

شکل‌گیری و پایداری عادت‌های مصرفی در خانوارهای ایران

میرحسین موسوی*، الناز خجسته**، فرید دهقانی⁺

DOI:10.30495/ECO.2023.1985604.2755

<p>چکیده</p> <p>هدف مقاله بررسی تأثیر عادت‌های شکل‌گرفته بر رفتار مصرف‌کننده به تفکیک سه اثر نسل، سن و زمان (سال) با ایجاد یک سری داده‌های شبه‌ترکیبی و با استفاده از روش دیتون (۱۹۹۷) بود. بدین‌منظور، در زمینه نسل‌ها، ۱۴ نسل از ۱۳۰۵ - ۱۳۷۴ و درخصوص زمان (سال)، از ۱۳۶۵ - ۱۳۹۴ (۳۵ سال) و سن افراد نیز در بازه زمانی ۱۶ - ۷۲ سال بررسی شد. نتایج تحلیل اثرات نسل نشان داد که مخارج مصرفی با جوان‌تر شدن نسل‌ها روندی افزایشی دارد. همچنین، میزان اثرپذیری مخارج مصرفی جاری از وقفه ۵ دوره قبل خود در طول تمامی نسل‌های مورد بررسی تقریباً ثابت است؛ به‌طوری‌که اختلاف بین قدیمی‌ترین نسل و جدیدترین آن خیلی اندک و معادل ۰/۰۰۰۰۱۸ است. نتایج بررسی اثر زمان، نشان‌دهنده افزایش اثرپذیری مخارج مصرفی جاری از وقفه ۵ دوره قبل خود طی ۱۳۶۵ - ۱۳۷۳ بوده؛ اما، طی دوره ۱۳۷۴-۱۳۸۸ این اثرپذیری به‌طور خیلی بطئی روند کاهشی و سپس، تا ۱۳۹۴ روند افزایشی داشته است. از نظر اندازه تقریبی، این اثرپذیری در تمامی سال‌ها تقریباً ثابت بوده است. نتایج حاصل از تفکیک سنی نیز الگوی چرخه زندگی را تأیید کرده است. به‌طورکلی، این نتیجه استنباط می‌شود که تغییر نسل و سن و سیاست‌های اقتصادی (گذر زمان) موجب نشده این عادت‌ها تغییر اساسی کنند؛ بنابراین، عادت‌های مصرفی خانوارهای ایرانی پایدار بوده است.</p>	<p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۷</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۱۹</p> <p>طبقه‌بندی JEL: C23, D91, E21</p> <p>واژگان کلیدی: عادت‌های مصرفی، مخارج مصرفی خانوار، الگوی دیتون و پاکسون، داده‌های شبه‌ترکیبی.</p>
--	--

* دانشیار، گروه اقتصاد، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصادی، دانشگاه الزهراء، تهران، ایران (نویسنده مسئول)، پست الکترونیکی:

hmousavi@alzahra.ac.ir

khojastehelnaz6@gmail.com

** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، گروه اقتصاد، دانشگاه الزهراء تهران، تهران، ایران، پست الکترونیکی:

fdehghani1979@gmail.com

⁺ دانش‌آموخته کارشناسی ارشد اقتصاد، مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی ایران، تهران، ایران، پست الکترونیکی:

۱. مقدمه

امروزه، یکی از مهم‌ترین مباحث اقتصاد خرد، تحلیل رفتار مصرف‌کننده و شناسایی نیاز مصرف‌کنندگان و سمت تقاضای اقتصاد است. کلید بقا برای سودآوری، رشد و توسعه سمت تقاضای اقتصاد در محیط رقابتی و توانایی شناسایی نیازهای مصرف‌کنندگان و جلب رضایت آن‌هاست. با آگاهی از رفتار مصرف‌کنندگان نه تنها می‌توان نیاز آن‌ها را رفع کرد؛ بلکه می‌توان با کمک به واسطه‌گران و سمت عرضه اقتصاد به تولید محصولاتی جدید متناسب با نیاز مصرف‌کنندگان پرداخت و با به‌کارگیری بهینه منابع تولیدی برای رسیدن به حداکثر کارایی تلاش کرد. این مسئله منجر به ایجاد تعادل در سمت عرضه و تقاضای بازار می‌شود و سیکل‌های تجاری را قابل پیش‌بینی می‌کند.

عوامل زیادی بر رفتار مصرف‌کنندگان تأثیر دارد و جهت‌گیری آن‌ها نسبت به مصرف کالاها را تحت تأثیر قرار می‌دهد که یکی از این عوامل عادت‌هاست. از آنجاکه هرکدام از مصرف‌کنندگان، الگوی مصرف منحصر به فردی دارند، می‌توان با دست‌یافتن به برآیند این الگوی مصرفی، عادت‌های شکل‌گرفته در مصرف‌کنندگان را شناسایی کرد و به پیش‌بینی آن در آینده پرداخت و سیاست‌هایی در سمت عرضه اقتصاد متناسب با نیازهای سمت تقاضا اتخاذ کرد.

حقایق آشکارشده در چهار دهه گذشته اقتصاد ایران نشان‌دهنده این بوده است که جامعه ایرانی گذاری تاریخی از بحران‌های اقتصادی، سیاسی و اجتماعی را تجربه کرده است. در این برهه، برخی بحران‌ها بین همه نسل‌ها مشترک بوده است؛ بحران‌هایی هم وجود داشته که مختص یکی دو نسل بوده است. سوال اصلی مقاله این است که با توجه به این تحولات و بحران‌ها آیا عادت‌های مصرفی بین خانوارهای ایرانی شکل گرفته است؛ منظور از شکل‌گیری عادت این است که آیا رفتار مصرفی در زمان حال، تحت تأثیر رفتار مصرفی در دوره‌های گذشته بوده است. سوال فرعی این است که چنانچه بین خانوارهای ایرانی عادت‌های مصرفی شکل گرفته باشد، آیا این عادت‌ها در طول زمان پایدار بوده است. برای پاسخ دقیق به این پرسش‌ها، اثرات نسل، سن و زمان تفکیک شده است و از داده‌های شبه‌ترکیبی مخارج خانوار استفاده شده است.

برای دست‌یابی به هدف، مقاله به این صورت سازماندهی می‌شود: در ادامه، در بخش دوم، ادبیات پژوهش مرور می‌شود؛ در بخش سوم، روش پژوهش براساس الگوی دیتون (۱۹۸۵)، دیتون و پارکسون (۱۹۹۴) و دیتون (۱۹۹۷) عرضه می‌شود؛ بخش چهارم، شکل‌گیری عادت‌های مصرفی را در بین خانوارهای ایرانی آزمون کرده است؛ بخش پنجم نیز به جمع‌بندی و پیشنهادهای سیاستی اختصاص می‌یابد.

۲. مروری بر ادبیات

- مبانی نظری

- مروری بر نظریه‌های مصرف

یکی از مهم‌ترین موضوعات مورد بحث در مباحث اقتصاد خرد و به‌طور کلی، اقتصاد رفاه، نظریه «رفتار مصرف‌کننده» است که در آن کوشش می‌شود رفتار مصرف‌کنندگان در بازار تبیین شود. تحلیل رفتار مصرف‌کننده براساس «مطلوبیت نهایی»^۱ برای اولین بار، توسط اقتصاددان آلمانی هاینریش گوسن^۲ (۱۸۵۴) ارائه شد. همچنین، دوپویت^۱ (۱۸۸۴) با اتکا

^۱ Marginal Utility^۲ Heinrich Gossen

به تفکیک ارزش مصرفی و مبادله‌ای اسمیت خاطر نشان کرد که برای اندازه‌گیری رفاه، اتکا به ارزش مبادله‌ای کافی نبوده و باید به ارزش‌گذاری ذهنی افراد نیز توجه کرد. وی با طرح ایده‌ای که هم‌اکنون با عنوان «نزولی بودن مطلوبیت نهایی» شناخته می‌شود، مفهومی به نام «مطلوبیت نسبی»^۲ معرفی کرد، چیزی که بعدها آلفرد مارشال^۳ آن را «اضافه رفاه مصرف‌کننده»^۴ خواند (هگر،^۵ ۲۰۰۴).

روش مطلوبیت برای تشریح رفتار مصرف‌کننده در سال‌های ۱۸۷۹-۱۸۷۰ به صورت رسمی وارد علم اقتصاد شد و با چاپ و انتشار نوشته‌های سه اقتصاددان معروف، ویلیام جونز^۶ (۱۸۷۰)، کارل منگر^۷ (۱۸۷۰) و لئون والراس^۸ (۱۸۷۴) رونق بیشتری یافت. مهم‌ترین اشکالی که علیه رویکرد عددی از سوی طرفداران رویکرد ترتیبی ارائه شده است، این است که «مطلوبیت»^۹ یک امر ذهنی است؛ بنابراین، نمی‌توان معیار واحدی را برای همه افراد در نظر گرفت (ارنسون و لوفگرن^{۱۰}، ۲۰۰۷). هدف اولیه از تأسیس مکتب «ترتیبی‌گرایی»^{۱۱} توسط افرادی چون پارتو، اثبات «مطلوبیت نهایی کاهنده»^{۱۲} و «تقعر تابع مطلوبیت»^{۱۳} بود. در این راستا بود که منحنی‌های بی‌تفاوتی مطلوبیت به عنوان ابزاری برای رتبه‌بندی ترجیحات به وجود آمد. بدین ترتیب، رویکرد ترتیبی به‌حدی قوت یافت که به‌مثابه روشی اصیل در رویکرد سنتی تحلیل رفتار مصرف‌کننده معرفی شد.

همه نظریات مصرف پس از کینز (بویژه نظریه سیکل زندگی^{۱۴} و درآمد دائمی^{۱۵}) بر پایه بهینه‌سازی مصرف بین دو دوره‌ای اروینگ فیشر^{۱۶} (۱۹۳۰) بنا شده است. فیشر با بیان بهینه‌سازی مصرف بین دوره‌ای^{۱۷} پایه‌های خرد مورد نیاز را برای اقتصاددانانی چون فریدمن^{۱۸}، آندو^{۱۹} و مودیگلیانی^{۲۰} مهیا ساخت تا نظریه‌های خود در باب مصرف را ارائه دهند (رحمانی، ۱۳۸۸). «فرضیه چرخه زندگی» بیان می‌کند که فرد به این دلیل مبادرت به مصرف می‌کند که مطلوبیت انتظاری خود را در طول زندگی خود حداکثر سازد؛ بدین دلیل، میزان مصرف وی نه تنها تابعی از درآمد جاری که مبتنی بر درآمد و ثروت انتظاری وی در طول زندگی است؛ بنابراین، یکی از تبعات این نظریه این است که مصرف فرد در طول زمان دارای خط سیر روشنی است و بنابراین، قابل پیش‌بینی و باثبات است (تفضلی، ۱۳۸۵). فریدمن (۱۹۵۷) نیز همانند مودیگلیانی فرض می‌کند که مصرف‌کننده، بهینه‌یابی بین دوره‌ای را قاعده رفتار مصرفی خود تلقی می‌کند.

