



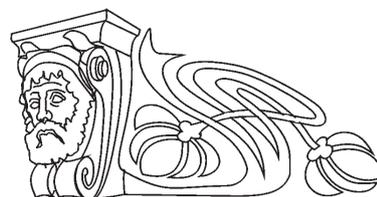
10. Brenner R. *Jekonomika global'noj turbulentnosti: razvitye kapitalisticheskie jekonomiki v period ot dolgogo buma do dolgogo spada, 1945–2005* [The Economics of Global Turbulence: The Advanced Capitalist Economies from Long Boom to Long Downturn, 1945–2005]. Moscow, 2014. 552 p.
11. *Rossija v cifrah: krat. stat. sb.* [Russia by the Numbers. Short statistical collection]. Moscow. 2001. 397 p.
12. *Rossija v cifrah: krat. stat. sb.* [Russia by the Numbers. Short statistical collection]. Moscow, 2010. 558 p.
13. Programma antikrizisnyh mer Pravitel'stva Rossijskoj Federacii na 2009 god (The program of anti-crisis measures of the Government of the Russian Federation in 2009 year). *ATP «Consultant»* [electronic resource].
14. Akindinova N. V., Aleksashenko S. V., Jasin E. G. *Scenarios and alternatives of macroeconomic policy*. Doklad k XII Mezhdunar. nauch. konf. po problemam razvitija jekonomiki i obshhestva [Scenarios and alternatives of macroeconomic policy. Report to the XII International Academic Conference on Economic and Social Development. Moscow, 5–7 April 2011]. Moscow, 2011. 75 p.
15. Glazyev S. *Ob antikrizisnoj politike* (On the anti-crisis policy). Available at: <http://news-front.info/2015/02/22/ili-shax-umryot-ili-ishak-sdoxnet-sergej-glazyev-ob-antikrizisnoj-politike/> (accessed 24 February 2015).
16. Zhukovsky V. *Pochemu padaet rubl'* (Why falling ruble). Available at: <http://zavtra.ru/content/view/valyuta/> (accessed 26 February 2015).
17. *Rossija v cifrah: krat. stat. sb.* [Russia by the Numbers. Short statistical collection]. Moscow, 2014. 558 p.
18. *Rossijskij statisticheskij ezhegodnik: stat. sb.* [Statistical Yearbook. Statistical collection]. Moscow 2012. 786 p.
19. *Rossija v cifrah: krat. stat. sb.* [Russia by the Numbers. Short statistical collection]. Moscow, 2009. 525 p.
20. *Rossija v cifrah: krat. stat. sb.* [Russia by the Numbers. Short statistical collection]. Moscow, 2012. 573 p.
21. *Rossija v cifrah: krat. stat. sb.* [Russia by the Numbers. Short statistical collection]. Moscow, 2013. 573 p.
22. Rajskaia N., Roshhina L., Frenkel' A., Mal'ceva I., Baranov Ye. *Jekonomika v 2009–2011 gg.* [The economy in 2009–2011 years]. *Jekonomist* [Economist], 2010, no. 8, pp. 18–55.
23. *Central'ny bank Rossijskoj Federacii* (Central Bank of the Russian Federation. Site). Available at: [http://cbr.ru/hd\\_base/default.aspx?Prtid=mrff\\_m](http://cbr.ru/hd_base/default.aspx?Prtid=mrff_m) (accessed 27 May 2014).
24. Ershov M. V. *Mirovoy ekonomicheskij krizis. Chto dal'she?* [The World economic crisis. What's next?]. Moscow, 2011. 295 p.
25. Raskov N. *Dolgovremennye tendencii razvitija jekonomiki* [Long-term economic trends]. *Jekonomist* [Economist], 2010, no. 5, pp. 27–39.
26. Mirkin Ya. M. *Finansovoe buduwee Rossii: e'kstreumy, bumy, sistemnye riski* [The financial future of Russia: extremes, booms and system risks]. Moscow, 2011. 480 p.
27. Gubanov S. *Avtonomnaja recessija kak final'naja faza sistemnogo krizisa Rossii* [Autonomous recession as the final phase of a systemic crisis in Russia]. *Jekonomist* [Economist], 2013, no. 9, pp. 3–24.
28. Glazyev S. *Kak ne proigrat' v vojne* (How not to lose the war). Available at: [http://glazyev.ru/sodr\\_ssn/368/](http://glazyev.ru/sodr_ssn/368/) (accessed 25 April 2015).
29. Katasonov V. *Jekonomicheskie itogi Rossii 2014 goda: ograblenie strany v osobo krupnyh razmerah* (Russian economic results in 2014: Robbery of the country on a large scale). Available at: <http://www.regnum.ru/news/polit/1883032.html> (accessed 12 February 2015).
30. Zhukovsky V. *Rubl': CB utrachivaet kontrol' nad situaciej?* (Ruble: Central Bank loses control of the situation?). Available at: <http://finam.info/news/rubl-tsb-utrachivaet-kontrol-nad-situatsiej/> (accessed 27 February 2015).
31. Boldyrev Yu. *Spaset li jekonomiku Rossii «deshevyy» rubl'?* (Whether Russia will save the economy «cheap» ruble?). Available at: <http://svpressa.ru/economy/article/115780/> (accessed 20 March 2015).

