً سازمان‌یافته نیست.
- سال‌ها اعمال تحریم‌های اقتصادی علیه این کشور باعث شد شبکه زیرساختی همچنان توسعه نیافته باقی بماند.

❖ فرصت‌ها

- رفع تحریم‌های اقتصادی در سه‌ماهه نخست سال ۲۰۱۶، ضمن تعدیل فشارهای ناشی از نرخ بالای تورم و کاهش سرعت افت بهای ریال، منجر به افزایش قابل ملاحظه رشد اقتصادی خواهد شد.
- اعمال تحریم‌ها علیه ایران باعث شد بازار خرده‌فروشی این کشور آن‌چنان که باید توسط شرکت‌های خارجی به بهره‌برداری نرسد و این مسأله پتانسیل فراوانی برای توسعه در این بخش باقی گذاشته است.
- اندازه جمعیت طبقه متوسط رده بالا^(۱) با سرعتی یکنواخت طی سال‌های آتی رشد خواهد کرد که این موضوع به نفع بخش هزینه‌های غیرضروری خواهد بود.

❖ تهدیدها

- نفوذ و رواج کالاهای قاچاق در ایران، چالش‌هایی را بر شرکت‌های خارجی خرده‌فروشی که خواستار حضور در این بازار هستند، تحمیل خواهد کرد.
- فضای مقرراتی ایران و وجود نشانه‌هایی از فساد گسترده در این کشور، همچنان موانعی کلیدی برای رشد به شمار می‌آیند.

۱. Upper-middle class: بر اساس طبقه‌بندی اجتماعی، این طبقه مشتمل بر گروهی از متخصصین تحصیل کرده‌های دانشگاهی رده بالا مانند پزشک‌ها، دندان‌پزشکان، مهندسين، قضات، بانکدارها، پروفیسورها، سیاستمداران، خلبان‌ها، ناخداها، دانشمندان، هنرمندان، شعرا، نویسندگان، موسیقی‌دان‌ها، نظامیان و مانند این‌ها می‌باشد.

پیش بینی صنعت

پیش بینی اصلی صنعت خرده فروشی

دیدگاه: رفع تحریم‌های اقتصادی علیه ایران در سه‌ماهه نخست ۲۰۱۶ به تأثیرگذاری قوی بر افزایش هزینه خانوار در ایران ادامه خواهد داد که این تأثیرگذاری عمدتاً در کاهش فشارهای ناشی از تورم و افزایش مخارج مصرف‌کننده نمود می‌یابد. البته، افزایش مخارج در بخش‌های مسکن، خدمات رفاهی و مواد غذایی باعث محدود شدن هزینه‌ها در بخش اقلام غیر ضروری خواهد شد.

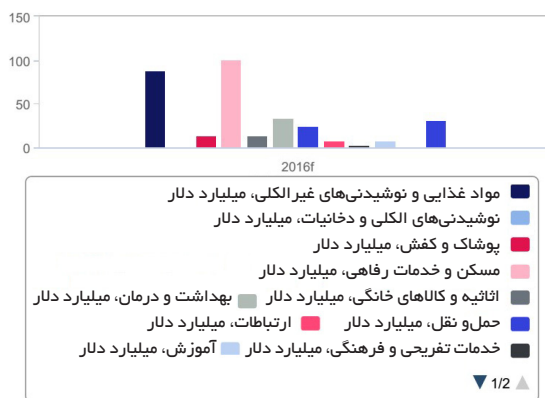
آخرین تغییرات

پیش‌بینی می‌شود هزینه خانوار بر حسب دلار، بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰، سالانه به‌طور متوسط ۵/۷ درصد افزایش یابد.

بخش بهداشت و درمان طی این مدت، از بالاترین سرعت رشد هزینه‌ها برخوردار خواهد شد.

بخش مسکن و خدمات رفاهی بیشترین سهم را در این مخارج خواهند داشت که این سهم بیش از ۳۰ درصد از کل هزینه‌ها برآورد می‌شود.

هزینه‌های خانوار در هر بخش از مخارج
هزینه خانوار، دلار (۲۰۱۶)



پیش بینی: f

منبع: مرکز آمار ایران، بیژن‌س مانیتور

❖ روندهای ساختاری

ایران در مقایسه با استانداردهای منطقه‌ای خاورمیانه و شمال آفریقا از درصد بالای جمعیت انبوه و قابل ملاحظه طبقه متوسط برخوردار است؛ این مسأله در کنار رشد چشمگیر اقتصادی منجر به افزایش هزینه خانوار در تمام مدت پیش‌بینی تا سال ۲۰۲۰ خواهد شد. پیش‌بینی می‌شود هزینه خانوار بر حسب دلار، بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ به نرخ رشد سالانه ترکیبی ۵/۷ درصد دست یابد. با توجه به افت ۱۲ درصدی بهای ریال در آگوست ۲۰۱۶، پیش‌بینی می‌شود هزینه خانوار در سال ۲۰۱۶ بر حسب دلار کاهش یابد. تثبیت نرخ تسعیر ارز موجب افزایش هزینه خانوار بر حسب دلار خواهد شد و انتظار می‌رود از سال ۲۰۱۷ به بعد با افزایش قابل توجهی مواجه

