

Тема 2. Теории международной торговли

- 2.1. Современный мировой рынок (товаров, услуг, капиталов, рабочей силы, технологий). Конъюнктура мирового рынка.
 - 2.2. Теории международной торговли (меркантилизм, теории А.Смита, Д.Риккардо, Хекшера-Олина, парадокс Леонтьева и др.).
 - 2.3. Международная торговля товарами: понятие, особенности, структура.
 - 2.4. Международная торговля услугами: сущность, виды, классификация услуг.
 - 2.5. Мировой рынок объектов интеллектуальной собственности (технологий, знаний, информации): структура, особенности.
- 

Мировой рынок –

сфера устойчивых товарно-денежных отношений по поводу обмена продуктами производства стран и регионов и их распределения в целях увеличения эффективности функционирования мировой экономической системы.

Факторы, влияющие на участие стран в международном разделении труда

- **Объем внутреннего рынка страны.** У крупных стран с развитым рынком больше возможностей найти на нем необходимые факторы производства и потребительские товары. И, следовательно, меньшая потребность участвовать в международной специализации и товарообмене.
- **Уровень экономического развития страны.** Необходимость участия страны в МРТ тем больше, чем меньше экономический потенциал страны.
- **Обеспеченность страны природными ресурсами.** Высокая степень обеспечения страны моноресурсом (например, нефтью), а также низкая степень обеспечения полезными ископаемыми вызывает необходимость активного участия в МРТ.
- **Удельный вес в структуре экономики страны базовых отраслей промышленности** (энергетика, добывающие отрасли, металлургия и др.). Чем выше удельный вес базовых отраслей, тем, как правило, меньше ее включение в систему МРТ.

Факторы формирования мирового рынка

постоянно действующие (циклические и нециклические) и непостоянно действующие, т.е. временные (случайные, спекулятивные)

- Циклические постоянно действующие факторы – классический бизнес-цикл и его основные фазы.

Нециклические, постоянно действующие факторы —

- усиливающаяся интернационализация и глобализация мирохозяйственных связей,
- роль государства в развитии экономики,
- дальнейшая монополизация и укрепление позиций транснациональных корпораций,
- продолжающаяся концентрация производства и капитала,
- влияние международных сообществ и организаций на вопросы регулирования международных экономических отношений,
- последствия дальнейшего развития НТП,
- обеднение и истощение природных ресурсов,
- особая роль отдельных групп развивающихся и некоторых индустриальных стран в развитии международной торговли соответствующими сырьевыми товарами и др.

Временные (спекулятивные или случайные) непостоянно действующие факторы –

последствия социальных конфликтов, политических и военных кризисов, вспышек деловой активности спекулятивного характера, неожиданных принятий правительственными органами и международными организациями каких-либо запретительных или ограничительных мер и санкций, а также природные и техногенные катастрофы (землетрясения, эпидемии, наводнения, засухи, заморозки, пожары, взрывы).

Мировой рынок характеризуется следующими показателями:

- цена
- качество товаров
- соотношение спроса и предложения на внутреннем рынке страны и на мировом рынке

Структура мирового рынка:

- Национальный
- Региональный
- Международный

Тенденции развития мирового рынка:

- Мировой рынок имеет олигополистическую структуру: имеет ограниченное количество компаний, опирается на государственную поддержку
- Множество источников регулирования международной торговли (межфирменные соглашения, долгосрочные торговые контракты, международные соглашения, международные и региональные организации)
- Увеличивается степень вовлеченности стран в мировую торговлю – увеличивается экспортная квота
- Расширяется номенклатура товаров мирового рынка
- Увеличивается доля обрабатывающих отраслей и технологически емкой продукции, увеличивается доля услуг
- Увеличивается доля развивающихся стран в мировой торговле

Конъюнктура мирового рынка –

- конкретная по времени и месту оценка текущего, либо достаточно кратковременного (от нескольких дней до 1,5 лет) состояния процесса общественного воспроизводства применительно к мировой экономике в целом, отдельно взятой стране, либо конкретному товарному рынку;
- рыночные условия купли-продажи на международных рынках, состояние мировой торговли на определенный момент, обусловленное определенным соотношением спроса и предложения.

