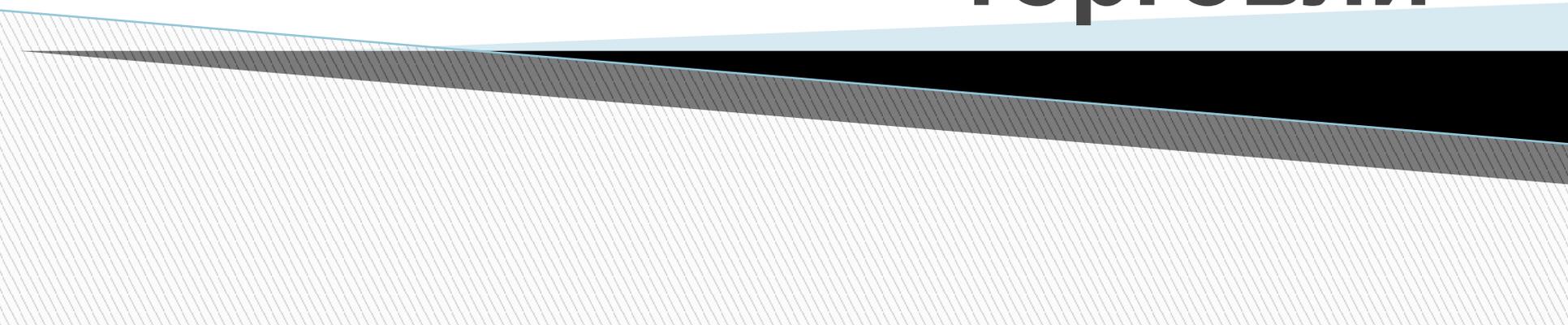


Тема 2.

**Теории международной
торговли**



План

- 1. Современный мировой рынок (товаров, услуг, капиталов, рабочей силы).
 - 2. Классические теории международной торговли.
 - 3. Теория Хекшера-Олина. Парадокс Леонтьева.
 - 4. Стандартная модель международной торговли.
 - 5. Современные теории международной торговли.
 - 6. Международная торговля услугами.
 - 7. Мировой рынок объектов интеллектуальной собственности (технологий, знаний, информации).
 - 8. Внешняя торговля Республики Беларусь и тенденции ее развития.
- 

1 вопрос

» Современный мировой рынок (товаров, услуг, капиталов, рабочей силы).

Международная торговля

обмен товарами и услугами между разными странами, связанный с всеобщей интернационализацией хозяйственной жизни и интенсификацией международного разделения труда в условиях научно-технической революции

Мировой рынок

```
graph TD; A[Мировой рынок] --> B[Мировой товарный рынок]; A --> C[Мировой финансовый рынок]; A --> D[Мировой рынок труда]; A --> E[Мировой рынок информации];
```

**Мировой
товарный
рынок**

**Мировой
финансовый рынок**

**Мировой рынок
труда**

**Мировой рынок
информации**

Инфраструктура МР

- Система институтов, призванных содействовать рыночным отношениям (розничная и оптовая торговля, торговые и фондовые биржи, биржи труда, банковская система и пр.)

Черты мирового рынка:

- мобильность ресурсов, товаров, услуг ниже, чем на национальном;
 - движение товаропотоков на мировом рынке в большей степени, чем на внутреннем, подвергается политическому вмешательству и контролю со стороны государства;
 - собственная система цен (мировые цены)
- 

Конъюнктура

конкретное состояние (ситуация) на данном рынке в определенных временных, географических и иных рамках, складывающееся под воздействием совокупности целого ряда факторов (конъюнктурообразующих факторов)

ВИДЫ КОНЪЮНКТУРЫ

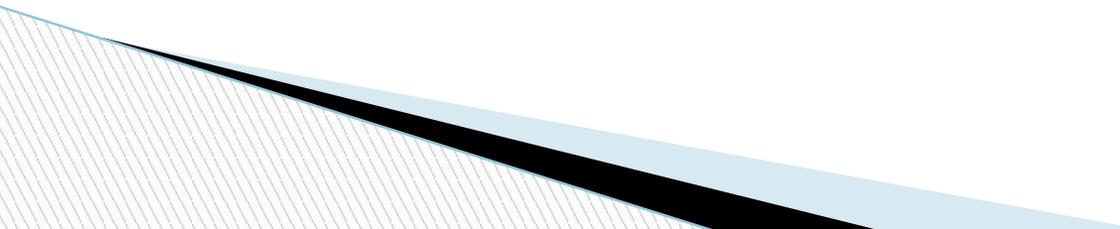
- общеэкономическая конъюнктура (положение в мировом хозяйстве в целом, в регионе (группе стран), в экономике отдельных стран);
- конъюнктура отдельных сегментов мирового рынка и отраслевая конъюнктура;
- конъюнктура рынков отдельных товаров и услуг.

