

Теория международной торговли



Теория абсолютных преимуществ



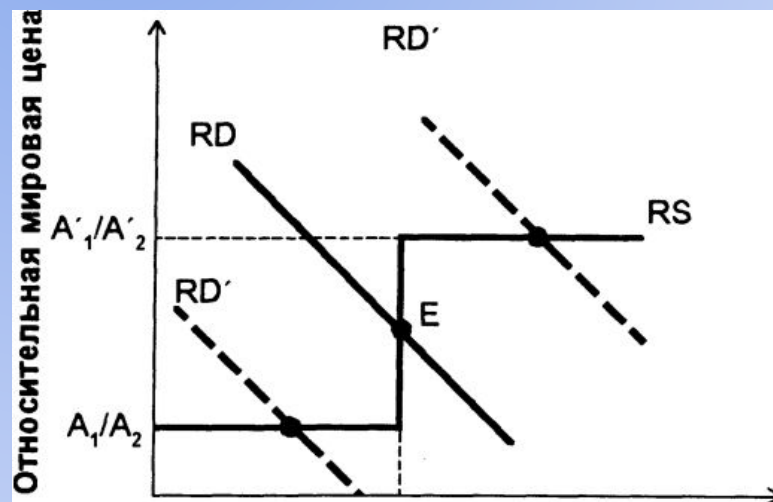
Теория абсолютных преимуществ - страны экспортируют те товары, которые они производят с меньшими издержками (в производстве которых они имеют абсолютное преимущество), и импортируют те товары, которые производятся другими странами с меньшими издержками (в производстве которых преимущество принадлежит их торговым партнерам).

В соответствии с воззрениями А.Смита:

1. правительствам следует не вмешиваться во внешнюю торговлю, поддерживать режим открытых рынков и свободы торговли;
2. нации, так же как и частные лица, должны специализироваться на производстве тех товаров, в производстве которых у них есть преимущества, и торговать ими в обмен на товары, преимуществом в производстве которых обладают другие нации;
3. внешняя торговля стимулирует развитие производительности труда путем расширения рынка за пределы национальных границ;
4. экспорт является положительным фактором для экономики страны, ибо обеспечивает сбыт излишка продуктов, которые не могут быть проданы на внутреннем рынке;
5. субсидии на экспорт являются налогом на население и ведут к повышению
6. внутренних цен и поэтому должны быть отменены.

Теория относительных преимуществ

Теория сравнительных преимуществ- если страны специализируются на производстве тех товаров , которые они могут производить с относительно более низкими издержками, то торговля будет взаимовыгодной для обеих стран, независимо от того является ли производство в одной из них абсолютно более эффективным, чем в другой.



Международная торговля – это сфера товарно-денежных отношений, представляющая собой совокупность внешней торговли всех стран мира. Иначе говоря, **международная торговля** – это сфера обмена продуктами труда (товарами и услугами) между продавцами и покупателями разных стран.

В процессе международной торговли возникает два направления товаропотоков – **экспорт и импорт**.

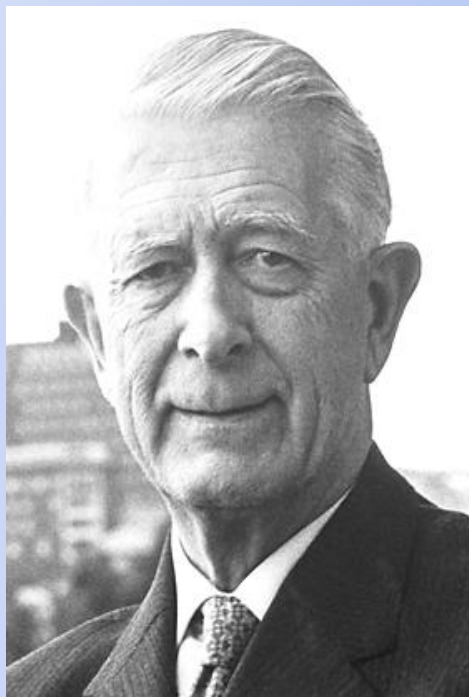
Показатели оценки экспортно-импортных поставок имеют важное значение для определения количественных характеристик внешней и международной торговли, таких, как:

стоимостной и физический
объём (товарооборот)

товарная структура, представляющая собой
соотношение товарных групп в мировом экспорте.

географическая структура представляет собой распределение
торговых потоков между отдельными странами и их группами,
выделяемый либо по территориальному, либо по организационному
признаку.

