

Тема: МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ ТОВАРАМИ И УСЛУГАМИ

- 1. Теоретические основы
международной торговли**
- 2. Сущность, формы и показатели
развития международной торговли
товарами**

1. Теоретические основы международной торговли

Эволюция теорий международной торговли

1. **меркантилисты** придерживаясь статического взгляда на мир, исходили из следующего:

- богатство страны ассоциировалось с золотом и серебром, которыми она располагает;
- мир располагал ограниченным количеством богатств;
- богатство одной страны могло увеличиться только за счет обнищания другой.

2. Основы теории международной торговли сформулированы в XVIII -XIX вв. А. Смитом и Д. Рикардо в рамках классической школы.



А. Смит в «Исследовании о природе и причинах богатства народов» (1776 г.) вывел **теорию абсолютных преимуществ.**

Содержание теории: страны экспортируют товары, которые они производят с наименьшими издержками, и импортируют те товары, которые производятся с наименьшими издержками другими странами.

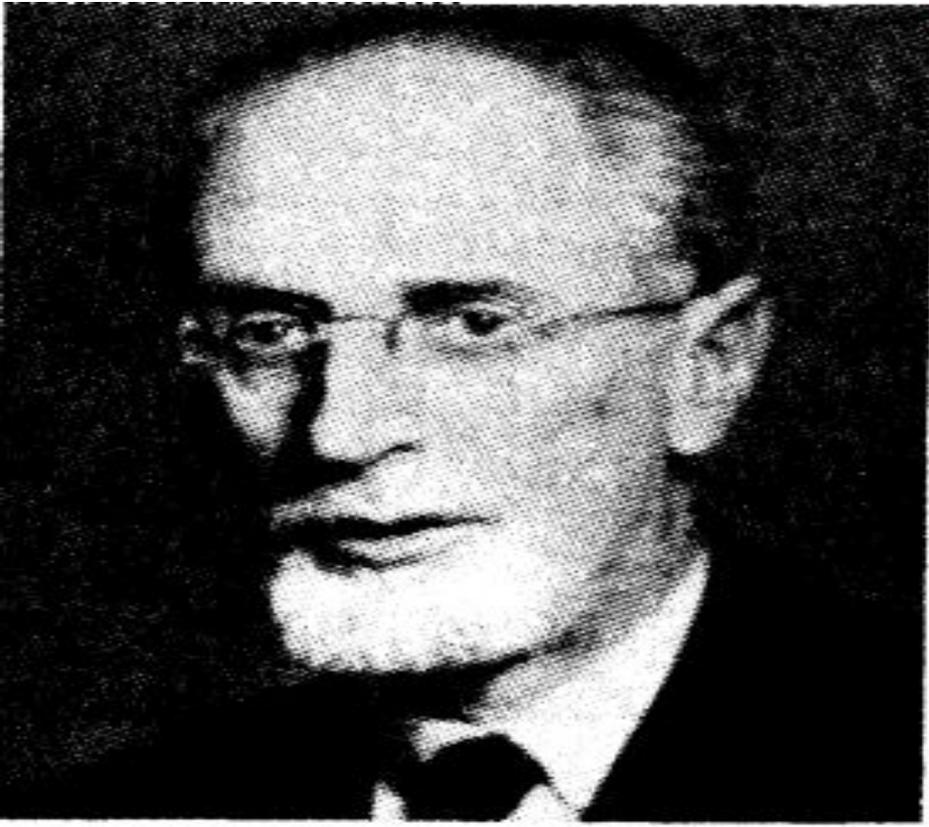
Д. Рикардо в работе «Начала политической экономики и налогового обложения» (1817 г.) показал, что международная торговля выгодна каждой стране. Д. Рикардо сформулировал теорию сравнительных преимуществ, введя понятие альтернативной цены.

Альтернативная цена — отношение рабочего времени, необходимого для производства единицы одного товара, к рабочему времени, необходимому для производства единицы другого товара.