УДК 330.133.7

## ФИКТИВНЫЕ ТОВАРЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ: ОБЩЕЕ И ОСОБЕННОЕ

**Р. Р. Тугушева**

аспирантка кафедры экономической теории и национальной экономики,  
Саратовский государственный университет  
E-mail: ryasimya.tugusheva@mail.ru



**Введение.** В современной экономике все большую значимость приобретает интеллектуальный труд. В связи с этим повышается значимость нематериальных товаров, рынки которых мало изучены. Данные товары являются фиктивными. Возникает необходимость изучения понятия, основных свойств, особенностей ценообразования фиктивных товаров и т.д. **Теоретический анализ.** Для определения признаков фиктивных товаров

исследуется, что служит основой стоимости реальных товаров. В статье даются основные подходы к определению «фиктивный товар». Также рассматриваются основные теории формирования стоимости различных видов товаров. **Результаты.** На основе анализа различных подходов к понятию «фиктивный товар» определены основные свойства фиктивных товаров. Выявлены различия процесса формирования стоимости реальных и



фиктивных товаров. В настоящее время необходимо развивать теорию фиктивных товаров, которая глубоко исследует и объяснит формирование потребительной стоимости и стоимости такого рода товаров и которая станет методологической основой анализа ценообразования для них.

**Ключевые слова:** товар, фиктивный товар, реальный товар, фиктивная стоимость, интеллектуальный продукт.

DOI: 10.18500/1994-2540-2015-15-4-376-381

### Введение

Мир товаров разнообразен. Товары бывают материальными и нематериальными, рациональными и иррациональными, первичными и вторичными и т.д. Написано множество работ о производственных и потребительских товарах, но экономика динамична, и появляются новые группы товаров, которые мы не можем отнести к товарам, указанным выше. Разворачивается дискуссия по поводу появления фиктивных товаров. Понятие «фиктивный товар» не новое. Оно встречается как у классиков, так и у современных авторов. Понятие «фиктивный товар» пока не является устоявшейся экономической категорией. Чтобы понять, что представляют собой фиктивные товары, попробуем разобраться, какими общими товарными характеристиками они обладают и, с другой стороны, каковы их особенности.

### Теоретический анализ

Фиктивные товары – это товары, которые не имеют реальной стоимости, что и отличает их от реальных товаров. То есть в них не заложен человеческий труд. Марксистская теория стоимости не в состоянии объяснить превращения знания в стоимость, поскольку затраты на производство неопределенны. Но все же К. Маркс указывал на существование фиктивных товаров и их иллюзорную природу. Он писал, что цена есть денежное название овестьствовленного в товаре труда. Превращение величины стоимости в цену есть меновое отношение данного товара к денежному товару. Но возможно несовпадение величины стоимости с ценой товара. В этом случае вещь формально может иметь цену, не имея стоимости. Выражение цены здесь является мнимым, т.е. фиктивным. Маркс считал, что фиктивным может быть и капитал и что акция есть лишь титул собственности. Самостоятельное движение стоимости этих титулов собственности – не только государственных ценных бумаг, но и акций – поддерживает иллюзию, писал К. Маркс, будто они образуют действительный капитал наряду с тем капиталом или с тем притязанием, титулами которых они, может быть, являются [1].