С точки зрения временных критериев выделяют:

- текущую конъюнктуру;
- кратко- и среднесрочную конъюнктуру;
- долгосрочную конъюнктуру

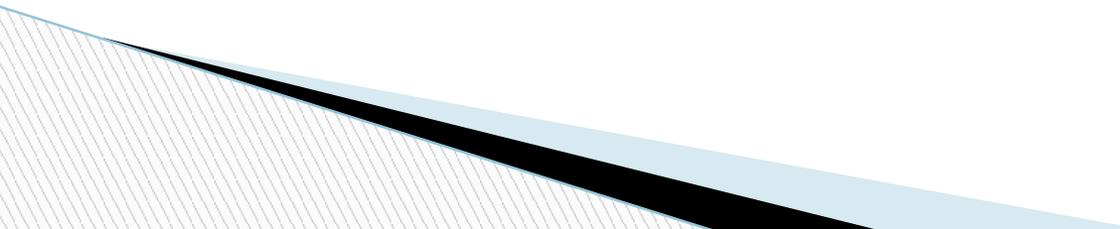
Формы осуществления международной торговли

ПО КРИТЕРИЮ ОБЪЕКТА:

- ▣ торговля сырьем
 - ▣ торговля топливом
 - ▣ торговля продовольствием
 - ▣ торговля полуфабрикатами
 - ▣ торговля готовыми изделиями
- 

Формы осуществления международной торговли

ПО КРИТЕРИЮ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СУБЪЕКТОВ:

- ▣ традиционная торговля
 - ▣ торговля кооперируемой и специализированной продукцией
 - ▣ встречная торговля
- 

Формы осуществления международной торговли

ПО КРИТЕРИЮ РЕГУЛИРОВАНИЯ

- ▣ **обычная МТ** - осуществление регулирования в полном объеме в соответствии с национальным законодательством;
- ▣ **дискриминационная МТ** - введение ограничений государством на экспортно-импортные операции;
- ▣ **преференциальная торговля** – торговля, при осуществлении которой предоставляются льготы (налоговые, таможенные).

Методы международной торговли

- ▣ **Прямой экспорт\импорт**
- ▣ **Косвенный** – ч/з посредника
- ▣ **Кооперативный** (ассоциации экспортеров, клубы делового сотрудничества, сбытовые картели, кооперативные экспортно-импортные фирмы)
- ▣ **Встречная торговля**
- ▣ **Институциональный** (м/н аукционы, биржи, торги)
- ▣ **Электронный**

Посредники

- ▣ **Международные товарные биржи** публичные и частные
- ▣ **Международные торги** открытые и закрытые
- ▣ **Международные аукционы**
 - гласные, негласные, автоматизированные
 - на повышение цен, на понижение цен

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

- примерно 40 лет до начала 1-ой мировой войны, когда международная торговля развивалась динамично и мировой экспорт вырос в 3 раза;
- период между 1-ой и 2-ой мировыми войнами, сопровождавшийся мировым эк. кризисом 1929-1933 гг., когда к концу периода объемы международной торговли практически не увеличились;
- период после 2-й мировой войны, для которого характерен резкий рост международной торговли

«Золотым веком» международной торговли был период 1950-1970 гг., когда ее среднегодовой рост составлял 7%. В 1980 г. мировой экспорт товаров составил 2034 млрд. долл., в 1996 г. превысил 5 трлн. долл., в 2000 г. – 6 трлн., а в 2003 г. составил, по данным ВТО, 7482 млрд. долл.

2 вопрос

» Классические
теории
международной
торговли

Меркантилизм

Богатство одной страны увеличиться только за счет обнищания другой.

Для увеличения богатства государство должно:

- поддерживать положительный платежный баланс;
- регулировать внешнюю торговлю для увеличения экспорта и сокращения импорта;
- запретить или ограничить вывоз сырья и разрешить беспошлинный ввоз сырья;
- запретить торговлю колоний с другими странами, кроме метрополии, а также производство готовых товаров.

Классические теории. Принцип абсолютного преимущества.

▪ **Взгляды А. Смита:**

- правительства не должны вмешиваться во внешнюю торговлю;
- внешняя торговля стимулирует развитие производительности труда;
- экспорт является положительным фактором для экономики страны;
- субсидии на экспорт являются налогом с населения и должны быть отменены;
- факторы производства обладают абсолютной мобильностью внутри страны.

