

ՀՀ ՏՆԱՅԻՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՄՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԾԱԽՍԵՐԻ 2015-2022ԹԹ ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԻ ՎԻՃԱԿԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆԸ

Հոդվածը ստացվել է՝ 03.03.25, ուղարկվել է գրախոսման՝ 04.04.25, երաշխավորվել է տպագրության՝ 11.07.25

ԳՐԻԳՈՐ ՄԱՆՈՒԿՅԱՆ

Ներածություն: Ժամանակակից պայմաններում սպառողական ծախսերի ուսումնասիրությամբ հնարավոր է բացահայտել տնային տնտեսությունների սպառողական վարքագծի որոշակի միտումները օրինաչափությունները, մեծացնել կանխատեսելու հնարավորությունը և ձևավորել վարքագծի ցանկալի մոդելը:

Հետազոտության նպատակը և խնդիրները: Հոդվածի նպատակն է գնահատել ՀՀ տնային տնտեսությունների սպառողական ծախսերի միտումները: Այդ նպատակին հասնելու համար աշխատանքում առանձնացվել են հետևյալ խնդիրները. ուսումնասիրել սպառողական վարքագիծը բնութագրող մոտեցումները, համակարգել սպառողական վարքագծի վրա ազդող հիմնական գործոնները, իրականացնել ՀՀ տնային տնտեսությունների իրական սպառողական ծախսերի կազմի և կառուցվածքի դինամիկային վերլուծության, կատարել ՀՀ տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների և սպառողական ծախսերի բաղադրիչների միջև վիճակագրական վերլուծություն, ներկայացնել ՀՀ տնային տնտեսությունների սպառողական վարքագծի առանձնահատկությունները:

Գրականության վերլուծություն: Ժամանակակից պայմաններում երկրի բնակչության սպառողական վարքագծի փոփոխությունները՝ ըստ ծախսերի ագրեգացված տեսակների, տնային տնտեսությունների եկամուտների և ծախսերի մակրոտնտեսական հաշվեկշռի տվյալների դարձել է տնտեսագիտության թեմատիկ ուսումնասիրություններից մեկը:

Բնակչության սպառողական ծախսերը քաղաքացիների իրական ծախսերն են նյութական և հոգևոր ապրանքների, ծառայությունների և արժեքների ձեռքբերման, ինչպես նաև նրանց խնայողությունների համար¹:

Հայտնի է, որ համաձայն նեոդասական մոտեցման սպառողական վարքագիծը մարդու ռացիոնալ ընտրությունն է սպառողական ապրանքների համատեքստում, որի նպատակը կարիքների առավելագույն բավարարումն է: Դասական մոտեցումը շեշտում է, որ սպառողների վարքագծի հիմնական մասը գնումների որոշումների կայացման գործընթացի միասնությունն է, ինչպես նաև այն գործոնները, որոնք որոշում են դրա բնույթն ու ուղղությունը: Սպառողների վարքագծի դասական մոդելը Դ. Հոբինսի մոդելն է փուլերից, որոնցով սպառողը

¹ Петерс И.А., Смотров Е.Е., Тихонович Э.А., Шемет Е.А. 2019.Экономико-статистический анализ денежных доходов и потребительских расходов населения // Экономика: вчера, сегодня, завтра.. Том 9. № 11А. С. 406-418. DOI: 10.34670/AR.2020.93.11.043

անցնում է այդ գործընթացի միջով գնման որոշում կայացնելուց հետո²: Մեկ այլ բնութագրմամբ սպառողի վարքագիծը սպառման հարաբերությունների հետ կապված սոցիալական հարաբերությունների իրականացման մեխանիզմ է³: Լ. Դրագանչուկի բնութագրմամբ սպառողների վարքագիծը առաջին հերթին պարզեցնում է սպառողների վարքագծի իրական գործընթացները: Երկրորդ՝ չի բացատրում սպառողի իռացիոնալ վարքագիծը: Երրորդ, սպառողի վարքագիծը դիտվում է որպես որոշակի մեխանիզմ, որի դեպքում բոլոր հնարավոր շեղումները հայտնի են: Չորրորդ՝ մոդելի գործնական կիրառումը բարդանում է նրանով, որ մեծ ծախսեր են պահանջվում սպառողների ապրելակերպի վրա ազդող բոլոր գործոնների մասին տեղեկություններ հավաքելու համար: Հինգերորդ, միայն ապրելակերպը բարելավելու ցանկությունը համարվում է սպառողի մոտիվացիա⁴:

Սպառողների վարքագծի և սպառողների հոգեբանական, տնտեսական, սոցիոլոգիական, մշակութային, մարքեթինգային գործոններին անդրադարձել է Ֆ. Կոտլերը, Ջ. Էնջելը, Տ. Վերլենը, Պ. Բուրդյեյը և ուրիշները⁵:

Սպառողների վարքագծի ուսումնասիրության ժամանակակից մոտեցումները դիտարկվում են տնտեսական, սոցիոլոգիական, մշակութային, մարքեթինգային տեսանկյունից⁶:

Սպառողների վարքագծի հիմնական տեսակների բնութագրմանը և դրանց առանձնահատկություններին անդրադարձել է ռուս տնտեսագետ Օ. Մեդվեդևը⁷:

Սպառողների վերլուծությունը թույլ է տալիս բացահայտել և համակարգել այն պատճառներն ու գործոնները, որոնք ազդում են սպառողների որոշումների կայացման գործընթացի վրա: Այդ ներառում է կարիքների, նախասիրությունների և նորաձևության, հաճախորդների ընկալման, հաճախորդների նախասիրությունների, մինչև շուկա դուրս գալը ապրանքների գնային հատվածավորման իրականացման, սպառողի կարծիքի, բողոքների և

² Hawkins D.I., Best R.J., Coney K.A., 2004, Consumer Behavior: Implications for Marketing Strategy. – NY.: McGraw-Hill, p. 2

