

هزینه سینما برای خانواده ۴ نفره از ۳ میلیون تومان گذشت

مصادره یک تفریح خانوادگی!



کیمیا ملکلی: دیگر تفریح ارزان نداریم؛ این شاید بی‌رحمانه‌ترین خلاصه از دخل‌و‌خرج خانواده‌ها در سال‌های اخیر باشد. سینما همان پناهگاه قدیمی و کم‌دردرسر آخر هفته‌ها روزگاری با چند اسکناس مچاله‌شده، بلیت‌های کاغذی و یک پاکت تخمه تمام می‌شد. خانواده می‌رفت، فیلم می‌دید، کمی می‌خندید یا گریه می‌کرد و برمی‌گشت خانه؛ بدون اینکه پیش از رسیدن به سالن، نگران مانده حساب کارت بانکی باشد اما سینمای امروز دیگر فقط یک سالن تاریک نیست. پردیس‌ها به طبقات بالای مال‌ها رفته‌اند؛ وسط ویتترین‌ها، شهربازی‌ها، بوفه‌های پرزرق‌وبرق و فودکورت‌هایی که بوی غذا از چند متر آن‌طرف‌تر، تصمیم اقتصادی خانواده را به چالش می‌کشد. حالا بلیت سینما فقط اولین عدد روی فاکتور است. بعد از آن، نوبت پاپ‌کورن، نوشیدنی، پارکینگ، شام و درخواست‌های کوچک اما پرهزینه بچه‌ها می‌رسد. به بهانه ۲۱ شهریور، روز ملی سینما، حساب کرده‌ایم یک سانس معمولی فیلم برای یک خانواده ۴ نفره، چطور می‌تواند به یک هزینه چندمیلیونی تبدیل شود؟

بلیت ۹۰ هزار تومانی سینما

سینما در مال؛ تفریحی که از فودکورت عبور می‌کند

تغییر فقط در قیمت‌ها رخ نداده؛ شکل سینما رفتن هم عوض شده است. سالن‌های مستقل و قدیمی با فاصله‌ای اندک از خیابان و ایستگاه اتوبوس یا مترو، حالا جای خود را به پردیس‌هایی داده‌اند که اغلب در طبقات بالایی مجتمع‌های تجاری قرار گرفته‌اند. برای رسیدن به سینما باید از پله‌رقی‌ها، راهروها، مغازه‌ها، فضاهای بازی و در نهایت فودکورت عبور کرد.

این معماری، بی‌طرف نیست. خانواده‌ای که ساعت ۷ شب وارد مجتمع می‌شود و حوالی ۹ یا ۱۰ شب از سالن بیرون می‌آید، معمولاً در ساعتی از شب قرار دارد که شام خوردن یک انتخاب طبیعی است. بچه‌ها هم بعد از فیلم با دیدن فودکورت، دیگر فقط تماشاگر نیستند؛ مشتری بالقوه‌اند. بوی پیتزا، مرغ سوخاری، برگر و کباب، در این مسیر نقش خود را خوب بازی می‌کند. برای خانواده‌ای که می‌خواهد کم‌هزینه‌ترین انتخاب ممکن را داشته باشد، حتی سبزمینی سرخ‌کرده و نوشابه هم دیگر گزینه‌ای ارزان محسوب نمی‌شود. دو ظرف سبزمینی، بسته به ساده یا ویژه بودن آن، می‌تواند بین ۵۰۰ تا ۷۲۰ هزار تومان هزینه داشته باشد. ۴ نوشابه قوطی هم اگر دانه‌ای حدود ۸۰ هزار تومان قیمت بخورند، ۳۲۰ هزار تومان دیگر به حساب اضافه می‌کنند. یعنی یک شام حداقلی نه‌چندان سیرکننده و مبتنی بر سبزمینی و نوشابه، می‌تواند بین ۸۲۰ هزار تا بیش از یک میلیون تومان تمام شود.

در این نقطه، هزینه شام از هزینه بلیت جلو می‌زند. خانواده‌ای که برای ورود به سینما حدود ۳۹۰ هزار تومان پرداخته، حالا برای ساده‌ترین خوراک پس از فیلم، باید ۲ یا حتی ۳ برابر همان پول را کنار بگذارد. این همان جایی است که سینما رفتن از یک تفریح فرهنگی به یک بسته مصرفی تبدیل می‌شود؛ بسته‌ای که فیلم تنها یکی از اجزای آن است.

