

**Теории
внутриотраслевой
международной
торговли:
дифференцированн
ые товары**

**Выполнили:
Одрова Александра
Умарова Лия**

Дифференцированный товар* - ЭТО



- По физическим или иным параметрам отличается от аналогичных продуктов, производимых другими фирмами;
- Подобен, но не идентичен другим продуктам и, следовательно, не является их полным заменителем;
- Покупатели предпочитают приобретать у одного продавца, несмотря на то, что цены у всех продавцов одинаковы.



*Источник: Финансовый словарь проекта «Финам»

	Горизонтальная	Вертикальная
Товары различаются	с точки зрения стиля, внешних характеристик и т. д.	по качеству, которое связано с эксплуатационными характеристиками
Характерно для отраслей	производящих товары недлительного пользования	производящих потребительские товары длительного пользования
Конкуренция	обычно ведется в неценовой форме, когда каждый производитель стремится дифференцировать, отличить свой товар от товара конкурента	ориентирована на разработку продукта и его инновации (улучшение качественных характеристик, новые версии товара). <i>Иногда используется также термин технологическая дифференциация, когда фирмы разрабатывают новые товары, которые являются субститутами для уже существующих</i>
Основные затраты	реклама и стимулирование продаж	НИОКР

Примеры дифференциации



Горизонтальная дифференциация



Вертикальная дифференциация



Внутриотраслевая торговля дифференцированными товарами объясняется следующими причинами:



- Различия во вкусах потребителей, которые хотят иметь больший выбор товаров в рамках одной товарной группы;
- Пересекающийся спрос;
- Эффект масштаба.



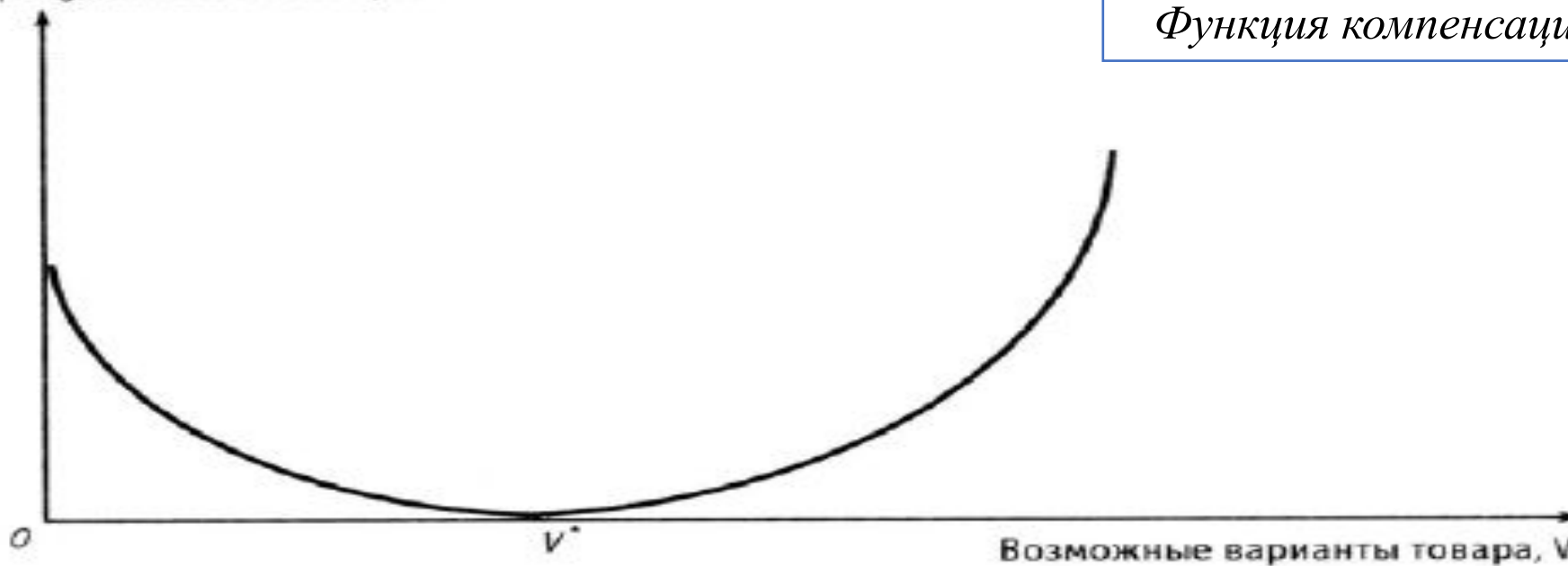
Келвин Ланкастер: «Модель базовых свойств» (1980)