Теория Хекшера – Олина

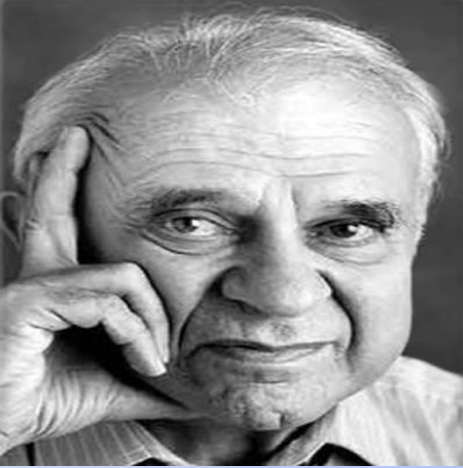


Новая модель была создана шведскими экономистами Эли Хекшером и Бертелем Олином. Вплоть до 60-х гг. модель Хекшера - Олина господствовала в экономической литературе.

Сущность неоклассического подхода к международной торговле и специализации отдельных стран состоит в следующем: По причинам исторического и географического характера распределение материальных и людских ресурсов между странами неравномерно, что, по мнению неоклассиков, объясняет различия относительных цен на товары, от которых, в свою очередь, зависят национальные сравнительные преимущества. Отсюда следует *закон пропорциональности факторов*: в открытой экономике каждая страна стремится специализироваться в производстве товара, требующего больше факторов, которыми страна относительно лучше наделена. Олин сформулировал этот закон еще короче: «**Международный обмен** - это обмен изобильных факторов на редкие: страна экспортирует товары, производство которых требует большего количества факторов, имеющихся в изобилии».

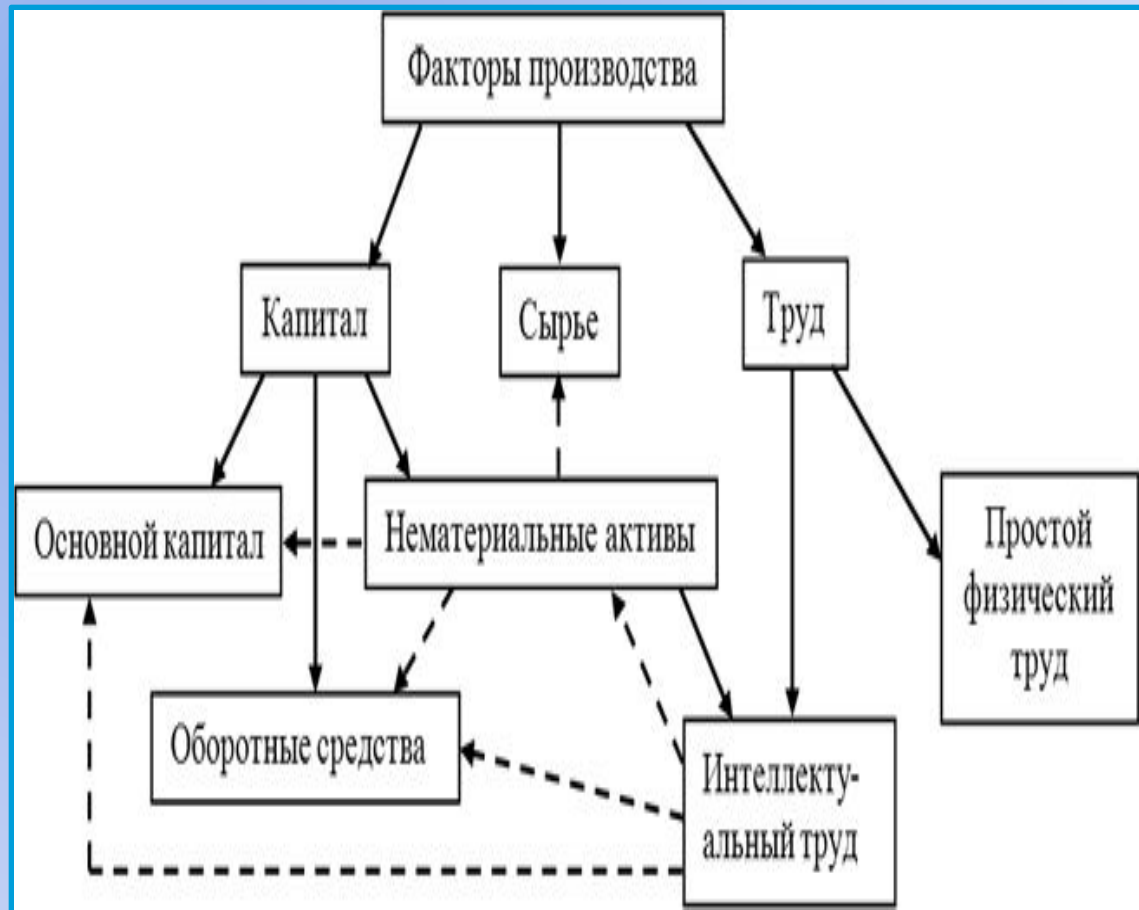
$$\frac{T_K^I}{T_L^I} > \frac{T_K}{T_L}$$

«Парадокс Леонтьева»



Парадокс Леонтьева — наблюдение, опровергнувшее теорию Хекшера-Олина при анализе внешней торговли США за 1947 год. Разрешение парадокса Леонтьева состоит в том, что *корректное исследование требует не двухфакторной, а многофакторной модели внешней торговли.*

Леонтьев предположил, что доля капиталоемких товаров в экспорте будет расти, а трудоёмких сокращаться. В действительности же при анализе торгового баланса США, доля трудоёмких товаров не сокращалась. В этом и состояла суть парадокса.