چلو کباب بعد از فیلم

اگر خانواده به جای فست‌فود، سراغ رستوران سنتی همان مجموعه برود، اعداد سنگین‌تر می‌شوند. ۲ پرس چلوکباب کوبیده با قیمت‌هایی میان ۷۰۰ هزار تا یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان، به‌تنهایی رقمی بین یک میلیون و ۴۰۰ هزار تا دو میلیون و ۶۰۰ هزار تومان می‌سازند. ۲ پرس جوجه‌کباب نیز می‌تواند بین یک میلیون و ۴۰۰ هزار تا یک میلیون و ۹۰۰ هزار تومان هزینه داشته باشد.

حالا ماست، سالاد، زیتون پرورده، نوشیدنی و احتمالا یک یا دو سفارش اضافه برای بچه‌ها را هم باید به حساب آورد. فاکتور نهایی یک شام سنتی خانوادگی، به‌راحتی در بازه سه‌ونیم تا بیش از پنج میلیون تومان قرار می‌گیرد. این یعنی خانواده‌ای که فقط برای فیلم بیرون آمده بود، اگر بخواهد شیش را با یک شام معمولی کامل کند، ممکن است در پایان شب با عددی روبه‌رو شود که زمانی هزینه یک خرید نسبتاً جدی ماهانه بود. این موضوع به معنای حذف کامل سینما از زندگی مردم نیست اما شکل مصرف آن را تغییر می‌دهد. سینما رفتن از یک عادت هفتگی یا ماهانه، به برنامه‌ای مناسبتی تبدیل می‌شود. فیلم باید خیلی مهم باشد، بچه‌ها باید خیلی اصرار کنند یا تخفیفی جدی وجود داشته باشد تا خانواده تصمیم بگیرد همه با هم به سالن بروند.

شناوری نقدینگی در حساب پذیرنده

روابط مالی پلتفرم‌های اعتباری با فروشندگان خرد، لایه دیگری از زیان پنهان این بازار را آشکار می‌سازد. برخلاف تصور عمومی، فروشنده‌ای که کالای خود را از طریق سامانه «لان بخر، بعداً پرداخت کن» به فروش می‌رساند، به وجه معامله به صورت لحظه‌ای دسترسی ندارد. بر اساس مستندات و رویه‌های اجرایی، تسویه حساب با پذیرندگان در بازه‌های زمانی مشخص و غالباً با تأخیرهای چندروزه تا چندماهه انجام می‌شود. این فاصله زمانی، حجم عظیمی از منابع مالی شناور را در اختیار پلتفرم قرار می‌دهد؛ نقدینگی هنگفتی که در ادبیات مالی با عنوان Float شناخته می‌شود و فرصت سرمایه‌گذاری یا بهره‌برداری ثانویه را برای مجموعه فراهم می‌آورد. افزون بر این، کسر کارمزد چنددرصدی از مبلغ فاکتور همراه با مالیات بر ارزش‌افزوده، حاشیه سود فروشنده را به شدت فشرده می‌کند. در واکنش به این وضعیت، کسب‌وکارهای خرد برای جبران کسر درآمد، یا دست به قیمت‌گذاری دوگانه می‌زنند یا هزینه کارمزد را در نرخ پایه تمام کالاها سرشکن می‌کنند. بدین ترتیب، پلتفرم اعتباری از ۳ محل مجزا شامل کارمزد کسرشده از فروشنده، منافع حاصل از خواب پول در فرآیند تسویه و جریمه‌های دیرکرد دریافتی از خریداران بدحساب سودآوری می‌کند. در این معادله، عنوان اعتبار رایگان تنها یک پوشش تبلیغاتی برای انتقال بی‌صدای هزینه‌های واسطه‌گری به سبد مصرف نهایی جامعه است.