¹ Dupuit

² Relative Utility

³ Alfred Marshall

⁴ Consumer Surplus

⁵ Heger

⁶ William Jones

⁷ Karl Menger

⁸ Leon Walras

⁹ Utility

¹⁰ Aronsson and Löfgren

¹¹ Ordinality

¹² Diminishing Marginal Utility

¹³ Concavity of Utility Function

¹⁴ Life Cycle Theory

¹⁵ Permanent Income

¹⁶ Irving Fisher

¹⁷ Intertemporal Consumption Optimization

¹⁸ Friedman

¹⁹ Ando

²⁰ Modigliani

کالدور^۱ خاطر نشان می‌کند که مصرف کل می‌تواند تابع توزیع درآمد باشد. حال معتقد است مصرف مردم در طول عمر حالت یکنواخت دارد و هر سال مردم به مقدار یکسان مصرف می‌کنند؛ بنابراین، مصرف سال‌های آینده همان مصرف فعلی است (شاگری، ۱۳۸۷، ص. ۷۲۳). یکی از اولین نظریه‌هایی که توجه زیادی را به خود جلب کرد، «فرضیه درآمد نسبی»^۲ دوزنبری^۳ بود که وی آن را در سال ۱۹۴۹ ارائه داد. دوزنبری الگوی خود را بر دو ایده اساسی بنا کرد که از تحلیل‌های اقتصادی قبلی متفاوت بود که عبارت بودند از: (۱) ایده اثر نمایشی و (۲) ایده چسبندگی مصرف و اثر چرخ‌دنده‌ای (رحمانی، ۱۳۸۸، ص. ۸۳). وی استدلال می‌کند که مصرف هر فرد تحت تأثیر عادات و آداب مصرفی سایر افراد است. عادت‌ها در زندگی روزانه ما اهمیت زیادی دارند. بعضی یا حتی همه رفتارهای ما می‌تواند از روی عادت باشد. اغلب اقتصاددانان معتقدند که الگوی مصرف گذشته مهم‌ترین عامل تعیین‌کننده الگوی مصرف حاضر است، و به همین خاطر باید بین تابع تقاضای کوتاه‌مدت و بلندمدت تفاوت قائل شد. در یافته‌های ورپلنکن^۴ نشان داده شد که رفتارهای پیچیده به سطح پایین‌تر حالت خودکار نسبت به رفتارهای ساده دست می‌یابند. اگرچه، تعداد تکرار در مطالعات او محدود بود؛ اما نشان داد که کار پیچیده همانند کار ساده با تکرار زیاد، می‌تواند به عادت تبدیل شود. اگرچه وود و همکاران^۵ (۲۰۰۲) متوجه شدند که کار پیچیده به همراه فکر زیاد در مورد آن کار در طول انجام آن نسبت به کار ساده همراه است که این مسئله نشان می‌دهد که آن‌ها ممکن است حالت خودکار کمتری داشته باشند. وود و نیل^۶ (۲۰۰۷) مطرح کردند که تکرار عادت در شرایط ثابت و وقتی که رفتارها پیچیده است، منجر به توسعه هدایت خودکار اهداف نسبت به عادت می‌شود.

- پیشینه تجربی

با توجه به اهمیت بسزایی که عادت‌های مصرفی در تحلیل رفتار مصرف‌کننده دارد، مطالعات زیادی در مورد تأثیر و نقش این عادت‌ها در رفتار مصرفی افراد انجام شده است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود. اسپینوین^۷ (۱۹۷۹) در مطالعه خود به بررسی شکل‌گیری عقلایی عادت می‌پردازد. وی بیان می‌کند اگر سلیقه مصرف‌کننده به صورت درون‌زا تغییر کند وابسته به مصرف گذشته خواهد بود. ممکن است عادت‌های شکل گرفته در آینده، تحت تأثیر مصرف جاری باشد. وی یک مدل با شکل‌گیری عادت‌های عقلایی و یک مدل مصرف موقتی بدون عادت‌های شکل گرفته با بازتعریفی از هزینه مصرف و ثروت صورت‌بندی می‌کند. منکیو (۱۹۸۲) براساس چارچوب نظری تابع مصرف حال نشان می‌دهد که مخارج مربوط به کالاهای مصرفی بادوام به جای خودرگرسیون مرتبه اول از فرایند خودرگرسیون میانگین متحرک مرتبه اول پیروی می‌کند که براساس برآوردهای مربوط به داده‌های کشور آمریکا فرضیه موردنظر رد می‌شود و همچنین، نتایج نشان می‌دهد که بین مخارج روی کالاهای بادوام و بی‌دوام و خدمات تفاوت معناداری وجود ندارد.

¹ Kaldor

² Relative Income Hypothesis

³ Dusenberry

⁴ Verplanken

⁵ Wood et al.

⁶ Wood and Neil

⁷ Spinnewyn

فرسون و کنستانتینیدس^۱ (۱۹۹۱) اثرات ترکیبی دیرپایی کالاها و شکل‌گیری عادات در انتخاب‌های مصرف را برای داده‌های ایالات متحده آزمون کردند. آن‌ها دریافتند شکل‌گیری عادات در داده‌های ماهیانه، فصلی و سالیانه بر دیرپایی کالاها غالب است.

دیتون، کارول، اورلند و ویل^۲ (۱۹۹۵) به بررسی شکل‌گیری عادت که باعث برانگیختن رفتار پس‌انداز احتیاطی می‌شود، پرداختند و به این نتیجه رسیدند که شکل‌گیری عادت به رفتار احتیاطی منجر می‌شود؛ زیرا مصرف‌کنندگان برای دست‌یابی به رشد بیش‌تر در مصرف، بیشتر پس‌انداز می‌کنند؛ درحالی‌که مصرف‌کنندگان بدون ماندگاری عادت تمایل دارند که در طول همان دوره‌ها مصرف کنند. شکل‌گیری عادت باعث می‌شود که مصرف‌کننده در بیشتر شدن مصرف از خود ایستادگی و مقاومت بروز دهد.

دورهام و هین^۳ (۲۰۱۴) با استفاده از داده‌های پرسش‌نامه‌ای شکل‌گیری عادت بین خانوارها را آزمون کرده‌اند. برای این منظور، آنها سیستم تقاضای مربوط به ۱۷ کالا را که با داده‌های مقطعی برآورد می‌شود، با سیستمی مشابه که براساس داده‌های سری برآورد زده‌شده، مقایسه کردند؛ یعنی از سیستم معادله درجه دوم مخارج مصرفی^۴ برای آزمون فرضیه‌ها استفاده کردند. نتیجه نشان‌دهنده این بود که عامل عادت به‌طور معنادار بین این دو داده متفاوت است و در داده‌های مقطعی نسبت به داده‌های سری زمانی کوچک‌تر است.

دایان^۵ (۲۰۱۶) شکل‌گیری عادت در مصرف‌کنندگان را با استفاده از داده‌های خانوار همراه با برآورد مدل رگرسیون پانل بررسی کرده است. در این پژوهش، شکل‌گیری عادت‌های غذایی در مصرف‌کننده با استفاده از داده‌های مصرف بررسی می‌شود. نتایج حاکی از فقدان عادت‌های مصرفی سالانه بوده است.

هاورانک، روسناک و سوکولووا^۶ (۲۰۱۷) به بررسی ۵۹۷ برآورد از شکل‌گیری عادت در مصرف که از ۸۱ مقاله چاپ‌شده در ۵ مجله معتبر^۷ گردآوری شده‌اند، پرداختند. میانگین پارامتر عادت مصرفی ۰/۴ بوده است. هیستوگرام مربوط به این برآوردها در نمودار (۱) آورده شده است. خط عمودی تیره نشان‌دهنده میانه تمام برآوردهاست و خط چین نشان‌دهنده میانه برآوردهای گزارش شده است.

¹ Ferson & Constantinides

² Deaton, Carroll & Overland Weil

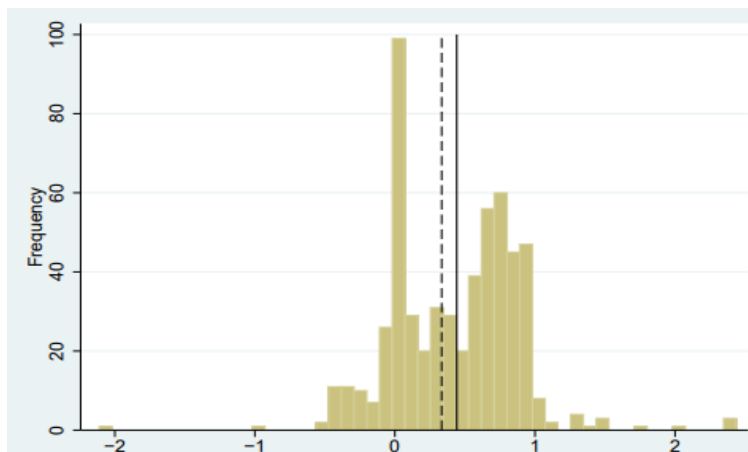
³ Dale Heien & Cathy Durham

⁴ Quadratic Expenditure System

⁵ Dayan

⁶ Harvanek, Rosnak and Sokolova

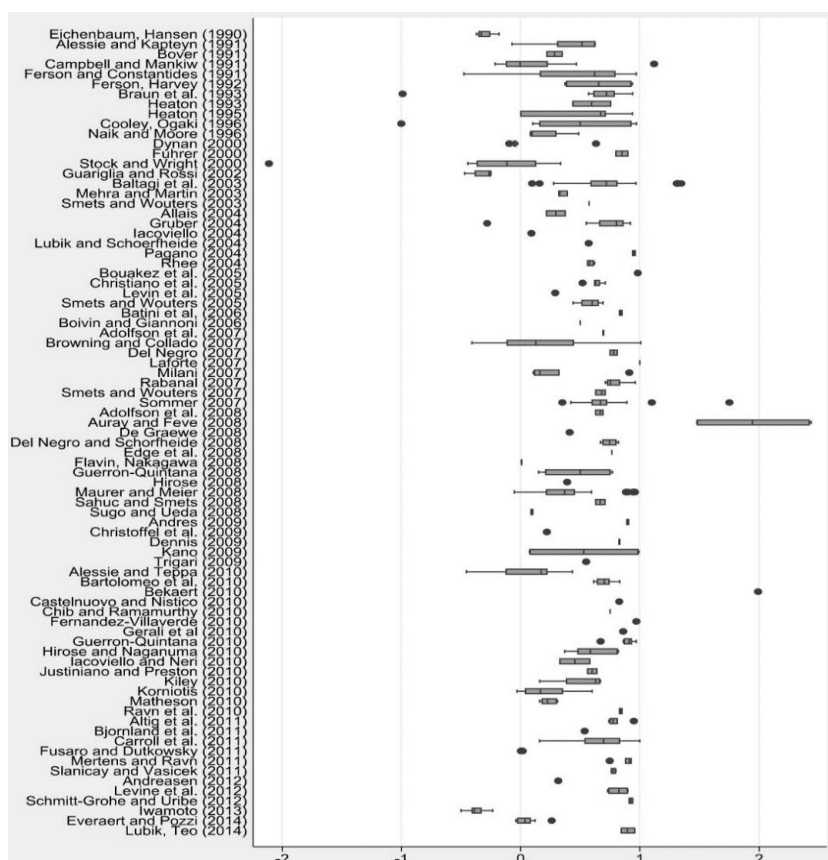
⁷ American Economic Review, Econometrica, Journal of Political Economy, Quarterly Journal of Economics, and Review of Economic Studies



نمودار ۱. هیستوگرام پارامتر عادت مصرفی برآوردشده در ۵۹۷ برآورد

منبع: هاورانک، روسناک و سوکولووا، ۲۰۱۷.

برخی از این مطالعات و مقادیر برآوردشده آنها در نمودار (۲) آورده شده است. براساس نتایج نمودار، تمرکز برآورده بین ۰/۱ تا ۰/۶ است.



نمودار ۲. مقادیر برآوردشده پارامتر عادت مصرفی

منبع: هاورانک، روسناک و سوکولووا، ۲۰۱۷.

برخی مطالعات داخلی نیز به بررسی شکل‌گیری عادت یا ارتباط مصرف خانوارها به مصارف خود در دوره‌های گذشته پرداخته‌اند که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌شود.

زراءنژاد (۱۳۸۲) در مقاله‌ای به برآورد تابع مصرف کالاهای مصرفی برای دو گروه خانوارهای شهری و روستایی ایران در دوره ۱۳۵۳-۱۳۷۷ پرداخته است و براساس فرضیه دوگانگی فی-رانیس، به دو صورت تابع مصرف ایران را تفکیک کرده است: (۱) دو بخش شهری و روستایی؛ (۲) کالاهای مصرفی بی‌دوام و بادوام. نتایج برآورد تابع مصرف برای سال‌های ۱۳۵۳-۱۳۷۷ نشان می‌دهد که نظریه فریدمن در مقایسه با نظریات کینز، دوزنبری و مودیگیلانی قدرت بیشتری در تبیین رفتار مصرفی جامعه ایرانی دارد. مصرف بلندمدت ایران از مبدأ مختصات می‌گذرد و در تمام نقاط شیب یکسانی دارد. بنابراین، در بلندمدت میل نهایی به مصرف در ایران ثابت و برابر با میل متوسط به مصرف است.