Содержание теории абсолютных преимуществ состоит в том, что:

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

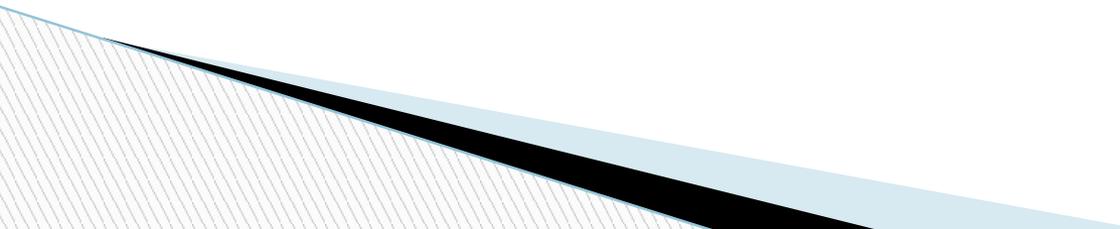
Д. Рикардо вводит понятие альтернативной цены.

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

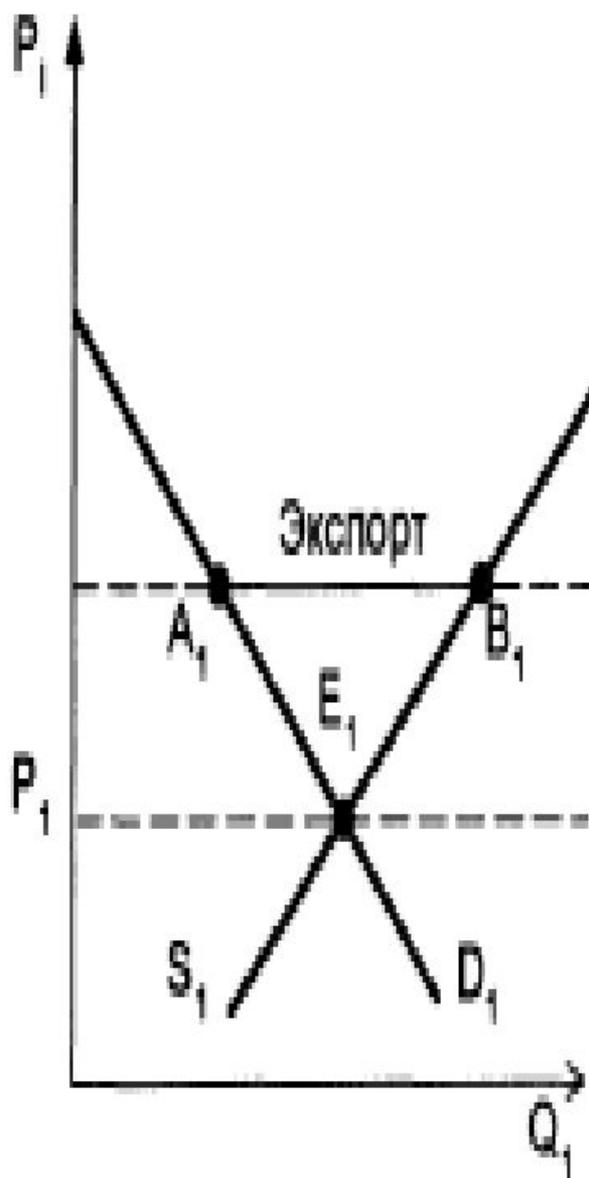
Каждой стране целесообразно специализироваться на производстве таких товаров, по которым она имеет сравнительно более низкие затраты труда и капитала.

Теория взаимного спроса

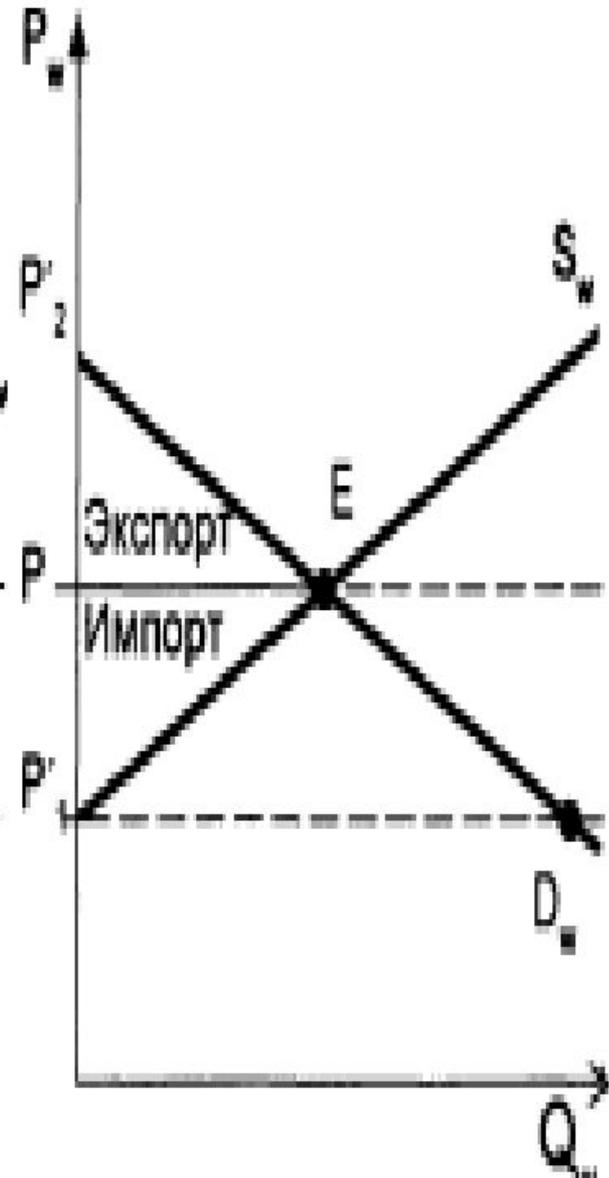
(reciprocal demand theory) — цена импортного товара определяется через цену товара, который нужно экспортировать, чтобы оплатить импорт; поэтому конечное соотношение цен при торговле определяется внутренним спросом на товары в каждой из торгующих стран.



