

ПОЧЕМУ НЕКОТОРЫЕ ТЕОРИИ  
МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ  
НАЗЫВАЮТСЯ АЛЬТЕРНАТИВНЫМИ?

Васильева София

МН-3-19-02

# МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ.

- Международная торговля является формой связи между товаропроизводителями разных стран, возникающей на основе международного разделения труда, и выражает их взаимную экономическую зависимость.
- Структурные сдвиги, происходящие в экономике стран под влиянием научно-технической революции, специализация и кооперирование промышленного производства усиливают взаимодействие национальных хозяйств. Это способствует активизации международной торговли.

- Классические теории заложили основы анализа мирохозяйственных связей. Выводы, содержащиеся в данных теориях, стали своего рода отправными аксиомами для дальнейшего развития экономической мысли в рассматриваемой области.
- Используемая в настоящее время стандартная модель международной торговли объединяет различные теории, развивающие фундаментальные положения классических теорий на базе использования концепций предельных величин и общего равновесия экономической системы.

## АЛЬТЕРНАТИВНЫЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ.

- Вследствие быстрого развития наукоемких и высокотехнологичных отраслей производства, увеличение темпов роста международной торговли появляется ряд теорий неотехнологичным подходом. Они называются альтернативными теориями, так как их авторы пытаются объяснить реалии и перспективы международной торговли динамическими сравнительными преимуществами, возникающих или создаются, используются и впоследствии исчезают, а также формулируют причины и последствия участия отдельной страны в международном торговом обмене с других позиций, чем в классических теориях. Упор в них делается на спрос, несовершенную конкуренцию, эффект масштабов производства, квалификацию труда и технологические достижения, как решающие элементы международной специализации.

- Можно выделить два направления в развитии альтернативных теорий международной торговли.
- Первое - это теории, авторы которых стремятся углубить концепции классической школы. Причем они концентрируют свое внимание на тех аспектах, которые не получили должного освещения в трудах их предшественников.
- Второе - теории, авторы которых исходят из необходимости критического переосмысления сложившегося традиционного подхода к анализу международной торговли и стремятся создать собственные оригинальные концепции.

# ТЕОРИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО РАЗРЫВА

- Одной из новых теорий международной торговли стала концепция «технологического разрыва». Основы ее были заложены в 1961 г. в работе английского экономиста М. Познера. Позже модель разрабатывалась в работах Р. Вернона, Р. Финдли, Э. Мэнсфилда.
- М. Познер утверждал, что большая часть торговли между развитыми странами основывается на внедрении новых производственных процессов и новых продуктов. Фирма, которая вводит новый товар, может пользоваться своей монополией на экспорт, пока на рынке не появятся фирмы-имитаторы с подобным товаром. Такая временная монополия чаще основывается на патентах и лицензиях, выдача которых стимулирует изобретения и разработку новых технологий. Технологический отрыв одной компании действительно способен придать новое преимущество стране происхождения товара.
- Эта теория утверждает, что страна может удерживать позицию ведущего экспортера на мировом рынке только при условии постоянной инновационной деятельности. Однако эта модель имеет некоторые недостатки, поскольку не объясняет какими должны быть масштабы технологического разрыва, как они возникают и ликвидируются.

# ТЕОРИЯ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКЦИИ

- Основные положения теории жизненного цикла продукции разработал Рэймонд Верной в 1966. Она развивает модель технологического разрыва и основывается на концепции жизненного цикла продукции.
- Эта концепция, касающаяся анализа опоздания передачи новых технологий в международных масштабах, приближается к реальным процессам, которые определяют динамику и структуру торговых потоков.
- Товар проходит через четыре стадии жизненного цикла:
- На стадии появления нового продукта на рынке уровень продаж низок. Через расходы по внедрению этого продукта прибыли тоже низкие.
- Стадия роста характеризуется увеличением доходов и ростом продаж.
- На стадии зрелости через развитие конкуренции и насыщения рынка продаж и прибыли стабилизируются.
- На стадии спада уровень продаж и доходов падает.

- Р. Верной доказывает, что в установлении торговых связей между странами важную роль играют технологии и исследования, в промышленно развитой странах гораздо больше технологических и научно-исследовательских возможностей, необходимых для разработки нового продукта. Это предполагает, что в таких странах, как США, компании могут иметь сравнительное преимущество в науке и технике, приведет их к превосходству в создании новых товаров. Чтобы растянуть фазу роста жизненного цикла их продукции, эти фирмы, скорее всего, будут экспортировать разработанные ими товары. С другой стороны, в американском импорте будет наблюдаться тенденция преимущества товаров, производство которых не сильно зависит от технологии или научных исследований.
- Теория жизненного цикла продукции характеризует динамический аспект сравнительных преимуществ, который заключается в том, что в течение жизненного цикла товара происходит последовательная смена его поставщиков на мировой рынок.