³ Поведенческая экономика: современная парадигма экономического развития : монография / под ред. Г.П. Журавлёвой, Н.В. Манохиной, В.В. Смагиной ; ТРО ВЭО Рос-сии, ФГБОУ ВО «Рос. экон. ун-т им. Г.В. Плеханова», Научная школа «Экономическая теория» в РЭУ им. Г.В. Плеханова. – М.; Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Дер-жавина, 2016, с.170

⁴ Драганчук Л.С. 2011, Поведение потребителей: теория и практика: монография / Л.С. Драганчук. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, с. 44

⁵ Ореховский П. А. Однородность потребительских предпочтений: существует ли кривая спроса? // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). 2013. №4, . с.61

⁶ Тарасова Т.В. 2013. Современные подходы к изучению потребительского поведения // Вестник университета. №10, с. 266

⁷ Медведева О. С. 2019, ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ, ВЕСТНИК АЛТАЙСКОЙ АКАДЕМИИ ЭКОНОМИКИ И ПРАВА №5 ч.3 с. 89-90

պահանջների վերլուծությունները⁸: Ընկերություններն այս փուլը համարում են բավականին նշանակալից, քանի որ այն օգնում է բացահայտել նույնիսկ ամենաանկատ խնդիրները և վերացնել դրանք:

Սպառողների վերլուծության համատեքստում զգացմունքները մեծ դեր են խաղում ինչպես սպառողների, այնպես էլ մենեջերների գործողություններում: Զգացմունքային վիճակը ճանաչողական ռեակցիաների, տպավորությունների, սենսացիաների և ներքին ձայնի ազդեցության տակ ինչ-որ բան անելու ցանկությունն է⁹:

Սպառման վրա ազդում են նաև տարիքը, սեռը: Հարցման արդյունքների համաձայն ուսումնասիրությունը ցույց է տվել, որ նյութական բարեկեցության մակարդակը տարիքի հետ չի նվազում, քանի որ նրանց մասնաբաժինը, ովքեր իրենց տնօրինվող եկամտի մեկ քառորդից քիչ են ծախսում պարենային ապրանքների վրա, աճում է տարիքի հետ՝ ինչպես տղամարդկանց, այնպես էլ կանանց շրջանում: Նրանց մասնաբաժինը, ովքեր ստիպված են իրենց եկամտի կեսից ավելին ծախսել սննդամթերք գնելու վրա, նվազում է տարիքի հետ: Կանայք ավելի հոռետեսորեն են վերաբերվում իրենց բարեկեցության մակարդակին, քան տղամարդիկ: Ստացված տվյալները կարող են օգտագործվել վերլուծելու նյութական բարեկեցության մակարդակի ազդեցությունը, որպես տնտեսական որոշիչ ավելի մեծ տարիքային խմբերի բնակչության առողջության ցուցանիշների վրա¹⁰:

PwC-ի կողմից անցկացված 2020 թվականի սպառողների վարքագծի գլոբալ հարցումը բացահայտել է սպառողների վարքագծի փոփոխությունները խթանող չորս ամենահրատապ միտումները, այդ թվում¹¹.

- 1) շուկայի անորոշություն և գնի նկատմամբ սպառողների զգայունություն,
- 2) հարմարավետություն ու մատչելիություն որպես սպառողների փորձի հիմք,
- 3) թվային փոխազդեցություն,
- 4) ինքնասպասարկում ու բարեկեցություն որպես նոր սպառողների առաջնահերթություն:

⁸ Лысова Е.А. 2019;Поведение потребителей: содержание понятия, социально-экономическая сущность. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление*. 4: 21–27.

⁹ Afonsky S. A., Ladogina A. Y., Samoylenko I. S., Ivanov A. V., Fedorova A. V., Vvedenskaya M. V., Gorokhova A. E. 2020. Cultural Codes of the Youth Subculture // *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*. — Vol. 12. – N S4. – P. 1266–1275.

¹⁰ Черкасов С.Н.1, Камаев Ю.О.2, Полозков О.И. 2020. УДЕЛЬНЫЙ ВЕС РАСХОДОВ НА ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ В СТРУКТУРЕ РАСХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ СТАРШЕГО ВОЗРАСТА. ГЕНДЕРНЫЕ И ВОЗРАСТНЫЕ РАЗЛИЧИЯ БЮЛЛЕТЕНЬ НАЦИОНАЛЬНОГО НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ИНСТИТУТА ОБЩЕСТВЕННОГО ЗДОРОВЬЯ ИМЕНИ Н.А. СЕМАШКО. № 1 44-51

¹¹ Ухова А.И., Окольнішников А.Д., Беляев Н.А. 2021, Трансформация потребительского поведения россиян в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) // *Вестник Южно-Уральского государственного университета*. –с. 176-181

Որքան մեծ է սննդի ծախսերի բաժինը սպառման կառուցվածքում այնքան ցածր է ֆինանսական բարեկեցության մակարդակը. իսկ դա, իր հերթին, հանգեցնում է բնակչության բոլոր կարիքների և նախասիրությունների վերափոխմանը¹²:

Հայ հետազոտողներից Ս. Մկրտչյանի կողմից վերլուծվել է Հայաստանում տնային տնտեսությունների տնտեսական վարքագծի վրա ազդող տնտեսական և սոցիալ-հոգեբանական գործոնները, սպառողական և խնայողական վարքագծի շարժառիթները, եկամուտների, ծախսերի և խնայողությունների փոխառնչությունները¹³:

Կ. Ոսկանյանը իր կատարած ուսումնասիրությունում առանձնացրել է հայ սպառողի տնտեսական վարքին բնորոշ առանձնահատկությունները¹⁴:

Այսպիսով՝ սպառողների վարքագծի վրա ազդող գործոնների կառուցվածքը հանգեցնում է հետևյալ համակարգի. առաջին՝ սոցիալական կարգավիճակ, ընտանիք, ուրիշների կարծիք, երկրորդ՝ մշակույթի, ենթամշակույթի ավանդույթներն ու արժեքները, երրորդ՝ տարիք, զբաղմունք, ապրելակերպ, բնավորություն, ներքին վերաբերմունք, համոզմունքները, սկզբունքներ և դրա դրդապատճառներ, անհատի պատկերացումներն իր մասին և այլն: Այս գործոններից մի մասը մարքեթոլոգների վերահսկողությունից դուրս են, բայց օգնում են բացահայտել թիրախային գնորդներին:

Մեթոդաբանություն: Աշխատանքում օգտագործվել են վիճակագրական վերլուծության մեթոդներ, որոնք հիմնված են տնային տնտեսությունների ծախսերի օբյեկտիվ և համապարփակ վերլուծության պահանջների վրա: Հետազոտությունն իրականացվել է գիտական գիտելիքների մի շարք մեթոդների կիրառմամբ, մասնավորապես՝ վերացական-տրամաբանական, համակարգային-կառուցվածքային, սինթեզի, խմբավորման, համեմատական, որոնցով փորձ է արվել ներկայացնել այդ ոլորտում տեղի ունեցող գործընթացների և երևույթների բնութագրերը:

Վերլուծություն: Վարքագծային տնտեսագիտության համատեքստում վերլուծությունը ներառում է տարբեր արդյունքների կիրառում, որոնք դիտարկվում են որպես տնտեսական գործակալների վարքագծի ստանդարտ օրինաչափություններ: Տնային տնտեսությունների եկամուտների և ծախսերի դիտարկումը ապահովում է պետության կողմից բնակչության դրամական հոսքերի տեսանելիությունը:

¹² Макаp C. B., Яpашева A. B. 2022. Потребительское поведение россиян: возможности и приоритеты // Народонаселение. — Т. 25. — № 4. — С. 68-78. DOI: 10.19181/population.2022.25.4.6; EDN: MONYFA

¹³ Մկրտչյան Ս. 2013, բնակչության եկամուտների, ծախսերի եվ խնայողությունների փոխառնչությունները (տեսություն և պրակտիկա), սեղմագիր, ԵՐԵՎԱՆ – էջ 3,

¹⁴ Ոսկանյան Կ. Ն., 2023. Տնտեսական վարքի իրադրային մոդելի հոգեբանական առանձնահատկությունները, Բանբեր Երևանաի համալսարանի, փիլիսոփայություն, հոգեբանություն, 44-54 էջ 53, № 1, 44-54 <https://doi.org/10.46991/BYSU: E /2023.14.1.044>

Սպառողների վարքագծի բնութագրերի ուսումնասիրությունը սովորաբար հիմնված է վիճակագրական տվյալների վրա ճշգրտված համապատասխան ինդեքսներով և ստացված արդյունքները ներկայացվել են աղյուսակ 1-ում:

Դիտարկելով ՀՀ տնային տնտեսությունների սպառողական ծախսերի վարիացիան 2015-2022թթ.-ին, կարող ենք փաստել, որ սպառողական ծախսերի առավելագույն և նվազագույն արժեքների միջև տարբերությունը կազմել է 2854 դրամ, սպառողական ծախսերի ծայրահեղ արժեքների հարաբերական տատանումը՝ 6.4%, միջին արժեքի ընդհանուր չափից միջին գծային շեղման տեսակարար կշիռը՝ մոտ 1.9%:

Աղյուսակ 1

ՀՀ տնային տնտեսությունների սպառողական ծախսային բաղադրիչները ճշգրտված ինդեքսներով, դրամ, 2015-2022թթ.-ին¹⁵

Տարի	Սպառողական ծախսերը ճշգրտված ՍԳԻ-ով	Մենդի ծախսը ճշգրտված ինդեքսով	Ոչ պարենային ապրանքներ ճշգրտված ինդեքսով	Ծառայություններ ճշգրտված ինդեքսով	Առողջապահության ծախս ճշգրտված ինդեքսով	Կրթության ծախս ճշգրտված ինդեքսով	Բնակ ծախս ճշգրտված ինդեքսով
2015	42867	-	8074	14437	2659	488	5689
2016	44602	-	8955	14863	2282	645	5998
2017	44597	18446	8874	15426	2448	1000	6642
2018	44856	18080	8423	16692	2637	1202	7283
2019	45721	18442	10637	14789	2914	1091	6862
2020	44682	17826	11390	14389	1454	1852	6695
2021	44527	202395	9104	13522	2310	948	7109
2022	43198	18646	8590	14143	2764	1000	7439

Դիտարկվել է ՍԳԻ-ով ճշգրտված սպառողական ծախսերի դինամիկան, փաստվել է, որ 2015-2018թթ.-ին սպառողական ծախսերը ունեցել են վայր ի վեր բնույթ, սակայն 2019-2022թթ.-ին մշտապես նվազել են: 2015թ.-ի հետ համեմատ 2022թ.-ին սպառողական ծախսերը բացարձակ գումարով ավելացել են 331 դրամով կազմելով 43198 դրամ, հարաբերական մեծությամբ ավելացումը կազմել է մոտ 0.7%: 2019թ.-ին այդ ծախսերի ամենաբարձր մեծությունը արձանագրվել է 45721 դրամ, 2022թ.-ին ամենացածրը՝ 43198 դրամ: 2015-2022թթ.-ին այդ ծախսերի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 100.1%, իսկ իրական դրամական

¹⁵ 2016-2023թթ.-ի, Հաշվարկների համար հիմք է հանդիսացել աշխատանքի շուկան Հայաստանում, վիճակագրական ժողովածուի ՀՀ-ում սոցիալական պատկերը և աղքատությունը 2016-2023թթ.-ի հաշվետվությունների տվյալները, https://armstat.am/file/article/poverty_2019_a_3.pdf

եկամուտներին՝ 102.3%, հետևաբար իրական դրամական եկամուտների 1 % աճի դեպքում այդ ծախսերը աճել են 0.97%-ով: 2021-2022թթ.-ին այդ ծախսերի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 98.3%, իրական դրամական եկամուտներին՝ 94.5%, իրական դրամական եկամուտների 1 % նվազման դեպքում այդ ծախսերը նվազել են 1.3%-ով:

2015թ.-ի հետ համեմատ 2019թ.-ին տնային տնտեսությունների իրական եկամուտները ավելացել են 12.6%-ով, իսկ ՄԳԻ-ով ճշգրտված սպառողական ծախսերը 6.6%, հետևաբար տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների 1 % աճի դեպքում սպառման ծախսերը աճել են 0.52%-ով: Տնային տնտեսությունների դրամական եկամուտների օգտագործման կառուցվածքի փոփոխությունը դինամիկայում փաստում է Ջ. Քեյնսի այն վարկածը, որ մարդիկ հակված են մեծացնել ապրանքների սպառումը եկամտի աճից հետո, բայց ավելի փոքր չափով, քանի որ դրամական մուտքերի աճող մասը ներդրվում է խնայողության տեսքով: 2015թ.-ի հետ համեմատ 2022թ.-ին ՄԳԻ-ով ճշգրտված սպառողական ծախսերը ավելացել են 0.7 %-ով, այն դեպքում, երբ իրական դրամական եկամուտները աճել են 15.8%-ով, հետևաբար՝ տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների 1% աճի դեպքում սպառման ծախսերը աճել են 0.04%-ով: Եթե համեմատենք այս ցուցանիշը 2019թ.-ի հետ, ապա ակնհայտ է, որ սպառումը էական նվազել է եկամուտների աճի ֆոնին:

2017թ.-ի հետ համեմատ 2022թ.-ին ճշգրտված սննդի ծախսերը բացարձակ գումարով ավելացել են 200 դրամով, հարաբերական մեծությամբ՝ մոտ 1%-ով, իսկ իրական դրամական եկամուտները աճել են 3.6%-ով: 2017-2020թթ.-ին սպառողական ծախսերում սննդի ծախսերի տեսակարար կշիռը 41.3%-ից նվազել է մինչև 38.9%, իրական դրամական եկամուտների 16.2% աճի, սպառման ագրեգատի ցուցանիշի անհավասարության հիմնականում նվազման ֆոնին, իսկ 2021թ.-ին այդ ծախսերի տեսակարար կշիռը աճել է՝ կազմելով 45.4%, որը 2017թ.-ի ցուցանիշը գերազանցել է 4.1 տոկոսային կետով, այն դեպքում, երբ իրական դրամական եկամուտների 2017թ.-ի ցուցանիշը գերազանցել է 15.8%-ով, իսկ սպառման ագրեգատի ցուցանիշի անհավասարության գործակիցը նվազել է: 2022թ.-ի սննդի ծախսերի տեսակարար կշիռը 2017թ.-ի ցուցանիշը գերազանցում է 1.8 տոկոսային կետով կազմելով 43.1%, իրական դրամական եկամուտների 3.8%-ով աճի, սպառման ագրեգատի ցուցանիշի անհավասարության գործակիցի նվազման պայմաններում: 2017-2022թթ.-ին ինդեքսով ճշգրտված սննդի ծախսերի միջին տեսակարար կշիռը սպառողական ծախսերում կազմել է 41.7%: 2017-2022թթ.-ին այդ ծախսերի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 100.2%, իսկ իրական դրամական եկամուտներին՝ 101.1%, հետևաբար՝ իրական դրամական եկամուտների 1 % աճի դեպքում սննդի ծախսերը աճել են 0.99%-ով: 2021-2022թթ.-ին այդ ծախսերի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 102.2%, իրական դրամական եկամուտներին՝ 94.5%:

2015-2022թթ.-ին ճշգրտված սպառողական գների ինդեքսի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 107%, իսկ տնային տնտեսությունների ճշգրտված

սպառողական ծախսերինը՝ 100.1%, իսկ 2021-2022թթ-ին այդ ցուցանիշների հավելաճի միջին տեմպը համապատասխանաբար կազմել են 117% և 98.3%: 2017-2022թթ-ին սննդի ծախսերի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 100.2%, իսկ դրանց ինդեքսի հավելաճի միջին տեմպը 105.3%, իսկ 2021-2022թթ-ին այդ ցուցանիշների հավելաճի միջին տեմպը համապատասխանաբար կազմել են 102.2% և 112% : Տնային տնտեսությունների գնաճային սպասումներն ազդում են տնտեսական վարքագծի վրա՝ խնայել, ներդնել, թե՛ ծախսել: Սպառողական գների ինդեքսի զգալի աճը հիմք է տալիս ՀՀ տնային տնտեսություններին զգույշ լինել սեփական ծախսերի և խնայողությունների նկատմամբ և փոխել սեփական միջոցները բաշխելու ավանդական մարտավարությունը: Սոցիալական և տնտեսական փոփոխություններն ազդում են բնակչության կենսամակարդակի վրա, մասնավորապես սպառողական գների փոփոխություններն ուղղակիորեն ազդում են բարեկեցության վրա՝ գնողունակությամբ պայմանավորված:

Դիտարկելով ինդեքսով ճշգրտված ոչ պարենային ապրանքների ծախսերի դինամիկան, փաստվել է, որ 2015-2022թթ.-ին այդ ծախսերը ունեցել է վեր ի վայր բնույթ, սակայն 2021-2022թթ.-ին մշտապես նվազել է: 2015թ.-ի հետ համեմատ 2022թ.-ին այդ ծախսերը բացարձակ գումարով ավելացել են 516 դրամով՝ կազմելով 8590 դրամ, հարաբերական մեծությամբ ավելացումը կազմել է մոտ 6.4%: Այդ ծախսերի ամենաբարձր արժեքը արձանագրվել է 2020թ.-ին 11390 դրամ, ամենացածրը՝ 2018թ.-ին՝ 8423 դրամ: 2015-2022թթ.-ին այդ ծախսերի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 100.8%, իսկ իրական դրամական եկամուտներինը՝ 102.3%, հետևաբար՝ իրական դրամական եկամուտների 1 % աճի դեպքում այդ ծախսերը աճել են 0.98%-ով: 2021-2022թթ.-ին այդ ծախսերի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 86.8%, իրական դրամական եկամուտներինը՝ 94.5%, հետևաբար՝ իրական դրամական եկամուտների 1 % նվազման դեպքում այդ ծախսերը նվազել են 2.4%-ով: 2015-2022թթ.-ին ինդեքսով ճշգրտված ոչ պարենային ապրանքների ծախսերի միջին տեսակարար կշիռը կազմել է 20.8%, ամենաբարձր արժեքը արձանագրվել է 2020թ.-ին 25%, այնուհետև նվազել է 2022թ.-ին հասնելով 19.8%: Վերջինս 2015թ.-ի ցուցանիշը գերազանցում է 1 տոկոսային կետով, իսկ միջին արժեքը զիջում նույն չափով:

2015-2022թթ.-ին ինդեքսով ճշգրտված ծառայությունների գծով ծախսերի դինամիկայից ակնհայտ է, որը մինչև 2018թ.-ը այդ ծախսերը կայուն աճել են՝ 14437 դրամից հասնելով 16692 դրամի, այնուհետ կայուն նվազել է մինչև 2021թ.-ը հասնելով 13522 դրամի, իսկ 2022թ.-ին աճել է կազմելով 14143 դրամ, որ 2015թ.-ի ցուցանիշը զիջում է բացարձակ գումարով 294 դրամով, իսկ հարաբերական մեծությամբ՝ 2%-ով: Այդ ծախսերի միջին մեծությունը կազմել է 14783 դրամ, որը գերազանցում է 2022թ.-ի ցուցանիշը 640 դրամով: 2015-2022 թթ.-ին ինդեքսով ճշգրտված ծառայությունների գծով ծախսերի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 99.7%, իսկ իրական դրամական եկամուտներինը՝ 102.3%, հետևաբար՝ իրական դրամական եկամուտների 1 % աճի դեպքում այդ ծախսերը նվազել են 0.13%-ով: 2021-2022թթ.-ին այդ ծախսերի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 99.1%, իրական դրամական եկամուտներինը՝ 94.5%, հետևաբար իրական դրամական

եկամուտների 1 % նվազման դեպքում այդ ծախսերը նվազել են 0.16%-ով: 2015-2022թթ.-ին ինդեքսով ճշգրտված ծառայությունների գծով ծախսերի միջին տեսակարար կշիռը սպառողական ծախսերում կազմել է 33.3%, ամենաբարձր արժեքը արձանագրվել է 2018թ.-ին՝ 37%, այնուհետև նվազել է մինչև 2021թ.-ը հասնելով 30.3%, իսկ 2022թ.-ին աճել է կազմելով 32.7%: Վերջինս 2015թ.-ի ցուցանիշը զիջում է 0.9 տոկոսային կետով, իսկ միջին արժեքը 0.6 տոկոսային կետով:

Վերլուծվող ժամանակաշրջանում ինդեքսով ճշգրտված առողջապահության ծառայությունների ծախսերը, բացառությամբ 2020թ.-ին, մշտապես ունեցել է աճի միտում, սակայն 2015թ.-ի հետ համեմատ 2022թ.-ին աճը աննշան է՝ բացարձակ գումարով կազմել է 105 դրամ, հարաբերական մեծությամբ մեծ 4%: Ինդեքսով ճշգրտված առողջապահության ծառայությունների ծախսերը միջին մեծությունը կազմել է 2433 դրամ, որը զիջում է 2022թ.-ի ցուցանիշը 331 դրամով: 2015-2022 թթ.-ին ինդեքսով ճշգրտված առողջապահության ծախսերի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 100.5%, իսկ իրական դրամական եկամուտներինը՝ 102.3%, հետևաբար՝ իրական դրամական եկամուտների 1 % աճի դեպքում այդ ծախսերը աճել են 0.98%-ով: 2020թ.-ին արձանագրվել է այդ ծախսերի էական նվազում 2015թ.-ի հետ համեմատ մոտ 45%-ով: 2015-2022թթ.-ին ինդեքսով ճշգրտված առողջապահության ծառայությունների ծախսերի միջին տեսակարար կշիռը սպառողական ծախսերում կազմել է 5.4%, ամենաբարձր արժեքը արձանագրվել է 2022թ.-ին մոտ 6.4%՝ գրեթե հավասար լինելով 2019թ.-ի ցուցանիշին, այնուամենայնիվ 2015թ.-ի ցուցանիշը գերազանցում է մոտ 0.2 տոկոսային կետով:

Դիտարկվող ժամանակաշրջանում ինդեքսով ճշգրտված բնակ-կոմունալ տնտեսության ծախսերը հիմնականում աճել են: Այդ ծախսերի միջին մեծությունը կազմել է 6715 դրամ: 2015թ.-ի հետ համեմատ 2022թ.-ին այդ ծախսերը ավելացել են մոտ 1.4 անգամ: 2015-2022 թթ.-ին ինդեքսով ճշգրտված բնակ-կոմունալ տնտեսության ծախսերի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 103.9%, իսկ իրական դրամական եկամուտներինը՝ 102.3%, կարող ենք փաստել, որ իրական դրամական եկամուտների 1 % աճի դեպքում այդ ծախսերը աճել են 1.01%-ով: 2021-2022 թթ.-ին ինդեքսով ճշգրտված բնակ-կոմունալ տնտեսության ծախսերի հավելաճի միջին տեմպը կազմել է 105.4%, իսկ իրական դրամական եկամուտներինը՝ 94.5%, հետևաբար՝ իրական դրամական եկամուտների 1 % նվազման դեպքում այդ ծախսերը նվազել են 0.98%-ով: 2015-2022թթ.ին ինդեքսով ճշգրտված բնակ-կոմունալ տնտեսության ծախսերի միջին տեսակարար կշիռը կազմել է 15.1%, ամենաբարձր արժեքը արձանագրվել է 2022թ.-ին մոտ 17.2%, որը 2015թ.-ի ցուցանիշը գերազանցում է մոտ 5 տոկոսային կետով:

Ուսումնասիրվող ժամանակահատվածում սպառողական ծախսերի այնպիսի ոլորտների տեսակարար կշիռը, ինչպիսիք են՝ հանգստի և մշակութային միջոցառումները, գրեթե անփոփոխ են:

2017-2022թթ.-ին, ինդեքսներով ճշգրտված սպառողական ծախսերի 55-61% բաժին է ընկել սննդին, բնակարանային և կոմունալ ծառայություններին, դրանց միջին մեծությունը կազմել է 57.4%:

2015-2022թթ.-ին տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների և սպառողական ծախսերի բաղադրիչների միջև առկա են հետևյալ վիճակագրական վերլուծության արդյունքները.

- Տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների և սպառողական ծախսերի միջև առկա է միջին դրական կապ և կազմել է 0.356:

- Տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների և սննդի ծախսերի միջև առկա է միջին դրական կապ և կազմել է 0.37:

- Տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների և ոչ պարենային ապրանքների ծախսերի միջև առկա է ուժեղ դրական կապ և կազմել է 0.582:

- Տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների և ծառայությունների միջև առկա է միջին բացասական կապ և կազմել է -0.349,

- Տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների և առողջապահության ծախսերի միջև առկա է ուժեղ բացասական կապ և կազմել է -0.629:

- Տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների և կրթության ծախսերի միջև առկա է ուժեղ դրական կապ և կազմել է 0.74;

- Տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների և բնակարանային և կոմունալ ծառայություններին ծախսերի միջև առկա է ուժեղ դրական կապ և կազմել է 0.584:

Եզրակացություն: Տնային տնտեսությունների եկամուտը տնօրինելու առանձնահատկություններով է նաև պայմանավորված երկրի տնտեսության զարգացման մակարդակը, ներուժը ու արագությունը: ՀՀ տնային տնտեսությունների սպառողական ծախսերի կառուցվածքում ամենամեծ բաժինը զբաղեցնում է սնունդը, որի տարեկան միջին տեսակարար կշիռը 2015-2022թթ.-ին կազմել է 41.7%: Երկրորդ տեղը զբաղեցնում են ծառայությունների ծախսերը, որոնց տեսակարար կշիռը կազմել է մոտ 33.3%, իսկ 2020թ.-ին կորոնավիրուսի պայմաններում առողջապահության ծախսերի տեսակարար կշիռը նվազել է, իսկ կրթությանը ավելացել: ՀՀ տնային տնտեսությունների ծախսերի գերակշիռ մասը կազմում են սննդի ձեռքբերումը, ծառայությունների վճարումը: Այդ սուբյեկտների մեծամասնությունը վարքագծի վեկտորը տեղափոխվում է սննդի գնմանը, այնուհետև ծառայություններին, որն էլ արտացոլում է բնակչության ռեսուրսային հնարավորությունները: 2015-2022թթ.-ին իրական դրամական եկամուտները մշտապես գերազանցել են ՄԳԻ-ով ճշգրտված սպառողական ծախսերը, հետևաբար տնային տնտեսությունները դրսևորել են խնայողական վարքագիծ կամ մարել են վարկերը, ավելացրել ներդրումները:

- Իրական դրամական եկամուտների և սպառողական ծախսերի միջև ճկունությունը թույլ է, քանի որ իրական դրամական եկամուտների 1 % աճի դեպքում այդ ծախսերը աճել են 0.97%-ով:

- 2021-2022թ-ին սննդի վրա կատարվող ծախսերի մասնաբաժինը գերազանցել է 2017-2020 թթ-ին առկա տեսակարար կշիռը: Տնային տնտեսությունները իրենց եկամուտների մոտ 43-45 % ծախսել սննդի վրա, սակարող է վկայել այն մասին, որ տնային տնտեսությունների նյութական բարեկեցությունը նվազել է: Որքան ցածր լինի քաղաքացիների կենսամակարդակը, այնքան նրանք ավելի քիչ կկարողանան ծախսել բուժօգնության և ընտանիքի անդամների առողջության, կրթության և մշակութային ժամանցի վրա: Ճկունությունը դրամական եկամուտների նկատմամբ ցածր է, քանի որ իրական դրամական եկամուտների 1 % աճի դեպքում սննդի հետ կապված ծախսերը աճել են 0.99%-ով, իսկ 2021-2022թթ.-ին իրական դրամական եկամուտների 1 % նվազման պայմաններում սննդի ծախսերը աճել են 0.4%-ով:

- 2015-2022թթ.-ին ոչ պարենային ապրանքների ծախսերը դրսևորել են վեր ի վայր բնույթ, իսկ 2021-2022թթ.-ին մշտապես նվազել է, միաժամանակ դրանց տեսակարար կշիռը ընդհանուր սպառողական ծախսերում ավելի բարձր է եղել դիտարկվող ժամանակաշրջանի սկզբի հետ համեմատ: 2015-2022թթ.-ին ոչ պարենային ապրանքների ծախսերի ճկունությունը իրական դրամական եկամուտների նկատմամբ ցածր է, իսկ 2021-2022թթ.-ին բարձր է, քանի որ իրական դրամական եկամուտների 1 % նվազման դեպքում այդ ծախսերը նվազել են 2.4%-ով:

- Տնային տնտեսությունների ծառայությունների գծով ծախսերի վարքագծից բացահայտվել է, որ այդ ծախսերը կայուն ավելացել են մինչև 2018թ-ը, այնուհետև նվազել են, թե 2022թ-ի աճել են, սակայն վերջինս զիջում է 2015թ-ի ցուցանիշը բացարձակ գումարով և սպառողական ծախսերում ունեցած տեսակարար կշիռը: Ճկունությունը դրամական եկամուտների նկատմամբ ցածր է:

- Տնային տնտեսությունների դրսևորած վարքագիծը առողջապահության ծախսերի առումով հիմնականում ունեցել է աճի միտում, սակայն սպառողական ծախսերում դրանց տեսակարար կշիռը դիտարկվող ժամանակաշրջանի վերջում գրեթե չի փոխվել: Ճկունությունը իրական դրամական եկամուտների նկատմամբ ցածր է:

- Տնային տնտեսությունների դրսևորած վարքագիծը կրթության ծախսերի առումով հիմնականում ունեցել է աճի միտում, որին զուգահեռ ավելացել է սպառողական ծախսերում դրանց տեսակարար կշիռը: Ճկունությունը իրական դրամական եկամուտների նկատմամբ բարձր է:

- Տնային տնտեսությունների դրսևորած վարքագիծը բնակ-կոմունալ տնտեսության ծախսերի առումով հիմնականում ունեցել է աճի միտում, որին զուգահեռ ավելացել է սպառողական ծախսերում դրանց տեսակարար կշիռը: Ճկունությունը իրական դրամական եկամուտների նկատմամբ բարձր է:

- 2017-2022թթ-ին, ինդեքսներով ճշգրտված, սպառողական ծախսերի 55-61% բաժին է ընկել սննդին, բնակարանային և կոմունալ ծառայություններին, դրանց միջին մեծությունը կազմել է 57.4%:

ՕԳՏԱԳՈՐԾՎԱԾ ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅԱՆ ՑԱՆԿ

1. Մկրտչյան Ս. 2013, Բնակչության եկամուտների, ծախսերի և խնայողությունների փոխառնչությունները (տեսություն և պրակտիկա), սեղմագիր, Երեվան –1-28 էջ
2. Ոսկանյան Կ. Ն., 2023. Տնտեսական վարքի իրադրային մոդելի հոգեբանական առանձնահատկությունները, Բանբեր Երևանի համալսարանի, փիլիսոփայություն, հոգեբանություն, № 1, 44-54 <https://doi.org/10.46991/BYSU:E/2023.14.1.044>
3. Драганчук Л.С. 2011. Поведение потребителей: теория и практика: монография / Л.С. Драганчук. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т,– 195 с с.. 44
4. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег. /Антология экономической классики. В 2-х томах. Т.2. - М.: ЭКОНОМ, 1992. - с.294.,
5. Жеребин В. М., Болдышева Н.О., Ермакря Н.А. 2006. Жизненный цикл семьи: демографическая, социальная и экономическая линии развития // ЭНСР. — № 3(34). – С. 110.
6. Лысова Е.А. 2019;Поведение потребителей: содержание понятия, социально-экономическая сущность. Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 4: 21–27.
7. Макаp С. В., Ярашева А. В. 2022. Потребительское поведение россиян: возможности и приоритеты // Народонаселение. — Т. 25. — № 4. — С. 68-78. DOI: 10.19181/population.2022.25.4.6; EDN: MONYFA
8. Медведева О. С. 2019, Основные модели потребительского поведения в современных условиях, вестник алтайской академии экономики и права №5 ч.3 - с.88-93,
9. Наталья А. 2019-9-4 П о в е д е н и е п о т р е б и т е л е й: с о в р е м е н н ы е р е а л и и и г л о б а л ь н ы е т р е н д ы, Гуманитарные науки . вестник финансово го университета □ 4’2019, DOI: 10.26794/2226-7867-- с.46-51,
10. Ореховский П. А. 2013. Однородность потребительских предпочтений: существует ли кривая спроса? // Journal of Economic Regulation (Вопросы регулирования экономики). №4. С. 60–72 .
11. Петерс И.А., Смотрова Е.Е., Тихонович Э.А., Шемет Е.А. 2019. Экономико-статистический анализ денежных доходов и потребительских расходов населения // Экономика: вчера, сегодня, завтра. Том 9. № 11А. С. 406-418. DOI: 10.34670/AR.2020.93.11.043
12. Поведенческая экономика: современная парадигма экономического развития : монография / под ред. Г.П. Журавлёвой, Н.В. Манохиной, В.В. Смагиной ; 2016. ТРО ВЭО Рос-сии, ФГБОУ ВО «Рос. экон. ун-т им. Г.В. Плеханова», Научная школа «Экономическая теория» в РЭУ им. Г.В. Плеханова. – М.; Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Дер-жавина,– 340 с.
13. Тарасова Т.В. 2013. Современные подходы к изучению потребительского поведения // Вестник университета. №10. С. 262–267
14. Ухова А.И., Окольнішников А.Д., Беляев Н.А. 2021. Трансформация потребительского поведения россиян в условиях распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) // Вестник Южно-Уральского государственного университета. - - С. 176-181

15. Черкасов С.Н., Камаев Ю.О., Полозков О.И. 2020. Удельный вес расходов на продукты питания в структуре расходов населения старшего возраста. гендерные и возрастные различия бюллетень национального научно-исследовательского института общественного здоровья имени Н.А. СЕМАШКО. № 1 44-51
16. Afonsky S. A., Ladogina A. Y., Samoylenko I. S., Ivanov A. V., Fedorova A. V., Vvedenskaya M. V., Gorokhova A. E. 2020. Cultural Codes of the Youth Subculture // Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems. — Vol. 12. — N S4. — P. 1266–1275.
17. Barbić D, Lučić A, Chen JM. 2019; Measuring responsible financial consumption behaviour. *Int J Consum Stud.* 43:102–112. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12489>
18. Dementieva I. N., Shakleina M. V. 2019, Applying the index method in the research on consumer sentiment. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*, 12(1): 153–173. <https://doi.org/10.15838/esc.2019.1.61.9>
19. Hawkins D.I., Best R.J., Coney K.A. 2004, Consumer Behavior: Implications for Marketing Strategy. – NY.: McGraw-Hill, p. 2
20. Աշխատանքի շուկան Հայաստանում, վիճակագրական ժողովածուի 2008-2023 թթ.
21. ՀՀ-ում սոցիալական պատկերը և աղքատությունը 2016-2023թթ.-ի հաշվետվություններ
22. ՀՀ վիճակագրական տարեգիրք 2016-2023 թթ.