راغفر، موسوی و سادات اصل (۱۳۹۲) به بررسی اثرات ویژگی‌های خانوار بر مخارج مصرفی براساس مدل‌سازی داده‌های شبه‌پنل با استفاده از داده‌های ۱۱ دوره زمانی (۱۳۸۹-۱۳۷۹) پرداخته‌اند. ردیابی داده‌های مقطعی به‌طور منظم در طول زمان باعث ایجاد داده‌های چندبعدی شبه تابلویی می‌شود که در بررسی رفتار کوهرت‌ها به‌کار می‌رود. در اینجا ۸ کوهرت سنی تشکیل شده است و با به‌کارگیری روش شبه‌پنل اقدام به بررسی تأثیر ویژگی خانوار بر پویایی مخارج مصرفی در هر گروه شده است که درنهایت، این نتیجه حاصل شد که بررسی داده‌های شبه‌پنل در طول زمان، اثر ویژگی‌های سرپرست خانوار را بر پویایی مخارج مصرفی در یک کوهرت و در یک دوره نشان می‌دهد و یک روش قدرتمند برای بررسی ویژگی‌های سرپرست خانوار و کنترل آن‌ها در طول زمان ایجاد می‌کند. همچنین، آنها نشان دادند که متغیرهای کیفی از جمله میزان تحصیلات سرپرست خانوار، وضعیت فعالیت شغلی سرپرست خانوار، سن و جنسیت سرپرست خانوار از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر آسیب‌پذیری سرپرست خانوار است.

روشن (۱۳۹۲) در مقاله‌ای به بررسی شکل‌گیری عادت، دیرپایی کالاهای بادوام و چشم و هم‌چشمی در مصرف بین‌دوره‌ای خانوار ایرانی با استفاده از روش گشتاور تعمیم‌یافته پرداخته است که در آن دو پرتفوی موزون حاوی عمده‌ترین دارایی‌هایی که خانوار در سبد دارایی‌های خود نگاه‌داری می‌کند، ساخته شده است. سپس با استفاده از روش گشتاور تعمیم‌یافته مدل‌هایی برای برآورد چگونگی تأثیر شکل‌گیری عادت، دیرپایی کالاها و اثر چشم‌وهم‌چشمی در مصرف برای دوره زمانی ۱۳۵۷-۱۳۹۰ ایجاد کرده و آزمون نمودند. نتایج نشان داد که برای کالاهای نیمه‌بادوام، اثر شکل‌گیری عادت مصرفی بر اثر دیرپایی کالاها غلبه می‌کند؛ اما در مورد کالاهای بادوام این رابطه برعکس می‌باشد. درحالت ترکیبی (کالاهای بادوام و نیمه‌بادوام) نیز اثر شکل‌گیری عادت مصرفی بر اثر دیرپایی کالاها غالب است. همچنین، نتایج گویای آن است که ضریب اثر چشم‌وهم‌چشمی به‌طور متوسط برابر ۰/۶۵ می‌باشد که بیانگر وجود اهمیت بالای مصرف نسبی در الگوی مصرفی خانوارهای ایرانی است.

راغفر و باباپور (۱۳۹۳) به تجزیه و تحلیل رفتار بین‌نسلی هزینه مصرفی خانوارهای شهری با استفاده از داده‌های شبه تابلویی با استفاده از مدل دیتون (۱۹۹۷) پرداختند. هزینه مصرفی به سه اثر سن، نسل، سال تجزیه شده است. تمرکز اصلی این مدل، تبیین رفتار بین‌نسلی است. بدین‌منظور، با ترکیب داده‌های مقطعی بودجه خانوار سال‌های ۱۳۶۳ - ۱۳۹۱ و با ساخت داده‌های شبه تابلویی، رفتار متولدین ۱۳۰۵ - ۱۳۵۹ به مدت ۲۹ سال دنبال می‌شود. همچنین، نرخ بیکاری به‌عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار بر هزینه مصرفی افراد موردبررسی قرار می‌گیرد. نتایج حاکی از

آن است که هزینه مصرفی نسل‌های جدید در مقایسه با نسل‌های قبلی در سنین مشابه افزایش یافته است؛ اما روند این افزایش، کاهش است. نتایج مربوط به اثر سن نشان می‌دهد که اثر سن برای هزینه مصرفی تا سن ۵۰ سالگی در حال افزایش است و بعد از سن ۶۰ سالگی تقریباً ثابت و سپس با شیب خیلی ملایمی در حال کاهش است. همچنین، نشان می‌دهد که هزینه دوران زندگی با تغییرات اقتصادی ایران در سال‌های مختلف هماهنگی دارد. نتیجه تفکیک نرخ بیکاری به اثر سن نشان می‌دهد که نرخ بیکاری از سن ۲۵ - ۳۷ سالگی در حال کاهش است و بعد از آن تقریباً ثابت است. نتایج اثر نسل نیز حاکی از آن است که در سنین مشابه، تفاوت قابل توجهی در نرخ بیکاری متولدین ۱۳۰۵ - ۱۳۴۹ وجود ندارد؛ اما اثر نسل از متولدین ۱۳۵۰ به بعد روبه افزایش است.

در این مقاله با استفاده از تفکیک اثرات نسل، سن و زمان به شکل‌گیری عادت در مصرف خانوارهای ایرانی و همچنین، آزمون پایداری آن با استفاده از روش داده‌های شبه‌پنل پرداخته شده است و از این لحاظ دارای نوآوری نسبت به مطالعات بررسی شده است؛ البته به لحاظ روش پژوهش (دیتون ۱۹۹۷) مشابه مطالعه راغفر و باباپور (۱۳۹۳) است ولی به لحاظ طول دوره زمانی مورد بررسی، در نظر گرفتن کل خانوارهای ایرانی، نحوه گروه‌بندی و لحاظ نسل‌ها و همچنین، ماهیت وابستگی مصرف دوره جاری به مصرف دوره‌های قبل تفاوت دارد.

جداسازی اثرات نسل، سن و زمان در حوزه‌های مختلفی از جمله جامعه‌شناسی، جمعیت‌شناسی و اقتصاد استفاده شده که می‌توان در حوزه جامعه‌شناسی و جمعیت‌شناسی به مطالعات هابکرفت، منکن و پرستون^۱ (۱۹۸۹) و مارتین^۲ (۲۰۰۹) اشاره کرد. در اقتصاد نیز می‌توان به مطالعات دیتون^۳ (۱۹۸۵)، برانینگ، دیتون و آیریش^۴ (۱۹۸۵)، دیتون و پاکسون^۵ (۱۹۹۴)، پاکسون (۱۹۹۶)، آتاناسیو^۶ (۱۹۹۸)، پارکر^۷ (۱۹۹۹) و مکنزی^۸ (۲۰۰۶) اشاره کرد.

۳. روش پژوهش

تجزیه و تحلیل الگوی مصرف در چرخه زندگی اول اینکه دارای ماهیتی پویا و دوم، دارای تنوع رفتار بین مقاطع مختلف است. ماهیت پویا به این معنی که مصرف جاری تابعی از مقادیر خود در طول دوره‌های گذشته است. تنوع رفتار به این معنی که افراد با گروه‌های سنی مختلف رفتار مصرفی متفاوت دارند. بنابراین، بهتر است در تحلیل رفتار مصرفی خانوارها از داده‌های ترکیبی استفاده شود که امکان بررسی تغییرات در روند مصرف در طول زمان و بین گروه‌های مصرفی مختلف فراهم شود. استفاده از داده‌های ترکیبی علیرغم مزایای مهم، دارای محدودیت‌هایی نیز هستند. مهم‌ترین محدودیت استفاده از این نوع داده‌ها، مشکلات تهیه و تولید آن در طول زمان است. برای رفع مشکلات مربوط به جمع‌آوری داده‌های ترکیبی در طول زمان، می‌توان طبق پیشنهاد دیتون (۱۹۸۵) با استفاده از داده‌های مقطعی متوالی، اقدام به تولید داده‌های شبه‌تابلویی نمود.

¹ Hobcraft, Menken and Preston

² Martin

³ Deaton

⁴ Browning, Deaton and Irish

⁵ Deaton and Paxon

⁶ Attanasio

⁷ Parker

⁸ McKenzie

داده‌های مقطعی متوالی از ترکیب داده‌های مقطعی و سری زمانی (در بازه زمانی مشخص) حاصل شده و در واقع، ساختاری از سری زمانی مقاطع را نشان می‌دهد که این مقاطع در طول زمان یکسان نیستند و این مسئله مانع بررسی خانوار خاص در طول زمان می‌شود. در این روش به جای بررسی داده‌ها در سطح افراد، داده‌ها در سطح گروه بررسی می‌شوند. در واقع بررسی گروه‌های معینی از افراد در طول زمان توسط نماینده آن‌ها انجام می‌شود (دیتون و پاکسون، ۱۹۹۴). با استفاده از روش دیتون که از معروف‌ترین و متداول‌ترین روش‌ها در بررسی رفتار بین‌نسلی است، مخارج مصرفی به سه اثر نسل، سن و سال تجزیه می‌شود. اثر سن نشان‌دهنده ویژگی‌های نمونه‌ها در سنین مختلف است. اثر نسل نشان‌دهنده روندهای زمانی است که به تغییرات هزینه‌ای در یک نسل خاص در نمونه مورد بحث منجر می‌شود و در نهایت، اثر سال، اثرات کلانی که به‌طور هم‌زمان ولی موقتی همه نسل‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، نشان می‌دهد. در داده‌های مقطعی متوالی و شبه‌ترکیبی به جای استفاده از آمار تک‌تک خانوارها (با افراد) وضعیتشان در گروه‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای این کار، خانوارها (یا افراد) را براساس یک مشخصه خاص مثلاً سال تولد گروه‌بندی کرده؛ سپس، از میانگین اطلاعات مورد نیاز در گروه به‌عنوان اطلاعات مورد استفاده برای نماینده گروه استفاده می‌شود. به این ترتیب، برای هر گروه در هر سال نمونه‌ای وجود خواهد داشت که میانگین اطلاعات آن‌ها به‌عنوان مشخصات افراد نمونه در بررسی‌هاست. در نتیجه، با استفاده از روش دیتون یک سری داده‌های شبه‌ترکیبی برای چندین سال متوالی ساخته می‌شود که می‌تواند جایگزینی برای داده‌های ترکیبی باشد.

به‌منظور برآورد موقعیت نسبی الگوی مصرف در چرخه زندگی برای هم‌گروه‌ها یا نسل‌های مختلف، داده‌های هم‌گروه از نظر سن، نسل و سال و با استفاده از مدل آماری دیتون (۱۹۹۷) تجزیه شد. از آنجا که دامنه تغییرات هزینه خانوارها زیاد است برای تحلیل داده‌ها از روش واریانس لگاریتم هزینه مدل پیشنهادی دیتون (۱۹۹۷) و دیتون پاکسون (۱۹۹۴) که از معروف‌ترین روش‌ها برای بررسی رفتارهای بین‌نسلی است، استفاده شده است.

