

Международная торговля



Международная торговля

- система международных товарно-денежных отношений, складывающаяся из внешней торговли всех стран мира.
- Международная торговля возникла в процессе зарождения мирового рынка в XVI—XVIII веках. Её развитие — один из важных факторов развития мировой экономики Нового времени.

Основные термины международной торговли

- **Экспорт** – товары и услуги, которые вывозятся за границу с целью продажи на мировом рынке.
- **Импорт** – товары и услуги, которые ввозятся в страну с целью их продажи на внутреннем рынке.
- **Сальдо торгового баланса** – разность между стоимостью экспорта и импорта за определенный период.

отрицательное

положительное

Теория абсолютных преимуществ Адама Смита

Реальное богатство страны состоит из товаров и услуг, доступных её гражданам. Если какая-либо страна может производить тот или иной товар больше и дешевле, чем другие страны, то она обладает абсолютным преимуществом. Одни страны могут производить товары более эффективно, чем другие. Ресурсы страны перетекают в рентабельные отрасли, так как страна не может конкурировать в нерентабельных отраслях. Это приводит к повышению производительности страны, а также квалификации рабочей силы; длительные периоды производства однородной продукции обеспечивают стимулирование выработки более эффективных методов работы. Естественные преимущества:

- * климат;
- * территория;
- * ресурсы.

Приобретенные преимущества: технология производства, то есть способность изготовить разнообразную продукцию.

Теория сравнительных преимуществ Давида Рикардо

Специализация на производстве товара, имеющего максимальные сравнительные преимущества, выгодна и в случае отсутствия абсолютных преимуществ. Страна должна специализироваться на экспорте товаров, в производстве которых она имеет наибольшее абсолютное преимущество (если она имеет абсолютное преимущество по обоим товарам) или наименьшее абсолютное непреимущество (если она не имеет абсолютного преимущества ни по одному из товаров). Специализация на определённых видах товаров выгодна для каждой из этих стран и приводит к росту общего объёма производства, происходит мотивация торговли даже в том случае, если одна страна обладает абсолютным преимуществом в данном случае может служить обмен английским порохом на португальское вино, что приносит выгоды обоим странам...