ՀՀ ՏՆԱՅԻՆ ՏՆՏԵՍՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՍՊԱՌՈՂԱԿԱՆ ԾԱԽՍԵՐԻ 2015-2022ԹԹ. ՄԻՏՈՒՄՆԵՐԻ ՎԻՃԱԿԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆԸ

ԳՐԻԳՈՐ ՄԱՆՈՒԿՅԱՆ

Համառոտագիր

Տնային տնտեսությունների սպառողական ծախսերի կազմի և կառուցվածքի դինամիկայի վերլուծությունը արտացոլում է երկրում սոցիալ-տնտեսական միտումները, սոցիալական պաշտպանվածության աստիճանը, երկրի բնականոն զարգացման անհրաժեշտ մակարդակը: Այդ իսկ պատճառով իրականացվել է մեկ տնային տնտեսության ճշգրտված սպառողական ծախսերի կազմի և կառուցվածքի դինամիկայի վերլուծություն և համեմատական գնահատում, ինչպես նաև տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների և սպառողական ծախսերի բաղադրիչների միջև վիճակագրական վերլուծություն:

Հետազոտության նպատակը և խնդիրները: Հոդվածի նպատակն է գնահատել ՀՀ տնային տնտեսությունների սպառողական ծախսերի միտումները: Այդ նպատակին հասնելու համար աշխատանքում առանձնացվել են հետևյալ խնդիրները. ուսումնասիրել սպառողական վարքագիծը բնութագրող մոտեցումները, համակարգել սպառողական վարքագծի վրա ազդող հիմնական գործոնները, իրականացնել ՀՀ տնային տնտեսությունների իրական սպառողական ծախսերի կազմի և կառուցվածքի դինամիկային վերլուծության,

կատարել ՀՀ տնային տնտեսությունների իրական դրամական եկամուտների և սպառողական ծախսերի բաղադրիչների միջև վիճակագրական վերլուծություն, ներկայացնել ՀՀ տնային տնտեսությունների սպառողական վարքագծի առանձնահատկությունները:

Մեթոդաբանություն: Աշխատանքում օգտագործվել են վիճակագրական վերլուծության մեթոդներ, որոնք հիմնված են տնային տնտեսությունների ծախսերի օբյեկտիվ և համապարփակ վերլուծության պահանջների վրա: Հետազոտությունն իրականացվել է գիտական գիտելիքների մի շարք մեթոդների կիրառմամբ, մասնավորապես՝ վերացական-տրամաբանական, համակարգային-կառուցվածքային, սինթեզի, խմբավորման, համեմատական, որոնցով փորձ է արվել ներկայացնել այդ ոլորտում տեղի ունեցող գործընթացների և երևույթների բնութագրերը:

Ստացված հիմնական արդյունքները: Հետազոտությունում ստացված արդյունքներով բացահայտվել են ՀՀ տնային տնտեսությունների սպառողական վարքագծի որոշակի միտումները, ինչ կարող է մեծացնել կանխատեսելու հնարավորությունը, ներկայացնել դրա վրա ազդելու ուղիները, որով հնարավոր է ձևավորել վարքագծի ցանկալի մոդելը:

Բանալի բառեր. վարքագծային տնտեսագիտություն, սպառողական վարքագիծ, տնային տնտեսության իրական եկամուտ, սպառողական ծախսեր

СТАТИСТИКА ТЕНДЕНЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РАСХОДОВ ДОМОХОЗЯЙСТВ РА ЗА 2015-2022 ГГ.

ГРИГОР МАНУКЯН

Аннотация

Актуальность статьи. Анализ динамики состава и структуры потребительских расходов домохозяйств отражает социально-экономические тенденции в стране, степень социальной защищенности, необходимый уровень нормального развития страны. По этой причине был проведен анализ и сравнительная оценка динамики состава и структуры скорректированных потребительских расходов одного домохозяйства, а также статистический анализ между реальными денежными доходами домохозяйств и компонентами потребительских расходов.

Цель и задачи исследования. Целью статьи является оценка тенденций потребительских расходов домохозяйств в Республике Армения. Для достижения этой цели в работе были выявлены следующие проблемы: изучить подходы, характеризующие потребительское поведение, согласовать основные факторы, влияющие на потребительское поведение, провести динамический анализ состава и структуры реальных потребительских расходов домохозяйств РА, провести статистический анализ между компонентами реальных денежных доходов и потребительских расходов домохозяйств РА, представлены характеристики потребительского поведения домохозяйств РА.

Методология. В работе использованы методы статистического анализа, основанные на требованиях объективного и всестороннего анализа расходов

домохозяйств. Исследование проводилось с использованием ряда методов научного познания, а именно абстрактно-логического, системно-структурного, синтеза, группировки, сравнительного, с помощью которых была предпринята попытка представить особенности процессов и явлений, происходящих в данной области.

Получены основные результаты. По результатам исследования выявлены определенные тенденции в потребительском поведении домохозяйств, повышены возможности прогнозирования, представлены способы воздействия на него, с помощью которых можно сформировать желаемую модель поведения.

Ключевые слова. поведенческая экономика, потребительское поведение, реальные доходы домохозяйств, потребительские расходы

STATISTICS OF CONSUMER EXPENDITURE TRENDS OF RA HOUSEHOLDS IN 2015-2022

GRIGOR MANUKYAN

Abstract

Relevance of the article. The analysis of the dynamics of the composition and structure of household consumption expenditures reflects the socio-economic trends in the country, the level of social protection, the necessary level of normal development of the country. Therefore, the analysis and comparative assessment of the dynamics of the composition and structure of the adjusted consumption expenditure of a household was carried out, as well as the statistical analysis between the real monetary income of households and the components of consumption expenditure.

Purpose and research problems. The purpose of the article is to assess the trends of consumption expenditure of Armenian households. In order to achieve this goal, the following issues were identified in the work: influence on consumer behavior, conducting a dynamic analysis of the composition and structure of real consumption expenditures of households, conducting a statistical analysis between the components of real monetary income and consumer expenditures of households, presenting characteristics of households' consumer behavior theories.

Methodology. The research was carried out using a number of methods of scientific knowledge, namely abstract-logical, systemic-structural, synthesis, grouping, comparative, with which an attempt was made to present the characteristics of the processes and phenomena occurring in this field. Methods of statistical analysis based on the requirements of objective and comprehensive analysis of household expenses were used in the research.

The main research findings. The results of the research have revealed certain trends in the consumer behavior of households in order to increase the possibility of forecasting, to present the ways of influencing it, through which it is possible to form the desired model of behavior.

Keywords: behavioral economics, consumer behavior, real household income, consumer spending.