طبق «فرضیه درآمد دائمی» که دیتون (۱۹۹۴) از آن استفاده کرده است، نرخ‌های دستمزد، درآمد و پس‌انداز معمولاً توزیع سنی نرمال دارند به شکلی که در اوایل زندگی در حال افزایش است، در میان‌سالی به اوج خود می‌رسد و پس‌از آن، دوباره کاهش می‌یابد. پس، می‌توان گفت تمامی این متغیرها در طول زمان در حال تغییر هستند؛ به طوری که مصرف با توسعه اقتصادی افزایش یافته و بعد خانوار نیز در زمان توسعه اقتصادی در حال گذار جمعیتی است و اندازه خانوار کوچک می‌شود. در نتیجه، شکل سنی این متغیرها درون نسل‌ها ثابت ولی از نسلی به نسل دیگر متفاوت است. این علت می‌تواند دلیل خوبی برای استفاده از نسل‌ها و بررسی ویژگی‌ها در نسل‌ها باشد که با تفکیک داده‌های نسلی به اثرات سن، نسل و سال این مهم به دست می‌آید. به‌طور مشخص، در این مدل فرض می‌شود که بین اثرات سن، نسل و سال اثر متقابلی وجود ندارد؛ بنابراین، برای مثال، شکل ویژگی‌های سن با تغییر جایگاه آن‌ها تغییر نمی‌کند. رابطه (۱) نحوه این تفکیک را برای لگاریتم مصرف و براساس روش دیتون نشان می‌دهد:

$$\ln(y_{c,t}) = \beta + \alpha_a + \gamma_c + \varphi_t + \varepsilon_{c,t} \quad (1)$$

در این مدل، اندیس c متعلق به نسل، اندیس t متعلق به سال و a متعلق به سن نسل c در زمان t است؛ بنابراین، $\ln(y_{c,t})$ متوسط لگاریتم هزینه نسل c در زمان t، α_a اثر سن برای سن a است که رفتار مصرف یک فرد را در سنین مختلف نشان می‌دهد، γ_c اثر نسل برای نسل c است که رفتار مصرف نسل‌های مختلف در سنین مشابه را نشان می‌دهد و φ_t اثر زمان برای سال t است که شرایط اقتصادی و شوک‌های مصرف را نشان می‌دهد. برای تفکیک اثر

سن، نسل و سال در رابطه (۱) روش‌های مختلفی وجود دارد که مرسوم‌ترین آن‌ها استفاده از متغیرهای مجازی یا چندجمله‌ای است؛ در صورتی که تعداد مشاهدات به اندازه کافی زیاد باشند برای تفکیک هر سه اثر می‌توان از متغیرهای مجازی استفاده کرد. با فرض اینکه A ماتریس متغیرهای مجازی سن، C ماتریس متغیرهای مجازی نسل و D ماتریس متغیرهای مجازی سال باشند. داده‌های نسلی به صورت زوج‌های نسل - سال مرتب می‌شوند؛ یعنی، هر مشاهده مربوط به نسلی مشخص در سالی مشخص است. اگر m زوج نسل - سال وجود داشته باشد، پس تعداد سطرهای هر یک از ماتریس‌های فوق m و تعداد ستون‌ها به ترتیب تعداد سن‌ها، تعداد نسل‌ها و تعداد سال‌های مورد بررسی خواهند بود که در نتیجه آن می‌توان رابطه (۱) را به صورت رابطه (۲) بازنویسی کرد:

$$\ln(y) = \beta + A\alpha + C\gamma + D\varphi + \varepsilon \quad (2)$$

در این مدل، $\ln(y)$ برداری از زوج‌های سال - نسل است که هر سطر آن مربوط به میانگین لگاریتم مصرف (طبق فرض به واریانس لگاریتم مصرف) آن نسل در سال خاص است. همچنین، α, γ, φ به ترتیب، از چپ به راست، پارامترهای مربوط به سن و نسل و سال و ε بردار خطاست. به طور معمول، برای جلوگیری از هم‌خطی باید یک ستون از هر سه ماتریس حذف شود؛ اما با این رویکرد نیز برآورد رابطه (۲) به دلیل وجود رابطه خطی بین سه ماتریس امکان‌پذیر نیست؛ زیرا با مشخص بودن نسل، سال و سن نیز خودبه‌خود مشخص می‌شود. سن نسل c در زمان t از رابطه (۳) به دست می‌آید:

$$a_{ct} = t - c \quad (3)$$

در نتیجه روابط بین ماتریس متغیرهای مجازی به صورت رابطه (۴) خواهد شد:

$$As_a = Ys_y - Cs_c \quad (4)$$

که در آن بردارهای S دنباله‌های عددی به صورت $\{0, 1, 2, 3, \dots\}$ هستند که با توجه به تعداد ستون‌های ماتریسی که در آن ضرب شده است دارای طول است. به دلیل اینکه تنها یک اتحاد داریم، پس لازم است که برای برآورد مدل بیش از یک ستون از هر سه ماتریس حذف شود. با تعریف α, γ, φ به صورت روابط (۵):

$$\begin{aligned} \tilde{\alpha} &= \alpha + k \cdot s_a \\ \tilde{\gamma} &= \gamma - k \cdot s_c \\ \tilde{\varphi} &= \varphi - k \cdot s_y \end{aligned} \quad (5)$$

k مقداری ثابت است و با جای‌گذاری آن در رابطه (۶) مقدار y تغییری نمی‌کند.

$$\ln(y) = \beta + A\alpha + C\gamma + D\varphi + \varepsilon \quad (6)$$

بر اساس رابطه (۶) برای نرمال کردن متغیرهای مجازی می‌توان یک روند زمانی را به متغیرهای مجازی سن اضافه کرد و این روندها را از متغیرهای نسل و سال کم کرد که این روش بسیار پیچیده‌ای است. رد این روش فرض بر این است که عوامل تأثیرگذار روی نابرابری مصرف اثر سن و نسل هستند و اثر سال، اثر شوک‌های کلان را که در بلندمدت به طور میانگین صفر در نظر گرفته می‌شوند، کنترل می‌کند که این شرط را با رابطه (۷) می‌توان نشان داد:

$$S_y \varphi = 0 \quad (7)$$

ساده‌ترین روش برای برآورد رابطه (۶) به شرط رابطه (۷) برآورد $\ln(y)$ روی متغیرهای مجازی برای هر نسل با حذف بردار متغیر مجازی نسل اول، متغیرهای مجازی برای هر سن با حذف بردار متغیر مجازی سن اول و یک مجموعه از $T-2$ متغیر مجازی از $t=3, \dots, T$ که به صورت رابطه (۸) تعریف می‌شوند:

$$d_t^* = d_t - [(t-1)d_2 - (t-2)d_1] \quad (8)$$

که در آن، d متغیر مجازی سال است که در زمان t برابر با یک و در غیر این صورت، برابر با صفر است. در این رابطه برای از بین بردن هم‌خطی‌ها در روابط مجبور به حذف بردار مجازی نسل اول برای هر نسل و بردار مجازی سن اول برای هر سن هستیم. با استفاده از این روش در بررسی شکل‌گیری عادت مصرفی در خانوارهای ایرانی مخارج مصرفی به تفکیک نسل، سن و زمان مورد توجه قرار می‌گیرد.

به‌زعم روشن (۱۳۹۷) در مدل‌هایی که شکل‌گیری عادت مصرفی در تابع مطلوبیت خانوار وارد شده است، مطلوبیت به سطح مصرف و انباشت عادات که مقادیر باوقفه‌ای از متوسط مصرف است، بستگی دارد. این بدان معناست که عادات مصرفی مردم در یک بازه زمانی به‌دست می‌آید. در واقع، چندین دسته‌بندی از شکل‌گیری عادات وجود دارد. به‌طورکلی، عادات مصرفی به دو نوع بیرونی و درونی تقسیم می‌شود. عادات بیرونی که توسط افرادی چون ابل^۱ (۱۹۹۰)، گالی^۲ (۱۹۹۴)، کمپل و کوکران^۳ (۱۹۹۹) ارائه شده است، بر این موضوع دلالت دارد که ترجیحات خانوار بر پایه وقفه‌های مصرف کل است؛ به‌عبارت‌دیگر، عادات بیرونی وابستگی ترجیحات را ارائه می‌کند؛ به‌گونه‌ای که نشان می‌دهد که رفتار مصرفی یک خانوار به تصمیمات سایر گروه‌های مرجع مصرفی جامعه (نظیر متوسط مصرف کل و یا مصرف همسایه‌ها) ارتباط دارد. شکل‌گیری عادات درونی مصرفی بر این اساس است که مصرف خانوارها به مصرف دوره‌های گذشته خودشان وابسته است (ساندارسان^۴، ۱۹۸۹؛ ریدر و هیل^۵، ۱۹۷۳ و کانستانتینیدز، ۱۹۹۰). در واقع این دو نوع عادت از زمینه‌های روانشناسانه متفاوتی نشأت می‌گیرند. عادات بیرونی بیشتر منسوب به انگیزه‌های چشم و هم‌چشمی (حسادت) در مصرف است؛ درحالی‌که عادات درونی مربوط به جنبه‌های روانی شکل‌گیری عادات یک خانوار نوعی می‌شود. بر این اساس، می‌توان مدل رگرسیونی را به‌صورت رابطه (۹) تصریح کرد:

$$c_{it} = \alpha_i + \beta_i c_{it-5} + u_{it} \quad (9)$$

که در این فرمول، c_{it} لگاریتم مخارج مصرفی در دوره t ، α_i عرض از مبدأ، β_i اثر مخارج مصرفی با پنج وقفه بر مخارج مصرفی جاری است که به تفکیک نسل، سن و زمان ارائه می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، بیانگر کشش مخارج مصرفی نسبت به مقادیر با وقفه ۵ خودش است. u_{it} جمله اخلاص می‌باشد.

داده‌های مورد استفاده در این تحقیق، داده‌های خام طرح آمارگیری از ویژگی‌های اقتصادی و اجتماعی خانوار است که توسط مرکز آمار ایران طی سال‌های ۱۳۶۵ - ۱۳۹۴ و برای خانوارهای شهری و روستایی جمع‌آوری شده است. در زمینه نسل، ۱۴ نسل از سال ۱۳۰۵ - ۱۳۷۴ مورد بررسی قرار گرفتند که اختلاف سنی هر گروه ۵ سال تعیین شده است. این نسل‌ها متولدین سال‌های ۱۳۰۵ - ۱۳۰۹، ۱۳۱۰ - ۱۳۱۴، ... و ۱۳۷۵ - ۱۳۸۰ هستند. در خصوص زمان (سال)، این تحقیق در طول ۳۰ سال از ۱۳۶۵ - ۱۳۹۴ به بررسی خانوارهای ایرانی می‌پردازد. همچنین، سن افراد مورد بررسی در بازه ۱۶ - ۷۲ سال است. میانگین طبقه سنی هر نسل، به‌عنوان نماینده آن در جدول (۱) قرار گرفته است. برای مثال، سن نسل اول (متولدین ۱۳۰۵ - ۱۳۰۹) در سال ۶۵ بین سنین ۵۶ - ۶۰ بوده است. در جدول (۱)

¹ Abel

² Gali

³ Campbell and Cochrane

⁴ Sundaresan

⁵ Ryder and Heal

چگونگی بررسی و تفکیک سه اثر نسل، سن و زمان براساس روش دیتون نشان داده شده است. درایه سطر ۲ و ستون ۲ نشان‌دهنده تعداد افراد متولدین سال ۱۳۰۵ - ۱۳۰۹ که در سال ۱۳۶۵ از سن ۵۶ - ۶۰ سال برخوردار بودند. به عبارت دیگر، براساس این جدول می‌توان مخارج مصرفی متولدین ۱۳۰۵ - ۱۳۰۹ را که در سال ۱۳۶۵ سن آنها بین ۵۶ - ۶۰ سال بوده است، استخراج کرد. طی سال‌های ۱۳۶۵ - ۱۳۹۴ روند تغییرات قیمت‌ها یکسان نبوده است و استفاده از ارقام به قیمت جاری گمراه‌کننده است و موجب نتایج غیرقابل اتکا می‌شود. برای رفع این مشکل، داده‌های موردبررسی با استفاده از شاخص قیمت مصرف‌کننده خانوارها به قیمت سال پایه ۱۳۹۰ که از سایت مرکز آمار و سال‌نامه آماری استخراج گردید، تعدیل شدند.