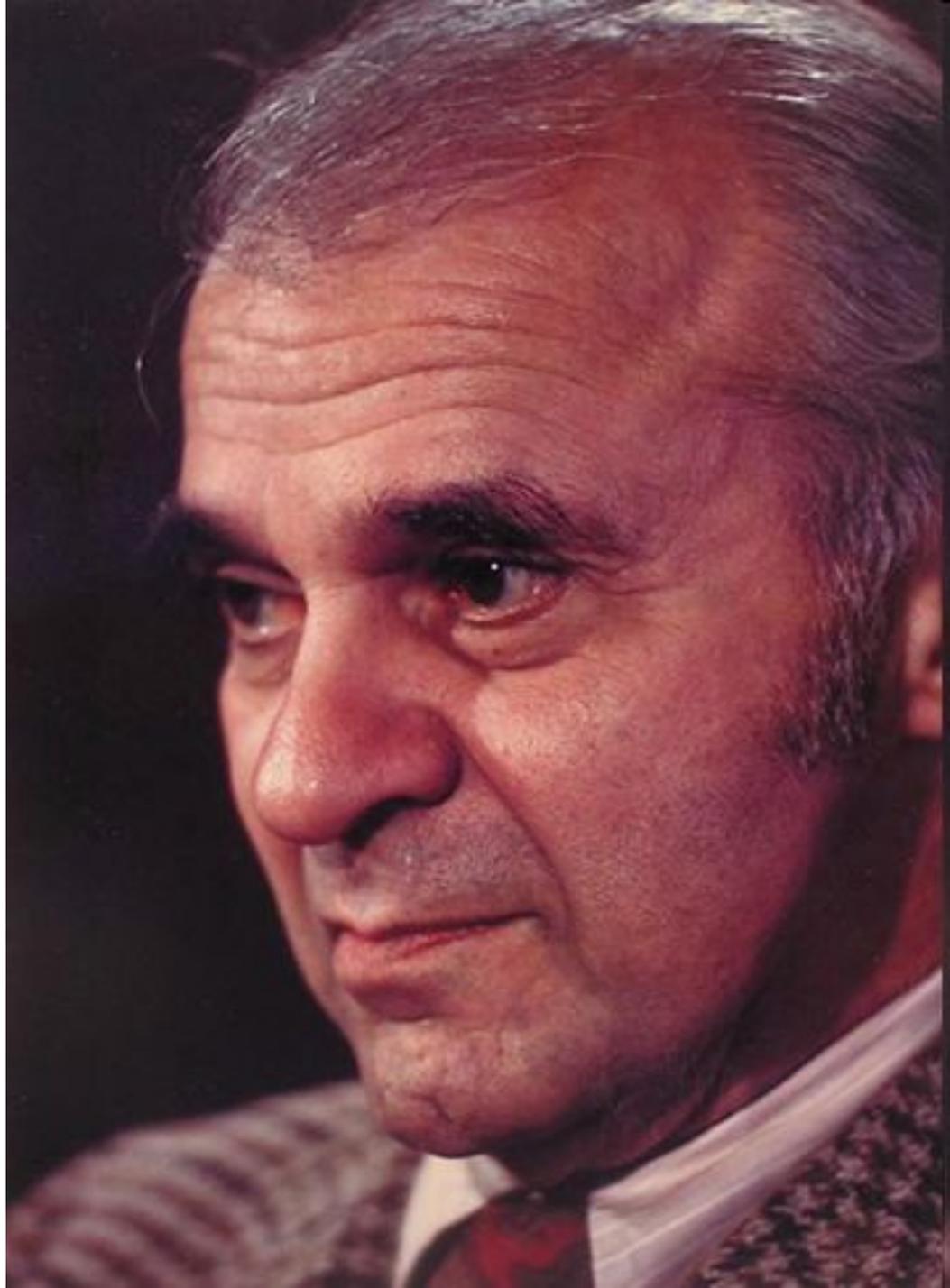
Закон сравнительных преимуществ:

страны специализируются на производстве тех товаров, по которым их трудовые издержки сравнительно ниже, хотя абсолютно они могут быть и несколько больше, чем за границей.

3. Э. Хекшер и Б. Олин (20—30 гг. XX в.) создали теорию каждая страна экспортирует те товары, для производства которых она обладает относительно избыточными факторами производства, и импортирует те товары, для производства которых она испытывает относительный недостаток факторов производства.



4. Американский экономист русского происхождения В. Леонтьев обнаружил, что в экспорте США преобладали относительно более трудоемкие товары, а в импорте — капиталоемкие. Этот результат стал известен как **парадокс Леонтьева.**



На современном этапе неоклассическая школа сосуществует с неотехнологической.



