**Теории международной торговли**

**Теории сравнительного преимущества**

Международная торговля — это обмен товарами и услугами, с помощью которого страны удовлетворяют свои безграничные потребности на основе развития общественного разделения труда.

Основные теории международной торговли были заложены в конце XVIII — начале XIX в. выдающимися экономистами Адамом Смитом и Давидом Рикардо. А. Смит в своей книге «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776 г.) сформулировал теорию абсолютного преимущества и, полемизируя с меркантилистами, показал, что страны заинтересованы в свободном развитии международной торговли, поскольку могут выигрывать от нее независимо от того, являются они экспортерами или импортерами. Д. Рикардо в работе «Начала политической экономии и налогового обложения» (1817 г.) доказал, что принцип преимущества является лишь частным случаем общего правила, и обосновал теорию сравнительного преимущества.

При анализе теорий внешней торговли следует учитывать два обстоятельства. Во-первых, экономические ресурсы — материальные, природные, трудовые и др. — распределены между странами неравномерно. Во-вторых, эффективное производство различных товаров требует различных технологий или комбинаций ресурсов. При этом важно подчеркнуть, что экономическая эффективность, с которой страны способны производить различные товары, может изменяться и действительно изменяется со временем. Другими словами, преимущества, как абсолютные, так и сравнительные, которыми обладают страны, не являются раз и навсегда данными.

**Теория абсолютного преимущества.**

Суть теории абсолютного преимущества состоит в следующем: если какая-либо страна может производить тот или иной товар больше и дешевле, чем другие страны, то она обладает абсолютным преимуществом.

Рассмотрим условный пример: две страны производят два товара (зерно и сахар).

Предположим, что одна страна обладает абсолютным преимуществом по зерну, а другая по сахару. Эти абсолютные преимущества могут, с одной стороны, порождаться естественными факторами — особыми климатическими условиями или наличием огромных природных ресурсов. Естественные преимущества играют особую роль в сельском хозяйстве и в отраслях добывающей промышленности. С другой стороны, преимущества в производстве различной продукции (прежде всего, в отраслях обрабатывающей промышленности) зависят от сложившихся производственных условий: технологии, квалификации работников, организации производства и т. д.

В условиях, когда внешняя торговля отсутствует, каждая страна может потреблять только те товары и такое их количество, которое она производит, а относительные цены этих товаров на рынке определяются национальными издержками их производства.

Внутренние цены на одни и те же товары в разных странах всегда различны в результате особенностей в обеспеченности факторами производства, используемых технологий, квалификации рабочей силы и т. д.

Чтобы торговля была взаимовыгодной, цена какого-либо товара на внешнем рынке должна быть выше, чем внутренняя цена на тот же товар в стране-экспортере, и ниже, чем в стране-импортере.

Выгода, получаемая странами от внешней торговли, будет заключаться в приросте потребления, которая может быть обусловлена специализацией производства.

Итак, согласно теории абсолютного преимущества каждая страна должна специализироваться на производстве того товара, по которому она обладает исключительным (абсолютным) преимуществом.

Закон сравнительного преимущества. В 1817 г. Д. Рикардо доказал, что международная специализация выгодна для нации. Это была теория сравнительного преимущества, или, как ее иногда называют, «теория сравнительных издержек производства». Рассмотрим эту теорию более подробно.

Рикардо для простоты взял только две страны. Назовем их Америкой и Европой. Также для упрощения дела он принял в расчет только два товара. Назовем их продовольствием и одеждой. Для простоты все издержки производства измеряются рабочим временем.

Вероятно, следует согласится с тем, что торговля между Америкой и Европой должна быть взаимовыгодной. Для производства единицы продовольствия в Америке требуется меньше рабочих дней, чем в Европе, тогда как на производство единицы одежды в Европе уходит меньше рабочих дней по сравнению с Америкой. Понятно, что в таком случае Америка, видимо, будет специализироваться на производстве продовольствия и, экспортируя некоторое его количество, получит взамен экспортируемое Европой готовое платье.

Однако Рикардо на ограничился этим. Он показал, что сравнительное преимущество зависит от соотношений производительности труда.

Исходя из теории абсолютного преимущества внешняя торговля всегда остается выгодной для обеих сторон. До тех пор пока в соотношениях внутренних цен между странами сохраняются различия, каждая страна будет располагать сравнительным преимуществом, т. е. у нее всегда найдется такой товар, производство которого более выгодно при существующем соотношении издержек, чем производство остальных. Выигрыш от продажи продукции будет наибольшим тогда, когда каждый товар будет производиться той страной, в которой альтернативные издержки ниже.