# ТЕОРИЯ СПЕЦИФИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

- Теория специфических факторов производства была разработана американскими экономистами Полом Самуэльсоном и Рональдом Джонсом в 70-х гг. XX века на основе фундаментальных положений теории Хекшера-Олина. Однако в отличие от своих предшественников авторы этой теории исходят из того, что в производстве товаров участвуют не два, а три фактора: труд, капитал и земля.
- Теория специфических факторов производства заключается в следующем: в основе международной торговли лежат различия в относительных ценах на товары, которые возникают в силу разной обеспеченности стран специфическими факторами производства, причем факторы, специфические для экспортного сектора, развиваются, а факторы, специфические для сектора, конкурирующего с импортом, сокращаются.
- Теория специфических факторов производства основывается на известном из общей экономической теории законе убывающей отдачи, который утверждает, что каждая дополнительная единица труда, вложенного в производство, обеспечивает все меньший рост его объемов.

# ТЕОРИЯ РЫБЧИНСКОГО

- 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.
- Приводится следующее обоснование этого утверждения. Для того чтобы цены на товары оставались постоянными, неизменными должны быть цены на факторы производства. Цены на факторы производства могут оставаться постоянными только в том случае, когда отношение факторов, используемых в двух отраслях, остается постоянным. В случае роста одного фактора такое может иметь место только при увеличении производства в той отрасли, в которой интенсивно применяется этот фактор, и сокращении производства в другой отрасли, что приведет к высвобождению фиксированного фактора, который станет доступен для использования вместе с растущим фактором в расширяющейся отрасли.
- Из теоремы Рыбчинского вытекает, что разработка новых месторождений, например, нефти и газа может затормозить развитие других отраслей, в частности, обрабатывающей промышленности. И наоборот, активные капиталовложения и рост квалификации рабочей силы в быстрорастущей экономике с развитой внешней торговлей могут привести к сокращению добычи сырья и обусловить рост зависимости от его импорта.

# ТЕОРИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ М. ПОРТЕРА

- В своей теории Портер вводит понятие конкурентоспособности страны. Именно национальная конкурентоспособность, с его точки зрения, определяет успех или неуспех в конкретных отраслях производства и то место, которое страна занимает в системе мирового хозяйства.
- Национальная конкурентоспособность определяется способностью промышленности постоянно развиваться и производить инновации. Первоначально национальные компании добиваются конкурентного преимущества, изменяя основу, на которой они конкурируют. Удержать же им преимущество позволяет постоянное совершенствование товара, способа производства и других факторов.
- Конкурентное преимущество страны на международном рынке определяет некий набор детерминантов, "национальный ромб", как называет его автор. Он включает в себя четыре компонента:
- Факторные условия, то есть те конкретные факторы (например, квалифицированная рабочая сила или инфраструктура), которые нужны для успешной конкуренции в данной отрасли.
- Условия спроса, то есть каков на внутреннем рынке спрос на продукцию или услуги, предлагаемые данной отраслью.
- Родственные и поддерживающие отрасли, т. е. наличие или отсутствие в стране родственных и поддерживающих отраслей, конкурентоспособных на международном рынке. Они определяют развитие внешней торговли фирмы, характеризуют наличие компетентного, высокопрофессионального, с глубокими традициями производственного окружения, влияющего на деятельность фирмы.
- Стратегия фирмы, ее структура и конкуренты. Разрабатывая конкурентную стратегию, фирмы стремятся найти возможности эффективно и долгосрочно конкурировать в своей отрасли.

# ТЕОРИЯ ЭФФЕКТА МАСШТАБА П. КРУГМАНА, К. ЛАНКАСТЕРА.

- В начале 80-х гг. XX века П. Кругман и К. Ланкастер предложили еще одно объяснение международной торговле, основанное на эффекте масштаба.
- Торговля между странами, которые одинаковы или очень близки по наделенности факторами производства, объясняется специализацией стран на определенных товарах в силу не сравнительных преимуществ, а экономики масштаба, представляющей собой такое развитие производства, при котором рост затрат факторов на единицу приводит к росту производства больше, чем на единицу.
- Внешний эффект масштаба предполагает, что увеличивается количество фирм, производящих один и тот же товар, тогда как размер каждой из них остается неизменным, что приводит к возникновению совершенной конкуренции.
- Внутренний эффект масштаба предполагает, что объем производства товара остается прежним, а количество фирм, производящих его, сокращается. Внутренний эффект масштаба ведет к возникновению несовершенной конкуренции (чистой монополии в экстремальном случае), при которой производители могут влиять на цену своих товаров и обеспечивать увеличение объема продаж за счет снижения цены.
- Суть эффекта масштабности также 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.

- Развитие и усложнение международной торговли нашло отражение в эволюции теорий, объясняющих движущие силы этого процесса. В современных условиях различия в международной специализации можно проанализировать лишь на основе совокупности всех ключевых моделей международного разделения труда.
- Теории международной торговли как классические, так и современные, хотя и не могут дать ответа на весь комплекс вопросов, возникающих в процессе развития внешнеторговых отношений, но показывают условия возникновения тех преимуществ, благодаря которым отдельные страны и компании завоевывают прочные позиции на мировом рынке.