Конъюнктуру рынка изучают с помощью показателей:

- 1) динамика производства, основные фирмы-производители, появление новых товаров, загрузка производственных мощностей, динамика инвестиций в данную отрасль, движение портфеля заказов, динамика издержек производства, численность занятых и безработных, воздействие забастовок на объем продукции и увеличение фонда заработной платы, движение курса ценных бумаг и т.д.;
- 2) динамика и структура спроса и предложения, влияние достижений научно-технического прогресса на уровень потребления и требований к качеству товаров, динамика оптовой и розничной торговли, емкость рынка (объем реализуемого на нем товара в течение определенного времени), размеры продаж в кредит, движение товарных запасов, ассортимент товаров, индексы стоимости жизни и т.д.;

Конъюнктуру рынка изучают с помощью показателей:

- 3) состояние международной торговли, ее динамика, основные страны - экспортеры и импортеры, новые формы и методы торговли и послепродажного обслуживания и т. д.;
- 4) динамика оптовых цен в ведущих странах - производителях и потребителях данного товара, экспортных цен; воздействие на цены инфляции, динамика изменения цен на сырье и энергоносители, изменение курса валют, воздействие монополий на уровень цен, государственное регулирование ценообразования и т.д.

два уровня исследования конъюнктуры:

общехозяйственный и товарно-рыночный.

- Общехозяйственная конъюнктура предполагает исследование самого общего состояния мирового хозяйства в целом, либо в отдельно взятом регионе или стране.
- На этом общем фоне уже исследуется конъюнктура применительно к конкретному товарному рынку с учетом его специфики и места соответствующей отрасли в современной системе мирохозяйственных связей.

Практическая оценка текущего состояния конъюнктуры дается в терминах:

- «высокая» или «благоприятная», когда спрос превышает предложение и цены имеют повышательную тенденцию (в этом случае говорят «рынок продавца»);
- «низкая» или «неблагоприятная», когда предложение, напротив, превышает спрос, и соответственно цены снижаются, т.е. рынок покупателя.

3. Международная торговля товарами: понятие, особенности, структура.

Международная торговля

Сфера международных товарно-денежных отношений, представляющая собой совокупность внешней торговли всех стран мира

Внешняя торговля

Межгосударственная, взаимная торговля

Международная или мировая

- Международная торговля состоит из двух встречных потоков – экспорта и импорта товаров
- характеризуется торговым сальдо и торговым оборотом
- Экспортные товары учитываются по ценам фоб; импортные – сиф (фоб + стоимость транспортировки и страхования)

Формы международной торговли

1. Развитая (совершенная)

*экспортно-импортные операции
осуществляются отдельно на коммерческой
основе*

2. Несовершенная

*сделки заключаются с условием полного или
частичного обмена товарами (только разница
покрывается деньгами)*

Виды внешнеторговых операций:

- **Импортные сделки**
покупка и ввоз товаров в страну покупателя для реализации
- **Экспортные сделки**
продажа и вывоз национальных товаров за границу
- **Резэкспорт**
приобретение товара у иностранного продавца и вывоз его в страну импортера с целью перепродажи (без переработки) иностранному покупателю
- **Реимпорт**
несостоявшиеся экспортные сделки – ввоз в страну ранее вывезенных из нее товаров, не проданных на внешнем рынке
- **Встречная торговля**
торговая сделка, предусматривающая участие продавца в реализации товаров

Виды встречной торговли

- Бартер

сделки основаны на материальном обмене;

- Встречные закупки

с участием денег (*продавец участвует в реализации товара покупателя*)

(Страна А продает стране Б оборудование, продовольственные товары из страны Б ей не нужны, поэтому она продает их в другие страны)

- Компенсационные соглашения

с участием продавца в реализации товаров, предлагаемых предприятием покупателя

(Продавец поставляет оборудование покупателю, обучает персонал. Покупатель частично экспортирует продавцу товары, произведенные на данном оборудовании).

