

# 2016/05/05 個體經濟研討會導讀

Meissner, Pfeiffer (2016) *I Want to Know it Now: Measuring Preferences Over the Temporal Resolution Abstract of Consumption Uncertainty*  
by 徐正憲

## 1. What is the question? [導讀者觀點]

一個人為了衡量未來消費的走勢，會願意在當下犧牲掉多少消費時間？  
換言之，本文在探討**規避消費時間不確定性的主觀成本**有多大。

## 2. Why should we care about it? [導讀者觀點]

我們如果能確切掌握未來消費的走勢，何時需要防患未然、何時可以以逸待勞，全部都可以由自己主觀控制，進而藉由跨期的**平滑消費**逼近**最大化的效用**。

前人多對於所得不確定性做出不同的詮釋，但浮動的消費也是決定跨期效用的要素；然而，許多實驗以錢作為實驗設計下的誘因結構，但錢只能被當作所得，而非消費。因此，本文以**觀看 YouTube 影片的時間**做為獎賞，用以取代傳統的金錢消費。

## 3. What is the author's answer?

為了早點得知消費時間的確切時間，工作者願意**放棄 4.4% 的消費 (時間)**。

## 4. How did the author get there?

透過一個三期的實驗設計，作者透過資訊揭露及**報酬價格表**控制了外生條件。實驗設計上會拉長每一期間的時間，只要在九十分鐘內完成一定量的**無聊工作**，剩下的時間就可以換成**實質消費**當作報酬 (也就是本篇提到上 **YouTube** 的時間)。其中，如何透過**減少休閒**來迴避浮動而不確定的總工作時間，解釋了本篇的問題。

數量方法上，本文主要以前人的 **RU 理論模型**改造，搭配統計的**點估計**來判斷。

## 5. A super brief summary to the introduction:

**提早洞悉自己消費的時間貼水 (TP) 有多高？**本文透過實驗設計來衡量這個問題。

## 6. A real world example: <sup>0</sup>

員工在上班時間可以偷閒或工作，但是工作**勞心勞力**又只有 **22K**，因此**偏好偷閒**。但未完成工作會被炒魷魚，但每天老闆對員工的工作量要求可能多又可能少，此時不確定下班時間也會讓**你/妳無法判斷能否和姐妹淘約下午茶**。

所以有些員工選擇在老闆面前**拚命積極工作**，工作份量明顯高於老闆指派的平均值；老闆則直觀認為你/妳進度已超標，准許提早下班，間接換來了**穩定的下午茶時光**。<sup>1</sup>

---

0. 請不要指望以上現象在台灣發生，因為慣老闆請的是奴工而不是員工。

1. 高於平均的工作量，即可視為本文中的「時間貼水」(TP)。

## 2016/05/05 個體經濟研討會導讀

### 名詞解釋

- RU: **Recursive Utility**，遞迴效用函數；重點在將未來的預期消費拿入該期的效用。
- EIS: **Elasticity of Intertemporal Substitution**，跨期替代彈性；係指在第一期減少一單位的消費下，對於下一期消費的影響值。
- ED: **Early Draw**，表示於三期模型中，在第二期即可得知第三期的消費額。
- LD: **Late Draw**，表示在三期模型中，要等到第三期才可以知道該期消費額。
- TP: **Time Premia**，時間貼水；即本文詢問「規避消費不確定性」的願付價格。

### 變數解釋

- U: 效用函數，本篇中區分為能預知未來消費的 **ED** 與無法預知的 **LD**。
- C: 消費額，可用來表示該期的效用 ( $C_t$ )，或是未來的效用 ( $C_{t+1}$ )。
- R: 不確定性偏好折現，用於當下表現出對於未來消費效用的不確定性。
- $W(\cdot, \cdot)$ : 一個跨期加總的函數，是效用函數在本文的表現方式。
- $\alpha$ : **RRA (Relative Risk Aversion)**，表現出相對風險趨避的程度。
- $\beta$ : 時間折現因子，估算跨期效用時需要乘入式中，。
- $\rho$ : **EIS**；在文中  $\alpha < \rho$  時恨不得早點知道不確定性，而  $\alpha > \rho$  時希望晚點再知道。
- $\mu$ : Tremble Parameter，外部震盪指標。屬於隨機變數， $\mu$  越大則震盪幅度越大。
-