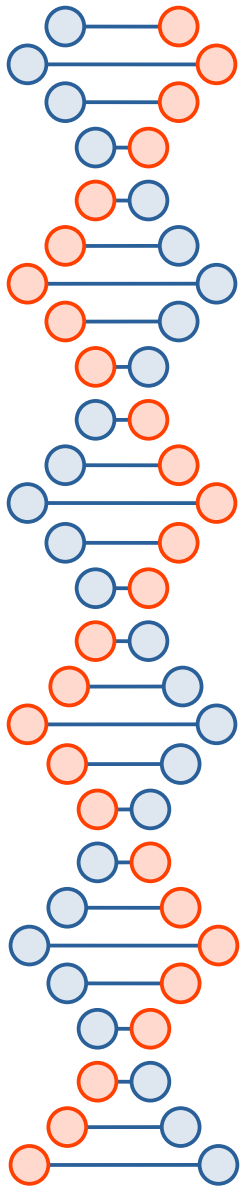
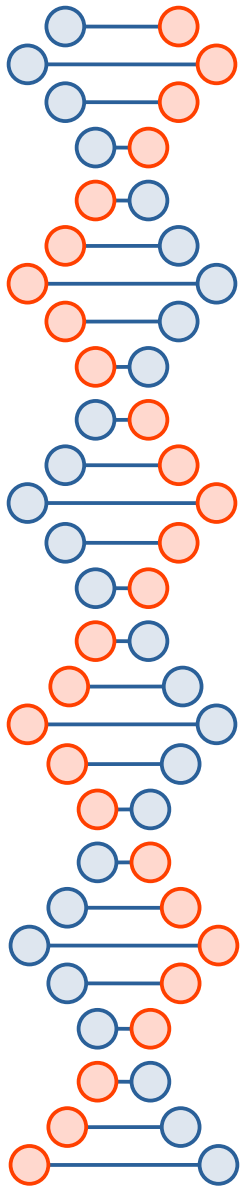


Эффект домашнего рынка

Соколов Данила Валерьевич, Э-2111





Стеффан Линдер



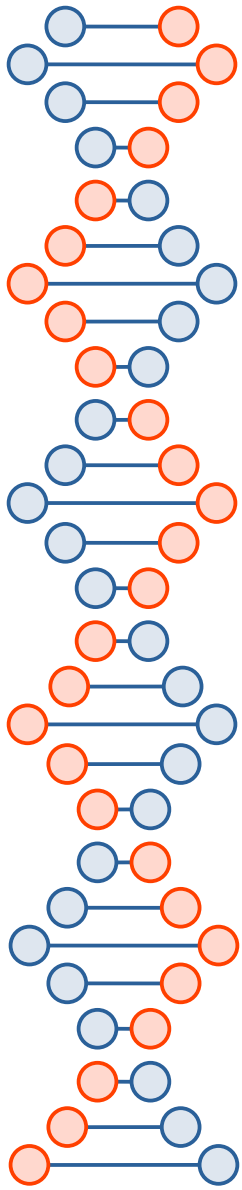
Пол Кругман





Ключевые моменты

- Товары, которые имеют значительный эффект масштаба и высокие транспортные расходы, будут производиться и экспортироваться в странах с большим внутренним спросом.
- Является частью Новой теории торговли и был разработан как объяснение свидетельств глобальных торговых моделей, которые, казалось, противоречили сравнительным преимуществам.
- Исследования подтвердили наличие эффектов внутреннего рынка и виды экономических факторов, которые на них влияют.
- Компании и инвесторы должны учитывать возможные преимущества влияния внутреннего рынка на выбор места для размещения.



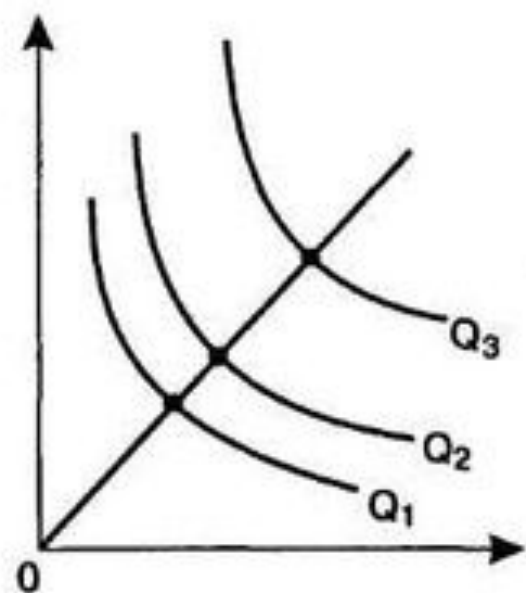


Рис. 21.7. Возрастающая отдача от масштаба

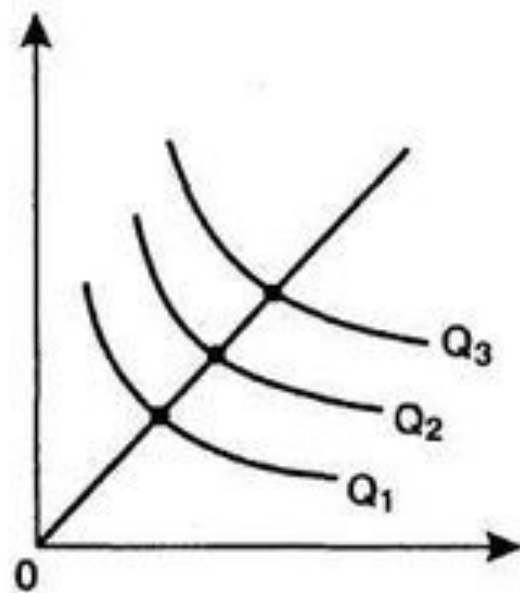


Рис. 21.8. Постоянная отдача от масштаба

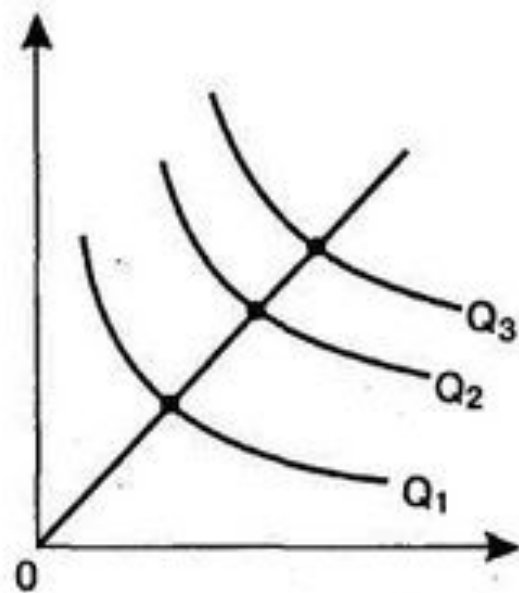


Рис. 21.9. Убывающая отдача от масштаба