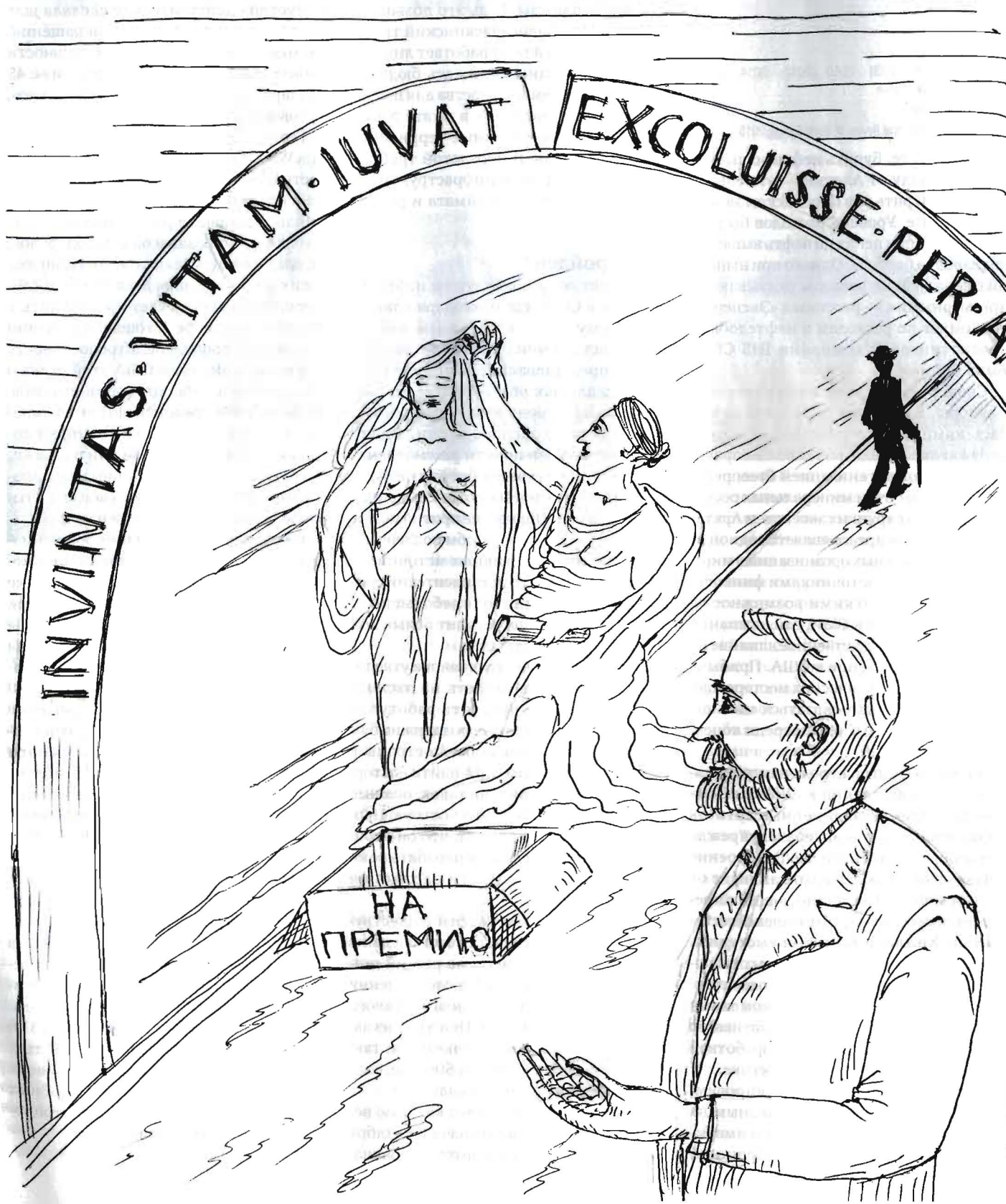


Георгий Трофимов*

Почти идеальный экономист

Макроэкономисты долгое время моделировали потребление исходя из слишком грубых предпосылок.

Энгус Дитон приблизил модели потребления к реальности да еще умудрился разработать ряд их эмпирических приложений для исследования профилей бедности в слаборазвитых странах



Нобелевскую премию 2015 года по экономике получил **Энгус Дитон** за теоретические и эмпирические исследования потребительского спроса, динамики потребления и доходов, а также за разработку методов измерения уровня жизни и бедности в развивающихся странах. В каждой из этих областей 69-летний лауреат, уроженец Шотландии, работающий на два дома, в Англии и США, стал автором прорывных работ, давших импульс новым исследовательским направлениям. Его вклад проявился на трех уровнях: в создании новаторских теорий, в разработке эффективных статистических методов для эмпирической проверки теорий и в работе над усовершенствованием сбора и организации данных, необходимых для эмпирической проверки. Наиболее важным результатом его работы можно считать заметный сдвиг фокуса экономических исследований на микроуровень. Как было отмечено в пресс-релизе Нобелевского комитета, Дитон смог построить мосты между теорией и эмпирическими данными и между эконо-

**Главный экономист Института финансовых исследований (Москва), кандидат экономических наук.*

номическим поведением индивидов и макроэкономической динамикой.