جدول ۱. تفکیک مشاهدات بر حسب سن، نسل و زمان

نسل \ زمان	۱۳۰۵- ۱۳۰۹	۱۳۱۰- ۱۳۱۴	۱۳۱۵- ۱۳۱۹	۱۳۲۰- ۱۳۲۴	۱۳۲۵- ۱۳۲۹	۱۳۳۰- ۱۳۳۴	۱۳۳۵- ۱۳۳۹	۱۳۴۰- ۱۳۴۴	۱۳۴۵- ۱۳۴۹	۱۳۵۰- ۱۳۵۴	۱۳۵۵- ۱۳۵۹	۱۳۶۰- ۱۳۶۴	۱۳۶۵- ۱۳۶۹	۱۳۷۰- ۱۳۷۴
۱۳۶۵	۵۶-۶۰	۵۵-۵۱	۵۰-۴۶	۴۵-۴۱	۴۰-۳۶	۳۵-۳۱	۳۰-۲۶	۲۵-۲۱						
۱۳۶۶	۶۱-۵۷	۵۶-۵۲	۵۱-۴۷	۴۶-۴۲	۴۱-۳۷	۳۶-۳۲	۳۱-۲۷	۲۶-۲۲	۲۱-۱۷					
۱۳۶۷	۶۲-۵۸	۵۷-۵۳	۵۲-۴۸	۴۷-۴۳	۴۲-۳۸	۳۷-۳۳	۳۲-۲۸	۲۷-۲۳	۲۲-۱۸					
۱۳۶۸	۶۳-۵۹	۵۸-۵۴	۵۳-۴۹	۴۸-۴۴	۴۳-۳۹	۳۸-۳۴	۳۳-۲۹	۲۸-۲۴	۲۳-۱۹					
۱۳۶۹	۶۴-۶۰	۵۹-۵۵	۵۴-۵۰	۴۹-۴۵	۴۴-۴۰	۳۹-۳۵	۳۴-۳۰	۲۹-۲۵	۲۴-۲۰					
۱۳۷۰	۶۵-۶۱	۶۰-۵۶	۵۵-۵۱	۵۰-۴۶	۴۵-۴۱	۴۰-۳۶	۳۵-۳۱	۳۰-۲۶	۲۵-۲۱					
۱۳۷۱	۶۶-۶۲	۶۱-۵۷	۵۶-۵۲	۵۱-۴۷	۴۶-۴۲	۴۱-۳۷	۳۶-۳۲	۳۱-۲۷	۲۶-۲۲	۲۱-۱۷				
۱۳۷۲	۶۷-۶۳	۶۲-۵۸	۵۷-۵۳	۵۲-۴۸	۴۷-۴۳	۴۲-۳۸	۳۷-۳۳	۳۲-۲۸	۲۷-۲۳	۲۲-۱۸				
۱۳۷۳	۶۸-۶۴	۶۳-۵۹	۵۸-۵۴	۵۳-۴۹	۴۸-۴۴	۴۳-۳۹	۳۸-۳۴	۳۳-۲۹	۲۸-۲۴	۲۳-۱۹				
۱۳۷۴	۶۹-۶۵	۶۴-۶۰	۵۹-۵۵	۵۴-۵۰	۴۹-۴۵	۴۴-۴۰	۳۹-۳۵	۳۴-۳۰	۲۹-۲۵	۲۴-۲۰				
۱۳۷۵	۷۰-۶۶	۶۵-۶۱	۶۰-۵۶	۵۵-۵۱	۵۰-۴۶	۴۵-۴۱	۴۰-۳۶	۳۵-۳۱	۳۰-۲۶	۲۵-۲۱				
۱۳۷۶		۶۶-۶۲	۶۱-۵۷	۵۶-۵۲	۵۱-۴۷	۴۶-۴۲	۴۱-۳۷	۳۶-۳۲	۳۱-۲۷	۲۶-۲۲	۲۱-۱۷			
۱۳۷۷		۶۷-۶۳	۶۲-۵۸	۵۷-۵۳	۵۲-۴۸	۴۷-۴۳	۴۲-۳۸	۳۷-۳۳	۳۲-۲۸	۲۷-۲۳	۲۲-۱۸			
۱۳۷۸		۶۸-۶۴	۶۳-۵۹	۵۸-۵۴	۵۳-۴۹	۴۸-۴۴	۴۳-۳۹	۳۸-۳۴	۳۳-۲۹	۲۸-۲۴	۲۳-۱۹			
۱۳۷۹		۶۹-۶۵	۶۴-۶۰	۵۹-۵۵	۵۴-۵۰	۴۹-۴۵	۴۴-۴۰	۳۹-۳۵	۳۴-۳۰	۲۹-۲۵	۲۴-۲۰			
۱۳۸۰		۷۰-۶۶	۶۵-۶۱	۶۰-۵۶	۵۵-۵۱	۵۰-۴۶	۴۵-۴۱	۴۰-۳۶	۳۵-۳۱	۳۰-۲۶	۲۵-۲۱			
۱۳۸۱			۶۶-۶۲	۶۱-۵۷	۵۶-۵۲	۵۱-۴۷	۴۶-۴۲	۴۱-۳۷	۳۶-۳۲	۳۱-۲۷	۲۶-۲۲	۲۱-۱۷		
۱۳۸۲			۶۷-۶۳	۶۲-۵۸	۵۷-۵۳	۵۲-۴۸	۴۷-۴۳	۴۲-۳۸	۳۷-۳۳	۳۲-۲۸	۲۷-۲۳	۲۲-۱۸		
۱۳۸۳			۶۸-۶۴	۶۳-۵۹	۵۸-۵۴	۵۳-۴۹	۴۸-۴۴	۴۳-۳۹	۳۸-۳۴	۳۳-۲۹	۲۸-۲۴	۲۳-۱۹		
۱۳۸۴			۶۹-۶۵	۶۴-۶۰	۵۹-۵۵	۵۴-۵۰	۴۹-۴۵	۴۴-۴۰	۳۹-۳۵	۳۴-۳۰	۲۹-۲۵	۲۴-۲۰		
۱۳۸۵			۷۰-۶۶	۶۵-۶۱	۶۰-۵۶	۵۵-۵۱	۵۰-۴۶	۴۵-۴۱	۴۰-۳۶	۳۵-۳۱	۳۰-۲۶	۲۵-۲۱		
۱۳۸۶				۶۶-۶۲	۶۱-۵۷	۵۶-۵۲	۵۱-۴۷	۴۶-۴۲	۴۱-۳۷	۳۶-۳۲	۳۱-۲۷	۲۶-۲۲	۲۱-۱۷	
۱۳۸۷				۶۷-۶۳	۶۲-۵۸	۵۷-۵۳	۵۲-۴۸	۴۷-۴۳	۴۲-۳۸	۳۷-۳۳	۳۲-۲۸	۲۷-۲۳	۲۲-۱۸	
۱۳۸۸				۶۸-۶۴	۶۳-۵۹	۵۸-۵۴	۵۳-۴۹	۴۸-۴۴	۴۳-۳۹	۳۸-۳۴	۳۳-۲۹	۲۸-۲۴	۲۳-۱۹	
۱۳۸۹				۶۹-۶۵	۶۴-۶۰	۵۹-۵۵	۵۴-۵۰	۴۹-۴۵	۴۴-۴۰	۳۹-۳۵	۳۴-۳۰	۲۹-۲۵	۲۴-۲۰	
۱۳۹۰				۷۰-۶۶	۶۵-۶۱	۶۰-۵۶	۵۵-۵۱	۵۰-۴۶	۴۵-۴۱	۴۰-۳۶	۳۵-۳۱	۳۰-۲۶	۲۵-۲۱	
۱۳۹۱					۶۶-۶۲	۶۱-۵۷	۵۶-۵۲	۵۱-۴۷	۴۶-۴۲	۴۱-۳۷	۳۶-۳۲	۳۱-۲۷	۲۶-۲۲	۲۱-۱۷
۱۳۹۲					۶۷-۶۳	۶۲-۵۸	۵۷-۵۳	۵۲-۴۸	۴۷-۴۳	۴۲-۳۸	۳۷-۳۳	۳۲-۲۸	۲۷-۲۳	۲۲-۱۸

نسل \ زمان	۱۳۰۵- ۱۳۰۹	۱۳۱۰- ۱۳۱۴	۱۳۱۵- ۱۳۱۹	۱۳۲۰- ۱۳۲۴	۱۳۲۵- ۱۳۲۹	۱۳۳۰- ۱۳۳۴	۱۳۳۵- ۱۳۳۹	۱۳۴۰- ۱۳۴۴	۱۳۴۵- ۱۳۴۹	۱۳۵۰- ۱۳۵۴	۱۳۵۵- ۱۳۵۹	۱۳۶۰- ۱۳۶۴	۱۳۶۵- ۱۳۶۹	۱۳۷۰- ۱۳۷۴
۱۳۹۳					۶۸-۶۴	۶۳-۵۹	۵۸-۵۴	۵۳-۴۹	۴۸-۴۴	۴۳-۳۹	۳۸-۳۴	۳۳-۲۹	۲۸-۲۴	۲۳-۱۹
۱۳۹۴					۶۹-۶۵	۶۴-۶۰	۵۹-۵۵	۵۴-۵۰	۴۹-۴۵	۴۴-۴۰	۳۹-۳۵	۳۴-۳۰	۲۹-۲۵	۲۴-۲۰
۱۳۹۵					۷۰-۶۶	۶۵-۶۱	۶۰-۵۶	۵۵-۵۱	۵۰-۴۶	۴۵-۴۱	۴۰-۳۶	۳۵-۳۱	۳۰-۲۶	۲۵-۲۱
۱۳۹۶						۶۶-۶۲	۶۱-۵۷	۵۶-۵۲	۵۱-۴۷	۴۶-۴۲	۴۱-۳۷	۳۶-۳۲	۳۱-۲۷	۲۶-۲۲
۱۳۹۷						۶۷-۶۳	۶۲-۵۸	۵۷-۵۳	۵۲-۴۸	۴۷-۴۳	۴۲-۳۸	۳۷-۳۳	۳۲-۲۸	۲۷-۲۳
۱۳۹۸						۶۸-۶۴	۶۳-۵۹	۵۸-۵۴	۵۳-۴۹	۴۸-۴۴	۴۳-۳۹	۳۸-۳۴	۳۳-۲۹	۲۸-۲۴
۱۳۹۹						۶۹-۶۵	۶۴-۶۰	۵۹-۵۵	۵۴-۵۰	۴۹-۴۵	۴۴-۴۰	۳۹-۳۵	۳۴-۳۰	۲۹-۲۵
۱۳۹۴						۷۰-۶۶	۶۵-۶۱	۶۰-۵۶	۵۵-۵۱	۵۰-۴۶	۴۵-۴۱	۴۰-۳۶	۳۵-۳۱	۳۰-۲۶

منبع: یافته‌های پژوهش

در این بخش، آمار توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش که عبارت از کل مخارج مصرفی خانوارهای ایرانی، مخارج مصرفی مربوط به بهداشت، مسکن، هزینه خوراک، تحصیلات، هزینه غیرخوراکی و درآمد خانوارهاست، ارائه می‌گردد. محاسبات این بخش به این گونه بوده است که به دلیل بزرگ بودن اعداد و نامفهوم بودن و دشواری مقایسه میان آن‌ها، این اعداد به شکل لگاریتمی محاسبه شده‌اند تا بتوان مقایسه و سادگی فهم آن‌ها بیشتر شود.

در ابتدا روند کل مخارج مصرفی خانوارهای ایرانی با وقفه ۵ ساله در طول سال‌های ۱۳۶۵-۱۳۹۴ مورد بررسی قرار گرفت. روند این مخارج حاکی از یک ثبات در مخارج مربوط به مصرف در میان خانوارهای ایرانی است. تنها در سال‌های ۱۳۷۱-۱۳۷۳ مشاهده می‌شود که مصرف خانوارها به شکل قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌یابد. دلیل این مسئله می‌تواند خاتمه جنگ در آن سال‌ها و اوج گرفتن سیاست‌های کوپنی شدن مصرف در دولت‌های وقت باشد. سپس، روند هزینه صرف شده توسط خانوارهای ایرانی با وقفه ۵ ساله بر بخش بهداشت بررسی شد که نمایانگر یک ثبات نسبی است. این ثبات، بیانگر توجه ثبات خانوارهای ایرانی به بحث بهداشت در مخارج خویش است. در میان سال‌های ۱۳۸۴ - ۱۳۹۲، سهم مخارج صرف شده خانوارهای ایرانی بر بهداشت کم‌تر از سال‌های قبل و بعد آن بوده است. کاهش این مخارج می‌تواند ناشی از سیاست‌ها و خط‌مشی‌های دولت هشتم و شروع طرح‌های جامع سلامت و بیمه‌های درمانی باشد که نیاز به هزینه‌کرد خانوار در این بخش‌ها را کاهش داده است.

در ادامه، روند مخارج مصرفی خانوارهای ایرانی بر مسکن ارزیابی گردید. مطابق متغیرهای پیشین، این متغیر نیز از ثبات نسبی در میان سال‌های موردبررسی برخوردار بوده است و طی سال‌های ۱۳۸۴ - ۱۳۹۱ کاهش معناداری در این سطح نسبتاً باثبات مشاهده شده است. وجود این کاهش که هم‌زمان با ایجاد و توسعه طرح مسکن مهر در دولت‌های هشتم و نهم بوده است، نشان از تأثیر این طرح در هزینه‌کرد بخش مسکن خانوارها دارد.