گردد. این مسأله موجب افزایش سرانه هزینه از ۴,۱۰۲ دلار در سال ۲۰۱۶ به ۵,۱۴۲ دلار در سال ۲۰۲۰ خواهد شد. رفع تحریم‌های اقتصادی در سه‌ماهه نخست سال ۲۰۱۶ که حاصل دستیابی به توافق هسته‌ای میان ایران و گروه ۵+۱ در جولای ۲۰۱۵ بود، موجب تداوم روند رشد اقتصادی ایران خواهد شد. در پی رفع تحریم‌ها، نرخ تورم به میزان قابل توجهی کاهش یافت که آثار مثبت این موضوع در بهبود شاخص اعتماد مصرف‌کننده آشکار خواهد شد. اکنون که شرکت‌های خارجی می‌توانند در ایران سرمایه‌گذاری نمایند، وجود تعداد قابل ملاحظه مصرف‌کنندگان در این کشور، طی پنج سال آتی، فرصت‌های بی‌شماری پیش روی سرمایه‌گذاران قرار خواهد داد.

کل هزینه خانوار در ایران (۲۰۱۳ تا ۲۰۲۰)

پیش‌بینی ۲۰۲۰	پیش‌بینی ۲۰۱۹	پیش‌بینی ۲۰۱۸	پیش‌بینی ۲۰۱۷	پیش‌بینی ۲۰۱۶	برآورد ۲۰۱۵	برآورد ۲۰۱۴	برآورد ۲۰۱۳	
								کل هزینه خانوار، میلیارد ریال
								کل هزینه خانوار، میلیارد دلار
								کل هزینه خانوار، درصد از تولید ناخالص داخلی
								کل هزینه خانوار، دلار (درصد تغییر سالانه)
								کل هزینه خانوار، دلار (سرانه)
								کل هزینه خانوار، دلار (هر خانوار)

منبع: مرکز آمار ایران، بیزینس مانیاتور

مسکن و خدمات رفاهی بخش عمده‌ای از هزینه‌های خانوارهای ایرانی را تشکیل می‌دهد و سهم آن از کل مخارج در سال ۲۰۱۶، ۳۰/۷ درصد بود. با توجه به دسترسی ایران به منابع عظیم انرژی، قیمت خدمات رفاهی در ایران نسبت به استانداردهای جهانی در سطح پایینی قرار دارد. بخش عمده‌ای از قیمت آب و برق مشمول پرداخت پاران دولتی است که این مسأله در کاهش هزینه‌های این بخش بسیار مؤثر است. با این وجود، سطح بالای هزینه اجاره‌بها به‌ویژه در شهر تهران، باعث می‌شود تقریباً یک سوم از کل هزینه خانوار برای اجاره مسکن و خدمات رفاهی صرف شود. با توجه به افزایش سرمایه‌گذاری به‌ویژه در بخش‌های خرده‌فروشی و گردشگری، این مسأله همچنان قیمت مسکن را تحت فشار قرار خواهد داد. انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۰ سهم مسکن از کل هزینه خانوار ثابت باقی بماند.

در حال حاضر، هزینه اثاثیه و کالاهای خانگی کمتر از ۴ درصد از کل هزینه خانوار را تشکیل می‌دهد و این سهم در طول مدت پیش‌بینی به تدریج کاهش خواهد یافت. با توجه به این که خانواده‌های ایرانی میزان قابل توجهی از درآمد خود را صرف اجاره‌بها و خدمات رفاهی می‌کنند، اعتقاد بر این است که آنان همچنان هزینه‌های بخش

اسباب و اثاثیه یا هر نوع کالای اضافی برای خانه‌های خود را محدود خواهند کرد. با این وجود، چشم‌انداز مثبت هزینه اثاثیه و کالاهای خانگی در میان اقشار پردرآمد حفظ می‌شود که علت آن افزایش تعداد فروشگاه‌های ارائه خدمات طراحی و کالاهای لوکس در تهران برای مشتریان مرفه شهرنشین می‌باشد.