Различные авторы по-разному определяют фиктивный товар. Впервые термин «фиктивные товары» ввел в научный оборот Карл Поланьи, который трактовал его как ненастоящий товар, не произведенный для продажи. К фиктивным товарам он относит землю и труд. Еще Маркс говорил, что не подвергшаяся обработке земля не имеет стоимости, потому что в ней не овестьствовлен человеческий труд. Поланьи объяснял это аналогично. Он говорил, что труд и земля не являются, в отличие от обычных товаров, продуктами производственной деятельности, предназначенными для продажи. Превращение их в товар предполагает формирование институтов, закрепляющих рыночные критерии оценки трудовой деятельности человека, тесно связанной с самим процессом жизни, использования природных ресурсов. Он говорил, что труд – не что иное, как другое название человеческой деятельности, неразрывно связанной с самой человеческой жизнью; эта последняя же существует не для продажи, но совершенно для других целей. Кроме того, трудовая деятельность не может быть оторвана от прочих составных частей человеческой жизни в целом, она не может запастись или мобилизовываться по мере надобности. Земля – не что иное, как другое название природы, которая человеком не производится. Наконец, современные деньги – знаки покупательной силы в чистом виде и, как правило, не производятся вообще, но порождаются банковской или государственной финансовой системой. Ни один из этих трех элементов не производится для продажи; характеристика труда, земли и денег как товаров является чисто фиктивной.

К. Поланьи считал, что фиктивный характер этих товаров создает жизненно важный для организации общества принцип, который различными способами влияет почти на все общественные институты. А именно принцип, в соответствии с которым не должны допускаться никакие установления и никакое поведение, препятствующие реальному функционированию рыночного механизма применительно к фиктивным товарам [2].

По определению А. А. Исаева, фиктивные товары – это предметы торговли (объекты обмена), не отвечающие требованиям, предъявляемым к реальным товарам. В контексте удовлетворения жизненно важных потребностей людей «фиктивный товар» – это пустое понятие, экономический аналог «круглого квадрата» или «горячего льда».

Не являясь продуктом затраченного ранее труда, говорит Исаев, фиктивный товар не может обладать реальной стоимостью по определению. В этой связи обмен, при котором одна из сторон



обменивает реальный товар на фиктивный товар, является неэквивалентным изначально. Исаев замечает, чтобы отличить реальный товар от фиктивного товара, необходимо ответить на вопрос: «Что покупатель приобретает в момент купли-продажи?» Приобретает ли он право собственности на реальное имущество? Или речь идет только о приобретении права собственности на право получения в собственность определенного реального имущества в будущем? (Например, как это происходит при покупке обязательства на поставку урожая пшеницы будущего года.) Поскольку сразу после приобретения такого возникающего только в будущем права собственности на реальное имущество покупатель полноценным собственником данного реального имущества не становится, свободно владеть, пользоваться и распоряжаться им не может.

По большому счету, фиктивный товар есть лишь образ (фикция) реального товара, поэтому речь идет об абсолютно нематериальном характере фиктивных товаров. И в этой связи большой натяжкой является уподобление фиктивных товаров «мыльным пузырям».

А. А. Исаев к фиктивным товарам относит следующие: «товары из будущего», т.е. те, которые в момент купли-продажи не существуют (например, урожай пшеницы в будущем году); ценные бумаги (акции, облигации, векселя и т.д.); производные финансовые инструменты; права требования, вытекающие из договоров гражданско-правового характера; иностранная валюта, используемая в качестве инструмента сбережения накоплений [3].