Методы международной торговли – это способы осуществления международного торгового обмена

2 основных способа:

- а) Прямой
- б) Косвенный

Прямой метод – совершение операции непосредственно между производителем и потребителем

Косвенный метод – операция через посредника (на них приходится более $\frac{1}{2}$ международного товарного обмена)

Три особых метода торговли – три посредника

1. Товарные биржи – постоянно действующие оптовые рынки качественно однородных взаимозаменяемых товаров
(20 % операций с сырьевыми товарами)

Основные виды товарных бирж: - Универсальные
- Специализированные

Примеры крупнейших бирж:

Лондонская биржа металлов

Чикагская товарная биржа

Нью-Йоркская товарная биржа,

Французская международная фьючерсная биржа

Фьючерсы – товары, закупаемые заранее;

ценные бумаги, отражающие заключенный на бирже контракт на поставку товара определенного качества к определенному сроку по конкретной цене

2. Международные торги – метод заключения договоров купли-продажи, при котором покупатель объявляет конкурс для продавца на определенный товар и подписывает контракт с продавцом, предложившим более выгодные для покупателя условия

3. Международные аукционы

Мировой товарный рынок – это область товарно-денежных отношений между государствами, которые основаны на международном разделении труда.

Особенности мировых товарных рынков:

- это рынки уже произведенных товаров, которые продаются за пределами национальных рамок;
- на эти товары, перемещающиеся между странами, действуют не только внутренние, но и внешние спрос и предложение;
- эти рынки способствуют наиболее эффективному использованию факторов производства в тех или иных отраслях и регионах;
- благодаря им из международного товарного обмена выходят товары, не соответствующие стандартам качества при данных конкурентных ценах.

Географическая классификация товарных рынков

Рынок Северной Америки

Рынок Африки

Рынок Латинской Америки

Рынок Ближнего и Среднего Востока

Рынок Западной Европы

Рынок Азии

Рынок Восточной Европы и России

Рынок Австралии и Океании

Товарно-отраслевая классификация товарных рынков

Товарный рынок

Рынки готовых изделий полуфабрикатов

Рынки машин и оборудования
Рынки бытовых промышленных изделий
Рынки прочих готовых изделий

Рынки сырья и

Рынки топлива
Рынки промышленного сырья
Рынки сельскохозяйственных и лесных товаров

Рынки услуг

Рынки технических изобретений
Рынки транспортных услуг
Рынки прочих услуг

Мировой рынок товаров включает:

- мировой рынок предметов потребления
- мировой рынок продовольствия
- мировой рынок сырья

Виды товаров мировой экономики:

По международной мобильности:

- торгуемые товары(вовлеченные в международный товарооборот)
- неторгуемые товары(не перемещаются между странами)

По степени готовности к потреблению:

- сырье
- комплектующие детали
- готовые продукты

По роли товаров в воспроизводственном процессе:

- средства производства
- предметы потребления



4. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ: СУЩНОСТЬ, ВИДЫ, КЛАССИФИКАЦИЯ

Услуга

- деятельность, которая не воплощается в материальном продукте, а всегда проявляется в некотором полезном эффекте, который получает ее потребитель
- изменение в положении институциональной единицы, которое произошло в результате действий и на основе взаимного соглашения с другой институциональной единицей

Специфика рынка услуг

- неосвязаемость и невидимость
- невещественность, нематериальность
- невозможность хранения
- отсутствие до момента сделки
- неразрывность производства и потребления во времени даже при вовлечении посредников
- неоднородность или изменчивость качества

Руководство по составлению платежного баланса

МВФ в состав торгуемых услуг включает

- Транспорт (пассажирский, грузовой)
- Поездки (деловые личные)
- Связь
- Строительство
- Страхование
- Финансовые услуги
- Компьютерные и информационные услуги
- Роялти и лицензионные платежи (пользование правами собственности (торговая марка, патент) и использование оригиналов или прототипов (фильмов, рукописей) на основе лицензий)
- Другие бизнес услуги (посреднические, лизинг, деловые и профессиональные (бухгалтерские, управленческие))
- Личные, культурные (пр-во фильмов, радио и ТВ-программ, др.)
- Правительственные услуги (поставка товаров в посольства, представительства международных организаций и др.)

