

Альтернативные теории международной торговли

Основные направления поиска новых теорий:

1. **Развитие** *принципов классических теорий* с распространением их на большее количество товаров, стран, факторов производства (теории специфических факторов производства) – *со стороны предложения товаров*
2. **Изучение** *не учтённых классическими теориями проблем* (теории распределения доходов от международной торговли, теория пересекающегося спроса) – *со стороны предложения товаров*
3. **Разработка** *новых теорий* взамен классических (теории эффекта масштаба, внутриотраслевой международной торговли, динамические модели) – *на основе анализа спроса и предложения товаров в МТ*

Альтернативные теории международной торговли

Теория специфических факторов производства (1971 г.)

Авторы:

Пол Самуэльсон (1915 г.р.)

Нобелевский лауреат по экономике (1970 г.)

Рональд Джонс

Альтернативные теории международной торговли

Теория специфических факторов производства

Определения:

Специфический фактор – фактор производства, характерный только для данной отрасли и не могущий перемещаться между отраслями

Мобильный фактор – фактор производства, свободно перемещающийся между отраслями

Закон убывающей отдачи – при неизменном количестве остальных факторов производства предельный продукт труда убывает по достижении некоторого объёма производства

Предельная производительность труда – величина прироста совокупного дохода в результате использования дополнительной единицы труда

Альтернативные теории международной торговли

Теория специфических факторов производства

Базовое утверждение:

В основе международной торговли лежат различия в относительных ценах на товары, обусловленные разной обеспеченностью стран специфическими факторами производства.

Факторы, специфические для экспортного сектора, развиваются, а

факторы, специфические для сектора, конкурирующего с импортом, сокращаются

Альтернативные теории международной торговли

Теория специфических факторов производства

Объём импорта страны ограничен её
экспортом

Бюджетные ограничения в условиях
отсутствия международного движения
капитала представляют собой
ограничение объёмов импорта страны
доходами, получаемыми от экспорта при
текущих относительных ценах

Альтернативные теории международной торговли

Теории распределения доходов от международной торговли

Утверждения:

1. Международная торговля ведёт к перераспределению доходов. Теория Х-О показала, что владельцы относительно избыточных факторов производства выигрывают от торговли, а владельцы относительно недостаточных факторов производства проигрывают. Отсюда следует практический вывод: первые будут выступать за свободу торговли, вторые – против неё.
2. Теория Х-О-С показала, что выравнивание в результате торговли цен на товары приводит к выравниванию цен на факторы производства (и тем самым доходов их владельцев), с помощью которых эти товары были произведены.
3. Теорема Самуэльсона-Джонса (распределение доходов при специфических факторах производства): в результате торговли увеличиваются доходы владельцев фактора, специфического для экспортных отраслей, и сокращаются доходы владельцев фактора, специфического для отраслей, конкурирующих с импортом.

Альтернативные теории международной торговли

Теории распределения доходов от международной торговли

Утверждения:

1. **Теорема Столпера-Самуэльсона** (влияние цен на доходы от факторов производства): международная торговля ведёт к росту цены фактора, относительно более интенсивно используемого для производства товара, цена которого растёт, и снижению цены фактора, относительно более интенсивно используемого для производства товара, цена на который падает.
2. **Теорема Рыбчинского** (влияние роста предложения фактора на доходы от производства): увеличивающееся предложение одного из факторов производства приводит к непропорционально большему процентному увеличению производства и доходов в той отрасли, для которой этот фактор используется относительно более интенсивно, и к сокращению производства и доходов в отрасли, в которой этот фактор используется относительно менее интенсивно.