X ----- Y

«Обладание товара различными свойствами/характеристиками в различных пропорциях»

Требуемая компенсация

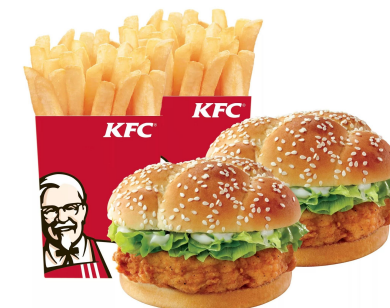
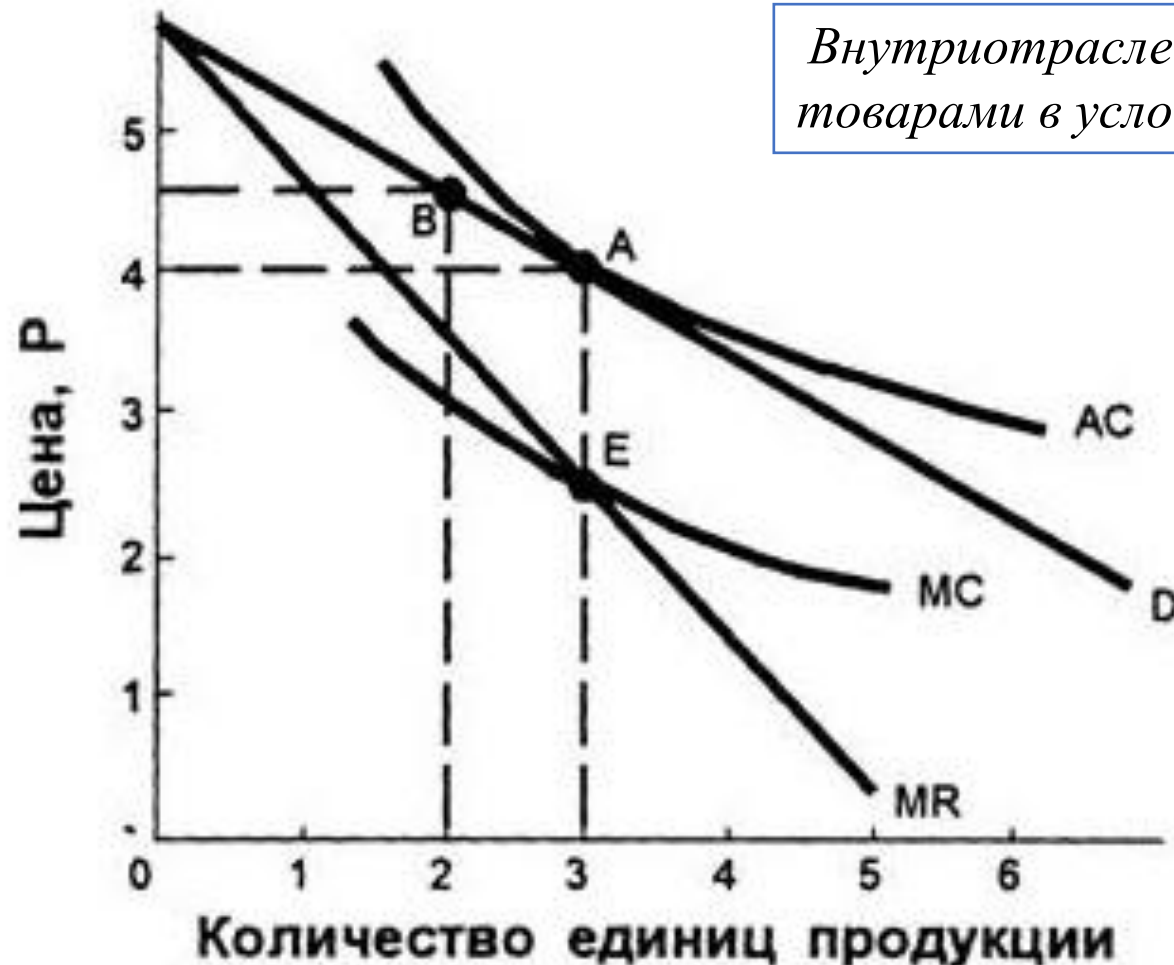


Функция компенсации потребителя

Келвин Ланкастер: «Модель базовых свойств» (1980)



Внутриотраслевая торговля дифференцированными товарами в условиях монополистической конкуренции