Секретариат ВТО подразделяет услуги на сектора:

- 1. деловые услуги, включая профессиональные и компьютерные - около 50 видов;**
- 2. услуги в области связи - 25 видов;**
- 3. строительные и инжиниринговые услуги - 5 видов;**
- 4. услуги дистрибьюторов - 5 видов;**
- 5. образовательные - 5 видов;**
- 6. услуги по охране окружающей среды - 3 группы;**
- 7. финансовые услуги (страхование и банковские) - 17 видов;**
- 8. медицинские услуги - 4 вида;**
- 9. услуги в области туризма - 4 вида;**
- 10. рекреационные (услуги, связанные с проведением отдыха, восстановлением сил и здоровья людей, использованием свободного времени)**
- 11. отрасль экономики страны, территории, культурные и спортивные услуги - 5 видов;**
- 12. транспортные услуги - 33 вида.**

Типы услуг по ВТО:

в зависимости от специфики регулирования услуг и поставки на рынок услуг:

- поставка услуг через границу (транспорт и связь)
- перемещение потребителя услуг в страну производителя
- временное перемещение через границу физического лица – поставщика услуг (консалтинг, инжиниринг, культурные услуги)
- коммерческое присутствие поставщика услуг на территории другой страны (страхование, банковские, аудиторские)

Основные отрасли:

- транспорт (25%)
- туризм (25%)
- прочие деловые (50%)

В системе национальных счетов услуги:

- потребительские (туризм, гостиничные услуги)
- социальные (образование, медицина)
- производственные (инжиниринг, консалтинг, финансовые и кредитные услуги)
- распределительные (торговые, транспортные, фрахтовые)

В публикациях ЮНКТАД услуги делятся на 5 категорий:

1. **финансовые;**
2. **информационные (коммуникационные);**
3. **профессиональные;**
4. **туристические;**
5. **социальные**

Мировой рынок капитала

Капитал – ресурс, который необходимо затратить, чтобы произвести товар, представляющий собой весь накопленный запас средств в производительной, денежной и товарной формах, необходимых для создания материальных благ.

Формы мирового рынка капитала

1) по источникам происхождения капитала, находящегося на мировом рынке:

- официальный (государственный) капитал – государственные займы, ссуды, дары (гранты), помощь, которые предоставляются одной страной другой на основе межправительственных соглашений
- частный (негосударственный) капитал – инвестиции капитала за рубеж частными фирмами, предоставление торговых кредитов, межбанковское кредитование

2) по характеру использования:

- предпринимательский капитал – средства, прямо или косвенно вкладываемые в производство с целью получения прибыли – чаще это частный капитал
- ссудный капитал – средства, даваемые займы с целью получения процента – чаще официальный капитал из государственных источников

Формы мирового рынка капитала

3) по сроку вложения:

- среднесрочный и долгосрочный капитал – вложения капитала сроком более, чем на 1 год
- краткосрочный капитал – вложения капитала сроком менее, чем на 1 год

4) по цели вложения:

- прямые инвестиции – вложение капитала с целью приобретения долгосрочного экономического интереса в стране приложения капитала, обеспечивающее контроль инвестора над объектом размещения капитала
- портфельные инвестиции – вложения капитала в иностранные ценные бумаги, не дающие инвестору права реального контроля над объектом инвестирования

Мировой рынок трудовых ресурсов (рабочей силы)

Мировой рынок рабочей силы - перемещение (миграция) трудовых ресурсов из одной страны в другую с целью получить работу или трудоустройства на более выгодных условиях, чем в своей стране.

Причины миграции:

- экономические (безработица и национальные различия в уровнях оплаты труда).
- неэкономические (политические, национальные, религиозные, расовые, семейные и иные факторы).

Центры мирового рынка рабочей силы: США, Ближний Восток, Западная Европа и Латинская Америка.

