

Новые теории международной торговли





В последние десятилетия в направлениях и структуре мировой торговли происходят существенные сдвиги, которые не всегда поддаются объяснению в рамках классических теорий торговли. Это побуждает как к дальнейшему развитию уже существующих теорий, так и к разработке альтернативных теоретических концепций.



Среди таких качественных сдвигов следует отметить превращение технического прогресса в доминирующий фактор в мировой торговле, возрастающий удельный вес в торговле встречных поставок сходных промышленных товаров, производимых в странах с примерно одинаковой обеспеченностью факторами производства.

Во второй половине XX в. стали появляться новые теории международной торговли, альтернативные неоклассическому подходу.

Новые теории международной торговли



- Теория технологического разрыва М. Познера
- Теория жизненного цикла товара Р. Вернона
- Теория экономии за счет масштабов производства

Теория технологического разрыва



Теория была разработана в 1961 г. американским экономистом М. Познером.

Импульсом экономического развития как в производстве, так и в международной торговле являются технологические изменения. По мнению М. Познера, если техническое новшество первоначально появляется в одной стране, то такая страна приобретает преимущество в соответствующей отрасли, производя товар с меньшими издержками.



Появляется заинтересованность в увеличении экспорта. Экспорт будет иметь место до тех пор, пока другая страна не преодолеет технологический разрыв в этой отрасли. После преодоления разрыва, причин для развития международной торговли этим товаром больше нет.

Но Познер вводит понятие **«поток нововведений»**, постоянно возникающих в разных странах и отраслях, и делает вывод, что международная торговля будет всегда.

Теория жизненного цикла товара



Предложена в 1966 г. американским экономистом Р. Верноном.

Теория объясняет развитие мировой торговли готовыми изделиями на основе этапов их жизни. Этап жизни – это период времени, в течение которого продукт обладает жизнеспособностью на рынке и обеспечивает достижение целей продавца.

Цикл жизни продукта охватывает 4 стадии:

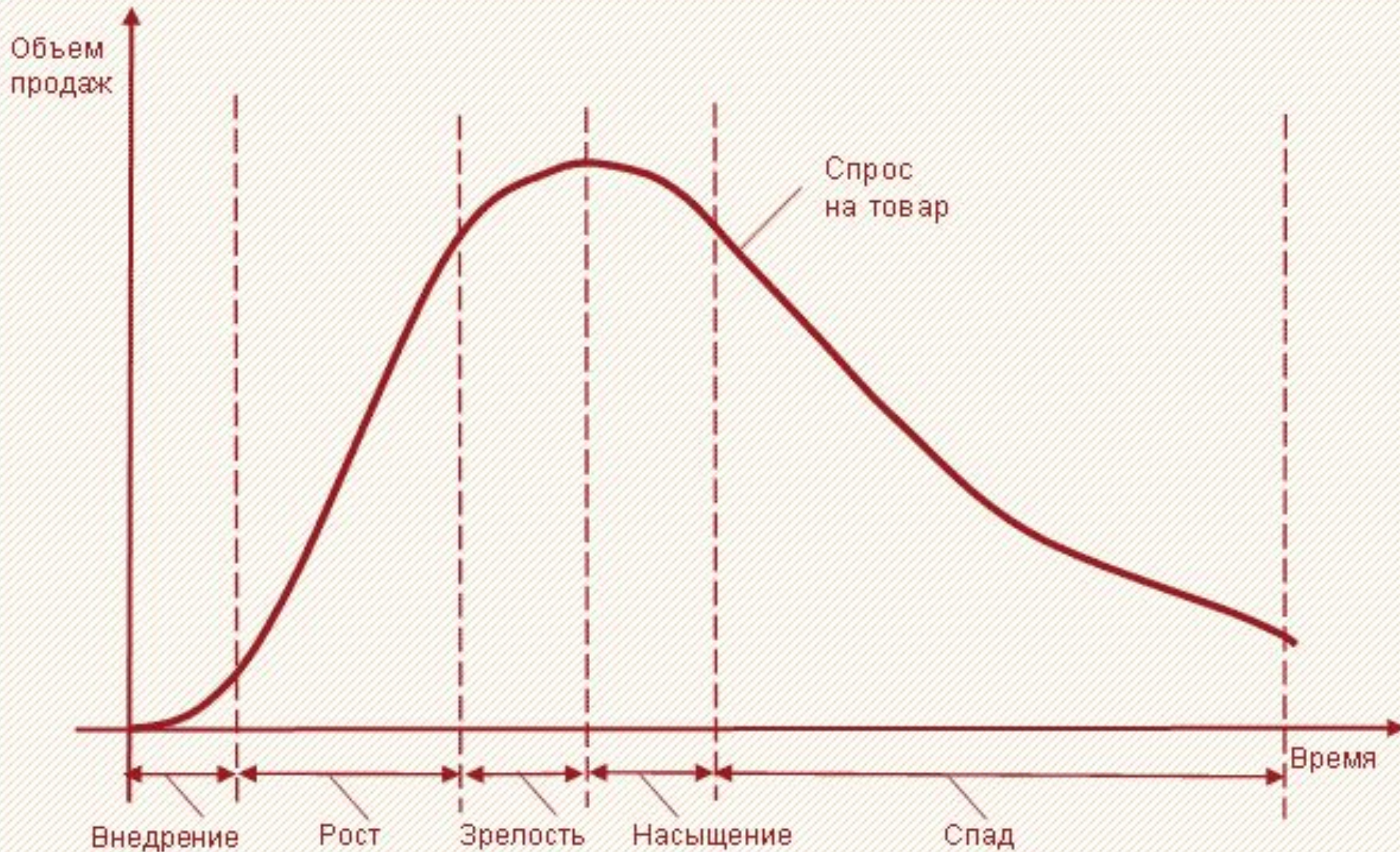


- ❖ **Внедрение.** На этой стадии происходит разработка нового продукта. Расходы на выпуск нового товара велики, требуется высококвалифицированная рабочая сила, производство носит мелкосерийный характер, конкуренция очень незначительная. Лишь небольшая часть продукта поступает на внешний рынок.
- ❖ **Рост.** Спрос на продукт растет, его производство расширяется и распространяется на другие развитые страны. Продукт становится общепризнанным. Увеличивается конкуренция, расширяется экспорт.



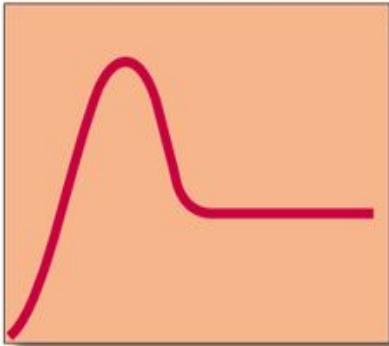
- ❖ **Зрелость.** Выпуск становится серийным, снижаются себестоимость производства товара и его цена. Страна нововведения уже не имеет конкурентных преимуществ.
- ❖ **Упадок.** Продукт постепенно стареет, так как появляются более эффективные товары. Несмотря на снижение цены, спрос на товар падает, и производство «сходит на нет».

Кривая жизненного цикла товара



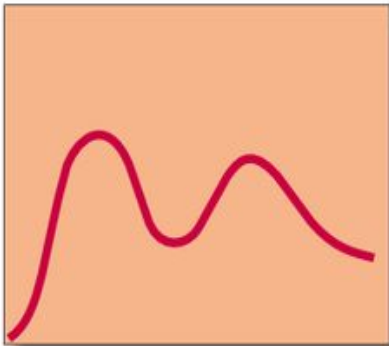
Различные варианты кривой жизненного цикла товара

1



1. Типичная кривая

2



2. Повторный цикл

3



3. «Гребешковая» кривая



По мнению Вернона, США ввиду своих возможностей могут производить новые продукты и быть страной-новатором. Затем к производству подключается Западная Европа, и только к середине жизненного цикла продукта к выпуску присоединяются развивающиеся страны.

Теория показывает, что страна может использовать свое сравнительное преимущество до тех пор, пока владеет технологиями недоступными для производителей других стран.

Теория экономии за счет масштабов производства.



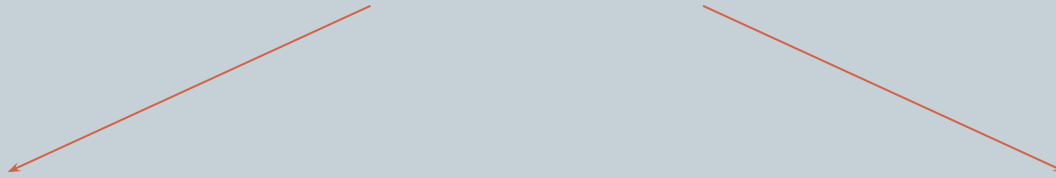
Данная теория объясняет, почему существует торговля между странами, которые одинаково наделены факторами производства.

Американские экономисты П. Кругман и М. Обстфельд отмечают, что существуют две причины МРТ и торговли между странами:

1. Страны различаются по ресурсам и технологиям и специализируются на тех товарах, которые они делают лучше всего.
2. Причина специализации- экономия, которая делает выгодной специализацию страны на узком круге товаров.



Экономия на масштабе производства



Внешняя

Внутренняя



В настоящее время существует множество теорий МРТ и торговых отношений между странами, но ни одна из них не является универсальной.