ТЕОРЕМА СТОЛПЕРА-САМУЭЛЬСОНА

Свободная торговля, в конечном счете, может привести к полному (абсолютному) и относительному выравниванию цен на факторы производства.

- Если страны будут торговать друг с другом, *экономики стран придут в равновесие.*

Допустим, что до торговли преимущественным фактором страны А является труд, Б - капитал.



В стране А в результате торговли начинает возрастать спрос на труд в связи с хорошим его экспортом, возрастает цена на труд. А цена на собственный капитал внутри страны начинает падать, т. к. будет импорт более дешевого из-за рубежа. В результате страна А начнет терять свое преимущество - дешевый труд, т.к. по мере торговли он будет становиться все более дорогим. Противоположное произойдет в стране Б. В конечном итоге, страна А приблизится к состоянию страны Б на начальном этапе.

В реальном мире в относительно коротком времени в современной многофакторной системе МТ при воздействии государственных систем экспорта- импорта теорема Самуэльсона выглядит идеалистической. Тем не менее, она показывает на возможность достижения в мире всеобщего экономического равновесия.

«Конкурентный ромб» М. Портера

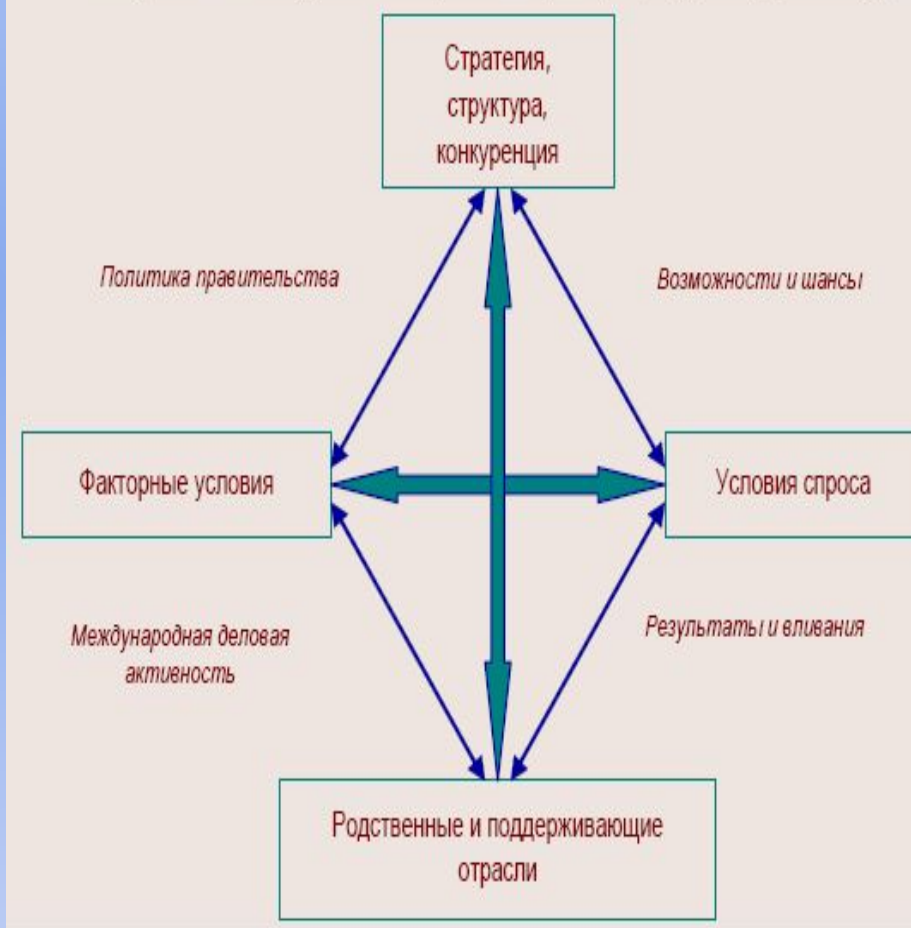
Профессор Гарвардской школы бизнеса Майкл Портер в 1990 г. выпустил монографию «Конкурентные преимущества наций». Он попытался выявить причины успеха страны в международной конкуренции в той или иной отрасли с помощью системы четырех показателей – **«конкурентного ромба»**.