Мировой рынок объектов интеллектуальной собственности (ОИС)

- **Интеллектуальная собственность** — (в шир.) закреплённое законом временное исключительное право, а также личные неимущественные права авторов на результат интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации. Законодательством устанавливается монополия авторов на определённые формы использования результатов своей интеллектуальной, творческой деятельности, которые, таким образом, могут использоваться другими лицами лишь с разрешения первых.

**МИРОВОЙ РЫНОК ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ
(ТЕХНОЛОГИЙ, ЗНАНИЙ, ИНФОРМАЦИИ): СТРУКТУРА, ОСОБЕННОСТИ**

Структура мирового рынка объектов интеллектуальной собственности (ОИС)



**рынок продукции,
содержащей ОИС:**

- высокотехнологичные
товары,
- материальные носители
для информации,
являющейся объектом
авторского права,
промышленной
собственности,
коммерческой тайны или
смежных прав

**рынок работ и
услуг по разработке
ОИС и консульти-
рованию**

**рынок непосредствен-
но прав на ОИС
(рынок технологий),**
где осуществляется их
передача в виде
патентов, лицензий,
проектов и
документации

Технология – комплекс научно-технических знаний о приемах и методах воспроизводства и также формах его организации и управления.

Мировой рынок технологий – система экономических отношений в сфере обмена научно-техническими знаниями, которые могут быть представлены как в овеществленном, так и в неовещественном виде.

Субъекты: государственные структуры, научно-исследовательские институты и образовательные учреждения, промышленные компании и мелкие инновационные фирмы, а также физические лица – специалисты.

Объекты: результаты интеллектуальной деятельности в овеществленной (машины, оборудование) и неовещественной (информация, знания, производственный опыт) формах.

В настоящее время мировой рынок технологий структурируется следующим образом:

- рынок патентов и лицензий, ноу-хау
- рынок науко- и технологически емкой продукции
- рынок высокотехнологичного капитала
- рынок научно-технических специалистов

МИРОВОЙ РЫНОК ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ (ТЕХНОЛОГИЙ, ЗНАНИЙ, ИНФОРМАЦИИ): СТРУКТУРА, ОСОБЕННОСТИ

Структура рынка технологий (по степени правовой защищенности ОИС)

**Купля-продажа
права (лицензии) на
использование
защищенных в
правовом
отношении:**

- патентуемых изобретений,
- полезных моделей,
- промышленных образцов,
- товарных знаков

**Купля-продажа
незащищенных в
правовом отношении
ноу-хау:**

- технических знаний
- опыта
- чертежей
- инструкций
- информации
- сведений

- Патентуемое изобретение — это изобретение, которое соответствует следующим требованиям:
 - предполагает техническое решение задач через создание новых машин или технологических процессов;
 - обладает новизной;
 - превышает уровень обычного инженерного решения технической задачи;
 - является промышленно применимым

- Полезная модель - это конструктивное выполнение средств производства и предметов потребления, являющееся новым и промышленно применимым
- Промышленный образец – это художественное или художественно-конструкторское решение изделия, определяющее его внешний вид и являющееся новым, оригинальным и промышленно применимым

- Товарный знак - это обозначение, символ, позволяющий идентифицировать товар и фирму среди других
- Ноу-хау – это незащищенная в правовом отношении научно - техническая продукция, использование которой обеспечивает определенные преимущества: технические знания, опыт, чертежи, инструкции, информация, сведения технологические, экономические, административные, финансовые

Особенности мирового рынка ОИС

- находится на этапе становления
- в основном является рынком технологий
- неоднородность объектов, причисляемых к ОИС
- совершение сделок по лицензионным договорам
- уникальность и многообразие лицензионных договоров
- права на ОИС не распространяются за границы государства, выдавшего патент, что предполагает наличие международной системы регулирования торговли ОИС

Модель технологического разрыва М. Познера

Новая технология позволяет производить товары с меньшими издержками. Следовательно, выгодно выпускать не то, что относительно дешевле, а то, что пока никто выпускать не может, но необходимо всем или многим. Как только эту технологию освоят другие страны, следует производить опять что-то новое и такое, что другим недоступно.