Проблема агрегирования потребительского выбора

Начало систематических исследований потребительского спроса можно датировать серединой XIX века, когда немецкий статистик **Эрнст Энгель** построил кривые, отражающие эмпирические зависимости спроса на разные товары от уровня доходов домохозяйств. В создании строгой математической теории потребительского выбора участвовали такие выдающиеся ученые, как **Леон Вальрас**, **Альфред Маршалл**, **Ирвинг Фишер**, **Джон Хикс** и **Пол Самуэльсон**. В этом ряду, конечно же, стоит упомянуть нашего соотечественника **Евгения Слуцкого**, внесшего очень важный вклад в разработку математического аппарата неоклассической теории спроса.

В теории рационального потребительского выбора дается обоснование задачи максимизации субъективной полезности благ с учетом бюджетного ограничения. Решением такой задачи является статическая система функций спроса на товары, в которых аргументами служат цены всех рассматриваемых товаров и уровень индивидуального дохода. Такие функции позволяют учесть прямые и

перекрестные ценовые эффекты, а также влияние доходов на спрос.

Функции спроса, основанные на теории рационального выбора, необходимо было оценивать эмпирически. Во-первых, выводы этой теории требуют проверки на основе наблюдаемых объективных показателей. Во-вторых, эмпирически обоснованная модель спроса служит инструментом в широком спектре практических исследований. Они включают в себя анализ благосостояния населения, построение индексов потребительских цен, оценку реакции потребительского рынка на изменения фискальной и внешнеторговой политики и т. д.

Принципиальный вопрос в данном случае состоит в том, что базовая теория относится к индивидуальному выбору, а эмпирические оценки даются для совокупности потребителей, формирующих рыночный спрос. Это противоречие легко устранялось с помощью гипотезы представительного потребителя, вполне привычной для макроэкономистов и подразумевающей, что все индивиды со своими персональными предпочтениями могут быть каким-то образом сведены к одному представителю. Проблема в том, что такая гипотеза является чрезвычайно ограничительной. Даже в таком случае, когда индивиды различаются лишь по уровню

ПОПРОБУЙ ЭКСПЕРТ В НОВОМ ФОРМАТЕ



ЭЛЕКТРОННАЯ ВЕРСИЯ ЖУРНАЛА — ЭТО

► легко

никаких дополнительных программ не требуется

► удобно

каждый выпуск идет в виде запускаемого файла, который вы скачиваете себе на компьютер

► доступно

не требуется доступа к интернету — чтение журнала off-line

► своевременно

электронная версия журнала «Эксперт» доступна в день выхода журнала*

VISA | СБЕРБАНК | QIWI | WebMoney | Яндекс.Деньги

ПОДРОБНОСТИ НА САЙТЕ: WWW.EXPERT.RU

PODPISKA@EXPERT.RU | 8 800 200 80 10 или 8 (495) 789 4465 (доб. 1587)

*«Эксперт», «Эксперт Урал», «Эксперт Юг» — понедельник, «Эксперт Северо-Запад» — вторник, «Эксперт Сибирь» — среда, «Русский репортер» — четверг



доходов и идентичны по предпочтениям, оказывается, что существование представительного потребителя возможно только при весьма жестких ограничениях на вид этих предпочтений.

Исследователи прекрасно понимали, что с гипотезой представительного индивида не все в порядке, однако долгое время предпочитали не замечать этой проблемы. Вот что написал **Айвор Пирс**, один из виднейших авторитетов в теории потребительского выбора, в монографии, вышедшей 1977 году: «Когда возникают проблемы агрегирования, разумный подход к проблеме определяется правилом: агрегирования следует всячески избегать» (курсив Пирса. — «Эксперт»). В таком подходе к проблеме не было ничего удивительного. В тот период бурно развивалась новая макроэкономика, в которой представительный потребитель играл основополагающую роль. Неоднородность потребителей представлялась второстепенной проблемой, а возможности альтернативных подходов игнорировались.