Андре Горц к фиктивным товарам относит товары нематериального производства. Он отмечает, что сегодня, когда все большее и большее значение приобретает интеллектуальный труд, все труднее определить стоимость товаров, поскольку затраты на производство знаний зачастую трудно оценить, так как его уже нельзя оценить определенными мерами и нормами. И хотя без материального труда по-прежнему не обойдешься, тем не менее, он становится подчиненным моментом производственного процесса. Уже К. Маркс считал, что знания должны стать крупной производительной силой и именно они должны служить мерой общественного богатства. Во главе производства становится нематериальный труд. Именно он и меняет основу формирования стоимости. Это означает, что меновая стоимость зависит не от количества содержащегося в нем труда, а от содержания в нем знаний, интеллекта и информации. А. Горц считает фиктивными товарами те, в основе которых заложены живые и формализованные знания. К живому труду он

относил повседневные навыки и умения, на основе которых выстраиваются профессиональные, представляющие из себя человеческий капитал. Формализованные же знания создаются посредством взаимодействия и коммуникации между исследователями и учеными. Горц отмечает, что как живое, так и формализованное знание нельзя свести к общеизмеримой стоимости, без чего нельзя определить отношение эквивалентности. Невозможность выразить знания, интеллект в абстрактных единицах стоимости вынуждает применять чисто умозрительную оценку знаний, т.е. фиктивную оценку. Формы общего знания в нематериальном труде существуют лишь в живой практике. Они не были приобретены или созданы в расчете на их применение в определенной работе. Продукты такого труда являются не реальными товарами, а фиктивными. Они содержат потребительскую стоимость, но их денежная стоимость точно не определена [4].

Приведенные выше трактовки фиктивного товара сводятся к единому мнению: фиктивный товар – это товар, не обладающий товарными свойствами в полном объеме. При реализации фиктивного товара благо реализует функции товара, но при этом товаром реальным не является.

Необходимо заметить, что фиктивные товары, несмотря на то, что это особый род товаров, относятся к товарам. Как мы знаем, товар обладает двумя основными свойствами: полезностью (потребительской стоимостью) и ценностью (меновая стоимость). Согласно трудовой теории стоимости Маркса, полезность вещи делает ее потребительной стоимостью. Для того чтобы стать товаром, она должна обладать потребительной стоимостью и быть передана кому-нибудь посредством обмена. Меновая стоимость представляется в виде количественного соотношения, в которой потребительная стоимость одного товара обменивается на потребительную стоимость другого товара. Чтобы реализоваться как стоимость, товар сначала должен быть признан обществом как потребительская стоимость. Однако выступать в качестве потребительской стоимости товар сможет после того, как будет реализован как стоимость.

Еще до Маркса в теоретическое осмысление двойственной природы товара и особенностей товарного обмена большой вклад внес древнегреческий ученый Аристотель [5]. Он отмечал, что товар может использоваться для удовлетворения собственных потребностей и для обмена, что обмен не может быть осуществлен, если не может иметь равенство, а равенство невозможно измерить. Но Аристотель не смог определить действительной основы товарного обмена. Он считал,



что ценность определяется такими факторами, как степень полезности, редкость, потребность, и приравнением к монете. Он не мог определить, что есть нечто одинаковое, что дает возможность приравнять и соизмерять товары. Именно тип общества, в котором все основывалось на натурально-хозяйственном обмене, помешал ему раскрыть, в чем состоит отношение равенства. Но все его указанные положения подтвердились в ходе дальнейшего развития экономической мысли, в частности в трудовой теории Маркса.

Следуя теории Маркса, если товар не обладает таким свойством, как потребительная стоимость, то наделен лишь таким свойством, как продукт труда. Меновая стоимость этого товара стала независима от его потребительной стоимости. Таким образом, меновая стоимость товаров и есть их стоимость, в то время как потребительная стоимость имеет стоимость лишь потому, что в ней овеществлен человеческий труд. Величина стоимости измеряется количеством содержащего в нем труда, в свою очередь, количество труда измеряется продолжительностью рабочего времени (час, день). Поэтому товары, в которых содержится одинаковое количество труда, имеют одинаковую стоимость. Величина стоимости зависит от количества труда и его производительной силы. Чем больше количества труда затрачено на производство товара, тем больше его стоимость. С другой стороны, чем выше производительность труда, тем ниже стоимость товара. Но товар не может обладать стоимостью, если его не потребляют, т.е. он бесполезен, и труд, затраченный на изготовление товара, тоже бесполезен, поэтому он не образует никакой стоимости.