Теория жизненного цикла технологии (Д. Форд и К. Рапан)

1)исследование и разработка:

2)утилизация: появляется новый товар, производство которого осуществляется лишь в стране-разработчике;

3)технологический рост: технология начинает передаваться в другие развитые страны, но еще не полностью освоена;

4)технологическая зрелость: возникает взаимный обмен технологическими новшествами между развитыми странами, постепенно новая технология совершенствуется и стандартизируется, передача ее в развивающиеся страны идет активно;

5)технологический упадок: инвестиции в технологические разработки не производятся, передача технологии ограничивается развивающимися странами.

1. ТЕОРИЯ МЕРКАНТИЛИЗМА

17-18 вв. (Т.Мен, А. Серра, А. Менкретьен)

- Ассоциировали богатство страны с запасами драгоценных металлов,
- Считали, что рост благосостояния одной страны возможен путем перераспределения богатства между странами,
- По их мнению, наличие большого количества денег в обращении стимулирует развитие национального производства и увеличивает занятость,
- Считали необходимым осуществлять государственный контроль за всеми видами экономической деятельности.

ГОСУДАРСТВО ПО МНЕНИЮ МЕРКАНТИЛИСТОВ ДОЛЖНО:

- Стимулировать экспорт и вывозить товаров больше, чем ввозить, для обеспечения притока золота;
- Ограничивать импорт товаров, особенно предметов роскоши, что обеспечит активное торговое сальдо;
- Запретить производство готовых изделий в своих колониях;
- Запретить вывоз сырья из метрополий в колонии и разрешить беспошлинный импорт сырья, которое не добывается внутри страны;
- Стимулировать вывоз из колоний преимущественно дешевых сырьевых товаров;
- Запретить своим колониям торговать с другими странами, кроме метрополий.

ЗНАЧЕНИЕ ТЕОРИИ МЕРКАНТИЛИЗМА:

1. Впервые сделана попытка создать теорию международной торговли, которая прямо увязывала торговые отношения с развитием страны и ее экономическим ростом;
2. Разработана одна из возможных моделей развития международной торговли на основании товарного характера производства;
3. Создан категориальный аппарат, используемый в современных теориях международной торговли;
4. Заложены основы платежного баланса.

НЕДОСТАТКИ ТЕОРИИ МЕРКАНТИЛИЗМА:

Меркантилисты не учитывали, что обоготение страны может осуществляться не только за счет обнищания стран, с которыми они торгуют, а экономический рост возможен не только в результате перераспределения уже существующего богатства, но и посредством его наращивания.

ТЕОРИЯ АБСОЛЮТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

А. Смит «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776 г.)

- Богатство страны зависит не от накопленного ей запаса благородных металлов, а от возможности экономики производить конечные товары и услуги.
- Главная задача страны – не накопление золота и серебра, а проведение мер по развитию производства на основе кооперации и МРТ.
- Для государства может быть выгодным не только продажа, но и покупка товаров на внешнем рынке.

ТЕОРИЯ АБСОЛЮТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Страна экспортирует тот товар, издержки на производство которого меньше, чем в стране-партнере, и импортирует тот товар, который изготавливается за рубежом с меньшими издержками.

Обе страны выигрывают в результате специализации каждой из них на производстве того товара, по которому они имеют абсолютное преимущество.

НЕДОСТАТКИ ТЕОРИИ АБСОЛЮТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ:

Теория не рассматривает ситуацию, когда между собой торгуют страны, ни одна из которых не имеет абсолютного преимущества по производству определенного товара.

ТЕОРИЯ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Д. Рикардо «Принципы политической экономии и налогообложения» (1817 г.)

Наличие абсолютного преимущества в национальном производстве не является необходимым условием для развития международной торговли.

Международный обмен возможен и желателен при наличии сравнительных преимуществ.

ТЕОРИЯ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

основана на следующих исходных положениях:

- Торговля осуществляется без ограничений;
- Издержки производства являются постоянными;
- Отсутствует международная миграция рабочей силы;
- Транспортные расходы равны нулю;
- Технологический уровень каждой страны является неизменным;
- Имеет место полная занятость;
- Существует только один фактор производства – труд.