Почти идеальная модель спроса

Эмпирическая оценка системы функций спроса на основе линейной модели структуры расходов была впервые дана **Ричардом Стоуном** в 1954 году. Теоретическую модель сформулировал **Рой Джири** четырьмя годами ранее. Система функций спроса Стоуна—Джири имеет предельно простую структуру: расходы на конкретный товар сверх необходимого уровня пропорциональны уровню превышения общих расходов над уровнем прожиточного минимума. Коэффициенты пропорциональности отражают «вклад» товара в полезность и оцениваются, наряду с уровнями минимального потребления, в качестве параметров модели. Работа Ричарда Стоуна стимулировала многочисленные исследования, а сам он стал нобелевским лауреатом по экономике 1984 года.

Благодаря простоте модели Стоуна—Джири агрегирование предпочтений происходит в ней почти тривиальным образом: представительным потребителем оказывается обладатель среднего душевого дохода. Обратной стороной этой простоты была жесткость модели, затруднявшая ее усовершенствование. Оценки ее параметров не удовлетворяли условиям, вытекающим из уравнения Слуцкого, ключевого в теории спроса. Кроме того, линейный вид кривых Энгеля, присущий этой модели, противоречил фактическим данным.

Вклад Энгуса Дитона в эмпирические исследования спроса можно считать логическим развитием подхода Стоуна—



Джири. В 1980 году Дитон совместно с **Джоном Мьюэллбауэром** предложил модель с претенциозным названием «Почти Идеальная Система Уравнений Спроса», известную под аббревиатурой AIDS (Almost Ideal Demand System). Модель была названа так, потому что, по мнению авторов, с ее помощью достигался компромисс между простотой и реалистичностью, что само по себе является идеалом экономического моделирования.

Модель Дитона—Мьюэллбаура основана на теории рационального выбора и имеет более общую структуру, с большей степенью гибкости по сравнению с предшествующими аналогами. Она включает неоднородную совокупность потребителей с дифференциацией индивидуальных доходов и предпочтений, для которых допустимо агрегирование. Тем самым учитывается различие домохозяйств не только по уровню доходов, но и по демографическим характеристикам, таким как размер и средний возраст членов семьи.

Уравнения «почти идеальной» модели оценивались по восьми товарным группам на основе двадцатилетнего временного ряда (1954–1974) для британской экономики. Функции Энгеля для данной модели являются нелинейными, а доход представительного потребителя отличается от среднестатистического дохода. Хотя оценки параметров все же не подтвердили условий Слуцкого, но, как показал Дитон в других работах, этот результат вовсе не опровергает базовую теорию, но диктует необходимость дальнейшего развития модели.

Время показало, что авторы «почти идеальной» модели, по всей видимости, имели достаточно оснований, чтобы дать ей такое название. Она стала своего рода стандартной моделью в эмпирических исследованиях спроса. Присущие ей простота и гибкость обеспечивали

надежность статистических оценок. Это было особенно актуально в условиях ограниченных компьютерных возможностей три десятилетия назад. Несмотря на произошедшее усовершенствование вычислительных процедур, подход Дитона до сих пор остается краеугольным камнем в многочисленных исследованиях спроса.

Парадокс Дитона

Система статических функций спроса, о которых говорилось выше, может быть встроена в более общую динамическую модель потребительского выбора. При таком подходе бюджетное ограничение домохозяйства выходит за рамки одного календарного периода благодаря использованию финансовых инструментов, позволяющих сглаживать уровни потребления во времени. При этом потребительский выбор можно свести к теоретической двухшаговой схеме. На первом шаге определяется размер сбережений и расходов для некоторого периода, а на втором — структура спроса при заданной величине расходов.

Задача первого шага представляет собой динамический выбор в условиях неопределенности, ставший предметом скрупулезных исследований с начала 1970-х. Энгус Дитон внес свой вклад в эти исследования в работах 1980-х годов. При этом он стал разрушителем стереотипов. В среде макроэкономистов того времени господствовали представления, основанные на гипотезе перманентного дохода **Милтона Фридмана**, нобелевского лауреата 1976 года. Согласно этой гипотезе совокупный спрос определяется усредненным ожидаемым доходом и не должен быть чувствителен к колебаниям текущего дохода. Аргументация Фридмана была нацелена против кейнсианской макроэкономики с функцией совокупного спроса, зависящей от текущего дохода. Опровержение кейнсианской теории обосновало отказ от мер активистской антициклической политики.