«Конкурентный ромб» состоит из следующей системы показателей: факторные условия, условия внутреннего спроса, родственные и поддерживающие отрасли, структура и стратегия фирм, внутриотраслевая конкуренция.

В список факторных условий М. Портер включил следующие группы условий:

- людские ресурсы;
- природные ресурсы;
- капитал;
- научно-информационный потенциал;
- инфраструктура.

Рисунок 1. Конкурентный ромб Портера (модель «Даймонд»)



Теория Рыбчинского

Рыбчинский в 1955 году, будучи еще студентом, обратил внимание на то, что быстрое развитие одних отраслей промышленности нередко угнетающе воздействует на другие, и *доказал теорему соотношения роста предложения фактора и увеличения производства*

Теорема Рыбчинского заключается в том, что *увеличивающееся предложение одного из факторов производства приводит к непропорционально большему процентному увеличению производства и доходов в той отрасли, для которой этот фактор используется относительно более интенсивно, и к сокращению производства и доходов в отрасли, в которой этот фактор используется относительно менее интенсивно.*



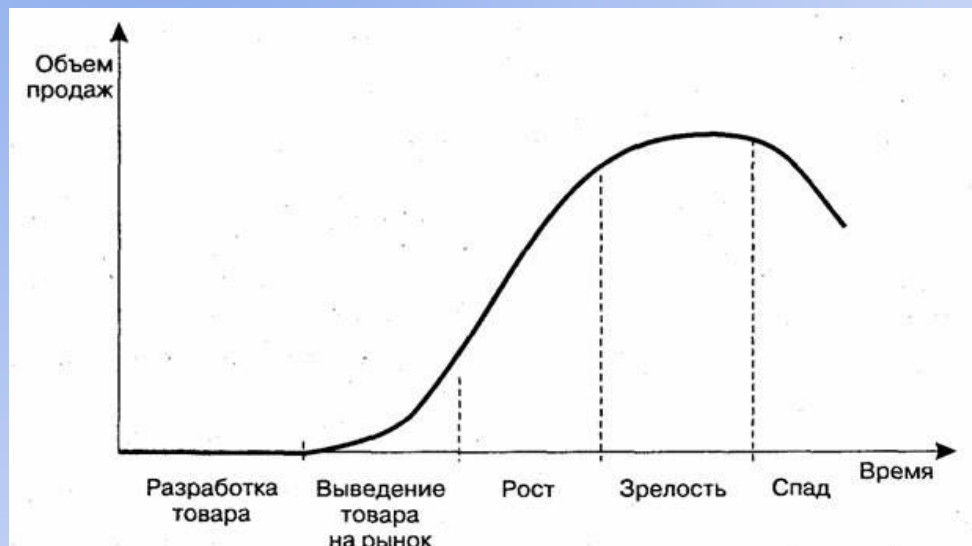
Альтернативные теории международной торговли

- *В последние десятилетия XX века в направлениях и структуре международной торговли происходят существенные сдвиги, которые не всегда объясняются классической теорией МТ. Среди таких качественных сдвигов следует отметить превращение НТП в доминирующий фактор в международной торговле, возрастающий удельный вес встречных поставок сходных промышленных товаров. Возникла необходимость учесть это влияние в теориях международной торговли.*

Теория жизненного цикла продукта.

В середине 60-х гг. XX века американский экономист Р. Вернон выдвинул теорию *жизненного цикла продукта*, в которой попытался объяснить развитие мировой торговли готовыми изделиями на основе этапов их жизни. *Этап жизни* – это период времени, в течение которого продукт обладает жизнеспособностью на рынке и обеспечивает достижение целей продавца. Цикл жизни продукта охватывает 4 стадии:

1. *Внедрение*
2. *Рост.*
3. *Зрелость.*
4. *Упадок*



Теория эффекта масштаба.

- В начале 80-х гг. XX века **П. Крюгман** и **К. Ланкастер** предложили альтернативное объяснение международной торговле, основанное на **эффекте масштаба**. Суть эффекта заключается в том, что при определенной технологии и организации производства долговременные средние издержки сокращаются по мере увеличения объема выпускаемой продукции, т.е. возникает экономия, обусловленная массовым производством.

Согласно этой теории, многие страны обеспечены основными факторами производства в сходных пропорциях, и поэтому им будет выгодно торговать между собой при специализации в отраслях, которые характеризуются наличием эффекта массового производства. **Специализация позволяет расширить объемы производства, снизить издержки, цену. Для того, чтобы эффект масштаба был реализован, необходим емкий рынок, т.е. мировой.**