Всякий труд является расходом рабочей силы. Портняжество или ткачество, несмотря на качественное различие производительной деятельности, одинаково являются расходом человеческого творческого потенциала, силы и т.д. Поэтому в стоимости товара представлены затраты человеческого труда вообще. Причиной разницы между стоимостью двух товаров является то, что для производства одного товара нужно затратить рабочую силу в течение вдвое более продолжительного времени, чем для производства другого. Из этого следует, что потребительная стоимость включает в себя качество содержащего в нем труда, а стоимость включает в себя количество труда, затраченного для производства товара.

Когда стоимость одного товара приравнивается к стоимости другого, это означает, что труд, затраченный на производство первого товара, приравнивается к труду, затраченному на второй. Нужно учесть, что труд образует стоимость, но

не является стоимостью. Стоимость одного товара выражается в потребительной стоимости другого, т.е. как потребительные стоимости товары отличны друг от друга. Тот товар, который выражает стоимость другого товара, является эквивалентом. В то время как этот товар выражает потребительную стоимость какого-либо товара, он не может выразить свою стоимость. В свою очередь, этот товар-эквивалент должен также найти себе товар, в котором проявляется его стоимость, т.е. свой эквивалент, который выражает его собственную стоимость.

Товары не могут сами отправляться на рынок и обмениваться. То есть существуют товаровладельцы, которые обмениваются этими товарами. Товар, которым обладает товаровладелец, не имеет для него потребительной стоимости. Для него он является только меновой стоимостью. Но тот товар, который он приобретает, является для него потребительной стоимостью, но для продавца этого товара он является меновой стоимостью [1].

Маржиналистская теория считала основой стоимости не трудовые затраты, а предельную полезность товара. Формирование цены ее приверженцы связывали с потреблением, а именно осуществляли учет того, как изменится потребность в продукте при добавлении единицы рассматриваемого блага.

Неоклассическая теория стоимости основой стоимости товара считала затраты. Если затраты определяют стоимость в долгосрочном периоде, то спрос и предложение влияют на стоимость в краткосрочном периоде.

В настоящее время экономика организована совсем по иному в сравнении с тем, что было, все большую роль играют информация и интеллектуальный капитал. В связи с этим стоит задуматься, правильно ли оценивать стоимость товаров тем же способом, как и несколько лет назад? Все вышеперечисленные теории не способны объяснить природу стоимости интеллектуального капитала. Результаты интеллектуального труда в абсолютно одинаковых условиях могут быть разными. Например, результаты двух работников, которые трудятся в одной организации, могут отличаться. Одному хорошая идея придет мгновенно, другому же потребуется несколько часов, а то и дней, чтобы прийти к правильному решению.

Труд, который приводит к возникновению физического продукта, можно абстрагировать от человека, но труд, который приводит к появлению интеллектуального капитала, нельзя отделить от работника. В связи с этим определить стоимость интеллектуальных продуктов невозможно, по-



сколькx похожие когнитивные способности индивидуумов требует разных затрат времени на их реализацию. Таким образом, применение трудовой теории стоимости при формировании интеллектуального продукта маловероятно в связи с тем, что на момент формирования данной теории продукты интеллектуального труда были малоизвестны.

Стоимость интеллектуального капитала формируется за счет его полезности и редкости. Полезность определяется возможностью использования информации и знаний. Редкость обусловлена уникальностью интеллектуального капитала, а также наличием искусственных и естественных барьеров при распространении знаний и информации.