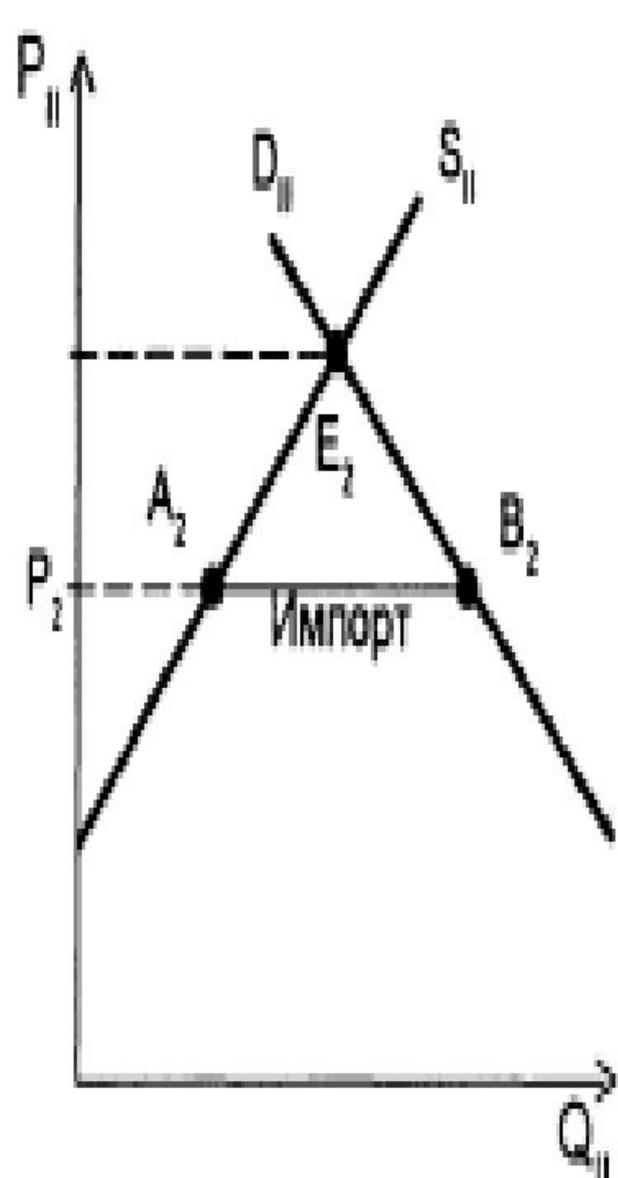
Страна I



Мировой рынок



Страна II



Выигрыш от торговли

(gains from trade) — это экономический эффект, который получает каждая из участвующих в торговле стран, если каждая из них специализируется на торговле тем товаром, в производстве которого она имеет относительное преимущество.

Классические теории. Абсолютные и сравнительные преимущества.

Теория сравнительных преимуществ имела определенные недостатки, способствовавшие в дальнейшем ее отмиранию. Среди них:

- 1) наличие лишь двух стран и двух товаров;
- 2) господство свободной торговли;
- 3) затраты производства постоянны;
- 4) отсутствие транспортных затрат;
- 5) не учитывает действие НТР;
- 6) исходит из наличия полной взаимозаменяемости ресурсов.

3 вопрос

- » Теория Хекшера-Олина.
Парадокс Леонтьева.

