Впервые "индекс бигмака" был в шутку составлен экспертами американского журнала The Economist в 1986 году. По их мнению, ни один экономист не в состоянии сделать то, что может сделать обычный бутерброд: рассчитать покупательную способность разных национальных валют.

Более показательного товара, чем бигмак, который по одному и тому же рецепту делают в большинстве стран мира, придумать невозможно. Стоимость бигмака помогает экономистам оценить обменные курсы мировых валют.

«Индекс бигмак» основан на теории паритета покупательной способности (ППС) валют, по которой курсы валют друг к другу должны стремиться к такому значению, которое уравняло бы стоимость одинаковых товаров и услуг в разных странах. То есть курсы валют относительно доллара должны быть такими, чтобы на одну и ту же сумму в долларах в любой стране можно было купить одно и то же количество товара одинакового качества.

Стоимость бигмака в значительной степени зависит от величины местных затрат, таких как стоимость аренды, уровень заработной платы, стоимость электричества, цена бензина и так далее. Их очень сложно привести к общему знаменателю и, как правило, в бедных странах они намного ниже. Именно поэтому ППС очень хорошо выявляет несогласованность валютных курсов между странами.

В каждой шутке есть доля истины. В этой шутке доля истины оказалась очень большой. У этой теории даже появилось свое название - бургерномика, или экономика бутерброда.

The Economist успешно сравнивает цены бигмаков уже более 20 лет. Число стран, входящих в уже «нешуточное» исследование, сегодня достигает 120.

Экономисты делают такие выводы, - раз бигмак в России стоит в два раза дешевле, чем в Америке, доллар переоценен в два раза и должен стоить 17 рублей. Точнее на 30 января 2009 года в России бигмак стоил $1,73, тогда как в США – $3,54. Таким образом, справедливым соотношением между российской и американской валютой является курс 17,7 руб. за $1.

Учитывая, что официальный курс доллара, установленный Банком России на эту дату - 35,7 рубля, российская валюта недооценена на 51%. Не все экономисты принимают всерьез « бутербродный индекс».

Попытки "индексом бигмака" определить не только соотношение курса валют, но уровень жизни и экономическое благосостояние в различных странах по одному бутерброду, считают противники этого индекса, несколько примитивны. Гораздо точнее использовать другой показатель уровня жизни - среднее время, необходимое, чтобы заработать себе на ту или иную единицу товара, даже на тот же бигмак.

Если глубже проанализировать «бутербродный индекс», то становится ясно, что он в основном указывает на долгосрочную тенденцию в колебаниях курсов валют. Так, недооценённой валюте предстоит либо вырасти, либо Центробанк этой страны будет ожесточенно бороться с ростом курса, продавая национальную валюту с тем, чтобы предотвратить её удорожание.

Обычно национальные валюты занижаются в экспортно-ориентированных экономиках (к сожалению, Россия в их числе), потому что, именно благодаря дешёвым деньгам, вывозить из страны что-либо и продавать это за доллары становится особенно выгодным. В перспективе рубль должен стремиться к удорожанию, но для этого должна произойти коренная перестройка в экономике России, она должна быть полностью

модернизирована на создание высоких технологий.

23,6 рубля за $1 – курс, который мы видели летом 2008 года, был предельным. Дальнейшее удорожание отечественной валюты просто-напросто привело бы к закрытию многих российских предприятий. При 17 рублях за доллар российская докризисная экономика не смогла бы существовать.

Кстати, из январского индекса следует, что евро переоценено по отношению к доллару: в зоне евро бигмак стоит на 24% дороже. Самые дорогие бигмаки продаются в Норвегии, где они стоят $5,79 – это значит, что норвежская крона переоценена на 63%.

Самой недооцененной является валюта Малайзии, в «бутербродах» она дешевле на 57%. В ЮАР бигмак дороже малазийского всего на семь центов – $1,66. По-прежнему недооцененной остается валюта Гонконга - на 52%.

Самый большой недостаток «индекса бигмак» в том, что он отражает стоимость национальной валюты все-таки недостаточно точно, т.к. не учитывает, что в разных странах очень разная структура потребления.

Кроме своего знаменитого бигмака международная корпорация «Макдональдс» славится тем, что проводит тщательное исследование инвестиционного климата в городе и регионе, где она планирует открыть ресторан. Поэтому решение об открытии ресторана «Макдональдс» - это своего рода международное признание экономико-инвестиционных успехов такой территории.

Примером может служить Тверь, областной город, выгодно расположенный между двух российских столиц, с населением около 500тысяч человек (с меньшим населением города привлекательны для «Макдональдса» очень редко) своего «Макдональдса» не имеет (высокая аренда и налоги, низкая покупательная способность населения и т.д.). Администрации области и города везде заявляют об инвестиционной привлекательности города и области, но привлекательность эта остается только на

словах.

Ресторана «Макдональдс» в Твери пока нет, только одни намерения. Администрация Псковской области с небольшим Псковом (200 тысяч населения) приложила героические усилия, чтобы заинтересовать «Макдональдс», но проекта пока не получила.

Даже целая страна, такая как Украина, несколько лет не соответствовала критериям «Макдональдс». Международная корпорация «Макдональдс» долго сомневалась в стабильности экономической ситуации в Украине, и лишь в 1995 году пришла к выводу о благоприятных условиях, сложившихся в этой стране, для своей деятельности, только тогда было зарегистрировано украинское предприятие «Макдональдс» с сетью в 85 ресторанов.

Юрий Чашин http://chash24.ru