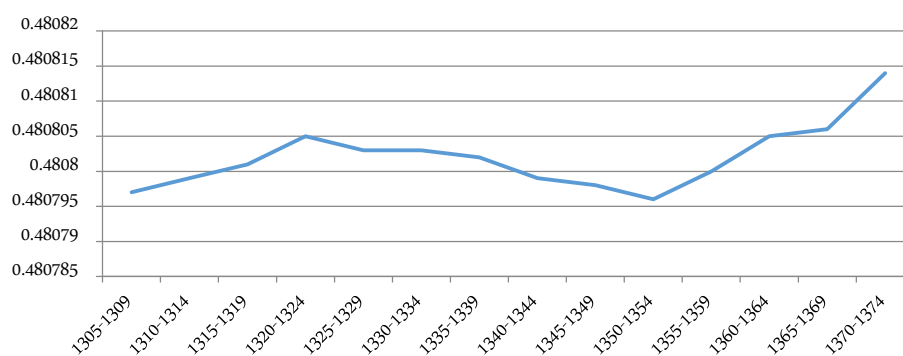
تغییرات و نوسانات به نسبت بیشتری در متغیر هزینه خوراک خانوارها، نسبت به متغیرهای پیشین مشاهده می‌شود که نشان از تغییرات در مقادیر هزینه‌کرد خانوارهای ایرانی در بخش خوراکی دارد. در سال‌های بعد از جنگ تحمیلی، افزایش قابل ملاحظه‌ای در هزینه‌های خوراکی رخ داده است که شاید بتوان نقش تورم‌های بعد جنگ و سیاست‌های دولت وقت را در این تغییرات مشاهده کرد.

شاید بتوان گفت که یکی از باثبات‌ترین متغیرهای این حوزه مربوط به هزینه تحصیلات در نسل‌هاست. کم‌ترین انحراف میانگین در میان متغیرها مربوط به این متغیر بوده است. تنها زمانی که سطح این هزینه‌کرد کم‌تر از روند نسبتاً ثابت خویش بوده است، میان سال‌های ۱۳۸۵ - ۱۳۹۱ است که کاهش نسبی را نشان داده ولی، پس از آن، افزایش نسبی و ناگهانی را دربرمی‌گیرد. می‌توان گفت کاهش هزینه‌های تحصیلاتی خانوارهای ایرانی تاحدودی می‌تواند ناشی از سیاست‌های افزایش تعداد دانشجو در دانشگاه‌های سراسر کشور و گسترش دانشگاه‌های پیام نور و پودمانی باشد. طبق بررسی‌های اجراشده نوسانات قابل توجهی در متغیر هزینه غیرخوراکی خانوارها طی این سال‌ها مشاهده شده که شکل کلی آن، افزایشی بوده است. شاید دلیل نوسانات بیشتر این متغیر نسبت به متغیرهای مشابه قبلی، تعدد اقلام مورد محاسبه در این متغیر بوده است که شباهت مصرفی و کالایی کم‌تری نسبت به هم داشته‌اند. بررسی متغیر درآمد خانوارها نشان‌دهنده روند تغییرات درآمدی نسل‌ها با وقفه ۵ سال است که روندی صعودی را نشان می‌دهد. تغییرات درآمدی در سال‌های اخیر به ثبات بیشتری رسیده است ولی در سال‌های اولیه این بررسی، نرخ فزاینده بالاتری داشته است.

۴. یافته‌های پژوهش و تحلیل نتایج

در ادامه با استفاده از لگاریتم داده‌های مخارج مصرفی خانوارهای ایرانی و با تفکیک آن به اثرات نسلی، سنی و زمانی به برآورد مدل رگرسیونی عرضه‌شده در رابطه (۹) با استفاده از روش داده‌های شبه پانل و رویکرد دیتون برای بررسی عادت‌های مصرفی در بین خانوارهای ایرانی پرداخته می‌شود.

نمودار (۱) روند اثرپذیری لگاریتم مخارج مصرفی خانوارها از مقادیر ۵ وقفه خود را با لحاظ نسل‌های مختلف (متولدین ۱۳۰۵ - ۱۳۷۴) نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، در این نمودار رفتار مصرفی خانوارها با دنبال کردن ردپای نسلی نشان داده شده است. تفکیک اثر نسل نشان‌دهنده تغییرات هزینه‌ای است که در هر نسل خاص برای اعضای نمونه مورد بررسی اتفاق می‌افتد. در این نمودار، محور عمودی بیانگر ضریب برآوردشده مخارج مصرفی با وقفه ۵ (β_c) در مدل رگرسیون (۹) است. اندیس c نشان‌دهنده نسل است.



نمودار ۱. تاثیرپذیری مخارج مصرفی خانوارهای ایرانی از وقفه پنجم با لحاظ اثرات نسلی

منبع: یافته‌های پژوهش

در نتایج حاصل از اثرات نسل، مخارج مصرفی با جوان‌تر شدن نسل‌ها روندی افزایشی دارد. هرچه فرد زودتر متولد شده باشد، در نسل سنی پیرتری قرار می‌گیرد و بالعکس. براساس نتایج نمودار (۱) اگرچه بین نسل اول (۱۳۰۹-۱۳۰۵) تا نسل دهم (۱۳۵۴-۱۳۵۰) افزایش و کاهش در روند مخارج مصرفی مشاهده می‌شود؛ اما اختلاف آن بسیار ناچیز و در حدود ۰/۰۰۰۰۱ است. اما از نسل دهم به بعد افزایشی در روند نمودار و متعاقباً در میزان مخارج مصرفی رخ می‌دهد که نشان‌دهنده افزایش مخارج مصرفی در نسل‌های جوان‌تر و نیز افزایش رفاه در این نسل‌هاست؛ یعنی، اگر نمودار (۱) تحلیل شود، آشکار می‌شود شتاب و میزان افزایش و کاهش مخارج مصرفی بین تمامی نسل‌ها یکسان نبوده است و در نسل‌های اول تا دهم میزان شتاب در افزایش و کاهش مخارج مصرفی کم بوده اما از نسل دهم به بعد میزان شتاب در افزایش مخارج مصرفی سرعت بیشتری یافته است.

بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که هم‌گرایی مصرفی در نسل‌های قدیمی‌تر (/پیرتر) بیشتر بوده است؛ اما با جوان‌شدن نسل‌ها این هم‌گرایی کمتر شده و نسل‌های جوان‌تر مصرف بیشتری دارند و متناسب با آن، رفاه بیشتری را تجربه می‌کنند. اما براساس ضرایب جدول (۲) و نمودار (۱) میزان تغییر در مخارج مصرفی در طول تمامی نسل‌های موردبررسی در این تحقیق بسیار ناچیز و اندک بوده است؛ به‌گونه‌ای که اختلاف بین کمترین میزان مخارج مصرفی در تمامی نسل‌های موردبررسی و بیشترین میزان آن، معادل ۰/۰۰۰۰۱۸ است که این واقعیت به ما نشان می‌دهد که خانوارهای ایرانی بدون تفاوت در اینکه در چه نسل و گروه سنی باشند، از الگوی مصرفی خاصی پیروی کرده و عادات مصرفی ثابتی دارند؛ به‌طوری‌که علاقه‌ای نسبت به تغییر زیاد و قابل‌توجه در میزان مصرف خود ندارند و تنها از یک الگوی مصرف خاص خود دنباله‌روی کرده و میزان مصرفشان در هر دوره از میزان مصرفشان در دوره قبل تأثیر می‌پذیرد. در جدول (۲) ضریب برآوردشده مخارج مصرفی با وقفه ۵ (β^5) در مدل رگرسیونی (۹) نشان داده شده است. این ضرایب با فرض وجود اثرات مقطعی ثابت در روش اقتصادسنجی داده‌های شبه پانل برآورد شده است.

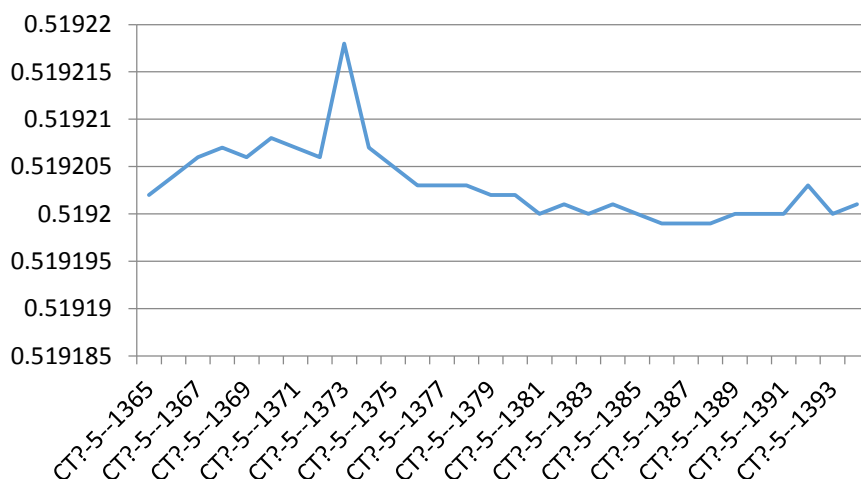
جدول ۲. تاثیرپذیری مخارج مصرفی خانوارهای ایرانی از وقفه پنجم خود با لحاظ اثرات نسلی

نسل‌ها	۱۳۰۹-۱۳۰۵	۱۳۱۴-۱۳۱۰	۱۳۱۹-۱۳۱۵	۱۳۲۴-۱۳۲۰	۱۳۲۹-۱۳۲۵	۱۳۳۴-۱۳۳۰	۱۳۳۹-۱۳۳۵
ضرایب	۰/۴۸۰۷۹۷	۰/۴۸۰۷۹۹	۰/۴۸۰۸۰۱	۰/۴۸۰۸۰۵	۰/۴۸۰۸۰۳	۰/۴۸۰۸۰۳	۰/۴۸۰۸۰۲
نسل‌ها	۱۳۴۴-۱۳۴۰	۱۳۴۹-۱۳۴۵	۱۳۵۴-۱۳۵۰	۱۳۵۹-۱۳۵۵	۱۳۶۴-۱۳۶۰	۱۳۶۹-۱۳۶۵	۱۳۷۴-۱۳۷۰
ضرایب	۰/۴۸۰۷۹۹	۰/۴۸۰۷۹۸	۰/۴۸۰۷۹۶	۰/۴۸۰۸۰۰	۰/۴۸۰۸۰۵	۰/۴۸۰۸۰۶	۰/۴۸۰۸۱۴

منبع: یافته‌های پژوهش

به‌عنوان مثال، ضریب برآوردشده برای نسل متولدین (۱۳۰۵-۱۳۰۹) نشان می‌دهد که به‌طور متوسط مصرف حال افراد با ضریب ۰/۴۸۰۷۹۷ تحت تاثیر مقدار خودش در ۵ دوره قبل است. به‌عبارت‌دیگر، اگر در ۵ دوره قبل مخارج مصرفی خانوار متولدین (۱۳۰۵-۰۹) یک درصد افزایش یافته باشد در این دوره مخارج مصرفی خانوارهای مربوط به این نسل به اندازه ۰/۴۸۱ درصد افزایش خواهد یافت که این افزایش می‌تواند به‌دلیل عادات‌های درونی و بیرونی خانوارها باشد. گفتنی است که احتمال (PROB) ضرایب مربوط به همه نسل‌ها، صفر بوده یعنی همه این ضرایب در سطح معناداری ۵ درصد، معنادار است.

نمودار (۲) روند اثرپذیری مخارج مصرفی خانوارها را از مقادیر ۵ وقفه خود با لحاظ اثر سال نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، در این نمودار رفتار مصرفی خانوارها با گروه‌های سنی مختلف طی سال‌های ۱۳۶۵ - ۱۳۹۴ نشان داده شده که بیانگر ردپای سال است. تفکیک اثر سال نشان‌دهنده تأثیر سیاست‌های کلان اقتصادی و شوک‌های رخ داده در هر سال بر مخارج مصرفی خانوار است. در این نمودار، محور عمودی بیانگر ضریب برآورد شده مخارج مصرفی با وقفه ۵ (β_1) در مدل رگرسیون (۹) است. اندیس t نشان‌دهنده سال است.