К неотехнологическим относятся:

Теория технологического разрыва.

Преимущество, получаемое страной-новатором — результат возникшего технологического разрыва в уровнях развития отдельных стран.

Теория эффекта масштаба. Многие страны обеспечены основными факторами производства в сходных пропорциях, и в этих условиях им будет выгодно торговать между собой при специализации в тех отраслях, которые характеризуются наличием эффекта массового производства.

Теория жизненного цикла товара. Новый продукт проходит **жизненный цикл со стадиями:** внедрения, расширения, зрелости и старения.

Теория конкурентного преимущества нации М. Портера. Основная идея: на международном рынке конкурируют фирмы, а не страны, в связи с чем важно понять, как фирма создает и удерживает конкурентные преимущества, и уяснить роль страны в этом процессе.

2. Сущность, формы и показатели развития международной торговли товарами

Международная торговля товарами (МТТ) - форма связи между товаропроизводителями разных стран, возникающая на основе международного разделения труда и выражающая их взаимную экономическую зависимость.

1. Благодаря ей преодолевается ограниченность национальной базы ресурсов.
2. Расширяется емкость внутреннего рынка, и устанавливаются связи внутреннего рынка с мировым.
3. Обеспечивается получение дополнительного дохода за счет разницы национальных и интернациональных издержек производства.
4. Развивается специализация страны.

Мировой товарооборот подсчитывается путем суммирования объемов экспорта всех государств.

Внешняя торговля — это обмен товарами той или иной страны с другими странами, включающий в себя оплачиваемые экспорт и импорт товаров и услуг. Термин применяется для анализа внешнеторгового оборота отдельной страны. **Внешнеторговый оборот** — сумма стоимости экспорта и импорта страны.

Стоимостный объем внешней торговли исчисляется за определенный период времени в текущих ценах соответствующих лет с использованием текущих валютных курсов.

Физический объем внешней торговли исчисляется в постоянных ценах и позволяет производить необходимые сопоставления и определять ее реальную динамику.

Основные формы международной торговли — экспорт и импорт товаров.

Показателями участия страны в международной торговле служат:

экспортная квота - показывает, какая доля всей произведенной в стране продукции реализуется на мировом рынке.

импортная квота - показывает, какова доля импортируемых товаров и услуг во внутреннем потреблении.

Мировой товарный рынок —

совокупность повторяющихся операций по купле-продаже товаров и услуг, имеющих специфические организационные международные формы.

Множественность цен — это наличие ряда цен на один и тот же товар одинакового качества в одной и той же сфере обращения на одинаковой транспортной базе.

«мировые цены» — цены крупных экспортно-импортных операций.

Современные тенденции развития МТТ:

1. Динамика МТТ характеризуется высокими темпами развития.
2. Выросли экспортная и импортная квоты многих государств.
3. Ведущую роль играют три мировых экономических центра — США, ЕС и Япония.
4. Около половины мирового товарооборота приходится на страны «Большой семерки»;
5. Тенденция к постоянному росту удельного веса в МТТ присуща развивающимся странам.
6. с распадом СССР доля стран с переходной экономикой в МТТ резко снизилась, тенденцию удалось переломить только в начале XXI в.

Основные **отличия услуг от товаров в материальной форме** заключаются в том, что, во-первых, они не осязаемы и невидимы; во-вторых, не поддаются хранению; в-третьих, производство и потребление услуг, как правило, совпадают по времени и месту.

Долгое время услуги относились к «неторгуемым» товарам, т.е. товарам, которые потребляются в той же стране, где они и производятся. По мере развития НТП часть услуг была вовлечена в мирохозяйственный оборот, и появился термин **«торгуемые услуги»**.

Виды торгуемых услуг:

- транспорт;
- поездки;
- связь;
- строительство;
- страхование;
- финансовые услуги;
- компьютерные и информационные услуги;
- бизнес-услуги (правовые, рекламные и др.);
- лицензионные культурные и рекреационные услуги;
- правительственные услуги

ВТО выделяет следующие формы МТУ:

- **поставка услуг через границу, когда торговля происходит с территории одной страны на территорию другой (транспорт, связь);**
- **временное перемещение за границу физического лица-поставщика услуг;**
- **перемещение потребителя услуг в страну их производителя;**
- **коммерческое присутствие поставщика услуг на территории другой страны.**