3. Теории соотношения факторов производства

Различная фактороинтенсивность и факторонасыщенность определяют специализацию страны на производстве отдельных товаров

- ▣ **Фактороинтенсивность** - отношение затрат различных факторов производства на изготовление определенного товара
- ▣ **Факторонасыщенность** - относительная обеспеченность страны факторами производства

Фактороинтенсивность, Факторонасыщенность

$$\frac{K_2}{L_2} > \frac{K_1}{L_1}.$$

$$\frac{P'_k}{P'_L} > \frac{P_k}{P_L}.$$

Теорема Хекшера — Олина:

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.

Дополнительные выводы теории:

- Развитие международной торговли приводит к **выравниванию «факторных» цен**, т.е. дохода, получаемого владельцем данного фактора (**теория Хекшера — Олина — Самуэльсона**)
- Существует возможность при достаточной международной мобильности факторов производства **замены экспорта товаров перемещением самих факторов между странами.**

Испытание теории (парадокс Леонтьева):

В 1947 г. В. Леонтьев расчетами показал, что в экспорте США преобладают трудоемкие товары, а в импорте капиталоемкие.

Тогда США считались **капиталообеспеченной страной** и ей отводилась роль экспортера капитала и импортера трудоемких товаров.

Объяснение парадокса Леонтьева:

- специфика послевоенной экономики страны
- наличие импортных тарифов
- **структура фактора труда**

4 вопрос

- »» Стандартная модель международной торговли.

Теория специфических факторов производства

- 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,
 - факторы, специфические для сектора, конкурирующего с импортом сокращаются.

Специфический фактор производства – фактор, характерный только для данной отрасли

Теорема Самуэльсона— Джонса

— в результате торговли **увеличиваются** доходы владельцев фактора, **специфического для экспортных отраслей,**
и
сокращаются доходы владельцев фактора, **специфического для отраслей,**
конкурирующих с импортом.

Теорема Столпера — Самуэльсона

Международная торговля ведет к **росту цены фактора**, относительно более интенсивно используемого для производства **товара, цена которого растет,**

и снижению цены фактора, относительно более интенсивно используемого для производства **товара, цена которого падает.**

Теорема Т.М. Рыбчинского

С увеличением предложения одного из факторов в первую очередь развивается то производство, где этот фактор является относительно более интенсивным, и данные отрасли развиваются более быстрыми темпами, чем те, где фактор используется менее интенсивно

Теория преобладающего спроса Линдера -

Страна экспортирует те товары, удельный вес которых велик в ее собственном потреблении.

ОБЩЕЕ МЕЖДУНАРОДНОЕ РАВНОВЕСИЕ

**ОДНОВРЕМЕННОЕ УРАВНОВЕШИВАНИЕ
СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ТОВАР ВО
ВНУТРЕННЕЙ И МЕЖДУНАРОДНОЙ
ТОРГОВЛЕ**

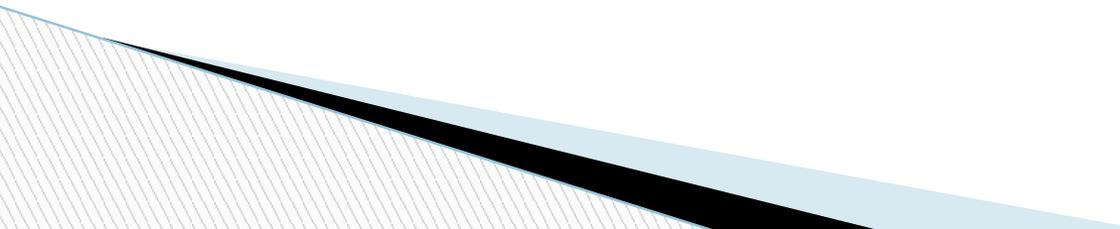
5 вопрос

- »» Современные теории международной торговли.

Неотехнологические теории внешней торговли

- ▣ **Неотехнологическая школа** связывает основные преимущества с монопольной позицией фирмы (или страны) - новатора.
- ▣ **Государство при этом должно поддерживать производство высокотехнологичных экспортных товаров и не мешать свертыванию производства других, устаревших.**

К неотехнологическим относятся следующие теории:

- 1) теория технологического разрыва М. Познера (1961 г.);
 - 2) теория пересекающегося спроса Э. Линдера (1961).
 - 3) теория эффекта масштаба Кэмпбелла (1964 г.) и несовершенной конкуренции П. Кругмана (1979 г.);
 - 4) теория жизненного цикла товара Р. Вернона (1966 г.);
 - 5) теория внутриотраслевой торговли Б. Баласса (1967 г.);
 - 6) теория конкурентного преимущества нации М. Портера (1986 г.).
- 

Теория технологического разрыва

- Познер предположил, что одна из развитых стран в результате какого-то открытия обладает принципиально новой технологией, в результате возникает **технологический разрыв** между странами.
- В результате такой торговли в выигрыше оказываются все страны: те, что экспортируют, получают прибыль, а те, что импортируют — новые товары.