نمودار ۲. تاثیرپذیری مخارج مصرفی خانوارهای ایرانی از وقفه پنجم خود با لحاظ اثرات سال

منبع: محاسبات پژوهش

نتایج حاکی از افزایش مخارج مصرفی خانوارها در طول دوره ۱۳۶۵ - ۱۳۷۳ است و در سال ۱۳۷۳ میزان مخارج مصرفی به بالاترین حد خود می‌رسد. اما در سال ۱۳۷۴ میزان مخارج مصرفی به ناگاه کاهش یافته و روند کاهشی آن تا سال ۱۳۸۸، هرچند به صورت کاملاً خفیف و نامحسوس، ادامه یافته است و از سال ۱۳۸۹ - ۱۳۹۴ این روند به کندی افزایش می‌یابد. افزایش در قسمت اول نمودار (۲) و رسیدن به نقطه حداکثری در مخارج مصرفی می‌تواند ناشی از اتمام جنگ در سال ۶۸ و همچنین، شروع به کار دولت جدید باشد. کاهش ناگهانی مخارج مصرفی در سال ۷۴ و سال‌های آتی نیز می‌تواند به دلیل سیاست‌های اصلاحات اقتصادی (سیاست‌های آزادسازی) و اثرات بر اقتصاد کشور باشد. نکته مهم در این نمودار که با دقت در ضرایب برآورد شده (جدول ۳) روشن می‌شود، روند بدون تغییر و تاحدودی ثابت مربوط به سال‌های ۱۳۷۴ - ۱۳۹۴ است که این مسئله نشان می‌دهد میزان تغییر در مخارج مصرفی در این سال‌ها در کشور ایران، روند بسیار کند و آهسته‌ای داشته است. به این معنا که تمامی نسل‌ها و خانوارهای ایرانی عادات مصرفی خاصی داشته و مصرف هر دوره در مصرف دوره آتی آن‌ها تأثیر داشته است و تمایل زیادی به افزایش یا کاهش بسیار در میزان مخارج مصرفی خود نداشته‌اند و از روندی باثبات در میزان مخارج مصرفی خود پیروی کرده‌اند؛ بنابراین، فرضیه این مقاله که پایداری عادت مصرفی در بین خانوارهای ایرانی بوده، رد نشده است. در جدول (۳) ضریب برآورد شده مخارج مصرفی با وقفه ۵ (β_1) در مدل رگرسیونی (۹) به تفکیک سال‌های مورد بررسی نشان

داده شده است. این ضرایب با فرض وجود اثرات مقطعی ثابت در روش اقتصادسنجی داده‌های شبه پانل برآورد شده‌اند.

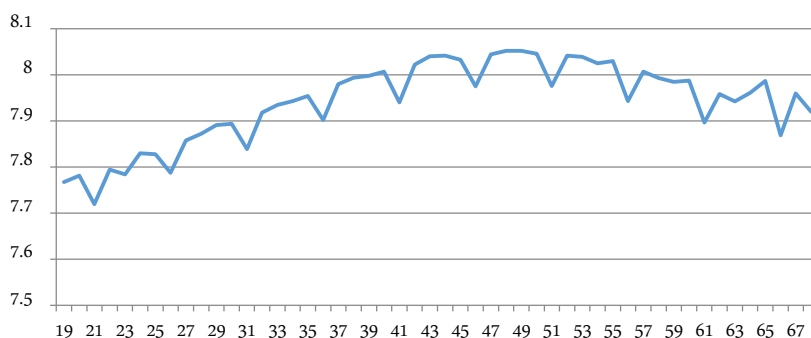
جدول ۳. تاثیرپذیری مخارج مصرفی خانوارهای ایرانی از وقفه پنجم خود با لحاظ اثرات سال

۱۳۷۰	۱۳۶۹	۱۳۶۸	۱۳۶۷	۱۳۶۶	۱۳۶۵
۰/۵۱۹۲۰۸	۰/۵۱۹۲۰۶	۰/۵۱۹۲۰۷	۰/۵۱۹۲۰۶	۰/۵۱۲۰۴	۰/۵۱۹۲۰۲
۱۳۷۶	۱۳۷۵	۱۳۷۴	۱۳۷۳	۱۳۷۲	۱۳۷۱
۰/۵۱۹۲۰۳	۰/۵۱۹۲۰۵	۰/۵۱۹۲۰۷	۰/۵۱۹۲۱۸	۰/۵۱۹۲۰۶	۰/۵۱۹۲۰۷
۱۳۸۲	۱۳۸۱	۱۳۸۰	۱۳۷۹	۱۳۷۸	۱۳۷۷
۰/۵۱۹۲۰۱	۰/۵۱۹۲۰۰	۰/۵۱۹۲۰۲	۰/۵۱۹۲۰۲	۰/۵۱۹۲۰۳	۰/۵۱۹۲۰۳
۱۳۸۸	۱۳۸۷	۱۳۸۶	۱۳۸۵	۱۳۸۴	۱۳۸۳
۰/۵۱۹۱۹۹	۰/۵۱۹۹۹۱	۰/۵۱۹۹۹۱	۰/۵۱۹۲۰۰	۰/۵۱۹۲۰۱	۰/۵۱۹۲۰۰
۱۳۹۴	۱۳۹۳	۱۳۹۲	۱۳۹۱	۱۳۹۰	۱۳۸۹
۰/۵۱۹۲۰۱	۰/۵۱۹۲۰۰	۰/۵۱۹۲۰۳	۰/۵۱۹۲۰۰	۰/۵۱۹۲۰۰	۰/۵۱۹۲۰۰

منبع: محاسبات پژوهش

به‌عنوان مثال، ضریب برآوردشده برای سال ۱۳۶۵ نشان‌دهنده این است که گروه‌های مختلف نسلی چنانچه یک درصد افزایش در مخارج مصرفی خود در ۵ دوره قبل را تجربه کرده باشند، در این دوره به‌طور متوسط به اندازه ۰/۵۱۹ درصد مخارج مصرفی آنها افزایش خواهد یافت. لازم به ذکر است که سطح احتمال معناداری ضرایب برای همه سال‌ها، صفر بوده که نشان‌دهنده معنادار بودن این ضرایب بوده است.

نمودار (۳) روند اثرپذیری مخارج مصرفی خانوارها را از مقادیر ۵ وقفه خود با در نظر گرفتن اثر سن نشان می‌دهد. به‌عبارت‌دیگر، در این نمودار رفتار مصرفی یک خانوار در سنین مختلف (۱۶ - ۷۲ سال) نشان داده شده که بیانگر ردپای سن در تبیین تغییرات مخارج مصرفی خانوار است. تفکیک اثر سن نشان‌دهنده تغییرات مخارج مصرفی به‌ازای افزایش سن یک فرد از دوره جوانی به دوره میان‌سالی و تا دوره سالمندی است. در این نمودار، محور عمودی بیانگر ضریب برآوردشده مخارج مصرفی با وقفه ۵ (β_a) در مدل رگرسیون (۹) است. اندیس a نشان‌دهنده سن است.



نمودار ۳. تاثیرپذیری مخارج مصرفی خانوارهای ایرانی از وقفه پنجم خود با لحاظ اثرات سن

منبع: محاسبات پژوهش

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، رفتار مصرفی خانوارهای ایرانی از الگوی چرخه زندگی پیروی می‌کند. افراد در ابتدای دوره کاری خود یعنی در سنین ۲۰-۲۳ سالگی به دلیل نداشتن تجربه و شغل مستمر، درآمد کمتری داشته و متعاقباً مخارج مصرفی کمتری دارند؛ اما با افزایش سن به دلیل کسب تجربه و شغل مناسب، درآمد بیشتری به دست آورده و روند مخارج مصرفی افزایشی می‌گردد؛ به طوری که بیشترین میزان مخارج مصرفی در سنین میان‌سال مشاهده می‌شود. با افزایش سن و ورود به دوره بازنشستگی مجدداً درآمد افراد کاهش یافته و بیشتر از پس‌انداز خود در دوره میان‌سال استفاده می‌کنند. به همین دلیل، میزان مخارج مصرفی روندی کاهش به خود می‌گیرد. همچنین، ضرایب مربوط به سن و روند نمودار (۳) فرضیه درآمد دائمی که دیتون در سال ۱۹۴۴ از آن استفاده کرده را نیز تأیید می‌نماید و همان‌گونه که مشاهده می‌شود، روند نمودار (۳) شکلی کوهانی دارد که بیانگر همان فرضیه درآمد دائمی است. در جدول (۴) بازه‌های سنی مورد بررسی در این تحقیق به همراه میزان مخارج مصرفی در هر بازه سنی نشان داده شده است. گفتنی است میزان مخارج مصرفی در هر بازه سنی عبارت از میانگین مخارج مصرفی تمامی افراد مورد بررسی در بازه سنی مذکور است.

جدول ۴. تاثیرپذیری مخارج مصرفی خانوارهای ایرانی از وقفه پنجم خود با لحاظ اثرات سن

۲۵-۲۱	۲۴-۲۰	۲۳-۱۹	۲۲-۱۸	۲۱-۱۷
۷/۷۸۴	۷/۷۹۴	۷/۲۰۰	۷/۷۸۱	۷/۷۶۷
۳۰-۲۶	۲۹-۲۵	۲۸-۲۴	۲۷-۲۳	۲۶-۲۲
۷/۸۷۲	۷/۸۵۸	۷/۷۸۹	۷/۸۲۸	۷/۸۳۰
۳۵-۳۱	۳۴-۳۰	۳۳-۲۹	۳۲-۲۸	۳۱-۲۷
۷/۹۳۴	۷/۹۱۸	۷/۸۳۹	۷/۸۹۴	۷/۸۹۱
۴۰-۳۶	۳۹-۳۵	۳۸-۳۴	۳۷-۳۳	۳۶-۳۲
۷/۹۹۳	۷/۹۸۰	۷/۹۰۲	۷/۹۵۴	۷/۹۴۳
۴۵-۴۱	۴۴-۴۰	۴۳-۳۹	۴۲-۳۸	۴۱-۳۷
۸/۰۴۰	۸/۰۲۲	۷/۹۴۰	۸/۰۰۷	۷/۹۹۷
۵۰-۴۶	۴۹-۴۵	۴۸-۴۴	۴۷-۴۳	۴۶-۴۲

۸/۰۵۱	۸/۰۴۳	۷/۹۷۴	۸/۰۳۲	۸/۰۴۱
۵۵-۵۱	۵۴-۵۰	۵۳-۴۹	۵۲-۴۸	۵۱-۴۷
۸/۰۳۹	۸/۰۴۱	۷/۹۷۵	۰/۰۴۶	۸/۰۵۱
۶۰-۵۶	۵۹-۵۵	۵۸-۵۴	۵۷-۵۳	۵۶-۵۲
۷/۹۹۳	۸/۰۰۷	۷/۹۴۳	۸/۰۲۹	۸/۰۲۴
۶۵-۶۱	۶۴-۶۰	۶۳-۵۹	۶۲-۵۸	۶۱-۵۷
۷/۹۴۲	۷/۹۵۸	۷/۸۹۶	۷/۹۸۸	۷/۹۸۴
۷۰-۶۶	۶۹-۶۵	۶۸-۶۴	۶۷-۶۳	۶۶-۶۲
۷/۹۲۰	۷/۹۶۰	۷/۸۷۰	۷/۹۸۷	۷/۹۶۱

منبع: محاسبات پژوهش

به‌عنوان مثال، گروه سنی ۶۶ - ۷۰ سال چنانچه مخارج مصرفی‌شان در ۵ دوره قبل به‌اندازه یک درصد افزایش یافته باشد، در دوره جاری مخارج مصرفی به‌طور متوسط به اندازه ۷/۹۲ درصد افزایش خواهد یافت که حکایت از با کثش بودن مخارج مصرفی نسبت به وقفه ۵ دوره قبل خود وقتی که اثرات سنی در نظر گرفته می‌شود، است. ضرایب مربوط به تمامی گروه‌های سنی با توجه به اینکه سطح احتمال معناداری آنها کمتر از ۵ درصد است، به شدت معنادار است.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مقاله حاضر شکل‌گیری عادت‌های مصرفی و پایداری آن بین خانوارهای ایرانی به تفکیک نسل، سن و زمان را مورد بررسی قرار داد. در زمینه نسل، ۱۴ نسل از سال ۱۳۰۵ - ۱۳۷۴ بررسی شد. در خصوص زمان (سال)، دوره ۱۳۶۵ - ۱۳۹۴ لحاظ شد. همچنین، سن افراد موردبررسی در این تحقیق در بازه ۱۶ - ۷۲ بود. دلیل بررسی تفکیکی سه اثر نسل، سن و زمان، استخراج تأثیر هر یک از این عوامل به‌تنهایی و بدون دخالت عوامل دیگر بر رفتار مصرفی خانوارهای ایرانی بوده است. برای دست‌یابی به هدف از روش اقتصادسنجی داده‌های شبه پانل و روش دیتون و پاکسون (۱۹۴۴) استفاده شد.