К естественным барьерам относится интеллектуальный капитал, который не зафиксирован на материальных носителях и принадлежит определенной организации. Искусственные барьеры относятся к части интеллектуального капитала организации, которая зафиксирована на бумажных или электронных носителях. К искусственным барьерам относят: патентно-правовые (определяются законодательными нормами патентного права); административные (устанавливаются организацией в виде системы доступа к информации и ее конфиденциальности); технические (ограничивающие доступ к информации); экономические (в виде стимулов, делающих невыгодным копирование информации).

Маржиналистская теория объясняет ценность интеллектуального продукта, через такие категории, как «редкость» и «полезность». Ее ключевое положение о стоимости товара не действует в отношении интеллектуального продукта, так как невозможно насытиться знаниями, а наоборот, знания постоянно нужно обновлять. Таким образом, формирование стоимости знаний не подчиняется закону предельной полезности, поскольку при использовании знаний и информации их стоимость не снижается, а, наоборот, возрастает.

Неоклассики не делят ценообразование на материальные и нематериальные товары. Они считают, что формирование цены на интеллектуальный продукт, как и на реальный товар, основывается на рыночном фундаментализме, т.е. цена формируется на основе спроса и предложения [6].

Объяснить процесс формирования стоимости на интеллектуальный продукт с позиции трудовой теории стоимости затруднительно, так как нельзя определить затраты интеллектуального труда на решение какой-либо задачи, а также невозможно насытиться знаниями и определить их предельную полезность.

К этому можно добавить, что знания, в отличие от обычного товара (согласно трудовой теории стоимости), иначе участвуют в процессе обмена. Если, как указывалось выше, при обмене товаров для товаровладельца товар, который он обменивал, не обладал потребительной стоимостью, ею обладал для него товар, который он получил взамен, то в случае, когда речь идет о знаниях, которые необходимы в процессе производства, они обладают потребительной стоимостью как для того, кто предлагает свои знания, так и для того, кто их получает. Но при этом меновую стоимость этих знаний невозможно определить, т.е. невозможно определить стоимость этих знаний.

### Результаты

Таким образом, фиктивные товары – это товары особого рода. Несмотря на те же свойства, что и у реальных товаров, существует специфика как процесса формирования стоимости, так и потребительной стоимости фиктивных товаров. В настоящее время необходимо развивать теорию фиктивных товаров, которая глубоко исследует и объяснит формирование потребительной стоимости и стоимости такого рода товаров и которая станет методологической основой анализа ценообразования для них.

### Список литературы

1. Маркс К. Капитал : в 3 т. М. : Госполитиздат. 1949. Т. 1. 794 с.
2. Поланьи К. Саморегулирующийся рынок и фиктивные товары : труд, земля и капитал // Thesis. 1993. Вып. 2. С. 10–18.
3. Исаев А. А. Фиктивная экономика. Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2009. 160 с.
4. Горц А. Нематериальное знание, стоимость и капитал. М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2010. 209 с.
5. Аристотель. Никомахова этика. Книга пятая (Е). URL: <http://bookmate.com/books/tSqHER3> (дата обращения: 05.07.2015).
6. Гапоненко Т. В. О природе стоимости интеллектуального капитала // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 1–1. С. 134–138.

### The Concept of Fictitious Commodities in the Modern Economy: General Ideas and Key Features

R. R. Tugusheva

Saratov State University,  
83, Astrakhanskaya str., Saratov, 410012, Russia  
E-mail: ryasimya.tugusheva@mail.ru

**Introduction.** If we look at the modern economy we can see how significant the role of intangible assets and intellectual work has become over the last decades. These assets include fictitious commodities, and nowadays we have to analyze different definitions of this



term, explain its basic characteristics and price formation strategies.

**Theoretical analysis.** For signs of bogus goods is investigated, which serves as the basis for the cost of the real goods. The article discusses various approaches to the determination of fictitious commodities, and basic theories of value creation. **Results.** According to the research we have defined the key characteristics of fictitious commodities, showed the differences between the value creation processes of tangible and fictitious items. Also as a result of my research the main signs of fictitious goods which in the subsequent will be able to give the answer to a question of were revealed what goods are fictitious and in what feature of the markets of such goods. **Key words:** commodity, fictitious commodity, real commodity, fictitious value, product of intellectual work.