Теория пересекающегося спроса

- Поскольку **потребители** в странах с примерно одинаковым уровнем дохода имеют примерно **схожие вкусы**, каждой **стране легче экспортировать те товары, в производстве которых на внутреннем рынке накоплен значительный опыт.**
- Теория Линдера объясняет возможность осуществления торговых сделок между странами, **находящимися на одном и том же уровне экономического развития.**

Теория экономии масштаба

- Торговля между странами, которые одинаковы или очень близки по наделенности факторами производства, объясняется **наличием экономии масштаба**.
- **Модель торговли в рамках монополистической конкуренции** исходит из того, что когда две страны торгуют друг с другом, **совокупный рынок оказывается больше**, чем простая сумма рынков двух стран, разнообразие товаров возрастает, а цена единицы товара снижается.

Теория жизненного цикла товара

4. 4. Международное перемещение товаров происходит в зависимости от определенного **этапа жизненного цикла товара.**

- **На этапе внедрения** организуется производство и сбыт нового товара внутри страны, **начинается его экспорт.**
- **На этапе роста** создаются предпосылки для организации и развития **производства за рубежом.**
- **На этапе зрелости** складываются условия масштабного производства в развивающихся странах, с последующим **вывозом в страны нововведений.**
- **На этапе упадка** в развитых странах начинается **внедрение на рынок новых более совершенных товаров.**

Теории внутриотраслевой торговли

4.5. Внутриотраслевая торговля отражает дифференциацию аналогичных товаров.

В рамках модели внутриотраслевой торговли **страна производит один или узкую номенклатуру товаров и использует преимущества эффекта масштаба.**

Теория международной конкурентоспособности наций М. Портера

Место каждой страны и ее конкретных производителей на мировом рынке определяется четырьмя основными условиями:

- ▣ количеством и качеством различных факторов производства
- ▣ спросом на внутреннем рынке
- ▣ наличием смежных и обслуживающих отраслей
- ▣ стратегией фирмы и внутренней конкуренцией

6 вопрос

- »» Международная торговля услугами.

Классификатор услуг ВТО

1. деловые услуги (46 отраслевых видов услуг);
2. услуги связи (25 видов);
3. строительные и инжиниринговые услуги (5 видов);
4. дистрибьюторские услуги (5 видов);
5. общеобразовательные услуги (5 видов);
6. услуги по защите окружающей среды (4 вида);
7. финансовые услуги, включая страхование (17 видов);
8. услуги по охране здоровья и социальные услуги (4 вида);
9. туризм и путешествия (4 вида);
10. услуги в области организации досуга, культуры и спорта (5 видов);
11. транспортные услуги (33 вида);
12. прочие услуги

Система регулирования государствами международной торговли услугами:

- Различные формы таможенного контроля;
- Ограничения деятельности иностранных фирм в сфере услуг:
 - ограничения, касающиеся движения факторов производства;
 - ограничения, связанные с ПИИ;
 - запрет иностранным фирмам реализовать определенные виды услуг;
 - ограничения, связанные с регламентированием государством порядка использования иностранной рабочей силы и услуг, которые предоставляются отечественными фирмами;
 - ограничение гос. помощи, требования по ведению фин. и бух. отчетности, которые предъявляются к иностранным компаниям
- Осуществление контроля за ценами (тарифами) на услуги;
- Использование системы стандартов в области услуг, действующих в данных странах;
- Лицензирование отдельных видов услуг.

Способы поставки услуг в международной торговле услугами

- 1) с территории одной страны на территорию другой страны – так называемая «трансграничная торговля»;
- 2) перемещение потребителя в страну, где предоставляется услуга («потребление за рубежом»); при этом понимается, что перемещение непосредственно самого потребителя услуги не всегда обязательно: достаточно перемещения собственности потребителя (например, услуга по ремонту судна за рубежом может предполагать только перемещение судна); в этом случае услуга потребляется в месте нахождения собственности, а не в месте нахождения потребителя;
- 3) учреждение поставщиком услуги одной страны коммерческого присутствия на территории другой страны, где должна оказываться услуга («коммерческое присутствие»); при этом под «коммерческим присутствием» понимается любая форма делового или профессионального учреждения, включая создание, приобретение или сохранение юридического лица, филиала или представительства;
- 4) оказание услуги поставщиком услуги одной страны через коммерческое присутствие физических лиц этой страны на территории любой другой страны («перемещение физических лиц»); при этом поскольку под «поставщиком услуги» понимается любое лицо, которое предоставляет услуги, то к таким физическим лицам относятся лица, оказывающие услуги в качестве индивидуальных предпринимателей, и сотрудники компании-поставщиков услуг (штатные и нештатные).