VS



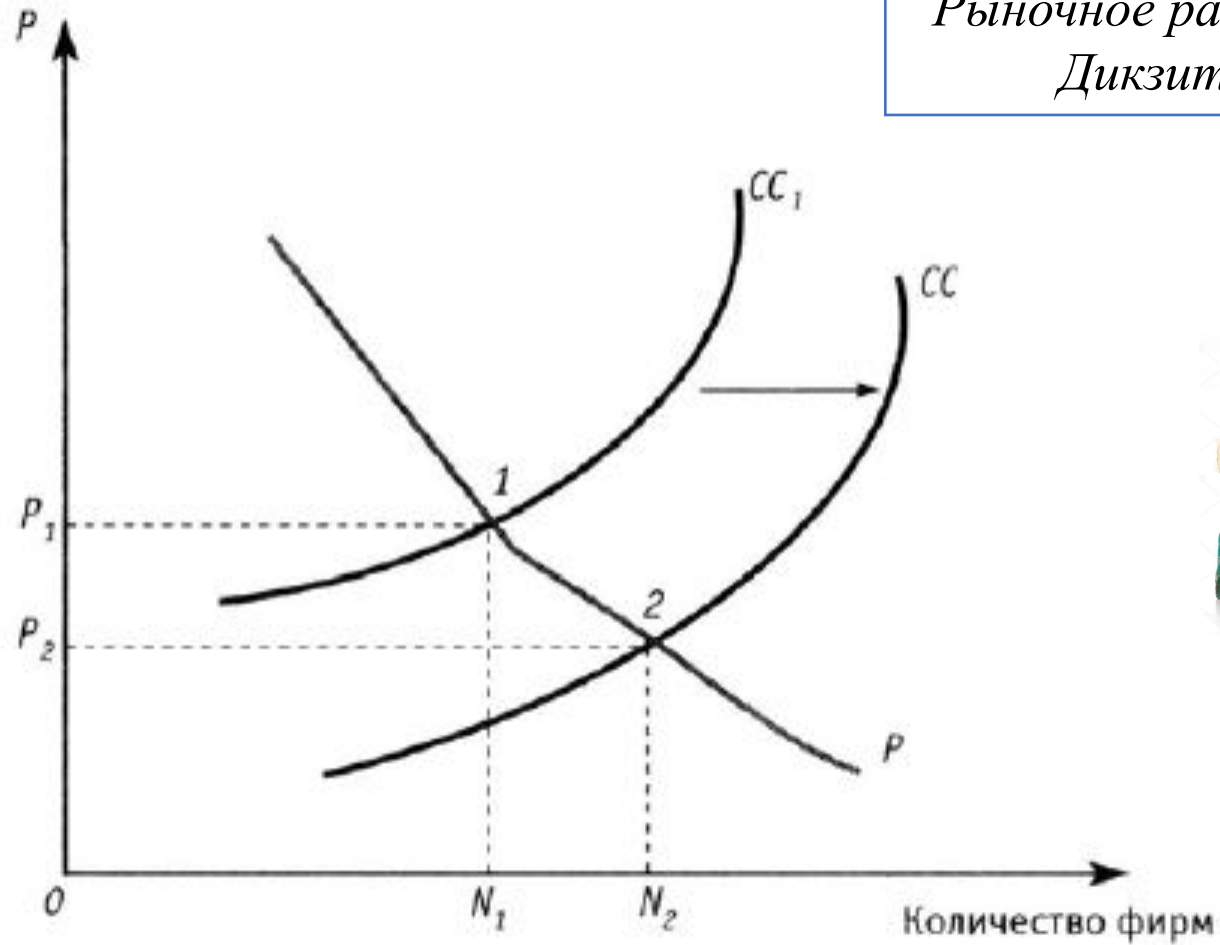
VS



Модель Дикзита-Стиглица: «Любовь к разнообразию» (1977)



*Рыночное равновесие в модели
Дикзита-Стиглица*




adidas®



CONVERSE®

Reebok



VANS®



Теория «пересекающегося» спроса С. Линдера: ВОТ вертикально дифференцированными товарами



Стефан Линдер утверждал, что:

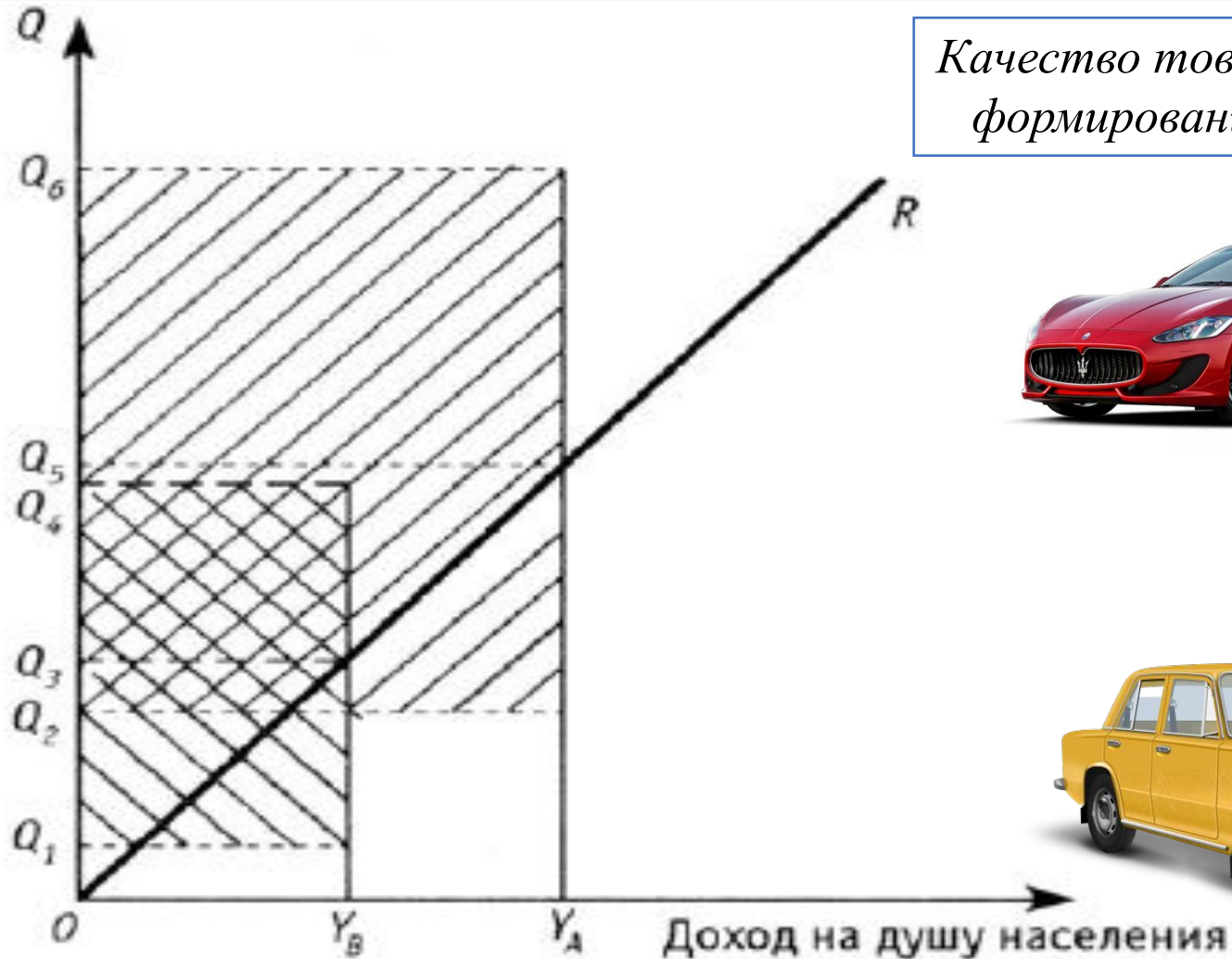
- В то время, как обеспеченность факторами производства играет важную роль в определении структуры торговли сырьевыми товарами, в торговле дифференцированными промышленными товарами более важны вкусы и предпочтения потребителей, которые складываются под влиянием различных факторов.



Теория «пересекающегося» спроса С. Линдера: ВОТ вертикально дифференцированными товарами



*Качество товара и доход на душу населения:
формирование «пересекающегося» спроса*



Измерение внутриотраслевой торговли



$$T = 1 - \frac{|X - IM|}{X + IM}$$

$$0 \leq T \leq 1$$

X — экспорт страны в целом или в рамках одной товарной группы
 IM — импорт страны в целом или в рамках одной товарной группы

Пояснение:

- $T=0$** \Rightarrow
внутриотраслевая торговля отсутствует (т.е. импорт или экспорт равны нулю)
- $T=1$** \Rightarrow
внутриотраслевая торговля максимальна
(экспорт=импорту)

Список использованной литературы:



1. Киреев А.П. Международная экономика. В 2-х ч. – Ч. I. Международная микроэкономика: движение товаров и факторов производства. Учебное пособие для вузов/ Международные отношения. – М., 1997, 416 с. (С. 181-186)
2. Финансовый словарь проекта «Финам»
3. Волгина Н.А. Международная экономика: Учебное пособие. – М.: Эксмо, 2006, 736 с. (С. 209-224)