Альтернативные теории международной торговли

Теории распределения доходов от международной торговли

1. Эффект усиления Джонса: вследствие изменений экзогенных переменных эндогенные экономические переменные изменяются непропорционально. В случае теоремы С-С экзогенные изменения в темпах прироста цен товаров приводят к непропорционально большим изменениям в ценах на факторы производства. В случае теоремы Р. экзогенные изменения в темпах прироста объёмов факторов приводят к непропорционально большим изменениям в объёмах производства.
2. Знание эффекта усиления очень важно в практических целях: например, если предприниматель повышает цены экспорта на трудоёмкий товар, то зарплата рабочих, производящих этот товар, возрастет в ещё большей степени, что может перекрыть положительный эффект от экспорта товара.

Альтернативные теории международной торговли

Теории эффекта масштаба

Исходные утверждения:

1. Конкуренция не совершенна и использование факторов производства неоптимально, поэтому классические теории несостоятельны
2. По мере возрастания масштабов производства себестоимость единицы товара снижается. Причины:
 - рост специализации
 - неделимость производства (темпы роста обслуживающих подразделений ниже темпов роста производства)
 - технологическая экономия (рост издержек на производство нового качества ниже роста его стоимости)

Альтернативные теории международной торговли

Теории эффекта масштаба

Эффект масштаба – развитие производства, при котором рост затрат факторов на единицу приводит к росту производства больше, чем на единицу

Модель объясняет торговлю между странами:

1. близкими по наделённости факторами производства
2. технологически близкими или однородными товарами

Количество единиц товара	Затраты труда (часы)	Затраты труда на единицу товара
1	4	4
2	5	2,5
3	6	2
4	7	1,75
5	8	1,6
6	9	1,5
7	10	1,43

Альтернативные теории международной торговли

Теории эффекта масштаба

Внешний эффект масштаба - снижение издержек на единицу товара в рамках фирмы в результате роста масштабов производства в отрасли в целом (рост количества фирм в отрасли, поддерживающий конкурентную среду – свободная торговля – рост экспорта неограничен, производители на цену не влияют)

Внутренний эффект масштаба – снижение издержек на единицу товара в рамках фирмы в результате роста масштабов её производства (количество фирм уменьшается, что ведёт к несовершенной конкуренции – фирмы могут увеличить объём продаж за счёт снижения цены)

Альтернативные теории международной торговли

Теории эффекта масштаба. Торговля в условиях монополистической конкуренции

Автор: Пол Кругман (1953 г.р.) – один из основателей
«новой теории международной торговли»

Анализ влияния олигополии на международную торговлю на примере автомобильного рынка: несколько крупных фирм – монополистов, производящих отличающиеся модели автомобилей. Цены на продукцию каждой из фирм зависят от цен других фирм.

$$X = S [1/n - b(P - P_{\text{ср}})], \text{ где}$$

X – продажи 1 фирмы; S – продажи отрасли в целом; n – количество фирм в отрасли; b – переменная спроса; P – цена товара 1 фирмы;
 $P_{\text{ср}}$ – средняя цена товаров в отрасли

Если $P > P_{\text{ср}}$, то доля фирмы на рынке меньше S/n : $X < S/n$,

Если $P < P_{\text{ср}}$, то доля фирмы на рынке больше S/n : $X > S/n$.

Альтернативные теории международной торговли

Теории эффекта масштаба. Торговля в условиях монополистической конкуренции

Влияние монополистической конкуренции на международную торговлю определяют следующие условия:

1. Чем больше фирм, тем меньше объём производства каждой фирмы, тем выше средние издержки на единицу товара;
2. Чем больше фирм, тем выше конкуренция и тем ниже цены;
3. Если цена выше среднерыночной, то появляется дополнительное количество фирм, и наоборот.