Сравнение ситуаций абсолютного и сравнительного преимущества позволяет сделать важный вывод: в обоих случаях выигрыш от торговли проистекает из того, что соотношения издержек в разных странах различны, т.е. направления торговли определяются относительными издержками независимо от того, имеет страна абсолютное преимущество в производстве какого-либо продукта или нет. Из этого вывода следует, что страна максимизирует свой выигрыш от внешней торговли, если полностью специализируется на производстве продукта, по которому она обладает сравнительным преимуществом. В действительности такой полной специализации не происходит, что объясняется, в частности, тем, что издержки замещения, как правило, возрастают по мере роста объемов производства. В условиях возрастающих издержек замещения факторы, определяющие направление торговли, те же, что и при неизменных (постоянных) издержках. Обе страны могут получить выигрыш от внешней торговли, если будут специализироваться на производстве тех товаров, где они располагают сравнительным преимуществом. Но при возрастающих издержках, во-первых, невыгодна полная специализация и, во-вторых, в результате конкуренции между странами предельные издержки замещения выравниваются.

Отсюда следует, что по мере специализации и увеличения производства продовольствия и готового платья будет достигнута точка, в которой соотношение издержек в двух странах выравнивается.

В этой ситуации основания для углубления специализации и расширения торговли - различия в соотношении издержек — исчерпывают себя, и дальнейшая специализация будет экономически нецелесообразной.

Таким образом, максимизация выигрыша от внешней торговли происходит при частичной специализации.

Сущность теории сравнительного преимущества состоит в следующем: если каждая страна специализируется на тех продуктах, в производстве которых она обладает наибольшей относительной эффективностью, или относительно меньшими издержками, то торговля будет взаимовыгодна для обеих стран от использования производительных факторов повысится в обоих случаях.

Принцип сравнительного преимущества, будучи распространен на любое число стран и любое число товаров, может иметь всеобщее значение.

Серьезным недостатком принципа сравнительного преимущества является его статичность. Эта теория игнорирует какие бы то ни было колебания цен и заработной платы, она абстрагируется от любых инфляционных и дефляционных разрывов на промежуточных стадиях, от всевозможных проблем платежных балансов. Она исходит из того, что если рабочие покидают одну отрасль, то они не превращаются в хронически безработных, а непременно переходят в другую отрасль, более производительную. Не удивительно, что эта абстрактная теория сильно скомпрометировала себя во время «Великой депрессии». Некоторое время назад ее престиж вновь начал восстанавливаться. В смешанной экономике, базирующейся на теории неоклассического синтеза, мобилизующего современные теории хронических спадов и инфляции, классическая теория сравнительного преимущества вновь приобретает общественное значение.

Теория сравнительного преимущества является стройной и логичной теорией. При всей своей чрезмерной упрощенности она имеет весьма важное значение. Нация, игнорирующая принцип сравнительного преимущества, может поплатиться за это дорогой ценой — снижением жизненного уровня и замедлением потенциальных темпов экономического роста.

**Теория международной торговли Хекшера — Олина**

Теория сравнительного преимущества оставляет в стороне ключевой вопрос: в силу чего возникают различия в издержках между странами? Шведский экономист Э. Хекшер и его ученик Б. Олин попытались ответить на этот вопрос. По их мнению, различия в издержках между странами объясняются главным образом тем, что относительная обеспеченность стран факторами производства разная.

Согласно теории Хекшера — Олина страны будут стремиться экспортировать избыточные факторы и импортировать дефицитные факторы производства, этим самым компенсируя относительно низкую обеспеченность стран факторами производства в масштабах мирового хозяйства.

Необходимо подчеркнуть, что речь здесь идет не о количестве имеющихся у стран факторов производства, а об относительной обеспеченности ими (например, о количестве пригодной для обработки земли, приходящейся на одного работающего). Если в данной стране какого-либо фактора произведства относительно больше, чем в других странах, то цена на него будет относительно ниже. Следовательно, и относительная цена того продукта, в производстве которого этот дешевый фактор используется в большей степени, чем другие, будет ниже», чем в других странах. Таким образом и возникают сравнительные преимущества, которые определяют направления внешней торговли.

Теория Хекшера — Олина успешно объясняет многие закономерности, наблюдаемые в международной торговле. Действительно страны вывозят преимущественно продукцию, в затратах которой доминируют относительно избыточные у них ресурсы. Однако структура производственных ресурсов, которыми располагают промышленно развитые страны, постепенно выравнивается. На мировом рынке все больше возрастает доля торговли «подобными» товарами между «подобными» странами.

**Теория международной торговли Леонтьева**

Известный американский экономист Василий Леонтьев в середине 50-х гг. предпринял попытку эмпирической проверки основных выводов теории Хекшера — Олина и пришел к парадоксальным выводам. Использовав модель межотраслевого баланса «затраты — выпуск», построенную на основе данных по экономике США за 1947 г., В. Леонтьев доказал, что в американском экспорте преобладали относительно более трудоемкие товары, а в импорте — капиталоемкие. Этот эмпирически полученный результат противоречил тому, что предлагала теория Хекшера — Олина, и потому получил название «парадокс Леонтьева». Последующие исследования подтвердили наличие этого парадокса в послевоенный период не только для США, но и для других стран (Японии, Индии и др.).