نتایج حاصل از بررسی اثرات نسلی نشان داد که مخارج مصرفی با جوان‌تر شدن نسل‌ها روندی افزایشی دارد. همچنین، مشخص شد اگرچه بین نسل اول (۱۳۰۹-۱۳۰۵) تا نسل دهم (۱۳۵۴-۱۳۵۰) شاهد افزایش و کاهش ناچیز در روند مخارج مصرفی است؛ اما از نسل دهم به بعد روند افزایشی مشاهده می‌شود که نشان‌دهنده افزایش مخارج مصرفی در نسل‌های جوان‌تر و نیز افزایش رفاه در این نسل‌هاست؛ بنابراین، نتیجه این است که هم‌گرایی مصرفی در نسل‌های قدیمی‌تر (پیرتر) بیشتر بوده است؛ اما با جوان‌تر شدن نسل‌ها این هم‌گرایی کمتر شده و نسل‌های جوان‌تر مصرف بیشتری و متناسب با آن رفاه بیشتری را نیز تجربه می‌کنند. نکته دیگر مرتبط با بررسی اثر نسل این است که میزان تغییر در مخارج مصرفی در طول تمامی نسل‌های موردبررسی در این تحقیق بسیار ناچیز و اندک بوده است. این واقعیت به ما نشان می‌دهد که خانوارهای ایرانی بدون تفاوت در اینکه در چه نسل و گروه سنی هستند، از الگوی

مصرفی خاصی پیروی کرده و عادات مصرفی ثابتی دارند و میزان مصرفشان در هر دوره از میزان مصرفشان در دوره قبل تأثیر می‌پذیرد.

نتایج برآوردشده در مورد اثر زمان (سال)، نشان‌دهنده افزایش مخارج مصرفی خانوارها طی سال‌های ۱۳۶۵ - ۱۳۷۳ است. پیرو این نتیجه، در ۱۳۷۳ میزان مخارج مصرفی به بالاترین حد خود رسیده است. اما در ۱۳۷۴ میزان مخارج مصرفی به‌ناگاه کاهش یافته و روند کاهشی آن تا ۱۳۸۸- هرچند به‌صورت کاملاً خفیف و نامحسوس - ادامه یافته است و از ۱۳۸۹ - ۱۳۹۴ این روند به‌کندی شروع به افزایش نموده است. همچنین، نتایج اثر زمان با تغییرات اقتصادی ایران هماهنگی دارد. اما نکته مهم بررسی اثر زمان (سال) این است که روند، بدون تغییر و تاحدودی ثابت مربوط به سال‌های ۱۳۷۴ - ۱۳۹۴ است که این مسئله نشان می‌دهد میزان تغییر در مخارج مصرفی در این سال‌ها روند بسیار کند و آهسته‌ای داشته است؛ به‌طوری‌که گویا تمامی نسل‌ها و خانوارهای ایرانی عادات مصرفی خاصی داشته و مصرف هر دوره در مصرف دوره آتی آن‌ها تأثیر داشته است.

نتایج اثرات سن درباره میزان مخارج مصرفی، الگوی چرخه زندگی را تأیید کردند؛ بدین‌صورت که افراد در ابتدای دوره کاری خود، درآمد کمتری داشته و متعاقباً، مخارج مصرفی کمتری دارند؛ اما با افزایش سن، درآمد بیشتری به‌دست آورده و روند مخارج مصرفی افزایشی می‌گردد؛ به‌طوری‌که بیشترین میزان مخارج مصرفی در سنین میان‌سالی مشاهده می‌گردد و در ادامه با ورود به دوره بازنشستگی، مجدداً درآمد افراد کاهش یافته و بیشتر از پس‌انداز خود در دوره میان‌سالی استفاده کرده و به‌همین دلیل، میزان مخارج مصرفی، روندی کاهشی به خود گرفته است.

با توجه به یافته‌های مقاله مبنی بر شکل‌گیری و پایداری عادات‌های مصرفی بین مصرف‌کنندگان پیشنهاد می‌شود تولیدکنندگان کالاهای مصرفی به‌ویژه کالاهای مصرف بادوام به ذائقه‌ها و رفتارهای مصرفی مصرف‌کنندگان توجه نمایند. همچنین، برنامه‌ریزان مرکزی با توجه به تأیید الگوی چرخه زندگی از طریق برنامه‌های حمایتی رفاه مصرف‌کنندگان را در دوره بازنشستگی تأمین نمایند.

منابع

- بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۹۹). خلاصه تحولات اقتصادی کشور. اداره بررسی‌های اقتصادی: تهران.
- برانسون، ویلیام (۱۳۸۸). تئوری و سیاست‌های اقتصاد کلان. ترجمه: عباس شاکری. نشر نی، تهران، چاپ سیزدهم.
- حسینی، سید رضا (۱۳۸۰). الگوی تخصیص درآمد و رفتار مصرف‌کننده مسلمان. پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی: تهران، چاپ اول.
- راغفر، حسین، باباپور، میترا (۱۳۹۳). تجزیه و تحلیل رفتار بین‌نسلی هزینه مصرفی خانوارهای شهری با استفاده از داده‌های شبه تابلویی. فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، ۳(۱۰۱)، ۱۷۷-۱۹۹.
- راغفر، حسین، موسوی، میرحسین، اصل، زمزم سادات (۱۳۹۲). بررسی اثر ویژگی‌های خانوار بر مخارج مصرفی (کاربردی از مدل‌سازی داده‌های شبه پانل)، فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران، ۲(۸)، ۱-۱۲.
- راغفر، حسین، موسوی، میرحسین، آذری‌بنی، بتول (۱۳۹۳). بررسی نسلی تأثیر آموزش بر رفاه مصرفی خانوارهای شهری. فصلنامه تحقیقات اقتصادی ایران، ۲۰(۶۳)، ۸۹-۱۲۰.
- رحمانی، تیمور (۱۳۸۸). اقتصاد کلان، انتشارات: نور علم، برادران.

- روشن، رضا (۱۳۹۷). مقایسه انباره عادات مصرفی خانوارهای شهری و روستایی ایران برای کالاهای خوراکی و غیرخوراکی: رهیافت تئوری پوش و معادلت اولر. *فصلنامه مطالعات اقتصادی کاربردی ایران*، ۷(۲۶)، ۵۱-۶۹.
- روشن، رضا، پهلوانی، مصیب، شهیکی تاش، محمدنبی (۱۳۹۲). بررسی اثر شکل‌گیری عادات، دیرپایی کالاهایی بادوام و چشم و هم‌چشمی در مصرف بین دوره‌ای خانوارهای ایرانی با استفاده از روش گشتاورهای تعمیم‌یافته. *دو فصلنامه سیاست‌گذاری اقتصادی*، ۵(۱۰۱)، ۳۱-۵۶.
- زراءنژاد، منصور (۱۳۸۲). برآورد تابع مصرف کالاهای مصرفی برای دو گروه خانوارهای شهری و روستایی ایران در دوره ۱۳۵۵ - ۱۳۷۷. *فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران*، ۱۶(۱)، ۲۳-۴۶.
- شاکری، عباس (۱۳۸۹). اقتصاد کلان، نظریه‌ها و سیاست‌ها. جلد دوم، انتشارات: رافع، چاپ دوم، تهران.
- مرکز آمار ایران (سال‌های مختلف). اطلاعات مربوط به هزینه و درآمد خانوارهای شهری. انتشارات: مرکز آمار ایران، تهران.
- Abel Andrew, B. (1990). Asset prices under habit formation and catching up with the Joneses. *American Economic Review, Papers and Proceedings*, 80, 38-42.
- Aronsson, T., & Löfgren, K. G. (2007). Welfare theory: History and modern results. *Umeå Economic Studies*, 726, 1-66.
- Attanasio, O. (1998). Cohort analysis of saving behavior by us households. *Journal of Human Resources*, 33(3), 575-609.
- Ben-arab, M., Briys, E., & Schlesinger, H. (1996). Habit formation and the demand for insurance. *The Journal of Risk and Insurance*, 63(1), 111-119.
- Campbell, J. Y., & Deaton, A. (1989). Why is consumption so smooth?. *Review of Economic Studies*, 56(3), 357-374.
- Campbell, J. Y. & John H. C. (1999). By force of habit: A consumption based explanation of aggregate stock market behavior. *Journal of Political Economy*, 107(2), 205-251.
- Constantinides, G. M. (1990). habit formation: a resolution of the equity premium puzzle. *Journal of Political Economy*, University of Chicago Press, 98(3), 519-543.
- Deaton, A. (1997). The analysis of household surveys: A microeconomic approach to development policy. Baltimore, Johns Hopkins University Press for the World Bank.
- Deaton, A., & Paxson, C. (1994). Intertemporal choice and inequality. *The Journal of Political Economy*, 102(3), 437-467.
- Doan, T., Litterman, R., & Sims, C. (1984). Forecasting and conditional projection using realistic prior distributions. *Econometric Reviews*, 3, 1-100.
- Dupuit, J. (1995). De la mesure de l'utilité des travaux publics (1844). *Revue Française d'Économie*, 10(2), 55-94.
- Dynan, K. E. (1999). Habit formation in consumer preferences: Evidence from panel data. *American Economic Review*, 90(3), 391-412.
- Fernandez-Villaverde, J. & Krueger, D. (2007). Consumption over the life cycle: Some facts from consumer expenditure survey data. *Review of Economics and Statistics*, 89(3), 552-565.
- Gali, J. (1994). Keeping up with the Joneses: Consumption externalities, portfolio choice, and asset prices. *Journal of Money, Credit and Banking*, 26(1), 1-8.
- Gower, B. (1997). *Scientific method: An historical & philosophical introduction*. University of Guelph. Routledge.
- Hausman, D. M. (2011). *Preferences, Value, Choice, and Welfare*. Cambridge University Press.
- Havranek, T., Rusnak, M. & Sokolova, A. (2017). Habit formation in consumption: A Meta-Analysis. *European Economic Review*, 95, 142-167. doi:10.1016/j.euroecorev.2017.03.009
- Heger, D. (2004). The link between firms' innovation decision and the Business cycle: An empirical analysis. *ZEW-Centre for European Economic Research Discussion Paper*, (04-085). <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.686712>
- Hobcraft, J., Menken, J., & Preston, S. (1982). Age, period, and cohort effects in demography: A Review. *Population Index*, 45(1), 4-43.
- Mankiw, N. G. (1982). Hall's consumption hypothesis and durable goods. *Journal of Monetary Economics, Elsevier*, 10(3), 417-425.
- Martin, S. (2009). Comment: Distinguishing cohort effects from age period effects on non-marital fertility. *Social Forces*, 87(3), 1481-1488.

- McKenzie, D. (2006). Disentangling age, cohort, and time effect in the additive model. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 68(4), 473-495.
- Parker, J.A. (1999). Spendthrift in America? on two decades of decline in the us saving rate. *NBER Macroeconomics Annual*, 14, 317-370.
- Paxson, C. (1996). Saving and Growth: Evidence from micro data. *European Economic Review*, 40(2), 255-288.
- Ryder, H. E., Jr., G., & Heal, M. (1973). Optimal growth with intertemporally dependent-preferences. *Review of Economics Studies*, 40(1), 1-31.
- Samuelson, P. A. (1938). A note on the pure theory of consumer's behavior. *Economica*, 5(17), 61-71.
- Sundaresan, S. M. (1989). Intertemporally dependent preferences and the volatility of consumption and wealth. *Review of Financial Studies*, 2(1), 73-88.