Уравнение предложения на олигопольном рынке:

$$C_{\text{ср}} = F/X + c = nF/S + c, \text{ где}$$

$C_{\text{ср}}$ – средние издержки, F – постоянные издержки; c – предельные издержки фирмы

Рост продаж S при развитии торговли и при постоянном количестве фирм n сокращает их средние издержки

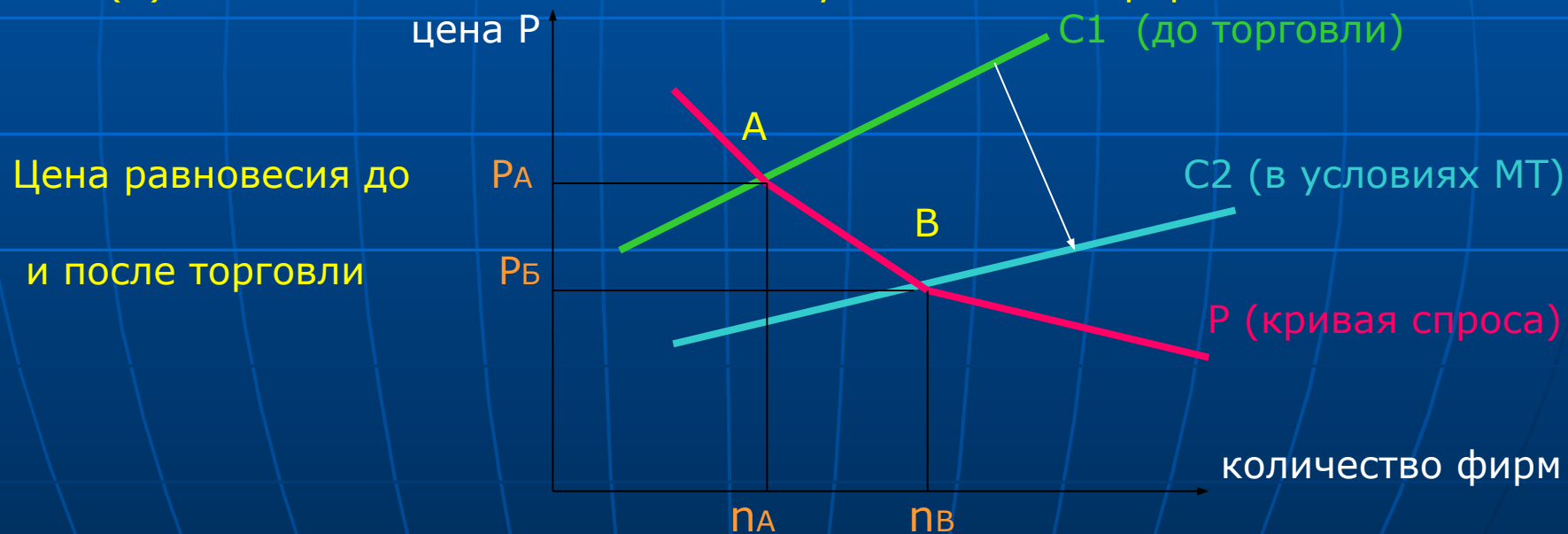
Альтернативные теории международной торговли

Теории эффекта масштаба. Торговля в условиях монополистической конкуренции

Уравнение спроса на олигопольном рынке:

$$P = c + 1/bn$$

Чем больше фирм, тем выше конкуренция и тем ниже цены. Причём, размеры рынка (S) не влияют на взаимосвязь между количеством фирм и ценой.



Международная торговля увеличивает размеры рынка сбыта. В результате количество фирм (и разнообразие товаров) возрастают, а их цена падает.

Альтернативные теории международной торговли

Теория внутриотраслевой международной торговли.

Автор: Белла Баласса (статьи 1967г. и 1986г.)