می‌کنند؛ جایی که هر طبقه، ویتترین تازه‌ای برای خرج کردن دارد. بچه‌ها اسباب‌بازی می‌بینند، پدر و مادر با قیمت خوراکی‌ها روبه‌رو می‌شوند و هنوز فیلم شروع نشده، اولین گفت‌وگوی اقتصادی شب شکل می‌گیرد: پاپ‌کورن می‌گیریم یا نه؟ البته پاسخ این سؤال در خانواده‌های مختلف فرق می‌کند اما در اغلب موارد، «نه» گفتن آن‌قدرها هم ساده نیست. سینما رفتن بدون خوراکی به‌خصوص برای کودکان از نظر بسیاری از خانواده‌ها شبیه خریدن کیک تولد بدون شمع است. شاید بشود اما حس کامل تجربه را از بین می‌برد.



وقتی صحبت از گران شدن سینما می‌شود، نخستین دفاع معمول این است: «بلیت که هنوز آن‌قدرها گران نیست.» روی کاغذ هم حرف بی‌ربطی نیست. اگر قیمت هر بلیت در روزهای پرفروش و تعطیل حوالی ۹۰ هزار تومان باشد، یک خانواده ۴ نفره برای ورود به سالن، چیزی در حدود ۳۶۰ هزار تومان باید کنار بگذارد. اگر کارمزد خرید اینترنتی و هزینه‌های جانبی رزرو هم اضافه شود، این رقم می‌تواند به حدود ۳۹۰ هزار تومان برسد. برای ۲ ساعت تماشای یک فیلم، ۳۹۰ هزار تومان شاید در نگاه اول عدد غیرممکنی به نظر نرسد؛ مخصوصاً در قیاس با بعضی تفریحات دیگر اما این دقیقاً همان خطای دیدی است که بخش بزرگی از ماجرا را پنهان می‌کند. بلیت، هزینه سینما نیست؛ بلیت فقط مجوز ورود به مجموعه‌ای از هزینه‌هاست که از همان لحظه ورود به پارکینگ یا عبور از طبقه همکف شروع می‌شود.

در سینمای قدیم، راه ورودی سالن معمولاً از کنار یک باجه بلیت‌فروشی و نهایتاً یک بوفه کوچک می‌گذشت. در پردیس‌های امروز اما خانواده از دل یک مرکز خرید عبور

پاپ‌کورن؛ خوراکی کوچک با قیمت بزرگ

سال‌ها قبل خوراکی سینما یک انتخاب ساده بود؛ پفک، چیپس، نوشابه یا نهایتاً تخمه یا حتی در مواردی آوردن لقمه توسط مادر خانواده. امروز بوفه پردیس‌های سینمایی به بخشی جدی از اقتصاد شب تفریح تبدیل شده است. بسته‌های بزرگ پاپ‌کورن طعم‌دار، نوشیدنی‌های ترکیبی، قهوه، آبمیوه، اسموتی، ناگت و سبزمینی با منوهایی عرضه می‌شوند که گاهی از خود فیلم بیشتر چشم خانواده را می‌ترسانند. در برخی پردیس‌ها، قیمت یک بسته یا سطل پاپ‌کورن ویژه تا حدود ۴۵۰ هزار تومان هم بالا می‌رود؛ عددی که معادل بهای ۴ تا ۵ بلیت سینماست. اگر یک کودک پاپ‌کورن بخواهد و دیگری پفک هندی یا یک خوراکی متفاوت، فاکتور بوفه خیلی سریع از مرز نیم‌میلیون تومان عبور می‌کند. تازه این در حالتی است که خانواده سراغ نوشیدنی‌های خاص و ترکیبی نرود. آبمیوه‌های کوچک، نوشابه‌های قوطی، قهوه سرد و انواع اسموتی، هر کدام می‌توانند بخش دیگری از هزینه را بسازند. در چنین شرایطی، خانواده‌ای که بخواهد حداقل‌ها را رعایت کند، شاید ۲ بسته تنقلات کارخانه‌ای و چند نوشیدنی، حدود ۱۵۰ تا ۳۰۰ هزار تومان هزینه کند اما اگر قرار باشد تجربه بوفه سینما کامل باشد، عدد به‌راحتی به ۵۰۰ هزار تومان یا بیشتر می‌رسد.

نکته مهم اینجاست که خرید خوراکی دیگر فقط به معنای رفع گرسنگی نیست. بوفه‌های سینما بخشی از تجربه تفریح را می‌فروشند؛ تجربه‌ای که در آن صدای باز شدن لیوان نوشابه، بوی کره پاپ‌کورن و دست بردن بچه‌ها در سطل خوراکی، جزئی از فیلم دیدن محسوب می‌شود.