Многочисленные попытки объяснить этот парадокс позволили развить и обогатить теорию Хекшера — Олина путем учета дополнительных обстоятельств, влияющих на международную специализацию, среди которых можно отметить следующие:

неоднородность факторов производства, прежде всего рабочей силы, которая может существенно различаться по уровню квалификации. С этой точки зрения в экспорте промышленно развитых стран может отражаться относительная избыточность высококвалифицированной рабочей силы и специалистов, в то время как развивающиеся страны экспортируют продукцию, требующую больших затрат неквалифицированного труда;

государственная внешнеторговая политика, которая может ограничивать импорт и стимулировать производство внутри страны и экспорт продукции тех отраслей, где интенсивно используются относительно дефицитные факторы производства.

**Альтернативные теории международной торговли**

В последние десятилетия в направлениях и структуре мировой торговли происходят существенные сдвиги, которые не всегда поддаются исчерпывающему объяснению в рамках классических теорий торговли. Это побуждает как к дальнейшему развитию уже существующих теорий, так и к разработке альтернативных теоретических концепций. Причины следующие: 1) превращение технического прогресса в доминирующий фактор в мировой торговле, 2) всевозрастающий удельный вес в торговле встречных поставок сходных промышленных товаров, производимых в странах с примерно одинаковой обеспеченностью факторами производства, и 3) резкое увеличение доли мирового товарооборота, приходящейся на внутрифирменную торговлю. Рассмотрим альтернативные теории.

Суть теории жизненного цикла продукта такова: развитие мировой торговли готовыми изделиями зависит от этапов их жизни, т. е. периода времени, в течение которого продукт обладает жизнеспособностью на рынке и обеспечивает достижение целей продавца.

Цикл жизни продукта охватывает четыре стадии — внедрение, рост, зрелость и упадок. На первой стадии происходит разработка новой продукции в ответ на возникшую потребность внутри страны. Поэтому производство нового продукта носит мелкосерийный характер, требует высокой квалификации рабочих и концентрируется в стране нововведения (обычно это промышленно развитая страна), а производитель занимает почти монопольное положение и лишь небольшая часть продукта поступает на внешний рынок.

На стадии роста спрос на продукт растет и его производство расширяется и постепенно распространяется на другие развитые страны, продукт становится более стандартизированным, увеличивается конкуренция между производителями и расширяется экспорт.

Для стадии зрелости характерно крупносерийное производство, в конкурентной борьбе преобладающим становится ценовой фактор, и по мере расширения рынков и распространения технологий страна нововведения уже не имеет конкурентные преимуществ. Начинается перемещение производства в развивающиеся страны, где дешевая рабочая сила может быть эффективно использована в стандартизованных производственных процессах.

По мере того как жизненный цикл продукта переходит в стадию упадка, спрос, особенно в развитых странах, сокращается, производство и рынки сбыта концентрируются преимущественно в развивающихся странах, а страна нововведения становится частым импортером.

Теория жизненного цикла продукта достаточно реалистично отражает эволюцию многих отраслей, однако не является универсальным объяснением тенденций развития международной торговли. Если научные исследования и разработки, передовая технология перестают быть основным фактором, определяющим конкурентные преимущества, то производство продукта действительно будет перемещаться в страны, располагающие сравнительным преимуществом по другим факторам производства, например по дешевой рабочей силе. Однако существует много товаров (с коротким жизненным циклом, высокими затратами на транспортировку, имеющих значительные возможности для дифференциации по качеству, узкий круг потенциальных потребителей и т. п.), которые не вписываются в теорию жизненного цикла.

Теория эффекта масштаба. В начале 80-х гг. П. Крюгман, К. Ланкастер и некоторые другие экономисты предложили альтернативное классическому объяснение международной торговли, основанное на так называемом эффекте масштаба.

Суть теории эффекта заключается в том, что при определенной технологии и организации производства долговременные средние издержки сокращаются по мере увеличения объема выпускаемой продукции, т. е. возникает экономия, обусловленная массовым производством.

Согласно этой теории многие страны (в частности, промышленно развитые) 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. В этом случае специализация позволяет расширить объемы производства и производить продукт с меньшими затратами и, следовательно, по более низкой цене. Для того чтобы этот эффект массового производства был реализован, необходим достаточно емкий рынок. Международная торговля играет в этом решающую роль, поскольку позволяет расширить рынки сбыта. Другими словами, она позволяет сформировать единый интегрированный рынок, более емкий, чем рынок любой отдельно взятой страны. В результате потребителям предлагается больше продукции и по более низким ценам.

Вместе с тем реализация эффекта масштаба, как правило, ведет к нарушению совершенной конкуренции, поскольку связана с концентрацией производства и укрупнением фирм, которые превращаются в монополистов. Соответственно меняется структура рынков. Они становятся либо олигополистическими с преобладанием межотраслевой торговли однородными продуктами, либо рынками монополистической конкуренции с развитой внутриотраслевой торговлей дифференцированными продуктами. В этом случае международная торговля все больше концентрируется в руках гигантских международных фирм, транснациональных корпораций, что неизбежно приводит к возрастанию объемов внутрифирменной торговли, направления которой часто определяются не принципом сравнительных преимуществ или различиями в обеспеченности факторами производства, а стратегическими целями самой фирмы.