## References

1. Marks K. *Kapital* [Capital]: in 3 vol. Moscow, Gospolitizdat, 1949. Vol. 1. 794 p.
2. Polan'i K. Samoreguliruyushchiy rynek i fiktivnyye tovary: trud, zemlya i kapital [The self-regulating market and fictitious goods: work, earth and capital]. *Thesis*, 1993, iss. 2, pp. 10–18.
3. Isayev A. A. *Fiktivnaya ekonomika* [Fictitious economy]. Vladivostok, VGUES Publ., 2009. 160 p.
4. Gorts A. *Nematerial'noye znaniye, stoimost' i kapital* [Non-material knowledge, cost and capital]. Moscow, Publ. House State University SHE, 2010. 209 p.
5. Aristotel'. *Nikomakhova etika* (Nikomakhova ethics). Available at: <http://bookmate.com/books/tSqhER3> (accessed 5 July 2015).
6. Gaponenko T. V. O prirode stoimosti intellektual'nogo kapitala [About the nature of cost of the intellectual capital]. *Aktual'nyye problemy gumanitarnykh i yestestvennykh nauk* [Actual problems of humanitarian and natural sciences], 2014, no. 1–1, pp. 134–138.

УДК 332.85:311

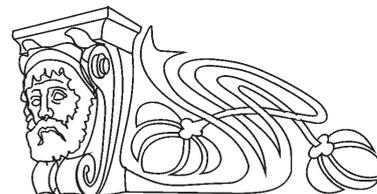
# ЭКОНОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ЦЕНЫ ОДНОКОМНАТНОЙ КВАРТИРЫ МЕТОДОМ ГЕОГРАФИЧЕСКИ ВЗВЕШЕННОЙ РЕГРЕССИИ

## В. В. Носов

доктор экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учета и статистики, Российский государственный социальный университет, Москва  
E-mail: novla@list.ru

## А. П. Цыпин

кандидат экономических наук, доцент кафедры статистики и эконометрики, Оренбургский государственный университет  
E-mail: zipin@yandex.ru



**Введение.** Выявление и измерение взаимозависимостей на рынке жилья является одним из ключевых вопросов, исследуемых эконометрическими методами. По сравнению с традиционными методами, географически взвешенная регрессия расширяет понимание того, как принадлежность единицы совокупности к конкретным географическим координатам влияет на зависимость между регрессорами и ценой на недвижимость. В связи с этим целью данного исследования явился анализ пространственных различий на цену однокомнатных квартир, представленных на вторичном рынке жилья г. Оренбурга. **Методы.** В работе были использованы метод кластерного анализа, графический метод, дисперсионный анализ, классическая регрессионная модель и географически взвешенная регрессия. **Результаты.** Оценка параметров глобальной (общей) модели методом наименьших квадратов (МНК) и географически взвешенной регрессией (ГВР), показало, что ГВР имеет лучшую подгонку и служит доказательством пространственной дифференциации коэффициентов регрессии. **Выводы.** При моделировании цены однокомнатной квартиры следует отдать предпочтение географически взвешенной регрессии, поскольку в ней оцениваются коэффициенты регрессии для каждого объекта совокупности и, следовательно, отражаются географические различия в зависимостях, что трудно отобразить уравнением общей регрессии.

**Ключевые слова:** дифференциация объектов, кластерный анализ, регрессионный анализ, фиктивные переменные, географически взвешенная регрессия.

DOI: 10.18500/1994-2540-2015-15-4-381-387

## Введение

Развитие рыночных отношений в Российской Федерации привело к формированию в стране рынка недвижимости. При этом факторы, которые оказывали влияние на формирование цены квартиры на начальном этапе развития, стали отходить на второй план, в связи с чем возникает необходимость выявления и измерения новых закономерностей на рассматриваемом рынке [1].

Исторически данная задача решалась в рамках классической линейной регрессии. Впоследствии в модель были включены фиктивные переменные, позволившие учесть пространственную дифференциацию (неоднородность) вклада регрессоров в формирование цены в зависимости от географической принадлежности объектов.