پیتزا، برگر و شیی که ۲ میلیون تومان رد می‌کند

حالت معمول‌تر، سفارش غذای کامل است. یک خانواده ۴ نفره، به‌ویژه اگر دو فرزند نوجوان داشته باشند، با یک ظرف سبزمینی سیر نمی‌شود. ۲ پیتزای متوسط یا بزرگ، یا چهار برگر، حداقل سفارش قابل‌تصور برای چنین خانواده‌ای است. در منوهای امروز فودکورت‌ها، قیمت یک پیتزا می‌تواند از حدود ۷۵۰ هزار تومان شروع شود و در گزینه‌های خاص‌تر به یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان برسد. بنابراین ۲ پیتزا، بدون نوشیدنی و مخلفات، حدود یک‌ونیم تا دو میلیون و ۶۰۰ هزار تومان هزینه دارد. با اضافه شدن نوشابه و یک ظرف سبزمینی اشتراکی، فاکتور شام به محدوده ۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان می‌رسد و در انتخاب‌های گران‌تر از ۳ میلیون تومان عبور می‌کند.

پارکینگ؛ هزینه آخر شب

کوچک به نظر برسد اما اقتصاد خانوار از همین رقم‌های ظاهراً کوچک ساخته می‌شود. هر هزینه‌ای که به تنهایی قابل چشم‌پوشی است، وقتی کنار بلیت، خوراکی، شام و رفت‌وآمد قرار می‌گیرد، تصویری واقعی‌تر از قیمت یک شب بیرون رفتن به دست می‌دهد. در یک سناریوی اقتصادی، خانواده ۴ نفره برای بلیت و کارمزد حدود ۳۹۰ هزار تومان، برای خوراکی سبک حدود ۵۰۰ هزار تومان، برای شام ساده نزدیک به ۸۲۰ هزار تومان و برای پارکینگ

سینما دیگر برای همه یکسان نیست

همچنان سالن‌های پرفروشی داشته باشد اما مخاطبش تغییر می‌کند. خانواده‌های بیشتری به سانس‌های نیمه‌ها، روزهای میانی هفته، تخفیف‌های مناسبی یا تماشای خانگی فیلم پناه می‌برند. بعضی‌ها نیز سینما را به برنامه‌ای محدود برای تولد، عید، مناسبت‌های خاص یا فیلم‌های بسیار پرسروصدا تبدیل می‌کنند. این اتفاق فقط درباره سینما نیست درباره کیفیت زندگی شهری است. وقتی یک خانواده برای ساختن چند ساعت خاطره مشترک، باید هزینه‌ای نزدیک به چند میلیون تومان بپردازد، تفریح از یک نیاز اجتماعی به کالایی انتخابی تبدیل می‌شود. کالایی که همه به یک اندازه توان خریدنش را ندارند.

سخن پایانی

روز ملی سینما، بیش از آنکه فقط فرصتی برای تریک گفتن به سینماگران باشد، می‌تواند بهانه‌ای برای نگاه کردن به صندلی‌های خالی‌تر سالن‌ها و حساب‌و‌کتاب سنگین‌تر خانواده‌ها باشد. سینما هنوز همان جادوی قدیمی را دارد؛ خاموش شدن چراغ‌ها، پرده بزرگ، خنده دسته‌جمعی و لحظه‌ای فاصله گرفتن از فشار زندگی اما رسیدن به آن جادو، برای خیلی‌ها گران‌تر از قبل تمام می‌شود. بلیت تنها آغاز ماجراست و باقی فاکتور، در بوفه، پارکینگ و فودکورت نوشته می‌شود. نتیجه این است که یک تفریح سالم و خانوادگی، آرام‌آرام از برنامه عادی آخر هفته به یک انتخاب حساب‌شده و گاه لوکس تبدیل شده است. خانواده‌ها همچنان دوست دارند سینما بروند اما پیش از انتخاب فیلم، ناچارند قیمت‌ها را ببینند. پرده نقره‌ای هنوز روشن است ولی فاکتور طلایی یک شب بیرون رفتن، بسیاری را پیش از خرید بلیت، پشت درنگ می‌دارد.