خانواده‌های ایرانی بخش قابل ملاحظه‌ای از درآمدهای خود را صرف هزینه‌های بهداشتی و درمانی می‌کنند. از آن جا که هزینه‌های دولت در دوران تحریم تحت فشار بود، دولت ایران به تدریج از پرداخت بخشی از مخارج بهداشتی و درمانی به نهادهای خصوصی صرف‌نظر کرد. در حال حاضر بیش از نیمی از کل هزینه‌ها به بخش بهداشت و درمان خصوصی تعلق می‌گیرد که این موضوع سطح نسبتاً بالای هزینه خانوار در بخش بهداشت و درمان را منعکس می‌سازد. افزایش کیفیت خدمات در بیمارستان‌های خصوصی نیز باعث شده است که خانوارهای قشر متوسط رده‌بالا و مرفه، خدمات خصوصی را مطلوب‌تر از خدمات بهداشتی و درمانی ببینند.

در حال حاضر، هزینه حمل‌ونقل ۷/۳ درصد از کل هزینه خانوار را تشکیل می‌دهد و تا سال ۲۰۲۰ این رقم به کم‌تر از ۷/۲ درصد کاهش خواهد یافت. بر اساس پیش‌بینی کارشناسان



محدود خواهد کرد. به‌علاوه، ازدحام تردد خودروها در ایران، به‌ویژه در کلان‌شهر تهران یک معضل اساسی به شمار می‌آید که دولت را به افزایش سرمایه‌گذاری در شبکه ریلی کشور و تشویق شهروندان به استفاده از ناوگان حمل‌ونقل عمومی که هزینه‌های کمتری نسبت به استفاده از اتومبیل شخصی دارند، واداشته است.

گروه خودرو، تعداد وسایل نقلیه سواری در ایران از ۱۴/۸ میلیون در سال ۲۰۱۶ به ۲۱ میلیون در سال ۲۰۲۰ افزایش خواهد یافت که این مسأله به رشد سریع مالکیت خودرو در ایران اشاره دارد. با این وجود، هزینه‌های پایین سوخت نسبت به استانداردهای منطقه‌ای که از پرداخت پارانهای فراوان دولتی به این بخش ناشی می‌شود، رشد در هزینه‌های حمل‌ونقل را

هزینه بخش خرده‌فروشی در ایران، درصد از کل هزینه‌ها (۲۰۱۳ تا ۲۰۲۰)

پیش‌بینی ۲۰۲۰	پیش‌بینی ۲۰۱۹	پیش‌بینی ۲۰۱۸	پیش‌بینی ۲۰۱۷	پیش‌بینی ۲۰۱۶	برآورد ۲۰۱۵	برآورد ۲۰۱۴	برآورد ۲۰۱۳	
								هزینه مواد غذایی و نوشیدنی‌های غیرالکلی، درصد از کل
								هزینه نوشیدنی‌های الکلی و دخانیات، درصد از کل
								هزینه پوشاک و کفش، درصد از کل
								هزینه مسکن و خدمات رفاهی، درصد از کل
								هزینه اثاثیه و کالاهای خانگی، درصد از کل
								هزینه بخش بهداشت و درمان، درصد از کل
								هزینه حمل و نقل، درصد از کل
								هزینه ارتباطات، درصد از کل
								هزینه خدمات تفریحی و فرهنگی، درصد از کل
								هزینه آموزش، درصد از کل
								هزینه بیمه و سایر هزینه‌های شخصی، درصد از کل
								هزینه رستوران‌ها و هتل‌ها، درصد از کل

منبع: مرکز آمار ایران، بیزینس مانیتور

در مورد تحصیلات دانشگاهی نیز، ایران شبکه‌ای قوی از دانشگاه‌های دولتی باکیفیت ایجاد کرده است. این مسأله باعث شده است سهم بخش آموزش از مخارج خانوار در این کشور به رقم ۲/۶ درصد از کل هزینه خانوار محدود گردد؛ سهمی که به‌نظر می‌رسد تا پایان دهه جاری، ثابت باقی بماند.

به‌طور کلی، هزینه‌های بخش‌های فرهنگی و تفریحی، هتل‌ها و رستوران‌ها در ایران حدود ۱/۳ درصد از کل هزینه‌های خانوار را تشکیل می‌دهد. این ضعف کلیدی در بخش خرده‌فروشی ایران از محدودیت‌های در این کشور، ناشی می‌شود. سطح بالای سانسور درباره رویدادهای فرهنگی مانع از گسترش تعداد جایگاه‌های عرضه این خدمات در ایران شده است. در حالی که رستوران‌ها از توسعه‌یافتگی خوبی برخوردار هستند، ایجاد هرگونه کلوپ یا مشروب‌فروشی در این کشور ممنوع می‌باشد. با توجه به تمامی این محدودیت‌ها، سهم قابل توجهی از تفریحات در داخل منازل انجام می‌گیرد و از همین رو، اندازه بازار خدمات فرهنگی و تفریحی بسیار محدود است.