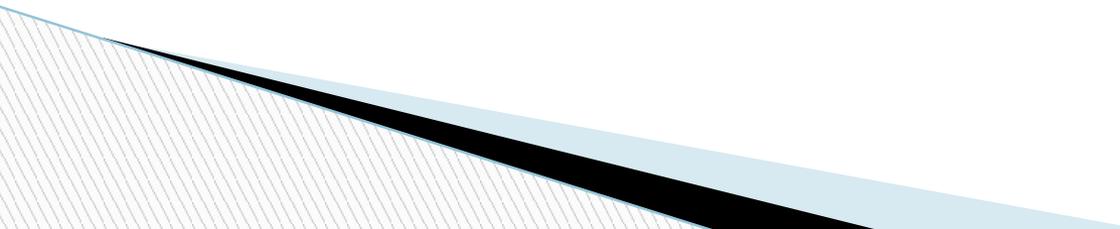
7 вопрос

- »» **Мировой рынок объектов интеллектуальной собственности (технологий, знаний, информации).**

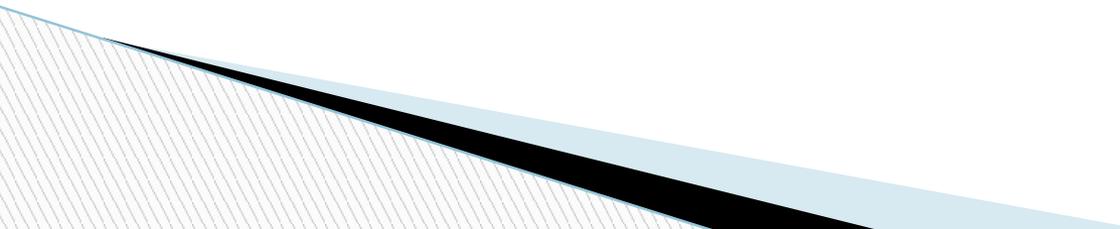
Международная торговля технологиями

- – это предоставление на коммерческой основе иностранному контрагенту результатов научно-технической деятельности, имеющих не только научную, но и прикладную практическую ценность (освоение на их основе производства новых товаров, предоставление новых видов коммерческих услуг и т. д.). **Технология** – научные методы достижения практических целей. В понятие технологии обычно включаются три группы технологий: технология продуктов, технология процессов, технология управления.

Сегменты рынка технологий

- - рынок патентов и лицензий;
 - - рынок наукоемкой и технологической продукции;
 - - рынок высокотехнологичного капитала;
 - - рынок научно-технических специалистов.
- 

Наукоемкие отрасли:

- электротехническая,
 - электронная,
 - химическая,
 - производство средств связи,
 - приборостроение,
 - авиакосмическая,
 - автомобильная.
- 

Мировой рынок технологий имеет ряд особенностей:

1. Один из наиболее интенсивно развивающихся мировых рынков
2. Степень монополизации мирового рынка технологий значительно выше, чем мирового рынка товаров
3. Обмен технологиями строится не на случайных, эпизодических и стихийных сделках, а носит в значительной степени заранее подготовленный характер
4. Мировой рынок технологий имеет специфическую нормативно-правовую базу своего функционирования.

Новая технология защищается правовыми инструментами:

- ▣ **Патент** – свидетельство, выдаваемое компетентным правительственным органом изобретателю, которое удостоверяет его авторство и приоритет, а также предоставляет ему его монопольное право на использование этого изобретения в течение определенного времени.
- ▣ **Лицензия** – разрешение, выдаваемое владельцем технологии (лицензиаром), защищенное или незащищенное патентом, заинтересованной стороне (лицензиату) на использование этой технологии в течение определенного времени и за определенную плату.
- ▣ **Копирайт** – эксклюзивное право автора литературного, аудио- или видеопроизведения на показ и воспроизведение своей работы.
- ▣ **Товарная марка** – символ определенной организации, который используется для индивидуализации производителя товара и который не может быть использован другими организациями без официального разрешения владельца.

Международная передача технологии осуществляется в следующих основных формах:

- · **патентные соглашения** – международная торговая сделка, по которой владелец патента уступает свои права на использование изобретения покупателю патента;
- · **лицензионные соглашения** – международная торговая сделка, по которой собственник изобретения или технических знаний предоставляет другой стороне разрешение на использование в определенных пределах своих прав на технологию;
- · **«ноу-хау»** – предоставление технического опыта и секретов производства, включающих сведения технологического, экологического, финансового характера, использование которых обеспечивает определенные преимущества;
- · **инжиниринг** – предоставление технологических знаний, необходимых для приобретения, монтажа и использования купленных или арендованных машин и оборудования. Они включают широкий комплекс мероприятий по подготовке технико-экономического обоснования проектов, осуществлению консультаций, надзора, проектирования, испытаний, гарантийного и постгарантийного обслуживания.