Внутриотраслевая торговля в МТ – обмен между странами дифференцированными продуктами одной отрасли

Межотраслевая торговля в МТ – обмен между странами гомогенной продукцией различных отраслей

Причины внутриотраслевой торговли:

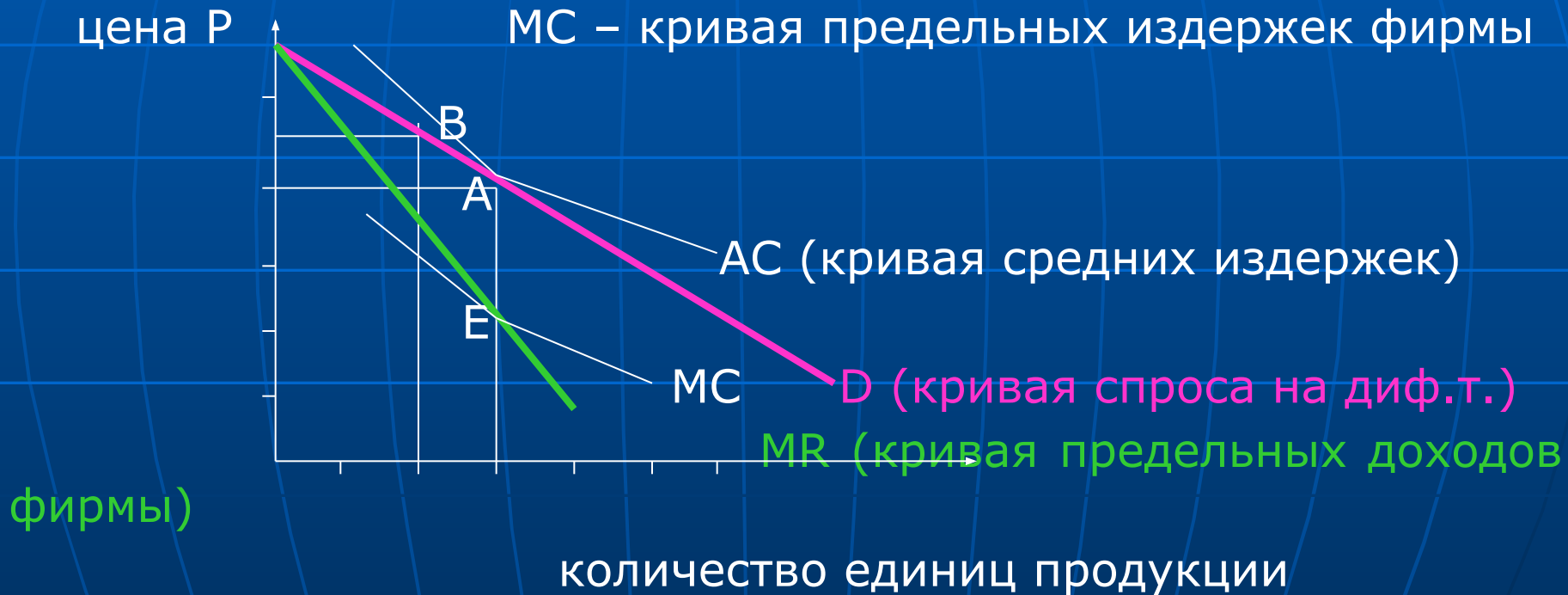
1. *Сокращение транспортных издержек и сезонные колебания (для гомогенной продукции)*
2. *Различия во вкусах потребителей (для дифференцированной продукции)*
3. *Пересекающийся спрос (вследствие накопленного опыта)*
4. *Эффект масштаба (вследствие специализации)*

Социальные последствия внутриотраслевой торговли: внутриотраслевое перемещение трудящихся, увеличение доходов всех владельцев факторов производства за счёт эффекта масштаба при условии устойчивости в конкуренции.

Альтернативные теории международной торговли

Теория внутриотраслевой международной торговли.

Модель внутриотраслевой торговли:



Эта модель аналогична модели монопольной конкуренции.
Прибыль фирмы от внутриотраслевой торговли составит EA.

Альтернативные теории международной торговли

Теория внутриотраслевой международной торговли

страны	товары	Межотраслевая торговля (гомоген. товары)	Внутриотрасл. торговля (дифференцир. товары)
Страна 1 трудоизбыт.	Товар1 - трудоёмкий	экспорт	Экспорт импорт
	Товар 2	импорт	Импорт экспорт
Страна 2 капиталоизбыт	Товар1	импорт	Импорт экспорт
	Товар 2 капиталоёмкий	экспорт	Экспорт Импорт

Модель внутриотраслевой торговли не отрицает межотраслевую торговлю и даёт объяснение международной торговли однотипными товарами.