سهم بخش ارتباطات از کل هزینه خانوار در حال حاضر ۲/۶ درصد است که این نرخ طی مدت پیش‌بینی نسبتاً ثابت خواهد ماند. بازار تلفن ثابت همواره از سطوح پایین رقابت برخوردار بوده است که این مسأله به افزایش نرخ‌ها منجر شده است. با این وجود، افزایش رقابت در بخش‌های تلفن همراه و اینترنت پهن‌بند، قیمت‌ها در بخش مخابرات را طی پنج سال آینده کاهش خواهد داد. به‌رغم نرخ مطلوب افزایش تعداد مشترکین تلفن همراه و اینترنت پهن‌بند در سال‌های آتی، اعتقاد بر این است که هزینه‌های پایین‌تر، هزینه‌های اصلی خانوار در زمینه ارتباطات و مخابرات را تعدیل خواهد کرد.

ایران یکی از بهترین نظام‌های آموزشی در منطقه خاورمیانه را در اختیار دارد و استفاده از خدمات آموزشی برای کودکان بین ۶ تا ۱۳ سال در این کشور اجباری است. دولت خدمات رایگان آموزشی را در مدارسی که از کیفیت بالایی برخوردار هستند، به دانش‌آموزان تا سن ۱۸ سالگی ارائه می‌دهد. به‌عنوان مثال، کمتر از ۱۰ درصد از دبیرستان‌ها در ایران خصوصی هستند.

هزینه‌های اصلی بخش خرده‌فروشی در ایران (۲۰۱۳ تا ۲۰۲۰)

پیش‌بینی ۲۰۲۰	پیش‌بینی ۲۰۱۹	پیش‌بینی ۲۰۱۸	پیش‌بینی ۲۰۱۷	پیش‌بینی ۲۰۱۶	برآورد ۲۰۱۵	برآورد ۲۰۱۴	برآورد ۲۰۱۳	
								هزینه مواد غذایی و نوشیدنی‌های غیر الکلی، میلیارد ریال
								هزینه مواد غذایی و نوشیدنی‌های غیر الکلی، میلیارد دلار
								هزینه مواد غذایی و نوشیدنی‌های غیر الکلی، دلار (درصد تغییر سالانه)
								هزینه نوشیدنی‌های الکلی و دخانیات، میلیارد ریال
								هزینه نوشیدنی‌های الکلی و دخانیات، میلیارد دلار
								هزینه نوشیدنی‌های الکلی و دخانیات، دلار (درصد تغییر سالانه)
								هزینه پوشاک و کفش، میلیارد ریال
								هزینه پوشاک و کفش، میلیارد دلار
								هزینه پوشاک و کفش، دلار (درصد تغییر سالانه)
								هزینه مسکن و خدمات رفاهی، میلیارد ریال
								هزینه مسکن و خدمات رفاهی، میلیارد دلار
								هزینه مسکن و خدمات رفاهی، دلار (درصد تغییر سالانه)
								هزینه اثاثیه و کالاهای خانگی، میلیارد ریال
								هزینه اثاثیه و کالاهای خانگی، میلیارد دلار
								هزینه اثاثیه و کالاهای خانگی، دلار (درصد تغییر سالانه)
								هزینه بهداشت و درمان، میلیارد ریال
								هزینه بهداشت و درمان، میلیارد دلار
								هزینه بهداشت و درمان، دلار (درصد تغییر سالانه)
								هزینه حمل‌ونقل، میلیارد ریال
								هزینه حمل‌ونقل، میلیارد دلار
								هزینه حمل‌ونقل، دلار (درصد تغییر سالانه)
								هزینه ارتباطات، میلیارد ریال
								هزینه ارتباطات، میلیارد دلار
								هزینه ارتباطات، دلار (درصد تغییر سالانه)
								هزینه خدمات فرهنگی و تفریحی، میلیارد ریال
								هزینه خدمات فرهنگی و تفریحی، میلیارد دلار
								هزینه خدمات فرهنگی و تفریحی، دلار (درصد تغییر سالانه)
								هزینه آموزش، میلیارد ریال
								هزینه آموزش، میلیارد دلار
								هزینه آموزش، دلار (درصد تغییر سالانه)
								هزینه رستوران‌ها و هتل‌ها، میلیارد ریال
								هزینه رستوران‌ها و هتل‌ها، میلیارد دلار
								هزینه رستوران‌ها و هتل‌ها، دلار (درصد تغییر سالانه)
								هزینه بیمه و سایر هزینه‌های شخصی، میلیارد ریال
								هزینه بیمه و سایر هزینه‌های شخصی، میلیارد دلار
								هزینه بیمه و سایر هزینه‌های شخصی، دلار (درصد تغییر سالانه)

منبع: مرکز آمار ایران، بیزینس مانیتور