ТЕОРИЯ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Если страна специализируется на производстве того товара, который она изготавливает с относительно более низкими издержками по сравнению с другой страной (альтернативными издержками), то торговля будет взаимовыгодной для обеих стран независимо от того, является ли производство одной из них абсолютно более эффективным, чем в другой.

Относительные (альтернативные) издержки - это рабочее время, необходимое для производства единицы одного товара, которое выражено через рабочее время, необходимое для производства единицы другого товара.

ЗНАЧЕНИЕ ТЕОРИИ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ:

- Впервые описан баланс совокупного спроса и совокупного предложения (стоимость товара определяется соотношением совокупного спроса и предложения на него как внутри страны, так и за рубежом);
- Теория справедлива для любого количества товаров и стран;
- Объяснено существование выигрыша от торговли для всех стран, принимающих в ней участие;
- Сформированы научные основы для разработки внешнеторговой политики.

НЕДОСТАТКИ ТЕОРИИ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ:

Теория не учитывает влияния внешней торговли на распределение доходов внутри страны, колебания цен и заработной платы, международное движение капитала, не объясняет торговлю между схожими странами, ни одна из которых не имеет относительного преимущества перед другой, и принимает во внимание только один фактор производства.

ТЕОРИЯ ОТНОСИТЕЛЬНОЙ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ СТРАН ФАКТОРАМИ ПРОИЗВОДСТВА

Э.Хекшер и Б.Олин (1930-е гг.)

попытались доказать, что различная относительная обеспеченность факторами производства обуславливает различия в относительных ценах на товары.

Теорема Хекшера-Олина:

Каждая страна будет экспортировать те факторонасыщенные товары, для производства которого она использует относительно избыточные и дешевые факторы производства, и импортировать те товары, для производства которых нужны относительно дефицитные и дорогие для них ресурсы.

-
- **Фактороемкость** – это показатель, который определяет относительные затраты факторов производства на создание определенного товара.
 - **Факторонасыщенность страны** – это показатель, который определяет относительную обеспеченность страны факторами производства.

ПАРАДОКС ЛЕОНТЬЕВА

В.Леонтьев (1947 г.)

провел анализ внешней торговли США и доказал, что теория Хэкшера-Олина не подтверждается на практике, поскольку **трудонасыщенные страны экспортируют капиталоемкую продукцию, а капиталонасыщенные – трудоемкую.**

Объяснения «парадокса Леонтьева»:

- 1947 г. , который анализировался Леонтьевым, не был репрезентативным,
- Использовалась двухфакторная модель (труд и капитал),
- Американские тарифы в большей степени защищали трудоемкие отрасли,
- Не учитывался человеческий капитал.

ТЕОРЕМА ВЫРАВНИВАНИЯ ЦЕН НА ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА (ХЕКШЕРА-ОЛИНА-САМУЭЛЬСОНА)

Международная торговля приводит к выравниванию абсолютных и относительных цен на товары, а это, в свою очередь, приводит к выравниванию абсолютных и относительных цен на однородные факторы производства, с помощью которых изготовлены эти товары в странах-партнерах по международной торговле.

ТЕОРЕМА СТОЛПЕРА-САМУЭЛЬСОНА

При условии полной занятости до и после начала торговли, увеличение цены избыточного фактора и сокращение цены дефицитного фактора в результате международной торговли приведет к увеличению дохода владельца избыточного фактора и сокращению доходов владельца дефицитного фактора.

ЭФФЕКТ УСИЛЕНИЯ ДЖОНСА

Рост относительных цен на товары приносит владельцам фактора, относительно более интенсивно используемого для его производства, непропорционально большие доходы, чем это вытекает из изменения цен, абсолютно ущемляя владельца другого фактора производства.

НА СЕМИНАРЕ:

Альтернативные современные теории международной торговли («эффект масштаба», жизненного цикла товара). Неотехнологические теории. Модель технологического разрыва М. Познер.