Измеряется внутриотраслевая торговля индексом: $T = 1 - [X-IM] / [X+IM]$

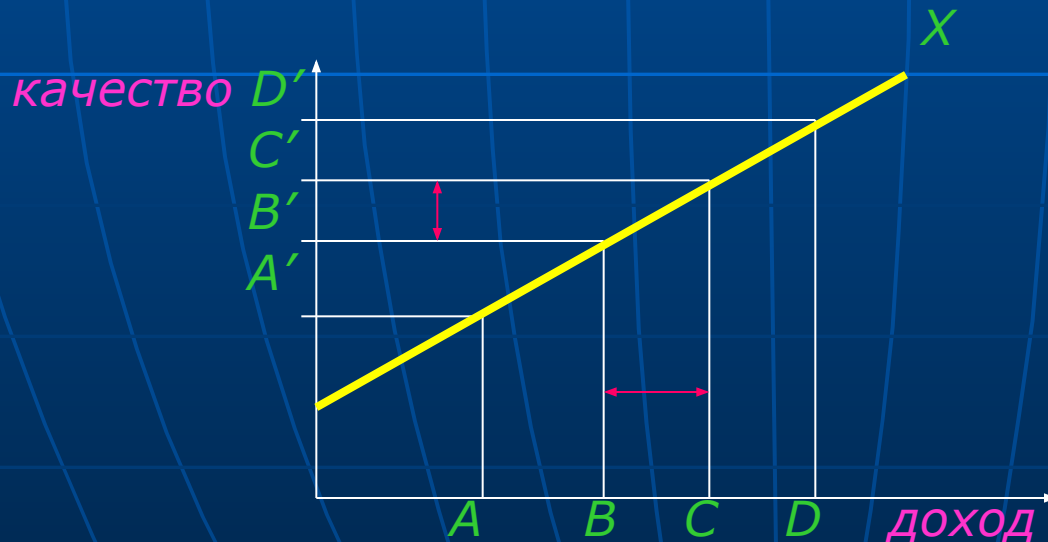
Альтернативные теории международной торговли

Теории спроса и реверса в МТ

Автор: Стаффан Линдер.

Чем больше пересекаются структуры спроса в странах, подкреплённые высоким уровнем дохода, тем выше уровень торговли между ними. Т.е. не только различия, но и схожесть между странами может быть предпосылкой торговли.

Теория пересекающегося спроса: в условиях схожести вкусов в странах с примерно одинаковым уровнем дохода им лучше экспортировать те товары, в производстве и торговле которыми на внутреннем рынке накоплен большой опыт.



Альтернативные теории международной торговли

Теории спроса и реверса в МТ

Автор: Б. Минхас

Реверс факторов производства – ситуация, при которой один и тот же товар оказывается капиталоемким в капиталоемкой стране и трудоёмким в трудоизбыточной стране.

Эластичность замещения – коэффициент (e), показывающий, насколько сложно заменить один фактор на другой в производстве определённого товара.

$e = \Delta (K/L)/(R/L) / (\Delta S/S)$, где K – количество капитала, затраченного на производство товара; L – количество труда, затраченного на производство товара; S – относительная цена факторов производства

Этот феномен встречается довольно редко. Инструменты теории соотношения ФП неприменимы. Это происходит в случае, когда ФП обладают резко отличающейся эластичностью замещения. Эта теория объясняет торговлю со стороны предложения.

Реверс спроса – ситуация, при которой в силу сильного внутреннего спроса страна импортирует товары, для производства и экспорта которых она наделена относительно лучшими факторами производства по сравнению с её торговыми партнёрами.