Лицензионные платежи

- **Роялти** – периодические отчисления от дохода покупателя в течение периода действия соглашения, зависящие от размера прибыли, получаемой от коммерческого использования лицензии.
- **Паушальный платеж** – зафиксированный в соглашении единовременный платеж, не связанный во времени с фактическим использованием лицензии, а устанавливаемый заранее на основе экспертных оценок.
- **Участие в прибыли** – отчисления в пользу лицензиара части прибыли, получаемой лицензиатом от коммерческого использования предмета лицензии. Обычно участие лицензиара в прибыли лицензиата фиксируется на уровне до 30 % – при предоставлении исключительной и 10 % – при предоставлении неисключительной лицензии.
- **Участие в собственности** – передача лицензиатом лицензиару части акций своих предприятий в качестве платежа за предоставленную лицензию.

8 вопрос

- » Внешняя торговля Республики Беларусь и тенденции ее развития.

Об итогах внешней торговли РБ товарами в 2015 г.

- В 2015 году внешнеторговый оборот товаров Республики Беларусь составил 57 млрд. долларов США, в том числе экспорт – 26,7 млрд. долларов, импорт – 30,3 млрд. долларов.
- К уровню 2014 года из расчета в текущих ценах оборот внешней торговли товарами составил 74,4%, экспорт – 74%, импорт – 74,8%.
- По итогам 2015 года по сравнению с предыдущим годом экспорт товаров в натуральном выражении увеличился на 2,4%, импорт – сократился на 11,3% при снижении средних цен экспорта на 27,8%, импорта – на 15,6%.

Товарная структура экспорта

	2015 млн. долл. США	Удельный вес в общем объеме, %
ВСЕГО	26 685,5	100
машины, оборудование и транспортные средства	3 693,7	13,8
минеральные продукты	7 983,0	29,9
черные, цветные металлы и изделия из них	1 738,3	6,5
продукция химической промышленности, каучук (включая химические волокна и нити)	5 684,3	21,3
древесина и целлюлозно-бумажные изделия	859,1	3,2
текстиль и текстильные изделия	642,3	2,4
кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	77,5	0,3
продукция пищевой промышленности и сырье для ее производства	4 339,6	16,3
прочие	1 667,7	6,3

Экспорт

- По сравнению с 2014 годом наибольший прирост стоимостных объемов экспорта пришелся на азотные удобрения (прирост 93,6 млн. долларов), краски и лаки (на 31,7 млн. долларов), древесно-стружечные плиты (на 29,8 млн. долларов), минеральные смешанные удобрения (на 29,7 млн. долларов).
- Существенное сокращение стоимостного объема экспорта отмечалось на нефтепродукты (уменьшение на 3 млрд. долларов), сырую нефть (на 545 млн. долларов), тракторы и седельные тягачи (на 364,5 млн. долларов), грузовые автомобили (на 355,8 млн. долларов).

Товарная структура импорта

	2015 млн. долл. США	Удельный вес в общем объеме, %
ВСЕГО	30 311,7	100
машины, оборудование и транспортные средства	7 085,7	23,4
минеральные продукты	9 430,2	31,1
черные, цветные металлы и изделия из них	2 535,6	8,3
продукция химической промышленности, каучук (включая химические волокна и нити)	4 111,1	13,6
древесина и целлюлозно-бумажные изделия	598,2	2,0
текстиль и текстильные изделия	584,7	1,9
кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	78,7	0,3
продукция пищевой промышленности и сырье для ее производства	4 423,8	14,6
прочие	1 998,5	4,8

Импорт

- ▣ По импорту наиболее существенно сократился стоимостной объем поставок нефти, включая газовый конденсат (уменьшение по сравнению с 2014 годом на 2 млрд. долларов), природного газа (на 696,2 млн. долларов), легковых автомобилей (на 693,9 млн. долларов), машин и механических устройств специального назначения (на 240,6 млн. долларов), вычислительных машин для автоматической обработки информации (на 192,9 млн. долларов).

Внешняя торговля услугами

- Экспорт услуг в 2015 г. - 6 673,6 млн. долл., что составило 84,6% к 2014 г.
- Импорт услуг в 2015 г. - 4 349,7 млн. долл., что составило 75,8% к 2014 г.

Внешнеторговое сальдо по товарам - -2 118,2 млн. долл. США.

Внешнеторговое сальдо по услугам - +2 323,9 млн. долл. США.

□ СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!