Дитон продемонстрировал в совместной с **Джоном Кэмпбеллом** статье 1989 года, что на самом деле гипотеза перманентного дохода далеко не всегда влечет за собой сглаживание уровней потребления. Если правильно моделировать динамику дохода, приняв во внимание значимую положительную автокорреляцию темпов его роста, то оказывается, что волатильность уровня перманентного дохода должна быть выше волатильности уровня текущего дохода. Отсюда следует, что совокупное потребление должно быть достаточно чувствительно к колебаниям текущего дохода, а это опровергает основной вывод Фридмана, сделанный им на основе его же собствен-

ной гипотезы. В этом и заключался парадокс Дитона, из которого следовала необходимость дать разумное объяснение наблюдаемой низкой волатильности потребления, противоречащей гипотезе перманентного дохода в правильной интерпретации.

В более поздних работах Дитон показал, что объяснение этого парадокса может быть дано лишь с использованием информации микроуровня. В отличие от статических моделей потребительского спроса, для которых агрегирование при определенных условиях возможно, в анализе динамических моделей необходимо рассматривать в явном виде специфические риски и ограничения, проявляющиеся на микроуровне. Это, например, риски потери трудового дохода и ограничения кредита, влияющие на сбережения по мотиву предосторожности. Рассмотрение таких рисков и ограничений в отношении представительного потребителя выглядело бы довольно бессмысленно. Дитон показал, что автокорреляция изменения доходов на микроуровне гораздо ниже, чем на макроуровне, что обуславливает сглаживание индивидуального потребления. Но при агрегировании индивидуальных доходов в значительной мере устраняются риски микроуровня, и происходит увеличение автокорреляции.

Это обстоятельство раскрывает причину парадокса.

На наш взгляд, следует иметь в виду ограниченность схемы двухэтапного процесса принятия потребительских решений, когда по отдельности рассматривается выбор уровня и структуры расходов. Такая схема не учитывает особенности выбора товаров длительного пользования, обусловленного межвременными предпочтениями. Но это отдельная проблема, которая, возможно, еще ждет своего нобелевского лауреата.

Измерения уровня жизни и бедности в развивающихся странах

Энгус Дитон внес значительный вклад в развитие методов эмпирических исследований уровня жизни и причин бедности в слаборазвитых странах. Основные проблемы в таких исследованиях обусловлены недостатком официальных статистических данных о доходах населения и о рынках товаров и услуг, а также разветвленной теневой экономической активностью. В этих условиях информация, получаемая через опросы домохозяйств, имеет особую ценность. Опросы позволяют получать систематические данные об индивидуальном

потреблении, которые более важны для оценок бедности, чем данные об официальных доходах. Проблема искажения информации, конечно же, существует и для опросов, скажем из-за изменений выборочной структуры во времени. В таких условиях требуется разработка специальных методов и приемов анализа данных микроуровня, которыми Дитон очень серьезно занимался последние двадцать лет.

Например, исследуя кривые Энгеля для потребления продуктов питания в слаборазвитых странах, он отверг предположение о ловушке бедности, состоящее в том, что стабильно низкий уровень жизни объясняется недостатком потребляемых калорий и, как следствие, неспособностью людей к продуктивному труду. В некоторых других случаях разрабатывались довольно оригинальные приемы. Для проверки гипотезы о гендерной дискриминации в семьях изучалось влияние рождения ребенка — дочери или сына — на изменение потребления товаров, предназначенных для взрослых членов семьи. Используя такой прием, Дитон и его соавторы пришли к выводу, что гендерная дискриминация отсутствует в нормальных условиях, но проявляется при ухудшении материального положения домохозяйств. ■



УНИКАЛЬНАЯ КОЛЛЕКЦИЯ МИРОВЫХ БРЕНДОВ:
CLARKS / TOMMY HILFIGER / MARC O'POLO /
GANT / NAPAPIJRI / JOOP! / PORSCHE DESIGN
/ LIEBESKIND BERLIN / MANDARINA DUCK /
STRELLSON / BJORN BORG / SPERRY TOP-SIDER
/ GOLA / TOM TAILOR / HAPPY SOCKS

МОСКВА / САНКТ-ПЕТЕРБУРГ / АРХАНГЕЛЬСК /
АСТРАХАНЬ / ВЛАДИКАВКАЗ / ВЛАДИВОСТОК
/ ЕКАТЕРИНБУРГ / КАЛИНИНГРАД / ОРЕНБУРГ
/ МАХАЧКАЛА / ПЕРМЬ / СИМФЕРОПОЛЬ /
САМАРА / ТВЕРЬ / ТЮМЕНЬ / ЧЕЛЯБИНСК

ТЦ МЕГА Белая Дача / ТРЦ АФИМОЛЛ Сити /
МТК ЕвроПарк / ТРЦ Золотой Вавилон /
ТЦ Июнь / ТРК Щука / ТРЦ РИО / ТРЦ XL-3 /
ТРЦ Весна

www.sohoshop.ru